

全球奢侈品行业 增速回落

2017-02-23

資料來源：人民網

近日,波士顿咨询公司(BCG)和意大利奢侈品行业协会在京公布的联合调查研究结果显示,未来几年内,全球奢侈品行业的增速将由近几十年的年均 8%至 10%,降至 2%至 5%区间。据估计,目前全球奢侈品行业,包括商品购买及体验消费总值约为 8600 亿欧元,到 2023 年预计将达到约 1.2 万亿欧元。

最新一期全球奢侈品行业消费者洞察报告指出,成功应对当前的结构性增长挑战,奢侈品企业需强化自身的数字化能力,全球 1700 万忠诚消费者仍是其坚实后盾。目前,全球奢侈品行业总收入的 30%来自这些核心消费者,他们的消费模式具有一系列鲜明特征。

BCG 合伙人、奢侈品议题的全球领导人 Olivier Abtan 表示:“全球奢侈品市场的结构性放缓伴随着消费模式的关键性转变,这些转变不断改写着奢侈品市场的竞争格局。消费者比以往更加重视奢侈品让他们所真正感受到的价值,重视原产地,这就导致某些品牌和产品变得更有竞争力。品牌需持续调整品牌与产品策略,确保在新环境下始终赢得核心消费者。”

同时,意大利奢侈品行业协会与波士顿咨询公司发布的年度全球奢侈品行业消费者洞察结果显示,为适应日益放缓的全球市场,奢侈品企业呈现五大关键趋势。此项研究涉及全球十国的 12000 名奢侈品消费者,调查显示,在十个国家消费者心目中,“意大利制造”的奢侈品对消费者更具吸引力;三分之二的消费者不再像以往那样热衷于正装,年轻一代在正式场合的着装风格也正逐渐休闲化;消费者偏好指数较高的包括鞋类、香水、化妆品、珠宝手表,这几个类别比皮具和丝绸类产品更受青睐;奢侈品价格与价值之间的感知差距日益增大;54%的中国奢侈品消费者更爱全渠道奢侈品牌体验,比率比美欧日都高。

BCG 大中华区合伙人王佳茜指出:“中国消费者依旧是推动全球奢侈品市场的主要动力,更多的奢侈消费正回归中国境内。中国消费者依然重视门店的专属体验,但他们的生活方式已经高度数字化。奢侈品品牌应当重新思考中国市场的线上线下布局,在新格局下赢得中国奢侈消费者。”