

二手奢侈品消费热日渐升温，背后见不得人的猫腻浮出水面。近日，闲置奢侈品平台优奢易拍发布《中国二手奢侈品市场发展研究报告(2021)》(以下简称《报告》)提到，高仿比例逐渐提升，约32%高仿品在境外代购和消费者之间流转，商家以“专柜实拍视频”“专柜支持验货”等骗术引导消费者购买。基于此，二手奢侈品平台想要实现长线发展，需要具备鉴别商品真伪的能力和手段，以此保护消费者的各项权益。68%仿品是“一眼假”

直播间内一款的二手奢侈品、中古包被瞬间抢拍，昭示着行业火热的同时，假货让国内的二手奢侈品行业捏一把冷汗。《报告》提到，2020年，中国消费者对奢侈品消费不断增加，商品真伪鉴定需求持续增加。优奢易拍的商品鉴定数量是2019年的1.5倍。

鉴定的需求量增长，意味着在购买二手奢侈品时，商品的真假问题仍是顾虑。2020年，优奢易拍鉴定商品的综合正品率为32.9%，同比下降0.7个百分点。从鉴定数据来看，约68%的仿品做工明显不符合品牌工艺，属于“一眼假”，售假商家以“专柜实拍视频”“专柜支持验货”等骗术引导消费者购买。

约32%为高仿，做工可达一般消费者难以分辨的程度，被售假商转于国内同行、境外代购和消费者之间。据往年数据显示，随着高仿比例的增加，我国仿品市场正在从以前的“仿形、低价、走量”逐步向“高仿、高价、追求单件利润”转变。

消费者对商品的真伪顾虑也源自中国奢侈品行业暂时未建立完善的行业标准，引起了假货泛滥等行业乱象。

有业内人士分析，由于品牌方不提供鉴定服务、普通消费者缺乏鉴定能力、交易场所逐渐转移到线上、社交支付功能完善，导致销售假货的渠道更多、成本更低、消费者维权更难。我国的二手市场仍有较大的发展潜力，但是平台真假混卖，商品真仿难鉴，使得货品来源难以追溯成为制约行业发展的主要原因。

## 刻意隐藏新旧等级

二手商品退换货问题是交易中的一大漏洞，奢侈品类也难逃售后的“坑”。《报告》中提到，二手奢侈品的出售需标注新旧等级，不少商家为了尽快售出商品，往往会隐瞒瑕疵，并没有按照二手奢侈品新旧等级评级标准进行标注，消费者收到不符合评级标准的商品自然会感觉受到欺骗，从而申请退货。

《报告》指出，除因为买到仿品造成的退货外，最大的问题就是售出商品的图片与

收到的实物新旧程度不符。对于电商平台来说，合理的售后保障政策、合理的仿品排查机制、商家认证体系的完善、定期自检抽查，将会是电商平台争奇万亿级奢侈品市场胜负的关键。

二手商品成色与卖家介绍不符，也成为消费投诉的热点。有不少消费者在黑猫投诉平台投诉，在胖虎奢侈品平台买到的商品与直播间内的介绍不符。一位匿名用户投诉写到，她在胖虎的抖音直播间购买一款古驰的包袋，直播间内介绍该商品为“成色95新，接近99新，并未提到包有破损处”，但该用户收货后，商品情况为“内侧破损”，出现蹭掉皮现象，这一情况与直播间描述不符，于是发起退款。上述用户在与胖虎客服沟通时被告知，“只能补色，不能退款”。

另外，一位名为“施蓝—Qir”的用户在黑猫投诉中表示，在胖虎直播间内，一款商品介绍内容为“没有什么瑕疵，正常使用感”。当用户实际收到商品后发现，脱色、磨损严重，与直播间描述不符。对于上述问题，北京商报记者也尝试联系胖虎奢侈品，并发送采访内容，但胖虎奢侈品暂未给出回应。

不过，在法律人士看来，二手商品作为特殊商品虽然不适用于“7天无理由退换货”的规定，但还是会有损平台、品牌信誉。

### 行业鉴定能力需提升

疫情以来，二手奢侈品与直播带货的合作愈发紧密。直播能否让二手奢侈品突围？北京市专家管理办公室奢侈品鉴定评估专家、优奢易拍创始人张琛认为，二手奢侈品直播的衰败已成定局，“虽然直播形式作为传统二手奢侈品售卖方式的补充是有一定价值的，可结合底价清仓特卖活动，但它无法成为二奢行业的主流销售方式”。

有电商行业从业者指出，平台入局直播分羹红利，只能是开拓渠道，但随着流量被瓜分，直播的故事只会越来越难讲。不同平台的直播间存在冰火两重天的现状。业内人士分析指出，随着市场不断成熟、用户不断成长，直播间的“饥饿营销”效果将式微。

对于市场前景，对外经贸大学教授、中国奢侈品研究中心主任张梦霞表示，中国奢侈品市场的巨大存量为二级市场发展提供了基础，一个健康的二手奢侈品电商平台，首先应该具备鉴别商品真伪的能力和手段，使得流通的二手奢侈品是真品。【责任编辑/周末】

来源：北京商报

