



本土奢侈品牌培育太难

消费者不认同

■ 本报记者 范丽敏

“2015年,中国的奢侈品销售额预计将达270亿美元,占全球奢侈品市场超过20%的份额,继而成为世界第一大奢侈品消费国。”中国国际商会副秘书长熊训林在2012北京国际顶级生活品牌(奢侈品)博览会(以下简称奢侈品展)开幕式上作了上述预测。

如此庞大的市场,几乎全部为外资品牌独享,并且仍在“招蜂引蝶”。不禁要问,本土奢侈品牌为何不见踪影?

国际奢侈品品牌抢滩中国市场

“摩根汽车成立于1909年,是一家以纯手工艺打造运动跑车的公司。在英国,每一位汽车爱好者都希望拥有一辆摩根汽车。我希望,中国车迷也能喜欢摩根汽车,拥有摩根汽车。”在摩根汽车展台上,英国驻华大使吴思田(Sebastian Wood)俨然成了一名“推销员”。

记者从展会上了解到,摩根汽车发布了Aero Coupe和Plus 8两款全新车型,这也是摩根汽车首次在亚太地区发布上述车型。

“中国奢侈品市场每年以60%的速度增长,汽车销售的增速也很快。我们首次参加奢侈品展,相信将吸引不少中国车迷。”英国摩根汽车公司董事总经理吉姆·詹姆斯(Jim James)告诉记者,对于摩根汽车来说,中国市场充满了机遇与挑战:中国拥有一批强大的潜在客户群,但这些客户可能并不了解摩根汽车的特点和优势。

即便如此,吉姆·詹姆斯对中国市场仍充满了信心。他表示,摩根汽车将力拓北京、上海、青岛和广州4个城市,将摩根产品和百年传承的企业文化介绍给中国消费者。

第一次参加奢侈品展并想进一步开拓中国市场

的还有瑞尔木屋。据美国瑞尔木屋公司中国代表处的金晓溪介绍,瑞尔木屋是全美四大制造商之一,并向全世界19个国家共售出超过3万套原木别墅和商业建筑。目前,该公司已在北京、新疆等地搭建了原木别墅。

事实上,早在10多年前,外资奢侈品品牌已进入中国市场,并建立起较完善的销售渠道。

“目前,全球大部分一线、二线奢侈品品牌均已将中国视为重点市场。”国际奢侈品协会中国分会主席屠菊萍告诉记者,随着中国一线市场的饱和,越来越多的奢侈品品牌已开始向二三线城市延伸。

消费者难认同国产奢侈品品牌

“当中国已是全球第二大奢侈品消费市场、并即将成为全球最大的奢侈品消费市场时,中国本土却基本没有真正意义上的奢侈品品牌,这不能不说是一种遗憾。”财富品质研究院院长周婷在接受记者采访时表示。

庞大的中国奢侈品市场,却没有培育出中国自己的奢侈品品牌。

在奢侈品展上,记者深刻地感受到了这种尴尬:展会汇聚了海内外86个知名奢侈品品牌,而其中来自中国本土并真正能在国际上叫得响的品牌,却是凤毛麟角。不仅是参展企业,就连现场观众的反应也一样让记者看到中国缺失奢侈品品牌的现状。普拉达、巴宝莉、阿玛尼、古奇、路易·威登、爱马仕……众多观众都能说出一连串海外奢侈品品牌。然而,当记者问及中国有哪些本土奢侈品品牌时,大多数观众摇摇头,有些甚至不相信中国会有奢侈品品牌。

一项来自对外经贸大学奢侈品研究中心针对2000多名中国奢侈品消费者所做的调查显示,约68%的受访者认为中国不可能培育出奢侈品品牌,而只有约32%的消

费者认为中国具有培育本土奢侈品牌的能力。

“事实上,在文化内涵、艺术造诣和制作工艺等方面,中国产品同西方相比一点不弱,但在品牌缔造方面却远不及西方。”周婷说,独特的历史文化背景以及经济发展阶段,使得文化强而品牌弱的特点一直困扰着中国企业。

培育本土奢侈品牌提上日程

“强劲增长的奢侈品消费需求,为意欲打造国际奢侈品牌的中国企业提供了机遇,也提出了挑战。”周婷认为,在众多行业中,珠宝、白酒、茶叶、瓷器、服装服饰等由于承载了中国文化的精神、有较强的历史文化底蕴,是中国最有潜质产生本土奢侈品牌的领域。然而,这些领域还鲜有企业能潜心就产品技术、创意革新等方面加大投资。

在周婷看来,奢侈品所公认的五要素包括“高价格、稀缺性、传奇性、品牌价值、完美体验”,而在这五要素中,中国奢侈品都存在明显缺失,不少企业因不堪忍受惨烈的竞争而被迫转型。

屠菊萍也表示,一流的产品质量和服务品质是奢侈品的重要特征,特别强调对细节的把握。中国品牌要想真正成为顶级的国际奢侈品牌,高品质是第一步。没有高品质,奢侈品的高昂价格基础就不复存在,而这正是中国品牌的薄弱环节。

周婷建议,从大的环境来说,中国应摒弃“急功近利”等观念,营造培育奢侈品品牌的氛围;对于企业来讲,应潜心挖掘全球化视野的核心竞争力,大力改进品牌建设、品质管理、产品设计等,尤其应注重人才培养。



展业聚焦



6月9日,为期3天的2012中国谷物食品博览会在北京中国国际展览中心开幕。就展览规模来讲,本届博览会应该获得肯定。而从展商质量来看,本届博览会的管理有待加强。

据记者观察,以展示谷物食品产业发展成果为主的此次博览会混进了一些展销化妆品、服装、珍珠、银饰、围巾的展商。不仅如此,“表里不一”的展商也大有人在。

比如,“台湾老银匠”实为贵州老银匠;名为“台湾好爱哩食品有限公司”的展商则兜售起了服装。

记者注意到,这些“滥芋充数”的展商主要集中在一个展馆内。“这究竟是组展商有意所为还是无意之举,不得而知。”一位不愿具名的展商向记者笑言。

本报记者 方凡 摄影报道

印刷业奥林匹克落幕 中国军团惊艳德鲁巴

■ 本报记者 静安

由德国印刷机械及设备商协会和德国印刷油墨生产商协会联合主办,有印刷业奥林匹克之称的德鲁巴印刷及纸业博览会(Drupa 2012,以下简称德鲁巴)于德国杜塞尔多夫当地时间5月16日闭幕。据展会官方数据显示,展会共有来自全球52个国家的1850家参展商,在17万平方米的场地上展示了最新研发的新技术和新产品;有130个国家的31.45万人在展会现场与厂商进行了积极交流。调查数字说明,有近50%的参观者签署了具体合作协议,其中多数在展会现场完成。

“中国军团”表现给力

中国印刷企业在本届展会上实现了角色转变,从过去的“旁观者”跃升成为“重要力量”。

上海电气印包集团携旗下各企业,包括全资收购的美国高斯、日本秋山等大面积参展;民营企业大族冠华与刚刚收购的日本小原印刷设备首次联合亮相,天津荣、北大方正、深圳精密达、潍坊华冠以及联强集团等280多家中国印刷设备企业共同组成的“中国军团”,惊艳德鲁巴。中国企业参展总面积已超越日本、英国等发

达国家企业,成为继德国、美国、意大利之后的全球第四大参展国,参展企业数量仅次于德国位居第二。前来参观的中国观众数量也创下了新记录。

China Print 2013新闻发布会备受关注

2013 第八届北京国际印刷技术展览会(以下简称China Print 2013)新闻发布会于近日在德鲁巴期间举办。德国、美国、意大利等印刷协会主席,海德堡、惠普、高斯等公司负责人、行业知名人士,以及海外行业媒体记者等约80位嘉宾出席了本次新闻发布会,对展会表现出浓厚的兴趣。China Print 2013由中国印刷及设备器材工业协会和中展集团联合主办,将于2013年5月14日至18日在北京中国国际展览中心(新馆)举办,预计展出面积12万平方米,参展企业1200家,观众16万人次。目前80%的展位面积已售出。China Print 是仅次于德鲁巴的世界第二大综合性国际印刷展。新闻发布会后,各国协会领导、跨国大企业代表纷纷表示届时将组团到北京参展、参观。

在德鲁巴期间举办的全球印刷联合(Globel Print)年会上,中国印刷及设备器材工业协会理事长徐建国先生当选为新一届副主席,年会还决定,2013

年Globel Print 秘书长会议将于China Print 期间在北京召开。

展商展位更拼技术

本届展会被称作“技术进化”的德鲁巴(evolution drupa),数码印刷当之无愧成为技术发展的主流方向。上届展会上仅能进行概念展示的数码印刷技术在本届展会中已全面转向实际应用。惠普公司收购以色列数码印刷技术indigo之后不断发展壮大,此次展出面积5000平方米,与传统印刷设备制造商龙头企业海德堡并列第一;以色列Landa公司新发明的纳米油墨数码高速印刷机再次独领风骚,成为本届德鲁巴最大的亮点。传统印机制造商、印后设备制造商、甚至喷头和墨水提供商都开始进行数码印刷设备的研发,同时,不断传出的传统印刷厂商和数码印刷厂商的“合纵连横”之声更预示了数字技术将成为主流市场应用。



市场风向

信息集结号

第二届伊春森林产品博览会 将设8大展区

本报讯 据悉,第二届中国(伊春)国际森林产品博览会(以下简称森博会)将于9月3日至6日在黑龙江省伊春市举办。

伊春市市长高环告诉记者,本次博览会的展览地点设在梅花山林都伊春国际森林博览中心,面积为2万平方米,预计有500家企业参展,2000多名客商及采购商参会。本次博览会将设立8大展区,分别是林业发展成果展区、木质家居展区、工艺品展区、木质日用品展区、森林食品展区、森林风景资源展区、森林文化产品展区、港澳台及国外综合展区。展出品种主要为木质家具、木质工艺品、人造板、蓝莓产品、食用菌、果酒饮品、保健食品等。

此外,博览会期间还将邀请国家林业局举办有关森林生态、林业产业方面的研讨会等活动。

(亮 亮)

2012中国煤炭装备展 展示中国煤炭工业最新成果

本报讯 2012第八届中国国际煤炭装备及矿山技术设备展览会将于6月28日至30日在北京中国国际展览中心举办。

《煤炭工业发展“十二五”规划》提出到2015年,中国将形成10个亿吨级、10个5000万吨级特大型煤炭企业;全国煤矿采煤机械化程度达到75%以上,千万吨级煤矿达到60个。展会将集中展示中国煤炭工业科技创新取得的成果和经验,增强企业自主创新的能力和信心,促进新成果、新技术、新装备、新工艺的推广应用,全面提升中国煤炭行业科技发展水平,促进煤炭经济和贸易发展,扩大国际交流与合作,提高煤炭工业的地位和树立良好的行业形象,让世界了解中国煤炭工业,让中国煤炭企业走向世界。

(静 安)

2012成都礼品展 展示礼品最新潮流趋势

本报讯 6月17日至19日2012成都家居、休闲用品及礼品展览会将在成都世纪城新国际会展中心举办。届时,展会展出规模将达3万余平方米,将汇聚近700家国内顶级礼品业厂商参展,预计5万人次进场参观采购,共有数万种礼品亮相,以最具竞争力的价格展示礼品及家居用品最新潮流趋势。

国际市场遭受金融危机严重影响后,外贸商品大量转战内销市场,成都作为西南地区的科技、商贸、金融中心和交通枢纽,以其为中心的西部礼品市场潜力巨大。为此,礼品展首选成都开拓西部礼品市场。本届展会以推动会展业新一轮的发展高潮,助力灾后重建,打造独具特色的休闲文化为宗旨,得到了川渝及周边地区政府、协会、相关企业的大力支持,确定参展采购的集团企业和商超卖场已超过100家。

(毛 雯)

节庆快递

2012中国(威海)海参文化节 将设两个展区

本报讯 2012中国(威海)海参文化节将于6月18日至20日在威海国际展览中心B馆举办。

本届节会特设两个展区——精品展区和平价优惠展区,将邀请来自国内外的海参经营商家参展,汇集韩国、日本、新西兰等国以及济南、青岛、烟台、大连等地的参展商。此次海参文化节期间还将举办海参文化展、高端客户对接、友好市场签约等活动,是威海市首次承办的以海参为主的综合节会。

(贺 发)