**Сравнение особенностей поведения китайцев и жителей Евросоюза на лакшери рынке в период 2014-2024 гг.**

***Полянская Ксения Андреевна***

*Студентка 2 курс бакалавриата*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Институт стран Азии и Африки, Москва, Россия*

*E–mail:* [*polyanskayakk@yandex.ru*](mailto:polyanskayakk@yandex.ru)

Рынок товаров роскоши занимает особую нишу в мировой экономике. За последние 10 лет рынок роскоши в мире продолжает демонстрировать рост. По мнению Bain, стоит ожидать, что рынок предметов личной роскоши продолжит расти и к 2025 году достигнет €360-380 млрд, при этом рост составит 6-8% в год [1]. С развитием экономики и увеличением уровня доходов, спрос на предметы роскоши, такие как автомобили, ювелирные украшения, недвижимость, одежда и аксессуары, продолжал увеличиваться. Рынок роскоши наиболее развит и интересен для исследования в странах с высоким процентом HNWI относительно мирового показателя. HNWI — это люди, владеющие ликвидными активами на сумму от 1 до 5 миллионов долларов. По состоянию на 2022 г. в Соединенных Штатах насчитывается 39,2% от общего числа в мире HNWI, в Китае — 9,9%, во Франции — 4,5%, в Германии 4,3% [2]. Несмотря на то, что Европа уступает Китаю по количеству HNWI, согласно статистическим данным Credit Suisse AG от 2023 г. на территории ЕС проживает 40 090 (17%) сверхбогатых людей — UHNWI, в то время как в Китае насчитывается 32 910 человек (14%). Credit Suisse AG выделяет основный критерий для классификации UHNWI с активами на сумму более 30 миллионов долларов [2]. Совокупный среднегодовой темп роста лакшери рынка в период с 2010-2015 гг. составил 7.8% [3]. В период с 2016-2021 гг. совокупный среднегодовой рост лакшери рынка составил приблизительно 6%, с 2021-2025 гг. ожидается прирост в 15% [4].

За последние 10 лет отношение китайцев к лакшери рынку претерпело значительные изменения. Китай стал одним из крупнейших потребителей продукции роскоши в мире, и интерес к роскошным товарам и услугам продолжает расти. Многие китайцы приобретали роскошные товары в основном для демонстрации своего социального статуса и богатства [5]. Однако с течением времени отношение к роскоши стало меняться. Китайцы все больше начали ценить качество, дизайн и уникальность продукции роскоши, а не только ее символическую ценность. С развитием цифровых технологий и социальных сетей, китайцы также стали более осведомленными о мировых трендах в индустрии роскоши. Они активно ищут информацию о брендах, новых коллекциях и участвуют в онлайн-шопинге. Онлайн-шоппинг лакшери продукции в Китае, пик которого пришелся на период пандемии Covid-19 – 65% роста рынка [5].

Что касается отношения европейцев к рынку роскоши, с одной стороны, в странах ЕС наблюдается стойкий интерес к продукции роскоши, так как она ассоциируется с качеством, статусом и престижем. Многие европейцы предпочитают инвестировать в дорогие товары и услуги, которые отличаются высоким качеством и уникальным дизайном. Однако в последнее время рынок лакшери товаров в Европе демонстрирует минимальный прирост, в связи с резким сокращением популярности китайского международного шоппинг-туризма в страны ЕС с целью покупки товаров лакшери рынка, сокращение популярности такого вида шопинга на рынке роскоши связано с ограничениями во время пандемии Covid-19, ухода с российского и украинского рынков всех крупных производителей лакшери товаров, а также пакеты санкций, наложенных на Россию сократили прибыль крупнейших концернов лакшери рынка. По данным консалтинговой компании Morgan Stanley общее сокращение только европейского лакшери рынка составило 6% [6].

В целом, можно отметить, что среди двух рынков лакшери товаров имеются общие тенденции – как в Китае, так и в Европе отмечается рост онлайн продаж, заметна тенденция привлечения новых клиентов (четверть мировых покупок в лакшери сегменте за 2022 г. была сделана новыми клиентами), очевиден и последующий рост двух рынков, несмотря на стагнацию и частичную деградацию Европейского лакшери рынка, связанную с миграцией крупного бизнеса и их владельцев в США и Китай, а также с отсутствием крупных групп потребителей (китайцев, россиян, украинцев) на Европейском лакшери рынке. Однако стоит подробнее исследовать различия между двумя рынками – установить взаимосвязь между региональной политикой в отношении лакшери рынка и потребительским поведением китайцев и жителей ЕС, определить, какое место в развитии двух рынков занимает лакшери туризм и какова роль HNWI и их потребительских особенностей в развитии региональных лакшери рынков за последние 10 лет.

**Источники и литература**

1. Bain&Co. Global luxury goods market accelerated after record 2022 and is set for further growth, despite slowing momentum on economic warning signs: [Электронный ресурс]. — Милан, 2023 г. URL: [*https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2023/global-luxury-goods-market-accelerated-after-record-2022-and-is-set-for-further-growth--despite-slowing-momentum-on-economic-warning-signs/*](https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2023/global-luxury-goods-market-accelerated-after-record-2022-and-is-set-for-further-growth--despite-slowing-momentum-on-economic-warning-signs/) (дата обращения: 24.02.2024)

2. Credit Suisse AG, a UBS Group company. Global Wealth Report 2023: [Электронный ресурс]. — 2023 г. URL:<https://www.ubs.com/global/en/family-office-uhnw/reports/global-wealth-report-2023/_jcr_content/pagehead/link2.0577489710.file/PS9jb250ZW50L2RhbS9hc3NldHMvd20vZ2xvYmFsL2ltZy9nbG9iYWwtZmFtaWx5LW9mZmljZS9kb2NzL2d3ci0yMDIzLWVuLTIucGRm/gwr-2023-en-2.pdf> (дата обращения: 24.02.2024)

3.Bank of America, Marrill Lynch. Overview of Global and China Luxury Markets: [Электронный ресурс] — 2011 г. (дата обращения: 24.02.2024)

# 4. Bain&Co. Report Renaissance in Uncertainty: Luxury Builds on Its Rebound: [Электронный ресурс] — 2023 г. URL:<https://www.bain.com/insights/renaissance-in-uncertainty-luxury-builds-on-its-rebound/> (дата обращения: 24.02.2024)

# 5. Euromonitor, Frost & Sullivan. Desktop research, PwC analysis, 2023: [Электронный ресурс] — 2023 г. (дата обращения: 24.02.2024)

6. LVMH among luxury retailers looking cheap, Morgan Stanley says, Sep. 26, 2023 URL:<https://seekingalpha.com/news/4015536-lvmh-among-luxury-retailers-looking-cheap-morgan-stanley-says> (дата обращения: 24.02.2024)