



2013年新年伊始,有报道称,雅芳中国关闭了广东、福建、河南等多个地区的分公司,未来仅在每个省、直辖市和自治区保留省会城市一家分公司,并涉及裁员100至200人。

对此,雅芳中国回应称,虽然分公司数量有所减少,但不能称为“裁员关店”,而是公司的架构优化、合并重组。

然而,无论怎么解释,不可否认的是,曾经“给中国女性带来第一支口红”的雅芳,曾经拿到中国政府颁发的第一张直销牌照的雅芳,如今已是深陷泥潭,风光不再。除了此次陷入“裁员”风波外,近年来业绩下滑、贿赂丑闻、收购风波……都让这个曾经名噪一时的国际化妆品名牌,逐渐成为了中国消费者的记忆。

提及雅芳的衰落,郑州市日化行业协会市场部主任贾小玲说:“除了外部市场竞争的加剧,其经营模式的混乱,是雅芳衰落的重要内因。” 见习记者 赵柳影

雅芳,曾经“给中国女性带来第一支口红”,曾是化妆品行业“大姐大”
如今宣布关闭广东、福建、河南等地10余家分公司
同时,近年来销售额每年增速同比下滑20%

雅芳:不当“大姐”好多年 经营模式的混乱,是雅芳衰落的重要内因

雅芳关闭中国地区十几个分公司

近日,雅芳裁员的消息闹得沸沸扬扬。

据称,从2012年12月底开始,雅芳中国计划在2013年12月1日前关闭中国地区十几个分公司,每个省、直辖市和自治区仅保留省会城市一家分公司,并将裁减100到200名员工。

2013年新年伊始,有消息称,雅芳已宣布关闭广东、福建、河南等地10余家分公司。

其实,雅芳(中国)此次关闭分公司,是为了配合其全球裁员计划,据了解,2012年12月份,该公司开始在全球范围内裁员,裁员约1500人,并对外宣布退出韩国和越南市场。

不过,面对外界的种种猜测,雅芳(中国)对此予以否认,“雅芳中国并未裁员,而是优化调整。”雅芳(中国)的相关负责人说,此次分公司数量减少,是对组织架构设置进行的合并重组,并不能称为“裁员关店”,并且称今年雅芳会进一步在中国加大对零售业务的投入和扶持。

昨日,记者在网上搜索到被宣布关闭的雅芳(中国)洛阳分公司的电话,拨打之后,被提醒号码为“空号”。

曾经的“大姐大” 如今成为消费者的记忆

曾经的雅芳,可以说是化妆品界的“大姐大”。

据了解,雅芳曾是世界上最大的美容化妆品公司之一,于1990年进入中国,产品涉及护肤品、时尚内衣、健康食品等多个领域。2004年创下在华销售额24亿元的佳绩。但之后欧莱雅等化妆品巨头在中国一路高歌猛进,雅芳的业绩却每况愈下,同比下滑达20%。

“记得6年前,我上大学那会儿,几乎班里每个女同学都在使用雅芳的产品,但之后没几年,感觉就很少看到雅芳的产品了,大家也就随之换成其他牌子。”今年26岁的赵女士说。

同样,年轻时十分钟爱雅芳产品的孙女士说:“后来不是不想用了,而是感觉买不到雅芳的产品了。”

孙女士说,化妆品现在牌子太多,如果不是经常在消费者眼前出现,在耳朵中听到,她们很容易就选择了其他品牌,大家对某一个化妆品牌子的依赖度在逐渐降低,如今,雅芳似

“

专业线市场没有打进去,传统的零售日化线市场也丢弃了,这就导致雅芳的日子越来越不好过,雅芳的产品没有问题,就是自身的经营模式给自己圈起来了。”

”



雅芳现任CEO谢琳·麦科伊,现年54岁的谢琳·麦科伊已在强生公司供职30年,曾任强生执行委员会副总裁。去年4月下旬出任雅芳CEO。

乎已经慢慢淡出了消费者的视线。

实事也确实像孙女士说的那样,近几年,雅芳(中国)的日子确实不好过。

2012年,美国总部对雅芳中国销售额给出的任务是1.5亿美元,可雅芳2012年3季报显示,其净利润大幅下滑81%,远超预期;直到去年年底,公司公告仍在号召“向1.5亿美元努力”。

相关推测认为,2012年雅芳中国区的销售额应该不到10亿元。而且去年以来,还曾传出多家机构欲收购雅芳的计划。

“商超专柜去年8月份之前就撤了”

那目前,雅芳在郑州的销售情况如何呢?昨日,带着对雅芳的一份回忆,记者开始了寻找。沿着华山路、走到中原路、陇海路,走访了沿街的七八家化妆品店,销售员都说店里的没有雅芳的产品。

随后,记者又走访了中原路、汝河路的几家大型超市。

“没有雅芳的产品,我们超市一直没有它们的专柜,你可以看看其他产品。”汝河路一家超市日化区的销售员说。“那你知道雅芳在哪里有售吗?”记者追问。“印象中汝河路上有一家雅芳专卖店。”

记者忙不迭地继续搜寻,终于找到了一家

雅芳专卖店,门前张贴着一张大大的海报,上面写着“雅芳形象升级,部分产品二至六折,机会难得,不容错过”。记者走进店内,充当消费者,与销售员攀谈起来。

“现在雅芳的产品不好找啊,超市都没卖的。”“现在公司要求每个地区有一家正规专卖店,咱中原区就我们这一家。”销售员说,超市专柜现在几乎都没有雅芳的产品,在去年8月份之前都撤柜了。

该销售员说,而提及此次雅芳(中国)关闭分公司事件,该销售员称对她们的生意并未有所影响,只是公司逐步稳定市场的一个举动。

雅芳在河南每天的出货量在10万~15万件

那此次雅芳(中国)关闭分公司的举动,对经销商来说,有没有什么影响呢?昨日,记者联系了一位郑州从事雅芳销售的潘经理。

“现在化妆品销售的生意都不好做,租金增加,人力成本提高,尤其还有网店的冲击,总之竞争更加激烈,外部环境越来越差。”潘经理并没有直面回答记者的问题,提及此次关闭分公司的做法,潘经理也只是称这是公司的内部调整和合并重组,并且她认为公司的处境会越来越越好。

随后,记者在网上搜到雅芳(中国)河南分公司的产品配货处,一位工作人员郭先生告诉记者,总公司关闭分公司的做法目前还并没有产生太多的涟漪作用,河南的产品销售依旧正常,每天的出货量在10万~15万件。

然而,郭先生也坦言,近几年雅芳的销量确实不如以前,“原来雅芳销量好的时候,河南每天的出货量最低都在20万件,现在确实不如以前了。”

“经营模式混乱,是雅芳衰落的重要内因”

曾是化妆品界的“大姐大”,曾是拿到中国政府颁发的第一张直销牌照的企业,为何如今业绩直线下滑,让自己深陷泥潭,风光不再?

在郑州市日化行业协会市场部主任贾小玲看来,经营模式混乱,是雅芳衰落的重要内因。“2009年之前,雅芳一直走的是日化线道路,其实就是传统的零售模式,销售多集中在超市、门店及批发市场,覆盖面很广,那时候价位也不高,消费者可以看得见、听得到、摸得着,加之,雅芳一直在消费者心中还是有地位的,雅芳在河南的

销量还是可以的。”贾小玲说,然而,从2010年开始,雅芳转变为专业线,其实就是又全方位转变为直销模式,多集中在美容院销售,价格也较高,这就让很多原来的消费者接受不了它的高价位,而随之放弃。可是,进入专业线并非易事,由于是半道进入,雅芳并未开拓出很好的市场。

“专业线市场没有打进去,传统的零售日化线市场也丢弃了,这就导致雅芳的日子越来越不好过,雅芳的产品没有问题,就是自身的经营模式给自己圈起来了。”贾小玲说。

雅芳重回零售业务,业内建议不能伤害直销队伍

然而此次,雅芳(中国)除了关闭分公司,在声明中还表示,今后将通过一系列措施重点扶持以专卖店模式为主的零售业务,这表明雅芳又将重新回归专卖店战略。

对于此次雅芳再次选择确立专卖店为主的战略,业内专家王万军认为,雅芳(中国)多年混乱的模式亟待确立清晰的定位,但在转型

中,一定要保证既有合作伙伴的利益,不能因强化专卖店而伤害直销队伍,否则会使得整个渠道对其失去信任。

据雅芳总部工作人员介绍,雅芳此次战略调整自去年下半年开始,由新任中国区总裁林展宏主导。雅芳表示并不会放弃直销模式,但对接下来直销团队与专卖店如何共存发展并未透露更多细节。