

# 2021-2026年中国奢侈品行业发展监测及投资战略规划研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国奢侈品行业发展监测及投资战略规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/business/682693.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

随着经济的快速发展，人们的物质条件有了很大的改善，也更加注重生活标准的提升，当然社会上对奢侈品的认可程度也逐渐提高了，许多人开始主动消费，国内便捷的网络渠道，使人们逐渐接受了很多外国产品，对奢侈品也越来越了解，消费者也逐渐走向成熟。

随着人均可支配收入的增加以及消费水平的升级，消费者有了对高品质生活的物质追求和更高层次的精神追求。全球奢侈品市场规模庞大，2011至2019年，全球奢侈品市场规模从1860亿欧元增长至2810亿欧元，2020年在新冠疫情的冲击下，市场规模有所下滑，约为2170亿欧元，同比下降22.78%。

### 2011-2020年全球奢侈品市场规模及增长情况

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 奢侈品相关概述

##### 1.1 奢侈品的概念

###### 1.1.1 奢侈品---特殊消费品

###### 1.1.2 奢侈品的特性

###### 1.1.3 奢侈品的分类

##### 1.2 奢侈品牌简介

###### 1.2.1 世界主要奢侈品牌

###### 1.2.2 奢侈品牌的特点

###### 1.2.3 奢侈品牌的发展规律

##### 1.3 奢侈品消费价值分析

#### 第二章 2020年国际奢侈品业市场运营状况分析

##### 2.1 全球奢侈品业发展概况

###### 2.1.1 世界奢侈品行业发展史

###### 2.1.2 世界奢侈品行业基本特征

###### 2.1.3 贸易战冲击国际奢侈品市场格局

##### 2.2 全球奢侈品市场透析

###### 2.2.1 全球奢侈品市场热点聚集

###### 2.2.2 世界奢侈品市场消费

###### 2.2.3 奢侈品巨头争相发力新兴市场

#### 2.2.4经济走势对奢侈品市场发展的影响分析

#### 2.2.5国际奢侈品市场运营分析

#### 2.2.6国际奢侈品品牌市场动态分析

### 2.3 2021-2026年全球奢侈品市场前景预测分析

## 第三章 2020年全球奢侈品重点市场运营状况分析

### 3.1美国

#### 3.1.1美国奢侈品牌积极促销应对市场低迷

#### 3.1.3美国奢侈品消费市场变局

#### 3.1.3美国奢侈品高级专卖店的发展策略

#### 3.1.4美国奢侈品税收制度简述

### 3.2日本

#### 3.2.1日本奢侈品消费市场逐渐成熟

#### 3.2.2经济衰退使日本奢侈品消费渐趋理性

#### 3.2.3 2020年大地震冲击日本奢侈品市场

### 3.3俄罗斯

#### 3.3.1俄罗斯奢侈品市场细分加速

#### 3.3.2俄罗斯奢侈品消费增长迅猛

#### 3.3.3俄罗斯奢侈品市场发展概况

#### 3.3.4国际奢侈品企业青睐俄罗斯市场

### 3.4其他

#### 3.4.1英国奢侈品市场逐步走向复苏

#### 3.4.2奢侈品牌在韩国市场的发展态势

#### 3.4.3土耳其奢侈品市场实现快速扩张

#### 3.4.4印度奢侈品消费持续增长势头

#### 3.4.5巴西成为奢侈品行业新的增长点

## 第四章 2020年中国奢侈品产业市场运行环境解析

### 4.1 2020年中国宏观经济环境分析

#### 4.1.1国民经济运行情况GDP

#### 4.1.2消费价格指数CPI、1PPI

#### 4.1.3全国居民收入状况分析

#### 4.1.4恩格尔系数

#### 4.1.5工业发展形势

#### 4.1.6固定资产投资状况分析

#### 4.1.7财政收支情况分析

#### 4.1.8中国汇率调整（人民币升值）

#### 4.1.9存贷款基准利率调整状况分析

#### 4.1.10存款准备金率调整状况分析

#### 4.1.11社会消费品零售总额

#### 4.1.12对外贸易进出口

### 4.2 2020年中国奢侈品业政策环境分析

#### 4.2.1奢侈品税的政策目标

#### 4.2.2奢侈品消费税政策分析

#### 4.2.3相关产业政策影响分析

### 4.3 2020年中国奢侈品业社会环境分析

#### 4.3.1人口环境分析

#### 4.3.2教育环境分析

#### 4.3.3文化环境分析

#### 4.3.4消费观念

## 第五章 2020年中国奢侈品市场运行新形势分析

### 5.1中国奢侈品市场的形成原因

#### 5.1.1改革开放推动我国经济社会大发展

#### 5.1.2城乡居民收入水平得到大幅提升

#### 5.1.3中国富裕群体不断发展壮大

#### 5.1.4信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

### 5.2中国奢侈品行业发展概况

#### 5.2.1我国奢侈品行业发展回顾

#### 5.2.2中国奢侈品市场容量简析

#### 5.2.3我国奢侈品市场发展迅猛

#### 5.2.4中国奢侈品市场发展的有利因素

#### 5.2.5我国奢侈品行业机遇与挑战并存

### 5.3中国奢侈品市场发展现状调研

2020年在新冠疫情背景下，国人出境旅游受限，中国消费者的奢侈品消费需求向国内转移，中国境内个人奢侈品市场销售额激增，高达3460亿元，较2019年增加1139亿元。境内奢侈品消费的大幅提升，也带动了免税市场的同步前进，2020年我国免税业销售规模达到670.4亿元，同比增长23.01%。

#### 2011-2020年中国境内个人奢侈品市场销售额及增速

#### 5.3.1中国奢侈品消费持续扩张

#### 5.3.2中国奢侈品市场发展态势

#### 5.3.3 2020年中国奢侈品贸易组织成立

#### 5.3.4中国奢侈品消费外移情况明显

#### 5.3.5国内奢侈品市场发展新特征

#### 5.3.6我国奢侈品市场日益成熟

### 5.4中国奢侈品行业存在的问题及不足

#### 5.4.1我国奢侈品市场面临的主要问题

#### 5.4.2制约中国奢侈品市场发展的障碍因素

#### 5.4.3国内奢侈品运营中存在的不足

#### 5.4.4中国缺乏本土奢侈品品牌

### 5.5中国奢侈品市场发展对策及建议

#### 5.5.1促进中国奢侈品市场发展的措施

#### 5.5.2发展我国奢侈品行业的制胜策略

#### 5.5.3奢侈品行业应对市场低迷的对策

#### 5.5.4成功拓展中国奢侈品市场的关键战略

#### 5.5.5中国企业开创本土奢侈品牌的建议

## 第六章 2020年中国珠宝首饰类奢侈品市场探析

### 6.1中国珠宝首饰业发展概况

#### 6.1.1我国珠宝首饰业发展回顾

#### 6.1.2我国珠宝产业取得长足发展

#### 6.1.3中国珠宝消费市场发展潜力简析

#### 6.1.4我国珠宝玉石首饰业平稳增长

#### 6.1.5我国珠宝首饰出口贸易简析

#### 6.1.6国内男士珠宝市场亟待开发

#### 6.1.7我国珠宝消费趋向细分化

### 6.2珠宝市场发展简析

#### 6.2.1珠宝消费者市场

#### 6.2.2珠宝中间商市场

#### 6.2.3珠宝生产者市场

#### 6.2.4珠宝服务市场

### 6.3黄金首饰

#### 6.3.1中国黄金首饰行业的发展阶段

#### 6.3.2中国成为世界第二大黄金首饰消费国

#### 6.3.3 2020年高金价难挡黄金首饰消费热情

#### 6.3.4我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展

#### 6.3.5国内黄金饰品价格走势分析

### 6.4钻石首饰

6.4.1中国钻石消费需求持续增长

6.4.2我国钻石市场发展简况

6.4.3我国钻石饰品向多元化方向发展

6.4.4中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

6.5主要珠宝首饰品牌介绍

6.5.1卡地亚 ( Cartier )

6.5.2蒂芙尼 ( Tiffany )

6.5.3宝诗龙 ( Boucheron )

6.5.4戴比尔斯 ( De Beers )

6.5.5施华洛世奇 ( Swarovski )

第七章 2020年中国手表类奢侈品市场分析

7.1中国高档手表行业发展概况

7.1.1中国手表市场总体发展情况分析

7.1.2瑞士中高档腕表在中国市场销售升温

7.1.3高档手表品牌积极开拓中国市场

7.1.4国产手表与国外品牌竞争加剧

7.1.5国产手表制造商亟需提升品牌意识

7.2部分区域市场分析

7.2.1上海高档名表售后服务市场商机渐显

7.2.2深圳高档手表品牌积极应对贸易战

7.2.3长沙奢华名表消费市场升温

7.2.4杭州高档名表市场需求旺盛

7.3国外主要高档名表品牌介绍

7.3.1劳力士 ( ROLEX )

7.3.2百达翡丽 ( PatekPhilippe )

7.3.3江诗丹顿 ( vacheron-constantin )

7.3.4爱彼 ( AudemarsPiguet )

7.3.5欧米茄 ( Omega )

第八章 2020年中国服装类奢侈品市场分析

8.1中国高级时装市场发展概况

8.1.1国内高级时装市场潜力巨大

8.1.2国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧

8.1.3中国高级男装市场持续快速发展

8.1.4高档服装渠道下移将成趋势预测分析

8.2高级女装

- 8.2.1高级女装已成为一种奢侈消费品
- 8.2.2国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额
- 8.2.3高级女装品牌经营管理准则
- 8.3主要高级时装品牌介绍
  - 8.3.1唐纳卡兰 ( donnakaran )
  - 8.3.2范思哲 ( Versace )
  - 8.3.3瓦伦蒂诺 ( valentino )
  - 8.3.4普拉达 ( Prada )
  - 8.3.5乔治阿玛尼 ( GiorgioArmani )
- 第九章 2020年中国酒类奢侈品市场分析
  - 9.1中国高档名酒市场发展概况
    - 9.1.1我国高端酒市场发展情况分析
    - 9.1.2国内高端名酒市场格局面临调整
    - 9.1.3我国酒类奢侈品行业迎来发展机遇
    - 9.1.4中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战
    - 9.1.5国内高档礼品酒消费趋向理性化
    - 9.1.6我国高端酒营销存在的问题及对策
  - 9.2国内高档白酒市场分析
    - 9.2.1中国高档白酒消费快速增长
    - 9.2.2我国高档白酒市场进入平稳增长期
    - 9.2.3中国高端白酒市场的基本格局
    - 9.2.4白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮
    - 9.2.5 2020年初国内高档白酒涨价风潮解析
  - 9.3国内高档葡萄酒市场分析
    - 9.3.1我国高档葡萄酒需求持续增长
    - 9.3.2我国本土葡萄酒企业发力高端市场
    - 9.3.3我国高端葡萄酒市场格局分析
    - 9.3.4高档葡萄酒的市场运作思路
  - 9.4主要高档名酒品牌介绍
    - 9.4.1人头马 ( REMYMARTIN )
    - 9.4.2马爹利 ( Martell )
    - 9.4.3轩尼诗 ( Hennessy )
    - 9.4.4绝对伏特加 ( AbsolutVodka )
    - 9.4.5芝华士 ( chivas )
- 第十章 2020年中国游艇类奢侈品市场分析

- 10.1 中国游艇行业面临的政策环境
  - 10.1.1 我国《游艇建造规范》出台
  - 10.1.2 我国《游艇安全管理规定》正式实施
  - 10.1.3 《游艇安全管理规定》解读
  - 10.1.4 我国大力推动游艇行业规范发展
  - 10.1.5 促进我国游艇产业升级的政策建议
- 10.2 中国豪华游艇行业发展概况
  - 10.2.1 亚洲成世界游艇市场发展新重心
  - 10.2.2 中国游艇市场发展势头良好
  - 10.2.3 中国游艇业发展综述
  - 10.2.4 国内游艇市场的竞争格局
  - 10.2.5 中国游艇市场发展空间广阔
- 10.3 部分区域游艇市场分析
  - 10.3.1 奥帆效应助推青岛游艇业发展壮大
  - 10.3.2 福建厦门游艇产业链逐渐成型
  - 10.3.3 广东珠海游艇行业发展前景乐观
  - 10.3.4 深圳出台政策加快邮轮游艇业发展
  - 10.3.5 2020年海南游艇业发展再获政策支持
- 10.4 主要豪华游艇品牌介绍
  - 10.4.1 丽娃 ( Riva )
  - 10.4.2 圣汐 ( Sunseeker )
  - 10.4.3 博纳多 ( Beneteau )
  - 10.4.4 拜泰姆 ( Bertram )
  - 10.4.5 公主 ( Princess )
- 第十一章 2020年中国其他奢侈品细分市场发展分析
  - 11.1 高端化妆品
    - 11.1.1 中国奢侈化妆品市场发展综述
    - 11.1.2 国内日化企业进军化妆品高端市场
    - 11.1.3 2020年高档化妆品市场再现涨价潮
    - 11.1.4 中国高档化妆品消费特征分析
    - 11.1.5 我国高级香水消费市场逐步壮大
    - 11.1.6 国内市场奢侈化妆品营销策略
    - 11.1.7 高端化妆品市场主要品牌介绍
  - 11.2 高档家具
    - 11.2.1 奢侈品牌家具市场发展潜力巨大

- 11.2.2中国高端家具市场发展概况
- 11.2.3国际一线家具品牌看好中国高端市场
- 11.2.4欧洲高端家具制造业发力中国市场
- 11.2.5高端家具消费趋向年轻化
- 11.3豪华汽车
  - 11.3.1国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场
  - 11.3.2我国豪华汽车销售状况简析
  - 11.3.3国内豪华汽车价格回归理性
  - 11.3.4国外豪华车品牌拓展中国租赁市场
  - 11.3.5顶级名车在中国市场的营销策略
  - 11.3.6主要豪华汽车品牌介绍
- 11.4私人飞机
  - 11.4.1私人飞机渐成国内富豪奢侈品消费新动向
  - 11.4.2我国私人飞机审批权管制逐渐宽松
  - 11.4.3 2020年中国深化低空空域管理改革
  - 11.4.4我国私人飞机市场发展面临的挑战
  - 11.4.5 2021-2026年我国私人飞机拥有量可达2020年架
- 第十二章 2020年中国奢侈品市场区域发展分析
  - 12.1北京
    - 12.1.1北京奢侈品行业发展简况
    - 12.1.2北京奢侈品市场逐步壮大
    - 12.1.3北京奢侈品商圈的发展格局
    - 12.1.4北京西单银座奢侈品商业投资升温
    - 12.1.5北京市场出现二手奢侈品商店
  - 12.2上海
    - 12.2.1上海奢侈品商圈发展历程
    - 12.2.2国际奢侈品牌加大力度拓展上海市场
    - 12.2.3上海成为内地奢侈品消费首选市场
    - 12.2.4奢侈品巨头加速在上海市场扩张
  - 12.3杭州
    - 12.3.1杭州奢侈品消费能力渐强
    - 12.3.2杭州积极打造奢侈品新商圈
    - 12.3.3国际奢侈品牌深耕杭州市场
  - 12.4广州
    - 12.4.1广州奢侈品消费持续增长

- 12.4.2广州奢侈品消费群体特征
- 12.4.3广州奢侈品消费市场存在的问题
- 12.4.4广州奢侈品消费新商圈有望崛起
- 12.5深圳
  - 12.5.1深圳奢侈品行业发展概况
  - 12.5.2深圳奢侈品消费市场基本特征
  - 12.5.3国际顶级奢侈品牌看好深圳市场
  - 12.5.4深圳奢侈品商圈加速转型步伐
- 12.6中国香港
  - 12.6.1中国香港市民奢侈品消费热情较高
  - 12.6.2内地游客支撑中国香港奢侈品市场繁荣
  - 12.6.3 2020年欧美奢侈品牌加速港股上市
- 第十三章 2020年中国奢侈品行业消费分析
  - 13.1中国奢侈品消费综述
    - 13.1.1我国奢侈品消费的发展现状调研
    - 13.1.2我国奢侈品消费快速增长的原因
    - 13.1.3中国奢侈品消费的特点
    - 13.1.4中国奢侈品的的主要消费者
    - 13.1.5中国奢侈品消费的发展趋势预测分析
  - 13.2中国奢侈品消费行为主要特征
    - 13.2.1炫耀性消费
    - 13.2.2盲目性消费
    - 13.2.3个性消费
  - 13.3中国奢侈品消费群体特征
    - 13.3.1人口特征
    - 13.3.2心理特征
    - 13.3.3购买行为特征
  - 13.4奢侈品主要消费渠道介绍
    - 13.4.1品牌专卖店
    - 13.4.2名品折扣店
    - 13.4.3他人代购
    - 13.4.4国外网购
    - 13.4.5出境游购物
  - 13.5新奢侈品消费浅析
    - 13.5.1新奢侈品概念

13.5.2新奢侈品的消费动机

13.5.3新奢侈品的消费模式

第十四章 2020年中国奢侈品行业营销分析

14.1奢侈品营销策略「AK LWY」

14.1.1不同类型奢侈品的营销策略

14.1.2基于消费者的奢侈品营销策略

14.1.3我国奢侈品消费的营销手段

14.1.4奢侈品牌在中国的营销渠道改进思路

14.1.5改进中国奢侈品营销的对策建议

14.2奢侈品的网络营销

14.2.1国内奢侈品网购渠道升温

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/682693.html>