

# 电商平台上销量最好的羽绒服大多为国货,波司登羽绒服在杭州的双12销量增幅达450%

## 股价与销售齐涨,国货羽绒服过“暖冬”

本报记者 陈婕 马焱 朱银玲

年底到,各类打折促销蜂拥而至。作为过冬必备用品,羽绒服顺理成章的进入了许多人的购物车。钱江晚报记者注意到,今年冬天,国货羽绒服过上了“暖冬”,不仅股价创新高,销售也是一路上涨。以波司登为例,记者了解到,该品牌近半年来股价一直呈上涨态势,而其在杭州地区的销售,仅今年双12当天就同比增长了450%。

### 进口高端品牌跑来抢市场 国货羽绒服却销量逆袭

双12这一周,有近1亿人上天猫点击和查看了羽绒服,男女装羽绒服同比增长了48%,共售出近200万件。在京东,从今年11月20日到12月10日,消费者搜索羽绒服的频次环比10月增长近30%,销售额环比增长超过30%,明显提高。唯品会数据显示,这个12月,唯品会上羽绒服对比去年同期全国销量增长是24.85%,其中,在今年雨雪天来得早的杭州地区,羽绒服销量同比增长61.6%。

有统计数据显示,中国羽绒服市场整体增长向上:2017年市场规模不到1000亿,预计2022年将增长到1600亿。瞄准了巨大的市场,今年,国际知名品牌也纷纷跑到中国来抢夺市场和客户。

但在强大的对手面前,国货羽绒服展现出了强大的实力。在天猫,优衣库、波司登、雅鹿是“羽绒服”销量排名前三的店铺。在唯品会,排名前两位的是欧时力、波司登。几乎被国货羽绒服霸屏了。仅今年双12当天,波司登羽绒服在杭州地区的销售,同比增长了450%。

### 亮相时装周、明星达人带货 国货羽绒服悄悄变脸

前不久,不少人经过杭州大厦B座和C座之间的天桥时,都会注意到,天桥上设置了波司登的品牌展示。这个不少80后从小就熟悉的羽绒服品牌,在今年忽然焕发了新的生命力。在经历了两年多的收缩整顿后,波司登重新聚焦核心产品羽绒服,今年9月,还在纽约时装周上办秀,吸引了不少好莱坞明星与时尚名人到场。

之所以会在杭州大厦天桥上设置品牌展



示区,是因为今年8月,波司登杭州大厦专柜开业了,这标志着品牌销售渠道正在变化。品牌相关负责人告诉钱江晚报记者,波司登杭州大厦店的货品不少都是时装周上的“秀款”,并不是在每家门店和专柜都能买到的。设计上的更新迭代很容易让人将它和“国潮”这个时下很夯的词挂起钩来。同时,一两千一件的价格,在性价比上依旧占有优势。

“今年9月20日,我们在全国范围内上架了一批时装周秀款,当时的天气还很热,没想到销售还不错。”该负责人说,“一个多礼拜的时间里,全国售出了28件,而这其中有12件是在咱们杭州大厦的专柜售出的,占到了将近一半。”这让品牌十分看好杭州市场,同时坚信,在杭州大厦设专柜这步棋,下对了。

除了波司登,记者注意到,宁波品牌太平鸟今年表现也很亮眼,推出了各种跨界合作系列,和凤凰合作的一款羽绒服还找来了超模刘雯实力带货,这几天卖的挺火。

一位业内人士告诉记者,国产老牌服装企业的优势有很多,比如企业信誉好、受众范围广、营收规模大;劣势也很明显,衰落的原因一是品牌老化,二是电商冲击。转型是必然的。当然,这条路并不好走。而一旦他们将资源重新聚焦主业,积极拥抱年轻消费者,推出设计师联名款,加强羽绒服的时尚度,就有机会在激烈竞争中破局,为国货市场注入新活力。

2019春夏纽约时装周上的波司登品牌秀场。  
视觉中国供图



财经圈  
扫一扫二维码  
了解财经大事



钱哥私募沙龙  
扫一扫二维码  
了解私募操盘

### 杭州网络餐饮阳光厨房正式上线 叫外卖,可先看后厨视频直播

本报讯 昨天,杭州市市场监管局联合下城区市场监管局、饿了么网络订餐平台共同举办网络餐饮阳光厨房上线暨抽检启动仪式。今后,消费者在线上点餐时,能实时看到商家的后厨情况和出餐过程,让舌尖上的安全眼见为实。

餐饮后厨阳光化,将监管从政府一双眼睛变成群众无数双眼睛,倒逼经营者厨房操作管理更加规范,是杭州市市场监管局为保障食品安全一直在推进的重点工作。截至目前,杭州市已建成阳光厨房5541家,其中学校食堂、大型以上社会餐馆3661家,实现全覆盖。

此次网络餐饮阳光厨房正式上线,则是将“明厨亮灶”工程从线下拓展到了线上,市场监管部门鼓励已采用视频方式展示的人网餐饮服务提供者将视频信息上传至网络订餐第三方平台,供消费点餐实时查看,让消费者了解餐饮食品制作过程,从而倒逼餐饮单位规范食品安全操作,做好后厨卫生。同时,视频直播也可以反过来吸引更多的消费者,增加用户流量,提高商户收入,从而形成正向激励。据悉,饿了么网络订餐平台作为首批试点,截至目前,杭州市线上“阳光厨房”安装商户已经达到150余家,数量位居全国前列,下一步将全面推进线上“阳光厨房”安装工作。

在入驻商户完成安装和调试后,消费者登录饿了么APP,点击地方美食,会看到一个独立的“网络餐饮阳光厨房”入口,既可以帮助商家引流,又可以让消费者快速便捷地找到商户。平台也会通过创新管理机制,对于接入阳光厨房和食品安全状况较好的店铺给予搜索排名前置处理,对于未接入阳光厨房和食品安全状况较差的店铺沉底处理,起到良好示范引领作用。

“网络餐饮阳光厨房可以打破网络餐饮外卖线上交易盲区,增加选择权,降低消费者食品安全担忧,让消费者透明消费、放心消费。”杭州市市场监管局有关负责人告诉记者,市场监管部门将一方面督促餐饮单位阳光厨房接入网络订餐平台;另一方面强化线下餐饮单位食品安全整治,严厉打击无证照经营行为,督促餐饮单位落实食品安全主体责任,规范食品安全操作。

活动现场,饿了么平台还向明厨亮灶商户代表们发放了200万个食品安全封签,封签采用特殊材料制成,如遇到外力撕毁,将留下永久性痕迹,用户可凭此确认自己的餐品在配送过程中是否原封不动,杜绝人为或意外因素的食品污染,维护消费者知情权。

通讯员 姜晓霞 本报记者 马焱

### 浙江747家40年以上企业 大多在杭州和宁波

本报讯 数以百万计以民营企业为主体的浙商,无疑是浙江改革开放的第一主角。浙商改革开放40年的许多探索和突破,其价值与意义不仅是浙江的,更是中国的。昨天,由浙商总会指导,浙商总会新媒体委员会联合浙江省市场监督管理局、浙江大学传媒与国际文化学院等力量,组织研究撰写的《改革开放40年浙商生存发展报告》发布了。

截至2018年1月1日,浙江省共存续市场主体577.3万家,其中存活40年以上的市场主体共计747家。存活20年以上的市场主体总量为12万家。

改革开放40年,个体户的比重快速上升。市场主体5年累计死亡五成以上,只有近三成的市场主体能存活10年以上。

生存40年以上的市场主体集中在杭州、宁波地区,主要分布于制造业和批发零售业。制造业和批发零售业作为浙江省的核心行业40年来未变,但其在改革开放的不同阶段和浙江南北的不同区域,以及与其他产业的比较优势比照之间,显现出了多样化的发展曲线。

本报记者 高佳晨

### 奶瓶消毒袋、餐具消毒盖、内衣消毒袋 紫外线消毒用品越来越便携

本报讯 近日,母婴产品企业孩子王与LED紫外线消毒品牌59秒达成战略合作,59秒全线消毒产品将在孩子王线上平台、线下门店进行全球首销。产品包括奶瓶消毒箱、消毒妈咪包、玩具消毒袋、安抚奶嘴消毒盒、奶瓶消毒袋、餐具消毒盖、内衣消毒袋等,涵盖了育婴、家居、外出等多个场景。

钱江晚报记者了解到,59秒每款产品都内置LED消毒芯片,将消毒碗柜的紫外消毒

技术集成于LED灯珠上,发出的紫外线可对物品进行高效消毒。此次共全球首发20多个产品,涉及母婴、美妆、出行、家居等领域的消毒产品。根据不同的需求和消费偏好,消费者能有更针对性的选择。比如,安抚奶嘴消毒盒、奶瓶消毒袋等,妈妈们带宝宝外出时带上,十分方便。而经常出差的人,可能更需要消毒盖,把它盖在杯、碗、水壶上,即可完成消毒。

本报记者 高佳晨