

财富情报

Fortune Intelligence

文摘

◇ 财经大看台 ◇ 创业大看台
◇ 创富大舞台 ◇ 理财大平台

主編:沈伟 Email:sw6150@126.com 新闻热线:028-87369123 总第 103 期

编辑:袁红兵 版式:吉学莉 校对:梅健秋

“听话”的
张朝阳“火”了
[详见 02 版]沃尔沃:
寻找陨落的荣耀
[详见 03 版]汽车品牌:
区域羁绊下的突破
[详见 04 版]混搭银行
理财受青睐
[详见 05 版]都说房价贵
为何还在抢
[详见 08 版]

中国奢侈品消费:主力军在哪里

“消费新贵每天都在诞生。”如果把眼光放远到未来 30 年,王德培认为每年正在出生的 1000 多万城市新生人口,正是未来奢侈品应该挖掘的消费新贵。



◎“中产”之争

“中国在未来 30 年内,不可能如欧美国家那样,形成以中产阶级为主体的橄榄型社会。因而在未来中国,中产阶级也不可能成为国际中高端奢侈品品牌最主流的消费者。”3 月 27 日,在中欧商学院举办的第二届顶级品牌高峰论坛上,中国经济体制改革研究会副会长、上海福卡经济预测研究所所长王德培说。

在王德培看来,奢侈品根据价值和价格的不同,分为三个层次:1000 万元以上的物品为顶级奢侈品;市价几百万元的物品为中级奢侈品,而 50 万以下的物品则是低端奢侈品。众所周知,欧美国家的中产阶级,曾经是奢侈品大牌们的最爱。他们是中高端奢侈品消费的中流砥柱之一,但随着金融海啸冲击全球经济,部分欧美中产阶级人士开始陷入财务困境。

“全世界的中产阶级都在塌陷,橄榄型的社会在西方已经开始瓦解。中国未来社会的发展形态可能是葫芦形,也有可能是 M 形或 W 形,但绝对不是橄榄型。”王德培,这位国内经济形势研究和预测的权威人士一发言,便迎来场下唏嘘声一片。他认为:“在国际奢侈品消费市场中,日本现在排名第一,中国排名第二,但中国的人均 GDP 为 3000 多美元,日本则有 40000 多美元。中国 3% 的人口创造了 5.6 亿元的奢侈品销售规模。这些人是谁?大部分是先富起来的那一族。未来是这些人而不是中产阶级将成为中国消费层次中最高端的人,他们也将成为中国奢侈品消费的主力,他们还尤其偏爱高端奢侈品。”

作为一名研究经济发展趋势的专家,王德培教授的观点在奢侈品牌的代表看来,显得有些“一厢情愿”。同样出席了中欧商学院第二届顶级品牌高峰论坛的万宝龙(中国)有限公司董事总经理陆晓明在接受记者采访时说,“在我看来,中国的中产阶级正在发展、成熟和壮大。未来 30 年,他们能够成为消费中高端奢侈品的中流砥柱。”

但同时,这位从 15 年前便开始活跃在中国时尚产业中的管理者也看到:“中国的中产阶级既不会像美国的中产阶级那样成熟,也不会像日本的奢侈品消费者那样低龄化,这是一个截然不同的群体”。“成长于八九十年代的消费者对顶级品牌有着更强烈的了解欲和接受能力。随着 90 后迈入大学校园,许多 80 后也上升成为都市新贵一族。许多 80 后在新兴产业例如 IT 行业中迅速积累了财富,同时,他们也具有强烈的消费欲望。”陆晓明说,“这些社会精英和新贵族将成为未来中国消费奢侈品的主力。但他们对品牌的了解不如欧美中产阶级那样成熟,还需要品牌的引导和介绍。”

对于巴黎第九大学教授、EIM 巴黎及上海办事处合伙人兼总经理 Michel Chevalier 来说,很难对“中产之争”做一个确定的判断。他说:“在我看来,未来中国的中产阶级,将由年收入超过 25000 美元的人群构成。和美国的中产阶级相比,他们与富人阶层、穷人阶层的划分间隔并不那么明显。可以说,他们是富人阶层中比较穷的那部分,也是穷人阶层中比较富的那部分。”

◎去哪里深挖消费新贵

“消费新贵每天都在诞生。”如果把眼光放远到未来 30 年,王德培认为每年正在出生的 1000 多万城市新生人口,正是未来奢侈品应该挖掘的消费新贵。他说,“我曾经问过一位年轻的上海母亲,她怀中只有 7 个月大的孩子的每月消费情况。她的回答是‘在 7 个月中已经花费了近 10 万’。她是都市新生儿母亲中比较典型的一例。这些城市新生儿,他们从小就能够接受到比较好的物质条件,将来会成为奢侈品消费的主力。”

4 月 2 日,Dior 童装(Baby Dior)系列正式登陆中国。这间位于上海地标性建筑恒隆广场 4 楼的童装店,成为中国第一个专门针对儿童的奢侈品专卖店。

如果要目光锁定在未来 10 年,“中国高铁的迅速兴建也将对奢侈品牌在中国的布局形成巨大的影响。”王德培说,“在这种城市发展情势下,和选择去一线城市还是二、三线城市开店相比,去城市中的哪种地方开店显得更重要。”在王德培的例证中,上海外滩地区和南京西路的发展是一个明显的例子:外滩将成为顶级奢侈品的聚集地,而南京西路则一改如今的地位,成为中高端奢侈品的所在地。



无疑,当下中国是世界奢侈品的福地。预计到 2015 年,中国的富裕家庭将超过 440 万户。波士顿咨询公司预测,2015 年中国奢侈品消费将占全球 32% 份额,中国或在 2015 年成为世界最大奢侈品市场。那么,哪些人将成为奢侈品在中国的主要消费群体?未来奢侈品的中国式春天到底会出现在哪里?

去年 2 月,韩国 SK 电讯斥资上亿元高调入主,在业界引起不小轰动,名不见经传的千寻网为外界所熟知。但缘何千寻网如今沦落到被京东商城低价收购的地步?

3 月 11 日,京东商城 CEO 刘强东在微博里正式确认收购,为悬念十足的千寻网去向揭开了谜底。有了解该交易的人士透露,价格在 500 万美元左右。

2009 年 4 月高调面世,上线不足两个月主帅离职,之后发货慢、假货泛滥等负面消息一直伴随着千寻网。

京东商城的入主给了千寻网一个归宿,不至于沦落到倒闭的地步,但从超过一亿元的投资到以几百万美元出手,如此大的差距仍然耐人寻味。

华丽出生

千寻网由北京西尔夏科技发展有限公司在 2008 年 12 月 15 日推出的专营海外商品的购物网站,旨在通过美国、欧洲、韩国及全球

代理商提供商品,让用户购买在国内买不到的品牌商品。

北京西尔夏科技发展有限公司成立于 2008 年 10 月 17 日,从其创立到推出千寻网,不过短短两个月时间。2009 年 2 月,韩国 SK 电讯斥资上亿元高调入主,在业界引起不小轰动,名不见经传的千寻网为外界所熟知。

2009 年 4 月 20 日,千寻网高调亮相。有实力雄厚的后台老板韩国 SK 电讯的大手笔投资,加上马化腾、邵晓峰、江南春、李宇春等各界牛人的悉数捧场,让千寻网出尽了风头。千寻网的定位是在中高段人群,服装品牌为主,超过 1000 个品牌,从欧洲的一线品牌到中国、韩国、欧洲的二、三线品牌,以满足不同层次人群的需要,并保证百分之百是正品。上线之初的目标是将千寻网建国内最大的以品牌服装为主的时尚网上商城,09 年达成

1 亿人民币的销售额。

换帅风波

刘强东正式确认收购千寻网的时候,千寻网离周岁生日还差一个多月时间。自然,郭洪驰也没有实现自己的愿景。2009 年 6 月 8 日,上任才一个多月的他突然宣布离职。

经历换帅风波后,千寻网在消费者中一直非议不断,打开各大搜索引擎,关于千寻网的负面评价远多于正面评价,问题主要集中在发货周期长、服务不好、价格高以及假货泛滥等方面。

今年年初,频遭非议的千寻网被传即将放弃 B2C,并已大规模裁员,随后又有消息称其投资方韩国 SK 集团准备终止投资。受此影响,千寻网的所有业务一下跌到上线

千寻网之败

以来的最低谷。

为安抚消费者,千寻网 1 月 27 日发表声明,称投资方正在注入新的资金帮助千寻网进行业务调整以提高利润和效率。外部合作伙伴也一直在与千寻网洽谈合作事宜。一个多月后,消费者等来的不是如何解决问题的方案,而是千寻网被京东商城低价收购的消息。

各得其所

从上线到出售,千寻网才经历了短短的十个月时间。业内人士分析认为,千寻网走到今天这个地步,原因之一是它的整个运营服务体系不够完善,B2C 是一个对运营管理、物流配送非常高的行业,而千寻网在这些方面还存在很多缺陷,在商品定价、销售服务和物流配送等方面都还很很成熟;再加上

B2C 主要靠的是口碑传播,现在的网络如此发达,如果本身存在的问题处理不好很容易陷入被动。

易观国际分高级分析师曹飞认为,千寻网失败的原因主要是其管理层的变动,投资方与管理者的分歧意味着企业很难形成一个核心理念。

对于刘强东来说,这也是一桩不错的买卖,这正好契合京东商城进军时尚百货的计划,一直专注于 3C 网购的京东商城在这方面是没有优势的,但千寻网无论是知名度还是客流都有一定积累,把千寻网的优势与京东商城的物流配送系统与庞大的流量相整合,可以互补不足。

刘强东说,收购千寻网以后,原有的优惠和联盟政策不变,同时通过注入京东资源,相信可以让千寻发展得更好。

(摘自《经济观察报》王翔遥 / 文)

财富是全人类的
富人无权浪费

《2010 财富报告》出笼,胡润弄的,只有千万亿万富翁,都是有钱人,那么多有钱人,就是没有我——我相信绝大多数人都有我这样的小人心态。不过和很多人单纯对钞票的垂涎稍微不一样,我希望的是获得一种财务自由,这种自由是我所生活的这个世界其他一切自由的根源。

为什么我们要培养富人呢,因为我们的课本早就讲过资源必须要集中起来,才会发挥最大的效用。也就是说,这些富人他们有聪明的头脑和过人的能力,所以我们这个社会的资源应该集中起来让他们进行配置,这样才能经济增长,社会进步。所以我不应该仇富,富人实际上在推动着整个社会发展,他们拥有支配更多资源的权利,这是全人类共同的最优选择。

但是,如果有富人认为他完全有理由占有这些社会财富,那就完全不对了。所有的资源,从小说,是全人类的,往大了说,是属于全地球或者全宇宙所有生灵的。而资源是一定的,守恒的,一个人多占有了必然让别人少分配了。从这个普世的层面上来看,谁都没有多占有资源的特权,仅仅拥有能力范围内多支配资源为全人类造福的权利。

推论及此,如果一个人占有了超出自己能力范围内的资源,比如挥霍,比如赌博等等,就是社会资源的极大浪费。比如,一个富人将多余的现金放在自己家池塘底下埋起来就是犯罪,因为我们的课本里面还讲所有的资源只有流动起来才会增加社会财富,你将国家发行的现金藏起来,这些本来应该投入实体经济推动经济发展的钱没有发挥应有效用。另一方面你把钱藏起来,造货币供给不足,经济紧缩,央行只能再发行货币,如果哪天你再拿出来花,又造成通货膨胀。如果倒退几十年,非给这个富人定个“扰乱金融秩序罪”。

对于那些先富起来的人,他们的专长大多是做企业,解决人们就业和纳税这两项就是他们对社会最大的贡献。如果他们的能力足够支配更多的资源来满足人们就业的需求,满足社会财富增长的需求,我觉得他们企业利润增加再多也不需要捐助,只要这些钱继续被投入实体经济。而如果富人拿着大笔的钱不务正业,那将是社会财富的极大浪费,资本资源非常理地配置。

说到这里,我想起曾经看到的一个例子,说是英国的一个餐馆,要求所有人吃多少点多少,他们的一个信条让所有人折服:“资源是全人类的,任何人无权浪费。”财富是重要资源,浪费将是最大的“为富不仁”。

(摘自《天津网》尹洪伟 / 文)

国内外公开发行
国内统一刊号:CN51——0098
邮发代号:61——85
第 091 期 总第 6517 期
2010 年 4 月 10 日 星期六
庚寅年 二月二十六

「一个阶层的「声音」

经理日报

《经理日报·财富情报文摘》征订通知

开启商业智慧与商业操手的传媒高地 获取创富信息与创富精典的全新平台

该《文摘》周刊是目前国内单独邮发,唯一一张集财经焦点、财富聚典、商业精典、创富名典、理财智典,融百姓经济生活化、知识化、趣味性和实用性于一体的财富文摘总汇。

报纸为对开 12 版。本周刊宗旨:关注百姓创业、理财、创富故事;关注百姓创业、致富、理财之道。内容包括有头版焦点、精典观察、环球商道、车市生活、理财智典、收藏精典、股市风云、楼市投资、财富聚典、古今商趣、商业精典、创富智典等版面。

咨询电话:028—87369123 87319500 13980425008

《经理日报·财富情报文摘》编辑部

2010 年 4 月 10 日

欢迎订阅 2010 年报纸
欢迎拥有 2010 年财富
邮发代号:61—145 全年订价:96 元
全国各地邮局均可订阅