

花1020亿美元！ 中国客境外扫货买疯了

2012年消费额比2010年翻一倍 去年8300万人次出境游

现状 在欧洲 撑起奢侈品市场半壁江山
在韩国 8%游客创造25%免税收益

《2013中国免税报告》显示，近几年，中国出境人数逐年攀升，自2010年首次突破5000万人次后，一直保持以每年约20%的速度递增，2012年中国出境人数已高达8300万人次。与此同时，中国游客的境外消费额也随之高涨，从2010年的540亿美元一跃攀升至2012年的1020亿美元，翻了将近一倍。联合国世界旅游组织此前发布的报告也显示，中国已经成为世界第一大国际旅游消费国。

《重庆商报》报道，财富品质研究院院长周婷介绍，出境人数的逐渐增长，实际上已带动中国游客成为全球旅游零售领域的最大消费群体，“甚至足以支撑欧洲本土奢侈品市场的半壁江山”。英国《金融时报》披露的数据显示，

在伦敦的希斯罗机场，中国游客约占全部游客的1%，但是却创造了25%的免税收益；巴宝莉在伦敦Hackney地区开设的奥特莱斯店，在非周末的日子，约有3/4的顾客都是中国游客。

不仅在欧洲，2013年上半年，在韩国仁川机场，中国游客约占游客总数的8%，却创造了约25%的免税收益；中国游客已成韩国最大免税集团乐天免税店最大的消费人群。

此外，根据新加坡旅游局的数据显示，2011年中国游客人均在新加坡支出约1081美元，比2002年（约377美元）增长2倍多；在迪拜国际机场，中国旅客葡萄酒消费额约是1370至2500美元，并通常会购买3条以上的爱马仕围巾。

特点 四成游客赴港澳 来美比例渐增高
普通人爱名牌包 富豪青睐限量版

在选购奢侈品时，哪些国家或地区最受中国消费者青睐？最常去境外购买哪些商品？

在2012年，中国消费者奢侈品购物决策地的重心偏向境外地区，境外门店及免税店是中国消费者最爱购买奢侈品的场所。

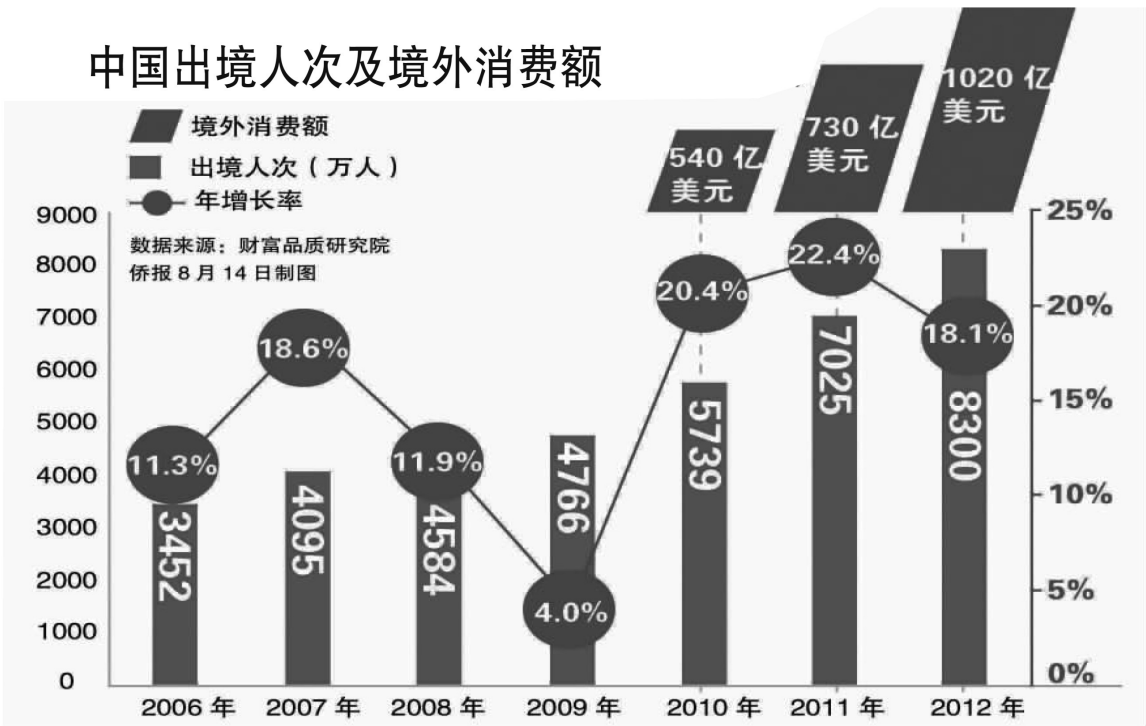
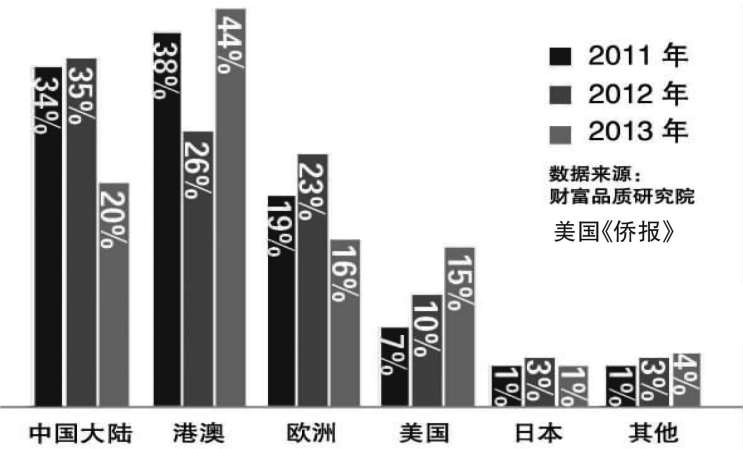
报告显示，2012年，除港澳地区（26%）外，欧洲是中国境外旅游消费的重心，达23%，其次是美国（19%）；2013年，港澳成为中国消费者最爱购买奢侈品的地区，比例高达44%，在美国购买奢侈

品牌的则上升了5%。

此外，中国消费者在境外的奢侈品消费主要集中在皮具、腕表与珠宝。但是由于资产状况的不同，普通消费者更倾向于购买香水、化妆品、皮具与服饰等初级奢侈品；而珠宝、腕表等顶级奢侈品则最受富豪消费者青睐。

“由于境内外的价差，普通消费者境外购物时极爱皮具产品，特别是大牌的箱包；而富豪消费者则更偏爱限量或者定制版的皮具。”周婷介绍。

中国消费者奢侈品主要购买地



探因 境内外价差 普通消费者“买的越多越值”
人民币升值 同款GUCCI包比8年前便宜3000元

为何境外消费会大幅攀升？报告认为，境内外消费价差是主要原因。报告称，与富豪消费者更看重个性化购物体验及高品质服务不同，普通消费者则对价格比较敏感，消费心态是“买的越多越值”。

“导致价差的原因，一方面是由于奢侈品品牌公司定价机制，另一方面是奢侈品进口关税、消费税以及流通环节各类税费。”周婷分析。

此外，人民币汇率持续升值，也使得中国旅客更有经济实力进行境外消费。

重庆市民刘薇对此表示认可。刘薇在一家金融企业工作，2005年到欧洲出差，曾花1500美元买了一款GUCCI的手提包，按照当时人民币对美元1:8.27的汇

率，需要支付12405元人民币；而现在同样标价的包只需支出9183元就够了。

报告同时显示，境内部分消

费品的不安全性和部分商品供应不足，使中国人更愿意信赖境外商品的品质和在境外享受购物体验。



2012年12月26日，中国游客在英国商店内抢购名牌包。

趋势 品牌深入中国 奢侈品境外消费比例将降至20%
呈现品牌文化 原产地“体验之旅”将更受欢迎

随着全球经济一体化的发展，中国消费者最终出境购买的将主要是那些在家门口买不到的奢侈品。

报告分析，中国消费者的境外奢侈品消费大致分为三个阶段：第一阶段，改革开放初期到上世纪90年代中期，奢侈品消费80%以上是由境外实现的。第二阶段，上世纪90年代中期至今，奢侈品牌纷纷进入中国，甚至已经

深入大陆二三线城市。“现在在中国消费者很容易在家门口购买到心仪的奢侈品。”周婷分析称，目前，中国奢侈品的境外消费基本稳定在40%左右。

该份报告预测称，随着物流、信息流的高度发达以及全球经济一体化的发展，境外消费的状况很快会进入第三阶段：最终中国人出境购买的主要是在境内门店买不到的奢侈品，尤其是定制、限

量以及小众设计师品牌。报告预测，奢侈品消费偏向境外的现状很快会缓解，未来中国境外消费的比例将会下降到20%左右。

对于未来的趋势，该份报告中提到，旅游类消费会成为未来境外消费的一大特点；此外，到奢侈品原产地感受其品牌的文化和内涵，“体验之旅”将会越来越受中国消费者的欢迎。