

2024-2030年中国奢侈品市场 评估与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国奢侈品市场评估与前景趋势报告》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/202403/447776.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国奢侈品市场评估与前景趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第1章：奢侈品行业界定及数据统计标准说明 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 1.2 奢侈品行业专业术语介绍 1.3 奢侈品行业归属国民经济行业分类 1.4 本报告奢侈品行业的研究范围界定说明 1.5 本报告数据来源及统计标准说明 第2章：中国奢侈品行业“十四五”PEST分析 2.1 中国奢侈品行业“十四五”政治（Politics）环境 2.1.1 奢侈品行业监管体系及机构介绍 （1）奢侈品行业主管部门 （2）奢侈品行业自律组织 2.1.2 奢侈品行业标准体系建设现状 2.1.3 奢侈品行业发展相关政策规划汇总及解读 （1）奢侈品行业发展相关政策汇总 （2）促进奢侈品消费回流相关政策汇总 （3）免税政策分析 （4）奢侈品相关关税政策分析 2.1.4 “十四五”规划对奢侈品行业发展的影响分析 2.1.5 “国内国际双循环”对奢侈品行业发展的影响分析 2.1.6 政策环境对奢侈品行业发展的影响分析 2.2 中国奢侈品行业“十四五”经济（Economy）环境 2.2.1 宏观经济发展现状 （1）宏观经济现状 （2）中国产业结构 （3）固定资产投资规模 （4）工业增加值增长情况 2.2.2 宏观经济发展展望 2.2.3 奢侈品行业发展与宏观经济相关性分析 2.3 中国奢侈品行业“十四五”社会（Society）环境 2.3.1 中国人口规模及结构 2.3.2 中国城镇化水平变化情况 2.3.3 中国居民收入水平 2.3.4 中国居民消费支出水平及结构 2.3.5 中国高净值人群规模 2.3.6 中国消费升级新趋势 2.3.7 社会环境对奢侈品行业发展的影响分析 2.4 中国奢侈品行业“十四五”技术（Technology）环境 2.4.1 RFID技术在奢侈品行业的应用 2.4.2 区块链技术在奢侈品行业的应用 2.4.3 其他数字化技术在奢侈品行业中的应用 2.4.4 技术环境对奢侈品行业发展的影响分析 2.5 中国奢侈品行业“十四五”贸易（Trade）环境 2.5.1 中国对外贸易发展情况 （1）进出口总体情况分析 （2）2020年中国对外贸易特点分析 2.5.2 中国跨境电商发展情况 2.5.3 中美贸易摩擦对奢侈品行业发展的影响分析 2.5.4 贸易环境对奢侈品行业发展的影响分析 第3章：全球奢侈品行业发展现状及趋势前景预判 3.1 全球奢侈品行业发展历程 3.2 全球奢侈品行业发展环境 3.2.1 全球奢侈品行业发展经济环境 （1）国际宏观经济现状 （2）国际宏观经济预测 3.2.2 全球奢侈品行业发展贸易环境 3.2.3 全球奢侈品行业发展社会环境 3.3 全球奢侈品行业发展现状 3.3.1 全球奢侈品行业市场规模分析 3.3.2 全球奢侈品消费品种分析 3.3.3 全球奢侈品市场区域分布 （1）奢侈品消费市场分布 （2）奢侈品销售区域分布 （3）奢侈品增长速度对比 3.4 全球重点地区奢侈品行业发展

状况 3.4.1 欧洲奢侈品行业发展状况 3.4.2 美洲地区奢侈品行业发展状况 3.4.3 亚洲地区奢侈品行业发展状况 3.5 全球奢侈品行业竞争格局及销售渠道分析 3.5.1 全球奢侈品行业企业竞争格局 (1) 全球奢侈品行业企业销售额排名 (2) 全球百强奢侈品企业区域分布 3.5.2 全球奢侈品行业品牌竞争格局 3.5.3 全球奢侈品行业市场集中度分析 3.5.4 全球奢侈品行业销售渠道分布 3.6 全球奢侈品行业发展趋势及市场前景预测 3.6.1 全球奢侈品行业发展趋势预判 3.6.2 全球奢侈品行业市场前景预测

第4章：中国奢侈品产业链上游发展现状及“十四五”

4.1 中国奢侈品产业结构属性（产业链） 4.1.1 奢侈品产业链结构梳理 4.1.2 奢侈品产业链生态图谱 4.2 中国奢侈品产业价值属性（价值链） 4.2.1 奢侈品行业品牌溢价分析 4.2.2 奢侈品行业价值链分析 4.3 中国奢侈品产业链上游制造材料市场发展分析 4.3.1 纺织行业发展现状分析 4.3.2 服装行业发展现状分析 4.3.3 金属加工制造业发展现状分析 4.3.4 皮革行业发展现状分析 4.3.5 奢侈品上游制造材料市场发展对行业发展的影响分析 4.4 中国奢侈品产业链上游“十四五”布局

第5章：中国奢侈品产业中游市场供给及“十四五”

5.1 中国奢侈品行业发展历程介绍 5.2 中国奢侈品产业参与者类型及入场方式 5.3 中国本土奢侈品品牌发展情况 5.3.1 中国奢侈品品牌现状分析 5.3.2 中国奢侈品品牌缺失原因 5.4 国外奢侈品品牌在中国发展情况 5.4.1 国外奢侈品品牌在我国的运作 5.4.2 奢侈品品牌在中国成功的启示 5.5 中国奢侈品市场行情及走势 5.6 中国奢侈品产业“十四五”市场供给 5.6.1 中国奢侈品产业“十四五”市场供给趋势 5.6.2 中国奢侈品产业“十四五”市场供给预测

第6章：中国奢侈品产业细分市场概况及“十四五”

6.1 中国奢侈品产业中游细分产品市场结构分析 6.2 珠宝首饰类奢侈品市场分析 6.2.1 珠宝首饰类奢侈品市场规模 6.2.2 珠宝首饰类奢侈品行业竞争现状 6.2.3 珠宝首饰类奢侈品品牌并购重组情况 6.2.4 珠宝首饰类奢侈品需求前景分析 6.3 服装类奢侈品市场分析 6.3.1 服装类奢侈品市场规模 6.3.2 服装类奢侈品行业竞争现状 6.3.3 服装类奢侈品品牌并购重组情况 6.3.4 服装类奢侈品需求前景分析 6.4 钟表类奢侈品市场分析 6.4.1 钟表类奢侈品市场规模 6.4.2 钟表类奢侈品行业竞争现状 6.4.3 钟表类奢侈品品牌并购重组情况 6.4.4 钟表类奢侈品需求前景分析 6.5 箱包类奢侈品市场分析 6.5.1 箱包类奢侈品市场规模 6.5.2 箱包类奢侈品行业竞争现状 6.5.3 箱包类奢侈品品牌并购重组情况 6.5.4 箱包类奢侈品需求前景分析 6.6 化妆品类奢侈品市场分析 6.6.1 化妆品类奢侈品市场规模 6.6.2 化妆品类奢侈品行业竞争现状 6.6.3 化妆品类奢侈品品牌并购重组情况 6.6.4 化妆品类奢侈品需求前景分析 6.7 烟草类奢侈品市场分析 6.7.1 烟草类奢侈品市场规模 6.7.2 烟草类奢侈品行业竞争现状 6.7.3 烟草类奢侈品品牌并购重组情况 6.7.4 烟草类奢侈品需求前景分析 6.8 白酒类奢侈品市场分析 6.8.1 白酒类奢侈品市场规模 6.8.2 白酒类奢侈品行业竞争现状 6.8.3 白酒类奢侈品品牌并购重组情况 6.8.4 白酒类奢侈品需求前景分析 6.9 其他奢侈品市场分析 6.9.1 豪华汽车市场分析 6.9.2 私人飞机市场分析 6.9.3 游艇市场

分析 6.9.4 豪宅别墅市场分析 6.10 中国奢侈品产业中游细分产品“十四五”市场
6.10.1 中国奢侈品产业细分产品“十四五”发展趋势预判 6.10.2 中国奢侈品产业细
分产品“十四五”市场前景预测 第7章：中国奢侈品进出口市场现状及“十四
五” 7.1 国内外奢侈品品牌对比与差距/差异分析 7.2 中国奢侈品行业进出口整体状况
7.3 中国奢侈品行业进口状况 7.3.1 中国奢侈品行业进口规模 7.3.2 中国奢侈品行业进口价格水
平 7.3.3 中国奢侈品行业进口产品结构 7.3.4 中国奢侈品行业主要进口来源地 7.3.5 中国奢侈品
进口影响因素及趋势预判 7.4 中国奢侈品行业出口状况 7.4.1 中国奢侈品行业出口规模 7.4.2
中国奢侈品行业出口价格水平 7.4.3 中国奢侈品行业出口产品结构 7.4.4 中国奢侈品行业主要
出口目的地 7.4.5 中国奢侈品出口影响因素及趋势预判 7.5 中国奢侈品产业“十四
五”进出口市场 7.5.1 中国奢侈品产业“十四五”进出口发展趋势预判 7.5.2
中国奢侈品产业“十四五”进出口市场前景预测 第8章：中国奢侈品市场需求发
展现状及“十四五” 8.1 奢侈品行业消费市场分析 8.1.1 全球奢侈品消费市场演变
(1) 中国消费者成为全球奢侈品市场主力军 (2) 越来越多消费者倾向于在线上购买奢侈品
(3) 奢侈品消费群体呈现年轻化和多元化趋势 (4) 文化和亚文化引领消费趋势 8.1.2 奢
侈品主要消费群体分析 8.1.3 中国奢侈品消费市场趋势 8.2 奢侈品消费群体调研分析 8.2.1 调
研群体基本资料 8.2.2 消费群体奢侈品消费概况 (1) 过去12个月奢侈品消费概况 (2) 过去12
个月奢侈品消费品类 (3) 不同年龄阶层奢侈品消费情况 8.2.3 消费者购买奢侈品行为特征
(1) 购买奢侈品动机 (2) 未来购买奢侈品意愿 8.2.4 消费者购买奢侈品信息渠道 (1) 消
费者购买奢侈品信息来源 (2) 影响购买决定的信息渠道 8.3 中国奢侈品行业市场规模分析
8.3.1 中国奢侈品消费规模 8.3.2 中国奢侈品销售规模 8.4 中国奢侈品行业“十四
五”市场前景预测 第9章：中国奢侈品行业零售模式与商业布局分析及“十四
五” 9.1 中国奢侈品行业商业布局分析 9.1.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析 (1) 奢
侈品品牌城市分布布局情况 (2) 主要城市的区域商业规划 9.1.2 奢侈品品牌城市布局趋势分
析 9.2 奢侈品行业零售模式分析 9.2.1 综合百货商场模式 9.2.2 专卖直营模式 9.2.3 专营综合店
模式 9.2.4 网络营销模式 9.2.5 展会模式 9.2.6 奢侈品奥特莱斯模式 9.2.7 免税店模式 9.3 中
国奢侈品行业销售渠道分析 9.3.1 中国奢侈品行业销售渠道分布 9.3.2 中国奢侈品行业线下销售
渠道分析 (1) 中国奢侈品行业线下销售渠道分布 (2) 中国奢侈品行业线下销售渠道购买
影响因素分析 9.3.3 中国奢侈品行业线下销售渠道分析 (1) 中国奢侈品行业线上销售渠道分
布 (2) 中国奢侈品行业线上销售渠道购买影响因素分析 9.4 奢侈品行业品牌战略与营销策
略分析 9.4.1 奢侈品行业品牌战略分析 9.4.2 奢侈品行业营销策略分析 9.4.3 奢侈品行业数字营
销分析 9.5 奢侈行业零售模式与商业布局“十四五” 第10章：中国二手奢侈品行
业发展状况与“十四五” 10.1 二手奢侈品的定义及评级标准 10.1.1 二手奢侈品的

定义及分类 10.1.2 二手奢侈品的评级标准 10.2 中国二手奢侈品行业发展历程 10.3 中国二手奢侈品行业市场规模分析 10.4 中国二手奢侈品行业需求特征分析 10.5 中国二手奢侈品行业商业模式分析 10.6 中国二手奢侈品行业“十四五”

第11章：中国奢侈品行业竞争状况及“十四五”

11.1 中国奢侈品行业波特五力模型分析 11.1.1 奢侈品行业现有竞争者之间的竞争 11.1.2 奢侈品行业关键要素的供应商议价能力分析 11.1.3 奢侈品行业消费者议价能力分析 11.1.4 奢侈品行业潜在进入者分析 11.1.5 奢侈品行业替代品风险分析 11.1.6 奢侈品行业竞争情况总结 11.2 中国奢侈品行业投融资、兼并与重组状况 11.2.1 中国奢侈品行业投融资发展状况 11.2.2 中国奢侈品行业兼并与重组状况 11.3 中国奢侈品行业市场竞争格局分析 11.4 中国奢侈品行业市场集中度分析 11.5 中国奢侈品行业国际竞争力分析 11.6 中国奢侈品产业“十四五”市场竞争趋势预判

第12章：中国奢侈品市场痛点及“十四五”产业升级路径

12.1 中国奢侈品行业经营效益分析 12.1.1 中国奢侈品行业营收状况（规模以上企业/上市企业） 12.1.2 中国奢侈品行业利润水平 12.1.3 中国奢侈品行业成本管控 12.2 中国奢侈品行业市场痛点分析 12.3 中国奢侈品产业“十四五”优化升级发展路径 12.4 中国奢侈品产业优化升级布局动态

第13章：奢侈品行业代表性企业案例研究

13.1 国际代表性奢侈品企业案例分析 13.1.1 路易威登（LVMH）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张分析（3）集团经营情况分析（4）集团业务/产品结构分析（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.2 历峰集团（Richemont）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.3 开云集团（Kering）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.4 雅诗兰黛（Estee）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.5 欧莱雅集团（Luxe）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.6 香奈儿集团（Chanel）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.7 雷明集团（Essilor Luxottica SA）（1）集团发展概况分析（2）集团品牌扩张及策略分析（3）集团经营情况分析（4）集团产品结构（5）集体渠道网络建设（6）集团经营模式分析（7）集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.8 斯沃琪集团（The Swatch Group Ltd.）（1）集团发展概况分析（2）集团

品牌扩张及策略分析 (3) 集团经营情况分析 (4) 集团产品结构 (5) 集体渠道网络建设 (6) 集团经营模式分析 (7) 集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.9 休森(弗拉斯卡)集团(PVH Corp) (1) 集团发展概况分析 (2) 集团品牌扩张及策略分析 (3) 集团经营情况分析 (4) 集团产品结构 (5) 集体渠道网络建设 (6) 集团经营模式分析 (7) 集团在华业务概况及竞争力分析 13.1.10 劳力士集团(Rolux) (1) 集团发展概况分析 (2) 集团品牌扩张及策略分析 (3) 集团经营情况分析 (4) 集团产品结构 (5) 集体渠道网络建设 (6) 集团经营模式分析 (7) 集团在华业务概况及竞争力分析 13.2 中国本土代表性奢侈品企业案例分析 13.2.1 周大福珠宝集团有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.2 周大生珠宝股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.3 广东潮宏基实业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.4 贵州茅台酒股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.5 天津海鸥表业集团有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.6 锦泓时装集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 13.2.7 山东如意科技集团有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业发展状况 (3) 企业奢侈品业务类型及产品介绍 (4) 企业奢侈品产业链布局状况 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业奢侈品业务布局优劣势分析 第14章：中国奢侈品行业“十四五”投资机会分析 14.1 中国奢侈品行业“十四五”投资风险预警及防范 14.1.1 奢侈品行业政策风险及防范 14.1.2 奢侈品行业技术风险及防范 14.1.3 奢侈品行业宏观经济波动风险及防范 14.1.4 奢侈品行业关联产业风险及防范 14.1.5 奢侈品行业其他风险及防范 14.2 中国奢侈品行业“十四五”市场进入壁垒分析 14.2.1 奢侈品行业人才壁垒 14.2.2 奢侈品行业技术壁垒 14.2.3 奢侈品行业资金壁垒 14.2.4 奢侈品行业其他壁垒 14.3 中国奢侈品行业“十四五”投资价值评估 14.4 中国奢侈品行业“十四五”投资机会分析 14.4.1 奢侈品行业产业链薄弱环节投资机会 14.4.2 奢侈品行业细分领域投资机会 14.4.3 奢侈品行业区域市场投资机会 14.4.4 奢侈品产业空白点

投资机会 第15章：中国奢侈品行业“十四五”发展策略建议 15.1 中国奢侈品行业“十四五”发展策略 15.2 中国奢侈品行业“十四五”可持续发展建议

图表目录 图表1：奢侈品行业产品分类 图表2：国家统计局对奢侈品行业的定义 图表3：本报告奢侈品行业研究范围界定 图表4：本报告的主要数据来源及统计标准说明 图表5：奢侈品行业主管部门 图表6：奢侈品行业自律组织 图表7：2010-2021年中国奢侈品行业政策汇总表 图表8：截至2021年中国促进奢侈品消费回流相关政策汇总表 图表9：2013-2021 Q1中国国内生产总值及实际同比增长（单位：万亿元，%） 图表10：2012-2021年中国三次产业增加值占国内生产总值比重（单位：%） 图表11：2013-2021年1-3月中国全社会固定资产投资及其增长速度（单位：万亿元；%） 图表12：2013-2020年中国工业增加值及增速（单位：万亿元，%） 图表13：2021年中国主要经济指标增长预测（单位：%） 图表14：中国大陆人口数量变化情况（单位：亿人） 图表15：中国城乡人口比重情况（单位：%） 图表16：2013-2025年中国城镇化率情况及预测（单位：%） 图表17：2013-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元） 图表18：2013-2021年中国居民人均消费支出额（单位：元） 图表19：2020年中国居民人均消费支出结构（单位：元，%） 图表20：中国（含港澳台）高净值家庭规模（户，%） 图表21：中国（不含港澳台）高净值家庭规模（户，%） 图表22：中国消费升级演进趋势 图表23：中国消费升级新趋势 图表24：2011-2021年中国进出口贸易情况（单位：万亿元，%） 图表25：2020年中国对外贸主体进出口占比情况（单位：%） 图表26：2018-2020年中国一般贸易进出口与加工贸易进出口占比情况（单位：%） 图表27：2020年中国出口产品占比情况（单位：%） 图表28：2020年中国主要贸易伙伴进出口情况（单位：万亿元） 图表29：2014-2020年中国跨境电商行业交易规模（单位：亿元） 图表30：2015-2020年中国跨境电商零售进出口总值（单位：亿元） 图表31：全球奢侈品行业发展历程 图表32：2015-2020年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%） 图表33：2019-2021年4月美国ISM制造业PMI指数（单位：%） 图表34：2015-2020年欧盟27国GDP总值变化趋势图（单位：万亿欧元） 图表35：2011-2020年日本GDP总值变化情况（单位：万亿美元） 图表36：2019-2021年3月日本制造业PMI指数（单位：%） 图表37：2020-2022年全球主要经济体经济增速预测（单位：%） 图表38：2020年国家进出口贸易总额TOP6（单位：亿美元） 图表39：全国各地高净值人群数量（单位：百万人） 图表40：全国各地高净值人群金融财富规模（单位：万亿美元） 图表41：2010-2020年全球个人奢侈品市场规模（单位：亿欧元） 图表42：2020年全球奢侈品行业产品市场格局分析（单位：%） 图表43：2020年全球个人奢侈品消费分布（单位：%） 图表44：2020年全球奢侈品销售额区域分布（单位：%） 图表45：2020年全球奢侈品消费增长速度对比（单位：%） 图表46：2015-2019年欧洲地区奢侈品市场规模及全球占比（单位：亿欧元，%） 图表47：欧洲著名

奢侈品公司 图表48：2015-2019年美洲地区奢侈品市场规模及全球占比（单位：亿欧元，%）
图表49：全球奢侈品行业企业竞争格局 图表50：全球奢侈品行业品牌竞争格局 图表51
：2019-2025年全球个人奢侈品销售渠道占比及预测（单位：%） 图表52：全球奢侈品行业发展趋势预判 图表53：2021-2026年奢侈品行业市场前景预测 图表54：奢侈品产业链结构 图
表55：奢侈品产业链生态图谱 图表56：奢侈品上游制造材料市场发展对行业发展的影响分析
图表57：中国奢侈品行业发展历程分析 图表58：奢侈品产业参与企业 图表59：中国奢侈品市
场品牌格局 图表60：奢侈品消费者群体分析 图表61：中国奢侈品消费市场趋势 图表62：来
自中国香港地区奢侈品消费群体调研对象 图表63：来自中国内地奢侈品消费群体调研对象
图表64：中国内地与中国香港奢侈品人均消费情况（单位：港币，人民币） 图表65：中国内
地与中国香港奢侈品消费品类情况（单位：%） 图表66：中国香港地区不同年龄阶层奢侈品
消费情况（单位：港币） 图表67：中国内地不同年龄阶层奢侈品消费情况（单位：人民币）
图表68：消费者购买奢侈品动因情况（单位：%） 图表69：未来12个月消费者奢侈品消费意
愿（单位：%） 图表70：男性与女性白领网民拥有的高端服饰品牌对比（单位：%） 图表71
：香港地区不同年龄阶层奢侈品购买意愿（单位：%） 图表72：中国内地不同年龄阶层奢侈
品购买意愿（单位：%） 图表73：消费者购买奢侈品信息来源情况（单位：%） 图表74：影
响购买决定的信息渠道占比情况（单位：%） 图表75：过去12个月根据时装博主建议购买的
产品情况（单位：%） 图表76：消费者关注KOL的主要网络渠道（单位：%） 图表77
：2015-2020年中国奢侈品消费规模情况（单位：亿欧元） 图表78：2015-2020年中国国内奢侈
品销售规模情况（单位：亿欧元） 图表79：中国奢侈品消费梯级城市分布 图表80：中国奢
侈品消费主要城市排名 图表81：北京市商业规划 图表82：上海市商业规划 图表83：深圳市
商业规划 图表84：中国奢侈品消费城市排名（按年消费频次和复购人数比例） 图表85：中
国奢侈品城市级别线上购买人数占比及销量增速（单位：%） 图表86：中国奢侈品消费地域
人数分布（单位：%） 图表87：中国奢侈品行业销售渠道分布（单位：%） 图表88：中国奢
侈品行业线下销售渠道分布（单位：%） 图表89：中国奢侈品行业线下销售渠道购买影响因
素分析（单位：%） 图表90：中国奢侈品行业线上销售渠道分布（单位：%） 图表91：中国
奢侈品行业线上销售渠道购买影响因素分析（单位：%） 图表92：中国二手奢侈品行业发展
历程 图表93：2018-2020年中国二手奢侈品行业市场规模 图表94：奢侈品行业现有企业的竞
争分析表 图表95：奢侈品行业对上游议价能力分析表 图表96：奢侈品行业对下游议价能力
分析表 图表97：奢侈品行业潜在进入者威胁分析表 图表98：中国奢侈品行业五力竞争综合
分析 图表99：中国奢侈品行业市场发展痛点分析 图表100：LVMH盈利模式 图表101：路易
威登（LVMH）集团品牌扩张概况 图表102：2014-2020年路易威登（LVMH）集团销售额及
变化情况（单位：亿欧元） 图表103：路易威登（LVMH）集团业务领域及品牌 图表104

: 2020年路易威登 (LVMH) 细分业务销售额及占比情况 (单位: %) 图表105: 2020年路易威登 (LVMH) 细分业务营业利润情况 (单位: 亿欧元) 图表106: 2020年路易威登 (LVMH) 各区域销售额及占比情况 (单位: %) 图表107: 路易威登 (LVMH) 集团六大经营模式 图表108: 历峰集团重大并购事件 图表109: 历峰集团 (Richemont) 品牌扩张概况 图表110: 2016-2021财年历峰集团 (Richemont) 全球销售规模增长情况 (单位: 百万欧元) 图表111: 2016-2021财年历峰集团 (Richemont) 全球营业利润规模增长情况 (单位: 百万欧元) 图表112: 2021财年历峰集团 (Richemont) 产品销售结构 (单位: %) 图表113: 2021财年历峰集团 (Richemont) 销售区域分布 (单位: %) 图表114: 开云集团 (kering) 品牌扩张概况 图表115: 2016-2020年开云集团 (kering) 全球销售规模及增长情况 (单位: 百万欧元, %) 图表116: 2020年开云集团 (kering) 产品销售结构 (单位: %) 图表117: 2020年开云集团 (kering) 销售区域分布 (单位: %) 图表118: 开云集团 (kering) 经营模式 图表119: 雅诗兰黛 (Estee) 品牌扩张概况 图表120: 2016-2020年雅诗兰黛 (Estee) 全球销售规模及增长情况 (单位: 百万欧元, %)

详细请访问: <http://www.cction.com/report/202403/447776.html>