

DET SIDSTE LED I PELSVÆRDIKÆDEN: PELSDetailHANDLEN

Henning Otte Hansen, Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

Værdikæden for pelsprodukter slutter ved detailhandlen og forbrugeren. Detaileddets udvikling, attraktivitet og integration kan være vigtig for hele værdikæden. Værdien af den samlede pelsdetailhandel kan være et vigtigt nøgletal, idet det giver information om markedets størrelse og om udbuds- og efterspørgselsforholdene.

Det er vanskeligt at beregne pelsdetailhandlens størrelse, fordi informationerne og statistikkerne ikke indsamles. Man kan i stedet bruge en "mark-up-model", hvor udgangspunktet er, at alle rå pelskind følger værdikæden og bliver til et detailprodukt. I værdikæden frem til detailedet tilføjes der værdi i form af arbejdskraft, forarbejdning, design, transport, innovation m.m., svarende til en faktor (mark-up) på i gennemsnit 7-12. Dermed kan detailværdien beregnes. Den samlede pelsdetailhandel skønnes i 2020 at udgøre ca. 23 mia. US\$, svarende til ca. 150 mia. DKK. Kina er langt det største marked.

Indledning

Værdikæden for pels og pelsprodukter er lang, og der er mange mellemlidende fra en pelsfarmer – typisk i Europa – til en slutbruger i for eksempel Kina eller Rusland. Den internationale pelsdetailhandel er sidste led i denne globale værdikæde før forbrugeren. Pelsdetailhandlen er vigtig, fordi der genereres store værdier i dette led, og fordi det er her, slutproduktet sælges. Efterspørgslen opstår i forbrugerleddet, så detaileddets størrelse, udvikling, attraktivitet og integration kan være vigtig for hele værdikæden.

Mens de første dele af værdikæderne (pelsfarme og pelsskindsproduktion) er relativt velbeskrevne, er information og statistik om detailsalg af pelsprodukter meget mere knappe. Nationale statistikker indeholder ikke disse data, og statistikker fra brancheorganisationer m.m. er generelt ikke tilstrækkelige og sammenlignelige. Årsagerne er især, at forbrugsstatistikker er sværere at indsamle end produktionsstatistikker.

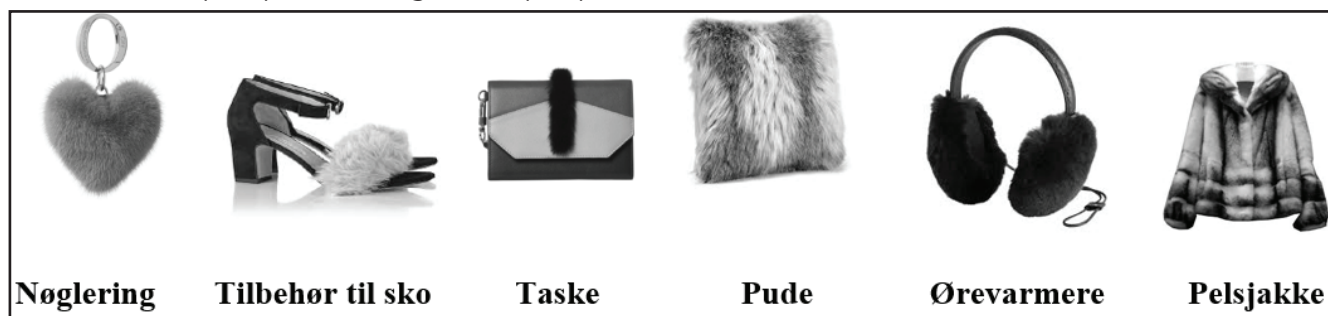
Forskellige pelsprodukter

Pelsbeklædning sælges i flere forskellige slags detailforretninger. Derudover er pelsprodukterne mere og mere diversificerede og spænder lige fra traditionelle pelskåber og pelsjakker til beklædningstilbehør, hatte og "pynt" samt til ikke-beklædning som for eksempel puder. Det gør det meget vanskeligt at samle informationer om alt detailsalg af pelsprodukter.

De færdige pelsprodukter til salg i forbrugerleddet er blevet meget mere diversificerede – forskelligartede – igennem de seneste årtier.

- Pels kan udgøre næsten hele beklædningsgenstande (pelsjakker, pelsfrakker osv.).
- Pelsskind kan ofte kun være en del af tøjet (tilbehør).
- Pelsskind kan også bruges til ikke-tøj (tasker osv.).
- Endelig kan pelsen også bruges til nøgleringe osv.

Boks 1 Eksempler på forskelligartede pelsprodukter



Boks 1 viser nogle af de mange forskellige slags pelsprodukter, der er udviklet og markedsført. Som det ses, kan pels bruges mange steder og på mange forskellige måder. Eksemplerne viser også, at pels kan repræsentere en relativt lille del af det samlede produkt – både i værdi og størrelse.

Det understreger, at det kan være vanskeligt at adskille værdien af pels i disse sammensatte produkter, og at det derfor kan være vanskeligt (hvis ikke umuligt) at bestemme den samlede værdi af pelsdetailhandlen.

Forskellige detailsalgssteder

Ikke blot pelsprodukterne, men også salgsstederne, bliver mere forskelligartede. Der er nu mindst fem forskellige typer af detailsalgssteder eller -former:

For det første er der dedikerede pelsbutikker, hvor pelsbeklædning er hovedproduktet.

For det andet er der butikker, der sælger pelsbeklædning sammen med produkter som for eksempel læder.

For det tredje er der normale tøjbutikker, der også sælger pelsbeklædning.

For det fjerde sælges produkter, hvor pels er tilbehør og måske kun udgør en lille del

af den samlede salgsværdi, typisk i helt andre butikker.

For det femte er der et stadigt stigende detailsalg via internetbutikker. Der er internetbutikker, der enten specialiserer sig i salg af pelsbeklædning eller sælger pelsbeklædning sammen med andre produkter.

Boks 2 viser eksempler for forskellige pelsdetailsalgssteder.

Når salget af pels og pelsprodukter til slutbrugere er så fragmenteret og under forandring, bliver det endnu sværere at indsamle data og vurdere værdien af det samlede detailsalg.

Metode til beregning af størrelsen på pelsdetailhandlen

Pelsbeklædning bliver produceret, købt og forbrugt i en række forskellige lande. Den internationale handel er stor, idet Kina er et stort produktions- og eksportland, mens Rusland og Vesten er væsentlige importlande.

Generelt er det vanskeligt at estimere pelsdetailhandlens størrelse på landeniveau, fordi informationerne og statistikkerne ikke indsamles. De nationale statistikmyndigheder indsamler og offentliggør ikke sådanne informationer, og statistikker fra erhvervsorganisationer m.m. er sjældent

STAMPE
DENMARK

AliExpress™



YVES SALOMON

SKIND HUSET
— SINCE 1926 —

Birger Christensen var en af de store danske pelsbutikker. I 2021 – efter 152 år på Strøget i København – valgte modehuset imidlertid at lukke sin butik. Samtidig stoppede man også med at sælge pels. Det var en beslutning, der var taget flere år i forvejen. En række modehuse har derudover valgt ikke mere at bruge naturlig pels i deres kollektioner, herunder bl.a. Gucci og Chanel.

tilstrækkelige eller sammenlignelige.

Tidligere undersøgelser har været begrænset til relativt få lande med tilgængelige data. Disse undersøgelser har gjort det muligt at bygge modeller, der kan bruges til at estimere detailværdien af pelsprodukter i andre lignende lande. Denne metode og denne tilgang har imidlertid flere svagheder:

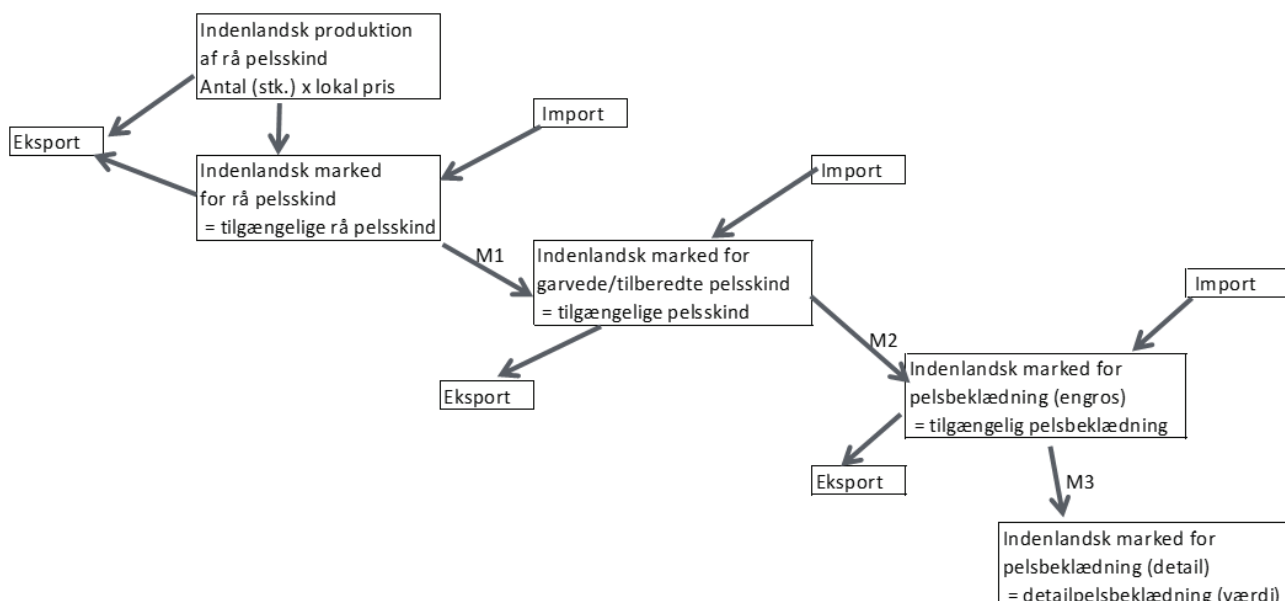
For det første har lande ofte forskellige statistiske definitioner på pelsbeklædning, hvilket gør det vanskeligt at sammenligne på tværs af landegrænser. For det andet omfattede metoden kun værdien af pelsjakker og -frakker, mens pelstilbehør ikke var medtaget. Samtidig blev jakker med kun mindre pelstilbehør medtaget som pelsbeklædning til fuld værdi. Man kan derfor ikke opgøre den samlede værdi af pelsdetailhandlen ud fra nationale statistik-

ker: Enten eksisterer de ikke, eller også er de ikke sammenlignelige.

I stedet kan man anvende en model baseret på "mark-ups", jf. Hansen (2016, 2017 og 2021). Udgangspunktet er, at alle rå pelsskind følger værdikæden og bliver til et detailprodukt. Samtidig tilføres der værdi i form af arbejdskraft, forarbejdning, design, transport, innovation m.m. Alle rå pelsskind bliver før eller siden til pelsbeklædning, og al pelsbeklædning kommer fra rå pelsskind. Kunstig pels udgør under 1 pct. af den samlede verdenshandel med pels, så naturlig pels fra pelsdyr er altdominerende i denne sammenhæng.

Mark-ups er faktorer eller koefficienter, der måler værditilvæksten på pelsskind, når det passerer ét eller flere led i værdikæden. En mark-up på for eksempel 6 betyder, at værdien af rå pelsskind ganges med 6

Figur 1 Model til beregning af pelsdetailhandel: værdikæde, handelsstrømme og mark-ups



M1 = Mark-up mellem rå pelsskind og garvede/tilberedte pelsskind

M2 = Mark-up mellem garvede/tilberedte pelsskind og engrosomsætning af pelsbeklædning

M3 = Mark-up mellem engros- og detailomsætning af pelsbeklædning

Kilde: Egen fremstilling.

fra auktionshus til en pels i en detailbutik. Mark-ups kan også bruges fra "systue" til detailsalg, fra import til detailsalg osv. Mark-ups kan derefter bruges til at beregne pelsdetailværdien i hvert land, i hver region og globalt.

Når man skal beregne pelsdetailværdien for et givet land, skal man derfor have tal for dels den indenlandske produktion af rå pelsskind, dels import/eksport i hele værdikæden. Figur 1 viser således et eksempel på den sammenhængende værdikæde, import- og eksportpåvirkninger samt placeringen af de enkelte mark-ups.

Figuren viser, at modellen starter med produktion af rå pelsskind og slutter med detailsalg af pelsbeklædning.

Mark-up-metoden indeholder al pelsdetailværdi uanset form (pelsjakker, tilbehør osv.) og uanset salgssteder og salgstyper.

Modellen bruger mark-ups, der leveres af markedsaktører, eller de er beregnet via store check (indsamling af data på salgssteder), hvor informationer om antal skind pr. pelsjakke og pelspris indsamles. Mark-ups kan være individuelle fra land til land, fra værdikæde til værdikæde, og de er variable fra år til år. Mark-ups kan variere mellem 2-3 og op til 20, idet de stærkeste mærkevarer tilfører meget værdi i form af innovation, mode og design i de sidste dele af værdikæden. Når værdikæden er meget kortere, og når international internet-handel bliver dominerende, vil mark-ups alt andet lige være mindre. Resultaterne fra modellen er suppleret og verificeret af statistiske databaser og med input fra markedsaktører, jf. Hansen (2017).

Der vil altid være en vis lageropbygning eller lagerreduktion alle steder i værdikæden. Produktionen af rå minkskind varierer betydeligt over tid, og der er ikke samme

variation i efterspørgslen i detailledet. Det viser, at lagrene fungerer som stødpude. Modellen kan kun vise den værdi, der er tilgængelig i de enkelte år, mens den ikke kan vise fordelingen på lager og salg. I modellen løses dette ved at udjævne salget over tid: I år med en meget stor produktion af rå pelsskind udjævnes (reduceres) detailsalget, mens det justeres opad i år med en lille produktion af rå pelsskind. Denne udjævning finder kun sted inden for en normal produktionscyklus.

Man kan på en simpel måde beregne mark-up ud fra antal rå pelsskind brugt pr. pelsbeklædningsdel: Hvis der til en pelsjakke for eksempel bruges 25 pelsskind, og hvis prisen på både pelsjakke og rå pelsskind kendes, så kan mark-up let beregnes. Hvis prisen på de rå pelsskind udgør 10 pct. af detailprisen på pelsjakken, er mark-up 10.

Mark-up forventes at være gældende for alle rå pelsskind (eller tilberedte/garvede skind), og dermed omfatter beregningerne detailværdien af alle skind – uanset skindenes endelige anvendelse. På den måde

viser resultaterne af mark-up-modellen den værdi på detailniveau, som rå pelsskind har genereret uanset afsætningsmulighed, produkt etc.

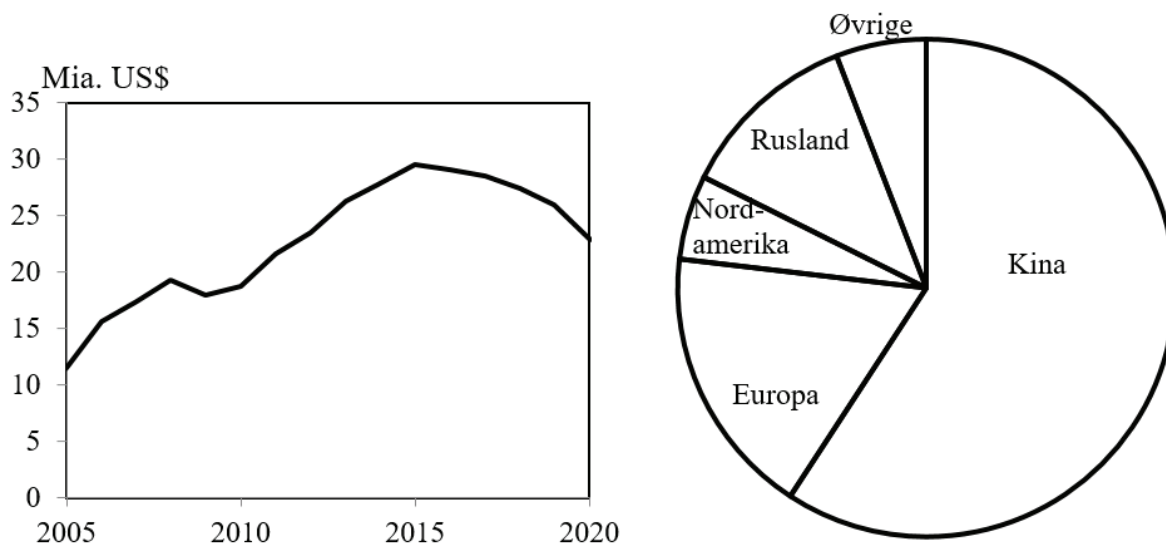
Resultater

Gennem det seneste årti er der produceret ca. 50 mio. minkskind om året til en gennemsnitlig pris på ca. 300 kr. pr. stk. Det svarer til en værdi på ca. 15 mia. kr. for de rå pelsskind leveret fra et auktionshus. Mark-up fra auktionshus til den endelige forbruger er 7-12, og det er dermed den faktor, som prisen af auktionshus skal ganges med for at få detailværdien.

Figur 2 viser således den beregnede globale detailværdi af pelsbeklædning fordelt over tid og fordelt på landeområder.

Figurerne viser, at detailværdien i et vist omfang følger produktionsværdien af de rå pelsskind – om end kun i relativt begrænset omfang. Når priserne på rå pelsskind falder, falder priserne på pelsbeklædning også. Der er endda eksempler på, at netop faldende priser på rå pelsskind bruges i markedsføringen af pelsbeklædning som

Figur 2 Beregnet pelsdetailværdi, 2005-2020, samt fordelt på landeområder (2019)



Kilde: Egne beregninger baseret på mark-up-modellen, Hansen (2021) og IFTF (2021).

forklaring på prisfald i detailledet. Stigningen i årene 2010-2015 skyldes både prisstigninger og en stor opbygning af detailbutikskomplekser i Kina, hvor pelsbeklædning var hovedsalgsproduktet. Der findes nu tre meget store centre uden for Shanghai, hvor der ligger henholdsvis 300, 450 og 800 pelsbutikker.

Faldet i 2020 skyldes flere forhold, herunder især lukning af detailbutikker på grund af COVID-19, faldende priser på rå pelsskind og en nedgang i produktionen af rå pelsskind.

Effekten af COVID-19 er sandsynligvis kun midlertidig og har blot udskudt forbruget.

Boks 3 Modellen: Et overblik

Da den globale pelshandelsværdi ikke allerede er kortlagt og kvantificeret – og da tilgængeligheden og kvaliteten af de relevante statistikker er meget begrænset – skal andre modeller og metoder bruges til at estimere den globale pelsdetailværdi.

Denne model er baseret på:

- * Produktion og produktionsværdi af de rå pelsskind
- * Fur manufacturing value
- * Import og eksport af rå pelsskind, tilberedte og garvede skind, samt pelsbeklædning
- * Mark-ups

Mark-ups er faktorer eller koefficienter, der måler værditilvæksten af pelsskind i værdikæden. En mark-up på for eksempel 6 betyder, at værdien af rå pelsskind ganges med 6 fra auktionshus til en pels i en detailbutik. Mark-ups kan også bruges fra engros- til detailhandel, fra importværdi til detailsalg osv. Mark-ups kan derefter bruges til at beregne værdien af pelsdetailhandel i hvert land, hver region og globalt.

Mark-up-modellen inkluderer alle former for pelsprodukter (pelsbeklædning, tilbehør osv.). Modellen bruger mark-ups, der leveres af markedsaktører, og mark-ups kan være individuelle fra land til land, og de er variable fra år til år. Resultaterne fra modellen suppleres og verificeres af statistiske databaser, med input fra markedsaktører osv.

Man kan på den måde beregne størrelsen på pelsdetailhandlen i de enkelte lande og hvert enkelt år. Det forudsætter, at tal for import og eksport i hele værdikæden medtages. Som udgangspunkt er tal for import og eksport lettere tilgængelige end tal for produktionen.

I nogle få lande er der statistikker over pelsdetailhandlens størrelse, og i disse tilfælde anvendes disse tal, eller de bruges til verificering af modelens resultater.

Noter: Tallene angiver andel af total verdenshandel med rå minkskind.

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2021).

Kilder

Hansen, Henning Otte (2016): The Danish Fur Industry – Structure, competitiveness and international position. DJOEF Publishing

Hansen, Henning Otte (2017): Global fur retail value. July 31, 2017. 54p. Original report.
https://fur.ca/wp-content/uploads/2017/09/Global_Fur_Retail_July_20172.pdf

Hansen, Henning Otte (2021): Global fur retail value. May 2021. Paper presented for IFTF. Bruxelles.

IFF (2021): Global fur production 2020 + estimate 2021.

