

小众品牌引领潮流 线上渠道加速拓展

新年新气象 高端消费品市场活力再现

本报记者 陈晴

今年以来,高端消费品市场活力再现。记者走访发现,一些高端消

费品品牌门店前经常大排长龙。为了赢得更大的市场份额,众多品牌开启多渠道布局,并积极参与到多

种节日营销活动中。业内人士表示,预计高端消费品销售额在2023年年中将重回2021年的水平。不过,高端消费品品牌在迎来机遇期的同时,也伴随着一些新的转变。

市场有望双向回暖

要客研究院发布的最新报告显示,2022年,全球高端消费品市场进一步复苏,同比增长17%,市场规模达25450亿元。特别是头部高端消费品品牌,从2022年财报来看,平均市场规模较2019年提升了30%以上。

全球高端消费品市场走出了疫情阴霾,并获得较快发展。中国市场方面,2022年中国高端消费品市场销售额达9560亿元,在全球高端消

费品市场占比高达38%,中国消费者依然是全球高端消费品市场的最重要力量。

LVMH集团董事长贝尔纳·阿尔诺表示,中国疫情防控政策的优化调整为LVMH带来了2023年的强劲开局,他对中国市场充满了信心。

贝恩公司全球合伙人邢微微表示,随着疫情防控进入新阶段,中国高端消费品市场将逐步恢复,同时

商场客流量和消费者信心也会迎来反弹,预计高端消费品的销售额在2023年年中将重回2021年的水平。

要客研究院院长周婷表示,2023年中国出境购物将逐步恢复,但是复苏的势头不会特别明显。随着国内外高端消费品市场的双向回暖,2023年中国高端消费品消费境内境外占比将维持在6:4左右,境内高端消费品消费仍会超过境外。

高端小众品牌增多

虽然传统高端消费品品牌依然占据着行业主流,但年轻消费者正在崛起,他们不再盲目追捧大牌,在购买时也会偏向于具有独特性、彰显个性化的品牌。具备这些特性的高端小众品牌被越来越多的年轻人关注,正成为一股新潮流。

在过去的几年里,越来越多的国际小众品牌在中国消费者圈层中逐渐形成了一定的知名度,不少品

牌已经或将中国市场作为进行海外拓展的重中之重。

品牌运营机构Bluebell集团发布的《亚洲生活方式消费者概况》报告显示,中国消费者对小众品牌的兴趣度增加了34%,增幅位居亚洲市场第一。

据悉,大量高端小众品牌在2022年继续借助线上平台进军中国高端消费品市场,为高端消费注

入了新的活力。

记者注意到,Jil Sander、AMIRI、Messika等品牌在2022年上半年入驻天猫奢品,并开设了官方旗舰店。

天猫奢品洞察显示,过去几年,小众、潮流的高端消费品入驻天猫的数量稳步增长。2022年,不少热门高端小众品牌的销售规模同比出现三位数增长。



2022年,全球高端消费品市场进一步复苏,同比增长17%,市场规模达25450亿元。特别是头部高端消费品品牌,从2022年财报来看,平均市场规模较2019年提升了30%以上。 CNSPHOTO提供

链接

高端消费品市场刮起“中国风”

中国高端消费品市场一直是品牌方重点关注的大市场。为了占有更大的市场份额,品牌方积极参与各大节日营销活动,以满足中国消费者的需求。

近期,高端消费品牌刮起了“中国风”,本土定制款成为高端消费品巨头旗下品牌上新的重头戏。

卡地亚上新了Santos-Dumont系列腕表中国特别款;开云集团麒麟Queelin全球限量88件的BoBo系列钻石项链融合了熊猫与兔子的可爱形象;罗意威今年的限定款手袋,在配色上不仅参考了汝窑的瓷器配色,还特地定制了陶瓷小兔配饰。

有业内人士表示,当前,中国高端消费品市场主要是由高净值人群和90后引领的。90后消费群体更青睐传统文化和国潮元素,对于创新可持续的消费体验有着更高的期望值。一些品牌推出国风元素产品,表明我国的高端消费品购买力巨大,品牌顺应潮流掀起“中国风”,借此拉近与消费者的距离,赢得中国消费者的好感。

业内人士普遍认为,在多重利好因素的带动下,未来中国高端消费品市场将迎来更大的发展机遇。

线上交易高速增长

在高端消费品牌迎来诸多利好的同时,也有一些新的转变正在发生。

2022年,中国高端消费品市场线上交易继续快速增长。由于长期封闭导致物流不畅,促使更多的线下消费转移到了线上。2022年高端消费品品牌在中国的线上交易收获了31%的高速增长,达到2200亿元。在中国高端消费品线下交易下降31%的情况下,高端消费品品牌

在中国线上交易占比达到创纪录的40%。

记者了解到,在过去几年中,一些高端消费品品牌相继在电商平台开设网络旗舰店。2月10日,蒂芙尼在北京开设了首个中国第三方线上零售店。

随着中国消费者越来越倾向于线上购物,认为线上渠道会影响高端消费品品牌在部分消费者心中的形象的传统观念将会被打破,更多

品牌未来会持续推进高端消费品的数字化进程,并通过技术的独特性和差异性打造,进一步强化高端消费品的形象。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳对中国商报记者表示,如果高端消费品的实体店体验服务做得好,消费者也会乐于到店消费。未来,高端消费品的体验店、旗舰店占比会越来越来高。

高端消费品品牌发展势头强

劲,但竞争依然不小。周婷表示,未来品牌两极分化趋势将进一步显现,众多品牌将经历品牌高端化或品牌大众化转变;传统高端消费品阵营会出现两极分化趋势,头部高端消费品品牌之间的竞争会更加激烈,也会有很多高端消费品品牌退出原有的阵营。“线上+体验店”将成为高端消费品零售的主流模式,共享式体验中心将成为2023年中国高端商业地产的新亮点。

叮咚买菜去年第四季度实现全面盈利

本报记者 贺阳

近日,叮咚买菜发布了截至2022年12月31日的第四季度业绩报告。报告显示,叮咚买菜该季度实现营收62亿元人民币,同比增长13.1%,首次实现了单季GAAP(美国通用会计准则)净利润转正。

作为生鲜电商的头部玩家,叮咚买菜所属的前置仓赛道由于履约成本较高,行业整体仍呈现亏损态势。在过去的一年里,生鲜电商行业困难重重,一级市场融资遇冷,头部企业收缩业务、平台跑路、拖欠供应商款项等消息屡屡传出。

在市场普遍看衰的情况下,叮咚买菜该如何“杀出重围”?对于第四季度盈利向好,叮咚买菜认为,该季度业绩向好与公司调整战略且坚持深耕供应链,不断优化、提高运营效率等运作有关。记者还注意到,叮

咚买菜第四季度的全面盈利得益于各项开支的减少,其中尤为明显的是销售和营销开支大幅下降。

2022年第四季度,叮咚买菜总运营成本和支出为61.55亿元,同比减少5.6%。其中,商品销售成本为41.62亿元,较2021年同期的39.65亿元增长5%;履约开支为14.94亿元,同比下降16.4%;销售和营销开支为9110万元,同比下滑74.5%;产品研发开支为2.59亿元,同比下降9%;总务和行政开支同比增长15.4%至1.49亿元。

叮咚买菜在财报中解释称,销售和营销开支的减少主要是由于用户获客成本的下降。此外,由于产品开发能力的提高,叮咚买菜的销售成本在总营收中的占比也从2021年同季度的72.3%下降到67.1%。

除了更有效的“节流”外,在“开源”方面,针对生鲜商品,叮咚买菜

通过与更多源头产地的种植商和养殖户深入合作,持续巩固与增加生鲜品类的直采比例;对于非生鲜品,叮咚买菜不断丰富品类多元化,补充中高端商品。

另外,为了提高商品的竞争力,叮咚买菜加大了自有品牌、特色商品的开发力度,并加强自有生产加工能力的建设,这都在为其持续带来稳定、健康的毛利空间。

虽然最新业绩指标向好,但叮咚买菜目前整体上仍处于亏损状态。数据显示,2019年—2021年,叮咚买菜净亏损分别为18.73亿元、

31.77亿元、64.3亿元。2022年第一季度至第三季度,叮咚买菜单季净亏损分别为4.774亿元、3450万元、3.45亿元。结合最新披露的数据,2022年叮咚买菜净亏损约8.07亿元,近四年累计亏损超122亿元。

在业绩电话会上,对于2023年盈利的可持续性,叮咚买菜创始人兼CEO梁昌霖持乐观态度。他表示:“根据当前的运营情况,我们预计2023年Q1叮咚买菜将继续保持Non-GAAP(非美国通用会计准则)口径下的盈利。整个2023年,我

们都有信心在保持一定规模增长的基础上,实现Non-GAAP口径下的盈利。”

在电话会上,梁昌霖坦言:“2022年第四季度,叮咚买菜80%以上的城市实现城市层面的正向经营利润。2022年11月,叮咚买菜所覆盖的区域整体受疫情影响较轻,依然实现了GAAP口径下1000多万元的净利润。我们认为,这种盈利能力是长期而稳定的。”

“如果说疫情对业务有一些客观上的推动力,那么更多的是疫情推动了整体线上渗透率的提升。而

疫情期间供给缺乏,也是用户深度体验叮咚买菜差异化商品的好时机。”梁昌霖表示。

业内有观点认为,饮食方面的消费升级是社会发展的必然趋势,未来几年,消费者对饮食消费的关注和投入会不断增加,对渠道、生产商也会提出新的要求。

“2023年,消费者的需求将发生很大变化。我们将积极应对,不断加强商品力、服务力和供应链能力建设,在服务好消费者的同时实现增长,构建起自身的护城河。”梁昌霖表示。

华润康资产管理关于对重庆宏声远实业(集团)有限公司等3户债权的处置公告

根据南京普瑞达企业管理有限公司(以下简称“普瑞达”)与宏声远实业(集团)有限公司等3户债务人签订的《债权转让协议》,普瑞达受让了宏声远实业(集团)有限公司等3户债务人的全部债权,现予以公告。截至公告基准日,债权本金合计人民币9,241.56万元,利息合计1,375.09万元,其他利息合计79.04万元,债权合计10,695.69万元,全部为应收账款。债权抵押物及债务人主要分布在重庆南岸、渝北、璧山等地区。资产详细情况请投资者登录华润康资产管理网站对外网站查询或向资产公司有关部门接洽查询。

交易条件:投资者信誉良好,能够按华润康资产管理要求支付转让价款,并能够接受债权资产存在的瑕疵及购买债权带来的风险,交易资金来源合法。

特别提示:以上资产信息仅供参考,具体信息以相关债权资料及法律文件为准。本公告仅具有要约邀请的效力,本公司有权自行解除该要约邀请或按照实际情况对拟处置资产进行调整。

联系人:孙先生 联系电话:023-68856503 易先生 联系电话:13025095341
公司地址:https://www.crbaset.com/ 联系地址:重庆两江新区金融城3号T1栋24楼
对排斥、阻挠或提出异议的举报电话:023-68856599,023-68856592 张女士
华润康资产管理 2023年2月22日

南京普瑞达企业管理有限公司、朱兰英债权转让暨债务催收联合公告

根据南京普瑞达企业管理有限公司(以下简称“普瑞达”)与朱兰英(以下简称“朱兰英”)签订的《债权转让协议》,普瑞达受让了朱兰英的全部债权,现予以公告。截至公告基准日,债权本金合计人民币2,205,100.00元,利息合计1,375.09万元,其他利息合计79.04万元,债权合计10,695.69万元,全部为应收账款。债权抵押物及债务人主要分布在重庆南岸、渝北、璧山等地区。资产详细情况请投资者登录华润康资产管理网站对外网站查询或向资产公司有关部门接洽查询。

交易条件:投资者信誉良好,能够按华润康资产管理要求支付转让价款,并能够接受债权资产存在的瑕疵及购买债权带来的风险,交易资金来源合法。

特别提示:以上资产信息仅供参考,具体信息以相关债权资料及法律文件为准。本公告仅具有要约邀请的效力,本公司有权自行解除该要约邀请或按照实际情况对拟处置资产进行调整。

联系人:孙先生 联系电话:023-68856503 易先生 联系电话:13025095341
公司地址:https://www.crbaset.com/ 联系地址:重庆两江新区金融城3号T1栋24楼
对排斥、阻挠或提出异议的举报电话:023-68856599,023-68856592 张女士
华润康资产管理 2023年2月22日

南京佳诚兴华投资管理有限公司、朱兰英债权转让暨债务催收联合公告

根据南京佳诚兴华投资管理有限公司(以下简称“佳诚兴”)与朱兰英(以下简称“朱兰英”)签订的《债权转让协议》,佳诚兴受让了朱兰英的全部债权,现予以公告。截至公告基准日,债权本金合计人民币2,205,100.00元,利息合计1,375.09万元,其他利息合计79.04万元,债权合计10,695.69万元,全部为应收账款。债权抵押物及债务人主要分布在重庆南岸、渝北、璧山等地区。资产详细情况请投资者登录华润康资产管理网站对外网站查询或向资产公司有关部门接洽查询。

交易条件:投资者信誉良好,能够按华润康资产管理要求支付转让价款,并能够接受债权资产存在的瑕疵及购买债权带来的风险,交易资金来源合法。

特别提示:以上资产信息仅供参考,具体信息以相关债权资料及法律文件为准。本公告仅具有要约邀请的效力,本公司有权自行解除该要约邀请或按照实际情况对拟处置资产进行调整。

联系人:孙先生 联系电话:023-68856503 易先生 联系电话:13025095341
公司地址:https://www.crbaset.com/ 联系地址:重庆两江新区金融城3号T1栋24楼
对排斥、阻挠或提出异议的举报电话:023-68856599,023-68856592 张女士
华润康资产管理 2023年2月22日

催收公告

借款人(见如下表格)与出借人签订《借款合同》,约定借款人向出借人借款人民币借款万元,担保人(见如下表格)对借款人在借款项下的全部债务承担连带担保责任。借款人未按合同约定还款,出借人已依法向担保人主张担保责任,担保人应承担担保责任。

公告名单		
姓名	身份证号	担保情况
何万彬	13260319*****919	担保人
曹文	42011119*****593	担保人
宋凯康	110101197*****041	担保人
北京奕盛软件股份有限公司	91110108*****1XT	担保人

请以上借款人及担保人立即向出借人偿还债务,承担连带担保责任,特此公告。出借人:何万彬 联系电话:132694886

作废声明

上海盘古餐饮管理有限公司即日起作废旗下(包括盘古的分公司、盘古的子公司及其分公司)所有旧版发票,即凡是带有“上海盘古餐饮”“上海御餐饮”“上海御餐饮”“上海御餐饮”“杭州盘古餐饮”“南京御餐饮”“苏州盘古餐饮”等字样的发票票面且不带有数字编号的均予以作废。

武汉世纪江尚法律服务招标公告

项目名称:武汉世纪江尚项目
招标项目:武汉世纪江尚法律服务

投标人资格要求:
1.具有《律师事务执业许可证》;
2.所提供服务之律师须具有律师执业证;
3.成立年限在一年以上;
4.投标单位必须按合同费用提供全额增值税专用发票;

投标人需提交文件:
1.符合资格公司前往取标书时,须携带最新年检的营业执照原件及公司授权书;
2.参与投标之公司,必须将标书连同公司背景及相关资料一并交回;
3.标书内容及相关文件,中标与否,一概不退还。

索取标书地点:武汉市江汉区江汉路花楼街世纪江尚1009物业服务中心
索取标书时间:2023年2月22日至23日于办公时间(上午9:00-下午18:00) 桂小姐
联系人及电话:027-59227371

回标地点:武汉市江汉区江汉路花楼街世纪江尚1009物业服务中心
回标截止时间:2023年3月7日中午十二时正
投标联系人及电话:陈先生 027-59303351

招标人:家利物业管理(深圳)有限公司武汉江西南分公司
2023年2月22日