

一件品牌衣服的打折进度表

# 新品九折上市过三月变特价

本报记者 秦雪丽

## 夏季还未过,夏装开甩货

“买200返100,全场7折,全场5折,全场2折,特价处理……”时下,炎热的夏天还没有过,但记者走访市区多家商场发现,不少品牌夏装打出超低折扣,纷纷开始甩货,前来选购市民不在少数。一些收银台甚至排起了长队。

24日,记者在市区一家大商场看到,门口的显眼位置处张贴着“季末大减价”等字样。尽管目前还是炎炎夏日,不少品牌服饰在打折促销,折扣十分诱人。“全场七折、五折”等字样屡屡可见。其中不少品牌还在商场内开辟了特卖区,特价服装全部2折。

在VEROMODA等品牌专卖店,记者看到无论长裙还是裤子,全场打出五折的

特价,引来不少市民选购。另外,JACK JONES等男装也打出了最低3折的优惠。

除了款式多样的女装,二楼的男装区也打响了促销战,折扣在2—7折不等。在皮尔卡丹专卖店,记者看到夏装普遍打到7折。店内的工作人员告诉记者,“这个价格已是少见的低价,活动持续到8月初,价格不可能再降。”除了服装,商场内的鞋子也打出了诱人折扣。

据某品牌服饰一位负责人介绍,每个品牌根据自己的销售情况,都会进行一系列促销。尽管目前夏日未过,但店内的夏装已经不再进货,主要是甩货期,为即将上市的秋装做准备,也减少库存压力。

尽管刚进入三伏天,市区各大商场又提前打响夏装促销战,七折、五折、三折、特价等字眼很是惹眼。随着特价服装的热卖,商家们也赚得盆满钵满。不少商家透露,在价格战的竞争下,销量至少增长30%。而记者调查发现,每个品牌都有自己的打折进度表。

## 购买特价服装,当心质量也打折



记者走访发现,无论是品牌服装店,还是街边的小店,都加入到打折的行列。面对各种各样的打折促销,消费者一定要谨慎购买。

据烟台市工商局12315工作人员介绍,从每年的整体投诉情况来看,关于服装、鞋帽的投诉不在少数,尤其是节假日,商场促销时候。服装类投诉就会出现一个小高峰,比如,一些市民只看重折扣,衣服买回家后发现穿不上,或质量有问题。

另外,个别商家会以虚假的打折信息哄骗消费者,在打折的后面加上“最后一天”等注脚,“最后一天”成了“天天都是最后一天”。要注意提防“买一送一”等类似的陷阱。这种宣传有很多带有格式条款性质的虚假宣传,真正给予消费者实惠的并不多。

工商人员提醒消费者,购买明码打折商品要看清商品价签所标注的内容;货比三家是抵御价格欺诈的有效武器;倡导理性购物,避免盲从消费;特价商品也享有同正常商品一样的售后服务保障;保管好相关购物凭证,一旦出现质量问题,就是维护自身合法权益的证明。

## 常见打折消费陷阱

### 陷阱一:两套价格

案例:某商场售卖的衬衫标价价为50元,结账时却按80元来收款。国内很多门店都被查出存在这种行为。

### 陷阱二:虚假折价

案例:某商家号称“全场8折”,当消费者掏出400元要买一套标价500元的西服时,却被商场告知“这套西服折后价为460元。”

### 陷阱三:混淆销售处理商品

案例:某商场对女鞋处理品降价销售,并标价“处理商品一律80元”。但当消费者买了一件付款时,商场却告知对方:“这是正品,要120元。”

### 陷阱四:模糊赠售

案例:某剃须刀厂家在商场内打出“买一送一”的广告,但顾客买了该品牌剃须刀后,获赠的却是一个笔记本。

### 陷阱五:隐蔽价格附加条件

案例:某百货公司推出买电器“免费送货上门”促销服务。但是当顾客付款之后,该百货公司指定的送货单位将电器送上门之后,却要以“拆装费”的名义,向顾客收取100元。

## 从出厂到上市,不同阶段不同折扣

探访中,记者了解到每个品牌服装,根据自己的定位,都有一套营销路线。一款服装从出厂上市,到市场零售,每个阶段都有自己特定的折扣。

比如众所周知的ONLY、VEROMODA品牌服饰,采取的是原价上市,季末甩货五折的营销路线。“中间不会出现八折、七折等优惠价格。”ONLY专卖店工作人员王梅告诉记者,“五折卖不掉的服装都会放到仓库,不会低于这个折扣出售。”除了夏装打折,记者看到今年没有售完的一些春装也加入到促销队伍中来。

在雅戈尔男装专卖店,商家正在推行买一赠一活动,店门口还摆放着些120元,220元的特价衬衫。工作人员宋华告诉记者,新装上市初期,一些服装就开始打

八五折扣,上个月衣服普遍打出七五折扣,而现在则是“买一赠一”,相当于五折了。另外,去年的一些款式还推出了特价,“一件衬衫只需100多块钱”。

据某知名品牌一位负责人介绍,一件服装从上市到下架的售卖时间,一般不超过四个月。比如,夏装一般从4月底上市,卖到8月初。根据品牌定位不同,每个服装企业也都有自己的打折进度表。

该品牌负责人透露,一款服装上市时,往往会打出九五折或九折的折扣;一个月后,打到八折左右;两个月后,打到六到七折;三个月后,拦腰截取,打到五折左右;此时的利润点已经很低,如果是去年的货存,折扣会更低。“一些衣服打到两三折,其实已经赔钱,但为了处理积压库存,只能甩货。”

## 销量至少上涨三成,7月底折扣会更大

提到买衣服,人们往往首先想到的是“是否打折”,折扣与衣服似乎有着剪不断的天生联系。在没有硝烟的战场中,折扣也成为不少服装企业强有力的武器。在季末大甩卖中,不少企业以折扣换销量,商家赚得盆满钵满。

据了解,本周中华商业信息中心公布了上半年全国百家大型零售企业经营情况,1-6月零售额同比仅增长11%,其中1-6月服装类商品零售额同比增长9.82%,零售量同比增长0.99%。

ONLY专卖店的销售员王梅告诉记者,自从打出全场五折的宣传以来,每天的衣服销量都不错。“以前一天能卖出30条裤子,现在有时一天就能卖

出130条,翻了四倍左右。”在某品牌男装专卖店,一位导购员告诉记者,自推出折扣以来,销量相较于以往,至少上涨了三成。

一位服装业内人士说,每年7月中旬秋装开始上市,而此时,夏装大多号码不全,所以开始打折。7月底时,夏装打折会进入最高峰,折扣力度将会最大,只是合身的款式、合适的尺码恐难轻易遇到。采访中,记者人看到,不少品牌店已经将秋装摆到了店铺显眼位置。

采访中,某知名品牌女装一位导购员透露,打折旺季到来,他们的任务量也在加剧,一个人的月销售额达六万元,才能拿到提成,而以前的时候,规定的销售额只有两三万元。



资料片

## 某品牌打折进度表:

新款上市:  
定价比往年便宜15%-20%

一个月后:  
第一轮打折,7折

两个月后:  
第二轮打折,5-6折

三个月后:  
季末消化库存,3-4折

SALE