美媒：中国奢侈品消费者的8个令人意外的事实

美国《福布斯》2016年7月7日文章，原题：中国奢侈品消费者的8个令人意外的事实

“摩登系”《2015年中国奢侈品蓝图》梳理出有关中国消费者的8个事实，这是每个想要在华成功的品牌都应了解的。

　　1.他们比你想的要年轻。与通常的西方奢侈品消费者不同，中国奢侈品消费者普遍年轻，平均年龄33.1岁，超过80%的人在25岁至44岁。

　　2.他们没你想的那么有钱。这些人的平均家庭年收入是83361美元。相比之下，在美国，有一辆豪华车的车主年均收入99364美元。

　　3.大多数已婚有孩子。82%已婚，家有18岁以下孩子的达65%。AD\_SURVEY\_Add\_AdPos("9263");

　　4.他们是手机族。98%的中国消费者有智能手机，这是个惊人数字。且相比西方同类人，他们更多地通过智能手机购物。

　　5.他们都有微信。在中国，社交媒体渠道不同于我们所熟悉的那些。90%的中国消费者用微信。但只有39%的西方奢侈品牌有微信账号。

　　6.他们喜爱中文品牌名。有个中文名是在中国市场推广成功的一大因素。对中文品牌名称的搜索量比对官方英文名称的搜索量高出13%。

　　7.他们喜欢在零售店购物。67%的奢侈品购买(在中国)和54%的海外购买都发生在实体店。

　　8.支付宝是一种重要购买手段。信用卡和银联仍是两大支付方法，但第三方支付手段的份额正不断扩大。去年中国40%的奢侈品买主使用过支付宝。

　　中国消费者变化很快，过去30年来，从只认识3个品牌标志到知道近20个。中国人今年出国旅游达1亿人次，这就意味着西方消费者知道的，如今中国消费者也会知道。(作者布莱恩·布赫瓦尔德，乔恒译)

奢侈品权威研究机构财富品质研究院24日在上海发布的《中国奢侈品报告》显示，2015年中国消费者全球奢侈品消费将达到1168亿美元，同比增长9%，算上汇率变化，这个数字比2014年足足增加1000亿元人民币。

不过令人尴尬的是，境外消费仍然不可抑制地进一步加强，中国消费者2015年境外奢侈品消费将达到910亿美元，同比增长超过12%，即中国消费者78%的奢侈品消费发生在境外，消费外流形势依然严重。业内人士认为，这主要是因为中国消费者认为海外的奢侈品款式齐全，而国内奢侈品存在价格过高、品质没有保障的问题。

过去，全球奢侈品牌接连在中国“跑马圈地”，门店遍布中国一、二线城市的核心商圈。如今，他们的日子不再那么好过。就在不久前，LV在广州的首家门店宣告关闭，奢侈品关店潮似有愈演愈烈之势。研究显示，2015年，83%的奢侈品牌在中国有各种形式的关店行为。