

补贴支撑业绩 太平鸟品牌目标遇阻

近日，太平鸟发布公告称，2019年公司计划实现营业收入88亿元，归属上市公司股东的净利润7亿元。尽管营利双增，但太平鸟2018年业绩却未能达到预期。其中，太平鸟归属净利润中约三成来源于政府补助。业内人士认为，太平鸟主业发展遭遇瓶颈，而外界帮助只能解一时之忧，并不能为其提供长期动力。未来，太平鸟想要在2030年前实现“中国时尚新生代的首选品牌”的战略目标，还有很长的路要走。

业绩未达预期

在最新披露的财报中，太平鸟2018年实现营业收入77.12亿元，同比增长7.78%；实现归属于母公司所有者的净利润为5.72亿元，同比增长27.51%。截至2018年12月31日，公司总资产66.38亿元，较年初增长7.24%，归属于母公司所有者权益为35.39亿元，较年初增长6.51%。

虽然太平鸟营收、净利润双双上涨，但是业绩却未能达到既定目标。在2017年全年财报中，太平鸟称，围绕公司战略目标与经营策略，拟定2018年实现营业收入84亿元，实现净利润6.5亿元。

由此可见，太平鸟距离原先预计的84亿元营收还差近7亿元，净利润则相差0.78亿元。虽然0.78亿元的差距并不明显，但北京商报记者梳理发现，如果没有政府补贴，太平鸟距离既定净利润目标则相差1/3左右。

渠道发展受限

业内人士认为，太平鸟在2018年发展略显力不从心，特别是渠道拓展受到了一定程度的限制，进而影响了业绩报表。

上述业内人士提出的“渠道拓展受限”，在此次财报中也得到了印证。2018

得益于收到较高的政府补贴，太平鸟净利润差距大大缩减。在2018年财报中，太平鸟非经常性损益项目中政府补助约1.83亿元，同比增长43.48%。其中，计入其他收益的政府补助约1.21亿元，计入营业外收入的政府补助约6225.92万元。

纵观太平鸟近年来业绩也可看出，政府补助在公司归母净利润中的占比越来越高，已由2014年的7.83%增加至2018年的32%。而在2017年，服装纺织行业平均政府补助金额约0.54亿元，太平鸟则收到政府补贴1.28亿元，在同业36家上市公司中位列前三。

年初，太平鸟表示，将在当年拓店600家左右。不过，至2018年末，太平鸟店铺总数为4594家，较年初仅增长343家。

与此同时，北京商报记者走访市场时也发现，位于北京太阳宫凯德茂购物中心的太平鸟即将关店，对于关店原因，店员并未回复。

不过，太平鸟在近期股东大会上指出，2018年，公司采取稳健谨慎的线下渠道策略，更加关注新拓展店铺的运营效益，将店铺拓展重心向购物中心转移，并加速奥特莱斯渠道布局。

针对加码奥莱店铺的原因，北京商报记者采访了太平鸟，但截至发稿，对方并未予以官方回复。数据显示，在2017年，太平鸟的奥莱店铺占比为零，而在2018年，太平鸟奥莱店铺占比达到2.69%。有分析师调研发现，2018年，太平鸟百货、购物中心、街店、奥莱、电商零售额占比分别为30.94%、30.11%、15.19%、2.69%、21.07%，其中购物中心和奥莱的零售额分别增20%、70%。

在时尚产业投资人、优意国际CEO杨大筠看来，太平鸟谨慎扩店主要是受市场环境影响，如果为了扩店而扩店，会直接影响企业的利润，进而体现在财务报表上。而加码奥莱店铺则表明，像太平鸟、拉夏贝尔等时尚女装品牌，受到库存的影响正日益凸显。

“一般奥莱渠道主要是为品牌清理

库存的，因为在奥莱购物的消费者对价格较为敏感。”业内人士指出：“太平鸟存货周转天数为184天，太平鸟对于库存的管控仍需要拓展渠道来解决。”上述业内人士进一步说明。

11年后谁是时尚王

无论是加码奥莱渠道，还是收到政府高额补贴，这都源于太平鸟希望在2030年前实现“中国时尚新生代的首选品牌”战略目标。

距离2030年还有11年，太平鸟能否占据“中国时尚新生代的首选品牌”仍有待时间考验。

在国内市场上，太平鸟除了要与Zara、H&M、Gap等国际品牌争夺市场，还已与拉夏贝尔等国内品牌形成了竞争。

4月13日，太平鸟公告显示，2019年，太平鸟计划营业收入88亿元，归属上市公司股东的净利润7亿元。这意味着，太平鸟营收将比2011年的翻近5倍，而归属净利润将翻7.6倍。

杨大筠认为，太平鸟想要实现“中国时尚新生代的首选品牌”战略目标，不仅要提高产品内容和附加值，建立起在消费者心目中潮流导向风向标，并且需要加强软实力方面的竞争，毕竟在下一阶段的产品竞争，依靠的绝不仅仅是硬性条件。**北京日报记者 蓝朝晖 白杨**

2019艺势峰会 第四届艺术市场价值榜颁奖盛典

2019 / 4/18 18:30 北京新闻大厦·长安发布厅

北京东城区建国门内大街26号

- 主办单位
北京商报社 北京拍卖行业协会
- 支持单位
中国拍卖行业协会 中国经济传媒协会
中国收藏家协会 全国工商联民间文物艺术品商会