

**曾经** 有人到过中国内地小城,那里的人们在不知道“比萨”为何物的情况下,对奢侈的憧憬就是“等我有钱了,一定要吃一顿比萨”。

不过,对于在南京一家广告公司工作的郑小姐来说,她的“比萨”是一个标价5700元的erragamo白色挎包。“现在一个月收入也不过4000元左右,为了买这个包,我两个月没有买一件衣服,天天在公司吃盒饭。但是我们这种公司大家都注意品牌,一个包可以天天带,背好多年都不会过时,而且挎上后确实整个人的气质就不一样了,特显档次,我觉得这是最划算的消费了。”如今,像郑小姐一样消费观念的人越来越多,这从一个侧面再次说明奢侈品消费真正开始在中国更大的群体中蔓延。



# 中国“豪客”的奢侈消费

## 现象： 买白菜般买奢侈品

国内的奢侈品消费之路仅走了短短的20年,但20年却锻造出一批或达世界第一消费量的中国“豪客”。今年春节期间,千名中国游客组成的“豪华购物团”浩浩荡荡地来到纽约,将第五大道的高档奢侈品一扫而空,美国商界惊呼“中国人真有钱”。

阿玛尼于今年上半年在中国内地扩大了20%的业务,GUCCI今年也计划再开设十几家门店,店面增幅创纪录地突破100%。其他的奢侈品巨头也在酝酿大动作,Burberry决定在未来两年,新开110间分店,LV在22个城市开了27家专卖店,中国奢侈品市场一片繁花似锦。在南京繁华商业街的一家以高档奢侈品为主打的商场里,摆放着的琳琅满目的产品中,几乎每件都价格不菲,来店里的客人大多是颇具经济实力的。商家均向记者表示,销售没问题。

有人感叹,现在中国的新富阶层果然已经跨越了一个层次,对奢侈品的定义早已不是衣服、包包之类的人门产品。而这种状况,也从另外一个方面显示了奢侈品的消费或已开始进入中国更大的群体中。据媒体报道,截至去年,中国奢侈品消费总额已增至94亿美元,成为世界第二大奢侈品消费国,占全球市场的四分之一,这个数字在2010年预计将达到120亿美元,中国奢侈品消费市场正以每年25%的速度增长。

## 数据： 中国奢侈品消费 不久能排名第一

根据2010年胡润财富报告统计,中国内地现在已有140位百亿富豪和1900位十亿富豪,而身价过亿的富豪高达5.5万人。中国内地千万元级以上富豪的平均年龄为39岁,比国外年轻15岁,且财富增长的速度更快。这些富豪平均拥有3辆汽车,4.4块手表,年均消费170万元,可以肯定的是,其消费能力远不止于此。

麦肯锡2008年的报告指出,大约80%的中国富裕消费人士在45岁以下,这就意味着中国富裕人士的消费倾向更为时尚、年轻化,更具冒险精神,也因此刺激了国际品牌在中国的渐热。中国有钱的年轻人似乎正在逐渐改变奢侈品消费的传统观念。

业内人士告诉记者,国内市场可以说用三级跳来形容,原来大约是排在第四位、第五位,大约在2004年左右到第三位,第一是日本,大概占百分之三十七的市场,第二就是美国。2006年,日本还是第一位,占35%;中国是第二位,占25%;美国是13%;欧洲加在一起是16%。最近公布的数字,中国是第二,达到了27.5%,和日本的距离已经非常接近了。有报告认为,5年之后,中国能够成为第一,更有人乐观表示,也许用三年的时间,中国就能坐上头一把交椅。

## 观点： 对未来的信心让年轻人敢于消费

有专家认为,过去30年经济增长的基础,所产生的财富积累效应明显;另外一方面,现在的消费者主体实际上是25岁到40岁的年轻人,这和欧美不一样,而这部分人又恰恰是社会财富的所有者,他们占了很大的比重,这些人的消费观念和年长的人也不一样,过去提倡勤俭持家是美德,要量入为出。有学者做过一个研究,这个消费群体的月收入大约是在5000~50000的范围内。

在业内人士看来,从70年代开始,日本经济进入高速发展的阶段,对于奢侈品的需求快速增加,当时世界的奢侈品行业已经处于一种势危的状况中,但由于日本人收入的迅速增加,需要有这样一些奢侈品来满足经济增长的成就感,人们大量购买奢侈品,所以当时的瑞士手表又卷土重来了。这个回升在2006年达到顶峰,全世界奢侈品增长的百分之四十几,就是在日本产生的。在这之后开始走下坡路,日本已经度过了奢侈品的高增长时代,现在基本以每年百分之十几的速度在回落,所以日本的一落和中国的一升,很快这个位置会做一个调整,这也是一个必然的过程。

## 南京： 奢侈品消费 以40%以上的速度增长

对比宏观的数据,南京地区的奢侈品销售同样惊人。如今,诸如LV、GUCCI、Burberry、卡地亚等诸多奢侈品牌都在南京安营扎寨了,而随后将至的爱马仕,以及德基广场二期,都让南京人跟国际大牌的亲近度越来越接近。据业内人士介绍,南京LV店一个月的销售都在千万以上,而其他大牌的销售也都在大几百万以上,同时今年奢侈品的销售势头更加猛烈,本地奢侈品的销售以40%以上的比例在增长,更让人惊讶的是,南京很多奢侈品牌的销售都能排进全国的前三名,这也让商家始料未及,大呼“我们也发现,南京人真有钱”。那么南京人最喜欢买什么?又是哪些人在消费呢?据业内人士介绍,南京人最喜欢购买的主要是包袋、男士西装、珠宝等,主力消费人群大部分都是30到50岁的成功人士。

让南京人翘首以盼的德基广场二期即将开业,据相关人士介绍,接下来的南京奢侈品市场将迎来真正的“奢侈时代”。据记者了解,随后世界范围内绝大多数的奢侈品牌将在德基广场现身,南京人再也不用舟车劳顿远赴港澳血拼了,只需在悠闲的下午茶时间,品上美味的咖啡,同时再享受着购物的甜美时光。

撰文：陈诚  
摄影：决波

