

报喜鸟暗投电子商务力拼 G PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/490/2021_2022__E6_8A_A5_E5_96_9C_E9_B8_9F_E6_c67_490405.htm 报喜鸟暗投电子商务力拼PPG：报喜鸟这个目前国内西装业排位第四的男装公司，正在试图改变渠道政策和产品结构 离开阿里巴巴的田健悄然投身另一家电子商务公司。对于报喜鸟集团董事长吴志泽来说，挖到这位曾统帅雅虎中国的互联网高手，成为报喜鸟试水B2C（Business To Customer，商业机构对消费者的电子商务）电子商务的一个寄托。田健现任上海宝鸟纺织科技有限公司（以下简称“宝鸟科技”）董事长。而这间由报喜鸟（002154.SZ）全资控股的电子商务公司，做的第一件事就是瞄准上海披披吉服饰有限公司（简称“PPG”）的模式，以BONO品牌进行男装网络直销。宝鸟科技成立一个月后，报喜鸟在国内IPO（首次公开募股）成功。这个目前国内西装业排位第四的男装公司，正在试图改变渠道政策和产品结构。报喜鸟董事会秘书方小波对《财经时报》慎言：“电子商务仅仅在试水，目前还看不出效果，但报喜鸟会关注各种业态的发展。”但宝鸟科技高层坦承，网络直销男装正是报喜鸟的一个重要战略行动。两个宝鸟在报喜鸟的关联公司中，“宝鸟”应是与其关系最密切的一个。按照其招股书的披露，早在1999年时，报喜鸟集团几个大股东，就合资成立了上海报喜鸟服饰有限公司，这间公司后来经过增资并更名为上海宝鸟服饰有限公司（以下简称“宝鸟服饰”）。此后，这间主要从事中高档男装商务受托加工的公司，因为业务与报喜鸟主业互有影响，原股东将80%股权出让给温州博睿明天

实业投资有限公司，另外20%股份现被报喜鸟持有。由于这层渊源，宝鸟服饰如今仍是报喜鸟最重要的业务合作伙伴之一。宝鸟服饰一直在利用其产能，为报喜鸟进行代工。宝鸟科技副总裁高峰告诉《财经时报》，宝鸟科技正是脱胎于宝鸟服饰，今年7月初成立，定位于针对普通消费者的电子商务，所使用的宝鸟以及BONO品牌，也是从宝鸟服饰延伸过来的。现今，宝鸟科技和宝鸟服饰同在一处办公，宝鸟科技在内部被称为宝鸟电子商务。高峰虽然不肯透露报喜鸟在其中的持股比例，但记者从其他渠道获知，宝鸟科技其实是报喜鸟的全资子公司。BONO即宝鸟的英文名，成为报喜鸟针对大众消费者的网络直销品牌。而原来的企业网站www.bono.com.cn，也被改版为B2C直销平台。“商务定制本身有一定的季节波动，宝鸟服饰之前产能并没有完全利用，直接面对消费者，对于产能的波动性能起到抑制作用。”高峰说。对产能的利用只是报喜鸟上市以后战略性考虑的一部分。实际上，报喜鸟正在进行渠道政策的调整，以及设法完善产品线。招股书显示，IPO募集资金的3781万元将被用来投资建设产能60万件的衬衣生产线，而此前，报喜鸟衬衣全部来自代工。宝鸟科技的网络直销以衬衣、男裤等产品为主。报喜鸟董秘方小波回答《财经时报》问题时表示，未来上市公司有可能与宝鸟科技直接进行业务合作，但目前对于该种业态还在观望中。剑指PPG几个月前，男装网络直销品牌PPG编写了一个电子商务的神话。这间公司从不开设任何线下的门店，只通过邮购和网络直销衬衫；从不生产任何衬衫，将生产和物流统统都外包出去。这样一间公司，能够实现年销售额十几亿元人民币。在宝鸟科技副总裁高峰看来，

男装销售的“电子商务”化大势不可逆转。这是因为男装用户群闲暇较少，而且男装标准化程度相对较高。但BONO显然不想走PPG的“轻公司”模式。“宝鸟科技实际上是一个产品型公司，而不是一个单纯的供应链公司。”提及宝鸟科技的业务模式，高峰对《财经时报》总结道。他介绍，大部分BONO产品都将由宝鸟服饰的生产线生产，宝鸟科技不仅仅承担销售，而且负责产品设计、开发和销售。目前，宝鸟科技已经招募了8个人的产品设计师团队。据了解，BONO将定位于中高端消费人群，这也是其区别PPG之处。其主力产品在200元左右价位，高端产品可以向上延伸至500元以上。

《财经时报》获知，一般男装定价以“倍率”为依据，例如，一件男装的主辅料和加工成本如果是100元，那么在传统渠道销售时，公司会以5.5倍至6.5倍定价，才能摊平相应成本，获得一定利润。但网络销售由于在流通环节可以减少50%至60%的费用，因此只需一半倍率，即2至3倍，就可以获得足够利润空间。也就是说，同类产品网络直销价格可以比门市低一倍左右。“网络直销提供给用户的应该不是物美价廉，而是物超所值。”高峰说。眼下，针对PPG已经形成的低价优势和消费号召力，BONO将开展名为“体验壹计划”活动来吸引人气，即从11月20日至12月31日期间，消费者将可以在每天两个时段内以“几乎白送”的一元价格，抢购到原价超过百元的男士衬衫、T恤、休闲裤等产品。“我们不会一直跟PPG进行价格战，体验活动结束后，BONO就会回归中高端的既有定位。”高峰说，根据服装生产经验，单件销售169元左右是目前直销衬衫行业的盈亏平衡点；从经营角度看，直销定价169元以上的产品，才能同时满足品质和盈利要

求。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com