

记者 | 陈祺欣

编辑 |

近日，“服装行业全年蒸发4000亿”的话题登上微博热搜，有专家预计，今年服装行业整体至少减少4000亿元营收，整体市场规模缩水15%，大多服装品牌都面临风险。

从已发布业绩预告的服装品牌来看，七匹狼（002029.SZ）、森马服饰（002563.SZ）、ST步森（002569.SZ）2020年上半年净利润均明显下滑，加上森马服饰宣布出售海外亏损子公司，更是暴露出行业之难。

公司于7月21日披露《浙江森马服饰股份有限公司关于拟出售全资子公司暨关联交易的提示性公告》，拟向公司股东森马集团出售全资子公司法国Sofiza SAS的100%股权，目前标的资产的审计、评估工作尚未完成，交易价格待定。

不过，由于出售亏损子公司为避免业绩遭受更大损失，二级市场对此仍较为看好，森马服饰股价已连涨三天。7月23日晚，森马服饰发布股票交易异常波动公告，公司股票于7月21日、至7月23日连续三个交易日内收盘价格涨幅偏离值累计超过20%。不过7月24日收盘，森马服饰股价为8.3元/股，较前一日收盘价下跌3.49%，总市值224亿元。

重金收购的海外子公司业绩不佳

界面新闻记者注意到，森马服饰于2018年5月3日公告收购Sofiza SAS的100%股权及债权，交易定价为1.1亿欧元（约合8.44亿元人民币），森马表示通过收购Sofiza SAS进而达到收购Kidiliz集团全部资产的目的，Sofiza SA拥有Kidiliz集团100%股权，为Kidiliz集团唯一股东。

Kidiliz集团于1962年在法国南部创立，逐步发展成为欧洲中高端童装行业的领军企业，旗下拥有10个自有童装品牌以及5个授权业务品牌，提供从中端到高端定位，从新生儿到青少年，多年龄段差异化的产品选择。

Kidiliz集团总部设在法国巴黎，全球共有8家子公司，拥有11000个销售网点和829家门店，集团旗下主要业务包括：Z品牌业务、Absorba品牌业务、Catmini品牌业

务，Kidiliz多品牌集合店业务；授权品牌业务主要包括Kenzo Kids，Levi's Kids，Paul Smith Junior等5个品牌，其他自有品牌批发业务和电商业务。

截至2017年12月31日，Kidiliz集团总资产4.96亿欧元，负债总额2.1亿欧元，2017年实现营业收入4.27亿欧元，税前净利润为-0.24亿欧元，税后净利润为-0.27亿欧元。

森马认为，收购Kidiliz集团将使得公司拥有全球化的供应链布局，具备在欧洲和亚洲主要市场以及其他国际市场的市场进入和经营能力，Kidiliz集团和公司既有的巴拉巴拉品牌童装业务在品牌定位和主力市场上具有明确的互补性，在产品设计研发、国际市场经营和全球采购等价值链上具备整合效应。

收购完成后，Sofiza SAS于2018年10月1日纳入森马服饰合并范围，不过从Sofiza SAS的业绩来看，森马服饰显然并未达到预期收购效果。2018年第四季度、2019年以及2020年1-3月（未经审计），Sofiza SAS的营业收入分别为7.95亿元、30.24亿元、5.6亿元，利润总额分别为-4883.58万元、-3.07亿元、-1.21亿元。

森马服饰表示，因欧洲经济持续不景气，Kidiliz集团主品牌业务营收持续下滑，店铺逐年减少，主营业务亏损严重，且亏损呈放大趋势，特别是在全球新冠肺炎疫情暴发后，Kidiliz集团主要经营地区法国和意大利以及整个欧洲市场经济遭受重大损失，经营风险进一步放大，对公司的业绩造成不利影响，给公司未来的经营业绩带来重大不确定性。通过出售Sofiza SAS，公司实现剥离Kidiliz集团的资产及业务，有利于降低经营风险，避免业绩遭受更大损失。

纺织服装品牌专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄分析认为，Kidiliz在中国市场的发展水土不服，在国际市场经营风险也在逐渐增加，亏损日益严重，出于对业绩的考虑森马服饰将其剥离也无可厚非。

童装业务已成业绩支撑

值得注意的是，虽然海外童装业务发展不佳，但森马在国内的童装业务却俨然已成为上市公司的业绩支撑。

森马服饰2019年年报显示，巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场份额第一。从财务数据来看，公司儿童服饰业务的营业收入为126.63亿元，占总营收的65.49%，同比增长了43.5%；休闲服饰的营收为65.44亿元，占总营收的33.84%，同比减少了3.64%。

2019年，儿童服饰业务实现净利润58.33亿元，同比增长56.5%。程伟雄表示，近几年，森马服饰正是因为有了巴拉巴拉的童装业务支撑才能走到今天，随着众多企业的不断布局，对于森马服饰布局童装业务是一大挑战。

虽然童装业务实现较快增长，但今年受到疫情影响，森马服饰的整体业绩处于下滑态势。2020年一季度，森马服饰实现营收27.38亿元，同比下降33.51%；归属于上市公司股东的净利润1478.25万元，同比下降94.96%。

7月15日，森马服饰发布2020年半年度业绩预告修正公告，预计2020年1-6月盈利0万元至7221.06万元，同比下降90%-100%。此前，公司预计2020年半年度归属净利润为7221.06万元至2.17亿元，比上年同期下降70%-90%。公司表示，受新冠疫情的影响，公司境外业务亏损加大。

宣布出售Sofiza SAS的100%股权后，森马服饰收到深交所的关注函。由于是向公司控股股东的一致行动人出售Sofiza，关注函要求森马说明本次交易是否形成同业竞争，如是，如何解决同业竞争。关注函还要求说明完成收购后短期内再次出售Sofiza的原因及合理性，公司与Sofiza之间的债权债务关系，出售Sofiza是否会形成控股股东资金占用或财务资助等情形。

此外，深交所还关注森马服饰在持有Sofiza期间向其投资的资金总额，资金投入产生的效益是否达到预期，如未达到，要求其具体分析原因，并说明对Sofiza进行大额投资后再向控股股东的一致行动人出售该资产是否存在利益输送的情形。

自宣布出售Sofiza以来，森马服饰的股价连续三天上涨，尽管7月24日股价有所回落，但与7月20日收盘价6.81元对比，涨幅仍达22%。

“巴拉巴拉童装的发展已远超主品牌森马休闲服装，森马服饰如果想要实现更好地发展，或可尝试剥离童装业务单独上市，并将森马服饰更名为‘巴拉巴拉童装服饰’，聚焦以巴拉巴拉为主的童装业务发展。”程伟雄进一步分析称。