

太平鸟闯进运动圈

9月15日,北京商报记者了解到,太平鸟已经发售2022年秋冬运动时装,正式涉足运动时装领域。当疯狂联名、月推新品不能再让其实现逆势增长,上半年净利下滑近七成的太平鸟需要寻找新的增长曲线。不过,运动服饰并非想做就做,需要在研发、营销、渠道以及管理等方面有足够的投入。在一众体育品牌加大研发投入的当下,太平鸟研发投入却出现18%下滑,业界不禁疑问,太平鸟想混运动圈能行吗?



扩充新品类

太平鸟本次推出的全新运动时装系列设计主题为“WE ARE PEACE CREW”,由两条产品支线组成: AIR×PEACE与SPCN,两条产品支线主打“年轻化”路线,目前已在各大线上官方渠道及线下渠道同步正式发售。

“服装领域中,运动类服饰整体表现优于行业”成为太平鸟进入运动圈最直接的原因。

确实,在休闲服饰业绩整体低迷的情况下,运动系品牌的发展较为突出。数据显示,2022年上半年,李宁实现营收124.09亿元,同比增长21.7%;净利润21.89亿元,同比增长11.6%。安踏营收259.7亿元,同比增长13.8%;净利润35.88亿元。特步营收56.84亿元,同比增长37.5%;净利润5.9亿元,同比增长38.4%。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒表示,

从行业来看,运动类服饰表现确实优于休闲服饰行业,这与中国消费者运动健身意识被激发,消费习惯发生变化有关。此外,阿迪达斯、耐克、安踏、李宁等国内外头部品牌的营销也起到了一定的作用,种种因素下,出现运动类服饰这个细分领域表现优于行业的现象。

对于进入运动服装领域,太平鸟有着自己的打算——希望自己的品牌能够成为区别于传统运动风格的品牌。传统运动时装早已不能满足年轻人关于“运动”概念转变的需求,因此新系列希望探索能够适合多种场合的轻运动服饰,尝试在时尚和运动中达到平衡。”太平鸟方面表示。

公开资料显示,目前太平鸟旗下拥有太平鸟女装、太平鸟男装、乐町少女装、Mini Peace童装、MG物质女孩女装、COPPOLELLA、贝甜童装等多个品牌。在伍岱麒看来,太平鸟推出运动时尚系列产品,能在一定程度上扩充品类,并吸引新的消费人群,但同时也会模糊原有品牌风格。

频繁联名

其实,在过去几年休闲服饰整体低迷的情况下,太平鸟可以算是一个“异类”。

根据财报显示,2021年,曾经A+H股双重地位上市的拉夏贝尔亏损8.21亿元,净资产为负值,触及退市条件;不走寻常路的快时尚品牌美邦服饰在这一年亏损4.69亿元;同为休闲服饰的搜于特亏损34.1亿元;慕尚集团亏损8968万元……

反观太平鸟,却成为为数不多逆势增长的企业,甚至在这一年突破百亿营收大关。2021年,太平鸟营收为109亿元,同比增长16.34%,净利润达6.77亿元。

这种财务数据上的反差被业界认为是太平鸟多年来不断与潮流、潮IP联名,推新所致。据不完全统计,2020年全年,太平鸟共推出了50余款IP联名系列,以每月近5个联名款的速度推出新品,联名品牌既有新国潮,也有动漫影视大IP,包含飞跃、红双

喜、大理石日志、火影忍者、虚拟偶像洛天依等品牌。此外,据投研平台隐马数研监测,2020年6-8月,太平鸟女装天猫旗舰店显示店铺月均上新超过1740款,在售SKU均值超过6000个。

产品上不断联名推新之外,太平鸟在营销上也下大手笔。据了解,太平鸟斥资聘请当红流量偶像王一博、欧阳娜娜、白敬亭、虞书欣等作为品牌代言人。

然而,不论是疯狂联名还是月推千款新品,抑或是借助当红偶像营销,都没能成为太平鸟业绩持续增长的“良策”。2022年上半年太平鸟营收41.97亿元,同比下滑16.31%;净利润1.33亿元,同比下滑68%。

针对业绩的大幅下滑,太平鸟将原因归结为疫情影响。在鞋服行业独立分析师程伟雄看来,作为快时尚品牌,太平鸟近几年的发展速度较快,在这种快速发展下,产品迭代、门店扩张、联名、代言营销等投入也逐渐增多,营销费用的居高不下,在很大程度上侵蚀了太平鸟的利润,使得其业绩出现下滑。

不过,也有业内人士表示,极度的快,导致太平鸟出现很多问题,譬如被指抄袭、轻研发、质量差等的质疑层出不穷,久而久之消费者不再买账。针对涉足运动时装服饰等相关问题,北京商报记者联系太平鸟,但截至发稿未收到回复。

研发投入下滑

随着双奥成功举办,全民运动话题深入人心,运动市场出现前所未有的繁荣。数据显示,2017-2021年,我国运动服饰市场规模从2215亿元增长到3871亿元,年均复合增长率达到14.98%。有机构预测,2022年市场规模将达到4384亿元。

市场大,竞争者也多。除外资耐克、阿迪达斯等品牌的加紧布局外,国产品牌李宁、安踏等也都在不断抢占市场。有数据显示,2021年我国运动服饰市场中,耐克依旧占据运动品牌榜首,市场份额为25.2%;安踏、阿迪达斯、李宁、Skechers、特步分别以16.2%、14.8%、8.2%、6.6%、4.4%的比例紧随其后。前十市场份额合计83.5%。

伍岱麒表示,太平鸟作为传统时尚服饰,入局运动时尚领域,虽有一定优势,但劣势也相当明显。太平鸟的知名度、连锁门店网络、线上电商都是其优势,但在新领域其面临强大的竞争对手,而且如果不是采用新品牌建网络,而是在原有门店加入新产品线的话,是否会弱化、模糊原来连锁门店风格,从而进一步导致原品类销量下滑,也未可知。

“就运动服饰而言,其专业度相当高,在设计、布料等方面需要很多研究投入,才有可能做成原创时尚及引领消费需求,因此对于太平鸟而言,进入新领域还是需加大研发投入。”伍岱麒补充道。

值得一提的是,太平鸟近两年在研发上的投入并不亮眼。2020年,太平鸟研发投入占营收比例只有1.24%,而同时期,森马服饰的研发投入为1.92%,李宁、安踏则分别为2.2%和2.5%。与此同时,在2022年上半年,太平鸟研发投入5564.99万元,下滑18.7%。如此背景之下,对于太平鸟来说,运动圈真的那么好混吗?

程伟雄表示,太平鸟本身不是运动系出身,没有运动基因,而此番推出运动时装,意味着进入陌生环境,这需要整个团队不论是在研发、营销还是渠道、管理等方面均需做出高度的配合,现有团队、供应链是否匹配、市场能否接纳都是太平鸟所要面对的问题。

北京商报记者 郭秀娟 张君文 文并摄

研发为基创新为盾 国产基因测序设备龙头华大智造“破浪”前行

科创板上市

9月9日,作为拥有核心技术的基因测序仪龙头——华大智造,成功登陆科创板。值得一提的是,初登资本市场的华大智造反响不俗,其挂牌后涨幅一度达到22.34%,市值超400亿元。截至9月15日收盘,公司报收119.85元/股,市值超490亿元。

根据招股书,华大智造此次首发募集资金将投向智能制造及研发基地项目、基于半导体技术的基因测序仪及配套设备试剂研发生产项目、研发中心项目、营销服务中心建设项目、信息化系统建设项目、补充流动资金等项目。

而就在同一天,华大智造自主研发的、被誉为“超级生命计算机”的超高通量基因测序仪——DNB-SEQ-T7也共同参与“鸣锣开市”仪式。作为全球目前最高日通量的单机版基因测序仪,DNBSEQ-T7每天可以完成60个人的全基因组测序。

与上市仪式一同举行的,还有华大智造最新款基因测序仪DNBSEQ-G99的发布会。据介绍,中小通量基因测序仪DNBSEQ-G99是全球同等通量测序仪中速度最快的机型之一,数据产出速度快、质量高。据悉,该新品已有多家早期用户展开试用,将自2023年初起面向海外国家和地区的用户陆续开放预订。

公开资料显示,华大智造成立于2016年,专注于生命科学与生物技术领域,以仪器设备、试剂耗材等相关产品的研发、生产和销售为主要业务,主要产品及服务涵盖基因测序仪业务、实验室自动化业务、新业务三大板块。作为技术驱动型企业,华大智造凭借高超的自主研发及量产临床级测序仪的能力,和Illumina、Thermo Fisher两家高端制造商合计拥有超90%的全球市场份额,占据着基因测序产业链上游市场。

在国际市场占据相当重要地位的同时,从其业绩数据来看,华大智造近几年的发展同样可圈可点。

招股书显示,华大智造主营业务收入来源于仪器设备、试剂耗材的销售以及相关的配套服务。2019-2021年,其主营业务收入分别为10.83亿元、27.54亿元、38.97亿元,占营业收入的比例分别为99.23%、99.06%和99.19%。同时,其2022年1-6月的营业收入为23.61亿元,同比上升20.52%。

华大智造对外界表示,公司业绩的增长一方面受益于行业发展,基因测序行业快速发展和实验室自动



突破重重关卡,华大智造踏出一条属于自己的“中国智造”之路。9月9日,华大智造登陆上交所科创板,成为生命科技核心工具第一股。与此同时,华大智造也已与Illumina、Thermo Fisher等行业龙头齐名。

化设备应用领域扩展使得公司产品的需求大幅增加;另一方面得益于公司多年研发实力积累、管理能力提升和市场渠道的拓展。

发力研发

不可否认的是,华大智造成为行业龙头的背后,离不开其对于研发的看重。

招股书数据显示,2019-2021年,华大智造研发投入分别为3.43亿元、7亿元、6.08亿元,占营业收入比例分别为31.46%、25.19%和15.48%,远高于同行业水平。

与此同时,华大智造也在不断壮大自己的研发队伍。截至2021年12月31日,华大智造已拥有研发人员710人,占员工总数比例约35%,为其在基因测序、实验室自动化以及多组学等领域内提供了持续创新的源动力。

此外,截至2021年12月31日,华大智造业务布局遍布六大洲80多个国家和地区,在全球服务累计超过1300个用户,并已在全球多个国家和地区设立科研、

生产基地及培训与售后服务中心等。

在业内人士看来,对于高科技产业而言,研发投入非常重要,它是企业运行发展的基础、动力。当然,华大智造也明白这一道理。公司多年持续的高研发投入,是公司在与国际巨头竞争中取得相对比较优势的重要原因,也是公司未来维系长远竞争地位的重要保障;在多年研发投入的基础上,报告期内公司推出多款重磅产品,主营业务收入持续增长。”华大智造方面表示。

同时,华大智造也称,未来三年,在现有技术储备的基础上,公司将通过不断引进高端技术人才和先进仪器设备,加大对核心技术特别是主要产品的核心技术研发投入,提升技术研发水平,增强自主创新的能力。

推动国产替代

各行各业都会存在垄断的情况,对于华大智造而言,同样面临着这样的问题。

生命科学是当今最重要的前沿领域,而作为生命传承和调控的核心物质,基因在其中发挥着决定性作用。基因测序仪是生命科学研究和生命产业发展的决定性设备,作为读取和分析基因信息的核心工具,其为基因检测、基因编辑、基因合成等多领域的研究应用提供了底层支撑。但是,也正是如此重要的领域,长期以来,部分外国企业一直垄断着基因测序仪的研发和生产,其在测序仪研发领域拥有众多专利,并形成了严密的保护体系。而近年我国基因测序市场虽发展迅速,但在“重应用、轻研发”的倾向下,国内测序仪研发领域一度存在空白。

也正是在如此这般不利的发展背景下,华大智造出了一条名叫中国智造的发展之路。2013年之前,中国企业在这一市场尚处于萌芽阶段,2013年后,华大集团收购美国测序仪制造商CG公司,通过大量的研发投入,将原本极为昂贵且形如“黑铁塔”的大型测序仪原型机,变成了多款经济可靠、且拥有更高性能的桌面型设备。

数年来,经历了引进、消化、吸收、再创新的完整过程后,华大智造已成为全球三家能自主研发并量产临床高通量基因测序仪的企业之一。根据招股书信息,目前从全球市场来看,基因测序行业设备及试剂耗材提供商主要包括华大智造与Illumina、Thermo Fisher、Pacific Biosciences和Oxford Nanopore等,其中华大智造、Illumina和Thermo Fisher使用的高通量测序技术目前占据主要市场份额。

经长年积累,华大智造已建立自主可控的源头性核心技术体系,在基因测序领域已形成以“DNBSEQ测序技术”“规则阵列芯片技术”“测序仪光机电系统技术”等为代表的多项自主研发核心技术,并达到国际先进水平。借助强大技术,华大智造测序仪不仅能比肩美国同级产品,还在部分关键指标上有所领先,真正实现了“中国智造”,并打破了国外公司垄断。

与此同时,华大智造也获得了丰厚科研成果,实现了源头式专利布局,截至2021年底,华大智能及其子公司共拥有主要专利475项,其中境内专利217项,境外专利258项,具备强大技术壁垒。

国联证券在9月13日发布的最新研报中表示,华大智造是国内稀缺的具备测序仪自研自产能力的龙头企业,因其产品的复杂性和专利布局,有望超越的企业甚少。综合PS和DCF估值,给予公司目标价130.92元/股,对应23年PE为77倍,给予“买入”评级。