



BQ

北京青年周刊

LIF

B²² FASHION BABYLON
时尚巴比伦

杨幂
爱是回不

Couture
双高文
2011春夏高

Skincare
雪肌通
一白色精

Ready To
当嫁衣

Bou
指



进入中国的国外奢侈品网购平台代表

次日送达的私人时尚快餐

文/本刊记者 衣然

“

互联网不仅为我们提供了高品质的内容呈现,也提供了上乘的服务,让我们能享受尊贵的在线购物体验。总而言之,我们可以无时无刻不在互联网上拥有全新而愉悦的购物体验。由于商品结合了多媒体手段(包括视频、互动时装秀、特别报道及采访),所以消费者在线不仅仅可以购物,还有机会了解更多的产品信息、体验产品,从而更好地了解品牌。并且在快递时间上我们可以做到次日送达。

”

日前,BQ对时尚电子商务界的领军者YOOX集团创始人及首席执行官Federico Marchetti先生进行了专访。这一世界著名的多品牌时尚品牌在线商店,凭借着与全球设计师、制造商和授权经销商的多年合作伙伴关系,将那些时装店里都甚为稀有的货品展现在网络上,不仅包括世界顶级设计师的精选季末服装与配饰,独有的限量版系列,甚至是环保的时尚产品、家居设计品,乃至罕见的古董和艺术书籍都可进行线上购买。

BQ: 《北京青年周刊》
F: Federico Marchetti

BQ: 最初是什么启发了您,从而让您创立了YOOX集团?

F: 我小的时候就非常喜欢零售这个行业。我对终端消费者和他们未来真正想要的是什么很感兴趣,但是我既不是IT专家也不是时尚追捧者,我想把时尚和互联网联系起来,做一个为这两个世界建立桥梁的企业家。

BQ: 互联网上充斥着许多脍炙人口的奢侈品销售网站,那能讲讲您公司旗下的thecorner.com的特点吗?(讲讲与其他网站的不同之处)

F: thecorner.com是一家以独特的迷你店形式来展现一系列前卫时尚男女服装和配饰的在线精品店,目前

thecorner.com的商品可以在全球范围内递送至52个国家, thecorner.com拥有零售业的革新理念。

1) 这一开创性的零售理念的核心正是“角落”,它既是一家迷你精品店又是一个为时尚设计师展示创意的平台,顾客可以亲身感受到设计大师别具一格的灵感世界。thecorner.com将于2011年下半年以全价和高端商品的策略进入中国。

2) thecorner.com所呈现的品牌均具有鲜明的个性,所甄选的设计师品牌都以时尚前卫的设计风格 and 精细的手工制作著称。很多设计师品牌都曾在thecorner.com上举行网络渠道的首发式,业内众多先锋时尚大师均为thecorner.com度身打造过时尚大片、视频及时尚电影。如前Dior Homme设计师Hedi Slimane和著名时尚摄影师Nick Knight。

3) 2011年下半年,thecorner.com将正式登陆中国,为中国消费者带来一系列著名奢侈品牌及前卫设计师的男女服装、鞋履及配饰,也将为届时已登陆中国的单一品牌合作伙伴提供另一个窗口展示和销售它们网络旗舰店的商品。

4) thecorner.com将与FedEx合作确保快速便捷且可靠的全国递送服务。

5) 轻松退换货服务。

6) 全中文界面及语言。

Federico Marchetti

1969年出生于意大利帕纳多市,拥有米兰博克尼大学经济学学位和帕纳多大学工商管理硕士学位。曾为美国和意大利多家时尚品牌公司的首席执行官和设计师担任首席顾问,于2000年创立了YOOX集团。



7) 本地尺码换算。
8) 人民币货币交易。
9) 完善的中文邮件及电话客户服务系统。
10) 为了确保消费者支付方式的安全,支持货到付款及多种当地的网络支付平台例如支付宝。

11) 为了保证顶级的服务质量,我们在上海设立分公司及物流中心,负责数码摄影、编目、库存管理及运输,在中国进行全架构运营。

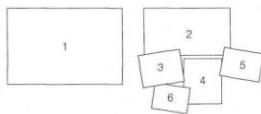
BQ: YOOX集团是如何选择合作的时尚品牌和设计师的呢?

F: 我们不断进行探索和实验,目的是为了在thecorner.com上向消费者提供一系列来自全球包括东京、安特卫普、纽约、巴黎、伦敦和米兰的前卫时尚的品牌,包括东京、安特卫普、纽约、巴黎、伦敦和米兰,一些品牌,例如Ann Demeulemeester, Haider Ackermann, Brunello Cucinelli, Z Zegna and Santoni都选择thecorner.com作为它们的官方在线零售伙伴。

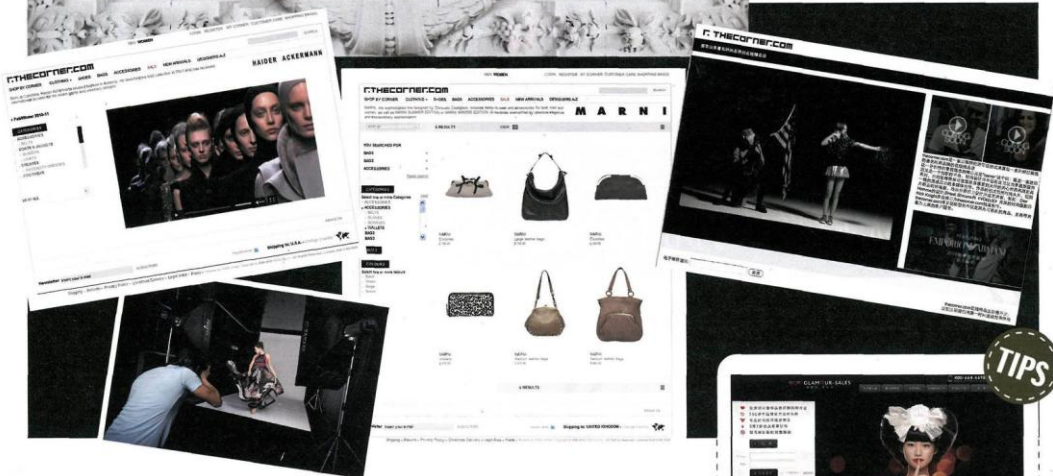
而对于在线商店,又是另一种情况。目前YOOX集团在全球运营着23个著名时尚品牌的网络旗舰店,例如emporioarmani.com, zegna.com, 并且有许多品牌都还在等待名单中,期望与我们合作建立他们的网络旗舰店,为了



FASHION BABYLON²³
时尚巴比伦 B



1. thecorner.com网页页面
2. thecorner.com网页上由Nick Knight&Show工作室制作的充满时尚感的页面
3. Haider Ackermann在thecorner.com上的页面上
4. 意大利品牌Marni的产品在奢侈品网站thecorner.com的页面上
5. thecorner.com在中国的在线精品店的页面
6. YOOX集团博洛尼亚物流中心摄影棚内, 摄影师为网站所销售的时装配置大片



确保质量,我们期望每年只推出6-7个单一品牌网络旗舰店,我们与这些品牌之间已经建立了良好而又坚实的长期合作伙伴关系,如与Emporio Armani在美国的合作始于2006年,在欧洲的合作始于2008年,在日本的合作始于2009年,2010年开始在中国的合作,并且它们刚刚与我们将合同续签到了2015年,由YOOX集团运营的著名时尚品牌Marni的官方网络旗舰店marni.cn在3月1日登陆中国。

BQ:在YOOX集团旗下的网站上消费的男女比例是怎样的呢?是不是女性更喜爱在互联网上购物呢?

F:根据我们对中国市场的调查,无论是数量还是频率,女性的网络消费者都要高于男性,男性消费者也开始越来越喜欢网络购物,只是针对男性的购物网站较少,这也是为什么我们创立thecorner.com的原因之一,为喜欢塑造个性风格的人们,无论男性还是女性,提供一系列富有创意的服装和配饰。

BQ:购买奢侈品,购物体验对于消费者而言是非常重要的环节,而在网络上购买奢侈品,如何能够让消费者体验到购物的乐趣呢?

F:越来越多的品牌走进网络,科技和宽带都有了很大的进步,因此,比起2000年我们刚开始创业的时候,互联网环境已经发生了翻天覆地的变化,互联网不仅为我们提供了高品质的内容呈现,也提供了上乘的服务,让我们能享受尊贵的在线购物体验。总而言之,我们可以无时无刻不在互联网上拥有全新而愉悦的购物体验,由于商品结合了多媒体手段(包括视频、互动时装周、特别报道及采访),所以消费者在线不仅仅可以购物,还有机会了

解更多的产品信息,体验产品,从而更好地了解品牌,与此同时,网络服务质量也越来越好,由YOOX集团运营的在线商店为中国消费者提供尊贵的客户服务,例如次日到达,全手工包装,免费退换货等,甚至包括允许消费者在快递员等待的情况下试穿商品。

BQ:近年来,网络购物发生了令人难以想象的快速发展,人们的消费习惯也大有改变,您所能预见的未来十年里,又会有怎样的革命或者变化呢?

F:消费者越来越成熟,他们知道自己的需求,也更加在意商品和服务的质量,举例来说,10年前,商品快速时间为一周,这就已经让消费者很满意,而如今,在快速时间内我们可以做到次日送达,为了提高我们的服务质量并满足消费者,我们不断地去了解他们的需求,YOOX集团是一个致力于长期发展的公司,我很高兴我们是第一个来到中国,见证中国消费期望值提高的公司,我们希望能为他们带来最好的服务。

BQ:您能谈谈自己的网购经历吗?您会认为网购是年轻人才会中意的事情或喜好吗?

F:我喜欢网络购物,但我并不狂热,我也喜欢在实体店购物,所以对我来说,比例是一半一半,在网络购物中,我很享受次日送达和免费退换货的服务,我是一个成熟的消费者,网络购物让我享受这种购物的全程体验,它更高效,更私密也更有趣。

关于第二个问题,我不认为网络购物是年轻人才喜欢的事情,我们消费者的年龄跨度很大,当然,年轻人是最接近网络年龄的一代。

低价代购的来自日本的奢侈品网上销售店www.glamour-sjles.com.cn的页面截图

那些关于奢侈品网购的声音

- 支持的Voice
1. 正因为线上奢侈品的存在,这让60岁的老太太也会线上购买奢侈品牌手包。(来自美国)
 2. 可以在办公室挑选自己心仪已久的名牌包包,没有什么比这更方便更舒适的了!(来自韩国)
- 质疑的Voice
1. 花昂贵的价钱买奢侈品,在店里愉快的购物体验是重要的一部分,如果在线上就很大程度上降低了这种体验。(来自中国)
 2. 就是因为这样便利,让我在无形之中买回家一堆永远都用不上的东西,网购促成更频繁的不理性消费!(来自中国)

全球奢侈品网购尝鲜

1. 来自法国的购物网站Vente-Privee.com创办于2001年,以解决奢侈品牌库存积压为商业模式,云集了众多国际大牌,采取限时特卖的模式,每天同时开卖3-4个品牌,外加5-7折的折扣,让奢侈品牌一下子就变得亲民许多。
www.vente-privee.com
2. 和老徐一起购物?这是一家具由静雅代言的知名会员制奢侈品牌购物网站,魅力源于2009年在日本东京创立,并于2010年初扩展至中国,作为150多个国际品牌唯一正式授权的奢侈品牌网上销售店,魅力是采用会员邀请制和限时抢购的模式,以市场价63至7折价格,为会员精选一系列顶级国际品牌服装、配饰、包袋、珠宝及化妆品,并推崇尊享级别的购物体验。
www.glamour-sjles.com.cn
3. 美国网络零售商Cit Group,这家创业仅两年营收已达1.7亿美元,电子商务网站,同样以处理奢侈品牌库存的经营模式存在,采用在线会员注册的方式,相当于网上的奢侈品牌outlet。
http://www.sift.com/