

РОСТ И ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО LUXURY-РЕСЕЙЛА: ТРЕНДЫ, КОНКУРЕНЦИЯ С LUXURY-РИТЕЙЛОМ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ

Берсанова Илана Рамзановна*

Студент

ilaneya2000@gmail.com

*ФГБОУ ВО СОГУ имени Коста Левановича Хетагурова
г. Владикавказ, Россия

Аннотация:

В статье представлены основные тренды, рост конкуренции с luxury-ритейлом и прогнозы развития российского luxury-ресейла в условиях запрета на роскошь и неопределенной экономической ситуации.

Ключевые слова:

luxury-ресейл, тренды, конкуренция, luxury-ритейл, прогнозы развития, запрет на роскошь

УДК 339.9

Для цитирования: Берсанова И.Р. Рост и потенциал российского luxury-ресейла: тренды, конкуренция с luxury-ритейлом и прогнозы развития / И.Р. Берсанова // Контентус. – 2023. – № 75. – Т.5. – С. 35 – 41.

На сегодняшний день luxury-ресейл является общемировым трендом, формированию которого поспособствовала совокупность ряда факторов, среди которых выделяют: пандемию, экономическую нестабильность, климатические изменения, стремление к осознанному потреблению, теорию поколений и т.д. Российский рынок luxury-ресейла начал формироваться относительно недавно и развивался медленными темпами по причине отсутствия у россиян желания покупать товары категории pre-owned. Ситуация на рынке изменилась в 2022 году в связи с уходом люксовых брендов и приостановлением деятельности онлайн-платформ Farfetch, Net-a-Porter и др. Ниша luxury-ресейла на российском рынке являлась одной из самых незаполненных и последние 10 лет была представлена только следующими люксовыми ресейл-площадками: The Cultt, Oskelly, Second Friend Store, Luxxu. По данным Oskelly, за первые три месяца 2022 года спрос на перепродаваемые вещи вырос на 72%, а продажи — на 189% [2]. На сегодняшний день на рынке наблюдается рост

конкурентоспособности и повышение порога входа, что обусловлено выходом на рынок luxury-ресейла компаний ЦУМ, Lamoda и «Яндекс». Резкое снижение предложения люкса на российском рынке показало, что ресейл-площадки входят в число надежных источников люкса в стране. При этом эксперты отмечают, уровень принятия вторичного рынка среди российских потребителей все еще значительно ниже чем среди западных [2]. Это и ряд других факторов определяют тренды на российском рынке luxury-ресейла.

Тренд на устойчивое развитие, обеспокоенность проблемами экологии и климатических изменений и чрезмерным потреблением в период пандемии Covid-19 привело к пересмотру покупателями своих потребительских привычек как в России, так и во всем мире. Этим частично обусловлена заинтересованность покупателей в ресейл-площадках. Основную аудиторию российского ресейл-рынка представляют поколения Y и Z, которые заинтересованы в проблеме чрезмерного потребления и в период взросления которых произошел расцвет масс-маркета и увлечение «быстрой модой». Согласно исследованию, Bain & Co, на долю поколений Y и Z пришелся весь рост рынка роскоши в 2022 году, что обусловлено более ранним отношением к роскоши. Согласно, мнению экспертов Bain & Co, потребители поколения Z начинают покупать предметы роскоши примерно на 3-5 лет раньше, чем поколение Y (в 15 лет против 18-20) [8].

По итогам опроса платформы The RealReal, «зумеры» готовы совершать покупки в любых категориях, представленных на рынке luxury-ресейла, в то время как представители старших поколений отдают предпочтение таким категориям, как сумки и аксессуары, часы и ювелирные изделия, часто игнорируя другие предложения. В 2016 году процент покупателей поколения X, которые приобретали подержанные предметы роскоши составлял лишь 16%, в 2019 году он вырос до 20%, что доказывает глобальность тренда на осознанное потребление [3].

На сегодняшний день на мировом рынке товаров роскоши сегменты luxury-ресейла и luxury-ретейла относительно пропорциональны. Согласно исследованиям, McKinsey & Co, Bain & Co, Deloitte и LuxConsult в ближайшем будущем рынок luxury-ресейла будет превалировать над luxury-ретейлом. По данным Bain & Co, в 2022 году продажи luxury-ресейла увеличились на 65% по сравнению с 2017 годом, тогда как в сегменте новых люксовых товаров рост за тот же период составил всего 12% [8]. По оценкам Deloitte и на вторичном рынке люксовых часов к 2030 году ожидается рост в объеме до 30 млрд долл., а по оценкам LuxConsult до 85 млрд. долл. с учетом винтажных люксовых часов к 2033 году, в то время как темпы роста продаж новых часов класса люкс в мире будут значительно ниже, что объясняется тем, что производители не успевают удовлетворять спрос на свою продукцию из-за ограниченных

производственных мощностей из-за чего покупатели уходят на вторичный рынок [1].

Серьезную конкуренцию рынку luxury-ритейла платформы luxury-ресейла начали составлять в период пандемии, когда на рынке ритейла наблюдалась тенденция вынужденного повышения стоимости товаров роскоши, а цены на рынке ресейла практически не были подвержены изменению, некоторые ресейл-площадки, такие как ThredUp, искусственно понижали цену в среднем на 15% с целью привлечения новых клиентов [3]. Успех такого подхода обусловлен тем, что большинство потребителей несмотря на тренд экономии и переоценки нематериальных ценностей, по-прежнему хотят оставаться клиентами сегментов люкс и премиум. Рынок luxury-ресейла отвечает всем запросам своей аудитории, делая возможным приобретение предмета люкс-бренда без переплаты за новизну и актуальность коллекции, параллельно являясь альтернативой и масс-маркету. В условиях экономической неопределенности и вмененных санкций рынок luxury-ресейла более актуален для российского потребителя в связи с тем, что предложение люкса на отечественных ритейл-площадках значительно снизилось. Опасаясь того, что параллельный импорт и рост числа недобросовестных байеров спровоцирует вероятность покупки неоригинального товара, все больше российских покупателей предпочитают приобретать предметы роскоши, которые уже прошли проверку временем качества и долговечности. Популярность российского luxury-ресейла также объясняется тем, что вероятность купить неоригинальный товар намного ниже, чем на рынке luxury-ритейла. На ресейл-платформах дополнительно проводится экспертиза на подлинность товара в несколько этапов и с помощью гаджетов и присваивается сертификат подлинности вещи.

Отсутствие полноценной возможности ввоза в страну товаров роскоши побудило крупнейшую компанию на российском рынке luxury-ритейла ЦУМ выйти на рынок ресейла, создав свою ресейл-платформу TSUM Collect. Эксперты платформы производят оценку и аутентификацию товара, снимают для размещения на платформе, а также курируют весь процесс продажи или покупки [7]. По мнению российских экспертов, присутствие самого крупного ритейлера страны со своей клиентской базой, которая пересматривает свое отношение к товарам категории pre-owned, говорит о важности и денежноресурсности российского luxury-ресейла [2].

Модная индустрия лидирует в числе оказывающих вредное воздействие на окружающую среду, что связано с развитием рынка fast fashion, который задействует огромные ресурсы и использует некачественные материалы. По данным исследования McKinsey & Co, только за 2018 год мировая индустрия моды произвела более 2,1 млрд.

тонн выбросов CO₂, к 2030 году эти показатели вырастут до 2,7 млрд. тонн [5]. Развитие рынка ресейла способствует сокращению углеродного следа модной индустрии в экологии. Исследования ThredUp показывают, что для 40% пользователей ресейл-платформы уже стали полноценной заменой масс-маркетов и что покупка подержанной вещи позволяет на 78% сократить потребление энергии, сэкономить 76 галлонов воды и на 82% снизить углеродный след изделия [5].

По прогнозам экспертов в будущем luxury-ресейл полностью заменит собой масс-маркет и частично традиционный ритейл. В виду ситуации сложившейся на российском рынке товаров, отечественные luxury-ресейл платформы займут отдельную нишу на рынке, одновременно заменив собой и массмаркет, и традиционные люксовые ритейл-площадки. Аудитория российского luxury-ресейла ожидаемо расширится, путем привлечения современных покупателей, для которых решающим фактором является не новизна и актуальность приобретаемой вещи, но качество, оригинальность и привлекательная цена.

На растущий потенциал российского рынка luxury-ресейла указывают следующие тенденции. На сегодняшний день на рынке наблюдается рост конкурентоспособности и повышение порога входа для новых участников. Резкое снижение предложения люкса на российском рынке показало, что ресейл-площадки входят в число надежных источников люкса в стране. Тренд на устойчивое развитие, обеспокоенность проблемами экологии и климатических изменений и чрезмерным потреблением, пересмотр покупателями своих потребительских привычек как в России, так и во всем мире в период пандемии Covid-19 привело к росту заинтересованности покупателей в ресейл-площадках. Для рынка luxury-ресейла справедлива теория поколений. Молодая аудитория готова совершать покупки в любых категориях, представленных на рынке luxury-ресейла, в то время как представители старших поколений отдают предпочтение таким категориям, как сумки и аксессуары, часы и ювелирные изделия, часто игнорируя другие предложения.

Согласно исследованиям, McKinsey & Co, Bain & Co, Deloitte и LuxConsult в ближайшем будущем рынок luxury-ресейла будет превалировать над luxury-ритейлом. Рынок luxury-ресейла отвечает всем запросам своей аудитории, делая возможным приобретение предмета люксового бренда без переплаты за новизну и актуальность коллекции, параллельно являясь альтернативой и масс-маркету. В условиях экономической неопределенности и вмененных санкций, в том числе запрета на роскошь, рынок luxury-ресейла более актуален для российского потребителя. Предложение люкса на отечественных ритейл-площадках значительно снизилось из-за ухода с российского рынка люксовых брендов, а также приостановления деятельности онлайн-

платформ Farfetch, Net-a-Porter и др. Популярность российского luxury-ресейла также объясняется тем, что вероятность купить неоригинальный товар на ресейл-площадках намного ниже, чем на рынке luxury-ритейла. Развитие рынка ресейла способствует сокращению углеродного следа модной индустрии в экологии. покупка подержанной вещи позволяет на сократить потребление энергии и воды и снизить углеродный след изделий. По мнению российских экспертов, присутствие самого крупного ритейлера страны со сформированной клиентской базой, которая пересматривает свое отношение к товарам категории pre-owned, говорит денежнoемкости и важности российского luxury-ресейла для российской экономики.

Список использованных источников

1. Вторичный рынок люксовых часов к 2033 г. станет крупнее первичного [Электронный ресурс] // Fashion United. Режим доступа: <https://fashionunited.ru/novostee/moda/vtorichnyj-rynok-lyuksovykh-chasov-k-2033-g-stanet-krupnee-pervichnogo/2023011334611> (Дата обращения: 17.04.2023)
2. «Наш горизонт планирования три месяца: как чувствуют себя ресейл-площадки в России» [Электронный ресурс] // RB. Режим доступа <https://rb.ru/longread/resale-russia-2023/> (Дата обращения: 17.04.2023)
3. Новизна больше не важна: как меняется отношение покупателей к подержанным вещам [Электронный ресурс] // Oskelly. Режим доступа: <https://oskelly.ru/blog/novizna-bolshe-ne-vazhna/> (Дата обращения: 17.04.2023)
4. С чужого плеча. Почему ресейл стал новым трендом в моде? [Электронный ресурс] // Fashion Factory. Режим доступа: <https://blog.fashionfactoryschool.com/blog/obzor-rynka/obzory/671-s-chuzhogo-plecha.-pochemu-resejl-stal-novyim-trendom-v-mode-chast-i> (Дата обращения: 17.04.2023)
5. 6 Причины по которым ресейл более экологичный, чем традиционный ритейл [Электронный ресурс] // Oskelly. Режим доступа: <https://oskelly.ru/blog/6-prichin-po-kotorym-resejl-bolee-ekologichnyj-chem-traditsionnyj-ritejl/> (Дата обращения: 17.04.2023)
6. Рынок роскоши вырастет на 8 процентов в 2023 году [Электронный ресурс] // Fashion United. Режим доступа: <https://fashionunited.ru/novostee/moda/rynok-roskoshi-vyrastet-na-8-protsentov-v-2023-godu/2023010634584> (Дата обращения: 18.04.2023)
7. ЦУМ запустил ресейл-платформу TSUM Collect [Электронный ресурс] // Blueprint. Режим доступа: <https://theblueprint.ru/news/26357> (Дата обращения: 18.04.2023)
8. Global luxury goods market takes 2022 leap forward and remains poised for further growth despite economic turbulence [Электронный ресурс] // Bain & Co. Режим доступа: <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2022/global-luxury-goods-market-takes-2022-leap-forward-and-remains-poised--for-further-growth-despite-economic-turbulence/> (Дата обращения: 18.04.2023)
9. Gucci, Burberry Join Booming Secondhand Luxury Trade [Электронный ресурс] // The Wall Street Journal. Режим доступа: <https://www.wsj.com/articles/gucci-burberry-join-booming-secondhand-luxury-trade-11664011980> (Дата обращения: 16.04.2023)
10. Mathematics of the luxury market in Russia [Электронный ресурс] // McKinsey & Co. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/europe/mathematics%20of%20the%20luxury%20market%20in%20russia/mathematics-of-the-luxury-market-in-russia.ashx> (Дата обращения: 18.04.2023)
11. The state of fashion 2022 [Электронный ресурс] // McKinsey & Co. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2022/the-state-of-fashion-2022.pdf> (Дата обращения: 18.04.2023)
12. Welcome to luxury fashion resale: Discerning customers beckon to brands 2022 [Электронный ресурс] // McKinsey & Co. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/welcome-to-luxury-fashion-resale-discerning-customers-beckon-to-brands> (Дата обращения: 18.04.2023)

GROWTH AND POTENTIAL OF THE RUSSIAN LUXURY RESALE MARKET TRENDS, COMPETITION WITH LUXURY RETAIL AND DEVELOPMENT FORECASTS

Bersanova Ilana Ramzanovna**

Student

ilaneya2000@gmail.com

**FGBOU VO SOGU named after Kost Levanovich Khetagurov
Russia, Vladikavkaz

Abstract:

The article presents the main trends, the growth of competition with luxury retail and forecasts for the development of the Russian luxury resale in the context of a ban on luxury and an uncertain economic situation.

Keywords:

luxury resale, trends, competition with luxury retail, development forecasts, luxury ban