

快时尚提前吹响打折季号角 库存阴霾蔓延中……

“快抢吧，连试衣间的门儿都堵得进不去了。”“其实就不用试，选几件直接结账走人，这么便宜了还试啥！”这番对话几天前发生在一家大型购物中心某快时尚品牌店门前。

值得注意的是，一直坚持“一年两促”的快时尚们，促销动作越来越频繁，而且夏出清的折扣季比往年提前了一个月。对此，业内人士表示：“促销规律的改变与存货量密切相关，库存阴霾已经蔓延至快时尚品牌。”

郑州晚报记者 王一品 文/图



郑州各大购物中心里的快时尚品牌争相亮出超低折扣。

在商言商

疯狂圈地埋下库存隐患

一直以来，“量少款多”的快时尚品牌几乎与库存压力“绝缘”，但随着其近年来在中国市场的大规模圈地，库存魔咒的阴霾也逐渐蔓延到了他们身上。

看看我们身边的快时尚品牌，不放过任何一个新开的购物中心，而且动辄超过3000平方米的旗舰店层出不穷。当品牌必须用足够的产品来“填充”这些日益增加的超大店面时，库存问题自然随之而来。

有数据显示，ZARA母公司Inditex目前在中国共有400多家门店，并且计划一年内再增开近百家新店。而在最近几年里，其主要竞争对手H&M在中国开设专卖店的年增速超过了50%。过快的扩张速度为库存问题的凸显埋下了隐患。

在快时尚大军挺进中国市场六七年后的今天，中国消费者对这些“洋气”的高街品牌已经“见怪不怪”。当初，我们争相为最具潮流度的款式买单，但如今，我们不会为大同小异的产品和折扣动心。快时尚如果想要广大消费者继续买账，就必须先为自己“保鲜”。

尼彩百元手机系列报道四——

尼彩大屏双卡双待手机

凭什么才卖100多？



CPU，上网特别快，玩儿游戏没得说！GPS导航、无线WIFI！高清像素，拍照特别清晰，出去玩儿相机都不用带了。在外面买跟这款手机配置差不多的要花几千块钱，尼彩只要几百块钱，太划算了！”

笔者获悉，尼彩手机工厂店以旧换新活动正如火如荼进行中，而他们的客服专线400-717-1118也是每天都快被打爆，在位于文化路与金水路交叉口向北30米路东的尼彩旗舰六店，顾客凭任一款废旧手机，仅需399元换购一部599元尼彩大屏双卡双待安卓智能手机，再送499元话费和198元高档厨具三件套，郑州限量3000部，每人限购一部！

尼彩手机销售网络遍布全国，一直以高性价比受到消费者的信任和喜爱。运营商也正是看中了这一点，在众多品牌中选择尼彩进行合作，相信两者双剑合璧，必然为广大消费者带来更多的实惠和便利！

各尼彩手机工厂店 苹果、三星配件均半价销售！

同样的活动在以下地区均有开展：**尼彩郑州旗舰店一店：**紫荆山路与东大街交叉口向西150米路南 **尼彩郑州旗舰店二店：**农业路与经五路向东20米路南 **尼彩郑州旗舰店三店：**文化路与东风路交叉口向东180米路北 **尼彩郑州旗舰店四店：**航海路与大学路交叉口向东500米路南 **尼彩郑州旗舰店六店：**文化路与金水路交叉口向北30米路东 **开封店：**中山路相国寺汽车站向南100米路东 **焦作店：**东方红广场市纪念塔向南50米路东 **济源店：**市百货大楼向北100米路西 **洛阳店：**牡丹广场牡丹城对面金源国际一楼

(樊无敌)

你相信吗？100多能买部尼彩大屏双卡双待手机！该活动一推出就吸引了无数人的目光，消费者趋之若鹜：“100元能买什么？去趟超市还不够，现在居然能买到一部大屏双卡双待手机，当然值了！”

尼彩手机工厂店是国内首家自产自营的手机企业，是中国第一家“手机工厂店”，这种经营方式砍掉了中间商环节，从自己的工厂直接到自己的直营店，降低了成本，再加上尼彩坚持“每部手机，只赚十元”，如此高配置的大屏双卡双待手机卖100多元自然在情理之中。

运营商倾力支持 尼彩大屏智能手机大受欢迎

2012年，尼彩正式启动与运营商的合作，自产自营加上运营商的支持，尼彩手机的性价比优势更加突出。目前全国已有尼彩手机工厂店6000多家，仅河南就有600多家，在全国拥有完善的服务网络体系。

除了100多元的大屏双卡双待手机，在**位于棉纺路与嵩山路交叉口向西50米路南的尼彩棉纺路店**，4.5英寸大屏双核安卓智能手机也以几百元的超低价格受到消费者的青睐，5.0超大屏四核手机的极速体验更是让消费者爱不释手，而如此高配置的智能机与市场上其他品牌同等配置的智能机相比价格不止便宜了一倍！

80后张晓是一个酷爱旅行的白领：“我喜欢旅行，所以对手机像素、网速、性能要求高。尼彩这款4.5英寸大屏的智能机1G双核

快时尚提前一个月进入打折季

6月21日，ZARA官方微博发布消息：“从今天起，中国内地所有门店开始打折。”与此同步进入促销季的，还有去年9月刚刚上线的官方网上商店。据悉，ZARA这次促销季采用线上线下同折扣的策略，至少持续一个月，一改以往每年7月底才开始夏季促销的做法。

力度比百货的“年中庆”还惊人

除了ZARA，H&M、C&A、Mango、优衣库等众多快时尚品牌都把折扣压到3~5折，大促力度比最近各大百货商场的“年中庆”还惊人。

“快时尚今年扎堆提前进入夏季促销，一般门店中60%~70%的货品都参与打折，以春夏货品为主。当然，也会有三成

不仅是开始行动的时间比往年提前了约一个月，ZARA本次折扣季的优惠幅度也有所提升，突破了一直坚守的5折底线。在其官方网上商店可以看到，一件原价899元的女式拼接乡村礼服式外套打4折，现价359元；一件原价高达2799元的女式金属箔片刺绣外套打到3.5折，仅售999元。

左右的新款同步上市。”业内人士分析，“促销规律的改变与存货量密切相关，频繁的促销本身就意味着不合理库存的产生。快时尚品牌近年来在郑开店速度不断加快，铺货量增多，相应的库存量也会增多。如此促销既能及时处理库存，又能吸引客流。”

商场女装品牌跟风大促

自快时尚品牌大范围进入中国后，其独特的“快销模式”给普通女装品牌造成不少压力，也使得这些品牌的折扣力度一再放低。如今，快时尚又加入到促销大战中，其他品牌该如何接招？

“快时尚品牌和少女少淑装品牌的客层重合度很高，这部分客群的品牌忠诚度比较低，又对价格非常敏感。所以，谁的折扣力度大、促销启动得早，谁就能抢占先机。”某

百货商场相关负责人表示，传统百货中的女装品牌近几年一直存在着库存难题，眼下快时尚又步步紧逼，这些品牌只能纷纷跟进。

最近两周，Only、VERO MODA、a02、Eland、Teenie Weenie等品牌全面启动展促活动，基本都低至5折。“打折促销好比‘拼刺刀’，是一种为抢占市场份额牺牲利润的做法。”业内人士分析，“不过，折扣一定会有个限度，目前来看5折基本是底线。”

避开“降价漩涡”要靠细分市场

面对激烈的市场竞争和一直难以化解的库存问题，打折促销似乎成了商家不得不做出的选择。那么，究竟怎样才能避开“降价漩涡”呢？

打折促销的确能有效清库存，使销售额明显上涨，然而其副作用也很可怕——有可能降低品牌价值感，流失老客户，Esprit就是个典型的例子。

“有不少品牌在探索‘区域细分’的模

式，来调整货品结构，或者推出副线产品在款式、价位方面进行有效的补充销售。”业内人士透露，例如目前传统百货商场中业绩比较靠前的女装品牌欧时力，已将东南市场和北方市场区分开来，有效地控制了库存。还有一些个性化的品牌，定位于小众客群，店铺和货品数量都追求少而精，单柜年销售额不比某些所谓的大品牌差，而且还免于库存问题。