

隔离1个月预定的包包涨5万

“奢侈品理财”靠谱吗？

晨报首席记者 谢 靖

因为疫情的缘故在家隔离，晚了一个月提货，发现预定的爱马仕竟然涨了5万元；绝版手袋一包难求，二手平台加价数千才买得到……

最近，随着各大奢侈品品牌如同约好一般一个接着一个涨价，“投资不如买包”的相关话题被炒得火热。“奢侈品理财”真的靠谱吗？

记者获悉，即使对于有着丰富经验的从业者来说，掌握所谓“理财密码”也需要不断在“打怪升级”中慢慢摸索总结。在当前绝大部分奢侈品进入二手市场后都会大打折扣的情形下，不亏便可以算是赚了。



谷爱凌背过的 LV DAUPHINE 最近在二手市场的热度直线上升

/晨报记者 任国强

“理财说”更多的是一种调侃

热衷于在二手奢侈品平台淘宝的金女士在近5年中购入了4款大牌包包，其中竹子绿和国旗红爱马仕 Birkin 在购入时分别为13万元和12万多元。如今再去二手市场上去看价格，至少有2万多元的涨幅。不过对于日常自用的金女士来说并没有实际意义，“我平时会一直背出去的，如果是打算涨价出手的收藏者会很注意保护，五金件等部位会做一些专门的保护。”

和她有同样“淘包包”爱好的朋友李小姐前年在同一平台，在专柜价格的基础上加价约5000元购入了一只 CHANEL 的迷你 CF 金

球包，不同的是，这是一只“全新未使用”的热门款。“有些热门款一般我们是买不到的，配货也买不到，必须是门店有大额消费记录的VVIP 客户才有资格拿货。所以看中了之后，我也只能在二手平台上加价买。”

在李小姐看来，虽然她的这款自用布袋在一年多的时间里已经从38000多元涨至45000元，但如果现在出手，算上使用后的磨损折价也并没有“赚头”，“一定要说理财的话，那当年这个包的卖家才是实实在在地赚了钱，但她的前期投入也是很可观的。”

在记者采访的过程中，许多奢侈品买家乃至二手奢侈品市场的从业者都对“奢侈品理财”一笑而过。在她们看来，所谓的“理财说”，更多的是一种调侃或是茶余饭后的谈资，最多也只能算是从自身爱好中找到乐趣的一种“小确幸”。

上海老牌中古店 Alooooooha Vintage 的运营总监 Sissi 加入这一行至今已4年，在与客户的交易和交流过程中，这种惊喜的出现频率其实是很高的。

例如在2020年5月时 Sissi 就曾以5万的价格，把一只生产于

上世纪六七十年代的爱马仕鳄鱼皮古董包卖给了一名老客户，结果2个月后就佳士得拍卖行看到一只一模一样的古董包最终以22万元的价格成交。“我马上就打电话给这位顾客报喜了。其实这个小姐姐也不一定会把包包卖了，但我们都产生了一种‘我眼光不错’的自豪感。”

最近一次惊喜发生在去年底，一位顾客订购了一只爱马仕并完成了付款，却因为西安的疫情不得不居家隔离，最终提货晚了一个月。到手时，这只 Kelly 的二手价格已经提升了5万元。

边“打怪升级”，边掌握“流量密码”

身处二手奢侈品行业，每天要经手成百上千只包包，Sissi 也会在工作之余练自己的眼光：挑选喜欢且有一定保值能力的二手包，过一段时间再出手，4年里也完成了手头部分闲置二手包的流动。

在这一过程中，只要不亏，对她而言便算是赚了。

第一只让我赚钱的是 LV 的常青款 KEEPALL，当时在中古店买的时候很便宜，才3000多。大概过了一年吧，因为疫情的缘故，出差和旅行有所减少，觉得放在家里有些占地方，就干脆5000多元卖了。Sissi 笑言，如果熬到现在，这

只旅行袋在二手市场的价格至少可以开到7000元。而她如今背的一只 CHANEL 的中古款 CF 也属于目前市场上的“保值天花板”，专柜出售的复刻版几乎每年都会20至30%的涨幅。

她把这种从工作发展出来的个人兴趣爱好称为在二手市场中的“打怪升级”。

第一阶段是选择在二手市场淘一些较专柜更便宜，且品相不错的包包；如今她处于的第二阶段则实现了“有进有出”，选购时着重考虑保值、升值可能或是明星效应——因为明星带货而成为爆款

的包包一旦在专柜出现供不应求的情况，已流入二手市场的同款就会马上成为“香饽饽”，定价也将随之水涨船高。

比如谷爱凌背过的 LV DAUPHINE 最近就如同坐上了火箭，热度直线上升。

第三个阶段要求会更高一些，有些买家会有的放矢地去搜罗稀有皮、限量款的包包进行收藏，这不仅需要专业的眼光和知识储备，更需要一定的财力基础。

记者获悉，奢侈品二手店或平台在对出售商品定价时会综合考虑多个因素，包括成色、皮质、五金

配件等等。例如经手的工作人员会仔细检查包包是否做过养护，不然就说明之前可能已经出现过一些瑕疵；五金配件的氧化程度、光泽度，内外皮层是否有划痕、磨损以及身份卡标是否齐全都会影响最终的价格。

因此，实际使用过的包包进入二手市场后，价格自然会打折扣，且除了爱马仕、LV、CHANEL 等顶级品牌的经典款之外，其他皮具、手袋的二手价与专柜价都拉开了很大的差距，部分知名品牌的包包更很有可能跌破2至3折，甚至更低的“骨折价”。

消费者“买涨不买跌”，能坚持多久？

进入2022年起，各大奢侈品品牌纷纷调整价格的消息就不断在社交平台上刺激着人们的神经。于是我们看到了，LV 预告最高涨幅超过了15%，各门店前排起了长龙。

随后 GUCCI 宣布2月18日涨价，人们又一窝蜂地研究起了“经典推荐”。即使涨价后，芮欧百货的品牌门店中依然人气高涨，Marmont 系列中号价格提升了500元、1955 小号涨了1000元，

在很多人眼里其实还有些无关痛痒。

这两日 CHANEL 即将于3月再度涨价的传言又甚嚣尘上，虽然并未“官宣”，但无论在专卖店还是二手中古店里，都已成为热议的焦点。

以 LV 为例，此前官方对涨价理由的解释是“与全球制造和运输成本上升有关”，但事实是，奢侈品本身的成本其实是很低的，消费者看重的其实是其有一定象征意义

的附加属性。两者相加，就能给奢侈品行业带来源源不断的利润增长。

消费者“买涨不买跌”自然无可厚非，近期“买奢侈品当理财产品”的吆喝也为奢侈品行业赚足了营销噱头。值得注意的是，在奢侈品的价格变动之下，购买趋势陷入了越贵越买的怪圈，却并非长远之计。

业内人士分析指出，中国奢侈品零售行业的新常态将是一个以本土化消费为主的市场，年轻消费

者必然日益成为主力。而这一群体不仅想买大牌，且希望有更多样化的选择、更丰富的时尚调性，而这一理念却与拥有“保值增值”属性的奢侈品款式有很大的冲突。“年轻消费者正在重塑中国的奢侈品市场，并将继续对市场发挥影响力。在真正的年轻化、个性化比拼中，奢侈品的竞争力其实并不太强。无限制的涨价总有一天会突破已有受众的心理底线，甚至激起逆反心理。”

南京路上三大老字号 即将闭店改造

晨报首席记者 谢 靖
晨报记者 徐妍斐

三阳南货店即将“闹”出开业152年以来的最大动静，真老大房以传承经典加创新的思路启动闭店改造，沈大成的“回归”定在了今年8月……

再过不久，南京路上知名的三大老字号将齐齐启动闭店改造，同时相约于原进博集市所在的“临时新家”当邻居。熟悉的点心、糕点、南北货柜台搬去了马路对面，部分新店特色还有望进行提前“剧透”。

三阳南货店经理助理楼晨告诉记者，预计2月27日（本周日）下午4点，门店就会合上卷帘门正式闭店，中间预留了几天的调整期，临时门店预计于3月4日（下周五）在靠近世纪广场的原进博集市所在位置亮相。

因为是临时店，所以按照计划，三阳南货店会直接将老店里的柜台一点一点搬去斜对面，等完成了装修改造，再如同“蚂蚁搬家”一般，慢慢搬回来。

而这，也是自1870年落户南京路浙江中路路口后，三阳南货店在152年中，“闹”出的最大动静。

老字号的忠实粉丝们不用着急，虽然挪了地方，但原本三阳南货店内90%的产品都可以在临时店中买到，即将到来的“青团季”期间还能品尝到新开发的苔菜肉松青团，南北货磨粉类产品等8月回归的新店特色也有望在这里提前剧透。

结合十四五规划和世纪广场打造，这两天南京东路真老大房将开始闭店改造。

真老大房相关负责人向记者透露，闭店后，原则上真老大房销售柜台有望暂时转移到对面的原进博集市内，原址再开业的时间预计在今年年内。

沈大成方面则透露，闭店改造后预计会在八月左右再开业。

上海市公关协会 完成换届选举

晨报讯 2月23日，上海市公共关系协会在中国金融信息大厦举行第九届会员大会第一次会议、第九届理事会一次会议、第一届监事会第一次会议。沙海林当选为新一届协会会长。中共上海市委常委、市委统战部副部长、市人大常委会副主任郑钢淼到会祝贺并讲话。市人大常委会副主任陈靖、市政协副主席虞丽娟出席会议。

上海市公共关系协会成立于1986年，是国内最早的省市级公关协会。2012年12月市公共关系协会第八届理事会成立后，紧紧围绕国家战略和上海发展大局，结合上海公关实际情况，推出上海公共关系国际高峰论坛、上海市优秀公关案例评选、上海市高校公共关系学专业奖学金评选、高端讲座、公关沙龙等五大品牌活动，在提升行业发展水平、服务城市建设等方面取得了丰硕成果。