



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国奢侈品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国奢侈品市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282495.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2014年中国内地奢侈品支出（亿元）

2014年奢侈品市场较2013年出现1%的下滑，市场规模降至约1,150亿元，腕表、男士服装的下跌和箱包增速放缓是引发这一趋势的主要原因。消费者的不断发展成熟、越来越多地为自己选购奢侈品且更加关注于成衣等趋势从根本上为奢侈品市场从设定了新的基准。

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1章 奢侈品行业发展综述

1.1 奢侈品行业定义及分类

1.1.1 奢侈品及奢侈品行业的界定

1.1.2 奢侈品行业分类情况

1.1.3 前瞻奢侈品主要研究类别

1.2 奢侈品行业政策环境分析

1.2.1 奢侈品行业贸易政策

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业宏观经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

1.3.2 国内宏观经济环境分析

1.3.3 国内商业零售业发展分析

1.4 奢侈品行业消费环境分析

1.4.1 中国居民收入与消费情况分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

(3) 居民消费结构分析

(4) 居民消费信心分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模分析

(1) 中国富裕阶层界定

(2) 中国富裕阶层规模

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

(1) 中国富裕阶层基本资料

(2) 中国富裕阶层区域分布

(3) 中国富裕阶层消费特征分析

1) 对购房的热衷程度

2) 对旅游的热衷程度

3) 对奢侈品牌的热衷程度

第2章 奢侈品市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品行业发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场发展分析

(1) 全球奢侈品市场发展现状分析

(2) 全球奢侈品品牌市场发展分析

2.1.2 国际奢侈品行业趋势预测分析

2.2 中国奢侈品市场发展分析

2.2.1 中国奢侈品市场发展现状分析

2.2.2 中国奢侈品品牌市场发展分析

2.2.3 中国奢侈品制造市场发展分析

2.2.4 中国奢侈品品牌缺失原因分析

2.2.5 国外奢侈品品牌在我国的运作分析

2.2.6 奢侈品品牌在中国市场成功的启示

第3章 奢侈品行业产品市场调研

3.1 珠宝首饰行业市场调研

3.1.1 珠宝首饰行业市场规模

近年来，得益于我国国民经济的较快发展和居民可支配收入的提高，我国珠宝首饰零售行业呈现了高速发展的态势，未来仍具有较大的增长潜力。2013年中国内地珠宝零售额达4,720亿元，2009-2014年复合年增长率为15.63%。根据中国珠宝行业网的数据显示，2015年中国珠宝产品零售消费总额超过5,500亿元。预计未来几年，我国的珠宝首饰市场需求仍将稳步增长

。

- 3.1.2 珠宝首饰行业市场竞争
- 3.1.3 珠宝首饰行业奢侈品牌分析
- 3.1.4 珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势
- 3.2 服装行业市场调研
 - 3.2.1 服装行业市场规模
 - 3.2.2 服装行业市场竞争
 - 3.2.3 服装行业奢侈品牌分析
 - 3.2.4 服装行业奢侈品牌发展趋势
- 3.3 钟表行业市场调研
 - 3.3.1 钟表行业市场规模
 - 3.3.2 钟表行业市场竞争
 - 3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析
 - 3.3.4 钟表行业奢侈品牌发展趋势
- 3.4 白酒行业市场调研
 - 3.4.1 白酒行业市场规模
 - 3.4.2 白酒行业市场竞争
 - 3.4.3 白酒行业奢侈品牌分析
 - 3.4.4 白酒行业奢侈品牌发展趋势
- 3.5 葡萄酒行业市场调研
 - 3.5.1 葡萄酒行业市场规模
 - 3.5.2 葡萄酒行业市场竞争
 - 3.5.3 葡萄酒行业奢侈品牌分析
 - 3.5.4 中国葡萄酒行业奢侈属性分析
 - 3.5.5 葡萄酒行业奢侈品牌发展趋势
- 3.6 烟草制品行业市场调研
 - 3.6.1 烟草制品行业市场规模
 - 3.6.2 烟草制品行业市场竞争
 - 3.6.3 烟草制品行业奢侈品牌分析
 - 3.6.4 中国烟草制品行业奢侈属性分析
 - 3.6.5 烟草制品行业奢侈品牌发展趋势
- 3.7 箱包行业市场调研

- 3.7.1 箱包行业市场规模
- 3.7.2 箱包行业市场竞争
- 3.7.3 箱包行业奢侈品牌分析
- 3.7.4 箱包行业奢侈品牌发展趋势

第4章 奢侈品行业零售模式与商业布局分析

- 4.1 奢侈品品牌竞争分析
 - 4.1.1 奢侈品品牌竞争现状分析
 - 4.1.2 奢侈品行业五力模型分析
 - (1) 行业上游议价能力分析
 - (2) 行业下游议价能力分析
 - (3) 行业替代性威胁分析
 - (4) 行业新进入者威胁分析
 - (5) 行业竞争格局分析
- 4.2 奢侈品行业商业布局分析
 - 4.2.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析
 - (1) 奢侈品品牌进驻的主要城市分析
 - (2) 样本城市的区域商业规划分析
 - 4.2.2 国际奢侈品品牌在华经营策略分析
 - (1) 瑞士表业集团在华"通吃"策略
 - (2) 哈根达斯的"奢侈到底"策略
 - (3) 星巴克的"植入式营销"策略
 - (4) 卡地亚的"快跑"策略
 - (5) 奥克利眼镜公司的网络营销策略
 - (6) 国际奢侈品牌在华经营策略分析
 - 4.2.3 奢侈品品牌城市布局趋势分析
 - (1) 奢侈品品牌城市布局发展趋势分析
 - (2) 奢侈品品牌拓展二、三线城市可行性分析
- 4.3 奢侈品行业零售模式分析
 - 4.3.1 综合百货商场模式
 - 4.3.2 专卖直营模式
 - 4.3.3 专营综合店模式

4.3.4 网络营销模式

4.3.5 展会模式

4.3.6 奢侈品奥特莱斯模式

第5章 中国奢侈品消费市场调研

5.1 奢侈品消费市场发展分析

5.1.1 全球奢侈品消费市场演变

5.1.2 中国奢侈品消费市场发展

(1) 中国奢侈品消费现状

1) 中国奢侈品消费规模

2) 中国奢侈品消费新增市场

(2) 中国奢侈品消费特点

1) 中国奢侈品消费黄金期

2) 中国奢侈品境外消费特点

3) 中国奢侈品礼品消费特点

5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势

(1) 境内消费持续增加趋势

(2) 二、三线城市作为新消费市场趋势

(3) 消费者全面的差异化服务体验趋势

(4) 网络消费升温趋势

(5) 品牌建设增加和本地元素趋势

(6) 奢侈品礼品消费增加和多元化趋势

5.2 奢侈品行业消费群体分析

5.2.1 奢侈品消费者群体综述

5.2.2 主要奢侈品消费群体分析

5.3 奢侈品消费群体调研案例分析

5.3.1 调研群体基本资料

5.3.2 白领购买奢侈品行为特征

(1) 白领购买奢侈品动机

(2) 白领购买奢侈品消费习惯

(3) 白领购买奢侈品意愿

5.3.3 白领购买奢侈品消费特点

(1) 白领购买奢侈品的品类

(2) 白领购买奢侈品的品牌

1) 高端服饰品牌

2) 高端化妆品品牌

3) 高端箱包品牌

4) 高端手表品牌

(3) 白领购买奢侈品的金额

5.3.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品的渠道

第6章 中国奢侈品品牌塑造与发展分析

6.1 中国奢侈产品品牌发展分析

6.1.1 中国奢侈产品品牌的塑造与发展分析

6.1.2 中国奢侈品品牌营销策略

6.2 中国奢侈品品牌塑造与营销定位

6.2.1 中国奢侈品品牌塑造的目标顾客定位

(1) 评估奢侈品顾客细分

(2) 选择奢侈品目标顾客

6.2.2 中国奢侈品品牌塑造的市场定位

(1) 奢侈品目标顾客消费行为分析

(2) 奢侈品竞争对手分析

(3) 奢侈品的定位点选择

6.3 中国奢侈品品牌塑造的市场规划与管理

6.3.1 中国奢侈品品牌塑造的产品规划

(1) 奢侈产品内在特征分析

(2) 产品规划分析

(3) 奢侈产品规划案例分析

6.3.2 中国奢侈品品牌塑造的价格规划

(1) 奢侈品的价格构成

(2) 奢侈品的价格规划

(3) 奢侈品的价格调整

6.3.3 中国奢侈品品牌塑造的渠道规划

- (1) 奢侈品渠道选择的范围
- (2) 奢侈品的渠道规划
- (3) 奢侈品渠道的系统设计
- (4) 奢侈品的定制渠道规划
- (5) 奢侈品的网络渠道规划

6.3.4 中国奢侈品品牌塑造的店址选择

- (1) 奢侈品店铺适宜的城市
- (2) 奢侈品店铺适宜的街区
- (3) 奢侈品店铺适宜的购物中心
- (4) 奢侈品店铺适宜的百货零售店
- (5) 奢侈品店铺的选址管理

6.3.5 中国奢侈品品牌塑造的零售管理

- (1) 奢侈品的店铺设计
- (2) 奢侈品店铺的采购
- (3) 奢侈品店铺的人员服务

6.3.6 中国奢侈品品牌塑造的沟通规划

- (1) 奢侈品的信息沟通规划
- (2) 奢侈品广告策略的规划
- (3) 奢侈品的公关策略规划

6.4 中国奢侈品品牌塑造的关键业务流程

6.4.1 中国奢侈品品牌的流程构建

- (1) 企业运营的一般业务流程
- (2) 构件奢侈品的关键流程
- (3) 奢侈品关键流程案例分析

6.4.2 中国奢侈品品牌的资源整合

- (1) 企业运营的重要资源构成
- (2) 奢侈品重要资源的整合
- (3) 奢侈品资源整合案例分析

第7章 中国奢侈品行业潜在企业运营分析

7.1 中国奢侈品行业潜在企业综述

7.2 奢侈品行业领先企业个案分析

7.2.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.3.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.4 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.4.1 深圳市飞亚达（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.5 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.5.1 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.6 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.6.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.7 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.7.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.8 皮革行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第8章 中国奢侈品行业投资与前景分析(AK WZY)

8.1 中国奢侈品行业投资特性分析

8.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析

8.1.2 奢侈品行业盈利模式分析

8.1.3 奢侈品行业盈利因素分析

8.2 中国奢侈品行业发展趋势与趋势分析

8.2.1 奢侈品行业发展趋势分析

8.2.2 奢侈品行业趋势预测分析

8.3 中国奢侈品行业投资建议

8.3.1 奢侈品行业投资前景分析

8.3.2 奢侈品行业投资建议

部分图表目录：

图表1：中国奢侈品市场品牌格局（单位：%）

图表2：2012-2016年美国经济数据及预测（单位：%）

图表3：2012-2016年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表4：2006-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表5：2011-2016年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表6：2016年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）

图表7：2014-2016年我国进出口总值情况（单位：亿美元）

图表8：2011-2016年社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表9：2005-2016年消费品零售总额年均复合增长率（单位：%）

图表10：2006-2016年中国网络购物交易规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表11：2016年网络购物市场品类构成（单位：%）

图表12：2006-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表13：2006-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表14：2014-2016年居民消费价格同比上涨比较（单位：%）

图表15：2007-2016年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势

图表16：2013-2016年每月消费者信心指数、预期指数和满意指数
图表17：2006-2016年中国珠宝首饰行业规模及其增长情况（单位：万元，%）
图表18：2006-2016年服装行业销售收入及增长情况（单位：万元，%）
图表19：2016年中国服装行业竞争格局（按销售收入）（单位：%）
图表20：2006-2016年中国钟表行业销售收入及增长情况（单位：万元，%）
图表21：佳士得拍卖记录前十（单位：百万美元）
图表22：2006-2016年中国白酒行业市场规模变化趋势图（单位：万元，%）
图表23：2006-2016年中国葡萄酒行业销售规模及增长情况（单位：万元，%）
图表24：2006-2016年中国箱包制造行业市场规模及增长情况（单位：万元，%）
图表25：中国箱包制造行业竞争格局分布（单位：%）
图表26：皮尔卡丹在中国的产品及代理商情况
图表27：中国奢侈品市场品牌格局（单位：%）
图表28：2005-2016年全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）
图表29：2016年全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）
图表30：普通网民与白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）
图表31：男性与女性白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）
图表32：不同城市的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）
图表33：不同月收入的白领购买奢侈品的动机对比（单位：元，%）
图表34：不同职业的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）
图表35：不同学历的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）
图表36：普通网民与白领网民购买奢侈品消费习惯对比（单位：%）
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282495.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。