每经记者：杜蔚 每经编辑：文多,孙志成

不再满足于疾驰的赛道，豪车法拉利（Ferrari，RACE，股票182.5美元，市值332.7亿美元）想用服装开启品牌多元化的奢侈之旅。

每日经济新闻记者获悉，备受外界关注的法拉利服装已走下T台，即将与中国消费者“亲密接触”。赶在今年“双11”前夕，法拉利低调登陆天猫，开出中国首家官方服装（网）店，销售产品主要围绕高级时装与配饰，并将于10月24日开启预售。

图片来源：法拉利官方旗舰店截图

过去一年里，有500多个奢侈品新品系列在中国电商平台全球首发。与Gucci等大牌相比，法拉利的服装有何特点？

一件法拉利风衣超过4万

创立于1947年的法拉利，是全球最高端的豪车品牌之一，以高性能跑车闻名于世。近年来，为拓宽商业版图，法拉利不断开发多品类产品，甚至深入时尚行业。而推出全新服装，是法拉利这一年多来十分重要的一次跨界。2021年中旬，法拉利举行时装首秀，正式发布男装、女装及童装系列。今年2月、9月，法拉利先后现身米兰时装周、米兰利里科剧院，发布2022~2023秋冬系列男女装合秀、2023春夏男女时装系列。

法拉利时装秀 图片来源：视频截图

根植于跑车制造的理念，法拉利的时装也传承了这一重要元素。服装以简约线条为主，使用创新面料，在色彩搭配上，多从不同调性的深色出发，再逐渐过渡至黄色等跳跃色调。其中，不乏使用经典的法拉利红与墨绿等混合色彩，以及绚丽的赛车涂装色彩等进行搭配。整体呈现工装风、赛车服风。

截至10月13日，法拉利在天猫开设的官方旗舰店已上新了男士系列、女士系列、配饰和箱包四大品类的产品，包含一些秀场同款，售价从630元至数万元不等。目前售价最贵的是一件灰色的女士中长款风衣外套，标价为4.45万元。店铺会员可享优先预购新品、指定商品分期免息、一对一专属客服等权益。

图片来源：法拉利官方旗舰店截图

每日经济新闻记者通过对比价格发现，法拉利推出的服饰中，T恤类价格大致在2000元上下，外套则大多超1万元，其定价已接近Gucci等奢侈品牌。

“买不起法拉利跑车，买件法拉利赛车服穿还不行吗。”一位赛车迷听闻法拉利在国内开起服装店的消息时评论道。

记者从天猫奢品方面了解到，今年“双11”，LVMH集团、开云集团、香奈儿、爱马仕、历峰集团五大奢品巨头将带领逾200多个奢侈品牌参与，不少品牌均将带来新品或限量款。法拉利虽然赶在“双11”前，在国内开设首家线上官方店铺，但能否在大牌云集的“双11”首战告捷，尚需时间检验。

能否从“豪车”转向多元化奢侈品

站在金字塔尖的跑车制造商法拉利，始终保持着亮眼的业绩。

法拉利2022年第二季度财报显示，4月~6月，公司向全球交付3455辆汽车，同比增长28.7%，创历史新高；净销售额为12.91亿欧元，同比增长24.9%；净利润为2.51亿欧元。其中，对中国交付量同比增长116%。

图片来源：季报截图

而据法拉利2021年财报，公司汽车年度交付量为11155辆，同比增长22.3%，比（疫情前的）2019年增长10.1%，达到有史以来最高。公司销售额同比增长23.4%至42.7亿欧元。其中，中国市场的表现最好，跑车销量翻了一番，达到900辆。

强劲业绩支撑下，法拉利不再拘泥于汽车“周边”赛道。法拉利首席执行官Benedetto Vigna曾在公司年度股东大会上表示，全球对奢侈品的需求正在增长，法拉利目标是通过押注奢侈品等方式让年收入在未来五年内翻倍。

与一些奢侈品牌将彩妆等副业授权给其他公司经营不同，法拉利此番亲自打造运营服装板块，足见其决心。法拉利时装线创意总监Rocco Iannone是一位80后，曾在奢侈品牌Dolce Gabbana，以及Giorgio Armani、Pal Zileri工作过。现如今，他正用服装切口，带领着法拉利加速向多元化的奢侈品赛道靠拢。

图片来源：法拉利官方旗舰店截图

另一方面，中国市场对每一个国际大牌来讲都十分重要。《2021年中国奢侈品市场报告》显示，2021年中国个人奢侈品市场规模同比增长36%，达到近736亿美元。

面临不同的消费环境和文化差异，押宝中国和线上已成为大部分品牌的必选题，法拉利也不例外，将中国第一家服装店率先布局本地电商平台。

“过去几年，奢品消费大量回流国内及线上。”天猫奢品相关负责人王玮蓁曾表示，近年来，该平台消费者大幅增长，人均购买力显著提升，从2019年到2021年，消费者人数同比增长153%，总成交同比增长309%。

记者|杜蔚

编辑|文多 孙志成 杜恒峰

校对|卢祥勇

｜每日经济新闻 nbdnews 原创文章｜

未经许可禁止转载、摘编、复制及镜像等使用

每日经济新闻