

优衣库振华商厦门店关闭,时尚品牌在济“你方唱罢我登场” 关店开店两头忙 迎来送往本平常

见习记者 管悦

关闭的门店已人去货空

据优衣库振华商厦门店张贴的关闭通知,该店是于2月29日正式关闭的。3月10日,记者来到济南振华商厦。商场外墙曾经悬挂的优衣库广告已被摘除。原优衣库门店所在位置已设置上灰色围挡。围挡上并没有张贴任何告示;通过门缝可以看到,里面已经人去货两空,仅剩一些货架和假人模特。

据商厦一层的商铺店员介绍,自从关店后,每天至少有三四十人前来咨询优衣库的情况。“之前它每天的客流量,在振华商厦这些店里算是数一数二的。”

“优衣库在我们商场属于销量最好的。不过,可能比起它在济南的其他门店效益还是低了点吧。没续约可能也是因为租金不合适。”济南振华商厦一层的商户坦言,平时靠优衣库吸引了不少市民,关店后对客流量的影响,是他们现在最担心的问题。

然而,客流量虽重要,但并不是决定一家门店能够维持长久营业的唯一因素,租金同样是考量的关键。

相关业内人士也透露,在服装行业,店铺租金成本的占比是非常高的。一般快时尚品牌都会选择在商场黄金位置开店,店铺租金往往会更高。

至于关闭原因,3月14日,迅销首席财务官冈崎健公开表示:迅销将调整优衣库在中国的开店战略,计划通过关闭亏损门店和在优良地段开店提升店铺盈利能力,目标10年后将大中华区业务每家店铺的销售收入提高到与日本国内优衣库业务相同的水平。

闭店的同时还在“扩张”

记者根据公开报道梳理:2011年8月,优衣库来到济南,首店入驻恒隆广场。此后13年里,优衣库在济最多有10家门店,遍布省城各大商圈。

2021年11月,在章丘的和谐广场店开业后,优衣库似乎停止了在济南的“扩张”。往后两年多

近日,济南振华商厦一层的优衣库门店关闭,这是继去年10月中海环宇城店关闭后,优衣库在济南关闭的第二家门店。来济十三年,优衣库为何会在不到半年的时间里连关两家店?优衣库的闭店对济南时尚品牌市场有何影响?



优衣库振华商厦门店已人去货空(左图为闭店前贴出的闭店通知)。

的时间里,优衣库在济南未再开一家新店。反而在2023年10月,关闭了中海环宇城店;在今年2月,关闭振华商厦门店。目前,济南还有8家门店。

近年来,优衣库闭店的消息频频被报道。以山东为例,除济南,优衣库在青岛、潍坊等地也关闭了不少店面。公开资料显示,优衣库在全球已有311家处于临时停业状态,其中大中华区就占了133家。

冈崎健在接受媒体采访时称,迅销集团将在未来两到三年内关闭亏损的优衣库门店。到2025财年以后,中国市场的门店净增数可能在数年内处于低位。

此外,迅销集团全球执行董事、优衣库大中华区首席市场官吴品慧也公开表示,2024年优衣库将在中国聚焦大店,不只追求“量”,更多地寻求“质”。“今年更多是去开出一些有规模感的新店。”

事实上,盈利能力一直是优衣库决定一家门店是否长久经营的重要考虑因素。就连优衣库在日本的第一家“全球旗舰店”——位于日本大阪市心斋桥的旗舰店在利润下滑和租金成本不成正比的时候,也没能逃脱闭店的命运。

尽管多地闭店消息时常传出,但实际上,优衣库并没有停止

扩张的脚步。

具体来看,优衣库2024财年在中国市场开店计划未有明显调整;但会关闭50家门店,净增加30家门店。

2024财年第一季度(2023年9月1日至2023年11月30日),优衣库便在合肥、武汉、南京等地开出21家新店。减去关闭的门店数量,第一财季优衣库在大中华区门店净增8家。

撤柜的不只优衣库

不只是优衣库,记者调查发现:近年来,不少知名快时尚品牌都纷纷从各大城市繁华中心“撤柜”。

以济南市为例。2010年,ZARA首店进驻济南魏家庄万达广场。2011年,优衣库济南首店在恒隆广场开门纳客;同年,H&M和C&A济南首店落户和谐广场。至此,世界四大快时尚品牌ZARA、优衣库、H&M、C&A成功“会师”济南。

在鼎盛时期,这些外资快时尚品牌们落户济南各大地标式商场的同时,几乎都占据了同时期国产服装品牌们望尘莫及的黄金门店位置。

比如,ZARA济南首家店位

于济南魏家庄万达广场一楼核心地段,优衣库的两家门店则选在了济南最具吸引力的恒隆广场和谐广场,且单店经营面积均达到了2000平方米。H&M和C&A的门店也都在商场一层黄金位置。

如此“好景”持续了10年。

2021年1月,济南魏家庄万达广场ZARA专柜撤店清仓。目前,只剩恒隆广场和万象城店仍在开门纳客。

同年3月,H&M相继关闭和谐广场、振华商厦两家门店,只剩下领秀城贵和购物中心和济南世茂广场两家门店。

同年年底,位于和谐广场的“C&A”闭店,一年后,济南世茂广场店因房租到期撤店,目前仅剩位于领秀城贵和购物中心的门店还在继续营业中。

与此同时,ZARA的姐妹品牌Bershka、Pull&Bear也自2022年全线退出中国市场,关闭了济南所有门店。

与优衣库上述回复类似,各大品牌表示,关店是品牌根据市场变化调整门店布局的常规做法。

GAP中国区总部曾在回应撤店的原因时称,“服装时尚行业变化迅速,在大中华地区尤其如此”,因此GAP会定期审视自身业务策略和模式,包括店铺组合

等,并根据情势做相应的调整,“这也是业界非常重要的常规做法,在合适的地方拥有合适的店铺,来为顾客提供最佳的产品和服务”。

新品牌接过“接力棒”

有人进有人出。在市场这个大舞台,“你方唱罢我登场”的戏码不断。

近几年,济南在“首店经济”的影响下,迎来Lululemon、chuu、bosie等多家新服装品牌前来“安营扎寨”。

以韩国潮流女装品牌chuu为例,自2022年4月首店入驻恒隆广场后,引来大批年轻人排队购买。半年后,在济南万象城又开出一家门店。

加拿大运动生活品牌Lululemon于2021年首店落户济南恒隆广场后,在济南万象城和银座商城燕山店新开2家门店。

国产品牌也在外资品牌把持的服装领域中上演着一幕幕“逆袭大戏”。中国年轻消费品牌蕉下Beneunder,2021年7月在济南世贸广场首店开业。同年9月,开设第二家直营店——万象城店。两年内,蕉下一口气开出了7家门店,遍布济南主要商圈。

“商业已经不再是单纯的购物场所,而是一座城市地标。”济南恒隆广场总经理刘炳富介绍,随着目标客户群的年轻化,商超亦需要引进更多潮流、高端、概念化的品牌,为消费者提供更多元的消费体验,做到联系顾客、社群、伙伴,实现可持续增长。

“‘首店’带动的并非只是济南本地的流量和购买力,开车需要一两个小时车程的都市圈辐射的城市消费者也带来了可观的流量。这就是首店、地标建筑、网红店铺等带来的人气聚集效应。”山东儒翔文化传媒有限公司总经理贾轶表示,当城市的发展越来越被外界看好,更多的资源会越来越汇集。

“虽然有的品牌关店了,但现在济南也有很多新的服装品牌能选择。”在采访中,不少受访市民表示,“济南的经济发展越来越好,未来会有更多的国内外服装品牌相继入驻。”

编辑:马纯潇 组版:颜莉

鲜榨玉米汁

230c*10瓶
¥39.9
原价¥54.9

悠小君 鲜榨玉米汁

不添加蔗糖香精防腐剂
还原家里现榨滋味

qilu 齐鲁农超

萌芽之木 且向春生

——莘县东鲁学校构建基于实效性的小学习作“评改超市”

莘县东鲁学校以2022年版义务教育语文课程标准为总遵循,提出习作评价原则:以顶层思维研读课标,用系统眼光看待目标,用进阶方式培养学生,以升格方式提升习作,依托省级课题《指向创新素养培育的小学习作教学行动研究》改进实验,对习作初稿进行升格,现已取得显著成效。

两次评价法是围绕习作目标,结合学生习作实际状况,教师要对每项习作目标内容给予详细解读,再进行量化考评。课堂上引领学生忆场景、读原文、看例文、找不足、提升完善,让学生学有示例,评有标准,改有方法,教师指导与师生评改同时进行,对习作进行二次提升,注重方法指导和当堂落实,在合作探究中完成对

习作的完善提升。

“亮考帮”是方法,更是理念,是把心理学常识运用到习作教学过程中,意在发现、鼓舞和激励学生内驱力。“亮”是亮闪闪,即把学生习作中可圈可点之处展示给同学;“考”是考考你,即依托本人习作,自己出题考同桌、考同学、考其他人;“帮”是帮帮我,请别人帮助自己,以解答习作方面困惑。

对典型的优秀或待提高的习作,教师采用当面评改的方式,意在引起全班学生的重视;在小组内,也可以采用“人人皆为小先生”的方法,教师把评改任务分解到组内每个学生,难易程度因人而异,充分调动每个学生对习作评改的积极性。(司冰)