



运动品牌纷陷“关店迷局”

长沙的“李宁们”都不好过,在为先前的激进扩张埋单

2月26日,长沙,阴有小雨。与天气相似的,还有星城各运动品牌门店的生意。

黄兴南路步行街胜道体育特卖场内,Kappa专柜正在洗货,店员称,“现有的商品卖光后,店子就将关闭了。”

不经意间,街头巷尾曾随处可见的运动品牌专卖店少了,数据统计,2012年平均每天有10家国产运动品牌门店关门歇业。电视里曾铺天盖地的运动品牌广告也少了,越来越多的运动品牌专卖店开始给自己灌上“工厂店”、“特价店”、“折扣店”的名号,似乎要用低价与折扣来吸引消费者。

此招果真奏效吗?“李宁们”未来的路究竟在何方?

■记者 朱蓉 实习生 龚兴

【调查】

运动品牌生意难做

黄兴南路步行街,共有3层的李宁品牌专卖店内顾客仅有不到10人。或许由于生意清淡,不少店员一边聊天一边等着生意上门。

无独有偶,离它不远处的安踏旗舰店日子似乎也不好过。当被问到生意情况,店员们直呼“生意不好做,公司亏很多”,也有店员表示,“去年这个时候许多新款都已上架,而今年的积货还有很多,要先卖掉才能赚回门面费。”同在步行街的安踏工厂店则2折起洗货。

整条步行街上,运动品牌似乎都在趁着开学季拼命促销。特步专卖店内不少过季的春夏装价格优惠甚至低到4折。“现在抓紧洗货,然后计划装修,在那之后才会将2013年的新货上架。”

位于步行街3楼的胜道体育特卖场内,销售的是各运动品牌的特价产品,Kappa专柜正在进行打折促销。“在将所有的商品卖光后,店子就将关闭了。这是公司高层的决定。”Kappa专柜的销售人员称。

动辄5折起跳的折扣线路是否为运动品牌带来了喜人的销售额呢?经记者调查,运动品牌的店员们均表示销售情况不太理想,平均每天的销售额在5至6千元,甚至有点“入不敷出”的味道。

【现象】

内外资品牌均现关店潮

运动品牌生意低迷并非湖南市场的特殊现象。据查,整个国内运动品牌市场就像得了“重感冒”,关店潮从去年一直蔓延到了今年。

2月18日,特步首席财务官何睿博公开表示,特步拟再关闭100至200家门店,主要集中在湖南及安徽等门店较多的地区。

对于湖南市场来说,这显然不是一个好消息。

事实上,不断关闭门店的运动品牌远不止特步一家。已公开的数据显示,2012年至今,包括李宁、中国动向(kappa)、安踏、361度、匹克以及特步在内的国产六大运动品牌累计关店数量已经超过3000家。这就意味着,国产运动品牌正以每天10家的速度递减。

一向“自视颇高”的外国品牌似乎也未幸免。德资品牌彪马也在日前公开了关店计划:2013年度继续实行削减开支和整改方案,这其中包括关闭国内90余家不盈利的店铺。据公开数据显示,彪马去年四季度的亏损额高达5680万美元。



2月26日,长沙市黄兴南路步行街安踏工厂店,所有商品2折起。 记者 朱蓉 摄

【探因】

为激进扩张埋单

对于运动品牌公司持续低迷的现象,业内分析人士普遍认为,关店潮与之前的激进扩张有关。2008年北京奥运会为中国注入了前所未有的运动激情,各运动品牌盲目扩张导致出货剧增;为了争取上市,许多公司不得不在短时间内增加店铺数量。

湖南商学院经济与贸易学院彭炳忠教授认为,运动品牌产品销售面过窄,大多受限于专业运动员比赛和年轻群体的运动相关产品。而从服装销售市场分析,休闲服装占据市场份额较大,导致了运动品牌能够生存的空间相对较小。

对于运动品牌如今面临的困境,彭炳忠认为,注意产品开发,加重日常生活类运动服装的开发,走差异化道路是运动品牌商可以考虑的方向。与此同时,在电商高速发展的时代,拓宽销售渠道,注意本品牌电商的发展,能够帮助运动品牌扩大市场销售渠道。

【外汇牌价】

| 外币 | 钞买价 | 外币 | 钞买价 |
|----|--------|----|--------|
| 英镑 | 911.55 | 日元 | 6.5325 |
| 港币 | 79.47 | 加元 | 586.3 |
| 美元 | 616.48 | 澳元 | 617.27 |
| 瑞郎 | 646.07 | 欧元 | 786.05 |

(截至2月26日18时,数据仅供参考)

中国銀行
BANK OF CHINA

外汇牌价由中国銀行湖南省分行友情提供
咨询电话: 0731-82580629
中国銀行网上银行提供个人结售汇业务

记者手记

过度膨胀的气球 总有一天会爆炸

国人似乎有点“爱凑热闹”,生意人也不例外。2008年奥运会前运动品牌如雨后春笋般涌出,产品重合度高、市场容量有限、新品牌推广难等对其今后发展带来负面影响的因素都被选择性地忽略了。

有市场,必须争到手,就算吃不到肉,至少要喝一口汤。除了较大品牌的门店扩张,各种山寨、“傍大款”的品牌更是屡见不鲜。过度膨胀的行业规模终于在5年后遇到了它的发展寒冬,运动品牌行业不得不纷纷“断臂以求自保”。而这场关店潮,何时是个尽头,暂时还看不到。

气球的容量始终有限,如若一味漫无目的地野蛮生长,带来的都将是整个行业毁灭性的打击。不求思变,盲目扩张,待到气球“砰”的一声炸开时,受伤的只有自己。

不禁想起曾随处可见的奶茶店,在风靡了一段时间后便纷纷关门歇业。沉寂后,一些有品牌形象的、有质量保证的、有产品营销的奶茶品牌又开始“重出江湖”。这一次,有人兼卖甜点,有人主营咖啡,有人还是做奶茶。差异化就出来了,“钱”景就明朗了。 ■记者 朱蓉

法国红酒代表之作 (GCF) 出品

法国太阳王
ROI SOLEIL
BORDEAUX

法国太阳王酒庄出品
法国太阳王酒庄出品

大中国区独家品牌运营商
加微热线: 400-000-1579
http://www.chinadingshu.com

宁波保瓯区鼎陆国际贸易有限公司
鼎陆国际名酒

湖南区域联系人杨总: 18874732277