

俄羅斯奢侈品市場復甦料零售商可受惠

2017年2月22日

資料來源：HKTDC

俄羅斯貨幣穩定，加上實行增值稅退稅措施，以及民眾留在本國消費等因素，均有助提升高檔產品的銷路。



華倫天奴位於莫斯科的新旗艦店：零售商對俄羅斯復甦中的奢侈品市場充滿信心。

奢侈品銷情往往被視為衡量經濟體發展狀況的可靠指標，因此，俄羅斯長期經濟低迷，奢侈品零售商究竟如何抵受當中的影響，一直令外界諸多揣測。雖然俄羅斯多個名貴品牌早前經歷一段蕭條期，不過有跡象顯示，**2016**年是這些品牌銷售表現的轉捩點。

與許多西方鄰國不同，俄羅斯在**20**世紀**90**年代初之前並不存在像樣的奢侈品市場。受個人財富猛增驅動，消費者對奢侈品的需求急劇上升，於**2013**年達到峰值，之後受西方制裁和自身經濟危機影響而陷入低潮。

值得注意的是，過去**4**年裡，莫斯科或聖彼得堡的高檔購物商場均沒有一間被迫結業。因此很多人都感到疑惑，這些高檔商場究竟能堅持多久。

2013 年至 2015 年之間，俄羅斯奢侈品市場逐年收縮。由 2013 年 55 億歐元(59 億美元)的高位開始，減至 2014 年的 43 億歐元，2015 年更跌至 32 億歐元的歷史低位。現有數據顯示，2016 年這一數字升至 35 億歐元。

這一增長與整體經濟穩定以及消費信心恢復有關。在莫斯科和聖彼得堡，奢侈品需求回升情況最為明顯，除了本土民眾的消費外，到訪海外遊客大量購物也對相關產品銷路大有幫助。

事實上，俄羅斯多家大型高檔零售商近來實施了一些措施，專門吸引高消費遊客。Mercury 是俄羅斯最大的奢侈品連鎖店，經營莫斯科的 TsUM 百貨公司和 Barvikha 豪華購物商場，以及聖彼得堡的 DLT 百貨公司。2015 年，Mercury 推出大獲成功的「米蘭價」活動，旨在向消費者保證，店內的奢侈品價格比西歐更低。

Mercury 為吸引來自中國內地的富裕遊客，亦開始接受銀聯卡，更聘有一隊普通話流利的專業前線銷售人員。因此，Mercury 集團於 2016 年的人流量增長 15%，更重要的是，營業額增長 30%。

在俄羅斯經營業務的大部分西方奢侈品牌均報稱，去年市場需求有所增加，與上述趨勢一致。高檔意大利時尚品牌華倫天奴(Valentino)在莫斯科設立的專賣店數目，由 2015 年底的 1 家增至 2016 年底的 4 家，可見高檔品牌對俄羅斯市場的信心日益增長。

俄羅斯將推出另一項措施，以非歐亞經濟聯盟國家(俄羅斯、白俄羅斯、哈薩克、吉爾吉斯和亞美尼亞)居民為對象，他們凡購買價值超過 10,000 盧布(168 美元)的產品，將可申請增值稅退稅，因此眾多奢侈品牌均預計營業額將進一步攀升。這項以遊客為對象的退稅優惠將於春季在莫斯科、聖彼得堡和索契進行試點，幾年後將在俄羅斯全國推行。

俄羅斯國內奢侈品業復甦的另一個因素，是針對俄羅斯執法官員和法官的旅行禁令，這是西方制裁的進一步後果。上述人士通常薪酬豐厚，以前習慣在國外購買奢侈品。不過，現在他們只能在莫斯科和聖彼得堡的購物商場和百貨公司選購心頭好，無法在紐約或倫敦進行高檔消費。

總的來說，現在正是進入俄羅斯奢侈品市場的絕佳時機。儘管產品銷路重拾升軌，但優質零售地段仍可找到訂價合理的店舖；而盧布亦逐步企穩，過去 6 個月兌歐元和美元的升幅近 40%。另外一個利好因素是海關手續已大大精簡，而進口貿易官員貪腐情況據稱處於歷史最低點。

莫斯科顧問辦事處 Leonid Orlov