

新时代，品牌零售该如何突破？

美女总裁演讲 1 个小时掌声不断 现场立马有新会员加入东南汇

记者 朱一诺

10月26日，东南商报第71期创业分享会走进了宁波时尚节暨第23届宁波国际服装节在宁波国际会展中心。

本次服装节，12个国家和地区的285个品牌展现了各自的风采，其中童装板块也极为亮眼。

活动现场，浙江童装协会副会长、宁波市服装协会副会长、宁波百慕品牌管理有限公司总经理、Alphabet（爱法贝）&U·JAR（优佳）品牌创始人江海润结合亲身经历和行业判断，为在场60多位读者和观展者带来了一场坦诚、生动、有干货的分享会。

“没有哪一条路好走”

创业21年，从外贸转做内贸，江海润一手打造的爱法贝和优佳两大品牌，线下门店数量已达到近300家，完成了全国一线市场的布局。

如今，二胎政策开放，85后等年轻父母更愿意打扮自己的儿女，再加上童装本身高复购率的特点，童装行业的前景似乎极为乐观，但江海润坦言：

没有一行是好做的。我国人口红利的逐渐消失，教养孩子的经济压力增加，大环境消费缩减，国内市场混战厮杀等等因素都是童装行业发展面临的挑战。

“同样地，也没有哪条路是好走的。”江海润分享道：

“线下实体店，可能营业员比消费者还多；看起来分分钟秒空的直播，背后的压力也是巨大的，搞得轰轰烈烈的双十一，其预售额破亿的背后可能是高达60%的退货率，除了核心供应商，普通商家几乎难以盈利；时下流行的社交电商，它的门槛是很低的，它依赖的私域流量是很有限的，所以也不好做。”

那么，在并不轻松的市场环境下，童装行业整体呈现着怎样的趋势？

江海润认为，一是购买大量向线上渠道转移；二是消费者对品牌越来越重视了。

新时代品牌零售的路径

分享会上，江海润提出了目前品牌零售遇到的问题和瓶颈：

- 1、市场低价混战严重。
- 2、传统化的运营方式已经无法符合当下需求。
- 3、粉丝忠诚度低。

那么，新时代品牌零售该如何突破？

江海润也给出了对应的方法论：

- 1、重塑品牌价值，做强特色化标签和深度专业化挖掘。

“许多经营者采用直销的形式，取缔了多级代理成本，压低了价格，然而一旦同样的产品出现更低的价格，这种形式就无法继续进行下去。很少有企业能永远保持灵活且领先的性价比，因此打造品牌是企业长远发展的必然路径。”

- 2、在强专业化和标签化基础上做相匹配的异业嫁接，打造私域流量。

“传统化的运营方式已经无法满足当下的需求，必须要力保线上、线下、社交三条线。”

- 3、圈粉养粉，深度维护粉丝，做叠加转化。

“针对粉丝的忠诚度低的情况，应当研究消费者的需求，沟通好、服务好粉丝，提高粉丝喜爱度和信任度。”

总结起来，未来零售只有两种趋势：

一种是继续保持低价竞争，但是同时对灵活度提出了更高的要求。

第二种是树立起品牌的标杆，做精品，做品牌价值，而非一味地压价。

江海润乐观地表示，虽然很多企业受到了冲击，国内市场持续混战，但规则不明晰的市场环境也是英雄出头的机会，未来市场必将迎来新一轮洗牌，只有真正好的品牌才能生存下来。



东南汇新会员与江海润合影

● 留言板

宝妈婷婷：江总在分享会上说，自己虽然已经四十多岁了，但依然有一颗90后的心，这使我非常感动。同为孩子的母亲，江总在辛苦创业的过程中依然兼顾家庭、追求自由，给了我很大的鼓舞。能听到这样真诚的分享，很感谢创业分享会这个平台。

童装行业同行刘小姐：我目前是某童装企业的一名普通员工，看到这里同行的分享就前来学习交流。过程中，江总简单地分享了“年装”系列的开发过程，从江总的PPT中我也发现爱法贝和优佳这两个品牌的系列做得非常漂亮和有特点，值得我们学习。相比已经创业21年的江总，我还非常年轻，这样的分享会对于我们业内的年轻人来说非常有学习意义。

● 会员招募啦！

想要参加活动，
赶紧成为东南汇会员！
如何成为会员？
点击下列二维码，进入会员购买页面，
支付成功后即可成为会员

