

# 2024-2030年中国奢侈品行业前景展望与投资前景分析报告

## 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

《2024-2030年中国奢侈品行业前景展望与投资前景分析报告》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/202310/414828.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

中国市场已经成为全球奢侈品大牌们的“宠儿”。中国的经济在快速发展，富裕阶层规模不断扩大，随着生活水平的提高大众开始追求高品质的生活，这些因素组合在一起就创造了一个世界上增长速度最快的、最为庞大的奢侈品消费市场。

中国奢侈品市场分品类，各品类增速变化趋势大致相同，根据《2020年中国奢侈品市场：势不可挡》显示，2020年，全球奢侈品市场萎缩23%左右，但中国境内奢侈品消费将逆势上扬48%，达到3460亿元。2020年全年中国消费者奢侈品消费占全球比重超过了三分之一。2022年11月联合发布首份《中国高质量消费报告》显示，2021年，中国人奢侈品市场同比增长18%，总消费额达1465亿美元；《2022中国奢侈品报告》指出，2022年中国境内奢侈品市场首次出现15%的负增长，销售额仅为5475亿元人民币，奢侈品市场销售额同比2021年略微下滑4%；中国境内奢侈品消费额在中国人奢侈品消费中的占比下滑到57%。由于2022年疫情原因导致消费信心不稳定等，因此2022年中国让出全球第一大奢侈品消费市场位置。

总体来看，在新富人群不断递增的拉动下，中国奢侈品高端消费力量正急速上升，主要体现三个趋势：一个是中国奢侈品消费力的崛起，亚洲超过欧洲成为最大的奢侈品市场，其次是通过开拓业务来寻求业绩增长，即使针对的方向有所不同，第三则是对可持续时尚的重视与投入。

未来随着我国中产阶级的迅速崛起，二三线城市消费潜力的释放，以及奢侈品主力消费人群中青年一代人数的增加，我国奢侈品消费市场将持续保持强劲的增长。

2020年爆发的新冠病毒，继在中国市场遭到打击后，疫情正直击奢侈品行业的大本营意大利和法国，为奢侈品行业的短期前景蒙上巨大阴影。众多奢侈品牌取消在2020年的大秀，然而疫情的影响远不止于零售领域和营销活动，供应端的损失更令人担忧。特别是对于纺织工业大国意大利，疫情伤及了奢侈品行业的筋骨。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国奢侈品行业前景展望与投资前景分析报告》共八章。首先深度解析了中国奢侈品市场的规模、特征及热点现状，接着分析了国内奢侈品市场的竞争环境、消费行为、营销模式等，然后对奢侈品行业的投资热点、机会及风险进行了深入细致的分析。最后，报告对奢侈品市场的前景趋势做出科学预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、世界奢侈品协会、中国奢侈品协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对奢侈品市场有个系统深入的了解、或者想投资奢侈品相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。的了解、或者想投资奢侈品相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录：

### 第一章 中国奢侈品市场规模及热点现状分析

#### 1.1 市场运行

##### 1.1.1 市场销售规模

##### 1.1.2 市场运行态势

##### 1.1.3 市场变化趋势

#### 1.2 市场特征

##### 1.2.1 品牌扩张特征

##### 1.2.2 消费群体特征

##### 1.2.3 销售渠道特征

##### 1.2.4 价格分化特征

#### 1.3 网购市场

##### 1.3.1 市场动因分析

##### 1.3.2 网购市场表现

#### 1.4 主要问题

##### 1.4.1 市场消费方面

##### 1.4.2 市场规范方面

##### 1.4.3 推广及渠道方面

##### 1.4.4 本土品牌的困境

### 第二章 奢侈品在华市场的竞争力分析

#### 2.1 宏观环境分析（PEST）

##### 2.1.1 政治环境分析

##### 2.1.2 经济环境分析

##### 2.1.3 社会环境分析

##### 2.1.4 技术环境分析

#### 2.2 主要竞争因素分析（波特的五力模型）

##### 2.2.1 现有竞争者的竞争

##### 2.2.2 新进入者的威胁

##### 2.2.3 替代品的威胁

##### 2.2.4 顾客的议价能力

## 2.2.5 供应商的议价能力

## 第三章 中国奢侈品市场消费行为分析

### 3.1 普遍消费动机

#### 3.1.1 炫耀心理

#### 3.1.2 盲目从众

#### 3.1.3 展示个性

### 3.2 主要消费特征

#### 3.2.1 消费地点

#### 3.2.2 消费品类

#### 3.2.3 消费意向

#### 3.2.4 消费心理

### 3.3 消费新趋向

#### 3.3.1 关注数字媒体

#### 3.3.2 二三线城市市场

#### 3.3.3 本土高端品牌崛起

#### 3.3.4 消费者逐渐理性

## 第四章 奢侈品行业营销模式分析及案例研究

### 4.1 营销模式分析

#### 4.1.1 影视营销

#### 4.1.2 活动营销

#### 4.1.3 社交营销

#### 4.1.4 明星营销

#### 4.1.5 饥饿营销

### 4.2 网络营销分析

#### 4.2.1 网络营销的优势

#### 4.2.2 网络营销的问题

#### 4.2.3 网络营销构建策略

### 4.3 营销策略分析

#### 4.3.1 针对不同奢侈品

#### 4.3.2 针对不同消费群

- 4.3.3 品牌价值的打造
- 4.3.4 市场的整合营销
- 4.4 营销案例分析
  - 4.4.1 路易威登
  - 4.4.2 卡地亚
  - 4.4.3 爱马仕
  - 4.4.4 迪奥
  - 4.4.5 劳斯莱斯
  - 4.4.6 蒂芙尼
  - 4.4.7 浪琴
  - 4.4.8 普拉达

## 第五章 中国奢侈品市场的投资热点分析

- 5.1 珠宝首饰
  - 5.1.1 市场现状分析
  - 5.1.2 投资机会分析
  - 5.1.3 投资潜力分析
- 5.2 高档葡萄酒
  - 5.2.1 市场现状分析
  - 5.2.2 投资机会分析
  - 5.2.3 投资潜力分析
- 5.3 高档手表
  - 5.3.1 市场现状分析
  - 5.3.2 投资机会分析
  - 5.3.3 投资潜力分析
- 5.4 豪华车
  - 5.4.1 市场现状分析
  - 5.4.2 投资机会分析
  - 5.4.3 投资潜力分析
- 5.5 其他热点
  - 5.5.1 高端白酒市场
  - 5.5.2 高档女装市场

### 5.5.3 高端家私市场

## 第六章 奢侈品区域市场的投资机会分析

### 6.1 主力消费城市分析

#### 6.1.1 北京奢侈品市场

#### 6.1.2 上海奢侈品市场

#### 6.1.3 广州奢侈品市场

#### 6.1.4 深圳奢侈品市场

### 6.2 二三线城市的机会

#### 6.2.1 市场发展机遇

#### 6.2.2 品牌扩张趋势

#### 6.2.3 市场拓展空间

#### 6.2.4 二手奢侈品的契机

### 6.3 部分二三线城市市场分析

#### 6.3.1 杭州奢侈品市场

#### 6.3.2 武汉奢侈品市场

#### 6.3.3 青岛奢侈品市场

#### 6.3.4 成都奢侈品市场

#### 6.3.5 重庆奢侈品市场

## 第七章 奢侈品行业的投资风险及建议

### 7.1 投资风险

#### 7.1.1 政策风险分析

#### 7.1.2 市场风险分析

#### 7.1.3 价值风险分析

### 7.2 投资建议

#### 7.2.1 生命周期战略

#### 7.2.2 产地及材质建议

#### 7.2.3 产品定价策略

#### 7.2.4 新产品开发战略

## 第八章 对中国奢侈品市场前景的预测

- 8.1 未来前景展望
  - 8.1.1 中国奢侈品市场的前景
  - 8.1.2 奢侈品市场发展的动力
  - 8.1.3 2023-2027年市场规模预测
- 8.2 行业趋势预测
  - 8.2.1 消费群体趋势
  - 8.2.2 市场发展趋势
  - 8.2.3 营销方式趋势

## 图表目录

- 图表 中国奢侈品消费额
- 图表 消费者购买奢侈品最多的地区
- 图表 消费者购买奢侈品的主要原因
- 图表 消费者用于购买奢侈产品和服务的支出占家庭收入的比例
- 图表 未来一年消费者用于购买奢侈产品和服务的支出比上年增减计划
- 图表 消费者选择奢侈品品牌时最关注的因素
- 图表 消费者认为中国本土品牌与国外高端品牌的主要差距
- 图表 超豪华车主要品牌扩张计划
- 图表 高档白酒主要消费渠道
- 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 对2024-2030年中国奢侈品行业消费规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414828.html>