

# 2020-2026年中国奢侈品消费行业发展态势与投资前景预测报告

## 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

《2020-2026年中国奢侈品消费行业发展态势与投资前景预测报告》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/202008/181894.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

在过去，奢侈品牌们只需费心于富人即可，毕竟他们为集团的销售额贡献了80%、甚至90%的力量，现如今，为奢侈品买单的消费者近一半是日益崛起的中产阶级消费者、大众消费者。年轻消费者群体的逐渐流失，迫使一贯骄傲的奢侈大牌们向流量低头。对于品牌方来说，中国的流量明星，动辄千万的微博粉丝，每条微博的转发评论点赞能够达到六位数，搭上明星的这趟快车，能极大程度地提高了品牌的曝光度与知名度。

奢侈品线上销售额持续攀升，2019年同比增长24%至235亿欧元，线上渗透率提升至9%。按地区看，近一半线上销售额来自于美洲地区，但主要增长点来自于欧洲和亚洲；按品类看，配饰（包括手提袋和鞋品）、服装、美妆、硬奢分别占41%、26%、18%和11%；分网站看，品牌官网、零售商网站和奢侈品垂直网站分别占31%、30%和39%。

数字化浪潮下，奢侈品品牌纷纷布局电商。LVMH集团将发展电商作为重要战略之一，2017年线上销售额达到数十亿欧元，同比增长30%，并推出了24 S&egrave;vres和Le Bon March&eacute;等线上销售平台。Kering集团拓展电商官网GUCCI.COM(17年在中国上线)，2017年电商渠道同比大幅增长73%，1Q2018更是翻倍有余。Richemont集团收购全球最大线上奢侈品零售商Yoox Net-A-Porter，加码电商销售。Hermes上线全新电商平台，去年首先在加拿大和美国上线，2018年上半年将在欧洲上线，2018年底将在中国上线；并加强Facebook、Twitter、WeChat等社交平台宣传。奢侈品终端销售渠道分布数据来源：公开资料整理中企顾问网发布的《2020-2026年中国奢侈品消费行业发展态势与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了奢侈品消费相关概念及发展环境，接着分析了中国奢侈品消费规模及消费需求，然后对中国奢侈品消费市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国奢侈品消费面临的机遇及发展前景。您若想对中国奢侈品消费有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 奢侈品消费相关概述

第一节 奢侈品特征分析

一、奢侈品及奢侈品行业范围界定

## 二、奢侈品特点

## 三、奢侈品市场的中国特色

### 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

#### 三、奢侈品牌的发展规律

### 第二节 个人奢侈品消费全球市场分析

#### 一、个人奢侈品消费特征分析

个人奢侈品主要分为鞋履类、珠宝类、手袋、美妆产品、成衣及腕表等六大品类，其中，成衣、美妆和手袋销售额最高，2019年销售额分别为610亿欧元/540亿欧元/480亿欧元，三者合计份额达到1,630亿欧元。分品类增速来看，鞋履类、珠宝类和手袋类增速较好，而成衣、美妆等产品增速将对平稳。全球个人奢侈品不同品类销售额（亿欧元）数据来源：公开资料整理

#### 二、个人奢侈品消费全球市场分析

## 第二章 2019年国内外奢侈品业整体运行态势分析

### 第一节 2019年全球奢侈品市场发展概况

#### 一、世界奢侈品行业发展与流行元素融入

#### 二、世界奢侈品行业基本特征

#### 三、金融危机冲击国际奢侈品市场格局

#### 四、经济走势对奢侈品市场发展的影响分析

### 第二节 2019年中国奢侈品业运行现状综述

#### 一、中国奢侈品市场发展迅猛

#### 二、中国奢侈品市场容量

#### 三、中国奢侈品消费持续扩张

#### 四、中国奢侈品行业广告投放量情况

#### 五、我国奢侈品市场日益成熟

### 第三节 2019年中国奢侈品行业热点问题及策略分析

#### 一、国内奢侈品运营中存在的不足

#### 二、中国缺乏本土奢侈品品牌

#### 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牌的建议

### 第三章 2019年国际奢侈品消费市场运行透视及对中国市场影响分析

#### 第一节 2019年世界顶级服饰、珠宝类奢侈品市场分析

- 一、世界顶级服饰、珠宝的发展现状分析
- 二、世界服饰、珠宝的营销模式分析
- 三、服饰、珠宝、名表类奢侈品发展前景预测
- 四、国际奢侈品消费牌争相发力童装市场

#### 第二节 2019年欧美奢侈品消费发展现状分析

- 一、欧美奢侈品消费市场的环境分析
- 二、欧美奢侈品消费消费群体特性分析
- 三、欧美奢侈品消费在国内发展存在的问题

#### 第三节 2020-2026年欧美奢侈品消费发展趋势分析

- 一、欧美奢侈品消费进入中国市场的战略模式分析
- 二、国际服装纺织奢侈品的成本分析
- 三、国内欧美奢侈品消费市场特征与趋势分析

### 第四章 2019年中国奢侈品消费市场运营环境分析

#### 第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节 2019年中国奢侈品消费发展社会环境分析

- 一、中国的富豪和中产阶层越来越庞大
- 二、中国居民购买力分析
- 三、全球知名奢侈品品牌的积极渗透
- 四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

#### 第三节 2019年中国奢侈品消费产业政策环境分析

- 一、我国奢侈品税收分析
- 二、相关产业政策影响分析

## 第五章 2019年中国奢侈品消费运行态势分析

### 第一节 2019年中国奢侈品市场发展概况分析

#### 一、中国奢侈品消费市场的背景分析

#### 二、奢侈品市场分析

#### 三、中国奢侈品消费城市排行榜

#### 四、中国奢侈品市场态势分析

### 第二节 2019年中国奢侈品消费市场现状分析

#### 一、中国的奢侈品行业发展分析

#### 二、奢侈品行业发展现状

#### 三、中国奢侈品市场发展态势

#### 四、中国奢侈品牌发展分析

#### 五、2019年服装品牌发展态势

### 第三节 2019年中国服饰市场发展状况分析

#### 一、中国服装供给分析

#### 二、中国服饰行业经济运行态势分析

#### 三、中国服装业竞争现状分析

## 第六章 2019年中国奢侈品消费市场发展现状探究

广义奢侈品主要包含三大品类：奢侈体验类服务、奢侈体验类商品、个人奢侈品，2017年，服务类、体验类和个人奢侈品市场规模分别为1,930亿欧元/7,060亿欧元/2,620亿欧元,预计增速分别为4%、5%、5%。全球奢侈品市场三大品类市场规模占比(%)数据来源：公开资料整理

### 第一节 2019年中国奢侈品消费市场发展概述

#### 一、国际服饰奢侈品牌分析

#### 二、中国品牌服装运营企业发展分析

#### 三、中国服饰奢侈品市场走势分析

#### 四、最受中国市场欢迎奢侈品消费品牌透析

### 第二节 2019年中国奢侈品消费市场发展态势分析

#### 一、中国奢侈服装品牌发展前景分析

#### 二、中国奢侈品市场发展态势分析

#### 三、全球奢侈品牌加速布点中国

## 四、奢侈品服装的本质分析

## 第七章 2019年中国奢侈品市场消费深度剖析

### 第一节 中国奢侈品消费综述

- 一、我国奢侈品消费的发展现状
- 二、我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、中国奢侈品的的主要消费者
- 五、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

## 第八章 2019年中国奢侈品消费营销解析

### 第一节 2019年中国服饰、珠宝概况

- 一、直接销售渠道
- 二、间接销售渠道

三、经验借鉴——世界顶级奢侈品定价的“心理战术”

## 第二节 2019年中国服饰、珠宝、名表的推广模式

一、利用高端时尚资讯平台推广

二、公关促销活动

三、创新+广告

四、明星造势

## 第三节 2019年中国奢侈品市场营销策略

一、奢侈品市场的营销策略

二、奢侈品营销的亲民法则

三、鞋子的奢侈品战略分析

四、奢侈品专卖店的营销策略

五、奢侈品牌的媒介沟通策略

## 第九章 2019年欧美品牌奢侈品消费在中国的市场分析

### 第一节 路易·威登（LOUIS VUITTON）品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

### 第二节 夏奈尔（CHANEL）品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

### 第三节 范思哲（VERSACE）品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

### 第四节 迪奥（DIOR）品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第五节 古孜 (GUCCI) 品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第六节 瓦伦蒂诺 (VALENTINO) 品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第七节 普拉达 (PRADA) 品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二 市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第八节 乔治·阿玛尼(GIORGIO ARMANI)品牌奢侈品消费

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第十章 2020-2026年中国奢侈品消费市场发展趋势预测分析

第一节 2020-2026年中国奢侈品市场发展趋势分析

一、奢侈品品牌发展趋势

二、未来奢侈品消费发展预测

三、奢侈品牌进入男色时代

四、中国奢侈品的消费趋势

五、新富群体将成中国奢侈品消费主力

六、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向

七、奢侈品行业或将选择“大众化路线”

## 八、网络销售成奢侈品市场新走向

### 第二节 2020-2026年中国奢侈品消费市场前景预测

- 一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大
- 二、我国将成为世界最大奢侈品消费市场
- 三、中国奢侈品消费市场盈利预测

### 第二节 2020-2026年中国奢侈品消费市场发展趋势分析

- 一、2020-2026年中国奢侈品消费市场发展趋势分析
- 二、奢侈品消费群将相当可观
- 三、中国将成奢侈品第一大市场

### 第三节 2020-2026年中国本土奢侈品消费发展趋势分析

- 一、本土服饰品牌成为奢侈品市场机会
- 二、开创中国本土奢侈品品牌的方向分析

## 第十一章2020-2026年中国奢侈品消费行业投资前景预测分析（）

### 第一节 2019年中国奢侈品消费投资概况

- 一、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场
- 二、国内奢侈品市场个人投资型消费兴起
- 三、奢侈品巨头加大中国二三线城市投资力度
- 四、投资型奢侈品西风东渐

### 第二节 2020-2026年中国奢侈品消费行业投资机会分析

- 一、服装奢侈品消费向新兴市场转移
- 二、中国奢侈品市场投资潜力巨大

### 第二节 2020-2026年中国奢侈品消费行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、政策风险分析
- 五、其他风险分析

### 第三节 投资建议（）

图表目录：

图表：2011-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2018中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2018中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2019年中国工业增加值增长趋势图

图表：2011-2019年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2011-2019年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2011-2019年我国财政收入支出走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/181894.html>