



## 上半年艾格关店88家,佐丹奴第一季度关店54家 德化步行街的美特斯邦威门店也从4家减至2家

# 休闲品牌迎来关店潮,快时尚兴起



某品牌休闲店用夏季促销吸引顾客。

### 快速扩张虚拟经营 或成美邦快速萎缩主因

2000年至2010年,国内品牌崛起迅速,一些品牌轻资产、重研发、外加工的模式,一度被视为行业典范,其惊人的渠道建设速度,也使企业短时间内就完成了实体店的铺设。美特斯邦威等一些国内休闲品牌,一度成为服装行业内的主要学习对象。然而电子商务的出现,从模式、价格等各个方面给一些国内休闲品牌带来了很大的冲击。加之市民消费习惯的改变,品牌的品种、品类相对单一都成为了国内多数休闲品牌萎缩,国际快时尚品牌迅速占领市场的一个主要原因。

近几年,Zara,H&M等国际快时尚品牌的入驻,此类品牌的共同特点就是其品牌文化、产品品类、产品创新等各方面与市场的贴合度较高。目前,我省现有的快时尚品牌较少,其中发展较好的CAVA,其主要特点就是重视设计研发,培养大批设计师,派往广州、深圳、香港以及欧洲的一些国家和地区,产品更新速度较快,产品与消费者的贴近程度较高。“未来我们的服装品牌要抓住主要的消费群体,比如说现在的90后,消费水平可能有限,但确实一个相当庞大的消费群体,能够和主要的消费群体一起成长,培养消费者对品牌的信任对企业品牌的发展相当重要。”河南省服装行业协会会长李刚说。

### 二七商圈休闲品牌萎缩 快时尚兴起

从2011年起,一些备受80后喜爱的国内休闲品牌相继在全国出现关店现象,而这一现象到2012年开始进入高峰,有数据显示真维斯去年全年内地关店253家,艾格今年上半年关店88家,佐丹奴第一季度关店54家,而班尼路2014财年内地关店388家。

据郑州晚报记者了解,关店现象在郑州市区内也较为明显,在二七商圈德化步行街内美特斯邦威的门店最多时同时有四家,

而在近两年的时间内,仍在运营的仅剩两家。昨天,记者来到其中一家较小的门店,该门店正在进行季末促销,超低的折扣还是引来了顾客的关注。而在秋冬新款较多的店面里,则格外冷清。

与部分休闲品牌专卖店情况不同,一些转型较早的国内品牌则平安地度过了这次关店潮。同样位于二七商圈的大上海城,以时尚快销品牌为主,其经营的品牌大多数为国内时尚品牌,虽然一些店铺正

忙于淡季装修,但前来消费的市民仍不在少数。记者还发现在位于郑州国贸360广场的一些快时尚品牌门店中,客流量则更多。这里的大部分品牌也都打出了促销活动,但折扣力度相对较小,即使如此还是引来消费者的关注。“这些品牌平时很少有活动,难得打一次折就会觉得很实惠。”市民洪女士告诉记者,洪女士在国贸附近工作,据她介绍,平时逛街的话一般都会选择来这里。

### 快、时尚、亲民价格 是快时尚制胜法宝

一边是日益萎缩的国内休闲品牌,一边是快速增长的快时尚品牌。当ZARA、H&M、MANGO、优衣库等品牌纷纷来袭,国内的休闲时尚品牌有些无力招架。

据了解,国际知名时装零售巨头H&M2010年10月1日进驻郑州以来,如今在郑州开了三家门店,在河南的门店达到了6家,优衣库在郑州的门店则达到了5家。打开80后、90后的衣橱,很多消费者都会拥有几件快时尚品牌的衣服,基础款居多,怎么穿都不会过时,价格亲民,购物环境舒适,成了很多消费者选择快时尚的原因。在日前H&M公布的7月份含增值税的消费总额数据中显示,按当地货币计算较去年同期增长17%,增幅远超分析师预期的11%和6月份的12%,去年同期为9%,连续10个月实现双位数增长。

在国贸360的H&M门店内,市民朱女士挑选了5件背心、T恤,“这些都是基础款,内搭或者外穿都非常合适,也很便宜,所以一下入手6件。”郑州晚报记者留意到,和朱女士一样,许多消费者都是一次购买几件打折商品,试衣间前排起长队。

说到快时尚风靡的原因,一业内人士分析,正如它的名称,快、时尚,再加上亲民的价格是其制胜的法宝。据了解,从设计、成衣到摆在柜台上出售,国际品牌只需要120天。在快时尚家族里,GAP为90天,H&M为21天,ZARA的橱窗每20天换一次新款,而中国的很多品牌,通常要用6至9个月。相对于又快又不快又不时髦的国内休闲品牌,更多的消费者更愿意花很少的钱就能把国际流行时尚穿在身上。

2007年,凭借《疯狂的石头》中一句“我这是牌子货,班尼路!”让更多人在大笑之余,对班尼路留下了深刻印象。彼时,班尼路的代言人是刘德华,风光无限。不仅是班尼路,美特斯邦威、真维斯、佐丹奴等国内众多休闲品牌风靡一时,为众多80后所喜爱追捧。

而如今,国内休闲品牌风光已不再。美特斯邦威因业绩下滑不得不大量关闭门店,短短三年多的时间,其市值缩水200多亿,去年关闭门店200多家。在曾经众多休闲品牌齐聚的郑州二七商圈,如今存在的品牌屈指可数,这些给众多80后留下很多美好回忆的休闲品牌开始渐渐萎缩。

郑州晚报记者  
徐智慧  
肖雅文 文/图

### 从39.57元到9.47元 美邦市值大幅缩水

在80后消费者心目中,美特斯邦威一句“不走寻常路”广告词能唤起很多有关青春的回忆。2000年左右的大学校园内,美特斯邦威的T恤几乎成了“宿舍服”或者“班服”,在那个个性还未得到充分张扬的年代,以学生装起家的美特斯邦威给了在校学生更多的选择,青春、时尚、靓丽成了美特斯邦威的代名词。

而近日,上海美特斯邦

威服饰股份有限公司关于转让长安基金管理有限公司股权的公告引起了众人关注。公告称,上海美特斯邦威服饰股份有限公司将以原始投资额6600万元转让其持有的长安基金33%的股权。

美特斯邦威风光不再。据报道,截至2012年底,美特斯邦威拥有店铺5220家。2013年,美特斯邦威的年报称:截至2013年

底,该公司在全国拥有直营店和加盟店将近5000家。以此推算,2013年美邦关店最起码有220家以上。另外一组数据显示,2010年11月30日,美邦股价触及及39.57元的最高点,当天收报38.75元,公司总市值达到389.4亿元。然而自那以后,美邦股价就走上了下坡路,昨日,美邦股价收报于9.47元,粗略估算,美邦市值缩水200多亿元。