

解析服装销售终端“金字塔”现象 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/207/2021_2022__E8_A7_A3_E6_9E_90_E6_9C_8D_E8_c40_207099.htm 一位业内专家曾说，服装品牌运作需要什么样的营销方式，就有什么样的通路、什么样的商业形式与之相对应。国内服装品牌目前依托三种通路：一是批发市场；二是国有百货商场、专卖店；三是新兴的服装城。这三个方面组成了国内服装市场的终端现状。这三者之间在数量上呈几何级递减，形成了一个“金字塔”状的几何存在。传统批发市场已是昨日黄花 上世纪 7 0 年代末、8 0 年代初服装企业还处于传统加工业的一个分支，并隶属于零售业。在此基础发展而来的批发市场，满足了那个时代的穿衣，为那个年代的人们提供了最广阔的挑选平台。2 0 世纪 9 0 年代开始，受到国际时尚和品牌文化的影响，大中城市的服装消费观念发生了变化，许多初具生产能力的国内企业启动了初级品牌运作。由此凸显出了传统服装批发市场已经不能满足服装市场日新月异的消费需求。一般说来，传统的服装批发市场在销售手段和理念上都比较落后，设施简陋，购物环境较差，而且整体规模小，缺乏宏观调控和整体规划，产品处于中低档的水平，品牌附加值低，市场竞争力低下，其滞后性已和时下追求服装品牌文化的消费现状脱节。大浪淘沙，现代市场取代传统市场是大势所趋。事实上，自上世纪 8 0 年代末 9 0 年代初，全国各地兴起了第一波专业批发市场热潮，那种“依托大市场、搞活大流通、促进大发展”的战略，的确给各相关行业带来了巨大的发展动力。然而，受当时条件的局限，这些批发市场大多建立在

传统集贸市场的基础上，存在着单体规模小、设施落伍、经营管理不善、市场辐射力不足等诸多顽疾。随着市场经济的飞速发展，这些市场已严重落伍，不能适应当今发展的需要。于是本世纪初，在批发市场领域，全国各地掀起一场史无前例的批发市场大革命，一座座新兴的规模化、现代化的批发市场“巨无霸”横空出世，凭借着现代化的商业配套设施，完善的功能效应、完善的经营服务与谨密的经营推广手段、强大的商圈辐射效应，对传统批发市场形成了大浪淘沙式的冲击波。北京“大红门现象”、哈尔滨“红博”现象就是例证！百货商场、专卖店痛并快乐着随着经济水平的提高，服装消费的重心已从原有的实用性转到当今对产品品牌、个性和文化内涵的关注上来。与之相适应，一些服饰品牌专卖店开始蓬勃发展起来。另外，一些商家还是通过在百货商场设立专柜、商场店中店等形式建立自己的通路。相比于新兴的服装城，规模相对较小，但针对性比较强，经营起来也比较灵活。通常它们在风格上都比较统一、突出档次、时尚和个性，产品用料讲究、做工精细、款式新颖时尚，能突出品牌文化和格调，特别是专卖店，由于具有相同的模式和规范的管理，赢得了广大消费者。由此可见，大型百货商场、专卖店仍是当前服装市场的主角。不过，专卖店在管理现状上出现的问题也令很多品牌服装企业头痛。一些特许加盟店的压货和窜货现象，以及信息管理的滞后也会在一定程度上造成经营中的实际困难。不过，总的来说，品牌专卖店的发展还是适应当前品牌发展需要的，是当前终端的主流形式之一。

服装城一枝独秀 服装城是随着中国服装业的发展而兴起的，作为一个独立完善、配套齐全的服装产业体系，它集服装

、面辅料、服饰配件、产品开发、市场营销等一系列完整的行业体系于一身，形成了中国服装产业发展“航母”级的规模。通过产业集群效应，可以使服装企业从整体上把握时尚流行趋势、安排生产、使生产与市场需求同步。在经营管理上，既保持个性的自主，同时又不乏整体上的宏观管理，使企业的生产、流通更加有序和实效。加上服装城在现代化的技术、科学管理、规模和实力上的优势，使其对中国服装产业整体实力的提高和品牌化战略有着积极的作用。以北京百荣世贸商城为例，其主要的功能是吸纳国际和国内知名企业及生产厂家加盟，特别是能够引进在国内外有较高知名度的品牌企业和大型生产企业、流通企业进行经营，并通过国际和国内知名企业的规范经营，带动商城整体素质的提高，树立商品的品牌形象，形成商城的品牌效应。大型服装商城的精力主要放在功能配套和使用效果上，使其成为国内百强服装企业的集中交易、展示发布中心。商城配有集服装设计师工作室、平面设计公司及化妆室、造型空间、摄影师天地、模特公司、媒介机构等品牌服务机构。用该商城有关负责人的话说，“之所以把与服装有关的机构聚集到一起，目的就是要让商城的服务更全面更专业，突出商城服务的个性。”新兴服装城的专业化服务还表现在：服装城内的每个商户都可以引进宽带网络，享受电子商务网络平台，坐在家里可以进行商品交易和资金结算；配有大型仓储配送中心，配合现代物流管理理念和电子化手段，商户可以随时通过网络、电话遥控做到足不出户就可以完成大型货物的进出。此外还有一些分类很细的专业服装城。如2003年8月落成的广州增城牛仔服装面辅料商贸城。这类服装城在服装业内选择细分市

场，在一个品类中求突破做成全国最大，凸现产业优势。不难看出，高居“金字塔”尖的服装城数量虽少，但其庞大的集群效应让传统批发、零售行业退避三舍，前景看好！

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com