



品牌商系列报告

快时尚品牌战役从线下蔓延到线上

谁能笑到最后？

# 目录 Contents

---

## 快时尚品牌战役从线下蔓延到线上，谁能笑到最后？

第一章 2015 年上半年十大快时尚品牌发展现状	02
1 上海无愧快时尚之都，快时尚大军大举布局成都	02
2 优衣库稳居中国快时尚品牌霸主	04
第二章 快时尚电商之战拉开帷幕	05
1 快时尚 " 触电 " 主打双平台	05
2 快时尚电商化，数据共享将成为线下决策的依据	06
第三章 快时尚市场将会更加激烈，品牌加速调整	07
1 快时尚市场加速调整	07
2 品牌商选址下沉二三线城市	08



## 前言

自 2002 年优衣库踏入中国市场开始计算，2015 年快时尚中国之路已经踏入第十四个年头，竞争已进入白热化阶段。盈石集团研究中心通过跟踪十大快时尚品牌（优衣库、H&M、ZARA、GAP、C&A、Hollister、无印良品、MANGO、FOREVER 21、NEW LOOK）的动态，结合其门店分布、品牌定位、产品特性、发展策略等因素，为您揭示快时尚品牌最新的发展动向，深度剖析中国快时尚品牌现状和趋势。

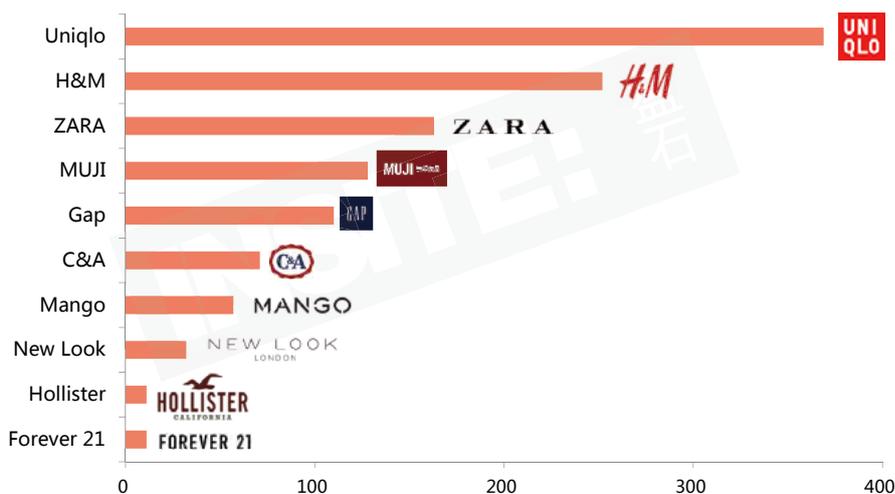


## 第一章 2015 年上半年十大快时尚品牌发展现状

### 1 上海无愧快时尚之都，快时尚大军大举布局成都

截至 2015 年上半年，盈石集团研究中心跟踪观察的十大快时尚品牌在国内共开设了 95 家新门店，至此，这些品牌的中国门店数量超过 1200 家（见图 1）。门店总数较去年同期增长 25.9%，但增速下降 10 个百分点。

图1. 十大快时尚中国门店总数（2015年上半年）



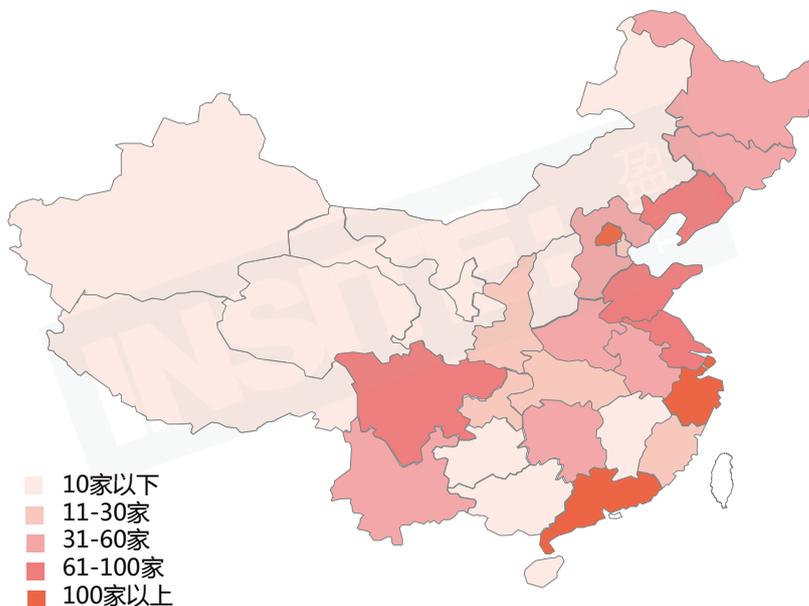
数据来源：盈石集团研究中心

十大快时尚品牌门店遍布全国 102 个城市，按地区来看，华东地区占领先位置，总数超过了华中地区和中南地区的总和（见图 2）。根据各城市的十大快时尚的门店总数排名，成都十大快时尚品牌的门店总数仅次于上海（151 家）和北京（135 家），以 63 家排名全国第三，甚至高于深圳、广州（见图 3）。自 2009 年 3 月，优衣库率先进入成都市场后，快时尚大军大举布局成都，开店速度达到年均 10 家以上。除了在总数上领先，成都作为西部的重要城市，也是快时尚



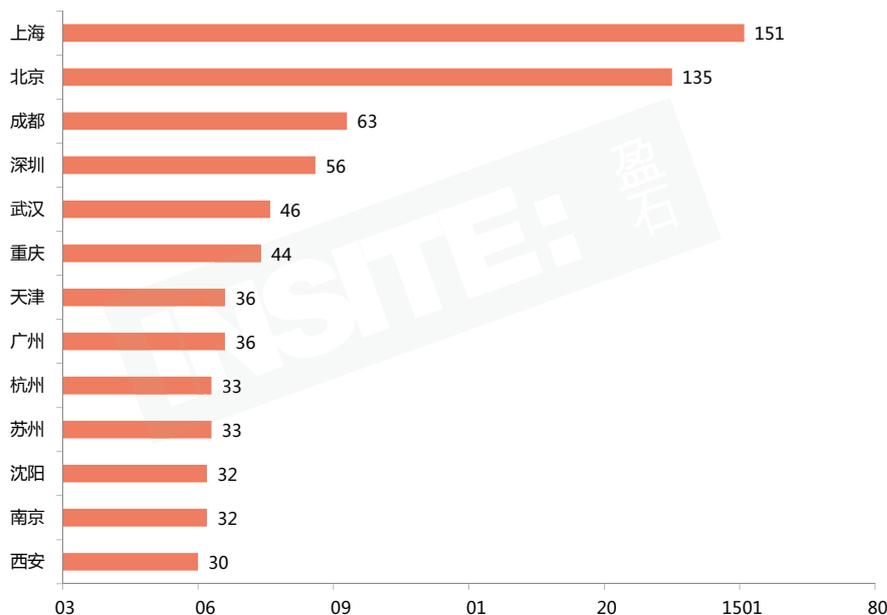
旗舰门店拓展的热门城市，如2014年初C&A自上海旗舰店关店后，选择在成都开出新的旗舰店；无印良品更是在成都开出楼高四层的世界旗舰店，首次将无印良品 Café 引入中国。

图2. 十大快时尚中国地图 (2015年上半年)



\*不含港澳台门店  
来源：盈石集团研究中心

图3. 中国城市十大快时尚门店总数排名 (2015年上半年)



数据来源：盈石集团研究中心



## 2 优衣库稳居中国快时尚品牌霸主

2015 年上半年十大品牌共新开设 95 家门店，单单优衣库就开设 31 家，更加巩固了其在国内快时尚领域的霸主地位。如今，优衣库门店总量已经接近 370 家，覆盖全国 86 个城市。从门店总数上来看，优衣库领先第二位的 H&M 超过 115 家，差距一个“GAP”（H&M 目前排名第二，拥有 252 家门店，GAP 则拥有 110 家门店）（见图 4）。

图4. There is a “GAP” between UNIQLO and H&M.



数据来源：盈石集团研究中心

作为最早进军中国的国际快时尚品牌，在进入中国的第 14 个年头，优衣库依然保持高速的拓展速度，今年上半年门店总数的同比增速也仅低于相对较晚进入中国的 Forever 21、New Look 以及 GAP（见图 5）。优衣库的拓展信心源于强劲增长的大中华区业绩。根据迅销集团 2014 年财政年度财报（截至 2014 年 8 月底为止），大中华区（中国内地、香港、台湾）的销售额首次突破 2,000 亿日元大关，同比增长 66.5%。

图5. 十大快时尚品牌进入中国年表



\*以各品牌中国首家直营店开业时间为准  
数据来源：盈石集团研究中心



以各品牌基本款白色女装 T 恤初上市的价格为例，盈石集团研究中心发现与同价位的其他品牌相比，优衣库着重强调面料和舒适性，因而赋予了基本款更高的附加价值（见图 6）。而与来自欧美的快时尚品牌相比，优衣库也一直强调

服装的基本功能：容易穿着、容易搭配，而非时髦、前卫。虽然这一定位使其在时尚元素方面不如其他欧美品牌那么鲜明，但也为其争取到了更多不同消费群的认可。此外，由于 2008 年率先进入电商领域，优衣库借着网上购物的东风进入更多消费者的视野，进一步提升自身的品牌认知度的同时，为日后二三线城市的线下门店拓展打下基础。

图6. 十大快时尚品牌价格比较



\*以各品牌自营网络平台所售的白色纯棉基本款 T 恤初上市价格为准  
数据来源：盈石集团研究中心

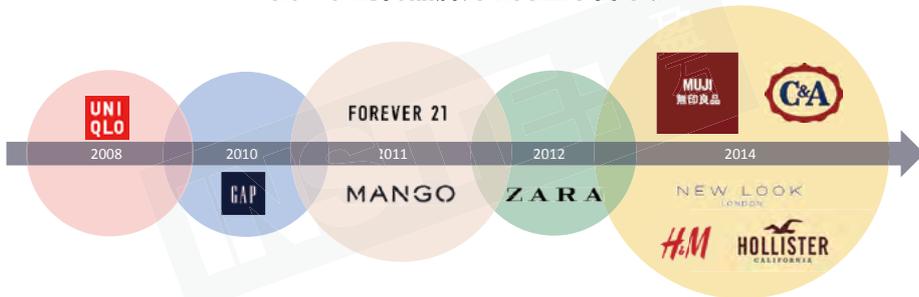


## 第二章 快时尚电商之战拉开帷幕

### 1 快时尚“触电”主打双平台

麦肯锡 2013 年报告《中国网络零售革命：线上购物助推经济增长》指出，虽然约 60% 的线上消费取代了线下零售，但剩余的 40% 则是如果没有网络零售就不会产生的新增消费，换言之线上消费拉高了整体支出。而根据统计局数据，2015 年上半年，全国网上零售额 16,459 亿元，同比增长 39.1%，预计中国的线上消费额也将进一步提高。庞大的线上消费市场增长空间不容忽视，在 2014 年，五个快时尚品牌蜂拥触网，为历年之最（见图 7）。如今快时尚品牌都各自铺设一个或多个电商销售平台，快时尚品牌的电商之战在 2015 年正式拉开帷幕。

图7. 快时尚品牌开设网上平台年表



\*以品牌首次开设国内网上零售店的年份为准，包括自建或入驻第三方平台  
数据来源：盈石集团研究中心



关于快时尚品牌在中国的电商平台铺设，盈石集团研究中心归结为三种模式（见表1）。首先是单平台模式，不过具体平台类型迥异。其中 H&M 去年 9 月推出网上自营平台，且未考虑任何第三方平台；而新进入中国的 New Look 则选择直接进驻天猫。其次，更多的快时尚品牌选择自建平台和天猫双平台模式，比如优衣库、无印良品、ZARA、Forever21、MANGO、Hollister 等。通过借助天猫的巨大流量，进一步拓宽客户群。此外，还有少数快时尚品牌选择了三平台模式。GAP 和 C&A 除了自营平台和天猫外，同时有进入京东。值得一提的是优衣库在今年 4 月新入驻京东 3 个月后，又迅速退出。

表1. 快时尚品牌电商平台铺设

单平台	H&M NEW LOOK LONDON
双平台	UNIQLO MUJI 無印良品 HOLLISTER CALIFORNIA ZARA MANGO FOREVER 21
三平台	GAP C&A

数据来源：盈石集团研究中心

天猫在服饰品牌电商平台上优势已然极其明显。在本月初，阿里巴巴表示，它已经与 ZARA、Timberland 在内的 20 多个服装品牌签署独家合作协议，将成为这些品牌在中国的独家第三方在线销售平台。同时它还将进一步与阿迪达斯、GAP 等 160 多个品牌寻求合作。盈石集团研究中心预计更多快时尚品牌将保持或加入以天猫和自营平台构成的双平台电商模式，而天猫也将继续保持其在包含快时尚品牌的整个服装品牌电商平台上的优势。

## 2 快时尚电商化，数据共享将成为线下决策的依据

为了尽可能导入更多的线上人流，快时尚品牌纷纷提升线上产品和服务对消费者的吸引力，企图在这场电商之战中脱颖而出。个别品牌推出专门在网上销售的产品系列，如优衣库推出的 +J 系列款仅在网店和北京、上海、广州指定门店发售；H&M 推出的 Alexander Wang x H&M 也仅仅在网上旗舰店及个别门店销售等。一部分品牌为维持品牌定位和形象的一致性，增强线上购物体验，将



线下实体店的服务延伸到线上。如优衣库为顾客网上购买的货物提供实体店修改裤长的服务；ZARA 网店提供实体店提货、售后退换货服务；Mango 提供实体店提货免运费服务。

此外，部分品牌也开始在线上线下做出其他的尝试，如无印良品今年 5 月推出了 APP——MUJI Passport，具有商品导购、消费积分、店铺签到等一系列功能，进一步线下的消费者互动，增强与品牌之间的黏性。然而对于快时尚品牌来说，现在大部分的触网仅仅只是把线下的门店布局到线上，简单来说就是一个在线的产品展示和销售平台。

**盈石集团研究中心总经理、皇家特许测量师学会 (RICS) 中国商业地产专业委员会主席张平女士表示，快时尚品牌电商化应该通过更科学的数据管理手段，增强线上平台和线下门店的数据共享，线上的数据可以成为线下决策的依据，包括新店选址、产品结构调整、促销活动等，从而实现品牌价值的最大化。**



## 第三章 快时尚市场将会更加激烈，品牌加速调整

### 1 快时尚市场加速调整

如果我们把十大快时尚品牌按价格和时尚度这两个维度分成四个细分市场，我们可以看到 Hollister、ZARA、MANGO、New Look 分属时尚度较高、价格也比较高的细分市场。而 H&M、C&A 以及 Forever21 这三个虽然也是主打时尚的品牌，但是相比上述四个品牌，价格较低（见图 8）。

随着更多国外新品牌的进入，象限右侧所显示的时尚战场将会更加激烈。这些品牌不断地丰富产品系列和布局副线品牌门店，通过差异化的定位，强化其在快时尚领域的竞争力。如 H&M 积极布局中高端品牌 COS、ZARA 布局家居系列。

无印良品、GAP 和优衣库则主打基础日常款，但无印良品和 GAP 价格相对较高。十大品牌中，唯独优衣库以亲民的价格独占大众日常市场，竞争对手相对较少且消费市场广阔。不少品牌也开始觊觎这个市场，采取相应措施企图分一杯羹。价格偏高的品牌如无印良品去年秋季曾下调超过 107 个品类的产品价格，并有传今年 8 月底将有新一轮的定价调整；GAP 则在中国加快发展价格较低的副线品牌 Old Navy。为了应对挑战，优衣库推出了更多的跨界合作，如推出前爱马仕设计师的合作系列，吸纳更多注重时尚的客户。



图8. 十大快时尚品牌的相对定位



数据来源：盈石集团研究中心

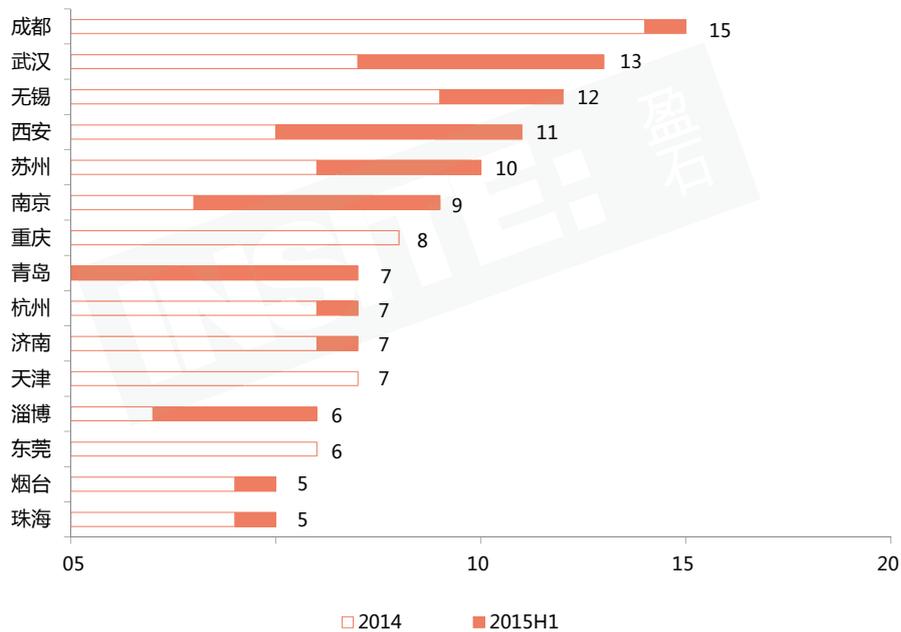
## 2 品牌商选址下沉二三线城市

品牌定位的调整直接影响了快时尚品牌在中国的选址策略，快时尚品牌在中国的拓展已经呈现向二三线城市下沉的发展趋势。根据盈石集团研究中心数据显示，2015年上半年十大快时尚新开门店中，二三线城市的占比超过75%。结合2014年全年快时尚门店拓展情况来看，这一年半成都在二三线城市中领先，开店总数排名第一（见图9）。此外，青岛、西安、武汉、南京以及淄博等城市快时尚门店的拓展速度明显加快。

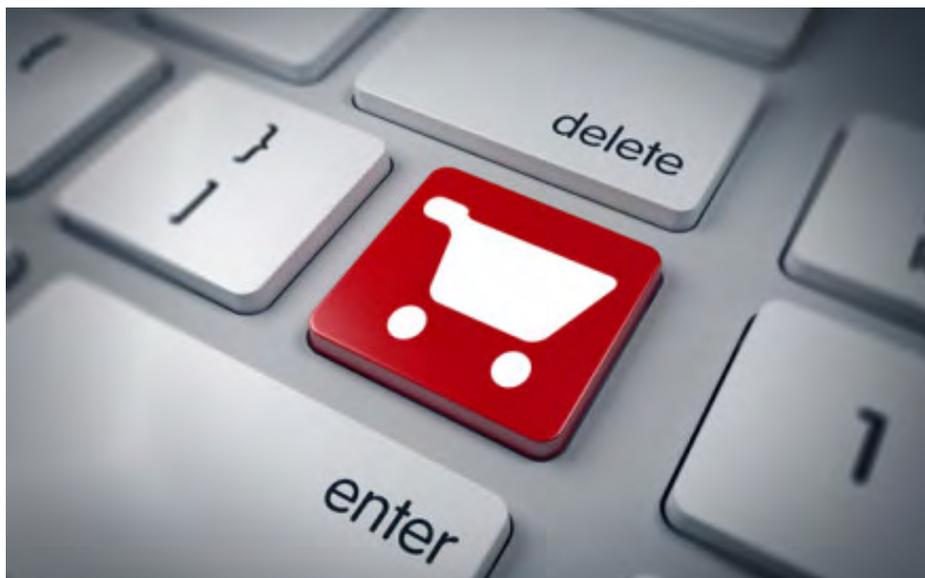
盈石集团研究中心总经理、皇家特许测量师学会 (RICS) 中国商业地产委员会主席张平女士表示，随着二、三线城市居民消费力的增长，越来越多的国际快时尚品牌开始将发展重点逐渐转向二、三线城市以开辟新的市场。另一方面，二三线城市充裕的零售物业供应、业主方所提供更为优惠的租赁条件为快时尚品牌的拓展重点向二、三线城市转移奠定基础。更多国际快时尚品牌的加入，也意味着二三线的商业发展将会得到新的提升。



图9. 二三线城市快时尚新开门店排名 (2014-2015年上半年)



数据来源：盈石集团研究中心



# 盈石集团研究中心研究成果

## Achievements of INSITE Corporate Research Center



盈石新闻简讯 / INSITE News Briefing



盈石微观察 / INSITE Watch



盈石观点 / Insight By INSITE



盈石指数报告系列 / INSITE Index Report Series



盈石专题报告系列 / INSITE Special Report Series



盈石城市报告系列 / INSITE City Report Series

# 盈石 (中国)

## INSITE(China) Retail Investment Holdings Group

中国商业地产经营管理专业机构

Professional Commercial Real Estate Management Company in China

引领创新商业零售地产形态的运营平台

Leading Platform for Innovation Retail Commercial Estate

### 盈石中国总部 / INSITE (China) Headquarter

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

### 盈石核心公司 / INSITE Branch Offices

#### 盈石 (上海) / INSITE (Shanghai)

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

#### 盈石 (北京) / INSITE (Beijing)

中国北京市朝阳区西大望路 1 号温特莱中心 B 座 1509 室  
Room 1509, Winterless Center Building-B, No.1, Xidawang Road, Chaoyang District, Beijing, China  
☎ : +86 10 6538 8860

#### 盈石 (深圳) / INSITE (Shenzhen)

中国深圳市南山区海德三道 15 号海岸大厦东座 1112 室  
Add:Unit 1112, Coastal City (East Tower), Haide 3rd Road 15, Nanshan, Shenzhen, China  
☎ : +86 755 8629 1233

#### 盈石 (成都) / INSITE(Chengdu)

中国成都市高新区天府大道 1700 号环球中心 E2 1-3-609  
Add:1-3-609,Global Center E2,No. 1700 Tianfu Avenue, Gaoxin District, Chengdu, China  
☎ : +86 28 6873 0852

#### 盈石 (武汉) / INSITE (Wuhan)

中国武汉市汉江区青年路 308 号花园道写字楼 7 楼  
Add:F7, No. 308 Qingnian Road, Wuhan, China  
☎ : +86 27 8575 3008

### 盈石专业公司 / INSITE Specialized Companies

#### 盈石商业发展基金管理 / Insite Urban Development Fund(China)

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

#### 盈石商业产权管理 / Insite Commercial Real Estate Sales & Management

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

#### 柏盈设计工程咨询 / In-BIM Design and Consulting

上海市卢湾区龙华东路 818 号绿地海外滩中心金融 A 座 18 层  
18/F,Finance Block A,818 East Longhua Road,Luwan District,Shanghai,China  
☎ : +86 21 6301 9955

#### 盈石品牌拓展中心 / Insite Retail Leasing Services

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

#### 创石商业物业管理 / China Commercial Property Management

中国上海市长寿路 1111 号悦达 889 中心 7 层  
7th Floor, Yueda 889 Plaza, No.1111 Changshou Road, Shanghai, China  
☎ : +86 21 6182 9188

## 关于盈石

About INSITE

盈石中国是专注于中国商业地产的经营管理机构，旨在为中国商业地产市场提供高品质、专业化、全方位的商业资产增值服务。

盈石中国融合了香港司培思（SPACE）商业经营管理集团对中国商业地产市场 10 余年的运作经验及服务网络，以及盈石资产管理有限公司的创新商业零售地产形态的运营平台，通过深度整合内部资源，全面提升商业地产各环节综合服务的能力，以专业合力筑就商业地产的里程碑，致力成为中国商业地产综合服务的引领者。

Insite China is a commercial real estate management company that focuses on Chinese market and is committed to providing quality, professional and comprehensive value-added services to commercial asset owners.

Insite China takes advantage of the experience and service network that the Hong Kong-based SPACE Creative Holdings established in more than a decade in Chinese commercial real estate market, as well as the operation platform that Insite Asset Management Group has built with the aim to run retail properties in an innovative way. By pooling its internal resources, Insite China has dramatically improved its ability to provide comprehensive services to each sector related to commercial real estate. It is committed to becoming the leading service provider in Chinese commercial real estate market with its professional synergy that can create milestones in the industry.



## 关于盈石集团研究中心

About INSITE Research Center

盈石集团研究中心是盈石中国下属专业研究机构，凭借对中国商业地产的深刻认识和广阔视野，对中国商业产业进行深入分析，形成创新独特的盈石观点，建立盈石指数体系，填补行业空白，引领建立中国商业地产综合服务行业标准。

Being a professional research institute of INSITE Group; with a creative and distinctive point of view, INSITE Corporate Research Center present the in-depth analysis with profound understanding and broad perspective on commercial real estate industry. One of their major targets is to establish the INSITE Index System to fill gaps in the industry and to play a leading role in setting high standards for comprehensive service providers in the industry.

## 需要更多信息，请联系

For More Information, Please Contact



司徒文聪 Dickson Sezto

董事长兼总裁

Chairman & Chief Executive Officer

盈石中国商业投资控股集团

INSITE ( China ) Retail Investment Holdings Group

T : +(86 21) 6182 9188

E : dickson@INSITEasset.com



张平 Sunny Zhang , MRICS

盈石集团研究中心总经理

General Manager of Corporate Research Center,

INSITE Group

皇家特许测量师学会 ( RICS ) 中国商业地产专业委员会主席

Chair of RICS China Commercial Property Professional Group Committee

T : +(86 10) 6538 8860-268

E : sunny.zhang@INSITEasset.com