

揭開共享珠寶的真相

2017-07-14

資料來源：北京商報

共享單車、共享充電寶的普及，“共享”為企業發展帶來了新的思路，無人不想在共享經濟的潮流下分一杯羹。在傳統珠寶零售以及電商銷售不景氣的今天，共享珠寶平台的推出無疑成為一種全新的消費模式，但無論是“以租代售”的會員租賃模式，還是以“不花錢，大牌珠寶任性戴”的珠寶體驗模式，背後都隱現著“偽共享真銷售”的商業本質。很多人認為珠寶與具有較強使用性的單車、充電寶不同，“擁有”才是人們對珠寶的最終訴求。此外，高昂的押金，珠寶的真偽、質量、衛生等問題也成為共享珠寶平台發展的掣肘。

以租代售 先交會費

近日北京商報記者發現，在微信公眾平台上興起了一種“共享珠寶”的新模式，商家以“高端珠寶不再遙不可及”或“零壓力換戴輕奢品牌珠寶”為噱頭，吸引消費者充值會費。盡管共享珠寶剛剛興起，但也迅速成為資本掘金的新陣地，記者以“共享珠寶”為詞條在網上搜索發現，標榜為“共享珠寶”的平台已經有很多家。

目前，共享珠寶平台上的共享模式大致分為兩類，其中一類雖然被稱之為共享，但看上去似乎更像是珠寶租賃。這類平台一般擁有線下的實體店，平台上所展示的珠寶均以自營品牌為主。北京商報記者調查發現，這些平台都會有一定的准入門檻，必須先要交納月費或是年費才能有資格進入平台共享珠寶。一般來說，交納月費的平台每月大致需要交納幾十元至幾百元的會費，而需要交納年費的平台則要一次性交納 1000 元左右。然而，用戶若想在平台上進行“共享”交易，僅交納會費是遠遠不夠的，還需要交納與珠寶價值等額或略有優惠的押金，這些押金少則千元，高則上萬元。

在會費到期後，對於不想續費的用戶，平台將返還全部押金，但會費無法退還。正在商場選購珠寶的劉女士告訴北京商報記者，自己不會選擇這樣的消費模式，對她而言，如果能夠一次性拿出前期所交納的押金及會費倒不如直接去購買珠寶，支付了會費卻僅僅是使用珠寶似乎並不划算。另一位消費者李女士則表示，如果因為參加活動急用而自己的經濟實力不太允許的情況下，會考慮通過這樣的方式租戴珠寶，但不會長期續費。當然，對於資金充足，又喜新厭舊，頻頻更換珠寶的人來說，這種模式自然比較划算，但畢竟是少數。

那麼在這樣的共享平台上，用戶的接受度是怎樣的呢？一家以月費為經營模式的共享珠寶平台易戴美品牌部負責人告訴記者，平台自 6 月上線以來，會員用戶已有 1 萬人左右，續費率達 60%，而剩下 40% 的用戶一般會選擇直接購買或是退款，消費群體主要分佈在 20-30 歲的年齡段。

對於這類“以租代售”的共享模式，有不願具名的業內人士認為，這種模式其實早已為線下實體店所應用，嚴格來講這既不是共享也並非租賃，而是通過“共享”的概念來讓消費者體驗其自營產品，以此來促進銷售。

以售代租 費用不退

除了“以租代售”的珠寶共享模式外，還有一種是以共享 CHANEL、TIFFANY 等大牌珠寶為主的模式，盡管這一模式不需要交納會費，但消費者需要兌換該平台上的“寶額”。北京商報記者瞭解到，寶額的獲得主要有兩種方式，一種是消費者可以把手中閑置的大牌珠寶寄給平台進行價格評估，平台會針對評估所得的價格給予用戶等量的寶額，而另一種方式則是針對沒有閑置珠寶的用戶，這類用戶可以通過現金充值的形式進行寶額充值，1 元可以換得 1 寶額。也就是說，消費者若想佩戴一件 5800 元的 CHANEL 耳釘則需要充值 5800 元。但值得注意的是，寶額中的錢款是永遠無法退還的。



那麼，這種模式能否得到大眾的認可呢？北京商報記者在採訪中發現，大多數消費者表示並不看好這一模式，普遍認為不會用自己的大牌珠寶去置換成平台上的寶額，更不會在真假難辨、質量以及衛生都無法保障的情況下儲值現金。但一小部分喜愛佩戴不同款式珠寶的消費者卻認為，用一件的價格可以不限次數的換戴大牌珠寶是非常划算的。

據瞭解，幸福紀平台自去年 9 月上線以來已經擁有了 7 萬註冊用戶，其中付費用戶為 3000 人，幸福紀平台創始人佟家輝表示，“幸福紀的產品主要來自兩種渠道，一種是通過與品牌商合作採購獲得，另一種則是通過與用戶手中的商品置換所得，預計到今年底，平台上 80% 的產品將來自于用戶的置換。目前平台上的珠寶種類達 1500 種左右，庫存在 3000-4000 件，每月營收在 100 萬元左右”。然而，北京商報記者瀏覽幸福紀平台發現，平台上的大部分產品都處於“已搶光”狀態，僅有幾十件可供用戶選擇。由此體現出的供貨不足等問題也將直接影響用戶的選擇和體驗。

上述不願具名的業內人士分析認為，無論是哪種共享模式，珠寶共享只是平台聚攏資金的一種方式，當用戶基數達到一定數量時，平台所聚集的資金是非常龐大的，甚至不少珠寶共享平台在完成資本聚攏後會投資其他產業，以獲得更為豐厚的利潤。當談及幸福紀平台是否還投資了其他項目時，佟家輝坦言，“目前在平台聚集的資金仍將專注于共享平台的打造，包括消費者擔心的首次支付較高、衛生問題等，後期我們都將逐步解決和完善。至於未來是否會進行多元化的發展還是要根據平台發展情況考量”。

共享珠寶 有熱點缺賣點盡管共享珠寶存在諸多問題，但珠寶商及時跟進共享模式也無可厚非。關於這種模式是否可行，在共享經濟火爆的今天，共享珠寶這一模式能走多遠尚無法定論，但新思路的提出和應用在某種程度上是值得肯定的。

中國珠寶玉石首飾行業協會秘書長史洪岳對共享珠寶模式的未來還是十分期待的，他表示，期待並非共享本身，而是這種模式能夠給珠寶行業和珠寶商家帶來好處。從整體社會發展趨勢上來講無疑是正確的，因為未來最頂層的社會發展模式一定是共享經濟。通過租賃或互換的形式實現共享珠寶平台的搭建，對於“以租代售”的模式而言，這在很大程度上解決了年輕消費者的經濟負擔，拉近與消費者的距離。

新思路雖好，但多數共享珠寶平台因規模較小且尚在起步階段，很難讓消費者放心投入高額押金。尤其在真假難辨的珠寶行業，對消費者來說，與其選擇無法確定真偽的共享珠寶，不如到實體店購買來的直接。此外，共享珠寶平台中可選擇的品種相對較少，如果平台在補貨方面不及時都會影響新用戶的體驗和老用戶的黏度。此外，有消費者表示，珠寶為貼身物品，共享珠寶被多個用戶佩戴後，衛生問題讓人堪憂。目前現有的共享珠寶平台都沒有公示對珠寶清洗和消毒及過程。

有業內人士認為，“盡管現在共享平台依靠消費者對新事物的好奇心獲得了一部分用戶，但要真正提高用戶黏性，仍有許多待解的問題”。