

访日游客消费的“赢家”是谁？

2018/09/29

https://cn.nikkei.com/industry/tradingretail/32399-2018-09-29-05-00-00.html/?n_cid=NKCHA014

日本游

现在访日游客的年消费额已达到4万亿日元规模，对经济的拉动效果巨大，通过“访日游客概念股”对日本股市产生的影响也很大。那么，在日本上市企业中，收益增加、总市值也在增加的“访日游客消费赢家”在哪里呢？

“访日游客概念股”没有明确定义。一般来说，指的是百货店、航空企业、酒店、化妆品企业等从访日游客身上取得一定收益的企业，但这些企业并非全部公开相关业绩数据。

在此情况下，日本经济新闻(中文版:日经中文网)计算了显示关联性高低的“相关系数”，自主调查了访日外国人数的增减与对象企业业绩的相关性。数据的起点是访日游客正式开始成为话题的约8年前。以东证一部(相当于主板)上市企业为对象，日本经济新闻(中文版:日经中文网)对相关系数高、总市值增加率大的300家企业进行了排名，并剔除了其他因素明显很大的企业。

利润增幅和总市值增长高的企业		经常利润 增加率(倍)	总市值 (亿日元)
1	贝亲	4.1	7,116
2	高丝	4.9	1万1,682
3	良品计划	3.1	9,490
4	共立	3.0	1,854
5	宝丽奥蜜思控股	3.1	8,649
6	UNIZO控股	4.3	756
7	狮王	2.9	7,223
8	NICHIBAN	3.1	546
9	日本机场大厦	102.8	4,282
10	明治控股	4.5	1万1,573
11	森永制果	6.5	2,305
12	大和房屋	3.2	2万2,518
13	JALUX	3.3	369
14	富士急行	2.9	1,984
15	冈本	3.4	1,254
16	相铁控股	2.3	3,641
17	ROYAL控股	2.8	1,145
18	RESOL控股	3.2	243
19	ANA控股	2.3	1万3,877
20	南海电气铁道	2.5	3,269

(注)对象为东证一部，总市值为与2011年的比较，经常利润为与2011年实绩及2018年预测值的比较

在随着访日游客人数增加而业绩增长、同时获得股票市场认可的企业排行榜前列，引人关注的是化妆品企业。

化妆品企业表现强劲

在榜上排第2位的化妆品企业高丝的总市值达到1.16万亿日元，增长至10倍。高丝以备受访日游客欢迎的“雪肌精”系列为武器稳步提高收益，2018财年(截至2019年3月)有望创出利润新高。高丝的合并经常收益8年间增至近5倍。此外，另一家化妆品企业宝丽奥蜜思控股(POLA ORBIS HOLDINGS)总市值增至7倍多，排到第5位。



雪肌精（资料图）

从化妆品企业的坚挺业绩可以看出访日游客消费的“胜利方程式”。

这些企业积极彰显“日本制造”的高品质形象。不仅是在实体店，还在社交网络（SNS）上、日常生活的使用场景中宣传这一形象并加以扩散。重点目标是年轻人众多的中国游客。这些消费者对社交网络的敏感度很高，通过口口相传，日本化妆品转眼之间成为热门商品。

化妆品行业是在广告费、促销费方面投入巨资的代表性行业，但通过“访日游客”这一催化剂，形成了成本下降、原本较贵的商品能带来较高利润率的循环。



访日游客在百货店里的免税店购物（东京涩谷区的高岛屋新宿店）

另一方面，日本母婴用品企业贝亲（排第1位）和运营“无印良品”的良品计划（排第3位）的共同点是，在吸引日本国内访日游客消费的同时，还在中国成功开拓了当地市场。

例如贝亲向中国各医院派遣顾问, 应对母亲的育儿咨询, 展开了脚踏实地的品牌推广活动。贝亲在中国的品牌评价出现提高, 促进了访日游客的购买行动, 日本限定设计的奶瓶等受到追捧。此外, 良品计划在中国运营的店铺占到整体的 2 成以上。可以看到在中日两国之间往来的消费者分别在当地购买的情况。

百货店未能上榜

在食品领域, 受中国游客欢迎的是明治控股的奶粉。明治直到数年前还从日本向中国出口奶粉, 知名度较高。最近游客从日本购买奶粉带回中国的趋势突出。以森永制果为例, 在主力软糖“嗨啾 (HI-CHEW)”之中, 日本限定口味的销量显著增长。

另一方面, “爆买”名牌包等的印象突出的三越伊势丹控股等百货商场并未进入排行榜。从 7~8 年的较长时间跨度来看, 在百货商场行业, 访日游客增加和业绩增长率之间的相关性出现减弱。其背景可能是访日游客从“购买”向“体验”型消费过渡。



日经中文网
无印良品上海旗舰店

关于化妆品等访日游客消费增长的领域, kabu.com 证券的河合达宪认为, “加强在便利店等方便场所销售的效果巨大”。有可能由于双方是此消彼长的关系, 百货商场的销售增长乏力。

日本国家旅游局 (JNTO) 的数据显示, 2018 年 1~8 月访日外国人达到 2130 万人, 同比增加 13%。虽然增速正在逐步放缓, 但仍维持增长态势。三菱 UFJ 摩根士丹利证券的宫崎浩认为, “只要维持汇率上的日元贬值和新兴市场国家收入增加, 访日游客长期增加趋势就不会改变”。日本政府提出到 2020 年使访日外国人达到 4000 万人, 消费额达到 8 万亿日元的目标。

日本经济新闻 (中文版: 日经中文网) 佐藤俊简