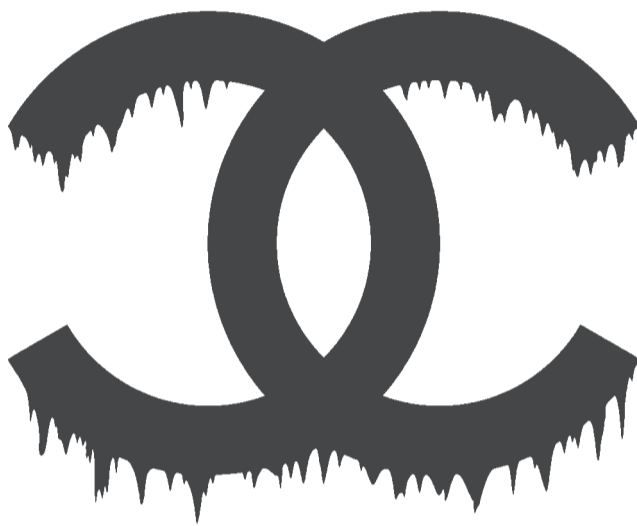


3月份,香奈儿宣布下调三款旗舰产品的价格,成为奢侈品行业的“大事件”,北京、上海、南京持续出现消费者排队抢购的状况。然而国内门店销售的火爆场景却让不少代购暗自心惊——除了固定老客可能会发生退订,新客源的枯竭对于绝大部分代购来说更是致命的打击。

业内人士预测,香奈儿的价格调整可能会带来整个奢侈品行业的连锁反应,此次调价只是一个开始,香奈儿全球调价是顺应市场的行为。未来更多国际大牌调整自己的全球价格体系将是个趋势。

现代快报记者 杨帆



香奈儿降价,逼急了谁?

小香降了,代购急了!

刘小姐通过与欧洲的专业买手合作,从事奢侈品代购已经有4年了,香奈儿一直是国内消费者最“热爱”的代购奢侈品牌之一。“之前香奈儿在欧洲,特别是在法国的价格优势十分明显,很多客人都会通过代购渠道购买。尤其是近几年,一旦香奈儿放出涨价的风声,各家代购就会出现一波销售小高潮。”

此前有媒体曝出,国内降价国外涨价的消息发布后,有的代购收到了老客户的退订,虽然客户通过补偿,不会给代购造成损失,但是“退单”却使得代购的信心受到打击。

“幸运的是,我暂时还没有出现取消订单的现象,特别是一些老客户对于这次国内专柜降价反应平淡,主要是因为长期合作下来彼此信任。”记者了解到,由于欧洲的涨价时间定在4月初,不少客人都趁欧洲涨价之前的时间差,迅速下单购买心仪的包包,使得这次国内降价消息为代购迎来一波预订小高潮。“即便国内再怎么降价,欧洲价格还是要稍微便宜些。”刘小姐表示暂时不会放弃未来的代购之路。

在意大利从事代购生意近3年的张小姐及其同行就没那么幸运了:“虽然说欧洲涨价前会带来一波生意,但是从长远看这次国内降价势必会影响到代购的生意,国内外的商品差价缩小,会使得新客源枯竭,这对于绝大部分代购来说会是致命的打击。”打算久居意大利的张小姐已经开始

小香降了,谁在跟风?

事实上,除了香奈儿这次公开声明调整价格的行为,奢侈品在华降价已经不是新鲜事。但是以其在奢侈品行业的标杆地位,其降价可能会在业内成为一种“风向标”。

“我是学服装设计的,身边一些在大品牌公司工作的朋友、同学在私下聊天时谈到各自所在品牌时纷纷表示,自己公司内部就有传言今后会有调整价格的打算。”张小姐表示,香奈儿此次国内降价国外提价的举动可能会丧失一部分当地的消费者,并且对其一贯“高大上”的形象可能也有影响。倘若此次降价拉动销售同时也未使品牌形象受损,那么其他品牌跟进是完全可以预期的。

关注当地一些自主设计品牌,希望渐渐将代购重心向这些性价比高、还没有进入国内设立专柜的品牌转移。

刘小姐也向记者表达了同样的思路:“几家相熟的代购已经在商量应对措施了,以现在的情况来看,今后通过压缩自己利润来留住顾客势在必行,或者趁欧洲没有涨价之前先大量囤货,但是几乎很少有代购会有这个资金实力,风险太大。”

在南京一家媒体工作的尹女士透露,“之前购买的名牌包包都是自己假期出国旅游或者从在国外做代购的朋友那里购买的。虽然这次香奈儿降价,但是自己还是会选择原有的购买方式,因为在保证真货的前提下,还是希望在原产地买东西,价格也更实惠一点。”记者通过采访发现,一般年轻消费者大都表示在确保买到真货的前提下仍然会选择海外代购或是自购,而年龄层次相对高、经济能力强的消费者则表示如果差价可以控制在百分之十之内,就会选择在国内专柜购买。

“之前找代购是因为欧洲和国内两地同款包的差价实在悬殊,现在香奈儿两地差价缩小,选择在国内专柜购买也很方便。毕竟走进专卖店亲手买到心爱的包包的喜悦是通过代购无法体会的。况且据我所知,代购之间通常会串货,就算你是从相熟的代购手中购买还是存在买到假货的风险。”就职于南京一家医药公司的白领王女士表示。

记者在采访中了解到,在北京、上海甚至南京,一些大牌直接在店里挂出降价的牌子,折扣力度不小。连爱马仕这样的大牌都会在每年悄悄以“内部VIP”活动变相促销,折扣更是低至5折。而此次奢侈品价格调整除了涉及到名牌包外,价格普遍昂贵的高档腕表也早已纷纷降价。早在2014年1月,LVHM集团旗下的宇舶表降价15%;今年2月,百达翡丽在香港宣布降价,降幅高达22%;3月初,同是LVMH旗下的泰格豪雅宣布香港销售的产品价格下调30%-40%。据汇丰银行近期发表的一份报告预测,在接下来的12-18个月,欧洲的奢侈品牌将持续价格地震。

延伸阅读

大牌降价,轻奢品牌的压力来了

面对一线大牌纷沓而至的调价行为,在中国市场刚刚打开局面的轻奢品牌或许也会面临价格的巨大压力。

“如果一线大牌调整售价,那么也许会导致一些轻奢品牌也产生连锁反应。这样真正该担心的是那些主要代购轻奢品牌的代购们,因为原本这些品牌国内外的差价就控制在1至2千元左右,一旦国内降价,他们受到的影响可能会比我们大得多。”一位高档奢侈品代购分析道。

日渐缩小的海内外价差,也正在挤压奢侈品电商的生存空间。报道称,香奈儿调价后,国内奢侈品电商寺库已在官网首页顶端挂出“这一天终于来了,香奈儿全系列包袋直降中”的专题,同时对香奈儿每款产品标出“原价”和“直降金额”,部分包款在折扣后的价格已经低于欧洲。

在中国,正处于发展中的新型行业——二手奢侈品交易也多少受到了此次香奈儿价格调整的影响。从事奢侈品二手交易十几年的马先生告诉记者,“国内二手奢侈品行业在价格上本身就具有很大优势,此次香奈儿国内降价之后对香奈儿二手全新包款有一定影响。一些顾客会借此来还价,而我们确实也会根据具体情况给出一些优惠。”

相关人士分析认为,奢侈品调整定价策略,也折射出我国消费的新变化。奢侈品商家一般会利用初级市场消费者信息不对称以及消费心理缺乏理性而有意识提价。但随着经济增长、全球化推进,国民在财富积累增加的同时,消费理念也日趋理性。中国内地高端消费市场已经过了“不买对的只买贵的”、越贵越买的阶段。现在,国民模仿式消费基本结束,个性化、多样化消费渐成主流;过度消费、炫耀消费正在淡出,理性消费渐成主流。这种消费领域的新态势,将促使越来越多的商家对从前的差别化定价策略做出调整。

香奈儿全球调价是顺应市场的行为。可以预见,此次调价只是一个开始,未来更多国际大牌调整自己的全球价格体系将是个趋势。