

# 2017-2022年中国服饰类奢侈品市场分析及发展趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国服饰类奢侈品市场分析及发展趋势研究报告》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/201705/526016.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

世界十大服装奢侈品排行榜 排名 品牌 简介

- 1 Louis Vuitton路易·威登 Louis Vuitton路易·威登诞生于1854年的巴黎，当年以自己名字命名开了第一间皮箱店。如今路易·威登这一品牌已经不仅限于设计和出售高档皮具和箱包，而是成为涉足时装、饰物、皮鞋、箱包、珠宝、手表、传媒、名酒等领域的巨型潮流指标。从早期的LV衣箱到如今每年巴黎T台上的不断变幻的LV时装秀，LV（路易·威登）之所以能一直屹立于国际时尚行业顶端地位，傲居奢侈品品牌之列，在于其自身独特的品牌DNA。
- 2 Versace范思哲 来自意大利知名的奢侈品牌范思哲（Versace）创造了一个时尚的帝国，代表着一个品牌家族，范思哲的时尚产品渗透了生活的每个领域，范思哲品牌鲜明的设计风格，独特的美感，极强的先锋艺术表征让它风靡全球。除了服饰类，范思哲还经营香水、领带、皮件、包袋、瓷器、玻璃器皿、羽绒制品、家具产品等。
- 3 Chanel香奈儿 创始人Gabrielle Chanel香奈儿于1913年在法国巴黎创立香奈儿品牌。香奈儿(CHANEL)是一个有80多年经历的著名品牌，香奈儿时装永远有着高雅、简洁、精美的风格，她善于突破传统，早20世纪40年代就成功地将“五花大绑”的女装推向简单、舒适，这也许就是最早的现代休闲服。
- 4 Dior迪奥 Dior迪奥创立于1946年的法国，Dior公司主要经营女装、男装、首饰、香水、化妆品等高档消费品。其男装品牌现已独立为Dior男装。Dior一直是华丽与高雅的代名词。不论是时装、化妆品或是其他产品，克里斯汀·迪奥在时尚殿堂一直雄踞顶端。
- 5 Gucci古驰 Gucci古驰是一家意大利时装品牌，1921年于佛罗伦斯创办。中文译作古琦、古驰。古琦品牌时装一向以高档、豪华、性感而闻名于世，以“身份与财富之象征”品牌形象成为富有的上流社会的消费宠儿，一向被商界人士垂青，时尚之余不失高雅。古琦现在是意大利最大的时装集团。
- 6 Armani阿玛尼 阿玛尼是世界著名时装品牌，1975年由时尚设计大师乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）创立于米兰。乔治·阿玛尼就设计风格而言，它们既不潮流亦非传统，而是二者之间很好的结合，其服装似乎很少与时髦两字有关。“我的设计遵循三个黄金原则：一是去掉任何不必要的东西；二是注重舒适；三是最华丽的东西实际上是最简单的。”这是乔治·阿玛尼对自己非常精准的评价。 7
- Calvin Klein卡文克莱 Calvin Klein(简称CK)，是一个美国时装品牌，于1968年成立，创始者为同名设计师卡尔文·克莱因，曾经连续四度获得知名的服装奖项；其创始人Calvin Klein 1942年出生于美国纽约，就读于著名的美国纽约时装学院(F.I.T)。“我要最纯、最简约、最时尚”——这就是Calvin Klein精神。他的设计的灵感来源于人性中对于高贵的追求，并建立在对人类共同追求的价值：爱、永恒和分享的诠释上。
- 8 Prada普拉达 1913年，Prada在意大利米兰的市中心创办了首家精品店，创始人Mario·Prada（马里奥·普拉达）所设计的时尚而品质卓越的手袋、旅行箱、皮质配件及化妆箱等系列产品，得到了来自皇室和上流社会的宠爱和追捧。例如方形的榫头、楔型鞋跟金属色娃娃鞋……都是Prada所带起的风潮。从皮件、服装到鞋子、内衣，Prada已经成为一个完整的精品王国，版图也拓展到全世界。 9
- Valentino瓦伦蒂诺 也有译作华伦天奴。创始人Valentino garavani瓦伦蒂诺·加拉瓦尼1960

年在罗马成立了瓦伦蒂诺公司。精美绝伦的剪裁，高级进口的面料和华贵奢侈的风格，黑色加上金色的刺绣，透出缕缕神秘的含蓄之美。尤其是他那“前所未有的女性化、充满人性和细致”，贴身的线条配上贴身的针脚、裙长不过膝，突出身材，晚礼服的长裤宽大的流线，充分显现了女性妩媚的味道。10 Burberry巴宝莉 Burberry创办于1856年，是英国皇室御用品。过去的几十年，Burberry主要以生产雨衣，伞具及丝巾为主，而今Burberry强调英国传统高贵的设计，赢取无数人的欢心，成为一个永恒的品牌！时至今日，翻开英国牛津辞典，【BURBERRY】已成为风衣的另一代名词。

智研咨询发布的《2017-2022年中国服饰类奢侈品市场分析及发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了服饰类奢侈品相关概念及发展环境，接着分析了中国服饰类奢侈品规模及消费需求，然后对中国服饰类奢侈品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国服饰类奢侈品面临的机遇及发展前景。您若想对中国服饰类奢侈品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

## 第一节奢侈品特征分析

- 一、奢侈品及奢侈品行业范围界定
- 二、奢侈品特点
- 三、奢侈品市场的中国特色

## 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
- 三、奢侈品牌的发展规律

## 第二节服饰类奢侈品全球市场分析

- 一、服饰类奢侈品特征分析
- 二、服饰类奢侈品全球市场分析

## 第二章2014-2016年国内外奢侈品业整体运行态势分析

### 第一节2014-2016年全球奢侈品市场发展概况

- 一、世界奢侈品行业发展与流行元素融入
- 二、世界奢侈品行业基本特征
- 三、金融危机冲击国际奢侈品市场格局
- 四、经济走势对奢侈品市场发展的影响分析

### 第二节2014-2016年中国奢侈品业运行现状综述

## 一、中国奢侈品市场发展迅猛

## 二、中国奢侈品市场容量

部分奢侈品品牌在 2015 年的掀起关店潮，对新店扩张持更谨慎态度，且单店的销售业绩并不理想，多数品牌的单店销售出现负增长。品牌商们开始瘦身，将更多的精力放在如何提升单店销售和管理质量上，新开店铺时对店铺的地理位置、人流量等因素的考察也更加仔细。一些男装品牌甚至出现了店铺数量负增长。

## 2015 年奢侈品品牌中国大陆开店与关店数量

## 三、中国奢侈品消费持续扩张

## 四、中国奢侈品行业广告投放量情况

## 五、我国奢侈品市场日益成熟

## 第三节2014-2016年中国奢侈品行业热点问题及策略分析

### 一、国内奢侈品运营中存在的不足

### 二、中国缺乏本土奢侈品品牌

### 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牌的建议

## 第三章2014-2016年国际服饰类奢侈品市场运行透视及对中国市场影响分析

### 第一节2014-2016年世界顶级服饰、珠宝类奢侈品市场分析

#### 一、世界顶级服饰、珠宝的发展现状分析

#### 二、世界服饰、珠宝的营销模式分析

#### 三、服饰、珠宝、名表类奢侈品发展前景预测

#### 四、国际服饰类奢侈品牌争相发力童装市场

### 第二节2014-2016年欧美服饰类奢侈品发展现状分析

#### 一、欧美服饰类奢侈品市场的环境分析

#### 二、欧美服饰类奢侈品消费群体特性分析

#### 三、欧美服饰类奢侈品在国内发展存在的问题

### 第三节2017-2022年欧美服饰类奢侈品发展趋势分析

#### 一、欧美服饰类奢侈品进入中国市场的战略模式分析

#### 二、国际服装纺织奢侈品的成本分析

#### 三、国内欧美服饰类奢侈品市场特征与趋势分析

## 第四章2014-2016年中国服饰类奢侈品市场运营环境分析

### 第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、消费价格指数分析

#### 三、城乡居民收入分析

#### 四、社会消费品零售总额

## 五、全社会固定资产投资分析

## 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节2014-2016年中国服饰类奢侈品发展社会环境分析

#### 一、中国的富豪和中产阶级越来越庞大

#### 二、中国居民购买力分析

#### 三、全球知名奢侈品品牌的积极渗透

#### 四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

### 第三节2014-2016年中国服饰类奢侈品产业政策环境分析

#### 一、我国奢侈品税收分析

#### 二、相关产业政策影响分析

## 第五章2014-2016年中国服饰类奢侈品运行态势分析

### 第一节2014-2016年中国奢侈品市场发展概况分析

#### 一、中国服饰类奢侈品市场的背景分析

#### 二、奢侈品市场分析

#### 三、中国奢侈品消费城市排行榜

#### 四、中国奢侈品市场态势分析

### 第二节2014-2016年中国奢侈品消费市场现状分析

#### 一、中国的奢侈品行业分析

#### 二、奢侈品行业发展现状

#### 三、中国奢侈品市场调查

#### 四、中国奢侈品牌发展分析

#### 五、2014-2016年服装品牌发展态势

### 第三节2014-2016年中国服饰市场发展状况分析

#### 一、中国服装供给分析

#### 二、中国服饰行业经济运行态势分析

#### 三、中国服装业竞争现状分析

## 第六章2014-2016年中国服饰类奢侈品市场发展现状探究

### 第一节2014-2016年中国服饰类奢侈品市场发展概述

#### 一、国际服饰奢侈品牌分析

#### 二、中国品牌服装运营企业发展分析

#### 三、中国服饰奢侈品市场走势分析

#### 四、最受中国市场欢迎服饰类奢侈品品牌透析

### 第二节2014-2016年中国服饰类奢侈品行业分析

#### 一、中国奢侈服装品牌发展前景分析

#### 二、中国奢侈品行业分析

### 三、全球奢侈品牌加速布点中国

### 四、奢侈品服装的本质分析

## 第七章2014-2016年中国奢侈品市场消费深度剖析

### 第一节中国奢侈品消费综述

#### 一、我国奢侈品消费的发展现状

#### 二、我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、中国奢侈品的主要消费者

#### 五、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

## 第八章2014-2016年中国服饰类奢侈品营销解析

### 第一节2014-2016年中国服饰、珠宝概况

#### 一、直接销售渠道

#### 二、间接销售渠道

#### 三、经验借鉴--世界顶级奢侈品定价的“心理战术”

### 第二节2014-2016年中国服饰、珠宝、名表的推广模式

#### 一、利用高端时尚资讯平台推广

#### 二、公关促销活动

### 三、创新+广告

### 四、明星造势

#### 第三节2014-2016年中国奢侈品市场营销策略

##### 一、奢侈品市场的营销策略

##### 二、奢侈品营销的亲民法则

##### 三、鞋子的奢侈品战略分析

##### 四、奢侈品专卖店的营销策略

##### 五、奢侈品牌的媒介沟通策略

#### 第九章2014-2016年欧美品牌服饰类奢侈品在中国的市场分析

##### 第一节路易·威登（LOUISVUITTON）品牌服饰类奢侈品

###### 一、进入中国市场背景分析

###### 二、市场竞争力分析

###### 三、销售情况分析

###### 四、发展战略分析

##### 第二节夏奈尔（CHANEL）品牌服饰类奢侈品

###### 一、进入中国市场背景分析

###### 二、市场竞争力分析

###### 三、销售情况分析

###### 四、发展战略分析

##### 第三节范思哲（VERSACE）品牌服饰类奢侈品

###### 一、进入中国市场背景分析

###### 二、市场竞争力分析

###### 三、销售情况分析

###### 四、发展战略分析

##### 第四节迪奥（DIOR）品牌服饰类奢侈品

###### 一、进入中国市场背景分析

###### 二、市场竞争力分析

###### 三、销售情况分析

###### 四、发展战略分析

##### 第五节古孜（GUCCI）品牌服饰类奢侈品

###### 一、进入中国市场背景分析

###### 二、市场竞争力分析

###### 三、销售情况分析

###### 四、发展战略分析

##### 第六节瓦伦蒂诺（VALENTINO）品牌服饰类奢侈品



一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第七节普拉达 ( PRADA ) 品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第八节乔治·阿玛尼(GIORGIOARMANI)品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第十章2017-2022年中国服饰类奢侈品市场发展趋势预测分析

第一节2017-2022年中国奢侈品分析

一、奢侈品品牌发展趋势

二、未来奢侈品消费发展预测

三、奢侈品牌进入男色时代

四、中国奢侈品的消费趋势

五、新富群体将成中国奢侈品消费主力

六、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向

七、奢侈品行业或将选择“大众化路线”

八、网络销售成奢侈品市场新走向

第二节2017-2022年中国服饰类奢侈品市场前景预测

一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大

二、我国将成为世界最大奢侈品消费市场

三、中国服饰类奢侈品市场盈利预测

第二节2017-2022年中国服饰类奢侈品分析

一、2017-2022年中国服饰类奢侈品分析

二、奢侈品消费群将相当可观

三、中国将成奢侈品第一大市场

第三节2017-2022年中国本土服饰类奢侈品发展趋势分析

一、本土服饰品牌成为奢侈品市场机会

二、开创中国本土奢侈品品牌的方向分析

## 第十一章2017-2022年中国服饰类奢侈品行业投资前景预测分析

### 第一节2014-2016年中国服饰类奢侈品投资概况

- 一、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场
- 二、国内奢侈品市场个人投资型消费兴起
- 三、奢侈品巨头加大中国二三线城市投资力度
- 四、投资型奢侈品西风东渐

### 第二节2017-2022年中国服饰类奢侈品行业投资机会分析

- 一、服装奢侈品消费向新兴市场转移
- 二、中国奢侈品市场投资潜力巨大

### 第三节2017-2022年中国服饰类奢侈品行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、政策风险分析
- 五、其他风险分析

### 第四节权威专家投资建议（ZY LT）

部分图表目录：

图表：2014-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014-2016年度中国三产业增加值结构图

图表：2014-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2014-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2015年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2014-2016年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2014-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2014-2016年-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2014-2016年人民币汇率中间价对照表

图表：2014-2016年-2015年中国货币供应量统计表单位：亿元

图表：2014-2016年-2015年中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2015年中国外汇储备走势图

图表：2014-2016年中国外汇储备及增速变化图

图表：2014-2016年23日中国人民银行利率调整表

图表：2014-2016年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2014-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2016年中国就业人数走势图

图表：2014-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014-2016年人口数量及其构成

图表：1978-2015年中国城镇化率走势图

图表：2014-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201705/526016.html>