

· 商讯 ·

## 广东圣诞用品出口增长三成

据新华社电 广州海关最新统计显示,今年1—11月,广东出口圣诞用品70.7亿元人民币,比去年同期增长29.3%。其中,11月出口1.6亿元,增长27.9%。

圣诞用品出口具有明显的季节性,通常每年的7—10月为出口旺季。统计显示,今年三季度,广东圣诞用品月度出口规模保持在11亿元以上的高位,其中8月、9月分别出口18.8亿元和19.6亿元,屡创历史新高。海关人士认为,作为广东圣诞用品的传统主要出口市场,欧美国家经济复苏,传统消费市场需求回暖,刺激消费者对圣诞用品的购买意愿增强,拉动广东圣诞用品出口值增长。今年11月,广东对美国出口圣诞用品7196万元,增长2.2倍,占同期广东圣诞用品出口总值的44.5%;对欧盟出口2926万元,增长13%,占18.1%;对澳大利亚出口1003万元,增长2.1倍,占6.2%。同期,对东盟出口1353万元,下降61.2%,占8.4%。

## 顺丰10亿打造常州园区

北京商报讯(记者 李铎 王运)顺丰打造电商产业园的消息不断。昨日有消息称,顺丰物流和常州高新区管理委员会正式签订了有关的合作协议,由顺丰出资10亿元在常州建设并运营有关电商产业园。顺丰将利用常州区位优势充分发展物流。

据了解,顺丰电商产业园项目占地面积约150亩,总投资将达10亿元。该项目将依托常州机场及常州航空产业园优势,在常州成立区域总部,除了传统速运、配送业务,还将进行园区建设。园区建成后,顺丰常州区域员工将达到3500余名,营运车辆200多辆,包括3个二级中转场以及3个仓储中心,2016年全区营业收入目标是超过5亿元,其中常州市区范围营业收入超过3亿元,并且每年保持30%以上增长。

此前,已有长沙、广州等多地传出与顺丰合作打造电商产业园。在业内看来,近来电商发展氛围浓厚,各地对于物流需求也愈发强烈,物流企业可借机快速发展。

## 大润发飞牛网试水生鲜

北京商报讯(记者 邵蓝洁)大润发旗下B2C电商飞牛网宣布上线生鲜业务,预计12月27日起上海地区的买家可通过飞牛网购买生鲜商品。与此同时,飞牛网还将借助大润发遍布全国的300家门店超市资源,打通线上线下一体化供应和体验,并快速完成从上海到全国的业务布局。

据了解,飞牛网生鲜配送首批仅在上海地区做试点,只要买家截至上午11点前下单,下午5点客户就能收到货。同时,为了解决买家收到生鲜品后的保鲜携带问题,飞牛网还会为每一个客户免费借用一个保鲜箱。无论客户是在家里还是在办公室收货,收到货之后的储存、携带、直到最后客户家里,全程都是冷链保存。目前,国内已有大大小小十几家生鲜电商网站。这其中既有传统农产品销售商,有物流快递公司向生鲜业务的扩展,更有像天猫、京东这类知名大平台电商的深耕布局。加之这些网站普遍性的亏损,更有某些生鲜电商上线仅一个季度即关门倒闭的极端事件,有业内人士认为,市场留给飞牛网的生鲜机会和环境可以说非常稀缺而残酷。

## Gucci被曝成本24欧元 LV被称成本200元

## 奢侈品“低成本”频遭起底

动辄上万元的奢侈品,生产成本到底有多少?日前,意大利某电视台曝光了老牌奢侈品Gucci售价1000欧元的手袋组装成本仅24欧元。无独有偶,一篇声称“LV批量制造成本在200元左右”的文章也在网络上流传。

## Gucci手袋成本24欧元?

目前,意大利电视台“Rai 3”在《Report》栏目中报道称,Gucci在意大利佛罗伦萨坎迪奇小镇工厂使用廉价中国劳工,每日劳动时间长达16个小时,且周六不给休息时间。这家分包商Mondo Libero公司相关负责人Aroldo Guidotti在节目中表示:“公司以24欧元的价格将手袋出售给Gucci公司,但在Gucci店面售价高达1000欧元。”

北京商报记者发现,在另一份针对该节目内容的翻译指出,“售价接近1000欧元的Gucci手袋组装成本仅24欧元”。

对此,北京商报记者昨日联系到Gucci中国公司客服,对方表示,该节目

所称“成本仅24欧元”属于断章取义,属于选择性地提及特定环节的特定故事,对品牌是一种污蔑。她表示,24欧元仅仅是产品的生产组装成本,但实际上一款包袋的真实成本要高得多,还包括如优质皮革原料、产品包装、物流运输以及销售渠道等成本。

## LV包包成本不足400元?

无独有偶,自称在“制造业工厂干过的人”的网络作家“饱醉豚”日前在一篇文章中说:“某种专柜价2万元左右的LV包包,我估计大批量制造成本在200元左右。批量稍小一点可能需要400元。”文中还提及,LV包包用的合成材料是压纹PVC涂层帆布或牛津布,且“优质的PVC树脂的价格是十几块钱一公斤”,而五金件如果是批量生产大概需要20—50元。按其这样算下来,一个LV包包成本约220—450元之间。

对此,北京商报记者联系LV集团中国公司媒介负责人时被告知,LV公司一

向不会针对类似传闻做回应。不过,LV品牌官方客服Monica告诉北京商报记者,每一款LV包从材质、工艺和设计上都有其价值所在,目前为止品牌未披露过单个产品的成本、利润率等信息。Monica同时表示,客户购买奢侈品的理由包括产品、品质、工艺和品牌历史等,这些因素不能与普通几十元的包袋相提并论。她还表示,LV在中国没有代理加工厂,产品皆由海外生产,其中皮革制品主要产自法国、意大利、西班牙等地区。

## 理性消费呼唤价格回归

遭遇价值质疑的奢侈品不仅是Gucci与LV,今年5月,北京商报曾报道,上万元的阿玛尼西服或夹克,面料非来自时尚之都意大利而是出自某山东企业,成本仅数百元。该代工厂还宣称,同时为BOSS及杰尼亚等国际一线奢侈品提供面料。

奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷表示,以前奢侈品处于相对封闭的市场,消费者无从了解品牌生产原

料、品牌定位等,仅凭价格和品牌的形象塑造来判断产品品质,“贵的就是好的”这样的奢侈品品牌模式一直在成功运作。但是,如今互联网和信息化发达,此前封闭的信息一下子透明了,公众和媒体的质疑便随之而来。

但周婷同时认为Gucci成本只有24欧元的说法并不准确,因为这仅仅是其生产诸多环节中的一个,还有很多环节的成本未能计算在其中,“这些成本所占售价的比例一定是个很小的数字”。周婷告诉北京商报记者,一些奢侈品营销成本就高达50%—60%。

不可否认的是,如今奢侈品的整体利润率呈下降趋势。有分析认为,无论从国内市场还是国际市场来看,对奢侈品成本的质疑都越来越多,这也从一个侧面反映出消费者的理性趋势。“未来,奢侈品应回归理性本质,使得全球价格体系平衡。并且接下来将是做好产品和服务,而不是以广告加活动来炸开品牌市场。”周婷建议。 北京商报记者 王晓然

## 移动电商探索新模式

## 拍拍网招揽微商“正规军”

北京商报讯(记者 李铎 王茜)本属腾讯的拍拍网,在被京东收编之后成为其手中直指淘宝的一柄利器。日前,拍拍网提出“去中心化和中心化相结合”的战略,企图帮助商家在去中心化的趋势下通过各类中心化的解决方案迅速完成转化。京东集团副总裁兼拍拍网总裁蒉莺春表示,移动电商的迅猛发展,生态链上商家都在寻找新的模式,以期在未来获得更大的红利,在此背景下拍拍网创造“去中心化与中心化结合”的移动电商生态体系,引领微商进入正规军时代。

拍拍网相关负责人介绍,目前,淘宝、京东、天猫等吸引了众多流量,中心

化平台趋势明显,拍拍PC端店铺可以与拍拍微店实现流量互通,微信、手Q等多个入口也可以为拍拍微店导流,拍拍App客户端也将成为拍拍微店的引流平台,这就形成去中心化趋势。另外,拍拍网设有品控部门,对于微商户进行把关和监管以实现“正规化”,拍拍商家在获得流量后,可以通过“正规军”的运营模式保证真正的“去中心化”模式下的粉丝沉淀。

日前,拍拍微店中心化解决方案已经初步布局完成,自上线以来,拍拍微店运营店铺已达1万家,单日峰值下单金额达到6000万元,销售占比已经超过了拍拍网全站的30%以上。

## 2014北京商业高峰论坛明日举办

## 京津冀首度共议一体化商业机遇

北京商报讯 在京津冀协同发展提升到重大国家战略高度后,探寻务实合作逐渐成为众望所归。本周五,2014北京商业高峰论坛将在北京歌华开元酒店举办。届时,来自京津冀三地的商业精英、政府部门以及专家学者将以“京津冀一体化的商业机遇”为主题,就三地商业服务业发展的务实合作展开研讨,并针对京津冀一体化发布年度商业发展蓝皮书。

北京商业高峰论坛由北京市商业联合会与北京商报社联合主办,是京津冀区域内规模最大、层次最高的商业发展前沿活动,也是北京十大商业品牌评选活动的重要组成部分,每年就行业发展

趋势进行前端讨论。本次商业高峰论坛,是在“关于落实京津冀共同推进市场化进程合作框架协议商务行动方案”签署后,北京、天津和河北商务主管部门首次就协同发展战略下的商业规划、商业机遇和挑战进行面对面交流。

作为北京传媒行业中首个针对流通领域设置的研究机构,北商商业研究院将在本次论坛上发布《2014年度北京商业发展蓝皮书》。今年报告的核心内容,将通过对通州、房山、武清、香河、迁安、固安、白沟等京津冀三地14个有代表性的区位特色分析,奉上一份关于“京津冀一体化商业机遇”的详尽调查报告。



## 2014年度(第十届)北京十大商业品牌大型公益评选

## 十年:新常态 新征程

扫描二维码,了解活动详情



评选活动官方网站



官方微博账号



官方微信账号

即日起至2015年1月31日,只需关注@北京商报(新浪微博)即可参与抽奖活动。

主办机构:北京日报报业集团/北京市商业联合会

承办机构:北京商报社

支持机构:北京市商务委/北京市工商局/北京市国资委  
北京市发改委/北京市统计局/北京市地税局  
北京市质监局/北京市贸促会/北京市工商联  
北京市社科院/北京财贸职业学院

学术支持:北商商业研究院

特别支持:中国商业联合会/中国经济报刊协会

协办机构:北京商业经济学会/北京网络媒体协会  
北京市产业经济研究中心  
官方媒体:北京商报  
官方网站:北京商网(www.bjbusiness.com.cn)

北京十大商业品牌评选互动组委会秘书处

致电:010-64101816

邮箱:bjsdp2012@163.com

致函:北京十大商业品牌评选组委会秘书处  
(北京市朝阳区和平里西街21号)  
北京商报大厦 邮编:100013