

TOP生活 | 商业街



服装市场的不景气对男装影响比较大,工作日百货商场品牌男装顾客少。

在刚刚结束的2014春夏中国国际时装周上,从圣得西到九牧王,不少男装品牌“争奇斗艳”。然而,看似平稳的男装市场背后实则暗流涌动。来自中华全国商业信息中心的最新数据显示,2013年全国百家重点大型零售企业服装零售额同比仅增长5.0%,增速较上年大幅放缓7.3个百分点。其中,男装零售额出现负增长,同比下降1.3%,增速低于上年同期12.4个百分点。对此,百货商场方面普遍表示,男装唯有创造新亮点才能有所突破。 郑州晚报记者 王一品/文 慎重/图



某商场举办的男装新品发布会



扫一扫 更精彩

男装,拿什么拯救自己?

传统百货开创自有品牌研发之路

上市公司 财报普遍告负

相比女装市场的激烈竞争,男装市场一直较为稳定,但这种平稳现象在2013年被打破了。日前,多家披露2013年业绩快报或年报的男装上市公司业绩均出现下滑,其中同比下跌幅度最大的竟然超过八成,而且不乏七匹狼、希努尔、报喜鸟等国内知名男装品牌。

年报显示,2013年,七匹狼营收下滑20.23%至27.73亿元,净利润更同比大跌32.44%至3.79亿元。除衬衫类产品的营收同比出现2.91%的增长,其夹克、毛衫、西服、裤子等全线产品均出现超过10%的下滑,其中夹克、毛衫营收的下滑高达38.5%和33.97%。

而另一男装品牌利郎,2013年营收和净利润分别为22.99亿元和5.16亿元,同比均跌17.7%。据悉,这是利郎近三年来此财务数据上的最低值。公司解释称,营业额的减少主要因为零售终端销售没有明显改善,以及该公司消化旧产品的渠道库存。

对于男装市场业绩低迷,百货商场也表示“备受牵连”。整个男装行业正面临类似运动品牌的危机。相对女装而言,男装对时尚的敏感度较弱,受众偏窄。男装品牌产品创新不足,随着品牌不断增加,消费能力被稀释,业绩下滑成为必然现象。

男装市场掀起关店潮

除了业绩下滑,2013年国内男装企业的关店数量也再创新高。数据显示,2013年上半年,七匹狼关店152家,九牧王关闭59家店铺。此外,卡奴迪路、报喜鸟等也纷纷放缓开店速度。此外,由于市场难以快速回暖,很多以往

价格雷打不动的男装品牌也选择“放下架子”,打折促销。

对此,以男装占比著称的正道花园百货相关负责人表示,如今越来越多的国际品牌进入中国,他们提供了更人性化的服务以及更时尚的设计概念,这给本土男装企业带来了很大压力。

预计2015年将达7000亿元产销规模

有业内人士表示,尽管最近两年男装的销售、布点均出现缩减,但市场前景还是有的。资料显示,我国男装市场早在2009年零售额就已经超过2000亿元,当时首次超过了美国,预计2015年将达到7000亿元的产销规模。如此巨大的市场潜力,自然成为各

大品牌争先抢滩的对象。

目前,在国内男装品牌低迷的同时,国外男装品牌正加速在国内市场布局并快速新增店铺。包括Hugo Boss、Armani、Burberry等品牌,这些在国际上排名前20名的男装品牌已经全部进入中国市场。最近又有消息称,法国PPR集

以正道花园的男装销售为例,在同等情况下,能够提供私人定制服务、引领时尚潮流的国际一线品牌,明显占有优势。因此,对于本土男装企业来说,最重要的还是要找准自己的定位,在服务和产品上下功夫,带给消费者新的亮点才能寻求突破。

打破同质化,企业转型势在必行

与女装、童装不同之处在于,商务休闲男装的价格区间非常大。从低端大众品牌到高端奢侈品品牌,男装的价格相差可以高达上百倍。如此大的价格范围,使得品牌有足够的空间去找到自己的定位。

在传统百货商场看来,整

个服装市场的不景气对男装影响比较大,当前的男装市场有些饱和了。企业要想发展就必须要在产品上更加标新立异,从款式、面料上创新,特别是在颜色上有所突破。

时尚消费时代来临,这给服装品牌提出了更高的要

团也有意收购一家有自身特色的中国品牌,借道进驻中国。

对此,丹尼斯百货相关负责人表示,最近两年,丹尼斯百货人民店的男装的年销售额同比增长始终保持在20%左右,较女装销售额增幅并未有明显弱势。对于中高档百货商场来说,男装永远不容忽视。

如何更好适应新的消费潮流,适应新的消费者对于时尚的需求,是摆在传统服装企业面前的问题。男装企业转型势在必行,打破同质化,从过去传统的观念里解放出来,才会给徘徊不前的男装产业提供新的可能。

传统百货开创自有品牌研发之路

也有业内人士表示,男装受电商冲击比较大。一方面,受人工、环节等成本的速涨所致,商场里的男装价格动辄好几千元,让人望而却步。另外,男士本来就不喜欢逛街买衣服,只要不是必要性的采购,他们大多会选择更为便捷的网购。在这种形势下,就更需要商场里的男装具备强有力的吸引力。

在千店一面的同质化困局下,前不久,百货龙头王府井、大商纷纷表示,将开创自有品牌研发之路。郑州王府井百货相关负责人介绍,王府井百货将与联营品牌商合作,参与商品的深度管理,加强百货店对价格的话语权。初期,王府井百货的自有品牌将以基本款服装为主,未来将逐步扩大品类,

最终推出自有品牌概念店。

对此,即将开业的郑州万象城相关负责人也表示,华润万象城、五彩城均有相当比例的自营品牌,这也让华润的购物中心连年保持着20%以上的销售递增。

其实,不管是男装还是其他品类,对于传统百货商场来说,唯有创出自我特殊、增强体验式服务,才能突出重围。

时尚资讯



豪客来邀您亲子量世界

第十届豪客来杯少儿绘画大赛即日起接受报名

即日起,第十届豪客来杯全国少儿绘画大赛盛大启动,从4月3日到5月20日,遍布全国94个城市的豪客来餐厅正式接受3~12岁少儿报名参赛。

还记得3年前的那位小歌手乌达木吗?他献给妈妈的一曲《梦中的额吉》打动了全国观众。乌达木说,他的梦想是发明一种墨水,往地上一滴,整个世界就会变成绿色的草原。家有儿女的您,是否也想知道您的孩子梦想是什么?那就带孩子报名参加本届少儿绘画大赛。本届大赛的主题为“宝贝,出发-我用画笔量世界”,已经连续9年把少儿绘画大赛作为公益事业的豪客来,此次继续全程免费为孩子们一展身手提供最便捷最贴心的创作条件,更吸引人的是,今年的奖项比往年更丰厚,全国共设500份大奖,10万份参与奖,其中明星金牛奖可获得迪斯尼旅行装备(价值1999元)及家庭旅游基金3000元。

与往届相比,今年比赛还增设了“晒画作得免费饮品/甜品券”的环节,您只要拍下小朋友的画作,发微博或微信朋友圈即可。(具体兑奖事宜请在报名时向豪客来餐厅咨询) 郑州晚报记者 王一品

中国自行车潮流趋势发布

EXO即将携手爱玛 代言“都叫兽”的酷飞车



3月28日,“新一代 潮我看,中国自行车潮流趋势”新闻发布会,在天津梅江国际会展中心举行。中国自行车行业协会资深顾问郭海燕、国家自行车质量监督检测中心副总工程师冯子娟、亚洲车神廖武雄、韩国三千里Smart社长金永焕、爱玛科技副董事长段华等共同出席了此次盛会。

活动现场,爱玛推出的“酷飞车”,不仅具备韩国时尚文化的色彩、外观,而且在配置上,搭配了碟刹和顶级品牌喜马诺的变速系统,这种集“山地车的操控、公路车的速度、死飞车的色彩”,3车合1的酷飞车,伴随着时尚造型的模特骑行,吸引了整个天津展的眼球。

据爱玛内部消息,韩国明星人士透露,应中国数千万的韩粉们的大力推荐,选择韩国90后偶像天团——EXO代言,仅是开始。伴随着MIX酷飞车在中国的流行和普及,爱玛还可能继续引入青春新一代人气——韩国偶像,为下一阶段推出的时尚自行车新产品进行代言,希望网民和韩粉们热力推荐。

郑州晚报记者 王一品