

模特厂，模特道具，服装模特

产品名称	模特厂，模特道具，服装模特
公司名称	深圳市恒烽达模特衣架制品厂
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市罗湖区东门中路东方大厦1311室
联系电话	86-075582257058 13714702399

产品详情

供应恒烽达专业生产服装模特道具模特厂家直销：完善的服务：本着以客户为中心的宗旨，提供售前售后服务完备、及时、可靠的服务，优惠灵活的服务承诺，让您满意放心。恒烽达模特厂请联系！欢迎点击网站：www.hengfengdazp.com

销售部李庆伟：13714702399 电话：0755-25029875 商务QQ：454843933 本厂专业生产销售高档模特衣架,模特道具,服装道具,服装模特,板房模特,板房公仔,裁剪模特,立裁模特,制衣模特，模特厂,新款多样,产品质量过硬,价格合理,欢迎咨询选购。 作为一名高级审计师，温迪是从上海到法国尼斯出差而转道来到这里的，有意思的是，她从来不在中国内地购买奢侈品。

本周三，波士顿咨询公司（BCG）给温迪这样的中国都市人画了个像，称他们是介于中产阶层和富豪之间、会购买更高档产品和更优质服务的“富裕消费者”。这一人群家庭可支配收入至少是2万美元（约合12.5万元人民币）。

据BCG预测，到2020年，中国富裕消费者的队伍将壮大到2.8亿人，占总人口的20%。其消费将增至原来的5倍，达3.1万亿美元，占中国消费总额的35%左右，超过全球消费总额的5%。这一数字几乎与日本消费总额相当，比德国消费总额多28%，更是韩国消费总额的三倍。

认可与一杯进口气泡水相关

“尽管经济增长放缓，但中国预计将很快成为世界第二大消费市场。其中，一半增长将来自于当前的富裕消费者。”BCG最新发布的这份名为《中国新一代消费推动力》的报告似乎恰逢其时。因为一周前，“2020年将建成小康社会、居民收入翻一番”的新目标，刚刚从首都北京传遍全国。

BCG报告称，如今，中国富裕消费者为1.2亿，购买力为5900亿美元（约合3.7万亿元人民币）。

31岁的北京朝阳区国企员工程晓璐就是这1.2亿人中的一员。周末晚上，她会喝着进口气泡矿泉水，在网上买阿玛尼（Armani）牌的粉底液，休年假时，她会去欧洲买回心仪已久的纪梵希（Givenchy）手袋。偶尔出国出差，她的购物清单上，肯定跳不出自己或闺蜜看中的皮包、首饰、香水以及送给男友的手表。

为了彻底描述清楚未来2.8亿“程晓璐们”的消费特征，BCG对其手中的进口气泡矿泉水做了调查。其报告称，尽管一种气泡矿泉水的价格是本地瓶装水的15倍，却受到了北京和上海等一线城市富裕消费者的追捧，一部分受访者在餐馆点它的原因竟是“为了重温初次在欧洲旅行时遇见它的经历”。

BCG把这个叫做“追求情感满足”，而歌帝梵（Godiva）等高档巧克力在一线城市不断扩张，也被视为迎合这些人“用高档巧克力犒劳自己或他人”的情感诉求。

此外，报告还提到，由于常常感到“面子”方面的社会压力，中国富裕消费者会成为奢侈品的重要入门级买家，且热衷于购买富有“外在表现力”的产品，即手袋、配饰、香水、手表等容易被关注到的东西。

或许是为了在客户面前增加自信，或许是不好意思出席同学会时开别克而换成奔驰，此类购买无疑假定了他人的看法，这其中有80%都是为“面子”花的钱。

然而，“好面子”并不意味着不成熟。与中产们通过国内的线下渠道和以品牌为导向的广告获得产品信息不同，富裕消费者会更多接触外界信息，有国外购物经验，会购买进口咖啡机和Xbox游戏机，他们只是用独特而物有所值的产品，彰显品位和个性，印证自己生活的“精致”。

同时，“投资回报”最大化也是他们讲求的。BCG大中华区董事经理王佳茜这样对《第一财经日报》描述：“富裕消费者仍然会在购物之前对品牌和价格进行比较，奢侈品对他们而言是一项重要投资，他们不愿为不能产生良好‘回报’的产品支付更多费用。”