

鞋王挂靴 专攻粮道

放弃经营36年的主业，贵人鸟给了什么警示

“贵人鸟，无人可挡。”多年前，贵人鸟曾被视为“A股运动品牌第一股”，成为家喻户晓的运动品牌。多年后，贵人鸟再度引发网友热议，却是因为宣布将结束经营36年之久的运动鞋服业务，做大做强粮食业务。



1 决定不再卖鞋服了

近日，贵人鸟股份有限公司发布优化调整公司经营业务的公告称，拟优化调整公司经营业务：一是以粮食业务作为未来主要经营发展方向，协调公司各项资源和力量，优先、重点做大做强粮食业务；二是对运动鞋服业务进行优化调整，根据公司实际经营情况，通过包括但不限于授权许可、出售、租赁等方式进行“贵人鸟”“Prince”等品牌资产和其他各项运动鞋服相关资产的处置，并逐步退出运动鞋服业务。这意味着，贵人鸟未来将仅保留粮食业务和招商及代运营业务，结束经营了36年之久的运动鞋服业务。

贵人鸟表示，新的调整将有利于公司集中资源发展核心业务，解决公司资源、资金、管理等综合实力不足与不同业务发展需要之间的矛盾，是公司明确主业、聚焦主业、构筑核心竞争力和可持续发展能力的极其重要的举措，是公司长远健康发展的基础和核心所在。

公告显示，本次议案尚需提交公司2023年第三次临时股东大会审议。公司董事会将提请股东大会授权公司经营管理层处理与本次议案相关的具体事项。公告同时提醒投资者，本次优化调整经营业务，可能短期内会给公司带来业务收入下降、运动鞋服业务相关的资产管理及处置等方面的压力。

2 为何转向粮食业务？

对于贵人鸟进行业务调整的原因，公告解释说，将粮食业务作为公司的重点业务。而逐渐退出运动鞋服业务，则由于运动鞋服业务自司法重整以来收入下降、持续亏损。鉴于公司目前和未来面临的内外部机遇与挑战，为实现主业聚焦，切实提升公司核心竞争力和可持续发展能力，公司做出了上述决定。

面对经营困境，贵人鸟开始重整。2021年贵人鸟成功破产重组时，引入了黑龙江泰富金谷网络科技有限公司作为股东。后者主营业务为大米销售、粮食贸易、仓储加工等，其法定代表人李志华是东北的“粮食大亨”，名下有和美泰富等多家涉农企业。

背靠“粮食大亨”，贵人鸟开始布局涉农业务。2021年7月，贵人鸟注册登记了全资子公司上海米程莱贸易有限公司，米程莱的主营业务为食品经营，粮食收购。仅四个月，米程莱便实现营收2.5亿元，占比达17.31%，毛利率为11.1%，净利润1066.94万元。

因为“卖粮业务”，2022年4月，贵人鸟遭到上交所问询，问题包括公司开展农副产品贸易业务的主要考虑、未来经营战略是否发生调整，是否存在转型风险等。

贵人鸟回复称，根据重整计划的安排，公司未来2年仍面临着较大的偿债压力和较高的财务成本，长远目标仍为做大做强“贵人鸟”品牌，暂不存在转型风险。

2022年8月，贵人鸟易主，董事会选举李志华为公司董事长。加上贵人鸟对粮食产业的逐渐加码，以及“运动鞋服+粮食贸易”的双主业经营模式，外界不免产生泰富金谷“借壳上市”的猜测。

3 持续亏损业绩承压

由于服装市场竞争日趋激烈，贵人鸟近年来持续亏损，业绩承压严重。

2018年—2022年，ST贵人年归母净利润出现4次亏损，累计亏损超20亿元。其中，2018年—2020年分别净亏损6.86亿元、10.96亿元及3.82亿元，2022年净亏损941.37万元。2021年，公司因完成破产重整，确认债务重组收益12.22亿元，当年净利润实现扭亏为盈。

今年上半年，ST贵人仍处于亏损状态，归母净利润亏损达1814.46万元，同比亏损扩大，去年同期净亏损1737.5万元。

贵人鸟表示，由于运动鞋服行业发展变化，以及小众体育品牌的兴起，以“贵人鸟”为代表的中小运动鞋服品牌面临非

常大的发展压力。

根据欧睿数据统计，2021年，中国运动鞋服市场份额前五名分别是耐克中国、安踏、阿迪达斯中国、李宁与斯凯奇中国，份额分别为25.2%、16.2%、14.8%、8.2%与6.6%，合计占比超70%，呈现越发明显的头部集中格局。

贵人鸟表示，根据上述市场份额数据以及安踏、李宁公布的营业收入推算，2021年，公司“贵人鸟”品牌的市场占有率为0.28%—0.31%。

目前，“贵人鸟”品牌零售终端数量已从2019年的2358家下降至2023年上半年的1584家。

4 没落太快令人唏嘘

贵人鸟的转型决策给我们的启示也更加深远，随着互联网和电子商务的迅猛发展，传统的实体零售面临着巨大的冲击。消费者购买习惯的改变、线上线下融合的趋势等，都对传统鞋服企业造成了很大的挑战。传统企业如果不具备创新能力和变革意识，很容易被市场淘汰。

国内潮牌的崛起也对贵人鸟构成了巨大的挑战。这些新兴品牌如李宁、安踏等，通过与国内潮流文化的结合，打造出了一系列独特的产品和品牌形象。这些品牌在设计、质量和价格方面都有很大的优势，迅速吸引了年轻消费者的目光。贵人鸟在这方面也缺乏创新和独特性，使贵人鸟的竞争力更弱。

前段时间，李佳琦带货惹网友的风波持续发酵，部分国货纷纷赶潮进行营销，在直播间“疯狂整活”。

国货品牌使出浑身解数直播，甚至结成“联盟”，贡献了一个个经典名场面，蜂花和鸿星尔克联动，后者在抖音直播间用蜂花洗头，以自家鞋底搓头。

贵人鸟主播穿着鸿星尔克的衣服直播，边用蜂花洗头，边喝着汇源果汁。网友表示，不抬头看看直播间名，都不知道“我是谁我在哪儿”。

贵人鸟凭借此次“国货组团直播”迎来网友关注，而贵人鸟上次掀起网友热议还是在2021年。

纵深

曾经领跑为何突然“退赛”？

公开资料显示，贵人鸟股份有限公司成立于2004年，是一家老牌的国产运动厂商。2014年贵人鸟在A股上市，成为“A股运动品牌第一股”。上市一年后，贵人鸟股价最高达69.37元，市值突破400亿元，远超车李宁。

然而随着市场竞争的加剧，因经营不善，贵人鸟市值持续缩水。2020年9月，贵人鸟市值缩水超过96%，仅剩不足15亿元。同年，贵人鸟被债权人申请破产重整。重整后，贵人鸟尝试调整业务，2022年7月，贵人鸟以自有资金投资设立全资子公司上海米程莱贸易有限公司，发力粮食贸易业务，开启“运动鞋服+粮食贸易”的双主业经营模式。

但这并未止住贵人鸟的颓势。2022年，贵人鸟全年业绩由盈转亏，全年营收为21.08亿元，同比增长48.56%，净利润为-941.4万元，同比下降了102.61%。

2023年上半年，尽管贵人鸟总营收有所上涨，上涨9.75%到7.15亿元，但净亏损进一步扩大至1814.46万元。分业务来看，运动鞋服业务营收同比下降19.51%，为2.31亿元，成为贵人鸟三大业务中唯一负增长的业务。同时，该业务的在总营收的占比降至2.31%。另一方面，粮食业务则逐渐成为公司营收主要来源，营收同比增长43.51%，达3.42亿元。招商及代运营业务同比增长4.8%，为1.1亿元。

9月5日，贵人鸟发公告称，收到中国证券监督管理委员会福建监管局《行政监管措施决定书》。公告显示，今年1月19日，公司披露的2022年度业绩预告称，预计2022年实现归属于上市公司股东的净利润为7476.92万元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为15844.30万元。但在4月27日公布业绩预告更正公告，预计2022年净利润更正为亏损941.37万元，扣非净利润为6936.83万元。

基于上述信息，中国证券监督管理委员会福建监管局对贵人鸟、时任董事长李志华、总经理林思萍、财务总监周文凤采取出具警示函的行政监管措施。并要求ST贵人及上述人员应认真吸取教训，切实加强证券法律法规的学习，强化信息披露事务管理，严格履行信息披露义务。

据上海证券报、南方都市报、江瀚视野

