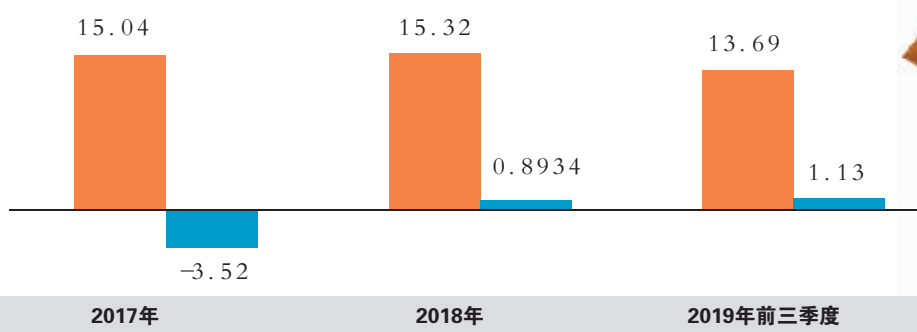


星期六女鞋“脱鞋”转型

近日，老牌女鞋企业星期六发布公告，以1385万元出售了全资子公司佛山星期六科技研发有限公司（以下简称“研发公司”）100%股权，并称此后星期六将不再保留生产产能。业内人士分析称，在皮鞋市场日渐没落的当下，星期六亟须朝阳产业帮助其实现业绩的回暖，事实也证明星期六收购的遥望网络为其业绩带来了较大的帮助。在转售重资产后，星期六渐渐剥离女鞋业务、专注于互联网业务发展的意图愈发明显。业内人士猜测，不久之后，星期六或沦为“壳公司”。



星期六历年业绩一览 ■ 营收(亿元) ■ 净利润(亿元)



从重变轻

北京商报记者了解发现，研发公司主营业务为皮鞋制造，是星期六旗下相关产品皮鞋的主要供应商之一，此次股权转让后，星期六将不再保留生产产能。

纺织服装品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟在接受北京商报记者采访时表示：“此次股权转让，是否意味着星期六之后完全走向代工模式尚不确定，但有一定可能性。如今星期六品牌运营存在着较大挑战，而代工模式在大大降低成本的同时，可帮助其在品牌运营上稳打稳扎。”

对于此次全资子公司股权转让背后的原因，星期六称，是公司战略转型、逐步剥离重资产的其中一环，也是为了进一步优化资产结构，集中资源推动公司战略转型升级，加快构建起以用户为核心、数据+内容驱动、消费场景打通融合”的新零售平台。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊在接受北京商报记者采访时表示，因为整个鞋业的不景气以及行业整体下滑，星期六近两年一直在进行转型发展，不断“甩掉”鞋类业务及资产，此次股权转让后，星期六将走向代工模式。

此前，星期六也在公告中表示近几年由于自产比例不高，一直保持相当的OEM（代工生产模式）生产比例，此次剥离研发公司重资产后，星期六将通过集中采购零部件及原材料、集中制造，或者集中采购成品，以此降低生产成本、减少人员费用支出。并在生产研发、供应链管理部分的重资产释放或减轻之际，集中精力与资源到品牌运营及管理以及供应链管理上，进一步推动战略发展。

转型收购

近几年，星期六受业绩影响，一直在围绕“打造时尚IP生态圈”的战略向

新零售平台进行转型。

北京商报记者梳理财报发现，星期六自上市以来，其整体净利润处于不断下滑趋势。从2009年上市到2018年，星期六仅在2009年、2014年和2018年实现净利润上涨，其余七年净利润均为下跌状态，2017年净利润暴跌1789.31%。

除了业绩的不理想，星期六存货占比也在逐渐增加。数据显示，2013—2018年，星期六存货占总资产的比例分别为41.22%、47.86%、48.71%、50.61%、43.32%、45.7%。

与此同时，星期六关店潮来袭。数据显示，2014年开始，星期六连锁店数量首次下滑，当年门店数目为2327家，同比减少36家。此后，2015年关店283家，2016年关店233家，2017年关店222家，2018年关店211家。截至2019年6月末，星期六共有店铺数量1352家，外延同降9.32%，其中直营店974家、同降15.89%，分销店378家。

面对上述情况，星期六亟须一个朝阳企业帮助其实现业绩的回暖。2018年，星期六以17.88亿元收购遥望网络89.4%的股权。

收购遥望网络之后，星期六业绩实现一朝翻身。星期六与遥望网络于2019年3月实现业绩并表。数据显示，2019年上半年，星期六实现营收8.9亿元，同比增长21.11%，实现净利润6084.49万元，同比增长106.24%。按照业务划分，星期六服装鞋类收入约为5.7亿元，同比下滑12.4%，互联网广告业务收入3.2亿元，同比增长283.63%。星期六也在公告中表示，此次业绩主

要来源于互联网业务的发展。

程伟雄认为，星期六业绩不理想主要由于皮鞋消费较为疲软、行业竞争较为激烈。此外，星期六皮鞋业务逐年下降，在实体渠道的投入减少，也说明了低端大众化的皮鞋业务星期六已经不具备先发优势。这也正是选择收购遥望网络的原因。

或为借壳

值得一提的是，遥望网络曾于2015年12月登陆新三板上市，寻求融资渠道，但在2017年3月22日摘牌。遥望网络总裁方剑曾公开对媒体表示：“企业要发展，需要更大的平台。新三板市场没有那么活跃，我们想去更加主流的资本市场”。

“当寻求转型的‘中国女鞋第一股’遇到谋求曲线上市的新媒体营销公司，星期六与遥望网络一拍即合。”业内人士称。

然而，星期六在剥离皮鞋业务和发展互联网业务的道路上越走越远。2016年初，星期六修改公司名称去掉“鞋业”二字，宣布要逐步打造多元化品牌运营。2016年7月，星期六与汇洁股份合资设立一家专门从事鞋类产品开发设计、品牌推广、产品销售的项目公司，星期六持有49%的股权，汇洁股份持有51%的股权。业内人士表示，虽然此次合资公司的事情被终止，但也透露了星期六想要逐渐剥离皮鞋业务的想法。

2017年，星期六成立深圳微速仓科技供应链管理有限公司，承接现有

的物流业务；成立北京奥利凡星信息技术有限公司，推动时尚IP孵化运营平台的建设。同一年，星期六先后收购时尚锋迅和北京时欣两家国内时尚新媒体公司；2018年收购遥望网络。

徐雄俊在接受北京商报记者采访时表示，星期六作为一个二流的女鞋企业，在自身业绩以及整个大环境不景气的情况下，剥离皮鞋业务，转型互联网业务，也是一条比较正确的发展道路。之后凭借互联网业务巨大的发展潜力，很可能代替女鞋业务成为星期六的第一大营收来源。

近日，星期六在投资者活动记录报告中表示，在未来发展中，子公司遥望网络将打造社交电商业务的新增长点。

程伟雄认为，星期六存在逐步退出或者剥离皮鞋业务的可能性；继续坚守原有的皮鞋业务看起来越来越遥远，反而互联网业务在攀升，善加利用互联网销售手段还是有很大发展空间的。

关于星期六是否正在沦为“壳公司”的问题，程伟雄和徐雄俊都认为，当下，在互联网业务有着无限的想象空间，如果按照目前星期六这样的发展趋势，星期六正走在成为“壳公司”的路上。

就是否完全剥离女鞋业务、未来发展规划等问题，北京商报记者对星期六进行采访，但截至发稿并未得到回复。

北京商报记者 钱瑜 张君花
图片来源：星期六官网截图

光明首发莫斯利安星厨甜品

北京商报讯(记者 姚倩)继今年7月推出原味低脂脂肪蔗糖系列等三款产品后，光明乳业旗下明星产品莫斯利安再推“可以喝的甜品”。12月21日，莫斯利安首发全新米其林星厨甜品系列，并在风味和包装等方面进行了升级。

据介绍，光明乳业此次联手米其林二星主厨Riccardo La Perna推出了纽约红丝绒、法式香芒芝士慕斯以及欧式厚酪三款口味新品。新品将米其林星级甜品风味融入莫斯利安酸奶，被誉为“可以喝的甜品”。

在包装上，莫斯利安也将此前的利乐包装升级为开盖即饮的旋盖设计包装。全新包装除了注重功能性升级，还选用2020潘通年度色系——午夜蓝作为产品包装主色调，寓意莫斯利安小镇静谧夜空。莫斯利安米其林星厨甜品系列将在便利店、自动售卖机以及新零售等各大渠道进行销售。

光明乳业副总裁罗海表示，莫斯利安顺应新时代新趋势的消费升级，首创“可以喝的甜品”这一全新产品概念，结合即饮旋盖包装，旨在打造轻奢即饮型旗舰新品俘获年轻高端消费群体。

RELX悦刻启用向阳花系统

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)12月18日，RELX悦刻宣布启用未成年人智能保护系统——向阳花系统。未来，RELX悦刻将在3个月内打造100家“向阳花系统标杆店”，7个月内覆盖全国所有RELX悦刻专卖店，逐步推进在RELX悦刻专卖店、智能贩售机、RELX ME App等六大场景使用该系统，实现从店铺选址到用户购买的各个环节可预防、可追溯、人性化的防范未成年人购买电子烟。

其中“姓名+证件号+人脸”三重验证关卡结合是向阳花系统最大的亮点，RELX悦刻可借助AI智能、人脸识别、IoT等技术和产品创新，从而防止未成年人购买电子烟产品。

据介绍，顾客在步入RELX悦刻专卖店之时，向阳花系统就已开始运转，智能摄像头通过图片采集+云端数据分析，极速判断新进店者年龄。一旦有疑似未成年人进入，店员会立刻收到系统预警提醒，并上前劝阻对方离开。

RELX悦刻技术开发负责人张迪表示：“守护者计划”是RELX悦刻自成立之初就启动的关于未成年人保护计划。此次，向阳花系统是“守护者计划”第二阶段的进展。

中粮糖业转让屯河水泥49%股权

北京商报讯(记者 钱瑜 张君花)12月17日晚，中粮屯河糖业股份有限公司（以下简称“中粮糖业”）发布公告，中粮糖业持有的新疆屯河水泥有限责任公司（以下简称“屯河水泥”）49%股权被新疆天山水泥股份有限公司（以下简称“天山股份”）成功摘牌，成交价格为3.35亿元。

中粮糖业表示，此次交易完成后，中粮糖业将彻底剥离水泥业务，聚焦食糖主业发展，天山股份将完全控股屯河水泥，此次转让并不会对本年度经营成果产生重大影响。

此前，中粮糖业为聚焦食糖主业，决定退出参股的水泥业务，为此拟按国有资产交易相关规定，以经备案的评估值为依据，在国有产权交易机构公开挂牌转让所持有的屯河水泥49%股权。

资料显示，中粮糖业为中粮集团食糖业务专业化公司，经营中粮集团核心主业之一食糖业务，经营范围包括国内外制糖、食糖进口、港口炼糖、国内食糖销售及贸易、食糖仓储物流及番茄加工。食糖产品包括精制白砂糖、白砂糖、绵白糖、赤砂糖等，主要客户包括亿滋（卡夫）、嘉吉、可口可乐、蒙牛、玛氏、雀巢、伊利、好丽友等企业。

朝阳区市场监督管理局冬季消费提示

冬季来临，气温逐渐降低，保暖类内衣成为众多消费者必备服装。在此，我们提醒消费者，面对市场上销售的各种所谓“功能性”、“高科技”的保暖内衣应理性选购。

一、要注重内衣的基础功能保暖性。对市场上销售的宣传具有如“自发热纤维”、“羊毛竹炭纤维”等特殊材质的内衣，建议通过成分标识了解服装真实成分。选购时还是更多的要注重内衣面料应柔软舒适、

重量轻、弹性好、保暖效果佳。

二、要选择适合自己的保暖服装。例如老年人、儿童、皮肤敏感人群以穿着舒适、清洗方便的纯棉材质为首选，年轻人在保暖、舒适的同时更注重时尚性，而对于因患有疾病而对材质有特殊要求的人群更要仔细甄选。不要相信内衣具有“改善血脂代谢，降低胆固醇”等治疗效果的宣传。

三、要理性选购。应选购正规厂家生产

的，具有一定口碑的商品。不是越贵的内衣材质和保暖性就一定越好，选购时还需理性，尽量选择性价比高的保暖内衣。

此外，随着供暖季到来，室内空气干燥，加湿器成了最近的市场热销品。在此，我部门提醒消费者在选购加湿器时要注意以下几点。

一、市场上主要销售的有超声波式、蒸发式、复合式。消费者购买时要详细了解产品类型和加湿原理，根据自己的需求进行

选择。

二、适合房间面积。选购加湿器还要根据自己房间的实际情况，空气太干或太湿对身体都不好。

三、注意水质要求。一些加湿器在使用时对水质是有要求的，如果使用普通自来水，容易产生白粉和水垢，建议消费者尽量使用纯净水或蒸馏水。还应注意对加湿器进行定期清理，如果加湿器内的存水长时间存放，特别容易繁殖细菌，从而引发呼吸

道疾病。

四、选择放心品牌。市面上加湿器的品牌繁多，价格从几十元到几千元不等，建议消费者尽量到有信誉的大型商超或电商企业购买正规厂家生产的加湿器，要注意查看产品标识是否齐全，产品的加湿量、功率、噪音等指标是否标注清楚。目前我国对加湿器没有明确的三包规定，消费者购买时要向商家了解产品的保修期限，并索取发票和保修凭证。