

“奢侈品理财”靠谱吗？大幅贬值居多



3 保值变现并非易事 多位受访者称“糟心”

“不过奢侈品价格中最大的成分就是品牌溢价,如果从专柜购买一手正价产品,再进入二手市场,就要大打折扣。”一位业内人士对新快报记者表示,纵观市场上的奢侈品牌手袋,几乎只有 Hermès、Chanel、Louis Vuitton 三个头部品牌能实现“保值”。

但即使选对了品牌,能“保值”“增值”的款式也非常有限。该业内人士以近年频繁涨价的 Chanel 为例,该品牌专卖店销售的既有“经典款”也有“季节款”,如 CF、2.55 等经典款进入二手市场的价格会比季节款高得多,材料、颜色也对二手价格产生影响,如黑色牛皮质地搭配金色扣的款式价格会比其他颜色高得多,“如果是红黄蓝绿等小众颜色,购买时价格跟黑色等经典颜色一样,但二手价格能相差一半。”

而一些数字上看起来“增值”幅度颇大的二手奢侈品,事实上也并不一定“赚钱”。如在二手奢侈品市场,一只专柜售价 6 万多元的 Hermès Birkin 包,二手价格通常达到 10 万元甚至以上。但事实是,尽管 Hermès 从不承认“配货”,但一般只有时常购买该品牌除手袋皮具以外的大量服饰产品的 VIP 顾客才能获得上述经典款包包的购买“资格”,实际总花销往往较定价多出三四倍。

而记者走访多位有卖包经历的消费者,发现受限于品质品类、平台渠道、保存品相条件,一只奢侈品包要变现并非易事,更遑论“理财”“赚钱”。

小倩提起自己卖二手包的经历,称“十分糟心”,她有一个 Gucci 手提包,是几年前旅游时在欧洲折扣村买的当季款式,当时花了折合五六千元人民币,最近拿到店里直接回收估价只给 500 元,店主还说 500 元也可能会亏本,因为“不一定有人买”。后来她

尝试将包放到某线上二手平台,但要将包包快递到北京,若成交后还要给付出售价的 20% 作为手续费,然而挂了数月仍乏人问津,她只好召回包包,发现寄去时几乎全新的包,寄回来后却“显得旧了不少”。

“不断有人来问,不过都是二手商,价格压得很低。偶然有些自用的买家,按他们要求细节图、小视频拍了很多,但都没有下文。”阿文在个人二手交易平台闲鱼上架两只闲置包,过程都是一波三折,一个 Prada 的“杀手包”,买的时候 1.6 万元,现在专柜售价上涨至 2.3 万元,她在平台上降了几次价,才最终以 2000 元成交,连专柜价的十分之一都达不到。另外一只 Gucci 的 Padlock 系列小号肩背包,买的时候 1.5 万元,在平台上放卖 6000 元,曾有买家直接付款拍下,她还以为碰到爽快人了,想不到收货后以包上各种小瑕疵为由“大刀”砍价 2000 元,她气得让买家赶紧退回,“其间还各种担心,例如这买家会不会退一个假的给我?或者拿我的包去背几天再退?”

自从去年 11 月 Chanel 又一轮涨价后,Amy 便尝试带着她的 2.55 经典款前往二手店询价,“走了好几家店,寄卖的价格要高于直接回收的。”Amy 透露,她这个包是 2019 年年中在广州太古汇专柜购入的,身份卡、小票甚至盒子都保存完好,当时购入价不足 3.5 万元,目前专柜售价 6.27 万元,她本以为现在卖出一定能赚钱,但大失所望,“一家二手店给出的回收价是 2.8 万元,另一家只接受寄卖,而且建议寄卖价格不要超过 3.5 万元,售出后还要收取 10% 的服务费。”Amy 对这个价格并不满意,“专柜涨了这么多,若还亏钱就不卖了,再用两年看看吧。”

专家说

理性看待“奢侈品理财” 警惕持续涨价将对奢侈品牌带来反噬

从网上评论来看,对于“奢侈品理财”的说法,大多数网友也并不认同。

“类似奢侈品具有理财功能这样的论调,吸引大批原本不属于奢侈品消费群体的年轻人,冲击年轻人的消费观念,动辄数万元一个包,还要排队、靠抢购,我们真的富裕到这种程度了吗?”

“这些奢侈品包包的成本可能只要几百元甚至几十元,打上一个 LOGO 就卖几万元,居然还说能理财,这难道不是搞笑吗?”

“靠买包理财?有这种想法的人本身也不太适合理财吧!”“奢侈品理财本来就是伪命题,如果买回来是为了卖,那就要维持好品相,那还用不用了?”“想买包就买,别找这么奇葩的借口。”

“股票、基金等理财产品实现了市场化、波动透明化、变现渠道安全,奢侈品能得到吗?”……

中国奢侈品产业专家、要客研究院院长周婷表示,目前大部分耳熟能详的奢侈品牌,在二手市场只能卖到原价的一折到三折的价格空间。“除非是贵金属类、宝石类、钻石类,因为原材料的高价值和稀缺性,可能具有投资属性。但服装、鞋帽、箱包等,它还是消费品、消耗品,并不具备真正投资的价值,所以大家一定要理性看待。”

值得注意的是,奢侈品涨价的根本原因,除了官方所说的成本上涨等原因外,更

直接的是市场需求旺盛。统计数据显示,受出境旅游减少影响,中国境内奢侈品消费增长创新高,2021 年市场规模同比增长 36%,较 2019 年实现翻番,达到 4710 亿元人民币。

涨价对于奢侈品牌来说,已成为比打折更为有效的促销手段。Louis Vuitton、Chanel 等品牌提价前一周,都会引来大量消费者压哨购买。不断涨价的策略也令奢侈品牌增收又增利,其中利润涨幅明显比业绩涨幅更为可观,在截至去年 12 月 31 日最新财年,全球最大的奢侈品集团 LVMH 收入同比大涨 44% 至 642 亿欧元,与 2019 年相比也录得 20% 的增长,净利润大涨 156% 至 120.36 亿欧元,较 2019 年大涨 68%。

但有分析指出,持续、频繁的调价,会给消费者带来不良的消费体验,从长期看,这种揠苗助长的做法也有可能起到反作用。“所谓‘理财’‘保值’带来的大批消费者,让品牌更愿意生产销售成名经典款而不是持续创新。Chanel 的 2.55 诞生于 1955 年,Hermès 的铂金包则设计于 1984 年,只要维持这些产品的高价并不断吸引新的消费群体加入,就可以轻松带来可观的业绩及利润。”近年来,许多奢侈品牌的“创意总监”被称为“产品经理”,设计能力和产品质量每况愈下。“一旦这些大牌滤镜破碎,品牌价值下降,试问还有多少人愿意花几千上万块买一个设计过时、材质普通的二手旧包?”

热门奢侈品包回收行情

	Hermès Birkin25 官网价: ¥65000+ 二手价: ¥50000~130000		Onthego 中号 官网价: ¥24000 回收价: ¥11000~16000
	Picotin18 官网价: ¥22000 回收价: ¥13000~26000		Nano speedy 官网价: ¥12800 回收价: ¥7000~10000
	Lindy mini 官网价: ¥48700 回收价: ¥50000~75000	Dior	
Chanel			迷你 Lady Dior 官网价: ¥38000 回收价: ¥13000~21000
	CF 经典口盖包中号 官网价: ¥62700 回收价: ¥30000~40000		Book Tote 小号 官网价: ¥25500 回收价: ¥11000~16000
	2.55 口盖包小号 官网价: ¥62700 回收价: ¥25000~41000		30 Montaigne 官网价: ¥29500 回收价: ¥11000~18000
	19 中号 官网价: ¥40100 回收价: ¥25000~35000	Gucci	
Louis Vuitton			Jackie 1961 小号 官网价: ¥17800 回收价: ¥7000~12000
	Neverfull 中号 官网价: ¥14400 回收价: ¥6000~11000		Dionysus 小号 官网价: ¥21200 回收价: ¥4000~7000
			1955 迷你手袋 官网价: ¥21500 回收价: ¥9000~12000

(注:上述价格根据公开资料整理,最终以实际报价为准。)