

又一快时尚品牌遭遇关店尴尬

New Look长沙最后一家专柜正“贱卖”、“清货”，将于本月14日关闭

12月12日，长沙市民胡小姐的手机收到一条来自英国快时尚品牌New Look天猫官方旗舰店的推送信息称，“将于近期关闭New Look官方旗舰店，全店清仓，非质量问题不退不换”。

同日，该品牌位于长沙河西王府井Family Park购物公园一层的专柜，也正在清仓甩卖，吸引了不少消费者前去挑选。

在2018年的最后一个月里，New Look成为又一撤离中国市场的快时尚品牌。为何快时尚品牌在经过大肆扩张后，又相继开始了“大撤退”？

■记者 朱蓉



12月12日，New Look长沙最后一家仍正常营业的专柜正在进行清货甩卖。记者 朱蓉摄

【最新】长沙最后一家专柜将于本周关闭

T恤、毛衫10元一件，连衣裙、裤子20元一条，针织衫、牛仔褲也只需50元……12月12日，在位于王府井Family Park一层的New Look品牌专柜内，四处张贴着“一口价”商品价目表，价格低到令人咋舌。

三湘都市报记者看到，原价299元的雪纺连衣裙，清货价仅20元，低于原价1折；原价699元的大衣，也只需100元即可买到。不过，店内同时也不再支持试穿，不少消费者就像买白菜一般随意看了尺码、款式后，便匆匆结账。

对于为何商品被如此“贱卖”，店内负责收银的服务员表示，品牌正在进行最后的清货，专柜计划于12月14日正式关闭。

另据New Look官网显示的专柜地址信息，除王府井Family Park专柜外，该品牌另有一家位于华创国际广场一层。而同日，据记者走访了解，这家专柜已于日前关闭，在其原址上，已有一家饮品店正在进行开店装修。

这也意味着，待New Look在长沙最后一家仍在营业的专柜于12月14日关闭后，该品牌也就正式结束了在星城的经营。

【行业】快时尚品牌屡屡遭遇闭店尴尬

与线下专柜的清仓同步进行的，还有该品牌在天猫上开设的旗舰店。12月12日，记者在其品牌官方旗舰店首页看到，T恤、针织毛衣、外套、裙装等不同品类的服装清仓价格低至20元至70元不等。

New Look的清仓并非悄然进行。12月10日晚，New Look通过其官方微信公众号、官方微博和天猫旗舰店同步发布信息称，将于近期关闭位于中国的店铺，即日起全店清仓，非质量问题不退不换。事实上，早在今年10月，

New Look就已在其官网宣布将于2018年底前结束全部中国门店的营业。

据三湘都市报记者不完全统计，近两年来，撤离中国市场的快时尚品牌除New Look外，今年11月，另一英国时尚服饰品牌Top Shop也宣布退出中国市场，该品牌线下专柜与旗舰店也已相继关闭。此外，诸如Mango等品牌近年来在长沙频频关店，而曾被85后奉为“时尚最前沿”的如班尼路、真维斯、艾格等品牌，也陆续关闭了不少店铺。

【思考】为何总出现“水土不服”

近五六年来，随着百货卖场的不断升级，一向需要较大营业面积的快时尚品牌也开始大量进入国内市场攻城略地，除了较早打开知名度的GAP、优衣库、H&M等品牌外，诸如Forever 21等等品牌也相继开始扩张。

不过，在激烈的市场竞争中，未能快速打响知名度的大量来华淘金的新晋品牌们，在经过短短数年的时间发展后，纷纷折戟。

“虽然都是快时尚品牌，价格便宜、款式丰富，但国内消费者对

服装品牌还是存在一个认知度的问题，较早进入国内市场的品牌通过大量的广告，邀请国内知名艺人代言等方式已经奠定了一定的市场基础，与之竞争并非易事。”一在长沙负责品牌招商的相关业内人士表示，商场在引入品牌时，也会优先考虑知名度更高的，以规避较长的市场培育和宣传期。

据三湘都市报记者了解，选择在2018年底前退出的New Look，进入国内市场不过4年左右的时间。

广汽丰田前 11 月销量增长 32% 冲击全年 58 万台

●第八代凯美瑞 20 万元以上购买比例超过 60%，成为中高级轿车价值旗舰

●C-HR 越级价值受青睐，全新汉兰达保持市占率第一

●混合动力销量劲增 56.8%，占广汽丰田整体销量比例达 12%



产品，C-HR 诞生于丰田 TNGA 最新的紧凑型车 C 平台，拥有魅力钻石的设计风格，搭载世界领先的 TNGA 2.0L Dynamic Force Engine 发动机，动力、配置表现优于同级车型，并融汇“C-HR 全球潮牌基因”和“广汽丰田匠心品质基因”。C-HR 于 8 月上市后引领高价值 SUV 消费潮流，销量持续攀升，11 月销量达到 5,582 台，上市四个月来累计销量突破 2 万台，其中双色车型占比达到 42%，深受年轻消费群体的喜爱。

同时，“豪华大七座 SUV”全新汉兰达 11 月销量 9,039 台；1-11 月累计销量 95,933 台，同比增长 2.1%。今年初改款以来，全新汉兰达市占率持续攀升，稳居细分市场第一名，11 月领先第二名 3 个百分点。同时，汉兰达 30 万级车型销量占比达到 80%，四驱车型占比高达 87%，产品需求结构更加高端化。

雷凌持续发力 中小车型扩大销量规模

雷凌家族 11 月销量 19,911 台，同比增长 9.5%；1-11 月累计销量 178,867 台，同比增长 15.7%。作为合资主流中级轿车，

雷凌今年以来持续扩大销量规模，预计全年将达到 20 万台左右。同时，YARiS L 家族致炫和致享 11 月销量 9,166 台；1-11 月累计销量 89,102 台，同比增长 3.2%。在近日收官的 2018 年 CTCC 赛事中，由致炫和致享组成的广汽丰田车队，获得了中国杯组厂商杯和车手杯双冠军，充分验证了 YARiS L 家族的性能实力。

混合动力劲增 56.8% 占整体销量比例达 12%

作为混合动力市场领跑者，广汽丰田混动“双剑客”11 月合计销量 7,589 台，同比增长 80.0%；1-11 月累计销量 62,988 台，同比增长 56.8%，占广汽丰田总体销量比例 12%。

凯美瑞双擎混合动力换代以来保持强势增长，11 月销量达到 3,196 台，录得上市以来最高月销纪录；1-11 月累计销量 23,054 台，同比增长 514.0%，稳居混合动力中高级轿车第一名。雷凌双擎混合动力 11 月销量 4,393 台，同比增长 4.2%；1-11 月累计销量 39,934 台，同比增长 9.6%，占雷凌车系销量比例 22%，每 5 台雷凌中有约 1 台是混动。

炉，广汽丰田荣获合资品牌客户满意度榜单第一名。而在 2018 中国汽车用户满意度测评 (CACSI) 中，广汽丰田销售及售后服务排名合资品牌 (并列) 第一名，连续 7 年蝉联第一。

第八代凯美瑞成中高级轿车价值旗舰

全新第八代凯美瑞 11 月销量 16,427 台，刷新上市以来月销纪录；1-11 月累计销量 153,376 台，同比增长 110.7%。作为 TNGA 中国首款战略轿车，第八代凯美瑞凭借高价值、豪华感、个性化的产品魅力占领了中高级轿车的高端市场份额 (B+

级)，并吸引了部分同级别豪华品牌轿车消费者青睐。11 月，第八代凯美瑞 2.5L 和混合动力车型销量占比达到 60%，20 万元以上车型的购买比例超过 60%，混合动力旗舰车型占比接近 20%，全车系平均终端成交价保持整体稳定，并稳居细分市场前列。同时，第八代凯美瑞也是同级唯一提供豪华版、运动版和混动版三大系列、两种造型的品牌，充分满足消费者个性化、多元化需求。

C-HR 越级价值受青睐 全新汉兰达市占率稳居第一

作为 TNGA 家族首款 SUV

(2018 年 12 月 10 日，广州) 广汽丰田最新发布，11 月销量 60,609 台，继 9 月之后再次突破 6 万台，相比去年同期增长 64.6%；1-11 月累计销量 537,971 台，同比增长 31.5%。预计 2018 年销量可望突破 58 万台，同比增幅约 30%。

TNGA 架构带来的高价值产品持续热销，第八代凯美瑞上市以来销量再创新高，带动全车系车型形成“高质量、高端化、高增长”的良好产销态势。

同时，高质量服务也为广汽丰田加分。近日，2018 年度中国汽车售后服务客户满意度调查 (CAACS，简称卡思调查) 结果出