

“疯狂的包包”席卷全球 疯涨不影响 疯抢



奢侈品每年的涨价潮都牵动着时尚白领们的心，“不买，涨了，再不买，又涨了”这恐怕是许多人购买奢侈品的辛酸史。在轰轰烈烈的价格战场上，奢侈品的生意却依然红火。最新公布的《世界奢侈品协会2010—2011年度官方报告》，至2010年底，中国内地奢侈品市场消费总额已经从2009年94亿美元攀升到2010年107亿美元。中国成为全球奢侈品消费最快增长国，2012年超越美国占据全球奢侈品消费额首位。

■声音

涨价说明品牌有魅力

Miss张 白领

其实不管是买房还是买车，消费者的心态就是“买涨不买跌”，这点对于奢侈大牌也同样适用。这就是品牌的魅力，看准的是这个品牌，而不是因为这个价格便宜而购买，更看准的是品牌的品质和精髓。就拿

Chanel来说，不论是欧美大牌明星，还是走在时尚前沿的名媛闺秀，都对Chanel钟爱有加。不管历史上Chanel有多少次价格上涨，粉丝们的热情却只增不减，随之而来的自然是Chanel“疯涨与疯抢”呈伴随态发展。

你手上拿的可是增值商品 ANNE 时尚买手

省吃俭用几个月，换来了一个让众人垂涎的时尚包包，而没过多久，它又涨价了。这对于你来说，真是天大的喜讯啊！你知道吗？奢侈品涨价意味着这些高昂的物件不再是消耗品，而成为了手头的增值商品。你试着把奢

侈品与房子、黄金看作同一种投资，相比于固定的房屋和欠缺实用度的黄金，奢侈品更加灵活、时尚，没有必要因为涨价就急于买进或出手，奢侈品投资需要长远的目光与良好的经济头脑，也许可以让你满意而归哦。

绝不为奢侈品委屈自己

乖乖 幼儿园老师

我最近在微博看到一条新闻，香奈儿包包又涨价了，CHANEL Classic flag jumbo（大号）从29500元涨到39800元，涨幅高达35%，而CHANEL 2.55经典款中号也从30800元涨到37500

元，大号包的售价更是冲破了4万大关。不光中国内地，中国香港、美国和欧洲也均有提价。这个价格涨得也太让我们吃不消了，你想想，我得吃多少个月的方便面才能换来一个包包啊。

LOUIS VUITTON



■现状

价格战VS心理战

说起时尚界的软黄金，就不得不提Chanel（香奈儿）家的包包，毕竟能够一百年一直备受追捧（1910—2010年），且无论在什么情况下，价格只涨不跌，就算作为传家宝都不会丢面子。所以如果你是还在犹豫等存够钱再败的女士，还是抓紧时间吧。记住Chanel包上涨的关键词：黑色、ClassicFlap、2.55。据相关报告显示，自2010年6月开始，法国所有门店销售的香奈儿包已全部提价，幅度平均在10%到20%之间，而涨幅最高的是在中国。

据考察比价，欧元贬值，欧洲区Chanel领涨，LV紧随其后，法国瞬间成了众人疯抢之地，至于香港地区，去年7月1日香港奢侈品明显涨价，Chanel2.55和ClassicFlap许多款普遍上调，涨了大约15%，加之近来中国海关严查税款，延长通关时间，现在去香港大败Chanel也许只能省个汇率差，搞不好等你去了你要的款式也没有了。CHANEL全球涨价的硝烟还未散去，继此之后，Dior、Tiffany等品牌也会在6月全线涨价。奢侈品牌陆续上调价格，大涨价看上去远没有尽头，年年涨价的“铁律”究竟给商家和消费者带来了什么？

涨价也是营销策略

有业内人士就指出，奢侈品商在中国的涨价是有“预谋”的，“人民币升值预期，加上商务部又提出要缩小箱包等奢侈品的海内外差价，为了给将来预留足够的利润空间，奢侈品商在中国或要

进行‘预谋性’涨价。”

涨价，向来是奢侈品行业的一种有力营销策略，记得在2009年金融风暴最盛之时，还有品牌逆势涨价，当时他们的回应是，其针对的消费群能接受这样的涨幅。涨价能有效割裂消费群，让一些产品仅仅为某些人群享用，让一些服务仅仅为你而存在，正是价格的“高高在上”才能营造出奢侈品消费的精英氛围；灿若星河的历史文化内涵、豪奢却“不亲民”的店堂、只能看到却永远买不到的产品、仪表非凡不卑不亢的销售人员……等产品用在你身上，相应的自豪感也会移植过去。这也许就是奢侈品为何一再涨价都被追捧的原因。

中国消费者最给力

奢侈品涨价既是品牌自身的策略，也是由市场需求决定的。无论是在香港，还是在巴黎，奢侈品专卖店外排长队的人群里永远不会少了中国人，看上去，购买力极强的中国富人群体根本不把奢侈品的涨幅当回事。“现在不买的话将来还要涨”“买大牌就不能在乎价格”在节节攀升的价格面前，他们仍维持极高的热情。世界奢侈品协会近期发布了2011最新报告，称中国内地去年的奢侈品市场消费总额已经达到107亿美元（不包括私人飞机、游艇和豪华车），占全球份额的1/4。预计中国将在2012年超过日本，成为全球第一大奢侈品消费国。

或许这一整年，人们都要笼罩在奢侈品涨价的氛围中。但无论涨价多少，自有人愿意为“疯狂的包包”买单，奢侈品牌在中国市场上仍然信心十足，充满斗志。



时尚界的软黄金也是明星们的大爱