



主打“新零售概念” 宁波男装 GXG 在港上市

继雅戈尔、太平鸟、杉杉之后，第四家上市的宁波服装企业
曾打败优衣库，是男装品类“最亮眼黑马”

宁波男装 GXG 在港上市 市值破 40 亿港元

5月27日，宁波男装品牌GXG母公司慕尚集团控股有限公司(以下简称：慕尚集团)正式登陆港交所，股票代码为01817.HK，开盘股价较发行价4.39港元上涨1.37%至4.45港元，目前市值已突破40亿港元。

据了解，慕尚集团是目前港交所唯一一个以新零售概念上市的企业，被誉为新零售“第一股”。提起慕尚集团，很多人可能觉得陌生，但提到时尚男装品牌GXG，很多人都很熟悉。慕尚集团就是GXG的母公司。

慕尚集团在国内时尚男装行业占据领先地位。根据灼识咨询的数据，以零售总收入计，公司于2018年在中国时尚男装市场的占有率约为3.3%，全国排名第二。同时，以线上零售总收入计，公司于2018年在中国排名第一，占线上零售总收入约5.2%，在线渗透率达到全国最高的35.7%。

慕尚集团旗下品牌门店覆盖全国32个省市自治区，总数达到2250家。直营门店占比已从4年前的40%提升到60%。与此同时，亦覆盖天猫、淘宝、唯品会等线上渠道，核心品牌组合包括两个主要类别，GXG系列：GXG、gxg jeans和gxg.kids品牌，及运动服：Yatlas和2XU品牌，各自针对不同顾客群且各具设计风格。

继雅戈尔、太平鸟、杉杉之后 第四家上市的宁波服装企业

在慕尚集团之前，宁波服装品牌已有三家企业前后上市，分别是雅戈尔、太平鸟、杉杉。

成立于1979年的雅戈尔是宁波服装品牌中资格最老的上市企业，其于1998年在上交所挂牌上市。目前主要涉足服装、地产和投资三大业务。上市20年来，雅戈尔在资本市场募集71亿元，分红150亿元，净资产从10亿元增加到近300亿元。

2017年，太平鸟在上交所挂牌上市。2019年3月30日，太平鸟披露了2018年的年报，报告期内公司实现了总营收77.12亿元，归属母公司所有者的净利润达到5.72亿元，每股收益达到1.2元。这次的净利润也达到了上市以来的最高峰。

2018年6月，杉杉品牌从杉杉股份拆分剥离后，在香港独立上市。3月19日杉杉品牌发布了从杉杉股份剥离出来之后的首份财报。截至2018年12月31日止，杉杉品牌实现收入10.25亿元，同比增长28.5%。公告显示，杉杉品牌收入主要产生自集团对分销商的销售、直接销售及加盟商销售，收入增长主要来自SHANSHAN的品牌加盟商合作安排的收入大幅增加。

曾打败优衣库 是男装品类“最亮眼黑马”

GXG集团曾在男装领域凭借独特的电商化路线打开市场。早在2010年，GXG便将业务拓展至线上渠道。当年，GXG品牌在线上天猫仅3个月后的“双十一”，创下单日销售额破千万的记录。

天猫公开资料显示，2011年至2018年，GXG男装在男装品类中连续八年排名前三，并于2011年、2016年和2018年荣居第一。去年天猫“双11”，GXG更超过优衣库成为销售额最高的男装品牌，12个小时销售额达3.35亿元，连续十年领跑行业。

2016年，GXG集团母公司最终拿到来自知名奢侈品集团LVMH旗下私募基金L Catterton Asia投资。虽然L Catterton Asia并未直接介入经营层面，但为中哲慕尚带来了更多时尚品牌与渠道方面的资源。得到资本市场认可后，GXG集团也开启上市步伐。2018年9月3日，GXG集团母公司向港交所提交上市申请文件。

说起国内时尚男装消费，宁波品牌GXG拥有引人注目的一席之地。昨天，GXG母公司慕尚集团控股在港上市，目前市值已突破40亿港元。

□记者 史妮超

▼GXG在香港联交所接受赠礼。
慕尚集团供图

线上销售额 曾占比 1/3 以上 上市后将进入 “新零售赛道”

电商、数字传媒、社交APP等多渠道线上拓展，使得近年来慕尚集团线上渠道销售比例快速提高。去年，该公司来自线上渠道的销售占比为35.7%。

不过在电商红利即将见顶之际，慕尚集团也一直在寻找新出路。其上市之后的战略布局明确——正式进入“新零售赛道”。GXG方面表示，为了尽快成为新零售数据驱动的公司，持续引领男装市场，预计三年内去电商化，其中内部组织架构的调整则是迈向电商新方向的第一步。

GXG方面表示，新零售的战略布局：首先，将创建生意参谋后台的门店，将商品和门店数字化，例如布局天眼系统，给所有商品打上RFID标签；其次，进行组织结构融合，除了由于渠道经营者不同而将渠道的销售和经营分成两个团队，集团所有团队都将融合成一个团队，包括品牌营销、CIM、信息技术中心甚至是HR部门；随后，推出新零售的体验店，尝试不同的信息流，打通零售链路。

从公告显示看，慕尚集团此次上市募集的资金的用途主要有，约45%将用于偿还公司的现有债务及减少其财务费用；约15%将用于通过寻求品牌收购和战略联系来拓展公司的品牌及产品组合；约10%将用于公司的线下零售店升级为智能店铺；约20%将用于建立先进的智能物流中心；约10%将用于投资公司的营运资金及其他一般公司用途。

“金婚银婚”入村居，普惠播撒感恩季

5月22日晚，在慈溪宗汉街道，一场暖暖好时光的大型游园活动正在社区内火热开展。活动主要针对街道社区里的中老年人，火爆的游园活动，听金融、看越剧、套圈圈、夹弹珠、高尔夫……大爷大妈们热情高涨，活动气氛十分活跃，人气爆棚。

在另一端的朗霞街道天中村，则有一场妇女健康讲座悄然开展，来自泰隆银行的客户经理为村中的女性群体推广了金融知识和健康知识，还带来了“金婚银婚”的普惠活动。

泰隆银行北仑支行索性把社区群众请进了银行的大门，当天下午在支行举办的以“迎端午、送普惠”主题下的社区座谈会不仅穿插了金融知识普及，银行员工还

穿插了拳王争霸赛，再次让暖暖好时光进入了高潮。

据了解，自5月起，泰隆银行在宁波的25家网点的数以百计社区村居中掀起了“感恩季”的活动小高潮，伴随着母亲节、儿童节、父亲节、端午、夏至等一系列节假日的临近，泰隆银行也不断推出了针对中老年群体的“暖暖好时光”——社区座谈会与游园会；“金婚银婚”集体照——为老年人“补拍”一张结婚照；“小鱼社区中心”——网点请进来，活动走出去。

春末夏初，居民的业余生活也日渐丰富，泰隆银行选择在这个节点送普惠进村居，既丰富了居民生活，也收到了宣传实效。

