

ST 贵人退市，“贵人鸟”已飞走

青岛财经日报/首页新闻讯 贵人鸟股份有限公司(简称“贵人鸟”)退市已成定局。经历重组,剥离原来的主业,但老牌运动鞋服贵人鸟却依旧难逃退市的命运。

ST 贵人 3 月 11 日晚间公告,2 月 1 日至 3 月 7 日,公司股票连续 20 个交易日的每日股票收盘价均低于 1 元,公司股票已经触及终止上市条件,上交所对公司股票作出终止上市决定。实际上,在这样的遭遇之前,贵人鸟已经麻烦不断。

重组后依旧“一地鸡毛”

提及 ST 贵人,人们也许会陌生,但一提“贵人鸟”,许多人便会有些印象。贵人鸟的创始人林天福,他上世纪 80 年代开始从事运动鞋贴牌代工。2002 年林天福在泉州晋江成立了自己的运动品牌贵人鸟。2004 年,贵人鸟股份有限公司正式成立。

值得注意的是,晋江也是如鸿星尔克、特步等运动品牌的发家地。和这些大家熟悉的品牌一样,贵人鸟的发展策略也类似,依赖于“明星代言+广告轰炸”策略。2007 年起,贵人鸟合作的明星艺人包括刘德华、张柏芝和林志玲等,它还植入湖南卫视《快乐男声》、东方卫视《我型我秀》等综艺节目。

2009 年至 2011 年可以说是贵人鸟的巅峰期,门店数量由 1847 家激增到 5000 多家。

从 2012 年开始,服饰纺织行业的库存危机持续。在这波行业低迷大环境的影响之下,面对动荡,同为竞争对手的安踏开始改革,从“品牌批发”走向“品牌零售”,在行业内较早走出库存压力,而李宁在协助经销商清理库存之外也在优化渠道布局。

2014 年,贵人鸟成功登陆上交所。上市之后,贵人鸟为自己谋划的路径是泛体育产业的资本布局。而这也是被外界认为其走下坡路的开始。

2016 年至 2017 年,贵人鸟先后出资 3.83 亿元收购体育运动产品零售商杰之行 50.01%的股权;出资 1 亿元增资游戏公司星友科技;斥资 7.5 亿元收购名鞋库;出资 6500 万元,合作设立享安保险,布局体育保险领域。此外,还计划斥资 27 亿元收购威康健身,不过最后未果。

2018 年它遭遇上市以来的首亏,亏损达到近 7 亿元。财报显示,2018—2020 年,公司分别净亏损

6.86 亿元、10.96 亿元及 3.82 亿元。公司创始人林天福也从泉州首富变成了被限制高消费的对象。涉及到上市公司方面,由于公司业绩连年亏损,也因此戴上了 ST 的帽子。而此时,本土同行的李宁 2020 年营收 144.57 亿元,实现净利润 16.98 亿元,安踏收入实现 355.12 亿元,净利润为 51.62 亿元。

2021 年 3 月,贵人鸟公开招募和遴选重整投资人,在报名期内,黑龙江泰富金谷网络科技有限公司是唯一报名者。泰富金谷是李志华麾下的公司,李志华被称为“东北粮食大亨”,旗下有多家农业相关的公司。2021 年 7 月,泰富金谷斥资 4.2 亿元获得 ST 贵人 20.36%的股份,这也使得后者在当年完成司法重整避免了退市。2022 年 7 月,林天福持有的贵人鸟集团(香港)有限公司的股权因司法拍卖大幅度下降,泰富金谷成为控股股东,李志华成为公司实控人。次月,李志华取代林思萍(林天福之子)成为公司新任董事长。2023 年 12 月 22 日,林思萍因个人原因申请辞去公司董事、董事会薪酬与考核委员会委员职务,将不再担任公司其他职务。这也意味着林氏已失去对这家上市公司的掌控权。

在沦落至退市前,ST 贵人已不再是当初的贵人鸟。入主的东北粮食大亨李志华没能力挽狂澜,重组后的公司依旧是一地鸡毛。2023 年 1 月初,ST 贵人披露 2022 年度业绩预告,称可实现净利润 7000 多万元,然而 2023 年 4 月份时,ST 贵人却公告更正,变成亏损 941 万元。2024 年 1 月,ST 贵人发布 2023 年年度业绩预亏公告,预计实现归母净利润为-48515 万元,扣非净利润为-49505 万元。

记者注意到,2021 年司法重整后,贵人鸟已将运动鞋的生产模式从“自主生产为主”调整为“外协加工采购模式”。

从门店情况来看,贵人鸟多少处于“摆烂”状态。截至 2023 年 6 月底,贵人鸟门店约 1500 家。大众点评显示,贵人鸟目前在广州还有 3 家门店,它们不在核心商圈,而是位于增城区、从化区。在淘宝、天猫等电商平台,贵人鸟品牌的运动鞋服依旧在销售。记者浏览贵人鸟天猫旗舰店发现,目前该品牌的运动鞋多集中在 100—200 元。

2023 年 10 月,公司决定将持有的“贵人鸟”品牌,以“独占许可使用”有偿授权给泉州荣顺鞋业有限公司,授权费用 100 万元/年,授权期限 10 年。授权使用期限自 2023 年 11 月 1 日起至 2033 年 10 月 31 日止。



债务未偿还 不得“一退了之”

今年 2 月,贵人鸟实际控制人李志华收到中国证监会下发的《立案告知书》,因涉嫌信息披露违法违规,根据相关法律法规,中国证监会决定对公司、李志华先生立案,目前正在立案调查过程中。

值得注意的是,另据贵人鸟公告,3 月 11 日收到上交所监管工作函,截至公告日,ST 贵人尚存在控股股东及董事增持计划未完成、实控人控制企业未向公司返还大额款项等事项。上交所要求 ST 贵人收到监管工作函后需立即披露。ST 贵人及全体董事、监事和高级管理人员要勤勉尽责,采取切实可行的有效措施督促控股股东及关联方、董事兼高管、原控股股东等相关主体履行相关承诺和义务,及时做好相关主体未按期履约的应对和救济预案,不得“一退了之”。

此前,ST 贵人曾公告,控股股东计划自 2023 年 5 月 4 日起 6 个月内增持上市公司股份,增持金额不低于 5000 万元,不超过 1 亿元,到期未完成后延长履行期限,截至 2024 年 3 月 4 日,控股股东仅增持金额约 2000 万元。该公司董事兼总经理高瑞计划自

2024 年 2 月 5 日起 12 个月内增持上市公司股份,增持金额不低于 3000 万元,不超过 6000 万元,而截至 2024 年 3 月 6 日,高瑞增持金额 415.25 万元。

上交所方面表示,前述增持义务不因公司股票终止上市而免除,请相关主体严格履行增持承诺,如逾期不履行承诺,将依规对相关责任人员予以严肃惩戒。同时,ST 贵人前期公告全资子公司收购实控人李志华控制企业的相关资产,交易作价 3.73 亿元,公司已支付 1.9 亿元。2024 年 1 月 16 日,经股东大会审议通过,子公司向公司关联方购买资产的方案已进行“售改租”调整,关联方和美泰富农业发展股份有限公司需于 2024 年 3 月 31 日前向子公司返还 1 亿元,于 5 月 31 日前返还 8525.22 万元。但截至目前,和美泰富已支付 1933 万元,尚有约 1.66 亿元未返还。

而就在此次退市公告前,贵人鸟 3 月 4 日公告显示,预计公司 2023 年年度实现归属于上市公司股东的净利润为-4.85 亿元,公司需要偿还的司法重整留债债务本息合计约 2.1 亿元。也就是说,这个昔日“运动品牌第一股”如果不想在退市之后彻底沦为时代的眼泪,需要在艰难的道路上迅速找到新的解决策略。

退市 7 年 “鞋王”百丽归来

► 相关新闻

在私有化 7 年之后,百丽时尚集团(下称“百丽”)再次向港交所递交 IPO 申请。

招股书显示,私有化后,百丽将由零售主导的组织架构转变为品牌主导的组织架构,更加重视品牌营销、产品研发方面的创新。目前百丽已成立一支品牌发展及形象创意(BIC)团队。截至 2023 年 11 月 30 日,集团创意团队拥有超过 800 名成员,包括设计师、产品研发人员及其他产品研发人员,并且创意团队主管平均拥有超过 19 年的行业经验。

私有化后的变化也体现在了财务数据上。招股书数据显示,截至 2023 年 11 月 30 日止的九个月,百丽营收和净利润均实现双位数增长,营收同比增长 12.8%至 161 亿元,净利润同比增长 92.7%至 21 亿元。同时,净利润率达到了 12.8%,是业绩期内最高水平。

值得关注的是,自有品牌支撑了百丽的大部分收入。招股书数据显示,业绩期内,按收入计算的前五大品牌均为百丽自有的鞋履品牌,约占总收入的 63%,其中 BELLE 为最畅销品牌,约占总收入的 28%。

多品牌驱动战略

也许你在不了解百丽的时候,就已经多次入手她们旗下的品牌;也许你在商场购买时尚鞋服时,已经无意识地走进过多家百丽的门店。

“百丽我没买过,但我是思加图的忠粉了,回购了好多年,它们好像是一家的吧。”“80 后”胡女士向记者表示,思加图、暇步士都是自己常买的,整体舒适度、时尚程度都不错,很适合上班穿。

近年来在创意团队的加持下,百丽旗下品牌出了不少爆款,如:百丽呼噜鞋、百思图与舞蹈家朱洁静联名的“舞者轻运动系列”等等,但整体来看在外观设计和品牌特色上仍有局限,尤其对于年轻消费者来说,缺乏新颖的产品。“00 后”的消费者思思就买过思加图的鞋子,但她并没有复购,她向记者表示,“鞋子质量还不错,但我觉得款式设计上还缺点特色,特别容易和别人撞款,也有人说是抄袭。”

根据招股书,目前百丽经营 19 个核心品牌的组合,由 12 个自有品牌及 7 个合作品牌(包括授权经营品牌及代理品牌)组成,覆盖女鞋、男鞋、童鞋、服装和配饰品类。BELLE(百丽)、STACCATO(思加图)、TATA(他她)都是百丽的自营品牌,Champion、Hush Puppies(暇步士)等知名品牌也是百丽代理的。

根据弗若斯特沙利文的资料,以 2022 年零售额计,百丽以 12.3%的市场份额位居中国时尚鞋履市场第一,而第二名的市场份额仅为 9.1%。业绩期内的每个“双 11”“6·18”购物节,按零售额计,天猫前十大畅销时尚女鞋品牌当中至少五个品牌一直来自百丽。

百丽也有意对其核心品牌的风格和价位进行规划和调整,即便是同一风格的旗下品牌,也进行了差异化运营。STACCATO 定位国际化,相对高端,BELLE 和 BASTO 则偏向中端和大众,价格更为亲民。根据淘宝旗舰店的数据,STACCATO 店铺鞋履的价格主要分布在 800—1000 元,BELLE 和 BASTO 鞋履的价格则分别集中于 400—600 元和 200—400 元的区间,向着大众时尚的方向进军。

收购、代理也是百丽扩充品牌矩阵的常规操作。百丽于 2018 年收购了高端女鞋品牌 73Hours。同样在百丽运营下的还有运动品牌 Champion,尽管关于 Champion 近来“业绩大跌”“正等待买家”的声音频频传出,但招股书上显示,Champion 品牌的收入在 2021 年超过人民币 10 亿元,且在业绩期内继续增加。Champion 披露的财报数据也显示,2023 财年第四季度,中国是 Champion 为数不多的营收增长的市场。

线上线下如何平衡?

事实上,自上次退市以来,百丽就开始了渠道层面的转型。招股书显示,广泛的全国门店网络以及全渠道能力是百丽的竞争优势之一。

截至 2023 年 11 月 30 日,百丽在中国共有 8361 家直营门店,遍布 31 个省份的 330 个城市以及香港和澳门。另一方面,线上渠道的加强是百丽转型的重点,目前集团已在天猫、京东及唯品会等主要电商平台以及抖音、小红书等社交媒体平台建立了广泛的影响力。截至 2023 年 11 月 30 日,线上渠道的收入贡献由 2017 年的不足 7%增加至 27.7%。

2016 年,百丽开始试水直播。2018 年,直播成为战略性业务。截至 2023 年 11 月 30 日,集团已与超过 120 名 KOL 合作,建立了约 275 人的内部直播团队,并设有超过 1000 平方米的专用直播工作室。2023 财年前三季度,百丽直播销售额占线上总销售额约 27%。

招股书显示,百丽已经实现线上及线下渠道的高度整合,绝大部分产品在每个渠道销售的价格均

相近。线上线下订单由同一库存系统完成,有时直接以线下门店的库存完成电商订单。

不过,仍有部分消费者反映,线上线下价格差别大。消费者小白表示:“同一款鞋,线下买要一千一左右,线上只要七百块钱还有赠品。线上旗舰店比线下便宜一到两百都是常有的事。”

而在线上渠道销售额大增的同时,百丽的线下直营店则出现了“闭店潮”和“搬店潮”。招股书显示,截至 2023 年 11 月 30 日,直营门店中鞋履门店占比 89%,共有 7444 家,而 2017 年直营门店中的鞋履门店数约为 1.3 万家,减少了 43%。

2017 年完成私有化之后,百丽逐渐减少百货商场门店,并在购物中心及奥特莱斯开设新门店。招股书数据显示,百货商场渠道对鞋履业务收入贡献由 2017 年的超过 70%降低至截至 2023 年 11 月末的不足 40%,业绩期内的余下线下收入则主要来自购物中心及奥特莱斯。2023 年,百丽共开设 515 家新门店,其中 391 家开设在购物中心及奥特莱斯等。

然而,平衡线上线下渠道并非易事。百丽在招股书中提到,如果集团无法优化及扩大线下零售网络及与主要线上销售渠道维持良好关系,其增长潜力及盈利能力可能会受到重大不利影响。

百丽在招股书中透露了未来的规划,包括拓展品牌组合和产品品类,发展品牌成长平台,强化领先地位;拓展升级全渠道销售网络,加深海外市场尤其是在东南亚和中东的渗透率;持续提升行业领先的垂直一体化价值链以及预测及迅速响应客户偏好的能力;继续推动数智化转型,提升效率。

供稿:《21 世纪经济报道》易佳颖/文

讲文明 树新风 公益广告



环境保护在心中 垃圾分类在手中