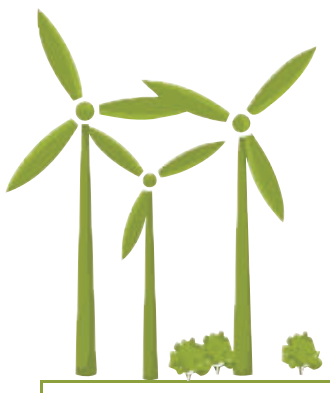
BCS 长沙银行
长沙银行芙蓉借记卡全国ATM取款 0 手续费

外资品牌秋装刮起罕见“降价风”

原因:欧元、棉价、市场景气度都在跌

进入9月下旬,早晚温差加大,各大商场服装专柜模特儿身上早已换上秋装。出人意料的是,今年的秋装高调上市,却以低价示人,部分外资品牌的秋装较去年同期都有了不同程度的下降。

是想用相对低价拉拢消费者,还是品牌战略集体调整?这股与一路飙涨的物价格格不入的“外资降价风”,吹得让人有点摸不着头脑。



▶秋装新上市,价格较低调。实习生 李健 摄

【现象】定价比往年下跌三四成

随着长沙市各大商场内品牌服装纷纷上架,新一轮的秋冬装市场争夺战又打响。在省会长沙的市场上,如Zara、Vero Moda、Only等外资品牌的秋装价格较去年有所下降。

在长沙某商场Zara专柜,记者看到,去年动辄超过2000元的皮衣,今年推出了多款价格在1799元左右的相对低价。在Vero Moda的柜台,同样是七分袖西服,在其淘宝旗舰店查询到去年的相近款式价格为599元,今年的价格则为549元。

降价的事实也在zara品牌相关工作人员处得到了证实。“今年秋装有不同程度的跌价,去年699元的女装外套今年降到499元,而男式西服也从899元跌到了699元。”据悉,这是Zara品牌自六年前进入中国市场以来的第一次跌价,最大跌幅在四成左右。

除此之外,在这些外资品牌的专卖店或者专柜中,记者还看到不少正在促销的过季衣物,有的甚至是去年秋冬的款式。这在往年集中上新的时期基本上不可能看到这种景象。

【公司】对品牌定位进行调整

当一贯保持走高调路线的外资品牌突然低下了自己高昂的头,是有意“亲民”还是抢占市场被迫降价?

某品牌服装公司的相关人士解释,公司今年秋季新品出现跌价的现象,主要是受到汇率、品牌策略和经济大环境的共同影响。“我们是欧洲品牌,人民币与欧元汇率的变化是影响其在中国定价的因素之一。更重要的是,受到今年全球经济下滑影响,公司的品牌市场策略也有相应调整,这次调价也是意在拉低与竞争对手的差价。”

【探因】经济环境才是降价推手

外资服装品牌的“降价风”引发了市场无限的猜想。湖南商学院市场营销系主任尹元元教授认为,今年以来消费品市场不景气是直接原因。

今年第3季度,我省社会零售商品指数的增幅为14%,低于原定增长目标,说明我省消费品市场并不景气。外资品牌为了在市场大环境不景气的背景下保有市场份额,不得不通过降低价格等市场手段。

服装原料价格下跌也是降价的另一个客观原因。在广州从事外贸服装生产的邓小姐告诉记者,前两年,棉花价格一直在上涨,最高时曾经达到了3万元一吨。今年,棉花价格逐渐出现回落趋势,到6月跌幅已经达到40%左右。原料价格的走低,使得今年秋装出厂价也较往年有所下降。“打个比方,我花了10块钱做出来的东西,你让我卖200元我也不心安吧。”邓小姐如此说道。

不过,尹元元教授认为,外资品牌可能压缩的是在生产环节的开支,而商品定价的降低并不一定会影响到品牌最终的收益。

■记者 朱蓉

相关链接

美国护肤品牌倩碧降价

除了服装以外,一直走高端路线的美国护肤品牌倩碧也在降价之列。近日,倩碧公司主动下调了旗下明星产品水嫩保湿精华霜、俗称“倩碧黄油”的润肤露、“水磁场”润肤霜在中国内地市场的价格。其中,“黄油”价格从原来的460元降到了现在的340元,降幅高达26%。据了解,调价后此产品的售价与香港专柜相差无几。倩碧品牌公关部李欣表示,此次降价主要应对电商代购热潮,拉动产品专柜销量。此次降价行为,相关营销专家认为会对其余进口化妆品产生强烈冲击,进而产生进口化妆品降价的多米诺效应。

外币	钞买价	外币	钞买价
英镑	988.59	日元	7.7839
港币	80.67	加元	627.38
美元	625.38	澳元	641.85
瑞郎	656.24	欧元	798.47

(截至9月17日16时,数据仅供参考)

外汇牌价由中国银行湖南省分行友情提供
咨询电话:0731-82580629
中国银行 BANK OF CHINA
中国银行网上银行提供个人结售汇服务

消费态度

不以降价喜,不以降价买

外资品牌秋装降价,消费者买账吗?

“网上很多打折的价格比专卖店便宜多了。”在河西某房地产公司从事法务工作的罗晓江这样说到。她平时喜欢逛逛各大名牌折扣网站,基本不去专柜购买当季新品。她表示就算外资品牌秋装出现下调,自己的购买欲望也并没有多强烈。

当然也有如今年大三的英语专业学生刘慧一样崇尚品牌的消费者,对降价“挺高兴的”。不过,她看中的款式“降价要买,不降也会买。”

记者手记

外国的月亮并不圆

“外国的就是比国产的好。”这个观念在国内消费者的心中似乎已经根深蒂固。在商品的质量和款式相近的情况下,就算是多花超过一倍的钱,不少的国内消费者也愿意“花钱买个心安和高档。”

真实情况究竟如何呢?与外资服装品牌总是傲视国内本土品牌价格极不相衬的是,它们总是会不断出现产品质量问题。常理说,便宜没好货,但到了这里,似乎贵的也不一定就是好货。在国家以及各省市的工商部门抽检中,外资品牌可以说是次次中枪,其中Zara更加是常客。据媒体统计,Zara品牌在2年内7上黑榜,公司却从未回应过相关问题,也没有为顾客办理过退换货的手续。

今年以来,全世界经济都在震荡中出现下行态势。在这种情况下,中国市场这个大蛋糕对任何外资品牌来说,都成为了不得不重视的重要领地。于是,它们开始着急了,开始向下调价了,大概希望以此留住消费者的目光和脚步。不过,一直被轻视的中国消费者现在是否买账,外资品牌的降价之法是否奏效,还要看今年结束之时,各大品牌最终用实时销量来说话了。

其实都是一个月亮,国外的并不比国内的圆。