时尚行业增速放缓，“觉醒时刻”来临

近期，BoF 时装商业评论与麦肯锡联合发布《2019 全球时尚业态报告》。报告指出，2019 年将成为时尚行业历史上极为重要的“觉醒之年(A Year of Awakening)”。

对于全球时尚行业来说，2019 年将是“觉醒之年”。时尚行业面临的外部冲击仍然存在，根据“麦肯锡全球时尚指数”预测，2019 年的行业增速将放缓至 3.5-4.5%，略低于 2018 年。

从各个细分市场和各个地区来看，持悲观态度的时尚企业高管仍然居多。他们认为，未来一年内最担心的问题是如何“应对全球经济的波动性、不确定性和变化”。贸易摩擦和经济增速放缓的风险始终存在，即使只见于亚洲几大主要增长市场，也会削弱全球市场的增长预期；此外，英国脱欧、全球经济增速放缓等悬而未决的重大事件也会对全球时尚行业的发展造成冲击。

“我们观察到时尚品牌正从应对市场趋势转向主动寻求‘自我突破’。优化全渠道战略、制胜社交媒体以及加快流转速度皆是成功的关键。”

——Aimee Kim

麦肯锡全球资深董事合伙人

麦肯锡亚洲区服装、时尚与奢侈品咨询业务负责人

在 2018 年，奢侈品行业和北美地区这两个领域表现抢眼，今年时尚

https://www.yunbaogao.cn

企业高管对其收益的期待仍然较为乐观。如果按细分市场来看，2019 年时尚行业只有在大众时尚和奢侈品这两个市场取得良好发展，增速分别为 5.0-6.0%和 4.5-5.5%。前者主要由从中端市场脱颖而出、拥有强大价值主张的竞争者推动；后者则由迅速发展的亚太经济体和持续繁荣的全球旅游业推动。

“ 随着品牌重点布局中国时尚市场，它们将要抓准年轻一代消费者“数字原生代”、视野更国际化、追寻个性化的特质。”

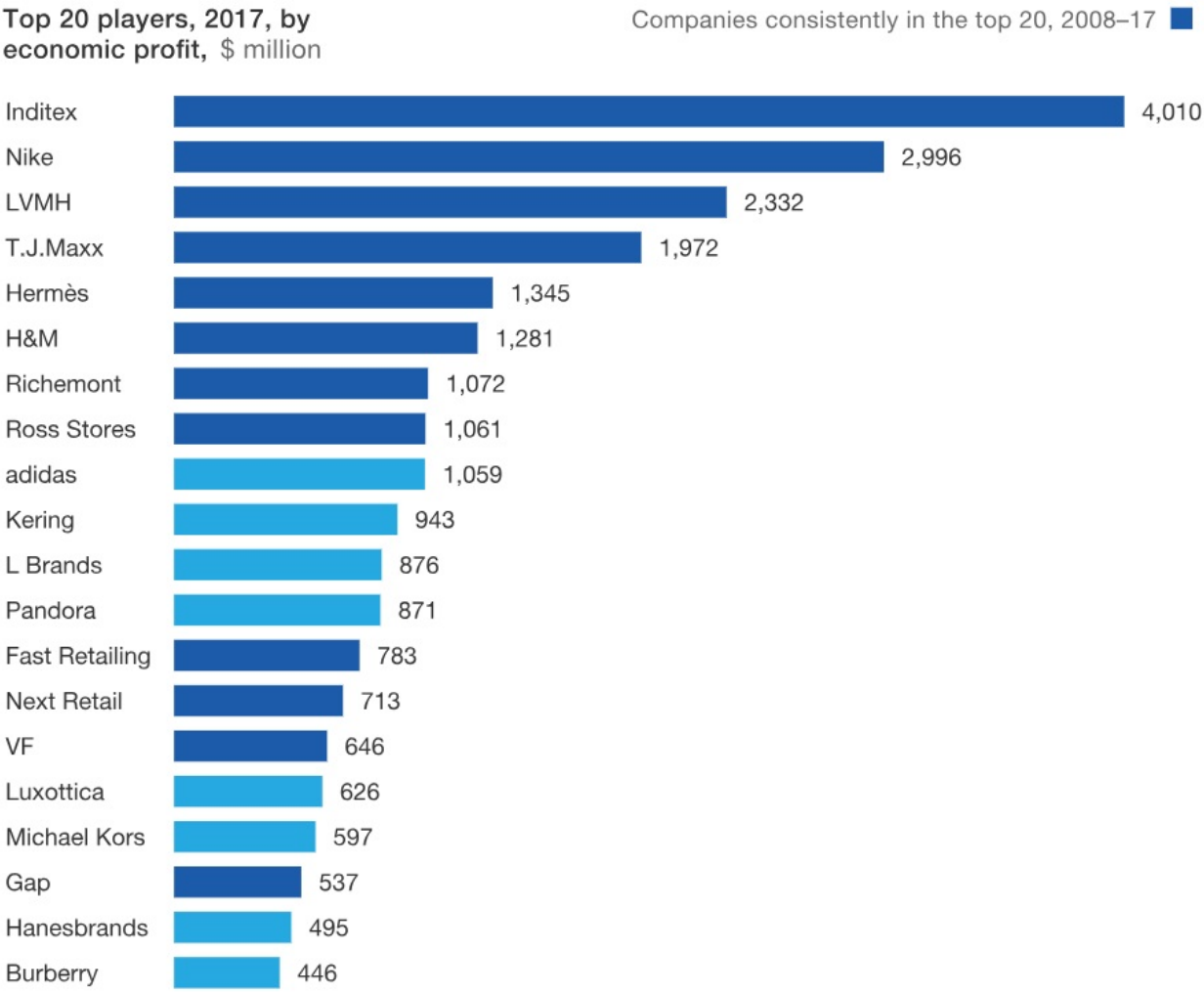
——Daniel Zipser

麦肯锡全球资深董事合伙人

麦肯锡中国消费与零售业务负责人

《2019 全球时尚业态报告》观察到“超级赢家(Superwinners)”的崛起，即 20 家逐渐主宰时尚行业价值创造的企业，如 Nike、LVMH 、Inditex 等著名企业(如下图)。这些企业目前的经济利润总计约 250 亿美元，相当于整个时尚行业所创造价值的 97% (2010 年的占比为 70%)。随着时间推移，北美地区的百货公司已经逐渐失去竞争力，没有一家进入前 20 名，而 10 年前还有 3 家。此外值得注意的是，线上零售商仍然未能跻身这一“超级赢家俱乐部”，排名前 20 的企业中没有一家是线上零售企业。

https://www.yunbaogao.cn



时尚企业不仅要对严峻的经济环境有敏锐的感知，也要清晰把握消费趋势和整个时尚体系的风向变化。《2019 全球时尚业态报告》在广泛的访谈和对近 300 位业内高管进行调查的基础上，由专家团队精心编写而成，总结出了将对时尚行业明年发展产生重要影响的 10 大趋势。

“现在‘中国制造’等同于‘低成本’的观点已经过时。中国时尚产业正通过技术升级和品牌设计转为高价值生产，抵抗人力成本上涨。随着中国的中产阶级消费增加，中国时-尚产业也从出口转向于满足不断升级的国内需求。”

——Felix Poh (蒲仁伟)

麦肯锡全球董事合伙人

麦肯锡亚洲消费品营销与增长咨询业务负责人

01 谨慎情绪滋生

关键经济指数下行和其他潜在的不稳定因素将滋生一种更加谨慎的市场情绪。

02 印度崛起

随着中产阶级消费群体规模的增长和制造业的崛起，印度将成为全球时尚行业的焦点。

03 贸易 2.0

所有企业都需要制定应急计划，以应对全球价值链重组的可能。

04 拥有形式多样

随着二手、翻新、维修和租赁等业务模式不断发展，时尚产品的生命

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33820