

线下店客流缩水,品牌排队上天猫

阿玛尼和亚历山大王来了,喜茶、奈雪的茶也来了,近两月超1.2万商家线上开店

本报记者 朱银玲

阿迪达斯宣布关闭北美和欧洲门店,优衣库宣布关闭美国所有门店,耐克宣布关停美国、加拿大、西欧、澳大利亚和新西兰的门店;香奈儿、Ralph Lauren宣布关闭全美店铺……新冠肺炎疫情之下,品牌关闭部分地区门店的消息不绝于耳。另一边,他们又在加速上天猫开店、上新。

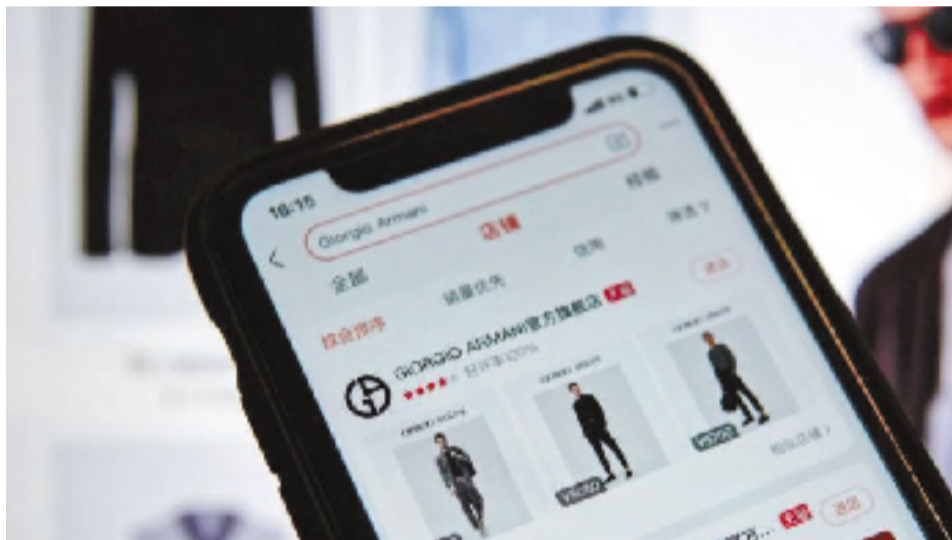
十天前,宜家宣布入驻天猫,开设全球首个第三方平台的线上官方旗舰店。作为疫情以来的第一个重大商业合作,宜家入驻天猫引起了很多关注,也标志着商业世界的活力在回归。

这两天,Giorgio Armani和Alexander Wang两大品牌也已在天猫上线。来自天猫的数据显示,近两个月,已有卡地亚、KENZO、Prada、MiuMiu等大牌进驻天猫,加速布局中国市场。



小时新闻APP

扫码了解身边
财经大小事



阿玛尼正式
在天猫开店

阿玛尼上线当天 30余款商品全网独家首发

3月20日,意大利时尚及奢侈品品牌Giorgio Armani正式在天猫开店,并入驻天猫奢品平台Luxury Pavilion。Giorgio Armani在天猫推出男士、女士服饰、皮具、配饰等全品类商品,30余款商品全网独家首发,La Prima限量包袋系列同步登陆。

纽约当红华裔设计师王大仁的店铺也在近期上线,售卖包袋、成衣和鞋履系列。Alexander Wang天猫官方旗舰店也是该品牌在中国电商平台的第一家旗舰店。开业当天,推出12款全球独家女装和1款全球限量包袋在天猫发售。

数据显示,近期有超过12000个商家扎堆涌入天猫,在全球线下品牌受疫情影响之际,转战天猫。

来的都是谁?从店铺类型看,服饰、箱包和化妆品是近期创业者们开店普遍选择的类型。有2800多家服装店和上千家箱包配饰店于近期集中开业。数据显示,三八节期间,天猫上奢侈品箱包旗舰店销售同比增长高达300%。

开店品牌中,不乏国际时尚大牌,许多在疫情期间不得不关闭海外门店的大牌,开始上线寻找新的增长点。设计师品牌Karl Lagerfeld、日本原宿风人气潮牌BAPE、意大利轻奢包袋品牌RABEANCO、澳洲重要的奢侈品牌Zimmermann、美国轻奢箱包Kate Spade、日本轻奢珠宝品牌GALA、法国设计师潮牌Nekomomo都已经于近期上线。上海时装周和天猫合作的云上时装周,也吸引了超过80个新锐设计师来“云走秀”。

看中年轻人主导的消费市场 一众大牌排队上天猫

从中小商家到奢侈品大鳄,为什么越来

越多的品牌排队上天猫?

此前,记者提过一个“天猫花园”的概念,指的是,随着越来越多品牌和商业形态的进入,天猫平台正百花齐放。

过去,大家对天猫的印象是一个卖货的平台。但这两年你会发现,越来越多企业全球品牌的董事会、CEO,带着他们全球的管理团队,来到天猫,想要探讨企业的商业互联网化。天猫不仅在全球化,也在“大牌”化。

贝恩在《2018年中国奢侈品市场研究报告》中写道,四大增长引擎拉动了中国奢侈品市场的强劲增长——千禧一代、消费回流、数字化发展和快速壮大的中产阶级。这是全球最大的奢侈品潜在消费市场,也是一个以年轻人占主导的消费市场。

天猫正好符合品牌所需土壤的条件。2018年,天猫就宣布了未来三年在奢侈品领域的“小目标”:将用三年时间,搭建奢侈品牌与90后、00后新生代消费者的沟通桥梁,服务1亿新中产。

在2019达沃斯论坛上,阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官张勇传递积极信息,认为中国消费力强劲,消费升级的驱动力正来自于中国不断扩大的中产消费群体。张勇也认为,五年之内,中产消费者的数量还会翻番。

举例说,此前,意大利豪车品牌阿尔法罗密欧(Alfa Romeo)与天猫达成独家战略合作,天猫成为其在华唯一授权的线上销售平台。当天下午3点,阿尔法罗密欧天猫旗舰店正式启动,仅用了33秒时间,限量的350台Giulia Milano便销售一空,平均每秒卖出10台,创造了豪车品牌新纪录。

对于品牌来说,天猫是一个主阵地,但同时,这个主阵地背后链接的,是整个阿里巴巴商业操作系统。阿里妈妈、蚂蚁金服、菜鸟、阿里云等等,都将成为品牌赋能的重要一环。

杭州公交出行 热度全国第一

本报讯 昨天,最新一期《高德地图出行暖报》显示,近一个月以来,全国主要城市通勤出行热度呈阶梯式快速回升态势。截至3月16日,全国范围驾车出行热度已经恢复至春节前正常水平的95.8%,公共交通出行热度回升至50.5%。

具体到城市维度,由于疫情防控仍处于关键时期,现阶段一、二线城市的防控压力仍然较大,因此从总体上看,一、二线城市的驾车通勤出行热度恢复程度普遍不及全国平均值。其中,深圳和西安以88%的驾车出行热度并列第一,杭州以86%的成绩紧随其后。相比之下,北京、上海由于面临更大的疫情防控压力,仍有相当比例人群在家办公,因此驾车出行热度恢复较慢,目前尚未回到70%。即使如此,拥堵作为早高峰的重要标志,也在一线城市悄然回归。

公共交通也是日常通勤的重要方式。高德数据显示,公交、地铁等公共交通出行热度也呈现出每周显著回升的阶梯式上涨特征。3月16日,全国公共交通出行热度恢复至50.5%,相比最低点的13.2%已增长近三倍。从分城市的数据来看,杭州、深圳、广州的公交出行热度分别达到63.8%、63.5%和62.9%,位列前三。

本报记者 朱银玲

如何识别正宗西湖龙井 护茶专项行动告诉你

本报讯 春暖杭城,“西湖龙井”新茶也于近日开采了。从3月初开始到5月底,杭州市市场监管部门将联合农业农村、公安等部门,开展为期3个月的“西湖龙井”商标保护专项行动。对于广大消费者来说,如何买到正宗的“西湖龙井”是值得关注的问题。市场监管部门表示,最有效的方法,就是认准西湖龙井茶产地证明标识。

每一份产自保护区的西湖龙井茶都配有相应的产地证明标识,标识分为两种,一种底色是绿色的,是贴在西湖龙井茶产地保护区内茶农自产自销的毛茶上的,这类标识消费者扫一扫上面的二维码能查验真伪、追溯来源。另一种底色是黄色的,是获得西湖龙井商标授权许可的企业用的,上面标有年份、重量等信息。并且在信息栏里一定会有产区内加工单位的名称、地址和SC认证编号。消费者在购买前仔细查看外包装上的标识,消费后扫码验证真伪。

此外,消费者还应认准正规的销售渠道。全国范围内有35家西湖龙井茶专卖店,各大商场超市的专柜,以及淘宝、京东等电商平台授权企业的官方旗舰店,在这些渠道购买是最有保障的。专卖店和授权企业名单可以在“西湖龙井茶产地证明标识管理网”和“西湖龙井茶产地证明标识”公众号上查询到。

通讯员 赵文琼
本报记者 马焱