

SHoes

MAGAZINE



YOUR EVERY STEP BE A STATEMENT

ИОНАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБУВИ, АКСЕССУАРОВ И КОМПЛЕКТУЮЩИХ



СУМКА

ПРЕВРАЩАЕТСЯ.

ПО МНЕНИЮ АНАЛИТИКОВ АМЕРИКАНСКОГО ЖУРНАЛА ACCESSORIES И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ МАРКЕТИНГ-ГРУППЫ NPD, НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ СЕГМЕНТ СУМОК И КОЖГАЛАНТЕРЕИ ЯВЛЯЕТ СОБОЙ КЛАССИЧЕСКИЙ ПРИМЕР ОТСТАВАНИЯ РЫНКА ОТ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ. В ТО ВРЕМЯ КАК РАЗРАЗИВШИЙСЯ ВО ВСЕМ МИРЕ ТУРИСТИЧЕСКИЙ БУМ И СПРОС НА ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ ОТ ПОКУПОК ДОЛЖНЫ БЫЛИ БЫ ПОДТОЛКНУТЬ ЭТОТ СЕКТОР К ПОИСКУ НОВЫХ ЯРКИХ РЕШЕНИЙ, РИТЕЙЛЕРЫ ПО-ПРЕЖНЕМУ ПРЕДЛАГАЮТ КЛИЕНТАМ ДОВОЛЬНО ТРАДИЦИОННЫЕ ФОРМЫ И МОДЕЛИ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ НЕБОЛЬШИЕ СДВИГИ И В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ ЕСТЬ. О НАИБОЛЕЕ ЯРКИХ ТРЕНДАХ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ СУМКАМИ И КОЖГАЛАНТЕРЕЕЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ 2017–2018 ГГ. РАССКАЗЫВАЮТ АНАЛИТИКИ NPD GROUP В СВОЕМ ИССЛЕДОВАНИИ ACCESSORIES CENSUS REPORT

СУМКИ – КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ ПРОДАЖ

«Чем оглядываться постоянно на успех знаменитых luxury-брендов, лучше бы производители аксессуаров попытались адаптировать свои коллекции к спросу», – комментирует ситуацию ведущий аналитик компании NPD Майкл Коэн. Для современного технически подкованного поколения самым желанным предметом были бы сумки или дорожные кейсы, которые можно было бы использовать в качестве зарядных устройств для различных девайсов, мобильных телефонов или колонок. И первые попытки такого рода, в частности «умные» рюкзаки и чемоданы Piquadro, уже имеют серьезный успех на рынке.

В 2017 году отделы сумок и кожгалантереи во многих универмагах подверглись серьезной реновации: там было слишком много ненужного реквизита, слишком много скидок и недостаточно пространства для размещения больших объемов товара. Michael Kors и Coach так стремились завоевать расположение Уолл-стрит, что стали слишком раздражать публику. Чтобы «вернуть бренд», эти компании объявили о сокращении оптовых продаж и обуздании рекламной деятельности.

Для несколько потерявших темп известных брендов в последние пару лет сделки по поглощению были основным способом поднять продажи. Так, компания Coach в 2017 году приобрела осиротевшую марку Kate Spade за \$2.4 млрд, получив «в довесок» немалое число ее поклонников-миллениалов. В результате, хотя компания Coach Inc. и поменяла название на Tapestry, сам бренд Coach смог сохранить свои позиции на рынке.

В прошлом году моделью № 1 в продаже стали сумки кросс-боди, но поскольку они по большей части были несколько дешевле остального ассортимента, продавцам приходилось изощряться, чтобы нарастить объемы.

В 2017 году рынок испытал настоящий бум мини- и микросумок: согласно отчету eBay, продажи этих моделей выросли по сравнению с предыдущим годом на 38%, обогнав в праздничных сейлах спрос на классические сумки с ручкой. Да и в 2018 году интерес к этим аксессуарам не пошел на спад – все крупные бренды кожгалантереи сделали мини-модели фронт-модели своих коллекций SS 2019.

- 1. BRACCIALINI
- 2. MICHAEL KORS
- 3. BLUMARINE
- 4. CLÉMENCE FLANE
- 5. MICHAEL KORS
- 6. SETIFICIO LEUCIANO
- 7. IOPELLE
- 8. CALVIN KLEIN JEANS
- 9. IOPELLE
- 10. KARL LAGERFELD
- 11. CALVIN KLEIN JEANS