

## 引言

线上购物并不是很火爆的时候，我们就能看到线下有非常多女装店铺，基本上不存在专卖男装的实体店，线上购物火爆之后，也有很大一部分群体选择开设女装店，凭借着价格优势，获得了非常多的流量与营收。而在女装行业，拉夏贝尔曾是“佼佼者”，为何如今却有近千家门店关闭了呢？

拉夏贝尔曾经被很多业内人士亲切地称为中国版zara

，能获得这样的称号。拉夏贝尔实属不易，不仅肯定拉夏贝尔商品的质量，也肯定了该品牌。完全可以说，拉夏贝尔是靠着女装店才能活到现在，根据该品牌最后所给出的财务报表显示，拉夏贝尔已经千疮百孔，不再辉煌。

国产女装龙头老大的没落之路就此开启，提到拉夏贝尔，大部分人的眼中都是失望和没落。早在1998年，拉夏贝尔品牌就被邢家兴所创造。当时的中国市场有一大部分都是国外品牌，国内各种加工制造工艺还没有达到标准，生产出来的产品质量也远远不够格。

邢家兴在考察市场之后发现痛点，立马开始着手准备拉夏贝尔品牌，因为该品牌的名称与国外品牌很相似，有很多人都认为拉夏贝尔并不是本土企业，其实不然。该品牌的名称是由一句法语演变过来的，品牌极限设计师专为女性量身打造各种款式，赢得了大部分年轻女性的青睐。

从此，拉夏贝尔的销量一直比较高，也凭借着其超高的衣服质量和企业营收，在服装界一鸣惊人。对于拉夏贝尔而言，百万营收额是非常轻松就可以达到的目标，创始人因为拉夏贝尔成为业界内的一个传奇。

女性群体的需求是不断在改变的，拉夏贝尔为了迎接大部分女性，也一直在更新产品，可以在短时间内就对产品进行换代，推出多元化服装系列，之后立马就成为国内首屈一指的女装巨头。2010年的拉夏贝尔销售额就超过了五亿元，并且也由女装延伸出了男装和童装。

从2008年开始，国内经济一直在好转，国民购买商品的能力也有了很大的提升，为了能将拉夏贝尔做到更强大，创始人做了一个非常大胆的决定：扩张。通过扩张来加大品牌的影响力，也能更加快速地获得更多的营收。

从此之后，许多城市都开始出现拉夏贝尔的线下实体店，实体店数量最多时达到了一万家。线下实体店的销售额也不负众望，在2009年，创出新高。拉夏贝尔也在这一年拿下了5000万的资金支持，营业额和利润率蹭蹭上涨。

2017年，成功在国内上市，市值最高时超过120亿元，当拉夏贝尔正沉浸在上市的喜悦中时，并没有发现危机悄然四起。市场上突然出现了大量的轻奢女装品牌，并且设计更加鲜明，更加符合女性的穿衣风格和特点，价格也远远低于拉夏贝尔，拉夏贝尔实体店迅速被挤出女装时尚圈。

慢慢地越来越多拉夏贝尔实体店被当地排斥在外，前期所生产的服装并没有像预期的那样全部转换成资金，反而堆积在了仓库中。根据其发布的数据显示，库存服装价值超过20亿元，资金链也因此断裂，拉夏贝尔的正常周转无法维持，自此，这颗女装巨星开始陨落。

衰落前期的拉夏贝尔一直在奋力做挣扎，出租总部大楼通过服装打折以及其他方式回笼资金，为的就是能让公司勉强度过这一难关，名下多家固定资产被售出。但這些方法也只是杯水车薪。

目前，拉夏贝尔的店铺数量仅仅只有400多个，实体店数量非常小，规模也比较小，但是创始人却一直在通过其他方法来挽救拉夏贝尔。注重线上渠道的销售，通过线上渠道来获取更多的资金。

## 结语

现在的拉夏贝尔已经走向了线上销售的道路，希望这条路能够将这颗女装巨星再次点亮，但也希望拉夏贝尔能够总结前期失败的经验，将经验运用到这一次的崛起之中，未来必定能得到一个非常光明的发展前景，就让我们拭目以待吧！