

# 2021-2027年中国奢侈品行业 前景展望与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国奢侈品行业前景展望与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202107/226612.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

奢侈品(Luxury)在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。

奢侈品在经济学上讲，指的是价值/品质关系比值最高的产品。从另外一个角度上看，奢侈品又是指无形价值/有形价值关系比值最高的产品。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国奢侈品行业前景展望与市场全景评估报告》共十五章。首先介绍了奢侈品行业市场发展环境、奢侈品整体运行态势等，接着分析了奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了奢侈品市场竞争格局。随后，报告对奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对奢侈品产业有个系统的了解或者想投资奢侈品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一部分 奢侈品行业发展分析

#### 第一章 奢侈品相关概述

##### 第一节 奢侈品的概念

###### 一、奢侈品定义

###### 二、奢侈品的特性

###### 三、奢侈品的分类

##### 第二节 奢侈品牌简介

###### 一、世界主要奢侈品牌

###### 二、奢侈品牌的特点

### 第二章 国际奢侈品行业总体分析

#### 第一节 全球奢侈品市场发展概况

##### 一、世界奢侈品行业发展史

##### 二、奢侈品向全球大众市场的转变

##### 三、贸易战冲击国际奢侈品市场格局

四、国际服饰类奢侈品牌争相发力童装市场

五、2019年全球奢侈品市场重新洗牌

## 第二节 美国

一、美国奢侈品消费信心受挫

二、美国奢侈品牌转向中国以减少损失

三、美国奢侈品高级专卖店的发展策略

四、美国奢侈品税收制度简述

## 第三节 日本

一、日本奢侈品消费市场逐渐萎缩

二、经济衰退使日本奢侈品消费疲软

三、日本消费意识骤变 奢侈品市场急挫

## 第四节 俄罗斯

一、俄罗斯奢侈品市场细分加速

二、俄罗斯奢侈品消费增长迅猛

三、中小城市成俄罗斯奢侈品发展新热点

四、2019年俄罗斯奢侈品产业遭遇低谷

## 第五节 其他

一、英国奢侈品销售价格下跌

二、贸易战下法国奢侈品行业遭受冲击

三、2019年法国奢侈品行业加大对中国市场攻势

四、瑞士奢侈品牌加速亚洲市场扩张

五、印度奢侈品消费持续增长

六、巴西奢侈品消费市场前景看好

## 第三章 中国奢侈品市场发展分析

### 第一节 中国奢侈品市场的形成原因

一、奢侈品市场的形成机理及经济学解释

二、我国城乡居民收入水平得到大幅提升

三、中国富裕群体不断发展壮大

四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

五、中国奢侈品的市场路线图

### 第二节 中国奢侈品行业发展概况

- 一、我国奢侈品行业发展回顾
- 二、中国奢侈品市场容量简析
- 三、中国奢侈品行业发展的基础
- 四、促使中国奢侈品市场发展的有利因素
- 第三节 中国奢侈品市场发展现状
  - 一、中国奢侈品消费市场势头强劲
  - 二、中国奢侈品消费市场持续扩张
  - 三、国内奢侈品市场新特征
  - 四、2019年我国奢侈品市场表现分析
  - 五、2019年内地奢侈品市场分析
  - 六、2019年商务部研究降低部分奢侈品高关税
- 第四节 中国奢侈品行业存在的问题及不足
  - 一、我国奢侈品市场面临的主要问题
  - 二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素
  - 三、国内奢侈品运营中存在的不足
  - 四、中国缺乏本土奢侈品品牌
- 第五节 中国奢侈品市场发展对策及建议
  - 一、促进中国奢侈品市场发展的策略
  - 二、网络营销突破奢侈品抵触之三大对策
  - 三、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略
  - 四、中国企业开创本土奢侈品品牌的方向

## 第二部分 奢侈品细分行业分析

### 第四章 中国珠宝首饰类奢侈品市场分析

#### 第一节 中国珠宝首饰业发展概况

- 一、我国珠宝首饰业发展回顾
- 二、我国珠宝产业取得长足发展
- 三、中国有望成世界最大黄金和珠宝消费市场
- 四、2019年我国珠宝首饰出口状况
- 五、国内男士珠宝市场亟待开发
- 六、我国珠宝消费趋向细分化
- 七、2019年我国珠宝年销售额预测

## 第二节 珠宝市场发展简析

- 一、珠宝消费者市场
- 二、珠宝中间商市场
- 三、珠宝生产者市场
- 四、珠宝服务市场

## 第三节 黄金首饰

- 一、中国黄金首饰行业的发展阶段
- 二、中国成为世界第二大黄金首饰消费国
- 三、我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展
- 四、中国黄金税收与定价分析

## 第四节 钻石首饰

- 一、钻石消费支撑消费性内需增长、投资需求占51%
- 二、我国钻石饰品向多元化方向发展
- 三、中国成世界第二大钻石消费市场
- 四、中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

## 第五节 主要珠宝首饰品牌介绍

- 一、卡地亚（Cartier）
- 二、蒂芙尼（Tiffany）
- 三、宝诗龙（Boucheron）
- 四、戴比尔斯（De Beers）
- 五、施华洛世奇（Swarovski）

## 第五章 中国手表类奢侈品市场分析

### 第一节 中国高档手表行业发展概况

- 一、中国手表市场总体发展状况
- 二、瑞士中高档腕表在中国市场销售升温
- 三、中国游客国外买表年花500亿 吁奢侈品降税
- 四、国产手表与国外品牌竞争加剧
- 五、国产手表制造商亟需提升品牌意识

### 第二节 部分区域市场分析

- 一、上海高档名表售后服务市场商机渐浓
- 二、深圳的高档手表品牌积极应对贸易战

三、长沙奢华名表消费市场升温

四、瑞士名表商争相发力重庆市场

### 第三节 国外主要高档名表品牌介绍

一、劳力士（ROLEX）

二、百达翡丽（Patek Philippe）

三、江诗丹顿（Vacheron-constantin）

四、爱彼（Audemars Piguet）

五、欧米茄（Omega）

## 第六章 中国服装类奢侈品市场分析

### 第一节 中国高级时装市场发展概况

一、国内高级时装市场潜力巨大

二、国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧

三、2019年中国服装品牌试水奢侈品市场

四、中国高级男装市场持续快速发展

五、高档服装渠道下移成趋势

### 第二节 高级女装

一、高级女装已成为一种奢侈消费品

二、国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额

三、高级女装品牌经营管理准则

### 第三节 主要高级时装品牌介绍

一、唐纳 卡兰（Donna Karan）

二、范思哲（Versace）

三、瓦伦蒂诺（Valentino）

四、普拉达（Prada）

五、乔治 阿玛尼（Giorgio Armani）

## 第七章 中国酒类奢侈品市场分析

### 第一节 中国高档名酒市场发展概况

一、我国高端酒市场发展现状

二、我国酒类奢侈品行业迎来发展机遇

三、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战

四、国内高档礼品酒消费趋向理性化

五、我国高端酒营销存在的问题及对策

## 第二节 国内高档白酒市场分析

一、中国高档白酒消费快速增长

二、我国高档白酒市场进入平稳增长期

三、中国高端白酒市场的基本格局

四、贸易战对国内高档白酒市场的影响

五、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮

## 第三节 国内高档葡萄酒市场分析

一、我国高档葡萄酒需求持续增长

二、我国高档红酒市场进一步扩张

三、水货冲击内地高档红酒市场

四、本土葡萄酒生产商积极拓展高端市场

五、高档葡萄酒的市场运作思路

## 第四节 主要高档名酒品牌介绍

一、人头马（REMY MARTIN）

二、马爹利（Martell）

三、轩尼诗（Hennessy）

四、绝对伏特加（Absolut Vodka）

五、芝华士（Chivas）

# 第八章 中国游艇类奢侈品市场分析

## 第一节 中国游艇行业面临的政策环境

一、我国《游艇建造规范》出台

二、我国《游艇安全管理规定》正式实施

三、《游艇安全管理规定》解读

四、我国大力推动游艇行业规范发展

## 第二节 中国豪华游艇行业发展概况

一、世界游艇市场重心开始东移

二、中国游艇市场发展势头良好

三、中国游艇市场持续快速发展

四、中国游艇市场分析



## 五、中国游艇行业发展分析

### 第三节 部分区域游艇市场分析

一、“奥帆效应”助推青岛游艇业发展壮大

二、福建厦门游艇产业链逐渐成型

三、2019年广东珠海游艇行业发展分析

四、2019年深圳出台政策加快邮轮游艇业发展

五、海南三亚积极推动游艇业发展

### 第四节 主要豪华游艇品牌介绍

一、丽娃（Riva）

二、圣汐（Sunseeker）

三、博纳多（Beneteau）

四、拜泰姆（Bertram）

五、公主（Princess）

## 第九章 其他奢侈品细分市场发展分析

### 第一节 高端化妆品

一、中国高端化妆品市场分析

二、国内日化企业进军化妆品高端市场

三、我国高端化妆品消费新潮流

四、中国高档化妆品消费特征分析

五、中国高端化妆品生存之策略

### 第二节 高档家具

一、中国高端家具市场潜力巨大

二、中国高端家具市场发展现状

三、国际一线家具品牌看好中国高端市场

四、欧洲高端家具制造业发力中国市场

五、中国高端家具品牌竞争分析

六、高端家具消费趋向年轻化

### 第三节 豪华汽车

一、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场

二、2019年奔驰销量领先国内豪华车市

三、2019年我国豪华汽车市场逆势上扬

四、贸易战下豪华汽车格局调整

五、豪华汽车在中国市场的销售分析

六、豪华汽车品牌集中向中国市场发力

#### 第四节 私人飞机

一、私人飞机渐成国内富豪奢侈品消费新动向

二、我国私人飞机审批权管制逐渐宽松

三、中国民航局积极推动私人飞机市场

四、2020年我国私人飞机拥有量可达2000架

### 第十章 中国奢侈品市场区域发展分析

#### 第一节 上海

一、上海奢侈品商圈发展历程

二、上海两大商圈改变奢侈品消费布局

二、奢侈品牌加大力度拓展上海市场

三、上海成为内地奢侈品消费首选市场

四、经济危机下奢侈品巨头在上海逆势扩张

五、上海奢侈品商店改变经营策略应对危机

#### 第二节 北京

一、北京奢侈品消费市场分析

二、北京奢侈品商圈的发展格局

三、北京西单银座奢侈品商业投资升温

四、解密北京奢侈品市场

#### 第三节 广州

一、广州奢侈品消费持续增长

二、广州奢侈品消费群体特征

三、广州奢侈品消费市场分析

四、广州奢侈品消费新商圈有望崛起

#### 第四节 深圳

一、深圳奢侈品行业发展概况

二、深圳奢侈品市场发展分析

三、国际顶级奢侈品牌看好深圳市场

四、深圳奢侈品商圈加速转型步伐

## 第五节 杭州

- 一、杭州奢侈品消费能力渐强
- 二、杭州刮起国际奢侈品旋风
- 三、杭州奢侈品租赁悄然兴起
- 四、杭州或将成为国内“第三奢侈品帝国”

## 第三部分 奢侈品消费及营销策略

### 第十一章 中国奢侈品行业消费分析

#### 第一节 中国奢侈品消费综述

- 一、中国奢侈品消费市场分析
- 二、中国奢侈品消费快速增长的原因
- 三、中国奢侈品消费的特点
- 四、中国奢侈品消费走向理性
- 五、中国奢侈品的的主要消费者
- 六、中国奢侈品消费的发展趋势

#### 第二节 中国奢侈品消费行为主要特征

- 一、炫耀性消费
- 二、盲目性消费
- 三、个性消费

#### 第三节 中国奢侈品消费群体特征

- 一、人口特征
- 二、心理特征
- 三、购买行为特征

#### 第四节 奢侈品主要消费渠道介绍

- 一、品牌专卖店
- 二、名品折扣店
- 三、他人代购
- 四、国外网购
- 五、出境游购物

#### 第五节 新奢侈品消费浅析

- 一、新奢侈品概念
- 二、新奢侈品的消费动机

### 三、新奢侈品的消费模式

## 第十二章 奢侈品行业营销分析

### 第一节 奢侈品营销策略

- 一、奢侈品的营销策略分析
- 二、基于消费者的奢侈品营销策略
- 三、我国奢侈品消费的营销手段
- 四、奢侈品牌的终端营销策略
- 五、改进中国奢侈品营销的对策建议

### 第二节 国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示

- 一、国际奢侈品牌在中国的目标市场
- 二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略
- 三、对中国本土奢侈品牌营销的启示

### 第三节 奢侈品市场营销案例借鉴

- 一、路易威登的品牌价值
- 二、卡地亚顺利开拓中国市场
- 三、茅台进入奢侈品牌时代
- 四、“上海滩”打造本土奢侈品牌

## 第四部分 奢侈品主要企业运营状况分析

## 第十三章 世界主要奢侈品企业运营状况分析

### 第一节 路易威登集团（LVMH）

- 一、路易威登简介
- 二、2019年路易威登集团收购瑞士制表商Hublot
- 三、2019年路易威登集团经营状况分析
- 四、2019年路易威登集团经营状况分析
- 五、中国已经成为路易威登集团营销收入主要来源国

### 第二节 历峰集团（Richemont）

- 一、公司简介
- 二、2018财年历峰集团经营状况分析
- 三、2019财年历峰集团经营状况分析
- 四、历峰集团加速拓展中国内陆市场

五、历峰集团的“核心业务+现金流业务”模式

### 第三节 巴黎春天集团（PPR）

一、公司简介

二、2019年PPR集团旗下美容品牌被欧莱雅收购

三、2019年PPR集团经营状况分析

四、Gucci成巴黎春天集团旗下核心品牌

### 第四节 斯沃琪集团（Swatch）

一、公司简介

二、2019年SWATCH集团经营状况分析

三、2019年SWATCH集团经营状况分析

四、贸易战下斯沃琪集团逆势扩张

### 第五节 香奈尔集团（Chanel）

一、公司简介

二、贸易战影响下香奈儿集团经营遇冷

三、香奈儿的情景营销策略

## 第五部分 奢侈品行业发展趋势与投资策略

### 第十四章 2021-2027年中国奢侈品行业发展趋势及前景

#### 第一节 2021-2027年中国奢侈品行业发展趋势

一、新富群体将成中国奢侈品消费主力

二、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向

三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”

四、网络购物成奢侈品市场新走向

#### 第二节 2021-2027年中国奢侈品行业前景展望

一、2021-2027年中国奢侈品市场规模预测

二、2021-2027年中国奢侈品市场前景乐观

三、2019年我国将成为世界最大奢侈品消费市场

四、2019年中国奢侈品消费市场预计

### 第十五章 2021-2027年中国奢侈品行业投资分析

#### 第一节 2021-2027年行业投资机遇

一、贸易战影响下奢侈品消费向新兴市场转移

- 二、中国奢侈品消费市场逆势扩张
- 三、贸易战下投资奢侈品的契机分析
- 四、奢侈品牌升值潜力引发投资热
- 五、中国奢侈品投资前景分析

## 第二节 2021-2027年行业投资热点

- 一、贸易战下适合投资保值的奢侈品
- 二、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场
- 三、长三角地区奢侈品市场投资趋热
- 四、奢侈品二手市场受中产阶层欢迎

## 第三节 2021-2027年行业投资风险及策略

- 一、奢侈品投资策略
- 二、政策因素影响
- 三、市场因素影响

## 部分图表目录：

- 图表：奢侈品消费群体构成
- 图表：奢侈品消费年龄构成
- 图表：消费者主要购买的奢侈品种类
- 图表：已开业或已规划的高档商场
- 图表：广州奢侈品消费群体各年龄段分布情况
- 图表：广州奢侈品消费群体受教育状况
- 图表：广州奢侈品消费群体分布情况
- 图表：广州奢侈品消费群体主要购买商品的种类
- 图表：进入中国市场的奢侈品公司战略
- 图表：高端人群分类
- 图表：高端消费人群最近各类时尚消费品购买和支出情况
- 图表：多数国人倾向于购买的各类奢侈品品牌
- 图表：读者自购奢侈品的目的
- 图表：男性读者最想购买的名表品牌
- 图表：女性读者最想购买的名表品牌
- 图表：男性读者最想购买的名车品牌
- 图表：女性读者最想购买的名车品牌

图表：男性读者最想购买的珠宝品牌

图表：女性读者最想购买的珠宝品牌

图表：男性读者最想购买的皮具品牌

图表：女性读者最想购买的皮具品牌

图表：男性读者最想购买的时装品牌

图表：女性读者最想购买的时装品牌

图表：男性读者最想购买的洋酒品牌

图表：女性读者最想购买的洋酒品牌

图表：女性读者最想购买的化妆品品牌

图表：部分奢侈品品牌收购价格

图表：现金流与营业利润率状况

图表：2019年历峰集团五大业务部门财务数据

图表：2015-2019年中国奢侈品消费预测走势

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/226612.html>