

编辑 肖玮 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:84285566-3222 kuaixiaogao@163.com

# 外资高端鞋品牌逆势在华“圈地”

即便经济依然低迷，服装、鞋业国际高端品牌对中国的青睐依然不减。近段时间以来，已有多个外资高端鞋类品牌向北京本报记者透露在华增开新店的计划，扩张速度之快不禁引发业界担心，这些企业在中国相关行业低迷、消费观念转变等多重桎梏下，恐遇成本压力，市场风险难控。

## 欲在华淘金

上周五，一家美国本土高端鞋履品牌斯图尔特·韦茨曼（Stuart Weitzman）宣布在京开设两家新零售专门店，至此，这一品牌在北京的专门店达到5家，其中东方新天地店铺是其目前全球最大的旗舰店。斯图尔特·韦茨曼亚洲区市场副总裁李慧敏告诉北京本报记者，该品牌目前在上海和成都还各有一家，明、后两年，在中国开店的步伐将更加密集，“2014—2015年，我们计划开的新店很多都在中国，而且遍布在各个地方”。李慧敏说。

另一家英国鞋履品牌Jimmy Choo亚太区公关经理杨慕琪在接受北京本报记者采访时也公开了其2014年在华开新店的计划，新开的3家店中，北京2家、成都1家。另据北京本报记者了解，在今年早些时候，上百个以高端定制为主、定位中高端的意大利鞋品牌已来华寻找买家。

## 市场看上去很美

在企业看来，中国对高端品牌的强大消费力是其加速扩张的主要动因。“从全球范围看，中国消费者为公司销售额的贡献占比30%—40%，而且发展潜力依然非常巨大。”李慧敏表示。

对此，业界观察家们却表示出了些许担心，“目前中国高端鞋服市场并非想象得那么美好”。日前一份行业报告指出，高

端品牌的形势很严峻，“3—5年内，随着核心消费者的逃离，将进一步严重影响边缘消费者和潜在消费者的消费热情，相关品牌将迎来大规模衰退”。

有分析认为，高端市场的消退主要原因是经济较为低迷，而在中国市场，一些独有原因也正在加重这一行业的压力。“一方面，很多中国自主品牌正在崛起，这些产品融合了最新的时尚元素，采取定制、预售模式，通过微博、微信作为拓宽销售渠道，吸引了更多消费者的关注；另一方面，中国反腐风暴殃及奢侈品牌；更主要的是，勤俭风盛行，大笔砸钱买高档品的土豪行为被抑制。”一行业内人士分析说。

## 潜在风险颇大

值得注意的是，就在经济整体低迷时期，ZARA、H&M等快时尚品牌却发展强劲，而这对大牌也产生了一定的冲击。目前，曾经一直清高的高端品牌也不得不放低身段，加入了折扣队伍。

上述专家认为，在这种形势下，国外高端品牌加码中国市场或可能遭遇成本压力，“不仅是对低迷市场及中端品牌的冲击，国内店铺房租、人工费用大涨也将大幅抬升公司的运营成本，最终能否实现公司的预期还是未知。所以，大牌们来华淘金，除了考虑潜力外，还要适应当前的国内最新市场特点，适时而变”。

北京日报记者 马骏昊

# 加多宝冠名湖南卫视跨年好戏

2013年12月1日，加多宝再度拿下湖南卫视跨年演唱会、小年夜春节晚会、元宵喜乐会三台晚会的消息再次让舆论沸腾，这是继加多宝冠名第三季《中国好声音》、央视春晚及锁定天气预报1+1等黄金资源后的又一次跨年大手笔，并且跨年演唱会这档重磅大戏与往年不一样，演出地锁定凉茶发源地广东省会城市广州，与广东人民共度正宗“快乐吉祥中国年”。

在加多宝拿下央视春晚、元宵晚会后，一时间舆论热议如潮，纷纷为加多宝的营销手笔叫好，而随后将湖南卫视跨年演唱会、小年夜春节晚会、元宵喜乐会等黄金资源收入囊中，被业界誉为“营销组合拳”的全新演绎。

“我们之所以再次冠名湖南卫视跨年演唱会等晚会，一方面是因为湖南卫视多年来稳坐全国卫视的收视冠军；另一方面，加多宝凉茶作为凉茶行业的领导品牌，选择与强势卫视合作，将更能增加节目的吸引力和传播权重，并且加多宝的正宗内涵和湖南卫视‘正宗跨年晚会’诉求有高度的契合度，无论对湖南卫视还是加多宝都将是一次跨年的双赢合作。”加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示。

“加多宝在2013湖南卫视跨年演唱会大获全胜后，再次锁定优质栏目资源对于加多宝都可谓轻车熟路，这不仅体现了加多宝的品牌实力，也展现了作为凉茶领导者的视野，这些都是其他品牌难以比拟的。”湖南卫视相关负责人如是说。

北京日报记者 王万利



# 张一元

## 茉莉花茶领导品牌

### 茉莉花茶

### 更多人喝张一元 张一元茉莉花茶

### 全国销量领先