

二手奢侈品市场遭遇成长之痛

■ 本报记者 霍玉茜 杨颖

近几年来,全球经济复苏缓慢,加之受到中国富豪海外购奢潮以及今年以来实施的“禁奢令”等因素的影响,国内奢侈品市场增速整体放缓。然而,在这种大背景下,中国二手奢侈品市场却仍渐呈扩容趋势。

与二手奢侈品有关的消息纷至沓来:香港二手奢侈品店米兰站日前宣布,通过合营模式在内地开展在线二手奢侈品交易服务;在近日刚刚落幕的2013中国天津国际钟表珠宝交易会上,二手奢侈品开始占据一席之地;不久前,因出演《蜗居》迅速走红的李念自曝开设二手网店销售自己拥有的海量奢侈品,引无数网友围观……

可以看到,在经济增速趋缓的2013年,国内二手奢侈品市场热度不减,越来越多的商家看到了中间的商机,相关销售形式也在日趋丰富。

市场广阔 开始向二三线城市蔓延

“国内二手奢侈品市场的持续增长与经济发展放缓并无关系,主要是受市场容量和消费需求的影响。”财富品质研究院院长周婷博士在接受记者采访时表示,中国消费者还在持续购买奢侈品且需求强劲,这为二手奢侈品市场的发展提供了一个广阔的空间。

“与此同时,很多奢侈品在消费者手中是处于闲置状态的,消费者有将其二次流通变现的需求。”周婷说。这些也客观上促使国内市场上可流通的已用奢侈品及闲置奢侈礼品逐年增多。

据财富品质研究院近日发布的《中国二手奢侈品报告(2013)》显示,目前,中国消费者手中可以二次流通的奢侈品总量约有3000亿元人民币,并呈现每年20%左右的高速增长态势。在交易意愿方面,一线城市的消费者较为

强烈,其中北京居首,其次是上海。

此外,2013年,国内二手奢侈品门店扩张迅速。据不完全统计,相关门店已从2012年的512家迅速增加到了2013年的823家,增长了37.8%。而且,新增加的二手奢侈品门店不再只扎堆北京、上海、广州等一线城市,而是开始向长沙、杭州、成都等二线城市蔓延。

“未来,来自二三线城市的巨大消费力与需求将是市场发展的主导。”周婷说。而上述报告的调研结果也指出,目前,二三线城市二手奢侈品市场刚刚启动,正是商家迅速占领市场的最好时机。

消费需求多 假货也多

另外,二手奢侈品市场的不断扩容也开始吸引更多的非核心奢侈品消费者加入其中。

在北京建外SOHO一家二手奢侈品店内,记者看到,一款路易威登的手提女包被鉴定为8.5成新,新品原价两万多元,在其店内售价不到8000元,还附有保存袋。而另外一款原价1.2万元,9成新的古驰拎包售价也不到7000元。店主张先生告诉记者:“来这儿购买二手奢侈品的,很多是‘80后’的年轻人。他们正在工作的上升期,有购置奢侈品的需要,但是又缺乏财力,这些七八成新的奢侈品就成了他们的选择。”

不过,就现实来讲,这部分消费人群虽然有较强的消费需求,但收入偏低,对价格也很敏感。据记者了解,为了留住这类客户,一些商家会向他们推销“超A类”的奢侈品。在不少二手奢侈品店面,知假售假的现象比较普遍。

财富品质研究院的调查结果也显示,二手奢侈品新品、旧货都普遍存在假货现象,包括路易威登、爱马仕等均市场假货可见度较高的奢侈品。



“一般情况下,专柜都不会给二手奢侈品提供验货服务,所以消费者只能靠自己的经验判断商品真伪。”消费者汪小姐告诉记者,“一般来说,相关的鉴定方法包括,自己在网上搜索、找奢侈品鉴定师等等,但这终究不能保证百分之百可靠。要是有一个独立的第三方鉴定机构帮自己做判断就太好了。”

缺乏货源、人才和标准

当然,对于处于扩容阶段的中国二手奢侈品市场来说,假货的冲击并非成长中遭遇的唯一阵痛。

汪小姐就向记者抱怨,在几家她比较信任的二手奢侈品店铺里,货品的更新速度并不是很快,很多自己想要的款式几乎是可遇不可求的。而且,在与一些店主的交流中她也发现,他们当中几乎没有人受过专业培训,多是靠自己的经验在经营。“虽然高手在民间,但如果有更专业的鉴定和保养人员,

肯定更让人放心。”汪小姐说。

据张先生介绍,在日本,所有的二手奢侈品门店都有相关的鉴定人员。这些人持有国家颁发的鉴定资格证书,并有等级之分,他们的鉴定成果具有一定的法律效力。“我们也希望国内的二手奢侈品市场可以不断走向成熟,有更多的人才进入,同时,越来越规范。”张先生说。

对于未来的发展趋势,财富品质研究院的调研结果指出,奢侈品客户综合服务公司将成为未来成功二手奢侈品运营商的唯一选择;电商将成为奢侈品二手流通的主要渠道,线下将成为服务中心;奢侈品品牌会自己进入二手流通市场;C2C平台型奢侈品二手经营公司将具有更大的市场空间和发展机会。

特别报道

商情聚焦

日本快时尚品牌快速布局中国市场 输出的不仅是产品

■ 本报记者 袁 远

在上海最繁华的商业街淮海路上,一栋闲置了将近1年的大厦迎来了新主人,日本休闲服装品牌优衣库(UNIQLO)8000平方米的全球旗舰店在9月底入驻开业。不仅如此,优衣库母公司日本迅销(Fast Retailing)集团还首次将旗下四大品牌引入中国,“打包入驻”新型旗舰店。

在国内服装品牌库存高企、关店紧缩的形势下,以优衣库为代表的外资快时尚品牌却借机加快了扩张步伐。根据最新统计数据表明,最近一年半的时间里,优衣库在中国开张门店数已达到132家。而在过去11年中,优衣库中国门店总数不过80家。对于中国,优衣库有着自己的“迷恋”。

成功一半依靠中国人

2012年,优衣库海外店铺增加了115家,

达到292家,最大的功臣是中国市场。截至2013年7月,优衣库在中国总门店数已达212家,超越竞争对手飒拉(ZARA)的131家,H&M的148家和盖普(GAP)的57家。

另一振奋人心的消息是,迅销集团于2013年总销售额预计首度超过1万亿日元,其正雄心勃勃地制定下一个目标:2020年,销售额达到5万亿日元,7年业绩成长5倍;优衣库中国店铺数预计达到1000家,同样增长近5倍。

2002年,正式进军中国市场的优衣库在上海南京路开出第一间店铺。这比H&M与飒拉投资中国市场提早了4年至5年,却仍未占尽先机。当时,优衣库在中国被定位为“大众品牌”,与其于日本市场定位一致。

当优衣库的全球最大旗舰店——淮海路旗舰店登陆上海时,有人将其称为“优衣库宇宙旗舰店”,其1层至5层超过8000平方米的卖场面积,气势磅礴,令东京银座旗舰店、

纽约第五大道旗舰店也难以望其项背。

据记者了解,中国市场对优衣库的发展有着不言而喻的地位。中国除了是优衣库最大的海外市场,还担负着优衣库90%的生产任务。优衣库每年有接近6亿件产品产自中国,同时超过50万中国人为优衣库工作。优衣库创使人柳井正说:“优衣库的成功有一半依靠中国人。”

魔鬼式训练

谈到中国年轻人对优衣库的喜爱,尤其是对优衣库购物环境的迷恋,一位优衣库北京分店经理指出,优衣库服装多为基本款,来这里的消费者很容易找到自己需要的产品。另外,优衣库陈列讲究,以超级整理术凸显仓储式陈列效果。这种整理方法细致到每个货架的陈列高度,每一件衣服陈列在货架的对齐方式都有严苛的统一标准。这才造就了优衣库店面异常整洁,各类服装几乎让消费者一目了然,省去了很多寻找所需款式的时间。

据这位经理介绍,该门店开店初期,每天营业最后一个小时都是商品整理训练。此时,店铺像训练场一样,培训人员计时吹口哨,员工要按规范迅速整理衣物,只有在1分钟内叠好5件衣服才算合格。魔鬼式训练让每名优衣库店员都成了业内佼佼者,同为日资企业无印良品的一名员工形容,优衣库员工对整理衣物有着近似强迫症的狂热。

优衣库这类日企的另一核心竞争力之一在于数据分析能力。一位业内人士表示,优衣库每天执行数据跟踪,一见数据问题马上应变,而中国企业仍无法实现。

据悉,迅销集团把优衣库那一整套成功经验复制到集团旗下的多个品牌。比如在日本已大获成功的GU。它将首次海外亮相选择在淮海路旗舰店。GU是一个比优衣库时尚度更高却更为低廉的品牌。990日元的牛仔褲一度成为日本街头巷尾的热点话题,“难以置信的低价”正是GU的营销策略。

精良的日本制造

曾为多个国际品牌做服装陈列师的邵小姐告诉记者,她在国内的一个服装品牌店实习时,一个专门从事服装制造业的日本团队来到店里。因为他们都很专业,进来以后就看每一件衣服的内衬,然后评价衣服的结构等等。随后他们得出的结论是:“这些衣服做得太粗糙了,比日本制造的差多了。”这说明当时日本的服装制造业的水平之高。

邵小姐表示,即使是诸如羊毛这样的高档面料,也会因为制造水平的不同显得粗糙或低劣;相反,一些自然、朴素的面料,如果通过认真缝制,它也能体现出低调的奢华。这就是服装品牌的魅力。以优衣库、无印良品为代表的朴素的日本服装,虽然面料以纯棉等为主,但由于制作工艺高超,制作出的成品也显得比普通纯棉制品更柔软、舒适。

“西方的服装和日本的服装是完全不一样的。当时日本的服装大多通过手工在平面上缝制,所以他们特别在意手工制作是否精良。另外,服装是由文化所支撑的,每个民族的理解是不同的。即使是相同的材料,但由于缝制时所注入的经历不同,最后呈现的品牌文化也不同。”邵小姐表示。



中国公司求购 饲料级一水硫酸亚铁

公司名称:自贡银铂贸易有限公司
联系人:王跃钢
电话:0813-2700869
传真:0813-2700745
手机:13909009739
地址:四川省自贡市自流井区
交通路5号
电子邮箱:wangyuegang@yahoo.cn
公司网址:yindi82.chembb.com
(信息来源:商务部中国商品网)

中国公司求购床板

公司名称:合肥福都贸易有限公司
求购数量:3万
床板材料:松木、杂木、杉木
(产品按该公司工艺规格及要求生产)
联系人:方女士
电话:0551-62917375
手机:13485740670
地址:安徽省合肥市瑶海区
电子邮箱:zg1198564826@126.com
(信息来源:商务部中国商品网)

乌克兰利沃夫州莫尔申市 疗养院出售

联系人:Беспалюк Степан
Григорьевич
电话:0038-097-5008478
0038-032-227096
电子邮箱:s.bespalyuk@gmail.com
详情:乌克兰一企业在乌克兰温泉疗养胜地利沃夫州莫尔申市建有一栋疗养院,床位99张,建筑面积4250平方米,土地面积5000平方米,建筑位于市中心地带,主体工程已经完成,现计划出售。
(信息来源:中国驻乌克兰使馆经商参处)

波兰公司求购 餐馆用食品包装等

公司名称:Amrit
求购物品:食品包装、纸巾、打包袋
等产品
联系人:Ghaze Abdulloh
电话:0048-22-4405666
电子邮箱:info@amrit.pl
(信息来源:中国驻波兰使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

“中国版”铁矿石期货登场 将影响全球定价

备受瞩目的铁矿石期货日前正式登陆大连商品交易所。作为全球首个采用实物交割、首创提货单交割的铁矿期货品种,其挂牌上市将吸引更多产业客户参与,改善国内钢铁行业在铁矿石定价中的弱势地位,提升中国话语权。

中缅天然气管线贯通 沿线省份价格有望下降

历时3年建设的中缅天然气管线,10月20日全线贯通。中缅天然气管线起点位于缅甸西部皎漂港,终点位于我国广西贵港,输气能力为每年120亿立方米。投产后的中缅天然气管线将结束滇、黔、桂地区没有管道天然气的历史,并提高当地居民生活质量,改变当地原有能源结构,预计明年年底广西工业用电量将达到目前的100倍。借此,我国西南地区天然气能源大动脉格局初步形成。

巴西最大货港失火烧毁蔗糖 市面糖价飙高

巴西是全球主要的糖出口国,每年输出的糖将近占国际糖销售量的一半。日前,巴西最大的货柜港口桑托斯港失火,大火烧毁了18万吨的蔗糖以及6座仓库,同时也导致国际糖价飙升到一年来的最高点。据介绍,在这起大火事件后,纽约期货交易市场的糖价立即应声上涨了6%。

越南农产品出口陷入困境

据越南《经济时报》报道,越南工贸部统计数据显,截至今年9月,越南橡胶出口额同比减少15.8%;咖啡出口量下降23.1%,出口额减少22.4%;大米出口量下降14.7%,出口额减少17.2%;木薯及其加工品出口量下降22.7%,出口额减少21.2%。报道称,农产品歉收、国内企业不当竞争及通过边贸对华出口存在风险隐患是越南农产品出口陷入困境的主要原因。

保加利亚将对华出口香料烟

据保加利亚《标准报》报道,保加利亚农业和食品部部长格雷科夫表示,保加利亚烟草公司与中国烟草总公司的代表将举行会谈,商谈保加利亚香料烟对华出口事宜。保加利亚农业部官员表示,香料烟是高品质香烟的重要原料,目前市场需求量约是供应量的两倍。保加利亚作为全球少数几个香料烟的生产国,应当抓住市场机遇扩大产品出口。

尼日利亚拟提高进口汽车关税 并吸引投资

据尼日利亚媒体报道,尼日利亚众议院工业委员会日前通过一项新的汽车政策,旨在提高该国进口汽车关税。该国工业贸易与投资部部长在透露这条消息时表示,这项新政策将至少为尼日节省5500亿奈拉(约合35亿美元)的支出。尼日利亚众议院工业委员会主席则表示,这项新政策的实施将吸引外来投资者投资尼日利亚汽车工业,并保护当地的汽车生产商,创造大量就业。今后进口一辆整车将比在尼日利亚本地制造汽车缴纳更多的关税。

英国海上风电投资前景堪忧

据英国《泰晤士报》报道,有分析认为,海上风电投资巨大而风险较多,效用存疑。目前,海上风电不到英国总发电量的3%,或不到英国能源总供给的0.5%。但如要实现到2020年将海上风电占比提高到总发电量20%的雄伟规划,建设成本将远大于同期的核电投资。许多人意识到,丰富的页岩油气资源再次推迟了石油高峰的来临,并推低了美国煤炭、天然气和石油价格,下一步还可能推低其他地区的上述能源产品价格。因此,今后数十年,海上风电完全取代煤炭和天然气发电的几率十分渺茫。

(本报综合报道)

