

奢侈品网购 只剩下噱头?

尚品网裁员事件过后,奢侈品电商再度成为行业焦点话题。目前,打着贩卖“顶级奢侈品”旗号的电商越来越多。在搜索引擎输入“奢侈品网站”后,佳品网、优众网、尚品网、珍品网、聚尚网等均出现在搜索结果前两页的位置。然而,记者从商品品牌、供货渠道及售后服务3个维度进行调查却发现,以“奢侈品”为卖点的电商却难以真正“奢侈”起来。

奢侈品牌 占比未过半

记者挑选了行业排名比较靠前、公众关注度相对较高的几家奢侈品特卖网站发现,真正被消费者认可的大牌在全部品牌中所占比例普遍低于四成。

在记者调查的5家网站中,“最大奢侈品时尚私卖网站”尚品网与京东旗下奢侈品网站360TOP的“国际大牌”占比较高,分别达到55%和53%。此外,360TOP也是品牌数量最少的一家,只有81个,成为惟一一个低于百个品牌的网站。在其他网站中,奢侈品占比均没有超过50%。

定位为“全球潮流奢侈品网络零售商”的珍品网共有107个品牌,其中大牌数量约为43个,比例为40%。“全球顶级时尚奢侈品在线零售商”优众网页面中一共有近200个品牌,其中大牌48个,仅占网站品牌总数的25%。“中国首家时尚名品特卖俱乐部”佳品网则大幅增加品类(如红酒、保健品)及下游品牌。记者对该网站女装、箱包、妆品等品类进行调查发现,上述品类中的大牌商品约占三成左右。

在业内人士看来,由于中国大众对奢侈品的线上消费仍未习惯,仅仅贩卖奢侈品,网站很难引入足够流量支持运转,因此产品线向下游扩充属普遍现象。

对此,第五大道奢侈品网CEO孙亚菲认为,目前,国内奢侈品电商还“不够奢侈”。有些奢侈品电商一边摆着几万元的包袋,一边又卖着几十块钱的开瓶器。

“创业之初,大家的目标是打造‘线上奢侈品奥莱’。当奢侈品业绩低于预期时,很多商家开始引进二线品牌,开拓新品类,不再惟大牌是论。这时大家成了‘线上百货商场’。一段时间后,这个领域竞争激烈,再次引进低端品牌与品类。此时的奢侈

品网店就变成了‘线上超市’。”孙亚菲如是描述国内的奢侈品电商。

■注:调查中的“国际大牌”包含国内消费者较为认可的一线、二线奢侈品品牌及其副牌,但不包括高档时装品牌、潮流品牌和大众品牌。

伪买手 渠道不奢侈

在国外,买手与企业职工一样,是作为一种正规、全职的职业存在的。在大学里,买手作为一个独立的专业,每年培养大批专职从业人员。

“优秀的买手需要在专业的环境中学习,并且必须加入行业协会,协会会为会员提供许多品牌渠道资源。这是一种非常正规的制度。”曾经从事买手职业的赵小姐表示。她认为,买手分为很多层级,但任何一个买手,都必须要有良好的品牌关系,以确保拿到一手货源。

国内不少奢侈品电商标榜的所谓买手,事实上都是一些没有受过训练、没有品牌资源的兼职人员。一些国际航班乘务员、外国留学生都可以成为网站供应商。

“其实买手远不止是把货物买下来。”赵小姐告诉记者,一个好的买手需要了解市场需求,对于流行趋势要有前瞻性的把握。

“如果对市场风向和时尚趋势有敏锐的嗅觉,自身还拥有良好的品牌关系,可以拿到低折扣的商品,这就是买手中的‘极品’。这样水准的买手,在全球也凤毛麟角,是各大企业争相抢夺的优质资源。”

然而,买手在国内仍属新兴行业,许多消费者都对该职业知之甚少。“也许就是利用这种信息不对称,国内很多奢侈品电商所推崇的买手制,大多只是噱头,实际上他们只是国外奥特莱斯商品的‘搬运工’。”

有业内人士爆料称,呼哈网此前标榜其海外买手团队能够做到欧洲“零

时差”发货。这实际上是个障眼法。

“页面虽然显示这件商品位于‘北美’,但其实它可能就躺在北京的库房里。”该人士认为,绝大多数电商的“买手制”都是“挂羊头卖狗肉”。很多商品都是由非买手从海外代购回来,然后放在网站上售卖而已,而且这些商品大都没有取得奢侈品品牌公司的授权。

奢侈品电商 缺高端服务

如果说伪“买手制”的渠道问题仍没有过多影响用户体验,那么服务则是奢侈品电商亟须解决并应长期重视的一个问题。

消费者孙小姐诉称,佳品网涉嫌侵犯消费者知情权,希望向该网站“讨说法”。

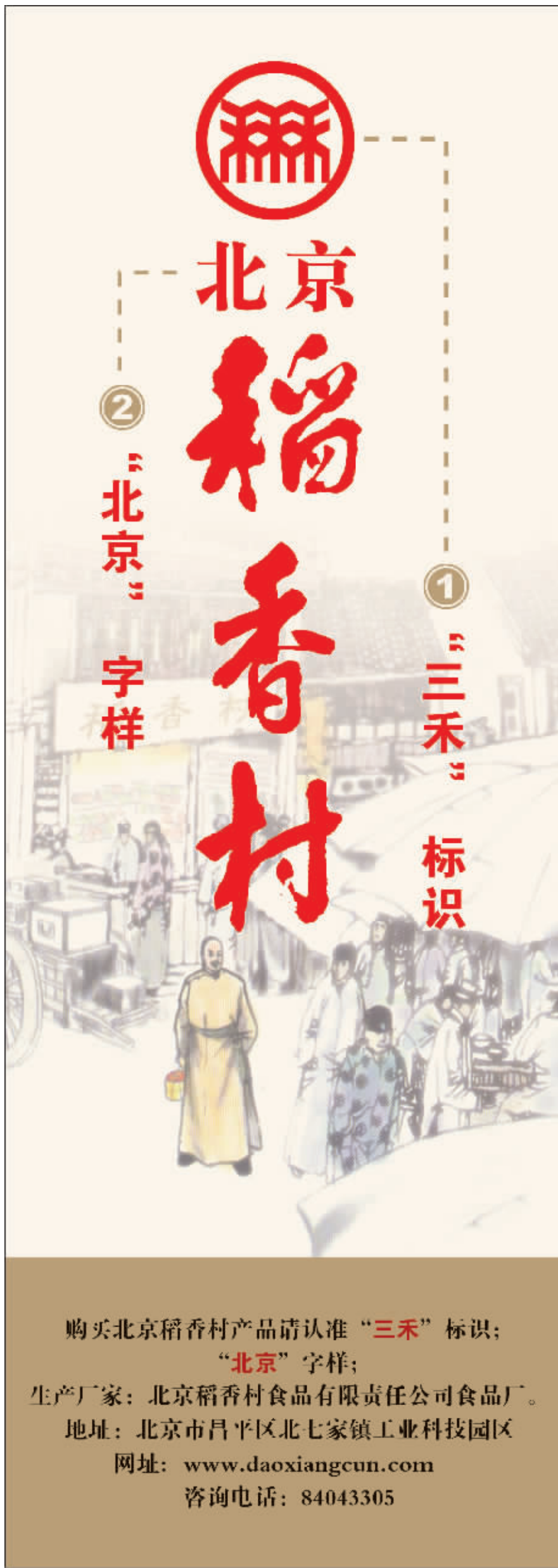
“我11月底就下单了,中间打过很多次电话。客服一开始说已经从欧洲仓库发货了,需要18-22个工作日货才能到。再打电话过去,客服说货在海关。1月终于收到消息说,海关已经清关了。我等了一周后打电话过去,却被告知这商品缺货。”孙小姐对此表示十分不解,认为她购买的商品很可能根本就“不存在”。

尚品网一位配送员则表示,尚品网每天的发货量不小,但退货量也很大,退货率一直居高不下。业内人士认为,这一方面有可能是商品质量问题,另一方面可能是由于其用户体验存在问题。

此外,发货周期超长、客服电话接通难、退换货程序复杂、退款等待时间长等现象,也让奢侈品电商们的服务难以“奢侈”起来。在业内人士看来,这与行业门槛偏低,企业品牌效应和营销力较弱关系密切。

■注:调查范围仅限于自主营销式B2C垂直奢侈品购物网站,不包括C2C、平台式B2C以及含奢侈品频道的综合购物网站等。

本报记者 崇晓萌 刘一博



北京稻香村

“三禾”标识

“北京”字样

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
咨询电话: 84043305