

春节假期一结束，随着气温逐渐上升，市民纷纷“出动”，伴随着各处公园人流涌动，朋友圈美照层出不穷，各大商场里的春装销售悄然火爆，无锡的服装市场日渐“升温”。

气温虽然多波折 服装市场俏争春 商户线上线下多渠道齐发力

商场春装销售火爆 个体商户卖起夏装

前几天，无锡的阳光很是卖力，气温一路攀升。记者走访了无锡多家大型综合商场发现，时尚卫衣、碎花长裙、薄款风衣……各种款式的春装都已被悬挂在店铺的显眼位置，商场和沿街商铺一派“春意盎然”。

“脱去厚厚的冬装就想买几件色彩亮丽的春装，和春天更配哦，”大东方商场一处服装门店里，市民王女士正在选购刚上新的早春服饰。“我们春节前就上新春装了，主要款式是小香风和针织衫，店里这两种款式的春装占了销售额比重的很大一部分。”该品牌门店店长孙芳表示，春节假期后来买春装的顾客比往常多，已上新的春款销量不错。

在商场的男装区域，某品牌男装店内，春款也已上架，淡黄、天蓝、樱花粉等色彩明亮的短袖吸引了好几名年轻人驻足挑选。“今年因为天气较热，所以春款卖得比往年好。”该品牌男装店店长袁敏娟介绍，从春节假期开始，春装销量一路走高，最好的一天销售额达四万多元，是往年同期的近一倍，好几款春装已经断货。

暖气十足的商场早在春节前就铺开了春装的销售，相比之下，塘南招商城批发市场的春装可谓姗姗来迟。在市场的服饰类大楼，记者发现不少个体商户都把销售的重点放到了即将上市的夏装上。一楼一家男装店内，记者随意逛了一圈发现仍以冬装居多，零星挂着几件短袖T恤。“春装还没开始卖，大概要到月底。”老板陈女士介绍，店内服装都是去广州等地工厂拿货，由于很多工厂还没开始上班，春节前提下的春款服装存货自然也很紧俏。“这时去批发不划算，而且很快夏装也要上市了，不如销售夏装。”陈女士解释，与专柜有品牌渠道做后盾不同，个体户的存货更难处理，在春装紧俏的情况下，为缩减成本，选择直接销售夏装更为明智。



冬装打折力度大，顾客囤衣热情洋溢

春装“乱花渐欲迷人眼”的同时，冬装已进入打折清仓阶段。大东方商场内，一眼望去，有的店铺已看不到冬装的身影了。记者逛了好几家店才看到一家仍将冬装摆放在显眼位置的店铺，羽绒服、大衣等都是五折的折扣。

“选择打折季买冬装，等到年底再穿的人还是很多的。”该品牌员工俞雪琴介绍，店内不少服饰都是经典款的，穿好几年都不会过时，所以这几天即使气温攀升，还是有不少顾客逛街时看到打折就进店选购。其中因为还处于可以穿大衣的季节，所以大衣的销量较羽绒服更好一些，不少款式已售罄。

塘南招商城批发市场前的公交站台，市民小薛和朋友小徐手里分别拎着三四个服饰包装袋满载而归。“买

了春天的外套、卫衣、衬衫，冬天的厚外套还有鞋子，花了五百多元。”小薛说，本打算只买春装的，结果遇上冬款大甩卖，没忍住，还是买了一件，“能留着冬天穿，到时候这个价格就买不到了”。

招商城三楼的尽头，孟老板的女装店内挑衣服的市民也不少。“冬装现在是打折的，刚刚就卖掉一件。”孟老板表示，现在店内冬装的折扣力度相当于不赚钱。“如果卖不掉就要返厂，同样的价格宁愿把钱早点收回来。”

相较于打折取胜，也有品牌选择用降低定价但取消打折来吸引顾客。大东方商场内，孙芳所在的品牌就是如此，“虽然不打折，但前段时间还是以六千多元的价格卖出了一件皮草”。

商户或坚守实体市场，或转变经营思路

下午两点左右，塘南招商城批发市场内顾客零零散散。“从去年开始，明显能感觉到商城的人流量没以前多”，邢女士经营的女装店面积不大，但清新的风格还是能引得不少顾客进店一看。正值换季之际，邢女士春节以来做了不少生意，但当前的客流和疫情之前比起来，还是存在不小的差距。去年因为疫情的原因，更多人将目光转向网购，线下实体店受到了很大冲击，邢女士的营收也缩水不少。但她从没想过关闭线下门店：“总还需要亲身试穿体验线下购物的消费者，衣服的剪裁和面料是线上下单无法感受到的。”

“通过常年积累的老客户，只能维持经营，但传统渠道已很难获得增量资源”，虽然没有关张的打算，但实体店业绩的下滑也是摆在面前的现实困

境。今年，邢女士单独找了一个公寓，准备进行直播带货，“希望通过转变经营思路，线上线下两头抓，以带来新的增长点”。

男装店老板陈女士已做了近二十年的服装生意，随着电商兴起，她的不少朋友对于线上卖货跃跃欲试，她却始终坚持做线下实体。她认为，如果现在才想到要通过小视频和直播做线上带货，已错过了最佳时机，与其三心二意，不如牢牢把控自己的“主场”。目前陈女士的客户中，新增客和老面孔五五开，而且因为入行较早，她的客户遍布江浙沪，已不仅局限在无锡范围。

“有的服装买家秀和卖家秀天差地别，有的是款式差不多，却偷工减料，一摸就露馅”，陈女士直言，做线下依然有无可取代的优势，可以让客户获得最直接和真实的感受。

小香风走俏，风衣卫衣依然经典

探访过程中，记者看到市中心商场里不少女装柜台陈列的样衣中都有“小香风”元素，引得不少消费者驻足和试穿。“我们家就是主推‘小香风’的。”孙芳介绍，店铺风格很受大学毕业生和刚参加工作的年轻人的喜爱。品牌每年在基础的款式上对细节、颜色、质地进行改良，颇受消费者青睐。

“他们家款式以经典基础款为主，虽然价位有些小奢侈，但耐穿不过时”，今年即将踏出校门参加工作的王翔，在原敏娟所在的品牌男装店内看中了一件韩式风衣，这是他正准备购

入的职场“装备”。原敏娟介绍，今年店里最好卖的是夹克和风衣，因为穿的时间跨度大，实用性强，可适应不同场合和年龄层次的消费者需求，从25岁到50岁之间的消费者都有。从设计来看，休闲风的男装卖得最好，其中又以英伦风和韩系风格较受欢迎。

比起商场里动辄两三千一件的春装，批发市场的价格更为亲民。“春装穿的时间短，大多是穿个款式，每年都有不一样的流行，对于‘赶潮’人士来说是不错的选择”，在塘南招商城孟老板的女装店里，记者见到了正在选购衣服的小乐，她表

示，自己还是学生，喜欢服装搭配，招商城这里店铺多，风格多样，往往会有意外之喜。而且，由于还在读书，目前经济来源有限，性价比是她购物时的首要考虑。

孟女士在春节假期后就陆续上了春装，但由于节前厂家备货少，今年春装的货比较难拿，目前已进入春夏装混卖的阶段。成排的衣架上，依然是开衫和卫衣摆在最醒目位置。“这些都是每年春装中最经典的款式，虽然今年春装量少，但我们没有涨价，希望薄利多销。”

(晚报记者 张颖 陈钰洁/文、摄)