

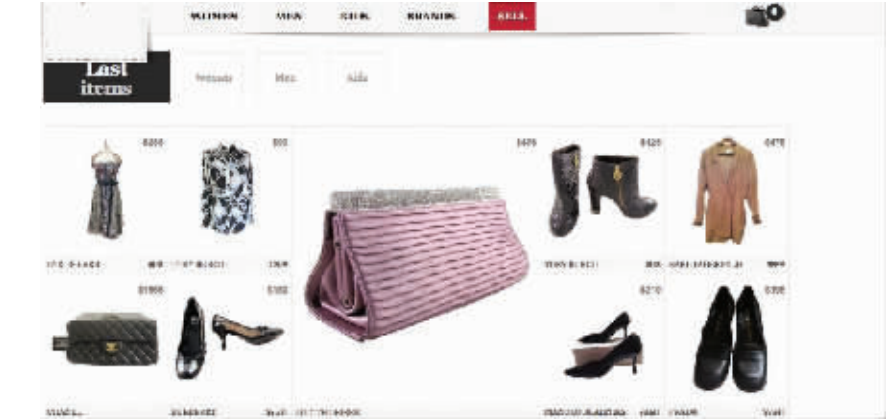
LVMH计划自建电商

国内奢侈品电商何去何从

全球最大的奢侈品集团LVMH日前被曝将于今年6月正式推出自有大型电商平台，除上线旗下所有品牌外，也将引进其他奢侈品牌。近年来，全球奢侈品市场线上销售呈现高速发展，奢侈品电商化成为行业发展趋势。同时中国正成为全球最大的奢侈品市场，走秀、第五大道、寺库等国内垂直类奢侈品电商均加入抢占线上市场份额的队列。业内人士指出，当下中国奢侈品电商市场假货滥行、货源鱼龙混杂等情况屡见不鲜，市场发展尚未成熟。国内垂直类奢侈品电商运营模式弊端凸显，或将快速消亡。

国内垂直奢侈品电商受阻

近几年，互联网经济成为市场主流消费方式。奢侈品行业低迷的环境下，奢侈品电商逐渐成为国外奢侈品牌加码业务。日前，国际一线奢侈品牌集团LVMH被曝将自建大型电商平台，除囊括旗下所有品牌外，还将引进其他奢侈品牌，该电商平台将于6月正式推出。一向对电商持有谨慎态度的LVMH集团此次自建品牌电商，折射出奢侈品销售向数字化电商时代大迈步。相关数据显示，全球奢侈品市场电商渠道销售额三年后将由目前的7%提升至12%，而到2025年，全球奢侈品在线销售额预计达700亿欧元。中国将超越美国成为全球最大奢侈品消费市场，且电商经济发展迅速，除备受国外奢侈品牌青睐外，本土垂直类奢侈品电商也对中国奢侈品



线上市场进行抢夺。

业内人士对此指出，奢侈品牌进入互联网领域做电子商务首先是产业升级下的必然趋势，其次消费者的消费行为发生变迁，消费习惯移动终端化，奢侈品牌想要抓住现有消费者，就必须通过网络的方式跟消费者进行接触。

事实上，中国垂直类奢侈品电商2011年前就有所发展，2012年行业进入扩张洗牌期，2014-2015年间，奢侈品电商市场竞争已经白热化，盈利空间狭小，从而导致尊享网、品聚网、佳品网、呼哈网等电商纷纷倒闭。

值得一提的是，寺库网、走秀网、尚品网等垂直类奢侈品电商虽然依靠资本融资在中国奢侈品市场扎根，但均没有实现强势发展，反而纷纷踏上转型之路。北京商报记者查看该类奢侈品电商得知，寺库、走秀网开始转型为高端生活方式平

台；尚品网则趋于时尚电商平台。

市场乱象发展不成熟

最新统计数据表明，2016年，中国电商市场交易规模超过10万亿元人民币列世界第一，消费金额也远高于其他任何国家，中国奢侈品电商市场盈利潜能巨大。行业猜测，近几年国外奢侈品牌纷纷瞄准中国奢侈品电商市场，一定程度上或将对国内垂直类奢侈品电商形成施压。

但第五大道则对此表示，国外奢侈品牌建立自有电商对该企业并无影响。但第五大道确实在转型过程中，并不是纯粹的奢侈品电商。目前与国外商会进行深度合作，定位中高端消费人群，引入一些针对中产阶级的服务，在内容上转型为生活类服务平台。

财富品质研究院院长周婷指出，目前中国垂直类奢侈品电商无法凭借单一奢

侈品业务实现长远发展，被迫转型是因为国内奢侈品电商市场大部分解决不了货源问题；其次受众人属于价格敏感型的“屌丝消费群体”，大部分消费者只在意价格而非产品真伪；然后，垂直类奢侈品电商消费客群有失精准，优质客群流量少；最后，网络环境、产品环境、品牌环境等不纯粹，且产品价格乱象。

服务性奢侈品电商成出口

“中国垂直类奢侈品电商属于线上经销商，而互联网经济的核心是去中介化，所以这种业态本身是不成立的，垂直类电商未来会逐渐消亡。”周婷说道。

目前适宜中国奢侈品电商市场环境的电商类型，应该是具有服务属性的奢侈品电商平台。

这种电商平台以线上定制需求和服务满足为核心。线下实体店产品展示有限，线上渠道则可以无限扩大，消费者从线上获取消费需求，然后在线下实现消费需求。线上不影响线下，同时可以实现线上向线下导流，提升单店销售，这才是目前奢侈品电商实现积极发展的最好解决方案。

而中国奢侈品电商市场未来会呈现持续的在线扩容，真正的奢侈品电商平台将很快崛起，它将在优质的客群与平台之间搭建封闭的、纯粹的线上环境。未来将是奢侈品牌直接面对客户销售产品，消费者拥有消费决策权及定价权。同时，消费者的需求将从最初的产品买卖向产品定制转换。

北京商报记者 刘一博 武媛媛

· 风向标 ·

玫琳凯携手联合国推示范村项目



玫琳凯(中国)化妆品有限公司携手联合国开发计划署和中国妇女发展基金会宣布将在云南共同启动一项合作，开展联合国可持续发展目标示范村项目。据悉，玫琳凯、联合国开发计划署与中国妇女发展基金会将共同推进联合国可持续发展目标示范村项目，以位于云南省的贫困村外普拉为试点村落，计划采取社区、公共部门和企业合作的创新模式为彝族贫困农户，尤其是妇女，提供能力建设，帮助她们把握发展机会，创造新的收入来源；同时将利用当地已有的自然与文化资源，将外普拉村打造为生态健康村，开发以生态旅游为基础的发展模式。

卡宾先生亮相“Outer Space星际”

3月26日，“Outer Space星际”Cabbeen时装发布会在京举行。Cabbeen品牌创始人、服装设计师卡宾先生杨紫明将2016年在飞机上的灵感融入服装设计中，把宇宙时空变成设计主题。Cabbeen延续了此前“即秀即买”的模式，让T台和实际穿着季节之间的距离变为零。据悉，此次Cabbeen发布的新品以夏季服装为主，大部分会和发布会同步上架。据悉，此次Cabbeen在T台展示的新品以旗下Cabbeen Lifestyle、Cabbeen Urban和包含男女潮装的2AM为主，黑白主打。

栏目主持：郑娜

给自己一件白衬衫 重拾多彩时光

白衬衫，在人们的通识中，往往被固化为文艺的、安静的、微处女座的，甚至是矫情的，因而它总是在短暂的雅趣中徘徊、兜转。但生活正因为简单才多彩，一件白衬衫只要对版式稍作微妙调整，既可以解读经典岁月，通过一针一线穿越时光；又可以律动人生，突破自我，重塑大胆时尚精神。北京商报时尚周刊精选四款白衬衫，带你阳光充足的大好时光里，复活穿搭快乐。

向经典致敬1953

设计师寄语：奥黛丽·赫本在《罗马假日》中穿着白色衬衫，挽起双袖，明眸善睐而恍如隔世。那是人间最纯洁美丽的公主，用最简练的视觉语言诠释了这世上所有对窈窕淑女的美好想象。

细节描述：腰部特殊收省，在视觉上收腰效果。胸前的风琴褶左右襟各掐捏道，贴合东方人身形，视觉上突出胸部曲线。西装的V领剪裁，拉长颈部比例，露出性感的锁骨，而下开高度又凸显出女性的含蓄与优雅。



乘风

设计师寄语：乘着风的力量，宽大的衣衫便有了飞翔的翅膀，无论呼啸狂怒，抑或是温和煦风，它将成为你自由与不羁的背影。

细节描述：落肩设计，无肩宽限制，廓形兼具潮流与自由。加宽袖口处理，增强包裹性，更加凸显女士手腕纤细，也使得垂感超强的面料不易滑落至手面。小翻领设计，更显精致。



向经典致敬1993

设计师寄语：巩俐1993年在戛纳电影节的惊艳亮相将白衬衫穿出了中国女性特有的美丽，柔中带刚、雍容而谦逊。淡然优雅的白衬衫造型从此成为象征中国女性自信美丽的不灭经典。



细节描述：独特的交叉设计元素，打破了衬衣版型的呆板。腰间系带能够轻松地将腰部赘肉遮掩，再搭配一条黑色A字裙，知性而干练。开叉袖口的设计，穿着服帖，凸显优雅独特的个性。

旋律

设计师寄语：悠扬婉转，一汪春水绕指柔。从古至今对美的认知，一种复古之美，却又流传至今，古典与现代结合的旋律，相信没有人能抗拒它的魅力。



细节描述：领口与袖口是衣服的最大亮点，荷叶边短打，既柔美又轻松随性，线条的堆叠与流畅感，肩部的露肩设计，给女性最美的呈现，又不会过分展露心机。

北京商报记者 武媛媛