

# 中国市场概览 China Market Overview



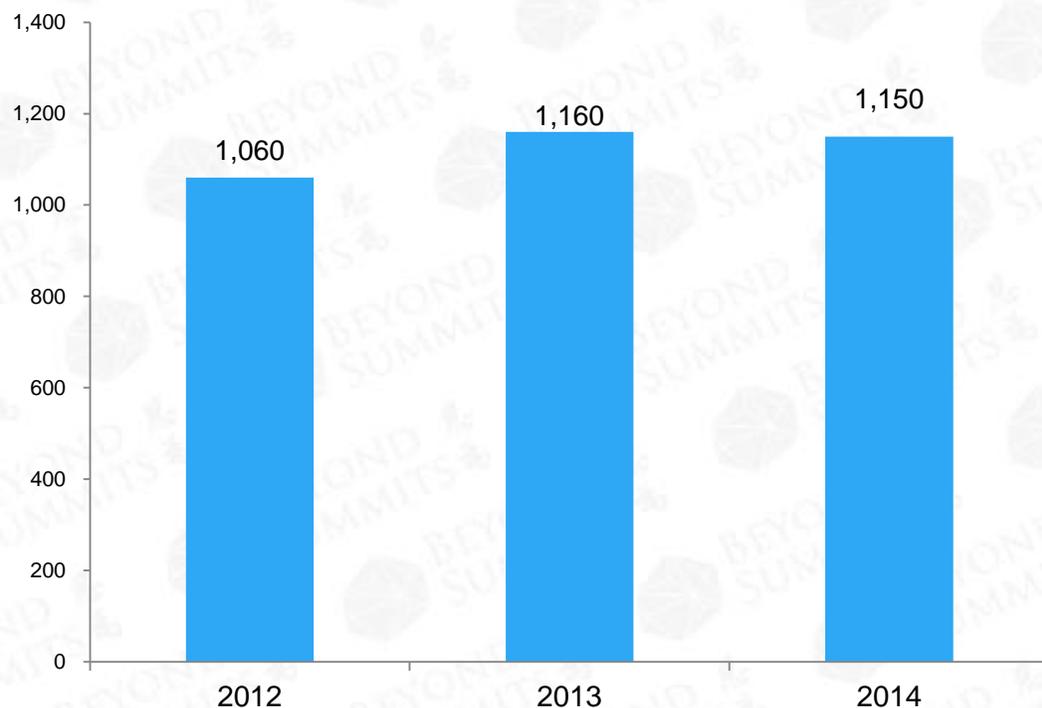
# Luxury

## Summary :

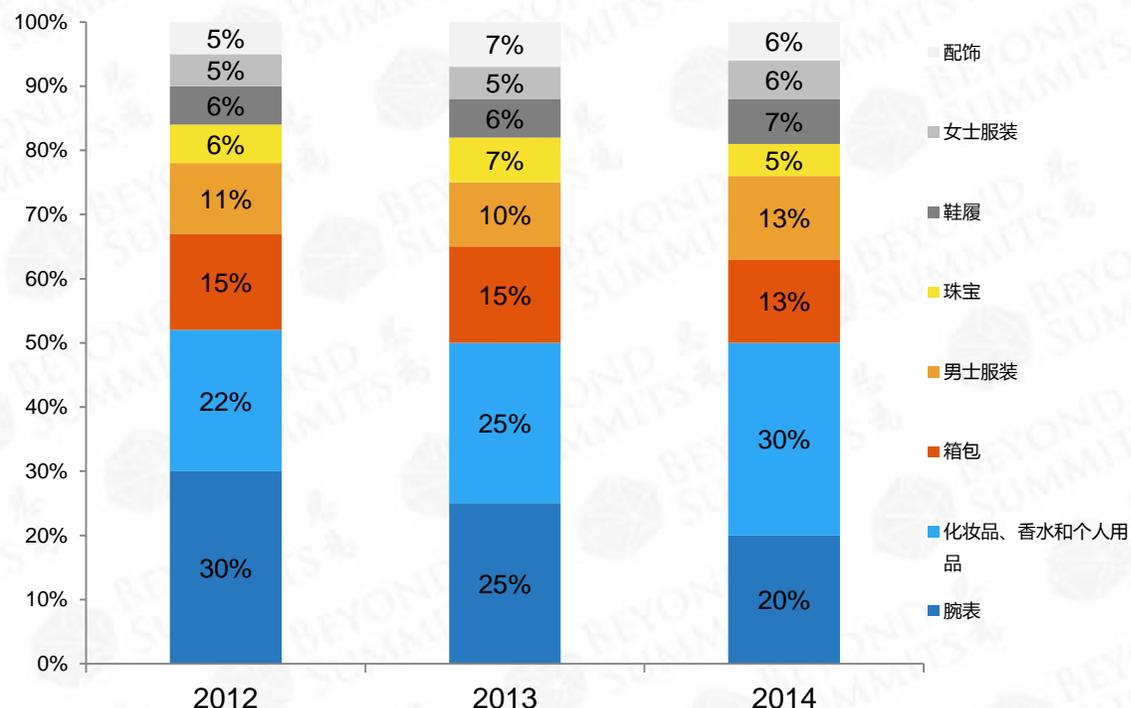
- 2014年中国内地奢侈品市场第一次未实现增长，政府反腐倡廉工作的落实和经济增速放缓加剧了这一现象。但是未来，仍有90%的奢侈品现有用户会在2015年继续购买奢侈品，但是消费更趋于理性。
- 在中国消费者眼中，购买奢侈品时，他们最关注货真价实、客户服务和精湛工艺这三点。国内游客最常去机场免税店去购买奢侈品，但是通常还是比较青睐于自己去海外专卖店自行购买奢侈品。
- 腕表、服饰鞋履、箱包皮具等作为自用消费，购买相对更普遍；而化妆品以及珠宝首饰的礼品消费情况则相对更高。高档红酒/洋酒则是自用送礼两相宜。

2014年中国内地奢侈品市场第一次未实现增长，政府反腐倡廉工作的落实和经济增速放缓加剧了这一现象。

2012-14年中国奢侈品市场规模（亿元）



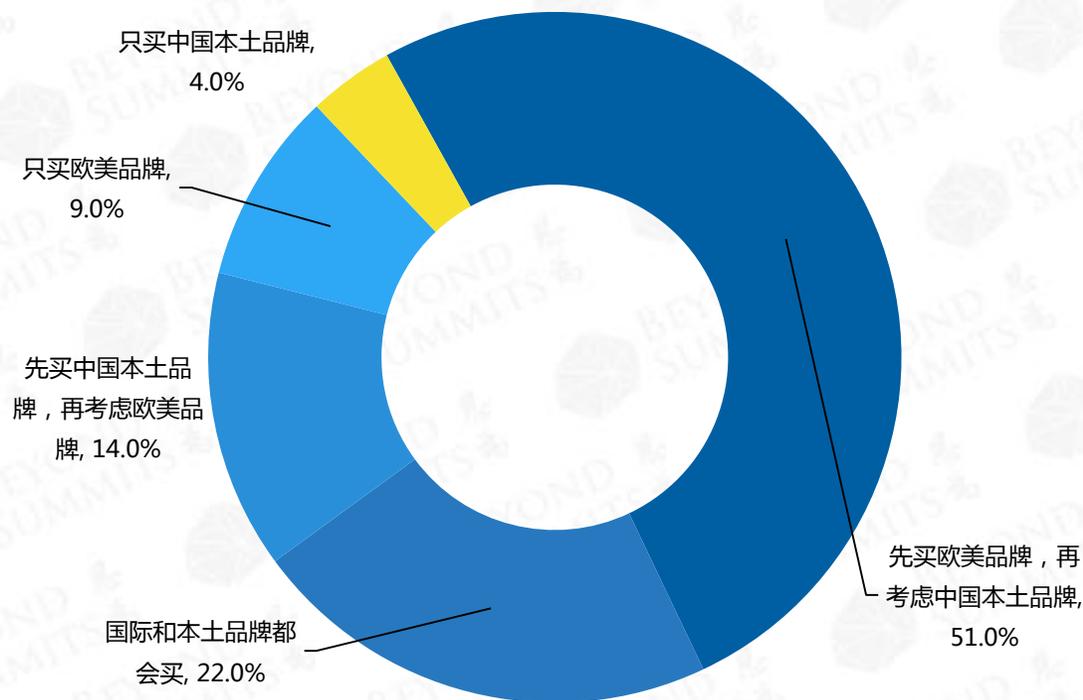
2012-14年中国奢侈品市场规模  
按产品类别划分（亿元）



Source : 贝恩《2014中国奢侈品市场研究》

从购买意愿上来看，中国消费者对本土奢侈品牌也持开放态度。在中国奢侈消费者眼中，欧美品牌和本土品牌传达奢侈含义的信号全然不同。

2014年中国用户对奢侈品牌的购买意愿



针对欧美品牌而言

- 价格高昂
- 反映当下潮流
- 高贵尊享

针对本土品牌而言

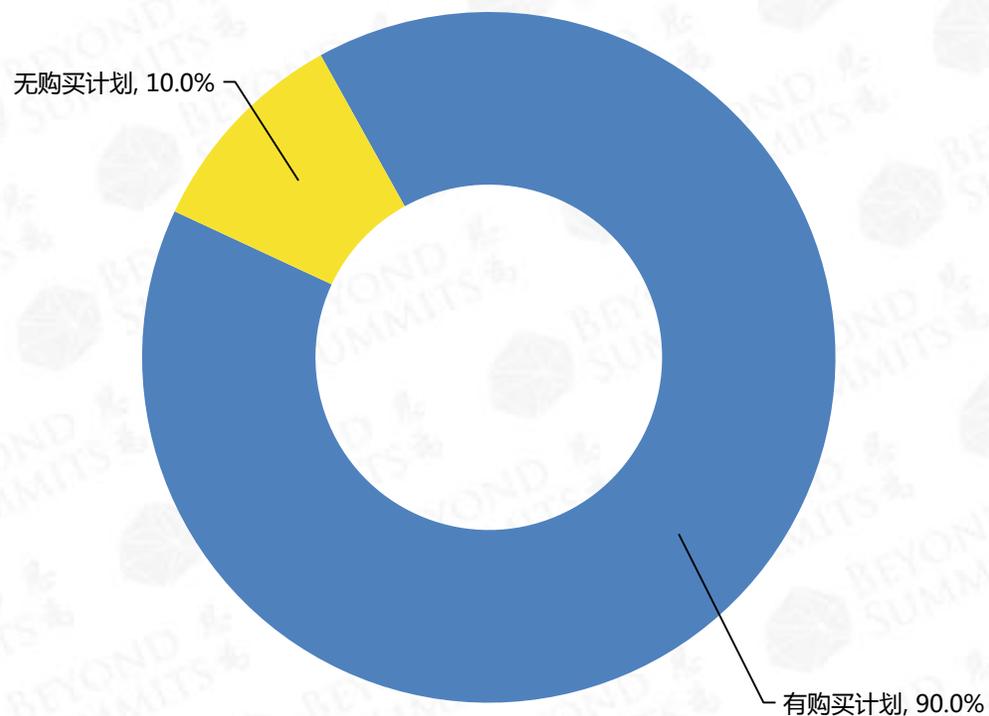
- 悠久历史
- 绝佳传承
- 精湛工艺
- 货真价实

由于消费者更有能力欣赏精湛工艺及绝佳传承，中国本土品牌将有机会取得更多的成就。

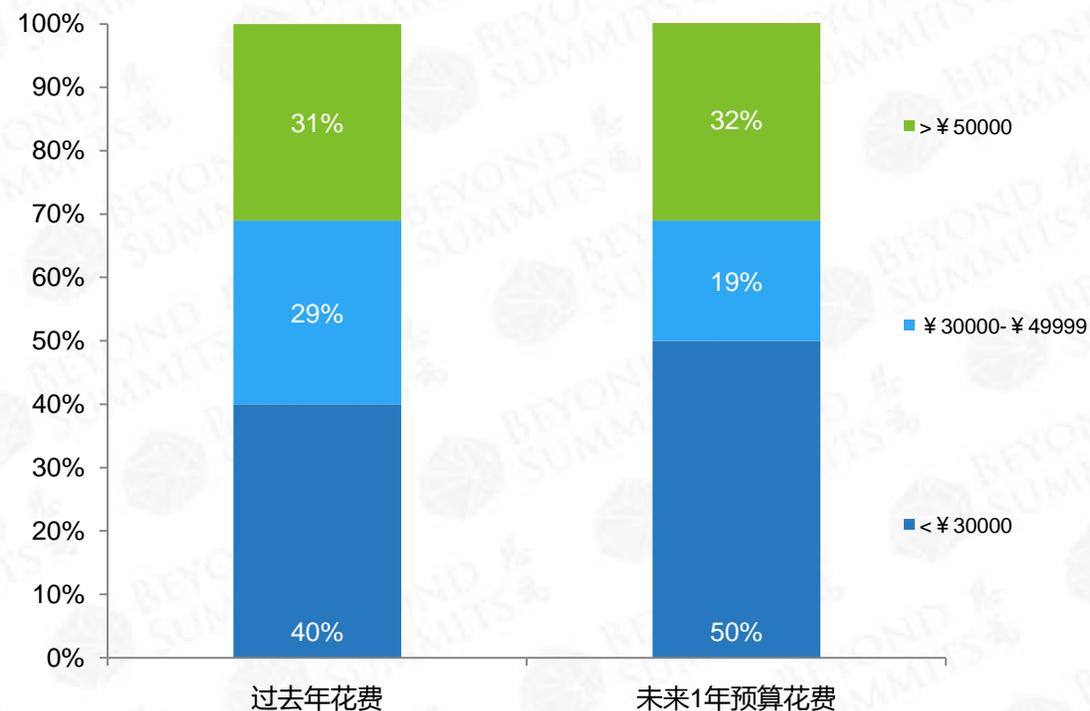
Source : 艾德惠研 《2014中国奢侈品行业之文化洞察》

针对过去1年有奢侈品消费经历的消费者，他们中的10%在2015年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



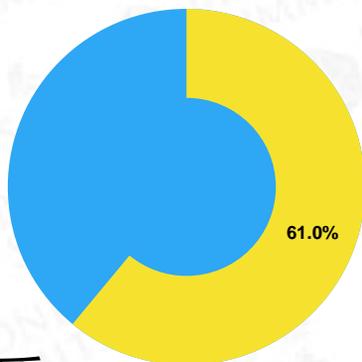
2015年国人奢侈品消费规模变化



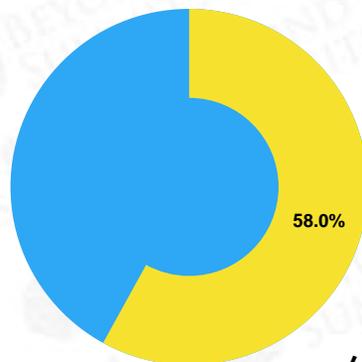
Source : FT中文网 《2015年奢侈品行业发展报告》

中国消费者眼中，无论是欧美还是本土的奢侈品，货真价实、客户服务和精湛工艺这三点位列奢侈品最具决定性因素之首。

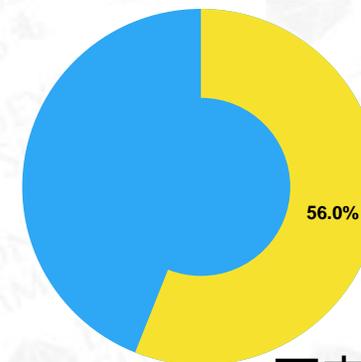
货真价实



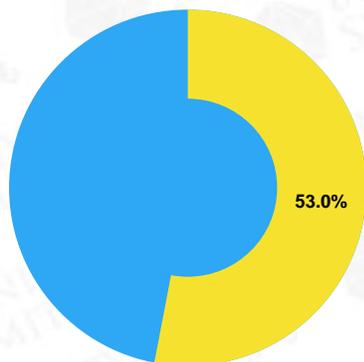
客户服务



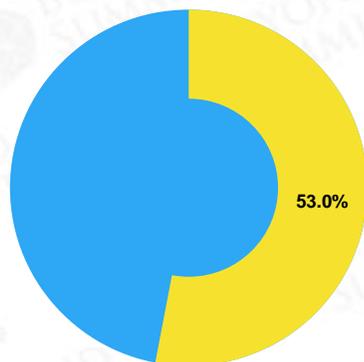
精湛工艺



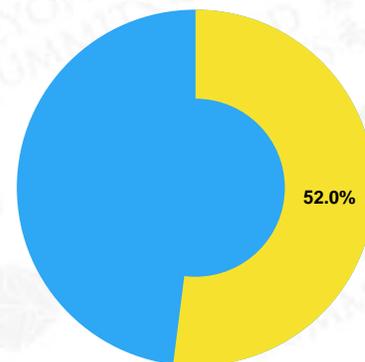
优良品质



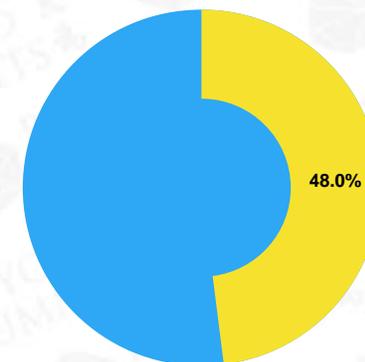
富含底蕴



绝佳设计



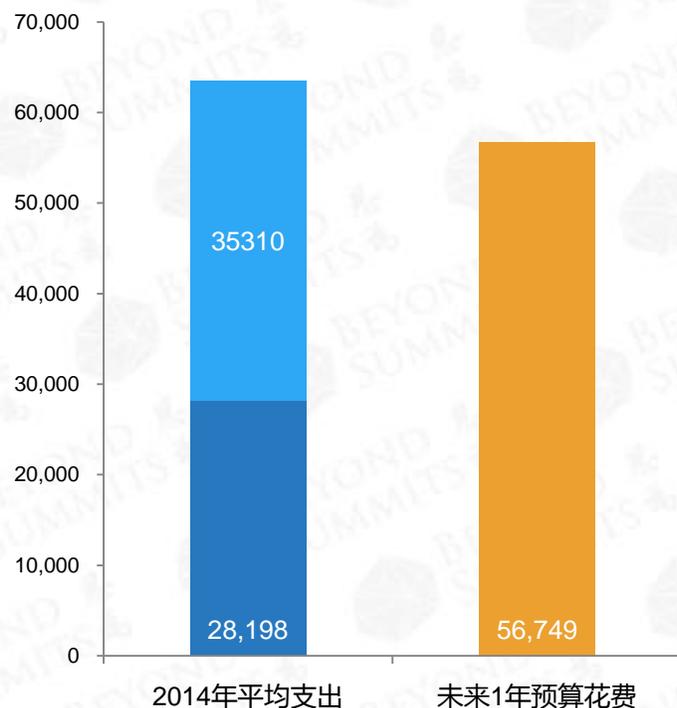
历史传承



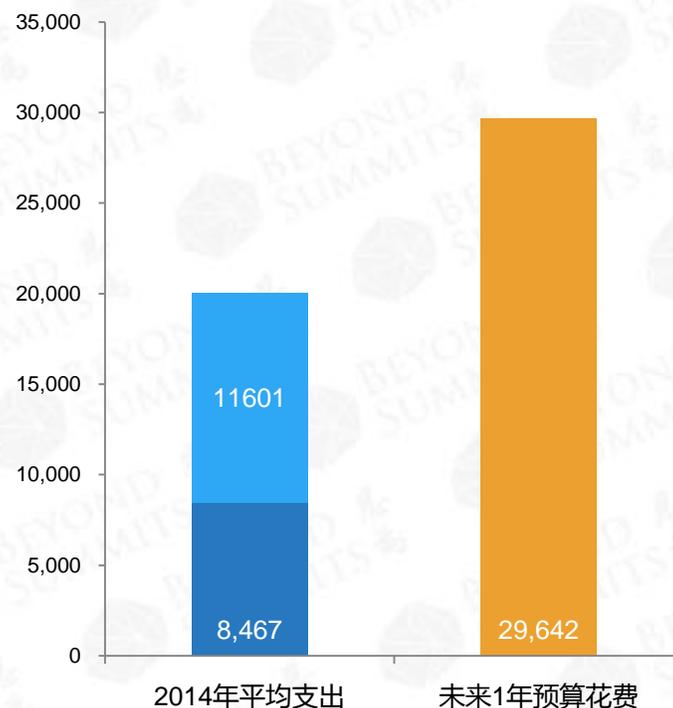
Source : 艾德惠研 《2014中国奢侈品行业之文化洞察》

对于2014年奢侈品购买者，其2015年奢侈品人均购买预算相比2014年实际支出下降11%。4万元以下购买者市场面临高速增长机会，其2015年人均预算相对2014年支出有48%的增长。而4万元以上购买者则有20%下降。

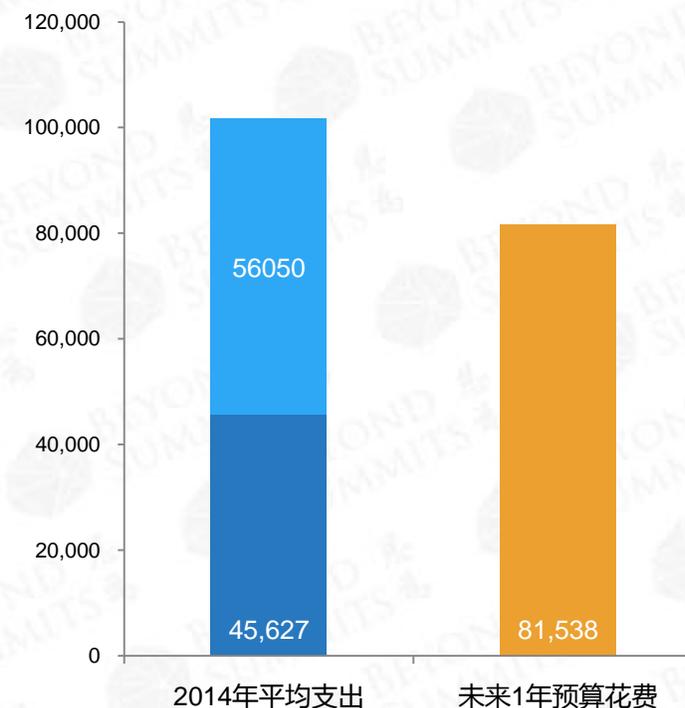
2015年购买奢侈品预算变化（全人群）



2015年购买奢侈品预算变化（<4万元人群）



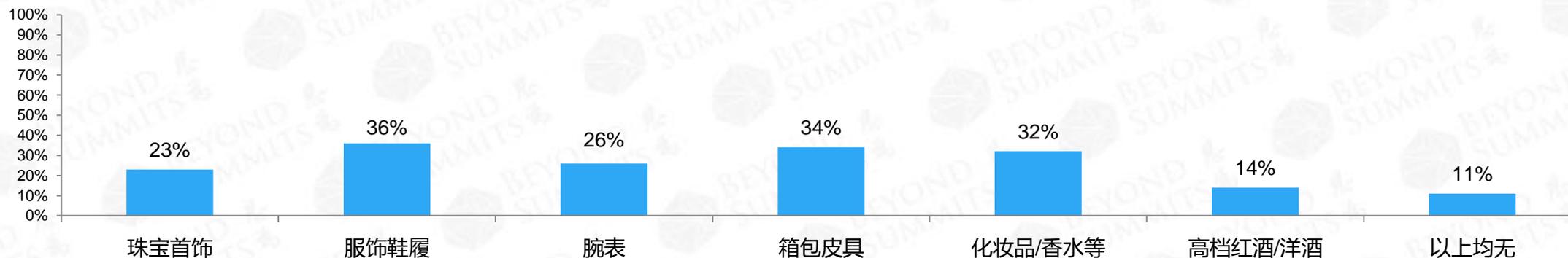
2015年购买奢侈品预算变化（≥4万元人群）



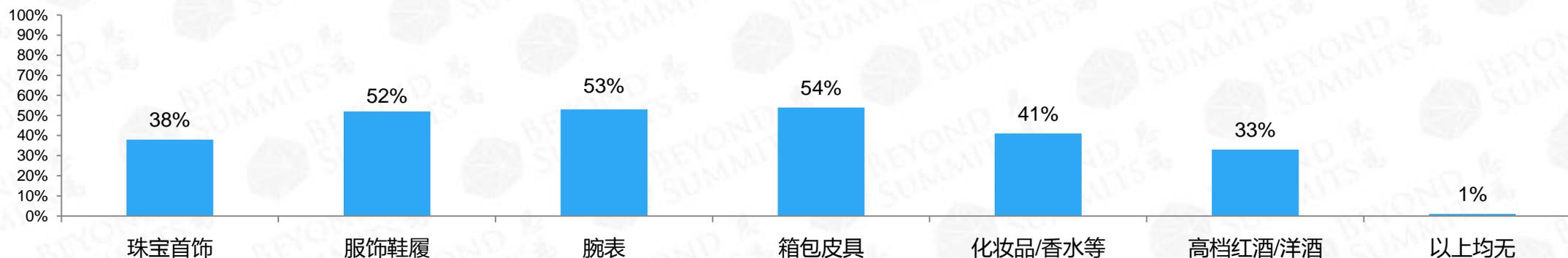
Source : FT中文网《2015年奢侈品行业发展报告》

自用市场方面，4万元以上购买者的购买品种更多，与初级购买者有更大的差距。

2014年自用市场客户的具体差别（<4万元奢侈品消费者）



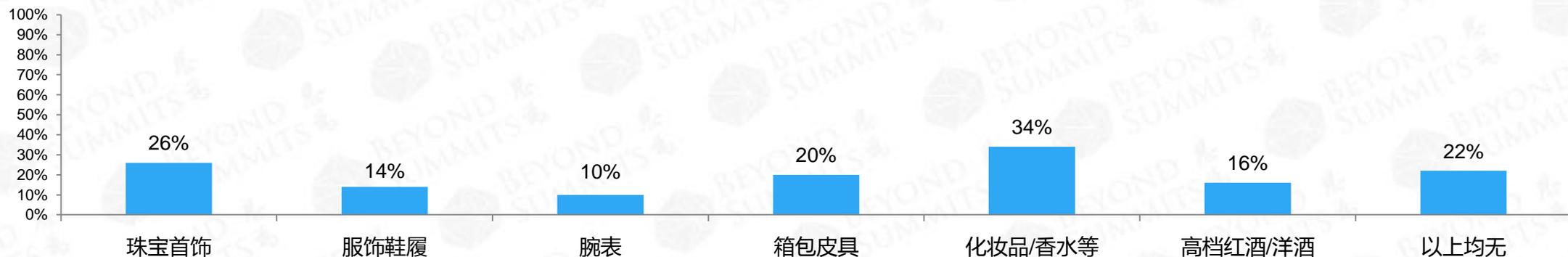
2014年自用市场客户的具体差别（≥4万元奢侈品消费者）



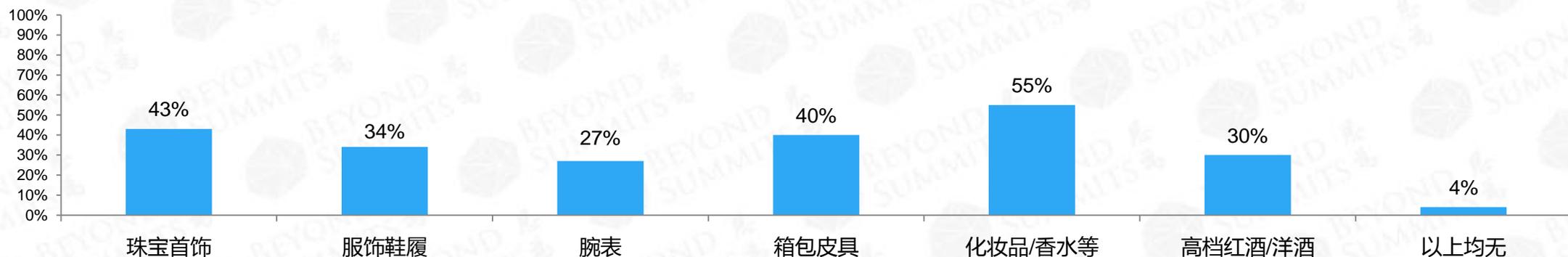
Source : FT中文网《2015年奢侈品行业发展报告》

4万元以上奢侈品购买者对礼品需求要比初级购买者强烈得多，尤其在化妆品/香水、珠宝、箱包方面。

2014年礼品市场客户的具体差别（<4万元奢侈品消费者）



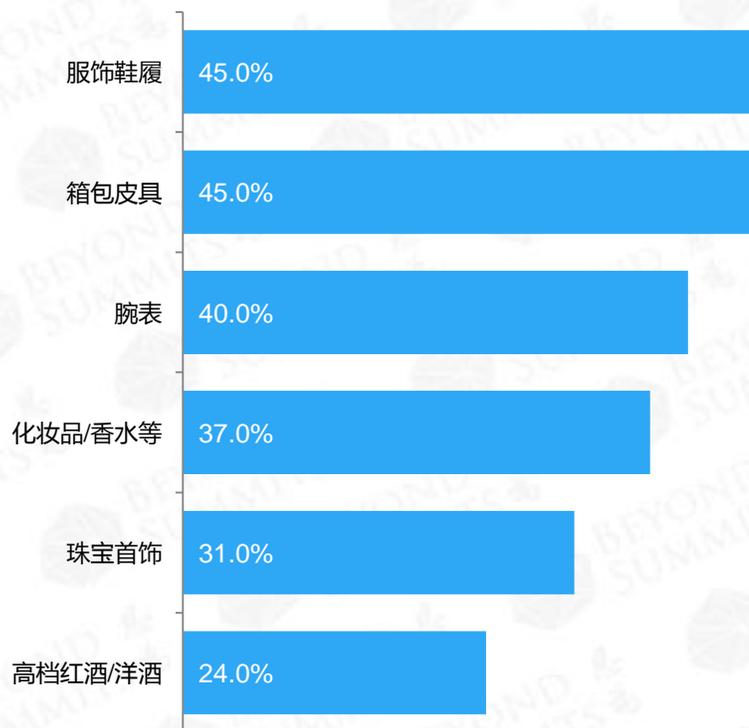
2014年礼品市场客户的具体差别（≥4万元奢侈品消费者）



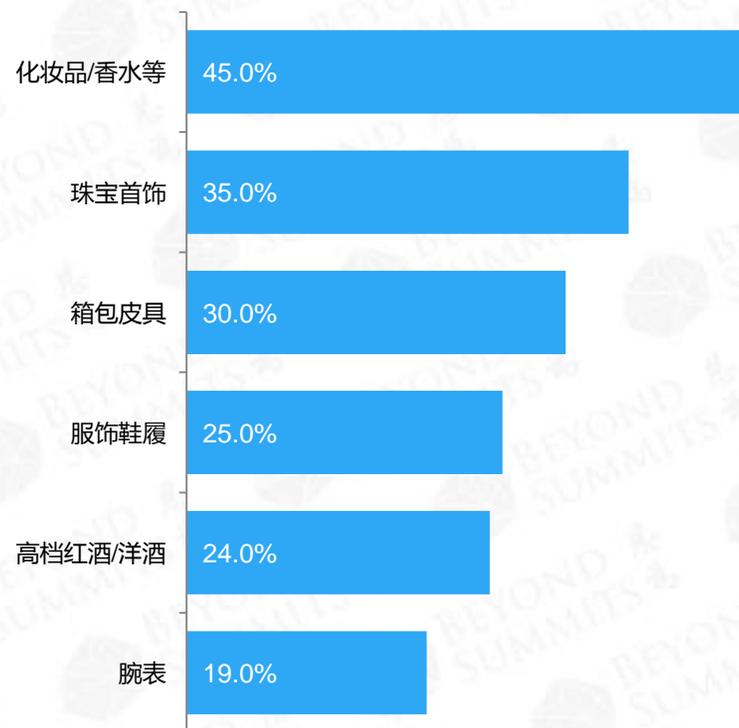
Source : FT China, 2015 Luxury-goods Market Report

腕表、服饰鞋履、箱包皮具等的自用消费相对更普遍；而化妆品以及珠宝首饰的礼品消费情况则相对更高。高档红酒/洋酒则是自用送礼两相宜。

2014年奢侈品自用品类



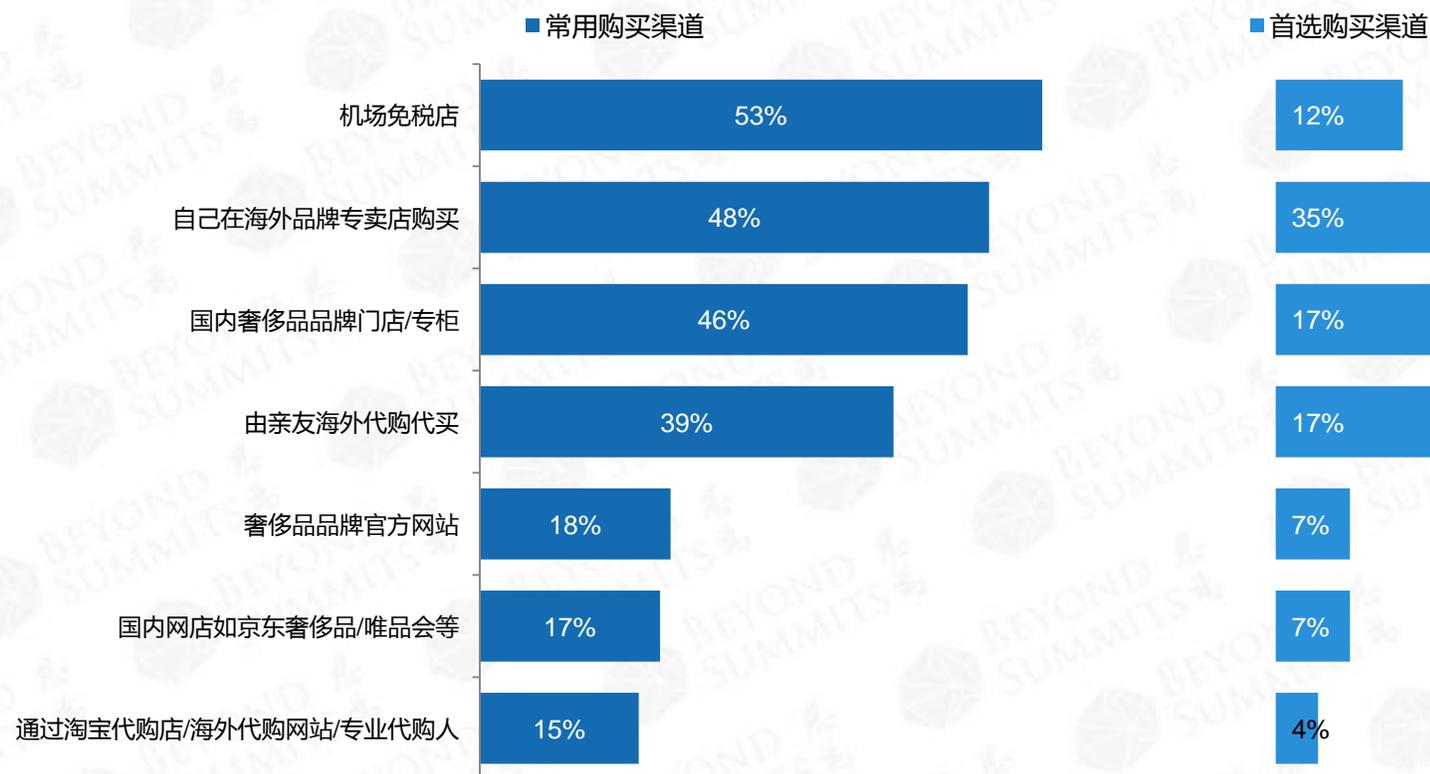
2014年奢侈品送礼品类



Source : FT中文网 《2015年奢侈品行业发展报告》

国内游客最常去机场免税店去购买奢侈品，但是通常还是比较青睐于自己去海外专卖店自行购买奢侈品。

### 2014年国人奢侈品购买渠道



Source : FT中文网 《2015年奢侈品行业发展报告》

## 内地奢侈品支出不同品类的品牌排名

2014年	化妆品	腕表	箱包	男装	女装	珠宝	鞋履	配饰
1	香奈儿	卡地亚	蔻驰	乔治·阿玛尼	阿玛尼	宝格丽	香奈儿	登喜路
2	迪奥	浪琴	古驰	雨果博斯	博柏利	卡地亚	古驰	古驰
3	雅诗兰黛	欧米茄	爱马仕	博柏利	香奈儿	周大福	路易威登	爱马仕
4	科颜氏	劳力士	路易威登	迪奥	迪奥	蒂芙尼	萨瓦托·菲拉格慕	路易威登
5	兰蔻	天梭	普拉达	杰尼亚	马科斯·马拉	梵克雅宝	托德斯	万宝龙

Source : 贝恩 《2014年中国奢侈品市场研究》

上海思为文化传播有限公司是国内领先的跨境全媒体整合营销服务供应商，公司在媒体代理、跨境整合营销、全媒体营销、会展会奖服务、线下活动和市场咨询方面有着丰富的经验。

2015 China Overview 是上海思为文化传播有限公司推出的年度研究报告。整套研究报告提供了2014-2015中国宏观经济、中国媒体和中国市场三方面最新、最全、且最有价值的的数据、信息、知识、结论和洞察。整套研究报告涵盖的领域包括：经济、全媒体市场、互联网、移动互联网、社交媒体、电视、电台、杂志、报纸、户外媒体、电影、机场户外、城市研究、代际研究、富人市场、奢侈品市场、投资、旅游、汽车、跨境商业和移民及留学市场。

该报告是上海思为关于2014-2015中国奢侈品市场报告的完整版，更多报告可以通过上海思为获取。下载地址：[http://www.beyondsummits.com/reports\\_downloading](http://www.beyondsummits.com/reports_downloading)

## 思为联系方式

### 上海办公室

地址：上海市静安区昌平路68号静安现代产业大厦701室  
电话：+86 021 - 6199 2660  
传真：+86 021 - 3100 1328  
邮箱：[info@beyondsummits.com](mailto:info@beyondsummits.com)

### 北京办公室

地址：北京市东城区安定门东滨河路乙1号航星工业园8号楼首层东侧  
电话：+86 010 - 5619 2032  
传真：+86 010 - 5166 7658  
邮箱：[info@beyondsummits.com](mailto:info@beyondsummits.com)

## 公司微信号：BSL思为跨境营销



Your Global All-media Marketer



长按二维码识别关注



BEYOND 思  
SUMMITS 為

---

*Your Global All-media Marketer*

Visit our website to learn more: [www.beyonddsummits.com](http://www.beyonddsummits.com)

We have collaborating offices in

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