

编辑 王晓然 美编 胡潇 责校 杨少坤 电话:64101873 sszk2011@126.com

# Prada奥莱渠道降价两成

## 国内外价差持续缩小

继公布上财年亚太区业绩下滑16%后不久,Prada选择在内地奥特莱斯渠道开始对部分商品大幅降价,降幅最高20%,迫近香港的水平。分析人士预计,在损失品牌形象与艰难业绩的两难之下,降价是惟一的选择,最快1-2年内中国市场奢侈品与海外的价差将基本拉平。

### 奥莱线降价

北京商报记者近日走访发现,Prada在北京直营的八达岭奥特莱斯门店开始实施调价,部分包袋商品的折扣优惠幅度高达20%。

Prada八达岭奥莱门店的工作人员表示,此次调价后,很多商品的价格几乎与香港免税港达到同等水平,力度尚属首次。如一款在奥莱门店标价为7800余元的荔枝纹牛皮大包,此次下调价格20%后,售价为6300元;另一款奥莱门店标价为4200元左右的牛皮钱包,调价后售价为3300元;部分眼镜商品也在调价范围内。

天津武清区的佛罗伦萨小镇,Prada品牌门店也同步降价。该店工作人员告诉北京商报记者,店内大部分商品均有降价,幅度也达到20%,“很多款式的皮具价格四五千就可买到,并且货源比较充足”。

据店员介绍,大家都努力在为门店提升销售业绩。

此前,不少奢侈品品牌尝试过降价刺激销售。香奈儿、Gucci均在专卖店实施降价或打折,并引发京沪杭等地区的排队抢购潮。其中,香奈儿部分商品降价幅度达到20%,Gucci折扣幅度高达50%。

### 刺激业绩回升

Prada如此大幅度的调价举动尚属首次。去年奢侈品降价潮期间,曾有分析认



为,Prada对中国市场的反应不够迅速。

这不得不让人联想起,Prada不久前刚刚发布的业绩报告。数据显示,品牌在2014年和2015年两个财年连续出现负增长,集团营收同比下跌0.2%至35.45亿欧元。其中以大中华区为主的亚太区营收同比下跌16%,跌势比上一年度明显加剧。该数据在2014财年为下滑7%。贝恩咨询的统计数据显示,2015年Prada在华仅新开3家门店,不及上年开店数量的一半。

而中国市场对Prada而言十分重要。巴黎银行公布的数据显示,Prada在“最依赖中国的奢侈品集团”排行中位列第四,来自中国消费者的收入在集团营收中占比达到了35%。

第五大道奢侈品网CEO孙亚菲透露,在国外市场,奥特莱斯渠道是Prada集团多个品牌都非常重要的销售渠道,并且

为此渠道专门出产奥莱款。不过,以往Prada国内奥莱渠道的产品价格几乎相当于欧洲专卖店的正价,这一悬殊价差也导致国内部分消费向海外奥莱流失,甚至催火海外奥莱代购。对奥莱渠道进行降价,也显示出品牌的业绩压力,毕竟品牌此前已投入资金布局中国市场。

据业内人士透露,实际上不仅在奥特莱斯门店,不少大牌在专卖店也会悄悄进行打折促销,但并非明码标价式的打折,而是冠以“内部员工特卖会”的称呼,实际上店员邀请来的均是品牌客户。

北京商报记者致电Prada in88的门店被告知,品牌正店的换季打折不多,一般会在一季度和三季度季末有很少量的商品以7折左右的力度出售。Prada北京SKP店表示最近没有折扣活动。不过,在去年下半年,Prada曾对专卖店商品实施约15%的降价调整。

### 三年内无价差

Prada在2014年底曾宣布,将投入资金开发初级奢侈品领域的入门级产品,但此举被业内人士认为是“自杀”式自救,拉低客单价短期刺激销售,但要警惕品牌核心价值被稀释。

奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷表示,在奥莱渠道压低折扣销售很可能是为了快速将过季商品清仓出货,其他奢侈品牌甚至会低至1折,这一现象在上海地区的奥特莱斯更为明显。此外,中国奥特莱斯领域已处于红海竞争,地产商争相入场,这也导致奥特莱斯之间的拼低价竞争。针对此次Prada直营奥莱门店的降价现象,她认为,品牌的调价主动性更强。

“未来,中国将从购买奢侈品几乎最贵的地方变成购买奢侈品最便宜的地方。”周婷说,但同时奥特莱斯也将是给奢侈品挖坟墓的渠道。当消费者习惯于以购买打折品为目标时,他消费的已经不再是奢侈品了,因此一些奢侈品品牌仍在拒绝进入奥特莱斯。

孙亚菲认为,虽然面临损失品牌形象风险,价格降与不降都很难受,但降价至少对消费者而言也是积极改变的姿态。

孙亚菲预计,3-5年内,甚至最快1-2年内,奢侈品在国内外的价差将会拉平,最高也会维持在10%左右。“就像过去我们会从美国代购ZARA,从日本代购照相机和电吹风一样,当价差抹平,消费一定会留在国内。”她说,价差仅仅是品牌进入新兴市场的一个过渡阶段而已。同时,零价差也为未来奢侈品触网、实现O2O打下基础。

北京商报记者 王晓然

### · 资讯 ·

#### 优衣库联手爱马仕前任设计师 合作款上市



3月4日,日本休闲服装品牌优衣库携手爱马仕前设计师LEMAIRE的合作系列UNIQLO AND LEMAIRE正式上市,并被哄抢。

这个系列是优衣库与LEMAIRE设计师同名品牌合作系列的收官之作。这个系列曾于2015年秋冬季在全球引起轰动,数款热门单品刚上市便被抢购一空。据了解,鉴于上季度所获得的热烈反响,优衣库此次增加了本季新上市系列的参与店铺,国内24个城市的39家门店及优衣库线上官方旗舰店均有销售。

UNIQLO AND LEMAIRE 2016春夏系列色调围绕极富表现力的色彩,如同经年日晒褪色般的色调,如姜黄色、红褐色、蓝绿色以及灰色,配以深黑和亮白,使这些色彩更为突出。面料亲肤舒适,包括泡泡纱、条纹布和牛津布。深黑与亮色的搭配,塑造极具表现力的服装单品。本季首发的中性风格鞋履,适合任何场合。

## 跟明星主持人学穿衣 ——纽约原创女装S&S发布新衣

换季入春,明星主持人率先在银屏上展示出初春的清新搭配。交换空间栏目录主持王小骞将连衣长裙演绎得温婉柔美,因开心辞典栏目受到观众喜爱的王小丫则将印花短裙穿出清新干练之感。2013年开始进驻中国的纽约原创女装品牌Sophie&Stephie(S&S),本季以明快的颜色搭配、突出线条的修身设计将纽约时尚带到女性消费者身边。



主持人王小丫



主持人王小骞



新生代演员汪晴