

Luxury

Summary :

- 2015年，中国奢侈品市场出现2%左右的下滑，市场规模降至约1,130亿元，腕表、男士服装和箱包类别的销量下跌是引发这一趋势的主要原因；华北和东北地区受影响最为严重。
- 奢侈品门店同比销量和客流量持续下降，新兴品牌也遭遇相似的情况，由此引发品牌门店关闭、谨慎网络门店扩张以及更注重核心门店的维护翻新等举措。
- 奢侈品消费者在数字化渠道中的参与度持续提高，品牌则将继续增加数字营销相关预算；一些品牌正在（通过品牌官网或第三方平台）试验线上渠道。

中国奢侈品行业特点



- 从2012年开始，政府加大反腐力度，影响部分奢侈品消费下降。
- 政府降低了奢侈品关税，增设和恢复了口岸进境免税店，制定了支持跨境电商进口的检验检疫政策，清理了进口环节不合理收费。这些政策促进了奢侈品消费“回流”，优化了奢侈品跨境电商的发展环境。

政策因素



- 中国GDP每年持续上升，经济的增长促进奢侈品行业的发展及消费产品的升级。
- 2015年，全国个人总体可投资资产规模和高净值人群数量的持续增长，也促进了奢侈品消费的增长。

经济因素

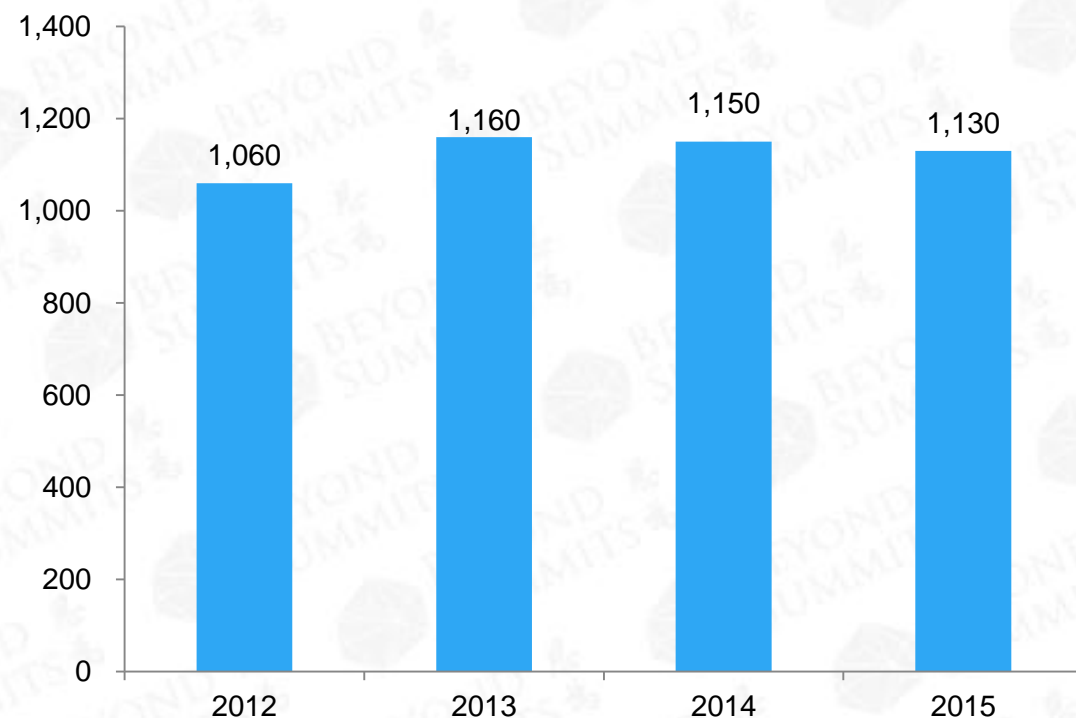


根据世界奢侈品协会的调查显示，中国奢侈品购买者呈现年轻化的趋势，其中最年轻的群体从平均年龄35岁降低到目前的25岁，影响了奢侈品行业的营销推广方式。

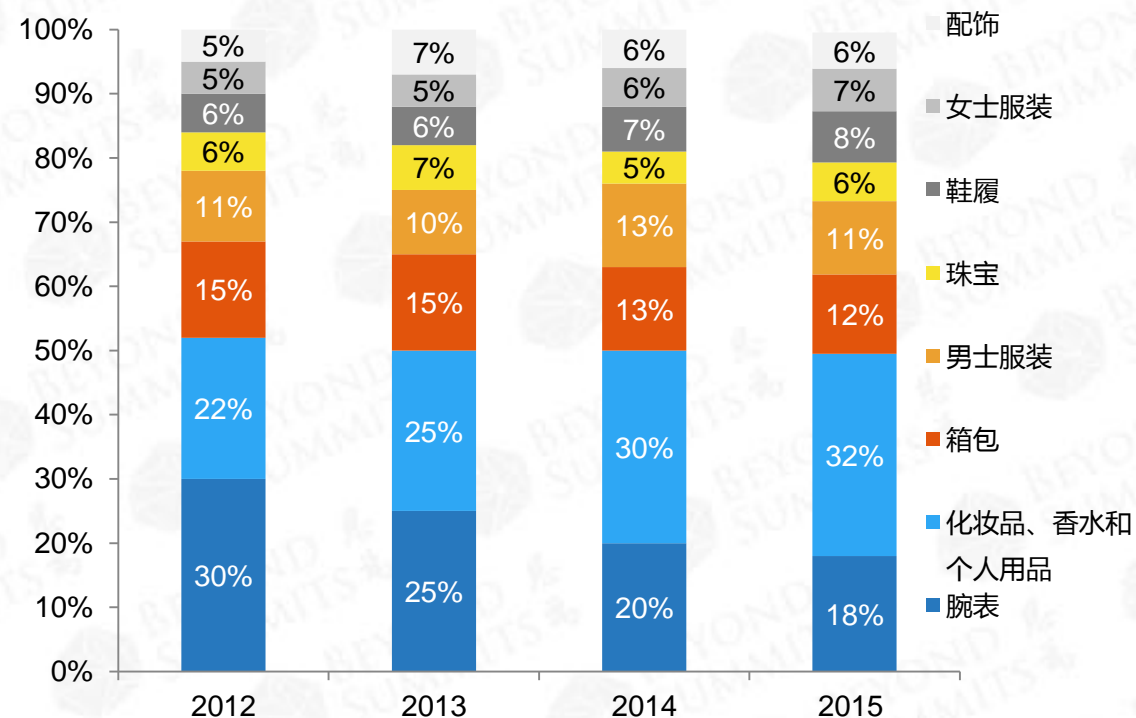
社会因素

2015年，中国奢侈品市场减速明显，一方面反腐倡廉风潮的后续影响尚未结束，另一方面经济增幅放缓和二三季度股市的暴跌也产生了巨大影响。其中，腕表、箱包和男士服装等奢侈品消费总数下降明显。

中国奢侈品市场规模（亿元）



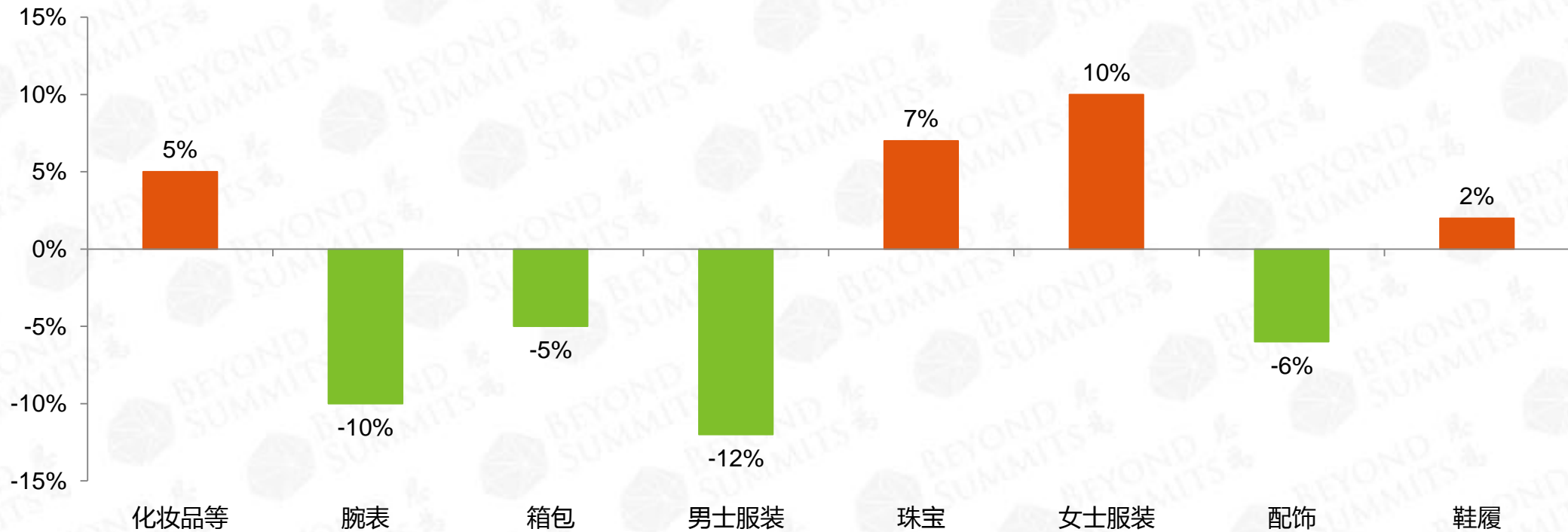
中国奢侈品市场规模按产品类别划分



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

2015年，中国奢侈品市场中，女士服装市场的年复合平均增长率最高，较2014年增长了10%，而男士服装降幅最大，达到了12%。

中国奢侈品市场复合年均增长率（2015 vs 2014）



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

中国内地奢侈品市场前五大品牌

化妆品、香水和个人护理用品

香奈儿
迪奥
雅诗兰黛
兰蔻
兰芝

腕表

卡地亚
浪琴
欧米茄
劳力士
天梭

箱包

蔻驰
古驰
爱马仕
路易威登
普拉达

男士服装

阿玛尼
雨果博斯
博伯利
迪奥
杰尼亚

珠宝

宝格丽
卡地亚
周大福
蒂芙尼
梵克雅宝

女士服装

阿玛尼
博伯利
香奈儿
迪奥
麦丝玛拉

配饰

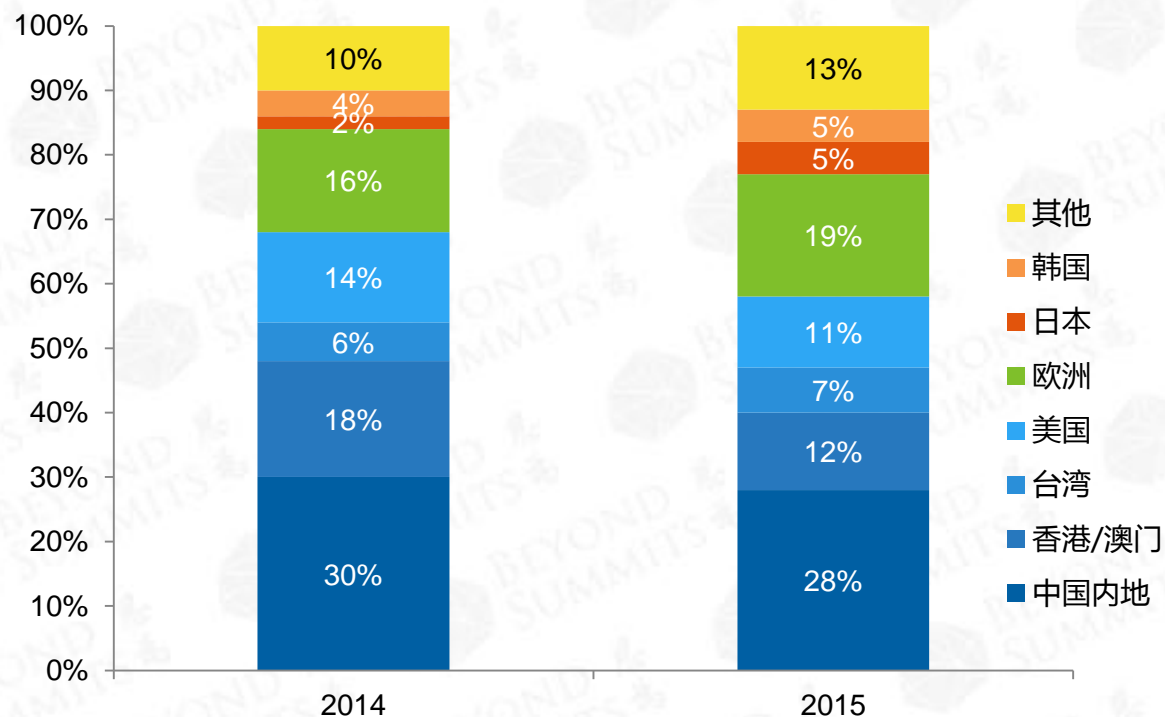
杰尼亚
古驰
爱马仕
路易威登
万宝龙

鞋履

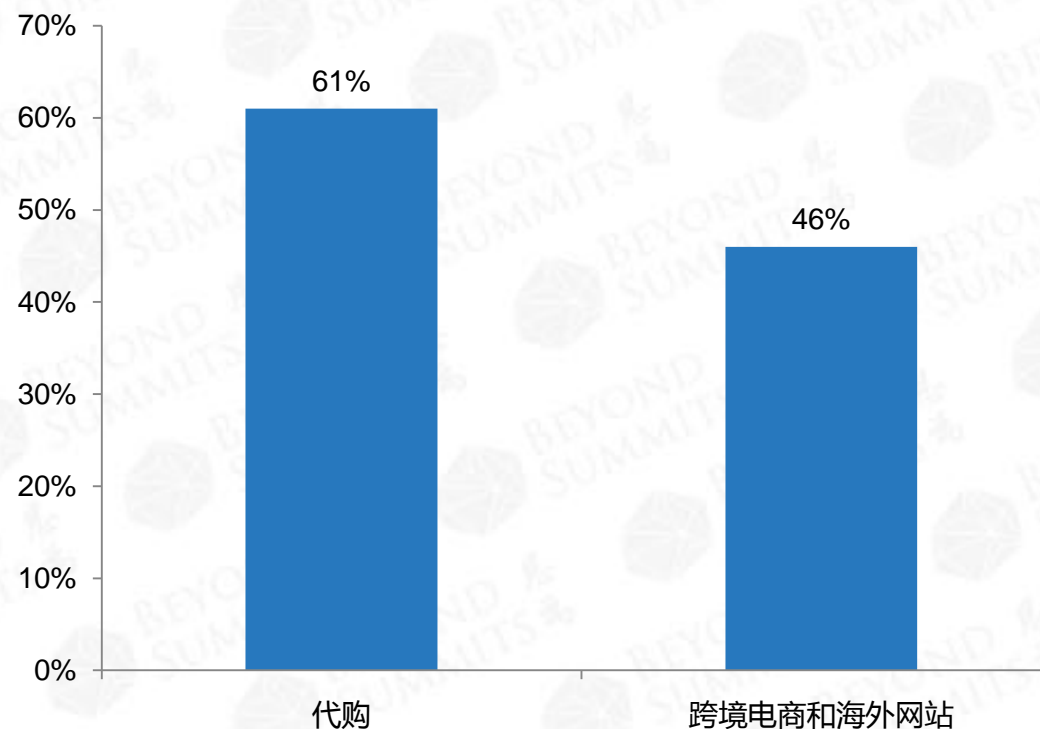
香奈儿
古驰
路易威登
菲拉格慕
托德斯

- 2015年，中国内地消费者在境外的奢侈品消费中，香港和澳门地区的比例出现下滑，由2014年的18%下降至2015年的12%，而在日本消费比例大幅上升。
- 跨境电商和海外网站兴起，约占中国奢侈品消费额的12%，购买比例达到46%。

中国内地奢侈品消费者支出地点分布



中国内地消费者以下渠道购买奢侈品的比例

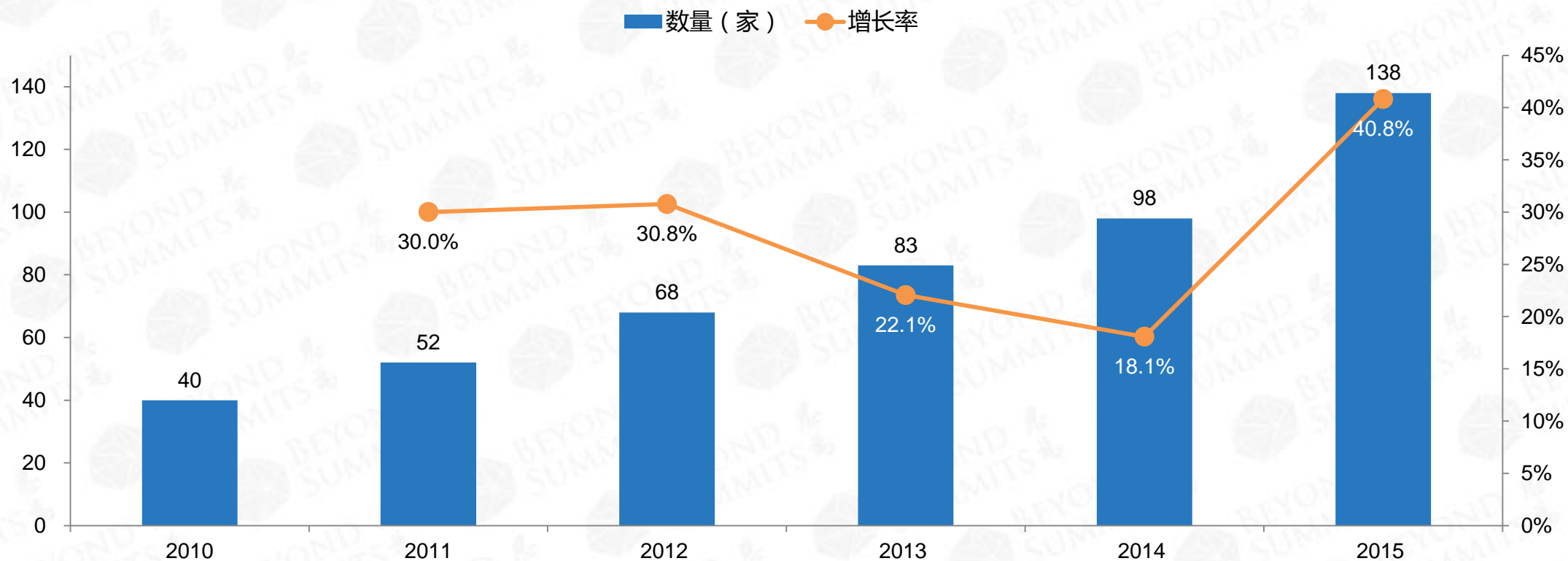


Source：贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

Note：仅包括生活在内地的内地消费者进行购买

名品折扣店是中国消费者购买低价奢侈品的重要渠道，导致这几年中国内地的名品折扣店纷纷扩张，到2015年已经达到了138家。

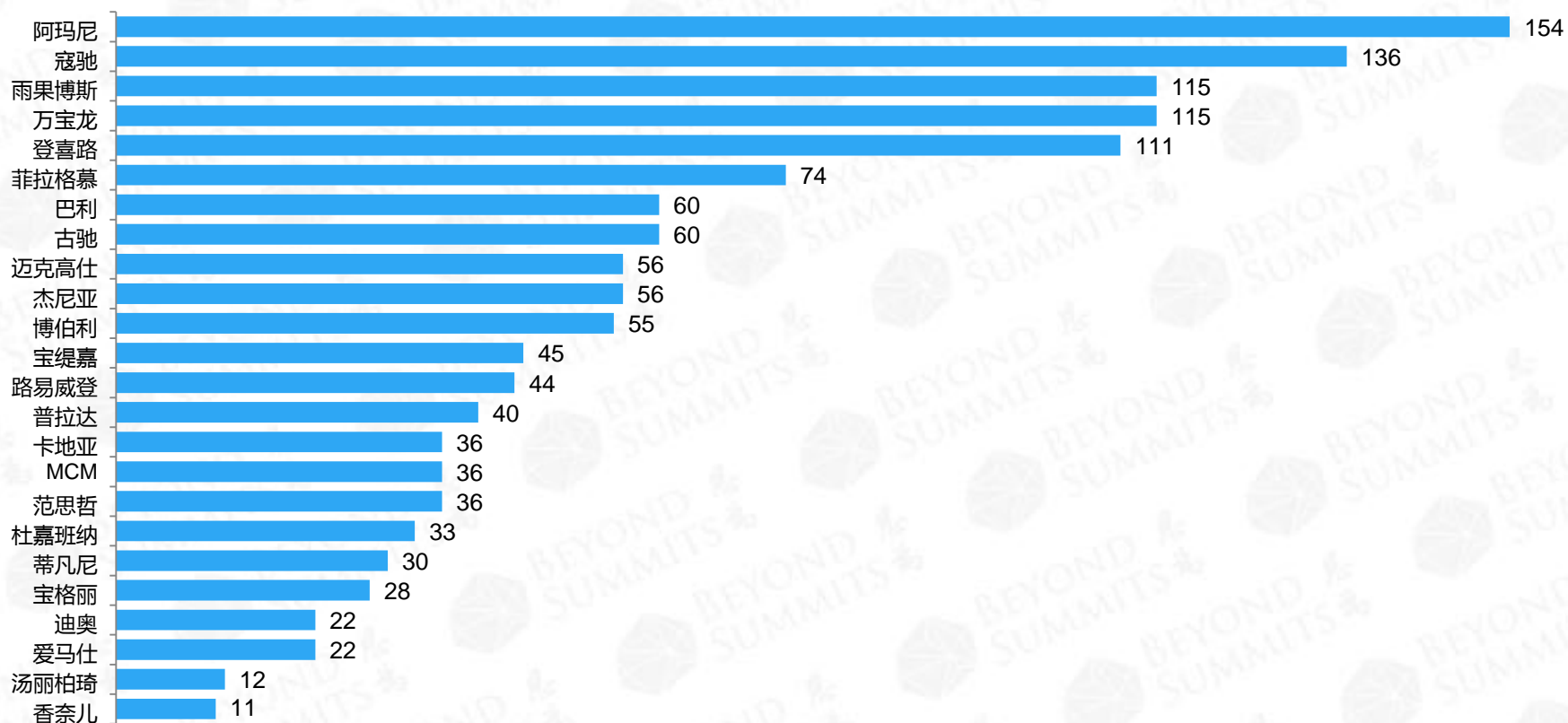
中国内地名品折扣店数量



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

截止至2015年年底，中国内地的部分品牌门店中，阿玛尼在中国的门店数量最多，在154家；其次是寇驰和雨果博斯。此外，部分品牌开始掀起“关店潮”，对新店的扩张持谨慎态度。

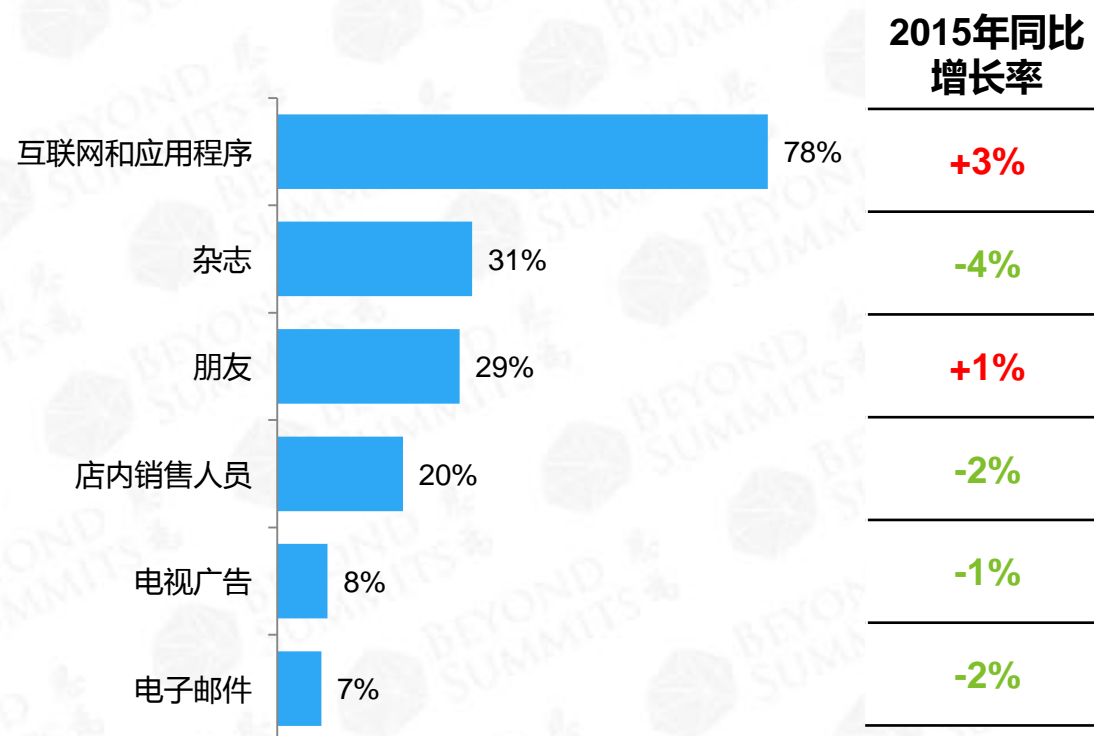
2015年底中国内地部分品牌门店数量（家）



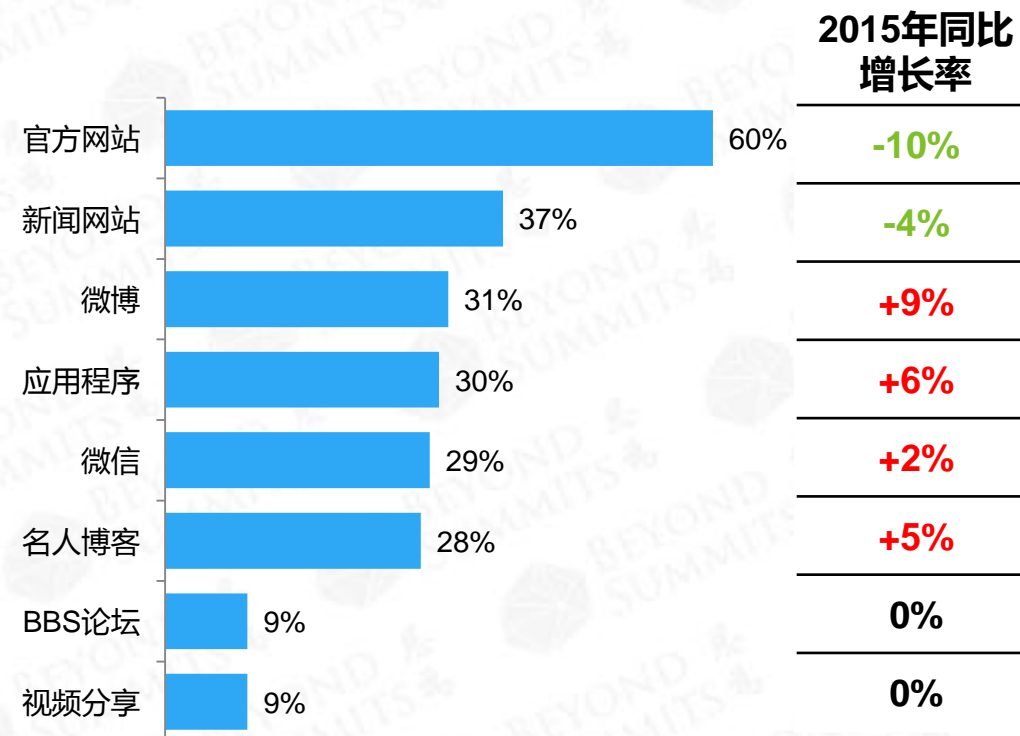
Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

中国互联网的高速发展下，消费者获取奢侈品信息的途径主要以互联网和应用程序为主，且比例有增长趋势。其中，从官方网站和新闻网站获取的比例最高，但其他途径如微博和应用程序等方式正逐步兴起。

中国内地消费者获取奢侈品信息的途径



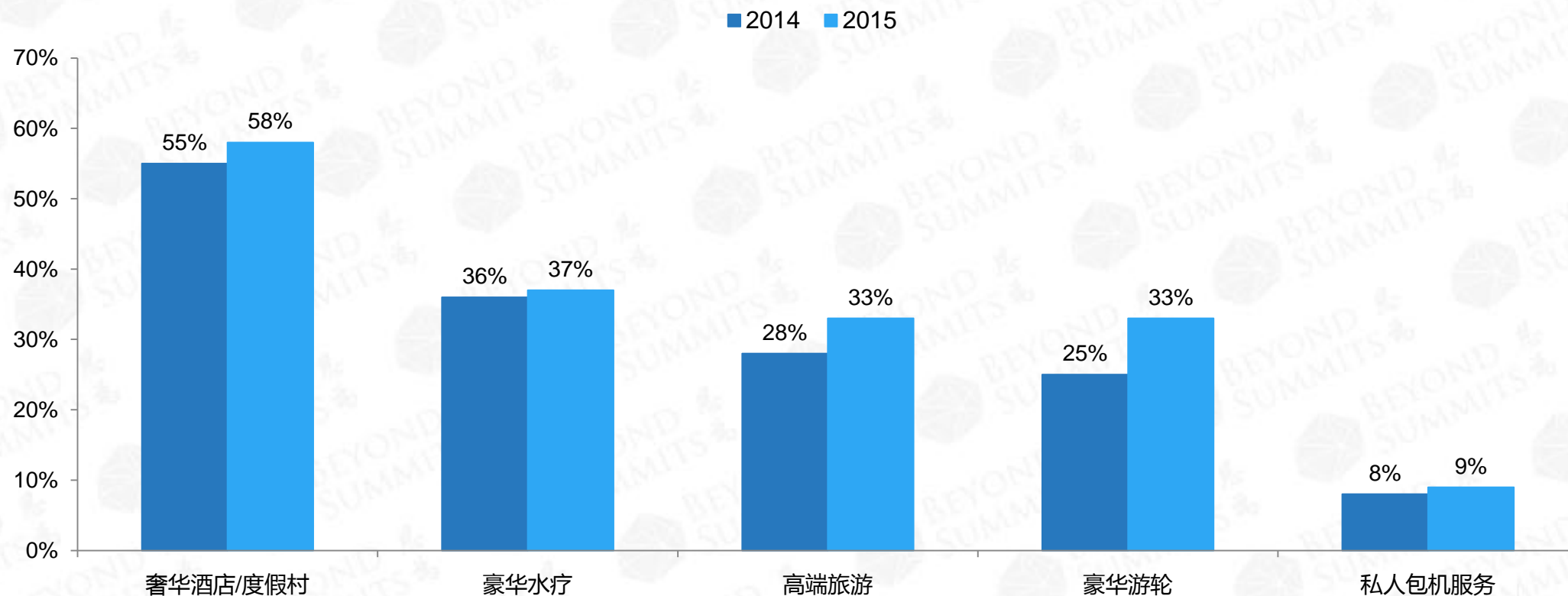
中国内地消费者获取奢侈品信息的网络途径



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

中国奢侈品消费者对“娱”行业消费意愿上升。2015年，中国消费者转向体验式奢侈消费的比例高于2014年。其中，进行奢华酒店和度假村的体验式奢侈消费的人数最多。

中国体验式奢侈品行业消费者占比



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》

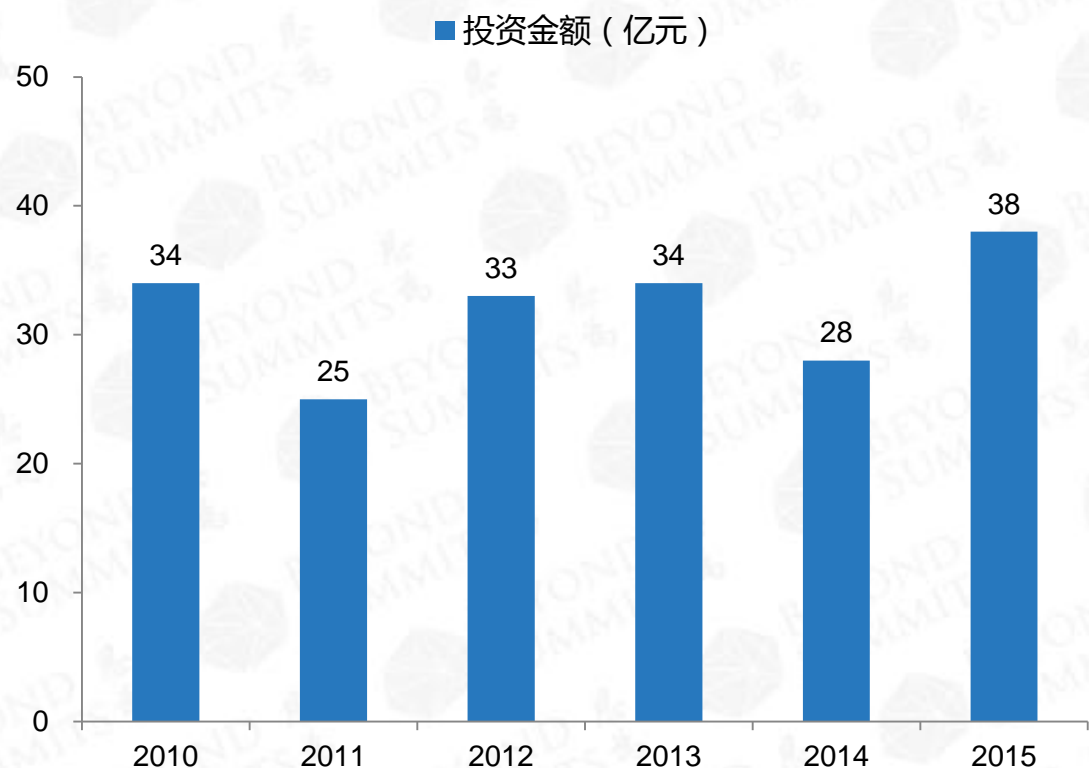
高端人群数量增长，消费升级和中国对奢侈品行业的规范，都对于中国整体奢侈品行业有着积极促进的作用。



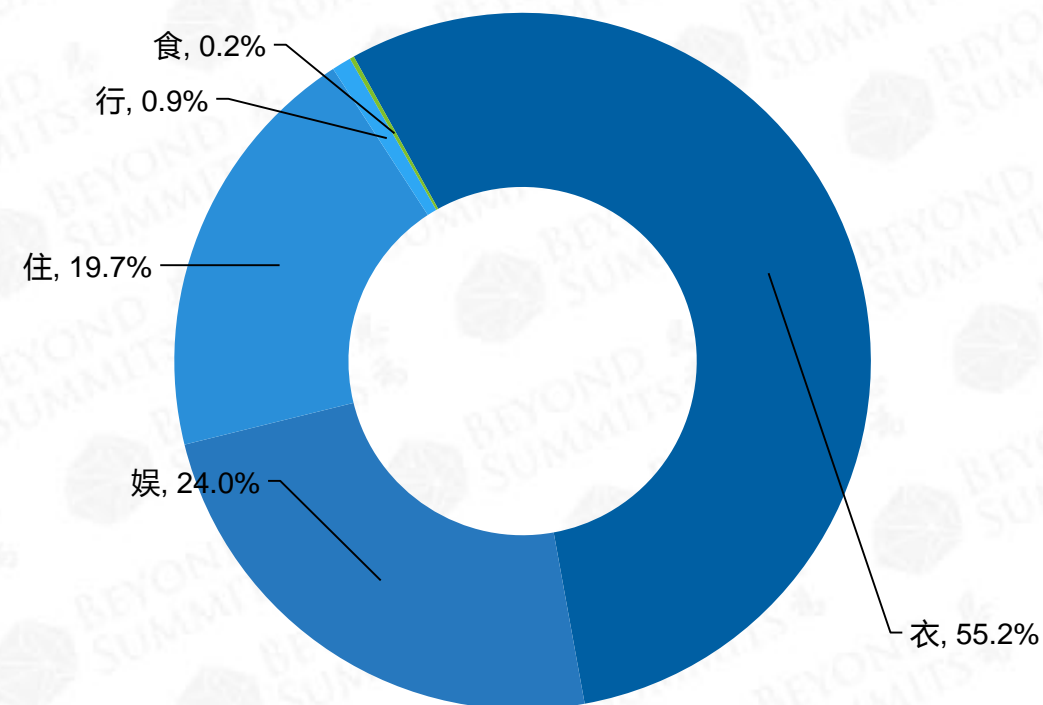
Source：清科研究中心《2015中国奢侈品行业报告》

根据清科集团旗下的私募通显示，2015年，国内奢侈品行业总体投资是上升趋势。其中，衣服和娱乐仍是其中占比最大的部分，分别达到了55.2%和24%。

中国奢侈品行业投资情况



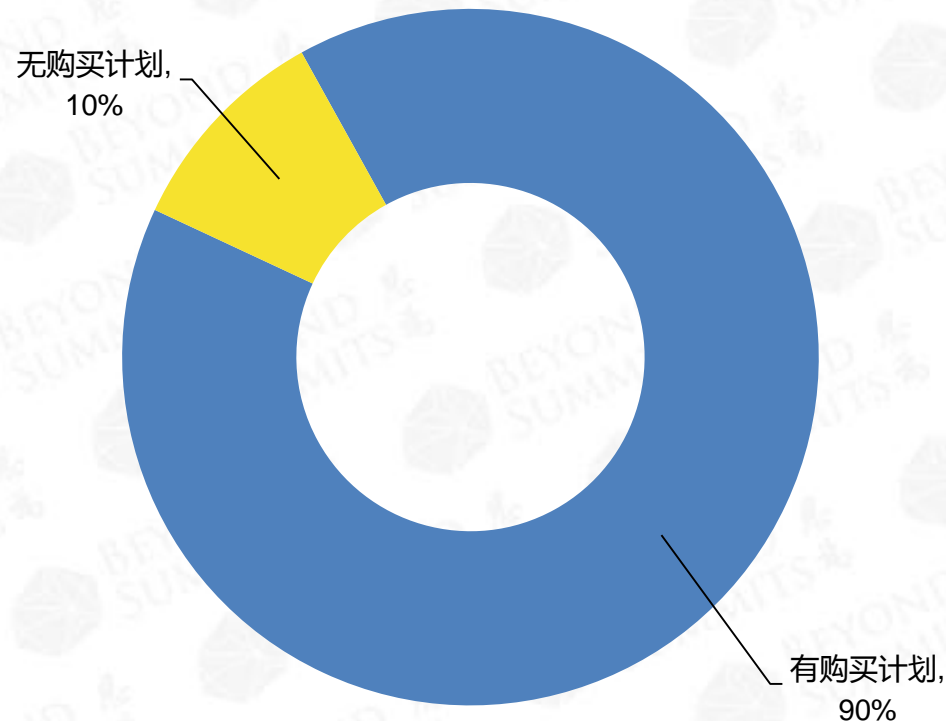
2015年中国奢侈品细分行业投资分布



Source : 清科研究中心《2015中国奢侈品行业报告》

针对过去1年有奢侈品消费经历的消费者，他们中10%的消费者在未来一年内没有继续购买奢侈品的计划。在有计划购买的人群中，5万元以上购买者的变化幅度不大，5万元以下奢侈品消费者将变得更多。

2015年中国奢侈品用户未来一年内
奢侈品购买意愿/计划



Source : FT中文网 《2015年奢侈品行业发展报告》



BEYOND 思
SUMMITS 為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: www.beyonddsummits.com

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·