



奢侈品行业专题：全球奢侈品消费持续本地化 头部集团持续增长



全球奢侈品市场：受疫情影响，2020 年全球个人奢侈品市场规模下滑 22%至 2200 亿欧元(约折合 15758 亿元)。据贝恩咨询预测，2021 年起，全球奢侈品市场将开启 V 型反弹：中国市场持续增长，欧美将迎来假期旺季，日本持续快速接种疫苗，区域内航班放开等放宽限制的信号增多。然而，中国消费的疲软以及美国公共救济项目的逐步减少使得奢侈品市场仍存在不确定性。1) 分地区来看，欧美强劲反弹，中国大陆 7、8 月消费疲软后逐步反弹，海南成为主要旅游奢侈品中心；2) 分国籍来看，全球奢侈品市场本地化趋势显著，相比 2019 年，2021 年预计全球本地奢侈品规模增长 50%~60%，游客所消费的奢侈品规模下滑 80%~90%，2021 年预计中国大陆消费者奢侈品消费同比下滑 20%~25%；3) 分人群来看，40 岁以下人群贡献的奢侈品占比持续提升，高净值人群占市场的比例预计从 2019 年的约 30%提升至 2021 年的约 35%。

中国人奢侈品消费：预计 2021 年中国人奢侈品消费规模达 622 亿欧元(约折合 4473 亿元人民币)，2025 年预计达 1550 亿欧元，随着海南离岛免税政策放开等政策利好以及疫情对消费习惯的影响，预计海外消费有望加速回流，中国大陆渗透率预计将达 62%，此外，据贝恩报告预测：1) 共同富裕背景下，中产阶级人口增加、消费升级将共同促进奢侈品需求旺盛；2) 中国人出境奢侈品消费或有望在 2022 年下半年在亚洲地区逐步恢复，2023 年下半年/2024 年上半年有望在全球逐步恢复。

化妆品集团财报复盘：全球来看，18Q2-19Q4 雅诗兰黛、欧莱雅、

爱茉莉、资生堂集团销售额均处于小幅增长的态势，受疫情影响，2020 年均有不同程度下滑，近几个季度出现了一定的分化，雅诗兰黛集团加速恢复，亚洲的爱茉莉和资生堂集团 Q3 基本与去年持平。中国/亚太地区来看，21Q3，雅诗兰黛及欧莱雅同比增长超 15%，资生堂同比下滑 15%，主要系该季度剥离个护业务所致。

奢侈品集团：全球来看，18Q2-19Q4 爱马仕、LVMH、开云集团销售额均呈现稳定增长态势；尽管 20Q1-Q3 受到疫情影响，均有一定程度的下滑，但今年以来快速反弹；其中，爱马仕集团与 LVMH 集团表现优异，本年各季度同比增速均超 30%。亚太地区来看，各集团均由 2020Q3 起实现销售额正增长，由于去年上半年基数较低，21H1 增速较快，21Q3LVMH 与爱马仕同比增长均超 20%。21Q3，Prada 集团整体销售额较 2019 年同期增长 18%，其中美洲增长 86%、亚太区增长 28%。

风险提示：宏观经济风险；疫情对线下门店销售的影响；市场竞争加剧；政策风险。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31766

