

谁在买天价的爱马仕自行车？

一辆自行车卖到16.5万元，还一车难求，上市很快就售罄。用网友的话说，真是贫穷限制了我的想象力。一辆自行车能冲上热搜，必然有其不一样的关注度。近日，爱马仕官方商城上架了一款自行车，售价16.5万元，引发热议。据悉，这款自行车已在上海门店售罄。

估计很多人都会猜想，究竟是什么人会买这么贵的自行车？首先必然是不差钱的用户。对于这些用户来说，赚钱容易，自然消费起来也就没有什么压力。十几万的自行车骑得就是一种标新立异吧？这部分用户的消费习惯就是只买贵的，不买对的吧？对于大多数网友来说，是无法理解有钱人的消费理念的，这也无可厚非。只要人家的钱是正途赚来的，怎么消费都是个人自由。

其次估计就是那些特别喜欢收藏的用户。就如同“炒鞋”的用户一样，买的是一种新潮，限量版，未来的增值空间，这些用户买来是用来收藏的，估计并不是为了去骑行的。将来如果到拍卖行去拍卖或许也有一个好价钱，当然前提是要放一个相对长的时间周期。

再次，还有一部分用户，估计就是买一个门面，一个“镇店之宝”之类的类似于装饰品罢了。这是一种对自身定位的取舍，是一种“炫耀”，一种彰显自身“品味”和身价的表现。这部分用户买来显然也不是真正骑行的。就是一个装饰物，一个点缀，一个炫耀的资本。

当然，有没有真正买来是自己要骑行的。相信也肯定会有。这部分用户玩得就是一个心跳，玩一个新潮和特立独行。就是要买这种貌似一般人根本不会买，不舍得

买，不愿意买的产品。骑出去估计也能引来一片回头率吧？只是，又有几人识得爱马仕自行车为何物呢？

有意思的，在国内爱马仕高价自行车冲上热搜是因为价格的“离谱”。对于我们这个庞大的自行车王国来说，如此价格不菲的自行车还是很稀奇的。虽然也有一些限量版的自行车收藏，作为一个特殊行当的藏品而显得独一份的价值。不过，更多的是对久远历史的回眸，是一种对过去的怀念。真正去收藏这种价格高企的新自行车的估计也是凤毛麟角了。

对于如此价格不菲的自行车，爱马仕表示，中国大陆暂时没有这款自行车的存货，但后续会从法国来货。这款自行车被命名为“Odyssee Terre载重小型单车”。自行车长154.6厘米、宽58厘米，重量14千克。资料显示，这款自行车，采用白蜡木、铝和Spad皮革打造，把手及坐垫支架处配有车灯，前侧饰有系列标识上釉徽章，坐垫处饰有“Hermes Paris”烫印字样，单车前后装配有车篮子，支持4档速度调节。

在一些细节方面，该车座位可调节高度以适应不同身高的使用者。设计灵感源自日式便携单车，该车为法国制造。此外，在爱马仕官网，官方还推荐将售价4350元的卡包、6900元的凉鞋、12350元的手机壳与自行车搭配使用。

据悉，此前，爱马仕也曾推出过一款15.8万元的自行车。有喜欢爱马仕包包的女士表示，包包会买，自行车不会买。对于这么价格不菲的自行车，也有网友调侃道：“连个后座都没有，都没办法带人兜风”、“16万多，一台低配雅阁没了”，“自行车刺客”



“汽车品牌出自行车我还能理解，皮具卖自行车？咋不去卖皮卡呢”

其实除了天价的自行车之外，我们更应该关注的是，爱马仕集团最新发布的2022年上半年财报显示，该集团综合收入为54.75亿欧元，按当前汇率计算增幅为29%，营业收入为23.04亿欧元（占销售额的42%）。其中，集团净利润达到16.41亿欧元（占销售额的30%），2021年上半年为11.74亿欧元。经常性营业利润率从2021年6月底的41%升至42%，达到历史最高点。

更主要的是，据爱马仕财报，2022年上半年，在中国地区疫情影响下，亚洲市场仍

表现出强韧的回弹力，集团门店销售额增长23%，批发业务也增长了25%。而且，虽然中国受到4月和5月疫情限制和门店关闭的影响，但在6月呈现强势反弹。目前，手袋等皮具依然是爱马仕最主要的收入来源，同比增长12%至23.58亿欧元；其次是成衣和配饰类商品，同比增长35.9%至14.58亿欧元；香水和美妆收入增长23%至2.3亿欧元。除了皮具系列，成衣和配饰部门销售额增长36%。有咨询公司预测，2022年全球奢侈品消费将同比增长10%至15%到3200亿元至3300亿欧元。

年轻人为何喜欢集章，而不是集邮？



在外出的时候，尤其是在一些博物院、古城、景区，甚至一些举办展览会、交易会之类的场所，都能看到一些集章的大众活动，包括一本什么什么的“护照”，人们乐此不疲地去盖章，积攒了一本本。看起来也是花里胡哨的，煞是好看，尤其是一些年轻人对此比较感兴趣。甚至成为打卡的一种方式。值得我们关注的是，为何年轻人对这种集章

活动比较乐于参与，而对集邮却丝毫不感兴趣呢？

我们观察，有几个方面的原因：其一是旅游打卡是比较流行的一种方式。尤其是各种网红出现之后，有一些旅游达人，把到一个地方的打卡当作一种乐趣，一种纪念的方式，以及作为自己来过这里，类似于“到此一游”的一种凭证。有的人喜欢把自己的身

影留在相册了，也有人喜欢用一种打卡的方式，记录走过的地方，看过的风景，去过的场所等等。

其二是纪念章花样翻新，形式多样，变化多端，而且色彩缤纷，呈现方式多元。对于喜欢五彩斑斓的年轻人来说，很容易接受这种花里胡哨的东西，看起来也是各式各样，姿态百出。许多年轻人都是拿着一些笔记本或者旅游“护照”，在上面留下一页页的纪念章。一是纪念自己来过此地，留下过足迹；二是在未来回眸的时候，也能回忆起一些片段吧。

其三是加盖纪念章几乎零成本。不需要购买邮资片、明信片，信封，邮票，只要拿着自己的小本本，在小面摁下一个又一个储墨、回墨纪念章就可以。各种色彩的艳丽，再加上标志性的图案，乍看起来也是非常赏心悦目的。这也是一些活动的组织者，喜欢在自己的场所配置这种纪念章的初衷，就是希望吸引年轻用户的关注和参与。只要有入流，自然就可以带来一定的关注度和口碑。甚至一些新开门的网红店，都会设计一个纪念章，让参与的年轻人加盖。有的人为了表明自己来过，都要加盖到手背上，然后再拍照上传，证明哥（姐）来过这里了。

其四是没有书写的麻烦。当你在旅游网点时，时间都比较仓促，尤其是随团游的时候，如果是寄一枚明信片，还得写地址，很多人都还不知道邮编，不清楚具体的街道地址，无法书写等等。总之有一堆的烦恼，而加盖一个纪念章，就简单多了。直接扣在随

身携带的本本上，纸张上，甚至一些可以留印的物件上，就是一份纪念，一种玩耍，足以。此外，还有一些旅游网点，即使有主题邮局，但没有实寄功能，甚至有一些设置了邮筒，但是一周都不会开一次，很多游客寄的明信片投入之后，从此就石沉大海，这样也打击了很多邮寄者的信心。

其五是纪念章随处可见，随处可盖，不像邮局的纪念戳、风景戳，都是束之高阁，一般都是使用一次之后，就被藏了起来。生怕人们去盖似的，这样的抱残守缺，又怎么可能吸引到年轻人的喜欢。很多老风景戳，都已经石沉大海，不是丢失，就是被埋藏在箱子底下，尘封了记忆，好像见不得光似的。不知道当初邮政刻制了如此多的风景戳的意义何在，价值何在，传播何在，信仰何在，文化何在，理念何在？

其六是人们总是说年轻人都不喜欢这些花纸头了，只是没有去反思为何年轻人不喜欢了？零售邮票网点每次排队插队、加塞，想买票买不到，想买首日封，当日来不了，买不上，寄不出，年轻人哪有心情陪邮政玩耍？邮票设计过多的PS痕迹，堆砌感超强，缺失了审美的艺术气质，没有了设计感，文化感。市场低迷，没有引导，没有扶持，没有纾困的手段，只是一味地派任务，不完成就扣钱，结果造成发行就打折，打折之后更没有人征订，市场恶性循环，你方唱罢我登场，乱哄哄的好一片天。真到了食尽鸟投林，落了片白茫茫大地真干净，大家也就都歇心了。

马斯克收购曼联？NO, NO, 我是逗你玩呢

大嘴马斯克还想染指足球？马斯克说：NO, NO, 我是开玩笑的。众所周知，马斯克是非常喜欢在自己的社交平台和网友互动的，各种大嘴说话也是从来没有把门的。近日，马斯克又在推特上“叨叨”称：将收购英超俱乐部曼联。“我要买下曼联，不客气。”马斯克在推特上说。

联想到之前收购推特的各种纠纷，马上就引起了网友的关注。全球网友热议。多家球迷在下面评论，希望马斯克买下英超的阿森纳、利物浦，美国的扬基队等。不过，马斯克估计也意识到事情的严重性。赶紧出来又说：NO, NO, 我是开玩笑

的。“不，这只是推特上一个老梗，我是不会买任何运动队伍的”。

和推特的纠纷还焦头烂额呢，马斯克又哪有心情去收购一家足球俱乐部呢？再说了，马斯克对足球的喜爱也并非痴迷。目前曼联归美国格雷泽家族所有。

马斯克之所以调侃曼联，也是因为该球队现在的战绩非常糟糕。英超历史上曾13次夺冠的曼联，在2013年后，就再未捧得过英超冠军奖杯。如今，曼联的成绩更加糟糕。在新赛季英超第二轮赛事中，曼联客场0-4不敌布伦特福德。这是曼联在本季英超新赛季中的第2场失利，此前已

经1比2不敌布莱顿。两轮皆负的成绩，让曼联30年来首次在英超积分榜垫底。

如果再加上上一个赛季最后的几场比赛，曼联已经四连负了。可以看出，这个成绩是非常糟糕透顶的，更主要是没有丝毫转变的迹象。如果这时候还不做出一些改变的话，这支国际老牌劲旅以后的日子也更加难堪。球迷们对这个成绩也是异常不满，甚至计划要空场抗议老板格雷泽家族。

成绩不好的同时，曼联的经营状况也不容乐观。据媒体统计，自2012年上市至今，10年过去了，曼联俱乐部的市值下降超2.6亿英镑（约合人民币21亿元），从原来

的18.22亿英镑（约合人民币150亿元）降至现在的15.7亿英镑（约合129亿元）。2022年第三财季（截至2022年3月31日），曼联总收入约1.528亿英镑（约合人民币12.6亿元），调整后亏损约2240万英镑（约合人民币1.84亿元）。

英国媒体透露，面对经营不善，格雷泽家族在2021年已经有出售曼联的意向了，但报价不菲，超过40亿英镑（约合人民币329亿元）。多位英超的足球经纪人也相信，曼联在未来24个月内会被出售。只是如此高昂的价格，有那个财团愿意出手呢？