



总裁半年离任 探路者转型迷失



11月29日,探路者宣布,新任董事长兼总裁王静上任,因任期届满,强炜不再担任公司总裁及其他任何职务。自2017年6月聘任强炜为集团总裁以来,探路者对未来发展战略进行了全面的细化和落实,并提出“新定位”、“新机制”和“新运营”的经营战略。仅仅半年时间,来去匆匆的强炜并未给探路者带来实质转变,伴随他的离任,探路者的“新”字头转型如何继续也成了疑问。



2017年上半年

| 营业收入 | 净利润 |
|----------|---------|
| 12.78 亿元 | 0.79 亿元 |

2016年

| 营业收入 | 净利润 |
|----------|---------|
| 28.78 亿元 | 1.66 亿元 |

2015年

| 营业收入 | 净利润 |
|----------|---------|
| 38.08 亿元 | 2.63 亿元 |

再换总裁

11月29日,探路者发布了最新董事会人员名单,王静成为新任董事长兼总裁。同时,因任期届满,强炜不再担任公司总裁及其他任何职务,除强炜离任外,还有多名高管离任。值得一提的是,强炜就任总裁不到半年时间,当时离开乐视体育加盟探路者还引发了业界不小的震动。

今年6月1日,探路者发布公告称,拟聘任强炜为集团总裁,而原总裁盛发强则可集中精力履行董事长职责,提高决策效率。强炜就任后,探路者对未来发展战略进行了全面细化和落实,提出了品牌的“新定位”、“新机制”和“新运营”战略。8月8日,探路者召开集团战略及产品发布会,在发布多款最新产品的同时,宣布了集团将加强品牌多元化布局,对集团下的户外高端品牌Discovery Expedition进行全新战略升级,强炜也在该发布会上首次以探路者总裁身份亮相。

根据探路者的战略规划和品牌定位,未来,TOREAD将担负大众专业户外产品的角色,Discovery Expedition则偏重轻户外,走时尚休闲的品牌路线,消费人群定位也更为年轻化。强炜表示,无论是设计风格、颜色搭配还是价格定位,都会进行差异化区分。今后,TOREAD将更加聚焦专业户外领域,借助科技创新完善产品线,满足不同户外运动的专业需求。未来,探路者还将加快多品牌战略推进,形成多元化、差

异化的品牌矩阵,同时在同品牌下细分产品线,满足滑雪、骑行、登山等不同需求。时任探路者董事长盛发强也表示,强炜来了两个月,对产品进行了大的梳理,了解也很深入。

但是好景不长,新定位才运行了几个月时间,强炜便离任。据服装行业分析师程伟雄分析,探路者董事会需要短期内提升业绩,这样的高管变动速度,很有可能是新战略的落实没有达到董事会的预期。探路者这几年进行了很多投资,摊子铺开了,但是把主营业务耽误了,重新回归需要一段时间。强炜的战略是品牌发展的长期战略,短时间内很难实现,董事会对他的期望有些过高,最终造成了这样的结局。

业绩低迷

2015年探路者实施生态圈战略的升级,业务形成户外、旅行、体育三大事业群,并更名为“探路者控股集团股份有限公司”。但是,伴随转型而来的却是净利润的不断下滑。

最新数据显示,今年前三季度,探路者实现营收19.55亿元,较上年同期增长15%,归属于上市公司股东的净利润8122.68万元,较上年同期下降19.06%。业内认为,业绩下滑与探路者2014年收购的易游天下不无关系。

2014年,探路者以2.3亿元收购了易游天下74.56%股权,计划加码户外旅游市场。易游天下当初承诺2015年、2016年、2017年的营收分别不低于15亿元、40亿元和60亿元,净利目标为

2015年亏损不超过2500万元、2016年持平、2017年盈利6000万元。然而,实际情况却是,易游天下2015年度亏损2720万元,2016年持续亏损,净利亏损至3410万元。

北京商报记者走访时也发现,位于昌平区黄平路的一家易游天下门店已经悄然关闭,门窗上贴有“出租”字样的信息。附近商铺经营者表示,该门店经营时间很短,平时也很少有人光顾。

经历了两年的转型“阵痛”,探路者不得不寻求更多盈利点。在2016年年报中,探路者也表示,公司2017年调整战略发展节奏,业务重心回归户外用品主业,同时有效促进旅行服务和体育相关业务的健康发展,并加强各板块的业务协同及资源共享。

程伟雄表示,从严格意义上讲,探路者上市之后,没有把资源用在刀刃上,在最需要钻研主业的黄金时期去做了其他事情,没有抓住发展时机,也给了其他竞争品牌机会,因此业绩出现大幅下滑。

未来待检

北京商报记者走访发现,在上品折扣扣回龙观店,探路者品牌目前折扣力度较大,最低可达4折,而其他户外品牌的折扣最低为6折。而在永辉超市龙旗广场店外的探路者“会员答谢区”,长期销售探路者品牌打折产品,最低折扣低至2折。

北京商报记者询问店员得知,从今年开始,探路者加大了商品的打折促销

力度。探路者在今年半年报中表示,在营销渠道方面,公司继续优化线下渠道结构,报告期末,探路者品牌线下连锁经营店铺数量1353家,较2016年末1370家店铺数量略有下降,同时在聚集人群流量且更具消费体验的Shopping Mall等新型渠道中的店铺数量持续增加。此外,探路者还表示,将继续强化过季库存的消化出清,降低整体经营风险。

程伟雄表示,探路者一直是老面孔、老形象、老产品、老店铺,如果产品没有个性、没有差异、不够时尚、功能性也不如其他品牌,那么消费者为什么要买这样的产品。中国体育市场近几年蓬勃向上,在这个过程中,细分市场更要求品质化,但是探路者原来的定位太大众化,如果能够在个性化、时尚化、功能化上提高,同时在产品研发上再下点功夫,提高一下运营水平和运营能力,探路者在中国市场户外领域可以做得更好。

对于新任董事长兼总裁王静的实际业务能力,程伟雄持怀疑态度。他表示,近几年王静并没有参与实际业务,她能不能沉下心把业务做好,这要打个问号。王静的上任对正处于水深火热当中的探路者短期有一定帮助,但从长期来说起不到应有的作用。探路者回归主业需要花点时间。

对于新任董事长兼总裁上任后,公司将有哪些策略上的调整等问题,北京商报记者联系到探路者,但对方表示公司刚刚进行了调整,目前不方便接受采访。

北京商报记者 钱瑜 刘之爽