

مبيعات «هيرميس» تقفز 17%.. 4.08 مليار دولار في 3 أشهر



الصانعة لحقائب اليد النسائية الشهيرة «بيركين»، عن زيادة مبيعاتها في الربع Hermès أعلنت شركة «هيرميس» الأول بنسبة 17%، وحفاظها على معدل نمو سريع مقارنة بالربع السابق، الأمر الذي يعكس الطلب القوي على السلع الفاخرة.

وارتفعت مبيعات هيرميس إلى 3.81 مليار يورو (4.08 مليار دولار) للأشهر الثلاثة حتى 31 مارس/آذار، متجاوزة «Visible Alpha» التوقعات بأكثر بنحو 13%، وفقاً لـ

وتعتبر هيرميس واحدة من أكثر الشركات أداءً في قطاع السلع الفاخرة، وهي معروفة بقدرتها على الحفاظ على نمو قوي حتى في ظل الظروف الاقتصادية المتدهورة. وبالفعل، تجاوز نمو الشركة في الربع الأول منافستها الأكبر «إل في إم إتش» بكثير، ما يؤكد قوة الشركات العاملة في الطرف العلوي من السوق ويتحدى الضعف الأوسع في الصين، السوق الرئيسية للقطاع.

• الطلب الآسيوي

وأعلنت هيرميس، التي تباع حقائب يد بأكثر من 10 آلاف دولار، أن مبيعاتها في آسيا باستثناء اليابان نمت بنسبة 14%، وسجلت جميع المناطق الأخرى زيادات بأرقام مزدوجة. في المقابل، شهدت الشركة نشاطاً أضعف قليلاً في الصين خلال مارس/آذار بعد عطلة رأس السنة الصينية، بحسب إريك دو هالغويت، نائب الرئيس التنفيذي للشؤون المالية

• الفكرة

وجاءت فكرة الحقيبة في لقاء على متن الطائرة عام 1983، جمع المغنية والممثلة البريطانية الشهيرة جين بيركين، وجان لويس دوماس، الرئيس التنفيذي لشركة «هيرميس»، وحينها تحدثت بيركين عن احتياج النساء العصريات لحقيبة يد كبيرة مزودة بجيب، تحمل جميع احتياجاتها ولا سيما أثناء السفر. فألهمت هذه الفكرة دوماس لابتكار تصميم فاخر من الحقائب، ودعا بيركين للتعاون معه في إصدار هذه الحقيبة التي حملت اسمها، وفقاً لرواية الموقع الرسمي للشركة.

تنتج «هيرميس» 70 ألف حقيبة سنوياً فقط، وهو رقم ضئيل في عالم الموضة النسائية، ولا يغطي إقبال السيدات الثريات اللاتي يحرصن على اقتناء جميع ألوان تصميمات حقيبة بيركين. ويُصنع المنتج الفاخر من جلود العجول والتماسيح والنعام أحياناً، وتتباين طرازاتها بين الجلد البراق وغير اللامع وذوي الفتوات، لكنها في جميع الأحوال تصنع يدوياً وتحتاج إلى 46 ساعة عمل على الأقل لإنتاج الواحدة منها، ودون استخدام أية مواد لاصقة على غير المعتاد في صناعة الحقائب.