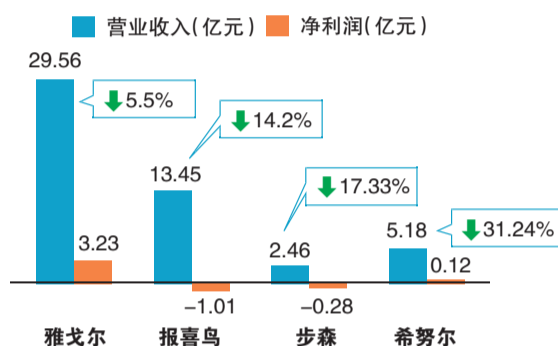




男装2016年三季度业绩一览



记者手记

2016年,不少服装企业走上了转型之路,或完善线上销售渠道,布局电商;或深入相关产业,延长产业链;或精耕细作,加大细分领域投入;或谋求转型重组,跨界发展。在服装行业持续下行的情势下,无论是持续布局还是深度发展,看起来都是形势所迫,颇多无奈,而多数企业更是如履薄冰,决策失误面临的可能是全盘皆输的结局。

这样的行业形势倒逼企业进行转型重组,未尝不是好事。服装制造业虽然是传统支柱产业,但其一直处于粗放式的发展状态中。在对服装消费需求急速增长的时期,大部分服装企业盲目扩展生产经营规模、大开门店、大搞加盟店,缺乏对品牌的经营和对企业发展的长远规划,这导致我国服装企业呈现出欣欣向荣的景象,但其实隐患暗藏。不景气导致行业重组洗牌,虽然痛苦,但也不失为产业升级的机会。能够挺过这次低迷境况的企业,势必成为未来行业的领头羊。

专家献言

服装独立评论人 马岗:

现阶段企业寻求转型重组成为势在必行的自救方式。然而服装企业想要通过这种方式渡过难关,务必要分析企业自身的优势和劣势,结合企业当前的资源配备情况,考察目前的状况是否适合未来发展的方向。即便要彻底转换方向,也要有相匹配的团队,否则转型只能是空想。此外,不少服装企业选择布局互联网+产业,这需要谨慎考虑,毕竟服装生产经营是传统产业领域,与互联网企业在经营管理模式上存在很大差别,从人才结构到资源配备都完全不同。

其实,最关键的是要认清消费形势的变化,根据消费形势推出合适的产品。在经济从高速增长变为中低速增长的现在,整个消费形势处于温和增长的状态,对于企业来说,提高自身的经营能力,不要一味追随高端产品生产,忽略了中低端的产品。事实上,目前我国多数企业集中在中高端领域,导致领域竞争激烈,市场饱和。其实中低端产品具有高性价比的特点,不少服装企业正是因为对这部分市场的忽视造成了业绩的萎靡不振。

国内服装谋划转型重组

回顾2016年,国内服装行业可谓困难重重,服装企业经历着业绩下滑、频频关店、收窄业务等窘境。为了应对不景气的行业现状,服装企业纷纷展开了转型重组,谋求多元化发展路径。七匹狼开起了再保险公司,希努尔积极谋求转型重组,雅戈尔持续加大对房地产、金融投资领域的投入,女装品牌维格娜丝也展开海外收购,拟将韩国Teenie Weenie收入囊中。在经济增长动力不足的整体状况下,服装企业的这些举措能否切实拉动企业的业绩增长尚是未知数。

近年来,受劳动力成本、经济环境及电商等因素冲击,传统服装行业的利润空间被压缩,再加上服装行业进入门槛低,导致行业竞争激烈,且多呈现同质化,服装企业业绩频频下滑。

号称“国内男装领导者”的雅戈尔虽一直表现良好,但受困于服装行业整体颓势,今年三季度雅戈尔服装板块实现营业收入29.56亿元,较上年同期降低5.5%;净利润3.23亿元,同比下降42.45%。

据报喜鸟男装中报显示,公司净利润暴跌228.99%,亏损0.97亿元;三季度营业收入持续下跌,净利润再降161.04%,亏损达1.01亿元。与此同时,希努尔男装近年来营业收入连连下跌,2014年更是营业收入与净利润双降,2015年通过售卖店铺、房产,实现

扭亏为盈。今年以来,希努尔营业收入仍持续下降,三季度仅获5.18亿元,同比下降31.24%,净利润虽有增加,但仍是通过出售或出租店铺实现收入增长。据其半年报披露,希努尔仍将根据经济发展情况以及不同城市的商圈情况,拟将不超过29家已购置的商铺,原购置成本合计不超过8.5亿元,按市场公允价格或评估价格予以出售或出租。

此外,步森股份前三季度实现营业收入2.46亿元,同比下降17.33%;净利润暴跌233.93%,为-0.28亿元。女装方面同样不尽如人意。11月刚刚披露了收购计划的国内女装品牌维格娜丝三季度营业收入5.41亿元,同比下跌11.13%;净利润为5.41亿元,同比下降13.06%。

经济下行、市场需求持续低迷,服装行业的颓势一时之间也难以扭转。许多服装企业为谋求生存,不得不走上了转型之路。颇有先见之明的雅戈尔,早早实行了房地产+投资的策略。2009年,其房地产和投资业务便贡献了当年近八成的利润。女装品牌维格娜丝也大胆开启了收购。11月29日,维格娜丝发布了向“衣念香港”收购Teenie Weenie服装品牌及相关资产和业务的公告。维格娜丝拟发行不超过15940万股,募资约44亿元用于收购Teenie Weenie品牌及该品牌相关的资产和业务。然而由于知名度、规模、盈利等各方面均不如Teenie Weenie,此次收购也被市场称为“蛇吞象”,此次收购对维格娜丝来说是福是祸,尚是未知数。

然而大部分服装企业并未持续在服装板块加码,而是寻找新的利润增长点。

以男装品牌七匹狼为例,近三年

净利润连续下跌,今年三季度营业收入略有增长达17.9亿元,但净利润仍下跌7.09%。2015年,七匹狼走上“实业+投资”的多元化发展之路,并参与设立了七匹狼集团财务公司、华旖时尚基金、厦门七尚股权投资有限公司等,期望在时尚消费投资领域有所作为。去年7月,七匹狼将原计划优化营销网络的募集资金中的10亿元,投入了全资子公司。今年12月6日,七匹狼发布公告称,计划使用自有资金出资3.15亿元,与深圳前海金融控股有限公司、中国邮政集团公司、深圳远致投资有限公司等共同发起设立前海再保险股份有限公司。其中,七匹狼占前海再保险注册资本的10.5%。

国内中高端女装朗姿于2014年开启了转型计划,声称构建“泛时尚产业互联生态圈”。今年4月,朗姿向韩国DMG公司投入2520万元,进入医美领域。10月16日,朗姿发布公告称,公司拟出资5亿元设立全资子公司朗姿医疗管理有限公司,将专注于医疗整形美容产业领域。

企业转变为向中小企业提供一站式金融服务的金融科技公司。至此,步森股份的男装业务被彻底抛弃只是时间问题。希努尔男装此前欲布局“互联网+”产业,作价100亿元收购星河互联,在长达8个月的筹划后最终流产,而其最近的一次重组计划中,新郎希努尔集团试图转让其持有的希努尔男装股份,且可能涉及控制权变更,同时近期希努尔男装频频凭借出售出租店铺拉动业绩增长,虽然希努尔高层宣称会努力做好服装主营业务,但业内人士分析认为,希努尔一系列举动透露出对服装作为主营业务不很看好的信息,不排除将来“抛弃男装业务”的可能。

北京商报记者 刘一博
实习记者 郑娜

关键词

业绩跌宕

转型谋生

品牌陨落