



## 內地奢侈品消費者的4大特徵

2018年6月21日

資料來源：MediaPost

現時，中國市場佔3成全球奢侈品消費，眾多大型國際品牌紛紛有意打入中國市場。以下為內地奢侈品消費者的4大特徵：

### 1. 品牌歷史非其考量因素

根據麥肯錫調查研究，中國消費者在購物時，往往優先考慮商品的價值及品質，而非品牌歷史。在中國，購買奢侈品的往往為屬於千禧一代的年輕人，他們有自己一套的價值觀，並不盲目追隨品牌。蒂芙尼公司 (Tiffany & Co.) 之所以成功打入中國市場，全賴較低價格的年輕系列吸引年輕人。

### 2. 中國奢侈品牌崛起

中國經濟發展蓬勃，且消費者對國內製造的品質愈到自豪。加上中國政府立法規管國內消費者到外地消費等措施，有助加快國內品牌的發展。

### 3. 千禧一代的年輕人受網絡影響

千禧一代的年輕人靠互聯網一直接觸著產品及品牌的最新資訊及推薦。現時，來自網絡世界的推薦成為更有效的宣傳。

### 4. 手機遊戲成為最主要的廣告平台

在中國市場，手機影片為最有效的宣傳手法，今年，根據 eMarketer 的調查顯示，中國消費者用於手機的時間遠遠多於電視，而廣告商亦多選擇於手機影片刊登廣告，佔中國傳媒廣告總額6成。