

2023年全球奢侈品市场销售额有望创新高

# 以差异化优势放大奢侈品市场潜力

■ 本报记者 张寒梅 刘禹松

贝恩公司近期发布的《2023年全球奢侈品行业研究报告(秋季版)》(下称报告)显示,2023年全球奢侈品市场销售额(包含奢侈品及奢侈体验)有望创新高,达到1.5万亿美元,相较2022年,整体销售额增长约1600亿欧元,同比增长8%至10%。其中,在社交互动和全球旅游复苏的推动下,2023年奢侈体验类消费反弹强劲,重回历史最高点。

报告指出,按恒定汇率计算,全球奢侈品市场延续了去年的增长趋势。此外,作为核心部分的个人奢侈品市场持续增长,预计销售额将达到3620亿欧元,同比增长4%(按当前汇率计算)。

贝恩公司资深全球合伙人布鲁诺(Bruno Lannes)表示,2023年,有65至70%的奢侈品牌获得了正增长,然而这一比例相较2022年的95%有所下滑。当前,奢侈品牌正处于决定性的关键时刻,想要保持自身竞争力,品牌必须想客户之所想,以满足消费者的需求为己任,并且果断决策。未来,那些成功的奢侈品牌将建立更强大的品牌韧性,引发更强烈的消费者共

鸣、获取更长久的动力,从而脱颖而出,在以价值为核心的新市场环境下赢得新增长。

贝恩公司全球合伙人邢微微表示,全球奢侈品行业的基础稳固,长期来看,增长的势头不会改变。各个奢侈品市场之间呈现出的融合态势,为品牌进一步扩展提供了新机会。在此情况下,奢侈品牌应当抓住并放大市场潜力,同时进一步强化自身品牌内涵,通过战略性并购来重新定义行业界限,为未来的发展奠定基础。

根据报告,全球各区域奢侈品市场表现各异。对于亚洲,中国内地市场第一季度表现强劲,但在宏观经济承压背景下,增速逐渐放缓。展望未来,随着海南全岛封关运作,海南有望成为新兴的奢侈品消费中心。日本本土客户保持强大消费力,同时大量外国游客入境消费也推动了日本市场蓬勃发展。但在韩国,宏观经济的不利因素影响了本土消费,且韩元汇率波动使得购物成本上升,也给韩国市场带来了一定挑战。东南亚奢侈品市场(尤其是泰国)得益于区域内旅游业的强劲发展和

本土消费者日益增长的兴趣,展现出积极发展势头。沙特市场正在加速发展,吸引了主流奢侈品牌的投资。

美洲市场与2022年相比,整体销售额下降8%。一方面,许多“仰慕型”消费者普遍存在不确定性,抑制了购买奢侈品的意愿;另一方面,虽然头部客户保持了坚定消费信心,但由于美元对欧元的持续强势以及境内外市场的价格差,这一类消费者更愿意去境外消费。

对于欧洲,旅游业的逐步回暖带动了各国奢侈品消费增长。其中,长途度假胜地和主要奢侈品购物城市受到高消费人士的青睐。即使宏观经济不稳定影响了本地“仰慕型”消费者的购买意愿,但欧洲市场的头部客户依然保持稳定并展现出积极消费势头。

在消费渠道方面,报告显示,随着消费者对于实体购物体验的追求增长,以及客户服务在销售中的重要性不断提高,单一品牌专卖店成为经销体系的主导。此外,实体和数字体验的逐步融合,要求品牌在每一个环节为客户提供卓越体验。

相比之下,以百货店和奢侈品专营店为代表的多品牌销售业态的增速急剧放缓,因此从业者不得不思考如何更有效地满足消费者需求。

此外,报告表明,消费群体代际差异明显。X世代和Y世代正值收入巅峰,是奢侈品消费的主力军。相比之下,Z世代的当前消费力不及前辈,但他们站在社会和文化变革的前沿,能够影响其他几代消费者的价值体系,同时非常渴望切身体验。这表明,Z世代具备极大消费潜力,预计到2030年,Z世代占全球奢侈品消费的比例将达到25%至30%,Y世代则占到50%至55%。为了致胜日益复杂的市场格局,品牌必须努力满足不同消费群体的需求。

展望2030年,全球奢侈品市场可能会有所起伏,但其稳固的基本面将继续推动增长。报告预计,中国消费者将为个人奢侈品市场贡献35%至40%的销售额,欧洲和美洲消费者合计贡献40%。此外,到2030年,线上和单一品牌专卖渠道将占整个市场的三分之二。

## 把握非洲环境产品制造业发展机遇

■ 本报记者 张凡

非洲在环境产品制造业发展方面的潜力正在逐步释放,不少中企都看中其中机遇进行了布局。国际发展咨询机构睿纳新(Development Reimagined)11月20日发布的最新报告《释放非洲在环境产品制造业未开发的潜力》显示,2020年,非洲环境产品进口总值为262.2亿美元,占其环境产品贸易总额的77.5%。若利用好丰富的自然资源、可再生能源和矿产资源,非洲的环境制造业将大有可为。

报告强调,非洲正处于工业化进程的关键时期,在当地制造环境产品不仅有利于经济发展,而且有助于改善非洲气候、增强当地制造业韧性。这也将促使非洲大陆成为全球环境产品市场的重要参与者。在生态友好型生产政策的支持下,一体化市场和区域协作将进一步推动经济增长、提高非洲的竞争力和可持续性。

报告认为,非洲大陆拥有相对欠发达的制造业、丰富的可再生能源资源、充足的劳动力和快速扩张的国内市场,为发展环境产品制造业并成为该领域的领跑者提供了有利条件。中国作为能源转型的主要参与者,拥有巨大的环境产品制造和贸易能力,将在非洲制造业驱动的绿色增长中发挥至关重要的作用,非洲国家也有望让中国投资者解决其海外价值问题,并加强长期发展合作。

就电动汽车为代表的环境产品来看,电动汽车最有价值的部件是电池,约占总价值的40%。中国是电动汽车电池的主要生产国,而南非和刚果民主共和国是重要的锂离子电池钴的主要生产国。很多中国企业的原材料通常是在外国生产再运往中国的,因此这些企业有可能将供应链的某些部分转移到南非等更近的目的来生产。此外,非洲电动汽车产业仍处于早期阶段,虽然南非是非洲电动汽车的主要市场,但其包括混合动力车型在内的新销量在2022年也不到0.2%,仅约有6000辆电动汽车上路,中国企业在当地拓展市场充满机遇。

报告将非洲5个次区域的10个国家确定为环境产品制造中心,这些国家在可再生能源组件、电动汽车和废物管理方面具有良好的投资前景。

在东部非洲,肯尼亚和坦桑尼亚由于其可再生能源和关键矿产潜力,被确定为极具潜力的环境产品制造区域中心,两国都拥有成熟的制造业,并与中国保持着稳固的贸易和投资关系,这些进一步增强了其区域影响力。

在西部非洲,加纳和尼日利亚被视为环境产品制造业的区域中心。加纳丰富的矿产资源和本地化举措使其成为一个具有吸引力的制造中心,而尼日利亚丰富的自然资源可再生能源潜力则为其带来了良好的发展机遇。

在南部非洲,南非和赞比亚处于领先地位,以及其在全球价值链中的战略地位,使其成为一个前景广阔的环境产品制造中心。赞比亚因其丰富的铜、镍和钴等关键矿产储量以及吸引绿色投资的努力而成为强有力的竞争者。

在北部非洲,埃及和摩洛哥成为重要矿产生产的领导者,拥有强大的可再生能源潜力。两国在向中国出口环境产品和吸引中国直接投资方面表现出色,这使它们成为地区中心。

在中部非洲,安哥拉和刚果共和国因其战略位置和对环境目标的承诺而成为潜在的区域中心。尽管两国严重依赖石油资源,但两国都在积极寻求经济多元化,并将生态友好型技术作为其可持续发展努力的一部分。

报告指出,除了安全和政治不稳定的管理问题,非洲发展环境产品制造业还存在着基础设施不足、技术能力不足、欠发达的当地供应链、融资渠道有限、贸易壁垒和监管障碍等方面的挑战。为此,报告给非洲国家提出了注重附加值、整合区域供应链、优先考虑有利的贸易协定、发展基础设施、形成金融支持机制、提出技能发展计划等建议。

## 国际商情

### 前10个月越中贸易额近1400亿美元

据越通社援引《越共电子报》报道,越南海关总局统计数据表示,2023年前10个月,越中贸易总额近1400亿美元,中国是越南最大贸易伙伴,占越南进出口总额24.88%,是越南第一大进口国、第二大出口国(仅次于美国)。前10个月,越南对中国出口超495亿美元,同比增长5.1%,这在大多数主要市场出口下降背景下是一大亮点;越南自中国进口达893.4亿美元,同比下降11%。

### 韩国紫菜出口创新高

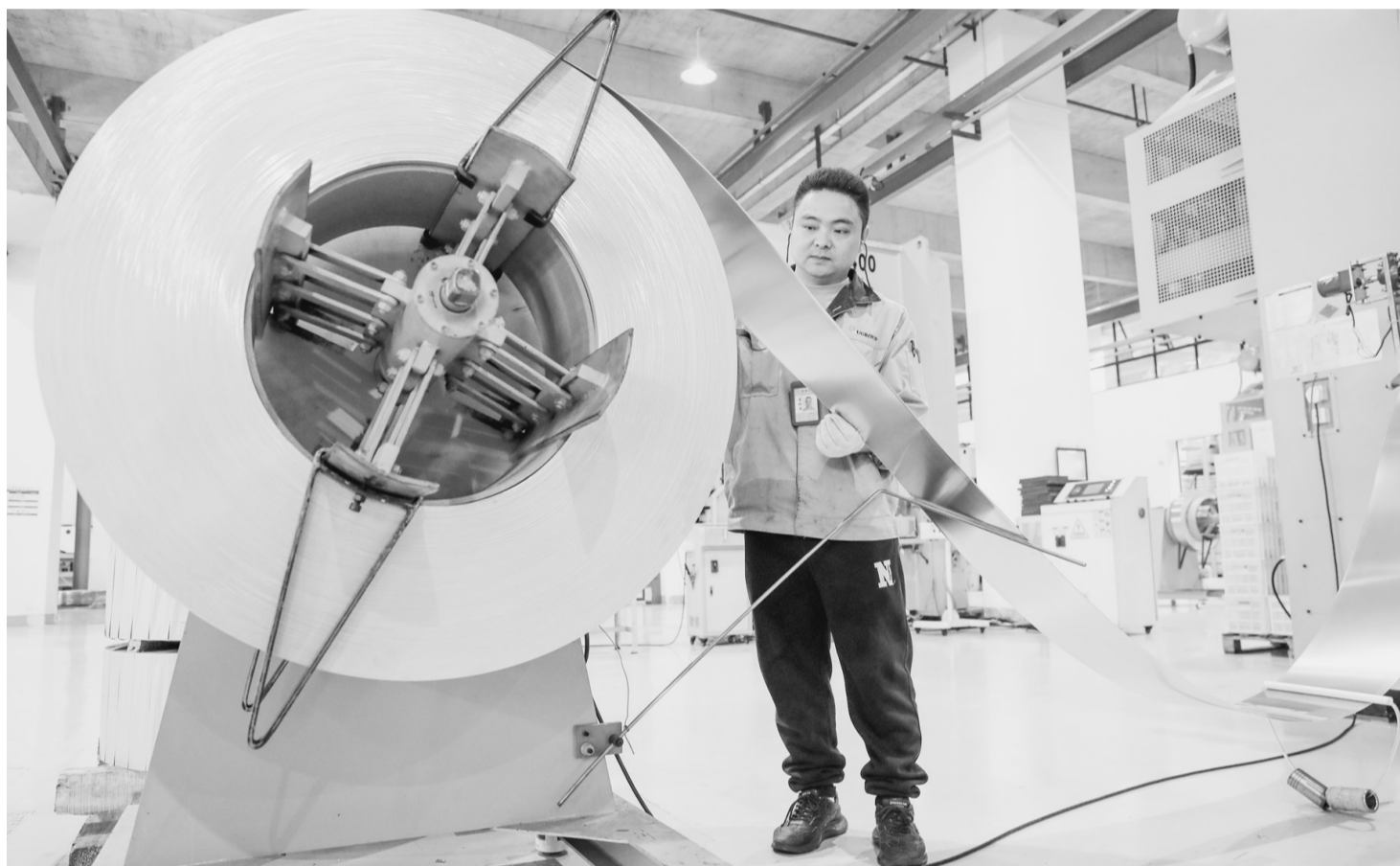
据韩联社报道,韩国海洋水产部日前表示,截至11月10日,韩国紫菜出口额已达7.9亿美元,创历史最高。其中,排名第一的出口对象国为美国。同期,韩国对美国紫菜出口1.4亿美元,同比增长8.3%。近年来,紫菜作为低热量健康食品在全世界受到欢迎,韩国紫菜出口额持续扩大,2010年出口额仅为1.1亿美元,分别于2015年、2017年和2021年增至3.1亿美元、5.1亿美元和6.9亿美元;出口对象国由2010年的64个国家增至今年的120个国家。韩国政府表示,将大力支持韩国紫菜获得国际认证,并举办海外贸易洽谈会等,帮助韩企进一步拓展海外市场。

### 新西兰洋葱对华出口取得新进展

据新西兰国家广播电台报道,新西兰洋葱在进入中国市场方面取得了新的进展。该国90%的洋葱作物用于出口,2022至2023年洋葱产季共向欧盟和印度尼西亚出口15.1万吨洋葱,为新西兰带来了1.82亿新元收入。然而,新西兰出口商尚无法进入利润丰厚的中国市场。据报道,一支新西兰代表团日前结束了又一次前往上海的商贸洽谈并返回新西兰,代表团此行与中国进出口商会签署了一份新的谅解备忘录,以帮助实现两国之间更自由的洋葱双向贸易。

### 欧中货物贸易额同比下降

据中国驻欧盟使团经济商务处消息,欧盟统计局日前发布的数据显示,2023年1至9月,欧盟中国货物贸易额(未经季节调整)5561亿欧元,同比下降13.4%。其中欧盟对华出口1674亿欧元,下降1.9%,自华进口3887亿欧元,下降17.5%;欧盟对华贸易逆差2214亿欧元,下降26.3%。同期,欧盟整体对外贸易(不含欧盟内贸易,未经季节调整)38063亿欧元,同比下降8.0%。其中欧盟出口19013亿欧元,增长0.7%;进口19050亿欧元,下降15.2%。(本报编辑部综合整理)



浙江省湖州市德清县禹越镇的浙江优格科技有限公司近年来坚持技术创新和产业转型升级,进行自动化及设备设施提升改造,大力拓展海外市场,产品畅销欧洲及共建“一带一路”国家。图为该公司的工人正在加紧赶制出口新能源汽车电池配件产品。

中新社发 王树成 摄

## 携程集团发布2023 Q3财报

# 国内外业绩强劲复苏 进一步加码全球化战略

本报讯(记者 刘禹松)携程集团11月21日公布了截至2023年9月30日第三季度未经审计的财务业绩。财报显示,2023年第三季度,携程集团净营业收入为137亿元,同比增长99%。与此同时,携程集团还在全球化战略、AI赋能、ESG可持续发展等方面,为旅游行业高质量复苏贡献力量。

随着国内市场进入稳增长阶段,三季度携程国内酒店预订量同比增长超90%,较2019年同期增长超过70%。出境游复苏显著,尽管三季度跨境航空客运量仅恢复到2019年同期的50%左右,但携程出境酒店和机票预订量已恢复到2019年同期水平的

80%左右。此外,全球旅游市场前景向好,携程国际业务继续保持强劲势头。三季度携程国际OTA平台的总预订较去年同期及2019年同期水平增长均超100%。

在国内外业绩强劲复苏的进程中,携程通过持续发展入境游业务进一步加码全球化战略。入境游方面,携程与中国对外文化交流协会签署战略框架协议,推广“你好!中国”国家旅游形象;搭建入境游服务平台;联合中旅旅行、蚂蚁集团等企业发布入境游协作联盟倡议。今年三季度,携程入境游订单环比二季度增长34%。

全球化是携程的重要业务支柱,而AI

创新则是其长期战略核心。携程今年7月推出首个旅游垂直大模型“携程问道”,构建了“可靠答案数据库”,供旅行者获取准确的旅行数据和意见。

与此同时,随着ESG成为全球发展的重要关注点,携程也在ESG领域持续努力。在环境友好方面,目前已有超过1600万用户预订可持续旅行产品。同时,携程推出《低碳酒店标准》,致力于带动酒店行业实现《巴黎协定》的控温目标。在社区友好方面,携程度假农庄已在中国13个省及自治区开业上线26家携程度假农庄,不仅带动了当地村民致富增收,也为年轻人提供了“回流”乡村的机会。

# 通威携手链博会共创低碳美好未来

■ 本报记者 马晓娟



首届中国国际供应链促进博览会将于11月28日至12月2日在北京举行。清洁能源链作为五大链条之一,聚焦光伏、风电、氢能、传统能源低碳化、传统能源与风光氢协同发展、智能电网、储能的新技术和新产品,将呈现清洁能源行业产业链的新动态和新趋势。

通威股份有限公司由通威集团控股,是深耕绿色农业、绿色能源的大型民营科技型上市公司。通威股份光伏商务部组件全球营销总经理邱新日前在接受《中国贸易报》记者采访时表示,“链博会是全球首个以

供应链为主题的国家级展会,对于光伏产业链各环节的交流互通、协作共赢具有天然的促进作用。清洁能源供应链是紧密配合的精密链条,需要行业内部分工协作,在各自领域持续做专做精做强,与上下游环节共同进步。”

据邱新介绍,通威拥有遍布全国及海外的200余家分公司、子公司,员工5万余人,年饲料生产能力超过1000万吨;高纯晶硅现有产能超42万吨;太阳能电池现有产能达90GW;组件现有产能63GW,规划产能100GW;以“渔光一体”为主的

光伏电站累计装机并网规模达3.8GW。经过多年跨越式发展,公司已成为农业产业化国家重点龙头企业、全球领先的水产饲料生产企业、重要的畜禽饲料生产企业、全球高纯晶硅龙头企业及全球太阳能电池龙头企业。

通威于2006年进入光伏新能源产业,历经十余年快速发展,已成为拥有从上游高纯晶硅生产、中游高效太阳能电池片及组件生产,到终端光伏电站建设与运营的光伏企业,形成了完整的拥有自主知识产权的光伏新能源产业链条,在规模、技术、成本、质量等方面拥有优势,已全面打通光伏全产业链垂直一体化布局。公司不断加强做大优势环节,制造端重点布局高纯晶硅、高效电池及组件,应用端着力打造“渔光一体”创新发展模式,已成为我国

乃全球光伏新能源产业发展的重要参与者和主要推动力量之一。“我们的愿景和链博会不谋而合。”邱新说,“通威的企业愿景是‘为了生活更加美好’。光伏是清洁能源链的重要组成,也是通威的主要产业之一,这与清洁能源链展区的主题‘让地球更加美好’高度契合。通威太阳能电池片全球累计出货量160GW,相当于每年为全社会提供超过2200亿度清洁电力,避免了1.45亿吨二氧化碳向大气中排放。为‘双碳’目标的早日实现,地球环境的保护与改善做出了积极贡献。”

当前,光伏、风电、氢能等新能源蓬勃发展,清洁能源产业链供应链在全球范围内不断延伸拓展。邱新表示,对我国企业而言,清洁能源赛道充满机遇与挑战。以光伏为

例,在中国制造的推动下,我国的光伏发展走在了世界前列。随着全球能源转型日益成为大趋势和我国做出实现“双碳”目标的承诺,我国的光伏产业迎来了新的发展机遇。同时,地缘因素也对产业链的全球化运转造成波动影响。只有达成开放、合作的共识,在供应链的多环节充分发挥各自优势,形成你中有我、我中有你的团结共赢格局,才能在良性竞争中促进企业、产业、生态文明的高质量发展。

“我们以‘光伏改变世界’为目标,积极进行全球化的光伏产业全链布局。通威作为光伏行业规模较大、技术和产能领先的企业和区域‘链主’企业,希望通过参加首届链博会,认识更多海外朋友,为世界清洁能源供应链发展贡献更多来自中国的‘智’造力量。”邱新说。