

# 中國消費力外流驚人

## 去年出境購物達240億美元 專家指回籠需打「組合拳」

香港文匯報訊(記者 趙一存 北京報道)近日,由國際知名諮詢機構貝恩顧問有限公司與意大利奢侈品生產者協會聯合發佈的全球奢侈品市場報告顯示,中國已超過日本成為僅次於美國的第二大奢侈品消費國。不僅如此,近年來,年輕人漸成奢侈品消費主力。內地專家就此分析指,消費力「外流」已引起廣泛關注,而回籠外流的消費力,還需打出降低關稅、培育世界一流的中國民族品牌等「組合拳」。

據記者了解,一些常往返於境內、境外的人們,在回國時候,往往會收到家人朋友列出的購物清單,「最多為化妝品,還有手袋和數碼產品。」此間有分析認為,差價大是許多人熱衷在境外購物的主要原因。另一方面,上貨新及服務態度好亦是內地民眾選擇境外消費的重要原因。

### 年輕人成奢侈品消費主力

分析指出,境外購物消費主要由出境旅遊採購及「境外代購」組成。根據中國國家旅遊局的數據,中國2010年出境旅遊人數5,400萬人次,旅遊花費480億美元,人次支出約合人民幣5,800元,是國內旅遊人次支出的11倍。以購物支出佔旅遊總支出的比重50%計算,出境購物的花費達到240億美元。而據2010年度中國電子商務市場數據監測報告顯示,該年度境外代購的市場交易規模達到120億元,其中化妝品、奢侈品居多。

另外,世界奢侈品協會調查顯示,中國奢侈品消費者平均比歐洲奢侈品消費者年輕15歲,比美國奢侈品消費者年輕25歲。該協會中國代表處首席代表歐陽坤介紹,對中國奢侈品消費的主流人群調查顯示,月收入約1萬元的消費者佔總數一半以上,年齡在25至28歲之間,而尤為令人驚訝的是,中國奢侈品消費者年輕化的速度——在2007至2010年間,中國奢侈品主流消費群的最低年齡由35歲下降到目前的25歲。

歐陽坤認為,在未來3到5年內,25歲至30歲的消費者將成中國購買奢侈品的生力軍。

### 應培育世界一流中國品牌

針對消費力頻頻外流,內地專家建議,要回籠外流的消費力,需打出「組合拳」。不僅要從降低關稅、減少流通環節、創新消費模式、加大市場監管力度等方面着手,還要注意打造「原產地形象」,培育世界一流的中國民族品牌。

上海市商業經濟研究中心首席研究員齊曉齋認為,應借鑒海南島模式,推廣離境退稅、機場免稅商店等模式,將境外遊客的消費「留」在境內,促進商業環境的整體轉型。商務部新聞發言人姚建龍亦表示,應進一步給外商投資企業,特別是外資的運營企業創造一個好的國內分銷經營環境。

上海財經大學國際工商管理學院教授吳綱則認為,政府可以考慮在相對優勢的行業做產業綜合性的投入,加強宣傳,將唐裝、旗袍等也培育成像法國的葡萄酒、意大利的皮鞋一樣具有「原產地」特性的品牌集合群。



內地許多人熱衷在境外購物,導致消費力外流。圖為尖沙咀廣東道名店門外專程到香港「掃貨」的內地遊客。

## 內地奢侈品消費年增三成

香港文匯報訊(記者 趙一存 北京報道)國際知名諮詢機構貝恩顧問有限公司與意大利奢侈品生產者協會聯合發佈的全球奢侈品市場報告還顯示,去年中國內地的奢侈品銷售增長了30%。世界奢侈品協會中國代表處首席代表歐陽坤分析指,近年來,中國奢侈品消費增長很快,未來成為世界第一大奢侈品消費國已成定局。

### 狂掃名牌「不在乎錢」

在此間有報章稱,一些在華奢侈品經銷商證實,中國有錢人「不在乎錢」。在香港上市的奢侈品經銷商羅萊集團,去年旗下北京經銷商賣出的勞斯萊斯及賓利轎車的數量超過全球任何一家經銷商,分別達到223輛及253輛。該集團主席唐啟立表示,該公司的客戶群非常富有,可以在一天之內花1,000萬至1,500萬人民幣買一輛車。唐啟立說:「我們經銷的所有品牌轎車的平均售價是500萬至600萬人民幣,這還不包括由買家支付的增值稅。」

而據英國媒體報道,中國遊客在英國2010年的打折促銷季中消費的奢侈品達10億英鎊,他們所消費的Burberry、LV、Gucci等大牌奢侈品預計將佔整個英國奢侈品行業銷售額的三分之一。

貝恩公司預計,今年中國仍將是銷量增長最快的國家,按恆定匯率計算,其奢侈品銷售預計將增長25%,至115億歐元。



近年來,內地奢侈品消費增長迅速。圖為「上海奢侈品展」上的名牌跑車。

### 富裕階層消費與國際接軌

廣東省連鎖經營行業協會會長孫雄表示,目前在中國形成的一批中產階層、富裕階層消費者對品牌、品質、潮流的追求逐步與國際接軌,其生活質素、消費習慣及消費行為,觀念均與國際同步。孫雄進一步解釋到,奢侈品在中國市場火爆,正是中國消費升級、消費結構轉變的表現。

據2010胡潤財富報告顯示,中國內地千萬富豪人數達87.5萬人,億萬富豪達5.5萬人。而摩根士丹利則預測,在未來的5到10年內,中國中等收入家庭將達1億個,戶均擁有資產62萬元人民幣。

## 讓「畸形消費」不再「畸形」



近年來,隨着內地對奢侈品的狂熱追捧,中國幾可稱「奢侈品天堂」:從豪宅、名車到遊艇,從在香港用手推車買化妝品到在拉斯維加斯包場購物,而主流消費群最低年齡也從2007年的35歲下降到目前的25歲……

在世界奢侈品協會中國代表處首席代表歐陽坤看來,奢侈品消費年輕化,很大因素是「富二代」之間的攀比。不過,即便這種消費具備的是暴發戶式的高調和張揚,從消費與財富的關係層面來看,此種消費仍是合理的。但是,這種現象的蔓延已成風氣,卻現出了畸形的魅影。

事實上,在此類消費中,「奢侈品」這一符號的意義價值遠高於其真正的使用價值,且消費者未必了解奢侈品牌的歷史、文化及內涵。種種奢侈消費,其實多為顯示消費者遠高於社會平均水平的購買力,並以購得的奢侈品來定位自己的身份及地位。有報告顯示,很多人購買奢侈品,品牌並不重要,最大賣點卻是「必須是圈子裡公認的奢侈品」。

另一方面,奢侈品消費已不僅是單純的經濟現象,其內在的隱喻及對現實的直陳頗為值得深思。因為,許多奢侈品其實在中國加工製造,但貼上奢侈品標籤之後,返回中國內地的銷售價格卻遠高於海外。

在中國,奢侈品消費的擴張與盛行,其實並不利於社會經濟穩定及可持續發展。中國還應大力倡導理性消費,倡導綠色、低碳的消費觀念及生活方式,並以此構建社會經濟良性發展及循環。社會輿論和媒體還應引導理性健康的消費觀,讓奢侈品「畸形消費」不再「畸形」。

■一存

## 中國遊客成韓最大外來消費群

香港文匯報訊 據《法制晚報》消息:韓國旅遊發展局日前表示,中國遊客的人均支出為1,558美元,達到日本遊客(1,072美元)的近1.5倍,同時也超過美國遊客(1,292美元)的人均消費。中國遊客儼然成為最大外來消費群體。

5月5日,首爾江南區三成洞現代百貨商店來了一對30多歲的中國夫婦,兩人沒逛多長時間就購買了兩個愛馬仕手袋。該手袋單價在5,000萬韓圓(約合人民幣30萬元)以上,兩個加起來共1.1億韓圓。

上周,首爾廣津區廣壯洞華克山莊免稅店售出了今年以來最貴的一件商品。一位中國遊客買走了超過1億韓圓的瑞士伯爵鑽石手錶。最近,這種情況在首爾各大免稅店頻頻發生,而過去一年不過一兩次。一位顧客購買價值數千萬甚至數億韓圓的高價商品的數量不是1件,而是2到3件。

據了解,去年來韓的中國遊客人數達到187萬人次。2005年僅為71萬人次,在5年內增長2.6倍。而中國遊客的消費金額更是成倍增長。

以樂天免稅店為例,在外國人銷售的總額中,中國人所佔比例從2007年的6%增至今年的26%,增長4倍左右。

中國遊客的信用卡使用金額也暴漲。在五一勞動節假期期間,現代百貨商店銀聯卡刷卡額大幅增加。2009年和2010年的同比增長率分別達到25%和33%,今年則同比增長117%。

# 國土資源部促查處強徵強拆行為

新華社北京15日電 就近期一些地方因徵地拆遷引發惡性事件,中國國土資源部日前下發緊急通知,要求各地嚴格規範徵地拆遷管理,堅決防範查處強徵強拆行為,切實維護群眾合法權益。

國土資源部要求,各級國土資源部門貫徹落實中央規定,一把親親抓,配合政府和有關部門完善徵地拆遷補償安置政策。要督促市、縣政府對徵地拆遷管理工作負總責,加強徵地拆遷工作指導監督。要嚴格徵地拆遷管理,維護被徵地農民利益。實施徵地拆遷必須在政府統一組織領導下依法規範進行。徵地

拆遷農房屋要給予合理補償,並採取多種安置方式,妥善解決好農戶生產生活用房問題。要嚴格履行規定程序,徵地前及時就徵地補償安置標準和政策徵求群眾意見;不得強行實施徵地拆遷;對於群眾提出的合理要求,必須妥善予以解決,同時確保徵地補償費用及時足額支付到位。

國土資源部強調,各級國土資源部門要建立應急預案,對徵地拆遷中發生的突發事件,及時分析原因,採取措施妥善解決,防止簡單粗暴壓制群眾,引發惡性和群體性事件發生。要積極探索創新土地徵收拆遷

中化解不同意見的途徑,改進工作。與此同時,省級國土資源主管部門要迅速組織,對正在實施的徵地拆遷開展全面自查自糾,重點檢查徵地拆遷程序是否嚴格規範、補償標準是否符合規定要求、安置是否落實,是否存在違法違規強制徵地拆遷行為等。對發現存在程序不合法、補償不到位、被拆遷人居住條件未得到保障或違法違規強制徵地拆遷等行為的,立即予以制止,進行整改。對違法違規徵地拆遷行為,依法依規嚴肅查處。

## 穗政協擬開微博議政

香港文匯報訊(見習記者 李叢書 廣州報道)5月14日,記者從廣州市政協官方網站上了解到,目前廣州市政協準備與人民網合作,搭建「廣州市政協微博議政平台」。廣州市政協主席林元和在13日召開的市政協主席會議上,聽取了市政協辦公廳實行「網上辦文」和籌備「微博議政」的情況匯報。

據了解,市政協辦公廳擬於6月份舉辦廣州市政協「微博議政」培訓班,培訓內容包括微博的開設、應用和管理,提案博客,委員網上提交社情民意信息等。委員微博開通後,會及時將委員微博及博客內容與市政協門戶網站及委員履職管理系統實現信息共享。



模擬地震逃生 「2011年全國科技活動周暨江蘇省、南京市第二十三屆科普宣傳周」活動15日在南京科技館舉行。幾名小朋友在模擬地震現場的房間內緊急逃生。

## 中國科協「八大」月底開幕

香港文匯報訊(記者 劉凝哲 北京報道)中國科協第八次全國代表大會(簡稱科協「八大」)將於5月27日至30日在北京召開。

科協組織人事部部长李森向香港文匯報表示,5名來自香港、澳門及海外的科學家已被推舉成為科協全國委員候選人,他們將通過在科協「八大」上的選舉成為新一屆全國委員。

據介紹,科協「八大」的主要議程有四項,分別是審議中國科協第七屆全國委員會工作報告,審議《中國科協章程(修改草案)》,選舉中國科協新一屆領導機構,審議中國科協事業發展「十二五」規劃。

## 《人民日報》批部分商家借建黨紀念搞變味「獻禮」

香港文匯報訊(記者 趙一存 北京報道)《人民日報》昨日刊文批內地一些商家借「慶祝建黨90周年」之名,搞變味獻禮。文章在開篇提到,為慶祝建黨90周年,當前,內地各地在舉辦學術研討、知識競賽、歌詠比賽、文藝晚會等各類活動,這些活動主題鮮明、格調高深,受到社會各界廣泛讚譽。

文章指出,在上述活動開展的同時,內地卻有另類活動借「獻禮」、「慶祝」之名展開。文章舉例稱,某酒業公司借「喜迎建黨90周年」大搞主題促銷,有些商家在搞「購物品牌」活動,還有些商家開發出貴重金屬紀念品並在媒體上大做廣告等等。

文章嚴厲批評道,慶祝建黨90周年是一項嚴肅的政治活動,那些意在謀利的商業活動,看不出與建黨90周年有什麼聯繫。文章強調,這樣的商業活動,不僅僅「變味」了,也暴露了商家的淺薄與庸俗。故此,「當戒之!」