

优衣库业绩腰斩, 终结快时尚神话

价格上涨、屡上质量黑榜、店面扩张速度过快是内因

作为购物中心的“心头肉”，近年来，快时尚品牌红透了长沙的半边天。以GAP、H&M、优衣库、Zara等品牌为代表的快时尚服装品牌依靠经营面积大、服装款式多、挑选舒适等优点受到消费者喜爱。

不过，从各大品牌最新公布的销售数据来看，它们的日子似乎过得也并不轻松。近日，优衣库的母公司迅销集团发布2015财年上半年业绩报告，截至2016年2月29日的6个月内，受优衣库业绩下滑影响，迅销集团净利润暴跌55.1%。同时，H&M集团公布的2016年一季度净利润为25.5亿瑞典克朗，同比下跌达30%。

价格上涨、屡上质量黑榜、店面扩张速度过快成为禁锢知名品牌持续发展的原因。

■记者 朱蓉



优衣库前曾经人潮云集。近日，受优衣库销售不佳的影响，其所属迅销集团近5年来首次半年净利润出现下滑，人们对快时尚品牌的业绩神话产生质疑。（资料图片）

破局

改变策略，回归商业价值

2015年8月，以家居用品出名的日本快时尚品牌无印良品宣布，对在中国区域内销售多个品类的商品进行降价。据了解，该轮降价以热销商品为主，分别在2015年8月下调118个品类、12月下调145个品类的商品价格，平均降幅达20%。这其中，服装杂货首当其冲。

宣布降价的快时尚品牌还有Mango。2016年4月，Mango宣布旗下休闲系列降价，新推出的年轻服饰“NewPrices”系列价格比起常规价格下降约15%。

上述两品牌相关负责人均表示，下调产品价格是为了吸引更多消费者的光顾，打开品牌的顾客圈层。

而上一轮快时尚品牌涨价的参与者之一的优衣库则表示出对产品涨价这一策略的悔意。迅销集团董事长柳井正表示，今后将减少以往惯用的周末大减价促销的次数，转而采用压低平常价格来恢复优衣库原有在时尚和价格上的领导地位。

一位服装品牌研究员对三湘都市报记者表示，款式更新周期快是快时尚服装品牌的一大特色，追求爱好时尚的年轻消费族群是这一类品牌最大的目标客群，“这一部分人群恰恰是对价格最为敏感的，商品价格的上涨加上社会舆论铺天盖地的负面消息，影响了消费者对品牌的印象和信心。”

在H&M、Zara等品牌尚未进入长沙时，还在上大学、爱好时尚的张先生便已是这些品牌的忠实粉丝。据他介绍，当时即使是通过加价请人代购的方式也希望能穿上这些快时尚品牌的服装，“六七年过去了，感觉品牌的设计并没有太大变化，相同品牌的风格线区分也不算明显，于是慢慢的开始放弃它们了。”

作为一本时尚杂志的编辑，张先生认为，快时尚品牌在今后的发展中除了在“快”字上做文章，更应该注重“时尚”，“毕竟如果服装款式不够好，就算再便宜，更新速度再快，能够吸引的消费者群体也是十分有限的。”

值得关注的是，一些快时尚品牌如今已经做出了一些尝试和努力。如优衣库便在日前与爱马仕前创意总监合作，推出了“花优衣库的钱穿爱马仕”概念的LEMAIRE合作系列，虽然价位相对品牌其他产品较高，但市场反应却十分不错。

市场

快时尚成购物中心“香饽饽”

现如今的长沙，没有一两家快时尚服装品牌做“门面”，商场都不好意思称自己为购物中心。从2011年Zara、H&M、C&A、BERSHKA、PULL & BEAR等快时尚品牌自乐和城首次亮相长沙以来，5年时间，长沙又吸引了优衣库、GAP等多个品牌。

近年来，包括悦方ID Mall、德思勤四季汇购物中心、王府井Family Park、喜盈门·范城、奥克斯广场等主打购物中心模式的综合体先后亮相星城，除了标配电影院、各类餐饮美食之外，快时尚品牌不被放在了显眼位置。

据记者统计，H&M在长沙已拥有4家门店，Zara则拥有2家，而优衣库虽然相对前两家进入长沙市场较晚，但也后来者居上在长沙累计开出了7家门店。

“在商用面积较大的商场进行招商时，会优先考虑能够吸引更多年轻人关注的快时尚品牌，它们主要的优势是价格相对其他同年龄成衣品牌更便宜，可选择的款式更多，能为商场起到很好的引流作用。”一位长沙商场招商负责人介绍，在商场定位和可提供营业面积允许的前提下，会更倾向于引入快时尚品牌。

4月14日，记者在悦方ID Mall一层的优衣库专卖店看到，虽然不是周末，但依然有不少消费者结伴挑选衣物，而在商场2楼GAP童装专卖，甚至有母女俩推着婴儿车在挑选婴儿服装。

“每当打折的时候，销量就会特别好，很多款式很快断码。”GAP Kid导购介绍，不少顾客都已形成一定的消费习惯，有时一买就是好几件。

数据

发展放缓, 利润持续下跌

虽然市场上看起来依然挺热闹，但多家知名快时尚服装品牌这一财年的销售数据并不算太好看。

4月7日，优衣库所属的迅销集团发布2015财年上半年业绩报告，截至2016年2月29日，迅销集团净利润大跌55.1%，这是近5年来该集团首次半年净利润出现下滑，主要原因为主品牌优衣库业绩下滑。同时，迅销集团还调低了截至8月底的2016财年业绩预期，由今年1月宣布的1800亿日元（约100.26亿元人民币）下调至1200亿日元（约71.52亿元人民币），较2015财年的经营利润减少27.01%。

数据显示，优衣库

2016财年上半年，日本仍为主要市场，而海外市场营收同比增加12.7%，但经营利润同比下滑31.4%，其中大中华地区及韩国的利润均有所减少。

同日，瑞典快时尚品牌H&M也发布了2016年第一季度财报，2015年12月至2016年2月，一季度净利润为25.5亿瑞典克朗（约20.26亿元人民币），同比下跌近3成，从每月销售增幅来看，成为近3年来最低。而一项来自摩根士丹利发布的报告显示，2020年，H&M集团的营业利润仍将萎缩40%，H&M集团正处于发展的临界点，利润将面临高速下滑。自2007年以来，H&M每平

方米营业利润已经从10900瑞典克朗暴跌至5200瑞典克朗，跌幅超过50%。不过，即使如此，H&M集团仍对外公开表示，2016年将在包括中国在内的海外市场开设更多的传统门店。

而在另一快时尚巨头GAP发布的2015年第四季度财报显示，品牌净利润为2.14亿美元，较2014财年第四季度的3.19亿美元大跌33%。

虽然仍保持着看似可观的盈利数字，但国际知名的几大快时尚服装品牌巨头们利润同比下跌3至5成的现状也在无声的说明，市场变化快到即使它们是“快时尚”，也开始有点跟不上脚步来。

原因

价格上涨、屡上质量黑榜

作为近年来在国内市场上较为活跃的快时尚品牌，Zara、H&M在国内质检部门的质量不合格黑榜上频频曝光。

在过去3年，众多快时尚服装品牌的名字相继出现在了质检、工商等政府监管部门公布的不合格名单上。

其中，2015年11月，上海市质监局抽检的60批次休闲服装产品中，GAP女士牛仔裤、H&M休闲外套等8批次产品不合格，涉及耐汗渍色牢度、耐水色牢度、PH值等

多个项目。而在北京工商局通报的2014年流通领域商品质量监管情况中，H&M更是已连续3年被查出有商品不合格。

对此，国家质检总局相关负责人曾表示，快时尚品牌不合格占比居高不下，其中，在2014年的抽检中，不合格批次最多的前5大品牌中有4个是快时尚品牌，分别为FOREVER21、ZARA、H&M和MANGO。在湖南，也曾发生过多次H&M、Zara等品牌服装因质量问题遭遇

产品下架的情况。

此外，价格上涨也成为消费者开始对快时尚品牌疏远的原因。“2015年初给老爸在快时尚购买了一件羽绒服，价格是499元，到今年想再去买一件时，价格竟然上涨了100块，有点超越心理价位了。”长沙市民戴女士如是说。

对产品的涨价，各大快时尚品牌并不讳言。H&M、优衣库等多个品牌相关负责人都承认了产品提价的事实，他们将原因之一归为人为成本和运营成本的上涨。

中国体育彩票开奖信息			
排列3、排列5 第16098期			
排列3 开奖号码 9 8 2			
奖级	中奖注数(注)	每注奖金(元)	奖金合计(元)
直选	3912	1040	4068480
组选3	0	346	0
组选6	5471	173	946483
排列5 开奖号码 9 8 2 9 7			
奖级	中奖注数(注)	每注奖金(元)	奖金合计(元)
直选	35	100000	3500000
开奖信息以国家体育总局体育彩票管理中心正式公告为准			