

奢侈品电商并购潮再起

寺库欲借壳米兰站上市再次搅动奢侈品电商市场。在2010年接二连三上线后,奢侈品电商经历了倒闭潮,继而转入默默无闻的运营中。在中央政策令奢侈品消费大幅下滑的背景下,原本就勉强维生的奢侈品电商生存愈加艰难。有观点认为,奢侈品电商尚处于培养期,但已有不少接受了投资的企业即将面临资本五年的退出期,行业将开启新一轮倒闭兼并潮。



从唱盛到唱衰

寺库有意通过收购米兰站实现借壳上市,虽然双方都未给出肯定的答复,但不可否认的是,奢侈品电商在过去的四年里从一个资本追逐的热土发展到现在众人唱衰的模式,而且呈现出两极分化的局面。在此之前奢侈品电商优众网倒闭的传言刚刚平息。

事实上,在过去两年中,奢侈品电商资金链断裂、倒闭的传言不断,呼哈网欠薪事件和员工辞职、走秀网裁员、尊酷网CEO离职、网易尚品关停等似乎都在验证传言。今年3月佳品网CEO杨培峰正式辞职,经营模式也由奢侈品电商B2C平台转型为梅西百货在华的在线购物平台。佳品网从2009年上线以来曾获五轮融资,它的“沦陷”让其他奢侈品电商心有余悸。

米兰站从2012年10月起至2013年6月,一共发出四次盈利警告。截至今年6月底,米兰站亏损1030万港元,而去年同期

盈利40万港元,内地业务销售额同比下跌25.9%至3200万港元。上个月即发表公告表示,在与第三方买家接触。

尴尬的培养期

易观咨询分析师毛阿晶认为,奢侈品电商还处于培养阶段。“目前网购的主流人群处于25-35岁之间,奢侈品电商若要从这些消费人群中挖掘目标消费者比较困难,而且奢侈品对商品品质和购物体验、售后都有一定的要求。”

第五大道CEO孙亚非亦持相同观点,“奢侈品电商需要一个良好的市场环境,需要消费者对在线购买奢侈品有一个习惯的阶段,而现在网购产品主要是初级的产品”。孙亚非认为,奢侈品电商现在只是刚刚起步,不管是市场信用的培养还是消费者培养都是一个漫长而且循序渐进的过程,至少还需要三五年

的时间,无法突飞猛进。但是投资是要求回报周期的,退出的时间一般都在五年左右,长的话十年,这就造成奢侈品电商的尴尬处境。

有业内人士透露,尚品网曾经拿到不少大额投资,但很快烧完,投资方无法中途退出,只能继续投,但现在依然处于勉强维持状态。

转型还是并购

孙亚非认为,奢侈品电商的模式并没有问题,只是需要时间,在用户中形成口碑其实是有前景的。“是一次长跑,而不是百米冲刺。”但是,毫无疑问,资本如果不再看好奢侈品电商而迅速撤走的话,会出现一大批奢侈品电商的倒闭。

除了收购兼并,转型被看做是奢侈品网站的“保守治疗”途径。在业内

人士看来,不少奢侈品网站在市场遇冷后,在投资方的压力下开始以折扣冲销量而换取生存机会,但奢侈品长期折扣就面临品牌被损害的问题,一方极力维护和保持自身的血统和出身,另一方却高举价格大旗煽动大众热情,让其离奢侈品越来越远。

事实上,不少奢侈品电商已经从打折慢慢转型。走秀网目前已经将定位转型“全球时尚正品百货”,为海外中高端时尚品牌的中国卖场及服务解决方案商。而唯品会是“一家专门做特卖的网站”,创立初期的高端定位已经不见踪影。

北京商报记者 邵蓝洁/文 宋媛媛/制图

TOP10 NEWS

1. 万达电商计划于本月正式启动

万达计划于本月正式上线网站和App,目前具体的上线时间还有待万达高层最终确认。从2012年初业界传出万达为组建电商团队高价挖人开始,行业内对万达电商的进展十分关注,但业内人士对万达做电商并不看好。

2. 淘宝与Coach合作打假

Coach宣布与淘宝网更新合作备忘录,打击网上售假行为,对于假冒产品采取“零容忍”的态度。淘宝网将打造知识产权系统平台,为Coach等合作品牌提供工具和平台,向公众传达其知识产权的资料以及侵犯知识产权可能引发的后果。

3. 山姆会员店加大生鲜配送范围

山姆会员店将上海站和深圳站的生鲜直送服务区域进一步扩大,提高其覆盖面。据悉,山姆会员店是沃尔玛旗下高端会员制商店。目前进口食品、日用、百货等线上业务已经覆盖包括深圳、北京、上海、广州等在内所有已开设山姆会员店的城市。

4. 宝岛眼镜瞄准O2O

宝岛眼镜将于本月尝试与一些团购网站合作O2O模式。“双11”期间宝岛眼镜已与七乐康合作尝试线下互动。只要在七乐康消费涉及的隐形眼镜类相关产品的客户,可以免费获得宝岛眼镜在线下的专业验光服务。

5. 福建明确跨境电商鼓励政策

福建省政府已经转发了《福建省跨境贸易电子商务工作实施方案》,明确跨境贸易电子商务鼓励政策,并多方面提及同邮政、快递的对接和协作。该方案提出,将积极争取中国邮政集团公司的支持,还将引进国内外知名网络服务商、电商、物流商。

6. 温州鹿城推外贸电商平台

温州鹿城区政府与阿里巴巴达成框架协议,将于明年1月联手推出外贸电商运行平台。该平台集外贸网商协会、温州阿里网商学院、温州外贸电商联盟于一体,将落户于双屿街道总部经济园。未来两年,将面向全市发展2000家外贸电商企业。

7. 户外资料网开评户外产业奖

由户外资料网主办的“2013中国户外产业年度评选”开启。评选的奖项分为品牌、渠道、装备三大类,总计8个奖项。品牌类奖项设置中,将分设综合类和单品类两个类别;本年度渠道类奖项设置中,在坚持原有专业综合户外店评选基础上,将新增大众渠道奖项。

8. PayPal试点自动签到支付

PayPal现在正在德国一些合作餐厅、咖啡馆试点一项移动支付,是自动签到式的无缝移动支付,支付过程用户甚至无需掏出手机。当PayPal用户走进合作商家时,系统上会呈现出到店顾客和顾客资料,结算时商家通过对比照片和资料等方式识别顾客,用户确认订单后直接从PayPal账户完成支付。

9. 澳大利亚拟对跨境网购征税

澳大利亚中央政府和州政府正在讨论对跨境网购征税的问题,从明年开始,跨境网购者将支付一定比例的货品服务税(GST)。澳大利亚政府的征税行为必然会导致跨境网购成本增加,最终影响到海外网上卖家。

10. 英时尚电商Boohoo明年谋上市

英国时尚服饰电商Boohoo.com计划在2014年一季度上市,并已聘请曼彻斯特私募股权基金公司Zeus Capital Ltd.作为上市顾问。该公司发言人表示已为Boohoo.com的上市在大型机构投资者间进行市场测试,结果令人鼓舞。

栏目主持:卢亦杉

美国或开启电商征税时代

“双11”大战刚刚结束之际,马云一句支持向电商征税让业界重新把目光放在了电商法制化之上。而与此同时,电商产业最为发达的美国也在热议电商征税话题。企业是否应该征税、应该怎样征税的问题因亚马逊与Overstock“拒交”纽约州电商税事件而引发关注。

日前,美国最高法院拒绝为亚马逊与Overstock就网购缴税举行听证会,这意味着,作为美国第三大州的纽约州将继续要求州内包括巨头亚马逊在内的电商网站向当地顾客征收销售税。

1992年的美国最高法院规定,在线零售商在没有设立实体店的州销售商品,不需要向顾客征收销售税。大部分州认为,如果电商在该地设有实体店、办事处或配送中心,那么就应要求顾客缴纳相应的销售税,而纽约州2008年的相关法律规定,在线零售商只要与纽约州境内的实体店商有业务联系,为在线零售商带来了销售额,那么该在线零售商就应向纽约州的顾客征税。

资料显示,今年3月美国纽约州法院裁定亚马逊及Overstock必须向纽

约州的顾客征税,而在10月伊利诺伊州法院就一起类似案件判定两家电商企业胜诉,无需征税。正是由于不同州对于电商征税的理解产生了偏差,亚马逊与Overstock认为纽约州的裁判有误,因此恳请最高法院参与此案,但最高法院予以拒绝。

美国最高法院并未解释因何拒绝。Overstock的执行副主席Jonathan Johnson对此表示失望,他认为最高法院的不作为是将问题扔给了美国国会。而亚马逊方面也表示,美国国会应该采取行动解决征税问题。

在国外,销售税对企业和消费者而言是一笔不小的支出,向顾客征收销售税代表着网购价格或较之前提高,部分以低价营销为主的电商企业将受影响。有分析认为,亚马逊由于不需缴纳销售税在零售市场内保有价格优势。也有评论认为,纽约州拿亚马逊等大型电商企业开刀,是为其他州树立典范。据了解,由于美国立法机构对电商征税一事未有清晰界定,有不少电商钻法律的空子,造成美国财政上百亿美元的损失。

北京商报记者 卢亦杉