

歐元貶值利外銷 奢侈品提價賺外匯

富裕人士通脹敏感度低 復甦外遊釋放購買力

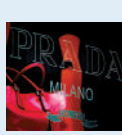
通脹危機③

在全球通脹急升、經濟衰退日益迫近的情況下，奢侈品業務不單未有受到影響，反之其盈利更錄得增加。美國為了遏制高通脹而不斷加息，從而美元匯價愈為強勢，此舉卻曲線令美國人對奢侈品興趣愈為提升，有利歐洲各大高端名牌品牌在美國市場的銷售。

大公報記者 李耀華



▲美元匯價強勢令美國人對奢侈品興趣愈為提升。

奢侈品牌分區銷售上半年增長率	亞洲 (不包括日本)	LVMH	愛馬仕	開雲集團	普拉達
					
		32%	15%	-1%	——
	法國	7%	41%	37%	——
	日本	7%	20%	26%	28%
	美國	27%	34%	37%	41%
	其他	12%	28%	26%	——

全球利率急升、通脹高企、能源危機持續，令人們相信全球經濟衰退迫在眉睫。與此同時，數以千萬計的富裕客戶，由於過去兩年新冠疫情促使各地封城封關，無處消費而積聚大量的購買力，故當全球防疫措施鬆綁後，隨即蜂擁出動掃貨。

需求殷切 上半年盈利增三成

即使全球經濟不明朗，多間主要奢侈品牌的集團，仍然在逆市中找到財路，藉着歐洲和美國的銷售增加，成功在一片銷售勁瀉的預期之下而成功穩住業務。多個奢侈品牌，包括路易威登(LVMH)、開雲集團、愛馬仕、歐萊雅、普拉達、Moncler等，早前先後公布強勁的上半年業績，全球銷售額和盈利，錄得增長兩成至三成。

金融服務供應商Flornoy投資組合經理Arnaud Cadart表示，客人對奢侈品的需求仍然殷切。與普通零售業不同的是，奢侈品牌的客人主要來自較富有的專業界別，因較富有所以對通脹不太敏感，亦不會憂慮是否會出現經濟衰退和勞工市場放緩等因素。所以，奢侈品牌即使因通脹因素而加價，亦不會對該檔次客人的購買意欲造成嚴重打擊。

Arnaud Cadart又指出，所有地區的銷售額均有增長，唯獨中國在次季錄得輕微下跌，全因抵抗新冠肺炎疫情而採用嚴格防控措施所致。

事實上，各品牌在美國、歐洲、日本的銷售額均錄得增長，普拉達在歐洲的銷售額大增89%；Moncler上升42%，主要由於旅客，尤以是美國人恢復到歐洲地區旅遊，基於美元兌歐元大幅升值，令美國旅客的購買慾不跌反升。旗下品牌擁有Gucci、聖羅蘭、巴黎世家等的開雲集團，其財務總監Jean Marc Duplaix表示，美國人去年在歐洲地區的銷售額按年狂飆三倍，現已超越了2019年。

美元兌歐元勁升刺激到奢侈品需求大升，因大部分是在歐洲，尤其是在法國和意大利以歐元成本生產，而以美元賣到全世界各地。故當把所賺取的美元兌換回本國貨幣後，價值便會增加。滙豐控股在7月中的一份報告指出，估計歐元區銷售額只佔整體歐洲奢侈品市場約一成半，換個角度而言，整體行業正受惠於歐元貶值。

全球最大的奢侈品牌公司LVMH今年上半年的營業額按年增長28%，由1月至6月期間錄得超過367億歐元，其中四分一的升幅主要受惠於匯率變化。故即使面對原材料價格上升和運輸成本增加，奢侈品牌仍然有條件加價。

時尚雜誌經理Pierre Michaud表示，客戶現時仍未受到加價的影響，愛馬仕集團在法國銷售額大增41%，也是一項紀錄。擁有Louis Vuitton、Dior、Tiffany品牌的LVMH集團，旗下不少品牌都加價3%至7%，主要在首季。該公司財務總監Jean Jacques Guiony表示，假如真正出現經濟衰退，便會調節價格，但相信不會對業務構成重大影響。貝萊德投資的全球首席投資策略師Wei Li表示，不是所有歐洲公司都有條件加價，完全視乎本身能力。

愛馬仕今年加價4% 銷售未放緩

愛馬仕主席Axel Dumas亦表示，雖然今年加價4%，但是任何地區銷售都未見明顯放緩。汽車製造商雷諾亦表示，翻新策略是聚焦於出售數量較少，但利潤較佳的汽車，結果效果顯著，集團現已提高今年邊際利潤的預測。一架最昂貴的雷諾汽車可索價超過10萬美元。

雖然富有客戶的儲蓄亦同受到通脹侵蝕，只是現時仍在享受重獲自由購物的慾望之中，並不會計較多付點錢。至於旅遊行業又另一受害者，英國航空的母公司IAG在早前表示，已經成功轉虧為盈，亦是疫症爆發以來首度出現的，原因是已有不少旅人在4月至6月出遊歐洲。

▼歐萊雅次季銷售錄得增長19%至超過90億歐元。



奢侈品牌次季銷售額比較

LVMH	
次季銷售(億歐元):	187.30
增幅(%):	19
上半年銷售(億歐元):	367.00
增幅(%):	28.0
愛馬仕	
次季銷售(億歐元):	27.00
增幅(%):	26
上半年銷售(億歐元):	54.75
增幅(%):	29.0
開雲集團	
次季銷售(億歐元):	49.74
增幅(%):	20
上半年銷售(億歐元):	99.300
增幅(%):	16.0
Moncler集團	
次季銷售(億歐元):	3.285
增幅(%):	26
上半年銷售(億歐元):	9.184
增幅(%):	46.0
歐萊雅	
次季銷售(億歐元):	90.60
增幅(%):	19
上半年銷售(億歐元):	183.70
增幅(%):	20.9
普拉達	
次季銷售(億歐元):	—
增幅(%):	22
上半年銷售(億歐元):	19.00
增幅(%):	—

虛幣潛水投資者財困 名錶炒價回落

同步
向下

奢侈品牌公司在上半年盈利大好，不過名牌手錶不但未能受惠，而且更錄得銷售大跌，主要是一向作為名錶大客的虛幣投資者，最近因虛幣踏進寒冬期，從而影響名錶銷售。

虛擬貨幣最近進入寒冬，整體市值現已由高峰期的3萬億美元，一度大幅收縮至不足1萬億美元，名牌手錶出現不再受追捧的現象，網上手錶交易平台Chrono24接受外電查詢時表示，虛擬貨幣價格下跌直接打擊到名錶品牌，例如勞力士和柏德菲臘(Patek Philippe)等品牌的銷量。

至於熱門名錶的二手市場，虛幣大牛市早於去年11月10日左右見

頂，當時多款名錶，例如勞力士的Daytona，和柏德菲臘的Nautilus 5711A，價格都曾大幅飆升。然而，迄今比特幣和以太幣價值，相比去年11月已是大跌六成半，而且變得一潭死水，儘管近期有所回升，可是遠遠未能收復失地。

Chrono24表示，柏德菲臘



▲虛擬貨幣價格下跌直接打擊到名錶品牌二手價格。

Nautilus 5711A，原零售價約3.5萬美元，今年首季曾大升至24萬美元，然而價格目前已回落至19萬美元。Chrono24行政總裁Tim Stracke指出，部分手錶型號價格回落反映整體二手名錶市場正在整固，一些熱爆手錶型號與同類錶種的價格差距已經拉近。

同時，Chrono24表示，近期已見個別一些名牌錶，例如Girard-Perregaux Laureato桂冠系列，以及卡地亞和百年靈(Breitling)很多型號，價格都已回升；至於奧米加Speedmaster收藏系列中近乎每個型號的需求均告回升。計劃首次公開招股Chrono24預期，下半年其交易網站的成交額將進一步上升。

加息周期兼衰退逼近 生意增長恐見頂

財經
觀察

李耀華
奢侈品牌公司最新公布業績顯示，客戶購物意欲似乎未受到通脹高企和經濟衰退陰霾所影響，然而很可能只是經濟衰退只在部分地區出現，若果歐洲、日本及其他發達國家都紛紛呈現衰退，相信名牌貨品公司的銷售量肯定無可避免的遭受影響。

名牌公司管理層接受傳媒訪問時，經常唱好奢侈品市道，認為高端

消費品的客戶，有較強能力抵禦經濟轉差時的困境，即使目前經濟環境惡劣，甚至貨品價格上升，客戶的需求並未受影響。

明顯地，名牌公司全因近期業績比較理想才有如此樂觀的說法，思考點應該放在業績是個滯後數字，大部分尚未反映全球加息的影響，而加息影響力往往需要一段時間才會出現。儘管發達國家通脹看似愈升愈高，然而目前經濟數據顯示，發達國家陷入衰退只是時間的問題，屆時尤其高消費行業的失業情況將會惡化；再者加息或會令股市向下尋底，令不少人的「閒錢」劇減，購物意欲亦因此受到影響。當然，全球超級富豪行列之人，則另作別論了。

奢侈品學會(Luxury Institute)早前訪問一些名牌貨品和服務公司的行政總裁、名牌業顧問，以及行內專家，有59%受訪者相信，現階段出現的全球經濟放緩，將會導致奢侈品業務下跌，另外41%受訪者更相信，致奢侈品業務會全面衰退。

由此可見，奢侈品行業未必能夠獨善其身，縱使強美元令美國人在歐洲掃貨者的數目增加，而且感到很爽，反之，歐洲人卻絲毫未能享受匯率變動帶來好處，再加上歐洲和英國等地通脹急升，各階層人士都已感受到壓力，減少非必要購買名牌貨品，已是理所當然之事。

四類行業最不受經濟衰退影響

1.護理行業

雖然不可以稱為全不受影響，但是行業比起其他職業所受到的影響較少

2.教育行業

愈是經濟滑坡，就業市道困難，人們愈希望提升個人工作技能和知識，以得到更大的就業保障

3.政府職位

在經濟衰退時期，政府職位比起私人職位會較有保障，優勢亦更大

4.資訊科技

資訊科技行業裏的新技術，包括雲端電腦、人工智能等，可為公司節省營運成本的職位，顯得更為吃香

自我
增值

全球經濟衰退趨勢日益明顯，通脹持續上升，股票市場頓成災區。企業亦要求正準備裁員、停止增聘人手，甚至縮減新增職位。除了名牌產品可能不受經濟滑波的影響外，經濟學家也認為，教育、護理、資訊科技、政府職位都不會受到很大的影響。美國約翰霍普金斯大學經濟學教授Laurence Ball坦言，就業前景將會愈來愈差。

舉例來說，在2007至2009年間的經濟大衰退中，建造和製造業便失去了大量的職位。哈佛大學經濟學教授Karen Dynan指出，人們身處經濟低潮之時，通常會減少非必需品的消費，並會推遲購買高價

商品，例如汽車和新屋等，因此她估計經濟衰退一旦再現，相關職位便會再次大量消失。

上述兩位教授均認為，在經濟低潮時期最不受影響的工作包括護理、政府職位、電腦資訊科技、教育。Laurence Ball認為，即使學校因為新冠疫情而停課，但教師的職位比其他行業仍較穩定。但是，美國經濟真的出現衰退，便會有多人希望獲得新技術、新技能，從而改善其就業機會。

Karen Dynan則認為，不論是否尋找新工作，最重要的是不斷豐富提升個人的專業知識，由此更具競爭力。同時，應清楚僱主需求的是哪種人才，而又具備相關技術，這便是最佳的就業保障。

