

Global Stocks' Talk



Global Strategy 우지연 02) 6915-5663 / dnwidus2170@ibks.com

지금은 명품 르네상스(Renaissance)

글로벌 주요 BM을 아웃퍼퓸하고 있는 유럽 럭셔리주

최근 유럽의 주요 럭셔리주가 뛰어난 주가 퍼포먼스를 보이고 있다. 지속되는 경기침체 우려에도 불구하고 지난 해부터 유럽의 주요 럭셔리 기업들의 주가는 글로벌 BM을 아웃퍼퓸 하고 있는 중이다. 지난 해 해당 기업들의 평균 주가 수익률의 하락 폭은 BM 대비 제한적이었으며, 올해의 경우 상승 폭은 월등히 높다. 유럽 럭셔리주의 랠리 행진 속 특히 루이비통, 크리스챤디올, 펜디 등 유명 브랜드를 자회사로 거느리고 있는 루이비통 모엣헤네시(LVMH)는 한 때 유럽 기업 중 최초로 시가총액이 5천억 달러를 돌파하는 쾌거를 이뤘다. 현재 LVMH의 시가총액은 전 세계 상위 10위이다(MSCI ACWI 기준).

유럽 럭셔리주 강세를 이끈 중국 명품 판매 호황

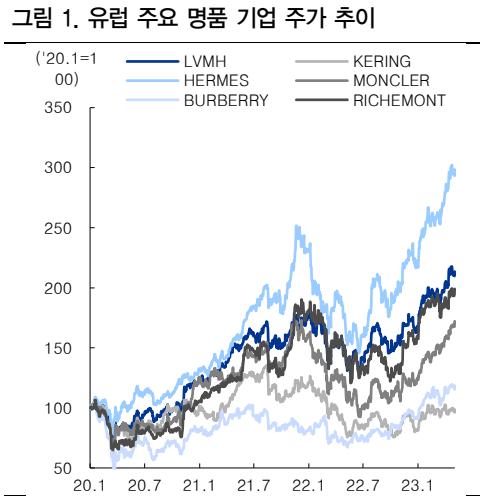
유럽 럭셔리주의 강세는 중국의 견고한 하이엔드 수요와 이에 따른 기업들의 이익 성장에 기인한 것으로 판단된다. 코로나 락다운, 러시아-우크라이나 전쟁, 인플레이션 등 여파로 지난해 전 세계 경제성장률은 6%대에서 3%대로 크게 둔화 됐으나, LVMH, HERMES 등과 같은 주요 유럽 명품 기업들의 평균 영업이익 성장률은 오히려 급등했다. 이는 글로벌 경기 하방 우려에도 MS 비중이 가장 높은 중국의 명품 시장 성장세가 지속되고 있기 때문이다. 유럽 주요 명품 기업들의 전체 매출 중 20~50%는 아시아 시장에서 나오는 것이며, 중국이 아시아 시장에서는 가장 큰 비중을 차지한다. 물론 ‘22년 중국 명품 시장의 성장 속도는 ‘21년 대비 둔화됐으나, 여전히 글로벌 경기 둔화 짙어지는 가운데 산업의 성장 추세가 지속되고 있다는 점에서 수요가 견고하게 유지되고 있다고 해석할 수 있다.

경기 불안에도 중국의 하이엔드 수요가 견고한 것은 코로나 락다운 장기화로 인한 사회적 우울감과 위축된 소비를 고가 브랜드 제품 소비를 통해서 해소하는 ‘보복 소비 현상’이 나타났기 때문으로 판단한다. 올해 1월 중국 정부의 공식적인 리오프닝 선언 이후 맞이한 첫 춘절 연휴 시즌은 소비 개선세가 재화보다는 서비스에 집중되며 애매한 모습을 보였으나, 고가의 프리미엄 소비 라인인 면세점 매출의 경우 코로나 이전 ‘19년도 대비 큰 폭으로 개선됐다. 또한, 최근 몇 년간 소비 트렌드 변화로 2030년생 젊은 세대의 명품 수요가 급격히 확대되며 주요 고객층으로 자리잡은 것도 해당 요인 중 하나일 것이다. 중국의 명품 소비층의 약 60%는 90년생~00년생이며, 해당 연령대가 시장 규모는 전체의 40% 이상의 비중을 차지한다.

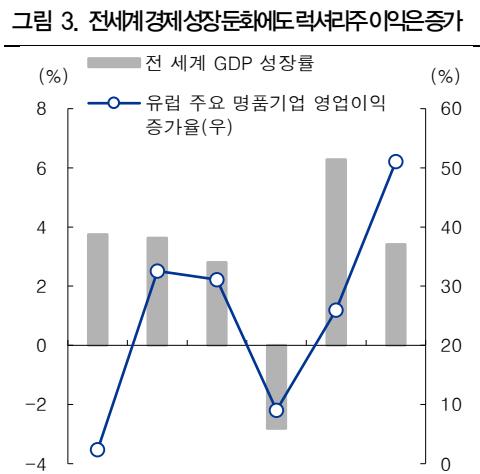
중국 리오프닝 흐름 속 지속되는 럭셔리 기업들의 이익 성장 기대

중국 리오프닝 효과가 점차 가시화되고 있는 가운데, 중국 명품 산업 성장이 가속화되며 이와 함께 이익 성장 기대감이 부각되는 유럽 명품 기업의 주가 랠리 또한 지속될 것으로 예상한다. 최근 급격한 주가 상승에 따른 레벨 부담은 존재하나, 중국 시장과 관련해 장/단기적으로 기업들의 실적 개선 확대를 기대할 수 있는 요인이 있는 만큼 추가적인 주가 상승 여력이 존재한다고 판단한다. 단기적으로는 금번 노동절을 비롯해 618 쇼핑데이를 앞두고 중국인들의 사치품에 대한 보복 소비 수요가 높게 유지되고 있다는 점이다. 최근 실시된 중국의 소비관련 서베이 지표와 실제 소매판매에서 나타난 사치품 수요가 이를 뒷받침한다. 장기적으로는 중국 명품 시장이 ‘22~’25년까지 연평균 16% 성장하며 ‘25년에는 글로벌 MS 1위를 차지할 것으로 전망된다는 점이다.

글로벌 BM 대비 월등히
이웃파품 하고 있는 유럽
주요 명품 기업들



전 세계 경제 성장
둔화에도 유럽 주요
럭셔리 기업들의 이익은
증가



중국의 견고한 하이엔드
수요와 산업 성장이
기업들의 이익 성장을
뒷받침

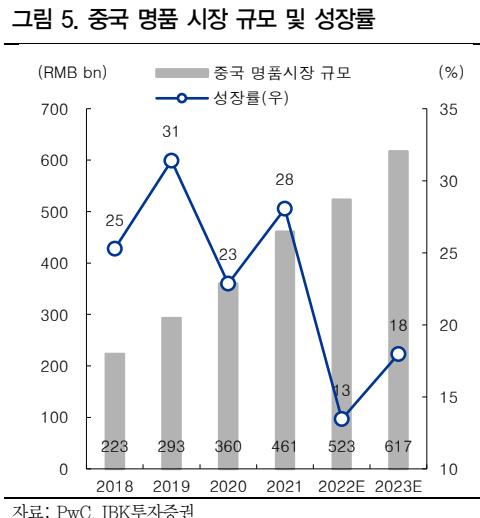
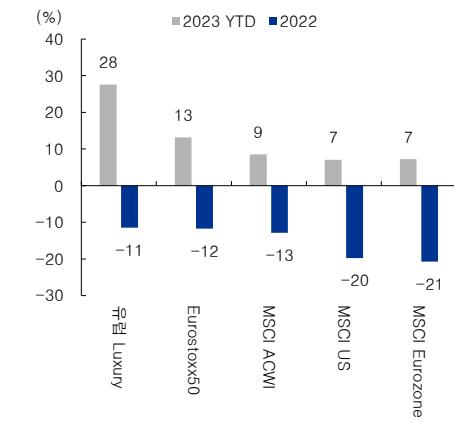
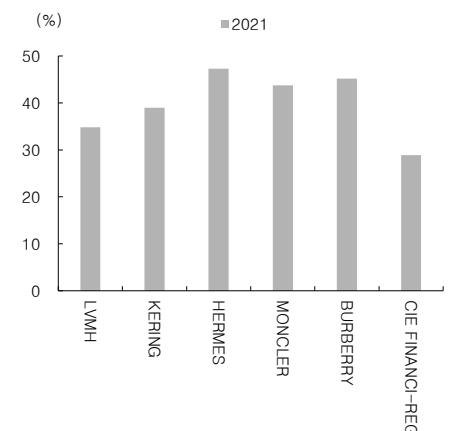


그림 2. 유럽 주요 럭셔리 기업들과 BM 수익률 비교



자료: Bloomberg, IBK투자증권
주1: 유럽 Luxury은 LVMH, KERING, HERMES, MONCLER, BURBERRY, RICHEMONT을 포함 / 주2: 5/2 종가 기준

그림 4. 주요 럭셔리 기업들의 아시아시장 MS



자료: Bloomberg, IBK투자증권

그림 6. 올해 출점기간 두드러진 프리미엄소비 개선세

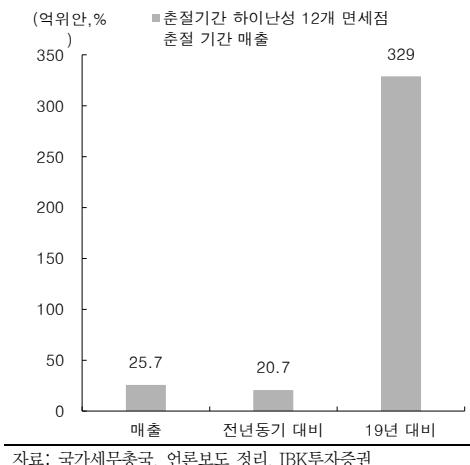
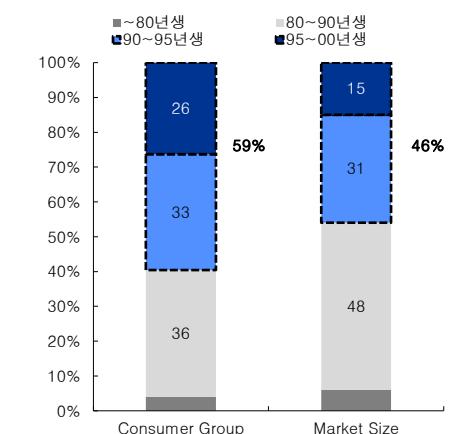




그림 7. 중국 명품 산업 시장 구조

중국의 명품 소비층의 약
60%는 90년생~00년생,
해당 연령대의 시장
규모는 전체의 40%
이상의 비중 차지.

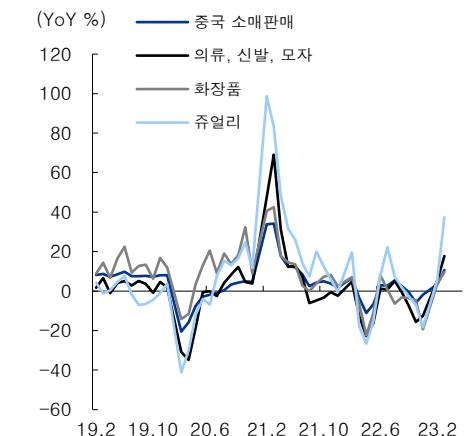
쥬얼리, 의류 등 명품
관련 제품의 두드러진
소비 증가세



자료: PwC, IBK투자증권

주: 2021년도 기준

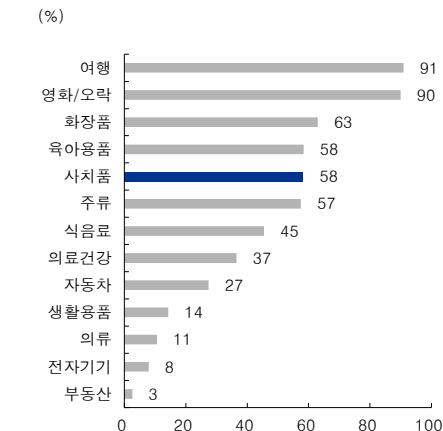
그림 8. 중국 세부항목 별 소매판매 증가율



자료: Bloomberg, IBK투자증권

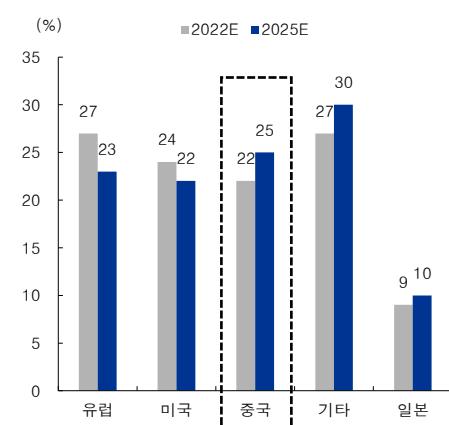
중국인들의 사치품에
대한 보복 소비 수요가
여전히 높음

그림 9. 향후사치품소비 의사가 있다고 응답한 비율 58%



자료: 第一財經(소비회복, 물건을 사겠는가?, '23.04)서베이, IBK
투자증권/ 주: 설문조사 응답자 1,200명

그림 10. 글로벌 명품 산업 MS 전망



자료: PwC, IBK투자증권

Market Potential
중국 명품 시장 산업 규
모 CAGR '22~'25 +16%
전망

그림 11. 중국 명품 시장 규모 전망

