

2020-2025年中国奢侈品行业发展趋势预测及投资 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国奢侈品行业发展趋势预测及投资规划研究报告》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/cosmetics/607255.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。

从中国奢侈品消费梯级城市分布来看，中国奢侈品消费北京上海仍是主力，一二线城市消费超过半数，占比56%。前十大城市消费者占比超过35%。

中国奢侈品消费梯级城市分布（单位：%）

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 2019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

从市场规模地区分布来看，欧洲占比31%，美国占比30%，中国大陆占比11%，日本占比8%，亚洲地区（除中国和日本）占比15%，其他地区占比5%。

2019年全球个人奢侈品市场规模地区占比（单位：%）

从全球关键奢侈品销售额来看，豪华汽车稳居第一，销售额达到5500亿欧元，其次是个人奢侈品，销售额为2810亿欧元，豪华酒店消费与艺术品销售额分别为2060亿欧元与340亿欧元。

2019年全球关键奢侈品品种销售额统计

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 2020-2025年全球奢侈品市场前景预测分析

第三章 2019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 2019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 2019年中国奢侈品产业市场运行环境解析

4.1 2019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 2019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 2019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 2019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

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 2019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 2019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 2019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 2019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 (Patek Philippe)

7.3.3 江诗丹顿 (vacheron-constantin)

7.3.4 爱彼 (Audemars Piguet)

7.3.5 欧米茄 (Omega)

第八章 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2020-2025年我国私人飞机拥有量可达2019年架
- 第十二章 2019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 2019年欧美奢侈品牌加速港股上市
- 第十三章 2019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 2019年中国奢侈品行业营销分析

14.1奢侈品营销策略「AK LX」

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/cosmetics/607255.html>