



瑞士百达：中国经济重启带动高端精选品牌



意见领袖 | 瑞士百达

作者：瑞士百达资产管理主题股票客户投资组合管理高级经理戴洁琳

去年 12 月，中国政府迅速调整新冠疫情政策，经济重新开放，国内消费者终于能够再次尽情享受生活。随着消费、旅游重启，预计高端精选品牌 2023 年在中国市场将重振风采。



近年来，同样的模式也出现在欧洲和美国——精品店重新开业，旅游业回暖，各种活动、聚餐、派对的回归刺激了从酒店客房到奢侈品服装、烈酒和化妆品等各种商品的销售。事实上，欧美地区疫情后出现的所谓“报复性消费”极为强劲，已帮助抵消 2022 年大部分时间因中国封控带来的

销售停滞影响。作为高端消费投资主题最重要的市场之一，一些精选品牌在中国的业绩持续超过市场普遍预期的水平，而且去年全年表现也极为出色，堪称一大惊喜——因为截至 2022 年 12 月，中国的消费水平仅为 2019 年的 70%。我们认为，中国市场必将强势回归。这不仅意味着，随着精品店开放，消费者消费意欲强，奢侈品在中国的销售将会恢复；同时也意味着先前困扰体育用品和化妆品等细分市场的供应链瓶颈将得到缓解。另外，新冠疫情结束预示着国际旅行的回归，有助于提振利润率较高的旅游零售，尤其是化妆品的低迷消费，并为国际酒店集团带来新业务。

由于投资者卖出去年表现良好的公司获利，以重新平衡他们的投资组合，今年第一季表现波动在所难免，但我们预计第二季度将录得相比 2022 年更佳的可比数据。一些在中国市场曝光率高的品牌去年或表现欠佳，但今年 1 月份已经开始上涨。新冠疫情前，一些国际奢侈品牌集团在中国销售份额在奢侈品品牌中名列前茅，约占 40%。疫情期间加大对其线上业务的投资，透过流行的电商平台，例如 Luxury Pavilion 销售旗下奢侈珠宝品牌，极大提高了其曝光率。与此同时，基于疫情前水平，其他的全球知名奢侈品牌以及化妆品、体育用品和休闲板块的头部企业普遍认为在中国的

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_52142

