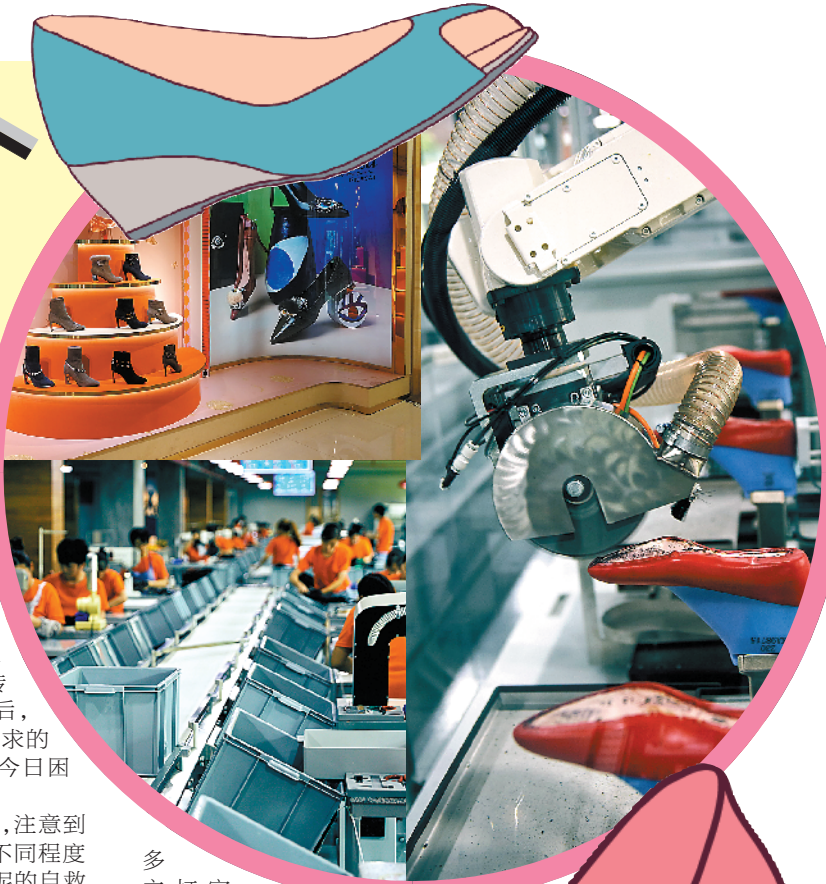




# 女人的鞋子越买越多？女鞋龙头为何接连巨亏？

文/图 羊城晚报记者 许悦



## 女鞋龙头接连巨亏

女鞋行业曾在2012年经历了迅速增长的红利期,据中国皮革协会估计,在国内市场上,每销售10双鞋中女鞋占6双,男鞋占3双,童鞋占1双。消费快速增长使得我国连续十多年成为全世界最大的女鞋消费市场。

但女人的钱并不是一直都这么好赚。去年被誉为“中国鞋王”的百丽国际,以57亿美元贱价收盘,市值较最高峰时缩水三分之二。

达芙妮则是从2015年就开启疯狂关店模式,数据显示,其2015年、2016年、2017年分别净关店805家、1030家以及1009家。羊城晚报记者查阅达芙妮日前发布的2018年第二季度未经审计之营运资料及2018年上半年盈利警告发现,截至2018年6月30日,达芙妮旗下门店数量降为3173家,而在2012年最鼎盛时期,其分店+鞋柜据点在全国高达6881家。在此次盈利警告中,达芙妮称,2018年上半年继续录得净亏损,亏损数额与2017年下半年相若。据财务数据显示,达芙妮2017年下半年巨亏5.247亿港元。这就意味着,达芙妮在进行一系列的调整、转型之后并未出现好转迹象。

记者注意到,同样遭遇业绩滑坡的传统女鞋品牌还有很多,曾经号称“中国鞋业第一股”的星期六去年巨亏3.52亿元,不仅赔掉了过去7年的总利润,而且公司也因为库存太多,不得不放血大甩卖。7月17日晚间,星期六披露一份战略合作公告,称正在计划剥离其鞋业相关资产。

## 传统鞋业拥抱新零售

为什么女人的鞋子越买越多,女

鞋龙头却一个接一个巨亏?国际管理咨询公司罗兰贝格的大中华区副总裁陈科认为,这源于近年来国内线上电商高速发展、新兴品牌侵占国内市场,以及消费趋势改变等原因。在传统女鞋行业巨头衰落的背后,缺少对消费者体验和用户需求的深入理解及快速反应,就是今日困局的根本原因。

羊城晚报记者调查发现,注意到市场变化的鞋业巨头,都在不同程度地做出变革与创新。如达芙妮的自救是在品牌转型升级中加入新零售概念,在提升线上线下协同发展的基础上,以网红、时尚博主等带动产品和品牌的影响力。但从近日披露的盈利警告来看,这一转型尚未奏效。

天创时尚同样主动拥抱新零售,但他们的战略规划却是升级“智造”。7日,天创时尚投资过千万元率先启动国内首条自动化智能生产线,服务于旗下主力品牌 KISSCAT,这条生产线将是国内第一次将工业机器人应用于时尚女鞋量产中。

## 争抢定制服务看谁更贴心

但升级“智造”并不是为了更多地量产,天创时尚副董事长李林告诉羊城晚报记者:“消费者的需求越来越个性化,女鞋企业要突围,未来必定是从批量生产向个性化制造转型。目前天创旗下另一品牌蝶蝶就已在部分门店实现了定制服务,可以为顾客免费测量脚形,根据数据测算出推荐的鞋型和鞋码,顾客可以挑选自己喜欢的跟形、皮料还有颜色。”

蝶蝶将这一业务称为“轻定制服务”,以区分传统的私人鞋履定制业务。目前一双真正意义上的私人定制鞋,整个周期大约需要3-4个月,很

多主制定制业务的高端鞋履品牌,产品售价都在万元以上。但蝶蝶的轻定制服务,并没有额外增加多少费用。

“定制的核心必须是数字化,只有借助自动化、智能化的手段,才能提高效率、降低成本,让产业链更好地应对快时尚的需求,实现市场期待的随选随产。”李林表示。

记者调查发现,同样看好定制市场的还有百丽,今年也开始试点推出鞋履定制服务。对此天创时尚董事、KISSCAT品牌事业部总经理王海海表示:“未来女鞋的需求只会多,不会少,用户参与鞋履设计也是大势所趋。对于定制服务,大家目前都在摸索,关键看谁做得更贴心。”



唐志顺 画

持与公司高管接连辞职又推波助澜。7月31日,公司公告,持有印纪传媒8415.2万股股份的股东张彬,因股票质押违约预计将在8月21日起的6个月内减持不超过1413.8万股,占本公司总股本比例为0.80%。而根据公告,肖文革还曾在1月与5月两次通过股权转让套利了24亿元。7月30日及8月9日,公告又显示,公司董事濮家富和吴凡相继因个人原因辞职。

从主营业务来说,这家曾凭借出品《军师联盟》等网剧去年上半年斩获净利润2.68亿元的企业今年业绩大幅下降,在其2018年半年报中,营收和净利润双双下降。其中净利润比去年同期下降了91.89%,营收则下降了近50%。

受上述“利空组合拳”影响,复牌7个跌停后,印纪传媒股价一直在低位徘徊。8月9日,公司股价收于3.79元/股,与复牌前的今年最高点14.8元相比,股价大跌了74%。

## 股价较今年最高点对跌74%

尽管公司声称上述股份被冻结事项“对公司生产经营不产生影响”,但近段时间的接连利空消息,让印纪传媒深陷泥潭。

今年2月份起,印纪传媒因“筹划重大资产重组”停牌,停牌了大半年,7月7日,公司公告,终止该资产重组计划,7月9日复牌,印纪传媒接连7个跌停。

在这样的风口浪尖之上,股东减

## 鹏华丰融今年以来回报 7.78%位列同类领先

过去一个月,A股市场延续震荡行情,债券型基金却表现突出。据了解,鹏华基金固收团队管理的多只债基今年以来表现都领跑同类。截至8月7日,鹏华丰融以7.78%的今年以来净值增长率在同类可比109只产品中领先,长期来看,该产品自2013年11月成立以来已取得40.01%的累计净值增长率和7.39%的年化平均收益率,短中长期表现优异。

除鹏华丰融以外,鹏华固收团队管理的其他多只债基表现都优异。

## 上投摩根寻找财富新动力

日前,上投摩根基金携手腾讯理财通在上海举办VIP私享会。上投摩根基金总经理章晓颖、副总经理孙芳,摩根资产管理副总裁、全球新兴市场及亚太股票团队投资专家卞策等一众大咖齐聚现场,畅谈新经济形式下的投资机遇。

虽然市场波动加大,但上投摩根旗下海外产品中长期表现依然亮丽。截至6月30日,上投摩根全球天然资源基金近两年收益近35%,近一年收益接近20%;上投摩根新兴市场基金近两年收益近40%,近一年收益达到14.51%。

## 流动性宽裕

羊城晚报记者 戴曼曼

# 银行理财收益率小幅下行

预计市场利率进一步走低,银行理财收益率或继续下行

“不比不知道,一比吓一跳,几乎同是180天左右的理财产品,现在比6月底时下降了0.1个百分点”,近日有广州市民黎小姐向羊城晚报记者咨询,为何近期银行理财产品的预期收益率感觉明显走低。融360监测的数据显示,7月27日-8月2日之间银行理财产品发行量共2075款,较上周减少了234款,平均收益率已经连续第6周下跌。分析人士认为,流动性充裕、货币市场利率继续下行是目前理财收益率逐渐走低的主要原因,预计接下来市场利率进一步走低,银行理财产品的收益率持续下降的概率较大。



图/视觉中国

## 收益率逼近36周新低

黎小姐告诉记者,今年6月底,她从广州市某银行购买的半年期的理财产品有4.8%左右的预期收益率,但上周咨询时,却发现同期限的产品预期收益率已经降至4.7%左右。黎女士表示,按预期收益计算,假设自己有10万元,6月底买理财产品,到期利息可能有2400元,但如果8月初买,收益还不到2350元。

为何同期限的产品,仅相隔不到一个月的时间,就已经相差0.1个百分点呢?事实上,理财产品收益率下降,不仅普通市民有感受,来自融360的监测数据也验证了这个趋势,数据显示,近期银行发行的理财产品价齐跌。以7月27日-8月2日这一周为例,银行理财产品发行量共2075款,较上周减少了234款,平均预期年化收益率为4.68%,较上周下降了0.04个百分点,连续6周下跌,更是创下了去年11月以来最低收益水平,即近36周新低。

“7月份流动性更加充裕,货币市场利率继续下行,这是导致

银行理财收益率下降的最主要原因”,融360理财分析师刘银平表示,从目前市场理财产品来看,股份制银行平均收益率4.82%居首,其次是城商行和农商行。

## 结构性存款发行回落

羊城晚报记者注意到,资管新规意见稿出台以来,银行理财产品发行也发生了一些变化。此前,3个月以内短期理财产品占比逐渐下降而且幅度较大。不过近期融360的数据显示,3个月以内产品占比趋稳,并且近两周均小幅上升。

与此同时,随着资管新规要求银行理财产品不再保本,结构性存款在上半年持续走红。不过近期,央行公布的最新金融机构信贷收支统计数据,今年6月末,结构性存款环比增速首次出现负值,有回落的趋势。

融360的最新监测数据也显示,7月27日-8月2日之间结构性存款发行量共53款,较上周减少了27款。刘银平表示,从数据方面分析来看,下半年以来结构性存款发行量上升趋势终止,并

且有回落的趋势。

## 银行理财收益率或再走低

不过,从网点反馈来看,普通投资者对于结构性理财感兴趣的热度不减。在东风东路的一家国有大行,理财经理向羊城晚报记者透露,近期咨询银行理财产品的客户明显增加。“尤其是近期部分债务违约的事件发生,大家都更加关注本金安全”,上述银行理财经理介绍,由于保本理财发行日益减少,目前前来咨询大额存单和结构性存款的市民数量都明显增多。

对于近期市场利率进一步下行,理财收益率逐渐走低,有业内人士建议市民可以货比三家选理财。从融360发布的数据来看,上周收益率排名前20的银行,广东有两家,分别为广东南粤银行和广州农商行,预期收益率分别为5.28%和5.07%,前者为城商行,后者为农商行。

刘银平预测,8月份市场流动性将保持充裕,市场利率很有可能进一步走低,接下来银行理财收益率持续小幅下降的概率比较大。

# 广州龙湖冠寓发展迅猛 两年要冲到长租公寓行业规模前三

长租公寓迎来政策风口,众多开发商开始布局这一行业,作为大型房企在长租公寓领域的先行者之一,自2016年下半年以来,龙湖冠寓已布局全国30余城,开业逾20000间房量,并提出了至2020年跻身行业规模前三,营收突破30亿元的目标,成为龙湖经营型收入重要的组成。龙湖冠寓品牌的快速发展,使得其业务布局轨迹和租赁运营模式,在业内具有一定代表性。广州龙湖冠寓总经理王赫威日前坦言,龙湖冠寓去年落地广州发展迅猛,这一样本,清晰地诠释了龙湖冠寓是如何构建规模、速度和利润的“战略三角”。

文/赵燕华,严艺文



广州龙湖冠寓总经理 王赫威

## 既要规模,也要速度

早在2016年下半年,龙湖集团就已经前瞻性地为集团未来发展做出长足思考,打造全新长租公寓品牌——冠寓,龙湖也成为国内房地产企业中率先做长租公寓的企业。

2017年初龙湖冠寓重庆首店开业,截至2018年6月底,已布局北京、上海、深圳、广州、杭州、成都、重庆、西安等全国30余个一、二线城市,房量逾20000间,多城房源将于下半年按计划入市。

龙湖冠寓进入广州,始于2017年,作为龙湖集团重点发展区域,集团对广州的发展提出了比较高的要求。截至目前,龙湖冠寓已在广州开业7家门店,2018年下半年,广州地区还会有近十个项目陆续开业,此外,还将深耕粤港澳大湾区,为这里更多的年轻人们带来全新升级的居住体验。

根据龙湖集团的目标,至2020年,冠寓业务将实现规模行业前三。

## 龙湖冠寓成功落地广州的秘诀

2017年,龙湖集团创立全新长租公寓业务冠寓,并将其提升为继地产开发、商业运营、物业服务后的全新主航道业务,四驾马车齐头并进。2018年初,龙湖集团提



出空间即服务战略,做人与空间的连接。冠寓背靠龙湖,打造未来综合租赁社区,贯通城市生活资源为租住人群所用。

目前,整个市场处于良性竞争状态,许多企业切入到市场中来。龙湖冠寓通过调研发现,“舒适”、“安全”、“便捷”、“以邻为友”等都是市场上年轻租客在租房时会关注的重点标签,而广州龙湖冠寓公共空间功能丰富、社群活动多元有趣、入住便利、安全私密,使其在市场上拥有独特的优势。

王赫威告诉笔者,龙湖冠寓在进入广州区域前,针对广州的城市发展、年轻人生活习惯等方面进行了充分的调研。广州,作为全球引领型城市,拥有巨大的发展潜力,高层次创新创业人才集聚,同时也是外籍人才至具吸引力的就业城市。此外,80至00后年轻群体,在居住需求上呈现出“追求高品质的生活,同时也看重社区配套服务、社交功能”等独特性,对居住环境以及其附加功能提出更高要求。除了全面的市场调研,广州龙湖冠寓在公区、门店包装等方面,也会结合广州地区的特色引入手绘骑楼、“老广”情怀品牌等切近本土文化的主题。

为了配合城市更新与人才安居,2018年5月25日,龙湖冠寓在包含“北、上、广、深”在内的全国17座城市同步开启第二届“雏鹰计划”,为高校毕业生“实习求职、租房”双助力。广州龙湖冠寓也针对高校毕业生租房提供专项折扣等一系列优惠措施,满足高校毕业生的租房需求,缓解毕业生租房压力,承担起大力辅助地区人才引进与安居的企业社会使命。

## 龙湖的资产运营之道

龙湖冠寓表示,至2020年,目标跻身

行业规模前三,达到30亿元营收收入。

龙湖集团作为千亿级的品牌房地产开发企业,率先将长租公寓作为主航道业务进行投资和布局,这不仅在一定程度上为冠寓提供品牌背书,更为长租公寓业务的开拓与发展提供强有力的资金后盾。

2017年12月,龙湖集团成功率先获批全国住房租赁专项公司债券50亿,并于今年3月份成功发行30亿元五年期,融资渠道进一步拓宽;6月份,龙湖集团与新加坡政府投资公司设立长租公寓投资平台,首期投资额10亿美元;7月份,龙湖集团与加拿大养老基金投资公司设立长租公寓投资平台,首期投资额8.17亿美元,均用于投资位于中国一线和核心二线城市的长租公寓项目。

“在面对这个市场时,龙湖确实在用心地做,我们有坚定做好长租公寓业务的决心。”王赫威认为,正因为龙湖集团的支持,广州龙湖冠寓让客户获得了更多的优惠及体验,正如此前提到的“雏鹰计划”便是在普惠政策下针对应届毕业生的专项优惠活动。“对于广州龙湖冠寓而言,龙湖集团的品牌背书、资源汇聚是对我们最有力的支持。”

在拓展上,冠寓一直是“轻、中、重”三大模式并举。轻资产定义为纯品牌和运营的输出与管理,中资产是10年以上长期租赁经营、股权合作等方式,重资产即传统意义上对于优质物业的收购、并购以及开发运营。

龙湖冠寓希望,能在“轻、中、重”三大模式并举的模式下,更加匹配市场各类物业项目,亦希望,通过三种更为灵活的模式,寻找优质资源及合作伙伴,携手共同推进长租公寓的业务发展。