

没了内地旅客，昔日香港二手奢侈品巨头米兰站日子难过

界女士 界面新闻 1 week ago



图片来源：milan station

记者：加琳玮

编辑：周卓然

//

虽然二手奢侈品市场的发展风头正劲，但昔日的香港奢侈品转售“巨头”米兰站因为缺乏竞争力而江河日下。

//

香港旅游业被2019年持续数月的暴力示威重挫之后，奢侈品零售经历了一段灰暗时光。界面时尚曾报道过，去年9月，香港最知名、人流最密集的“奢侈品一条街”广东道已变得空荡，往日熙熙攘攘排队购物的场景不再。

而根据专做二手奢侈品生意的香港上市公司米兰站（Milan Station）最新发布的财报显示，不仅是奢侈品门店，2019年当地的二手奢侈品市场也遭遇重创。

据米兰站财报数据，截至2019年12月31日该公司年度收益约为2.32亿港元（约合人民币2.12亿元），相比2018年下滑12.4%。亏损约为2350万港元（约合人民币2150万元），比2018年的亏损减少41.3%。

亏损缩窄主要归功于米兰站在2018年关闭了收益甚微的内地门店，但米兰站还是没能扭转连年亏损的局面。



在其目前唯二的香港、澳门市场中，后者因博彩和旅游业转好，业绩比上一年轻微增长了50多万港元。因此米兰站的总收益主要还是跟着香港市场的阴晴而变动。

商品方面导致米兰站业绩下跌的主要原因是包袋销量下滑。作为该公司的主营商品，2019年二手包袋销售额约为2.01亿港元，比2018年少卖近4亿港元。所有价格段位的商品中，1万港元以下、5万港元以上的产品下滑较大。

米兰站的体量并不大，自2001年在香港尖沙咀开设首店以来，经历了扩张再缩减的过程。2007、2008年米兰站分别进驻澳门和内地市场，开始稳坐香港二手奢侈品市场的第一把交椅。并于2011年在港交所上市。

但目前米兰站仅剩68位员工，一年中只净增1位。收益则重度依赖香港的6家米兰站店铺和旗下7家泰国护理品牌THANN的店铺。

昔日香港二手奢侈品“巨头”疲态尽显。长远看来，不得已退出内地市场的决定不仅会造成业绩损失，还会对之后的公司形象建立造成负面影响。内地市场一直有许多以“米兰站”为名的二手奢侈品零售商，但都与真身无关。



米兰站本该抓住市场机遇，二手奢侈品市场近年发展风头正劲。

美国时尚转售网站ThredUP曾预计，到2022年，二手市场规模将达到4000亿美元，而时尚类产品会是发展领头羊。德国金融机构Berenberg分析师还曾表示，二手奢侈品市场比奢侈品一级市场的增速还要高出两倍以上。

这一行业前景促使转售奢侈品网站快速崛起，例如2008年创立于北京的寺库、2011年创立于美国并上市的The RealReal。相比之下，重线下、体量小、形象陈旧的米兰站竞争优势并不大。

香港这一重点市场也很难再给米兰站更多附加值。

香港曾是全球最炙手可热的零售市场以及奢侈品市场，被称为购物天堂，但这一地位在保持了近20年之后产生了动摇。奢侈品涌向线上平台、全球价格开始趋于一致化、内地政府下调进口关税打击代购、内地消费者海外游的增多等等原因，都让香港购物变得不再那么难以取代。



米兰站在财报中表示，2019年极具挑战性的香港经济给零售市场带来了困难，展望2020年，依旧持审慎态度。

这一判断主要来自于香港因控制疫情而对内地、海外游客的到访限制。

随着疫情风暴眼转至海外，香港的入境限制处于严格顶峰。香港行政长官林郑月娥3月23日宣布，从3月25日凌晨开始，所有非香港居民从海外国家乘飞机抵港将不准入境。从内地及台湾入境的非香港居民，如果过去14日去过海外国家及地区，将不准入境；香港国际机场停止一切转机服务；所有从台湾、澳门入境的人士，包括香港居民，将强制检疫14天。

因此，香港零售业短期内只能指望本地消费者带动，然而和内地消费者相比，消费力是远远不够的。失去了内地市场的米兰站在萎靡的市场环境中开始反思零售策略，表示将控制成本、转变业务模式。

虽然并未透露相关策略细则，但该公司很可能未来会更重视线上渠道发展，对盈利能力较差的门店也可能会再度进行优化和改良。

未经授权 禁止转载

[Read more](#)