

“有人说它们是大牌设计打造的中档品牌,有人说它们是抄袭狂,但是那又何妨,一切都不妨碍我喜欢它们。现在,我几乎每个礼拜都会去上海的 H&M 淘衣服。”在杭州某外企工作的 Rose,在停歇了两年以后,重新找到了去上海购物的理由。

想当年,Chanel 的 Karl Lagerfeld 为它设计的限量版服装上市时,德国法国的店铺统统排队长,纽约第五大道的店铺更是史无前例地在早上九点就开门迎客,曼哈顿七家店的这个系列全部卖空。

几个月前,它在香港开幕。众明星在开幕当晚数小时内疯狂入店扫货,在闪光灯前大方举着购物袋留影,个个神情满足,丝毫没有被人撞见买便宜货的尴尬。

当它在上海开幕时,警察出动维持现场秩序不淡,连走过路过的叔伯阿婶都兴奋地站在等候大军里。

这就是 H&M,由瑞典的 Persson 家族于 60 年前开创的服装公司,全称为 Hennes & Mauritz,目前在全球有 1300 多家店铺,打着“廉价消费享受尖端时尚”的旗帜,掀起了快速复制的全民时尚革命。

为 H&M 进入上海铺平道路的是 ZARA,可以说 H&M 在某种程度上沾了对手的光。因为很多人是先知道 ZARA 才知道其竞争对手 H&M 的,当然,更重要的是 H&M 本身的品牌魅力的体现。

西班牙的 ZARA,隶属于 Inditex 集团,为全球排名第三、西班牙排名第一的服装零售商,在世界各地 56 个国家内,设立超过 2000 多家的服装连锁店。ZARA 的浩大规模,完全不逊色于美国第一大连锁品牌 GAP。

对于全世界大多数钱袋并不厚实的时尚拜物教徒来说,大红字体的 H&M 和蓝色字体的 ZARA 的致命诱惑来自大牌的时髦设计和绝对低廉的价格。



潮人们为什么热爱 H&M 和 ZARA

文 / 摄 徐晓岚



明星也会毫不犹豫地承认自己爱逛 H&M

人民币二十元的耳环手镯小饰品,七八十块的各式 T 恤,一两百元的连衣裙、小外套,买起来实在无需手软。更厉害的是,如此廉价的 H&M,品牌形象和地位却一点都不低:世界顶尖时尚杂志里可以看到 H&M 的广告和单品推荐,明星名人都会毫不犹豫地承认自己爱逛 H&M,大牌设计师如 Chanel 设计师 Lagerfeld、大明星如麦当娜都不惜屈尊降贵为 H&M 设计限量版产品,时装编辑们更会如数家珍地告诉你她们在 H&M 淘货的经验。

热衷名牌的人也许对 H&M 与 ZARA 有点儿不屑,认为它们并非走在时尚最前端,少了与潮流争赶的劲儿,但那份自然、平和、温暖,却是显而易见的。

H&M 与 ZARA 为人们提供了一站式服务,内衣、童装、男女装、孕妇装、配件应有尽有,颜色也非常齐全,所有的基本款都有不同的颜色可挑选。

ZARA 最引人注目的就是它鲜艳的色彩,大红、大黄、大绿,搭配着几何大花纹、轻盈的薄纱面料。也许这部分是 ZARA 品牌的 Speciality,每季固定不变的招牌款式,奔放的感觉更适合于派对的场合。相对而言,中规中矩的 H&M 更适合于日常生活的穿戴。

H&M 与 ZARA 选最好的地段开店 周围全是顶级品牌

H&M 与 ZARA 非常挑剔,它只选最好的地段开店,周围全是顶级品牌。H&M 在“十里洋场”淮海中路和陆家嘴金融贸易的核心区登场;而 ZARA 与 LV、Gucci 等专卖店并排分布在南京路的两边。一般 H&M 与 ZARA 都将店开在高档商业区和繁华的交通枢纽地。尽管在这些地方开店的成本费用很高,但 H&M 总是在店里留出宽敞的空间,为顾客营造一种宽松愉快的购物环境。淮海路店面积约为 2000 平方米,共 4 层,保证了消费者在宽敞环境里的购物舒畅和“一站式购物”的可能。

●小贴士

无论是来自西班牙的 ZARA 还是来自瑞典的 H&M,风衣、毛衣、鞋子、腰带、晚礼服、运动装……各种场合需要的穿着在它们的专卖店都能买到。此外,也有男装和童装,对于一个年轻的家庭,这样的一家店就能满足全家的穿衣需要了。

但是它们生产的都是欧版的衣服,所以对身材娇小的亚洲人并不见得合身。衣服在 30 天之内只要不拆标签,试穿过后也可以退换。衣服的产地不仅仅限于中国,还有土耳其、印度、印尼等。衣服的尺码也是国际化的,有欧洲尺码、法国尺码、美国尺码和中国尺码,一般一件衣服上起码标有 3 种尺码。

H&M 与 ZARA 奉行等待文化

早晨 5 点就来排队的女孩子,一次买 20 多件衣服的“购物狂”,在 H&M 与 ZARA 里,都常常能看见。

H&M 与 ZARA 奉行的“等待”的营销策略无疑是成功的。从开业排队,到试衣间前面的长龙可以充分体现它们的“等待”策略。这种等的文化,使消费者明白,买一次衣服不容易,要一次性多拿几件一起试,结果显而易见,试得多自然买的概率就高了。

当然 H&M 与 ZARA 限制一次性最多只能试穿 7 件,这种限制无疑也是等待策略和高汰换率的综合体现。既要让消费者一次性多买几件,又要从心理上限制它只能拿 7 件,从而提高其进店的频率。当然这种等待文化是需要建立在“一流的品牌,二流的产品,三流的价格”的基础上的。

抄也要抄得有风格

“天下服装一大抄”,H&M 与 ZARA 厉害的地方在于能把抄来的东西融入到自己的品牌基调里去。抄来抄去,H&M 与 ZARA 的产品却始终有一个统一的风格。

H&M 与 ZARA 配备庞大的设计队伍,透过数码相机的镜头,盯着 T 台上当红品牌最快 6 个月后才上市的新款预告,用 2 至 5 周完成设计,在全球的专卖店里推出。也许你今天刚买到的,正是明日 Dior、Valentino 要上市的最新款式。通常来讲,它们只需要几天的时间就可以完成对一个歌星的装束或一个顶级服装大师的创意作品的模仿。它们每年推出的款式大约有 12000 种。

以平民的价格,提前获取大品牌的设计,怎能不让人如痴如醉?在下一季来临之前,H&M 与 ZARA 的顾客早已将大红名牌预告的流行全盘消费光了。H&M 与 ZARA 从中获取了最重要的“街头流行”信息。Dior 的 John Galiano 或 Versace 的 Donatella 等大红名牌的服装设计师都需要时常光顾这些“快餐时装店”,以获取珍贵的市场情报。

H&M 店址:

上海卢湾区淮海中路 645-659 号
嘉丽都商厦内
浦东新区陆家嘴西路 168 号正大广场 1 楼

ZARA 店址:

上海静安区南京西路 1189 号
卢湾区淮海中路 99 号大上海时代广场 1、2 楼
上海浦东新区陆家嘴西路 168 号正大广场 1 楼