



年轻人的喜好决定着市场发展方向

加拿大鹅与波司登争夺时尚话语权

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 马辉

国产羽绒服品牌实现逆袭

万象城,济南时尚风向标,在中庭的一处临展厅,波司登正在这里做着临促。知名人士选择的波司登的WiFi款在这里也有售,官网售价3499元。据了解,这个WiFi里面有全球通用搜救装置。

国内羽绒服市场长期集中在1000元以下价位段,且竞争极为激烈。根据慢慢买大数据,在11月份的天猫男装羽绒服销售中,波司登、美特斯·邦威、森马、雅鹿、优衣库等旗舰店,占据了店铺销售前五名。其中,波司登占了销量的11.7%,雅鹿则占到6.6%。女装羽绒服类目下销售额排名前十的品牌中,国产品牌占了60%。

如今,波司登通过一系列手笔,已成国内中高端羽绒服的代名词,市场份额在20%左右,并且销量可观。从数据来看,目前波司登的平均定价在1500元左右。

11月26日晚间,波司登公布本财年中期业绩。报告期内,公司实现营收净利双增,其中,净利润实现4.86亿元,同比增幅超过40%。

今年双11,波司登在天猫服饰品牌销售榜排名中,分别蝉联中国服饰品牌第一名及服饰行业第二名。雅鹿、鸭鸭等品牌表现也不俗。

本土市场的加持是重要原因

根据财报,对于波司登而言,中内地贡献了九成以上的收入。而加拿大鹅的本国销售占比仅为三成多。全球疫情下,波司登的业绩逆袭远超加拿大鹅,本土市场的加持是重要原因之一。

从销售方面讲,波司登后来的转折得益于营销策略和广告宣传,其中宣传费就占到了营收的三分之一。而加拿大鹅的销售,行政及一般开支全部加起来,也只占了总营收的35%。波司登掌门人高德康曾说过,占领国际高端市场,波司登还需要时间。

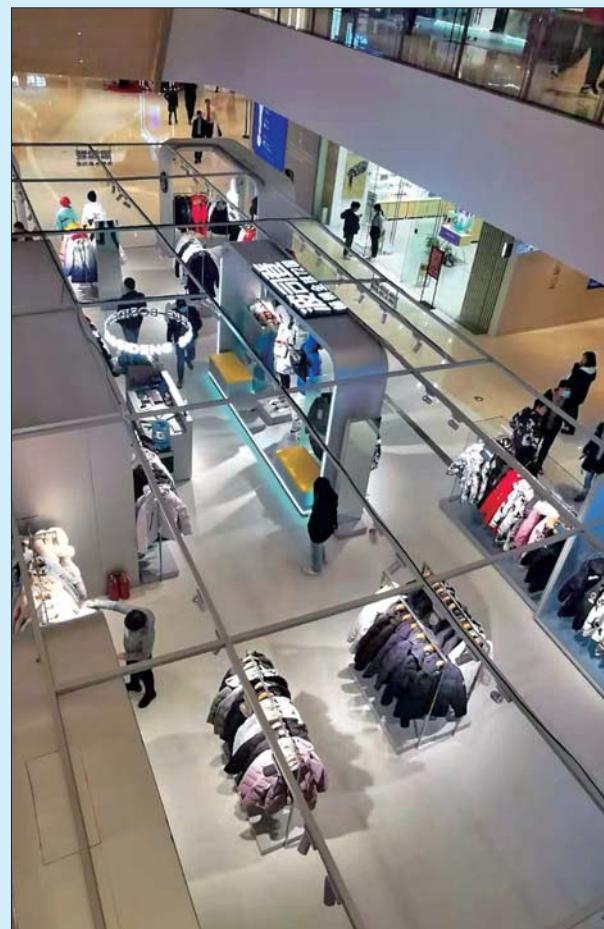
但是,这也不能说波司登已经实现了全球化,跻身世界羽绒服头部品牌了。因为,一句“畅销全球72国”的广告语是目标还是现实,值得商榷。

“假鹅”“假面”为何泛滥

市民小陈是济南一家大数据公司的程序员,夏天的他喜欢穿各种简约的T恤,冬天的话,则是里面一件格子衫,外边套件过膝

12月21日,立冬,大街上羽绒服成了绝大多数人的标配,“臃肿笨重”“拖地而行”成了年轻人的新时尚。

山东是一个庞大的羽绒服消费市场,根据天猫连续两年“双十一”消费统计,羽绒服都是最受山东人欢迎的商品。一边是波司登、雅鹿等猛烈转型的国产羽绒服品牌,另一边则是大鹅、北面等备受年轻人喜爱的国外品牌,还有“假鹅”“假面”等一系列泛滥的假货。面对一个需求极大的市场,各个品牌的争夺战随之打响。



▲波司登近年来成功转型,款式越来越时髦,价格也不断攀升。

▶“假鹅”经常出现在朋友圈广告中。

本厂常年承接顶级原版复刻级冬季羽绒服加工代工以及冬季现货供应:顶级原版级加拿大鹅,顶级复刻级北面!我厂450台机位全年无休。常年现货供应:海外代购、国内高端档口、精品工作室、微商代发!



的大羽绒服。当然,他最近穿的羽绒服是一件“高版本”的仿品大鹅。

“坐公交上下班,家里和公司里暖气都很足,路上一件宽大的羽绒服足够了。”小陈告诉记者。当然,之所以选择了“假鹅”,小陈也是有自己算盘的:正版的大几千元,价格过于“凶猛”,国产品牌则不够时尚,更加偏重功能性,被小陈们认作“还不大适合年轻人”。提到成功转型的波司登,小陈们认为“性价比不高”,还不如穿“假鹅”“假面”更适合年轻人属性。

“很多年轻人并不在乎保暖,只在乎看起来像不像,穿的就是个‘商标’。”一位业内人士说。在他看来,抛开单纯的喜好,仅从衣服的用途和功能上来说的话,如果生活在一个气温常年零度左右的地方,那么买加拿大鹅的利用率确实不高,价值也完全体现不出来。

此前有媒体报道,江苏常熟外贸村一家主营Canada Goose(加拿大鹅)的店里,外观一样的三件羽绒服,却标注着650元、550元、245元三个价格。“650元价位的可以达到跟真品差不多的程度。”老板称,不同质量的衣服,分别卖给网店、实体店和微商。550元一件的羽绒服,能卖到1000元以上。

十件大鹅九件假,“假鹅”泛滥背后,是国人对加拿大鹅的疯狂迷恋。今年,在各路明星、网红博主、直播带货的“种草”下,加拿大鹅羽绒服异常火爆,在国内市场的份额一再上升。

一位业内人士称,加拿大鹅这种产品,不仅仅是存在于功能性方面,其社交属性和时尚属性使其在年轻人中泛滥开来,于是便有了“假鹅”“假面”成校服的段子了。

根据慢慢买大数据统计,今年11月份,加拿大鹅品牌登上月度销售TOP10品牌榜单。虽然商品月销量不高,但是因为单价高,其整体销售额依然超过了大部分品牌。在加拿大鹅官方旗舰店中,销量排名靠前的几款商品价位基本都在8000元—10000元。

除了加拿大鹅之外,还有诸如The North Face(北面)、Moncler、Eddie Bauer等一些国外高端羽绒服品牌在年轻人中也十分畅销。

“年轻人的喜好,决定着这一市场的发展方向。”业内人士分析,加拿大鹅、蒙口等国外品牌,已锁定高端群体,而波司登等国内品牌也在不断塑造自身的品牌价值,这实际就是一场时尚话语权的争夺战,谁抓住了年轻人的心,谁就赢得了市场。

□链接

贵了的国货vs假大鹅 你选谁

和许多传统的国货品牌一样,“土气、不时尚”,是很多消费者对波司登等国产羽绒服品牌的印象。

但事实上,品牌溢价才是产品价格的决定性因素,消费者对于一件商品的心里价位,与其对该品牌的社会定位密切相关。

意识到这一点,有了学习的目标,常年霸占冬季央视黄金广告时段的波司登,正在努力摆脱“爸妈风”的标签,其他国货羽绒服品牌也意图“逆袭”,款式也更时髦了起来。

2018年,来自浙江嘉兴的羽绒服品牌Orolay还在美国爆红,在购物网站亚马逊上斩获了排名第一、平均评级4.2星以及8086条评论等成绩,被称为“亚马逊羽绒服”。

加拿大鹅一直有南极科研考察队指定御寒服的专业定位,波司登便助力中国登山队登顶珠峰;加拿大鹅配备羽绒外套给美剧《权力的游戏》等知名剧组,波司登接连签约杨幂、陈伟霆等明星,并频繁走进李佳琦、雪梨等头部主播的直播间。

最近,鸭鸭羽绒服则联手佟丽娅、郑恺、明道等明星带货,在10月份苏宁服饰的一场专场直播带货中实现支付金额3619万元,刷新了羽绒服品类在抖音直播带货的最高销售纪录。一路高歌猛进的波司登则在今年的天猫“双11”中线上零售额同比增长35%,拿下服饰品牌销售榜第二名及中国服饰品牌第一名。

“国货羽绒服品牌的培育还需要漫长的时间,才能让消费者跨越从土味到高端的巨大认知鸿沟。”有分析人士指出,“昂贵的羽绒服已经不单纯是一件保暖外套,而且是一件附加了社交属性的奢侈品。”

不过,在分析人士看来,加拿大鹅的质量也在下降。“我买第一件加拿大鹅的时候才5000多元,到现在一共穿了四五件,除了价格越来越贵,感觉质量也越来越差,走线缝制、充绒都不如以前,保暖性也不如标示的那么好了。”

品牌转型中的国货VS风靡多年的外国网红,你愿意让谁给你温暖?

据中新网

74个化工园区承接90%以上新项目

山东化工“腾笼换鸟”,传统产业转型升级

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 蔡宇丹

山东省“十四五”规划中提出,要坚决改造提升传统动能,瞄准产业链终端、价值链高端,推动机械、化工、冶金、纺织等优势产业从加工制造向研发设计、品牌营销等环节延伸。

曾经,美国老工业基地沦为铁锈地带。代表山东产业结构的“两个70%”的重化工产业如何“腾笼换鸟”?在对省内一些化工企业的调研采访中,这些正在阵痛中“蹚路子”的企业表示,传统

不代表落后,山东在装备制造、重化工等行业有深厚底蕴,稍加改变,就可以形成更具优势的产业链。

15日,山东省政府新闻办举行的新闻发布会上,透露了山东省化工产业安全生产转型升级专项行动自2017年6月实施以来的一组数据:目前,山东省共认定化工园区74个,全省园区承载了30%的规模以上化工企业,贡献了70%以上的行业产值,承接了90%以上的新建项目。

经过3年整治,目前山东省现

有规模以上化工企业2847家,其中,过500亿元企业4家、过百亿元企业47家。2019年,全省规模以上化工企业实现营收2.08万亿元,占规上工业的24.6%。

2.08万亿营收,占全国的17%,山东省连续28年居全国化工行业首位。

根据此前公开报道的调查摸底数据,2016年,山东实有9069家化工生产企业,其中规模以上企业3332家,占37%。有199个化工园区,园区内有2978家化工生产企业,入园率32.8%。

上述数据对比,体现了山

东传统产业在腾笼换鸟时的“阵痛”,也体现了山东省化解过剩产能、淘汰落后产能的决心。山东还是中国化工第一大省,但一场自我革命已不可阻挡。

这场“腾笼换鸟”进入第四个年头后,公开报道显示,2020年,山东省将加快推进200个高端化工项目建设,力争实现投资超过500亿元。在政府引导扶持下,目前山东已有近七成化工企业投资进行设备升级改造。

通过评级评价倒逼企业脱胎换骨,通过建设专业园区推动企

业进区入园,强化上下游企业协作、延伸,产业聚集。从小化工、大化工、重化工到园区化工,化工产业高端化、积聚化、规模化发展是大势所趋。目前,山东、江苏、浙江几大化工大省在“园区化工”上展开了激烈竞争。

此次山东省“十四五”规划中,提出要优化区域重点产业链布局,加快钢铁、炼化向沿海地区集中。要聚焦优势领域,培育一批领航型企业,带动一大批配套企业,打造一批先进制造业基地,形成千亿级、五千亿元级、万亿元级产业集群。