



源自日本的 崭新全球企业

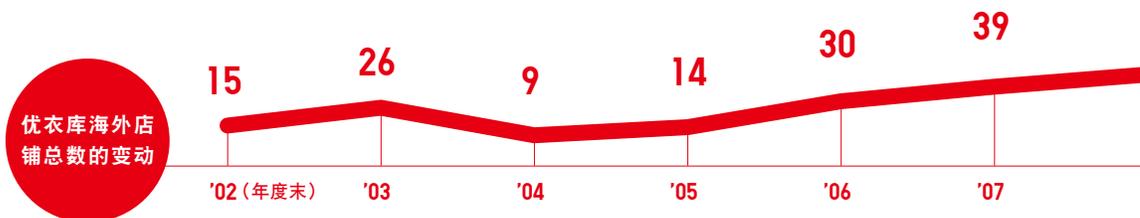


迅销集团是一家源自日本的企业，致力为人们提供优质的服装与高水平的服务。2015年春季，旗下品牌UNIQLO（优衣库）位于纽约第五大道的全球旗舰店推出与日本松竹歌舞伎的联名系列。当时第五大道全球旗舰店引人注目的“SHOCHIKU KABUKI x UNIQLO”海报外墙，成为纽约街头巷尾热议的话题。

MORE GLOBAL THAN EVER



优衣库的
全球旗舰店及
全球繁盛店



优衣库海外店铺总数(预计)

960



银座



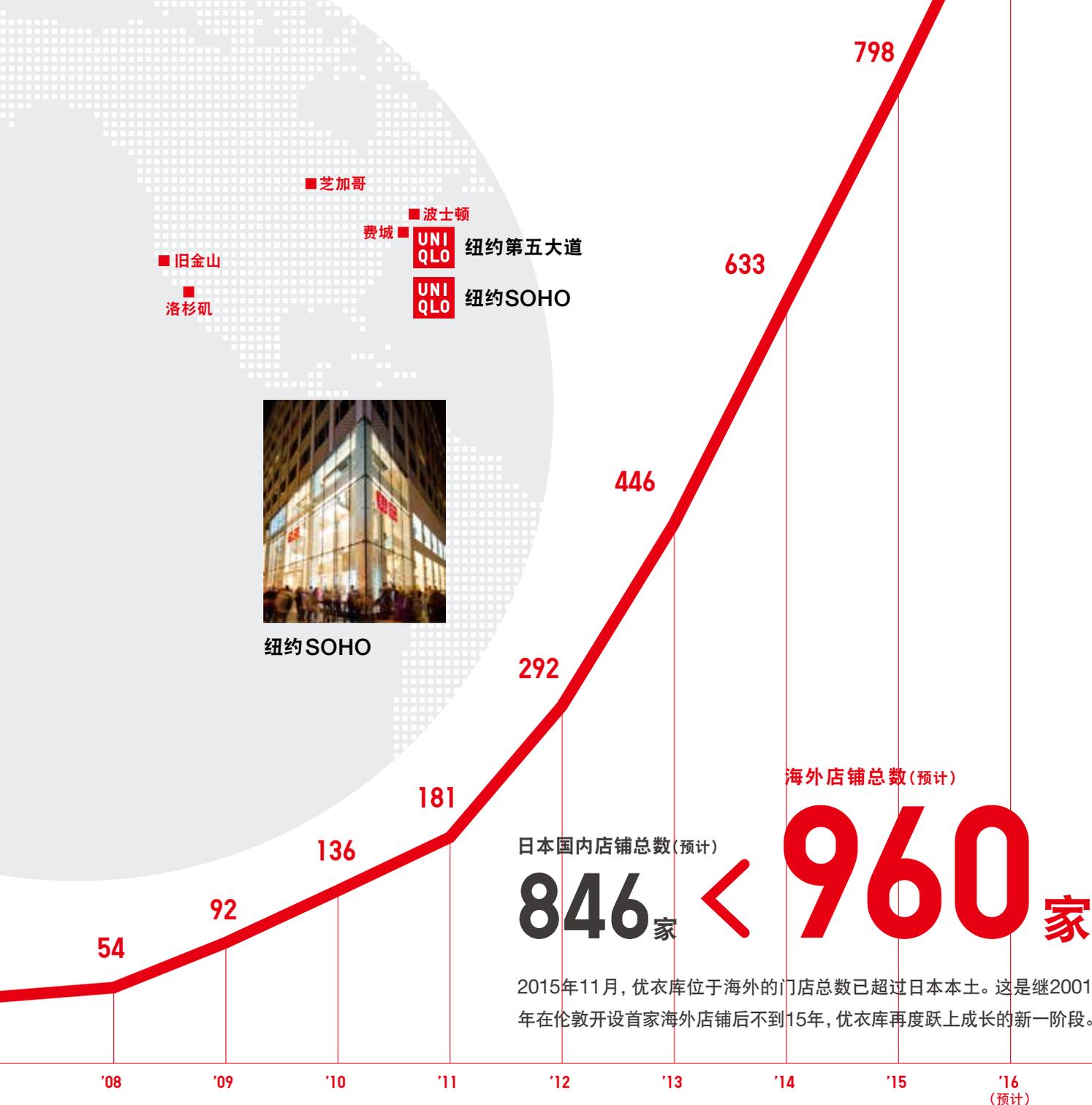
新宿



大阪



心斋桥



■ 芝加哥

■ 波士顿

■ 费城

■ 旧金山

■ 洛杉矶



纽约第五大道



纽约SOHO



纽约SOHO

日本国内店铺总数(预计)

846家



960家

海外店铺总数(预计)

2015年11月, 优衣库位于海外的门店总数已超过日本本土。这是继2001年在伦敦开设首家海外店铺后不到15年, 优衣库再度跃上成长的新一阶段。

大中华区 持续保持高速增长



大中华区店铺总数

467家

较上年度增加93家

迅销集团 全球高级执行副总裁
优衣库大中华区 CEO
优衣库东南亚区 Co-CEO

潘宁



2015财政年度(截至8月底止),大中华区(中国内地、香港、台湾)销售额突破3,000亿日元,约占海外UNIQLO(优衣库)事业销售总额的一半,规模进一步扩大。在销售收入提升的同时,也因利润率改善从而能实现高获利。2015年8月底,大中华区门店总数已达到467家,其中中国内地387家、香港25家、台湾55家。优衣库品牌知名度不但进一步提升,其所提倡的“LifeWear服适人生”这一理念也逐渐深入人心,不论中国内地、香港或台湾,有越来越多消费者成为优衣库的粉丝。同时,由顾客当中多半是回头客来看,说明优衣库已获得广大消费者的认可。

在中国,优衣库已将门店拓展至地方城市。随着中国经济的发展以及政府大力推动的农村城镇化政策,地方城市的生活水平大幅提升,人们希望拥有“好商品、新商品”的消费意愿也日益强烈,为优衣库提供了发展的良机。今后我们将继续传达“LifeWear服适人生”这一服装理念,力争每年在大中华区开设100家新店。首先希望将门店总数增加

到1,000家,下一目标则是3,000家。

大中华区在电子商务方面也发展顺利。如果将实体店铺比作“点”的话,电子商务则是将各个“点”连接起来的“线”,进而能够发挥相乘效果,形成广泛的“面”,扩展优衣库的品牌知名度。近来,我们就常常听到顾客提到:“朋友提起的优衣库商品,我在网上也买到了”、“网上好评如潮的摇粒绒服装,我在家附近的优衣库门店买着了”等等。电子商务带动优衣库的粉丝群进一步扩大。实体店和电子商务对我们而言如同自行车的两轮,缺一不可,我们将继续同时并进,以持续高速增长。

迅销集团所秉承的“诚信”、“顾客至上”、“对品质精益求精”等源自日本文化的企业精神十分宝贵。我亦将持续致力于将这些精神传承给每一位员工,希望通过全体员工的共同努力,回报顾客对我们的期待和信赖。



全球旗舰店 UNIQLO SHANGHAI

FLEECE COLLECTION



进驻美国大都市 提升品牌知名度

BOSTON



2015年10月,UNIQLO(优衣库)在美国东海岸波士顿著名观光购物景点法尼尔厅市场(Faneuil Hall Marketplace)的店铺正式开幕。位于这座建于1743年古老建筑一、二层的优衣库门店面积约为1,100平米。砖瓦壁面的狭长店铺内陈列着优衣库各色商品,置身店内,顾客能在历史的氛围中享受购物乐趣。由于波士顿与日本京都是姐妹城市,店内还特别设置了日本文化展示专区。在波士顿,很多人都熟知日本,因此优衣库的新店也受到消费者的欢迎。

优衣库秉承“Global is Local, and Local is Global(全球化即为本土化,本土化即为全球化)”理念,积极扎根当地,与当地居民建立紧密的关系。同时与当地职棒大联盟球队波士顿红袜成立伙伴关系,赞助红袜奖学金。

此外,10月中旬,优衣库芝加哥旗舰店亦隆重开业。这是优衣库在美国中西部开设的首家门店。该店位于历史悠久并以高级时尚街知名的北密歇根大道(North Michigan Avenue)中央,共分三层,卖场面积约达4,100平米。每逢圣诞假期,绚烂的灯饰色彩纷呈,宽阔的步行街上游人摩肩接踵。这条街人气一年胜似一年,如今已成为闻名于世的豪华大道。芝加哥北密歇根大道店的规模,在全球优衣库门店中屈指可数。店内还引入星巴克咖啡,让顾客在购物之余也能一享咖啡的馨香。

对于扩展美国市场而言,如同法尼尔厅店和芝加哥北密歇根大道店一般,在大都市优势地段开设门店,能够大幅提升优衣库的品牌知名度。今后,优衣库将双管齐下,在努力提升品牌知名度的同时,也积极推进数字通信、发展电子商务,在幅员辽阔的美国大地上开拓辉煌的未来。



CHICAGO

