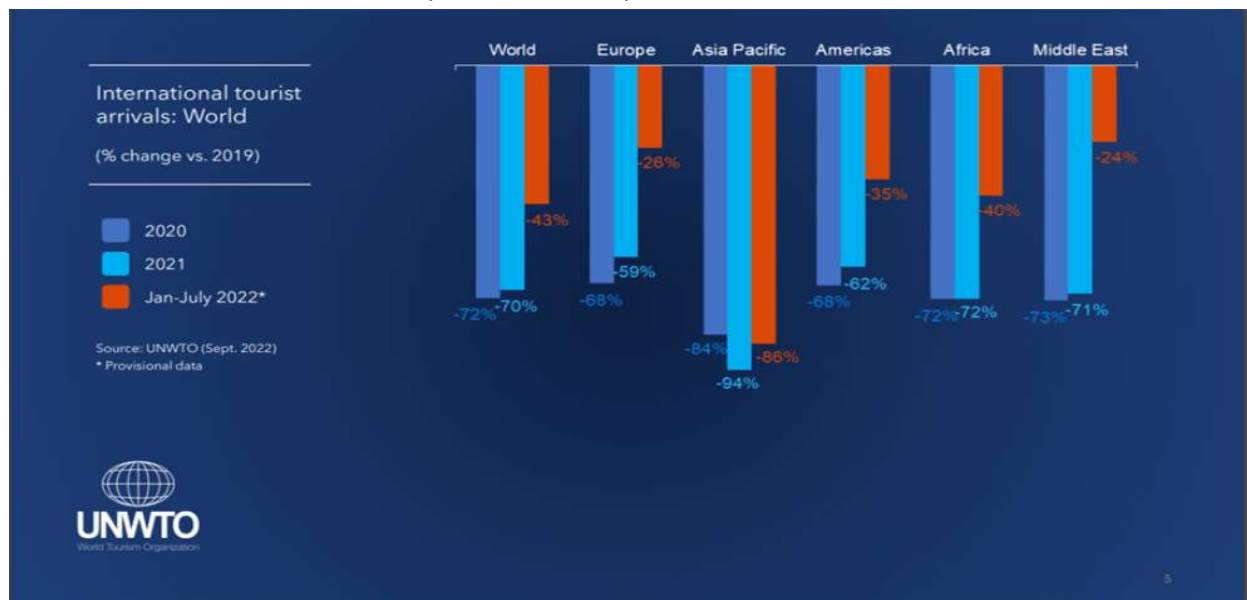


旅遊業的回歸帶給國際精品業正面效益

2020年旅遊業陷入停滯，在接下來的兩年裡，隨著世界努力應對新冠疫情流行，出現許多較不佳的發展。現在國際航空運輸協會(IATA)發布的數據證實2022年全球夏季旅遊旺季強勁增長，截至今年8月底，全球空中運輸量回復至約為新冠疫情前的74%，而此期間美國和歐洲航空公司的客座率最高。同樣地，聯合國世界旅遊組織(UNWTO)的《世界旅遊晴雨表》顯示，截至今年7月底，與2019年相比歐洲、中東和美洲的國際遊客人數恢復最快，而亞太仍是受壓抑最多的地區，因為該地區最大旅遊市場中國的防疫封控和人員流動中斷所致。

根據最新的聯合國世界旅遊組織《世界旅遊晴雨表》，與2021年同期相比，2022年1至7月的國際遊客人數幾乎增加兩倍(+172%)，此意味旅遊業已恢復至疫情前水準的60%左右。穩步復甦反映出目前為止因疫情旅行限制的放鬆或取消，而產生對國際旅行的強烈需求(截至2022年9月19日，86個國家/地區已沒有疫情相關的旅遊限制)。

圖表1：與2019年相比，全球(亞太地區除外)的國際遊客人數大幅復甦



資料來源：聯合國世界旅遊組織(UNWTO)，截至2022年9月。

聯合國世界旅遊組織《世界旅遊晴雨表》顯示今年1月至7月估計約有4.74億遊客進行國際旅行，而2021年同期為1.75億。統計指出2022年6月和7月的國際入境人數合計為2.07

億人次，是去年同期的兩倍多，而這兩個月占2022年前7個月入境總人數的44%。其中，歐洲迎來3.09億人，占總數的65%。

歐洲和中東於2022年1至7月的旅遊復甦最快，入境人數分別達到2019年水平的74%及76%。歐洲接待的國際遊客幾乎是2021年前7個月(+190%)的三倍，此結果主要得益於歐洲內部強勁的“本地”需求，同時對該地區的消费而言，最重要地是來自美國的遊客。

在0到200分的範圍內，聯合國世界旅遊組織旅遊專家小組對2022年5至8月期間的評比為125分，與該小組5月時進行同期間夏季旅遊調查後，其調查結果(124分)所顯示的看好預期一致。

對精品股票的影響

精品企業一直是今年夏季歐洲旅遊熱潮的巨大受益者之一，主要因歐洲本土高端消費者在消費復甦方面落後中國和美國。如果說2020年是中國消費者報復性消費的一年，2021年是美國消費者擁有充足超額儲蓄並準備揮霍的一年，那麼2022年夏天則似乎是催促歐洲精品消費族群重現的年度。國際顧問公司貝恩(Bain)在其關於全球精品市場的年中更新報告也指出此一特徵，並強調歐洲精品市場的復甦。由於匯率大幅波動，促使歐洲商品價格平均比美國低30%，可能使歐洲與美國相同庫存單位(SKU)的價格差異提高至40%，所以吸引美國人在歐洲的旅遊支出增加。

第三季的財報發布已經過半，精品企業已公布財報者的其中一個共同觀點為集中在歐洲地區遊客的銷售額提高，尤其是來自美國遊客的貢獻，而我們已經看到美國國內支出的一些正常化，因為更多的精品是在國外旅行時購買。總體而言，歐洲商店主要為固定租金的租賃結構，中國和美國則常見為以營業額為計算基礎的租金模式，而鑒於精品企業的歐洲商店固定成本基礎較高，支出的轉變對精品公司來說是積極正向的，可能會在第三季擴大精品企業的營運槓桿。此外，我們繼續看到兩極化和品牌分化的進一步證明，因為遊客會花錢購買來自可信賴及知名頂級品牌的標誌性品牌，而不是新興品牌，因此大者可能恆大。

【台中銀投信獨立經營管理】本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。有關基金應負擔之費用已揭露於基金之公開說明書中，投資人可至公開資訊觀測站中查詢。本基金投資涉及新興市場部分，因其波動性與風險程度可能較高，且其政治與經濟情勢穩定度可能低於已開發國家，也可能使資產價值受不同程度之影響。投資人因不同時間進場，將有不同之投資績效，過去之績效亦不代表未來績效之保證。本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明書。公開說明書備索，或至本公司網站<https://www.tcbisitc.com.tw>，或公開資訊觀測站<http://mops.twse.com.tw>查詢下載。