

编辑 沈素然 美编 王飞 责校 杨少坤 电话:64101873 sszk2011@126.com

· 资讯 ·

第十一届年度先生盛典在京落幕



近日,由时尚传媒集团《时尚先生》杂志携手BMW打造的第十一届年度先生盛典在北京工人体育馆落幕。活动现场,知名导演陈可辛,演员徐峥、冯绍峰,歌手汪峰、崔健荣获本届时尚先生称号。据悉,本届年度先生盛典首次引入“精英评审团”和“大众评审团”。前者由100位社会精英组成,后者由公众通过杂志、互联网参与“先生行动”、“先生专列”等渠道评选得出。两大评审团以精英先锋性作为评判标准,评选出最具时代风貌气息的年度先生。

苏富比举行珠宝“私人洽购”预展



近日,国际著名拍卖公司Sotheby's苏富比北京2014年秋季拍卖预展上,来自香港的苏富比钻石及来自伦敦的古董珠宝商S.J.Phillips Ltd.携各自典藏级珠宝进行了“私人洽购”预览。如今,“私人洽购”已经成了海外典藏级珠宝商们进入中国市场的试金石。苏富比亚洲区主席黄林诗韵说,“我们希望通过私恰的方式给国内的买家展现苏富比在各个不同领域的涉猎,将国内藏家的视野延伸至全世界,甚至今后他们会追随苏富比在世界各地的拍卖会”。

IDDF陈列设计金奖颁奖典礼举行



第九届IDDF国际陈列设计金奖颁奖典礼于12月5日晚,在751LIVE TANK如期举行。本届IDDF设置五大奖项,分别为年度陈列设计金奖、年度杰出家居软装设计师奖、年度最佳橱窗奖、年度最佳设计团队奖、年度最佳陈列设计新人奖。据悉,IDDF国际陈列设计金奖为表彰在服饰、家居及各界商业视觉领域中表现卓越的设计师而设置,是国内同等设计师奖项中惟一个专属于陈列设计师的交流平台。

栏目主持:沈素然

奢侈品牌的抢人大战

LVMH成“挖脚”重灾区

2014年部分奢侈品牌高层更迭一览

品牌	所属集团	新任人员	职务
爱马仕 工作背景:曾效力于Maison Martin Margiela、C é line。签约爱马仕前,任美国高级女装品牌The Row女装设计总监	爱马仕	Nad è ge Vanhee Cybulski	女装创意总监
Z Zegna 工作背景:Jil Sander前首席设计师,曾为Valentino、Prada工作	杰尼亚	Francesco Muzi	首席设计师
Coach 工作背景:Michael Kors前欧洲零售副总裁	Coach	Sadie Tew	零售和客户体验副总裁
Maison Martin Margiela 工作背景:Dior前首席设计师,时装界浪漫主义大师,因种族歧视言论引发的风波被Dior解聘	独立运营	John Galliano	首席设计师
Net-a-porter(奢侈品电商) 工作背景:香港连卡佛现任时装总监,在连卡佛工作20年	历峰集团	Sarah Rutson	全球采购副总裁
i-Watch 工作背景:前LVMH集团旗下豪雅表销售副总裁	苹果公司	Patrick Pruniaux	未公开
Rolex 工作背景:前LVMH集团旗下腕表品牌真力时Zenith CEO,曾将受石英表冲击的真力时销量从8000只提升至5万只	劳力士集团	Jean-Fr é d é ric Dufour	首席执行官

2014年,是奢侈品人才遭遇疯抢的一年。从首席设计师到管理高层,耳熟能详的大牌上演一幕幕换帅大戏。有人是吐故纳新,有人是主动挖脚,高层更迭的背后,是奢侈品行业残酷的市场环境,也是品牌间的较量。

LVMH成“挖脚”重灾区

挖脚,不是褒义词,但对于布局新业务或者挽救岌岌可危事业的公司来说,不仅要挖,还要挖最牛的人。奢侈品王国的第一巨头路易威登集团(LVMH),2014年仅腕表部门就先后被劳力士集团、苹果公司挖走两员大将——品牌总监、销售CEO。

人才流失与集团重新整合业务部门有直接关系。自2011年以37亿欧元收购Bvlgari宝格丽以来,LVMH集团钟表珠宝部门的比重激增,去年占LVMH集团总收入的10%左右。这对于近两年来业绩增长只有个位数的LVMH集团而言,是难得的好消息。同时,瑞士钟表巨头Swatch集团收购第三方零部件供应商的步伐不断加快,给腕表不是主力但业绩成自救良药的LVMH集团再添压力。于是今年初,为重振配饰业务,LVMH集团就将腕表与珠宝部门分拆单独运营,于是腕表部门成为独立大户后,谁是一把手就成了敏感话题。未受到重用的候选人真力时CEO易主劳力士。

损失了一员大将又接着被苹果挖脚,豪雅表CEO进入i-Watch麾

下。随后,LVMH集团宣布将于明年7月也推出智能腕表,并表示不会复制苹果公司的智能腕表概念。

年近尾声,LVMH集团又陷“被挖危机”。劲敌开云集团旗下Gucci接触LVMH旗下纪梵希设计总监Riccardo Tisci。

Dior前首席设计师加入Maison Martin Margiela

如果说腕表大亨是为了如虎添翼,有的品牌则是为了另辟蹊径。

曾风光无限的Dior前首席设计师John Galliano才华横溢,被称为“鬼才”,打造了无与伦比的Dior浪漫时尚帝国,而酗酒、滥用药物、种族歧视的丑闻也始终伴随着他。和Dior解约后,10月,张扬、外放、明星般存在的他被奉行解构主义极简低调风格的Maison Martin Margiela任命为首席设计师,首秀也将于明年1月12日亮相伦敦。业内人士感叹,这看似风马牛不相及组合的同时,也许是为了给叫好不叫座的Maison Martin Margiela制造话题,也许是面对汹涌的时尚设计更迭,Maison Martin Margiela想要新突破。

Mulberry换帅把关“轻奢”定位

2014财年财报显示利润率下滑近50%的英国奢侈品牌Mulberry也任命了新的非执行董事。曾效力于纽约奢侈品业最有影响力百货公司之

Barney's NY并时任其时尚总监的Julie Gilhart,被称之为“顶级买手”并在Barney's NY工作了18年。Mulberry品牌的执行主席和董事会成员们受够了奉行高大上路线的前任首席执行官Bruno Guillon,于是在2014财年财报公布不久后确认了Mulberry的“轻奢”路线。让Julie Gilhart加盟,为了给转型中的Mulberry把好风格定位这一关。

Coach挖MK零售高管助其转型

Coach正在向更高端的生活方式类品牌进军,自从任命了Loewe前设计师后,Coach多了更具美感的成衣系列,也出现了自主设计的鞋履、手袋。消费者发现Coach变美了。但要彻底转型的Coach野心不限于此。从其官方公布的四步战略便知,门店、产品、设计、营销都要全方面升级。门店升级已经从11月的美国蔓延全球,设计由Stuart Ververs全面掌控,营销需要一员大将。于是Coach直接从竞争对手Michael Kors那里挖来欧洲零售副总裁。这位为Michael Kors 2014财年带来51.8%收入增幅的人才不可多得。至此,Sadie Tew成为Coach零售和客户体验副总裁。

时尚消费市场面临着前所未有的更新换代和消费结构调整。面对机遇和挑战,经营不易,转型更不易,惟有且行且珍惜。

北京商报记者 王晓然 沈素然/文 王飞/制表

客单价高 提袋率低 潮人只逛不买

买手店连卡佛在华转战中产消费

某意大利顶级奢侈品牌买手告诉北京商报记者,国内定位于中高端的买手店数量众多,以P-Plus扩张速度最快。

北京商报记者登录其所属的深圳品嘉百货有限公司官网了解到,短短两年间,P-Plus已覆盖了从北上广到杭州、西安,甚至贵阳、吉林等从一线到三四线共16个城市。不难看出,国内中产阶层消费市场已逐渐成熟。

全国买手店247家买手百货在华迎来第二轮竞争

自1997年法国买手制百货巨头老佛爷在王府井初试中国市场告败后,17年间,来自香港的连卡佛、Joyce、I.T,2013年重回中国的老佛爷以及来自意大利的10 Corso Como……境外买手店开始了内地市场的跑马圈地。

反观内地市场自身,本土买手精品店数量也以惊人的速度覆盖全国。9月国内最大商业地产咨询公司RET睿意德发布的《中国买手店研究报告》数据显示,目前中国内地有海内外买手店247家,其中上海75家、北京46家、广深两地27家、成都21家,买手店品牌数量从连卡佛入华时的2个激增至51个。

在海外买手店中,仅以意大利的Attos为例,从2011年在上海开设首家店至今已在全国开设5家门店,远超人们熟知

的连卡佛、老佛爷的开店速度。

时尚买手制市场内部的竞争已经形成。如何在激烈竞争中脱颖而出,周婷认为,必须注重客群和产品的细分,从服务到体验精准对接。I.T在2013年连续关掉内地31家门店挽回损失后,也用自有品牌重新打开新兴市场。至于国内各新兴买手百货品牌,则以追求“新奢侈主义”的P-Plus为首,稳步走在扩张之路上。

北京商报记者 王晓然 沈素然/文 王盟/摄