

# 2015年中国奢侈品行业报告

Research@zero2ipo.com.cn  
2016年2月

Zero2IPO Research

清科研究中心



清科研究中心  
Zero2IPO Research



**奢侈品行业概况**



**中国奢侈品行业发展现状**



**奢侈品投资分析**



**奢侈品趋势及投资机会**

# 奢侈品是追求高品质的生活方式

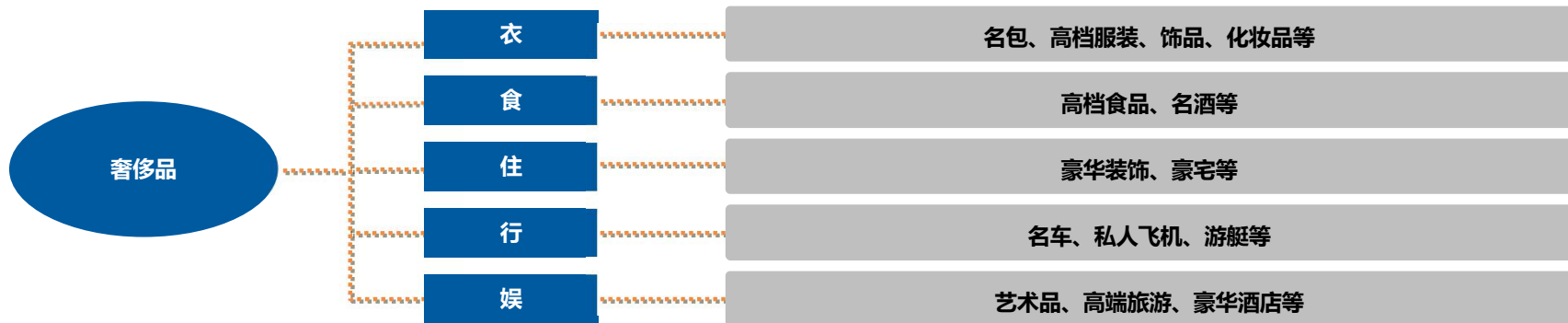
## 定义

奢侈品(Luxury)在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品，主要满足消费者心理需求。

奢侈品可以存在于任何产品类别中，只要有必需品存在的领域，就可以有奢侈品的生存空间。人们享受奢侈品的同时也在追求高品质的生活，从更深层次来看，奢侈品实际上就是一种生活方式。

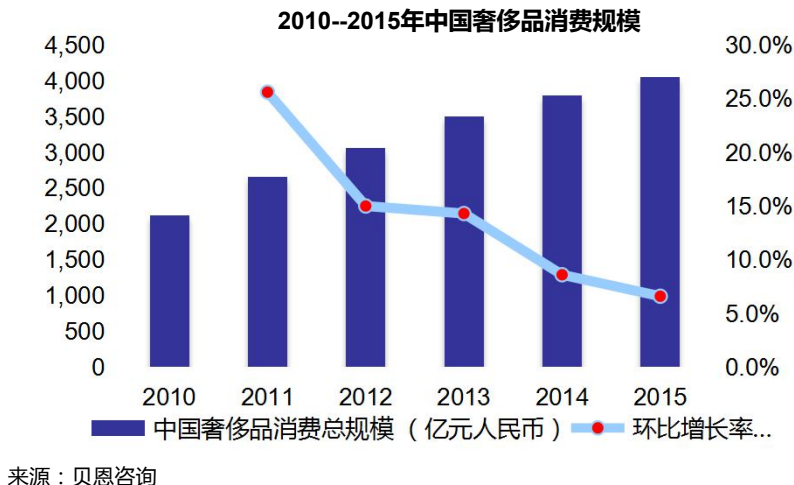
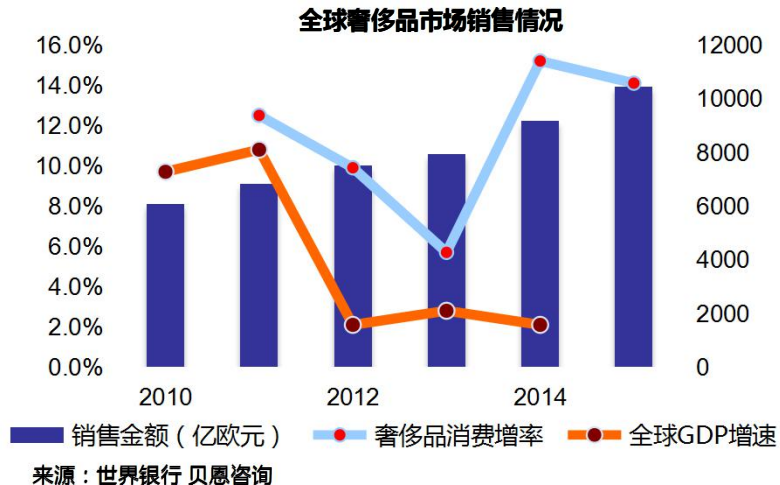
## 分类

- 国际上从产品类型，把奢侈品分为十二类：时装和皮具；游艇；汽车和摩托车；珠宝和腕表；钢笔；香水和化妆品；葡萄酒；家具和家纺；厨具、餐具；物件设计；豪华酒店；手机和电脑。
- 清科研究中心从消费用途，把奢侈品主要分为五大类：衣、食、住、行、娱。



# 全球奢侈品行业增速放缓，其中“娱”行业消费突出

- 全球奢侈品的消费金额一直保持上升趋势，但增长速度逐渐放缓。全球奢侈品消费的增速基本与全球GDP的增速保持一致。
  - **目前购买奢侈品人群增多。**贝恩咨询指出全球奢侈品消费者数量从2000年的1.4亿增长到2015年超过3.5亿。
  - **“娱”行业消费金额突出。**2015年，“娱”行业消费金额为4330亿欧元，占据奢侈品消费总数的41.4%。由于全球经济增长，人民生活水平提高，从而个人品位和生活品质的需求提升，人们在购买传统奢侈品同时，也开始追求个人精神生活。
- 中国奢侈品消费金额虽然是上升趋势，但其增长速度逐年放缓。2015年，国内传统奢侈品零售业销量遭受下滑，据相关信息显示中国奢侈品市场占全球市场比重由2014年的11%下降到10%。



注：贝恩咨询范围包括：个人奢侈品；饮食；名烟和名酒；豪华家居；名车；私人飞机；游艇；艺术品；高端旅游；豪华酒店



奢侈品行业概况



中国奢侈品行业发展现状



奢侈品投资分析



奢侈品趋势及投资机会

# 国内奢侈品消费环境提升，促进其行业发展及消费升级

## 政策因素

- 从2012年开始，政府加大反腐力度，影响部分奢侈品消费下降，消费市场回归理性。对价格不敏感的公款消费人群将逐渐退出。
- 政府降低奢侈品关税，增设和恢复口岸进境免税店，制定支持跨境电商进口的检验检疫政策，清理进口环节不合理收费。这些政策促进了奢侈品消费“回流”，优化奢侈品跨境电商发展环境。

## 经济因素

- 中国GDP每年持续上升，经济的增长促进奢侈品行业的发展及消费产品的升级。
- 目前，全国个人总体可投资资产规模预计将达到129万亿元，同比增长16%。高净值人群规模将达到126万人，同比增长22%，高净值人群及投资资产的增加促进奢侈品消费的增长。

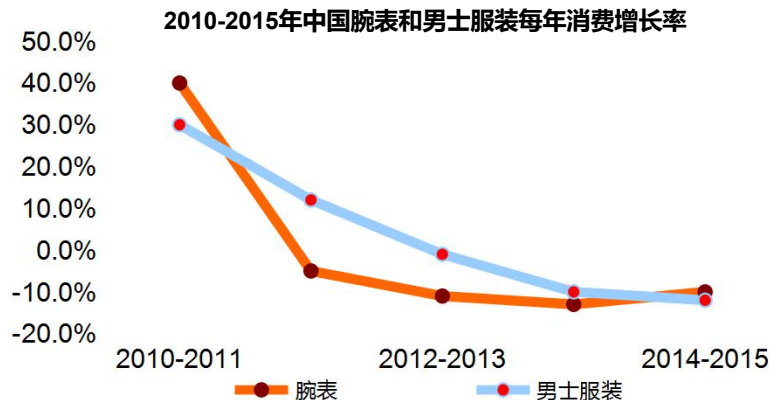
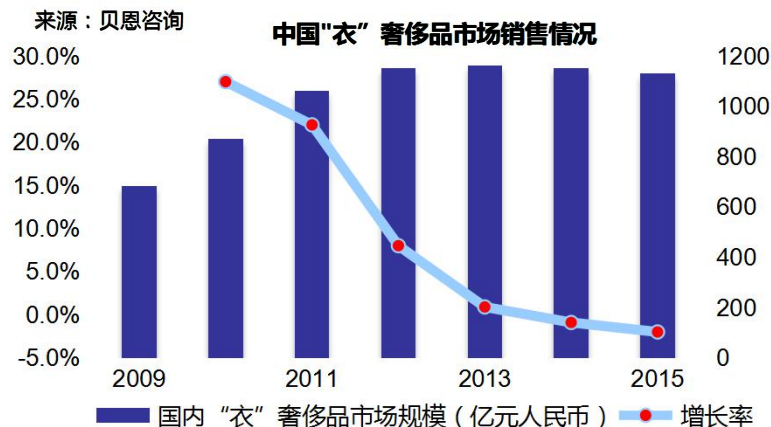
## 社会因素

- 中国奢侈品消费人群呈年轻化。根据世界奢侈品协会的调查显示,中国奢侈品购买者呈现年轻化的趋势,其中最年轻的群体从开始平均年龄35岁降低到目前25岁，影响奢侈品行业其营销推广方式。

# 中国奢侈品“衣”行业消费下降，企业出现“关店潮”现象

奢侈品“衣”行业包括范围有：高档服装，化妆品，饰品，表等几大类物品。如人们对于国外企业LVHM，Prada及国内企业周大福等奢侈产品的消费。

- 中国“衣”行业奢侈品消费增速连续下降。中国“衣”行业奢侈品，从2010年消费增长率一直下降，2014年开始出现了负增长。尤其是2015年增长率为-2%，是历史上最低点，其中男士服装和腕表消费一直持续下降。
- 从2015年传统奢侈品企业出现“关店潮”的现象
  - 国内奢侈品品牌销售下跌导致其门店数量的减少。据相关信息统计，2015年，83%的奢侈品牌在中国有各种形式的关店行为。2016年1月11日，东莞兴昂鞋业发布公告称，受经济形势影响，公司客户订单严重萎缩，因此作出全面停产并裁员的决定。该代工厂主要客户包括Nike、Prada等国外知名品牌。
  - 奢侈品的开店模式发生变化。电商格局下，奢侈品将通过O2O方式来提供更多的体验与服务，实体店将会作为形象展示和支持线上服务的方式之一。

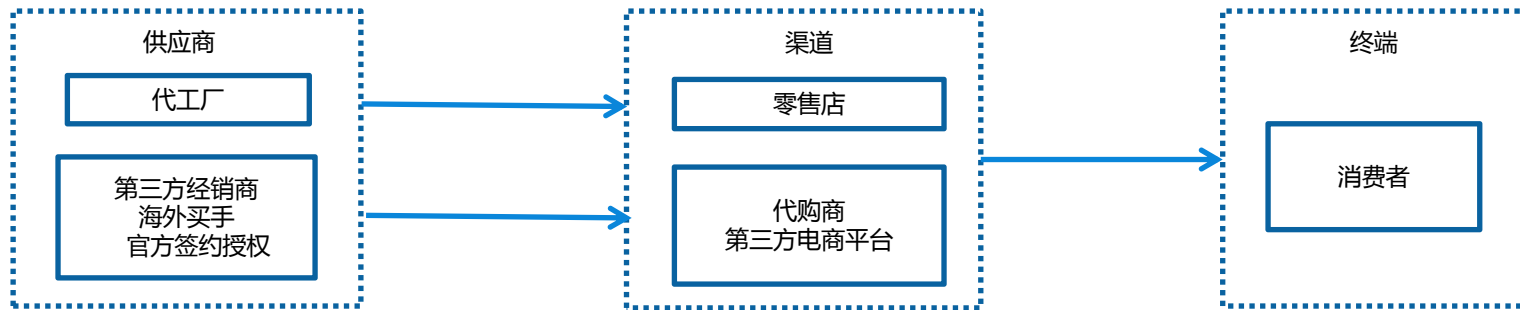


来源：贝恩咨询

# “衣”行业进入“互联网+”时代，消费者更加注重个性化需求

- **供应商---零售店和电商平台的供应商发展出现瓶颈。**零售店的货源主要来自代工厂，由于国内人力成本等综合成本上涨，导致原有发展优势日益减少。代购商及第三方电商平台货源主要来自于第三方经销商、海外买手等，但其不稳定的货源供给一直是其奢侈品电商发展的瓶颈。
- **渠道商主要包括实体店渠道、代购渠道、互联网渠道**
  - **整个奢侈品牌零售店的商业模式转变，进行策略性的调整。**例如LV每个城市可能只会保留一间店，增加体验元素，提供综合性服务。中国市场正处于消费升级阶段，消费者心理逐步走向成熟，从而对奢侈品选择进入多元化和个性化时代。
  - **代购业务规模逐渐缩小。**贝恩咨询预计代购业务从2014年的550亿--750亿元人民币缩小至2015年340亿--500亿元人民币。原因在于：一是主要奢侈品牌进行价格调整，导致代购利润下降；二是政府降低部分进口消费品关税并加强对灰色市场的管控；三是跨境电商和海外购物网站的兴起。
  - **奢侈品“衣”行业进入“互联网+”的时代。**由于网络消费越来越多，部分奢侈品牌开始尝试开拓电商渠道。例如：Burberry, Coach等。同时一些海外购物平台的兴起，满足了中国消费者不出国门就能购买到全球商品的需求。例如目前交易较为火热的洋码头和寺库网。
- **终端客户---奢侈品消费人群更加注重个性化需求。**据相关信息显示，定制业务在 2015年快速发展，目前定制业务比重占整个奢侈品行业的20%，有86%的奢侈品牌推出不同形式的定制服务。

“衣”行业销售渠道情况



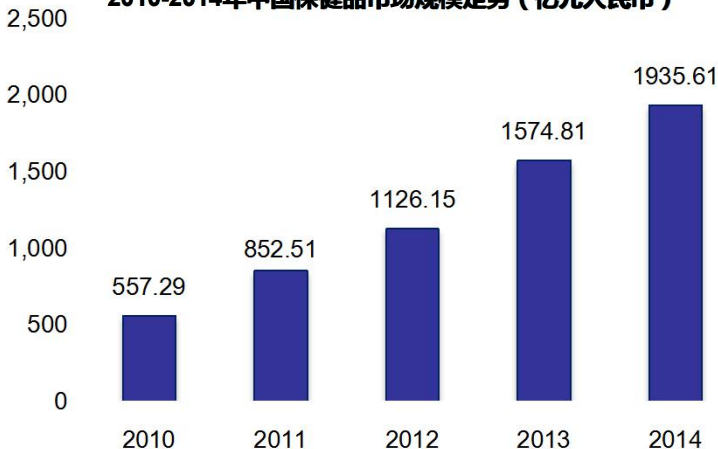


# 高端饮食的质量和营养受到重视，保健品行业有发展空间

奢侈品“食”主要包括：食品，名酒，保健品等，是面对高净值人群的高端产品。例如，国内茅台酒，五粮液，冬虫夏草等。随着物流效率的提升以及互联网的发展，多数收入相对偏高的年轻白领通过网络来购买高档食品，国内食品购买呈现出高端化、多样化的态势。人们在购买过程中更注重食品品质和营养健康，高端饮食越来越受青睐。

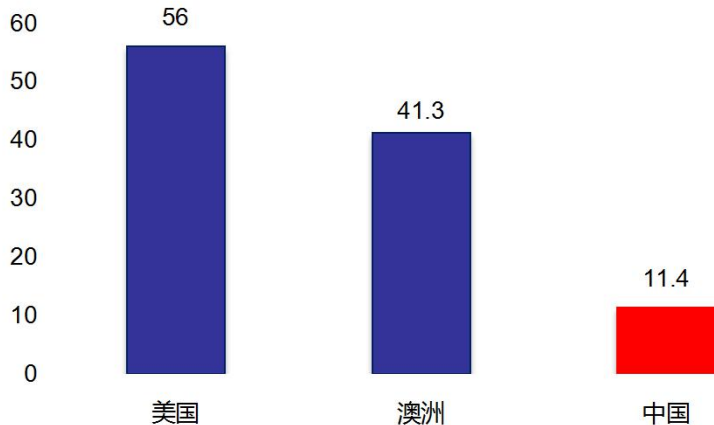
- **我国保健品行业有很大的发展空间。**随着社会的进步，经济的发展，人们的健康意识日益增强，一些高端保健品受到了高净值人群的青睐。而目前国内人均保健品消费大大低于发达国家消费水平，我国保健品行业还有很大的发展空间。
- **保健食品行业规范有望升级。**东阿阿胶等保健消费类公司的上市，将起到规范行业发展，引领行业健康前行的作用。此外，高端保健食品行业也将引得各方强烈关注，吸引更多资本进入。

2010-2014年中国保健品市场规模走势（亿元人民币）



来源：公开信息整理

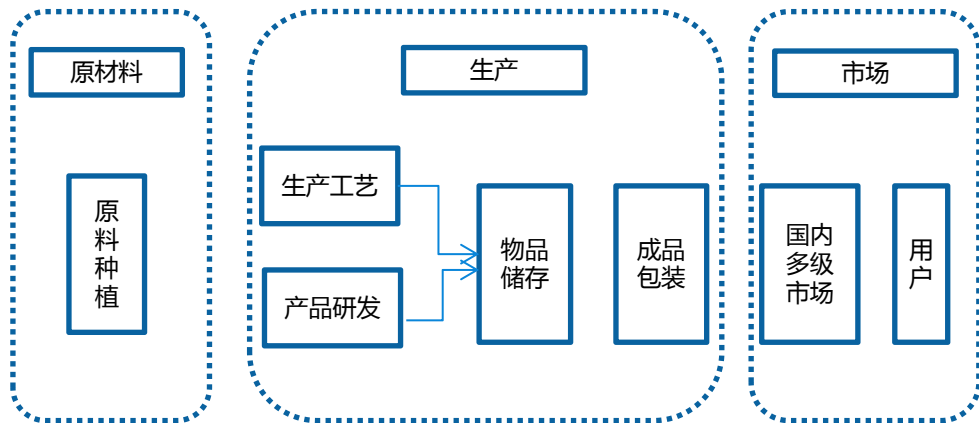
2014年国内人均保健品消费大幅低于海外发达国家（美元）



来源：公开信息整理

# 粮食是“食”行业发展基础，保健品创新将成为高端食品发展趋势之一

“食”行业产业链情况



2010-2015年中国粮食产量数据统计 (万吨)



来源：国家统计局

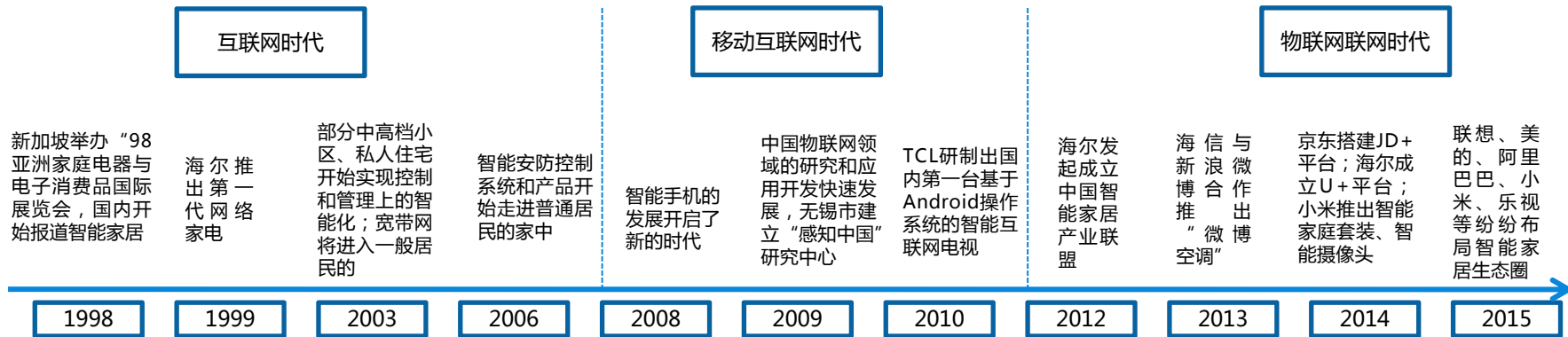
- **粮食是“食”行业发展基础。**上游行业高粱、小麦、大米、糯米等谷物等是食品、酒行业酿造的主要原料。过去几年以来，中央出台了一系列的惠农政策，包括最严格的耕地保护制度、按最低收购价托市收购粮食、取消农业税等等，有效地调动了农民种粮积极性，实现了粮食生产连年丰收。保证了奢侈品“食”行业的发展基础。
- **保健品创新将成为高端食品发展趋势之一。**下游行业经销商、酒店、商场，电商等渠道销售至终端消费者。由于人们生活水平不断提高，原来以温饱型为主体的饮食消费格局，正在向营养型、享受型甚至功能型的方向转化。保健品被定位为高档消费品，价格自然也高。随着科技的不断创新和人类认知程度的不断深入，利用新资源，开发新的保健品以满足人们的需要，将是高端食品发展一大趋势。

# 中国一线城市豪宅交易量上涨，智能家居成为豪华家装新兴市场

奢侈品“住”行业主要包括：豪宅，豪华家饰，装修等。

- **2015年一线城市豪宅交易量刷新了历史记录。**豪宅是指比高档住宅质量、档次、规模和售价等方面都更高的住宅，及其一系列的高端配套措施。其豪华程度主要表现在对资源的占有率方面。以北京为例，综合北京交易管理网和多家机构统计数据显示，2015年单价10万元+豪宅成交总量达到261套，创六年来新高。  
北京豪宅成交总量冲高原因有以下几点：一是北京限价管制取消，使10万以上豪宅供应量出现增加。二是北京高价地王的入市，使人们对于豪宅价格上升空间有了更多的想像力，促进了北京豪宅市场预期的转好。三是货币信贷政策的放松，财富阶层寻求资产保值增值的渠道，而购买豪宅就成为了首选。
- **在豪华家饰，装修方面，智能家居是发展潜力很大的新兴市场。**智能家居是以住宅为平台，利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的住宅设施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。  
智能家居作为一个新生产业，处于一个导入期与成长期的临界点，市场消费观念还未形成，但随着智能家居市场推广普及的进一步落实，其市场的消费潜力必然是巨大的。

## 智能家居的发展历程



# 一线城市引领豪宅风向，智能家居跨界合作

- **一线城市引领豪宅风向。**由世界企业家集团、世界地产研究院和《总裁》杂志联合编制2015年《中国10大超级豪宅》，北京、上海各有3家上榜，引领了豪宅的风向标。
- **智能家居加深跨界合作。**各大渠道纷纷开始在智能家居领域布局，美的、小米、百度、电信步入跨界混战。智能家居的切入点主要有两种方式：一种是从家装开始，在房子装修期间就统一布局设计，这类做法主要集中在高档公寓和别墅，其可能成为未来智能家居普及的主流方式。第二种是在现有设备的基础上加入各种智能设计，即从小件物品入手，也是企业间争夺智能家居的入口。

合作时间	合作方	合作内容
2015年5月	小米 正荣	双方将融合小米路由器，小米电投，小蚁智能摄像机等系列智能硬件，为正荣集团旗下地产项目打造全新智能家居体验
2015年4月	TCL 腾讯	TCL与腾讯，未来电视达成平台，内容，牌照三方资源整合
2015年4月	联想 百度	合作推出云路由，后续将合作更多智能硬件
2015年3月	海尔 苏宁	双方全面升级战略合作，在智能家居领域展开深度合作，共同推进C2B反向定制产品，U+平台创客产品，PPTV电视开发计划，共享会员资源
2015年1月	海尔 魅族 阿里	海尔生产智能设备，阿里提供云服务能力，智能算法，三方共同开发互联
2014年12月	美的 京东	双方将扩大业务合作范围和合作深度，强化在智能家居和渠道扩展等领域合作
2014年12月	360 酷派	360战略投资4亿美元与酷派成立合资公司，主要生产智能设备，向市场推出智能手机并以互联网销售为主要渠道，以此建立一个移动生态系统
2014年12月	小米 美的	小米战略投资美的12.66亿元，双方酱紫啊智能家居及其生态链，移动互联网业务领域深度合作
2014年3月	美的 华为 阿里	华为，阿里帮助美的迅速建立了从云端到极点的试验系统

# 通用飞机及企业数量呈增长趋势，政策激发通用航空市场活力

奢侈品“行”行业里包括：名车，通用飞机等。清科研究中心对于奢侈品“行”行业中的通用飞机进行分析。通用飞机是指除从事定期客运、货运等公共航空运输飞机之外的其他民用航空活动的所有飞机的总称。

- 通用飞机市场有很大的发展空间。通用飞机市场盛兴需要一个完整的产业链的支撑，包括融资安排、机师培训、飞机租赁、旅游衍生品等一系列环节。根据民航资源网显示，2013至2015年中国通航企业和飞机数量持续上升。航空业是典型的资本密集型产业，资金占用量大，如何优化航空公司的资产结构，提高其经营的灵活性，飞机租赁这一细分市场应运而生。

通航飞机数量

2013-2015年中国通用航空机对在册总数增长情况



通航企业数量

2013-2015年中国内地实际拥有飞机的通航企业增长情况



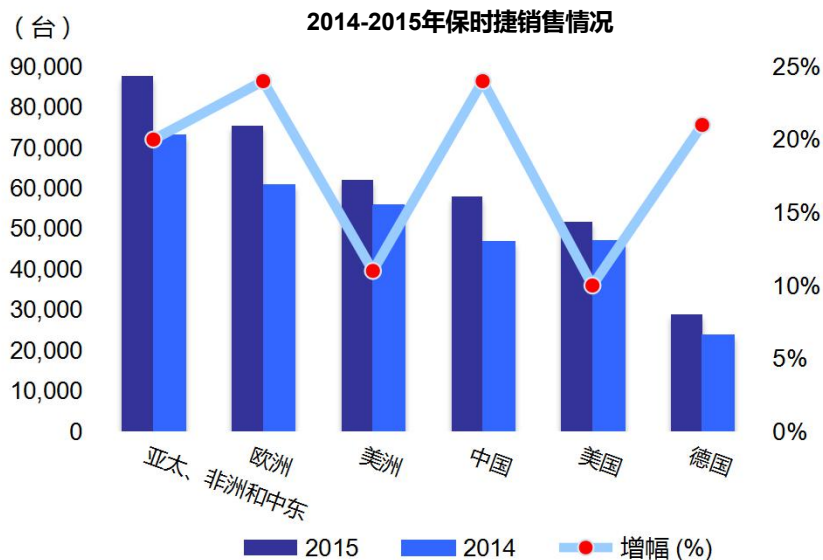
- 中国政府积极推出促进通用航空发展政策。随着中国政府有关政策对通用航空发展起到引导、保障和推进作用，中国通用航空市场规模不断扩大，市场活力正在被激发出来。

时间	相关部门	主要内容
2014年11月23日	全国低空空域管理改革工作会议	改革进入深水区和攻坚期，要以促进通航产业发展和满足社会公众需求为目标，完善法规制度，最大限度盘活低空空域资源，促进通用航空产业快速健康发展。会议确定真高一千米以下空域实行分类管理有序放开。
2014年2月	国务院	取消和下放与通航相关的45项行政审批事项，取消11项职业资格许可和认定事项。
2013年11月	中国人民解放军总参谋部、中国民用航空局	出台了《通用航空飞行任务审批与管理规定》，突破了审批障碍低空开放的最大制约，对于通航产业发展来说是根本性的变革。
2010年11月	国务院 中央军委	印发《关于深化我国低空空域管理改革的意见》，提出通过5至10年的全面建设和深化改革，逐步形成一整套既有中国特色又符合低空空域管理规律的组织模式、制度安排和运作方式。

# 中国汽车市场存在刚需，豪车消费增长率占据领先地位

奢侈品“行”行业中，豪车仍然被视为身份的象征，有助于打开社交圈子。

- **中国汽车市场有刚性需求。**2014年到2015年，中国汽车销量总数保持增长，但每个月份的增长幅度并不明显。政府出台环境保护，摇号及一线城市限行的政策，对汽车消费起到一定抑制作用。但由于人口的增长，出行的需求，人们生活对汽车还是有着刚性需求。
- **中国豪车消费增长率快速增长。**以欧洲跑车制造商保时捷为例，2015年，保时捷全球共交付车辆225,000台，同比增长19%。其中亚太、非洲和中东地区、欧洲地区是保时捷购买主力地区。虽然中国地区的保时捷消费低于部分发达国家，但其消费增长率为各地区中最高的。



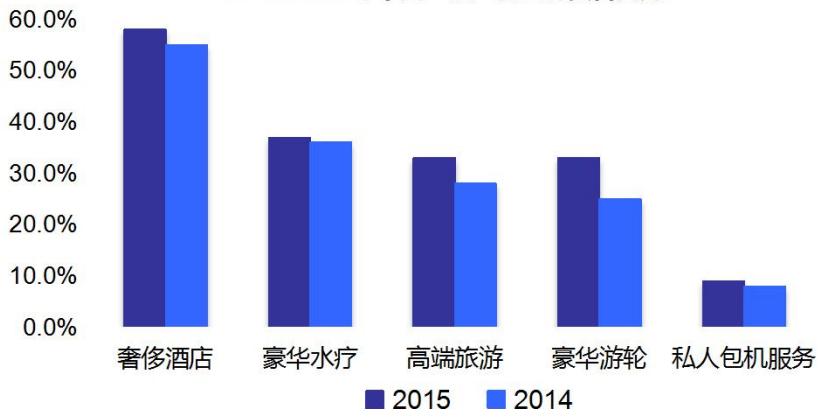
# 个人可投资资产的增长及消费观念的转变，使“娱”行业消费意愿上升

奢侈品“娱”行业包括：艺术品、高端旅游、豪华酒店等，为人们提供高端体验式服务。

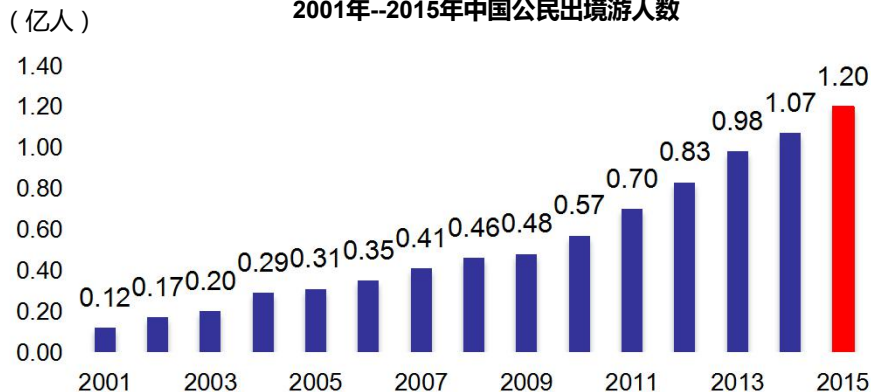
- 国内奢侈品消费者对于“娱”行业消费意愿上升。贝恩咨询显示，在抽样调研中，2015年“娱”行业消费者数量比2014年消费者数量总体上升。有41%的人表示要增加“娱”行业的消费支出。同时，目前国内各种俱乐部、SPA会所、游艇协会、私用航空器拥有者协会、艺术品收藏和拍卖活动层出不穷。
- 个人可投资资产总量增长，促进高净值人群消费意识升级。2015年中国个人总体持有可投资资产规模达到129万亿人民币，同比增长16%。中国私人财富市场的可投资资产总量快速增长，促进中国高端消费者的消费意识升级。
- 出国旅游人数的增加及消费观念的转变，促进豪华酒店，高端出行等消费上涨。根据国家旅游局统计数据显示，2001-2015年中国公民出境游规模持续增长，到2015年已达到1.20亿人次。出国游人数的上升及人民消费观念的转变，将进一步促进中国居民相应“娱”行业的奢侈消费，途牛旅游网发布《2016春节旅游消费盘点报告》显示近四成出境游游客选择高星级酒店。

来源：贝恩咨询

2014-2015年中国“娱”行业消费者占比



2001年--2015年中国公民出境游人数



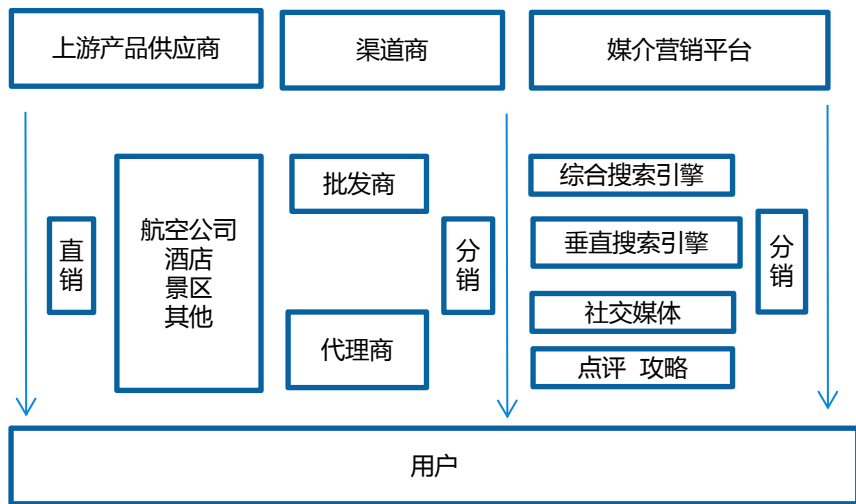
来源：国家旅游局



# 高端旅游是富豪娱乐首选方式，传统旅游企业布局高端旅游领域

- **高端旅游是富豪娱乐首选方式。**据相关信息统计，富豪在休闲娱乐方面的选择愈加多元化，但在Top15的娱乐活动中，旅游稳居首位，占比24.5%。同时超过60%的超级旅游者希望旅行社提供个性化服务与合理的行程设计，以及独特创新的旅游体验。
- **旅游产业链上部分核心企业进入高端旅游领域。**产业链上的核心企业主要是渠道商及媒介营销平台，其中包括旅行社（如中青旅、广之旅）和大型网站（如携程，众信），旅行社是衔接旅游者和旅游目的地的中介，作为产品“分销商”，又是旅游产业链的“资源整合者”。旅游网站作为旅游运营平台，掌握了大量游客信息，帮助旅游产业制定产品和渠道策略。部分传统旅游企业借助资源优势，纷纷进入高端旅游这片蓝海。

旅游行业产业链情况



时间	布局高端旅游领域
2014年5月	“奇迹旅行”是中国首家上市民营5A旅行社---众信旅游的高端品牌，与知名《世界》杂志联合打造的高端旅游品牌。
2013年3月	华为全资子公司深圳慧通商务有限公司推出高端旅游品牌---品鉴之旅。
2013年	鸿鹄逸游是携程旗下顶级游品牌。由两岸三地三家知名企业联合创立，包括携程旅行网、香港永安旅游、台湾易游网。
2012年3月	华为全资子公司深圳慧通商务有限公司推出高端旅游品牌---品鉴之旅
2012年	广州腾游旅游信息咨询有限公司运营的出境自由行电子交易平台--辛巴达，开创了C2B2C旅游电子商务平台的先河。
2012年	中旅总社与韩国GB Networks(株)公司在北京签订了独家合作协议，双方将针对中国出境游市场引进韩国高端度假休闲旅行商品，并在中国旅行。





奢侈品行业概况



中国奢侈品行业发展现状



奢侈品投资分析

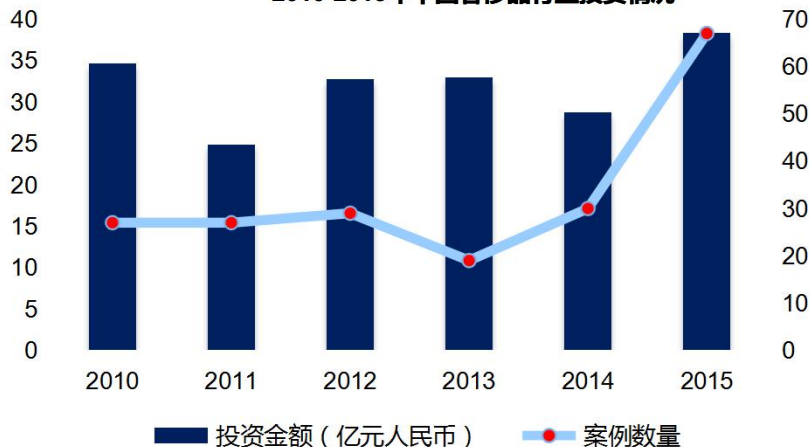


奢侈品趋势及投资机会

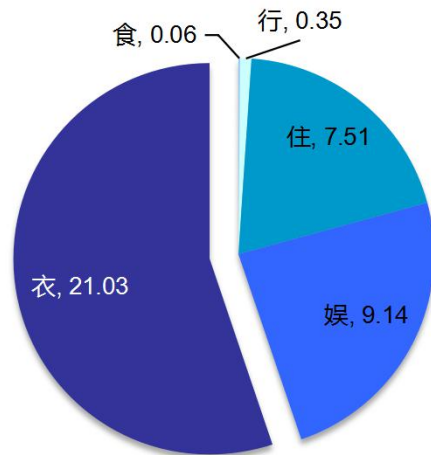
# 奢侈品行业投资趋势上升，“衣”和“娱”行业受到资本青睐

- 根据清科集团旗下的私募通显示，国内奢侈品行业总体投资是上升趋势。无论是投资金额或案例数量，2015年均均为近几年的最高值。2010年至2013年的奢侈品行业案例中主要是对于传统奢侈品企业的投资，例如豪宅，高档酒店等，而从2014年开始，对这类传统奢侈品企业投资逐渐减少。随着“互联网+”的深入发展，一些新兴奢侈品企业受到了资本的关注，高端智能家居，高端旅游，奢侈品电商兴起，在2015年进入了快速发展阶段。
- 2015年，“衣”和“娱”行业投资趋势上升较大。2014年，“衣”和“娱”行业投资金额分别为12.06亿元人民币和5.17亿元人民币，而2015年，这两个行业的投资金额较2014年分别增长74.4%和76.8%。其中2015年投资“衣”行业的电商企业案例数量较多，共23起投资事件。
- 在投资事件中，奢侈品电商寺库网备受资本青睐。从2011年到2015年，寺库网经历了5次融资，总投资金额为2.7亿美元。寺库网备受资本青睐，清科研究中心认为有以下原因：（1）运营模式。第三方奢侈品网站拿不到品牌授权而导致货源不稳定，价格的制约都是奢侈品电商发展的阻力，但寺库网将自身定位于高端消费者服务平台，即打通奢侈品购买、鉴定评估、售后保养、二手流通的全产业链。使其不必花大量精力去进货囤货，同时也解决了线下体验的难题。（2）业务定位。寺库网为某一个细分人群服务。垂直网站通过吸引和聚集特定消费群体来提高重复购买率和延长服务链，来获得增长潜力。

2010-2015年中国奢侈品行业投资情况



2015年中国奢侈品细分行业投资分布 (亿元人民币)



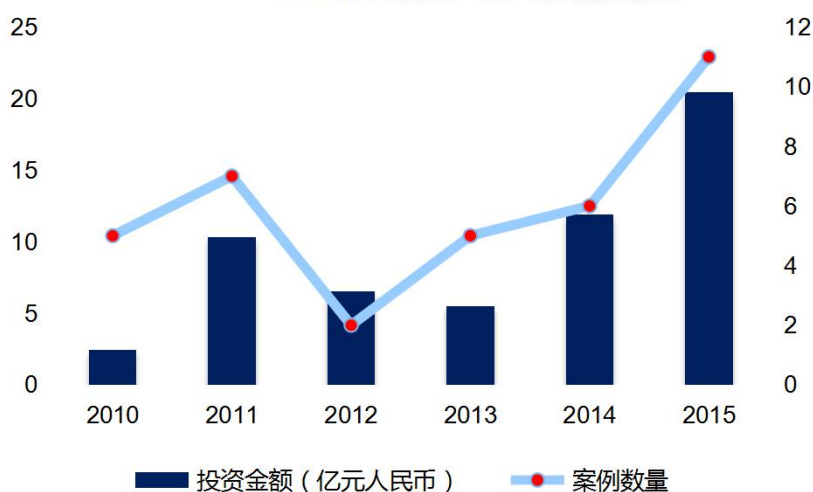
# “衣”和“娱”行业投资趋势加强，“行”和“食”行业投资需要摸索

- 从2013年到2015年，“衣”和“娱”行业都是保持上升趋势，2015年其行业的投资趋势加强。“衣”行业平均投资金额为1.11亿元人民币，“娱”行业平均投资金额为0.67亿元人民币。

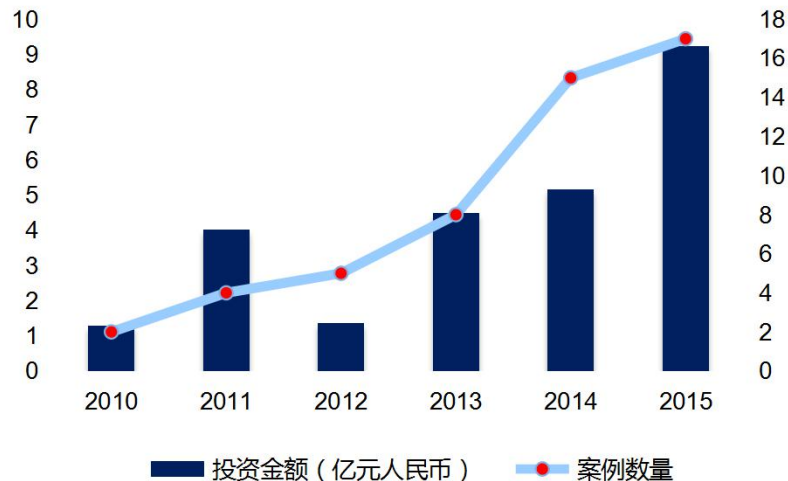
而在2012年这两个行业其投资趋势减弱，清科研究中心认为可能是由于当时中国股市连续萎靡，到2012年12月一度跌破2000点，IPO被迫暂停，同时中国政府的反腐政策也使资本市场进入观望阶段，种种原因都造成当时其行业投资趋势减弱。

- “食”和“行”行业，其资本市场刚刚涉及。“食”和“行”行业投资金额较少，清科研究中心认为主要由于“食”行业工业化程度低，加工方法落后，产品缺乏创新，而“行”行业资金壁垒较高，具备较高行业技术人员数量有限的因素，对于这两个行业的发展，资本市场还要经历长时间的摸索。

2010-2015年奢侈品“衣”行业投资情况



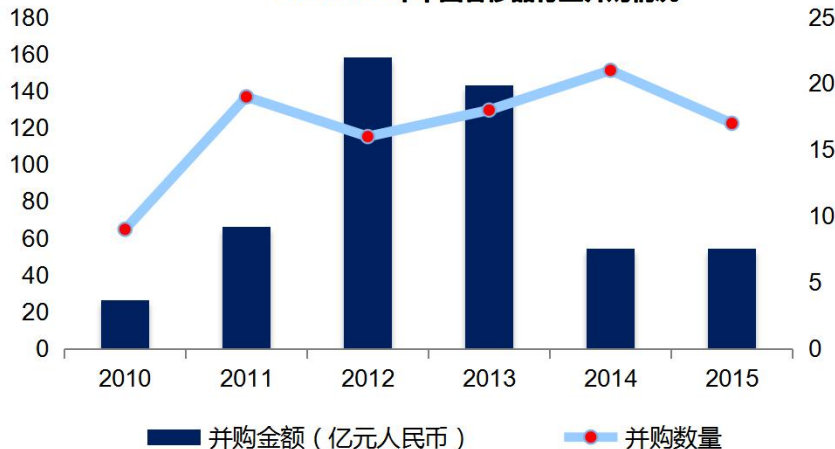
2010-2015年中国奢侈品“娱”行业投资情况



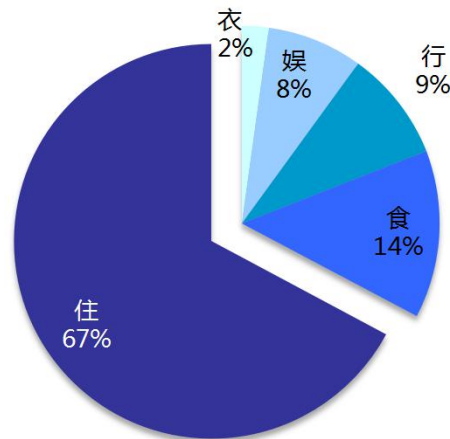
# 奢侈品行业并购总体趋势减缓，但其中“住”行业竞争加剧

- **奢侈品行业并购总体趋势减缓，其中“住”行业竞争激烈。**在整体并购事件中，奢侈品“住”行业并购金额占比68%，主要是由于大型房地产企业并购事件居多。对房企而言，并购的核心目的在于拿地。现在一线及热点二线城市土地价格飙涨，竞争厉害，以竞拍拿地几乎每幅都是地王，房企要想获得合理的利润实在太难。房地产行业竞争加剧、企业战略调整及地价持续走高等多方面的原因，催化房地产行业并购频现。
- **部分传统旅游企业开始布局高端旅游领域。**比较有代表性的并购案例是：2012年4月，携程并购太美旅行，共同运营顶级旅游品牌“鸿鹄逸游”。太美集团由马云、史玉柱、郭广昌、沈南鹏、冯仑等十九名企业家共同投资创建，太美旅行则主要提供全球主题旅行、私人旅行定制和商务旅行服务。携程旅行网战略投资太美旅行后，标志着携程进军高端旅游市场。“鸿鹄逸游”集合了两岸三地的领先企业、品牌优势、研发服务能力、营销网络，全面覆盖了两岸三地甚至世界华人在内地庞大市场，连续三年成功推出“环游世界”顶级旅游团，积累了丰富的经验和客户群体，占据了市场先机。

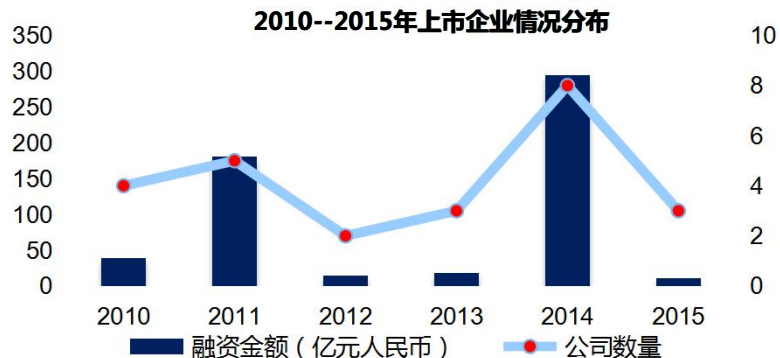
2010-2015年中国奢侈品行业并购情况



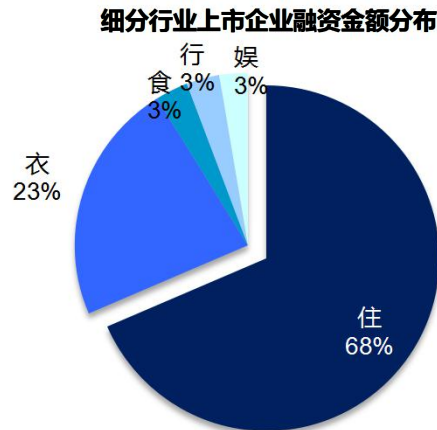
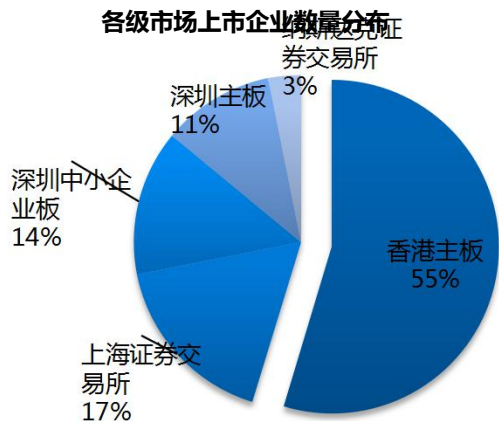
中国奢侈品细分行业并购金额分布



# 奢侈品企业香港主板上市数量多，融资金额集中在“住”行业



- 从上图可看出，2011年和2014年上市企业融资金额较多。主要是由于这两年有两笔较大的上市融资事件。  
2011年12月25日，周大福香港主板上市，融资金额为157.50亿港元。  
2014年12月23日，万达商业香港主板上市，融资金额为288.00亿港元。
- 奢侈品企业在香港主板上市数量较多，且上市企业融资金额主要集中在“住”行业。“住”行业中的房地产作为资金密集型产业，融资是其生存和发展的关键，其中上市融资是房地产企业一个理想的融资渠道。





奢侈品行业概况



中国奢侈品行业发展现状



奢侈品投资分析



奢侈品趋势及投资机会

# 奢侈品高端生活方式将获更多发展机会

高端人群数量增长，消费升级和中国对于奢侈品行业的规范，都对于中国整体奢侈品行业有着积极促进的作用。同时随着反腐的深入，对价格不敏感的公款消费人群将逐渐退出，市场有望回归理性，也使其行业进入良性发展时代。

1

奢侈品“衣”行业，在“互联网+”的电商格局下，**第三方奢侈品电商及其增值服务**将成为今后中国奢侈品“衣”行业消费的增长点。消费观念的升级，**定制服务**更符合未来人群个性化需求。

2

奢侈品“食”行业，**保健品创新**将是**高端食品发展趋势**，随着科技的不断创新和人类认知程度的不断深入，利用新资源，开发新的保健品以满足人们的需要，将是**高端食品发展一大趋势**。

3

奢侈品“住”行业，**智能家居将成为以后豪华家装的消费增长点**。随着智能家居市场推广普及的进一步落实，其市场的消费潜力必然是巨大的。

4

奢侈品“行”行业，**飞机租赁业务将是未来租赁市场的主角**。中国政府有关政策对通用航空发展的引导和促进作用，将使中国通用航空市场规模不断扩大。

5

奢侈品“娱”行业，**高端旅游将是其行业消费爆发点**。目前**高端旅游电子商务**的突起，改变传统的旅游消费方式及经营管理方法。同时**高端旅游的定制化路线**，更符合客人的消费观念。



# 奢侈品电商类和高端生活服务类企业拥有被投资优势

奢侈品“衣”行业，其产品的互联网销售渠道发展及其产品的定制服务有很大的潜在投资机会。

- 国内“互联网+”的深入发展，部分奢侈品牌开始尝试开拓电商渠道，国家在更多城市成立自贸区，都为奢侈品电商的渠道发展提供了坚实的基础。
- 随着人们消费水平的提高，消费者更倾向于个性化和定制化的服务。

奢侈品“娱”行业，消费人群意愿上升，高端旅游行业存在巨大的投资机会。

- 高净值人群规模的增加，出国旅游人数的上升为高端旅游行业打下基础。富豪消费意识的升级，传统旅游行业积极布局高端旅游，为其行业的发展奠定了保障。

奢侈品“行”行业，需要经历长期发展阶段。

- 中国通航企业和飞机数量的增长，高端人群商务出行的需求，使飞机租赁业务具有一定的投资机会。
- 但是由于飞机经营性租赁技术含量高，专业性强，资金占用量大，此行业有较高的投资壁垒，目前只有资金雄厚的集团或者处于飞机租赁上游企业发展其业务比较稳妥。



Zero2IPO Research

清科  
研究  
中心



私募通微信

研究咨询热线 / Service Hotline: 400-600-9460

Email: Research@zero2ipo.com.cn