



未來奢侈品市場前景

2018年4月4日

資料來源：South China Morning Post

電子化銷售及千禧一代顧客能否維繫奢侈品市場增長勢頭？

瑞銀集團財富管理投資總監辦公室分析師 Carl Berrisford

奢侈品市場復蘇，於過去六個月增長勢頭強勁。在中國，中產階級的人數按年增長。隨著人口越來越富裕，實際可支配收入預算亦同時增加，成為奢侈品市場增長的重要長期結構性驅動因素。

展望未來，**瑞銀預期**奢侈品市場併購活動增加，預測來年將達10百分比的年度增長，並預期待行業的長遠增長為7百分比。

德勤中國消費品行業領導合夥人張天兵

中國經濟急速發展，甚至超越全球市場增長。現時，商家紛紛購入品牌並在中國發展，企圖於市場上分一杯羹，當中以奢侈品市場尤其受歡迎。

千禧一代逐漸成為主要的各戶層，他們平均每星期用6小時進行網上購物，即較年長一輩多出一半的時間。千禧一代著重個人化的購物體驗，奢侈品品牌則需要重新定義其銷售渠道及如何與消費者進行交流。

貝恩中國合夥人Bruno Lannes

大部分品牌在發展電子銷售方面較弱。2017年個人奢侈品的全球網上銷售增加24個百分比，中國的增長僅佔9個百分比。然而，我們預期網上銷售將於2025年前佔市場四分之一。

網上銷售於美國市場表現最為特出，佔全球總數47百分比。但亞洲地區正急起直追，當中更以中國為主，於2017年其網上銷售額急增43百分比，而傳統的線下銷售則僅錄得19百分比增長。內地亦被視為創新電子服務的先鋒，消費者參與度提高，現時約40個奢侈品品牌均在中國擁有微信帳戶。