

大头条

这儿卖的东西相当高端

中国高端消费者最喜欢重复购买的奢侈品牌是哪些? 未来10年, 哪些人将是这个市场的主宰? 这个市场新的增长点又在哪?

3日,《2011中国奢侈品报告》(以下简称报告)在郑州发布。报告不但就最近几年中国的奢侈品市场进行了分析,还对未来的消费趋势进行了预测。报告的研究者表示,就奢侈品拥有的品牌及消费能力层面,郑州已迈入二线奢侈品城市。

晚报记者 程国平

《2011中国奢侈品报告》发布 今年中国将成全球第一大奢侈品消费国 白酒最有望 成为中国奢侈品牌

郑州奢侈品消费者从炫耀性消费向理性消费和品位消费转向

今年,中国将成全球第一大奢侈品消费国

1月3日,北京对外经济贸易大学奢侈品研究中心联手《财富品质》杂志社及国际奢侈品协会在郑州共同举办了“2012奢侈品在中国·中原峰会”。会上,北京对外经济贸易大学奢侈品研究中心发布了《2011中国奢侈品报告》及对未来市场的预测。

这份报告称,中国已成为全球最大的奢侈品消费国之一,而在今年一季度,据世界奢侈品协会发布的数据表明,中国将超越日本,成为全球第一大奢侈品消费国。

世界奢侈品进军中国已有20年,那么,中国的奢侈品消费呈现出什么特点呢?

《报告》的研究者、北京对外经济贸易大学奢侈品研究中心执行主任周婷副教授表示,通过对中国高资产类消费人群(资产超过1000万人民币的奢侈品消费者)和超高资产类消费人群(资产超过

5000万元)的研究发现,他们是2011年中国奢侈品的主要消费群体。

“他们与普通资产类消费人群相比,对奢侈品的消费呈现出五大特点。”周婷说,它们分别是:消费用途由自由消费转向商务馈赠和投资收藏,消费理念由面子消费转向社交消费和个人消费,低的品牌忠诚度与强的印象消费观共生,中国大陆+港澳+欧美国家的“1+1+1”消费法则,定制化、限量化的消费偏好凸显。

自用消费、商务馈赠与投资收藏构成中国奢侈品消费的三大主力军。这些高端消费,50%以上在国外完成,其中,消费者最喜欢重复购买的五大奢侈品牌分别是LV、CHANEL(香奈尔)、GUCCI(古琦)、HERMES(爱马仕)、ROLEX(劳力士)。

白酒最有潜质成奢侈品牌

虽然中国消费者已经成为全球最大的奢侈品消费群体之一,但至今中国还没有具有国际影响力的本土奢侈品牌。

《报告》通过对高资产人群的调研表明,超过2/3的中国奢侈品消费者认为中国不可能产生奢侈品牌,只有近1/3的奢侈品消费者认为中国具有产生本土奢侈品牌的可能性。

前些年,中国的瓷器、白酒、茶叶等品类被寄予厚望,那么这些高资产人群认为,中国本土的奢侈品牌最有可能在

哪个行业诞生呢?

通过对白酒、珠宝、香烟、茶叶、瓷器、家具、工艺品等20多个品类、300个中国品牌进行对比后,这些高端消费者大多认为中国的高端白酒品牌最有潜质成为奢侈品牌,中国茅台酒被调研对象提及最多,也被寄予最大期望。此外,五粮液和郎酒也是中国

高资产类消费者倾向更多期望的中国品牌。

郑州的奢侈品消费需求尚未充分挖掘

北京对外经济贸易大学奢侈品研究中心执行主任周婷是这个报告的主要执行人,她一到郑州就欣喜地在裕达国贸酒店看到了LV、积家、杰尼亚、BURBERRY等众多的奢侈品牌,而且不少品牌最新款都在开卖。

很快,她就了解到GUCCI等另一众奢侈品牌早已进驻郑州丹尼斯商场。“就奢侈品牌的拥有量和品牌的层级来看,郑州超越了同为二线城市的济南等不少省会城市,已进入奢侈品牌的二线城市。”这是周婷对郑州的评价。

周婷认为,如果郑州能够引入爱马仕,那么,郑州二线奢侈品城市的地位将更为巩固,它的时尚度也将再上一个台阶。

在周婷的调研中,她还了解到另外的关于郑州的信息,经济总量全国第五,未来经济走势很

好,这值得不少奢侈品牌来关注这个城市。

此外,郑州的奢侈品消费者也正从炫耀性消费向理性消费和品位消费转向,而且这个城市的对奢侈品的消费需求还没有充分被挖掘出来,从这个意义上说,郑州还是一个奢侈品市场的洼地,值得更多奢侈品牌来挖掘。

消费 A B 面

这儿卖的东西相当意外

淘宝新生意: 租个男友回家过年

拉手3元/次、拥抱5元/次、接吻10元/次 律师提醒:租友过年有很大隐患

年关将至,对于在外工作的单身族们来说,回家团聚真是喜忧参半的一件事,想想家人们即将发出的一张张“催婚令”,单身族们在表示“亚历山大”的同时,也是各方出招,寻求解决办法。

有需求就有商机,昨日,记者发现,淘宝网上悄然出现了“出租男友”“出租女友”的商品,标价从1元到上百万元不等,其中,大多商铺对于服务内容都进行了明码标价,例如拉手3元/次、拥抱5元/次、接吻10元/次……现实版的《租个女友回家过年》开始疯狂上演。

见习记者 赵柳影

网上明码标价“租男友”,按小时收费

昨日,以“租男友”为例,记者进行了采访。在淘宝网上输入“租男友”三个关键字,出来的相关信息高达646条,大部分店铺都以帅哥的头像来吸引买家注意,而各个商铺的标价也相差悬殊,最便宜的标价0.1元,最贵的可达100万元。

不过,这些标价只是一个噱头,并不是最终的“商品”价格,大部分的“商品”价格是按照服务内容来收取费用的。一般来说,网上卖家提供的主要服务除了陪吃饭、陪逛街、陪聊天、陪看电影等比较常规项目外,还有拉手、拥抱、接吻等。此外,为了让买家更好地了解“商品”,卖家们还在“商品详情”中贴出了“出租男友”

的照片,以及个人信息,包括身高、体重、特长等。

随后,记者任意点击了四五家商铺,发现大部分的出租价格都差不多,一般都是按小时和次数计费。例如陪逛街:15元/小时、3小时起10元/小时,陪吃饭:8元/小时、3小时起5元/小时(雇主请客制),陪去聚会:15元/小时、3小时起10元/小时(危险地方不去),拉手:3元/次、10元/包天,拥抱:5元/次、20元/包天,接吻:10元/次、30元/包天……

而对于更进一步的要求,大多数店主或在“商品”说明中标注面谈,或直接表示不接受,并且对于距离,多数店主也声称只接受本地范围内的。

浏览的多真正实践的少

虽然“租男友”以其独有的新鲜感吸引了众多买家关注,不过记者发现浏览的多,真正实践的很少,对于大部分市民来说,还是不太能接受“租男友”这种形式。

记者挨着查询了淘宝前5页的店铺,其中只有3家有成交记录,一家所在地为上海的成交量为2笔,其余2家

为一笔,而剩下的店铺近期的成交量都为0,这与店铺少则三五千的浏览量形成鲜明对比。

“其实开这个网店,也不是真的为了靠这赚钱,估计把我租出去的概率也非常小,大部分市民还是不接受的。”其中广东的一家淘宝店主说,而对于其他信息,该店主表示不愿多透露。

租友过年,对自己和家庭来说,都是一个很大的隐患

不过,在与淘宝店主交流的过程中,记者发现“租友过年”的程序很简单,只要提前拍下产品,双方会留下联系方式,然后见面交流身份,确认身份,之后就是双方协调相关事宜,有的会提前签订书面协议,有的则只是口头商量。

“即使签订有协议,这个协议也是不受法律保护的。”河南金色阳光律师事务所

的高健律师说,《合同法》保护的是人与人之间、社会经济组织之间的商品经济合同关系,人与人之间的约定不受《合同法》保护,甚至也不受《民法通则》的保护,更何况这种行为还违反了一般社会的善良风俗习惯,是不被一般主流社会价值所接受的。

高健律师说,诚实、信用是一切民事行为的帝王法则,必须遵守,而租男友或者租女友回家过年,虽然是为了让父母高兴,但其实是种欺骗,并不是尽孝,加之,带一个陌生人回家,对自己和家庭来说,都是很大的隐患。“身份证并不能代表一个人的人品怎么样,道德品质怎么样,签订的协议也并不约束一个人的行为,所以,最好还是不要采取租友这种方式来博得父母的高兴。”高健律师说。



COZY STEPS®
FEEL FREE · 自有感受

100%皮毛一体羊毛靴