

2016-2022年中国奢侈品市场深度分析与发展前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国奢侈品市场深度分析与发展前景预测报告》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/201611/462630.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

随着我国经济水平和人均国民收入的不断提高，中国消费者对高端奢侈品的逐渐认识进而开始接受，其消费需求也在不断地增加，中国奢侈品市场的消费市场潜力巨大。但是，近年来我国整体经济增速放缓，政府反腐力度的加强和快时尚、互联网的冲击等压力下，致使奢侈品在我国市场并没有得到良好的发展，进而陷入了困境当中。

近年来，奢侈品在我国发展遇到了不少压力和挑战，进而引发了奢侈品企业开始在自己身上找原因，并作出了相应的改变。首先，奢侈品定位开始从高端消费人群向大众人群扩散，加大我国国民对奢侈品的品牌认知宣传力度，进而吸引更多的中国消费者前来购买。其次，奢侈品开始随着国际化步伐，价格也稍作调整，款式也开始走年轻态之风，还减少了作秀时装展。最后就是随着互联网时代的到来，主动积极拥抱互联网，并投身电商渠道的建设。

奢侈品行业在中国发展虽说目前面临着来自各方的压力，呈现整体不佳的状态，但是面对中国如此庞大的消费者市场，奢侈品企业也是积极做出了应对，进行了一些新的改变，逐步走向大众化、年轻态的发展之路，并投身于互联网的怀抱中。预计，在不久的将来，中国奢侈品行业将更加重新回归正轨，并可持续发展下去。

智研咨询发布的《2016-2022年中国奢侈品市场深度分析与发展前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章 奢侈品行业发展综述

1.1 奢侈品行业定义及分类

1.1.1 奢侈品及奢侈品行业的界定

1.1.2 奢侈品行业分类情况

1.1.3 奢侈品主要研究类别

1.2 奢侈品行业政策环境分析

1.2.1 奢侈品行业贸易政策

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业宏观经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

1.3.2 国内宏观经济环境分析

1.3.3 国内商业零售业发展分析

1.4 奢侈品行业消费环境分析

1.4.1 中国居民收入与消费情况分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

(3) 居民消费结构分析

(4) 居民消费信心分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模分析

(1) 中国富裕阶层界定

(2) 中国富裕阶层规模

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

(1) 中国富裕阶层基本资料

(2) 中国富裕阶层区域分布

(3) 中国富裕阶层消费特征分析

1) 对购房的热衷程度

2) 对旅游的热衷程度

3) 对奢侈品牌的热衷程度

第2章 奢侈品市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品行业发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场发展分析

(1) 全球奢侈品市场发展现状分析

(2) 全球奢侈品品牌市场发展分

2.1.2 国际奢侈品行业趋势预测分析

2.2 中国奢侈品市场发展分析

2.2.1 中国奢侈品市场发展现状分析

2.2.2 中国奢侈品品牌市场发展分析

2.2.3 中国奢侈品制造市场发展分析

2.2.4 中国奢侈品品牌缺失原因分析

2.2.5 国外奢侈品品牌在我国的运作分析

2.2.6 奢侈品品牌在中国市场成功的启示

第3章 箱包奢侈品行业产品市场调研

3.1 箱包行业市场规模

3.2 箱包行业市场竞争

3.3 箱包行业奢侈品牌分析

3.4 箱包行业奢侈品牌发展趋势

第4章 中国奢侈品行业潜在企业运营分析

4.1 中国奢侈品行业潜在企业综述

4.2 箱包行业奢侈品牌潜在企业个案分析

4.2.1 威海市金猴集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

4.2.2 中山皇冠皮件有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

4.2.3 广州市步绅皮具有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

4.2.4 达派(中国)箱包有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

4.2.5 浙江金路达皮具有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

4.2.6 广东威豹实业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业优劣势分析

图表目录：

图表1：2014-2016年美国经济数据及预测（单位：%）

图表2：2014-2016年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表3：2014-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表4：2014-2016年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表5：2016年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）

图表6：2014-2016年我国进出口总值情况（单位：亿美元）

图表7：2014-2016年社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表8：2014-2016年消费品零售总额年均复合增长率（单位：%）

图表9：2008-2016年中国网络购物交易规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表10：2016年网络购物市场品类构成（单位：%）

图表11：2014-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表12：2014-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表13：2014-2016年居民消费价格同比上涨比较（单位：%）

图表14：2014-2016年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势

图表15：2014-2016年每月消费者信心指数、预期指数和满意指数

图表16：2014-2016年中国箱包制造行业市场规模及增长情况（单位：万元，%）

图表17：中国箱包制造行业竞争格局分布（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/462630.html>