

范思哲的中国危机

意大利奢侈品牌范思哲 (Versace) 因一款T恤产品遭中国首位代言明星公开解约, 登上热搜。8月11日, 中国明星杨幂以范思哲中国首位品牌代言人身份宣布解除与品牌的协议, 原因为8月10日夜间有网友发现范思哲T恤文字图案将中国香港与澳门与其他国家并列呈现, 并向该明星工作室留言。虽然范思哲8月11日在官微发出道歉信并称“错误设计”涉事商品已在所有渠道下架并销毁, 但广大网友并不买账, 部分提出“应在外网官方网站进行道歉才有诚意”, 部分网友对“设计审查”不满。

北京商报记者调查发现, 范思哲涉事单品在天猫、京东、唯品会等多个电商平台均已下架, 唯品会更是直接将范思哲品牌所有商品做了下架处理。业内专家认为, 对于国际奢侈品牌而言, 范思哲所谓“错误设计”的行为无疑是在玩火, 未来在中国市场的发展和品牌形象会受到严重影响。

下架? 网友不买账

8月10日夜间, 有网友在微博发布消息称, 范思哲一款男士短袖T恤上的印花图案, 将香港和澳门视作国家处理。北京商报记者查阅该T恤的图片发现, 产品图案上将城市与国家名称对应, 北京对应中国 (Beijing-CHINA), 上海对应中国 (Shanghai-CHINA), 但香港却对应香港 (Hong Kong-HONG KONG), 澳门对应澳门 (Macau-MACAO)。此外, 上述文字图案中, 中国澳门是用葡萄牙文描述, 其余所有城市和国家均用英文描述。

8月11日凌晨2点, 杨幂工作室嘉行星光 (重庆) 影视传媒有限公司宣布已向范思哲品牌发出“解除协议告知函”并称已停止全部合作。此前6月, 范思哲刚刚官宣杨幂作为中国



首位品牌代言人。

事件发酵后不久, 范思哲于凌晨2点12分迅速在官方微博发布道歉信称: “近日发现网络上有部分消费者对我们的一款T恤衫进行讨论, 我们为此次争议事件深表歉意。我们的错误设计导致某些城市没有使用正确的国家名称, 该T恤已于7月24日在范思哲官方所有渠道下架并销毁。这是我们的疏忽, 我们对于由此造成的影响深表歉意。范思哲重申, 我们热爱中国, 坚决地尊重中国领土的国家主权。”北京时间8月11日17点, 范思哲在Ins、Facebook等多个官方社交平台账号发布中英文道歉声明, 并附上品牌创意总监 Donatella Versace 的道歉信。

一位网友则回应称: “品牌方在设计时难道不会审查吗? 这种错误是可以犯的吗? 是销毁了就行了?”

市场: 门店未售

对于上述事件, 北京商报记者第一时间走访位于北京三里屯的范思哲门店。目前, 该店内未见销售涉事单品。店内工作人员对记者表示, 相关T恤产品已在北京的所有门店下架。此外, 在北京商报记者在门店停留的一小时内, 店内消费者来去不超过20人, 同时在店人数最多时也不超过10人, 对于周末时间段而言相对冷清。

北京商报记者检索发现, 国内的主流线上平台包括天猫、京东、唯品会在内的多个电商平台均已对涉事单品进行了下架处理。目前无法在上述平台搜到涉事相关商品。其中, 天猫范思哲官方旗舰店已无法通过正常渠道点击进入, 提示“服务器开小差, 请稍后

再试”, 仅能通过商品链接下方“进店”按钮进入。而唯品会已对范思哲所有产品进行下架处理。唯品会相关负责人对北京商报记者表示: “该品牌商品已于今晨全部安排下架。”而京东相关负责人也表示: “我们坚决拥护祖国统一与领土完整, 密切关注此事态进展, 并在第一时间将涉事单品下架。”

Versace 母公司 Capri 集团于5月29日发布2019财年四季度财报。数据显示, 截至3月30日, 新被收购进入集团的Versace品牌四季度为集团带来1.37亿美元的销量, 但扣除运营成本后, 财务亏损1100万美元。

未来: 后路未知

实际上, 这并不是奢侈品牌首次大规模遭到消费者和电商平台议论并抵制。去年11

月, 另一意大利品牌杜嘉班纳 (Dolce & Gabbana) 因涉嫌辱华问题遭到中国消费者抵制。先是营销视频, 接着是品牌创始人兼设计师Stefano Gabbana在社交媒体上的不当言论。导致品牌在中国市场几乎“一夜倾颓”, 品牌形象一度下降, 随后多番弥补也无济于事。

在要客研究院院长周婷看来, 对于奢侈品牌而言, 尊重每一个民族、每一个国家的人民、每一个国家的文化都非常重要。奢侈品牌作为金字塔顶端的品牌, 除了引领时尚, 更重要的是国际化的格局、视野与心胸。

对此, 第五大道奢侈品网创始人孙亚菲对北京商报记者表示, 从范思哲品牌风格和经历来判断, 出现此次事件, 更多的是品牌方缺乏常识造成的, 也是品牌方政治意识薄弱和对中国文化、历史知识的缺乏所致: “范思哲应该并非有意挑起事端, 此类知名品牌一般不会主动把自身卷入争端而影响到经营, 但短期之内范思哲在中国的品牌形象势必会受到影响。”

她补充道, 此次范思哲事件与此前的杜嘉班纳事件还是有所区别的, 当时杜嘉班纳无论是从营销视频, 还是创始人言论都或多或少透露出一种对中国人民和中国文化的偏见。但范思哲事件, 从初衷上看, 性质相对较轻, 品牌方尽快纠正错误并诚恳表现, 未来还是有一定的机会来挽回形象的。

现阶段, 中国已成长为全球奢侈品的重要市场, 品牌方都在加大对中国市场的布局。根据此前发布的《2018中国奢侈品市场消费者数字行为洞察报告》显示, 到2024年, 中国个人奢侈品市场的复合年增长率达到6%, 中国消费者将贡献全球奢侈品市场40%的销售, 带动全球市场75%的增长。所以, 奢侈品牌的一举一动都影响着未来的发展。

北京商报记者 陈韵哲/文 实习记者 何倩/摄



1985-2019

北京商报创刊34周年

因报之名 以融为大

传播优先 品牌聚合

产品导向 新闻可视

内容为王 全媒共享



北京商报网



北京商报官方微信