

新聞稿

貝恩和天貓奢侈品首次聯合發佈 2020 年中國奢侈品市場研究報告

受出境遊減少影響，中國境內奢侈品消費增長創新高

上海，2020 年 12 月 16 日 — 貝恩公司與天貓奢侈品今日聯合發布 2020 年中國奢侈品市場研究報告《2020 年中國奢侈品市場：勢不可擋》。報告顯示，受疫情影響以及出境遊受限，2020 年中國內地奢侈品市場，經歷年初的疲軟之後，有望實現全年 48% 的增長，預計達到近 3,460 億元（人民幣，下同）的市場規模。奢侈品線上渠道銷售額增長約 150%，年輕消費者對品牌推進數字化進程影響巨大。此次是天貓奢侈品首次與貝恩公司合作發佈行業報告，雙方期望共同助力奢侈品品牌深入了解中國奢侈品市場的變化與趨勢，把握疫情新常態下品牌未來發展的增長機遇。

2020 年全球奢侈品市場萎縮 23%，中國內地的市場份額幾乎翻了一番，從去年的約 11% 增長到 2020 年的 20%。這種增長很有可能持續進行。中國有望在 2025 年之際，佔據全球奢侈品市場的最大份額。

貝恩公司資深全球合夥人布魯諾（Bruno Lannes）表示：「疫情對全球經濟和社交場景產生了很大影響，導致全球奢侈品市場萎縮。然而在中國，有四大引擎支撐了奢侈品消費市場在後疫情時期的回暖，分別是：消費回流、新世代消費者崛起、數字化發展，以及在今年增長中扮演重要角色的海南離島免稅購物。」

阿里巴巴集團首席市場官董本洪表示：「今年以來，各大奢侈品品牌都在積極拓展並加強線上線下與消費者互動的方式。中國的奢侈品消費人群是成熟的數字化原住民，期待高端的購物體驗。全球奢侈品品牌已經開始擁抱直播等數字化工具，進行種草或產品推廣。例如，在天貓雙 11 期間，在幾個小時內，天貓上的奢侈直播活動吸引了百萬人次的觀看和互動，表明消費者願意通過新的方式去接觸了解他們喜愛的奢侈品品牌。」

報告顯示，四大引擎將支撐中國奢侈品消費市場的增長：

消費回流：2015 年以來，隨著進口關稅下調、對灰色市場加強管控以及境內外價差縮小，越來越多的中國消費者選擇在境內購買奢侈品。另外，由於疫情導致出境遊受阻，今年境內市場在中國消費者全球奢侈品消費中的佔比達到 70% 至 75%，創歷史新高。中國內地奢侈品市場總體增長迅猛，各個品類的增速表現不一而同。相較去年，皮具箱包和珠寶的銷售額增速高達 70% 至 80%，成衣和鞋履增速約為 40% 至 50%，而腕錶則增長 20%。

新世代消費群體：中國的千禧一代（生於 1980 年至 1995 年）以及 Z 世代消費者（生於 1995 年後）正助力奢侈品市場的增長，並對品牌推進數字化進程產生了巨大影響。這部分群體是中國奢侈品消費市場的中堅力量。他們更強調「追求時尚」是購買奢侈品的理由，也更偏好小眾設計款和聯名款。千禧一代將成為快速增長的奢侈品線上消費者群體的核心人群。

數字化發展：在電商領域，中國的奢侈品銷售額的線上滲透率從 2019 年的 13% 左右增長到 2020 年的 23%，整體線上渠道銷售額增長約 150%。奢侈品時裝和生活方式品類的線上銷售基數較小，今年前十個月已經增長了 100% 以上，預計線上滲透率將從 2019 年的 5% 左右增長到 2020 年的 7% 左右。

海南離島免稅購物：海南提供免稅購物服務近 10 多年，但在 2020 年得到了爆發。在出境旅遊因疫情受阻和利好新政的推動下，海南免稅銷售額在 2020 年前十個月與去年同期飆升 98%，達到 210 億元人民幣。全球旅行往來不太可能在 2022 年甚至 2023 年之前恢復正常，中國消費者也可能持續對國際旅行保持謹慎。因此，大多數奢侈品品牌認為，2021 年國內市場將繼續以大約 30% 的水平增長。

貝恩公司全球合夥人、大中華區數字化業務主席張婧表示：「今年起，許多奢侈品品牌也更堅定地致力於全面的數字化戰略，包括入駐所有關鍵的數字渠道。此外，奢侈品品牌正在把精緻、品質和對細節的

關注灌輸到這些全新的消費者互動活動中。這些正是奢侈品品牌向數字化邁進的早期階段所缺失的，也是品牌消費者運營策略的核心所在。」

天貓奢品中心負責人汪小茵表示：「從奢侈品品牌的角度，電商不再僅僅是一個銷售渠道，更是一個營銷平台，可以提高消費者認知度、提升品牌資產和吸引新客。品牌可以利用線上渠道的特質，充分發揮積極影響。例如，可以提供訂製商品、發佈限量版商品、市場洞察、直播活動，以及線上線下整合營銷。」

短期內，變化已至；放眼長遠，中國奢侈品市場將繼續乘勢增長，品牌也需向新而動，有備而行。貝恩與天貓建議，奢侈品品牌應該關注以下趨勢：

- 在疫情帶來的消費回流紅利消失前，奢侈品品牌應該抓住至少長達 1 年的窗口期來說服中國消費者在境內購買奢侈品是一種更好、更可持續的體驗。
- 中國奢侈品的消費者線上購物行為已經徹底發生改變。報告顯示，近 40% 的消費者打算在未來幾年增加在線上購買奢侈品的比例，另有 40% 表示他們打算保持現有比例。
- 海南離島免稅購物新政的實施是發展境內免稅渠道的第一步。對於海南島來說，零售模式和購物環境的升級，將是決定未來能否與其他旅遊目的地匹敵的關鍵。

###

關於貝恩公司

貝恩公司是一家全球性諮詢公司，致力於幫助世界各地有雄心、以變革為導向的商業領袖共同定義未來。目前，貝恩公司在全球 37 個國家設有 59 個分公司，我們與客戶並肩工作，擁有共同的目標：取得超越對手的非凡業績，重新定義客戶所在的行業。憑藉度身訂制的整合性專業能力，配以精心打造的數字創新生態系統，我們為客戶提供更好、更快和更持久的業績結果。自 1973 年成立以來，我們根據客戶的業績來衡量自己的成功。我們在業內享有良好的客戶擁護度，貝恩客戶的業績相較同期股票市場的表現高出四倍。欲了解更多信息，請登錄 www.bain.cn。

關於天貓

天貓 (www.tmall.com) 創立於 2008 年，致力服務日益追求更高質量的產品與極致購物體驗的消費者。大量的國際與中國品牌和零售商都已入駐天貓，向中國及海外消費者供應海內外品牌產品以及傳統零售店無法提供的產品。易觀的數據顯示，按截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月期間的交易總額 (GMV) 計算，天貓是全球最大的面向品牌與零售商的第三方線上及移動商業平台，並且持續快速增長。天貓為阿里巴巴集團旗下業務。

詳情垂詢

貝恩公司
趙雯
電話：021-2211 5819
手機：134 825 57699
電郵：jasmine.zhao@bain.com

阿里巴巴集團
李子繁
手機：+852 5237 8897
電郵：eva.lee@alibaba-inc.com