

Luxury 奢侈品

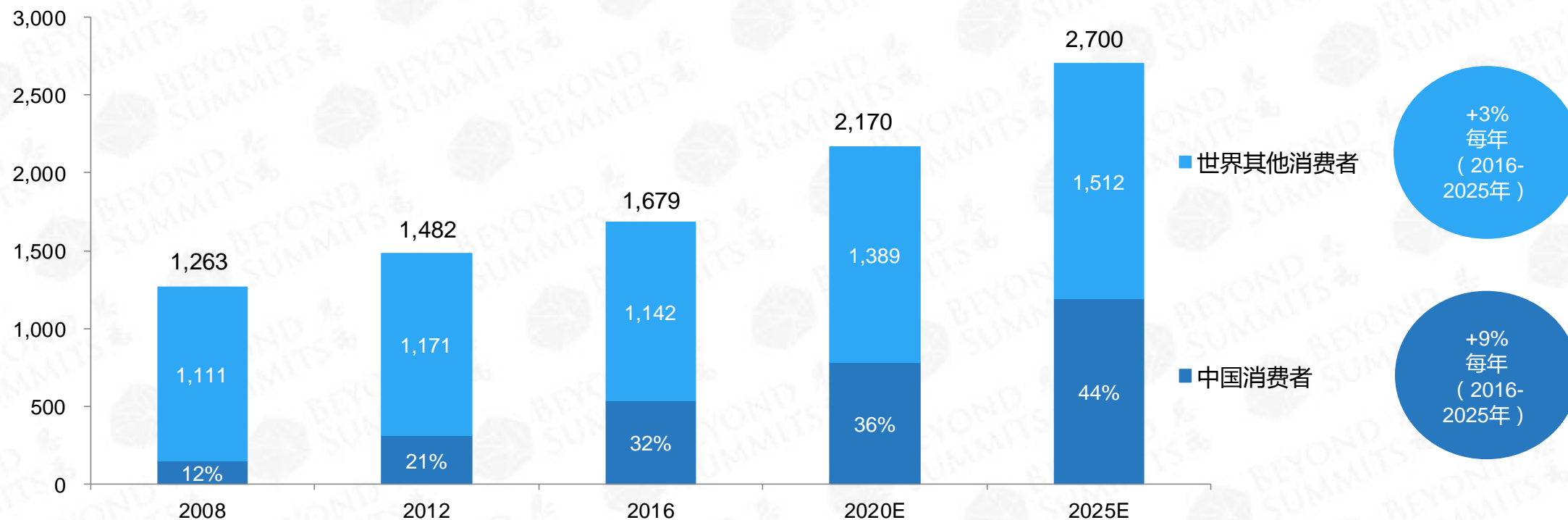


Summary :

- 2016年，中国奢侈品消费跌出2009年以来新低，主要受中国经济放缓影响。到2025年，预计中国消费者将贡献出全球奢侈品市值的44%，相当于美、英、法、意和日本市场2016年销量的总和。
- 在所有搜索奢侈品的人群中，根据年龄分布，20-29岁人群约占45%，为最庞大人群。
- 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。

到2025年，全球奢侈品市值将增加1万亿元，达到2.7万亿元，预计中国消费者将贡献出其中的44%，相当于美、英、法、意和日本市场2016年销量的总和。

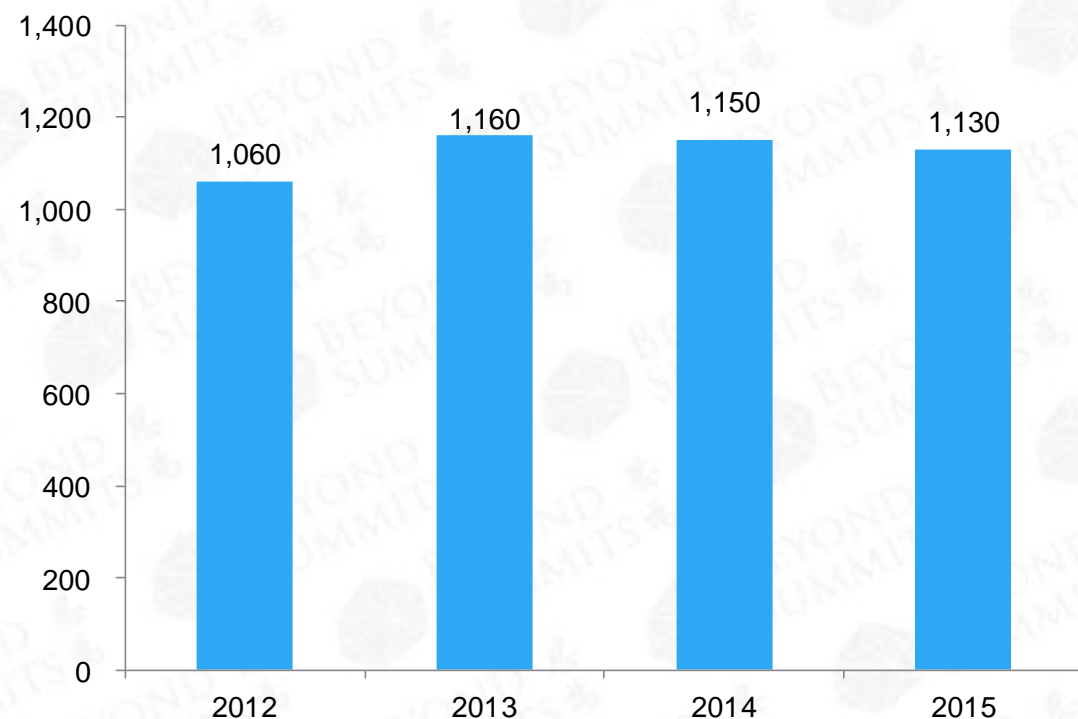
中国消费者对全球奢侈品市场贡献（十亿元）



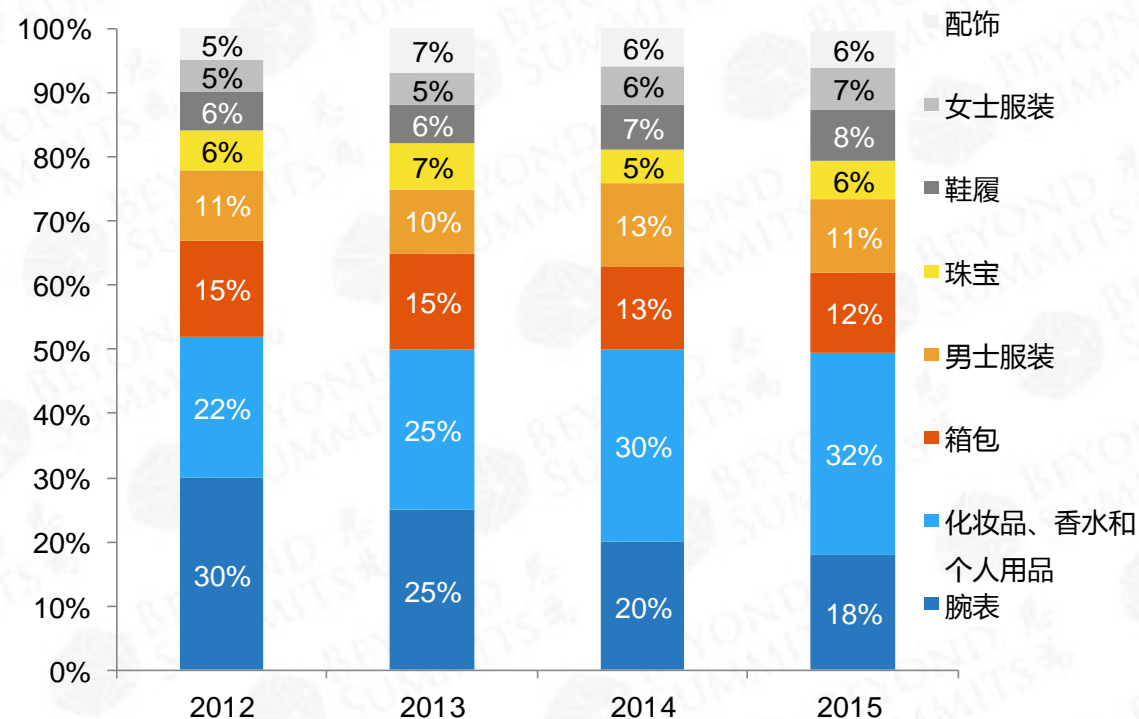
Source: 麦肯锡《2017中国奢侈品报告》

2016年，中国奢侈品消费跌出2009年以来新低，主要受中国经济放缓影响。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



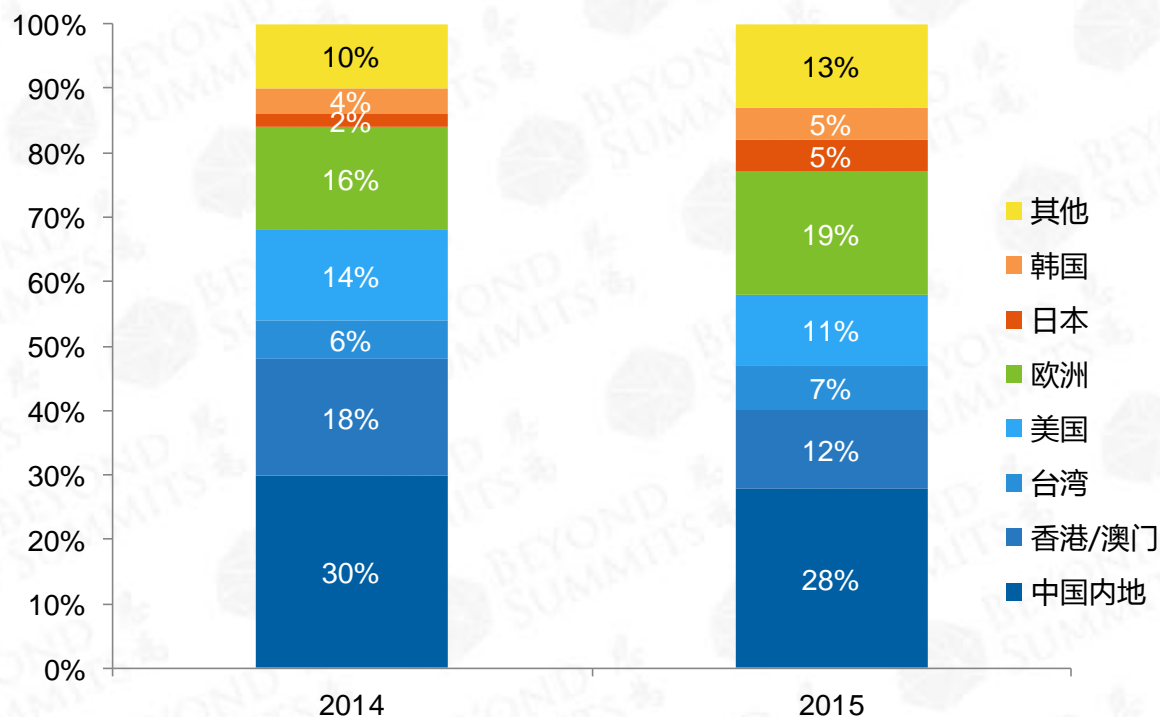
Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》，麦肯锡《2017中国奢侈品报告》

- 从2015年开始，中国奢侈品消费已经从首次消费转为增量消费。因此奢侈品投资者应注重培养客户的忠诚度，而不是一味地专注于开发新客户。
- 此外，消费特征也出现变化，中国奢侈品的主要消费者从高收入人群（家庭年收入为10-30万元）转变为富裕群体（家庭年收入超过30万元）。

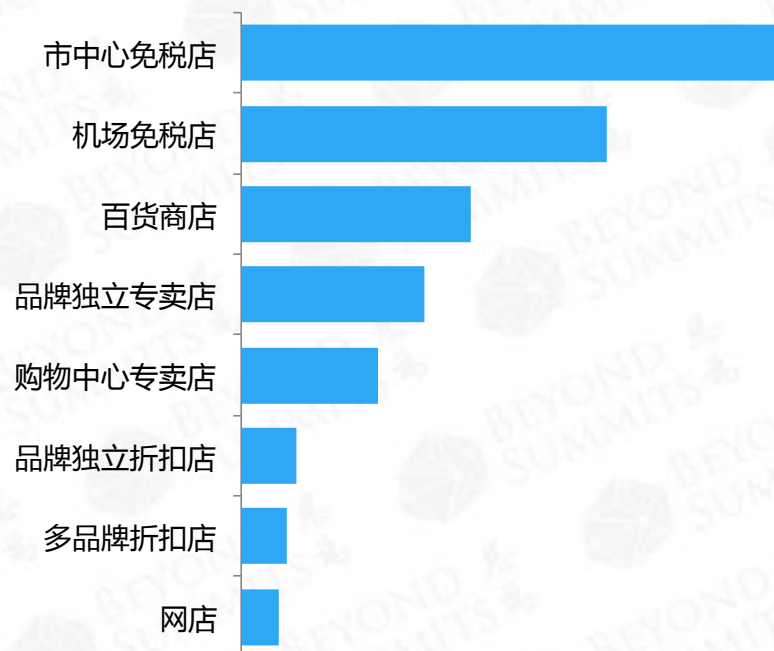


2015年，中国内地消费者在境外的奢侈品消费中，香港和澳门地区的比例出现下滑，由2014年的18%下降至2015年的12%，而在日本的消费比例大幅上升。中国富裕人群对价格敏感度导致他们倾向于在百货商场、专卖店等官方渠道或免税店购物。

中国内地奢侈品消费者支出地点分布



中国富裕客群购物首选渠道



Source : 贝恩《2015中国奢侈品市场研究》
麦肯锡《2017中国奢侈品报告》

Note : 仅包括生活在内地的内地消费者进行购买

6-8年前，富裕人群买奢侈品更看重材质或做工，而非品牌认知度。而如今，品牌卓越度（即品牌的全球知名度）成为了消费者考虑购买各类奢侈品的主要因素。

奢侈品各品类前五个购买因素



1. 卓越品牌
2. 上乘材质
3. 经典款式
4. 做工考究
5. 创新设计



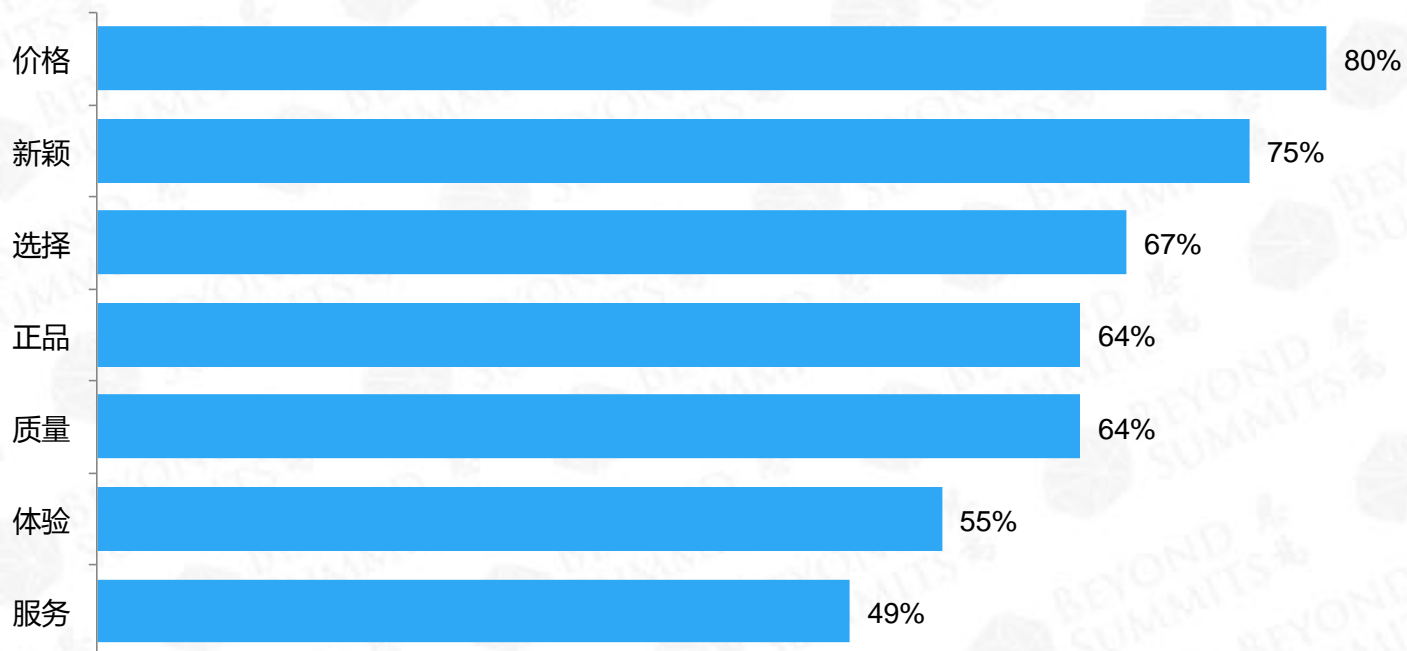
1. 卓越品牌
2. 经典款式
3. 做工考究
4. 上乘材质
5. 创新设计



1. 卓越品牌
2. 做工考究
3. 经典款式
4. 历史悠久
5. 社会地位

中国富裕人群在决定是否出境购买奢侈品时，首先看的依旧是价格。2012年，60%的消费者愿意接受20%的价差，如今仅有20%的消费者对此能够容忍。

中国富裕人群考虑境外奢侈品购物的因素



Source : 麦肯锡《2017中国奢侈品报告》

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

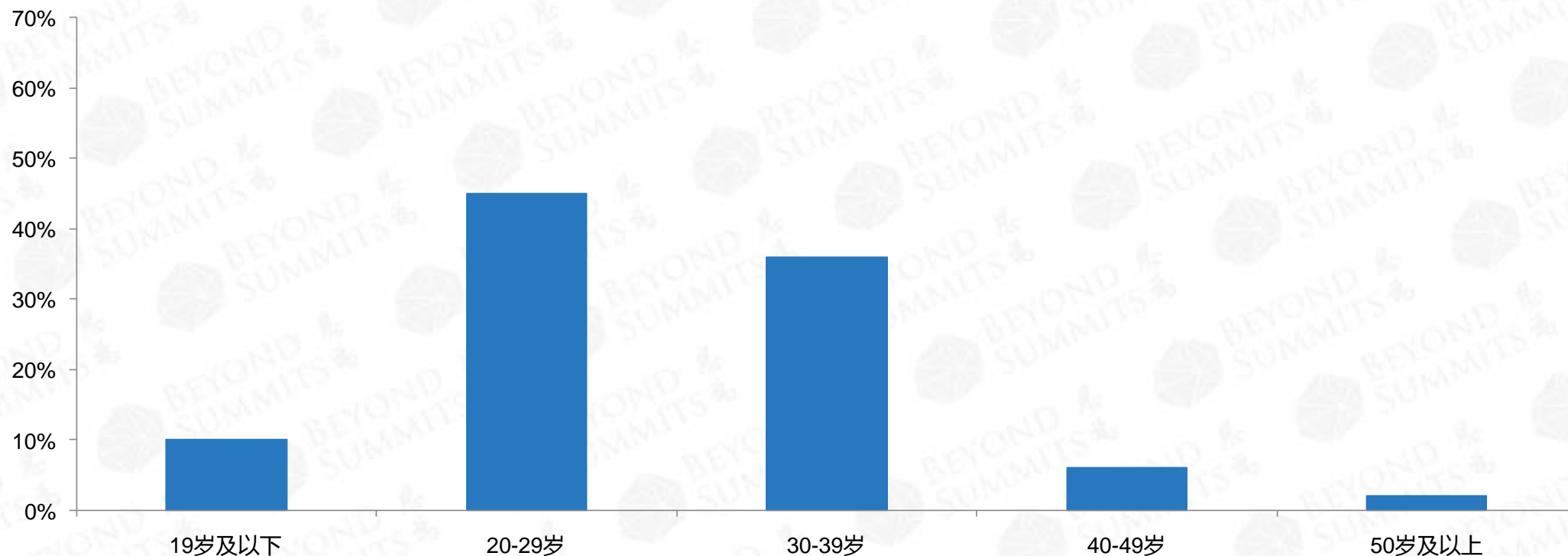
杰尼亚
古驰
爱马仕
路易威登
万宝龙

鞋履

香奈儿
古驰
路易威登
菲拉格慕
托德斯

2015年1-12月，平均每天在百度会产生178万条有关奢侈品行业的搜索。在所有搜索奢侈品的人群中，根据年龄分布，20-29岁人群约占45%，为最庞大人群。

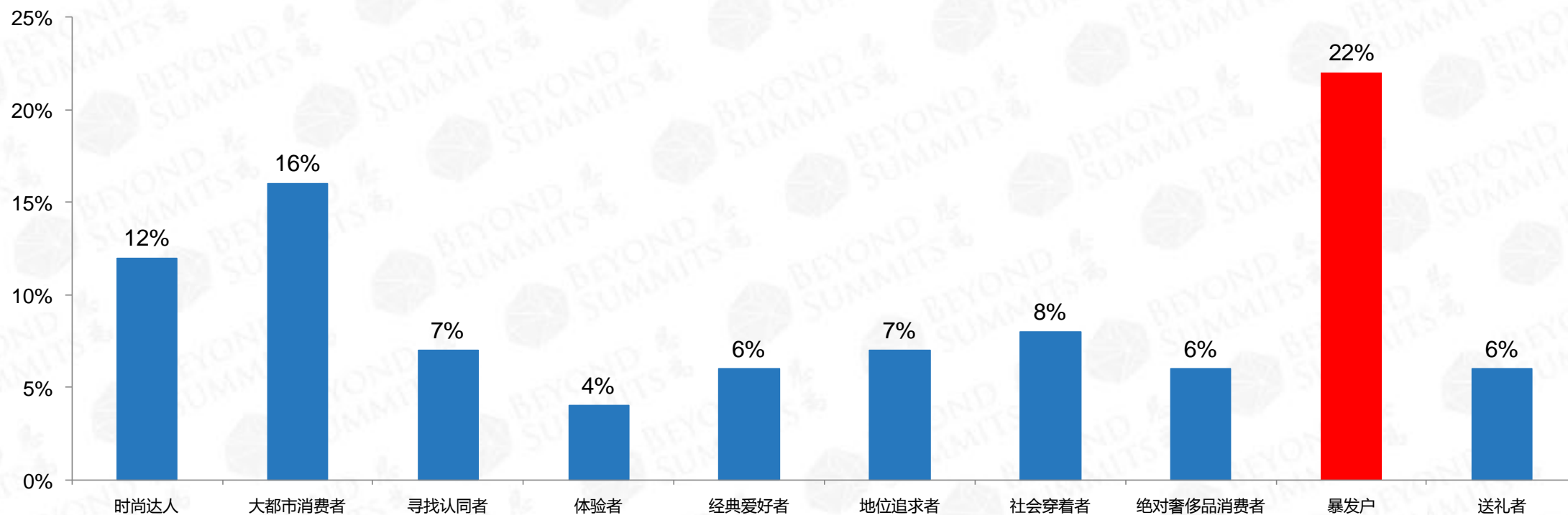
奢侈品百度搜索人群年龄分布



Source : 百度指数专业版

中国奢侈品的消费者中，暴发户占的比例最大，其次是大都市的消费者和时尚达人。

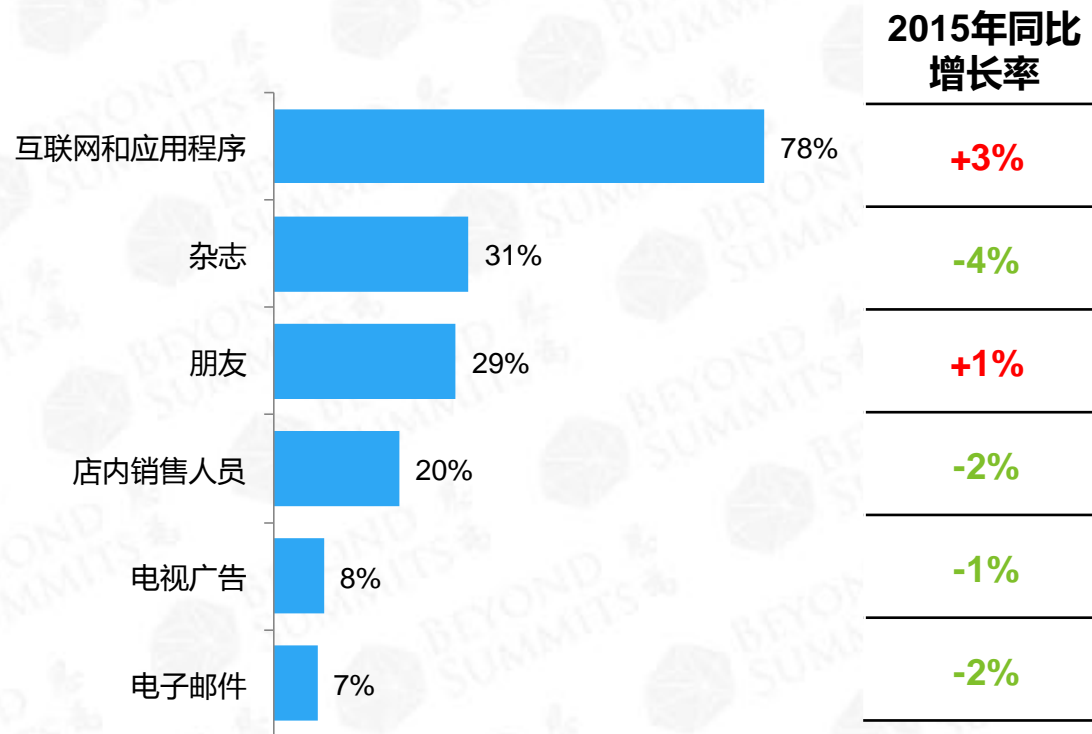
中国奢侈品消费者类型分布



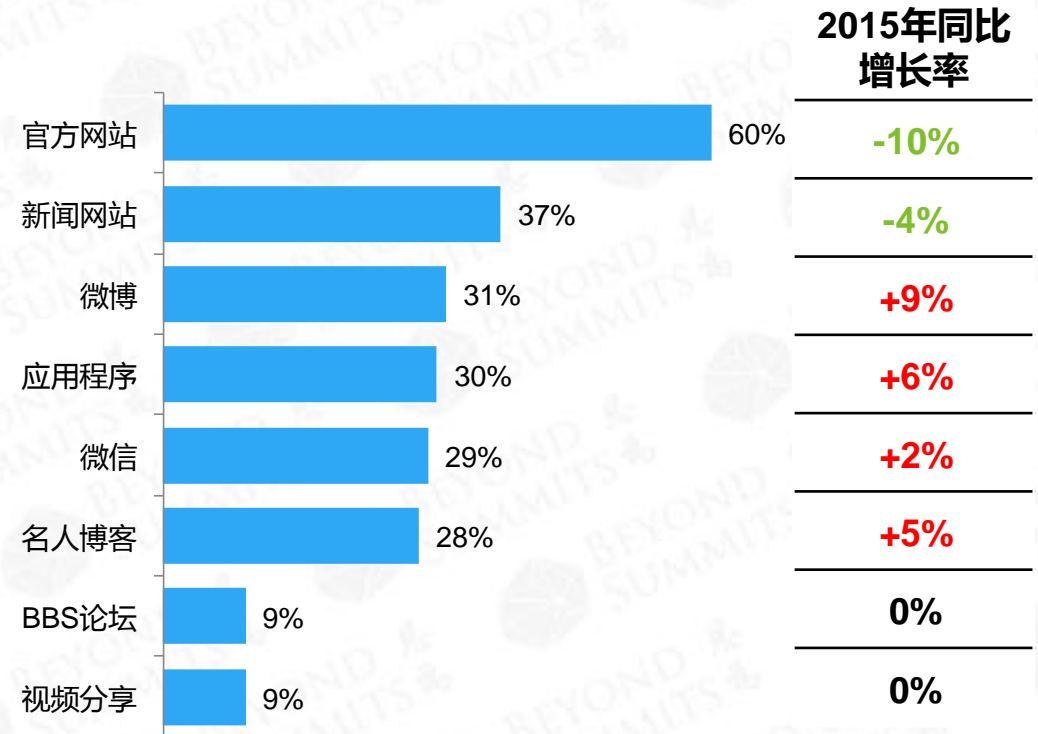
Source : The Boston Consulting Group

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



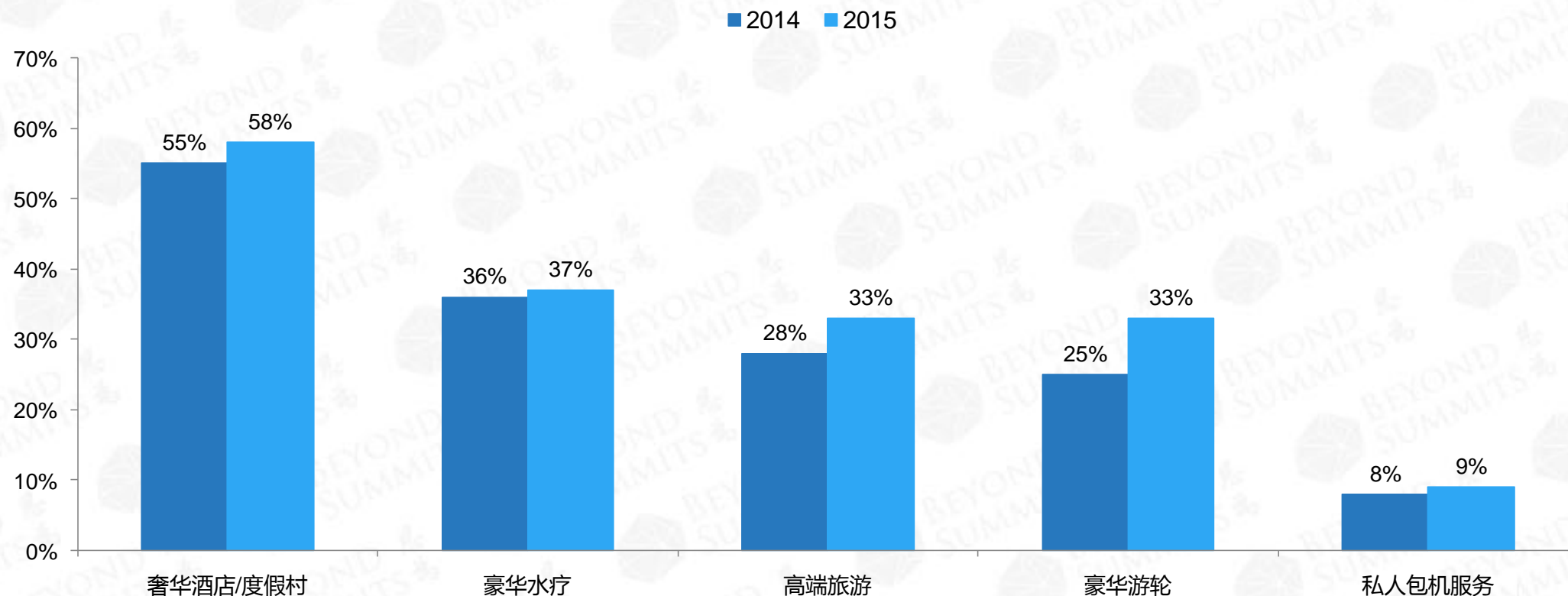
中国内地消费者获取奢侈品信息的网络途径



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》

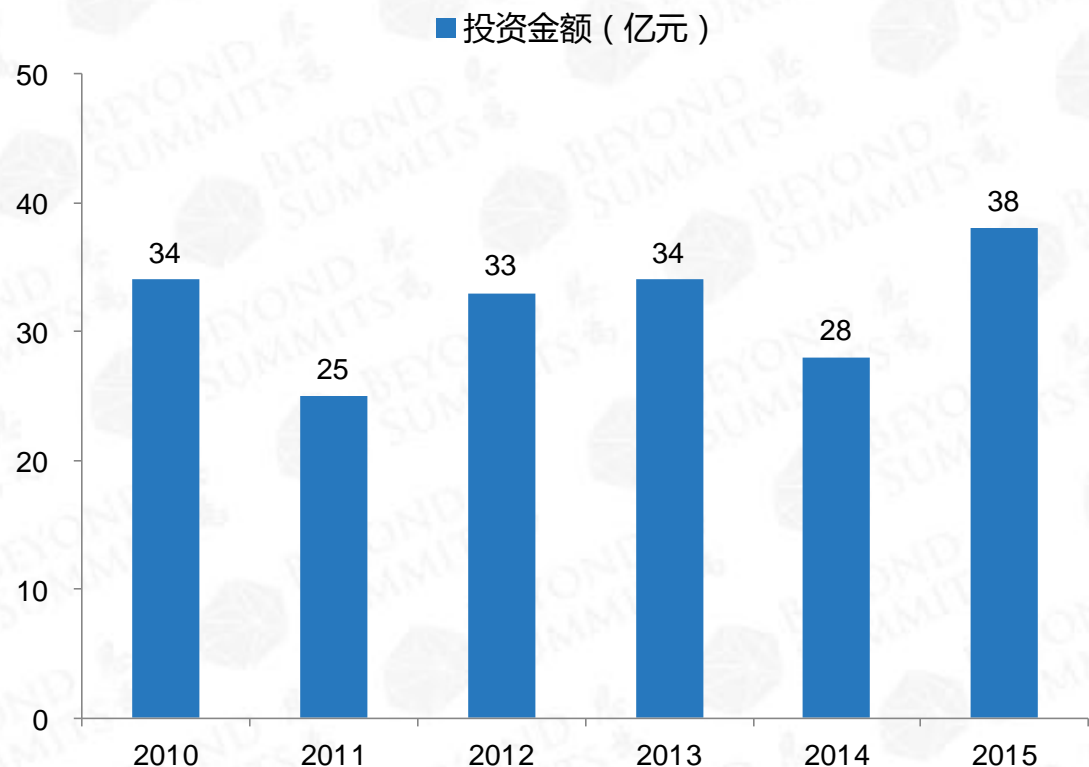
高端人群数量增长，消费升级和中国对奢侈品行业的规范，都对于中国整体奢侈品行业有着积极促进的作用。



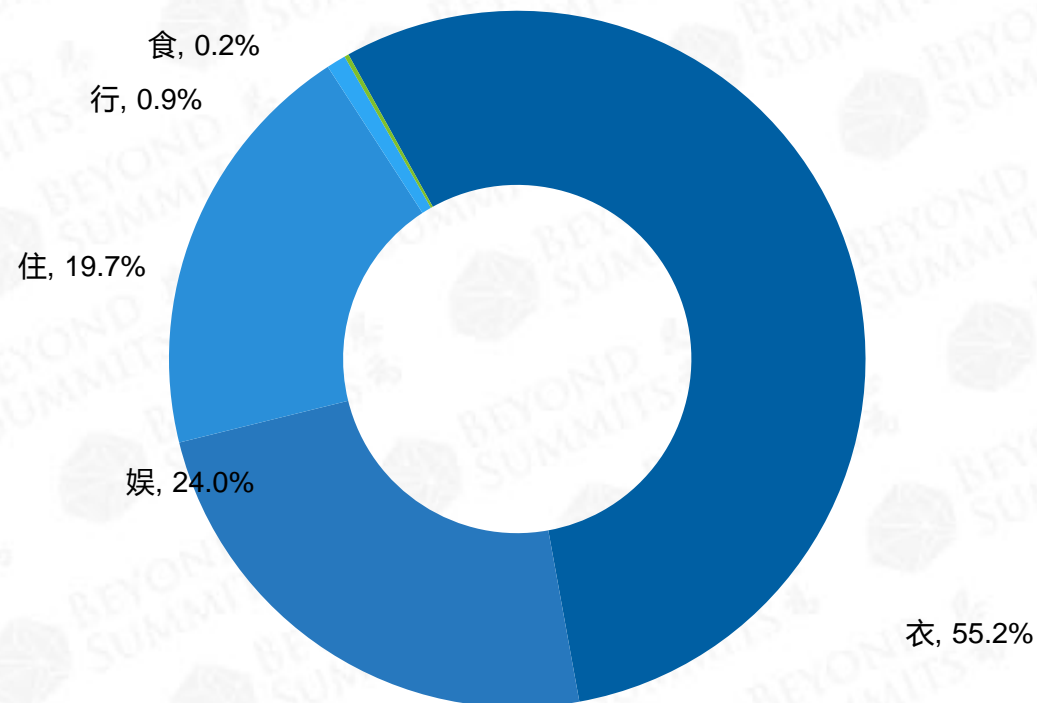
Source : 清科研究中心《2015中国奢侈品行业报告》

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》



BEYOND 思
SUMMITS 為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: <https://beyonddsummits.com/>

We have collaborating offices in

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