春纪元

新意之选

杨坤

觉到了开始的热度。是两种声音让我们感息虽然南辕北辙，但在华是暴利。两个消不客气地指出奢侈品国内奢侈品开刀，毫宁云商；二是央视拿天发布消息更名为苏尖。一是苏宁电器昨还是让大家踮起了脚觉。但是有两个消息方面给人懈怠的感的新年中，所以很多本周还是在传统

开始的热度

前者对行业影响很大，在苏宁电器提出“超电器化”概念后，这次摆出了最坚决的态度，让对手感觉到了森森的寒意。所谓云商是指“店商+电商+零售服务商”相结合的新零售业模式，早期理论基础来自在2012年3月份两会期间，张近东提出做“沃尔玛+亚马逊”的战略构想。一大早上微博，原先“苏宁电器”微博名已经变更成了“苏宁”，上午11点钟就开始直播这次战略变更发布会。在2012年，对于“超电器化”这个概念媒体还是持保留态度，但苏宁易购加快品类扩充和苏宁Expo店出现，让大家看到了一个全新苏宁概念，接下来就是考验苏宁“超电器化”在“超”上的盈利能力。业内人士指出，在电器外产品实体盈利能力还需继续打磨，但苏宁易购会很快表现出来；而对于实体来说，苏宁Expo和乐购仕两个商业品牌盈利能力会最大程度地体现在对其商业地产项目贡献上，综观国内各大商业地产王国，其核心商业品牌价值要么没有树立起来，要么呈现下降趋势，这一点让我们从苏宁身上看到，一个从纯零售转向地产多元发展上所体现出的优势。不管前途如何，变则通总是好事，苏宁云商多少给国内零售变革带来了启发。

央视突然炮轰国内奢侈品，多少让很多人感到意外，因为这个现象已经存在很久了，并且是一个被默认的规则，所以才会出现很多喜欢奢侈品的消费者，要么海外代购，要么自己去国外买。据统计，仅淘宝一家网站的海外代购交易额就达到30亿-50亿元，去年国人消费了全球25%奢侈品，高达3060亿元，但60%花到了国外。

一方面奢侈品的关税的确很高，另外一方面奢侈品在华实行饥饿营销，认为国人总是喜欢“买涨不买跌”，国人喜欢面子工程等。众多因素交织在一起，推动了奢侈品在华的暴利，甚至一些国外伪大牌也照抄不误，还有一些国产品牌，去国外转了一圈，赞助了一个什么活动，回国就镀了一层金。当然，想打破暴利规则除了规范奢侈品定价行为和降低关税，还需要推动国人消费意识成熟度，现在央视能发出“奢侈品暴利”的声音，多少也说明国人消费观念已经在转变。声音是有了，接下来看的是行动。