

编辑 陈韵哲 美编 白杨 责校 刘凯晶 电话:64101873 sszk2011@126.com

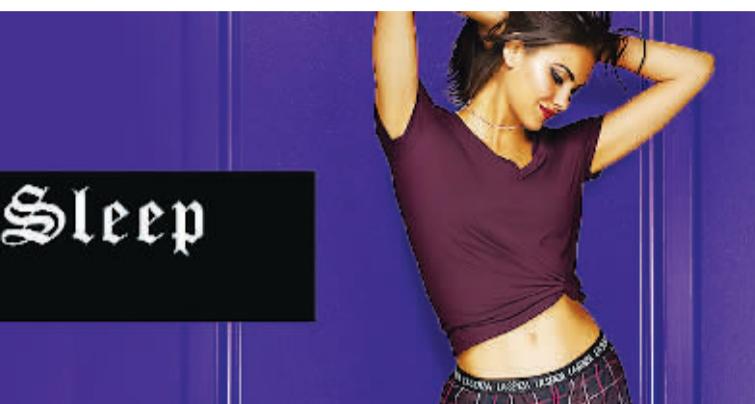
高端产品再缩水 维密集团重组业务线

频繁的营销之后,维密母公司再抛高端品牌线。美国内衣集团L Brands于近日宣布将出售高端内衣品牌La Senza,这距离关闭高端手袋配饰品牌Henri Bendel不足一个月,且集团连续两个月披露财报时提及精简品牌组合。时尚领域专家分析称,这将缓解核心维密品牌盈利能力的重组动作。建议集团先解决库存过高的问题。

计划出售La Senza

业绩增长放缓,维密母公司不断调整策略。L Brands日前在9月财报中称,出于对股东利益的考虑,且为了专注于核心业务,集团正为旗下内衣品牌La Senza寻求有效的重组方案。财报提到,La Senza预计2018年收入2.5亿美元,但营业亏损达4000万美元,约合2.7亿元人民币。该品牌在北美市场有126家自营门店,在国际市场拥有188家非自营门店。

北京商报记者发现La Senza并无中文官网,且没在天猫、京东等国内电商平台开设旗舰店。该品牌内衣价格在100—400元,官网在对包括新品在内的产品进行限时特价促销。据了解,品牌在中国的总代理权曾由广州着得禄贸易有限公司获得。记者在百度地图搜索看到,品牌在国内仅有4家门店,其中,北京、上海分别有一家,南京市有两家。



经记者与门店所在商场进行核实,北京金源新燕莎门店、上海大时代广场门店均已关闭,地图显示南京市所在广场也未查到门店信息。

值得关注的是,L Brands还于上月宣布,将会在明年1月关闭旗下高端女士用品品牌Henri Bendel的所有门店及其电商网站,关闭的实体门店中包括品牌位于纽约第五大道旗舰店以及美国22家规模较小的门店。接连关闭旗下两个高端品牌线,集团在声明中均指出“为了专注集团核心业务,维护股东利润”。

业绩增长放缓

在短短1个月内连续砍掉Henri Bendel和La Senza两个业务,不难看出维密母公司明显的重组意图。

数据显示,在2018财年二季度,集团收入同比增长8.3%,净利润跌幅29%至9900万美元。其中,销售额为17.25亿美元,同店可比销售同比下滑1%。集团计划该财年拟关闭20家门店。

北京商报记者走访维密王府中店发现,位于门店负一层的PINK打折力度为门店折扣最大,3件138元、2件238元、买一赠一等。维密天猫旗舰店也有较多相关促销活动。

回归本源

在奢侈品中国联盟荣誉顾问张培英看来,此次维密母公司战略调整比较清晰,也是为了回归本源,集中全部力量做核心品牌。多番大手笔动作,更是为了集中人力财力来经营维密,预

计在一段战略调整期后,会有强势反弹的可能。

第五大道奢侈品网创始人孙亚菲对维密此次战略调整也十分看好。她表示,目前维密母公司业绩发展受阻,已无力经营高端线,该集团抛售品牌并全力拯救核心业务的选择是正确的。同时,该集团核心品牌维密在全球扩张战略上一直存在很大问题。一方面,品牌发展一直过于保守,全球扩张未把握好准确时机。维密曾主要在美国本土市场经营,国际市场却一直以香氛、身体乳等周边产品为主。并在多年前维密营销声势最强的时期,没有适时切入国际市场进行扩张。另一方面,过多打折促销对维密品牌形象不利,并冲击品牌利润。

从维密自身品牌发展来看,时尚产业投资人、优意国际CEO杨大筠告诉记者,维密希望在中国寻找新的增长点。同时,维密产品具有浓郁的北美风格,应适当改良设计。

对于核心品牌维密的发展,张培英表示,由于品牌活力和市场周期会不断波动,建议维密考虑产品、服务是否符合精准客户群需求。一方面,深入检测品牌定位和客户定位,从设计创新、营销运营等来催动品牌发展;另一方面,要多关注年轻群体和新媒体手段,梳理潜在客户群并注重现有客户营销。

北京商报记者 王晓然 魏茹

指导单位

中国酒业协会 中国酒类流通协会 中国商业文化研究会 中国经济传媒协会

主办单位

北京商报社 西街传媒

官方指定发布平台

北京商报网 《数据》杂志

承办单位

北京商报《中国酒业周刊》

官方直播平台

中国酒业文化论坛官网