

نشرة إخبارية

للمراجعة: السيدة نادين الحسن
المسؤولة عن العلاقات العامة في ديلويت الشرق الأوسط
هاتف: +961 (01) 748 444
البريد الإلكتروني: nelhassan@deloitte.com

مبيعات السلع الفاخرة تعاود الانتعاش وهوامش الربح تصمد تحت ضغوط الأسواق

27 يونيو 2018 - أفاد تقرير ديلويت السنوي الخامس حول أسواق السلع الفاخرة أن شركات السلع الفاخرة المنة الأضخم في العالم قد حققت مبيعات بلغت 217 مليار دولار أمريكي خلال السنة المالية 2016، كما بلغ متوسط المبيعات السنوية للسلع الفاخرة لأضخم 100 شركة 2.2 مليار دولار حالياً.

ويستعرض تقرير ديلويت أكبر 100 شركة للسلع الفاخرة عالمياً بناءً على بيانات المبيعات في اللوائح المالية للشركات المجمعّة للسلع الفاخرة خلال السنة المالية 2016 (التي تمتد على 12 شهراً وتنتهي بتاريخ 30 يونيو 2017)، كما يناقش التقرير الاتجاهات الرئيسية التي تُشكل سوق السلع الفاخرة ويقدم في السياق نفسه توقعات اقتصادية عالمية.

وقد حافظت كل من أل في أم أش (LVMH) وهي الأحرف الأولى من موييت هنسي لوي فيتون ، و مجموعة شركات "إستي لودر Estée Lauder، وشركة ريشمون Richemont Financiere ، و مجموعة شركات لوكسوتيك س.ب.ا (Luxottica Group S.p.A.) وشركة كرنج ، وهي أكبر خمس شركات للأزياء والسلع الفاخرة على مراكزها القيادية في السوق، وقد علق، في هذا الإطار، هيرفي بالانتاين، الشريك المسؤول في ديلويت دبي والمسؤول عن قطاع الشركات الاستهلاكية في ديلويت الشرق الأوسط، قائلاً: "لقد عاود سوق السلع الفاخرة الانتعاش بعد أن شهد حالة من عدم الاستقرار الاقتصادي والأزمات الجيوسياسية خلال العام 2016، حيث سجلت مبيعاته السنوية ما يقارب 1 تريليون دولار أمريكي في نهاية العام 2017. ويعتمد النمو الإجمالي ثنائي الرقم للسوق العالمي على العديد من العوامل، بما في ذلك العوامل الجيوسياسية ذات التأثير الأكبر على السياحة. كما سيستمر نمو قطاع السلع الفاخرة خلافاً للعديد من القطاعات الأخرى."

كما أن أحد أكبر التحديات التي تواجه نمو قطاع السلع الفاخرة في الشرق الأوسط هي استبقاء المتسوقين الذين يمكنهم شراء السلع الفاخرة من أماكن أخرى، لا سيما في المدن الأوروبية. وبعد الشرق الأوسط من أكبر المناطق في العالم التي تضم السكان الشباب من جيل الألفية التي تشكل فئة أكثر ثراءً من المتوسط ويتمتعون برغبة وقدرة شرائية أكبر، وتتيح ثلثية احتياجات الجيل العربي الجديد من متسوقي السلع الفاخرة فرصة لخلق الولاء للعلامة التجارية، وزيادة الإنفاق على السلع الفاخرة، كما وتعزز من نسبة النمو في الأسواق.

وأضاف جايمس باب، الشريك المسؤول عن قسم العملاء والقطاعات في ديلويت الشرق الأوسط، قائلاً: "ترتبط دينامية سوق السلع الفاخرة في منطقة الشرق الأوسط، على عكس الدول الأخرى، بأسعار النفط التي تقسح مجالاً للنمو طالما بقيت مستقرة. وتبقى دبي في العام 2017 إحدى أفضل وجهات السلع الفاخرة لمستهلكي منطقة الشرق الأوسط، بالإضافة إلى الزوار الصينيين والأوروبيين. كما وتعد دبي من بين أفضل وجهات التسوق المرغوبة في العالم التي يقصدها السواح المتميزين من جميع أنحاء العالم لتسوق السلع الفاخرة ومركزاً هاماً للإنفاق في المنطقة."

كما بلغ معدل النمو لأضخم 100 شركة 1 في المئة مع الاستقرار أسعار الصرف، بانخفاض 5.8 نقطة مئوية عن نسبة النمو البالغة 6.8 في المئة والمعدلة بالعملة التي حققتها هذه الشركات في العام السابق. وكان هناك رابحون وخاسرون رئيسون ضمن أضخم 100 شركة - حيث تمكنت 57 شركة منها زيادة مبيعاتها من السلع الفاخرة سنة تلو الأخرى، بينما حققت 22 شركة منها نمواً ثنائي الرقم، وحققت ما يقرب من ثلث أضخم 100 شركة معدل نمو مبيعات أعلى في السنة المالية 2016 عنه في السنة المالية 2015. ويرجع ضعف النمو لأضخم 100 شركة على وجه الخصوص للشركات العشر التي شهدت انخفاضاً ثنائي الرقم في المبيعات في خلال السنة المالية 2016، من بينهم اثنتان من أكبر 10 شركات وهي مجموعة سواتش SWATCH وشركة رالف لورين Ralph Lauren. مع ذلك، تشير السنة المالية 2016 إلى هبوط نمو مبيعات السلع الفاخرة لمعظم الشركات إلى الحضيض.

تتضمن نتائج التقرير الأساسية ما يلي:

- **الإمارات العربية المتحدة:** شهد سوق المنتجات الفاخرة نمواً بطيئاً نسبياً في العام 2017، أسوأً بالتباطؤ العام في المنطقة. ويرجع مثل هذا الوضع الحرج لسوق السلع الفاخرة في الإمارات إلى انخفاض الطلب نتيجة ارتفاع تكاليف الإيجار والتعليم في البلاد، وكذلك بسبب إدخال ضريبة القيمة المضافة اعتباراً من يناير 2018، حيث يعد ارتفاع تكاليف الإيجار والتعليم، إضافة إلى حالة عدم الاستقرار في سوق العمل، من الأسباب الرئيسية وراء لجوء المستهلكين لتوفير المال وتخفيض عدد مرات الشراء. كما وتعد دولة الإمارات العربية المتحدة إحدى أكثر البلدان جذباً للعلامات التجارية للسلع الفاخرة في منطقة الشرق الأوسط، وهي مركز استراتيجي للشركات التي تقرر دخول السوق الإقليمية. لذلك، فإن المنافسة بين الشركات شرسة، يعززها نمو التسوق عبر الإنترنت. ورغم النتائج المتواضعة للعام 2017، إلا أن التوقعات المستقبلية إيجابية في ظل نضج سوق السلع الفاخرة وتكيفه مع الاتجاهات العالمية.
- **إيطاليا** تصدر مرة أخرى قائمة الدول من حيث عدد الشركات التي تتعامل في السلع الفاخرة، بينما حظيت فرنسا بأعلى حصة من المبيعات.
- شكلت الصين وفرنسا وألمانيا وإيطاليا وإسبانيا وسويسرا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة معاً 83 في المئة من أضخم 100 شركة للسلع الفاخرة و90 في المئة من أضخم 100 شركة مبيعاً للسلع الفاخرة، بينما سجلت إسبانيا وفرنسا أعلى معدلات نمو لمبيعات السلع الفاخرة.
- ضمن أكبر 10 شركات، تشارك ثلاث شركات في قطاعات متعددة من سوق السلع الفاخرة، وشركتان متخصصتان في مستحضرات التجميل والعمور، وشركتان في مجال المجوهرات والساعات، وشركتان في مجال الأزياء، وشركة لوكسوتيكا التي تعد الشركة الرائدة في مجال النظارات العالمية والوحيدة في مجال الأكسسوارات. كما تتمركز ثلاث شركات منها في الولايات المتحدة، وثلاث في فرنسا، واثنان في سويسرا، وواحدة في كل من إيطاليا وهونغ كونغ.
- وفي الفترة الواقعة ما بين السنتين الماليين 2014 و2016، ارتفعت مبيعات السلع الفاخرة المركبة لأسرع 20 شركة بمعدل سنوي مركب قدره 15.1 في المئة - أي ما يقرب من أربعة أضعاف معدل التصنيف لأكبر 100 شركة ككل، ولكن بنسبة 7.1 نقطة مئوية أقل عنه في السنة السابقة، ولمرة أخرى كانت الملابس والأحذية (عشر شركات) والمجوهرات والساعات (خمس شركات) هي قطاعات المنتجات الأقوى من ضمن أسرع عشرين شركة.
- انخفضت مبيعات الشركات في قطاع الملابس والأحذية الفاخرة خلال السنة المالية 2016 مقارنة بالعام السابق، على الرغم من ارتفاع المبيعات المعدلة بالعملة بنسبة 0.2 في المائة، كما انخفضت معدلات نمو المبيعات وانخفض كذلك هامش الربح الصافي للسنة الثانية على التوالي. ويضم قطاع المنتجات هذا، والمؤلف من 38 شركة، أكبر عدد من الشركات في قائمة أكبر 100 شركة على مستوى العالم.
- كان قطاع مستحضرات التجميل والعمور الأفضل من بين القطاعات من حيث الأداء خلال السنة المالية 2016، والوحيد الذي حقق تحسناً في نمو مبيعات السلع الفاخرة المركبة بنسبة 7.6 في المائة.
- حققت لشركات الإحدى عشر مجموعة في قطاع السلع الفاخرة المتعددة أكبر متوسط ضمن أضخم 100 شركة، حيث بلغ متوسط مبيعات السلع التجارية السنوي 6.3 مليار دولار أمريكي، كما سجلت معاً ما مقداره 32.2 في المئة من مبيعات السلع الفاخرة لأكبر 100 شركة.

نبذة عن تقرير ديلويت حول أسواق السلع الفاخرة

- يحدد تقرير "ديلويت حول أسواق السلع الفاخرة" أكبر 100 شركة من شركات السلع الفاخرة في العالم استناداً إلى البيانات المتاحة للعلامة ويحللها من وجهات نظر متعددة. كما يدرس اتجاهات هذا القطاع والظروف الاقتصادية العالمية التفاصيل الكاملة حول هذا التقرير متوفرة [هنا](#).

- انتهى -

نبذة عن ديلويت

يستخدم اسم ديلويت للدلالة على واحدة أو أكثر من أعضاء ديلويت توش توهامتسو المحدودة، وهي شركة بريطانية خاصة محدودة بضمناً ويتمتع كل من شركائها الأعضاء والشركات المرتبطة بها بشخصية قانونية مستقلة خاصة بها. لا تقدم ديلويت توش توهامتسو المحدودة والمشار إليها بـ"ديلويت العالمية" أي خدمات للعملاء. للحصول على المزيد من التفاصيل حول الكيان القانوني لمجموعة ديلويت توش توهامتسو المحدودة وشركائها الأعضاء، يرجى مراجعة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي: www.deloitte.com/about

تقدم ديلويت خدمات تدقيق الحسابات والضرائب والاستشارات الإدارية والمشورة المالية وخدمات المخاطر إلى عملاء من القطاعين العام والخاص في مجموعة واسعة من المجالات الاقتصادية، وهي توفر خدماتها لأربع من بين خمس شركات على قائمة مجلة فورتشن العالمية لأفضل 500 شركة بفضل شبكة عالمية مترابطة من الشركات الأعضاء في أكثر من 150 دولة. حيث تقدم ديلويت من خلال مجموعة من المستشارين ذوي الكفاءات المتميزة خدمات عالية الجودة للعملاء، وذلك من خلال حلول فاعلة لمواجهة التحديات التي تعترض عملياتهم. للحصول على المزيد من التفاصيل حول مهنيي ديلويت الـ 245,000 وأثرهم الإيجابي في مختلف القطاعات، يرجى مراجعة موقعنا الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي التالية [Facebook](#) أو [LinkedIn](#) أو [Twitter](#)

ما يجمع فريق ديلويت هو ثقافة موحدة ومبادئ مبنية على النزاهة والالتزام بالعمل سوياً مع تنوع خبراتنا وثقافتنا لتقديم خدمات مهنية ذات جودة عالية للعملاء والأسواق أينما وجدوا. كما نحرص على دعم بيئة داخلية من التعلم المستمر والتطور وتنمية الخبرات وتوفير الفرص المهنية المميزة. ويؤمن فريق عمل ديلويت بالمسؤولية الاجتماعية للشركة وبناء الثقة لدعم التنمية المستدامة في المجتمعات التي ينتمون إليها.

نبذة عن ديلويت أند توش (الشرق الأوسط):

ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) هي عضو في "ديلويت توش توهامتسو المحدودة"، وهي واحدة من الشركات الرائدة في تقديم الخدمات المهنية الاستشارية وقد تأسست في منطقة الشرق الأوسط ويمتد وجودها منذ سنة 1926 في المنطقة. إن تواجد شركة ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) في منطقة الشرق الأوسط مكرس من خلال الشركات التابعة لها وتتمتع بالشخصية القانونية المستقلة والمرخص لها للقيام بالخدمات وفقاً للقوانين والمراسيم المرعية الإجراء في البلد التابعة له. إن الشركات التابعة والخاصة بشركة ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) لا تستطيع أن تلزم بعضها البعض و/أو شركة ديلويت أند توش (الشرق الأوسط)، كما أن كل شركة خاصة أو تابعة لشركة ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) تتعاقد مباشرة وبشكل مستقل مع العملاء الخاصين بها والتي تكون مسؤولة فقط عن أفعالها أو تقصيرها، وليس عن أفعال أو تقصير الشركات الأخرى التابعة والخاصة بشركة ديلويت أند توش (الشرق الأوسط).

وتعتبر ديلويت من الشركات الرائدة التي تقوم بخدمات تدقيق الحسابات والضرائب والاستشارات الإدارية والمشورة المالية وخدمات المخاطر في المؤسسات وتضم قرابة 3,300 شريك ومدير وموظف يعملون من خلال 25 مكتباً في 14 بلداً. وقد حازت ديلويت أند توش (الشرق الأوسط) عام 2010 على المستوى الأول للاستشارات الضريبية في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي حسب تصنيف مجلة "إنترناشيونال تاكس ريفيو" (ITR)، كما حصلت على عدة جوائز خلال السنوات الأخيرة من بينها جائزة أفضل شركة استشارية لعام 2016 خلال حفل توزيع جوائز المدراء المالية في الشرق الأوسط، وجائزة "أفضل رب عمل في الشرق الأوسط"، وجائزة "التميز في التدريب والتطوير في الشرق الأوسط" من هيئة المحاسبين القانونيين في إنكلترا وويلز، وجائزة "أفضل شركة متكاملة في مجال المسؤولية الاجتماعية".

إن المعلومات الواردة في هذه النشرة الإخبارية صحيحة في وقت صدورها.

للتوقف عن تلقي الرسائل الإلكترونية، يرجى إرسال رسالة رد إلى المرسل تحمل عبارة "إلغاء الاشتراك" في خانة الموضوع.