

# ZARA

1975年,学徒出身的阿曼西奥·奥尔特加在西班牙西北部的偏远市镇开设了一个叫 ZARA 的小服装店。而今,昔日名不见经传的 ZARA 已经成长为全球时尚服饰的领先品牌,身影遍布全球 70 余个国家和地区,门店数已达 2000 余家。

zara 品牌之道可以说是时尚服饰业界的一个另类,在传统的顶级服饰品牌和大众服饰中间独辟蹊径开创了快速时尚 (Fast Fashion) 模式。随着快速时尚 (Fast Fashion) 成为时尚服饰行业的一大主流业态, zara 品牌也倍受推崇。在 2005 年, ZARA 在全球 100 个最有价值品牌中位列 77 名,哈佛商学院把 zara 品牌评定为欧洲最具研究价值的品牌,沃顿商学院将 zara 品牌视为研究未来制造业的典范。ZARA 作为一家引领未来趋势的公司,俨然成为时尚服饰业界的标杆。

zara 品牌的头顶上笼罩着太多的光环,但绝非徒有虚名,其背后漂亮的财务数字则是最佳的注解。在 2005 年度 ZARA 全球营业收入达到 44 亿欧元,税前利润为 7.12 亿欧元。摩根士丹利公司在一份研究报告中预测到 2014 年为止 ZARA 每股收益年均增长率是 10.9%,而 Burberry 等五大奢侈品集团的年均增长率则只有 7.7%。

在 ZARA 你总是能够找到新品,并且是限量供应的。这些商品大多数会被放在特殊的货架上面。这种暂时断货策略在很多人眼中太大胆了!但是想想所有限量供应商品在市场上受到的追捧吧,人们需要的不是产品而是“与众不同”、“独一无二”。而 ZARA 的暂时断货正满足了人们的这种心理,ZARA 由于这种颠覆性的做法慢慢变成了“独一无二”的代言人。