

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

本節載有與本行業相關的若干統計數字、行業數據或其他資料，乃接摘錄自各類公開可得的政府或官方來源，以及由思緯市場資訊有限公司公佈的研究報告。

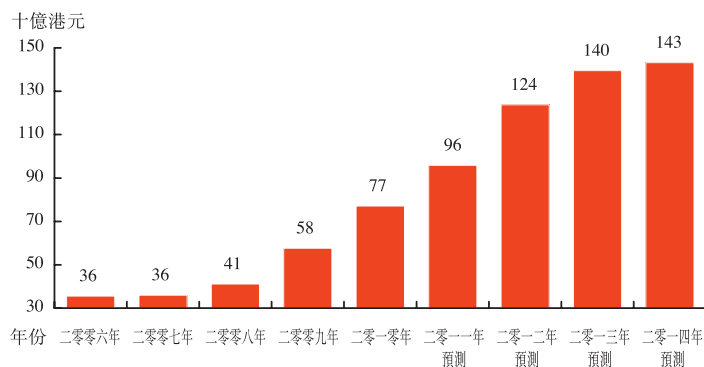
本公司相信，該等資料的來源是該等資料的適當來源，並已合理審慎地摘錄和轉載該等資料。本公司並無理由相信該等資料虛假或誤導，或遺漏任何事實致使該等資料虛假或誤導。本公司、[●]、彼等各自的任何董事、高級職員、聯屬人士、顧問或代表並未對該等資料進行獨立核證，亦未就其準確性作出任何聲明。

概覽

本集團主要在香港、中國及澳門從事奢華品牌手袋及配飾產品零售業務，並以「米蘭站」及「法國站」品牌經營零售店。於最後實際可行日期，本集團經營國際奢華時裝公司逾20個手袋產品品牌及逾30個其他產品品牌，包括Balenciaga (巴黎世家)、Bottega Veneta (寶缇嘉)、Céline (賽琳)、Chanel (香奈兒)、Chloé (珂洛艾伊)、Dior (迪奧)、Fendi (芬迪)、Goyard (戈雅)、Gucci (古琦)、Hermès (愛馬仕)、Louis Vuitton (路易威登)、Miu Miu (繆繆)、Prada (普拉達) 及Yves Saint Laurent (伊夫聖羅蘭)。

下圖列示二零零六年至二零一四年亞太地區奢華品牌手袋的市場銷售額：

二零零六年至二零一四年估計市場銷售總額的複合年增長率=18.8%



附註：亞太地區包括日本、香港、印度、中國、台灣、韓國、澳洲、新加坡、馬來西亞、泰國、印度尼西亞、澳門、菲律賓、越南及緬甸

資料來源：思緯數據庫、訪談及分析

自二零零九年以來，亞太地區奢華品牌手袋市場開始好轉。亞太地區奢華品牌手袋市場於二零零九年錄得總收益約580億港元，二零零六年至二零一四年(預測)的複合年增長率超過18.8%。亞太地區奢華品牌手袋市場預計會加速發展，預計到二零一四年底其市場銷售額將達約1,430億港元。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

按國家劃分奢華品牌手袋的市場銷售額

下表列示二零零九年亞太地區十大奢華品牌手袋市場的銷售及市場份額以及二零一四年預測：

二零零九年亞太地區十大奢華品牌手袋銷售國家和地區以及二零一四年銷售預測

排名	國家和地區	二零零九年		排名	國家和地區	二零一四年	
		銷售額 (十億港元)	市場份額 (%)			銷售額 (十億港元)	市場份額 (%)
1	日本	14.14	24.6	1	日本	33.97	23.7
2	香港	9.59	16.7	2	香港	32.36	22.6
3	中國	7.95	13.8	3	中國	22.25	15.6
4	印度	6.08	10.6	4	印度	13.93	9.8
5	台灣	5.50	9.6	5	台灣	12.50	8.8
6	韓國	4.92	8.5	6	韓國	11.07	7.7
7	澳洲	2.62	4.6	7	澳洲	5.34	3.7
8	新加坡	2.04	3.5	8	新加坡	3.91	2.7
9	馬來西亞	1.47	2.5	9	馬來西亞	2.48	1.7
10	泰國	1.47	2.5	10	泰國	2.48	1.7
11	亞太地區 其他國家	1.79	3.1	11	亞太地區 其他國家	2.90	2.0
總計	亞太地區	57.57	100.0	總計	亞太地區	143.19	100.0

附註：亞太地區其他國家包括印度尼西亞、澳門、菲律賓、越南及緬甸

資料來源：思緯訪談及分析

二零零九年至二零一四年預測年度，日本主導亞太地區市場的奢華品牌手袋的銷量。日本獨佔二零零九年亞太地區全部奢華品牌手袋銷售約24%，排在首位。中國二零零九年奢華品牌手袋銷售落後於香港及日本，排在第三位。得益於每年有大量中國及全球其他地方遊客購買免稅奢華商品（特別是手袋），香港的奢華品牌手袋的排名依然穩固。相對而言，澳門奢華品牌手袋市場規模較小。

行業趨勢

產品

奢華品牌手袋在亞太地區頗受歡迎，奢華時尚品牌進一步將其現有奢華品牌手袋系列由標準系列或標誌或經典風格，提升至使用鱷魚皮、駝鳥皮、蜥蜴皮等特種真皮及鑽石與

行業概覽

黃金等珍貴材料製成的更多款式的產品，旨在提供單品價值最少約100,000港元的限量版標誌手袋。為明確品牌定位，該等限量版標誌手袋往往僅保留給其最重要的客戶，即購買力雄厚的客戶。奢華品牌手袋零售商將更多地附加創意及特別增值服務，讓客戶從人群中脫穎而出。通過在客戶手袋上添加個人姓名縮寫即可個性化，再加上精致的掛鏈及配飾，會令客戶品味與眾不同。迄今為止，奢華品牌手袋的金融危機抵御能力好於高價手錶及珠寶等奢華產品，預期日後會持續該趨勢。

二手奢華品牌手袋

為維持在城市不同地區的實體形象，實現更佳銷售業績及保持競爭優勢，二手奢華品牌手袋零售商的注意力轉向年輕人對奢華商品的需求。在後衰退期，二手奢華品牌手袋市場在亞太地區的復甦速度最快，特別是對每季更換奢華品牌手袋的消費者而言；購買數個或更多質量相當及實屬真品的二手奢華品牌手袋更加經濟。除在減價期間（通常一年僅有數次）向全新尚未使用的奢華品牌的手袋零售商購買外，全年享有二手奢華品牌手袋門店折扣尤其受白領女性及家庭主婦分部的消費者歡迎。由於希望立即獲得現金，大部分前往門店回售手袋的客戶通常不大議價；而更多客戶志在售回奢華品牌手袋以便能購買下季奢華品牌手袋新品。該循環不斷的周期可讓銷售二手奢華品牌手袋的門店以低價收購及出售手袋來吸引更廣泛的客戶，獲利空間巨大。此外，部分二手奢華品牌手袋於成為二手奢華品牌手袋市場收藏品時可能升值。

品牌

品牌聲譽是推動亞太地區奢華品牌手袋業務的主要因素。儘管亞太地區奢華品牌手袋市場將繼續增長，但通過開店方式迅速擴張的零售商將繼續加大品牌建設及溝通力度。奢華品牌將開拓切合亞太地區市場獨特品味的副品牌機遇。例如，一家法國奢華品牌手袋及絲綢產品公司於二零一零年開設其首間中文品牌店舖。大多數奢華品牌手袋零售商將利用其國際認知度、多元化位置及現有市場，加上亞太地區迅速興起的市場，繼續整合及擴大其品牌的全球佔有率。奢華品牌將繼續建立重要的本地客戶基礎，同時利用全球旅遊業帶來的機遇。

行業概覽

價格

自衰退期以來，亞太地區奢華品牌手袋的銷售單價上升10%，現行單價設定在約5,000港元或以上。價格上漲將不會影響奢華品牌手袋的需求，原因是未來十年內對奢華品牌手袋的追求預期將保持強勁。此外，亞太地區對奢華品牌手袋的需求迅速發展，以致歐洲的人工製造及工藝甚至無法滿足龐大的需求；由於手袋售價會於短期內繼續其上升趨勢，意味著標誌別無空間向公眾提供奢華品牌手袋的常規折扣。奢華品牌手袋的折扣只適用於季節性產品而非常規產品。銷售奢華品牌手袋的未來策略將會是推動奢華品牌手袋售價上漲，以滿足價格敏感程度較低的亞太地區客戶的需要。此舉將繼續對香港等對奢華品牌手袋免稅的亞太地區市場有利。在任何情況下，奢華品牌零售商均將繼續保持在香港的強大佔有率，並以款式及價格吸引更多的遊客。

銷售渠道

隨著奢華品牌手袋零售商找出在亞太地區市場維持奢華品牌手袋領導地位所必需的有效銷售渠道策略，銷售渠道之間的競爭將日益激烈。成功的奢華品牌手袋零售商更能夠透過全資擁有的銷售渠道而非透過經營權控制品牌經營業務。該過程要求按量銷售奢華品牌及提供高水準的服務。透過全資擁有的銷售渠道實現品牌認知度，將被視為未來數十年內推動銷售增長的趨勢，原因是許多亞洲消費者無法以產品設計概念的角度欣賞奢華品牌手袋。網上購物已證實是奢華品牌手袋的未來銷售渠道。例如，在主動搜索奢華品牌手袋信息時，對消費者而言，互聯網是迄今為止最重要及最方便的信息來源媒介，因此搜索引擎中的品牌能見度對未來銷售渠道趨勢至為關鍵。網上投放的品牌及產品資料亦存在更多深化空間。

國家

香港目前仍是亞太地區（特別是中國內地）消費者購買高端產品（特別是奢華品牌手袋）最喜愛及具吸引力的目的地之一。從不同品牌的價格、選擇範圍及風格以及產品質量角度而言，香港被認為是理想的購物場所。此外，對中國內地消費者而言，交通便利鞏固了香港作為購物樞紐的地位。廣州消費者最有可能從香港購買其心儀產品，而上海及北京的消費者亦將香港視為其購買奢華品牌手袋的首選地點。預期在可見將來，中國內地對奢華產

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

品的強大需求將繼續推動香港奢華品牌手袋銷售業務的發展，同時香港仍是奢華品牌手袋銷售的中國主要樞紐。香港將繼續從中國經濟的迅猛增長中受益，從而確保該地區的消费趨勢得以運轉。

客戶

讓亞太地區忠誠客戶選擇其奢華品牌手袋的策略日益重要。奢華品牌正透過廣泛的品牌構建工具、忠誠度計劃及專門營銷活動邀請建立市場。在銷售執行人員與奢華品牌尊貴客戶之間建立關係等柔性手段十分重要，其對亞洲文化尤為有效。亞太地區年輕一代的客戶因可方便上網及接觸國外媒體、旅遊及海外留學經歷而緊跟全球潮流。亞太地區客戶希望立即得到世界其他地方正流行的元素，其中不乏奢華品牌手袋。事實上，在香港本地市場銷售下滑或滯銷的許多品牌，持續得到中國內地遊客的強大支持。頂端奢華品牌深悉該情況，將繼續開設旗艦店以應對更多中國內地客戶的需求。

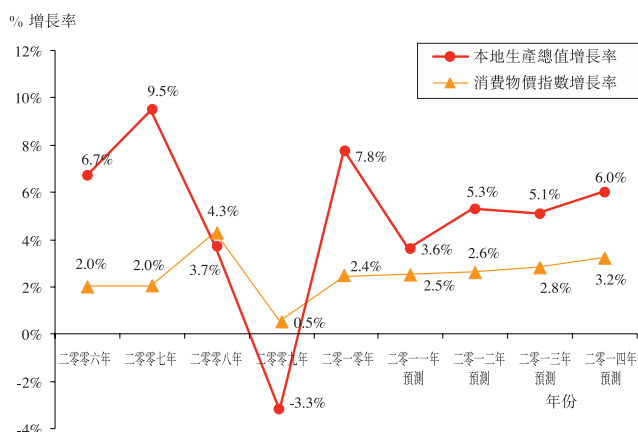
香港、中國及澳門的經濟

香港、中國及澳門的主要經濟指標

香港

下圖列示二零零六年至二零一零年香港的本地生產總值及消費物價指數增長率以及二零一一年至二零一四年的預測：

香港主要經濟指標



資料來源：香港政府統計處，EIU (二零一零年九月)

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

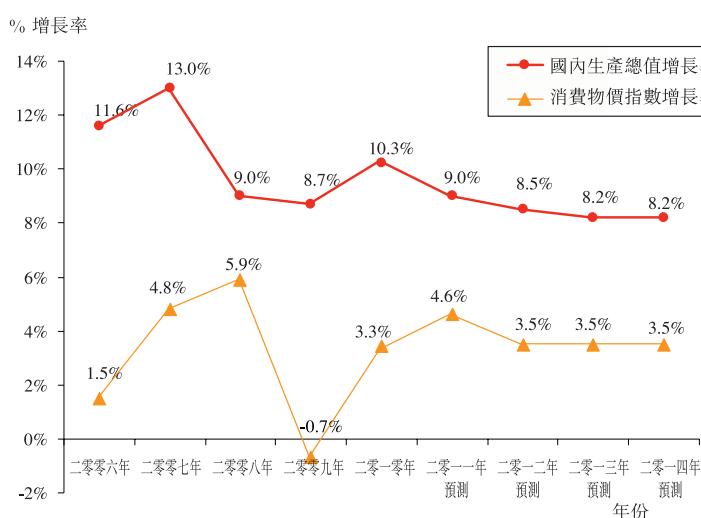
行業概覽

香港的經濟由二零零六年至二零零八年持續增長，其中增長速度在二零零七年達到最高，為9.5%左右。然而，由於二零零八年第四季開始的金融危機的影響，香港於二零零九年錄得負數本地生產總值增長率3.3%。香港透過貿易、旅遊及金融連繫與中國內地日益整合，令香港經濟於二零一零的復甦速度超過預期，增長率約達7.8%。

中國

下圖列示二零零六年至二零一零年中國國內生產總值與消費物價指數的增長率以及二零一一年至二零一四年的預測：

中國主要經濟指標



資料來源：News & Broadcast (二零一零年六月十八日)，中國統計局，中國新聞網 (二零一零年一月二十二日)

二零零六年至二零零七年，中國國內生產總值保持超過10%的強勁增長率，於二零零七年創13%的歷史高位。二零零八年至二零零九年，中國國內生產總值增長率分別下降至約9.0%及8.7%。二零一零年中國國內生產總值增長率上升至10.3%左右，原因是全球經濟復甦帶動國內需求增加，且對其對外貿易有利，出口量自二零零九年初起快速回落。

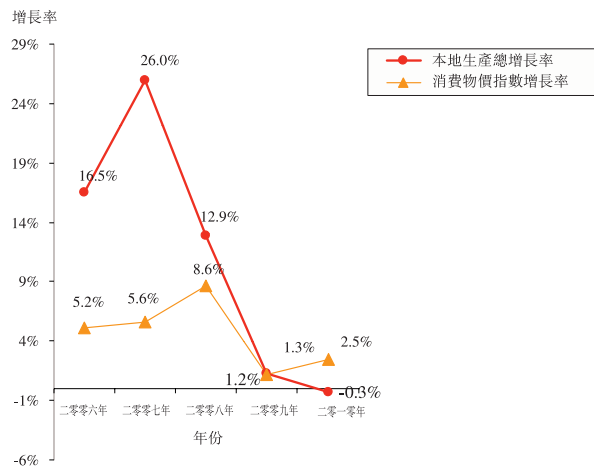
本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

澳門

下圖列示二零零六年至二零一零年澳門的本地生產總值及消費物價指數增長率：

澳門主要經濟指標



資料來源：香港政府統計處，澳門特別行政區

由於二零零八年底放開中國內地遊客赴澳開設賭場後博彩及旅遊業獲得長足增長，澳門的經濟以兩位數的本地生產總值比率急劇增長。澳門的經濟高度依賴博彩及相關旅遊業務，二零零九年佔本地生產總值約71%，其中博彩稅收佔政府總收入約77%。通脹接近本地生產總值增長率，是二零零六年至二零零八年澳門政府面對的另一個問題。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

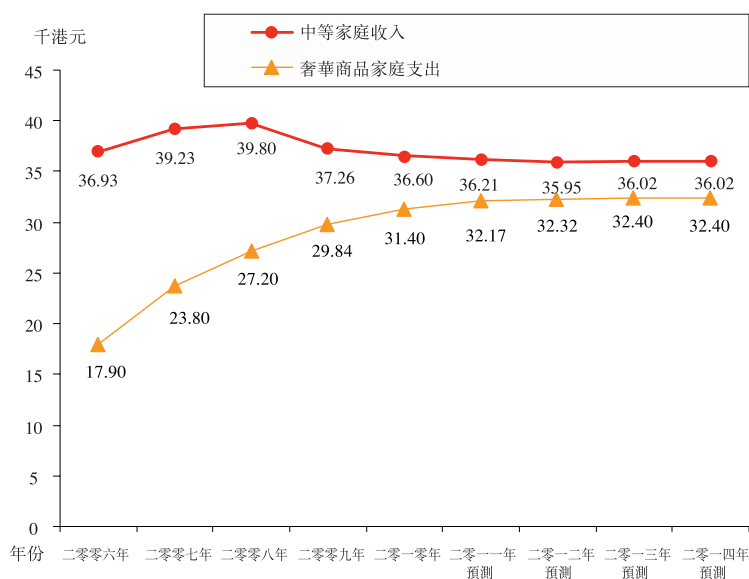
行業概覽

香港、中國及澳門的家庭收入與奢華商品支出

香港

下圖列示二零零六年至二零一零年香港的家庭收入及奢華商品支出以及二零一一年至二零一四年的估計：

二零零六年至二零一四年香港的家庭收入及奢華商品支出



附註：奢華商品不包括汽車、遊艇、噴氣式飛機、服務、酒精等，包括手袋、珠寶及手錶、服裝、皮革小物件、鞋、化妝品、配飾等

資料來源：香港政府統計處，思緯估計

儘管二零一零年的收入縮減，但香港奢華商品家庭支出仍保持強勁。香港中等家庭收入於二零零六年至二零一零年以約0.2%的複合年增長率下跌，而奢華商品家庭支出則以約15.1%的複合年增長率急劇上升。增長速度放緩，很大程度上是由於金融危機導致中等家庭收入由二零零八年至二零零九年縮減約6.8%所致。

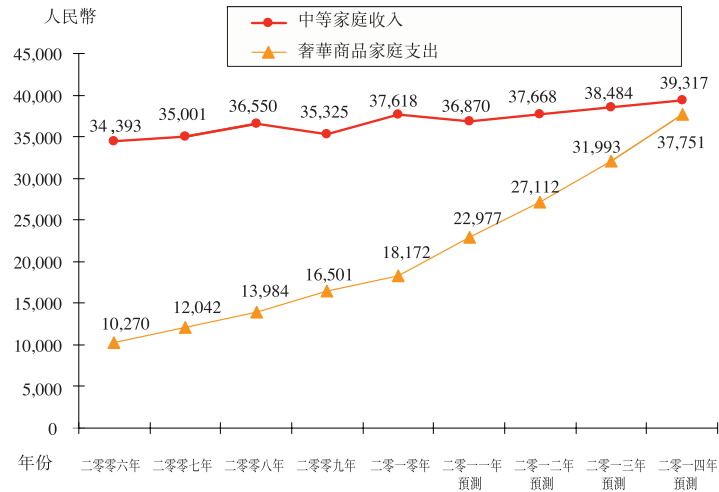
本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

中國

下圖列示二零零六年至二零一零年中國的家庭收入及奢華商品支出以及二零一一年至二零一四年的預測：

二零零六年至二零一四年中國的家庭收入及奢華商品支出



附註：

- (i) 奢華商品不包括汽車、遊艇、噴氣式飛機、服務、酒精等，包括服裝、皮革制品、鞋、珠寶、手錶、化妝品、配飾等。
- (ii) 奢華商品支出不包括海外旅遊購買的商品。

資料來源：思緯訪談，中國統計局

由於中國中等家庭收入於二零零六年至二零一零年以約1%的複合年增長率穩步增長，故同期每個家庭每年的奢華商品平均支出以約17.1%的複合年增長率急劇上升，由約人民幣10,270元增加至人民幣18,172元。

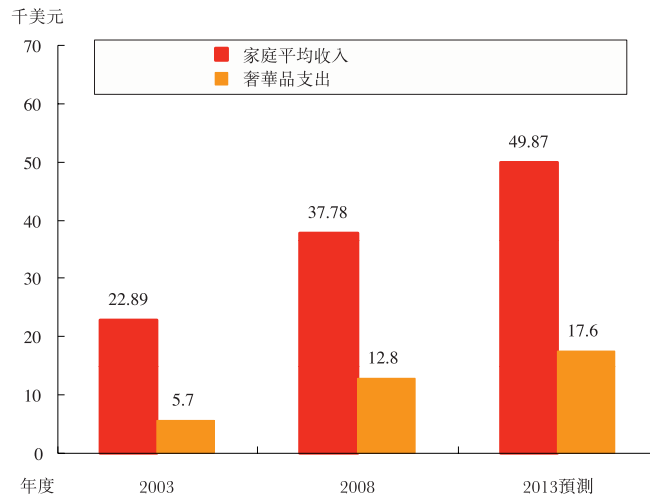
本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

澳門

下圖顯示二零零三年、二零零八年及二零一三年(預測)澳門家庭年收入及奢華物品支出：

二零零三年、二零零八年及二零一三年澳門家庭年收入及奢華品支出



附註：澳門特區統計暨普查局每五年進行一次研究。

澳門的奢華品包括服裝、手袋、珠寶、手錶、眼鏡、皮帶、錢包等，在國際時裝店的零售店銷售。

資料來源：澳門特區統計暨普查局、思緯估計

由於博彩及相關旅遊市場的繁榮發展，在二零零三年至二零零八年的過去五年間，澳門家庭平均收入大幅增加約65%。由於澳門家庭的平均收入大幅增加，令其有更多可支配收入購買奢華品，在二零零三年至二零零八年的過去五年間，其奢華品平均年支出增加約124.6%

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

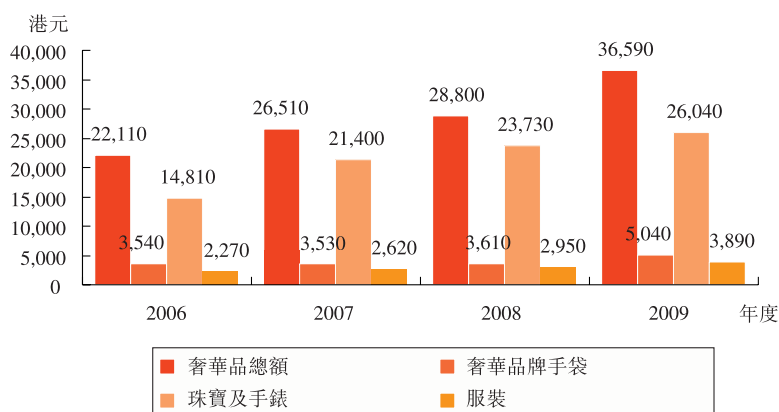
香港、中國及澳門奢華品牌產品平均消費支出

香港

下圖顯示二零零六年至二零零九年香港奢華品牌及設計師產品平均消費支出：

二零零六年至二零零九年香港奢華品牌及設計師產品平均消費支出

- 二零零六年至二零零九年香港奢華品牌及設計師產品平均消費支出複合年增長率=18.3%
- 二零零六年至二零零九年香港下列產品類別平均消費支出複合年增長率：
 - 奢華品牌手袋= 12.5%
 - 珠寶及手錶= 20.7%
 - 服裝 = 19.7%



附註：香港的奢華品牌及設計師產品包括服裝、手袋、珠寶、手錶、眼鏡、皮帶、錢包等，在國際時尚店的零售店銷售。

資料來源：思緯訪談及分析

服裝是最受香港消費者追捧的奢華品牌產品，其次是皮草及鞋履。二零零九年，珠寶及手錶獨佔奢華品總市場份額的約71%，其次是手袋及服裝，分別約佔14%及11%。二零零九年，香港奢華品牌及設計師產品平均消費支出約為36,590港元。二零零六年至二零零九年，香港奢華品牌及設計師產品平均消費支出以約18.3%的複合年增長率增長。與消費者對奢華類別的喜好一致，珠寶及手錶平均消費支出的複合年增長率增幅最大，約為20.7%，其

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

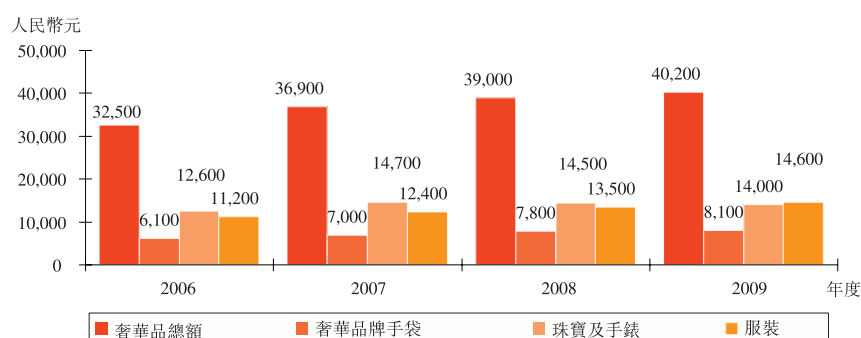
次是服裝，增幅約為19.7%。儘管奢華品牌手袋消費支出僅約佔奢華品支出總額的14%，但物價大幅上漲推動開支以約12.5%的複合年增長率增加，中國大陸遊客約佔手袋銷售額的60%。

中國

下圖顯示二零零六年至二零零九年中國奢華品牌及設計師產品平均消費支出：

二零零六年至二零零九年中國奢華品牌及設計師產品平均消費支出

- 二零零六年至二零零九年中國奢華品牌及設計師產品平均消費支出複合年增長率=7.3%
- 二零零六年至二零零九年中國下列產品類別平均消費支出複合年增長率：
 - 奢華品牌手袋= 9.9%
 - 珠寶及手錶= 3.6%
 - 服裝 = 9.2%



附註：中國的奢華品牌及設計師產品包括服裝、手袋、珠寶、手錶、眼鏡、皮帶、錢包等，在國際時尚店的零售店銷售。

資料來源：思緯訪談及分析

由於人民幣升值及中國富人的消費增加，二零零六年至二零零九年，中國奢華品牌及設計師產品平均消費支出由約人民幣32,500元大幅增至約人民幣40,200元，複合年增長率約7.3%。奢華品牌手袋平均消費支出的增長比服裝、珠寶及手錶強勁，二零零六年至二零零九年的複合年增長率約為9.9%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

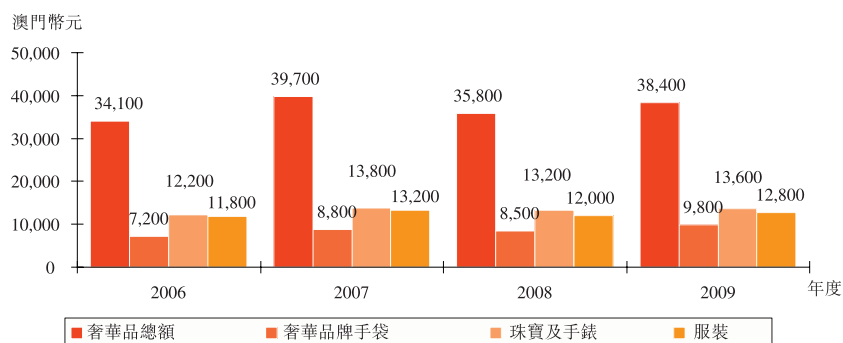
行業概覽

澳門

下圖顯示二零零六年至二零零九年澳門奢華品牌及設計師產品平均消費支出：

二零零六年至二零零九年澳門奢華品牌及設計師產品平均消費支出

- 二零零六年至二零零九年澳門奢華品牌及設計師產品平均消費支出複合年增長率=4.0%
- 二零零六年至二零零九年澳門下列產品類別平均消費支出複合年增長率：
 - 奢華品牌手袋=10.2%
 - 珠寶及手錶= 3.7%
 - 服裝 = 2.7%



附註：澳門的奢華品牌及設計師產品包括服裝、手袋、珠寶、手錶、眼鏡、皮帶、錢包等，在國際時尚店的零售店銷售。

資料來源：思緯訪談及分析

由於大陸到澳門旅遊的人數增加，二零零六年至二零零九年，澳門奢華品牌及設計師產品平均消費支出由約澳門幣34,100元溫和增至約澳門幣38,400元，複合年增長率約4.0%。奢華品牌手袋平均消費支出的增長比服裝、珠寶及手錶強勁，二零零六年至二零零九年的複合年增長率約為10.2%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

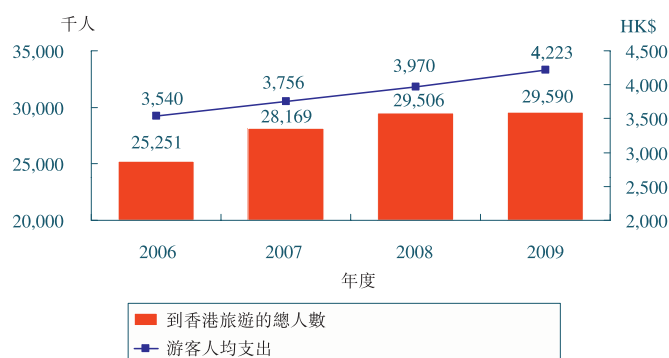
到香港旅游的人數及其平均支出

下圖顯示二零零六年至二零零九年到香港旅遊的人數及其平均支出(住宿及單日遊)：

二零零六年至二零零九年到香港旅游的人數及其平均支出(住宿及單日遊)

到香港旅遊的人數複合年增長率= 5.4%

遊客人均支出複合年增長率=6.1%



附註：遊客包括單日及住宿訪客

資料來源：香港旅遊發展局

下表顯示二零零九年遊客人數(按國家劃分)：

二零零九年遊客人數(按國家劃分)

國家／地區	遊客人數	佔遊客總數百分比(%)
中國	17,956,731	61%
南亞及東南亞	2,885,155	10%
台灣	2,009,644	7%
歐洲、非洲及中東	1,968,781	7%
北亞	1,823,184	6%
美洲	1,567,807	5%
澳洲、新西蘭及南太平洋	707,963	2%
澳門特區	671,389	2%

附註：遊客包括單日及住宿訪客

資料來源：香港旅遊發展局

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

二零零六年至二零零九年，到香港旅遊的人數錄得持續增長，複合年增長率約為5.4%，這主要是由於旅遊限制放寬令中國遊客數由二零零六年的約13,600,000人飆升至二零零九年的約18,000,000人(複合年增長率約9.7%)所致。二零零九年，來自中國的遊客佔到香港旅遊的總人數約61%，人數超過來自所有其他國家的遊客總數。儘管二零零九年經濟下滑，中國(6.5%)、印度(4.6%)、中東(2.0%)及印尼(1.3%)仍是二零零八年至二零零九年僅有的遊客數實現正增長的國家和地區。二零零九年，約有17%的遊客在香港購買了手袋、錢包或皮帶，較二零零六年增加約4.0%。

香港、中國及澳門的零售行業

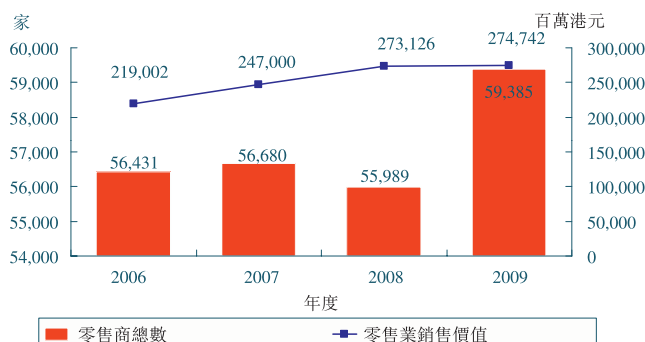
香港、中國及澳門的零售業市值

香港

下圖顯示二零零六年至二零零九年香港的零售商總數及零售業的銷售價值：

二零零六年至二零零九年香港零售業的市場銷售價值

二零零六年至二零零九年香港零售業的市場銷售價值複合年增長率= 7.9%



附註：

- (1) 零售業涵蓋食品、煙酒、超市銷售、服裝、鞋履及相關產品、百貨店銷售、珠寶、手錶及鐘錶及貴重禮品、書籍、文具、中藥及其他消費品等。
- (2) 鞋履及相關產品及其他服裝配飾涵蓋銷售鞋履、布料、裁縫附件及其他服裝、鞋履及相關產品的零售店。
- (3) 珠寶、手錶及鐘錶以及貴重禮品涵蓋金店、珠寶、玉佩及寶石店、貴重禮品店、銷售手錶及鐘錶的手錶及珠寶店及零售點等。

資料來源：香港政府統計處

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

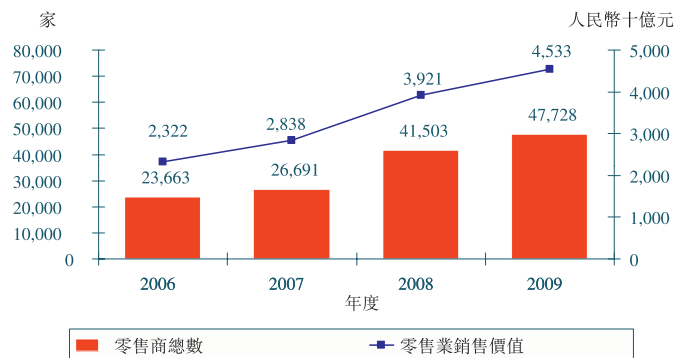
由於二零零六年至二零零九年香港的遊客支出持續增長，於該期間香港整體零售業的市場銷售價值的複合年增長率約為7.9%。然而，由於失業率飆升、人均可支配收入減少及遊客人數下降，二零零九年的零售增速放緩。由於經濟復甦，零售商數目亦飆升至二零零九年及二零一零年分別59,385家及61,713家。

中國

下圖顯示二零零六年至二零零九年中國的零售商總數及零售業的銷售價值：

二零零六年至二零零九年中國零售業的市場銷售價值

二零零六年至二零零九年中國零售業的市場銷售價值複合年增長率= 25.0%



附註：

- (1) 零售商指指定規模人民幣5,000,000元以上的註冊公司，並非指銷售點。
- (2) 零售價值僅為銷售價值人民幣5,000,000元或以上的企業的销售價值，但不包括批發、酒店及餐飲服務。

資料來源：中國國家統計局、思緯分析

二零零六年至二零零九年，中國零售業的市值由約人民幣23,220億元增至約人民幣45,330元，複合年增長率約為25.0%。由於消費氣氛疲弱，加上國內及全球經濟放緩的負面影響(如失業及收入增長放緩)令消費支出增長放緩，二零零九年中國零售業市場價值增長放緩至約15.6%。零售業已從二零一零年起出現快速回升的跡象，二零一零年的零售市場價值按年增長約18.4%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

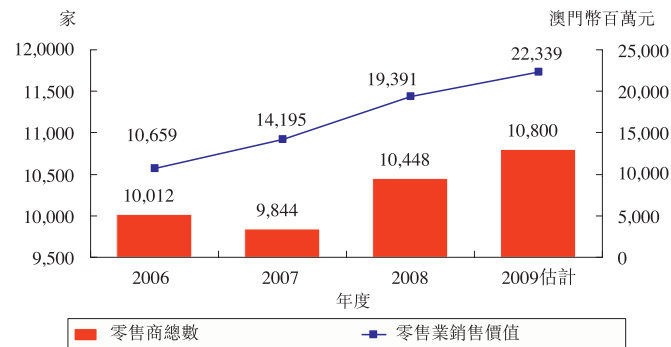
行業概覽

澳門

下圖顯示二零零六年至二零零九年澳門的零售商總數及零售業的銷售價值：

二零零六年至二零零九年澳門零售業的市場銷售價值

二零零六年至二零零九年澳門零售業的市場銷售價值複合年增長率= 28.0%



附註：

- (1) 上圖中的數字包括澳門的各類銷售業務。
- (2) 由於澳門官方統計部門未發佈有關數據，故二零零九年澳門零售商數目是思緯估計的數目。

資料來源：澳門特區統計暨普查局

在二零零六年至二零零九年的過去四年間，澳門的零售業大幅增長，市值以約28.0%的複合年增長率增長及零售商數目以約2.6%的複合年增長率增長。預期澳門將會有更多的購物中心。隨著由街店轉向大型及集中的購物中心，更多品牌及零售商將進駐澳門市場爭取該旅遊市場的份額。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

香港、中國及澳門奢華品牌手袋市場銷售價值(附註1)

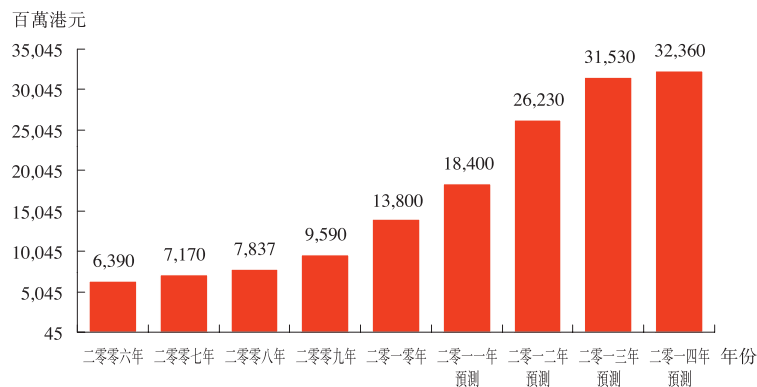
香港

下表列示二零零六年至二零一四年香港奢華品牌手袋的估計市場銷售價值：

二零零六年至二零一四年香港奢華品牌手袋的估計市場銷售價值

二零零六年至二零一零年估計市場銷售價值總額的複合年增長率 = 21.2%

二零一一年至二零一四年估計市場銷售價值總額的複合年增長率 = 20.7%



附註：

(1) 本段所用「全新及尚未使用的」及「二手」詞彙具有以下涵義：

- (a) 「全新及尚未使用的」的定義：指之前並未由任何人士使用的全新物件。
- (b) 「二手」的定義：指之前曾經有人使用或擁有的物件。

(2) 以上數字包括透過國際時裝公司精品店或零售店及奢華品牌手袋獨立零售商等各種渠道出售的全新、尚未使用及二手奢華品牌手袋。

資料來源：思緯訪談及分析

奢華品牌手袋市場主要包括國際時裝公司精品店或零售店直銷貨品及香港奢華品牌手袋獨立零售商銷售貨品：

- 自國際時裝公司精品店或零售店及香港奢華品牌手袋獨立零售商產生的銷售額分別佔二零零九年市場銷售總額的88%及12%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

儘管二零零八年因金融危機導致銷售者信心銳減而令奢華品牌手袋市場放緩，但二零零九年及二零一零年市場迅速回升，大幅增長約22.4%及43.9%。鑒於香港仍為中國主要購物中心，預期奢華品牌手袋銷售額自二零一一年至二零一四年將按約20.7%的比率加速增長。

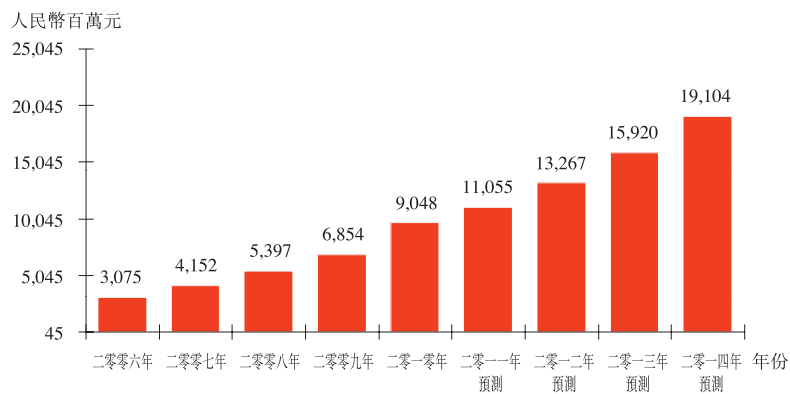
中國

下表列示二零零六年至二零一四年中國奢華品牌手袋的估計市場銷售價值：

二零零六年至二零一四年中國奢華品牌手袋的估計市場銷售價值

二零零六年至二零一零年估計市場銷售價值總額的複合年增長率 = 31.0%

二零一一年至二零一四年估計市場銷售價值總額的複合年增長率 = 20.0%



附註：

- (1) 本段所用「全新及尚未使用的」及「二手」詞彙具有以下涵義：
 - (a) 「全新及尚未使用的」的定義：指之前並未由任何人士使用的全新物件。
 - (b) 「二手」的定義：指之前曾經有人使用或擁有的物件。
- (2) 以上數字僅計入國際時裝公司精品店或零售店。
- (3) 於二零零六年至二零一零年過去五年中，透過奢華品牌手袋獨立零售商銷售的全新及尚未使用的奢華品牌手袋及二手手袋仍不重大。

資料來源：思緯訪談及分析

行業概覽

中國的奢華品牌手袋市場銷售價值飛速增長，二零零六年至二零一零年的複合年增長率約達31.0%，估計銷售價值於二零一零年約達人民幣90億元。中國城市10%的最富人群的可支配收入不斷增加，為帶動中國過去5年奢華品牌手袋的關鍵推動力。估計二零一一年至二零一四年中國奢華品牌手袋市場將按約20.0%的複合年增長率繼續增長，金額將由約人民幣111億元增至人民幣191億元。平均而言，中國消費者可將其年收入達約11%至15%消費於奢華品牌手袋。

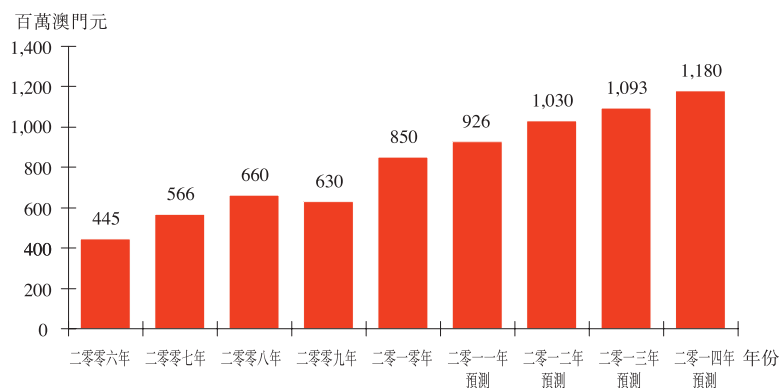
澳門

下表列示二零零六年至二零一四年澳門奢華品牌手袋的估計市場銷售價值：

二零零六年至二零一四年澳門奢華品牌手袋的估計市場銷售價值

二零零六年至二零一零年估計市場銷售價值總額的複合年增長率= 17.6%

二零一一年至二零一四年估計市場銷售價值總額的複合年增長率= 8.4%



附註：

- (1) 本段所用「全新及尚未使用的」及「二手」詞彙具有以下涵義：
 - (a) 「全新及尚未使用的」的定義：指之前並未由任何人士使用的全新物件。
 - (b) 「二手」的定義：指之前曾經有人使用或擁有的物件。
- (2) 以上數字包括透過國際時裝公司精品店或零售店及奢華品牌手袋獨立零售商等各種渠道出售的全新、尚未使用及二手奢華品牌手袋。

資料來源：澳門特區統計暨普查局、思緯訪談及分析

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

澳門的奢華品牌手袋市場銷售價值由二零零六年的445,000,000澳門元增至二零一零年的850,000,000澳門元，複合年增長率約達17.6%。隨著中國經濟迅速崛起及富裕階層的消費能力增強，奢華品牌手袋市場銷售價值按約35%的比率增長，於二零一零年已增至約850,000,000澳門元。預期二零一一年至二零一四年銷售價值將按約8.4%的複合年增長率繼續增長。

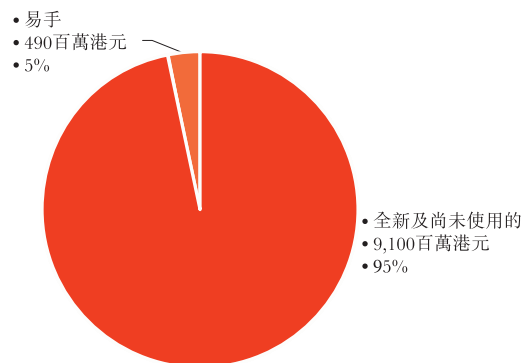
香港奢華品牌手袋的市場分類

按類別(全新及尚未使用的或二手的)劃分

以下餅狀圖列示按類別劃分(全新及尚未使用的或二手的)的二零零九年香港奢華品牌手袋的市場分類：

按類別劃分的二零零九年香港奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模 =9,590百萬港元



附註：

(1) 本段所用「全新及尚未使用的」及「二手」詞彙具有以下涵義：

- (a) 「全新及尚未使用的」的定義：指之前並未由任何人士使用的全新物件。
- (b) 「二手」的定義：指之前曾經有人使用或擁有的物件。

資料來源：思緯訪談及分析

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

全新及尚未使用的手袋一般於國際時裝公司精品店或零售店及奢華品牌手袋獨立零售商銷售，而二手手袋則可透過香港越來越多的奢華品牌手袋獨立零售商購買。儘管二零零九年二手手袋僅佔奢華品牌手袋市場銷售總額約5%，其佔香港獨立零售商銷售額的約42%。

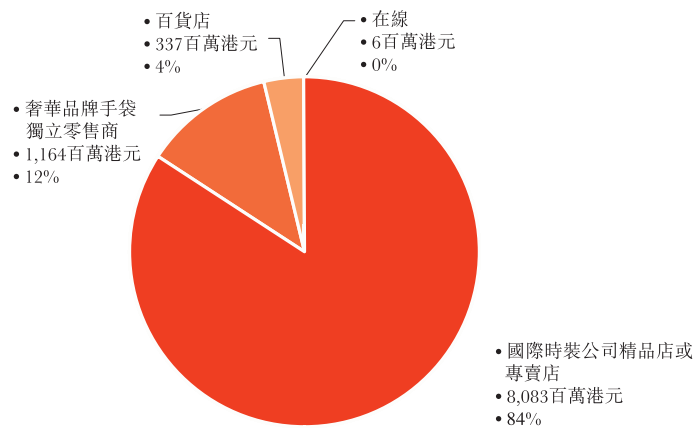
全新、尚未使用的及二手的手袋主要由香港的遊客消費帶動。於二零零九年，就全新及尚未使用的奢華品牌手袋而言，本港客戶約佔手袋銷售額的45%，而中國及外國遊客則分別約佔45%及10%。於二零零九年，就二手奢華品牌手袋而言，中國遊客約佔手袋銷售額的45%，而本港客戶及外國遊客則分別約佔35%及15%。

按渠道劃分

以下餅狀圖列示按渠道劃分的二零零九年香港奢華品牌手袋的市場分類：

按渠道劃分的二零零九年香港奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模= 9,590百萬港元



資料來源：思緯訪談及分析

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

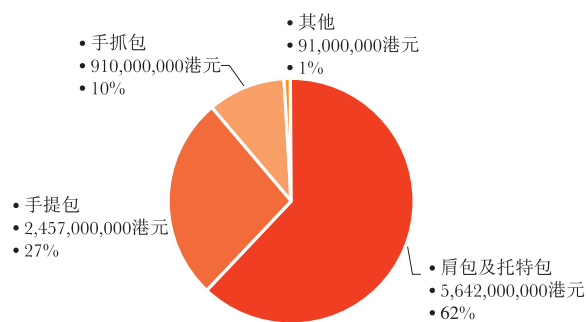
透過國際時裝公司精品店或零售店銷售的奢華品牌手袋由二零零六年起增加51%至二零零九年的8,083,000,000港元，而透過奢華品牌手袋獨立零售商銷售的奢華品牌手袋由二零零六年起增加42%至二零零九年的1,164,000,000港元。二零零九年，僅有4%的奢華品牌手袋透過百貨店出售，因為客戶認為百貨店與國際時裝公司零售店的價格差別較小。二零零九年，香港奢華品牌手袋在線銷售主要透過奢華品牌手袋獨立零售商的網絡店舖進行，所佔市場份額不到1%。

按產品劃分

以下餅狀圖列示按產品劃分的二零零九年香港全新及尚未使用的及二手奢華品牌手袋的市場分類：

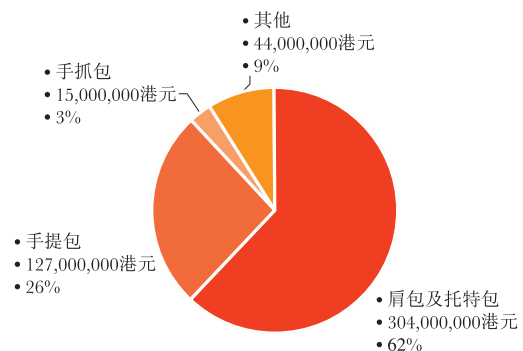
按產品劃分的
二零零九年香港全新及尚未使用的
的奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模= 9,100,000,000港元



按產品劃分的
二零零九年香港二手
奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模=490,000,000港元



資料來源：思緯訪談及分析

最暢銷奢華品牌手袋款式為肩包及托特包，於二零零九年約佔市場總份額的62%，其次為手提包，全新及尚未使用的及二手的手提包分別約佔27%及26%的份額。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

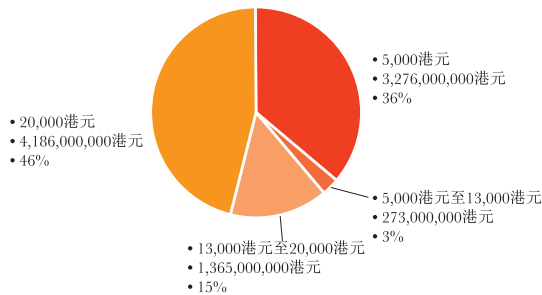
行業概覽

按價格範圍劃分

以下餅狀圖列示按價格範圍劃分的二零零九年香港全新及尚未使用的及二手奢華品牌手袋的市場分類：

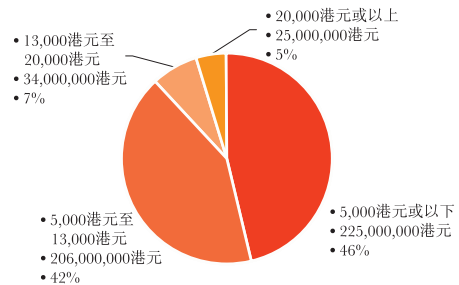
按價格範圍劃分的
二零零九年香港全新及尚未使用的
的奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模= 9,100,000,000港元



按價格範圍劃分的
二零零九年香港二手
奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模=490,000,000港元



資料來源：思緯訪談及分析

二零零九年，全新及尚未使用的奢華品牌手袋市場主要以20,000港元或以上價格的手袋為主，而二手奢華品牌手袋的最大市場份額則由5,000港元以下的手袋佔有。由於未來數年物價將繼續攀升，就全新及尚未使用的及二手奢華品牌手袋而言，預期13,000港元以上的產品將佔領市場，並擴大市場價值總額。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

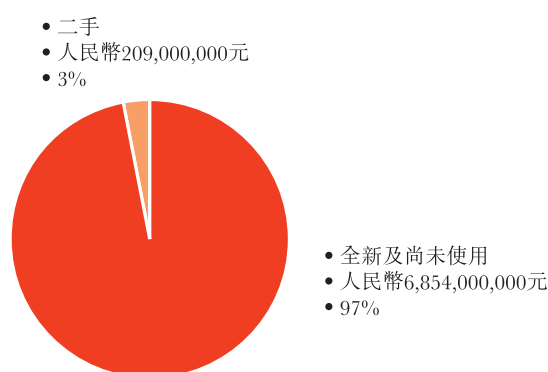
中國奢華品牌手袋的市場分類

按類別劃分(全新及尚未使用的或二手的)

以下餅圖顯示按類別劃分(全新及尚未使用的或二手的)的二零零九年中國奢華品牌手袋的市場分類：

按類別劃分的二零零九年中國奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模 = 人民幣7,063,000,000元



附註：

(1) 本段所用「全新及尚未使用的」及「二手」詞彙具有以下涵義：

- (a) 「全新及尚未使用的」的定義：指之前並未由任何人士使用的全新物件。
- (b) 「二手」的定義：指之前曾經有人使用或擁有的物件。

資料來源：思緯訪談及分析

在中國，全新及尚未使用的奢華手袋通常在國際時尚店的精品店或零售店及奢華品牌手袋零售商出售，而二手手袋則主要通過獨立零售商購買。二手奢華品牌手袋僅佔二零零九年中國奢華品牌手袋市場銷售額約3%。

全新及尚未使用的奢華品牌手袋的消費對象通常為數目日漸增加的中國中產階級與富裕消費者及追求時尚潮流並希望反映其地位的白領。另一方面，就二手奢華品牌手袋而言，白領消費者佔二零零九年中國二手奢華品牌手袋總銷售額約70%，而富有消費者則佔約30%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

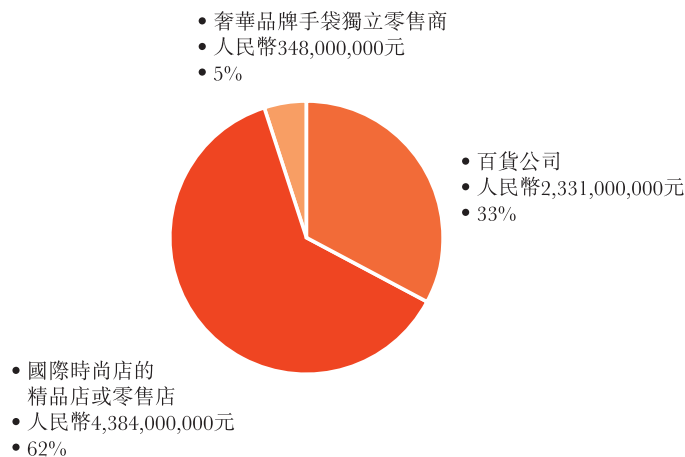
雖然全新及尚未使用的奢華品牌手袋目前主導中國市場，但隨著白領消費者的需求(特別是對一些最奢華的項目)增長，二手奢華品牌手袋市場正不斷迅速發展。保留高價值手袋(例如從獨立零售商購買的愛馬仕及香奈兒)的概念越來越普及。然而，當白領消費者掌握以高周轉率回售過季手袋以購買下一季項目的概念時，白領消費者將會推動未來二手奢華品牌手袋的需求。

按渠道劃分

以下餅圖顯示按渠道劃分的二零零九年中國奢華品牌手袋的市場分類：

按渠道劃分的二零零九年中國奢華品牌手袋的市場分類

市場總規模 = 人民幣7,063,000,000元



資料來源：思緯訪談及分析

二零零九年通過獨立零售商銷售的奢華品牌手袋銷售額約為人民幣348,000,000元，僅佔二零零九年奢華品牌手袋總市值約5%，而通過高級百貨公司及國際時尚店的零售商銷售的銷售額合共約為人民幣6,715,000,000元，佔二零零九年總市場份額約95%。預計未來國際時尚店零售店市場的增長速度會快於百貨公司，因為預計會有更多零售店在中國開業以應付不斷增長的豪華購物需求。另一方面，較年輕消費者的需求不斷增加，將會推動奢華品牌手袋獨立零售商滿足這類消費者以實惠價購買奢華名牌產品的需求。

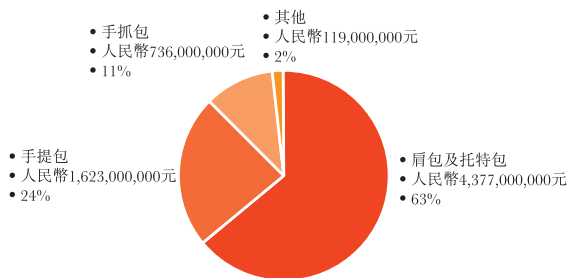
本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

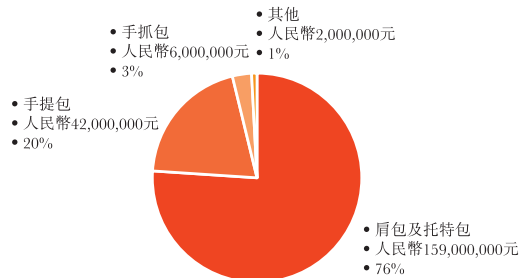
按產品類別劃分

以下餅圖顯示按產品類別劃分的二零零九年中國全新及尚未使用及二手奢華品牌手袋的市場分類：

按產品類別劃分的二零零九年中國
全新及尚未使用奢華品牌手袋的市場分類
市場總規模 = 人民幣6,854,000,000元



按產品類別劃分的二零零九年
中國二手奢華品牌手袋的市場分類
市場總規模 = 人民幣209,000,000元



資料來源：思緯訪談及分析

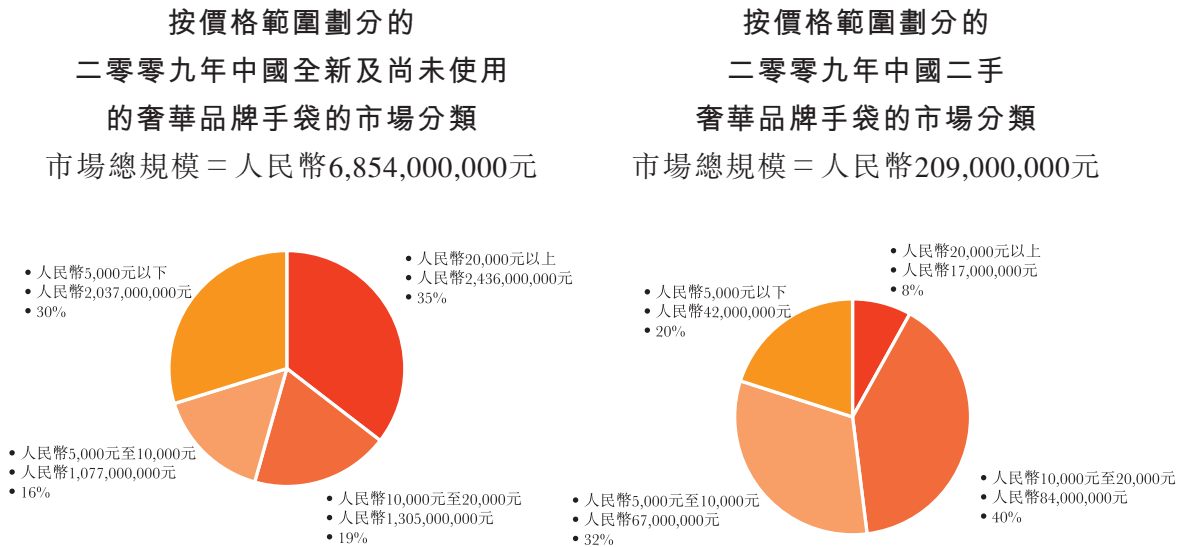
最暢銷的奢華品牌手袋為肩包及托特包，分別佔二零零九年全新及尚未使用及二手手袋市場約63%及76%，其次是手提包，分別佔全新及尚未使用及二手手袋市場約24%及20%。其他類型如斜挎包、背囊及腕包較不受追捧流行版本手袋的中國消費者歡愛。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

按價格範圍劃分

以下餅狀圖列示按價格範圍劃分的二零零九年中國全新及尚未使用的及二手的奢華品牌手袋的市場分類：



資料來源：思緯訪談及分析

二零零九年，售價人民幣20,000元及以上的奢華品牌手袋主導全新及尚未使用奢華手袋市場，而售價人民幣10,000元至人民幣20,000元的奢華品牌手袋則佔二手奢華品牌手袋的最大市場份額，反映消費者偏好較高收藏價值的商品。

中國奢華品牌手袋銷售的其他市場資料

下文市場資料乃根據思緯報告所載的數據予以提供。

消費能力

於二零零九年，北京、成都、廣州、杭州、南京、上海、瀋陽及天津的人均可支配收入分別約人民幣26,738元、人民幣18,659元、人民幣27,610元、人民幣26,864元、人民幣25,504元、人民幣28,837元、人民幣18,560元及人民幣21,430元，而同年北京、成都、廣州、杭州、南京、上海、瀋陽及天津的百萬富翁分別為151,000人、13,500人、49,200人、47,300人、22,100人、122,000人、7,660人及14,500人。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

消費模式

北京、成都、廣州、杭州、南京、上海、瀋陽及天津的大部分消費者每年會購買一至二個奢華品牌手袋，而更富裕的消費者購買手袋更頻繁，每季可能會購買一至二個奢華品牌手袋。

銷售渠道

北京、成都、廣州、杭州、南京、上海、瀋陽及天津的市民一般在位於高端購物區、高端購商場、黃金零售地區及百貨商店購買奢華品牌手袋。

價格範圍

在北京、上海及廣州，價格在人民幣4,500元以上及人民幣10,000元至人民幣100,000元之間的产品最為暢銷。定價為人民幣4,500元以上的產品以及介乎人民幣8,000元至人民幣60,000元的產品於成都、廣州及瀋陽為最暢銷產品。定價為人民幣4,500元以上的產品以及介乎人民幣7,000元至人民幣50,000元的產品於南京及天津為最暢銷產品。

競爭

根據思緯報告，截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止兩個年度各年，就所有零售商(包括國際時裝公司的時裝店或零售店與香港、中國及澳門的獨立零售商)的全新、尚未使用及二手奢華品牌手袋整體市場的總銷售額而言，本集團分別佔(i)香港總銷售額的6.5%及6.3%；(ii)中國總銷售額的0.04%及0.3%；及(iii)澳門總銷售額的4.7%及5.5%。根據思緯報告，本集團為市場領導者，在香港約174間奢華品牌手袋獨立零售商中佔奢華品牌手袋總銷售額逾50%市場份額，並在銷售價值及銷量方面均為二零零九年香港奢華品牌手袋獨立零售商之冠。於二零零九年中國及澳門獨立零售商的奢華品牌手袋銷售總額的市場份額方面，本集團分別佔中國及澳門的銷售總額約5.7%及77.7%。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

行業資料來源

本集團委託獨立第三方思緯市場資訊有限公司，就(其中包括)奢華品牌手袋行業進行市場研究，並編製思緯報告，以載入本文件，固定費用合共308,000港元。根據思緯市場資訊有限公司的業務諮詢部的資料，思緯市場資訊有限公司為於二零零三年成立的一間研究機構，擁有約6,000名僱員，遍佈全球逾62個國家100多個城市。思緯市場資訊有限公司為倫敦證券交易所上市公司Aegis Group plc的市場研究分支機構。思緯市場資訊有限公司業務諮詢部的服務包括市場情況、市場規模、份額及分類分析、分佈及價值分析、競爭者追蹤及公司情報。

思緯市場資訊有限公司代表其自身、其附屬公司及業務部確認，思緯報告乃於其日常業務過程中編製，獨立於本集團且不受本集團影響，並同意本集團引述思緯報告及於本文件內使用思緯報告所載資料，且其並無撤回同意。

據董事所知及所信，思緯報告所載資料乃按數據及情報收集方式得出，其中包括文案研究、諮詢客戶、與主要利益相關人士及行業專家(即聯合會及專家、主要參與者及競爭者—奢華二手及全新產品零售商及／或批發商、時尚及流行記者及分析家)作12至16次會談。思緯市場資訊有限公司在收集情報後會採用自身內部分析模式及技術加以分析、評估並核實。

本文件載有的若干資料乃摘錄自思緯報告，且該等資料載於本文件「行業概覽」及「業務」兩節。