

2016年中國閃購市場或破1,800億

行業分析

艾瑞諮詢最新發佈的報告顯示，去年中國網絡限時特賣市場規模達378.0億元（人民幣，下同），較去年增長100.5%。艾瑞諮詢預計，2016年中國閃購市場規模或將突破1,800億元。值得注意的是，在商品價格方面，內地網絡限時特賣市場已開始由奢侈品向中檔大眾消費品衍生，以更親民的價格擴大消費覆蓋群體。

隨著互聯網的快速發展以及支付環境和物流業的日趨完善，網絡購物已經成為人們日常生活的一部分。與此同時，消費者對網購的要求也不斷發展，從追求省時、



中國網絡限時特賣市場由一、二線城市向三、四線及以下城市蔓延。

省力，向低價獲得高品質、大品牌的商品升級，網絡限時特賣（閃購）平台應運而生。

網絡限時特賣模式起源於法國名品折扣網Venteprivee，該模式以「精選品牌+深度折扣+限時限量」為特點，定期推出包括LV、Zac Posen、Marc by Marc Jacobs在內的各類奢侈品商品，以原價1至5折的價格向網站會員出售。自2001年成立以來，用戶、訂單和銷售額增長迅速，2013年累計用戶數超過2,000萬。

2008年8月，唯品會網站的建立標誌著內地網絡限時特賣市場的興起，2013年天貓、京東、當當網、一號店紛紛推出閃購業務，加入中國網絡限時特賣市場行列。

艾瑞諮詢指出，中國網絡限時特賣市場在一定程度上吸收、借鑒了Venteprivee等國外網絡限時特賣企業的成功經驗，同時結合文化差異、市場階段及國內消費者的購物習慣，發展出具有本土化特色的經營模式。

受消費能力提升所帶動

首先，就商品價格而言，中國網絡限時特賣市場由奢侈品向中檔大眾消費品衍生，以更親民的價格擴大消費覆蓋群體。以唯品會為例，成立初期以頂級奢侈品為主，用戶數量難以規模化，後調整戰略，瞄準阿迪達斯、耐克、卡西歐、ebase、歐時力等中國消費者更熟悉的二、三線名牌，取得較好市場反應。

其次，就用戶獲取方式而言，中國網絡限時特賣市場由「會員專享」（即會員制和會員邀請制）向開放式註冊發展。以聚尚網為例，初期通過開心網、微博、BLOG、論壇等渠道限量招募會員，一定比例地控制會員數量，僅向會員開通VIP特享通道，後降低門檻，開放式註冊即可享受會員待遇，提高了用戶規模和市場佔有率。

最後，就地域覆蓋而言，中國網絡限時特賣市場由一、二線城市向三、四線及以下城市蔓延。這主要由於知名品牌（尤其是奢侈品）在三、四線城市的線下覆蓋率和通達性較差，而當地用戶需求難以滿足。因此，網絡限時特賣市場潛力可觀。

艾瑞諮詢分析認為，中國網絡限時特賣市場快速發展，除線下尾貨的大量堆積和線上購物平台的快速發展等外因推動外，消費者消費能力和購買能力的提升、對品牌商品需求的增強，才是促進行業發展的內因。

艾瑞諮詢表示，去年中國網絡購物市場交易規模近1.9萬億元，同比增長59.4%，預計未來3年網購市場將保持較高速度發展。2014年，中國網絡購物用戶將達3.5億人，屆時網購用戶在整體網民中的滲透率將突破50%；到2017年，網購交易額佔社會消費品零售額的比重將達15.7%。此外，各大綜合購物平台加大特賣市場布局，此舉將進一步推動網絡限時特賣市場發展，而整個網購市場都將成為特賣模式的成長空間。

點金

過去十年自由化，未來十年創富行。融資投資開公司，黃金基金人民幣。兩地攜手贏明天，上行創富必實現。

創富行

常平珠寶產業園將於今日動工

今日，投資達48億元（人民幣，下同）的東莞常平珠寶文化產業園將全面動工。作為常平今年14個東莞市重大項目之一，該產業園佔地430畝、建築面積達76.9萬平方米，計劃引進國內外知名珠寶生產企業上百家，將形成產、供、銷一條龍的中國珠寶專業大市場。據了解，目前有意入園的企業已經達到140多家，超過園區容量的70%。

該項目投資方廣東寶力實業投資有限公司負責人表示，作為廣東省珠寶業「十二五」規劃重大項目和東莞市重大項目，市領導對於該項目十分關注，從規劃、設計、審批、建設均通過市綠色通道完成，極大保障了該產業園的建設進度。而除了知名珠寶生產企業，還會有在珠寶經營及相關領域上千商家入園，並設有一站式辦公、保稅倉、珠寶鑒定、原石料交易中心及珠寶技術孵化中心等一批公關服務平台，將黃金珠寶生產、設計、交易各個產業環節進行有機整合。由於受到相關部門的高度重視和大力支持，入駐園區的企業也可享受一系列優惠政策。

目前，園區第一部分，佔地30萬平方米的生產加工區和佔地8萬平方米的宿舍及生活配套區相關設計已經完成，將於今日（8月29日）正式開工建設，預計明年6月份即可交付客戶使用。據了解，生產加工區分為A、B兩類廠房，區內廠房首層層高6米，第二層層高5.4米，第三層至第十三層層高4.2米，建築高度57.90米。廠房內單層承載力達500kg/m²，每層專設特殊設備區，承載力達1200kg/m²。A類廠房每棟配備18台獨立電梯，B類廠房每棟配備4台電梯。廠房首層連接黃金珠寶專業交易市場，直接聯通專業物流區和地下停車場，疏散距離及防火分區皆滿足黃金珠寶加工的特殊消防需要劃分。

而其他包括研發設計區、珠寶交易展示區、彩寶交易所、辦公區、住宅區在內的其他部分也將在隨後陸續動工，計劃整個項目於2016年



建成後的常平珠寶文化產業園將形成產、供、銷一條龍的中國珠寶專業大市場，成為東莞常平產業轉型升級的重要平台。

底前完成。此外，該產業園還計劃興建11萬平方米，達到國家AAAA級旅遊景區標準的珠寶文化公園，未來將對遊人免費開放。

打造中國珠寶首飾製造加工中心

與常平珠寶文化產業園相距58公里的深圳水貝在業內素有「中國珠寶看深圳，深圳珠寶看水貝」的說法。而經過20多年的發展，深圳水貝的發展也面臨瓶頸，面臨着租金高、地方小、產業布局與環保政策方面的壓力。該負責人表示，該項目定位黃金珠寶產業轉移的最佳選擇，在區位優勢、交通優勢、政策優勢等方面佔據先機，得到了許多珠寶企業的熱烈響應。

此外，該產業園還將建設廣東省第一家珠寶文化博物館，直接作為常平珠寶文化產業的配套免費對外開放。該博物館將向遊客和商戶展示黃金珠寶的貿易文化及珠寶製作流程，現場感受黃金珠寶文化的歷史底蘊和時尚氛圍。

據悉，項目投產後，預計年銷售額超過千億元，預計年稅收額超10億元，入駐百億企業數十家，培育和引進專業人才1,000人，將在常平帶動形成一個集生產加工、展示交易、研發設計、價格發佈等功能於一體的金銀珠寶產業集聚區。該園區總共將容納1.7萬餘人，對拉動常平周邊就業，GDP發展，以及對推動常平產業轉型升級，實現經濟持續穩定發展，將起到重要作用。

依波路積極布局內地二三線城市

龍頭視野

近年積極開拓內地市場的瑞士名錶製造商依波路集團，集團主席蘇大表示，未來集團仍將主力發展內地市場，計劃三年內在內地增加300個銷售點，以配合內地購買力提升而對奢侈品的需求。他認為，內地手錶市場增長潛力仍高，預計2013年至2018年市場複合增長有15%，內地近600多個城市，集團滲透率不到一半；至於未來計劃增加的分銷點，也將主力拓展二、三線及中部城市，同時亦會開始在三、四線城市進行布局。

中國市場目前為依波路集團的最大收入來源，佔去年收入近八成。蘇大指出，在全球960個銷售網點中，中國佔了815個，但在內地市場滲透率仍不足一半。為推動集團未來的持續增長，依波路將進一步擴大銷售及分銷網絡，鞏固全球的品牌地位。「我們計劃未來三年於中國市場新增300個銷售網點，並主力開拓二線及三線城市。同時，還將計劃在中國以外的地區新增共100個銷售點。」依波路亦將借助品牌定位和卓有成效的營銷規則開拓更多新市場及增加市場佔有率，包括歐洲、中東及東南亞的選定國家。

事實上，依波路擁有龐大的經銷網絡，過去一直保持穩定增長。截至去年底，集團的銷售點超過960個，覆蓋全球15個國家及地區。受惠於中國名錶市場的高速增長，中國為依波路最大的市場。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售總值及零售銷售總量計算，依波路由2011年至2013年更連續三年成為中國名錶市場五大品牌之一。

繼續擴充產能及開發能力

除擴展銷售網絡外，集團將改善產品組合及定價規則以提升盈利能力。蘇大指出，集團除了增

加高檔及中高檔手錶的設計能力、產能及銷售以提高盈利水平外，還將以具成本效益的方式，積極在全球採購集團能以極具競爭力的價格而獲得的機芯及其他優質手錶零件，以降低生產成本。另外，集團透過每年整體提高平均手錶零售價4%至6%以維持利潤率。

此外，集團將繼續擴充產能，以及設計及開發能力，迎合全球消費者對名錶的殷切需求。蘇大表示，為了配合增長，集團將於瑞士Le Noirmont與現有廠房相鄰的土地興建額外的生產設施以擴充產能，預計新廠房可於2016年投產。假設額外生產設施全面運作，估計最大產能（以手錶數目計）將增加至19.26萬枚。集團亦計劃擴充產品設計及開發部門，以提高品牌手錶的設計及開發能力。

據了解，依波路採納垂直綜合業務模式，有效控制生產鏈各主要階段：包括產品設計及開發、物料及配件採購、生產、物流、品質控制、推廣、分銷以及售後服務的整個流程，有助維持高效的營運效益，以穩定成本。集團往績記錄期內各財政年度的毛利率均超過50%，證明手錶價格享有強大的競爭優勢。



依波路在港上市正好標誌著其發展邁向一個重要的里程碑。

銅價受數據刺激反彈 長線仍看淡



基本因素分析

美數據刺激銅價反彈 長遠受美元升值走淡

LME期銅於8月26日升至3周高位，主要受惠於美國強勁的就業及房屋數據，刺激銅需求預期。但實際上，此數據亦令美元指數走強，長遠對銅價有利淡作用。加上8月21日公佈的中國PMI差過預期，預示中國經濟復甦仍緩慢。在供應持續充足的情況下，銅價在未來數月應仍走淡。

雖然美國經濟好轉，有助刺激銅需求，但與此同時亦帶動美元升值，聯儲局主席耶倫亦於早前表明若美國經濟復甦速度快過預期，將會提早進行加息。此預期令美元急速升值，美元指數升至82.46，為11個月以來的高位，對以美元結算的LME銅亦有利淡作用。

中國需求不樂觀 長遠銅市仍供應過剩

至於另一主要需求中國經濟仍不樂觀，上週四（8月21日）公佈的中國8月匯豐製造業PMI初值報50.3，為3個月低點，比預期的51.5低，反映中國可能需更多政策以維持經濟復甦。7月新建住宅房價亦連續第三個月下跌，降價潮蔓延至北京等多個主要城市，對中國樓市影響十分大。英國調查機構Capital Economics亦表示，今年中國的銅進口需求預計將減少，因青島港金屬融資騙貸事件預期令中國信貸開始收緊，導致保稅銅庫存以及其他倉庫中的

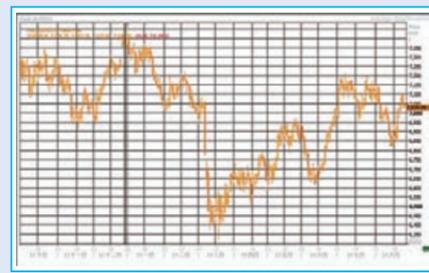
LME銅於8月26日大幅反彈至每噸7100美元，主要受惠於美國強勁的就業及房屋數據，刺激銅需求預期。但實際上，此數據亦令美元指數走強，長遠對銅價有利淡作用。加上8月21日公佈的中國PMI差過預期，預示中國經濟復甦仍緩慢。在供應持續充足的情況下，銅價在未來數月應仍走淡。

技術走勢分析

銅將持續向外流出。銅供應方面，中國7月精銅生產同比增幅高達16.5%，遠高於今年上半年10.3%的同比增幅，因較高的加工精煉費刺激了精銅的產量上升。銅價自2009年反彈，全球銅礦趁勢擴產，導致去年全球銅供應過剩。市場預計今年將出現22.6萬噸的供應過剩，明年將增至28.5萬噸。

銅庫存方面，LME銅庫存由8月18日145,350噸的6年低位逐漸回升至8月26日的146,225噸。預料若在未來數個月庫存會因銅供應情況而有所回升，屆時銅價將走淡。

綜合而上因素，在預料美元持續走強，中國經濟復甦仍緩慢，以及預料銅市將供應過剩等問題，銅價在未來數個月應會持續走淡。現時LME銅價於7100美元水平遇到阻力回調，建議讀者可趁反彈高位沽出LME期銅，目標價於6500美元，止蝕位於7200美元。



LME銅價走勢圖