

开拓线上销售新思路 服装企业突破疫情困局

文/图 羊城晚报记者 宋昀潇 实习生 沈安莹

直播“破局” 服装行业开辟线上销售新渠道

新冠疫情带来的影响波及了各行各业，服装行业也遭遇了不小的打击。面对客流和销量的下跌，许多实体门店陷入了困局，但与此同时也有一批商家把握住了发展的契机，积极开展线上销售，在与疫情的斗争中“反败为胜”。

跟主播合作是泓阳服饰进行线上营销的一个重要手段。银马国际服装城内的泓阳服饰拥有多个品牌供

主播挑选，也会提供舒适的直播环境供主播直播。一场直播时长为2-5个小时不等，在线人数一般为5000多人次，总观看人数上万，通常一场直播下来带货量可以达到200-500件。疫情发生后，虽然走低的销量和物流限制给总经理吴福敏的心态造成了一定的影响，但在银马物业的帮助下，销售情况也在慢慢变好起来，每个月销售量可以达到4-5万件，甚至比去年同一时期还要高。

同样凭借线上直播翻身的还有茵

曼。疫情发生后为了自救，汇美集团旗下品牌茵曼果断将视线聚焦线上，借助小程序、社群、直播等多个渠道，持续为消费者输出内容与提供服务。其中，线上直播更是成为品牌新的增长点。2月21日茵曼官方在微信的直播首秀，创始人空降直播间分享心得吸引逾100万人观看，26万人点赞。而后，茵曼迅速将经验复制到各个门店，因店制宜开展店主直播培训。2月26日，茵曼商丘梁园区中环广场店直播一个小时，销售业绩便超万元。

把握前沿营销策略 服装企业及时求“变”

受疫情影响，已经关闭诸多实体店铺的茵曼团队反应迅速，开始将重心转向线上业务，不仅是直播，他们引导手下员工，并首次对外招募1万名“推手”，通过他们在朋友圈、微信群、个人聊天网罗顾客并引至微店消费，将人脉资源转化为购买力。线上推广和直播双管齐下，丰富了品牌营销的模式。

贝左服饰的总经理彭志刚也将销售重心转向了线上。面对疫情，他坦言，由于消费者无法出门，消费习惯也随之改变由线下转为线上，是对线下实体店铺是一个打击，线下销量下降了有百分之六七十，但线上营销

很好地填补了这个空白。作为年轻的创业一代的80后，他一直在紧跟时代潮流追寻新颖的营销模式。2013年彭志刚便开始在土豆和优酷等视频网站上投放长视频；2017年和淘宝达人合作直播带货；2018年在爱库存上进行线上批发；2019年运用社群营销理念将线上和线下相结合，开拓人脉圈和社群圈，将资源变现。现在的彭志刚致力于全网营销，积极在今日头条、西瓜视频、抖音等新媒体平台上发展社交新零售模式。“服装行业是一片‘红海’，竞争十分激烈，只有不断进步和探索才能生存下来，不思进取只会被淘汰。”彭志刚说道。

不仅是企业自身谋求出路，银马国际服装城也在积极帮扶园区内的企业转型升级。他们积极寻求与拼多多的合作，希望开辟新的销售渠道增加流量。园区六楼的直播基地已经建设完成，并聘请了济南成熟的直播团队给商户们做直播指导，教授园区企业如何分辨货品和与主播合作。此外，他们还派遣人员前往浙江、山东等有经验的线上销售地进行学习。银马集团的董事长陈日新跟记者说，面对互联网的冲击，他希望社会各界可以帮助服装批发行业与各线上销售平台搭建合作的桥梁，帮助产业的经营模式完成转型升级。

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益助企自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及

41家商协会、10家专业市场、多家服装品

牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营

还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。

（文/羊城晚报记者 施沛霖）

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益助企自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及

41家商协会、10家专业市场、多家服装品

牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营

还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。

（文/羊城晚报记者 施沛霖）

相关链接

“广东服装一起尚” 公益助企为你开启云时尚

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益助企自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及

41家商协会、10家专业市场、多家服装品

牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营

还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。

（文/羊城晚报记者 施沛霖）

专题

性能越级 体验优异

三星Galaxy S20 5G系列

现已开售



三星 Galaxy S20 5G 系列拥有非常安全的防护体系

1一部手机拍所有 随手一拍即大片

三星 Galaxy S20 5G 系列拥有比以往产品更大的传感器，在AI技术的配合下，可让用户拍出细节清晰的超高清照片，即使在放大或裁剪后也能保持出色的清晰度。此外，三星 Galaxy S20 Ultra 5G 独具的9像素合一技术，让用户在暗光环境中也能拍出层次丰富的高质量照片。

此外，超视觉空间变焦功能则能够帮助用户轻松捕捉超远距离景致。全新的AI一键多拍模式，可帮助用户同时拍出不同拍摄模式、滤镜的照片以及10秒的短视频。不仅如此，用户还可录制8K视频，并通过8K视频快照功能，从视频中截取3300万像素的超高清静态图片。

2有颜好看更能打的超一流屏幕

三星 Galaxy S20 5G 系列全新的动态AMOLED 2X 超感官全屏，带来了2K 分辨率(3200 × 1440)，以及最高120Hz刷新率和240Hz触控采样率的视觉、触控双升级，同时延续了以往HDR10+认证、护眼显示屏以及德国VDE认证等出色品质，让用户拥有更细腻丰富的视觉效果。

针对游戏玩家，三星还与国内合作伙伴共同对主流游戏进行了高帧率适配，并且获得了泰尔实验室“游戏高性能”五星认证，再加上杜比“全景声”双扬声器的震撼音效，让三星 Galaxy S20 5G 系列能确保玩家在游戏中享受到更专业的沉浸式体验和快人一步的体验。

3强劲性能带来极致使用体验

在性能配置上，三星 Galaxy S20 5G 系列均表现出了高品质旗舰应有的水准，全系搭载了最新一代的7nm高通骁龙865处理器、支持超高速双模5G和Wi-Fi6网络，拥有12GB起步、最高16GB的超大

运行内存，以及内置至高512GB并可额外扩展1TB的超大存储空间。除此之外，最高5000mAh的大容量电池以及加速充电等功能，既带来了持久的续航时间，同时还可以令电量快速“回血”。



三星 Galaxy S20 Ultra 5G 具有9像素合一技术

4全新安全解决方案进一步增强数据防护

对于消费者越来越关心的手机安全方面，三星 Galaxy S20 5G 系列采用了三星最新的安全防护解决方案。该方案获得通用评估准

则(CCEAL)5+认证，通过安全芯片(S3K250AF)以及软件优化两个方面，将用户隐私数据存储在一个独有的存储区。因此在用户使用三

星 Galaxy S20 5G 系列手机时，三星 Knox 安全平台将会为用户提供进一步的安全防护，为用户带来三星目前安全等级最高的保护。

文/林晓

图/商家提供

新冠疫情带来的影响波及了各行各业，服装行业也遭遇了不小的打击。面对客流和销量的下跌，许多实体门店陷入了困局，但与此同时也有一批商家把握住了发展的契机，积极开展线上销售，在与疫情的斗争中“反败为胜”。

直播“破局” 服装行业开辟线上销售新渠道

“衣服前面的不透，后面的透……要的板一下85°。”一名网红主播一只手拿着一件材质轻盈的白色长裙，另外一只手伸进衣服内把手掌探开，给正在观看直播的观众们展示细节。直播地点就在广州泓阳服饰服装展厅内，泓阳服饰的总经理吴福敏将直播过程录制下来，打算学习一下直播带货的技巧。

跟主播合作是泓阳服饰进行线上营销的一个重要手段。银马国际服装城内的泓阳服饰拥有多个品牌供

主播挑选，也会提供舒适的直播环境供主播直播。一场直播时长为2-5个小时不等，在线人数一般为5000多人次，总观看人数上万，通常一场直播下来带货量可以达到200-500件。疫情发生后，虽然走低的销量和物流限制给总经理吴福敏的心态造成了一定的影响，但在银马物业的帮助下，销售情况也在慢慢变好起来，每个月销售量可以达到4-5万件，甚至比去年同一时期还要高。

同样凭借线上直播翻身的还有茵

曼。疫情发生后为了自救，汇美集团旗下品牌茵曼果断将视线聚焦线上，借助小程序、社群、直播等多个渠道，持续为消费者输出内容与提供服务。其中，线上直播更是成为品牌新的增长点。2月21日茵曼官方在微信的直播首秀，创始人空降直播间分享心得吸引逾100万人观看，26万人点赞。而后，茵曼迅速将经验复制到各个门店，因店制宜开展店主直播培训。2月26日，茵曼商丘梁园区中环广场店直播一个小时，销售业绩便超万元。

把握前沿营销策略 服装企业及时求“变”

受疫情影响，已经关闭诸多实体店铺的茵曼团队反应迅速，开始将重心转向线上业务，不仅是直播，他们引导手下员工，并首次对外招募1万名“推手”，通过他们在朋友圈、微信群、个人聊天网罗顾客并引至微店消费，将人脉资源转化为购买力。线上推广和直播双管齐下，丰富了品牌营销的模式。

贝左服饰的总经理彭志刚也将销售重心转向了线上。面对疫情，他坦言，由于消费者无法出门，消费习惯也随之改变由线下转为线上，是对线下实体店铺是一个打击，线下销量下降了有百分之六七十，但线上营销

很好地填补了这个空白。作为年轻的创业一代的80后，他一直在紧跟时代潮流追寻新颖的营销模式。2013年彭志刚便开始在土豆和优酷等视频网站上投放长视频；2017年和淘宝达人合作直播带货；2018年在爱库存上进行线上批发；2019年运用社群营销理念将线上和线下相结合，开拓人脉圈和社群圈，将资源变现。现在的彭志刚致力于全网营销，积极在今日头条、西瓜视频、抖音等新媒体平台上发展社交新零售模式。“服装行业是一片‘红海’，竞争十分激烈，只有不断进步和探索才能生存下来，不思进取只会被淘汰。”彭志刚说道。

不仅是企业自身谋求出路，银马国际服装城也在积极帮扶园区内的企业转型升级。他们积极寻求与拼多多的合作，希望开辟新的销售渠道增加流量。园区六楼的直播基地已经建设完成，并聘请了济南成熟的直播团队给商户们做直播指导，教授园区企业如何分辨货品和与主播合作。此外，他们还派遣人员前往浙江、山东等有经验的线上销售地进行学习。银马集团的董事长陈日新跟记者说，面对互联网的冲击，他希望社会各界可以帮助服装批发行业与各线上销售平台搭建合作的桥梁，帮助产业的经营模式完成转型升级。

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益助企自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及

41家商协会、10家专业市场、多家服装品

牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营

还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。

（文/羊城晚报记者 施沛霖）

去年的暖冬和当前的疫情让服装企业面临着一次前所未有的大考。如何才能提升竞争力，在线上寻找突破？广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会日前倡议发起了“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，并联合行业商协会、线上平台、专业市场和媒体机构等各方力量，打造广东服装线上促消费聚合平台。

本次公益助企自倡议发起以来，得到了行业内外的热烈响应。包括天猫海外、京东、1688和唯品会在内的15家线上平台，以

及

41家商协会、10家专业市场、多家服装品

牌和媒体机构纷纷参与其中，还有广东省30多所高校的校园潮流推手也群策群力。

3月18日原定是2020广东时装周·春季的开幕日，受疫情影响，时装周活动延期举办了。但另一场全民云时尚云购物的盛会却在线上开启。本次公益线上促消费活动的实现载体“阅货”小程序已在近日正式上线，可以免费链接各大服装企业/品牌线上销售渠道，让服装企业减少损失的同时，也给消费者带来实实在

在的让利。据悉，包括茵曼、KM、真维斯、莱克斯顿、富绅等数百家知名服装企业、品牌、设计师已成功参与进来，品牌阵营

还在持续更新壮大中。

发起方广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会有关负责人认为，希望通过“广东服装一起尚”公益助企线上促消费活动，刺激线上消费，集中打造云购物平台，助力广东服装企业与消费者实现更好的对接，推动广东时尚经济的发展。

（文/羊城晚报记者 施沛霖）