

南极电商欲撕“吊牌之王”标签

曾经“万物皆可南极人”，如今“南极人”品牌母公司南极电商却试图撕掉“吊牌之王”的标签，重回自营赛道。

5月21日，南极电商召开2024年年度股东大会，吸引了543位中小股东通过现场和网络参与，公司整体战略、业绩表现和自营业务成为股东们关注的焦点。

从2023年开始，“南极人”品牌宣布部分核心类目从品牌授权及综合服务模式转为自营模式，已陆续推出保暖衣、保暖裤、保暖背心、防晒服、POLO衫、鲨鱼裤等新品类，并计划进军羽绒服市场。

一方面，“南极人”品牌已先后在上海环球港、上海仲盛广场开出线下快闪店，另一方面，近几个月来，谢霆锋担任代言人，身着“南极人”黑色防晒衣的广告也亮相于北京、上海、深圳等一线城市的楼宇电梯间。

尽管在业务端动作频频，但公司近年业绩承压，2024年营收增长24.75%至33.58亿元，但归母净利润为-2.37亿元，同比由盈转亏。

南极电商创始人、董事长、总经理张玉祥亦在2024年11月接受媒体专访时指出，希望把南极人做成“迪卡侬的价格、优衣库的品类、Lululemon的品质”，未来是一个能让他为这个“标”感到骄傲的“真香国货”品牌。

站在十字路口，不再依赖“卖吊牌”生意的南极电商，能否重回辉煌时刻？



“卖吊牌”年入13亿元

裹着羽绒服的徐帆问穿得少但风度翩翩的葛优：“您穿那么少不冷吗？”葛优神秘一笑回应：“我都说了一百遍了。”此时，屏幕上出现“南极人”商标，配音：“哦，南极人不怕冷。”多年前凭借这一广告，“南极人”品牌在全国一夜走红。

回望过去二十年，南极人从卖“保暖内衣”起家，但此后转型做起了“卖吊牌”生意。

公司创始人张玉祥于1998年创建“南极人”品牌，并于2010年12月成立南极人(上海)纺织品科技有限公司，此后经过股份制改造，整体变更为南极人(上海)纺织科技股份有限公司，并于2015年借壳新民科技上市并更名为“南极电商”。

在此过程中，南极电商从2008年开始推行“品牌授权”模式，把生产端和销售端的自营环节全部砍掉，卖掉经营多年的工厂，签约并授权供应商使用“南极人”的商标，生产“南极人”品牌产品，同时授权经销商销售相应产品，形成了所谓的南极人共同体(NGTT)。

这一“品牌授权”的轻资产运营模式，即市场俗称的“卖吊牌”。凭借这一模式，南极电商在内衣品类上试水成功，此后数十年，南极电商将其迅速复制到男装、女装等其他纺织品类，并进一步跨界至母婴用品、日用百货、生活电器等多个领域。

2019年，“南极人”品牌在各电商平台GMV(商品交易总额)高达271.38亿元，同比增长52.86%。

另据南极电商2019年财报，在阿里平台，“南极人”品牌的内裤、保暖内衣、袜子和家居服等四个细分品类GMV排名第一；在京东平台，“南极人”品牌的内裤、保暖内衣、袜子和家居服等四个细分品类GMV也排名第一。

除内衣、家纺等纺织品类，“南极人”品牌开展了更为广泛的品类授权。

据2020年财报披露，南极电商各品牌在各主流渠道类目分布广泛，阿里渠道共计51个一级类

目，超过600个二级类目；京东渠道19个一级类目，近73个二级类目；拼多多渠道63个一级类目，近380个二级类目，涵盖了“女士内衣/男士内衣/家居服”“床上用品”“个人护理/保健/按摩器材”等多个细分类目。

因此，该品牌被人们称为“万物皆可南极人”。覆盖品类越来越多，公司的授权供应商和经销商数量也随之扩容。

记者梳理财报发现，在借壳上市的2015年，南极电商的授权供应商为422家，授权经销商为1053家，而到了“品牌授权”巅峰时期的2021年，其授权供应商增至1839家，授权经销商增至10311家，授权店铺多达13258家。

“卖吊牌”模式大范围铺开，南极电商一度赚得盆满钵满。

2018年—2020年，南极电商的营收逐年增长，分别为33.53亿元、39.07亿元、41.72亿元，其中2020年营收更是创下历史新高，对应的归母净利润分别为8.86亿元、12.06亿元、11.88亿元。

在2020年财报中，南极电商将公司授权生产商提供品牌授权、供应链服务、商标管理等综合服务，并收取品牌综合服务费的业务定义为“品牌综合服务业务”；将公司授权经销商提供品牌授权及电商服务，并收取经销商品牌授权费的业务定义为“经销商品牌授权业务”。

在2020年41.72亿元总收入中，“品牌综合服务业务”贡献收入约12.46亿元，占比29.86%；“经销商品牌授权业务”贡献收入约0.81亿元，占比1.94%，两者合计约13.27亿元。

换句话说，南极电商光靠“卖标”一年获得收入13亿元。

在资本市场，这家“吊牌之王”也一度“吸睛”，总市值在2020年7月接近600亿元，形成鲜明反差的是，公司目前总市值仅在110亿元左右。

“吊牌之王”的品控挑战

成也“吊牌”，败也“吊牌”。

“万物皆可南极人”的形容，或许是指该品牌品类覆盖广泛，但其中也暗含了对其“品质一般”的戏谑。

作为不直接参与生产的品牌授权商，供应链管理、品控把关成为南极电商面临的重大挑战。

南极电商也意识到加强质量管理的重要性，公司在2019年年报中写道，“2019年调研了320家工厂，编写各品类质量管理作业指导书共12份，并发放给工厂，派行业专家进行培训，同时要求工厂按区域到指定机构检测，提升工厂的品控水平。”

2021年年报中，南极电商进一步提及，“开展为期近4个月的专项授权经销商品质抽检活动，全面梳理品牌使用规范，并通过内部‘神秘买家计划’、外部‘黑猫平台’反馈情况等持续开展品质抽检，规范品牌应用……”

尽管如此，在“卖标+弱管控”的品牌授权模式下，南极电商还是面临不少纠纷。

记者搜索中国裁判文书网发现，2015年至今，关于“南极电商股份有限公司”的诉讼纠纷大约有55条，事由包括侵害商标权纠纷、侵害专利权纠纷、特许经营合同纠纷等。

2024年2月，福建省高院发布的一份二审民事判决书显示，在某某(中国)有限公司、晋江市某某体育用品有限公司、洪某乐与某某(上海)有限公司、南极某某股份有限公司侵害外观设计专利权纠纷一案中，争议点就在于，就涉案侵权产品，南极某某公司作为商标权人，许可某乙贸易有限公司、丙公司共同实施制造、销售、许诺销售行为，南极某某公司是否需要对此承担连带责任。

此外，2022年的两份民事裁定书分别涉及南极电商子公司南极电商(上海)有限公司与南通蔻绚家居用品有限公司、南通柔月纺织品有限公司的商标使用许可合同纠纷。

由于品牌定位模糊以及品控参差不齐，加上电商平台流量红利渐退，南极电商“卖吊牌”的天花板也逐渐显现。

记者梳理财报发现，2021年—2023年，南极电商的“品牌综合服务业务”和“经销商品牌授权业务”合计贡献收入分别约为7.47亿元、3.88亿元、2.35亿元，呈现逐年下降的态势。

对应的是公司整体业绩的下滑，同一时期公司营收分别为38.88亿元、33.10亿元、26.92亿元，对应归母净利润分别为4.77亿元、-2.98亿元、1.12亿元。

尤其是2023年，公司归母净利润仅为1.1亿元，尚不足2019年巅峰时期(归母净利润12.06亿元)的10%。

对于业绩变动，南极电商在2021年财报中解释：“公司在传统搜索渠道的客户收入产生较大幅度的下滑，部分客户库存压力较大，消化不及预期，导致品牌综合服务收入下降显著。”

公司在2022年和2023年财报中亦提到，“品牌综合服务业务下滑”。

在此过程中，南极电商也意识到了单一品牌的局限性，坚持“扩品牌、扩渠道、扩品类”的发展战略。

除了布局“南极人”品牌，南极电商在收购“卡帝乐鳄鱼”“精典泰迪”品牌的基础上，2021年还与全球知名品牌“C&A(中国)”合作，2022年初收购百家好系列包括百家好(BASIC HOUSE)、Mind Bridge、JUCY JUDY等78件商标，同年8月收购服装品牌贝拉维拉，进一步拓宽公司的品牌维度。

重回自营赛道

面对“卖吊牌”生意的天花板，从2023年开始，南极电商再次转型，将“南极人”品牌的部分核心类目从品牌授权及综合服务模式转为自营模式。

具体而言，公司将原有的“品牌综合服务业务”划分为时尚系列授权服务、战略合作授权服务及自营零售三大业务板块。其中，时尚授权服务品牌主要为BASIC HOUSE及旗下品牌等，战略合作授权服务品牌主要为南极人、卡帝乐鳄鱼等，自营零售将以南极人男装、女装、内衣品类为主。

针对转型进展，南极电商在今年1月回复投资者提问时称，公司对“南极人”品牌焕新做了大量投入，对经销情况进行了复盘梳理，提高了对客户准入门槛，采用白名单邀约制，邀约头部或细分品类下的佼佼者进行合作。同时，公司加大了对合作客户的稽查力度，严格处罚履约，并对家纺、童装等品类进行了收缩。

在渠道端，南极电商在今年5月的机构调研纪要中提到：“截至2025年4月，南极人线上的店铺数量近1000家，其中400家为2025年新开，年底预计恢复到2000家左右。”

在产品端，“南极人”品牌推出了新轻奢系列，公司在今年5月的机构调研纪要中进一步提到：“公司2025年新上的产品均为轻奢新品，包含自采商品和加盟商品，目前自采商品主要有速干衣、内裤、袜子等；加盟商品非常丰富，整体有超2600个SKU(库存量单位)，持续在上新。”

从品类看，“南极人”品牌已陆续推出保暖衣、保暖裤、保暖背心、防晒服、POLO衫、鲨鱼裤等新品类，并计划进军羽绒服市场。

在营销端，南极电商也加大了销售推广，于2024年6月到2025年1月期间投入2亿元，投放南极人系列广告。

不过，转型动作也带来公司销售费用的激增，2024年，南极电商销售费用为5.88亿元，相比前一年的1.11亿元，同比大增430.28%。

对此，张玉祥在公司2024年年度股东大会上回应称：“去年的营销有些激进，销售费用在今年就会大幅下降。”他提到，传统的广告模式短期转化效果有限，未来重点会放在转化效率上，商品企

划和整体营销也会是其接下来的工作重点。

重回自营赛道，南极电商能否撕掉“吊牌之王”的标签，复刻当初的辉煌？

从业绩表现看，公司的自营业务尚未成气候。2024年，南极电商实现营收33.58亿元，其中，自营货品销售收入1.89亿元(前一年0.65亿元)，占比仅为5.61%。

由于战略性转型升级投入、销售费用大幅增加等多重因素，公司短期利润承压，当年归母净利润为亏损2.37亿元。在此基础上，2025年第一季度，公司仍未扭转亏损态势，归母净利润为亏损1363万元。

不过，在张玉祥看来，自营业务的商业模型已经跑通，未来一两年就会看到成果。

对于公司自营业务的更多进展，南极电商相关人士向记者回应称：“以公司在深交所互动易的相关回复为准。”

值得关注的是，在推动品牌授权业务转型之外，南极电商也继续重仓移动互联网营销业务。

早在2017年，南极电商以发行股份支付对价5.736亿元以及支付现金3.824亿元收购北京时空互联科技有限公司(以下简称时空互联公司)100%股权。

时空互联公司以移动互联网营销业务为主，是OPPO、VIVO、小米、华为等头部手机厂商内置应用市场及腾讯应用宝第三方移动应用市场的商业化合作伙伴，并在2024年取得了苹果以及虎牙的核心代理。

有业内人士分析指出，“此前推行品牌授权的过程中，南极电商不少供应商和经销商缺乏电商运营经验，公司也为其提供流量管理、投放优化等增值服务。”

2021年—2024年，时空互联公司对应的“移动互联网媒体投放平台业务”为公司贡献营收分别为30.07亿元、27.95亿元、23.33亿元、27.96亿元，占比分别高达77.34%、84.44%、86.65%、83.25%。

供稿：《21世纪经济报道》作者：朱艺芝

公告

沈建舟、王治中、宋春辉、钱有财：
本委受理的青岛盛特嘉建设工程有限公司与你劳动报酬争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2024]第24011号仲裁决定书，请自本公告发布之日起30日内到本委(地址：青岛市黄岛区水灵山188号8号楼306室，联系电话：0532-86130209)领取仲裁决定书，逾期不领取，即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛国强风机有限公司：
本委受理的台启亮与你劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2024]第11966号仲裁决定书，请自本公告发布之日起30日内到本委(地址：青岛市黄岛区双珠路1688号209-1室)领取仲裁决定书，逾期不领取，即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛妙思湾酒店管理有限公司：
本委依法受理的邵雷与你劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2023]第7955号仲裁决定书，请自本公告发布之日起30日内到本委(地址：青岛市西海岸新区玉山路25号劳动维权中心第二分中心101室，联系电话：0532-58953807)领取仲裁决定书，逾期不领取，即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛盛特嘉建设工程有限公司：
申请人钱有宝、刘浩、刘军明、刘清山、沈建舟、王治中、宋春辉、钱有财与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你公告送达青黄劳人仲案字[2024]第24011号仲裁决定书，请自本公告发布之日起30日内到本委(地址：青岛市黄岛区水灵山188号8号楼306室，联系电话：0532-86130209)领取仲裁决定书，逾期不领取，即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛中启教育管理有限公司：
申请人陈基元、李静、李云鑫、隋鑫、崔鹤钊与你单位劳动报酬争议一案(青黄劳人仲案字[2025]第1460、1428、609、1429、1990号)，因向你单位直接、邮寄送达不成，现依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书》等法律文书，自公告之日起经过30日即视为送达。提交答辩书的期限为公告送达期满后10日内，本委定于2025年7月10日9时30分在本委仲裁庭公开开庭审理此案，届时不到庭，本委将缺席开庭(地址：青岛市黄岛区水灵山188号8号楼306室，联系电话：0532-86130208)。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛荣海昇建筑工程有限公司：
因你单位涉嫌拖欠工资，我局依法作出青黄人社监询字[2025]第21971-2号《劳动保障监察调查询问通知书》，你单位应在接到通知书之日起3日内到青岛市黄岛区人力资源和社会保障局接受调查询问。因无法通过直接、邮寄等方式向你单位送达，现依法向你单位公告送达，自本公告发布之日起30日即视为送达。特此公告。
联系地址：青岛市黄岛区双珠路1688号209-1；联系人：张燕铭、逢江；联系电话：86175056。
青岛市黄岛区人力资源和社会保障局
2025年5月29日

公告

青岛利建侯工程服务有限公司：
因你单位涉嫌拖欠农民工工资问题，我局依法作出青黄人社监询字[2025]第21777-3号《劳动保障监察调查询问通知书》、青黄人社监询字[2025]第21777-3号《拖欠农民工工资失信联合惩戒及公示风险告知书》，你单位应在接到通知书之日起7日内到青岛市黄岛区人力资源和社会保障局接受调查询问。因无法通过直接、邮寄等方式向你单位送达，现依法向你单位公告送达，自本公告发布之日起30日即视为送达。特此公告。
联系地址：青岛市黄岛区水灵山188号；联系人：王晋进、芦忠校；联系电话：0532-85162195。
青岛市黄岛区人力资源和社会保障局
2025年5月29日

公告

青岛崇德建筑工程有限公司：
本委受理的李明清、姜英、王华春、王向阳、刘文全与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你单位公告送达青黄劳人仲案字[2025]第20734号仲裁决定书，请自本公告发布之日起30日内到本委(地址：青岛市黄岛区玉山路25号106室)领取仲裁决定书，逾期不领取，即视为送达。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

公告

青岛煜鑫生物科技有限公司：
本委受理的刘超越、丁一诉与你单位劳动报酬等纠纷一案(青黄劳人仲案字[2025]第788、789号)，因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书》等法律文书，自本公告发布之日起30日即视为送达。本委定于2025年8月14日9时30分开庭审理此案，地址为青岛市黄岛区长江中路359号人民来访接待中心202室。请准时到庭参加庭审，否则本委将依法缺席判决。
特此公告
青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会
2025年5月29日

美好时光“纸”传祝福

新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期 (7.2*10cm)
299元/期 (7.2*3cm)	1314元/期 (14.6*6cm)
520元/期 (7.2*5cm)	1999元/期 (14.6*10cm)

祝福启事
咨询热线
0532-83861285