

老树发新芽 晋江玩具产业稳步上升

本报记者 蔡明宣

“企业订单已经安排至2022年3月份。”“截至目前,我们的订单量已经超预期。”“安海玩具整体订单量相比去年同期增长了20%以上。”……即便在全球新冠肺炎疫情的影响下,近来晋江玩具仍然以过硬的品质、精细化的管理、高附加值的产品赢得了全球的订单。

01 企业订单排到明年3月

一走进泉州嘉利儿童用品有限公司,厂区内堆放着不少玩具辅料,泉州嘉利儿童用品有限公司总经理陈艺娟告诉记者,因为企业空间有限,仓库已经不够用了,所以他们临时搭盖了两个棚子存放周转物料。

放眼望去,一条条流水线上,工人们正在娴熟地组装着玩具车,目前车间正满负荷赶制订单。厂外,保安大叔一刻也不得闲,忙碌地指挥着来来往往的卡车。陈艺娟介绍,从去年疫情到现在,每天都是十来个货柜出货的状态,目前的订单已经安排到2022年3月份。

在仓库内,不少即将出货的产品摆放于此。充足的订单,忙碌的生产,让以往玩具行业的淡季也淡化了。据了解,2018年以来,嘉利儿童用品有限公司不断整合海外市场渠道、研发设计资源,取得了不错的成效。三年来,公司承接了不少新的客户订单,其中不乏世界500强企业的合作订单。这使得嘉利儿童用品有限公司不受疫情影响,订单逆势增长。

离嘉利厂区不远的力利玩具工人们也正在加班加点地赶货。

“截至目前,我们的订单量已经超过去年同期,其中欧美订单量稳中有升。”晋江力利玩具有限公司总经理许宾宾告诉记者,今年以来,安海玩具整体订单量还不错,像欧美体系的订单量都是稳中有升,有不少企业的订单量甚至翻倍;而其他市场,像俄罗斯、印度及东南亚等地区,疫情控制不是特别好,再加上线上渠道尚未成熟,整体的订单影响就比较大。

“鸿顺儿童今年的订单量也表现不错,不仅如此,鸿顺儿童一边扩大产能,另一边积极拓展新品类。”鸿顺儿童用品有限公司总经理颜海鸿介绍说,鸿顺儿童不再只做儿童写字板,顺应客户需求已经把品类拓展到儿童电子琴、儿童智能玩具等其他领域。

记者走访企业获悉,此番的订单增长,除了安海玩具原有的优势品类,如玩具车、跳舞毯、写字板、沙滩玩具等之外,万圣节、圣诞节等国外大节点玩具订单,也成为此次订单增长的关键点。“目前,安海有好几家企业专门做节庆玩具,订单量还比较大。”安海玩具公会秘书长许亚文说。

据海关总署数据显示,2021年第一季度我国玩具出口额为75.68亿美元,同比增加72.3%。预计今后一段时期,玩具出口还将呈现稳步上升态势。



本报记者 董严军 摄

02 将生意做成“手艺”

面对全球市场的不稳定性,晋江玩具却可以独善其身,并实现逆势上扬,其背后来自晋江玩具30多年产业沉淀,更源于企业的不断自我革新。正如不少业内人士所言,特殊时期,晋江玩具还是很扛事,可以保质保量给国外客户提升专业的服务。

生产流水线上,工人们正在赶制的是美国“黑色星期五”购物节的订单产品。陈艺娟介绍道,流水线上正在生产的订单产品,他们已经连续做了三年。每年的订单量都是2万多台。陈艺娟给记者举了一个例子,2万多台车,相当于100多个货柜。“我们做了三个月,一天就全部卖光了。往年我们‘黑色星期五’只有一个产品,今年有三个产品,超12万台。”

持续加单的背后,缘于嘉利儿童在玩具领域几十年的深耕与沉淀,更离不开嘉

利近年来的自我突破。2019年10月,嘉利儿童一行人前往美国沃尔玛总部与该公司就后续合作进行深入沟通与战略合作;并于同年12月在美国成立贸易公司,就近为沃尔玛提供物流、玩具车售后等后端服务。此外,嘉利儿童还花费重金在海外成立设计团队,一系列的强操作,让嘉利儿童无论在产品创新、售后服务等多个领域都拥有话语权,订单量连续两年实现倍增。

能扛事的安海玩具,除了能够不断自我革新外,在内部精细化管理上,也在不断优化与调整。

力利玩具对传统的订单模式进行了升级。许宾宾告诉记者,以往的业务模式很简单,全部按照客户的需求依单生产。订单稳定的时候,还可以有序地排单,可一旦订单量暴增或者遇到去年疫情客户临时不出单等情况,企业在生产层面就很容易陷入被动。

为了在有限的产能上实现多单并行

的方式,力利玩具对内部的产品进行了拆分。许宾宾介绍说,力利玩具会把产品分很多个基础部件,然后再根据不同的市场需求,让业务员综合组合,给客户进行推荐,相较以前,这种市场应对方案会更为灵活。此外,力利玩具还积极顺应现在的业务渠道模式,积极为国内外KA渠道的客户,专门成立部门,提供个性化的服务。

“国内外的线下渠道竞争都是比较厉害的,企业在保留原有渠道业务线的时候,应该积极布局KA渠道,以便于顺应渠道的变革,同时提升企业综合竞争力。”许宾宾说。

多年来,晋江玩具虽然永不止步,但比起后起之秀澄海,体量上还是有很大差距。然而,在许多人眼里,澄海像是分工明确、快速响应的狼群,而安海更像是慢步前行的大家,只是专注低头赶路,与其一味学习澄海,不如保持专注,将生意做成“手艺”。

贵人鸟欲“凤凰涅槃”

本报记者 柯雅雅

晋江市陈埭镇鞋都路上,贵人鸟股份有限公司(以下简称“贵人鸟”)总部外的露天广告牌格外显眼,它告诉着过往的路人以“凤凰涅槃”命名的2022年Q1Q2新品发布会暨产品订货会这几天(8月2日—6日)正在召开,当然“凤凰涅槃”的意义对于贵人鸟而言并不仅仅只是这场新品发布会。

从7月22日开始,证监会撤销了贵人鸟股票的退市风险警示,贵人鸟股票名称“*ST 贵人”变更为“ST 贵人”。

这是一个好消息。事实上,在7月初完成重整计划后的不到一个月时间内,贵人鸟动作频频:将总部从厦门观音山迁回晋江陈埭镇,贵人鸟实控人林天福的儿子林思萍接掌了企业,紧随其后,投资开展粮食贸易业务布局,砍掉生产线,注销部分分公司……

种种举措,似乎在向外界传递一个积极信号:尽管在过去两年多时间内,这家企业身上有着这样那样不太利好的传闻,但如今,完成重整之后的贵人鸟并不愿就此趴下,而是想更积极面对未来的挑战。对此,业界也有颇多期待。

从上市到重整

7月2日,泉州中院确认贵人鸟重整计划执行完毕。这对于贵人鸟而言,应该是这漫长3年里最好的消息。

2014年,贵人鸟在上交所登记上市,接下来的一两年时间里,贵人鸟受到了市场热捧,2015年,贵人鸟股价最高突破67元人民币,拿到最高400亿元人民币的市值。

事情在2018年起了变化。当年6月14日到6月25日,贵人鸟遭遇连续7个交易日跌停,总跌幅达到55%左右,市值蒸发约90亿元,2018年控股股东贵人鸟集团的股权质押率已经高达99%。随后一段时间里,市场上到处是贵人鸟开始抛售业务、投资标出手、债务逾期,少数股权被司法拍卖,大部分股权遭到冻结的各类消息。

而在业绩方面,从2018年到2021年第一季度,贵人鸟公司一直处于亏损状态:2018年亏损近7亿元,2019年亏损金额近11亿元,2020年有所缓和,但依然亏损近4亿元。与此同时,2020年8月、12月贵人鸟均申请破产重整。

曾经叱咤风云的贵人鸟将走向何方?彼时,业界对此有着诸多揣测。

2021年4月,贵人鸟公司重整公告,东北企业“泰

富金谷”及4名自然人,共计拿出7亿元参与此次的重整。其中“泰富金谷”出资4.17亿元,获得公司3.2亿股股份,持股比例超过两成。也因此,贵人鸟在今年7月顺利完成重整计划,“宣告破产”的一幕并未出现。

一名鞋服行业分析人士表示,贵人鸟上市之后的泛体育化资本运作,或许是将企业置于危险边缘的重要原因。2014年国务院46号文发布,体育产业的发展热情被迅速点燃,贵人鸟就是在这样的大背景下开始了一系列的收购,先后涉足投资、科技、足球经纪业务、体育保险、运动项目管理、健身等。

“贵人鸟上市后进行了多次大手笔的投资,希望借此布局泛体育产业,但目前来看,这些投资和泛体育产业上的探索并没有达到预期效果,反而让企业陷入了资金困局。”上述分析人士指出。

而对于此次重整,业界持谨慎态度的居多。“重整成功后的贵人鸟或许只是短暂地化解了公司债务危机,改善了公司资产负债结构。贵人鸟是否可以逐步恢复持续经营能力和盈利能力,重回良性发展轨道,是贵人鸟当下最为迫切需要解决的。”不愿具名的业界人士分析。

重整后的大刀阔斧

对于外界种种观点,贵人鸟近一个月来一个又一个的动作,或许可以看成是一种回应。

7月15日,贵人鸟在公告中对外着重讲了两件大事,一件是砍掉生产线,另一件是注销一批无实际经营业务的分公司。

砍掉生产线,意味着贵人鸟生产完全靠外,贵人鸟将其称之为“经营模式优化调整”。此前,贵人鸟运动鞋服产品以自

产为主,另有部分外协加工。按照公告,今后贵人鸟运动鞋服相关产品均采用外协加工采购模式,与生产相关的人员、业务大部分将不再保留,相关资产也将重新规划用途。

变革生产模式的同时,贵人鸟也把变革延伸到了内部管理。

拟注销除北京、厦门分公司以外的14家分公司,并由公司承接拟注销分公司的全部资产、债务及人员。这14家公司中,除2014年成立的贵人鸟股份泉州台商投资区分公司之外,其他13家均为2018年注册成立的。

此举,贵人鸟的目的也很简单,“为进一步优化公司内部管理机构,提高公司管理效率,降低经营管理成本”。

此前,贵人鸟在其重整计划中表示,

产为主,另有部分外协加工。按照公告,今后贵人鸟运动鞋服相关产品均采用外协加工采购模式,与生产相关的人员、业务大部分将不再保留,相关资产也将重新规划用途。

变革生产模式的同时,贵人鸟也把变革延伸到了内部管理。

拟注销除北京、厦门分公司以外的14家分公司,并由公司承接拟注销分公司的全部资产、债务及人员。这14家公司中,除2014年成立的贵人鸟股份泉州台商投资区分公司之外,其他13家均为2018年注册成立的。

此举,贵人鸟的目的也很简单,“为进一步优化公司内部管理机构,提高公司管理效率,降低经营管理成本”。

此前,贵人鸟在其重整计划中表示,

在重整投资人完成对贵人鸟的投资后,将聚焦运动鞋服的设计、研发、生产和销售等主营业务,通过注入资金流、梳理经营渠道,运营新品牌等改善贵人鸟生产经营情况。在优化销售渠道上,其指出要关闭亏损店铺,全面实行经销商代理模式等。由此可见,此次分公司关闭和其给出的“承诺”直接相关。

对这些痛下狠手的,是上任不久的公司董事长兼总经理林思萍:如今的贵人鸟,林思萍接过父亲林天福手中的“接力棒”,统管整个公司的品牌建设和运营管理;林天福则退到幕后,主管产品研发和供应链。

公开资料显示,林思萍是个海归,拥有美国堪萨斯大学金融学学士学位,2012年至2014年在瑞银证券有限责任公司投资银行部担任分析员。自2017年5月至2018年12月任公司董事,此后还任公司副总经理。

“未来两到三年的时间,一定要把公司失去的这些声誉重新再找回来。”林思萍在此前接受媒体采访时表示,贵人鸟会搬回晋江,回到最开始的地方。

重回主赛场

让贵人鸟重整成功的关键因素之一便是,重整投资人泰富金谷。

根据公开资料,泰富金谷并没有太多信息,只能看到成立日期是2019年。但是其关联企业和美泰富农业发展股份有限公司是一家大企业,成立时间是2013年,主要从事粮食贸易、仓储加工、粮食供应链大数据平台等,覆盖粮食产销全产业链,曾被评为“国家级农业产业化龙头企业”,泰富金谷是其子公司。

当知道重整投资人身份时,业界的质疑声一片,泰富金谷其实和贵人鸟的主营业务完全不匹配,毕竟粮食和鞋服是两码事,哪怕是贵人鸟之前的投资也没有一项是跟粮食相关的。

而在重整成功的同一时间,贵人鸟就对外发布,拟以自有资金5000万元,设立全资子公司上海米程莱贸易有限公司,除了从事运动鞋服销售外,还增加了粮食贸易和食品经营业务。

从业务属性而言,这家全资子公司更像是为泰富金谷量身定做的。

值得注意的是,从股权结构来看,泰富金谷持有贵人鸟20.36%股权,另外4名自然人重整投资人合计持股比例为14%。受重整影响,林天福100%控股的贵人鸟集团(香港)所持公司股权由66.20%稀释至26.48%。重整投资人持股比例合计接近35%,远超控股股东。

外界担忧的是,泰富金谷借重整之机进入公司,业务不仅难以助力公司运动鞋服主业,今后可能还有变数。

外界的另一个担忧则是,即使未来贵人鸟能够聚焦体育用品这个主业,但在过去的几年时间里,国内体育用品市场的竞争格局已经发生比较大的变化。贵人鸟重回主要赛场的机会有多大?

“如果只是采用常规的营销手段,没有更具卖点或者突破性的举措,贵人鸟很难撼动国内体育用品‘一超多强’的格局。对于贵人鸟,找准一个细分切入点,先把根扎住,或许更为现实。”上述业界人士表示。

本报记者 董严军 摄

