

营收持续下滑 耐克在华失速

■ 营收下跌两成,耐克在中国市场不灵了?12月21日,耐克公布了2022财年第二财季(截至2021年11月30日前的3个月)财报,大中华区营收下跌20%。业内人士表示,耐克在国内的特许分销商主要以线下实体店为主导,疫情反复下,其业绩多少会受到影响。这也从侧面反映出,耐克品牌和分销商在线上的布局略显滞后,短时间内难以补足。此外,近年来国货逐渐崛起,耐克等外资品牌在中国市场有了一定的竞争压力,而这种压力正逐渐体现在业绩上。



大中华区营收下跌20%

根据耐克财报,2022财年第二财季,耐克实现营收113.57亿美元,同比增长1%;净收入13.37亿元,同比增长7%。其中,大中华地区成为下滑幅度最大的地区。财报数据显示,第二财季耐克大中华区营收18.44亿美元,同比下跌20%;北美地区营收为44.77亿美元,同比增长12%;欧洲、中东非洲营收为31.42亿美元,同比增长6%;亚太地区及拉丁美洲地区营收为13.47亿美元,同比下跌8%。

同时,2022财年上半年,在耐克整体营收同比增长8%的情况下,大中华地区营收下滑6%,成为耐克全球市场中唯一下滑的地区。北美地区同比增长14%;欧洲、中东非洲地区同比增长10%;亚太地区、拉丁美洲地区同比增长9%。

耐克大中华地区营收下滑并非无迹可寻。此前2022财年第一财季数据显示,耐克大中华区营收为19.82亿美元,虽增长11%,但剔除汇率影响,仅增长1%,为各地区增幅最少的地区。北美增长15%,欧洲中东非洲增长为

14%,亚太拉丁美洲增幅为33%。而上年同期(2021财年第一财季),大中华区还是耐克全球增长最高的地区,实现6%的增长,而北美地区则下滑2%。

关于此次大中华地区业绩下滑的原因,耐克方面在财报中表示,这很大程度上是由于新冠疫情造成越南工厂关闭,导致货品库存处于低水平。对于大中华地区业绩下滑的更多内容,北京商报记者尝试联系耐克方面,其相关负责人仅表示以财报为准。

纺织服装管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示,耐克在中国市场的下滑,主要影响在于耐克国内的特许分销商主要以线下实体店为主导,而耐克品牌和分销商在线上布局显得滞后,疫情反复下对实体店造成冲击,一定程度上影响业绩。

据了解,在2020年1月期间,受疫情影响,耐克关闭了大中华区的5000余家门店。耐克或许也意识到这一问题,其在2020财年财报中表示,耐克公司调整了销售渠道,计划后期将加大通过网络和直营零售渠道直接面向消费者销售产品,并计划进一步撤出受疫情重

创的传统批发渠道。

竞争加剧

对中国市场乃至全球市场,耐克仍抱有很大的信心。耐克方面在财报中表示,目前越南所有工厂都已开工,产量已恢复到关闭前水平的80%左右。耐克相信,全球供应水平将在2023财年恢复正常。

业内人士表示,虽然耐克这一财季中国市场的表现没有那么亮眼,但其仍是中国运动市场的头部品牌。从目前市场情况来看,耐

克首先需要面临的依然是另一运动巨头阿迪达斯的挤压。据2017年Euromonitor的数据来看,在中国市场,耐克与阿迪达斯拥有绝对的市占率,两者市场份额加起来高达40.9%。作为布局中国市场的两大头部外资品牌,二者之间的“硝烟”从没有停过。

近日,耐克因专利对手阿迪达斯告上法庭,起诉其抄袭,并要求禁止进口阿迪达斯的部分鞋款;注册虚拟产品商标,收购NFT制造商RTFKT。而在2020年,阿迪达斯认为耐克抄袭了Prime Knit技术,也曾尝试在美国联邦巡回上诉法院状告耐克两项专利,但此

事件以上诉无效落幕。与此同时,阿迪达斯挖走耐克设计师事件也不断上演,譬如从耐克挖走了了Fear of God品牌设计师杰里·洛伦佐(Jerry Lorenzo)等。

在耐克、阿迪两大巨头胶着之际,国产运动品牌正迎头赶上,这对外资品牌也造成一定压力。据欧睿统计,2020年运动品牌在中国市场占有率的榜单上,耐克以25.6%的数据居于榜首,阿迪达斯市占率为17.4%,国内品牌安踏以15.4%的市场份额位列第三,李宁、特步和361度的市占率分别为6.7%、4.7%和2.6%。

从数据方面来看,李宁、安踏等国产品牌,业绩增长均超五成。数据显示,今年前三季度,李宁营收净利分别增长64.97%、187.18%。安踏营收净利增长分别为55.51%、131.6%。

反观耐克、阿迪达斯两大巨头在中国市场的业绩均出现不同程度下滑。数据显示,在货币中性的前提下,阿迪达斯大中华区三季度营收同比下降14.6%。按照不同区域划分来看,大中华区是阿迪达斯全球业绩同比下滑最严重的主要市场。

程伟雄表示,李宁、安踏在服饰类别占比很大,随着国潮风渐起,相比较耐克、阿迪更有本土用户优势。但从目前来看,耐克在鞋类的功能性研发与专业领先上依然不是李宁和安踏能够超越的。

香颂资本执行董事沈萌同样表示,国内品牌在营销上具有本土化的情绪优势,但是在技术研发积累上还有差距。未来各大运动品牌的竞争焦点应是如何将自己的优势转化为对消费者的吸引力。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

力捧希壤 百度押注元宇宙

元宇宙的风口正盛,百度也急着“秀肌肉”。12月21日,百度宣布正式定定向内测元宇宙App希壤。当天,百度高级副总裁侯震宇、百度副总裁马杰详细介绍了希壤具体功能背后的技术。由于希壤是头部互联网厂商推出的第一个主打元宇宙的App,科技圈人士十分期待。不过,马杰直言,希壤还有很多不完美,体验有亮点也有遗憾,元宇宙目前仍处在非常初期的产业探索阶段,将由整个社区花费很长时间来共同构建并成熟。

希壤App已上线

连着两天,百度都在“剧透”希壤,12月20日介绍功能,12月21日解读背后的技术。

根据官方曝光的画面,希壤“主会场”是一个具有未来感的城市场景。在主会场之外的空间布局方面,希壤引入大量中国元素。比如在城市布局上,参考了唐代长安城与明清北京城;在城市装饰元素方面,致敬古代智慧,会场穹顶参考了苏州石刻天文图与南宋时期世界上最早的石刻星图;并参照石家庄赵州桥、杭州西湖、伦敦桥等地标设计场景。

12月21日,马杰宣布,希壤正式开放定向内测。北京商报记者发现,希壤App已在小米、应用宝等安卓应用商店上线,用户不需要邀请码就可以下载体验,能在多个场景间移动,还能听到玩家的实时对话等。另有用户向记者透露,自己曾在数月前下载安装过苹果版本的希壤App。不过截至发稿,记者在苹果应用商店输入希壤,并无相关信息。

对此,马杰向北京商报记者解释:“不需要邀请码的用户可体验的,是希壤给百度世界大会2021搭建的场景,只是Create 2021的场景之一。定向内测的用户可以体验到希壤为12月27日Create 2021搭建的场景”。

谈及希壤项目的过去,马杰透露,希壤项目在2020年12月启动,2021年3月在全VR极客大会DEFCON CHINA Party提供支持,2021年8月希壤6.5发布,在百度世界大会2021打造了四大会场,2021年12月希壤

6.0发布。

有亮点也有遗憾

本次百度Create大会,支持10万用户规模聚集条件下的相互可见,以及基于参会者不同位置的实时交互,实现在不触发广播风暴的前提下,完成大规模的实时状态同步。

百度相关人士告诉北京商报记者:“如果用户戴上耳机,就马上能体验到10万人会场内身临其境的沉浸式音视觉效果;如果打开麦克风,就能马上连麦,实现多人语音交流。而随着用户的走动所带来的位置的变化,用户也会遇到更多的人,并听到新的聊天内容,模拟真实世界中的音效场景”。

不同于网络游戏,元宇宙的身份系统、社交系统和瞬时的需求,要求希壤必须将用户尽量置于同一服务器下,并保证低延时、高沉浸的用户体验。

马杰也多次强调10万人同屏技术,他说,要实现10万人同屏的核心技术是大容量高并发服务器构建,所有用户需处于同一服务器下实现顺畅的交互体验。但是在目前的渲染技术下,用户的表情和动作还有很大的提升空间。

马杰还直言:“在当前的网络技术条件下,视觉、听觉和交互是阻碍元宇宙发展的三座大山,技术难度带来的挑战非常大。解决元宇宙难题的路径,需要突破一系列的技术瓶颈,需要强大的基础技术能力支撑。这些关键技术包括:安全、自主、智能的云计算技术;在

人工智能、ARM云、边缘计算、智能视频、VR(虚拟现实)和AR(增强现实)等领域的不断创新;内容生态的建设与庞大的市场基础”。

谈及元宇宙面临的技术挑战,百度副总裁侯震宇说:“元宇宙对算力的需求是近乎无穷的。百度智能云打造的AI原生云,为此次希壤世界提供了PFLOPS级别的超大异构算力、数百GB的带宽资源以及可无限扩展的存储,才能支持这一超大量级的数据传输工程”。

不支持虚拟资产交易

抛开技术话题,普通用户对希壤也翘首以盼,他们中有一部分是另一款元宇宙App虹宇宙用户。

同样是元宇宙App,希壤和虹宇宙有什么区别?欧科云链研究院的高级研究员蒋照生告诉北京商报记者,希壤和虹宇宙都是相对早期的元宇宙产品,但两者之间差别还是比较明显的。从定位看,希壤希望打造成为多人互动虚拟世界,其核心在于内容创作和交互体验;而虹宇宙则是泛娱乐虚拟社区,关键在于社交系统和数字藏品。从技术层面看,希壤主要突出AI和VR,而虹宇宙则比较突出区块链的技术价值。另外,虹宇宙前段时间的热度离不开其虚拟地块/房产的赠送功能,而目前没有从希壤项目中看到类似的转赠功能,也没有基于区块链构建所谓的经济系统的迹象。

马杰也向北京商报记者直言:“我们在希壤引入了很多区块链等底层技术,但是没有虚拟货币,也不做虚拟资产交易。我们希望用户来希壤不是来炒虚拟货币的,也不是来凭空增长价值的”。

“短期内希壤应该可能成为一个开放共享的创作与互动平台,有创新力的内容创作可能会成为其不同于国内其他元宇宙产品的地方。和虹宇宙相比,希壤可能是更贴近元宇宙概念想象的产品。”这是蒋照生对希壤未来的预测。

北京商报记者 魏蔚

Market focus

筹划仅一周 瑞能半导借壳上市梦碎

北京商报讯 记者 董亮 丁宁)因涉及半导体概念,空港股份与瑞能半导体科技股份有限公司的重组事项给股民带来无限遐想。不过,12月21日晚间,空港股份宣布上述重组事项终止,距离其发布重组公告仅仅过去了一周。由于上述事项涉及重组上市,也意味着瑞能半导自科创板IPO告败后,上市的愿景再度落空。

12月21日晚间,空港股份发布公告称,公司决定终止筹划本次重大资产重组,即终止收购瑞能半导的控股权或全部股权,公司股票于12月22日开市起复牌。

而这距离空港股份宣布重组只过去了一周时间。12月15日,空港股份发布公告称,公司拟通过发行股份的方式购买南昌建恩半导体产业投资中心(有限合伙)(以下简称“南昌建恩”)、北京广盟半导体产业投资中心(有限合伙)(以下简称“北京广盟”)、天津瑞芯半导体产业投资中心(有限合伙)(以下简称“天津瑞芯”)等股东合计持有瑞能半导的控股权或全部股权,预计构成重组上市。公司与南昌建恩、北京广盟、天津瑞芯之执行事务合伙人北京建广资产管理公司于12月13日签署了《重组意向书》。

空港股份表示,本次交易自筹划以来,公司及各方积极推动本次交易的相关工作,与各方进行了积极磋商、反复探讨和沟通。由于交易相关方未能就本次交易方案的部分核心条款达成一致意见,经认真听取各方意见并与交易相关方协商一致,为切实维护上市公司及广大投资者利益,交易相关方审慎研究决定终止筹划本次重大资产重组事项。相关方除《重组意向书》外,未就本次交易具体方案达成相关正

式协议《重组意向书》自动终止,各方均不承担违约责任。

资料显示,瑞能半导从事功率半导体器件的研发、生产和销售,是一家拥有芯片设计、晶圆制造、封装设计的一体化经营功率半导体企业,致力于开发并生产领先的功率半导体器件组合。而空港股份为临空型园区类公司,以园区开发建设为主营业务。

重组失败的消息公布后,空港股份的股吧哀声一片。有股民发表了如“一场空欢喜”“溜了溜了,十分失望”“要开始数跌停板了”等留言。针对公司相关问题,北京商报记者致电空港股份董秘办公室进行采访,不过对方电话并未有人接听。

值得一提的是,瑞能半导曾筹划过科创板IPO。上交所官网显示,瑞能半导科创板IPO于2020年8月18日获得受理,当年9月15日进入问询阶段,并披露了三轮问询回复。今年6月18日,瑞能半导IPO终止,终止原因系公司主动撤单。随着本次重组折戟,瑞能半导上市的愿景再度落空。某投行人士汪军表示,公司撤单科创板后又筹划借壳上市事项,不排除瑞能半导日后有再度谋求上市的可能。

一直以来,通过重组来进行曲线上市受部分公司所青睐。Wind数据显示,年内共有17股的重组事项涉及借壳上市。除了空港股份外,江山股份、弘宇股份、ST中房3股的重组上市事项也以终止告终。

投资银行董事总经理王晨光在接受北京商报记者采访时表示,随着上市渠道的不断拓宽,通过IPO直接实现上市要更加容易。总体来说,现在通过借壳来实现上市的公司要比此前少很多。