

# 2017-2022年中国奢侈品行业深度调研及市场前景 预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国奢侈品行业深度调研及市场前景预测报告》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/201612/474816.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

2015年全球奢侈品市场超过一万亿欧元，个人奢侈品市场超过 2500 亿欧元，同比增长 13%，但是汇率调整后的实际增长已经放缓至 1%-2%。2015 年中国内地奢侈品市场出现下滑：奢侈品市场规模总额约为 1,130 亿元人民币，增长率约为-2%。

奢侈品品牌在中国扩张脚步放缓 2015

年中国大陆地区的奢侈品市场表现并不理想，通过分析我们发现这是由多方面的原因造成。

日益壮大的海外购。出境游、跨境电商、海外代购的高速增长推动了奢侈品的海外消费，同时由于差价、潜在的质量问题等原因，海外购买成为国内奢侈品增长的重要阻碍。

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，新开店时店铺的地理位置、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

智研咨询发布的《2017-2022年中国奢侈品行业深度调研及市场前景预测报告》共八章。首先介绍了奢侈品行业市场发展环境、奢侈品整体运行态势等，接着分析了奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了奢侈品市场竞争格局。随后，报告对奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对奢侈品产业有个系统的了解或者想投资奢侈品行业，本报告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：

第一章 中国奢侈品市场规模及热点现状分析

1.1 市场运行

1.1.1 市场销售规模

1.1.2 市场运行态势

1.1.3 市场变化趋势

1.2 市场特征

1.2.1 品牌扩张特征

1.2.2 消费群体特征

1.2.3 销售渠道特征

1.2.4 价格分化特征

1.3 网购市场

### 1.3.1 市场动因分析

### 1.3.2 网购市场表现

## 1.4 主要问题

### 1.4.1 市场消费方面

### 1.4.2 市场规范方面

### 1.4.3 推广及渠道方面

### 1.4.4 本土品牌的困境

## 第二章 奢侈品在华市场的竞争力分析

### 2.1 宏观环境分析（PEST）

#### 2.1.1 政治环境分析

#### 2.1.2 经济环境分析

中国GDP 增速逐年放缓

#### 2.1.3 社会环境分析

#### 2.1.4 技术环境分析

### 2.2 主要竞争因素分析（波特的五力模型）

#### 2.2.1 现有竞争者的竞争

#### 2.2.2 新进入者的威胁

#### 2.2.3 替代品的威胁

#### 2.2.4 顾客的议价能力

#### 2.2.5 供应商的议价能力

## 第三章 中国奢侈品市场消费行为分析

### 3.1 普遍消费动机

#### 3.1.1 炫耀心理

#### 3.1.2 盲目从众

#### 3.1.3 展示个性

### 3.2 主要消费特征

#### 3.2.1 消费地点

#### 3.2.2 消费品类

#### 3.2.3 消费意向

#### 3.2.4 消费心理

### 3.3 消费新趋向

#### 3.3.1 关注数字媒体

#### 3.3.2 二三线城市市场

#### 3.3.3 本土高端品牌崛起

2011-2014 奢侈品化妆品与个人护理国内品牌市场份额

### 3.3.4 消费者逐渐理性

## 第四章 奢侈品行业营销模式分析及案例研究

### 4.1 营销模式分析

#### 4.1.1 影视营销

#### 4.1.2 活动营销

#### 4.1.3 社交营销

#### 4.1.4 明星营销

#### 4.1.5 饥饿营销

### 4.2 网络营销分析

#### 4.2.1 网络营销的优势

#### 4.2.2 网络营销的问题

#### 4.2.3 网络营销构建策略

### 4.3 营销策略分析

#### 4.3.1 针对不同奢侈品

#### 4.3.2 针对不同消费群

#### 4.3.3 品牌价值的打造

#### 4.3.4 市场的整合营销

### 4.4 营销案例分析

#### 4.4.1 路易威登

#### 4.4.2 卡地亚

#### 4.4.3 爱马仕

#### 4.4.4 迪奥

#### 4.4.5 劳斯莱斯

#### 4.4.6 蒂芙尼

#### 4.4.7 浪琴

#### 4.4.8 普拉达

## 第五章 中国奢侈品市场的投资热点分析

### 5.1 珠宝首饰

#### 5.1.1 市场现状分析

#### 5.1.2 投资机会分析

#### 5.1.3 投资潜力分析

### 5.2 高档葡萄酒

#### 5.2.1 市场现状分析

#### 5.2.2 投资机会分析

#### 5.2.3 投资潜力分析

## 5.3 高档手表

### 5.3.1 市场现状分析

### 5.3.2 投资机会分析

### 5.3.3 投资潜力分析

## 5.4 豪华车

### 5.4.1 市场现状分析

### 5.4.2 投资机会分析

### 5.4.3 投资潜力分析

## 5.5 其他热点

### 5.5.1 高端白酒市场

### 5.5.2 高档女装市场

### 5.5.3 高端家私市场

## 第六章 奢侈品区域市场的投资机会分析

### 6.1 主力消费城市分析

#### 6.1.1 北京奢侈品市场

#### 6.1.2 上海奢侈品市场

#### 6.1.3 广州奢侈品市场

#### 6.1.4 深圳奢侈品市场

### 6.2 二三线城市的机会

#### 6.2.1 市场发展机遇

#### 6.2.2 品牌扩张趋势

#### 6.2.3 市场拓展空间

#### 6.2.4 二手奢侈品的契机

### 6.3 部分二三线城市市场分析

#### 6.3.1 杭州奢侈品市场

#### 6.3.2 武汉奢侈品市场

#### 6.3.3 青岛奢侈品市场

#### 6.3.4 成都奢侈品市场

#### 6.3.5 重庆奢侈品市场

## 第七章 奢侈品行业的投资风险及建议

### 7.1 投资风险

#### 7.1.1 政策风险分析

#### 7.1.2 市场风险分析

#### 7.1.3 价值风险分析

### 7.2 投资建议

7.2.1 生命周期战略

7.2.2 产地及材质建议

7.2.3 产品定价策略

7.2.4 新产品开发战略

第八章 中国奢侈品市场前景的预测（ZY GXH）

8.1 未来前景展望

8.1.1 中国奢侈品市场的前景

8.1.2 奢侈品市场发展的动力

8.1.3 2017-2022年市场规模预测

8.2 行业趋势预测

8.2.1 消费群体趋势

8.2.2 市场发展趋势

8.2.3 营销方式趋势（ZY GXH）

图表目录：

图表 2011-2016年中国奢侈品消费额

图表 消费者购买奢侈品最多的地区

图表 消费者购买奢侈品的主要原因

图表 消费者用于购买奢侈产品和服务的支出占家庭收入的比例

图表 未来一年消费者用于购买奢侈产品和服务的支出比上年增减计划

图表 消费者选择奢侈品品牌时最关注的因素

图表 消费者认为中国本土品牌与国外高端品牌的主要差距

图表 超豪华车主要品牌扩张计划

图表 高档白酒主要消费渠道

图表 广州奢侈品消费群体分布情况

图表 广州奢侈品消费群体主要购买商品的种类

图表 2017-2022年中国奢侈品行业消费规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/474816.html>