

سفيلز: دبي الأولى إقليمياً في جاذبية أسواق السلع الفاخرة»



دبي: أحمد البشير

تصدرت دبي الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في تصنيف أفضل أسواق السلع الفاخرة في العالم، وفقاً لأحدث تصنيف صادر عن شركة «سفيلز» للاستشارات. ويعتمد التصنيف على عدد من العوامل من بينها حجم سوق التجزئة، وجاذبية المدينة للزوار الدوليين، ومستويات الثراء والترفيه، وتوقعات النمو لأسواق التجزئة

ولم تعد دبي مجرد سوق تجزئة ناشئة، بل يشار إليها اليوم بأنها واحدة من أكثر المدن عصرية في العالم، إذ تضم أكثر من 200 جنسية. وتم تسليط الضوء على أهمية دبي كسوق دولي من خلال اختيار «لويس فويتون» لها كالثالث مدينة بعد الصين See LV تستضيف معرض

ولا تزال نيويورك تحتل المركز الأول عالمياً، مما يعكس حجمها وجاذبية الزائرين الدوليين والثراء النسبي لسكانها، تلتها لندن في المركز الثاني، ثم طوكيو ثالثة

كما أطلقت «سَفيلز» تقريراً جديداً حول واقع أسواق التجزئة العالمية المختصة ببيع السلع الفاخرة. وتوقع التقرير مواصلة شركات التجزئة الرائدة توسيع حضورها العالمي في عام 2022 من خلال افتتاح متاجر جديدة في الأسواق المحلية الكبرى مثل الصين والشرق الأوسط وأمريكا الشمالية.

ومن المتوقع أن تصبح الصين السوق الأكبر في العالم لبيع السلع الفاخرة بحلول عام 2025 بناءً على أنماط الإنفاق خلال السنوات القليلة الماضية، وفقاً لتقرير شركة «باين أند كومباني»، حيث اعتمد افتتاح المتاجر الجديدة على مستوى العالم على متطلبات المستهلك الصيني من السلع الفاخرة وتبعه إلى الأسواق المستهدفة. وأوضحت الشركة أن 21% من الإنفاق الكلي على المنتجات الفاخرة تركز العام الماضي في الصين، في ظل تداعيات الأزمة الصحية العالمية والقيود المفروضة على السفر.

ورغم أن الصين كانت السوق الوحيدة التي سجّلت ارتفاعاً ملحوظاً في معدل افتتاح المتاجر الجديدة خلال السنة الماضية، إلا أن منطقة الشرق الأوسط سجّلت أيضاً انتعاشاً في عدد المتاجر الجديدة، وإن كانت حصتها لا تتجاوز 3%، مما يسلط الضوء على الإمكانيات غير المستغلة للمنطقة.

وشهدت منطقة الشرق الأوسط نشاطاً متزايداً في عام 2021 تركز في السعودية، رغم أن دبي كانت الوجهة الأكثر طلباً لافتتاح المتاجر الجديدة في السابق. كما شهدت المنطقة سيطرةً متزايدةً وواضحةً لمتاجر السلع الفاخرة جداً، حيث شكلت نسبة العلامات الفاخرة 92% من مجموع العلامات التي افتتحت متاجر جديدة في الشرق الأوسط.

وتعليقاً على هذا الموضوع، قال كيني لام، استشاري قطاع التجزئة في «سفيلز» الشرق الأوسط: «تمتلك العديد من العلامات الفاخرة متاجر خاصة بدبي تم افتتاحها بالتعاون مع الشركاء المحليين ومن خلال منح حقوق الامتياز. ولكن مع التغيرات الجديدة في السياسات الحكومية، نشهد الآن تحول المزيد من الشركات العالمية إلى سياسة الملكية الكاملة لمتاجرها. وتركز نشاط أسواق السلع الفاخرة العام الماضي على المناطق التي تضم عدداً كبيراً من السكان المحليين الأثرياء نسبياً، كما هو الحال في الصين، كما تتوجه أنظار شركات السلع الفاخرة حالياً إلى أسواق مصر والمملكة العربية السعودية والبحرين تحديداً. ومن المتوقع أن تتواصل موجة افتتاح المتاجر الجديدة في المنطقة مع «تواصل اهتمام العلامات بفرصة امتلاك متاجرها بشكل مباشر».

وبدورها، تواصل الشركات الثلاث الأكبر، «مويت هنسي لوي فيتون» و«كيرينج» و«ريتشمونت»، توسيع حضورها من خلال افتتاح متاجر جديدة لعلاماتها، حيث بلغت نسبة المتاجر الجديدة للشركات الثلاث 41% في عام 2021، بالمقارنة مع 33% في عام 2019. ولم يكن امتلاك الثلاثي للحصة الأكبر من المتاجر الجديدة السنة الماضية مفاجئاً نظراً لنشاطات الاستحواذ التي قامت بها هذه العلامات قبل جائحة «كوفيد-19». ومن المرجح أن نشهد توسع في حضور هذه العلامات، لا سيما مع ارتفاع نشاطها من عمليات الاندماج والاستحواذ والتمويل خلال الفترة السابقة التي استمرت بين 12 و18 شهراً.

وأشار التقرير أيضاً إلى افتتاح المزيد من متاجر السلع الفاخرة في أمريكا الشمالية خلال الجزء الأخير من عام 2021، والذي سجّل أرقاماً مساوية تقريباً لأرقام عام 2019، إلا أن مشاركتها العالمية من افتتاح المتاجر الجديدة سجلت انخفاضاً ملحوظاً من 25% في عام 2019 إلى 14% في عام 2021. وفي حين واصلت المدن الرئيسية في المنطقة، مثل نيويورك ولوس أنجلوس، جذب الفعاليات والأنشطة التجارية، شهدت وجهات جديدة وغير شهيرة تمتك تركيبة ديموغرافية ميسورة، مثل دالاس وهيوستن، افتتاح المزيد من المتاجر الجديدة.

وشهدت أوروبا الانخفاض الأكبر في نسبة افتتاح المتاجر الجديدة منذ عام 2019 من 35% إلى 14% في عام 2021، مما يعكس انخفاض إنفاق السياح في العديد من المدن الأوروبية الرئيسية خلال الجائحة، الأمر الذي يشكل العامل الرئيسي وراء ارتفاع مستوى الإنفاق على السلع الفاخرة في بعض الأسواق.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.