

新闻稿

## 贝恩和天猫奢侈品首次联合发布 2020 年中国奢侈品市场研究报告

### 受出境游减少影响，中国境内奢侈品消费增长创新高

上海，2020 年 12 月 16 日 — 贝恩公司与天猫奢侈品今日联合发布 2020 年中国奢侈品市场研究报告《[2020 年中国奢侈品市场：势不可挡](#)》。报告显示，受疫情影响以及出境游受限，2020 年中国内地奢侈品市场，经历年初的疲软之后，有望实现全年 48% 的增长，预计达到近 3460 亿元人民币的市场规模。奢侈品线上渠道销售额增长约 150%，年轻消费者对品牌推进数字化进程影响巨大。此次是天猫奢侈品首次与贝恩公司合作发布行业报告，双方期望共同助力奢侈品品牌深入了解中国奢侈品市场的变化与趋势，把握疫情新常态下品牌未来发展的增长机遇。

2020 年全球奢侈品市场萎缩 23%，中国内地的市场份额几乎翻了一番，从去年的约 11% 增长到 2020 年的 20%。这种增长很有可能持续进行。中国有望在 2025 年之际，占据全球奢侈品市场的最大份额。

贝恩公司资深全球合伙人布鲁诺 (Bruno Lannes) 表示，“疫情对全球经济和社交场景产生了很大影响，导致全球奢侈品市场萎缩。然而在中国，有四大引擎支撑了奢侈品消费市场在后疫情时期的回暖，分别是：消费回流，新生代消费者崛起，数字化发展以及在今年增长中扮演重要角色的海南离岛免税购物。”

阿里巴巴集团首席市场官董本洪表示，“今年以来，各大奢侈品品牌都在积极拓展并加强线上线下与消费者互动的方式。中国的奢侈品消费人群是成熟的数字化原住民，期待高端的购物体验。全球奢侈品品牌已经开始拥抱直播等数字化工具，进行种草或产品推广。例如，在天猫双十一期间，在几个小时内，天猫上的奢侈直播活动吸引了百万人次的观看和互动，表明消费者愿意通过新的方式去接触了解他们喜爱的奢侈品品牌。”

报告显示，四大引擎将支撑中国奢侈品消费市场的增长：

**消费回流：**2015 年以来，随着进口关税下调、对灰色市场加强管控以及境内外价差缩小，越来越多的中国消费者选择在境内购买奢侈品。另外，由于疫情导致出境游受阻，今年境内市场在中国消费者全球奢侈品消费中的占比达到 70% 至 75%，创历史新高。中国内地奢侈品市场总体增长迅猛，各个品类的增速表现不一而同。相较于去年，皮具箱包和珠宝的销售额增速高达 70%-80%，成衣和鞋履增速约为 40%-50%，而腕表则增长 20%。

**新生代消费群体：**中国的千禧一代（生于 1980 年至 1995 年）以及 Z 世代消费者（生于 1995 年后）正助力奢侈品市场的增长，并对品牌推进数字化进程产生了巨大影响。这部分群体是中国奢侈品消费市场的中坚力量。他们更强调“追求时尚”是购买奢侈品的理由，也更偏好小众设计款和联名款。千禧一代将成为快速增长的奢侈品线上消费者群体的核心人群。

**数字化发展：**在电商领域，中国的奢侈品销售额的线上渗透率从 2019 年的 13%左右增长到 2020 年的 23%，整体线上渠道销售额增长约 150%。奢侈品时装和生活方式品类的线上销售基数较小，今年前十个月已经增长了 100%以上，预计线上渗透率将从 2019 年的 5%左右增长到 2020 年的 7%左右。

**海南离岛免税购物：**海南提供免税购物服务近 10 多年，但在 2020 年得到了爆发。在出境旅游因疫情受阻和利好新政的推动下，海南免税销售额在 2020 年前十个月与去年同期比飙升 98%，达到 210 亿元人民币。全球旅行往来不太可能在 2022 年甚至 2023 年之前恢复正常，中国消费者也可能持续对国际旅行保持谨慎。因此，大多数奢侈品品牌认为，2021 年国内市场将继续以大约 30%的水平增长。

**贝恩公司全球合伙人、大中华区数字化业务主席张婧表示，**“今年起，许多奢侈品品牌也更坚定地致力于全面的数字化战略，包括入驻所有关键的数字渠道。此外，奢侈品品牌正在把精致、品质和对细节的关注灌输到这些全新的消费者互动活动中。这些正是奢侈品品牌向数字化迈进的早期阶段所缺失的，也是品牌消费者运营策略的核心所在。”

**天猫奢品中心负责人汪小茵表示，**“从奢侈品品牌的角度，电商不再仅仅是一个销售渠道，更是一个营销平台，可以提高消费者认知度、提升品牌资产和吸引新客。品牌可以利用线上渠道的特质，充分发挥积极影响。例如，可以提供定制商品，发布限量版商品，市场洞察，直播活动，以及线上线下整合营销。”

**短期内，变化已至；放眼长远，中国奢侈品市场将继续乘势增长，品牌也需向新而动，有备而行。贝恩与天猫建议，奢侈品品牌应该关注以下趋势：**

- 在疫情带来的消费回流红利消失前，奢侈品品牌应该抓住至少长达 1 年的窗口期来说服中国消费者在境内购买奢侈品是一种更好、更可持续的体验。
- 中国奢侈品的消费者线上购物行为已经彻底发生改变。报告显示，近 40%的消费者打算在未来几年增加在线上购买奢侈品的比例，另有 40%表示他们打算保持现有比例。
- 海南离岛免税购物新政的实施是发展境内免税渠道的第一步。对于海南岛来说，零售模式和购物环境的升级，将是决定未来能否与其他旅游目的地匹敌的关键。

###

## 关于贝恩公司

贝恩公司是一家全球性咨询公司，致力于帮助世界各地有雄心、以变革为导向的商业领袖共同定义未来。目前，贝恩公司在全球 37 个国家设有 59 个分公司，我们与客户并肩工作，拥有共同的目标：取得超越对手的非凡业绩，重新定义客户所在的行业。凭借度身订制的整合性专业能力，配以精心打造的数字创新生态系统，我们为客户提供更好、更快和更持久的业绩结果。自 1973 年成立以来，我们根据客户的业绩来衡量自己的成功。我们在业内享有良好的客户拥护度，贝恩客户的业绩相较同期股票市场的表现高出四倍。欲了解更多信息，请登录 [www.bain.cn](http://www.bain.cn)。

## 关于天猫

天猫 ([www.tmall.com](http://www.tmall.com)) 创立于 2008 年，致力服务日益追求更高质量的产品与极致购物体验的消费者。大量的国际与中国品牌和零售商都已入驻天猫，向中国及海外消费者供应海内外品牌产品以及传统零售店无法提供的产品。易观的数据显示，按截至 2020 年 3 月 31 日止 12 个月期间的交易总额 (GMV) 计算，天猫是全球最大的面向品牌与零售商的第三方线上及移动商业平台，并且持续快速增长。天猫为阿里巴巴集团旗下业务。

## 详情垂询

贝恩公司

赵雯

电话：021-2211 5819

手机：134 825 57699

电邮：[jasmine.zhao@bain.com](mailto:jasmine.zhao@bain.com)

阿里巴巴集团

余婷婷

手机：18520563282

电邮：[chuanduan.ytt@alibaba-inc.com](mailto:chuanduan.ytt@alibaba-inc.com)