



奢侈品市场无边界：不断升级的中国消费者





当前，中国消费者的奢侈品开支正在以远超预期的速度增长，这一增速超过了世界上任何一个国家。中国人目前在境内外的奢侈品消费额占到全球消费总额的 1/4 以上，取代了日本，成为世界头号奢侈品消费大国。尽管目前中国放缓的经济增速抑制了国人奢侈品消费，加之政府对官员向官员赠送高价礼品行贿的打压力度加大，使得中国消费者变得谨慎起来。但是，中国在全球奢侈品消费份额仍将持续上升，预计到 2015 年将超过 1/3。

我们已经密切跟踪调研中国奢侈品消费者和有关市场长达六年。中国人如此非凡的消费能力促使我们在以往分析的基础上再次对中国奢侈品消费者进行深入研究。本年度的研究建立在与生活在 14 个城市中的 1000 多名奢侈品消费者面对面访谈的基础之上，同时辅以大量的数据分析以及与行业内部人士的谈话。

近年来中国奢侈品消费增速逐渐放缓，但以下一系列因素仍可确保其需求相对保持旺盛。非常富裕买家群体迅速壮大，他们越来越喜欢购买顶级奢侈品。同时，奢侈品新买家的人数正在爆发式增长，他们是那些收入大幅增长、刚刚步入中产阶层的人士。此外，中国人对自身经济实力充满信心：约 3/4 的富裕消费者相信未来五年家庭收入将大幅增长。女性购买力的不断提高也是推动增长的一个主要因素。此外，尽管企业之间的送礼行为在政府领导换代转型时期有所下降，但个人之间的礼品赠送需求仍然呈现出强劲的、甚至增长的势头。尽管存在种种推动和刺激中国奢侈品市场的因素，但是市场本身也正在经历着快速的变化。这使得奢侈品商家要赢取消费者变得更为困难、成本也更高。

首先，中国人到境外购买奢侈品的比例越来越大。香港和澳门是他们最钟情的购买目的地，与此同时欧洲也变得越来越具有吸引力。造成这一趋势的原因有二：一是中国人出境游的高速增长；二是中国海关对进口奢侈品征收高额关税使得境外奢侈品售价低于境内。我们的研究表明，目前中国人的奢侈品消费中约有一半发生在境外。这一现象暗示，如果某品牌的店面或产品形象在境内外出现较明显的不一致，就有可能面临流失消费

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46960

