责编 刘洋 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

露露乐蒙补位完成 业绩困局待解

随着本·哈勒姆(Ben Hallam)出任首席品牌官、艾米莉·森德兰(Emily Sunderland)出任首席战略官,露露乐蒙(lululemon)新任首席执行官海蒂·奥尼尔(Heidi O'Neill)重组的领导班子,补上了品牌与战略两块拼图。自去年12月卡尔文·麦克唐纳(Calvin McDonald)宣布卸任,露露乐蒙用近一年完成从首席执行官空缺、高管出走到四岗配齐的过程。

新班子面临内忧外患。业绩尚未回暖,2026财年第二季度,露露乐蒙净营收同比下降4.34%,美洲市场下滑约8%,一向被视为增长引擎的中国大陆市场也出现下滑,净营收按固定汇率下降2%、可比销售额按固定汇率下降8%。外部竞争同步升温,Alo于8月入华,与露露乐蒙正面交锋,可能抢走其核心用户,让消费者意识到露露乐蒙并非唯一选择。



核心班子推倒重来

近日,露露乐蒙宣布两项高管任命:本·哈勒姆出任首席品牌官,自2026年11月9日起生效;艾米莉·森德兰出任首席战略官,自11月23日起生效。

哈勒姆有20年全球品牌与营销经验,此前曾任四季酒店及度假村高级营销副总裁,履新后负责全球品牌营销、品牌创意、门店体验及社群板块,向奥尼尔汇报。

森德兰此前任波士顿咨询集团董事总经理暨合伙人,在运动服饰、专业零售领域积累深厚,履新后负责长期战略与增长规划,向首席财务官梅根·弗兰克(Meghan Frank)汇报。

去年12月,原首席执行官麦克唐纳宣布卸任,今年1月底离开。此后公司经历三个半月空缺期,由弗兰克与首席商务官安德烈·马埃斯特里尼(André Maestrini)以临时联席首席执行官身份主持运营。4月,董事会任命前耐克高管奥尼尔为首席执行官。

奥尼尔9月履新后迅速推进重组。10月,原首席品牌与产品激活官妮基·纽伯格(Nikki Neuburger)、首席供应链官特德·达格内塞(Ted Dagnese)于11月6日离任,玛吉·高杰(Maggie Gauger)出任总裁兼首席产品官、约瑟夫·戈德西(Joseph Godsey)出任首席运营官。

随着两人分别出任首席品牌官、首席战略官,目前仅剩首席传播官与首席技术官未落定人选。

要客研究院院长周婷认为,半年内把核心班子推倒重来,在露露乐蒙这个体量的公司并不常见,背后往往是战略重写。短期看,决策链要重建,产品节奏难免断档,青黄不接的窗口期也要四到六个季度。新班子出自品牌、战略、运营体系,不再由产品和社群主导,意味着公司重心将从"很会做裤子的产品公司"转向"很会经营品牌的公司"。

中国市场罕见下滑

2026财年第二季度,露露乐蒙净营收24.16亿美元,同比下降4.34%;净利润3.29亿美元,同比下降11.24%。其中,美洲市场营收下降约8%至16.17亿美元。一度拉动增长的中国市场罕见下滑,中国大陆净营收约4.07亿美元,名义增长4%、固定汇率下降2%,可比销售额按固定汇率下降8%。

管理层将下滑归因于负面舆情冲击客流、核心紧身裤品类遇冷、新品反馈不及预期等因素。

今年4月,美国得克萨斯州对露露乐蒙美国企业下发调查令,核查产品是否含被称为"永久性化学物质"的PFAS成分。公司抽检后回应,国内在售产品均不含全氟和多氟烷基物质(PFAS),符合相关标准。5月30日,露露乐蒙在北京黄花城水长城举办"瑜见长城"瑜伽嘉年华,品牌大使朱一龙参与擂鼓表演,因鼓具被指类似"日本太鼓"引发争议。6月16日,公司声明致歉,承认未能充分识别潜在争议,并下架相关宣传内容。

电话会上,弗兰克表示,今年以来紧身裤(leggings)趋势低于预期,二季度销售额下降约20%,"客人的需求正在迁移,他们想要的是'away from body'(远离身体)的廓形"。宽松的Groove阔腿裤等新品表现较好,但她承认"还不足以抵消下滑"。

增长压力并非二季度才出现。2025财年,露露乐蒙净营收111亿美元,同比增长10.07%;净利润15.79亿美元,同比下降12.97%。2026财年第一季度,营收同比增长4%至24.72亿美元,净利润同比下降38%至1.95亿美元。

高端瑜伽遭遇劲敌

今年8月,美国高端瑜伽品牌Alo线上渠道开卖,与露露乐蒙在中国市场正面交锋。

8月12日,Alo天猫官方旗舰店与微信小程序同步上线,开售仅1分钟成交额便突破1000万元,刷新天猫运动户外行业新品牌开店纪录。

久谦中台数据显示,8月12日至9月12日,Alo凭天猫单一平台拿下国内中高端女性瑜伽、健身服饰市场27.3%的线上GMV份额,位列第二,仅次于露露乐蒙的62.8%,两者合计90.1%。Alo成交均价962元,高于露露乐蒙的728.4元,并非以"平替"姿态切入,而是在露露乐蒙价格带之上争夺客群。

Vuori、MAIA ACTIVE、Sweaty Betty等品牌持续加码线下,竞争进一步升温。

鞋服时尚行业品牌战略咨询专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄认为,露露乐蒙在华快速成长,一、二线城市布局已成熟,未来增长必须考虑市场下沉,与更多本土品牌正面相遇,包括安踏收购的MAIA ACTIVE,而在这个价格带和渠道里,露露乐蒙并无优势。眼下真正的考验,是中国市场下沉这道必答题。

周婷认为,Alo入华火爆说明需求没有消失,只是购买力转移了。它抢走"高端瑜伽"身份标签,以同样的明星、种草、稀缺色号和快闪体验,争夺露露乐蒙最核心的客户。更深的影响是打破心智垄断,让消费者意识到露露乐蒙并非唯一选择,这对品类是好事,对守擂者是坏事。

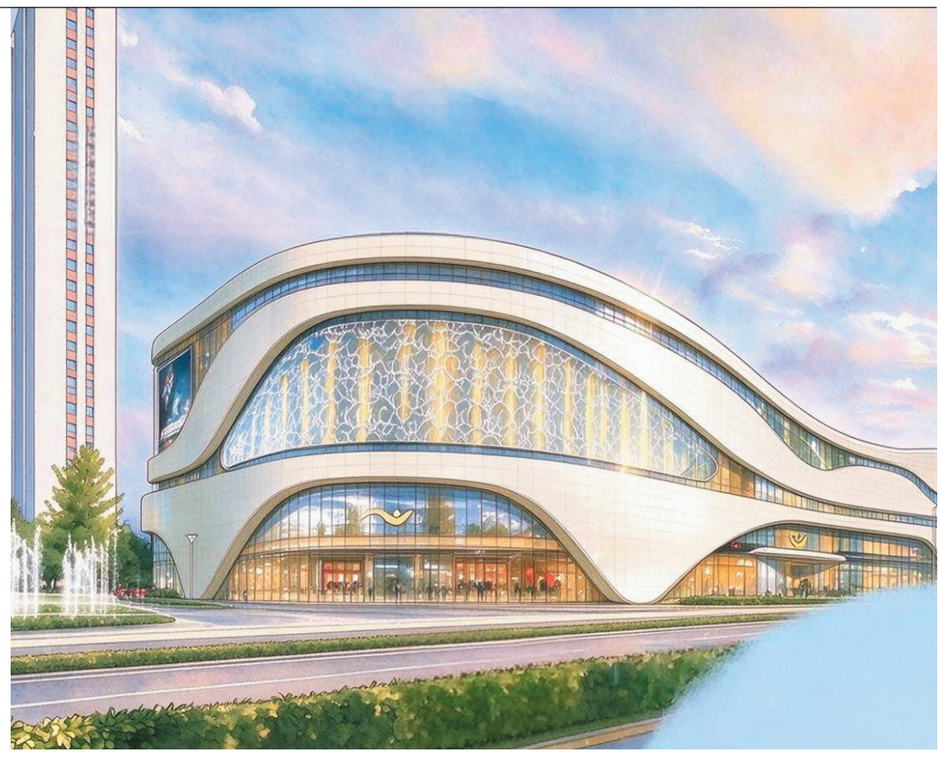
针对相关问题,北京商报记者向露露乐蒙发去采访函,但截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 王悦彤

图片来源:露露乐蒙

蓝鲸湾再度搁浅 自持运营待破局

一纸公告,让即将开业的北京崔各庄区域商业项目蓝鲸湾按下暂停键。北京商报记者近日走访蓝鲸湾项目看到,产权方北京东方瑞平房地产开发有限公司(以下简称"东方瑞平")和承租方德正吉胜(北京)商业管理有限公司(以下简称"德正吉胜")各自贴出"分手"公告:因欠租、项目部分行政许可无法办理、收入不及预期等原因暂停合作。荒置七年终有眉目,合作一年却又停摆,让周边居民和消费者的期盼再次落空。如今,东方瑞平收回运营权,下一步的运营模式还在讨论中,项目未来如何发展仍是未知数。



突然"分手"

站位不同、理念不同,让蓝鲸湾的产权方和运营方把"分手"摆在了台面上。北京商报记者走访该项目看到,项目四周围起了铁架,原运营招商的公区大门紧锁,依稀还能看见"蓝鲸湾"的项目名称。项目的一侧入口处,张贴了东方瑞平和德正吉胜的公告。

东方瑞平在公告中称,因承租方德正吉胜未履行支付租金义务,出租方已依据合同约定及法律规定,解除与其签订的《房屋租赁合同》,德正吉胜"已丧失对本商业物业的占有、使用、招商等一切权利"。其中标明三条注意事项:一是德正吉胜无权再以任何形式就本商业物业招商、招租或签署其他协议;二是其对外签署的各类协议、文件"均系该公司与各相关方之间的法律关系",合同履约、款项退还、违约赔偿等事宜请相关方直接与其协商解决;三是东方瑞平已全面接管本商业物业,暂未启动新的招商运营工作。

德正吉胜则在公告中指出解约原因,该公司称,蓝鲸湾项目推进遇到客观壁垒,如部分行政许可无法办理、出租和经营收入不及预期等,遂与东方瑞平开展多轮交涉,并提出根据实际情况调整支付期限等诉求。在交涉过程中,东方瑞平未给予足够的协商空间,10月15日,德正吉胜已向东方瑞平交还蓝鲸湾物业。

就后续安排,东方瑞平相关负责人表示,项目下一步的运营模式还在讨论中。

八年等待一再落空

从建成到现在,近八年时间,蓝鲸湾所在的商业物业一直没有新进展。

在承租方的公告中,北京商报记者看到,德正吉胜于2025年10月29日与东方瑞平签订《房屋租赁合同》,承租"北京市朝阳区创达路1号院4号楼的商业物业",并在合同约定范围内开展招商及分租经营。

2026年4月,项目内部效果图首度曝光,并启动招商。蓝鲸湾项目官宣2026年12月18日开业,首批主力店中影逸幕影城、幸福荣耀超市、HiLE PARK运动超乐场签约入驻;对外定位为"连接多元生活方式,引领城市新生态度的品质生活场",规划潮流时尚、社群体验、艺术亲子、休闲娱乐四大场景,做全龄段、全时段的一站式消费目的地。

在双方签约之前,该项目建成后一直未能开业。北京市规划和自然资源委员会2016年4月26日—5月2日就东郊农场保障性住房ABCD地块(棚户区改造定向安置房)项目进行的网上公示显示,该项目建设单位为北京东方瑞平房地产开发有限公司,项目计划竣工时间为2018年底。公开资料显示,A地块的商业地块,与住宅同步拿地、同步设计、同步建设。A地块总建筑面积近10万平方米,商业经营面积9.1万平方米,地上四层、地下两层,属于保障房地块规划内的自持配套商业。这意味着产权方无法靠出售回笼资金,租金是最便捷的回收路径。

北京商报记者从周边居民处获悉,建成之后,该项目并没有开业。2019年到2025年,这处9.1万平方米的商业配套长期空置,市场筹备周期一再拉长。对瑞平家园及周边社区的居民来说,家门口的商场始终停在效果图里。

北京商报记者通过天眼查看到,东方瑞平成立于2006年,隶属北京首农食品集团有限公司。

·蓝鲸湾周边主要商业项目对比·

◇北京保利广场
商业面积:3.37万平方米
定位与特点:文化餐饮、运动、亲子非标内容

◇望京万象汇
商业面积:不足5万平方米
定位与特点:社区家庭消费,连通东湖渠站

◇龙湖北苑天街
商业面积:总建面12万平方米(商业9.3万平方米)
定位与特点:TOD城市更新,紧邻地铁北苑站

◇蓝鲸湾
商业面积:9.1万平方米
定位与特点:全龄段、全时段一站式消费

区域商业仍有缺口

蓝鲸湾所在的区域,正是如今商业竞争激烈的望京商圈。北京商报记者粗略统计,该项目周边5公里半径内,已开业或在营的商业项目不少,但体量与定位各有短板。

北京保利广场于2025年6月开业,商业面积只有3.37万平方米,集中在一层和地下,二层以上为办公,主打文化餐饮、运动、亲子的非标内容;望京万象汇由原望京华彩商业中心改造而来,商业面积不足5万平方米,与地铁14号线东湖渠站连通,主打社区家庭消费;龙湖北苑天街项目总体量达12万平方米,但位于13号线北苑站一带,与该板块之间隔着五环与北苑路方向,对善各庄、崔各庄一带的日常覆盖相对较弱。

供给的另一头,是密集的需求。北京商报记者走访时看到,蓝鲸湾周边有大量密集型住宅,例如瑞平家园A、B、C、D区,华槭北京,马泉营家园等。直线距离约3公里是阿里巴巴北京总部园区;南面是美团总部所在的望京,周边还有乐华娱乐等文创企业。

近10万平方米的蓝鲸湾若是入市,它的商业经营面积仅次于北苑天街,明显高于保利广场的商业部分和望京万象汇的可租面积,也是该区域内为数不多能将多板块、多业态容纳的盒子商业。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示,蓝鲸湾所在区域具备发展商业的基础,产业和人口集聚带来的生活需求,为项目提供了发展空间。城市在完善工作、居住条件的同时,也需要丰富人们的文化、休闲和交往生活。优质商业既能满足这些需求,也有助于吸引人才和企业,推动产业发展与消费升级相互促进。蓝鲸湾的机会,就在于参与这种区域生活品质的提升。

自持运营路径待明

整租结构里,东方瑞平作为产权方,把物业租给德正吉胜,是"房东"的角色,如今收回物业自持。在继续"做房东"与转向"自持运营"之间,东方瑞平需要作出权衡。赖阳认为,长期自持有利于整体经营,开发商应当利用这一条件培育项目价值。统一产权便于统筹业态、空间和租金,一些文化和休闲内容承担租金的能力有限,却能吸引消费者、带动其他商户经营。如果每个铺位都只选择出价最高的商家,这些内容就很难留下,项目也容易失去特色。对自持商业而言,支持有吸引力的业态成长、维持整个项目的活力,才有条件获得持续的经营收益。

赖阳建议,开发商引入专业商管团队,也需要共同承担项目培育的投入。专业团队要懂消费变化,能够引进和培育特色商户,持续丰富消费者的体验;产权方则需要在改造投入、合作期限和收益安排上,为这些经营活动提供支持。双方可以根据投入和经营情况,让部分回报与实际收益挂钩,使商管团队有条件支持新品牌、尝试新内容。对于已经空置多年的项目,重新启动尤其需要按照今天的消费需求调整空间和业态,以现实经营能力确定租金预期,为商业逐步成熟留出时间和资金。

北京商报记者 刘卓澜

图片来源:蓝鲸湾