

量减价增中国奢侈品进口市场仍处调整期

转 11 版



作为全球第二大经济体，由于快速增长的经济总量和巨大的消费潜力，使得中国成为国际社会中举足轻重的角色。2011年，整个大中华区为全球主要奢侈品牌贡献了23%的销售量（不含域外旅游消费），其中大陆12%，港澳台11%。各大奢侈品牌均有不俗表现，且大陆地区消费已经和港澳台持平，就单个品牌而言，LV在大陆与港澳台的消费额分别为11%和13%，GUCCI是12%和11%，PRAD均为11%，BURBERRY是10%和9%，HERMES则为7%和13%。

2012年中国奢侈品市场较2011年同期放缓，但仍然保持了平均10-20%的增长率。根据各种奢侈品的近十年的进口数据结果发现，中国众多奢侈品的进口量在减少，但进口金额在增加，进口单价则不断提高。中国奢侈品市场刚起步，经济环境、政治因素、消费者心理等诸多不稳定因素对市场扰动较大，市场结构仍处于调整结构。

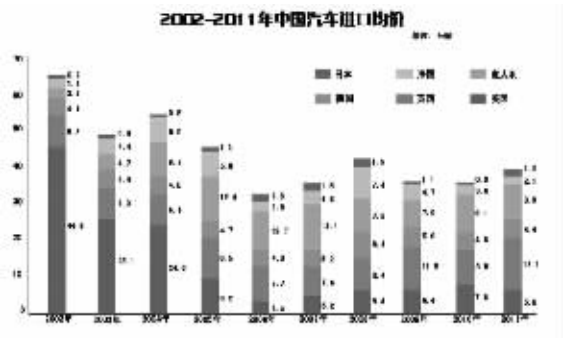
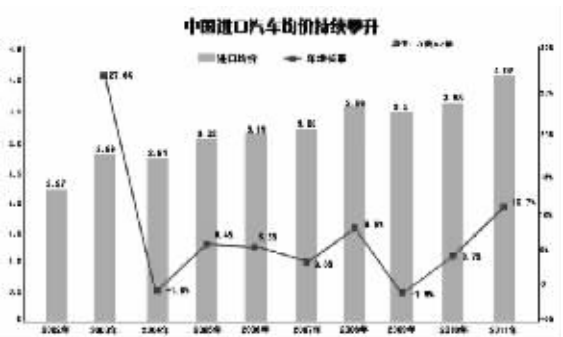


中国市场豪车需求强劲 消费日益顶级化

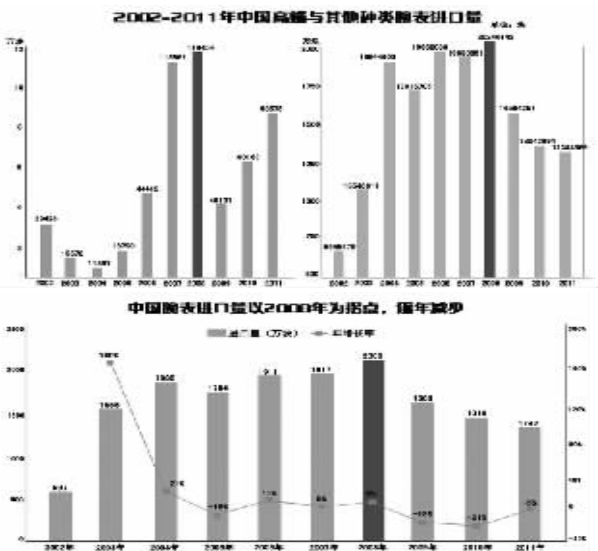
豪车消费是最能反映一个国家或地区富豪群体经济实力与消费能力的一个指标。中国对全球豪车市场贡献巨大，中国2011年的整车进口量达到983816辆，同比增长27%。2012年第一季度整车进口量继续攀升至370058辆，同比增长25%，平均价格也攀升至4.02万美元。进口车越来越集中在中高档品牌以及大排量车型，其中豪车品牌增速最为明显，豪车品牌2011年进口增速达到惊人的70%。大众品牌车型进口虽然总量仍在攀升，但占中国整车进口量的比例相对萎缩，并且趋势明显。

目前中国汽车进口贸易国中，德国占有最重要的角色，进口最大，其中普通豪车品牌如奔驰、宝马、奥迪等整车在进口车中扮演重要角色；英国则成为顶级豪车进口的最大贸易国，劳斯莱斯、宾利等顶级豪车在中国市场一直是标志品牌；意大利则以兰博基尼、法拉利等超跑品牌在超跑市场中遥遥领先。

豪车品牌在进入中国时，一般选择北京和上海作为品牌总部，特别是北京，所以北京一直是中国汽车进口量最大的城市，占中国汽车进口额的60%左右。而除了北京、上海外，经销商则更喜欢在经济发达、消费能力强的省份和地区开店。浙江(206家)、广东(173家)、江苏(143家)三个省份是豪车门店最密集的地区。



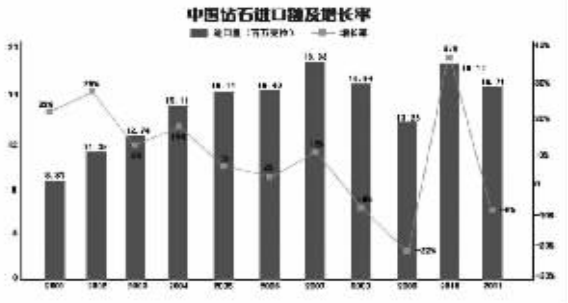
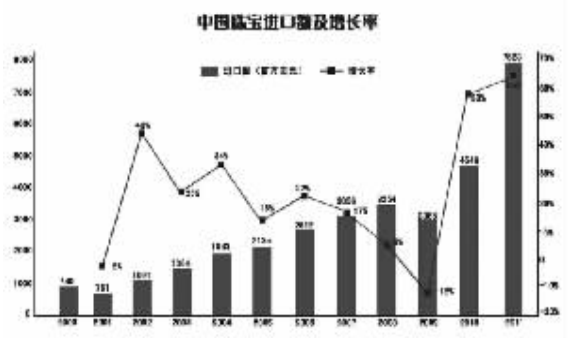
2008-2011年中国大陆高端腕表进口省份TOP8（单位：块）								
年份	2008		2009		2010		2011	
RANK	省份	进口量	省份	进口量	省份	进口量	省份	进口量
1	上海	111128	上海	35813	上海	52734	上海	84018
2	广东	4852	北京	2747	北京	5153	北京	2215
3	北京	2891	广东	1079	广东	1293	广东	1660
4	辽宁	260	浙江	209	浙江	354	河北	682
5	浙江	171	江苏	123	河北	260	辽宁	682
6	江苏	47	辽宁	50	辽宁	74	浙江	202
7	重庆	46	江西	32	天津	70	天津	45
8	河南	28	河南	17	河南	24	云南	34



中国高端红酒价格已探底 红酒泡沫有待理性回归

作为当前红酒消费量增长最强劲的市场之一和亚洲红酒市场最主要的消费国，中国有着光明的未来。在中国，葡萄酒行业是一个朝阳产业，处于高速放长期；从2005年开始行业年复合增长率更是高达108%，并呈现加速增长趋势。2011年中国已经成为全球红酒消费增长最快的市场；同时中国进口红酒份额在短短十年间飙升至2011年中国市场的25%，相比中国国产红酒的市场份额却在萎缩。近十年中国进口红酒呈现出量价齐升的井喷局面。随着进口的不断涌入，预计五年内将会占据40%左右的过国内市场。

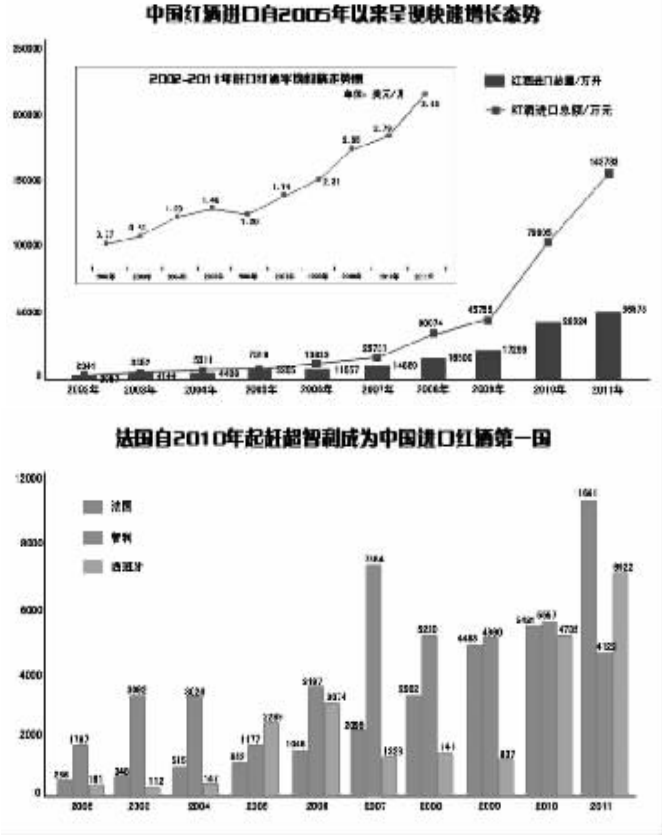
目前，高端红酒基本还是法国名酒庄一统天下。但是，这种状态在未来将得到改变，中国高端红酒市场的品牌将呈现多元化趋势，新世界红酒品牌的地位将不断加强。在接下来的几年里，其他国家高端红酒进口将进一步快速增长，甚至可能重复近几年法国名酒庄的发展态势，而法国名酒庄的品牌优势将在未来3-5年内在中国富



高端腕表市场异军突起 时尚化和大众化趋势明显

腕表是奢侈品种的典型代表。随着腕表计时功能逐渐被更多现代通讯工具所取代，整个国际腕表市场需求量萎缩明显。就中国市场来说，高端腕表消费市场迅速扩容激增，近几年平均保持40%左右的高速增长。截至2012年6月，高端腕表进口额增长8%，进口均价再创新高，达到了7456.8美元/块。2011年是很多高端腕表进入中国市场的元年，也有很多品牌进口中国多年后在这一年正式开始大范围扩张，在各地开设更多门店，更重要的是时尚品牌大举进入腕表领域进一步促使中国市场的快速扩容，时尚化与大众化成为中国

腕表消费的主旋律。香港成为世界钟表的集散地，上海市是中国大陆腕表进出口的传统门户。2011年，中国香港和内地的消费者在购买瑞士表上共花费57.2亿瑞士法郎，占瑞士表出口总额的30%，由于香港购买瑞士表的大多数是内地游客，因此中国内地居民已经成为瑞士表的主要买家。事实上，中国消费者支撑全球高端腕表，奢侈品购物游中的名表的市场需求非常明显。但是，中国腕表品牌尽管每年仍大约保持20-30%的增长，但在整个腕表市场的地位日益低下。



中国珠宝市场增长不稳定 顶级钻石深得“中”情

珠宝是重要的具有保值增值手段的奢侈品，特别是贵重宝石。从珠宝进口额来看，近十年中国市场整体呈增加状态，但是增长率虽为正增长但逐渐下降，到2009年受金融危机影响进口额下跌了12%。然而，2010-2011年连续两年激增60%左右，达到历史最高值。但是从2012年上半年的海关数据来看，珠宝整体进口额较2011年同期下跌了7%。

很多以前未做珠宝产品的知名品牌开始进入珠宝市场，快速加大了珠宝市场的市场容量，另外很多珠宝品牌自2010年之后开始大举进入中国市场，也促进了珠宝市场的快速发展。从消费者角度来看，中国人的珠宝消费正在经历升级，一个表现是由普通品牌向知名品牌升级，二是低价到高价，三是由大众款到限量款与定制款，四是看款式到重材质。

而钻石主导了中国珠宝市场，连续十几年占

到中国进口珠宝市场总额的80%以上。步入2012年上半年，尽管珠宝市场略有降温，但顶级钻石颇受欢迎，进口量虽然减少，但进口均价创下历史新高水平，达到405美元/克拉，较去年同期仍增长了27%。从钻石的进口国别来看，比利时是中国第一大钻石进口国，南非、印度及以色列紧随之。

值得指出的是，珠宝市场仍存在多极化的发展趋势，除钻石外的特色宝石类别正受到中国消费者的欢迎。由于传统文化的缘故，中国市场对翡翠、玉石等宝石有着难以阐明的情愫。近几年，中国宝石市场持续升温，在整个珠宝市场所占份额也逐步攀升。缅甸、泰国、南非是我国进口宝石的主要来源国，此外巴西、澳大利亚及印度也占有重要位置。而中国珍珠细分市场蓬勃发展，已经具备一定的自主养殖产能。目前，中国珍珠绝大部分源自国内，泰国次之，马来西亚、澳大利亚、日本紧跟着。