

เปิด 5 ปัจจัยของนักช้อปปิ้ง กระบถลาดแบรนด์เนมโลก

VOA THAI

ทีมวิเคราะห์จาก Euromonitor International ระบุว่า ลูกค้ำชาวจีนยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญใน ตลาดแบรนด์เนมทั่วโลกในระยะ 10 ปีข้างหน้า กว่ามีปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของ นักช้อปปิ้งแดนมังกรไป

1. นักช้อปปิ้งเริ่มรัดเข็มขัดด้วยปรับวิธีการจับจ่ายสินค้าแบรนด์เนมลดราคาถิ่นมากขึ้น จากมาตรการ ควบคุมระดับหนี้ครัวเรือนของรัฐบาลจีน และค่าเงินหยวนที่อ่อนค่า
2. พฤติกรรมการช้อปปิ้งของชาวจีนที่หันมาซื้อสินค้าแบรนด์เนมซึ่งจำหน่ายในสาขาที่ประเทศจีนแทน การบินไปช้อปปิ้งถึงแหล่งในต่างแดน
3. การปราบปรามธุรกิจรับหิ้วสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศโดยไม่เสียภาษีของศุลกากรจีน
4. ความกังวลเรื่องการก่อการร้ายในเมืองใหญ่ทั่วยุโรป ทำให้นักช้อปปิ้งแวะไปตามเมืองใหญ่น้อยลง
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวจีน ที่เปลี่ยนจากการพึ่งพากรุ๊ปทัวร์มาเป็นการ ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าแบรนด์เนมทั่วโลก ต่างได้รับผลกระทบจากทิศทางการบริโภคสินค้า แบรนด์เนมของนักช้อปปิ้งชาวจีน อย่าง Louis Vuitton และ Burberry ที่ได้รับอานิสงส์จากลูกค้าชาวจีน ราว 90,000 ล้านดอลลาร์ต่อปีในสินค้าระดับไฮเอนด์ และ Tiffany&Co. ที่มียอดขายร่วงลง 12% จาก แรงซื้อที่ลดลงของลูกค้าชาวจีน