《2014 中国奢侈品报告》出炉:奢侈品消费 76%在国外 中国市场成鸡肋

■李意安 报道

2014 年 1 月 31 日,奢侈品专业研究和顾问机构财富品质研究院发布《2014 中国奢侈品报告》,调研显示,2014 年,中国消费者全球奢侈品消费达到 1060 亿美元,同比增长 4%。约合 6400 多亿人民币,这也表明中国人 2014 年买走了全球 46%的奢侈品,中国消费者仍然是全球奢侈品市场无可争议的最大买家。另一方面,中国消费者 2014 年在本土消费额明显下降,为 250 亿美元,同比下降 11%,中国奢侈品市场占全球奢侈品市场比重由 2013 年的 13%下降到 2014 年的 11%。虽然奥特莱斯和网络销售都有明显增长,但是都没有改变 2014 年中国奢侈品市场整体下滑态势;中国消费者境外消费进一步加强,中国消费者 2014 年境外消费达到 810 亿美元,同比增长超过 9%。这说明 2014 年中国消费者 76%的奢侈品消费发生在境外。

除此以外,2014 年,虽然全球奢侈品市场依然面临诸多压力,但是全球奢侈品市场总容量仍将达到创纪录的 2320 亿美元,预计全年增长率达到 7%。其增长主要来源于高端小众品牌,特别是定制类品牌的快速发展,而传统奢侈品牌的相对市场份额明显下降。

奢侈品牌进一步大众化

2014 年,虽然各大奢侈品集团销售额仍在增长,但是增长已经明显放缓,并且库存积压严重,打折和变相打折成为常态。同时,传统奢侈品牌放缓开店速度,对传统门店改造费用增加,大型体验店和旗舰店数量增加。但与此同时,2014 年,设计师品牌风起云涌,高端定制品牌蠢蠢欲动,在快速抢占传统奢侈品牌市场份额的同时,也进一步让消费者由品牌消费向产品消费过渡,奢侈品消费由以品牌性价比为中心向以产品性价比为中心转移。

2014 年,是定制类品牌空前发展的一年,高端定制类品牌整体数量大约为传统奢侈品牌的 20 倍,但品牌普遍规模比较小,40%具有 10 年以上历史,40%历史不足 3 年,创立时间 3-10 年的在 20%左右。全球高端定制市场目前占全球奢侈品市场比重在 20%左右,服装珠宝为最主要定制品类。

因为消费的多元化和个性化,导致奢侈品牌阵营出现结构性调整,特别是随着消费者的成熟成长,消费者对品牌的消费欲望下降,传统奢侈品牌大众化趋势进一步加剧。奢侈品牌因为近几年产品多元化扩展,特别是低单价产品和品类的开发,正变得比以往任何时候都更亲民,很多品牌正成为更多人可以消费得起的产品。虽然很多品牌在 2014 年放缓了门店开设速度,甚至停止开店,但是因为电商和代购等新流通渠道的发展,使很多消费者可以有更多机会接触并购买到奢侈品,渠道大众化也正进一步加速奢侈品牌大众化。

以互联网为核心的新媒体形势也进一步揭开了奢侈品的神秘面纱,奢侈品牌主动的和被动的宣传大量充斥着消费者和潜在消费者的信息空间,奢侈品牌的神秘感正在消失,吸引力下降。

而产生奢侈品牌大众化发展的最现实原因是很多品牌希望卖更多的货赚取更多的钱,同时误判了品牌价值发展轨迹。虽然很多明智的品牌经营者认识到,只有主动品牌下沉面对更多消费者,并且只有由重视品牌到重视产品才能获得未来市场空间和长远发展,但是这毕竟是少数。

当传统奢侈品牌普遍大众化的同时,高端消费领域出现一定机会,而这个机会属于高端定制服务。2014 年,高端定制品牌获得更多机会,财富品质研究院调研发现,已经有 67%的中国富豪认为传统奢侈品并不是真正的奢侈品,而高端个性化定制才是真正的奢侈品,并且开始钟爱更多领域的定制内容。

国内市场正在被奢侈品牌抛弃

该份调查报告显示,2014 年,中国出境旅游人连续第五年以 20%左右速度增长,四年时间,中国出境游人数增长 1 倍,由 2010 年的 5300 多万人到 2014 年的 1.17 亿人,并且人均境外购物消费也是全球最高,人均消费达到 632 美元,主要为奢侈品消费。

国内外奢侈品价差的存在,中国消费者在境外消费额越来越大,消费外流进一步加剧,境外消费已经占到中国消费者奢侈品消费的 76%,于是,奢侈品牌进一步重视中国消费者却不重视中国市场的情况成为很多国际品牌管理者目前的普遍心态。

除了中国消费者市场主要在国外这个因素外,假货也是很多品牌放弃中国市场的主要原因之一,财富品质研究院调研发现,奢侈品假货的市场可见度是真品的 6 倍以上,即在大街上随处可见的奢侈品牌,大部分是假货。假货对于奢侈品牌已经到了积重难返的地步,因为最初的没有作为,现在已经无法作为。所以,中国奢侈品市场对于很多国际奢侈品牌来说,不具有战略地位。

目前这种情况已经在国际奢侈品牌在中国市场的推广预算上明显体现出来,不少奢侈品牌已经开始缩减市场推广预算并开始收回中国市场的市场预算决策权,更有甚者每笔支出都要通过总部审批。很多品牌因为在中国并没有长久市场规划,因而以最快速度利用中国市场获得最大销售额和利润为唯一目标,所以非法虚报数据避税,契约精神缺失等情况屡见不鲜。

近几年中国区高管大范围变动事件层出不穷,2014 年,奢侈品牌中国区高级管理层人事变动在 60%以上。原因也在于奢侈品牌大范围减少中国人力资源成本支出,特别是高级管理人员成本支出。

网络音乐收费呼之欲出 商业模式亟待透明化

■陈焰萍 报道

十多年来网络音乐产业发展举步维艰,表面上看是繁荣大发展,但实际却是很难赚到钱。究其原因,主要在于版权保护不力。据《人民日报》报道,中国网络正版音乐促进联盟近日在京成立,并发布《中国网络正版音乐促进联盟自律公约》、《中国网络正版音乐促进联盟反盗版宣言》。业内人士表示,网络音乐收费的脚步渐行渐近。

网络音乐长期以来都是自由下载,一旦免费时代终结,恐怕用户难以接受。而网民的消费习惯的改变,关键在于网络音乐的质量和配套服务的完善,只有让消费者觉得"物有所值"、"物超所值",网络音乐收费才能普遍实施并长久。

网络音乐收费时代将来临

在网络时代,消费者越来越习惯和依赖于从网络下载免费音乐,不过这个免费音乐的黄金时代即将过去。近日,中国网络正版音乐促进联盟在京成立,联盟首批成员包括腾讯公司、一听音乐、中国音乐著作权协会、词曲作家李海鹰等近 30 家机构和多名音乐从业者。一直以来,网络音乐因为盗版现象而导致收支严重不平衡。行业联盟的成立以及自律公约的发布,都在为规范音乐版权而铺路。而保护音乐版权,最有利的方法之一就是实行收费。业内人士表示,网络音乐的收费时代即将到来。

实际上,有关无线音乐收费的呼声一直不断。从 2012 年便传出消息称,几大国际唱片公司计划在去年底或今年初联合国内酷狗、酷我、百度、QQ 音乐等音乐服务网站尝试采取音乐下载收费包月制度,而这一计划至今没实现。2013 年,著名音乐人高晓松公开爆料称,2013 年 7 月 1 日之后,中国音乐产业将进入全面正版化的时代。但是截至目前,网络音乐收费还未普遍实行。不过,有音乐企业正在尝试付费模式,如 2014 年 5 月,虾米音乐已经开始尝试与数以十万计的淘宝卖家进行相关的付费合作。主要的合作形式有,使用虾米提供的付费背景音乐(15 元/月),购买虾米 VIP 权益卡赠送消费者、音乐人,为商家提供软性代言等多种方式。

一直以来,各大音乐软件都利用了"避风港"原则,使得用户可以免费收听 MP3 等格式的音乐。但是随着《中国网络正版音乐促进联盟自律公约》、《中国网络正版音乐促进联盟反盗版宣言》的发布,网络音乐付费再次成为热门话题。网络音乐收费不仅是钱的问题,更重要的是对音乐创作者劳动付出的尊重。

网络音乐收费是大势所趋

随着移动互联网的发展、智能手机等终端设备的普及和运营商的推动,网络音乐在近几年取得快速的发展。据《2014 中国音乐产业发展报告》显示,2013 年中国音乐产业的市场总规模达 2716 亿元,而数字音乐市场的规模达到 440 亿元,其中无线音乐市场规的模达 397 亿元,在线音乐市场的规模达 43 亿元。但中国音乐著作权协会的版权收益只有 1.12 亿元,相差悬殊的收益凸显出音乐市场严重的版权问题。

上述现象也使得市场对音乐的版权问题越来越重视。因为无论是从法律上讲还是从音乐企业的发展来讲,音乐版权是音乐产业的生存之本。

事实上,业界对音乐版权的意识有所加强。2014 年 12 月 10 日网易和杭州网易雷火科技有限公司共同向武汉中院申请诉前禁令,请求武汉中院责令腾讯停止通过"QQ 音乐"平台向公众传播、提供由网易和网易雷火享有信息网络传播权的 201 首音乐作品,法院最终裁定立即停止通过"QQ 音乐"平台向公众传播《外婆的澎湖湾》等 192 首音乐作品。而早在 2014 年初,QQ 音乐就起诉"酷我"侵犯其网络信息传播权,涉及刘若英等歌手在内的 30 张专辑近 400 首音乐作品,索赔金额上千万。该案件也被视为数字音乐维权联盟的首次出招。

为整治音乐盗版的乱象,中国网络正版音乐促进联盟应运而生。联盟成员将首先自律,"腾讯 QQ 音乐将成立专业打击盗版的团队。"腾讯公司副总裁彭迦信说。

培养用户付费习惯成当务之急

中国的用户没有为音乐付费的习惯,很多音乐企业也担心"收费即关门",如何培养用户的收费习惯成当务之急。

首先,要提高用户的版权维护意识,消费者要明白,收费也是促进音乐行业更好发展的行之有效的措施。业内人士表示,网络音乐服务商支付在版权上的费用将会以会员费、流量费的形式转嫁至普通用户身上,这种模式仍可类比网络视频行业的做法。

其次,收费透明化。视频网站目前已经开始向用户收取会员费、包月费,音乐网站未来也会采取同样的方法。另外,优酷在去年 12 月已经获得虚拟运营商牌照,意味着其在现有会员模式的基础上将会推出不同档位的流量包,以满足用户在非 WiFi 环境下观看视频的需求,同时也填补对服务商的流量支出。

网络音乐的收费,是互联网时代尊重知识产权的必然趋势,理论上说,其最终受益者不仅仅是音乐产业链上的各方企业,还包括所有付费的网民。这个多赢局面的形成,有利于打造一个公平交易和自由竞争的市场环境。尽管表面上看起来,音乐在人们生活中无足轻重,但我们完全有理由相信在免费渠道完全堵死的情况下,人们依然会为收费的音乐买单。现在应该思考的已经不是是否应该收费的问题,而是如何收费的问题。

健康观察

中国癌情透视:环境污染、诊疗不规范等系癌症诱因

■李亚红 李斌 胡浩 报道

2 月 4 日,世界癌症日。今年的主题是"癌症防控目标,实现并不遥远"。

当前癌情何以凶猛?癌症凶猛背后,隐藏着哪些"秘密"?记者聚焦四大焦点问题,深入剖析癌症高发的原因。

焦点一:人口老龄化,不健康的生活方式

对中国"癌情凶猛"的解释,全国肿瘤防治研究办公室副主任陈万青认为,更主要的原因是人口老龄化。在本质上,癌症是人体衰老的结果之一,老化是驱动癌症生长的代谢发动机,这已是科学界的共识。

自 1999 年起,中国就进入了老龄化社会。2010 年第六次全国人口普查显示,我国老龄化程度更加严重,65 岁以上人口已达 8.87%,远远超过联合国定义的 7%的人口老龄化标准。癌症的发病率随年龄增长呈上升趋势。

"人口老龄化是癌症发生率上升的重要原因。"中国医学科学院肿瘤医院副院长石远凯表示,我国老龄化状况将在未来相当长的时期内持续加重,这意味着癌症等慢性非传染性疾病发生率的持续上升势头难以遏制。

当前的癌情凶猛,无法仅仅用衰老来解释。事实上,人的健康反映了生活经历的总和,大部分癌症的发生是因为我们经历了什么——我们处于怎样的生活环境,有哪些生活习惯。这一点,在一些特定癌症上表现得尤为明显。

影响癌症的生活方式,不仅仅是吸烟,还有不良的饮食习惯。中国工程院院士、中国抗癌协会副理事长程书钧表示,我国居民膳食结构发生了明显的变化,城市和富裕农村中的超重和肥胖,已经成为严重的公共卫生问题。这也是导致结肠癌、直肠癌和乳腺癌等癌症上升的重要原因之一。

焦点二:环境污染

肿瘤学家们的共识是:环境污染、不良生活方式、食品安全问题与现代社会生活造成的精神压力是癌症高发的主要原因。

大气、水、土壤等环境污染加剧,成为备受关注的癌症发病率上升的主要因素之一。不排除在某些严重污染地区例如环淮河地区的"贡献率"大大提高。

中国医学科学院基础医学研究所教授、中国疾控中心原副主任杨功焕向记者展示了她经过 8 年调研的成果——《淮河流域水环境与消化道肿瘤死亡图集》,这张图展示了淮河流域癌症的真实一面。

图上标出了水质数据与肿瘤死亡数据比对,沿河区域与远离河流区域的数据比对等。"这个研究证实了污染和肿瘤的关系。"杨功焕不无忧虑地说,环境的问题不重视,贻害子孙。

环保部 2013 年印发《化学品环境风险防控"十二五"规划》,其中明确表示,因受有毒化学品污染,个别地区出现"癌症村"等严重的健康和社会问题。这被认为是承认存在"癌症村"现象的首次官方表态。

我国的肺癌稳居癌症死亡排行榜首位,因此当"十面霾伏"时,人们会将污浊的空气与肺癌等疾病联系起来。杨功焕表示,国际癌症中心研究署(IARC)已证实空气污染与肺癌的关系很大。有专家表示,我国将发达国家工业化进程上百年的环境问题压缩在数十年内,复合型的环境污染加上庞大的人口基数,对健康的影响更为明显。

记者走访了大量肿瘤防治专家、临床医生,他们认为,我国肺癌发病率还会上升。中国抗癌协会科普宣传部部长、北京宣武医院胸外科主任支修益介绍,长期大量吸烟(包括一手烟、二手烟和三手烟)是一个漫长滞后的致癌过程。

北京大学肿瘤医院院长季加孚说,空气中的 PM2.5 问题,是近些年才出现的。癌症的发展需要过程,因此,对于今天已经五六十岁的人来说,这种空气污染不会明显增加他们患肺癌的风险。但试想,一个 10 年前出生的人,从他小时候起,就长期呼吸这种高 PM2.5 的空气,今后得肺癌的几率肯定要大大提高。对此,季加孚很忧虑:"照目前这种环境污染的态势,中国的下一代将迎来癌症发病高峰。"

焦点三:家底不清,方向不明

"每年估计新发病人 300 多万,但是到底是多少,我们并不知道。"北京大学肿瘤医院副院长沈琳说,因为在很多基层和贫困地区连癌症诊断都成问题,我国癌症谱不同地区也不一样,高发病种也不一样。

沈琳的老师在上世纪 70 年代做过癌症流行病学调查,现在还在引用上世纪 70 年代的调查结果。

"现在生活水平发生翻天覆地的变化,癌症谱发生很大改变。"沈琳说,"但实际上发生怎样的改变并不知道,稀里糊涂地治疗,稀里糊涂地研究政策,没有一个肿瘤防治的总体策略,没有整体规划,怎么进行防治?"

我国肿瘤防治当前的"糊涂账"让所有肿瘤防治人员苦恼。多位肿瘤防治专家疾呼,我国癌症综合防控"家底不清",缺乏有效的综合防控措施。

中国医学科学院肿瘤医院副院长王明荣、全国肿瘤防治研究办公室研究员代敏等专家,用 6 个"缺乏"形容当前我国癌症防控的漏洞:缺乏以证据为支持的全国性癌症综合防控策略和措施,特别是缺乏预防措施;缺乏癌症负担及其危险因素的全面数据;缺乏癌症诊疗的全国性和区域性数据;缺乏癌症诊疗的标准化和规范化;缺乏国有知识产权的抗癌药物;缺乏相关立法和多部门协作抗癌的机制。

陈万青说,《2012 年中国肿瘤登记年报》全国肿瘤登记中心收到全国 104 个肿瘤登记处 2009 年的肿瘤登记数据,然而只有 72 个登记处的数据通过审核入选报告。根据世界卫生组织国际癌症研究署 2013 年的数据录用通知,我国大陆只有 12 个肿瘤登记处的相关数据达到要求。这说明我国部分肿瘤登记点的数据质量不高。

"防控癌症,我们缺乏最基础的数据。"北京大学肿瘤医院党委书记朱军说。基础数据的不健全,不仅使一些相关的科学研究难以开展,甚至会影响国家有关癌症防治规划的科学性、针对性。

"就像打仗,如果不派出侦察兵,都不知道敌人在哪儿,你打哪儿呢。"北京市肿瘤防治办公室副主任王宁说,美国的登记覆盖率达到 90%以上,生存率、死亡率都有详细的跟踪情况和数据库管理。

焦点四:缺乏统一规划,诊疗不规范

具有讽刺意味的是,由于癌症患者大量出现,各地肿瘤医院目前大多门诊量、住院量突飞猛进,但癌症预防工作却相当薄弱,人才队伍流失严重。负责全国肿瘤防控的国家癌症中心已经中编办和国家卫生计生委批准成立,但 6 年来,内设机构一直在筹建中,而且没有地方对应的机构支撑。

记者在一些省份调研发现,省一级的肿瘤防治办公室是卫生行政部门批准的,编制和人员都没有解决,多数挂靠在肿瘤医院,市、县两级,大多还没有成立相应机构。与此同时,基层肿瘤预防人员和经费非常匮乏。

"癌症的防控是综合性工作,必须很多部门合作,我国缺乏能够协调财政、卫生、环保、科技、民政等部门的统一癌症防控机构。"王明荣、代敏等专家还有一个担心,就要开始编制"十三五"规划了,在癌症防治方面,如何总结过去的工作,如何编制规划都悬而未决,更重要的是,如何落实规划。这都将耽误未来癌症防控工作的实际开展,也让那些从事了半辈子肿瘤防控工作的专家对"癌症宣战"有些顾虑。

"我们各个省都有肿瘤医院,而医学院却没有肿瘤专业,不可思议。"沈琳说,国家卫生计生委现在有 31 个学科,仅口腔就有 3 个学科,竟然没有肿瘤学科。当前医院里的所谓肿瘤专科人员,很多都是从其他领域改过来的,这也是造成患者被误诊漏诊,甚至治疗不规范的重要原因。

"全国到底有多少能够治疗肿瘤的医疗机构,多少肿瘤科的床位,没人完全说得清楚。"代敏说,肿瘤诊治机构、防癌体检机构均没有准入,谁都可以治疗肿瘤。技术没有准入,治疗标准各不相同。比如肿瘤治疗临床规范化,全国两次肿瘤防治规划都提到。

"现在治疗还是很混乱,指南也有,但是如果不按照这个指南走,也没有人受到约束。"陈万青说。