

# 运动品牌转行“押宝”童装 是救赎还是绝路？



5月30日,长沙市中山亭附近,商场某品牌专柜正在展示今夏新款童装。 实习记者 李健 摄

## 专家观点

### 拓展市场还得找准目标

湖南商学院经济与贸易学院教授彭炳忠认为,运动品牌大量涌入童装市场,可能给原本不错的童装市场带去新的困境;而且运动品牌在童装设计上如果受限于“运动”元素,也将很难充分适应市场的实际需求。

他建议,如果运动品牌希望通过借助进入童装市场打开销路,就需要在质量和满足市场需求上多下功夫。“加大宣传力度,改变消费者对品牌既有的‘运动’印象,同时提升童装产品的舒适度、环保度和时尚度都是十分重要的。”

## 记者手记

### 关于救命稻草的困惑

聪明的商人不会坐着等死。继户外用品之后,童装市场成了运动品牌商人眼中的救命稻草。

转做童装,将自身的消费群体年龄限下移,乍看确实扩大了整个产品销售市场。然而,运动品牌如果一味将产品禁锢在“运动”的底线上,单调的颜色和设计必然难以博得年轻“潮爸潮妈”的欢心。纵然80后更舍得为自己的孩子花钱,纵然童装市场潜力巨大,但如果不改变路子,贴近市场,恐怕这块看着香甜的蛋糕将永远只是放在橱窗,不可及。

童装不是拯救运动品牌的最后一根救命稻草。显然,贴近市场,谋求产品转型才是。

■记者 朱蓉

去年以来,运动品牌的“下坡路”备受各方关注。尤其是年报发布以后,数据显示各品牌均出现不同程度的下滑。对运动品牌而言,虽是盛夏,尤像寒冬。

运动品牌的蓝海究竟在何方?有人将目光投向户外,更有人瞄准了国内巨大的童装市场以求突破。诚然,数据显示目前我国儿童超过2.22亿人,童装市场的诱惑力可想而知,但这条转型之路真的行得通吗?

■记者 朱蓉  
实习生 郗然

## 【现象】成人运动品牌扎堆开发童装

在长沙各大商场逛一圈,不难发现其中多了不少运动品牌的童装专柜。这其中,除了阿迪达斯、耐克等国际品牌,也不乏李宁、安踏等国内知名的运动品牌。此外,李宁甚至做起了婴幼儿服饰生意:与“Li-Ning Kids”不同,产品专门拥有“Li-Ning

Infant”商标。

这些运动品牌开发的童装产品通常也带有强烈的运动休闲风格,价格也紧随其成人系列。如一件阿迪达斯品牌的男童T恤,标价199元。记者粗略统计后发现,国内外运动品牌童装单件均价在150元至200元之间。

然而,记者在各大运动品牌的童装专柜或专卖店进行随机走访,发现其市场接受度并不高。虽然临近“六一”儿童节有不少折扣优惠,但相比迪士尼、Hello Kitty、安奈尔等专业童装品牌而言,生意还是显得冷清不少。

## 【分析】关店潮之后的“押宝”之举

运动品牌大规模进军童装市场,或许与近年来其主业不断下滑息息相关。2012年,国内外运动品牌在国内市场上的大规模关店潮集中爆发。公开数据显示,李宁专卖由2011年的8255家减少到2012年的6434家,减少1821家,而安踏则关闭了590家门店,特步也有86家关门歇

业。

早在关店潮之前,已有企业率先“试水”转做童装。2008年,“安踏儿童”诞生,安踏成为国内首家涉足儿童体育用品市场的运动品牌。2013年1月1日,“李宁儿童”开始正式归入旗下天津宽猫运作。李宁的这一举动引发业界纷纷猜测,认为其“巨亏20

亿后选择押宝童装市场”。

无独有偶,特步首席财务官何睿博曾在年初表示,2013年特步将继续关闭100家左右的门店,主要集中在湖南与安徽地区。而其相关负责人也曾向媒体透露,今年将继续开拓童装业务,计划在年内增开100至200家童装店。



更多商业资讯  
欢迎扫一扫

## 经济信息

### 国家节能补贴或到期退出 国美响应政策节能家电热销

家电节能补贴政策将于本月底结束,这掀起一股抢搭节能补贴末班车的高潮。作为国内最大的家电零售渠道,国美在节能家电销售领域内领先,成为推动节能家电普及的强有力。

#### 践行政策加速产品节能化

节能补贴政策是国家在全球家电市场需求相对低迷的背景下推出的内需刺激政策,也是国家为引导整个产业节能转型而推出的重要举措。在节能政策推广普及的过程中,为缩短补贴发放流程,激发消费者购买节能家电的热情,国美推出三重补贴,让消费者切实享受到节能补贴政策带来的优惠;同时,通过与厂家对接,对销售人员进行专业培训等方式,让节能产品的消费过程更为方便、快捷,加快产品普及推广。

从销售数据看,2012年国美节能产品销售占比已达

73%,作为国内最大的家电零售平台,国美通过不断创新经营举措加快节能产品普及推广进程,有效推动了家电业节能转型进程。

#### 构建产业节能供需链

为了持续推进节能补贴进程,今年3月,国美电器联合众多空调厂商举办了以健康、生态、责任为主题的2013中国空调消费趋势发布会。

业内专家认为,节能产品的普及不仅是产品推广,更是产业升级转型。节能补贴政策实施以来,国美积极响应国家政策,在价格战略、产品战略、渠道战略、服务战略支撑下,推动卖场产品结构升级引导整个家电的节能发展进程,为消费者提供健康、节能、低碳的优质产品。作为国内最大的家电零售渠道,国美无疑是节能补贴政策的有效落实者和节能环保进程的强有力推动力。

### 配件隐患频发 国美首推“安全·健康”配件改善消费者需求

“半夜睡觉的时候我被一声巨响惊醒,在家里查看了一圈,居然是厨房里的抽油烟机爆炸了。还好是在晚上,如果是白天做饭的时候发生爆炸,后果真是不堪设想。”谈及自己遭遇到的事故,消费者王女士还心惊胆战。经鉴定,内部劣质的连接器配件是导致这一事故发生的主要原因。

中国家用电器维修服务协会相关负责人表示,目前多数配件由安装企业解决。由于缺乏统一的标准,原本利润较低的安装企业为节约成本,就购买价钱便宜、质量难以保证的配件给用户安装;另一方面,消费者购买家电时往往只关注家电本身,一些外围零配件的质量却往往被忽略,影响消费者人身安全。

笔者了解到,鉴于缺乏安全标准,市场上销售的部

分产品所含的重金属超标,而重金属会通过皮肤接触进入人体产生伤害。部分配件品类即使有国家标准,但在市场流通中也有很多并不合格。为了让消费者放心购买配件产品,国美严格控制卖场中配件产品,率先参照欧盟RoHS标准参数来设立国美健康配件标准控制配件产品引进。目前,国美已经经营彩电、空调、手机、音响、电脑等十几种品类的几千款配件产品,其中超过90%产品都符合国美健康配件标准。

业内专家认为,国美推行“安全·健康”配件,充分彰显了以国美为首的家电零售业对未来行业价值观的重新定义和塑造,有望切实提升消费者需求。而伴随着消费者对商品服务质量的重视,连锁家电卖场或将陆续重新引入家电售后配件。

### 义乌小商品城 就要“搬到”湖南啦

本报5月30日讯 湖南的零售商们,“义乌小商品城”要来了。5月29日,义乌购B2R平台合众网上线发布会在北京举行。来自湖南的上云电子科技有限公司作为义乌购B2R平台合众网在湖南地区唯一的合作伙伴,签订了项目合作意向书,双方计划下一步在湖南成立合资公司,通过B2R电商模式,来建立湖南区域内的义乌小商品零售批发中心,通过共同选品,将义乌特色商品从厂家直接配送到区域仓库,再对湖南各地的零售终端市场供货,迅速拓展湖南区域市场渠道。

“现有的电商主要服务的是消费者,而义乌购合众网服务的是零售商,为湖南众多零售商提供价格便宜、质量有保障的义乌小商品,减少中间环节,能拉低小商品批发价30%左右,同时义乌购承诺售后服务,我认为大有可为。”湖南上云电子科技有限公司董事长彭伟桥说。据了解,义乌购今年还会在全国范围内新增5—10个大型智能仓储基地,2014年将拓展更多国内城市及海外市场。

■记者 杨迪