# 2015-2020年中国奢侈品产业竞争格局及投资前景研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

# 一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国奢侈品产业竞争格局及投资前景研究报告》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.chyxx.com/research/201112/Y165101C4W.html

**报告价格：**电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

**订购电话:** 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

**电子邮箱:** sales@chyxx.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

中国内地奢侈品市场消费总额已经从2009年的94亿美元攀升到2010年的107亿美元。是世界上位居第二的购买奢侈品的国家，购买了世界上27.5%的奢侈品。中国人强劲的消费能力使众多国际奢侈品牌对中国市场信心倍增，纷纷加快开辟新店，拓展二三线城市市场，抢占市场份额。

虽然我国奢侈品准消费人群在不断递增，但现代意义上的奢侈品行业在国内还处于起步阶段，要想让我国奢侈品产业发展步伐与奢侈品消费市场的发展步伐相匹配、甚至引领中国奢侈品消费市场的发展，需要政府和全社会的共同推动，更需要行业和企业的共同努力。

中国奢侈品市场正以惊人的速度发展，新富人群成为拉动奢侈品高端消费的重要力量，奢侈品消费呈现年轻化趋势。从名车、豪宅、珠宝到私人飞机，奢侈品的高端细分市场成长十分迅速。预计到2014年，中国有望成为全球最大的奢侈品消费市场。

智研咨询发布的《 2015-2020 年中国奢侈品产业竞争格局及投资前景研究报告》结合深入的市场调查资料，立足于世界奢侈品行业整体发展大势，对中国奢侈品行业的发展情况、主要细分市场、消费与市场营销、重点企业经营状况等进行了分析及预测，并对未来奢侈品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了奢侈品行业今后的发展与投资策略。

第一章 奢侈品相关概述
第一节 奢侈品的概念
一、奢侈品定义
二、奢侈品的特性
三、奢侈品的分类
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
第二章 国际奢侈品行业总体分析
第一节 全球奢侈品市场发展概况
一、世界奢侈品行业发展史
二、奢侈品向全球大众市场的转变
三、金融危机冲击国际奢侈品市场格局
四、国际服饰类奢侈品牌争相发力童装市场
五、2014年全球奢侈品市场重新洗牌
第二节 美国
一、美国奢侈品消费信心受挫
二、美国奢侈品牌转向中国以减少损失

三、美国奢侈品高级专卖店的发展策略
四、美国奢侈品税收制度简述
第三节 日本
一、日本奢侈品消费市场逐渐萎缩
二、经济衰退使日本奢侈品消费疲软
三、日本消费意识骤变 奢侈品市场急挫
第四节 俄罗斯
一、俄罗斯奢侈品市场细分加速
二、俄罗斯奢侈品消费增长迅猛
三、中小城市成俄罗斯奢侈品发展新热点
四、2014年俄罗斯奢侈品产业遭遇低谷
第五节 其他
一、英国奢侈品销售价格下跌
二、金融危机下法国奢侈品行业遭受冲击
三、2014年法国奢侈品行业加大对中国市场攻势
四、瑞士奢侈品牌加速亚洲市场扩张
五、印度奢侈品消费持续增长
六、巴西奢侈品消费市场前景看好
第三章 中国奢侈品市场发展分析
第一节 中国奢侈品市场的形成原因
一、奢侈品市场的形成机理及经济学解释
二、我国城乡居民收入水平得到大幅提升
三、中国富裕群体不断发展壮大
四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起
五、中国奢侈品的市场路线图
第二节 中国奢侈品行业发展概况
一、我国奢侈品行业发展回顾
二、中国奢侈品市场容量简析
三、中国奢侈品行业发展的基础
四、促使中国奢侈品市场发展的有利因素
第三节 中国奢侈品市场发展现状
一、中国奢侈品消费市场势头强劲
二、中国奢侈品消费市场持续扩张
三、国内奢侈品市场新特征
四、2014年金融危机中我国奢侈品市场表现分析

五、2014年内地奢侈品市场逆市增12% 一年扩容10亿美元
六、2014年商务部研究降低部分奢侈品高关税
第四节 中国奢侈品行业存在的问题及不足
一、我国奢侈品市场面临的主要问题
二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素
三、国内奢侈品运营中存在的不足
四、中国缺乏本土奢侈品品牌
第五节 中国奢侈品市场发展对策及建议
一、促进中国奢侈品市场发展的策略
二、网络营销突破奢侈品抵触之三大对策
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品牌的方向
第四章 中国珠宝首饰类奢侈品市场分析
第一节 中国珠宝首饰业发展概况
一、我国珠宝首饰业发展回顾
二、我国珠宝产业取得长足发展
三、中国有望成世界最大黄金和珠宝消费市场
四、2014年我国珠宝首饰出口状况
五、国内男士珠宝市场亟待开发
六、我国珠宝消费趋向细分化
第二节 珠宝市场发展简析
一、珠宝消费者市场
二、珠宝中间商市场
三、珠宝生产者市场
四、珠宝服务市场
第三节 黄金首饰
一、中国黄金首饰行业的发展阶段
二、中国成为世界第二大黄金首饰消费国
三、我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展
四、中国黄金税收与定价分析
第四节 钻石首饰
一、钻石消费支撑消费性内需增长、投资需求占51%
二、我国钻石饰品向多元化方向发展
三、中国成世界第二大钻石消费市场
四、中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

第五节 主要珠宝首饰品牌介绍
一、卡地亚（Cartier）
二、蒂芙尼（Tiffany）
三、宝诗龙（Boucheron）
四、戴比尔斯（De Beers）
五、施华洛世奇（Swarovski）
第五章 中国手表类奢侈品市场分析
第一节 中国高档手表行业发展概况
一、中国手表市场总体发展状况
二、瑞士中高档腕表在中国市场销售升温
三、中国游客国外买表年花500亿 专家吁奢侈品降税
四、国产手表与国外品牌竞争加剧
五、国产手表制造商亟需提升品牌意识
第二节 部分区域市场分析
一、上海高档名表售后服务市场商机渐浓
二、深圳的高档手表品牌积极应对金融危机
三、长沙奢华名表消费市场升温
四、瑞士名表商争相发力重庆市场
第三节 国外主要高档名表品牌介绍
一、劳力士（ROLEX）
二、百达翡丽（Patek Philippe）
三、江诗丹顿（Vacheron-constantin）
四、爱彼（Audemars Piguet）
五、欧米茄（Omega）
第六章 中国服装类奢侈品市场分析
第一节 中国高级时装市场发展概况
一、国内高级时装市场潜力巨大
二、国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧
三、2014年中国服装品牌试水奢侈品市场
四、中国高级男装市场持续快速发展
五、高档服装渠道下移成趋势
第二节 高级女装
一、高级女装已成为一种奢侈消费品
二、国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额
三、高级女装品牌经营管理准则

第三节 主要高级时装品牌介绍
一、唐纳 卡兰（Donna Karan）
二、范思哲（Versace） 1
三、瓦伦蒂诺（Valentino）
四、普拉达（Prada） 183
五、乔治 阿玛尼（Giorgio Armani）
第七章 中国酒类奢侈品市场分析
第一节 中国高档名酒市场发展概况
一、我国高端酒市场发展现状
二、我国酒类奢侈品行业迎来发展机遇
三、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战
四、国内高档礼品酒消费趋向理性化
五、我国高端酒营销存在的问题及对策
第二节 国内高档白酒市场分析
一、中国高档白酒消费快速增长
二、我国高档白酒市场进入平稳增长期
三、中国高端白酒市场的基本格局
四、金融危机对国内高档白酒市场的影响
五、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮
第三节 国内高档葡萄酒市场分析
一、我国高档葡萄酒需求持续增长
二、我国高档红酒市场进一步扩张
三、水货冲击内地高档红酒市场
四、本土葡萄酒生产商积极拓展高端市场
五、高档葡萄酒的市场运作思路
第四节 主要高档名酒品牌介绍
一、人头马（REMY MARTIN）
二、马爹利（Martell）
三、轩尼诗（Hennessy）
四、绝对伏特加（Absolut Vodka）
五、芝华士（Chivas）
第八章 中国游艇类奢侈品市场分析
第一节 中国游艇行业面临的政策环境
一、2010年我国《游艇建造规范》出台
二、2011年我国《游艇安全管理规定》正式实施

三、《游艇安全管理规定》解读
四、我国大力推动游艇行业规范发展
第二节 中国豪华游艇行业发展概况
一、世界游艇市场重心开始东移
二、中国游艇市场发展势头良好
三、金融危机下中国游艇市场持续快速发展
四、中国游艇市场分析
五、中国游艇行业发展分析
第三节 部分区域游艇市场分析
一、“奥帆效应”助推青岛游艇业发展壮大
二、福建厦门游艇产业链逐渐成型
三、2014年广东珠海游艇行业发展分析
四、2014年深圳出台政策加快邮轮游艇业发展
五、海南三亚积极推动游艇业发展
第四节 主要豪华游艇品牌介绍
一、丽娃（Riva）
二、圣汐（Sunseeker）
三、博纳多（Beneteau）
四、拜泰姆（Bertram）
五、公主（Princess）
第九章 其他奢侈品细分市场发展分析
第一节 高端化妆品
一、中国高端化妆品市场分析
二、国内日化企业进军化妆品高端市场
三、我国高端化妆品消费新潮流
四、中国高档化妆品消费特征分析
五、中国高端化妆品生存之策略
第二节 高档家具
一、中国高端家具市场潜力巨大
二、中国高端家具市场发展现状
三、国际一线家具品牌看好中国高端市场
四、欧洲高端家具制造业发力中国市场
五、中国高端家具品牌竞争分析
六、高端家具消费趋向年轻化
第三节 豪华汽车

一、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场
二、2010年奔驰销量领先国内豪华车市
三、2011年我国豪华汽车市场逆势上扬
四、金融危机下豪华汽车格局调整
五、豪华汽车在中国市场的销售分析
六、豪华汽车品牌集中向中国市场发力
第四节 私人飞机
一、私人飞机渐成国内富豪奢侈品消费新动向
二、我国私人飞机审批权管制逐渐宽松
三、中国民航局积极推动私人飞机市场
四、2020年我国私人飞机拥有量可达2000架
第十章 中国奢侈品市场区域发展分析
第一节 上海
一、上海奢侈品商圈发展历程
二、上海两大商圈改变奢侈品消费布局
二、奢侈品牌加大力度拓展上海市场
三、上海成为内地奢侈品消费首选市场
四、经济危机下奢侈品巨头在上海逆势扩张
五、上海奢侈品商店改变经营策略应对危机
第二节 北京
一、北京奢侈品消费市场分析
二、北京奢侈品商圈的发展格局
三、北京西单银座奢侈品商业投资升温
四、解密北京奢侈品市场
第三节 广州
一、广州奢侈品消费持续增长
二、广州奢侈品消费群体特征
三、广州奢侈品消费市场分析
四、广州奢侈品消费新商圈有望崛起
第四节 深圳
一、深圳奢侈品行业发展概况
二、深圳奢侈品市场发展分析
三、国际顶级奢侈品牌看好深圳市场
四、深圳奢侈品商圈加速转型步伐
第五节 杭州

一、杭州奢侈品消费能力渐强
二、杭州刮起国际奢侈品旋风
三、杭州奢侈品租赁悄然兴起
四、杭州或将成为国内“第三奢侈品帝国”
第十一章 中国奢侈品行业消费分析
第一节 中国奢侈品消费综述
一、中国奢侈品奢侈品消费市场分析
二、中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、中国奢侈品消费走向理性
五、中国奢侈品的主要消费者
六、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
第十二章 奢侈品行业营销分析
第一节 奢侈品营销策略
一、奢侈品的营销策略分析
二、基于消费者的奢侈品营销策略
三、我国奢侈品消费的营销手段

四、奢侈品牌的终端营销策略
五、改进中国奢侈品营销的对策建议
第二节 国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示
一、国际奢侈品牌在中国的目标市场
二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略
三、对中国本土奢侈品牌营销的启示
第三节 奢侈品市场营销案例借鉴
一、路易威登的品牌价值
二、卡地亚顺利开拓中国市场
三、茅台进入奢侈品牌时代
四、“上海滩”打造本土奢侈品牌
第十三章 世界主要奢侈品企业运营状况分析
第一节 路易威登集团（LVMH）
一、路易威登简介
二、2010年路易威登集团收购瑞士制表商Hublot
三、2014年路易威登集团经营状况分析
四、2014年路易威登集团

图表目录：

图表：2012-2014年世界经济增长趋势：%
图表：2012-2014年世界贸易增长趋势：%
图表：2013-2014年主要发达经济体失业率：%
图表：2012-2014年主要经济体政府债务率：%
图表：2008-2014年主要发达经济体消费物价增长率：%
图表：1995-2014年奢侈品相关专利申请数量变化走势图：个
图表：1995-2014年奢侈品相关专利申请数量年度统计表：个
图表：1995-2014年奢侈品相关专利公开数量变化走势图：个
图表：1995-2014年奢侈品相关专利公开数量年度统计表：个
图表：奢侈品相关专利申请人构成表：个
图表：奢侈品相关专利技术构成表：个
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012-2015年世界经济增长趋势：%
图表：2012-2015年中国GDP经济增长趋势：%
图表：1995-2014年奢侈品相关专利申请数量变化走势图：个
图表：奢侈品产业链结构示意图
图表：2009-2014年中国奢侈品产量及其增速走势图
图表：2009-2014年中国奢侈品消费量及其增速走势图
图表：2009-2014年中国奢侈品市场规模及其增速走势图
图表：2009-2014年中国奢侈品市场价格走势图
图表：2015-2022年中国奢侈品产量及消费量预测
图表：2015-2022年中国奢侈品市场价格走势预测
图表：2009-2014年我国奢侈品市场规模分区域统计表
图表：2015-2022年我国奢侈品行业企业集中度预测
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业企业数量增长趋势图
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业资产规模增长分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业销售规模增长分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业利润规模增长分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业产成品增长分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业出口交货值分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业总产值分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业成本费用结构变动趋势
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业销售成本分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业销售费用分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业管理费用分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业财务费用分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业资产收益率分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业销售利润率分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业总资产周转率分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业流动资产周转率分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业销售增长率分析
图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业利润增长率分析

图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业资产负债率分析

图表：2010-2014年中国奢侈品所属行业流动比率分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201112/Y165101C4W.html