

后来者寻求复制希音的增长之路

希音的崛起引来了许多模仿者,想从 Z 世代日益爱买廉价服装的趋势中获利, 拼多多和字节跳动都推出了类似的快时尚平台。



希音(Shein)的崛起引来了许多模仿者, 想从 Z 世代日益爱买廉价服装的趋势中获利。这家中国集团很快就将成为世界最大的快时尚专业零售商。

中国电商集团拼多多, 还有热门短视频平台 TikTok 的母公司字节跳动, 都在近几个月里推出了与希音类似的平台, 分别是 Temu 和 If Youou。

希音已迅速成为美国和欧洲年轻女性首选的品牌，她们被这个平台上琳琅满目并且价格低廉的服装配饰所吸引。希音从设在中国的仓库发货。

希音上轮融资是在今年 4 月进行的，当时其估值略高于 1000 亿美元，成为世界上第三有价值的私人公司，仅次于埃隆·马斯克的 SpaceX 和字节跳动。

分析师表示，拼多多凭借其在供应链管理方面的专业经验于 9 月推出 Temu，这个平台要打进希音所在的领域是很有优势的。

总部位于上海的拼多多于 2015 年上线，是一个主打廉价拼团购物模式的电商平台，具备在拥挤的领域迅速发展的经验。它专注于被两大电商阿里巴巴和京东忽略的较不发达城市的消费者，以低价拼团方式销售商品，迅猛地抢占市场份额。

香港咨询机构 Daxue Consultancy 的分析师艾利森·马尔姆斯滕表示，Temu 有一个“很有希望的开头”，让网红在社交媒体上推广该平台。

Temu 展开了魅力攻势，以吸引服装生产商入驻，并使用各种优惠——包括补贴和免除销售佣金及营销费用——来帮助商家推销商品。

拼多多承诺投资 100 亿元人民币（合 14 亿美元）帮助中国品牌在海外提升知名度。

它的目标是番禺的服装生产商，番禺隶属广州，是一个服装生产活动的集中地，希音的供应链就是以这里为中心。

然而，Temu 上的“跳楼价”挤压了商户利润，他们被迫接受该平台的要求。萨莉拥有一条女装生产线，在 Temu 上销售，她质疑该平台价格的可持续性。这位在广东做生意的商人说道：“Temu 的价格太低了，这对商家不利，会拉低我们的利润。”

与此同时，字节跳动在今年第一季度试验性上线了快时尚平台 If Yooou，初期以欧洲消费者为目标。与希音一样，If Yooou 会根据其网站上买家的实时反馈意见让厂家调整生产订单。

尽管在 TikTok 上拥有数量巨大的受众——这是希音得以发展壮大关键——字节跳动在快时尚领域的功绩却乏善可陈。这家总部位于北京的互联网公司之前就搞了一个以西方消费者为目标主打服装销售的 Dmonstudio，但没能火起来，今年 2 月关闭了。

一窝蜂争相模仿现成企业的创新商业模式在中国是很常见的事，IMD China 创新与战略教授马克·格里芬表示。

“有无数这样的事例，在很多行业都见过，只要出现新的成功的商业模式，就会有风投支持的初创公司或者是大一些的公司来模仿。”他提到，在电动汽车、共享单车和网约车领域，在商业模式取得初期成功后，就冒出了大量初创公司。

专家们表示，反复的新冠封锁打击了中国消费者信心，刺激了企业向海外的扩张。“中国电商领域竞争非常激烈。在国内需求放缓的情况下，企业都在急切地寻找新市场。”香港理工大学(PolyU)时装及纺织学院教授、时装供应链专家范迪表示。

最近几个月股价出现拉锯的拼多多，也在测试其在香港的零售平台。

分析人士警告称，模仿者将发现，复制希音的成功并不容易。

在西方实现爆炸式增长之前，创立于 2008 年的希音花了 10 年时间构建自己的供应链，并完善自己的预测算法。该公司还利用人工智能来预测未来的时尚趋势。

尽管环保人士越来越担心快时尚带来的影响，但分析人士预测，快时尚市场将继续增长。总部位于广东的艾媒咨询(iiMedia)预测，到 2024 年，中国的电商出口将从 2021 年的 2 万亿元人民币增长至 3

万亿元人民币。

据一名听取过希音增长数据简报的投资者介绍，该公司今年上半年销售了价值 160 亿美元的商品，比 2021 年同期增长逾 50%。该公司预计 2022 年销售额将达到 300 亿美元，使其成为全球最大的时装零售商。

“他们的数字非常庞大。” 上述人士说。

拥有 Zara 品牌的西班牙时尚集团 Inditex 在 2021 年实现 277 亿欧元（273 亿美元）的销售额，成为世界最大的服装零售商。

格雷芬表示：“希音拥有先发优势，这使他们（在新来者涌入市场时）处于有利地位。”

广州一家女装厂的海外营销团队负责人 Ally He 表示，希音“很幸运”。

“它的成功建立在数字营销、招募网红以及在社交媒体推送广告的基础上，” 他说，“Temu 购买广告以及与网红合作的营销成本是希音刚开始时的三到五倍。”

尽管增长数据耀眼，但最近几个月，希音——红杉资本(Sequoia)和泛大西洋资本集团(General Atlantic)都投资了这家公司——在私募

市场上的价值缩水多达三分之一。此轮估值下跌的背景是，风险资本和私募股权基金在全球股市暴跌后套现资本。

通胀挤压了希音的利润。该公司 2021 年的净利润率 (利润与营收之比) 为 6%。这位听取过该公司未公开的财务数据简报的投资者表示，由于采购成本增加，该数字略有恶化。

中国新闻网站 36 氪(36kr)最先报道了希音的营收和利润率数据。