

编辑 赵驰 美编 张彬 责校 杨志强 电话:64101873 sszk2011@126.com

# MICHAEL KORS

## 谋中国在线消费闭环

刚刚宣布中国“90后”明星为品牌代言人的MICHAEL KORS,近日又入驻天猫,加大了在中国的步伐。虽然奢侈品牌布局年轻化或在中国开线上门店近两年来已渐成常态,但MICHAEL KORS近期的频繁布局还是引起了业内的广泛关注。MICHAEL KORS此前表示,新代言人的任命旨在深化和传递越来越年轻化的品牌形象,将有利于品牌更快地实现转型。而设计师Michael Kors也曾表示,相较于美国年轻人,中国年轻人对时尚关注的时间更早,同时也变得更加国际化。在业内人士看来,MICHAEL KORS的举动是想实现消费闭环,通过自营官网、天猫旗舰店、微信等主流渠道对中国消费者特别是年轻消费者进行全面“进攻”。未来,或将有更多奢侈品牌试水跟进。



### MICHAEL KORS 近年来在中国的动作

2016年 推出中国官方在线精品店 2018年 宣布杨幂为品牌全球代言人 2019年7月 宣布吴磊和宋祖儿为代言人 2019年7月 上线天猫旗舰店

### 加速年轻化布局

大肆加速中国布局的MICHAEL KORS,7月19日打破传言,宣布在天猫连开两店,MICHAEL KORS官方旗舰店及腕表旗舰店,并入驻天猫奢品平台Luxury Pavilion,推出一系列独家产品及MICHAEL KORS男女士全系列。

北京商报记者登录MICHAEL KORS官方旗舰店后发现,截至7月23日发稿前,MICHAEL KORS天猫旗舰

店粉丝数已超过6000人。品牌刚刚官宣的吴磊、宋祖儿同款七夕系列已经开售。MICHAEL KORS表示,品牌正计划在即将到来的9月纽约时装周期间与天猫进行特别合作。此前,品牌方还表示,将借由天猫Luxury Pavilion的客流提升MICHAEL KORS在中国的线上市场份额。天猫将成为品牌年轻化的主战场,争取到更多千禧一代消费者。

而就在7月初,MICHAEL KORS才刚刚宣布吴磊和宋祖儿两位“90后”

明星为代言人,引发业界高度关注。其中,吴磊为大中华区代言人,同时也是首位男士代言人,宋祖儿则为品牌中国区代言人。虽然奢侈品牌将中国明星作为代言人并不奇怪,但此次MICHAEL KORS锁定两位“90后”明星,还是引起了广泛关注,这是因为吴磊和宋祖儿的出生年份更接近2000年,加速了品牌布局年轻化的步伐。

不过,针对近期入驻天猫以及加大布局年轻市场等问题,截至发稿前,MICHAEL KORS方面暂未做出回应。

### 缓解业绩压力

中国年轻一代消费者也在逐渐撑起奢侈品消费大梁。根据麦肯锡《2019年中国奢侈品报告》数据显示,中国的“80后”群体正在成为中国奢侈品市场发展的主要动力。2018年,有大约1020万名“80后”消费者购买了奢侈品,占到中国奢侈品买家人数的43%,购买奢侈品总额超过中国奢侈品总消费的一半,达到了56%。“80后”奢侈品消费者每年人均支出达到4.1万元人民币。

而中国的“90后”,更是为中国奢侈品市场注入新活力。2018年,“90后”奢侈品消费者占到中国奢侈品买家人数的28%,他们对中国奢侈品总消费的贡献值达到23%。“90后”在2018年人均花费2.5万元人民币购置奢侈品。显而易见,年轻一代已经撑起了中国奢侈品市场的半壁江山。

而在年初刚刚完成大幅收购动作和集团更名的MICHAEL KORS,自然不会放弃中国的年轻人市场。实际上,虽然MICHAEL KORS在此前收购Jimmy Choo的2018财年业绩大幅上升,但根据集团发布的2019财年四季度业绩来看,净利润同比下滑了56.8%至1900万美元。在报告期内,核心品牌MICHAEL KORS业绩较为低迷,四季度销售额同比下滑0.4%至10.68亿美元,北美本土市场销售额同比增长2.26%至30.64亿美元,占比为68%;EMEA(欧洲、中东和非洲)市场销售额则下跌8%至8.92亿美元,占比为20%;包括中国的亚洲市场销售额增速也大幅放缓至3%,录得5.5亿美元,而上一财年则录得29.5%的增长。

### 欲造消费闭环

正因如此,第三方平台才成为品牌不可忽视的线上消费者触点,以完成更好的业绩增长。现阶段,消费者对于在官方旗舰店消费的心智已经非常强。此前,MICHAEL KORS表示,天猫将成为新品发布的主要阵地,包括全球独家的产品及胶囊系列,甚至可能利用天猫的大数据预测时尚趋势,将消费者的需求融入到产品设计开发中。

有分析认为,以天猫Luxury Pavilion为例,平台已建立相对成熟的奢侈品环境,在品牌保护上的进展也令品牌更有信心。天猫方面曾表示,自身的市场发展战略较为清晰,并不将自己定位为一个销售渠道,而是一个品效合一的平台,是新品发布的平台、品牌消费者和粉丝运营的阵地。所以,品牌可以借由完善的阿里生态体系及成熟的电商配套服务完成高效入驻。

在奢侈品领域专家、要客研究院院长周婷看来,完成收购后的MICHAEL KORS未来会朝向更清晰的方向发展。轻奢品牌现在都在寻找集团化发展的模式,通过多品牌策略获得市场竞争优势,特别是集团化后,有利于并购更多高端品牌提升整体定位和专注高端客户发展。

奢侈品中国联盟荣誉顾问张培英也认为,完成收购大动作的MICHAEL KORS,将会把核心发展放在经营等方面。MICHAEL KORS要抓准时机,加速中国市场的扩张。从现有的市场布局来看,MICHAEL KORS正逐渐完成对中国市场的消费闭环。加上本周入驻的天猫平台,MICHAEL KORS在中国主流销售渠道基本完成覆盖,包括自营平台、天猫和微信。未来,或将有更多奢侈品牌试水跟进。北京商报记者 陈韵哲

### 遗失声明

易简(身份证号:440307199304090310)不慎遗失购车位发票(房间号:朝阳区曙光西里甲5号院7号楼1层189、开票日期:2017年8月29日、发票号码:57838723、发票金额:26万元)声明作废,特此公告。

2019年7月24日

## 西泠印社 2019秋拍北京天津征集

■ 北京站 7月26日至7月27日(周五、周六)9:30-17:30  
地点:北京好苑建国酒店二层小会议厅,东城区建国门内大街17号(地铁一号线东单站B口往东,近中国妇女活动中心)

■ 天津站 7月28日至7月29日(周日、周一)9:30-17:30  
地点:天津市政协俱乐部四号楼(政协委员活动中心)三楼多功能厅,天津市河西区解放南路273号

征集范围:中国书画、中外名人信札手稿、古籍善本、金石碑帖、名家篆刻及印石、珍品田黄、历代名瓷、文房瓷杂、青铜器(商周青铜)、明清家具、紫砂及茶道具、造像艺术、中国历代钱币、油画雕塑、摄影及电影艺术、名家漫画招贴连环画、古代玉器、当代名家玉雕、和田玉籽料原石、珠宝首饰、中外陈年名酒  
详询:0571-87896778、0571-87812580

### 西泠印社二〇一九年春季拍卖会

总成交额10.266亿元,总成交率86.26%,圆满收官!

西泠拍卖“十五周年”邀您共享艺术生活之美。  
西泠网拍、绍兴拍卖同步公开征集。

公司杭州总部及北京、上海办事处常年征集。  
艺是网拍七月月拍,7月21至29日,敬请关注!

西泠拍卖官网:www.xlysnc.com

西泠拍卖公司总部:浙江省杭州市清吟街127号 0571-87896778  
北京办事处:北京市东直门外大街48号东方银座A座6层E室 010-84477279  
上海办事处:上海市复兴西路36号 021-64338662  
西泠印社(绍兴)拍卖有限公司:浙江省绍兴市蕺山街86号 0575-85098969  
西泠拍卖网拍中心:杭州市上城区中河中路198号绿都大厦9楼 0571-87916803