

# 名品试水网店 市场前景待检验

Coach的淘宝商城旗舰店上线,引发了人们对于传统中高端品牌开辟新渠道的热议。在占据B2C半壁江山的淘宝商城上开店,无疑能在最短时间内吸引最多的人群,但是这部分网店还是遇到了代购店冲击、不愿打折、消费市场待培养等尴尬。



## 为保品牌不降身价

目前国内,网购商品的一大特点就是低价。各大网商不遗余力大打价格战,颇费心思地造节做活动,而网络购物似乎也已成为过季、旧款商品的处理渠道。

但入驻淘宝商城的传统品牌却在突破这一做法。Coach表示,将在淘宝商城上发布新品。淘宝商城总裁张勇表示:“不少商品将只会在Coach淘宝商城官方旗舰店独家销售。”

正因为销售的产品均为新款,当然更重要的是为了维护自己的品牌形象,因此传统品牌触网并不会在商品价格上有过多动作。日前入驻淘宝商城的LV旗下彩妆品牌benefit高层表示,要做品牌一定不能降价,否则“我的品牌就毁了”。

但淘宝商城和淘宝网上并不缺乏低价竞争者。记者注意到,在淘宝商城和淘宝网上,有大量标着“7折代购”、“专柜正品代购”的店铺。这些店铺内的商品价格要比标签价低三成左右。

面对低价竞争者,benefit高层表示,他们将

发放一些免费的修眉体验券,并举办主题活动来吸引消费者。

## 消费群体待培养

事实上,线上、线下中高端消费品的客户群体并不完全一致。目前,国内的网购市场仍然处在“比拼价格”的时候。纵然“比拼服务”一定是未来的方向,但无论是各大网商不惜“亏损”做活动,还是“满××包邮”的营销策略,目前为止,吸引消费者的第一要素还是实惠。

据艾瑞咨询近日公布的《中国奢侈品网络购物用户行为研究报告》(以下简称《研究报告》)显示,2010-2011年中国奢侈品网购用户通过网络购买奢侈品主要缘于其价格优势,其中近七成的消费者购买产品是给自己使用。在这些消费者中,35岁以下的用户占比近八成,奢侈品网络购物的用户群体较年轻。而年轻人虽然愿意追赶潮流,但是面对动辄上千过万的商品来说,还是稍显吃力。

而此类中高端品牌如何把自己的目标消费群体吸引上网,如何在竞争激烈的网购战场上赢

得一席之地,还需要有个市场和消费群体培养的过程。

## 面临代购冲击

代购对于品牌商的冲击不仅来自于低价格,还有其积攒了多年的人气和口碑。据艾瑞咨询的《研究报告》显示,44.7%的用户经由朋友推荐了解奢侈品购物网站,口碑推荐效果最佳。

值得注意的是,在淘宝商城和淘宝网上,许多代购的网店已经经营了较长时间,有的店铺2007年开业,已经是“三皇冠”卖家。消费者胡小姐表示,自己已经收藏了代购店铺,也是老顾客了,上网就直奔主题,“都不知道还有旗舰店上线”。

更大的冲击来自海外代购。据了解,部分国际品牌要在中国内地销售必须向总部申请,而这个“申请——批准”的周期可能会长达数月。但是在这期间,海外代购商们却不受此限制,因此这段“真空”时间,品牌商们只能眼睁睁看着代购们大笔赚钱。

本报记者 王瑾一  
图片来源网络截图

## F团“五毛可乐”创 “O2O史上第一大单”

F团为期一周的“五毛可乐”团购项目结束。据统计,共有超过16万人团购了近90万听可口可乐。本月17日起,消费者可在本市十余个华普超市领取F团“双十二大促”活动的“五毛可乐”。这一被称为“史上最大O2O活动”的团购项目进入兑换高峰期。

F团负责人表示,这是超市第一次与该企业通过单品促销而非折扣券的合作。“不仅为我们开拓了新的营销思路,而且吸引用户的成本大幅降低。以后这种方式可能被广泛采用。”

据悉,F团在15日推出“五毛抢购2条雀巢脆脆鲨”活动,每一时段卖20万条。据统计,当日下午仅6分钟商品就被抢购一空,而在16日上、下午推出的促销中,分别只用了2分钟和4分钟。 本报记者 崇晓萌

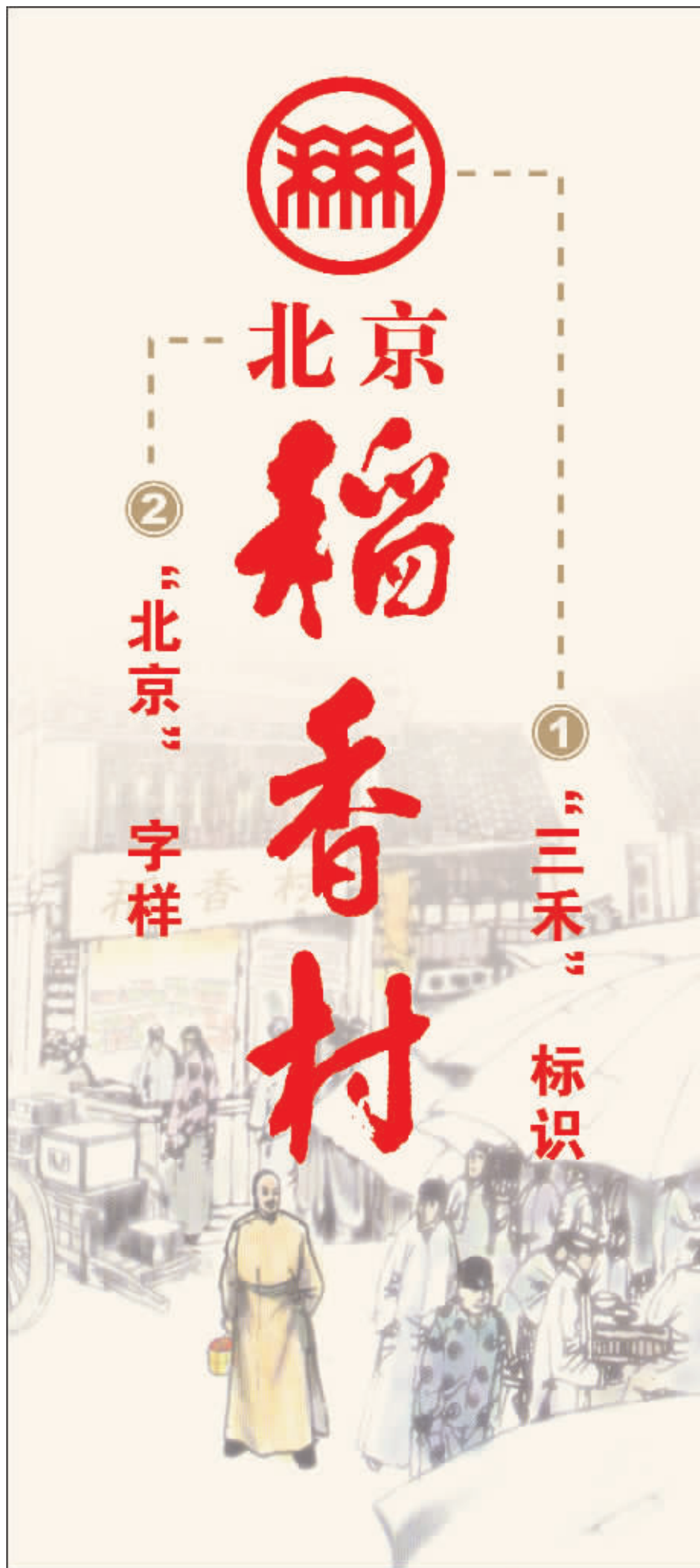
## 公益竞拍网站 “由你拍”上线

近日,定位于娱乐购物及公益合作的在线竞拍网站“由你拍”正式上线,商家涉足公益有了全新的平台。

据网站负责人陈兴跃博士介绍,“由你拍”是通过消费者参与在线竞拍,将所得收益直接用于解决目标公益机构的具体需求。

该网站上线后,将首先将专项低价竞拍所得分别用于瓷娃娃关怀协会和北京星星雨教育研究所这两家公益机构的教学和办公房租,数额分别为8万元和10万元。

据了解,瓷娃娃关怀协会是一个从事公益性、非盈利性社会工作的民间公益组织,致力于为脆骨病等其他罕见病群体开展关怀和救助服务。 本报记者 崇晓萌



购买北京稻香村产品请认准“三禾”标识;  
“北京”字样;

生产厂家:北京稻香村食品有限责任公司食品厂。

地址:北京市昌平区北七家镇工业科技园区

网址: [www.daoxiangcun.com](http://www.daoxiangcun.com)

咨询电话: 84043305