

就在上周,一直以来被业界称为奢侈品业界标杆的香奈儿宣布降价了。品牌在下调中国内地商品售价的同时,提高了商品在欧洲的售价。随后,该品牌位于上海、广州等地的专卖店外排起长龙,调价产品纷纷售罄。此举在奢侈品行业内不断发酵的同时,长沙即将开业的数家曾定位“高端”、“奢华”的购物中心也已调整定位,时尚化、全面化成为其招商重点。

■记者 朱蓉

# 奢侈品降价潮蔓延长沙

## 名表“百达翡丽”降价近两成,范思哲拟5月跟进 各大商场开始调整招商结构

### 【现象】

#### 名表纷纷调低在华售价

近年来,星城长沙受到不少奢侈品品牌的青睐,虽然掀起此轮奢侈品降价风潮的香奈儿并未在长沙设有专柜,不过,它的影响也已触及长沙高端消费市场。

已先后入驻3家长沙商场的LVMH集团旗下腕表品牌泰格豪雅参与了此轮调价。3月29日,记者在该品牌位于长沙开福万达广场的专柜了解到,在原价格的基础上,集团对腕表价格整体下调8%至13%，“有的型号降幅较大,目前是比较适合购买的时机。”该专柜导购小姐如是说。

此前,古董级的名表品牌百达翡丽集团已宣布将降低亚太地区手表零售价格。而在3月26日刚刚结束的巴塞尔钟表展上,该品牌再次宣布在中国内地市场降价18%。记者了解到,这一品牌于2014年低调入驻友谊商店,成为长沙市场上又一主动降价的奢侈品品牌。

#### 其他奢侈品也自降身价

除名表品牌外,有降价意向举动的还有范思哲。3月29日,记者了解到,奢侈品品牌范思哲在发布公司2014年财报期间,公司CEO对外表示,正“密切关注”竞争对手的举动并检视自身的定价机制,如有调整将于5月实行。

事实上,奢侈品下调中国内地售价,减少中国内地与国外商品售价价差已不鲜闻。在代购市场上,最火的商品除奢侈品包袋、手表外,还有各国际一线品牌旗下的护肤品。从2年前开始,雅诗兰黛集团便对旗下护肤品牌雅诗兰黛在美国的售价一再上调,而倩碧也悄然实行了“中港同价”——在香港专柜与内地专柜统一售价。

该集团旗下某品牌中国区公共关系经理曾表示,“缩小价差的动作还将继续,目的是把中国消费者的购买力留在国内”。



长沙市解放中路,一名二手奢侈品店工作人员在整理包包。记者 田超 摄(资料图片)

### 【影响】

#### “轻奢”品牌在湘更受宠

一面是奢侈品大佬们的排队主动降价,另一面则是近年来频繁抢镜的“轻奢”品牌们的风生水起。

截至2015年3月,MCM、MK、Coach、DKNY等均已入驻长沙市内各大中高端商场。对长沙市民而言,轻奢品牌似乎拥有更强的号召力。

“在五一商圈逛个街,碰见拎着轻奢品牌包袋的年轻女孩绝不是一件难事。”负责商场前期市调的

#### 商场纷纷调整品牌结构

奢侈品调整的风向之下,对市场极为敏感的商场们也开始调整经营策略。记者了解到,一直以来在全国拥有鲜明“高端”形象的海信广场与运达集团在长沙的新项目均调整了其商场的经营方向。

预计于9月开业的长沙海信广场招商相关负责人表示,商场目前正在逐步去掉“高端”、“顶级”的标志,避免提及“奢侈”的概念,将

罗小姐如是说。近2年以来,越来越多的轻奢品牌入湘争夺市场,而它们相对更加亲民的价格和时尚潮流的款式也更受到城市年轻白领的喜爱。

记者在长沙数家拥有轻奢品牌入驻的商场了解到,这些品牌不仅仅成为“商场门面”,在销售数字上也“很漂亮”。2014年底,在王府井百货进行的Coach品牌特卖会上,不少款式的售卖速度可以用“秒杀”来形容。

主要客群的目光放在拥有“年轻”心态的消费者身上,潮流、个性和活力品牌的引入比例在上升。

而3月28日,在运达美国国际名品商场“地球一小时”的活动现场,该商场总经理周丽霞也表示,即将于年中部分开业的运达中央广场相较于运达美,将针对更加广泛的客群,引入品牌也将从奢侈品而转向多元化、丰富化。

### 记者手记

#### 用价格来下一盘全球市场的棋

一直以来,着眼于全球市场的奢侈品品牌们都善于利用价格这双无形的手来控制整个市场。2015年刚刚开局,奢侈品品牌们便又玩起了这盘棋——降价,首先刺激的是国内市场的销售。

对国内消费者而言,手上拿的是迪奥,还是香奈儿或许并不太重要,重要的是它是大牌。于是,在有限的奢侈品消费市场上首先降价的品牌,无疑拥有了绝对主动权——更多的关注,更先抢得市场占有率。

行业人士称,品牌内部的地价定价差异化是奢侈品价格策略的惯例,往往在经济越不发达的地方定价越高。显然,2014年的奢侈品销售数据也在表明,中国“钱多人傻”的时代早已过去,为商品买单也越来越看重其真正的商品价值。

如此一来,一贯“只涨不跌”的奢侈品,适当的向强大的消费力低下一直高昂的头,谁又能说这不是以退为进的棋高一招? ■记者 朱蓉

### 渤海直销添金宝 助家庭财富增值

案例分析:80后刘先生夫妇家庭财务状况良好,双方收入较高,通过风险评估,刘先生先生在投资方面可以适当承担一定的风险,并且注重长期回报,女儿教育金、自己的养老金是刚性需求,建议采取稳健的投资策略,可考虑采用定期定额的投资方式,如银行教育储蓄、定投基金等。

理财师向刘先生夫妇推荐了渤海银行“直销添金宝”产品,该产品七日年化收益率最高达到5.17%,且当客户具有消费需求时,无需赎回操作,可以直接进行刷卡、取现、转账、网上支付等操作,真正实现了投资与消费的无缝对接。该产品保证了刘先生夫妇灵活的投资资金需要,又能获得相对活期的较高收益,通过添金宝卡积累一定资金后,还可购买渤海银行半年期或1年期理财产品,提高投资的综合回报率。

理财师推荐:渤海银行长沙分行财富管理部屈爱民。屈爱民,男,渤海银行长沙分行财富管理部AFP金融理财师,总行五星级理财师,分行明星理财师,高级注册信贷分析师,国家一级黄金交易员,财富资产超过12亿。擅长为客户提供全方位的专业理财建议,通过不断调整各种金融产品组成的投资组合,设计合理的税务规划等,来满足客户长期的生活目标和财务目标。

联系方式:0731-88316028



中信银行

中信理财—让您的收益根本停不下来Duang~Duang~

| 产品名称     | 预计年化收益率        | 计息天数 | 起点金额(万) | 募集起始日    | 募集结束日    |
|----------|----------------|------|---------|----------|----------|
| 共赢1569期  | 5.6%/5.7%      | 91   | 5/100   | 20150324 | 20150401 |
| 中信丰利8-9期 | 6.7%/6.9%      | 345  | 100/300 | 20150327 | 20150407 |
| 乐赢1533期  | 5.65%          | 42   | 100     | 20150330 | 20150402 |
| 赢益成长13号  | 5.75%          | 120  | 10      | 20150328 | 20150408 |
| 惠益稳健10号  | 5.75%          | 326  | 5       | 20150327 | 20150406 |
| 晨信1501期  | 净值型参考收益率(6.0%) | 369  | 100     | 20150326 | 20150401 |

投资稳健/品牌保证/产品丰富

心动不如行动,更多惊喜,详询各营业网点

95558

### 分析

#### 降价自救是为了抢占市场

日前,贝恩咨询发布2014年中国奢侈品市场研究报告。内容显示,2014年,中国内地奢侈品市场首次出现负增长,较2013年下降了1%,市场规模将约1150亿元。不过,从全球奢侈品市场看来,中国内地消费者的奢侈品消费却有9%的上涨,总额达3800亿元,占全球奢侈品市场30%的份额。

这一数据表明,中国内地消费者的奢侈品购买力中的一大部分,正向海外流失,海外直接购买和代购成为奢侈品消费的首选方式。而代购风行的同时,也为品牌带来了假货不断的困扰。

“一直以来,奢侈品通过其强势的定价策略来控制市场,其品牌价值就是该品牌的生命。”长沙海信广场招商部负责人认为,中国市场对奢侈品品牌而言,有着不可言喻的重要性,主动降价是品牌在用市场手段来维护自身品牌价值,稳定市场的需求,同时也可将消费者的购买力进行平衡。

他还解释说,奢侈品公司均为全球性经营的大公司,在中国内地市场的降价,不但有利于稳定中国市场的销售,更将有利于品牌从全球层面上从其他同类奢侈品品牌中抢占更大的市场份额,是奢侈品全球性市场竞争的结果。