



更换LOGO,重塑品牌,走“90后”路线,李宁公司一系列的改变引人注目。这一切,都是为了品牌重塑。不过,订单下降、股价大跌、投行唱衰和减持,这些反应让李宁公司的形势不容乐观。作为中国最有实力的体育品牌,“李宁”重塑品牌、成为世界顶级运动品牌的梦想似乎还面临很多困难。

# 李宁品牌重塑遭遇困局

· 短讯 ·

## 新卡西欧EX-ZR100热力上市

在刚刚结束的卡西欧“魅力中国”摄影大奖赛中,新款卡西欧数码相机EX-ZR10大放异彩,它“操作简单”、“携带方便”、“创意空间无限”,虽然是“非专业相机,却具有很多优点”。EX-ZR10的高性能广受全国各省级摄影协会评委的赞誉。就在今年春季,卡西欧又将给摄影爱好者带来全新的惊喜,具有大广角、高倍率变焦,同时拥有0.37秒无间隔快门的EX-ZR100将全新的ZR系列,以其超越目前主流水平的强劲性能和独有的画质成像水平,创造焕然一新的卡西欧“Amazing Gear”时代。

## 第51届国际小姐中国大赛启动

2月18日,第51届国际小姐中国大赛启动仪式新闻发布会在北京歌华开元大酒店国际新闻大厅隆重举行。来自自主承办单位及时尚演艺界名流、大赛赞助单位、各分赛区代表、第50届国际小姐全球总决赛季军袁思怡及数百家新闻媒体代表等应邀出席了新闻发布会。大赛组委会宣布,第51届国际小姐中国大赛正式启动,同时任命美女歌手艾莉莎为第51届国际小姐大赛的推广大使。被誉为“选美奥林匹克”的“国际小姐世界大赛”是世界三大顶级赛事之一,始于1960年的美国加利福尼亚州长滩。

## 爱马仕培育“上下”品牌 抢滩市场

奢侈品牌爱马仕特意为中国新兴市场量身定制新品牌“上下”,以期充分吞食这块“肥肉”。然而在尚处于本土奢侈品品牌起步阶段的中国,完全由中国设计师团队设计并主打中国元素的“上下”能否被消费者接受,“上下”品牌能否安然地度过“培育期”,都还有待市场的考验。更为严峻的是,副牌的推出,也可能导致爱马仕全球顾客的流失。爱马仕的“反向创新”,目前展现在消费者面前的,仍是一个巨大的问号。

商报记者 刘妮丽/整理



### 品牌 | 直指“90后”受顾客抵制

从1990年到现在,李宁公司已经做了多年,但消费者却几乎没人能说得清楚李宁的品牌个性到底是什么。其实,这并不是李宁公司独有的问题。中国的体育用品公司几乎都对“品牌个性”缺乏系统的思考和解决方案。而且,由于赞助的运动项目过于复杂,没有树立耐克与篮球、阿迪达斯与足球之间那种牢固的联想关系,李宁公司的品牌形象依然很不清晰。

去年,李宁耗资巨大,改换LOGO标识和slogan,我们熟悉的“一切皆有可能”,也变成了“Make the Change”,目标直指“90后”。意欲抢先一步,占领未来的消费大军。半年的转换,李宁的收获并不很多。甚至有业内人士在微博中写道:“属于李宁的年代,过去了。”

为了配合“品牌重塑计划”,李宁公司选择频繁在各种媒体播出以“90后”为主题的广告,以贴近年轻消费群体。但同时也引发了“70后”和“80后”消费者的失落,不少人因此号

称抵制李宁。

### 对手 | 后起之秀风起云涌

从竞争的角度来看,李宁的现状也并不乐观。国内本土对手也都觊觎着李宁的市场份额。

与晋江品牌比较,李宁不具备产业集群的竞争优势,集群带来的是成本的降低以及资源的优化。耐克、阿迪达斯两家跨国巨头已经将它们的优势延伸到李宁最重要的二三线城市。

2010年12月底,非凡中国收购李宁30%股权案

没有通过审批,同时受2011年订单下降的影响,李宁的股票在香港大跌,至1月下旬,李宁市值一个月内蒸发50亿港元以上,与上升势头强劲的安踏差距加大。

安踏高层曾表示,目前二至四线城市的销售占安踏整体销售额超过八成,未来3-5年内,公司目标客户群仍将定位于中等偏下收入水平的中国大众,计划这期间超过耐克和阿迪达斯在中国市场的份额。361°、特步高层纷纷表示,其在二至四线城市的开店步伐不会放缓。

(下转D4版)

宣武天虹百货流行服饰 2.21 ☆ ▶ 3.3 ☆

天虹 RAINBOW 分享生活之美

# 最爱 全馆服饰 出清 3折起

## 百变女人 给力 清 3折起

### 促销活动精彩“聚”献

<b>KNOVA</b> 全场 1-4折	<b>INSUN</b> 全场 1-7折	<b>YINER</b> 部分 3-5折	<b>SHOW LONG</b> 部分 冬装99减60 春装99减20	<b>EACHWAY</b> 部分 5-7折	<b>J.DING</b> 部分 8.5折 VIP折上9折
<b>Slater Queen</b> 部分 99减60 99减50	<b>CHEAG</b> 一件6.8折 两件3.8折	<b>YINER</b> 春装99减20, VIP折上9折 冬装3-5折	<b>钻奇</b> 部分 99减60 VIP折上9折	<b>betu</b> 部分 3-5折	<b>OZZO</b> 部分 99减50 VIP折上9折
<b>GILLIVO</b> 大部分5折	<b>STACCATO</b> 冬靴5折起 部分299-499元	<b>adidas</b> 部分299-599元 1.5-6.5折 6折以上商品VIP折上9折	<b>Tata</b> 新款8.5折 休闲五/六/日VIP折上9折	<b>teamix</b> 全场3折起 6折以上商品VIP折上9折	<b>SENDA</b> 新款6折 VIP折上9.5折
<b>CNE</b> 部分359-559元: 4-5折 5折以上商品VIP折上9折	<b>COEY</b> 全场3-7折 VIP折上9.5折	<b>adidas</b> 部分 5-7折 新款1.00减20	<b>部分</b> 5折 1-3折	<b>lordco</b> 部分 6折:一口价	<b>伊泰莲娜</b> 除银饰全场99减60 VIP折上9折

**新春VIP回馈**

部分商品 **VIP折上9折**

**SALE 一层特卖**

- 2月25日-3月9日 罗莱 全场3-6折
- 2月25日-3月13日 曼妮芬 全场2-6折
- 2月25日-3月13日 伊维斯 全场2-6折
- 即日起-3月3日 赛瑞娜 一口价特卖

宣武天虹地址:北京市西城区广安门外大街168号朗琴国际大厦 400-610-8558 乘车线路:6、38、42、46、53、57、715、109、122、477、613。(达官营站)