



一年花六千，天天穿新衣 租衣解决女生穿衣“终极难题”

2015年，张绮轩公司 获得了数百万投资

在 Facebook 做过两年工程师的张绮轩一年多前回到北京，和几个合伙人一起创办了一家租衣公司。“当时觉得姑娘们穿衣服很有限制，很有负担。中国女生买衣服贵，工资低，共享是个不错的方式。”

张绮轩公司的衣服有的是自己采购，也有和其他电商网站、品牌商合作，不断尝试看看哪个渠道更有优势。

上线至今，张绮轩公司服务的付费会员数量保持在三位数。团队在过去八个月里更关注的还是运营模式的探索。不过半年下来，一些声势更大的创业项目已经失败，而张绮轩公司还在运作，配送范围也从朝阳区扩大到了整个北京市。

2015年12月，张绮轩获得了来自光源资本的天使投资。这一轮投资的数额并不大，只有数百万人民币。

融资完成后，团队人数翻倍，公司搬到了北京 798 附近的一个 loft，里面一间屋子被改造成了摄影棚。另一位联合创始人负责采购，并兼任平台商品图片的专用模特。办公室里更大的空间则留给了供应链和开发团队，每件衣服在被预订之后就会从网站上下架，经过质检、扫码、打包之后被统一配送出去。摄影棚边上就是有衣的库房，客户寄回来的衣服从第三方工厂清洗、熨烫完毕之后，都挂在这里。“等到应用上线了，我们会去创业公司和高校进行推广，抓一批用户。”张绮轩说，“最开始的目标用户就是创业的姑娘，她们乐于尝试新鲜事物，也太忙了，没时间逛街。”

租赁日常服装而非礼服，这是目前中国租衣创业公司在做的事。用户每月花上五六百元不等的会员费，就可以无限次租用平台上的衣服，每天都有新衣服可穿。这种租衣生意正逐渐从北京、上海走向更多城市。

包月服务，上线当天会员超三位数

2015年4月上线的时候，徐百姿的租衣公司就去一些举办大型活动的公司和高校，用发体验券的方式进行推广。几个月之后，公司在上海新天地附近开了一家线下的体验店。

徐百姿效仿的是租衣网站的鼻祖 Rent the Runway，从最传统的租衣需求，也就是礼服租赁开始。在成功的推广下，参加奥巴马第二次总统就职典礼的女性中，85% 都在 Rent the Runway 租用了礼服。在 2015 年最新的一轮融资之后，该公司的估值已经超过 8 亿美元。

用户在徐百姿公司一次花上两三百元，就可以在平台上租到各知名品牌的礼服。这里的礼服租赁常常能够吸引到用户重复购买，于是将这些用户从选择较少的实体店店铺吸引到了线上，但礼服业务其实是吸引用户下水的开始。

“一开始你跟她说，每个月花六百块你就不用买衣服了，她可能还是不容易接受，但是在婚礼、年会这些需要一件特别好看的衣服的时候，她就很容易转化成为我们的用户。”为了让用户更愿意接受租衣服穿的场景，她们选择从需求频率较低、但是意愿更强烈的礼服开始。今年3月，公司正式推出了 588 元包月换衣的会员服务。在上线 24 小时以内，包月会员数量就超过了三位数。



关注三湘都市报微信
看E报。

租衣公司解决女生“穿衣”难题

用户每月花上五六百元不等的会员费，就可以无限次租用平台上的衣服，每天都有新衣服可穿。比起“重大场合穿什么”，这些创业公司现在更在乎的是女生早上出门前的那个终极问题：“今天穿什么？”

3月，有一则消息鼓励了这几家创业公司。以礼服租赁起家的美国创业公司 Rent the Runway 推出了日常装会员包月服务：每月向会员收取 139 美元的费用，用户每次最多可以同时拥有三件日常穿着的衣服。

但担心一直存在。除了租衣服的意愿之外，投资人也担心在租衣服的模式之下，怎样平衡时装的寿命和流通的节奏。

但这门生意毕竟渐渐做起来了。华创资本领投了徐百姿公司的 300 万美元 Pre-A 轮融资，投资人余跃看好租衣模式的原因在于社交网络给女性带来的展示空间，更大更快也更丰富。“把好的品牌的服装用比较低的成本带给女生，她们是完全完全不拒绝的，这就像修图软件一样，是刚需。”他说。“女生对自己的形象更在意了，对我穿的是哪条裙子也更在意了。可能她更在意我穿这件衣服好不好看，拍出来的照片好不好看，是否拥有这条裙子还真的不是最在意的事情。”

■ 来源于微信公众号好奇心日报 微信号 qdailycom



在租衣公司的办公室里，等待打包的衣服。