



♥ いいね! 1,805件

### Vol.1 やっぱり、ヴィトンは素敵。次は何を買おうかな

#中国 #ブランド #熱狂再び

今や、世界のラグジュアリー・ブランドの購入者のおよそ3割は中国人と言われ、ラグジュアリー・ブランドを含む“プレミアム・ブランド”需要動向の重要なカギを握っています。

リーマン・ショック(2008年)後の約3年間、中国の人々は「ルイ・ヴィトン」や「エルメス」、「シャネル」、「グッチ」といったラグジュアリー・ブランド製品を熱狂的に買い求め、飛ぶように売れました。しかし、その後、2012年後半に発足した習近平体制下、汚職取り締まりが強化されたことや、景気減速懸念などからその勢いは衰えていました。

しかしながら、やっぱり、中国の人々はブランドが好きなのです！景気の安定化や不動産・株式市場の上昇により資産効果などもあり、再び、購入を増やしつつあります。

例えば、「ルイ・ヴィトン」を傘下にもつLVMHモエ ヘネシー・ルイ ヴィトンや「グッチ」を傘下にもつケリングなどの売上高動向は、昨年後半以降、特に中国をはじめとしたアジア市場で2ケタ増と大きくプラス転換。こうしたラグジュアリー市場の「復調」により、**プレミアム・ブランド企業の株価は年初来では先進国平均を大きく上回って推移しています。**

●当資料はピクテ投信投資顧問株式会社が作成した資料であり、特定の商品の勧誘や売買の推奨等を目的としたものではなく、また特定の銘柄および市場の推奨やその価格動向を示唆するものではありません。●運用による損益は、すべて投資者の皆さまに帰属します。●当資料に記載された過去の実績は、将来の成果等を示唆あるいは保証するものではありません。●当資料は信頼できると考えられる情報に基づき作成されていますが、その正確性、完全性、使用目的への適合性を保証するものではありません。●当資料中に示された情報等は、作成日現在のものであり、事前の連絡なしに変更されることがあります。●投資信託は預金等ではなく元本および利回りの保証はありません。●投資信託は、預金や保険契約と異なり、預金保険機構・保険契約者保護機構の対象ではありません。●登録金融機関でご購入いただいた投資信託は、投資者保護基金の対象とはなりません。●当資料に掲載されているいかなる情報も、法務、会計、税務、経営、投資その他に係る助言を構成するものではありません。