

# 中东战事重创奢侈品消费

中东地缘冲突与行业内生压力的双重夹击,令欧洲奢侈品遭遇罕见的集体性下跌。本周,爱马仕、开云、LVMH三大奢侈品巨头相继公布的一季度销售数据均令市场失望,股价应声大幅下挫。在此之前,投资者已开始因中东局势升温而减仓奢侈品板块。逻辑在于,一旦地区冲突扩大,超高端可选消费品将首先被消费者削减。



## 增速大幅放缓

当地时间4月15日,法国奢侈品巨头爱马仕在巴黎证券交易所遭遇重挫,其股价盘中最大跌幅达14%,创下自1989年上市以来的最大单日跌幅,市值蒸发超250亿欧元。这一场股价震荡的直接导火索,是该集团当天发布了2026年一季度财报,核心销售数据未能达到市场预期,5.6%的同比增速远低于分析师普遍预计的7.44%。

财报显示,爱马仕一季度合并营收为40.7亿欧元。若按固定汇率计算,这一数字较去年同期增长5.6%;但受汇率波动影响,按现行汇率计算,集团营收反而同比下滑1.4%,汇率因素带来的负面影响约达2.9亿欧元。这一增速较2025年同期9.8%的增长大幅放缓,终

结了爱马仕多年来持续的双位数增长态势,也打破了市场长期以来对这个奢侈品“领头羊”抗周期、高韧性的固有认知。

爱马仕在全球各区域市场表现呈现出冷热不均的分化态势,美洲市场销售额同比大涨17.2%,达到7.4亿欧元,美国富裕阶层的消费力依然保持旺盛;日本市场也表现稳健,同比增长9.6%,营收达4亿欧元;欧洲除法国外的其他地区,维持着4.5%的温和增长。

但其两大核心市场的表现拖了整体业绩的后腿。受中东冲突持续升级的影响,包含中东在内的其他地区销售额同比下滑5.9%,仅为1.6亿欧元。爱马仕CFO Eric du Halgouet在财报电话会议上称,中东局势对集团一季度整体增长造成了约1.5个百分点的拖累。据其介绍,全球范围内爱马仕的60个机场批发销售点中多个受到冲突影响,法国、瑞士、

英国等国门店的中东游客数量大幅减少,直接冲击了当地销售。而作为全球奢侈品旅游重点消费地,法国本土市场销售额也同比下降2.8%至3.47亿欧元,其中3月份的下滑态势尤为明显。

要客研究院院长周婷指出,中东地区高净值消费者的消费行为具有明显特点,旅游驱动型消费占主导,大量购买行为发生在跨国旅游期间,尤其在节假日或旅游旺季,品牌忠诚度虽高,但对安全环境敏感,虽较成熟市场受经济周期影响低,但地缘政治和安全事件会显著抑制购买行为。

据伯恩斯坦2025年的数据,中东地区是全球增长最快的奢侈品市场,其中,主要靠富裕的游客带动销售额。据摩根士丹利数据,阿联酋约60%的奢侈品消费来自游客。但如今该地区安全问题令人紧张,分析担心即使停

火协议达成,这些游客也可能在很长一段时间内避开该地区。与此同时,更令市场担忧的是冲突若长时间持续,居高不下的油价会进一步打击奢侈品需求。

## “向往型消费”降温

除日本外,其他亚太市场表现也不尽如人意,增速仅为2.2%,远低于市场预期的5.84%。其中,大中华区虽延续了小幅增长,但复苏力度明显偏弱;业内人士分析,中国市场此前的“向往型消费”热潮逐渐降温,中产阶层对奢侈品的购买意愿有所收缩;韩国市场保持稳健,其余区域则普遍表现疲软,旅游零售客流不足等多重因素叠加导致了亚太市场的低迷。

分业务板块来看,作为集团核心支柱的皮革制品与皮具部门,同比增长9.4%,是唯一跑赢整体大盘的业务。但需要注意的是,这一增长并非源于销量的提升,而是得益于今年1月爱马仕在全球范围内实施的平均8%—9%的提价措施。

相比之下,其他业务板块表现平淡。这一结构也反映出,爱马仕的增长正越来越依赖铂金包、凯利包等核心皮具产品,而香水、腕表、成衣等“生活方式类”产品的市场吸引力正在下滑。

爱马仕执行主席Axel Dumas在财报中也承认,在全球地缘政治和经济不确定性加剧的背景下,那些首次购买皮带、丝巾等入门级产品的“向往型客户”数量有所减少。这类消费者对经济周期更为敏感,而核心高净值客户群体则依然保持着对品牌的忠诚。

市场分析师认为,此前爱马仕的市盈率高达49倍,远高于行业平均水平,业绩不及预期直接引发了估值回归;作为奢侈品行业的标杆,爱马仕的疲软表现,也印证了整个行业正从高增长转向中低增长,此前支撑行业高估值的基础已不复存在。

## 步入存量时代

除了爱马仕,整个欧洲奢侈品板块也集体下挫。同日,古驰母公司开云集团股价大跌10%,该集团此前发布的一季度收入同比下跌6%至35.7亿欧元,核心品牌古驰收入更是下滑8%。

LVMH、博柏利、迪奥、盟可睐等其他奢侈品巨头的股价也同步走低,跌幅在2%至3%不等,泛欧斯托克600指数中的奢侈品板块更是创下了近两年来的最大单日跌幅。

LVMH本周一发布财报显示,收入同比下跌6%至191.2亿欧元,其中时装皮具部门在一季度有机收入下跌2%至92.5亿欧元。不过其总体表现在市场预期范围内,在汇率拖累达7个百分点的背景下,实现1%的有机增长,亚洲市场增长7%,创下2023年以来最佳表现。

业内普遍认为,全球奢侈品行业正迎来一个重要的拐点。过去三年,疫情后的报复性消费以及全球央行放水等因素,共同推动了奢侈品行业的超级繁荣。而如今,地缘政治冲突持续、全球经济增速放缓、高通胀与加息周期叠加,不仅导致中产消费力萎缩,高净值人群的消费信心也受到了动摇,整个行业正从增量时代步入存量时代。

面对市场的剧烈震荡,Axel Dumas依然保持着乐观态度。他表示,爱马仕将坚守长期战略,凭借品牌的创造力、产品品质以及客户的忠诚度,对2026年的盈利增长充满信心,集团商业模式的差异化优势依然稳固。Eric du Halgouet也透露,3月下旬以来,中东地区的销售已经出现了改善迹象,随着当地局势逐步缓和,预计二季度该区域的表现将有所回暖。

北京商报记者 赵天舒  
图片来源:官方微博截图

## Focus

# 弃鞋从算力 潮鞋品牌Allbirds股价飙涨

出人意料地转入AI(人工智能)领域,潮鞋品牌Allbirds引发市场围观,股价日内最高涨幅一度超过800%。

当地时间4月15日,Allbirds发布公告,公司已与一家机构投资者签署一项最终协议,设立一项规模为5000万美元的可转换融资额度,支持公司业务转型至AI算力基础设施领域,公司预计将更名为“NewBird AI”。此前,Allbirds已宣布与品牌管理公司American Exchange Group达成最终协议,以3900万美元价格将Allbirds品牌及鞋类资产出售给后者。

Allbirds表示,该融资安排预计将于2026年第二季度完成交割,公司将利用该融资安排提供的初始资金,收购高性能GPU资产,并将其部署用于服务需要专用AI算力资源的客户,长期目标是成为一家提供GPU即服务(GPUaaS)及AI原生云解决方案的全栈服务商。转型初期将重点收购高性能、低延迟的AI计算硬件,并通过长期租赁安排向客户提供算力接入服务,以满足当前现货算力市场及超大规模云厂商(hyperscalers)难以稳定满足的客户需求。

根据公司向美国证券交易委员会(SEC)提交的委托书文件,本次融资安排的转股需获得股东批准,特别股东大会预计于2026年5月18日举行,股权登记日为2026年4月13日。

此外,在资产出售获得股东批准的前提下,Allbirds预计将在2026年第三季度向股东派发特别股息,股息对应的登记日预计为2026年5月20日。

在宣布本次出乎意料的转型之后,Allbirds(Nasdaq: BIRD)股价15日暴涨582%收于每股16.99美元,市

值从前一天的2100万美元飙升至1.48亿美元。不过,即便疯狂炒作下,Allbirds的市值也只有不到2亿美元。

2021年上市时,Allbirds光筹资就拿到3亿美元,此后市值曾一度冲到40亿美元。

Allbirds由可再生资源专家Joey Zwillinger和知名橄榄球运动员Tim Brown于2015年创立,试图创造一种不依赖塑料或其他石化制品,采用天然材料的鞋类品牌。

他们在2016年推出用美利奴羊毛制成的Wool Runner休闲鞋并迅速走红,尤其受到重视穿着舒适性和品牌故事溢价的“科技男”群体青睐。

这双鞋主打“极致舒适”与“可持续”,用人类头发五分之一细的羊毛纤维做鞋面,鞋底采用甘蔗提取物,鞋带用回收塑料瓶制成。

产品推出后迅速在硅谷科技圈引爆,谷歌联合创始人Larry Page是第一批用户,苹果CEO库克、Twitter(现“X”)前CEO Dick Costolo都曾穿着它亮相。

Allbirds开始大规模扩张,在美国市中心开设了数十家直营门店,并将产品线从羊毛跑鞋延伸至紧身裤、夹克、专业跑鞋等非核心品类。

联合创始人Tim Brown在接受采访时承认:“我们的成长时间被极度压缩,快速成功让我们失去了部分基因。”扩张带来了高昂的门店租金、人力成本和库存压力,缺乏新的爆款产品,再加上众多竞争对手的涌现,Allbirds快速“落魄”。

2023年,公司营收2.54亿美元,同比下滑15%,净亏损扩大至1.51亿美元;2024年,营收进一步下滑至约1.9亿美元。2025年前三季度,公司净亏损

累计达到约5770万美元。

2024年7月,Allbirds将大中华区独家经营权交给了百丽。百丽接手后,Allbirds 2025年在中国市场实现了同比三位数增长,2026年3月,还官宣演员董洁为大中华区品牌代言人。即便中国市场有了起色,也改变不了Allbirds全球出售的结局。

今年2月,Allbirds已经关闭所有在美国的品牌正价门店,仅保留线上零售渠道和两家奥特莱斯门店。

Allbirds在宣布转型的公告中还写道:“鉴于公司拟开展的算力基础设施业务将不再以环境保护这一公共利益为核心重点,而该目标已被写入公司章程,现请股东审议并批准《公司章程修订提案》,以删除有关公司以促进环保公共利益为运营宗旨的相关表述。”

Allbirds的本次转型被认为是又一场借助AI热潮的“套壳”上市。美国知名经济评论员吉姆·克雷默(Jim Cramer)直呼其“太荒谬了”,并称已经能明显看到“泡沫”。

金融机构Miller Tabak + Co.的首席市场策略师Matt Maley也表示,在Allbirds股价飙升的背后明显存在“泡沫”,考虑到美股持续上涨,这种情况并不令人意外,但应该引起投资者的警惕。

《华尔街日报》直言,5000万美元在AI领域并不算多。云计算公司CoreWeave计划今年投入300亿至350亿美元来扩张业务。即便是在新兴云领域体量较小的Nebius,今年也计划投入160亿至200亿美元。Allbirds大概率会发现自己排在一长队财力雄厚得多的买家身后,苦等供不应求的芯片。  
北京商综合报道

## · 图片新闻 ·

# 欧洲汽车制造巨头将停产并裁员



16日,法国巴黎西部普瓦西,法国总工会(FO)普瓦西工厂副秘书长布希姆·艾特·奥斯曼在跨国汽车制造商Stellantis的工厂向媒体发表讲话。  
视觉中国/图

当地时间4月16日,法国普瓦西,欧洲汽车制造巨头Stellantis集团宣布将于2028年后停止其在普瓦西工厂的汽车生产,并将该工厂转型为零部件制造和汽车拆解中心,届时将保留现有2000个工作岗位中的1000个。

4月初,据央视财经等多家媒体报道,Stellantis集团表示,受美国进口汽车关税政策影响,集团决定裁撤5家位于美国工厂的900名员工。同时,受影响的还包括Stellantis集团位于加拿大和墨西哥的两家装配厂,Stellantis集团将暂停2家装配厂的生产业务,以减少关税带来的直接成本压力。

据了解,裁员涉及的5家工厂来自美国,包括密歇根州的沃伦冲压厂、斯特林冲压厂,印第安纳州的印第安纳变速箱厂、科科莫变速箱厂和科科莫铸造厂,上述工厂主要生产动力总成和冲压零部件,为在加拿大和墨西哥的2家装配厂生产零配件。

另外,根据计划,位于加拿大温莎市的克莱斯勒装配厂将于本月7日至21日期间暂停生产,也就是将停产两周,该工厂是Stellantis在加拿大的3家工厂之一,拥有4000名员工。

此外,位于墨西哥托卢卡的吉普装配厂也将停工约一个月。

据了解,Stellantis集团在美国销售的汽车约61%是在美国生产,但销量下滑导致美国工厂利用率低,此前外媒报道,关税政策可能令Stellantis集团今年的利润减少75%。最新数据显示,今年一季度,Stellantis在美国市场销量持续低迷,销量仅29.3万辆,同比下滑12%。

针对加拿大和墨西哥2家装配厂的生产业务暂停,不少Stellantis员工表达担忧。Stellantis美洲区首席运营官安东尼奥·菲洛萨在发给员工的电子邮件中表示:“正在持续评估关税对运营的中长期影响”。

北京商综合报道