

BURBERRY 进天猫 为何欲说还休

进天猫,是自降身价? 曲线进中国,只为挽救销售业绩?

4月23日,英国传统奢侈品牌BURBERRY低调加盟天猫商城。天猫官方对此次合作热情宣扬,而BURBERRY却显得态度冷淡,其官方微博仅于3天后推送了一条关于天猫限定款手袋的讯息,算是对其进驻天猫一事的默认。



制图 雷小露

开业三周,价高卖少退货多

BURBERRY入驻天猫,开创了国际一线品牌进入第三方网站销售的先河。天猫店目前销售男女服装、香氛、腕表、包款、配饰等,产品与官网销售同步,价格也保持一致。

早前有媒体曾统计,截至5月12日,BURBERRY天猫店总计销售132件商品,32件商品遭遇无条件退货,退货率达26.4%,远高于同类商品7.21%的平均水平。除一款460元的男士香水销量略好,上千元、上万元的服装配饰等销售惨淡,而标价42000元的天猫限定款手袋无人问津。令人耐人寻味的是,5月12日下午,记者登录BURBERRY天猫店时发现,销售数据已作屏蔽处理,仅能显示交易完成后的评价情况,全部商品总计获得39个评价。

BURBERRY进天猫 为何欲说还休?

BURBERRY进驻天猫后,官网态度一直相当冷淡,至今未见正式的官方宣告,让许多业内人士颇为怀疑: BURBERRY既为之,何不安之?

天猫是一个庞大的B2C平台,但奢侈品牌是否能如其他品牌一样在此获得收获,尚存疑惑。多位行业分析师对BURBERRY与天猫的合作表示了一致的负面态度,直言BURBERRY此次与天猫的合作恐怕不是创新,而是冒进,称会降低Burberry 博柏利的品牌价值,并担心Burberry 博柏利会被认为是一个“廉价的打折品牌”。

一众网友毫不掩饰对BURBERRY进驻天猫的失望态度,“掉档”“有必要吗”“瞬间低端了”之类的评论比比皆是。网友LZ_NEVER_Dies表示:“为什么要这样?你们是Burberry啊!”

BURBERRY曲线进中国,意在何为?

为保持品牌价值,奢侈品行业一直对在线销售持审慎态度;中国市场仿冒品泛滥,更是让很多奢侈品牌望而却步。此次BURBERRY突然入驻天猫,着实是令人震惊,但也似乎不难理解。

因中国海关规定的限制,中国内地顾客无法在BURBERRY中文官网购买商品,此次进驻天猫,也是BURBERRY曲线深入和扩大中国市场之举。去年,奢侈品消费已被认为进入寒冬,而国内市场依然是消费龙头,无怪乎BURBERRY选择天猫作为其深耕中国市场的渠道。

有消息显示,截至今年3月底,

BURBERRY下半财年零售收入升幅比上半财年减少4个百分点,增长放缓已成定局;其财报中也透露出线下客流仍然疲软的状况。分析师警告由于汇率波动,2015财年BURBERRY将会损失4000万英镑至5000万英镑。与此同时,美银美林将BURBERRY评级下调至中性,并将目标股价从1740便士大幅下调至1500便士,汇丰、瑞信也同样下调目标股价。

有业内人士表示,BURBERRY进天猫,显然是一次急迫的决策,折射的是其销售业绩的动荡及对未来的不自信。

本版撰文 孙晓葵

潮流新探

衣 BERNINI德基广场概念店 奢华揭幕

女装品牌BERNINI(贝尔尼尼)南京德基广场概念店奢华揭幕,将“时装展示”、“个性服务”及“概念体验”多重功能融为一体。进入店中,犹如踏入一间专为女性定制的私密衣橱。金色主调大气而优雅,橱窗内色彩缤纷的装饰球是吸睛所在,摩登感十足亦透露着浓浓的艺术氛围;主题区以艺术馆概念结合石膏像和罗马柱演绎贝尔尼尼文化底蕴。概念店被划分为数个体验区,区域内精心陈设着天然精油香氛、研磨式咖啡机、精致欧式装饰、环保材质饰品等品味小物,知名花艺Katina Flora的加入,使得整个氛围“色、香、味”俱全。

食 拉塔莉开业 假面舞会捐助微笑行动

拉塔莉La Tagliatella意大利餐厅为南京的消费者带来一场夜与激情的假面舞会开业派对,门票收入近人民币17000元全部捐赠给“微笑行动中国基金”项目。

拉塔莉La Tagliatella主营意大利美食,选用精美可口的面食、奶酪、火腿作为原料,带给食客们原汁原味的意式享受。招牌美食黑胡椒生牛肉薄片,薄如蝉翼的生牛肉薄片上撒上黑胡椒和帕尔马芝士片,新鲜的口感带来前所未有的生食体验;各种意大利比萨,超薄的面饼搭配水牛马苏里拉芝士,为达到披萨的独特味道和质地加入了两种不同的谷物,让薄而酥脆并带有韧性的面饼加上经过烘烤的芝士,曼妙无比。

妆 梦妆新柜揭幕 演绎悦色美妆

梦妆在大洋百货举行新柜揭幕暨彩妆新品上市发布会活动。今年,梦妆全新升级柜台形象,在一贯清新、优雅的风格上,更加时尚唯美,新的空间布局更趋人性化。梦妆不断追求自然与科技的深度融合,从根到茎,嫩叶花瓣,梦妆悉心研究每一整株鲜花蕴含的自然智慧,研发出深受消费者喜欢的产品。以大自然色彩斑斓的花朵为灵感的全新彩妆系列于4月在全国部分专柜限定上市,萃取自然花朵精华,融和先进的显色技术,妆容持久不晕染。系列产品涵盖唇部、眼部、腮红共9个类别62款单品。

行 菲亚特Ottimo 致悦运动版炫酷登场

日前,广汽菲亚特正式宣布上市Ottimo致悦运动版并预售Freemont菲跃炫酷限量版。Ottimo致悦运动版满足了年轻消费者对动感掀背车型的钟爱,彰显时尚活力,又添运动气质。外观上Ottimo致悦运动版共呈现出12处独特变化,包括:亮黑喷涂前格栅、暗色镀铬外后视镜、运动扰流板等,亮黑元素和暗色镀铬装饰凸显出凌厉、桀骜的气质。

基于1.4T-Jet涡轮增压发动机搭配7速双离合变速器的动力总成,致悦运动版采用特殊运动底盘调校,新增运动座椅、运动方向盘和赛车式方向盘换挡拨片等,切实地提升了操控性、舒适性和换挡速度,带来更为畅快淋漓的驾驶乐趣。