



海外购物缘何持续升温

本报记者 李子阳 祝君壁

海外购物屡创新高

常年在加新加坡生活的黄璐璐每次回国都会接到一堆“代购”的任务，包括化妆品、手袋等，其中不少是奢侈品。“同一种产品存在价格差异肯定是消费者选择从国外购买的首要原因。”黄璐璐告诉记者，同样一款蔻驰包，在国内专卖店的价格是4000多元。而在海外代购约合人民币是2600元左右。便宜了大约1/3。“除此以外，国外专卖店的奢侈品款式也比国内更为齐全，品质上也有保障。”黄璐璐说。

数据显示，目前出境购买奢侈品已经占到中国奢侈品消费来源的57%。而

日前世界奢侈品协会发布的报告显示，2013年春节前一个月，海外奢侈品市场消费总额为162亿美元，其中中国人在境外奢侈品消费累计达85亿美元，相比去年的72亿美元增长了18%。报告称，2013年1月20日至2月20日，中国人在境外的消费总额达到85亿美元，其中51%的花费在欧洲，约43.35亿美元；而中国人的消费占到了欧洲奢侈品市场同期销售总量的65%，主要消费区域集中在法国、意大利、英国、瑞士四个国家，主要消费目标为名表、皮具、时装、化妆品、香水等。

本土品牌需迎头赶上

值得深思的是，该协会还公布了春节期间出境消费奢侈品人群心理访问调查，价格成为国人境外购物的主要原因。在受访者中，认为在境外购买奢侈品价格比境内具有优势的占93%；认为在境外购买奢侈品货源比境内样式更多，挑选余地大的占85%；认为在境外购买奢侈品不会买到仿冒品，消费更踏实的占65%。

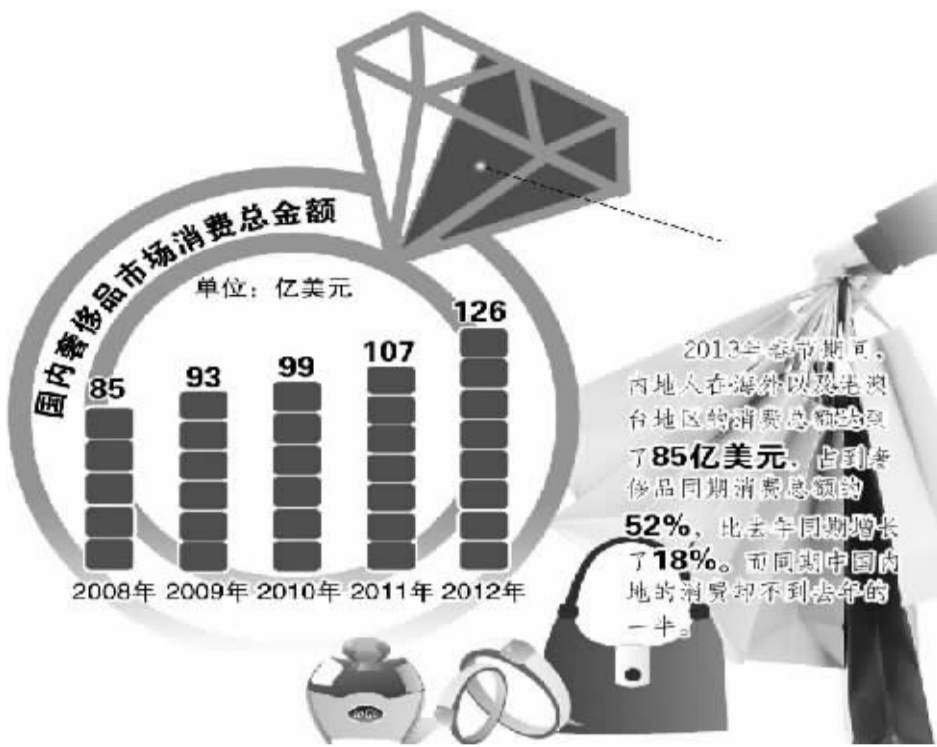
中国奢侈品协会秘书长罗川认为，奢侈品从经济学属性来看是高档消费品，但从社会学、美学的角度来看是一种生活态度和幸福感觉。在欧美等奢侈品市场发展成熟的国家，奢侈品被认为是文化个性、气质和品位，但在中国人看来奢侈就是炫富和浪费。

“购买奢侈品的最大意义在于炫耀商品背后赋有的财富和权力，而并非商品本身的品质和设计。因此一些品牌商并不愿意向中国市场投放最佳的款式和品质。”黄璐璐说，“在国外排队购买奢

侈品的人群中，中国人占绝大多数。这种景象在外国人眼中会觉得不可思议，甚至有些可笑。真希望国人能早日清醒，逐渐淡化对国外奢侈品的盲目热爱，更多地追求商品本身的价值和内涵。希望未来在国内市场，我们能看见越来越多比国外品质更好、设计更出众的商品。”

“关税只是一方面，建立中国自己的奢侈品品牌产业体系，才是解决把高端消费留在国内的根本办法。”金尊奢侈品营销策划机构创始人朱林说。

国产服装品牌设计师曾凤飞则认为，做品牌一定要了解消费者想要什么——“拿服装来说，30年来，中国的服装品牌模仿国外的东西太多，因此要让民族品牌深入人心，首先要沉淀我们自己的风格和元素。中国的设计师有个特点，在设计中通常比较自我，往往会忽略消费者的需求。国际品牌为什么受欢迎？首先是因为符合消费者的需求。”



扩大消费品进口促升级

有关专家认为，海外购物热也反映了国内消费者消费升级的强烈愿望。不仅是奢侈品，许多人的境外购物单也包括衣服、鞋子甚至高端生活日用品。针对这些需求，国内不少城市都开始尝试开办进口商品超市、举办进口商品购物节，引入更多的国外品牌进驻大商场。

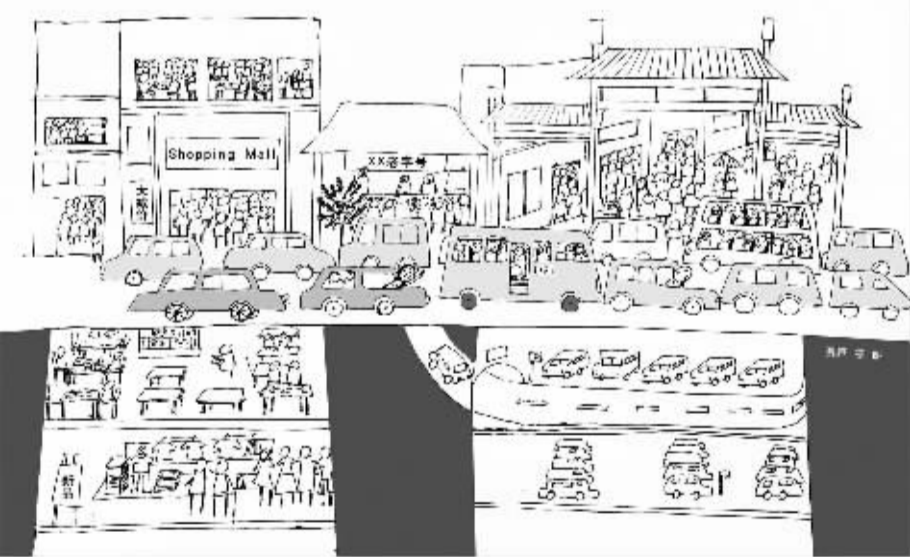
当前我国正处于工业化、城镇化快速推进阶段，随着人民生活水平的提高，对消费品也提出了高品质、多样化、个性化的新需求。进口消费品有利于引入竞争，提升消费结构，改善居民消费水平，提高消费者福利。一些海外品牌在中国国内具有较强的市场垄断地位和定价能力。而通过升级商贸流通体系便利进口，引进更多国外品牌参与市

场竞争，可以通过竞争降低价格。随着消费品进口增加，国内消费者的消费心理也会更加理性，心态更加平和。此外，扩大消费品进口也有助于减少高额外贸顺差，缓解贸易摩擦。

“要扩大消费品进口，就要促进进口与中国国内流通环节的对接”，商务部外贸司司长王受文强调，下一步要引导有实力的企业整合外贸物流和内贸环节，发展具有全球采购、物流配送和国内市场投放能力的大型跨国企业，鼓励国内商业企业经营国外品牌消费品，发展直购式的品牌消费平台。鼓励国内大型内贸企业与国外消费品供应商、国内进口商建立合作机制，减少中间环节，促进进口产品顺利进入国内市场流通。

“两个前门”拓宽老商区发展思路

鲍晓倩



逛前门终于能有地儿停车了。不久前，北京核心区最大的地下停车场——前门历史文化展示区地下停车场正式启用，全面建成后的停车场将有1791个停车位、设8个出入口，实现东西和南北贯通，

基本覆盖前门所有功能区。前门商业区起源于明代，历史悠久，曾盛极一时。前门大街的改造，投入不菲，并在保留老字号的同时，吸引了众多时尚品牌入驻，但开街运营后，却仍没有带来预想中

的火爆人气，尤其是本地客流非常少。人们认识前门，是作为文化名片的前门、作为旅游景点的前门，却远不是作为现代商业区的前门。

问题在哪里？停车难是问题之一。“没法停车”，阻挡了太多本地客流。

商业区往往萌发于交通发达地区，而对于超大规模购物中心、奥特莱斯等新型商业业态，大型停车场往往是其发展先决条件之一。

当然，即使公共交通发达，老商区还不得不面对另一个尴尬——发展空间受限。前门地区属于历史文化保护区，又是严格限高地区，要保持商区的历史风貌，发展空间非常有限。

其实无论北京的前门、西单、王府井，还是上海的淮海路、南京路，老商业区大都处于城市的中心地段，这也是城市发展的必然结果。地处城市中心，虽坐拥海量人流，却也成为发展的瓶颈。在寸土寸金的城市中心地段，老商业区如何才能拓展功能，从而与新型商圈竞争？

向地下要空间是一个选择。

前门商业区提出了“两个前门”的理念，即地上一个前门，地下一个前门。目前，前门商业区地上建筑面积约20万平方米，按照规划，“地下前门”中7.9万平方米用于商业，还将建有总面积达10.6万平方米的地下走廊。闲时，这里是一个巨大的地下交通走廊；忙时，这里就是一个专业的停车场。

当然，地下空间的开发，绝不仅仅是地下交通的开发、利用这么简单。向地下要空间，在老城区有许多成功的案例可循。如香港地铁与商业的结合堪称典范，在香港换乘地铁，不仅站与站无缝对接，站与“商”同样无缝对接。如香港铜锣湾地铁站，不同的出口就连接了时代广场、SOGO等几大商场，而青衣站本身便是一座商业综合体，充分利用地下空间，餐饮、购物、娱乐都能在地铁站里完成。

处于城市中心地段的老商区，如何利用好地下空间，是一个普遍需要思考的问题。因地制宜，则是关键。



资讯速递

广东对非洲贸易步入快车道

本报讯 记者顾阳报道：据广州海关统计，2013年前2个月，广东对非洲进出口贸易总值为74.7亿美元，比上年同期（下同）增长68.3%。其中，对非出口23亿美元，增长23.1%；自非进口51.7亿美元，增长1倍；贸易逆差28.8亿美元，扩大3倍。

南非、尼日利亚、埃及为广东对非洲贸易前3大贸易伙伴，上述3者进出口合计占同期广东对非进出口总值的80.4%，其中对南非进出口占逾7成。专家表示，广东传统制造业优势产品符合非洲现阶段发展的市场需求，未来对非洲出口将保持较快增长。

肉菜流通追溯体系建设将有新进展

本报讯 记者余舒报道：商务部市场秩序司日前发出《关于2013年肉菜流通追溯体系建设工作有关问题的通知》，《通知》明确，2013年拟新增部分城市开展肉菜流通追溯体系建设，并视情况对前两批试点城市给予必要的追加资金支持。

新增列入建设范围的城市须符合的要求包括：城区人口100万以上，年财政收入100亿元以上（西部地区50亿元以上），省会城市和副省级城市优先选择；流通基础设施完善，批发市场和屠宰行业集中度高，农贸市场标准化改造或“农改超”比例高；承诺作为市政府为民办实事项目，落实必要的配套资金和后续运行维护经费；在发展“农超对接”、“厂场挂钩”、“场地挂钩”、连锁经营、物流配送等现代流通方式，推广冷链技术，扩大品牌化、包装化经营等方面有专门的措施和安排。

严禁经营者以翻新产品冒充新品出售

本报讯 记者余舒报道：商务部日前发布的《旧电器电子产品流通管理办法》明确规定，严禁经营者以翻新产品冒充新品出售。而根据《办法》，违反这条规定的，由法律、行政法规规定的有关部门依法处理；法律法规未作规定的，由县级以上地方商务主管部门责令改正；逾期不改的，可处二千元以上一万元以下罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

据悉，《办法》要求经营者收购旧电器电子产品时应当对收购产品进行登记。经营者应当建立旧电器电子产品档案资料。档案资料应当包括产品的收购登记信息、质量性能状况、主要部件的维修、翻新情况和配件的商标、生产者信息等情况。同时，经营者不得将在流通过程中获得的机关、企（事）业单位及个人信息用于与旧电器电子产品流通活动无关的领域。

本版编辑 徐涵 童娜



典当行成“淘”宝好去处

本报记者 刘瑾

典当行，即我们熟知的当铺。早在南北朝时，典当活动就已盛行。发展至今，除了既有的金融性质，它的商业性质也在一一显现。

现在，越来越多的人，尤其是年轻人，发现了典当行的新行情。比如，价格不菲的珠宝首饰，在典当行里出售的价格就十分有优势。相对其他渠道，典当行的货品品质更加有保证。

除了钻石，黄金，一些限量版的红酒，本身具备投资价值的手表，名牌皮包等在典当行里，也十分受顾客的欢迎。

于是，淘“宝”，又有了一个新去处

阳春三月，万物复苏，结婚旺季也随之到来，不少情侣开始着手置办婚礼。各地婚俗中，总少不了黄金首饰、珠宝钻戒，然而，动辄上万的钻石，让不少处于奋斗期的年轻人却步。前一段时间曝光的商场钻石暴利的报道，也让很多人不知该到何处购买钻石。近日，记者发现，典当行里的钻石价格相对较低，而且有保证，成为淘宝的好去处。

据了解，2011年开始钻石价格就一路看涨。2011年1月份开始到12月份，克拉钻的平均涨幅达15%至20%，2012年2月17日至3月17日，短短的一个月时间内，钻石价格又高速上扬。

一边是钻石价格猛涨，另一边则是“钻石暴利”愈演愈烈。一颗钻石的终端销售价格通常是成品出厂价的3至4倍。一位业内人士向记者透露，钻石里的“潜规则”不少，商场售价在成本价基础上加价达到30%左右，部分知名品牌加价幅度达到了60%至70%。一颗商场售

价10万元的钻石，成本价只有3万多元，其余高达7万元支付的都是流通费用和品牌溢价。

在西坝河的一家典当行，一对打算今年“五一”结婚的年轻人正在流连绝当品。婚期将近，钻戒还没买好，两人最近逛了不少商店。王小姐说，筹备结婚花了不少钱，目前的预算有限，商场价格太高，又想买个真正合心意的。“30分的钻石不算大了，但在商场都要两万多。听说典当行价格相对低点，而且别人典当的时候也经过了鉴定，就想来淘淘宝。”经过一番精挑细选，两人花不到两万搞定了一枚50分成色不错的钻戒。

宝瑞通典当行民品经营中心总经理王德强表示，商场钻石售价泡沫不少，在典当行除去销售平台的中间环节、品牌费用等，售价只有商场的一半，因此越来越受欢迎。“尤其是春节过后，钻石与黄金都是我们的销售热门。”

春节期间，由于典当行提供便捷快速

的融资服务，不少客户都会将房产、汽车、珠宝、名表等贵重物品送到典当行变现，一些珠宝等物品由于没有定期赎回，就成为绝当品摆上了柜台。

记者调查多家典当行发现，大的典当行往往有专门的鉴定师，根据贵重珠宝的成色、纯度等各方面参数进行专业估价。一般来说，除非少数国际大牌，鉴定师所给出的都是珠宝本身的价值，而非品牌溢价，所以往往比买价低得多。

典当行淘宝价格便宜，但是由于渠道来源复杂多样，而且一般不能退货，也无售后服务，因此淘宝时更需要认清产品。同时，如果想通过典当行“捡漏”，也需要注意投资价值。

专业人士建议，选择大典当行淘宝比较靠谱。而对于翡翠、钻石等珠宝首饰，还应要求提供专门的鉴定证书。购买之后，要保存好典当行出具的票据和鉴定证书，即使以后出现问题，也能及时获得一定赔偿。