



男装DTC风再起

本报记者 施珊妹 董亚军

日前,九牧王审议通过“收回安徽市场经营权”议案,加快推进直面消费者业务。董事会上,九牧王董事陈加贫投出唯一一张反对票,认为过渡期设置较长,九牧王应尽快完成交接并经营。

DTC(Direct To Customer,即直面消费者业务),这一热词,再次被放在聚光灯下。上月底,A股上市公司半年报披露完毕。从数据来看,男装行业深陷增长瓶颈时,户外运动品牌却迎来爆发式增长。其增长的背后,与DTC变革密切相关。为了更好地直接触达消费者,近年来,运动品牌纷纷加大直面消费者业务及提供“线上下单,线下30分钟送达”等新服务。而今,于品牌而言,直面消费者是服装行业的一个重要趋势,对于提高品牌对消费者的感知非常重要。DTC早已不再只是一种模式,更是一种生存能力。它意味着,谁离用户更近,谁就能领跑未来。

加速“把收编的工作抓紧些”

日前,九牧王发布公告,《关于安徽市场经营权变更暨关联交易的议案》经公司第六届独立董事专门会议第一次会议审议通过。

九牧王收回安徽市场的经营权,是九牧王推进直面消费者业务的一个举措。九牧王方面认为,此举有利于九牧王直接了解消费者和市场需求,有利于加强对终端及存货的管理,符合九牧王长期经营发展的需求,符合公司和全体股东的利益。

对上述议案,九牧王董事陈加贫投出唯一一张反对票,反对原因是认为过渡期设置较长,应尽快完成交接并经营。

近来,九牧王开始加快收编经销商,加强直面消费者的业务,且初尝甜头。

九牧王上半年业绩数据显示,上半年直营店收入增长16.7%。今年上半年,九牧王有28家加盟店转直营,直营门店占比同比提升5.1个百分点,达到39.2%。

九牧王并非首家推进DTC业务的男装企业。利郎更早以前便在全国更大范围内推进该业务,且已取得了显著成效。

今年上半年,利郎轻商务系列同比增长高达31.8%,营收突破5.366亿元,对利郎集团整体营收的贡献首次超过30%。这一强劲增长不仅是轻商务系列全直营模式的成功印证,更为利郎集团未来的发展提供了宝贵经验。

在DTC模式的推进上,利郎并不是盲目推进,而是采取了更加灵活的策略。在紧跟跟进分销商的同时,利郎集团有针对性地在区域市场推行DTC模式,逐步替代原来由一级分销商主导的经营方式。

去年在东北等先行区域的DTC模式取得了显著成效之后,利郎今年上半年进一步收购了山东省及重庆市一级分销商的经营权,继续向DTC模式转型。利郎方面透露,下半年,利郎主系列还将继续发挥DTC模式的经营优势,在东北地区、江苏省、山东省和重庆市等重点市场进一步扩大规模。

渠道优化方面,利郎门店网络“质”与“量”齐升。以DTC模式经营的主系列门店共有273家,占门店总数的9.8%,总店铺面积达42588平方米,较去年底增加了33%。

破局“以消费者为中心”

DTC是一种源自北美的零售模式,原指诞生于线上的独立零售商,直接向消费者销售产品,省去经销商、代理商、零售商等一系列中间环节,即以消费者为中心,直面消费者。

在推进DTC过程中,一方面,企业通过加强直营业务、搭建线上渠道等改革方式缩短交易链条,加强与消费者之间的直接连接和互动,削减渠道环节,降低渠道成本的同时增强用户黏性;另一方面,企业借助数字化转型拉通线上线下渠道、前端后端业务流程,用沉淀的用户数据驱动消费者洞察、产品研发、精准营销等全价值链的效率提升,更好地实现“以消费者为中心”,从体验、服务等方面拉近与消费者之间的关系。

今年上半年,中国服装行业面临消费需求放缓和竞争格局重塑的双重压力。社会消费品零售总额增速持续收窄,服饰企业业绩呈现显著分化。

传统男装品牌表现疲软。海澜之家系列营收同比减少5.86%至83.95亿元,为近三年同期最低。

与此形成鲜明对比的是,户外运动品牌保持高速增长。安踏体育旗下的迪桑特、可隆等品牌增长61.1%,安踏旗下的亚玛芬集团在大中华区增长42%;李宁和特步分别增长3.3%和7.1%,阿迪达斯大中华区增长13%。户外运动风的兴起,正重塑男装市场格局。

外部形势如此,内部因素亦在催促男装企业变革要快点、再快点。

多年以来,男装行业的渠道结构和层级较为复杂,加盟与直营体系并行,如何把握地域扩张与市场下沉、融合线上生意与线上生意,是其在渠道开发和升级时常见的痛点。传统的批发模式有难以直接触及零售端消费者的弊端,也是加剧了当时行业库存危机的因素之一。

库存危机过后,头部品牌陆续开始启动零售转型策略,引领全产业链DTC变革,从供应端和渠道端入手,解决响应周期过长导致供需错配放大的行业痛点,有效降低库存危机再次爆发的风险。

此外,通常认为,男装市场和女装市场在消费者需求、品牌布局和市场规模等方面存在一定的差异。男性消费者在购物时通常更加注重实用性和功能性,对品牌的忠诚度较高。他们倾向于选择一两个自己喜欢且信任的品牌,而不是频繁地尝试新的品牌。这种消费习惯促使男装企业在DTC模式下更容易获得忠诚的消费者群体,从而实现更好的销售和利润。在DTC转型过程中,这些品牌可以利用自身的品牌力量和影响力吸引更多的消费者,同时也可以通过DTC模式提升自身品牌形象。

DTC不再只是一种模式,更是一种生存能力——谁离用户更近,谁就能领跑未来。

安踏的成功案例佐证了这点。自2020年8月,安踏正式宣布DTC变革后,曾在2021年财报和2022年财报中多次表示,DTC转型成效是业绩增长的重要原因之一。多年来,安踏通过“直营+电商”模式将DTC占比推高至近90%,其通过对门店运营标准化与供应链数字化,实现了对消费者需求的快速响应。

Nike早在2015年就正式将DTC模式视为公司战略。近些年lululemon也通过DTC模式快速成长,市值一度超越阿迪达斯成为全球第二大运动品牌。A股上市公司中,比音勒芬、歌力思、报喜鸟的直营(含线上)收入占比均超70%,高端定位与高客单价支撑了直营渠道的可行性。

积累“一个持续生长的故事”

伴随私域运营、兴趣电商横空出世,如今,服装企业的渠道格局趋于碎片化。如何应对日益碎片化的消费者触点?怎样通过良好的私域运营留存老客?都是服装企业深耕新兴渠道的增长方法论和盈利模型时亟须回答的问题。

线下门店和线上渠道在DTC模式中扮演了同等重要的角色。

随着技术的不断进步、消费习惯的不断变化,直播电商、私域电商等新兴线上渠道兴起,且保持较高增速,成为企业不可忽视的渠道之一。越来越多企业意识到,通过DTC转型,企业可以补齐线上渠道,打造线上线下渠道闭环,拉动业绩双线增长。

通过加码线下直营门店和线上多元化渠道,安踏不仅拉近与消费者之间的距离,深化会员制的价值,还进一步推动了企业数字化转型。例如,DTC模式快速统一门店层面的客户体验、产品和渠道等运营标准,构建标准化的销售流程,让数字化操作系统更易设置。同时,企业数字化的能力也反哺DTC改革,让“人”“货”“场”更紧密地联系在一起。

在新零售领域,利郎的表现同样亮眼。今年上半年,利郎集团新零售业务营收同比增长24.6%,远超集团总体增幅。这一成绩得益于利郎的战略转型——电商从曾经的库存清理渠道,变成了新品的主力卖场。

为了更好地触达年轻消费者,利郎还通过抖音、拼多多、微信视频号、得物等多元化线上渠道拓展业务,并借助小红书、微博等社交平台,强化内容电商布局,深化与年轻消费者的情感联结。

跳过中间商,直接与消费者对话、卖货、交朋友,并第一时间获得真实反馈——这正是DTC模式的核心。它不只是一种销售路径的变革,更是一种深度连接用户、持续优化品牌与产品的闭环策略。

如今的消费者追求的是更自由的购物选择和更便捷的体验。他们的决策路径早已高度碎片化,社交媒体、内容平台、电商网站、线下门店……购物行为可能发生在任何触点。如果品牌只固守单一渠道,就极易在消费者决策的关键时刻被遗忘。

因此,推进DTC的企业,坚持“用户在哪里,体验就在哪里”。它们通过官方App、小程序、电商旗舰店、直播带货、线下直营店等多种方式,构建一张覆盖全链路的体验网络。这不仅最大化品牌曝光和互动机会,也显著提升了销售转化可能。

更重要的是,所有这些触点都在持续产生大量用户数据。借助这些真实的行为和反馈,品牌能够更精准地理解消费者,反哺产品研发、优化服务流程、开展个性化营销,从而实现良性循环。

往更深层次思考,DTC的本质,不是盲目在全渠道“撒网”,而是以用户为中心,为其编织一张无缝、连贯、便捷的体验网络。消费者可以自由进入、轻松选择、放心购买——从而真正建立起品牌的信任壁垒和可持续竞争力。

如此一来,这是一个不仅关乎“怎么卖”,也关乎“如何持续生长”的重新叙事。



中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ 简约男装

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINJONG 晋江
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

SHUA 舒华

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

虚位以待...

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

源泰皮业
Sourtaise 服务热线: 0595-85685062

MAOTAI SOLES 茂泰鞋底

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

JILONG 佳龙机械

本佳针车
WWW.BEYOUNGSJEW.COM专业生产:一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材
DONGJUN SHOES MATERIAL
电话: 0595-27193333 85090555爱丽卡 AILIKA 专业演绎精彩
韩国品质 晋江制造
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝
地址: 晋江国际鞋纺城B区一号街11-12
电话: 0595-85872288