

副线策略失利 Armani弃卒保车

自Armani宣布精简品牌后,副线品牌Armani Exchange成为了第一个“动刀”的对象。Armani曾凭借众多的副线,成功交出了抢眼的销售数据。然而随着市场环境变化,繁多的副线却给Armani带来了稀释品牌价值的危机。在此背景下,Armani不得不选择裁撤副线。值得注意的是,与Armani同样选择精简产品线的奢侈品集团正日渐增多。

Armani大举关闭副线店铺

日前,奢侈品集团Armani创始人Giorgio Armani宣布将精简品牌,2018年起将只留下Giorgio Armani、Emporio Armani和A|X Armani三个主要系列,Armani Collezione以及Armani Jeans将被合并。

在品牌精简策略公布后不久,Armani副线品牌Armani Exchange在英国的大部分门店被宣告关闭,其中包括了位于伦敦的Armani Exchange全球最大旗舰店。据悉,此次大规模闭店正与品牌精简策略相关。

资料显示,Armani Exchange是Armani旗下针对年轻时尚的潮流群体,于1991年推出的品牌,目前在国内约有17家门店。北京商报记者就闭店一事走访了部分Armani Exchange门店,有关工作人员表示,目前Armani Exchange英国闭店一事并未涉及中国市场。北京商报记者也向Armani方面进一步求证,但截至发稿,对方并未做出回应。



即便身为副线产业的鼻祖,除却Armani Exchange,Armani的副线品牌还有Amani Junior、Armani Jeans、Armani Casa等,产品从高级定制成衣、休闲服、家居服到童装等,产品细分程度很高。在2015年,Armani又推出了名为“New Normal”的新副线。对于繁多的品牌,Giorgio Armani曾表示:“比起大刀阔斧的时尚改革,我更喜欢在细节上做出不一样的尝试。”

品牌价值遭副线稀释

然而,随着奢侈品市场的降温,Armani的副线策略目前对集团业绩的带动作用开始变得有限。同时繁多的副线给Armani带来的更是稀释品牌价值的危机,这也成为了Armani此次精简旗下品牌的根本原因。

2015年时,Armani的增长幅度便已缩水至4.5%。在近日宣布新品牌战略同时,Giorgio Armani进一步透露,2016年集团收入下滑了5%。这也是近三年来

Armani集团收入首次出现负增长。尽管2015年Armani试图延续老路推出新副线品牌吸金,但就2015年和2016年的业绩来看,New Normal未能挽救Armani整体的颓势。

有业内人士指出,Armani的副线品牌制作水平不如一线品牌同时,Armani在产品质量的把控上也存在一定问题。还有知情人士透露,国内奢侈品代理商存在私自订货的行业灰色地带,也成为部分正规门店曝出假货的原因。

种种因素影响下,Armani的副线品牌给集团带来的价值已不如以往。财富品质研究院院长周婷明确表示,Armani的副线策略在一定程度上稀释了品牌的价值。

“Armani最好的品牌,即符合品牌定位和品牌价值的,仍然是核心品牌Giorgio Armani。Armani的副线策略虽然在过去的年代里成功使其产品多元化,但在一定程度上稀释了产品价值,令Armani被外界认为是时尚品牌而非高端品牌,这与Armani的期待并不相符。”周婷

分析表示,“Armani需要更加集中力量,来发展更具价值的产品线,所以需要砍掉这些副线,来聚焦核心产品。”

奢侈品迎“瘦身潮”

作为曾经对集团营收带来重要贡献的部分,Armani精简品牌必然将影响未来一段时间内集团的收入。但有业内人士指出,这种做法长期来看更加有益。近年来,类似Armani削减副线产品的奢侈品品牌正在不断增加。经过开发副线抢占市场、提振业绩的时期后,奢侈品品牌迎来了“瘦身潮”。

2015年,英国奢侈品集团Burberry宣布关闭三大副线品牌Burberry Prorsum、Burberry London和Burberry Brit,其后于2016年再度“瘦身”;2016年,法国设计师同名奢侈品品牌Sonia Rykiel宣布关闭副线品牌Sonia by Sonia Rykiel,以及更早的Dolce & Gabbana关闭副线品牌D&G。此外,还有包括Kate Spade、Michael Kors在内的多个品牌,都纷纷去掉了副线品牌。

“压缩品牌线,回归原来高端形象定位,精准地为这些消费者服务,对品牌的未来是必要的。”优他国际时尚管理集团总裁杨大筠表示,“副线品牌以前是奢侈品牌价值的延伸,但现在市场已经不一样了,年轻有消费能力的消费者正在更新迭代,产品线拉得过长、覆盖过于广泛,会影响年轻消费者对品牌的认知和忠诚度。”

然而对于Armani而言,作为曾经占比七成的副线品牌,“壮士断腕”必然会在一定时间内影响集团业绩,但杨大筠认为这只是暂时的影响。“长期来看,对Armani业绩的发展是有益的。”两度削减产品线的Burberry,在最新的三季度报告中终于有所起色,零售收入同比增长了4%。

北京商报记者 刘一博 郑艺佳

·时尚黑榜·

卡尔鹿王等被工商局点名

3月1日,河南商丘市工商管理局公布《商丘市工商局流通领域男士服装抽检结果通告》显示,商丘市2016年流通领域商品质量抽查样品共计53批次,合格质检样品达33批次,不合格质检样品20批次。互道、LYUTMICO、卡尔鹿王、咖啡碳COFFEE CARBON、PEONYBOY、金盾、卡图威蒂、劳瑞克Robrik JINGHAO、LA BULL、雪中豹、牧绒鹿MURODEER、乔夫、诺景NUO-JING、WEI MING、约翰·威尔JOHANWERL、Hieiika、idomee等男装品牌登上黑榜。此次质检中不合格项目主要为使用说明、纤维成分、耐干洗色牢度、耐家庭和商业洗涤色牢度。

美颜宝等67款毒面膜被查处

广东省食药监局于近日发布2017年第1期不合格化妆品通告。经监督抽检发现标示为“美颜宝·特级美容去斑膏、丽一汀·白里透红美容套装——草本精华美容面霜、天资堂·亮采润颜雪肌蚕丝面膜、粤草堂·痘印修复凝露、紫欣美·养颜素 白里透红套装——面霜、康丽秀·祛痘无印痘得清、(滋佩妍)肽动力魅肌面膜、碧蕊诗·舒敏调理霜、回春堂·暗疮克星(特效型)、卡依洛·高丽参长效补水面膜、素倩·奢华养护魔法面膜”等67批次产品存在添加禁用物质问题,属于非法产品。广东省食药监局表示,各地毒面膜下架和查处情况,由市级食品药品监管部门于2017年3月31日前报至省食品药品监督管理局。

北京欧美丽思羽绒服质检不合格

2月22日,天津市滨海新区市场和质量监督管理局在流通领域对浙江、福建、广东、江苏、北京、上海、天津7个省、直辖市的24家生产企业的羽绒服开展质量抽检。重点检测项目为产品使用说明、纤维成分及含量、甲醛含量、pH值、可分解致癌芳香胺染料、疵裂等14项指标。经检测,受检羽绒服30个批次,合格29个批次,不合格1个批次,合格率为96.67%。其中,由北京欧美丽思服装有限公司生产,规格为170/92A,生产批号为X-1618的羽绒服因使用说明以及含绒量不达标登上质检黑榜。

雅鹿、哥弟服装登质检黑榜

安徽省工商局日前发布2016年12月网络交易商品质量专项抽查检验情况通报。其中,服装鞋帽类50组,合格14组,不合格36组,样品合格率为28%。标示为雅鹿控股股份有限公司生产,生产批号为8811,规格为XXXL的雅鹿羽丝绒男装,产品标识、纤维含量不合格;广东哥弟时尚服饰研发有限公司生产,生产批号为1001-400609-3013232,规格为165/84A的哥弟女款大衣因纤维含量不合格登上黑榜。

栏目主持:武媛媛

·品牌速读·

GAP宣布裁员216人

3月2日消息,快时尚集团GAP宣布在4月底之前完成对旧金山总部的裁员,预计将裁撤216人。据GAP最新财报,2016财年集团净利润大幅下滑了26.5%,为6.76亿美元。

江南布衣业绩增长迅速

江南布衣近日公布了上市后的首个半年报。报告显示,2016年7-12月间,公司总收入为13亿元,同比上升22.4%;净利润为2.28亿元,同比上升约24%。江南布衣方面表示,迅速增长的业绩得益于公司的快速扩张。

多啦衣梦获A+轮融资

3月1日,女装租赁平台多啦衣梦宣布获得1200万美元A+轮融资,由君联资本领投,拉夏贝尔跟投。据了解,多啦衣梦成立于2015年,目前已有付费用户6万人,注册用户50万人。

美妆产品线上规模增长迅速

在天猫美妆奖当日,CBNDData联合天猫发布了《2016中国美妆消费趋势报告》。报告显示,美妆产品线上渠道交易规模保持快速增长,从2011年的384亿元增至2015年的1767亿元,预计到2018年规模将接近2011年的十倍,同时线上渠道渗透率将达到43.6%。

BCBG申请破产保护

BCBG Max Azria已于日前申请破产保护。目前公司净资产为1亿-5亿美元,而负债为5亿-10亿美元。BCBG Max Azria为设计师同名品牌,创建于1989年,为美国知名时尚品牌。

栏目主持:郑艺佳