



Rynek dóbr luksusowych w Polsce

Nowe wymiary luksusu

Edycja 2024

Spis treści

Wstęp | str. 3

Kluczowe wnioski | str. 4

Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa

str. 5



Rynek dóbr luksusowych

str. 19



Notowania spółek sektora dóbr luksusowych

str. 45



Refleksja nad przyszłością w świetle nowych wyzwań i trendów na rynku dóbr luksusowych

str. 53



Kontakt | str. 55

Wstęp



Andrzej Marczak

Partner, Szef Działu Doradztwa Podatkowego w Europie Środkowo-Wschodniej, Szef Zespołu ds. PIT w Polsce, KPMG w Polsce



Tomasz Wiśniewski

Partner, Deal Advisory, Szef Zespołu Wycen w Europie Środkowo-Wschodniej, KPMG w Polsce

Z przyjemnością prezentujemy Państwu 14. edycję raportu KPMG o rynku dóbr luksusowych w Polsce. W ciągu tych kilkunastu lat mieliśmy okazję obserwować liczne zawirowania gospodarcze, geopolityczne i technologiczne. Pomimo wielu wyzwań rynek nadal utrzymuje się w bardzo dobrej kondycji. Zgodnie z naszymi szacunkami, jego wartość osiągnęła w 2023 roku 42,4 mld zł, co oznacza wzrost o 12,2% w stosunku do roku poprzedniego. Po raz pierwszy od pandemii wartość wszystkich segmentów przewyższyła tę odnotowaną przed rokiem 2020. Podkreśla to siłę rynku, ponieważ nastąpiło to szybciej niż przewidywano jeszcze w zeszłorocznych prognozach.

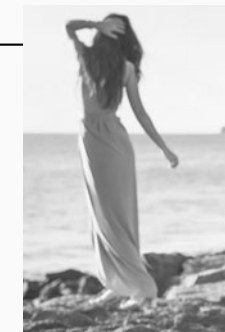
Luksus zmienia swoje oblicze, a konsumenci upatrują go już nie tylko w posiadanych dobrach, lecz coraz częściej także w doświadczeniach i przeżyciach. Segment luksusowych hoteli i SPA, zgodnie z naszymi prognozami, szybko się podniósł po pandemicznym kryzysie i obecnie pod względem wartości ustępuje jedynie branży samochodowej. Największą dynamikę wzrostu wartości rok do roku osiągnął sektor luksusowych usług hotelarskich i SPA oraz luksusowych alkoholi.

Rynek dóbr luksusowych kształtują możliwości nabywców. W Polsce w 2022 roku zwiększyła się liczba osób dobrze zarabiających, których dochody przekroczyły 120 tys. zł brutto w skali roku,

rozliczających swoje dochody w skali podatkowej oraz podatkiem liniowym. Analiza struktury tej grupy Polaków ujawnia jednak spadek liczby bogatych i bardzo bogatych, czyli zarabiających odpowiednio powyżej 600 tys. zł i 1 mln zł brutto rocznie. W 2023 roku odnotowano również zmniejszenie liczby osób posiadających majątek przekraczający 1 mln dolarów amerykańskich (spadek o około 10%), co wpisuje się w globalny trend i może być powodowane aprecjacją dolara amerykańskiego w stosunku do złotego. Nadzieję na zatrzymanie tej tendencji można budować na stabilnym rozwoju gospodarczym Polski i zmniejszającej się inflacji. Dobra luksusowe nadal wykazują stosunkowo dużą odporność na kryzysy ze względu na swój charakter inwestycyjny.

Bez wątplenia rynek dóbr luksusowych czeka w najbliższym czasie wiele zmian. W kolejnych latach prognozowane są dalsze, stabilne wzrosty, jednakże pojawiają się również sygnały świadczące o tym, że nawet niezwykle odporny rynek dóbr luksusowych w końcu zacznie odczuwać konsekwencje kryzysów z ostatnich lat. Z pewnością ciekawym doświadczeniem będzie obserwacja rozwoju nowych trendów, takich jak digitalizacja i wykorzystywanie zaawansowanych technologii w sprzedaży, zmiana pokoleniowa wśród nabywców czy ewolucja nawyków związanych z dążeniem do zrównoważonego rozwoju.

Kluczowe wnioski



W 2022 roku **grupa Polaków o rocznych dochodach równych lub wyższych niż 120 tys. zł** zwiększyła się o 51% r/r.

Liczba osób w Polsce posiadających **aktywa netto o wartości powyżej 1 mln dolarów amerykańskich** spadła o 10% r/r.

Średnie **zarobki osób z grupy bogatych* oraz bardzo bogatych**** spadły odpowiednio o 14% i 11% r/r.

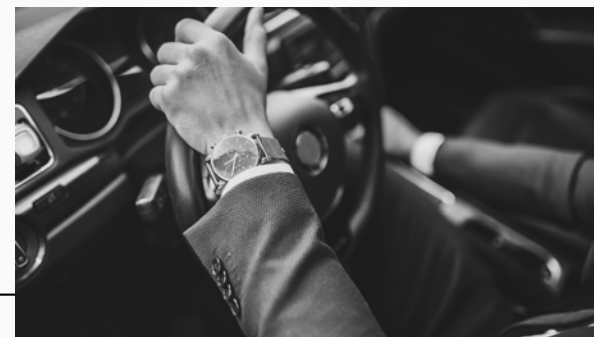
Blisko **40% wszystkich aktywów netto Polaków stanowią depozyty** (wzrost wartości o 11,5% r/r), a drugie miejsce ponownie zajęły inwestycje (spadek wartości o 5,1% r/r).

Całkowita **wartość rynku dóbr luksusowych w Polsce wzrosła** w 2023 roku o 12,2% r/r, osiągając wartość **42,4 mld zł**.

Producentom samochodów premium i luksusowych przypadła w 2023 roku **największa część rynku dóbr luksusowych w Polsce (59%)**, a jego wartość wyniosła 25 mld zł, co stanowi wzrost o 7,1% porównując z poprzednim rokiem.


Rynek luksusowych obiektów hotelowych i SPA po raz pierwszy zajął drugie miejsce pod względem wartości sprzedanych usług, która w 2023 roku wzrosła o 23,8% w porównaniu rocznym, osiągając **5,8 mld zł**.

Największą dynamiką wzrostu wartości w 2023 roku charakteryzowały się segmenty **luksusowych usług hotelarskich i SPA oraz luksusowych alkoholi**.



* O dochodzie powyżej 600 tys. złotych rocznie.

** O dochodzie powyżej 1 mln złotych rocznie.



Nabywcy dóbr luksusowych w Polsce i ich sytuacja finansowa

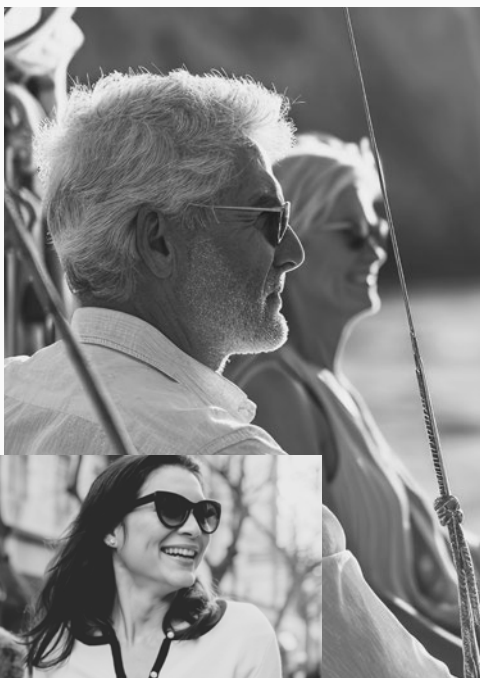


W Polsce każdego roku przybywa osób, które można identyfikować jako potencjalnych nabywców dóbr luksusowych. Grupę tę stanowią podatnicy o odpowiednio wysokich dochodach. W 2022 roku na skutek realizowanych reform, ustawodawca podwyższył drugi próg podatkowy, podnosząc go do poziomu 120 tys. zł brutto dochodu w skali roku. Liczba Polaków osiągających miesięczne dochody przewyższające 10 tys. zł brutto wzrosła i w 2022 roku liczyła 1,5 mln osób. Ich zarobki osiągnęły wartość niemalże 376 mld zł. Chociaż łączne zarobki tych osób w 2022 roku w Polsce wzrosły o 9,6% porównując z poprzednim rokiem¹, to zmniejszyły się zarobki osób, które wówczas zarabiali przynajmniej 20 tys. zł brutto miesięcznie.

Oprócz odnotowanych spadków zarobków najbogatszych Polaków, zauważalne jest także zmniejszenie wartości posiadanego przez nich majątku. Aktywa netto powyżej 1 mln dolarów amerykańskich posiadało w 2022 roku niecałe 90 tys. osób, co stanowi około 10% mniej niż w poprzednim roku. Ta sytuacja z pewnością wiąże się ze spowolnieniem gospodarczym, w tym wysoką inflacją, która według danych GUS w 2022 roku wynosiła aż 14,4%, a w 2023 roku 11,4%. Na wynik z 2022 roku ma też wpływ aprecjacja dolara amerykańskiego w stosunku do złotego, a spadek wartości majątku Polaków wpisuje się w światowe trendy.

¹ Na potrzeby porównawcze w raporcie przeliczono dane o dochodach podatników osiągniętych w 2021 roku według nowej skali podatkowej.

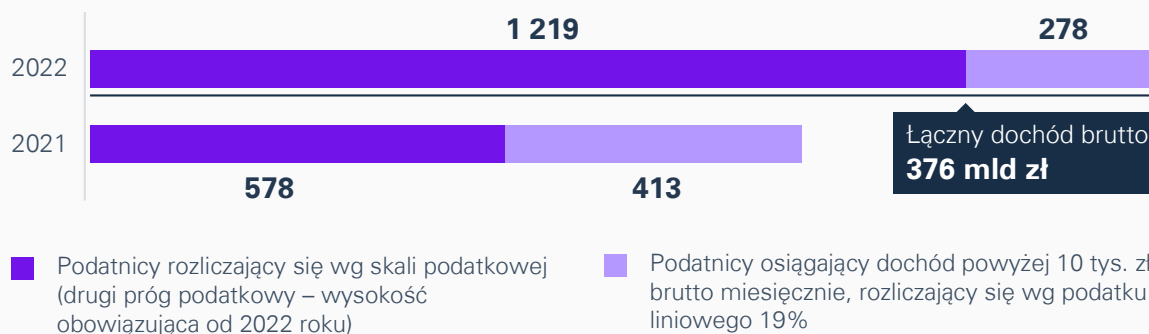
Potencjalni nabywcy dóbr luksusowych w liczbach



Rok 2022 był w Polsce pierwszym po wprowadzeniu zmian ustawowych, w którym dochody podatników były rozliczane według progów podatkowych na nowych poziomach. Drugi próg podatkowy został podniesiony z kwoty 85,5 tys. do 120 tys. zł rocznie, co przekłada się na zmianę z około 7,1 tys. na 10 tys. zł brutto miesięcznie. Na potrzeby raportu nastąpiła redefinicja grupy dobrze zarabiających i objęła osoby, których dochody znajdowały się w drugim przedziale skali podatkowej oraz te, które rozliczają się podatkiem liniowym osiągając jednocześnie roczne dochody równe lub wyższe niż 120 tys. zł. Według danych Ministerstwa Finansów, w Polsce w 2022 roku takich osób było w sumie 1,5 mln, w porównaniu do 991 tys. w 2021 roku, co oznacza wzrost liczebności tej grupy o 51%.

Zjawisko to można wyjaśnić m.in. wzrostem poziomu płac wywołanym wysoką inflacją. Łączny dochód wszystkich Polaków o dochodach równych lub większych niż 120 tys. zł rocznie i rozliczających się według skali podatkowej lub tzw. „liniówką” wyniósł w 2022 roku 375,8 mld zł i był o 9,6% wyższy niż dla tej samej grupy w roku poprzednim. W 2022 roku 1,2 mln osób rozliczało się w Polsce według skali podatkowej, natomiast 278 tys. w ramach podatku liniowego. Oznacza to znaczący spadek liczby osób rozliczających się według tzw. „liniówki” (-33% rok do roku) oraz bardzo duży przyrost liczby osób, które zostały opodatkowane przy zastosowaniu skali podatkowej i zostały objęte nowym drugim progiem podatkowym (+111% rok do roku).

Liczba osób osiągających dochód równy lub większy niż 10 tys. zł brutto miesięcznie (w tys. osób)



Dane na wykresie dotyczące 2021 roku zostały przeliczone zgodnie z założeniem zastosowanym w tegorocznej edycji raportu i obejmują osoby o dochodach równych lub większych niż 120 tys. zł brutto w skali roku.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Na potrzeby raportu wyróżniono trzy grupy osób spośród tych, które zarabiają powyżej 10 tys. zł brutto miesięcznie: zamożni, czyli osoby o dochodach brutto powyżej 20 tys. zł miesięcznie, bogaci, którzy zarabiają powyżej 50 tys. zł brutto miesięcznie, oraz bardzo bogaci, których miesięczne zarobki przekraczają kwotę 83,3 tys. zł brutto, co oznacza, że ich roczny dochód brutto przekracza 1 mln zł. To właśnie te grupy, zwłaszcza ostatnia z wymienionych, stanowią kluczowych nabywców na rynku dóbr luksusowych. Wzrost liczby osób o wysokim

statusie materialnym oraz ich rosnące dochody stanowią fundament stabilnego rozwoju tej branży.

W 2022 roku wyraźnie przybyło w Polsce osób zamożnych. Liczba bogatych Polaków właściwie się nie zmieniła, a bardzo bogatych nawet spadła. Dochody powyżej 20 tys. zł brutto miesięcznie osiągnęło 441 tys. osób, co oznacza wzrost aż o 37,7% w porównaniu z rokiem poprzednim, a łącznie zarobili oni niemalże 220 mld zł (-0,2% rok do roku). W 2022 roku w Polsce było nieco ponad 83,6 tys. bogatych

osób (+1% rok do roku), ale ich łączne dochody zmniejszyły się o 12,7%, do niespełna 114 mld zł. Grupa bardzo bogatych zmniejszyła się natomiast o 4,6%, nieco ponad 35 tys. osób, a ich zarobki były niższe o 15,6% w porównaniu z rokiem 2021, osiągając wysokość 79 mld zł. W każdej z opisywanych grup obniżyły się średnie miesięczne dochody brutto. Osoby zamożne zarabiały średnio 41,4 tys. zł (-28% rok do roku), bogate 113,3 tys. zł (-14% rok do roku), a bardzo bogate 187,2 tys. zł (-11% rok do roku).

Warszawa jest magnesem dla inwestorów, oferującym szerokie możliwości, dynamiczny rozwój oraz perspektywę wysokich zarobków. Stolica pozostaje niekwestionowanym centralnym punktem biznesowym kraju, szczególnie dla rozwijającego się sektora usług. W związku z tym, niezmiennie od lat, to w województwie mazowieckim mieszka najwięcej osób przekraczających drugi próg podatkowy. W 2022 roku swój podatek dochodowy rozliczało tu 334,6 tys. osób zarabiających powyżej 10 tys. zł brutto miesięcznie, co stanowiło 22,4% wszystkich Polaków należących do tej grupy podatników. Mieszkańcy województwa mazowieckiego, których dochody znajdowały się w drugim przedziale skali podatkowej, wygenerowali dochody w wysokości 90,9 mld zł, co stanowiło prawie 24% dochodów wszystkich dobrze zarabiających w Polsce. To tutaj mieszkało również najwięcej osób zamożnych (102,5 tys.), bogatych (20,1 tys.) i bardzo bogatych (8,5 tys.). Trzy kolejne województwa, zamieszkiwane w 2022 roku przez największą liczbę osób przekraczających drugi próg podatkowy, to: śląskie (164,3 tys. osób), małopolskie (148,6 tys. osób) i wielkopolskie (133,6 tys. osób).

We wszystkich województwach w porównaniu do roku poprzedniego wzrosła liczba osób przekraczających drugi próg podatkowy, a poziom ich dochodu zmalał jedynie w województwie

mazowieckim (-1,7% rok do roku). Głównym powodem tak dobrych statystyk jest zwiększenie liczby osób dobrze zarabiających i zamożnych. W przypadku osób bogatych i bardzo bogatych sytuacja wygląda mniej optymistycznie – aż w siedmiu województwach zmalała grupa osób zarabiających powyżej 50 tys. zł brutto miesięcznie, a w ośmiu tych o dochodzie większym niż 1 mln zł rocznie. Największy spadek odnotowano w województwie opolskim (odpowiednio o 25,8% i 34,1% rok do roku). Osób bogatych ubyło też w województwach lubuskim, kujawsko-pomorskim i świętokrzyskim (spadki w przedziale 10-15% rok do roku). Co istotne, w tych samych regionach zmniejszyło się też grono najbogatszych (spadki o 23-26% rok do roku). Największe odnotowane w 2022 roku wzrosty liczby osób bogatych przypadły na województwo lubelskie (40,7% rok do roku), podkarpackie (28,7% rok do roku) i łódzkie (15,7% rok do roku), a liczba osób bardzo bogatych powiększyła się przede wszystkim w zachodniopomorskim (34,4% rok do roku), lubelskim (25,5% rok do roku) i podkarpackim (9,7% rok do roku). Najwięcej mieszkańców Polski o dochodach przekraczających 1 mln zł rocznie poza województwem mazowieckim rozliczało swój podatek dochodowy, podobnie jak w 2021 roku, w Wielkopolsce i na Śląsku (nieco ponad 3,5 tys. osób w każdym regionie).





Od początku prowadzenia naszych analiz dotyczących rynku dóbr luksusowych, w tym majątności Polaków, obserwujemy nieustanny wzrost liczby osób zamożnych w kraju. Jest to trend utrzymujący się nieprzerwanie od wielu lat. Sytuacja ekonomiczna Polski jest dobra, gospodarka rozwija się dosyć dynamicznie, a co za tym idzie, rosną zarobki osób tu mieszkających, będących nabywcami dóbr luksusowych. Ustawodawca wprowadzając od 2022 roku nowe zasady rozliczeń w podatku PIT nie ułatwił nam zadania przygotowania tegorocznej analizy. Nowy próg podatkowy na poziomie 120 tys. zł utrudnił wyodrębnienie poszczególnych grup podatników i dokonywanie właściwych porównań rok do roku. Na potrzeby raportu, do obliczeń wzięliśmy pod uwagę jedynie tych podatników, których dochody były równe lub większe niż 120 tys. zł, a dotyczy to obu porównywanych lat – 2021 i 2022. Oznacza to, że konsekwentnie obecnie nie

zostali wzięci pod uwagę podatnicy o dochodach w przedziale 85-120 tys. zł, którzy byli analizowani w zeszłorocznej edycji raportu.

Co ciekawe, pomimo podwyższenia progu podatkowego, wzrosła liczba osób zarabiających ponad 120 tys. zł rocznie. Ten wzrost można wytłumaczyć m.in. wysoką inflacją i pokaźnymi podwyżkami płac. Dodatkowo, napływ do Polski także dobrze zarabiających obywateli Ukrainy, zatrudnionych w międzynarodowych korporacjach, również mógł przyczynić się do wspomnianego wzrostu.

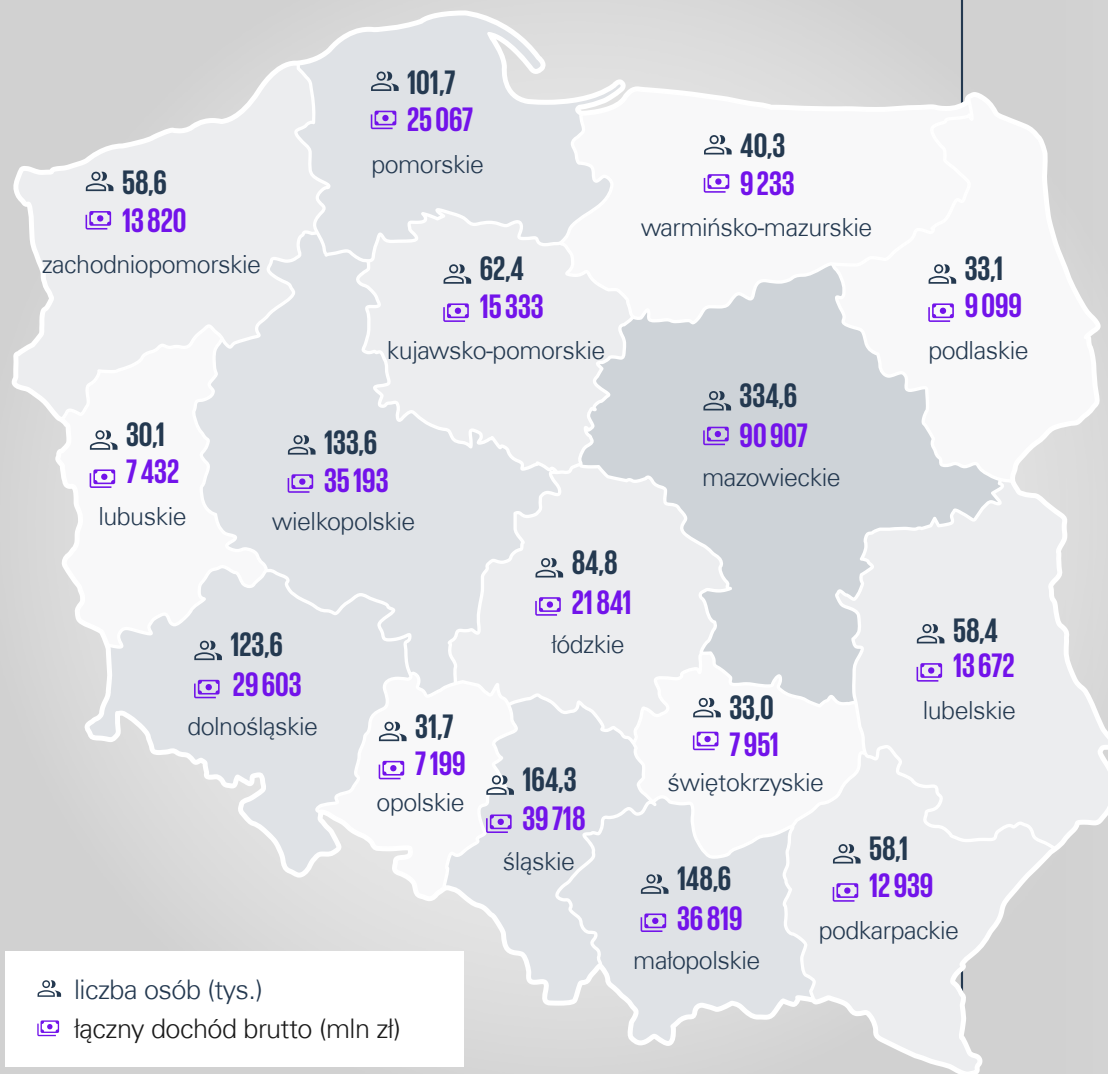
Warto odnotować spore zmniejszenie liczby osób, które w poprzednich latach opodatkowywały swoje dochody z działalności gospodarczej podatkiem liniowym w wysokości 19%. Można domyślać się, że nowe atrakcyjne warunki rozliczania dochodów na zasadach ogólnych,

takie jak wyższy próg podatkowy, znacząca kwota wolna od podatku czy możliwości korzystania ze wspólnych rozliczeń i ulg podatkowych, spowodowały zmianę sposobu opodatkowania właśnie na zasady ogólne. Ten trend może również dotyczyć osób dotychczas korzystających z opodatkowania tzw. ryczałtem ewidencjonowanym.

Andrzej Marczak

Partner, Szef Działu Doradztwa Podatkowego w Europie Środkowo-Wschodniej, Szef Zespołu ds. PIT w Polsce, KPMG w Polsce

Liczba osób o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 10 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2022 rok)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Liczba osób o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 10 tys. zł mieszkających w Polsce

1,5 mln

Łączny dochód brutto osób zarabiających miesięcznie powyżej 10 tys. zł brutto mieszkających w Polsce

376 mld zł

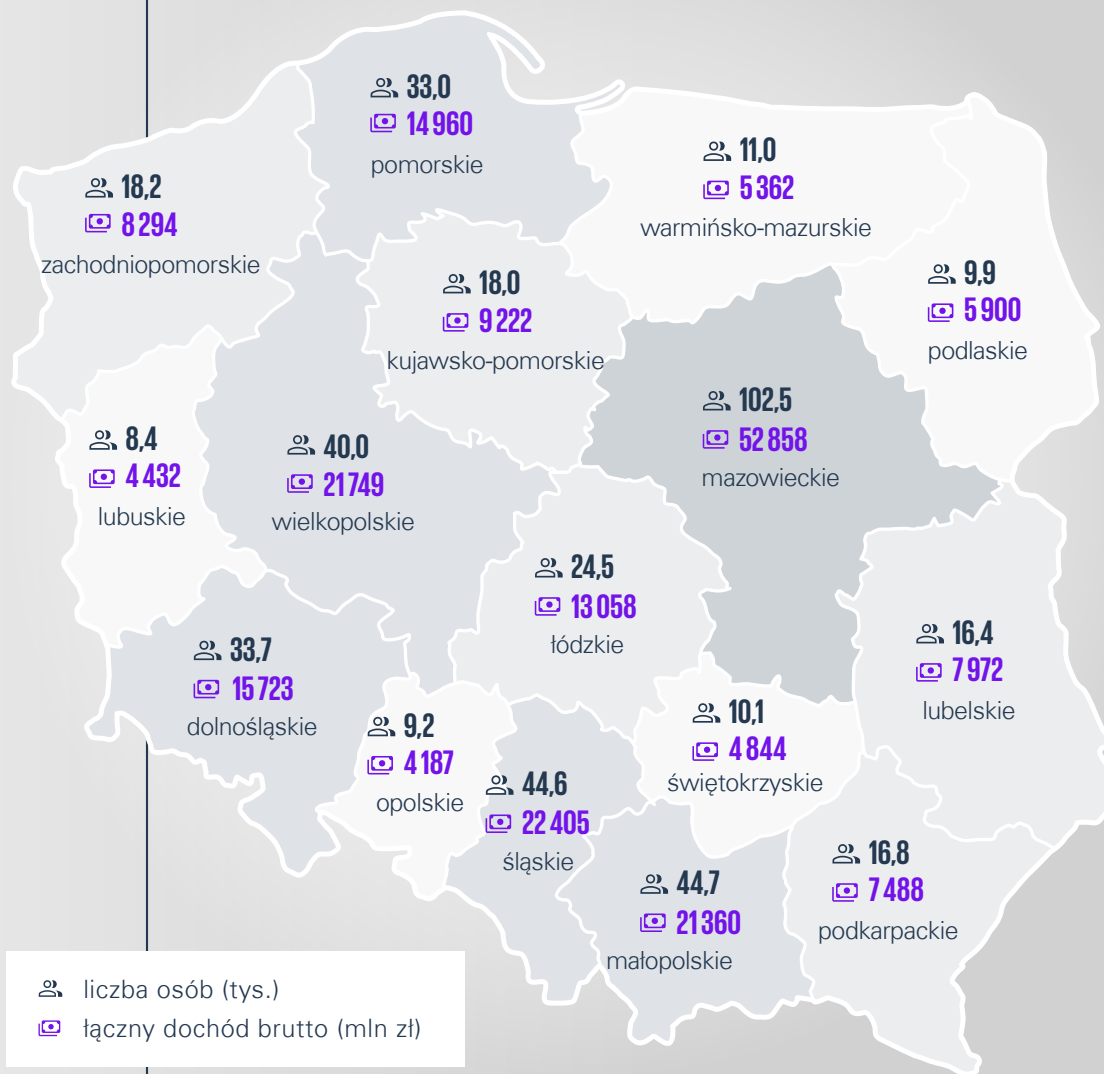
Liczba osób zamożnych
mieszkających w Polsce

441 tys.

Łączny dochód brutto osób
zamożnych mieszkających
w Polsce

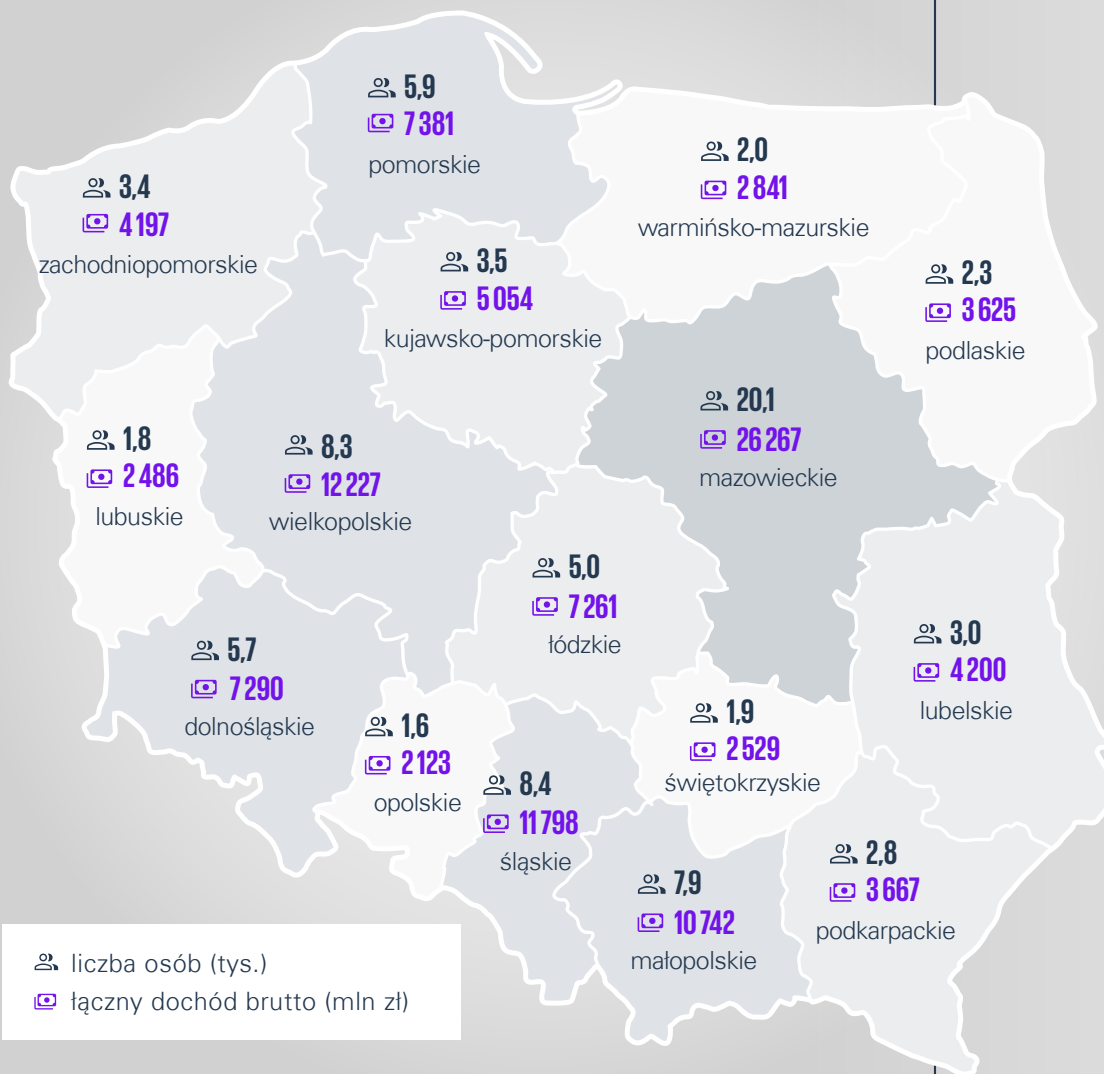
219,8 mld zł

Liczba osób zamożnych o miesięcznym dochodzie brutto
powyżej 20 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale
na województwa (2022 rok)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Liczba osób bogatych o miesięcznym dochodzie brutto powyżej 50 tys. zł i ich łączny dochód brutto w podziale na województwa (2022 rok)



liczba osób (tys.)
 łączny dochód brutto (mln zł)

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Liczba osób bogatych
mieszkających w Polsce

83,6 tys.

Łączny dochód brutto osób
bogatych mieszkających
w Polsce

113,7 mld zł



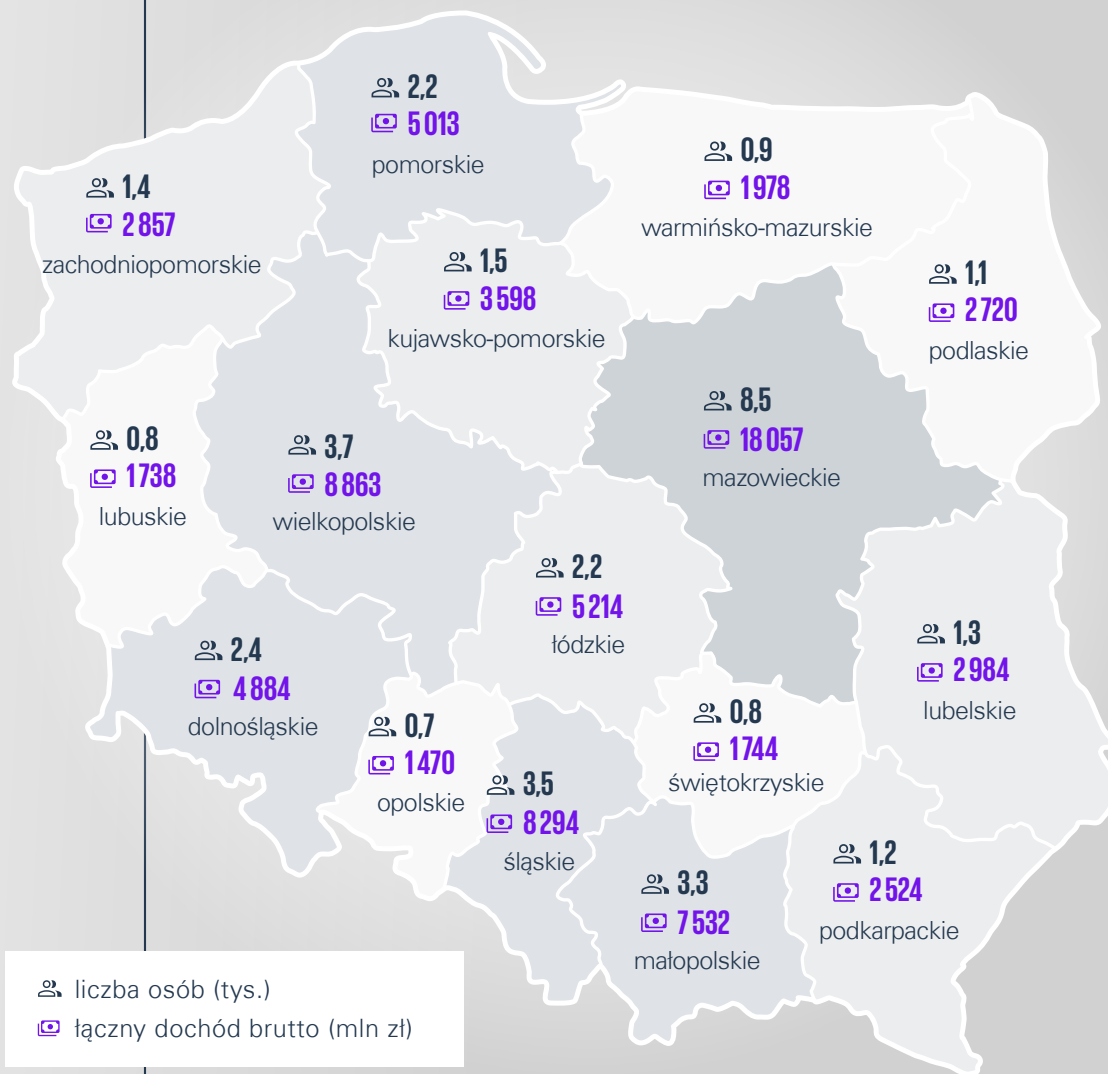
Liczba osób bardzo bogatych
mieszkających w Polsce

35,4 tys.

Łączny dochód brutto osób
bardzo bogatych mieszkających
w Polsce

79,5 mld zł

Liczba osób bardzo bogatych o dochodach powyżej
1 mln zł brutto rocznie i ich łączny dochód brutto
w podziale na województwa (2022 rok)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Zamożni Polacy w liczbach



Według najnowszego raportu „Global Wealth Databook 2023”, opracowanego przez ekspertów z Credit Suisse Research Institute, na koniec 2022 roku w Polsce mieszkało niespełna 90 tys. osób, które można określić mianem High Net Worth Individuals (HNWI), czyli których majątek liczony w aktywach netto wyniósł co najmniej 1 mln dolarów amerykańskich. Oznacza to spadek liczby takich osób w porównaniu z rokiem 2021 o prawie 10,5 tys., czyli o około 10% i powrót do poziomu odnotowanego w 2020 roku.

Spadek liczby zamożnych Polaków wpisuje się w trend światowy. Jak wynika z raportu „Global Wealth Databook 2023”, poziom globalnego majątku obniżył się w 2022 roku po raz pierwszy od kryzysu finansowego z 2008 roku. Jego wartość spadła o 11,3 bln dolarów amerykańskich (-2,4% rok do roku), do poziomu 454,4 bln dolarów. Znaczna część tego spadku wynika z aprecjacji dolara amerykańskiego w stosunku do wielu innych walut. Przede wszystkim obniżyła się wartość aktywów finansowych, podczas gdy aktywa niefinansowe (głównie nieruchomości) pozostały odporne na kryzys, pomimo szybko rosnących stóp procentowych. Utrata globalnego bogactwa była silnie skoncentrowana w bogatszych regionach, takich jak Ameryka Północna i Europa, które łącznie straciły 10,9 bln dolarów amerykańskich.

Największy odsetek milionerów w Polsce, bo aż 93%, stanowią osoby, których majątek jest wart pomiędzy 1 a 5 mln dolarów. Polacy, których aktywa netto opiewają na więcej niż 50 mln dolarów, stanowią jedynie 0,3% wszystkich HNWI. Jednak jak wynika z najnowszego raportu Credit Suisse Research Institute, to właśnie ta grupa powiększyła się w ciągu roku jako jedyna – o 1,8%.

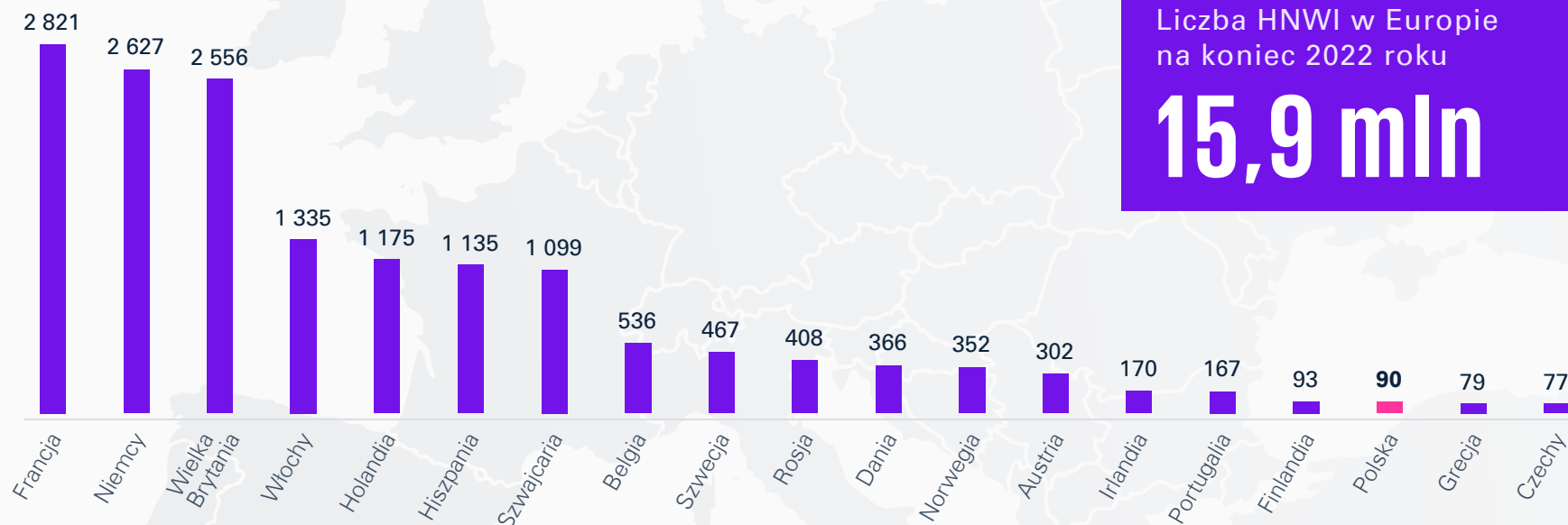
Wśród 19 wybranych państw europejskich Polska w bezwzględnej liczbie HNWI wyprzedziła w 2022 roku Grecję i Czechy, utrzymując niezmienną pozycję w porównaniu z 2021 rokiem. Około 3 tys. więcej HNWI mieszkało w Finlandii, która jest jedynym krajem o zbliżonej liczbie zamożnych w porównaniu do Polski. W czołówce państw europejskich z największą liczbą HNWI znalazły się Francja (2,8 mln), Niemcy (2,6 mln) i Wielka Brytania (niespełna 2,6 mln), która spadła z pierwszego miejsca osiągniętego rok wcześniej. W sumie, we wszystkich 19 krajach europejskich wybranych do analizy, liczba HNWI zmalała o około 5% rok do roku.

Liczba HNWI w Polsce według bogactwa (stan na koniec 2022 roku)

	2021	2022	Różnica (nominalna)	Różnica (% r/r)
1-5 mln \$	91 039	83 173	-7 866	-9%
5-10 mln \$	5 836	3 727	-2 109	-36%
10-50 mln \$	2 980	2 482	-498	-17%
Powyżej 50 mln \$	274	279	+5	+2%
Razem HNWI	100 129	89 661	-10 468	-10%

High Net Worth Individuals (HNWI)
– osoby o aktywach netto powyżej 1 mln dolarów amerykańskich.

Liczba HNWI w wybranych krajach europejskich (w tys., stan na koniec 2022 roku)



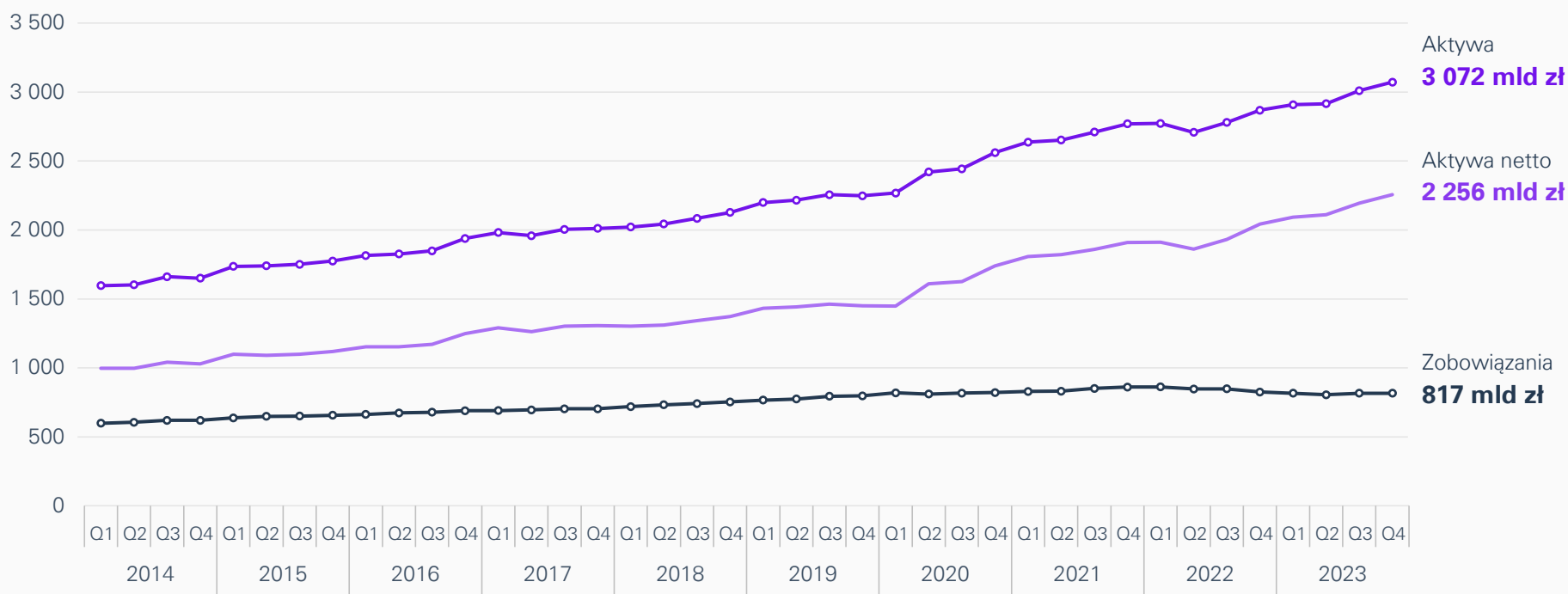
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Credit Suisse Research Institute.

Majątek Polaków

Na koniec 2023 roku suma majątku zgromadzonego w polskich gospodarstwach domowych wyniosła 3 072 mld zł, co oznacza wzrost o 7% w porównaniu z poprzednim rokiem. Wartość aktywów netto wzrosła o 10% rok do roku i wyniosła 2 256 mld zł. Należy brać pod uwagę, że realna wartość majątku Polaków

w 2023 roku, podobnie jak w roku poprzednim, spadła z powodu wysokiej inflacji. W przypadku zobowiązań, w 2023 roku odnotowano spadek wartości zadłużenia o 1%, do wartości 817 mld zł.

● Stan aktywów i zobowiązań finansowych gospodarstw domowych (mld zł)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP.



Ponownie nie uległa znaczącym zmianom struktura aktywów gospodarstw domowych Polaków. Zdecydowanie największą ich część obejmują depozyty, które na koniec 2023 roku były warte 1 239 mld zł i stanowiły blisko 40% aktywów. Ich stan w porównaniu z rokiem poprzednim powiększył się o 11,5%. Drugą pod względem wielkości kategorią w strukturze majątku Polaków są inwestycje, które na koniec 2023 roku osiągnęły wartość 715 mld zł, odnotowując spadek o 5,1% rok do roku. Ich udział w majątku ogółem wyniósł 23,3%. Ubezpieczenia i OFE, po rocznej przerwie, powróciły na trzecie miejsce wśród wszystkich kategorii posiadanych przez Polaków aktywów. Na koniec 2023 roku w tej postaci przechowywano prawie 13% aktywów wartych 393 mld zł – aż o 23,6% więcej niż rok wcześniej. Niewiele mniej, bo 12% wszystkich

aktywów, stanowiła na koniec 2023 roku gotówka, o sumarycznej wartości 356 mld zł, co oznacza wzrost tej wartości o 2,4% rok do roku.

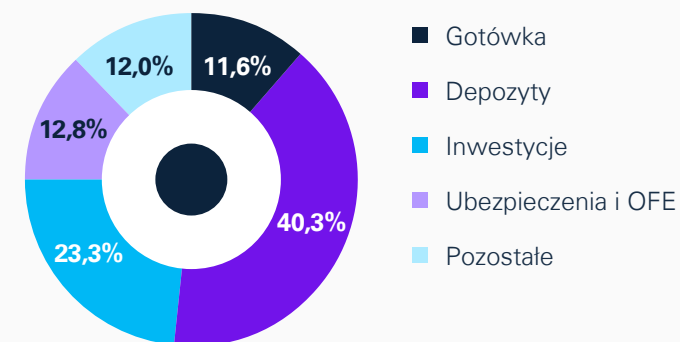
Zgodnie z danymi na koniec czwartego kwartału 2023 roku, główną częścią zobowiązań Polaków niezmiennie były długoterminowe kredyty i pożyczki, których wartość wyniosła ponad 749 mld zł, co stanowiło 91,7% całkowitego zadłużenia. Kolejny rok z rzędu wartość długoterminowych kredytów i pożyczek nieco zmalała, tym razem o 1,1% rok do roku. Warto również zauważyć, że o 4,5% rok do roku zmalały zobowiązania finansowe gospodarstw domowych z tytułu krótkoterminowych kredytów i pożyczek, które na koniec 2023 roku stanowiły 5,9% ogólnej wartości zobowiązań i opiewały na kwotę 48,6 mld zł.

● Aktywa finansowe gospodarstw domowych (stany, w mld zł)

	Q4 2023
Depozyty	1 239
Inwestycje	715
Ubezpieczenia i OFE	393
Gotówka	356
Pozostałe	370
Razem	3 072

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP.

● Udział poszczególnych klas aktywów finansowych gospodarstw domowych w Polsce (Q4 2023)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych NBP.



Rynek dóbr luksusowych

Nowe oblicza luksusu: światowe trendy konsumenckie i prognozy na przyszłość



Prognozy na rok 2024 wskazują na stabilny, choć umiarkowany wzrost globalnego rynku dóbr luksusowych, szacowany przez analityków Bank of America na poziomie do 4%.

Spowolnienie na głównych rynkach regionalnych, związane przede wszystkim z niepewnością makroekonomiczną i ograniczeniem zbędnych wydatków przez konsumentów, wciąż widoczne jest w obu Amerykach. Z drugiej strony Chiny, pomimo wewnętrznych napięć, wychodzą z okresu post-pandemicznej stagnacji.

W obliczu wymagającego otoczenia makroekonomicznego, wiodące marki będą kontynuować wzrost, jednak dla wielu firm branży luksusowej nadchodzą trudne czasy pełne wyzwań transformacyjnych. Rosnąca polaryzacja kondycji finansowej uczestników rynku stwarza szansę na zwiększoną aktywność akwizycyjną najsilniejszych graczy.

W okresie ekonomicznej niepewności na czoło stawki w luksusowej rywalizacji wysuwają się przede wszystkim dobra takie jak biżuteria, która jest jednocześnie uznawana za rodzaj inwestycji, co potwierdzają notowania złota osiągające historyczne szczyty na koniec 2023 roku. Warto podkreślić, że międzynarodowe agencje analityczne prognozują pozytywną sytuację na rynku złota w 2024 roku. Jednym z powodów, dla których złoto jest obecnie chętnie wybieranym dobrem inwestycyjnym jest napięta sytuacja geopolityczna.

Producentów luksusowych kosmetyków również czekają dobre czasy i potencjał tzw. efektu szminki, który polega na zmianie preferencji konsumentów dóbr luksusowych w dobie kryzysu – zmniejszania konsumpcji tych o wysokiej relatywnej wartości na rzecz innych luksusowych produktów, o mniejszej relatywnej

wartości. Kategorią, która także ma przed sobą dobre perspektywy, jest turystyka luksusowa, ponieważ dane wskazują na pełne odbicie po okresie pandemii.

Wśród dominujących trendów obserwuje się przesunięcie od produktów z widocznymi logotypami marek, do stylizacji w nieoczywisty sposób świadczących o ekskluzywności, które swoją luksusową pozycję zawdzięczają wykorzystanym materiałom premium i wysokiej jakości wykonania.

Cyfrowa ewolucja

Digitalizacja odgrywa coraz ważniejszą rolę w przyciąganiu uwagi potencjalnych klientów. Marki luksusowe coraz częściej korzystają z narzędzi cyfrowych, aby wykreować wirtualne doświadczenia, które odzwierciedlają wyrafinowanie i ekskluzywność, kojarzone ściśle z luksusem. Od rozbudowanych wizualnie stron internetowych, po angażujące wydarzenia wirtualne – marki wykorzystują platformy online, aby zrobić wrażenie na swojej wymagającej klienteli. Sektor dóbr luksusowych będzie nadal ewoluował cyfrowo, wykorzystując technologię do doskonalenia obsługi klienta. Przewiduje się, że rzeczywistość rozszerzona i wirtualna, a także sztuczna inteligencja odegrają kluczową rolę w dostarczaniu fascynujących doświadczeń związanych z zakupami online oraz personalizacji relacji między firmą a konsumentem. Coraz bardziej popularne stają się także prywatne przestrzenie handlowe, całonocna obsługa klienta za pomocą czatbota, czy cyfrowe usługi concierge.

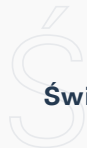
Jak wskazują dane Statista do 2025 roku nawet do 25% sprzedaży dóbr luksusowych będzie realizowane za pośrednictwem kanałów online. W Chinach zyskują na popularności luksusowe wydarzenia na żywo transmitowane online, takie jak pokazy mody, wirtualne wycieczki po flagowych sklepach marek, czy możliwość zdalnych konsultacji z wizażystami i ekspertami kosmetycznymi.



W poszukiwaniu przeżyć

Konsumenci na rynku dóbr luksusowych coraz bardziej zwracają uwagę na tzw. „dobra oparte na doświadczeniu” (ang. experience-based goods). Wyłącznie posiadanie luksusowych przedmiotów może okazać się niewystarczające. W dążeniu do tworzenia niezapomnianych chwil potencjalni klienci będą kierować swoją uwagę w stronę doświadczeń. Oczekując niezapomnianych przeżyć, będą skoncentrowani na wyjątkowych podróżach, uczestnictwie w unikatowych wydarzeniach kulturalnych, a także ekskluzywnych spotkaniach tematycznych.

Sklepy „monobrandowe” stają się głównym kanałem dystrybucji. Sprzyja temu rosnąca rola fizycznych doświadczeń i obsługi klienta w sprzedaży. Wzrastająca digitalizacja powoduje scalanie się doznań fizycznych i cyfrowych, co wymaga od marek zapewniania doskonałości na każdym etapie interakcji z klientem.



Świadomy luksus

Wraz z rosnącą świadomością konsumentów i ogólnoswiatowym naciskiem na odpowiedzialność środowiskową i społeczną, przewiduje się, że w 2024 roku branża luksusowa będzie jeszcze bardziej zmierzać w kierunku zrównoważonego rozwoju. Konsumenty coraz bardziej będą oczekiwać większej przejrzystości, etycznych praktyk produkcyjnych i przyjaznych dla środowiska procesów tworzenia.

Wymagający konsumenci domagają się autentyczności i misji od marek luksusowych. Wspierają te marki, które zgadzają się z ich wartościami i działają na rzecz społeczeństwa i środowiska naturalnego. Przewiduje się także dynamiczny wzrost rynku wtórnego dóbr luksusowych, który według danych IMARC w latach 2024-2032 będzie osiągał średnioroczny wzrost wartości na poziomie 8,9%. Dodatkowo, rozwijające się technologie, takie jak blockchain, umożliwią identyfikację cech produktu na każdym etapie jego życia, dostarczając kupującym używanych produktów pewności co do ich autentyczności.



Nowa era ekskluzywności

Wraz z nadchodzącym trendem „no logo”, ekskluzywność zaczyna nabierać nowego znaczenia. Podczas gdy tradycyjnie to pojęcie dotyczyło ograniczonego dostępu, dzisiejsi konsumenci dóbr luksusowych cenią inkluzywność, dostępność i poczucie wspólnoty. Marki znajdują sposoby, aby konsumenci poczuli się częścią ekskluzywnego klubu, pomimo odejścia od produktów opartych na logo, na rzecz luksusu o długiej żywotności. Oferta marek zostaje rozszerzona o limitowane edycje, personalizację produktów i oferty na zamówienie, aby zaspokoić różnorodne preferencje konsumentów i wspierać poczucie indywidualności. Pojęcie ekskluzywności prawdopodobnie ulegnie redefinicji, ze szczególnym naciskiem na ponadczasowość, inkluzywność i personalizację.



N Nowe pokolenie, nowe wyzwania

Wchodzący na rynek konsumenci z pokolenia Z stawiają przed producentami luksusowych marek nowe wyzwania. Branża musi funkcjonować w coraz mocniej złożonej mieszance pokoleniowej swoich klientów. Pokolenia X i Y osiągają teraz szczytowe dochody, reprezentując większość konsumentów luksusowych i odpowiadając za kluczową pulę wzrostu dochodów w najbliższej przyszłości. Jednakże pokolenie Z zaczyna dość wyraźnie zaznaczać swoją obecność na rynku – według danych Euromonitor International do 2030 roku może ono odpowiadać nawet za 30% zakupów na rynku dóbr luksusowych i będzie grupą, z którą marki luksusowe będą musiały się liczyć. Obecnie więcej niż 50% młodych Polaków w wieku 18-35 lat można zaliczyć do grona „gniazdowników”, czyli osób zamieszkujących z rodzicami. Jak wskazują dane Polskiego Instytutu Ekonomicznego, wskaźnik ten jest zróżnicowany w krajach Europy, ale utrzymuje się w przedziale około 20-70%. Brak obciążenia prywatnych budżetów dorosłych dzieci kredytami hipotecznymi lub wydatkami na nieruchomości, otwiera przed nimi większe możliwości zakupu dóbr luksusowych.

Siła pokolenia Z wynika z faktu, że stoi ono na czele zmian społecznych i kulturowych. Charakterystyczne dla młodszej części społeczeństwa jest poszukiwanie sensu w celu zdefiniowania tego, co najważniejsze i przejście w stronę bardziej „celowych” zakupów, podkreślających „przeżyte doświadczenia” i troskę o środowisko. Marki luksusowe będą musiały odpowiednio zaadresować ich potrzeby w przyszłości.



R Rosnące znaczenie jakości życia

Widoczne jest zacieranie się granic pomiędzy potrzebami konsumentów dotyczącymi poprawy wyglądu oraz utrzymania dobrego stanu zdrowia, zarówno psychicznego jak i fizycznego. Z tego względu branża luksusowych kosmetyków, wellness oraz SPA ewoluuje, tworząc silne powiązania z usługami hotelarskimi i turystyką. W rozwoju tych obszarów rynku wyraźną rolę odgrywają nowe technologie, które pozwalają wymagającym klientom korzystać z produktów i usług dokładnie dopasowanych do ich potrzeb. Profesjonalny dobór kosmetyków, zabiegów czy nawet żywności opiera się nie tylko na zaawansowanej diagnostyce indywidualnych profili klientów, ale również na dostępie do informacji o składnikach oraz procesach produkcji konkretnych dóbr i usług. Innowacyjne, analityczne rozwiązania coraz bardziej wspierają obie strony rynku – popytową i podażową. Około połowa badanych przez Euromonitor International konsumentów w badaniu „Voice of the Consumer: Beauty Survey 2023”, wyraziła chęć płacenia przynajmniej o 10% więcej w porównaniu do standardowych cen za szeroko pojęte usługi i produkty wellness premium oraz luksusowe.



Rozwój rynku dóbr luksusowych w Polsce

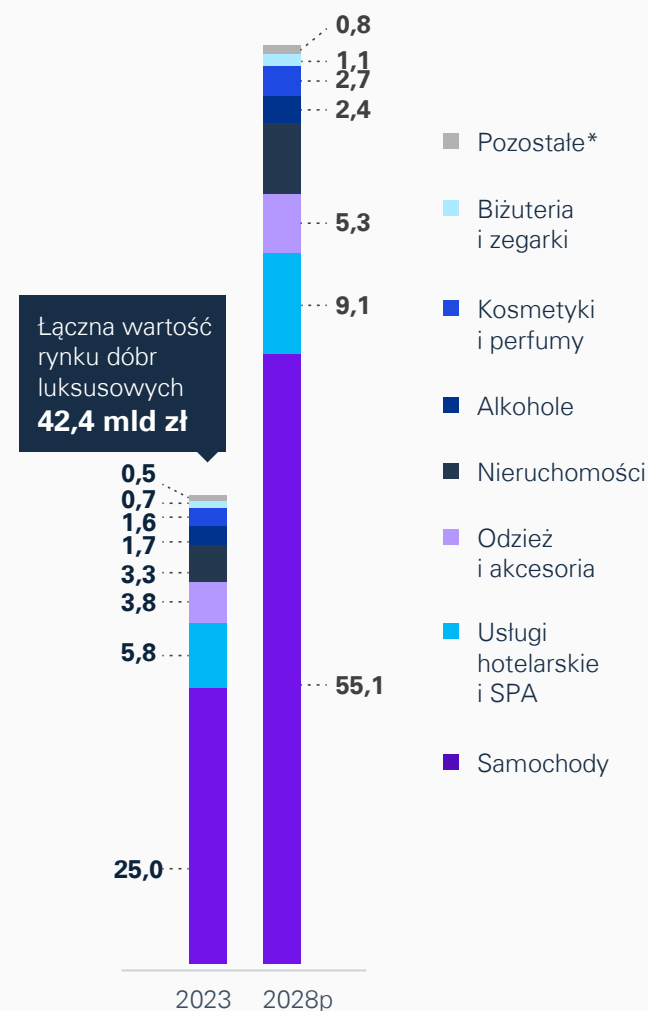
Na potrzeby raportu do kategorii dóbr luksusowych zaliczono samochody marek premium i luksusowych, luksusowe nieruchomości, usługi hotelarskie i SPA o wysokim standardzie oraz dobra konsumpcyjne, takie jak luksusowa odzież i akcesoria, biżuteria i zegarki, kosmetyki i perfumy oraz alkohole.

Dane dotyczące rynku dóbr luksusowych w Polsce jednoznacznie wskazują, że trudne czasy pod kątem gospodarczym i geopolitycznym nie wpłynęły negatywnie na jego wartość, którą szacuje się na 42,4 mld zł w 2023 roku. Oznacza to wzrost wartości o 12,2% w porównaniu z rokiem poprzednim (według zaktualizowanych danych za 2022 rok). Warto podkreślić, że wzrost ten jedynie lekko wyprzedza inflację, której poziom wyniósł w 2023 roku 11,4% według danych GUS. Prognozy na 2024 rok są optymistyczne – przewiduje się 21,1% wzrost porównując z poprzednim rokiem. Według danych Euromonitor International, w 2023 roku Polska odpowiadała za blisko jedną trzecią wartości sprzedaży dóbr luksusowych w Europie Środkowo-Wschodniej. Dynamiczny rozwój rynku wynika głównie ze wzrostu polskiej gospodarki, zwiększającej

się liczby osób dobrze zarabiających oraz rozwoju handlu detalicznego.

Niezmiennie większość rynku dóbr luksusowych w Polsce stanowi segment samochodów premium i luksusowych (58,9%), którego wartość, według najnowszych prognoz, będzie nadal rosła, osiągając aż 55,1 mld zł w 2028 roku. Wszystkie analizowane w raporcie segmenty w 2023 roku osiągnęły wartości wyższe niż przed pandemią. Po raz pierwszy zauważalny wzrost wystąpił również w przypadku segmentu luksusowych hoteli i SPA, którego szacunkowa wartość osiągnęła 5,8 mld zł, co stanowi 120% wartości z 2019 roku. Pomimo tego, średnie roczne tempo wzrostu tego sektora wyhamuje i do 2028 roku wyniesie 9,4%.

Wartość i struktura rynku dóbr luksusowych (mld zł, p – prognoza)



* W skład kategorii wchodzi: elektronika przenośna, art. piśmiennicze oraz galanteria skórzana.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International, PZPM, bazy cen transakcyjnych Cenatorium.



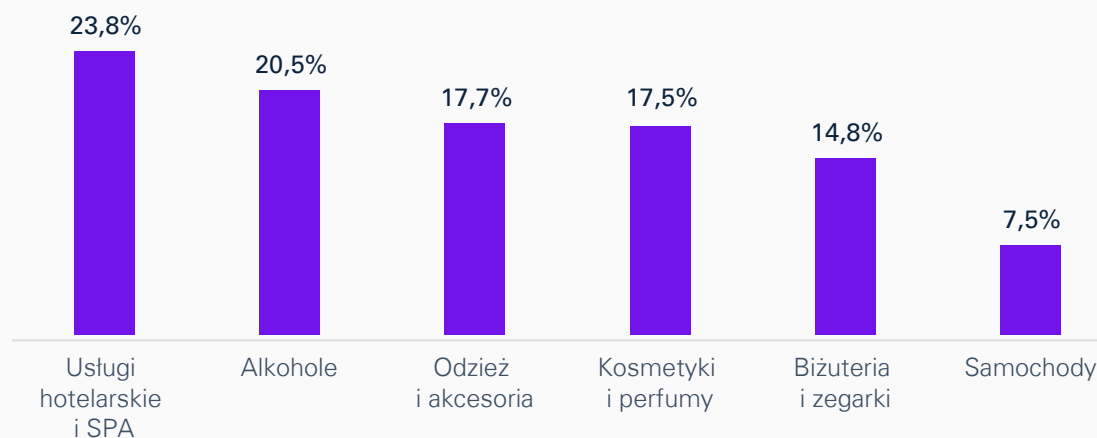
Największą dynamikę wzrostu wartości w 2023 roku (w porównaniu do roku poprzedniego) wśród wybranych segmentów rynku dóbr luksusowych w Polsce, odnotowano w przypadku usług hotelarskich i SPA (23,8%) oraz alkoholi (20,5%).

Zamożni uchodźcy z Ukrainy pobudzili polski rynek dóbr luksusowych. Firmy obsługujące klasę średnią i osoby zamożne zatrudniały pracowników znających język ukraiński. Wydatki przyjeżdżających do Polski majątnych uchodźców pomogły złagodzić negatywne skutki wysokiej inflacji po podażowej stronie rynku.

W okresie popandemicznym w rozwoju rynku dóbr luksusowych istotną rolę odegrało spokojne podejście zamożnych konsumentów wobec trudności gospodarczych oraz ich powrót do aktywności takich jak podróże, zakupy, praca i życie towarzyskie. Zamożni turyści ponownie chętnie zaczęli korzystać z usług gastronomicznych i hotelowych, co pobudziło rynek luksusowych usług w Polsce. Według danych Euromonitor International przeciętny polski konsument w 2023 roku wydał 863,1 zł na dobra luksusowe, co stanowi wzrost w porównaniu do 547,62 zł wydanych w 2020 roku. Przed pandemią wydatki te wynosiły średnio 602,4 zł.

Trendem napędzającym rozwój rynku dóbr luksusowych było również ewoluujące podejście sprzedawców detalicznych, którzy przyjęli nowe formy sprzedaży, takie jak sklepy tymczasowe

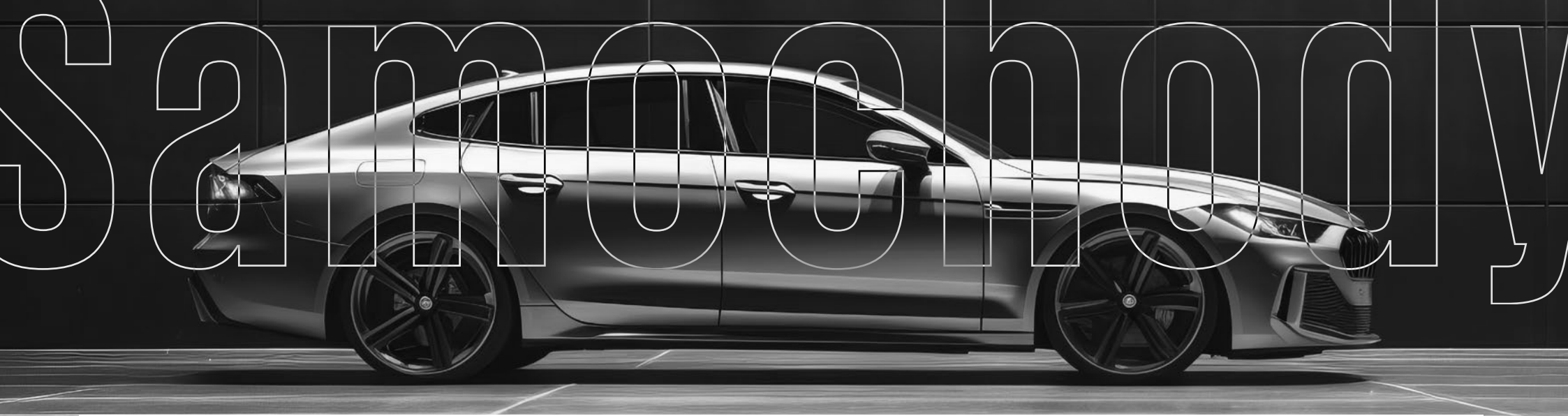
Zmiana wartości wybranych segmentów rynku dóbr luksusowych (2023/2022)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International, PZPM.

(ang. pop-up stores) i transakcje oparte na rozwiązaniach cyfrowych. Wykorzystanie wirtualnej rzeczywistości i sztucznej inteligencji w sprzedaży i marketingu dóbr luksusowych to odpowiedź na oczekiwania młodszego pokolenia, które zyskuje coraz większe znaczenie w segmencie nabywców, również w Polsce. Pokolenie Z ma duże aspiracje, poszukuje autentycznych doświadczeń, preferuje zakup używanych przedmiotów i faworyzuje marki o wyraźnie określonych wartościach. W 2023 roku

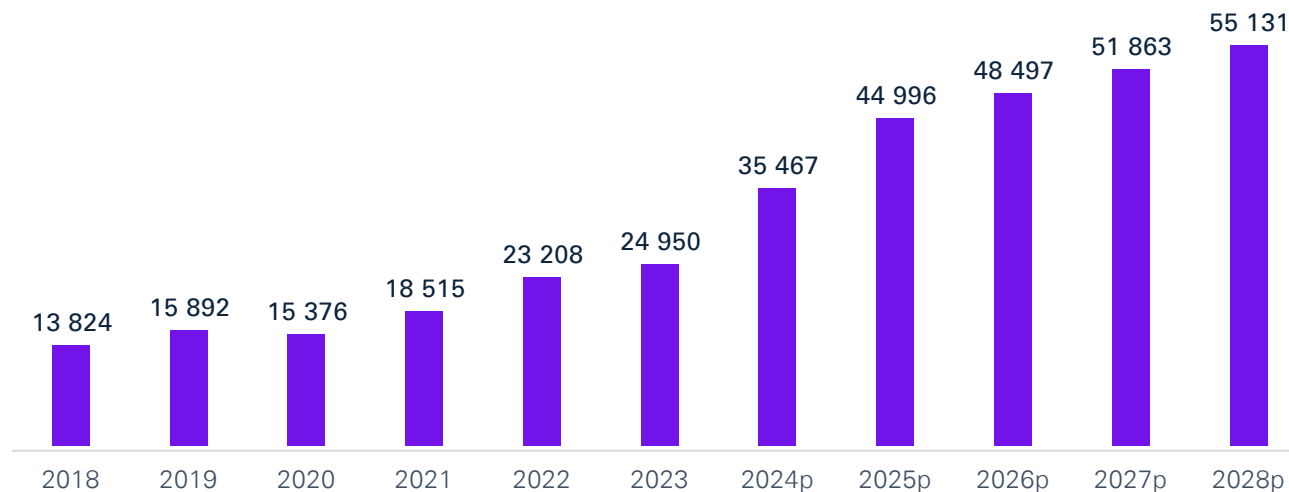
największą grupą demograficzną w Polsce nadal byli mileniałsi i baby boomersi. Przewiduje się, że osoby w wieku 40-54 lat, w tym mileniałsi i wczesna generacja Z, staną się w ciągu najbliższych 15-20 lat grupą o najwyższych dochodach. Zgodnie z globalnymi trendami, zmieniający się mikś pokoleniowy nabywców będzie miał istotny wpływ na kształtowanie i funkcjonowanie rynku dóbr luksusowych również w Polsce.



Samochody

Na polskim rynku samochodów premium i luksusowych w 2023 roku ponownie odnotowano wzrost sprzedaży zarówno pod względem ilościowym (23,1% rok do roku), jak i wartościowym (7,5% rok do roku). Polacy zarejestrowali o 22,2 tys. więcej samochodów z kategorii premium niż w poprzednim roku, co stanowi wzrost o 23,2% rok do roku. Pomimo niewielkiego udziału w rynku pod względem ilościowym (0,3%) i wartościowym (1,4%), samochody luksusowe również odnotowały wzrost sprzedaży o 19 sztuk (o 5,6% rok do roku).

● **Wartość rynku samochodów premium i luksusowych w latach 2018-2028 (mln zł, p – prognoza)**



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Maserati po raz kolejny utrzymało pozycję lidera pod względem liczby sprzedanych luksusowych aut – 92 sztuki zarejestrowane w 2023 roku przez Polaków odpowiadają za 25% całkowitej sprzedaży samochodów luksusowych w tym roku. Kolejne pozycje w rankingu zajęły, w tej samej kolejności co rok wcześniej, marki Ferrari, Bentley

i Lamborghini. W segmencie premium podium od lat należy do trzech marek – Audi (26 tys. sprzedanych pojazdów), BMW (23,2 tys.) i Mercedesa (20,4 tys.). Zauważalną zmianą jest awans Audi z trzeciego na pierwsze miejsce, co wynika ze wzrostu sprzedaży samochodów tej marki o 34,7% rok do roku. Liczba aut sprzedanych przez firmy z pierwszej trójki

rankingu stanowiła w 2023 roku 59% całkowitej sprzedaży w segmencie samochodów premium. Oznacza to, że pozostałe marki z tego sektora zdołały zdobyć nieco większy udział w rynku niż w poprzednim roku.

Na polskim rynku samochodów premium i luksusowych rośnie zainteresowanie pojazdami

o napędzie elektrycznym. Ich udział w ogólnej sprzedaży w latach 2022-2023 wzrósł z 5% do 8,1%. Szczególnie w segmencie marek premium samochody elektryczne zyskiwały na popularności. W segmencie luksusowym w 2023 roku sprzedano jedynie cztery takie pojazdy, wszystkie należały do marki Rolls-Royce.



Zmiany w zakresie wykorzystywanych rodzajów napędów widoczne są w znacznie większym stopniu w segmencie samochodów premium niż w segmencie samochodów luksusowych. Wynika to przede wszystkim z aktualnej oferty rynkowej – w ostatnich latach producenci wprowadzili w segmencie premium szereg modeli elektrycznych (zarówno hybryd plug-in oraz samochodów w pełni elektrycznych zasilanych bateriami), dając im pierwszeństwo w tym zakresie zarówno przed modelami z segmentu samochodów luksusowych, ale także przed modelami z segmentów ekonomicznych.

Jednocześnie, mimo wcześniejszych zapowiedzi szybkiego wprowadzania modeli elektrycznych w segmencie luksusowym, które miały wkrótce

stanowić większość ich oferty, producenci obecnie zrewidowali swoje plany. Między innymi Aston Martin odroczył datę premiery pierwszego modelu elektrycznego, uzasadniając to niższym niż przewidywany popytem na samochody o napędzie elektrycznym w segmencie samochodów luksusowych. Według przedstawicieli brytyjskiej marki, jej klienci oczekują od samochodu luksusowego możliwości wyboru źródła napędu dlatego w przypadku tego segmentu w najbliższych latach większym powodzeniem niż samochody elektryczne zasilane bateriami będą cieszyć się samochody z napędem hybrydowym, w tym hybrydy plug-in. Wśród marek luksusowych wprowadzenie nowych, w pełni elektrycznych odmian swoich modeli zapowiedziało Maserati, natomiast mają być one

oferowane równolegle, a nie zamiast ich spalinowych odpowiedników.

Wydaje się zatem, że elektryfikacja w segmencie samochodów luksusowych może przebiegać wolniej niż w pozostałych segmentach rynku. Docelowo, nowe, luksusowe samochody spalinowe będą mogły pozostać w ofercie na rynku Unii Europejskiej również od 2035 roku, ale w przypadku zasilania ich paliwami syntetycznymi.

Przemysław Szywacz

*Partner, Dział Doradztwa Podatkowego,
Lider doradztwa dla branży motoryzacyjnej,
KPMG w Polsce*

Szacowana wartość rynku samochodów premium i luksusowych w 2023 roku

25 mld zł

Maserati, podobnie jak w poprzednich latach, odnotowało najwyższą sprzedaż spośród marek luksusowych notując wzrost sprzedaży

o 4,5%

Liczba rejestracji nowych samochodów marek premium w 2023 roku

117,9 tys. sztuk

Liczba rejestracji nowych samochodów marek luksusowych w 2023 roku

357 sztuk

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych PZPM i Euromonitor International.

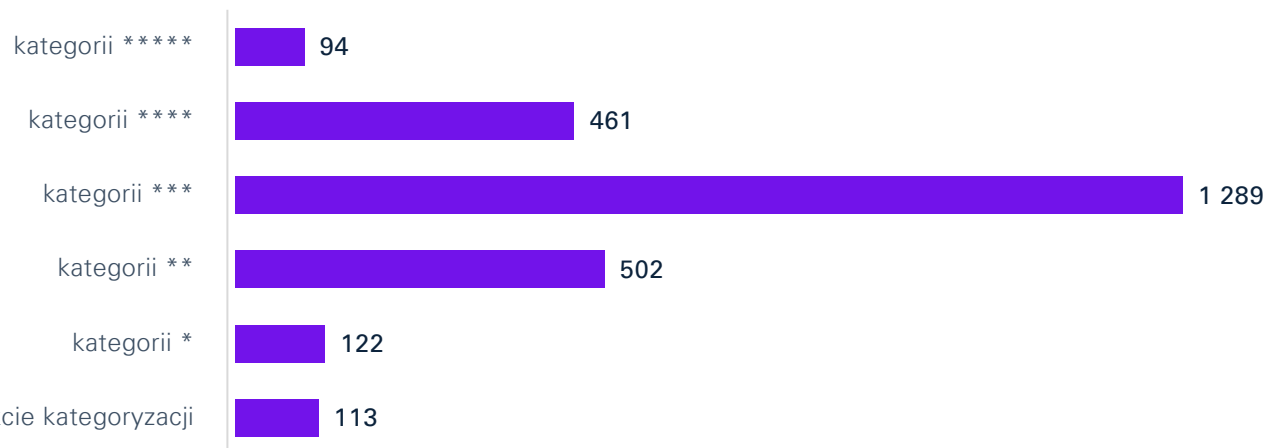


Usługi hotelarskie i SPA

Usługi hotelarskie i SPA

Liczba hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych w 2023 roku ponownie wzrosła, o 3,5% rok do roku. Największą dynamiką wzrostu liczby hoteli charakteryzowała się sama kategoria pięciogwiazdkowych obiektów (8% rok do roku). Największy udział w ogólnej liczbie hoteli w Polsce w 2023 roku, podobnie jak w latach poprzednich, przypadł obiektom trzygwiazdkowym – niemalże 50%.

Liczba hoteli w Polsce w 2023 roku



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS.

W 2023 roku polski rynek hotelarski i SPA kontynuował swój dynamiczny rozwój, odzwierciedlając globalne trendy. Szacowana wartość tego sektora w Polsce wzrosła o imponujące 23,8% rok do roku, osiągając poziom 5,8 mld zł. Według najnowszych prognoz Euromonitor International należy spodziewać się, że do 2028 roku rynek ten przekroczy wartość 9 mld zł.

Wzrost ten był zgodny z trendami światowymi i wynikał głównie z rosnącego zainteresowania indywidualnymi doświadczeniami luksusu, takimi jak wyjątkowe i autentyczne przeżycia, które co istotne, były realizowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Perspektywy dla sektora hotelarskiego i SPA w Polsce są obiecujące, szczególnie w kontekście rosnącego

zainteresowania luksusowym wellness oraz turystyką medyczną. W 2023 roku w Polsce otworzono kilkanaście nowych, luksusowych hoteli SPA, które często dorównują standardami obsługi i wyposażenia najbardziej ekskluzywnym miejscom na świecie.

Trend traktowania luksusu jako doświadczenia znalazł odzwierciedlenie w zaangażowaniu

różnych branż w oferowanie luksusowych usług SPA. Przykładowo, producenci kosmetyków nie tylko nawiązują współpracę z hotelami, ale również inwestują w otwieranie własnych obiektów SPA i gabinetów. Deweloperzy specjalizujący się w budowie luksusowych nieruchomości również podążają tą drogą, oferując osobne strefy SPA i wellness dla wymagających nabywców ich apartamentów.



Po spowolnieniu branży w okresie pandemii, 2023 rok zdecydowanie można uznać za przełomowy dla sektora hoteli luksusowych – obfitujący w nowe inwestycje. Od lat na rynku nie notowaliśmy takiego wzrostu podaży w segmencie hoteli o najwyższej kategorii, przy nadal utrzymującym się spowolnieniu rynku w pozostałych kategoriach obiektów. Patrząc na największe miasta, w minionym roku dwa nowe hotele 5-gwiazdkowe zostały otwarte w Krakowie, pierwszej 5-gwiazdkowej inwestycji hotelowej doczekała się również Łódź.

Jednocześnie, rynek hoteli luksusowych i premium od kilku lat coraz prężniej rozwija się w nadmorskich i górskich kurortach. W poprzednich latach wśród inwestycji realizowanych w prestiżowych ośrodkach dominowały projekty o niższych kategoriach, najczęściej realizowane w formule condo. Z kolei w minionym roku oferta hoteli w miejscowościach turystycznych poszerzyła się o kilka nowych pięciogwiazdkowych obiektów, m.in. w Ostródzie, Mielnie, czy Szczyrku. Dodatkowo na etapie realizacji lub przygotowania do rozpoczęcia budowy są już kolejne prestiżowe inwestycje,

prowadzone zarówno przez krajowe sieci hotelowe, jak i międzynarodowe luksusowe marki hotelowe rozpoznawalne na całym świecie.

Monika Dębska-Pastakia

Partner Associate, Liderka Zespołu Real Estate w Dziale Deal Advisory, KPMG w Polsce

Szacowana wartość rynku
ekskluzywnych usług
hotelarskich i SPA
w Polsce w 2023 roku

5,8 mld zł*

Przewidywany średnioroczny
wzrost wartości rynku usług
hotelarskich i SPA w Polsce
w latach 2023-2028

9,4%

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

* Znaczny wzrost w porównaniu z poprzednimi latami jest spowodowany zmianami zachodzącymi w kategoryzacji hoteli i sposobie liczenia danych w bazie Euromonitor International.

Wzrost liczby hoteli
pięciogwiazdkowych
w 2023 roku

8% r/r

Udział pokoi w hotelach
pięcio- i czterogwiazdkowych
we wszystkich oferowanych
pokojach hotelowych
w 2023 roku w Polsce

6%

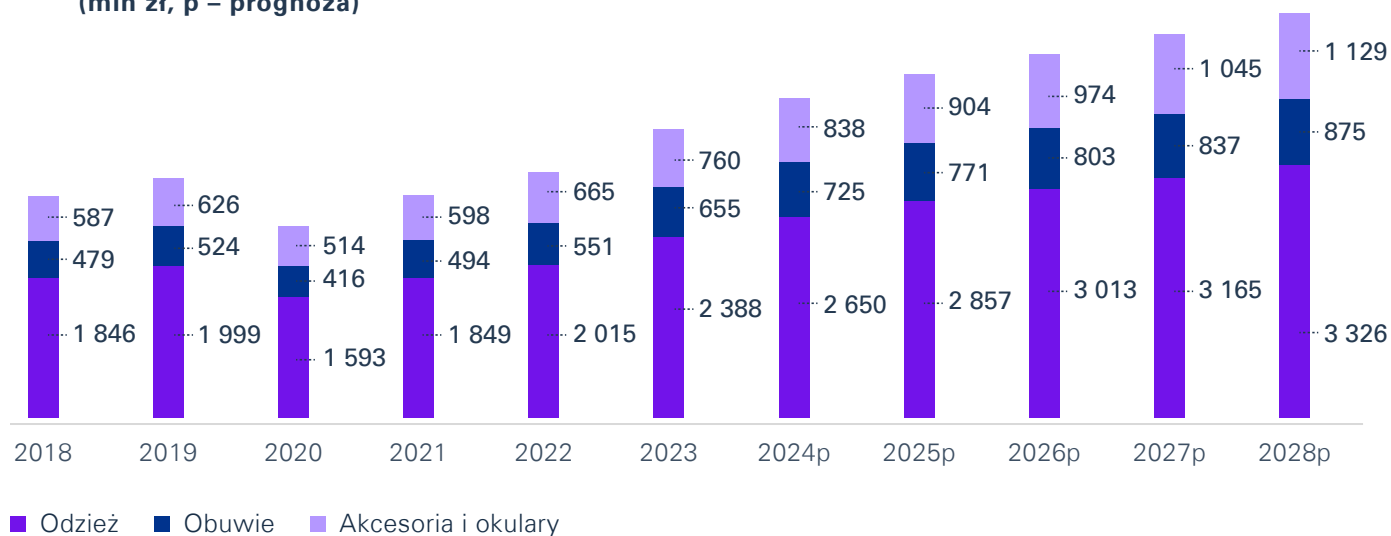
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych GUS.

Odzież i akcesoria

Odzież i akcesoria

W Polsce rynek luksusowej odzieży i akcesoriów zanotował wzrost wartości o 573 mln zł w 2023 roku, czyli 17,7% rok do roku. Prognozy na kolejne pięć lat przewidują średnioroczny wzrost jego wartości o około 7%, co jest podwyższeniem zeszłorocznej prognozy aż o cztery punkty procentowe. Warto zauważyć, że skumulowany roczny wskaźnik wzrostu dla pięciu lat wstecz wynosi 5,5%, co sugeruje zwiększające się tempo rozwoju tego sektora w nadchodzących latach.

Rynek luksusowej odzieży i akcesoriów w latach 2018-2028
(mln zł, p – prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Niezmiennie, pod względem wartości rynku luksusowej odzieży i akcesoriów, dominują ubrania (62,8%). Akcesoria i dodatki stanowią 20%, natomiast obuwie 17,2% rynku. Prognozy wskazują, że największą dynamikę wzrostu wartości sprzedaży do 2028 roku będzie charakteryzować segment luksusowych akcesoriów i okularów (8,2%).

Istotnym trendem dla branży odzieżowej stało się odchodzenie od ubrań i akcesoriów z widocznymi logo marek na rzecz stylizacji w nieoczywisty sposób świadczących o ekskluzywności, których luksusowy charakter wynika z wykorzystania wysokiej jakości materiałów oraz doskonałego wykonania, co gwarantuje długotrwałe użytkowanie produktów.



Luksusowy rynek odzieży i akcesoriów rozwija się w celu sprostania potrzebom bardzo zamożnych klientów, którzy szukają wyjątkowego doświadczenia, ekskluzywnych produktów i najlepszych usług. Rynek zmierza w kierunku personalizacji, interakcji z klientem, a równocześnie coraz ważniejsze stają się kwestie zrównoważonej produkcji.

Jednym z ważnych trendów na rynku odzieżowym jest rosnąca liczba marek, które skupiają się na produkcji ekskluzywnej odzieży oraz akcesoriów wyznaczających najnowsze trendy. Z drugiej strony, klienci zaczynają doceniać również mniej znane i małe marki, które zachowują indywidualność i kreują produkty wysokiej jakości, wyróżniające się na tle tzw. „klasyków” branży.

W dobie cyfryzacji, zwiększa się również zasób informacji, który jest dostępny dla konsumentów, dlatego zainteresowanie produktem i marką zależy od jakości komunikacji marketingowej i wizerunku firmy. Duże znaczenie ma również interakcja z klientem, odbywająca się poprzez różne kanały komunikacji cyfrowej, które pozwalają na indywidualną komunikację i lepsze poznawanie jego potrzeb.

Klienci, którzy poszukują produktów luksusowych, zwracają coraz większą uwagę na aspekty związane ze zrównoważoną produkcją. Zdają oni sobie sprawę z wpływu ich wyborów na środowisko naturalne oraz czynniki społeczne związane z etyką produkcyjną. Z tego względu luksusowe marki coraz częściej inwestują w technologie i innowacje, które umożliwiają im produkcję bez użycia szkodliwych

substancji oraz pomagają w walce z marnowaniem surowców.

Podsumowując, rynek odzieży i akcesoriów luksusowych rozwija się w kierunku zrównoważonej produkcji, indywidualnego podejścia i interakcji z klientem, a także rosnącej roli marek niszowych. Właściwe zaadresowanie tych trendów może prowadzić do większej satysfakcji klientów i zwiększenia dochodów firm działających na tym rynku.

Piotr Grauer

Partner Associate, Zespół Fuzji i Przejęć w Dziale Deal Advisory, Lider doradztwa dla sektora dóbr konsumpcyjnych i handlu detalicznego, KPMG w Polsce

Szacowana wartość rynku
luksusowej odzieży i akcesoriów
w Polsce w 2023 roku

3,8 mld

Przewidywany średnioroczny
wzrost wartości sprzedaży
luksusowej odzieży i akcesoriów
w Polsce w latach 2023-2028

7%

Największy wzrost sprzedaży
w 2023 roku odnotowano
w segmencie obuwia

18,8%

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie
danych Euromonitor International.



Nieruchomości



Nieruchomości

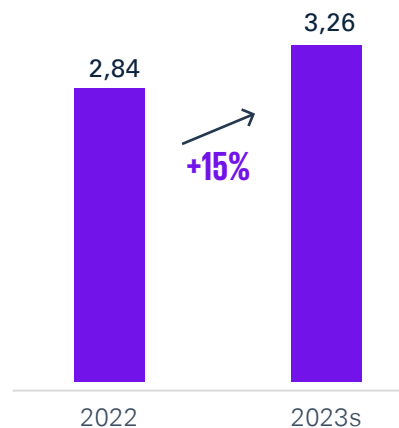
Wartość rynku nieruchomości premium i luksusowych w Polsce stale rośnie, mimo obecnego spowolnienia gospodarczego. Według danych firmy Cenatorium, w 2022 roku odnotowano wzrost na poziomie 9% rok do roku, a prognozy na 2023 rok sugerują dalsze zwiększenie o 15% rok do roku, co przekłada się na poziom 3,26 mld zł.

Mimo, że Warszawa pozostaje głównym ośrodkiem rynku nieruchomości premium

i luksusowych, Trójmiasto zyskuje coraz większe znaczenie w tym obszarze. Na podstawie badania przeprowadzonego przez firmę ThinkCo we współpracy z Otodom w 15 polskich miastach, można zauważyć, że nawet bez uwzględniania kojarzonego z luksusem Sopotu, 27% ofert luksusowych apartamentów koncentruje się właśnie w Trójmieście. Dane te pokazują, że 85% ofert luksusowych apartamentów wystawionych na sprzedaż w styczniu



Wartość rynku nieruchomości premium i luksusowych Polsce (mld zł, s – szacunek*)



* Dane dotyczą lokali w największych miastach w Polsce z wyłączeniem domów jednorodzinnych i tzw. bliźniaków.

(*) Szacunek ze względu na opóźnienia w splywie danych z rejestrów cen.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych bazy cen transakcyjnych Cenatorium.

2024 w serwisie Otodom, pochodziło z Warszawy, Gdańska, Wrocławia, Krakowa i Gdyni.

Niestabilność gospodarcza zwiększyła zainteresowanie nieruchomościami o podwyższonym standardzie, uznawanymi

za skuteczny sposób na ochronę kapitału. Polacy coraz chętniej inwestują w takie nieruchomości zarówno w kraju, jak i za granicą, z Hiszpanią na czele. W 2022 roku zakupili tam około 3 tys. mieszkań, co stanowi wzrost o rekordowe 161% w skali roku.

Największym zainteresowaniem cieszą się wybrzeże Costa del Sol i Wyspy Kanaryjskie. W ostatnich latach na popularności zyskuje również Portugalia². Według hiszpańskiego Biura Rejestru Gruntów w 2023 roku Polacy kupili w Hiszpanii aż 3 118 nieruchomości,

co oznacza wzrost o 142 jednostki rok do roku. Nabywcy z Polski pozostali zatem w gronie dziesięciu najbardziej aktywnych narodowości na iberyjskim rynku nieruchomości.

² „Z wyższej półki. Mieszkania o podwyższonym standardzie i luksusowe”, ThinkCo, 2024.



Nieruchomości luksusowe zwykle oferowane są poza popularnymi platformami w trosce o wysoką dyskrecję i anonimowość nabywców. Zamożni klienci są mniej wrażliwi na zmiany cen, dzięki czemu rzadziej muszą szukać kompromisu w wyborze nieruchomości. Ich stabilność finansowa pozwala na dłuższe oczekiwanie na idealne mieszkanie. Na rynku obserwujemy tendencję „flight to quality”, ponieważ zamożni klienci inwestując w ekskluzywne apartamenty traktują te aktywa jako formę zabezpieczenia kapitału przed inflacją i dywersyfikację ryzyka w swoim portfelu inwestycji.

Rynek mieszkań luksusowych w Polsce, choć niszowy, wykazuje wzrost podaży i dywersyfikację

oferty, odpowiadając na globalne trendy i rosnące wymagania klientów. Jednocześnie, pewne cechy tego typu inwestycji pozostają wspólne, m.in. prestiżowa lokalizacja i ekskluzywność, nowoczesna architektura i design lub butikowy charakter w przypadku rewitalizowanych projektów i restaurowanych kamienic, wysoki poziom bezpieczeństwa oraz szeroka oferta dodatkowych udogodnień.

Pomimo znacznego wzrostu cen notowanego w tym sektorze w ostatnich latach, popyt na luksusowe nieruchomości w Polsce jest relatywnie stabilny, co wynika z rosnącej liczby zamożnych Polaków oraz zainteresowania zagranicznych inwestorów,

którzy postrzegają Polskę jako atrakcyjne miejsce do inwestowania i życia. W konsekwencji, sektor ten przyciąga zarówno klientów kupujących nieruchomości na cele mieszkalne lub wakacyjne, ale również inwestorów poszukujących dywersyfikacji swojego portfela aktywów, którzy decydują się zarówno na lokalizacje w prestiżowych kurortach jak i w największych miastach w zależności od wybranej strategii inwestycyjnej.

Marcin Malmon

Associate Director, Zespół doradztwa i wycen dla sektora nieruchomości w Dziale Deal Advisory, KPMG w Polsce

Szacowany wzrost wartości
ryнку nieruchomości premium
i luksusowych w Polsce
w 2023 roku

15% r/r

Najwyższa cena
za m² osiągnięta w transakcjach
na rynku mieszkań luksusowych
w 2023 roku – Gdynia,
ul. A. Hryniewickiego 6

66,1 tys. zł

Rekordowa wartość transakcji
na rynku mieszkań luksusowych
osiągnięta w 2023 roku –
Warszawa, ul. Topiel 18

10,2 mln zł

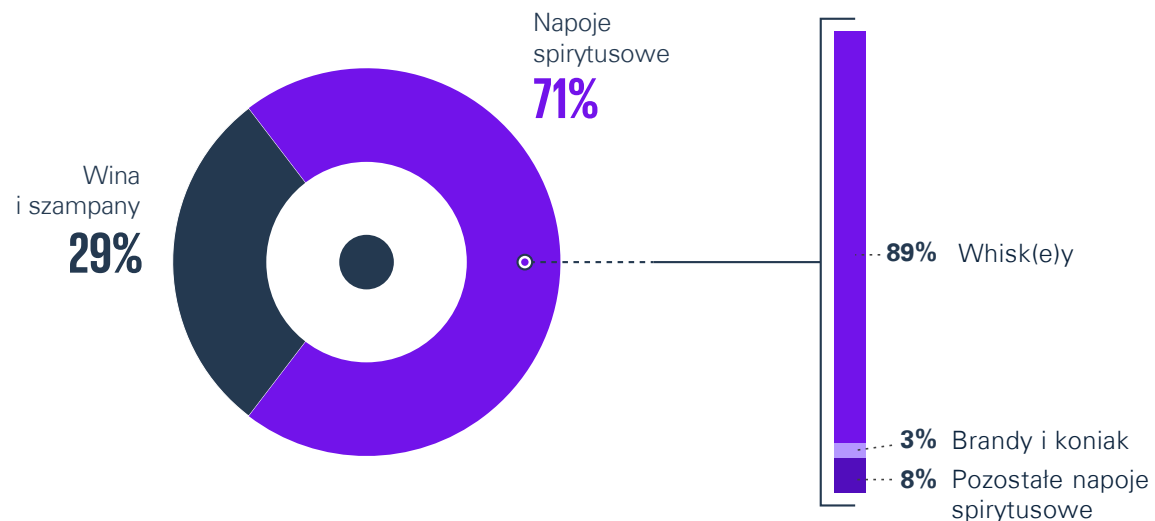
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych bazy cen transakcyjnych Cenatorium.

Alkohole

Polski rynek luksusowych alkoholi od lat dynamicznie się rozwija. W 2023 roku jego wartość sięgnęła około 1,7 mld zł, co oznacza wzrost aż o 20,5% w porównaniu z rokiem poprzednim. Średnioroczny wzrost wartości tego rynku w ciągu ostatnich pięciu lat wyniósł około 8,5%. Prognozy wskazują, że do 2028 roku jego wartość ma osiągnąć około 2,4 mld zł.

Sprzedaż napojów spirytusowych nadal dominuje na rynku, odpowiadając za ponad 70% udziału, czyli nieco więcej niż w poprzednim roku. Znaczącą

Struktura rynku luksusowych alkoholi w Polsce (2023 rok)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

część tego segmentu stanowi rynek whisk(e)y, który generuje około 89% wartości sprzedaży osiągając około 1,1 mld zł. Choć wcześniej przewidywano, że udział tego segmentu zmniejszy się na rzecz szampanów o dynamicznie rosnącym indeksie wartości sprzedaży (29,9% rok do roku) w 2023 roku, to proporcje na rynku alkoholi luksusowych nie uległy znacznej zmianie. Najmniejszy

wzrost sprzedaży odnotowano na rynku innych win niż szampany (7,5% rok do roku).

Całkowity polski rynek alkoholi w 2023 roku również odnotował wzrost wartości (według danych Euromonitor International o 20% rok do roku), jednakże nie przekładało się to na zwiększony wolumen sprzedaży we wszystkich segmentach rynku. Według

danych NielsenIQ ostatnie lata były trudne dla wielu branż, w tym dla przemysłu piwowarskiego, który boryka się z malejącym popytem i pogarszającymi się nastrojami konsumenckimi. Najbardziej wyraźny spadek wielkości sprzedaży odnotowano w segmencie piw alkoholowych bez dodatków smakowych (-6,1% rok do roku). Zniżkowy trend widoczny jest również

na rynku napojów spirytusowych. Według danych GUS w pierwszych trzech kwartałach 2023 roku ich sprzedaż zmniejszyła się o 11,2%, a produkcja czystej wódki spadła o 16,9% w porównaniu z analogicznym okresem w 2022 roku. W obliczu trudności w wybranych segmentach rynku alkoholi, trunki luksusowe wykazują dużą odporność na kryzysy.



Sytuacja na rynku alkoholi zmienia się dynamicznie. Z jednej strony widoczny jest spadek produkcji i spożycia w całej kategorii napojów o najwyższej zawartości alkoholu. To efekt zarówno trendu prozdrowotnego jak i systematycznie rosnącej opłaty akcyzowej, a tym samym cen wszystkich produktów na rynku. Stale poszerza się oferta producentów napojów bezalkoholowych lub z obniżoną zawartością alkoholu. Z drugiej jednak strony widoczny jest efekt trendu „premiumizacji” – klienci sięgający po mocny alkohol, coraz częściej decydują się na droższe trunki, a zmiana

wódki na whisk(e)y lub gin w popularnych drinkach przestała być wyznacznikiem ekskluzywności. Obecnie Polacy coraz częściej wybierają single malty czy burbony w czystej postaci i decydują się na droższe alkohole mocne, przeznaczając na nie niemałe kwoty pieniędzy.

Trwale zmiany na polskim rynku luksusowych alkoholi widoczne są również w podejściu konsumentów do szampanów, które przestają być trunkami wybieranymi jedynie okazjonalnie (popularnie w Sylwestra, na weselach,

czy przy ważnych jubileuszach). Przyglądając się wzrastającej wartości rynku luksusowych szampanów w Polsce można wnioskować, że zamożni klienci wzięli sobie do serca maksymę przytoczoną niegdyś przez Coco Chanel, która miała stwierdzić, że pije szampana tylko przy dwóch okazjach – gdy jest zakochana i gdy nie jest.

Andrzej Bernatek

Partner, Dział Doradztwa Podatkowego, Lider doradztwa dla firm prywatnych, KPMG w Polsce

Szacowana wartość rynku
luksusowych alkoholi
w 2023 roku

1,7 mld zł

Szacowany wzrost wartości
całego rynku w 2023 roku

20,5% r/r

Prognozowany średnioroczny
wzrost wartości sprzedaży
luksusowych alkoholi w latach
2023-2028

7,1%

Najbardziej pozytywną
dynamikę wzrostu wartości
w 2023 roku odnotowano
w sprzedaży szampanów

29,9% r/r

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Kosmetyki i perfumy

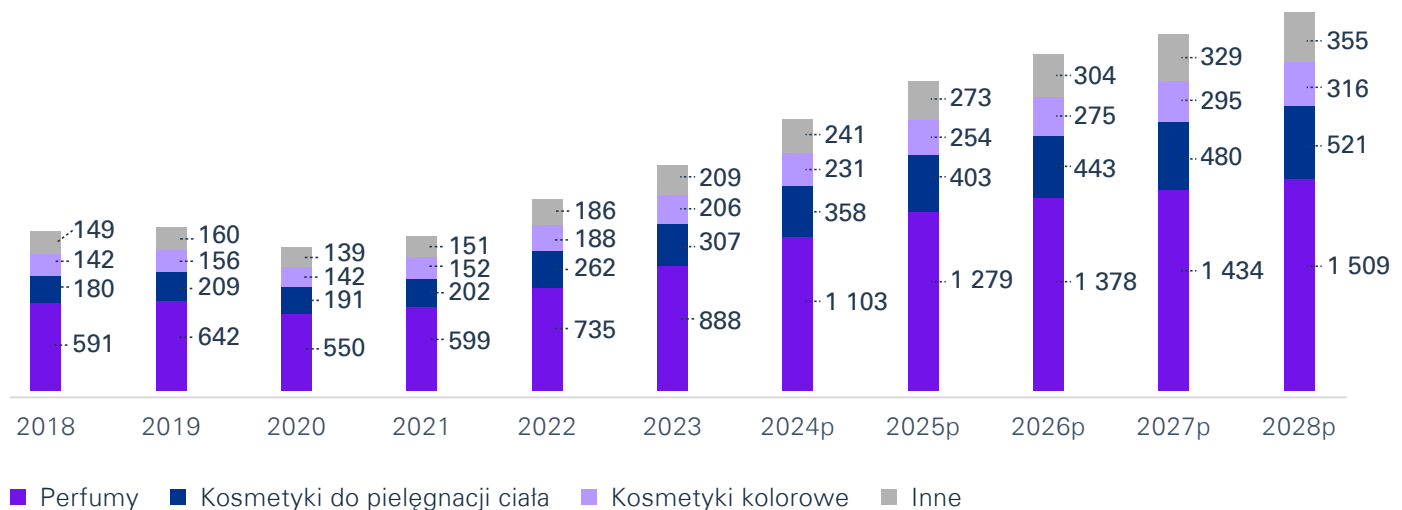


Kosmetyki i perfumy

Rynek luksusowych kosmetyków i perfum w Polsce osiągnął wartość 1,6 mld zł w 2023 roku, co oznacza wzrost na poziomie 17,5% rok do roku. Przez minione pięć lat jego wartość rosła przeciętnie o 8,7% rocznie. Prognozy do 2028 roku wskazują natomiast, że średnioroczny wzrost będzie wynosił 10,9%, a rynek osiągnie wtedy wartość 2,7 mld zł.

Sprzedaż perfum stanowi większość wartości tego segmentu dóbr luksusowych. W 2023 roku jej udział w tym sektorze rynku wyniósł 55,2%, czyli prawie o dwa

● Rynek luksusowych kosmetyków w latach 2018-2028 (mln zł, p – prognoza)



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

punkty procentowe więcej niż rok wcześniej. W kategorii perfum odnotowano również największą dynamikę wzrostu wartości sprzedaży, która sięgnęła aż 20,9% rok do roku. Natomiast w 2023 roku widoczny był spadek udziału kosmetyków kolorowych w rynku

(do 12,8%), co odzwierciedla najniższy wzrost wartości sprzedaży w tym segmencie luksusowych kosmetyków, wynoszący 9,6% rok do roku.

Obecnie rozwój rynku kosmetycznego napędza

innowacyjność, stanowiąca podstawę budowania przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwa. Firmy posiadające własne placówki badawczo-rozwojowe mają większe szanse sprostania oczekiwaniom coraz bardziej wymagających

klientów. W segmencie kosmetyków luksusowych kluczowe jest indywidualne podejście, personalizacja oraz budowanie trwałych relacji z klientami.

Szacowana wartość rynku luksusowych kosmetyków i perfum w 2023 roku

1,6 mld zł

Szacowany wzrost wartości rynku w 2023 roku

17,5% r/r

Prognozowany średnioroczny wzrost wartości sprzedaży luksusowych kosmetyków i perfum w latach 2023-2028

10,9%

Największy wzrost wartości sprzedaży w 2023 roku odnotowano w kategorii perfum

20,9% r/r

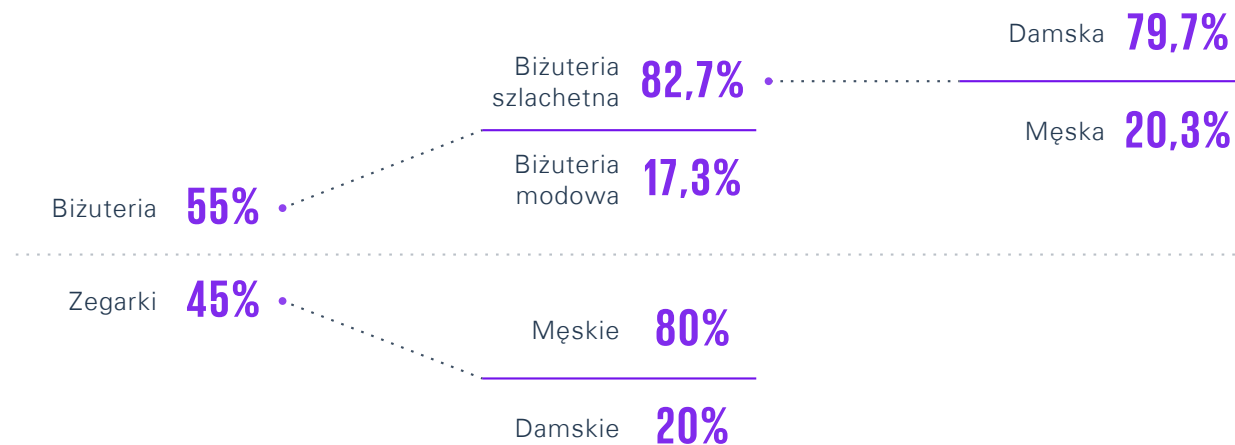
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Bizuteria i zegarki

Bizuteria i zegarki

Wartość sprzedaży luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce wzrosła o 18,3% w 2023 roku w porównaniu z 2022, co stanowi dynamikę aż o osiem punktów procentowych wyższą niż w roku poprzednim, osiągając poziom 653 mln zł. To wyraźne przekroczenie poziomu sprzedaży sprzed wybuchu pandemii, zgodnie z wcześniejszymi przewidywaniami. Prognozy sugerują, że do 2028 roku rynek ten osiągnie wartość 1,1 mld zł, co oznacza, że rok wcześniej po raz pierwszy przekroczy on wartość 1 mld zł.

Struktura rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2023 roku



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Od kilku lat udział w rynku luksusowej biżuterii i zegarków tych dwóch segmentów nieznacznie się zmienia (odpowiednio 55 i 45% w 2023 roku). Biżuteria szlachetna, przeważnie damska, nadal stanowi większość rynku biżuterii. Jednak prognozowany największy

średnioroczny wzrost wartości sprzedaży do 2028 roku przypada na segment luksusowych zegarków męskich, osiągając 15%.

Luksusowa biżuteria i zegarki od dawna pełnią nie tylko funkcje użytkowe, lecz także postrzegane

są jako atrakcyjne formy inwestycji. Ich wartość często wzrasta wraz z upływem czasu, co sprawia, że są one obiektem zainteresowania inwestorów poszukujących stabilnych aktywów. Z tego powodu coraz częściej są one uwzględniane w portfelach inwestycyjnych jako

element długoterminowej strategii finansowej.

Szacowana wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2023 roku

653 mln zł

Szacowany wzrost wartości rynku luksusowej biżuterii i zegarków w 2023 roku

18,3% r/r

Prognozowany średnioroczny wzrost wartości sprzedaży luksusowej biżuterii i zegarków w latach 2023-2028

10,9%

Największy wzrost sprzedaży w 2023 roku odnotowano w segmencie biżuterii modowej

21,8% r/r



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych Euromonitor International.

Notowania spółek sektora dóbr luksusowych

Zakończył się kolejny rok, który ponownie wystawił na próbę siłę rynku dóbr luksusowych. Po kilku latach wyzwań związanych z przeplatającymi się efektami pandemii, wojny w Ukrainie, kryzysu energetycznego i problemami w łańcuchach dostaw, nadszedł czas na przedłużającą się inflację, która skłoniła konsumentów do globalnego zaciskania pasa.

Podobnie jak w poprzednich edycjach raportu, ponownie przyjrzelśmy się kondycji rynku dóbr luksusowych i jego odporności na makroekonomiczne turbulencje. Sprawdziliśmy czy rynek, który suchą stopą przeszedł przez kryzys wywołany pęknięciem bańki internetowej na początku XXI wieku, a także przez globalny kryzys finansowy lat 2007-2008, nie ugnie się pod ciężarem nawarstwiających się problemów ostatnich lat.

Aktualnej sytuacji nie sposób jednak porównywać do wymienionych kryzysów, chociażby ze względu na to, że wszystkie te wydarzenia dotknęły bezpośrednio gospodarkę na całym świecie (a nie tylko rynki kapitałowe i finansowe), ale także ze względu na bezprecedensowe kwoty przeznaczone na programy pomocowe związane z pandemią i wojną, a także mechanizmy mające łagodzić skutki galopującej w ostatnich dwóch latach inflacji. Bieżące odczyty sugerują, że wzrost cen w ostatnim czasie udało się okiełznać i jego tempo spada – zajęło to jednak dużo czasu, pochłonęło wiele nakładów z budżetów państw i poskutkowało globalnym wzrostem stóp procentowych, co w konsekwencji schłodziło światową gospodarkę.

Odpowiedź na pytanie, w którym kierunku zmierza rynek dóbr luksusowych po doświadczeniach ostatnich lat, nie jest jednoznaczna. W najbliższym czasie sektor ten czekają intensywne zmiany i transformacje. Niemniej

jednak, aktualny stan branż dóbr i usług luksusowych jest nadal bardzo dobry. Choć prognozuje się dalsze, stabilne wzrosty w kolejnych latach, jednocześnie pojawiają się sygnały świadczące o tym, że nawet niezwykle odporny rynek dóbr luksusowych może zacząć odczuwać skutki kryzysów ostatnich lat. W 2023 roku dwie trzecie marek luksusowych odnotowało wzrost, w porównaniu do 95% rok wcześniej, a wyniki kwartału do kwartału słabły.

W kursy akcji wkradła się zwiększona zmienność, pomimo osiągnięcia kolejnych szczytów, pojawiały się okresy gwałtownych spadków. Bernard Arnault, jeden z najbardziej rozpoznawalnych przedstawicieli branży luksusowej, kilkakrotnie wymieniał się prowadzeniem w rankingu najbogatszych ludzi na świecie z Elonem Muskiem i w ostatnim zestawieniu Forbesa musiał uznać wyższość właściciela Tesli oraz SpaceX, tracąc do niego ponad 50 mld dolarów.





Za nami kolejny rok i siła rynku dóbr luksusowych została przetestowana raz jeszcze. Po kilku latach wyzwań związanych z pandemią, wojną, kryzysem energetycznym przyszedł czas na przedłużającą się inflację, która spowodowała globalne zaciskanie pasa przez konsumentów.

Aktualna forma światowego rynku dóbr luksusowych jest wciąż bardzo dobra – w 2023 roku jego wartość wzrosła o 11% przekraczając poziom 1,5 biliona euro, (12% wzrost odnotowano w 2022 roku). Głównymi regionami globalnego wzrostu były Azja, w tym Chiny oraz podążająca siłą impetu Europa.

Dwucyfrowe wzrosty dało się zaobserwować między innymi w wydatkach na podróże, luksusowe hotele, a także wizyty w luksusowych restauracjach, czyli głównie w kategoriach

„doświadczeń luksusowych”. Oczekuje się, że w nadchodzących latach apetyt konsumentów na unikalne i spersonalizowane przeżycia, pozwalające na oderwanie się od doświadczeń życia codziennego będzie rosnąć. Ważnymi, widocznymi trendami na rynku jest digitalizacja i zrównoważony rozwój, a producenci marek luksusowych stoją dodatkowo przed wyzwaniem zaspokojenia potrzeb zróżnicowanego pod kątem pokoleń miksu konsumenckiego.

Ogólna kondycja rynku nadal pozostaje bardzo dobra i w kolejnych latach prognozuje się dalsze, stabilne wzrosty, jednak niezwykle odporny luksus w końcu zaczyna odczuwać spowolnienie. W 2023 roku dwie trzecie marek luksusowych doświadczyło wzrostu, względem 95% rok wcześniej, a wyniki kwartał do kwartału słabły.

W kursy akcji spółek sektora dóbr luksusowych wkradła się zwiększona zmienność i pomimo osiągnięcia kolejnych szczytów, w ciągu roku pojawiały się okresy gwałtownych spadków.

Z tych obserwacji wynika, że o ile rynek dóbr luksusowych nie jest w pełni odporny na zawirowania gospodarcze i podlega w ostatnim czasie zwiększonej krótkoterminowej zmienności, to w średnim okresie jest silny i w porównaniu do szerokiego rynku, skuteczniej opiera się makroekonomicznym wyzwaniom.

Tomasz Wiśniewski

Partner, Deal Advisory, Szef Zespołu Wycen w Europie Środkowo-Wschodniej, KPMG w Polsce



Aby lepiej zobrazować obecną sytuację na rynku dóbr luksusowych, przeanalizowaliśmy reakcję na pandemię, konflikt zbrojny oraz globalne spowolnienie gospodarcze w dwóch kluczowych segmentach tego sektora:

- osobiste dobra luksusowe (takie jak ubrania, akcesoria, kosmetyki, biżuterię i zegarki oraz alkohole), które stanowią około 25% rynku dóbr luksusowych, oraz
- samochody luksusowe i premium, obejmujące około 40% tego rynku.

Jako punkt odniesienia dla zachowania spółek giełdowych w tych segmentach rynku posłużył nam indeks S&P Global 1200, który agreguje indeksy akcji spółek notowanych na giełdach w ponad 30 krajach, obejmując około 70% kapitalizacji światowego rynku akcji. Na koniec marca 2024 roku wartość akcji spółek uwzględnionych w tym indeksie wynosiła ponad 65 bln dolarów.

Aby zbadać rynek osobistych dóbr luksusowych, stworzyliśmy własny indeks na potrzeby raportu, uwzględniając następujące spółki (w przypadku koncernów w nawiasach podane zostały przykładowe marki z ich portfela):

- LVMH (Christian Dior, Louis Vuitton, Tiffany, Hublot, Zenith, Krug),
- Hermes,
- Kering (Gucci, Balenciaga, Saint Laurent, Ulysse Nardin),
- Compagnie Financière Richemont (Cartier, IWC Schaffhausen, Panerai, Montblanc),
- Prada,
- Tapestry (Coach),
- Capri Holdings (Michael Kors, Versace, Jimmy Choo).

Kapitalizacja spółek z tego indeksu na koniec marca 2024 roku osiągnęła niemal 890 mld dolarów (czyli niecałe 1,4% wartości indeksu S&P Global

1200). Patrząc na wykres notowań, zauważalne jest kształtowanie się pięciu faz. Pierwsza z nich rozpoczyna się po ogłoszeniu pandemii w marcu 2020, kiedy to oba indeksy (dóbr luksusowych i szerokiego rynku) odnotowały podobne spadki. Następnie przez niemal trzy kwartały 2020 roku indeks złożony z wybranych spółek z segmentu dóbr luksusowych nadążał za indeksem S&P Global 1200.

Zmiana tego trendu nastąpiła dopiero w ostatnim kwartale, kiedy to indeks osobistych dóbr luksusowych odnotował znaczący wzrost, osiągając na koniec roku poziom 30% powyżej poziomu z początku roku i 17% powyżej rynku, co mogło mieć także związek z oczekiwaniami inwestorów co do świątecznych wydatków napędzanych oszczędnościami zgromadzonymi w okresie pandemii. Większość 2021 roku to dalsze utrzymanie trendu i zdecydowana, konsekwentnie rosnąca przewaga wspomnianego indeksu, który swój pierwszy znaczący szczyt osiągnął w drugiej połowie listopada, wzrastając ponad 82% w odniesieniu do początku 2020 roku i niemal 50% powyżej indeksu S&P Global 1200.

Trzecia faza, w której kumulacja negatywnych wydarzeń takich jak nadejście piątej fali zakażeń COVID-19, napływające informacje o pogarszającej się sytuacji makroekonomicznej i koniunkturze na rynkach światowych, inflacja i groźba recesji, a także wybuch wojny w Ukrainie, skutkowało odwróceniem sentymentu, a w konsekwencji dynamicznymi spadkami i dużą zmiennością notowań, co z kolei doprowadziło do tego, że na koniec listopada 2022 roku indeks wybranych spółek segmentu dóbr luksusowych powrócił do poziomu z końca 2020 roku, tracąc wszystkie zyski z kilkunastu miesięcy, utrzymując się jednak wciąż nieco ponad 15% ponad rynkiem.

Czwarta faza, trwająca do trzeciego kwartału 2023 roku, rozpoczęła się w momencie nadejścia informacji z Chin o odejściu od polityki zero-covid i intensywnym znoszeniu obostrzeń pandemicznych, co poskutkowało trendem wzrostowym, a kapitalizacja spółek z indeksu na przestrzeni dwóch kwartałów urosła o 80%, pozostawiając w tyle indeks szerokiego rynku, który również rósł, ale czterokrotnie wolniej. Znaczenie tej informacji nabiera na sile, gdy uwzględnia się fakt, że zgodnie z danymi

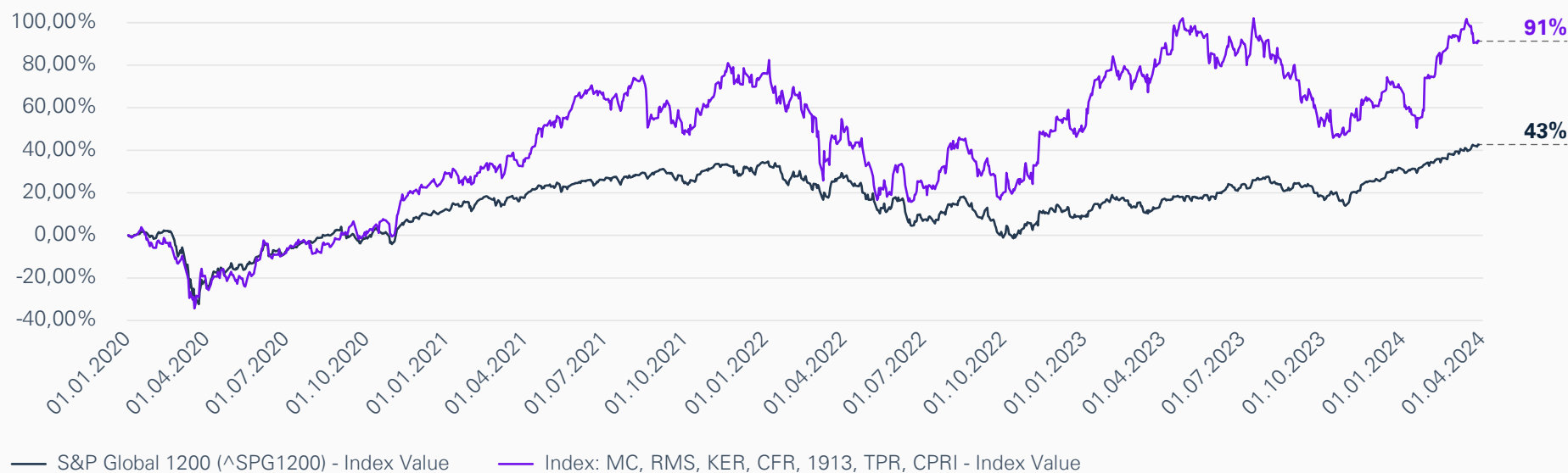
Euromonitor International, chiński rynek dóbr luksusowych jest obecnie największym i jednocześnie najdynamiczniej rosnącym rynkiem świata, a firmy takie jak Hermes i LVMH wygenerowały około 30% swojej sprzedaży w 2020 roku właśnie w Chinach.

W połowie 2023 roku pojawiły się jednak informacje rozpoczynające piątą fazę, a które ugasiły entuzjazm inwestorów. Okazało się, że odbicie w Chinach nie jest tak dynamiczne jak oczekiwano, a sprzedaż w Amerykach, w tym zwłaszcza w USA, wyhamowuje z kwartału na kwartał, ze względu na wieści o intensywnym ograniczaniu zbędnych wydatków gospodarstw domowych. Niepokojące informacje rozpoczęły okres niemal półrocznej korekty. Jednak rok 2024 powitał gospodarki informacjami o spowalniającej inflacji i w sektorze luksusowym ponownie zagościł optymizm, który pozwolił na odrobienie strat roku poprzedniego. Indeks dóbr luksusowych niemal powrócił do szczytu z ubiegłorocznego

kwietnia, notując w połowie marca 2024 roku ponad 100% wzrost względem poziomu z początku 2020 roku i o ponad 60 punktów procentowych powyżej rynku.

Z naszych analiz wynika, że o ile rynek dóbr luksusowych nie jest w pełni odporny na zawirowania gospodarcze i podlega w ostatnim czasie zwiększonej krótkoterminowej zmienności (o czym świadczą w szczególności lata 2022-2023), to pomimo trzech lat negatywnych wydarzeń takich jak pandemia, coraz częściej występujące konflikty zbrojne w różnych częściach świata oraz galopująca inflacja, w średnim okresie rynek dóbr luksusowych jest silny i w porównaniu do szerokiego rynku, skuteczniej opiera się makroekonomicznym wyzwaniom. Potwierdza to również tezę o tym, że spółki rynku dóbr luksusowych w okresach gospodarczo-społecznej niepewności radzą sobie znacznie lepiej niż całokształt rynku dóbr konsumpcyjnych.

Dynamika wartości indeksu akcji rynku osobistych dóbr luksusowych



Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych S&P Global Market Intelligence, S&P Capital IQ.

Warto zauważyć, że wzrost notowań indeksu spółek reprezentujących dobra luksusowe wytraca impet i już po raz drugi zbliża się do szczytu z kwietnia 2023 roku, nie przebijając go. Może być to spowodowane trendem, zgodnie z którym następuje przesunięcie zainteresowania konsumentów z samych produktów luksusowych na dobra, które dostarczają również luksusowych przeżyć oraz doznań. W opinii analityków, to spółki tej gałęzi w najbliższym czasie mają przed sobą perspektywy dalszych dynamicznych wzrostów.

Ciekawych wniosków ku temu dostarcza analiza segmentu samochodów, który podzielił się na następujące grupy:

- luksus (Ferrari),
- premium (Audi, Daimler, Mercedes, BMW, Volvo),
- masowy (Volkswagen, General Motors, Ford, Fiat Chrysler/PSA/Stellantis, Renault).

Reakcja rynków finansowych na pierwsze informacje o wirusie nie była równomierna. Zarówno segment samochodów premium, jak i masowy zachowały się bardzo podobnie notując spadki przekraczające 50% przy spadku indeksu S&P Global 1200 o „zaledwie” 30%. Akcje Ferrari zachowały się z godnością – jak na przedstawiciela segmentu luksusowego przystało, tracąc tylko 20%.

Segment samochodów premium zaczął szybciej odrabiać straty, by zakończyć rok 2020 zyskując około 22% (przy wzroście indeksu szerokiego rynku o kilkanaście procent i utrzymaniu wartości indeksu samochodów masowych na poziomie z początku 2020 roku). W kolejnych siedmiu kwartałach, aż do końca września 2022 roku sytuacja zmieniała się dynamicznie. Notowania producentów samochodów charakteryzowały się dużą zmiennością, przez cały okres tocząc zaciętą walkę z rynkiem

(i wyzwaniem związanym z utrzymaniem ciągłości łańcuchów dostaw). Najmniej odporne na pandemię, wojnę i nadchodzące ciemne chmury związane z dynamicznym wzrostem inflacji i oczekiwanym spowolnieniem gospodarczym, okazały się być segmenty premium i masowy, które traciły do indeksu S&P Global 1200 odpowiednio nieco ponad 10 i 12 punktów procentowych.

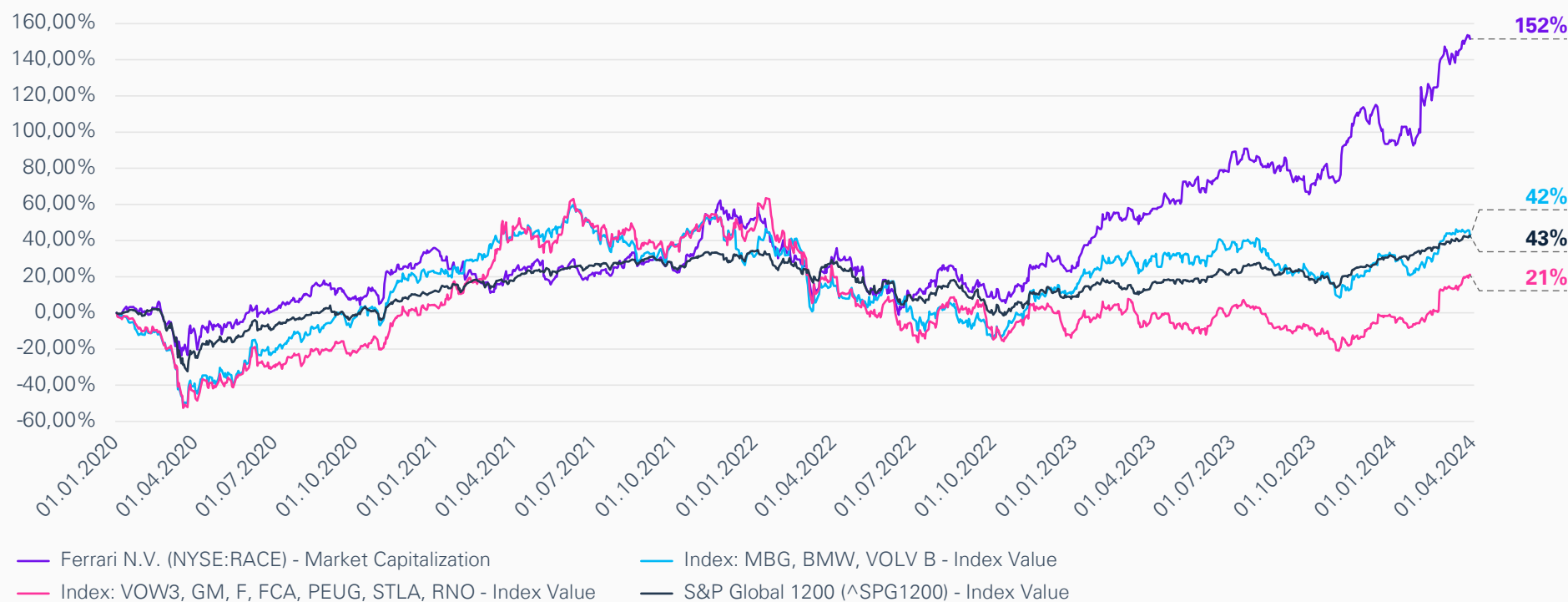
W ostatnim kwartale 2022 roku i pierwszym kwartale 2023 roku sytuacja zaczęła się poprawiać i do segmentów premium oraz aut luksusowych ponownie zawitały bardziej optymistyczne nastroje. Zarówno akcje Ferrari, jak i indeks producentów aut premium wzrosły o ponad 40 punktów procentowych. Od końca pierwszego kwartału 2023 roku notowania marek aut premium weszły w okres konsolidacji, podążając stabilnie zgodnie z szerokim rynkiem.

Słabe nastroje panowały w ostatnim czasie wśród producentów aut masowych, którzy nadal odczuwają efekty spowolnienia gospodarczego i zaciśniętych portfeli klientów. Kolejnym negatywnym aspektem były informacje o niskim zainteresowaniu i w konsekwencji słabej sprzedaży aut elektrycznych, nad którymi intensywnie pracują wszyscy przedstawiciele tego segmentu. Indeks ten ostatni szczyt zanotował na początku 2022 roku. Od tego czasu jego poziom oscylował w okolicach początków naszej analizy, czyli pierwszego kwartału 2020 roku. Dopiero w połowie lutego bieżącego roku udało mu się wyjść na plus, a za ostatni skok odpowiedzialny jest gwałtowny wzrost wartości koncernu Stellantis. Akcje tej spółki poszybowały w górę po informacjach dotyczących bardzo dobrych wyników sprzedaży za ostatni kwartał 2023 roku (wzrost na poziomie 18% względem poprzedniego okresu) oraz rozpoczęcia skupu akcji własnych o wartości 1,5 mld euro. Co ciekawe, Stellantis pod koniec lutego ogłosił również nabycie znacznego pakietu akcji w spółce produkującej samoloty elektryczne.

Zgoła odmiennie wygląda sytuacja w przypadku marki Ferrari reprezentującej w naszej analizie segment aut luksusowych. Od końca 2022 roku, który zamknął okres spadków, kapitalizacja rynkowa włoskiego producenta, wynosząca wtedy niecałe 40 mld dolarów, konsekwentnie rosła w tempie zadziwiającym rynek i niecałe 15 miesięcy później dotarła do poziomu 79 mld dolarów, notując niemal dwukrotny wzrost. Akcje Ferrari bez wątpienia pozostały najbardziej odporne na kryzys, co więcej pozwoliły zarobić inwestorom od początku 2020 roku ponad 150%.

W przypadku spółki Porsche, która 29 września 2022 roku weszła na giełdę we Frankfurcie nie dało się zaobserwować analogicznego trendu. Według danych firmy LSEG, oferta publiczna opiewająca na symboliczne 911 mln akcji o całkowitej wartości około 18,8 mld dolarów, została trzecim największym IPO w historii europejskich giełd. Akcje tej spółki, od momentu debiutu do połowy zeszłego roku, radziły sobie niezwykle dobrze, a ich kurs w tym czasie wzrósł ponad 62%. Jednak po pierwszej fali optymizmu, sentyment inwestorów uległ odwróceniu i obecnie wartość akcji znajduje się niecałe 24% ponad poziomem z dnia debiutu.

Dynamika wartości wybranych indeksów i akcji rynku samochodów



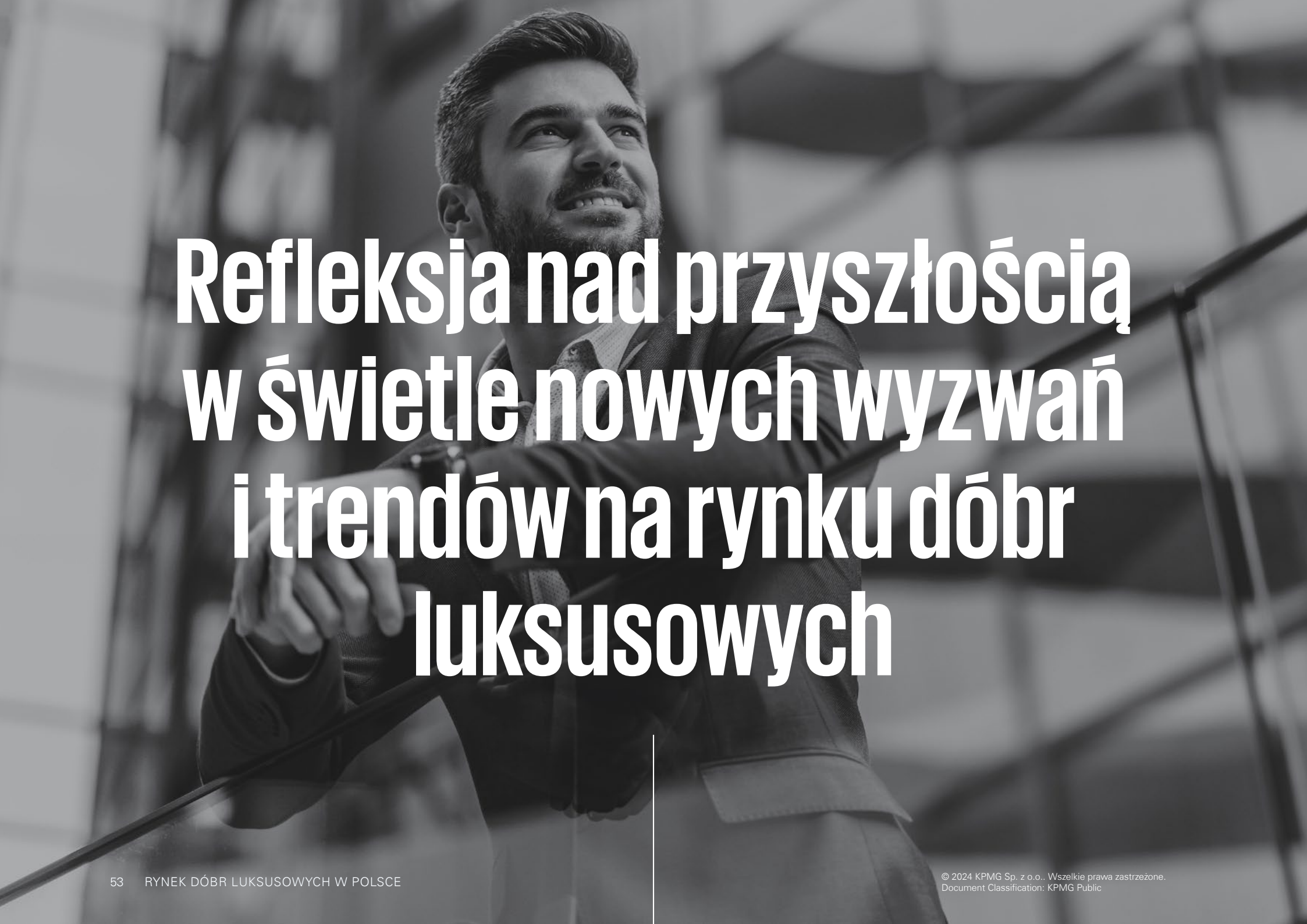
Źródło: KPMG w Polsce na podstawie danych S&P Global Market Intelligence, S&P Capital IQ.



Przeprowadzone analizy potwierdziły, że podobnie jak w poprzednich kryzysach, także w sytuacji ostatnich negatywnych wydarzeń gospodarczych, rynek dóbr luksusowych wykazał dużo większą odporność w porównaniu do podobnych produktów w segmencie masowym, premium oraz pozostałej części rynku. Jednak, podobnie jak w przypadku osobistych dóbr luksusowych, kumulacja negatywnych wydarzeń w pierwszych trzech kwartałach 2022 roku dotknęła także segment samochodów luksusowych i premium, których kursy ulegały silnym wahaniam. Zauważalne jest również, że gdy nastroje poprawiają się, pierwszymi beneficjentami tej zmiany stają się producenci dóbr luksusowych. Prognozy analityków wskazują, że czekają ich obiecujące perspektywy w nadchodzących miesiącach, a uzasadnienia takiego stanu rzeczy upatruje się w wyższej zdolności do utrzymania stałego poziomu marż przez spółki z tego segmentu oraz szerszej i bardziej odpornej na kryzysy gospodarcze bazy klientów, niż miało to miejsce podczas poprzednich załamań rynkowych. Producenci aut luksusowych są również beneficjentami trendu, który został przedstawiony w ramach analizy spółek z segmentu dóbr luksusowych.

Przejażdżki Ferrari niewątpliwie zaliczają się do kategorii przeżyć i doznań, których poszukują konsumenci. Cały segment aut luksusowych zanotował w 2023 wzrost na poziomie 15%, osiągając poziom 635 mld euro i pod względem wielkości jest liderem całego rynku luksusowego.

Z przeprowadzonych analiz jednoznacznie wynika, że w obliczu zawirowań makroekonomicznych i geopolitycznych, rynek dóbr luksusowych, pomimo doświadczania zwiększonej zmienności, wykazuje znacznie większą odporność niż szeroki rynek. Perspektywy na nadchodzący czas budzą zainteresowanie analityków i specjalistów, którzy prognozują okres wielu zmian oraz intensywnych transformacji w branży luksusowej.



Refleksja nad przyszłością w świetle nowych wyzwań i trendów na rynku dóbr luksusowych

Przed firmami działającymi na rynku dóbr luksusowych stoją wyzwania, które wymagają refleksji i dostosowania do zmieniających się trendów. Pojęcie luksusu nabiera nowego znaczenia, a klienci coraz częściej oczekują wyjątkowych doznań, dlatego producenci muszą kształtować swoją ofertę z myślą o dostarczaniu niezapomnianych przeżyć.



Wzrost zainteresowania konsumentów unikalnymi doświadczeniami oraz kolekcjonowaniem niepowtarzalnych emocji otwiera przestrzeń do kreowania nieznanych dotąd usług i produktów. Trend wyływający z filozofii mindfulness i bycia „tu i teraz” może pogłębiać się w obliczu zagrożeń, jakie niesie za sobą potencjalne zaostrzenie konfliktów na tle geopolitycznym. Podróże, wydarzenia kulturalne i ekskluzywne spotkania nabierają szczególnego znaczenia, umożliwiając firmom luksusowym budowanie relacji z klientami na nowych płaszczyznach.

Nieodzownym dla branży staje się ciągły rozwój platform sprzedażowych online oraz wirtualnych doświadczeń. Nowe technologie, a zwłaszcza digitalizacja i cyfryzacja kanałów sprzedaży, pozwalają na integrowanie doznań fizycznych i cyfrowych, co wymaga od marek luksusowych zapewnienia doskonałości na każdym etapie interakcji z klientem.

Zmiana pokoleniowa wśród nabywców niesie ze sobą konieczność dostosowania strategii firm

do oczekiwań nowych pokoleń. Inkluzywność, dostępność i personalizacja oferty stają się kluczowe, aby sprostać różnorodnym preferencjom konsumentów. Dołączające do grona nabywców pokolenie Z wyraża nowy rodzaj postulatów i potrzeb wobec producentów luksusowych marek, którzy już w tym momencie muszą funkcjonować w obliczu dość złożonej mieszanki pokoleniowej swoich klientów, odpowiadając na ich zróżnicowane potrzeby.

Odpowiedzialna produkcja staje się ważnym czynnikiem dla konsumentów, którzy oczekują od marek luksusowych przejrzystych oraz etycznych praktyk biznesowych. Branża luksusowa zaczyna koncentrować się na zrównoważonym rozwoju, co stanowi kolejne wyzwanie dla producentów.

Refleksja nad przyszłością rynku dóbr luksusowych wymaga również analizy sytuacji finansowej potencjalnych nabywców. W Polsce w 2022 roku spadła liczba osób posiadających aktywa netto o wartości powyżej 1 mln dolarów amerykańskich, obniżył się również poziom

średnich dochodów najbogatszych Polaków. Z drugiej strony zwiększyło się grono dobrze zarabiających, o dochodach rocznych równych lub większych niż 120 tys. zł brutto.

Podążając za nowymi trendami i wyzwaniami, branża dóbr luksusowych stale ewoluuje, dostosowując się do oczekiwań coraz bardziej świadomych i wymagających klientów. Wyjątkowe atrakcje, innowacyjne rozwiązania technologiczne oraz odpowiedzialne podejście do produkcji stają się kluczowymi elementami strategii firm z tej branży. Muszą one jednocześnie uwzględniać zmieniającą się demografię nabywców, zróżnicowanie ich preferencji i rosnące wymagania w zakresie zrównoważonego rozwoju. Pomimo trudności wynikających z kryzysów gospodarczych i geopolitycznych, perspektywy dla rynku dóbr luksusowych w Polsce pozostają optymistyczne, z prognozami wskazującymi na kontynuację wzrostu jego wartości w najbliższych latach.

Kontakt

Andrzej Marczak

Partner, Szef Działu Doradztwa Podatkowego w Europie Środkowo-Wschodniej, Szef Zespołu ds. PIT w Polsce, KPMG w Polsce

E: amarczak@kpmg.pl

Tomasz Wiśniewski

Partner, Deal Advisory, Szef Zespołu Wycen w Europie Środkowo-Wschodniej, KPMG w Polsce

E: twisniewski@kpmg.pl

KPMG w Polsce

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa

T: +48 22 528 11 00

E: kpmg@kpmg.pl

Andrzej Bernatek

Partner, Dział Doradztwa Podatkowego, Lider doradztwa dla firm prywatnych, KPMG w Polsce

E: abernatek@kpmg.pl

Przemysław Szywacz

Partner, Dział Doradztwa Podatkowego, Lider doradców dla branży motoryzacyjnej, KPMG w Polsce

E: pszywacz@kpmg.pl

Monika Dębska-Pastakia

Partner Associate, Deal Advisory, Real Estate, KPMG w Polsce

E: mdebska-pastakia@kpmg.pl

Piotr Grauer

Partner Associate, Deal Advisory, Zespół Fuzji i Przejęć, KPMG w Polsce

E: pgrauer@kpmg.pl

Marcin Malmon

Associate Director, Deal Advisory, Zespół doradztwa i wycen dla sektora nieruchomości, KPMG w Polsce

E: mmalmon@kpmg.pl

Biura KPMG w Polsce

Warszawa

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa
T: +48 22 528 11 00
E: kpmg@kpmg.pl

Kraków

ul. Opolska 114
31-323 Kraków
T: +48 12 424 94 00
E: krakow@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 22
60-829 Poznań
T: +48 61 845 46 00
E: poznan@kpmg.pl

Wrocław

ul. Szczytnicka 11
50-382 Wrocław
T: +48 71 370 49 00
E: wroclaw@kpmg.pl

Gdańsk

ul. Marynarki Polskiej 197
80-868 Gdańsk
T: +48 58 772 95 00
E: gdansk@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 36
40-028 Katowice
T: +48 32 778 88 00
E: katowice@kpmg.pl

Łódź

ul. Kopcińskiego 62d
90-032 Łódź
T: +48 42 232 77 00
E: lodz@kpmg.pl



kpmg.pl

© 2024 KPMG Sp. z o.o., polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Nazwa i logo KPMG są znakami towarowymi używanymi na podstawie licencji przez niezależne firmy członkowskie globalnej organizacji KPMG.

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej osoby lub firmy. Pomimo, iż staramy się dostarczać dokładne i aktualne informacje, nie możemy zagwarantować, że takie informacje będą aktualne na dzień ich otrzymania lub że będą nadal aktualne w przyszłości. Nikt nie powinien podejmować decyzji na podstawie takich informacji bez odpowiedniego profesjonalnego doradztwa po dokładnym zbadaniu konkretnej sytuacji.

Document Classification: KPMG Public