

沉寂的椰子 拖不起的阿迪达斯

重启销售

沉寂半年时间，阿迪达斯作出了自认为最恰当的决定。“阿迪达斯目前正计划逐步出售部分库存Yeezy鞋款，并将部分收益捐赠给慈善机构。”比约恩·古尔登在其年度股东大会上表示，“全数销毁鞋款不是解决办法，未来这部分库存商品的收益将捐献给公益组织。”

针对为什么不直接捐赠，阿迪达斯方面对外表示，是为了避免这些商品以迂回的方式再次进入市场。在阿迪达斯看来，这是最好的办法。关于更多细节内容，阿迪达斯相关负责人对北京商报记者表示：“目前还是以股东大会上全球CEO的表态为准。”

在鞋服行业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄看来，如果销毁或者无限期停售椰子鞋库存，对阿迪达斯的损失会很大。如今作出了出售捐赠的决定，也未尝不可。椰子鞋的销售与阿迪达斯业绩的好坏直接挂钩，如果拒绝销售，很大程度会影响阿迪达斯岌岌可危的业绩。

不可否认，当下的阿迪达斯是无法轻易抛弃12亿欧元椰子鞋库存的。

2022年，阿迪达斯营业利润下滑66%，四季度亏损7.24亿欧元；2023年一季度亏损3000万欧元。这是阿迪达斯的现状，也是其与侃爷终止合作，停售椰子鞋带来的最直观的后果。

根据公开报道，目前阿迪达斯Yeezy系列库存价值为12亿欧元，如果正常销售预计额外产生5亿欧元利润。在此前的发展中，Yeezy系列在阿迪达斯的业绩报告中占据了半壁江山的位置。2015年，凭借椰子鞋的火爆，阿迪达斯大中华区业绩凭借爆款刷新纪录，同比增长18%。2019年，Yeezy系列鞋销售

阿迪达斯是时候作出决定了。5月17日，据外媒报道，阿迪达斯首席执行官比约恩·古尔登(Bjorn Gulden)表示计划出售剩余椰子鞋库存，并将收益所得款项捐赠给慈善机构。消息一出，市场便有不同声音传出，椰子鞋骨灰级爱好者按捺不住入手的冲动，一些消费者则表示坚决不买。

对阿迪达斯来说，当下最重要的是不能无限期拖延椰子鞋库存不管，毕竟陷入亏损的阿迪达斯拖不起。但重启销售椰子鞋能不能解决当下阿迪达斯面临的问题，依然存在诸多不确定性。

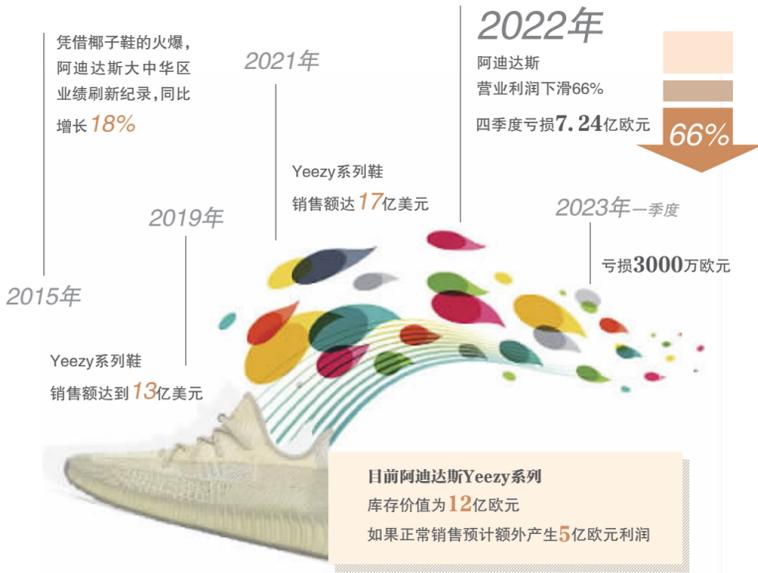
销售额达到13亿美元。2021年，Yeezy系列鞋销售额达17亿美元。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒表示，阿迪达斯重启销售的这种做法通过公益方式，意图令消费者愿意消费购买产品，尽快销售，对企业而言，能快速令存货变现，在一定程度上降低损失。

不缺市场

关于后期销售的价格、渠道等具体细节，阿迪达斯没有给出更多内容，但从二级市场看，Yeezy系列鞋不缺市场，这大概也是阿迪达斯敢于作出重启椰子鞋销售的重要原因之一。

小田近日在得物斥资1969元购买了



Yeezy boost 350 bone白冰淇淋款。“透气、舒服、踩屎感，一脚蹬方便”成为小田选择Yeezy的理由。包包则一直在等Yeezy boost 350 v2 Lundmark芝麻灰款。“这款和夏天最适配了，百搭也时尚。”2399元的价格对于包包而言有点贵，“这款太经典了，省省拿下也值了。买椰子鞋并不是冲着主理人去的，只是单纯款式好、脚感好。”

在得物平台，关于椰子鞋的推荐笔记达87.4万篇，多款椰子鞋付款人数超10万+，每款售价基本也都在千元以上，部分鞋款售价超2000元。“阿迪达斯停售椰子鞋后，只能通过得物购买了，有些款根本抢不到。”小峰抱怨道。

不过也有不少消费者表示：“没有主理人的品牌失去灵魂，不会购买，除非打折降价。”在程伟雄看来，椰子鞋不会因为设计师

主理人爆雷而改变鞋款本身的属性。椰子鞋很大程度上代表的是阿迪达斯的风格、品牌溢价。这也意味着阿迪达斯如果在市场有溢价空间，重启销售的椰子鞋也会有自己的溢价空间。

“如果库存产品继续销售，又基于企业已经提出终止合作与停产，那该产品在二手市场很有可能还有溢价空间，毕竟它又有了稀缺性。”伍岱麒说。

爆款未必长久

相较于有无溢价空间，阿迪达斯更在乎的是解决庞大数额的库存以及对业绩可能带来的缓解。在业内看来，椰子鞋库存问题的解决将使阿迪达斯能够专注于比约恩·古尔登

今年1月上任后启动的扭亏计划。今年1月1日上任的比约恩·古尔登曾表示，“2023年将是过渡之年，为2024年和2025年奠定基础。在减少库存和折扣的基础上，阿迪达斯为在2024年重回盈利做好准备”。

不过，在伍岱麒看来，原本椰子鞋销售占比大，停售对阿迪达斯整体营收影响较大。经过一系列负面消息停售后，椰子鞋的用户在一定程度上出现流失，此次重启销售未必能弥补其业绩。

或许是意识到上述情况，阿迪达斯也没有将全部的希望寄托在重启椰子鞋销售上。Yeezy主理人爆雷后，阿迪达斯就已经着手寻找替代品。今年初，阿迪达斯推出Samba、Gazelle、Spezial等鞋款，欲打造成继椰子鞋之后的另一爆款。从当前的发展来看，Samba的发展势头不小，除出现在王嘉尔、Jennie等明星的脚上。官方活动售价799元，在得物平台部分已经溢价到千元以上，虽然相较之前Yeezy鞋的溢价远远不足，但谁能想到这款鞋曾只卖200多元。

用寻找替代品的方式填补椰子鞋带来的影响，阿迪达斯有着自己的规划，并将中国作为未来发展的重要市场之一。比约恩·古尔登在一季度业绩电话会议上表示：“大中华区一季度业绩好于预期，我们对中国市场的中长期发展保持乐观。”据了解，在今后的发展中，阿迪达斯中国本土管理团队将有权决定哪些全球发售商品在大中华区上市。在将全球潮流单品带给本土消费者的同时，阿迪达斯还将继续加码中国创造、本土生产及缩短商品交付时间。

但在程伟雄看来，这样过度依赖某一两款爆款产品的发展战略并不可取。“即使造出爆款依然会面临着很大的挑战，运动品牌还是要将重心放在专业性上。”程伟雄说。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

抢鲜2023中国科幻大会

在这里，你可以走进异星表面，驾驶太空探测车辆，触达引力之外……5月17日，北京商报记者从2023中国科幻大会新闻发布会上了解到，以“科学梦想 创造未来”为主题的2023中国科幻大会将于5月29日-6月4日在石景山区首钢园举办。大会将通过四个方面共40场活动，以科技创新为路径激活北京市科幻产业发展之路。今年中国科幻大会首次纳入“中关村论坛”，成为国家级科技论坛平行论坛。通过中关村论坛的国际化平台，中国科幻大会将成为中国科幻产业发展新的起点，为中国科幻融入更多的前沿科技理念和创新科技元素。

科幻与产业的新融合

紧扣“科学梦想 创造未来”主题，2023中国科幻大会将“元宇宙”“京西科幻之城”特色融入活动，洞见“元宇宙”相关技术的发展未来与场景应用。

5月29日晚，首钢园1号高炉南广场将变身“平行世界入口”，借助竖屏及柔性巨幕，利用3D Mapping投影技术在1号高炉外立面及周边建筑打造全息光影。开幕式首次采取全息数字人主持方式，通过动作捕捉、三维建模、语音合成等突出展示数字人技术，打造集想象激发、智慧碰撞、科幻成果展示发布为一体的平台。

作为中国科幻大会的一大特色亮点，北京科幻嘉年华活动也将同期举办，主要包括科幻奇遇季、科幻电影展、科幻新技术新产品发布会、科幻之夜暨科幻“星球奖”颁奖典礼四大板块。其中，“科幻电影展”将首次举办科幻电影之夜活动，打造国内科幻电影首发平台，推介近期即将上映的优秀科幻影片。

“科幻之夜”永不落幕。科幻大会期间，在首钢园1号高炉每晚都会上演“科技冬奥”主题灯光秀。

“科幻奇遇季”将在首钢园11号馆举办，围绕数字生活体验高地和泛科幻产业体验两个主题，涵盖XR影视、科幻画、航空航天等多个领域，设立品牌日活动区，将于大会期间举办签约发布、舞台剧、项目路演等各类活动20余场。

“首都青少年科幻嘉年华”作为中国科幻

大会重要组成部分，同期将在首钢园和北京科学中心分别打造“首都青少年科幻教育空间”和“首都青少年科幻教育主题展区”。在中国科幻大会开幕式上，中国科普研究所和北京市科学技术协会也将联合发布《青少年科幻教育指南》。

中国科协科普部副部长庞晓东表示，本届大会突出科技界和科幻界人士的广泛参与和科幻与产业发展的创新融合。一是大力推动科幻产业与技术融合发展，充分利用中关村论坛平台优势，打造高层次科幻发展平台；二是动员各方各界协同发力，持续推进科幻创作和科幻影视繁荣发展；三是突出体验感和参与性，大力营造群众喜爱的科幻氛围。

形成产业集聚效应

科幻、科普、科技与产业协同发展，已经逐步发展为社会各界广泛关注的品牌型活动。中国科幻大会由中国科协发起，自2016年以来已连续举办六届。六年来，不断以会兴业、以会促产，积极搭建科幻领域交流互鉴、创想发展的综合型服务平台。

从2019年起，中国科协与北京市人民政府共同主办三届中国科幻大会。2020年，双方在中国科幻大会上签署了《促进北京科幻产业发展战略合作协议》，积极推进科幻联合体、科幻产业基金、科幻奖项等工作，研究科幻产业人才政策，聚焦首钢园科幻产业集聚区建设，并制定了《北京市促进石景山区科幻产业发展2022-2023年工作方案》，以推进北京市科幻产业发展。

本届大会策划11场高质量科幻论坛，旨在探讨行业发展热点，交流关键共性技术，形成产业集聚效应。

科幻产业新技术新产品展览也将在中关村科幻产业创新中心一层展厅展出。此次展览将围绕科幻产业发展的最新成就，以“飞向科幻未来”为主题，分为“元宇宙-交互穿梭-智元空域-漫步未来”四个核心板块，展示芯片算力、数字孪生、交互体验、智慧出行、人工智能、脑机交互、动作捕捉、虚拟拍摄等相关技术。届时将有超过46家科幻领域企业的新技术展示、20余个科幻IP氛围道具装置和互动装置部署，共计80余项展览展出。在带领观众“立足大地，仰望星空，以科幻想象力触达未来”的同时，也积极面向科幻企业，促进科技企业之间的对接交流。

此外，刘慈欣、王晋康大师工作室，中国移动咪咕、航天科工智能院、凌云光等70余家科幻、科技类企业相继落地科幻产业集聚区，1号高炉SoReal元宇宙乐园、服贸会10号馆元宇宙体验中心新空间也将逐步对外开放，初步构建起“内容创作+IP转化+影视特效制作+硬科技+沉浸式体验”的产业发展格局。

石景山区政府党组成员、副区长李文化表示，三年来，石景山区以中国科幻大会为平台，以科幻产业集聚区建设为抓手，以打造“京西科幻之城”为目标，注重市区联动，持续强化中国科幻大会IP落地运营。今天的石景山，正从“大会举办地”向“产业集聚地”转变，“中国科幻大会”已成为科幻产业发展的风向标，京西科幻之城加速崛起。

北京商报记者 白杨

罚款1335万 笑果无限期停演

笑果文化事件正在引发脱口秀行业巨震。

5月17日晚，北京朝阳警方通报：针对某文化公司演员李某某（男，31岁）在演出过程中出现严重侮辱人民军队的情节，造成恶劣社会影响的情况，公安机关已依法立案调查。

近日，因被指侮辱人民子弟兵，笑果文化脱口秀演员HOUSE(李昊石)陷入风口浪尖。5月15日下午，李昊石本人及笑果文化发文致歉。笑果文化在声明中称，演出当日对该演员进行了严肃的批评，并无限期停止其后续一切演艺工作。

5月17日，据北京市文旅局官方微信，5月15日，北京市文化市场综合执法总队接群众举报，决定对上海笑果文化传媒有限公司依法立案调查。经查实，该公司及其演员李昊石肆意篡改演出申报内容，在5月13日下午、晚上连续两场“笑果脱口秀”演出中出现严重侮辱人民军队的情节，造成恶劣社会影响。

该公司行为违反了《营业性演出管理条例》第二十五条、第二十六条规定。依据《营业性演出管理条例》第四十六条规定，北京市文化市场综合执法总队决定对该公司作出相应行政处罚：警告、没收违法所得1325381.6元、罚款13353816元。对涉案人员及其演出经纪机构和演出场所经营单位相关违规行为将进一步依法依规追究责任。北京市文化和旅游局决定无限期暂停涉事公司在京所有演出活动。

当天，上海市文娛领域综合整治领导小组办公室、上海市文化和旅游局第一时间同步约谈、严厉训诫涉事公司“笑果文化”负责人，责令其从即日起暂停在沪全部演出，立即开展内部管理整顿，配合做好立案后续处理。

上海市文化和旅游局要求“笑果文化”必须诚恳接受观众批评和媒体舆论监督，必须深刻反思此次事件教训，必须

举一反三立即整改，从内容审核、节目把关、演员管理和艺风艺德建设，以及提高脱口秀演员自身的政治修养、文化素养、价值涵养等多个角度，采取切实措施，坚决杜绝此类问题再次发生。

同时，中国演出行业协会也根据《演出行业演艺人员从业自律管理办法》，启动行业道德自律评议程序。经评议，决定对李昊石的违规行为进行严厉申斥，并根据《演出行业演艺人员从业自律管理办法》的规定，要求会员单位对其进行从业抵制。

据悉，上海笑笙文化传媒有限公司成立于2020年，是一家以从事广播、电视、电影和录音制作业为主的企业，企业注册资本200万元人民币，实缴资本200万元人民币，法定代表人为叶峰。该公司由上海笑果演艺集团有限公司100%控股。

5月17日，就北京市文旅局通报及HOUSE事件造成的恶劣社会影响，笑果文化回应北京商报社：诚恳地接受社会各界对我们的严厉批评，并再次深表歉意。将作出一系列措施进行整改，包括即刻解除涉事演员HOUSE劳动合同和艺人经纪合同；对公司高管团队和相关业务团队分别进行留职察看、降薪等处分；公司对全国各地所属线下演出业务立即进行全面整顿、学习，对于演出取消给已购票观众带来的影响，将妥善平稳地处理退票等相关事宜，接受观众的批评教育；公司梳理管理中的薄弱环节，建立有效务实的长效机制，确保公司有足够的能力管控风险、承担行业应尽职责；将搭建独立于演出业务之外的审核部门，配置专职监察人员，全流程、无死角把关；加快处理突发事件的响应速度，对违反法律法规和内部规章的相关责任人员做出及时的严格处理。

目前，笑果文化小程序上，所有演出已下架。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛