



年内第二次涨价，涨幅10% 奢侈品强撑价格或因汇率变动



受世界经济大潮影响，全球奢侈品市场自2014年以来一直不景气。今年，有些奢侈品品牌似乎又恢复了元气。比如率先复苏的Gucci马上就要涨价了。



奢侈品强撑价格 原因可能在汇率

市场得以复苏的Gucci涨价尚可以理解，但一些奢侈品品牌在市场形势仍然不佳的情况下，仍然选择涨价。

今年一季度，意大利奢侈品品牌Prada宣布当季利润下降了27%，达到五年来最低水平。Prada集团的首席执行官Patrizio Bertelli面临前所未有的压力。

今年前九个月，LVMH SE集团有机增幅从去年同期的6%跌至5%，实际收入增幅从去年同期的18%暴跌至4%。

尽管业绩平平，但有消息称，包括路威酩轩集团(旗下品牌LV等)、普拉达(旗下品牌PRADA等)在内的部分奢侈品巨头开始考虑提价。

专家分析认为，奢侈品涨价的真正原因在于价格策略，品牌价值是定价的核心，高价策略始终是奢侈品维护其高端地位的一种方式。在奢侈品市场，高价非但不会阻碍销售，反而会刺激消费者的购买欲望，更利于销售，几乎每次涨价之前，各大奢侈品牌都会遭遇抢购潮。

不过，也有观点认为，这轮奢侈品涨价与汇率因素的联系更为紧密。

去年8月5日以来，人民币对欧元(中间价)累计贬值幅度超过10%(或者说欧元对人民币升值11.3%)。这意味着众多欧洲奢侈品品牌现在每赚取的1万元人民币收入，换成欧元后要少赚152欧元。

由于中国市场是众多一线奢侈品最为重要的市场之一，人民币汇率变动对于其营收和净利润影响非常明显。最典型的案例是，据报道，2015年8月10日当周，人民币经历了一轮较大幅度的贬值，意大利奢侈品集团菲拉格慕(Salvatore Ferragamo)、大利皮具品牌的Tod's、法国奢侈品集团LVMH(路威酩轩)的股价均应声大跌。

理解了汇率变动后，Gucci在中国涨价幅度最大也就不难理解了。在欧洲，其收入主要为欧元，故涨价比例较小；中国市场涨价10%，正好可以抵消人民币贬值的影响。国内涨价，会不会带动海购销量的增加？对此，分析人士认为可能性很小。毕竟出境也需要将人民币换成其他货币(比如欧元)才能消费，这一环节的成本已经增加，抵消了中外拉大的价差范围。

■来源于每日经济新闻 微信号 nbdnews

全球奢侈品市场 已有两年低谷期

自2014年以来，全球奢侈品市场一直不景气。以今年上半年为例，LVMH集团称旗下包括LV、Dior、Givenchy等品牌的时装皮具部门第一季度增长停滞，Dior时装部门截至今年3月31日的前三个月内，营业额下跌1%，爱马仕也发布消息称今年前三个月营业额放缓。

另据报道，价格高高在上的奢侈品品牌刚刚还经历了一轮降价潮。今年3月，香奈儿(Chanel)实行中国降价欧洲提价的全球协调定价策略，这在奢侈品市场形成了风向标，并迅速

引发奢侈品牌在中国掀起一场大规模的调价风潮：Gucci二季度也进行了长时间的促销；此外，7月24日，Prada也宣布对包含中国在内的多个地区进行调价，服装、箱包等部分主营产品均在调价行列。可以说，这次调价波及了Prada几乎全部领域。其中，一款包由1.8万元降至1.6万元，调价幅度约为11%，超过一般奢侈品5%~7%的调价范围。

但在经历2年的低谷期后，有些奢侈品品牌似乎又恢复了元气。比如率先复苏的Gucci马上就要涨价了。

Gucci要涨价 中国涨幅远超欧洲

在终结连续两年的销售下滑后，最新调查数据显示，Gucci击败LV、Chanel以及Prada成为当前最热门的奢侈品牌，今年前6个月，Gucci登上时尚杂志的篇幅价值相比去年上涨了15%。

市场变好了，Gucci决定提价。据报道，Gucci将于10月17日迎来年内第二次涨价，涨价幅度在10%左右。Gucci在欧洲市场已于本月初对全线产品进行调价，调价范围在10-30欧元之间，远低于国内10%的涨幅。

对于这次涨价的消息，有分析人士表示，Gucci品牌CEO Marco Bizzarri早前的言论或有暗示，他曾透露“新Gucci”高价产品在门店的销售比例正在上涨，也就是未来还有溢价机会，年轻消费者愿意为“新”买单。

对于此次涨价，Gucci销售人员称，这并非因Gucci更换设

计师后新产品销量大增而涨价，而是奢侈品的价格每年都会有百分之几的涨幅，可能受国际原材料、全球汇率和货币等因素的影响。

Gucci财报显示，今年上半年营业利润取得7.0%的增长，高于销售的增长幅度。第二季度Gucci正价商品收入增长迅猛提高到了70%，相较第一季度收入增长的40%提高了30个百分点。对此，Gucci首席执行官Marco Bizzarri表示，未来Gucci的年销售目标是60亿欧元。

奢侈品专家、财富品质研究院院长周婷表示，Gucci频繁地使用价格心理战会导致消费者对品牌形象的质疑。虽然Gucci依旧处于一线奢侈品行列，但是和LV、爱马仕等仍不是一个等级上的品牌。要更好地为品牌树立形象，Gucci需要借助不断创新的产品，而非简单的涨价。



关注三湘都市报
微信看E报。