

福布斯

中國市場助圓夢

十大奢侈品牌 寶馬力壓LV

【本報訊】綜合美國媒體報道：儘管去年全球的銷售額下跌了8%，但一些堅挺的奢侈品牌卻不受影響。美國財經雜誌《福布斯》綜合了各種數據，羅列出全球十大最有價值的奢侈品牌，結果德國車廠寶馬力壓著名時裝品牌路易威登（LV），登上榜首。這些品牌都有一個共通點：非常重視中國市場。

為了找出奢侈品中的「白金品牌」，《福布斯》研究了汽車、零售、時裝及配件等領域超過30個主要品牌，評選出全球最有價值者。《福布斯》找來了市場推廣公司傳立（Mindshare）負責營商策略的總經理帕克赫斯特，協助評定這些品牌的價值。

雖然對很多公司來說，去年是災難性的一年，但在《福布斯》最有價值奢侈品牌榜上排前列位置的公司，去年的成績仍然相當不俗。例如，排第二的路易威登便無視衰退的陰影，2009銷售額增長超過10%，報63億美元。代表公司75%時裝及皮革用品業務的品牌銷售，在首季也取得雙位數增長。

另外，德國汽車品牌寶馬今年推出以「樂趣」（Joy）為名的密集宣傳攻勢，剛好抓住了機遇，令寶馬成為全球最強勁的品牌。

究竟是什麼讓這些品牌脫穎而出呢？全球最頂尖奢侈品品牌的製造商，不會為它們的產品標上天價致歉。例如，路易威登從不為任何一件貨品提供折扣優惠，理由是顧客對它的忠誠和物有所值。這其實不無道理：如果顧客知道某件貨品3個月之後也許會提供七五折優惠，那麼他為什麼現在要付正價購買？

贏得中國 贏得世界

即使頂尖的奢侈品公司引入低價貨品，也不會拿價錢做宣傳。當平治引入顧客最易買得



德國車廠寶馬的汽車甚獲口碑

起的C-Class房車，它仍然會以「這是一種融合百年德國工程技術的產品」作為賣點。而且大部分最有價值的品牌即使在衰退時期也不會不做宣傳。例如，路易威登推出名人宣傳攻勢：在一個硬照廣告中，男舞蹈家巴雷什尼科夫赤腳站在台上，女攝影家萊博維茨則坐在台下看着他。

戰略諮詢公司貝恩（Bain）說，全球最有價值奢侈品牌的製造商都知道，它們未來的銷售額將有一大部分來自新興市場，尤其是中國，當地的奢侈品市場的銷售額預期今年增長一成半。

貝恩合夥人達爾皮齊奧說：「隨着亞洲成為奢侈品市場參與者取得（業績）增長的市場，各品牌將把他們推出的產品作出相應調整以迎合更廣層面顧客的需要。」

著名品牌香奈兒的設計師 Karl Lagerfeld



愛瑪仕手袋

勞力士手表

黑猩猩會搖頭說「不」

科學家發現，除了人類，原來與人類最為接近進化祖先倭黑猩猩同樣懂得以搖頭表達反對和拒絕之意，而且有錄影片段為證。

德國馬克斯·普朗克進化人類學研究所的一個研究小組在《靈長類動物》雜誌的一份報告中稱，在



研究顯示，黑猩猩懂得以搖頭表達反對和拒絕之意

薩克森州的萊比錫動物園拍攝到兩段倭黑猩猩搖頭的片段。在其中一段，小猿路易莎把一根大蒜拿來玩，牠的母親烏林迪想阻止牠，孩子卻沒有理會，母親然後對牠搖頭，並把大蒜丟開，但路易莎這淘氣鬼還是跑去取回「玩具」。在另一段片段中，一隻倭黑猩猩企圖偷走同伴的食物，對方發現後搖頭，示意不允。

研究小組由此推斷，以搖頭「說不」的身體語言可能並非由人類首創，而是由倭黑猩猩甚至更早的祖先遺留下來。倭黑猩猩（又稱倭黑猩猩）和黑猩猩是與人類最相近的近親，兩者同屬非洲大猿類。此前，科學界只知道多種猿猴會以點頭、鞠躬、搖頭等頭部動作與同類溝通，包括倭黑猩猩懂得以搖頭示意展開某些互動，例如玩耍，然而這項新研究乃歷來首次有錄影片段證實牠們會與人類一樣以搖頭示意反對和拒絕。

（英國《每日電訊報》）

美無臂女考跆拳道黑帶

美國有一位天生沒有雙臂和膝蓋骨的女子席拉·拉德茲維琪，不但是跆拳道高手，還可以耍雙截棍。

32歲的席拉在下個月將參加跆拳道黑帶考試。她學習跆拳道已有三年，目前是棕帶。她還會使用齒或身體其他部分來揮舞雙截棍，也能踢斷木板。

席拉先天患有「血小板過低合併骨髓缺乏症候群」（TAR syndrome），沒有雙臂和膝蓋骨，雙腳內八。她本來被認為無法存活



天生沒有雙臂和膝蓋骨的女子席拉·拉德茲維琪是一名跆拳道高手

，或起碼不能走路。她經歷過多次幫助她走路的手術，直到初中還穿着直到小腿的鐵架。然而經過不斷努力，席拉今天不但能走路，還能飛踢！

三年前，她到麥柯瑞的武館學習跆拳道，從此該武術館成為她的第二個家，老師和同學變成了她的家人，她很感謝老師對她就像對其他同學一樣，沒有把她視為殘障人士。麥柯瑞則讚賞她的毅力、上進心和絕不自憐，是他在學生中從未見過的。

（綜合報導）



美國佛羅里達州參議員邁克·本內特在參議院會議室內的電腦上看裸女圖

美參議員開會看裸女圖

美國佛羅里達州參議員邁克·本內特顯然覺得會議十分無聊，當他的一名同事開始談論尊重女性的問題時，他竟在參議院會議室內的電腦上看起了裸女圖。

當地時間5月5日，《陽光州新聞》記者蘭斯·懷特公布了本內特參議員在電腦上看裸女圖的視頻。當時，還能聽到參議員丹·蓋爾博討論流產法案的聲音。蓋爾博說：「我反對這個法案，因為它沒有尊重佛羅里達州的所有女性。」隨後，本內特似乎又在YouTube上看了一段有關狗的視頻。

本內特事後辯解說：「我只是坐在那裡，看着他們爭論流產法案感到十分無聊。突然收到以前同事發來的郵件，打開後看到了那張裸女圖。我當時感到十分驚訝，並且

立刻刪除了它。」本內特的發言人說，參議員先生當時以為那封郵件是與流產法案有關的。只是現在不清楚，是否他認為那段狗的視頻也與流產法案有關。在諮詢了參議院律師後，本內特拒絕向媒體展示他電腦上的原始郵件。

本內特在給媒體的郵件中寫道：「上周五，參議院會議前一分鐘，我檢查自己的私人郵件，都是以前的同事和老朋友的。我事前根本不知道郵件內容，發現裸女圖後，我立刻關閉了它。我不能控制別人發送什麼給我。我對人們關注這種小事感到失望。」

當《陽光州新聞》發表這則新聞後，本內特十分憤怒。他打電話給懷特，威脅他將永遠不能進入國會工作。（英國《每日郵報》）

No.1：寶馬（BMW）

品牌價值：199億美元
品牌銷售額：566億美元
成功秘訣：全球最大車廠寶馬的成功秘訣在於積極拓展中國市場。為了攻佔中國市場，寶馬正不斷度身設計適合中國文化的新車款。



No.2：路易威登（Louis Vuitton）

品牌價值：190億美元
品牌銷售額：63億美元
成功秘訣：一想起名牌，不少人會立即聯想起路易威登。在路易威登創立156年的歷史裡，它一直奉行「零減價」政策。該政策為路易威登建立起堅不可摧的品牌價值。



No.3：平治（Mercedes-Benz）

品牌價值：188億美元
品牌銷售額：632億美元
成功秘訣：每逢經濟衰退，車廠都會以「大減價」作招徠。然而，無論「海嘯」颶起的風浪如何大，平治車廠都只標榜其「累積了100年的真材實料」。目前，平治正和寶馬逐鹿中國市場，爭奪成為中國豪華房車的龍頭。平治預計其中國市場銷售額將於2011年超越寶馬。



No.4：古奇（Gucci）

品牌價值：82億美元
品牌銷售額：30億美元
成功秘訣：Gucci的新任行政總裁於去年就職，其減產、「一種風格多個款式」的品牌策略也獲得成功。



No.5：Coach

品牌價值：74億美元
品牌銷售額：32億美元
成功秘訣：與路易威登相反，Coach去年採取了大減價策略，多種產品都在低於300美元的價格發售，令銷量和營利大增。Coach現正集中開發中檔產品。



No.6：愛瑪仕（Hermès）

品牌價值：57億美元
品牌銷售額：25億美元
成功秘訣：你有否想過買手袋也有「waiting list」？擁有173年歷史的愛瑪仕便是以「排隊」的方式售賣手袋而聞名。愛瑪仕手袋每個起碼賣6千至10萬美元，有「出世紙」，並完全由人手製造。今年二月，愛瑪仕在紐約的男士專門店開張，希望男士也加入「排隊」行列。



No.7：香奈兒（Chanel）

品牌價值：56億美元
品牌銷售額：33億美元
成功秘訣：一個品牌的成功有時始於一句格言，例如香奈兒的「潮流會改，只有風格不變」，如今依然是香奈兒品牌的成功要領。同樣重要的是香奈兒對設計師的信任，時裝巨人Karl Lagerfeld便是其中之一。



No.8：勞力士（Rolex）

品牌價值：55億美元
品牌銷售額：34億美元
成功秘訣：勞力士是最賺錢的鐘表品牌。多得中國市場，其營業額預計將更上一層樓。



No.9：卡地亞（Cartier）

品牌價值：54億美元
品牌銷售額：33億美元
成功秘訣：Cartier指出，中國將在三年內成為Cartier最重要的市場。Cartier現時在中國18座城市擁有32家分店，目標是三年內增至55家。



No.10：保時捷（Porsche）

品牌價值：48億美元
品牌銷售額：87億美元
成功秘訣：很少品牌可以像保時捷般，把奢侈品推銷成必需品。這幾年來，保時捷的市場推廣及銷售策略均非常成功，其Porsche 911車款也廣獲口碑。

老爺車售2.3億 史上最貴

一輛1930年代的布加迪（Bugatti）老爺車最近以大約3000萬美元（約2.33億港元）售出，成為史上最貴的私家車。

交易員表示，這輛布加迪57SC型Atlantic車最近在一次私人交易中以3000萬美元左右賣出，與賣家最初開出的價格差不多。這輛最高時速123英里的雙門小轎車曾為美國布加迪車友會前主席、神經科醫生彼得·威廉森所有，不過他已於2008年辭世，據悉，買家是家住美國加州的汽車收藏家彼得·馬林。

經典老爺車在私人交易中的價錢常常都高於拍賣。過去4個月內某天，便有一輛法拉利

經典GTO運動車（該車廠在1962至63年生產的36輛汽車之一）在私人買賣中以2800萬美元售出。兩周前，英國一位汽車收藏家亦以2000萬美元（接近買方開出價格）買下了一輛GTO。汽車經銷商預測，未來將會有越來越多的富豪減少高風險的金融投資，改而炒賣老爺車，因此車價紀錄將會再被刷新多次。（彭博社）

