

2017-2023年中国奢侈品产业深度调研与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国奢侈品产业深度调研与投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201711/22-244743.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国市场已经成为一线奢侈品牌最重视的市场之一，2016年中国消费者对奢侈品行业的整体收入贡献在30%，且中国正处在中产阶级群体的快速扩大的阶段，对高档商品市场需求的增长空间广阔。从高净值人群的绝对量来看，2016年中国的高净值人群总量为450万，预计2017年这一人群总数将增长340万。一线品牌此前在内地实施暴利的定价策略，价格远高于本土，和香港、日本也有很大的价差，导致中国消费者普遍在香港、日本甚至欧美本土消费。

2015年中国地区奢侈品销售额低于日本

2016年各国高净值人群绝对量（百万人）

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国奢侈品产业深度调研与投资趋势研究报告》共八章。首先介绍了奢侈品相关概念及发展环境，接着分析了中国奢侈品规模及消费需求，然后对中国奢侈品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国奢侈品面临的机遇及发展前景。您若想对中国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 前瞻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析

2.1.2 国际奢侈品行业发展前景分析

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 奢侈品行业产品市场分析

3.1 珠宝首饰行业市场分析

3.1.1 珠宝首饰行业市场规模

3.1.2 珠宝首饰行业市场竞争

3.1.3 珠宝首饰行业奢侈品牌分析

3.1.4 珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势

3.2 服装行业市场分析

3.2.1 服装行业市场规模

3.2.2 服装行业市场竞争

3.2.3 服装行业奢侈品牌分析

3.2.4 服装行业奢侈品牌发展趋势

3.3 钟表行业市场分析

3.3.1 钟表行业市场规模

3.3.2 钟表行业市场竞争

3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析

3.3.4 钟表行业奢侈品牌发展趋势

3.4 白酒行业市场分析

3.4.1 白酒行业市场规模

3.4.2 白酒行业市场竞争

3.4.3 白酒行业奢侈品牌分析

3.4.4 白酒行业奢侈品牌发展趋势

3.5 葡萄酒行业市场分析

3.5.1 葡萄酒行业市场规模

3.5.2 葡萄酒行业市场竞争

3.5.3 葡萄酒行业奢侈品牌分析

3.5.4 中国葡萄酒行业奢侈属性分析

3.5.5 葡萄酒行业奢侈品牌发展趋势

3.6 烟草制品行业市场分析

3.6.1 烟草制品行业市场规模

3.6.2 烟草制品行业市场竞争

3.6.3 烟草制品行业奢侈品牌分析

3.6.4 中国烟草制品行业奢侈属性分析

3.6.5 烟草制品行业奢侈品牌发展趋势

3.7 箱包行业市场分析

3.7.1 箱包行业市场规模

3.7.2 箱包行业市场竞争

3.7.3 箱包行业奢侈品牌分析

3.7.4 箱包行业奢侈品牌发展趋势

第4章 奢侈品行业零售模式与商业布局分析

4.1 奢侈品品牌竞争分析

4.1.1 奢侈品品牌竞争现状分析

4.1.2 奢侈品行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代性威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争格局分析

4.2 奢侈品行业商业布局分析

4.2.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析

(1) 奢侈品品牌进驻的主要城市分析

(2) 样本城市的区域商业规划分析

4.2.2 国际奢侈品品牌在华经营策略分析

(1) 瑞士表业集团在华“通吃”策略

(2) 哈根达斯的“奢侈到底”策略

(3) 星巴克的“植入式营销”策略

(4) 卡地亚的“快跑”策略

(5) 奥克利眼镜公司的网络营销策略

(6) 国际奢侈品品牌在华经营策略分析

4.2.3 奢侈品品牌城市布局趋势分析

(1) 奢侈品品牌城市布局发展趋势分析

(2) 奢侈品品牌拓展二、三线城市可行性分析

4.3 奢侈品行业零售模式分析

- 4.3.1 综合百货商场模式
- 4.3.2 专卖直营模式
- 4.3.3 专营综合店模式
- 4.3.4 网络营销模式
- 4.3.5 展会模式
- 4.3.6 奢侈品奥特莱斯模式

第5章 中国奢侈品消费市场分析

5.1 奢侈品消费市场发展分析

5.1.1 全球奢侈品消费市场演变

5.1.2 中国奢侈品消费市场发展

(1) 中国奢侈品消费现状

1) 中国奢侈品消费规模

2) 中国奢侈品消费新增市场

(2) 中国奢侈品消费特点

1) 中国奢侈品消费黄金期

2) 中国奢侈品境外消费特点

3) 中国奢侈品礼品消费特点

5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势

(1) 境内消费持续增加趋势

(2) 二、三线城市作为新消费市场趋势

(3) 消费者全面的差异化服务体验趋势

(4) 网络消费升温趋势

(5) 品牌建设增加和本地元素趋势

(6) 奢侈品礼品消费增加和多元化趋势

5.2 奢侈品行业消费群体分析

5.2.1 奢侈品消费者群体综述

5.2.2 主要奢侈品消费群体分析

5.3 奢侈品消费群体调研案例分析

5.3.1 调研群体基本资料

5.3.2 白领购买奢侈品行为特征

(1) 白领购买奢侈品动机

(2) 白领购买奢侈品消费习惯

(3) 白领购买奢侈品意愿

5.3.3 白领购买奢侈品消费特点

(1) 白领购买奢侈品的品类

(2) 白领购买奢侈品的品牌

1) 高端服饰品牌

2) 高端化妆品品牌

3) 高端箱包品牌

4) 高端手表品牌

(3) 白领购买奢侈品的金额

5.3.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品的渠道

第6章 中国奢侈品品牌塑造与发展分析

6.1 中国奢侈产品品牌发展分析

6.1.1 中国奢侈产品品牌的塑造与发展分析

6.1.2 中国奢侈品品牌营销策略

6.2 中国奢侈品品牌塑造与营销定位

6.2.1 中国奢侈品品牌塑造的目标顾客定位

(1) 评估奢侈品顾客细分

(2) 选择奢侈品目标顾客

6.2.2 中国奢侈品品牌塑造的市场定位

(1) 奢侈品目标顾客消费行为分析

(2) 奢侈品竞争对手分析

(3) 奢侈品的定位点选择

6.3 中国奢侈品品牌塑造的市场规划与管理

6.3.1 中国奢侈品品牌塑造的产品规划

(1) 奢侈产品内在特征分析

(2) 产品规划分析

(3) 奢侈产品规划案例分析

6.3.2 中国奢侈品品牌塑造的价格规划

- (1) 奢侈品的价格构成

- (2) 奢侈品的价格规划

- (3) 奢侈品的价格调整

6.3.3 中国奢侈品品牌塑造的渠道规划

- (1) 奢侈品渠道选择的范围

- (2) 奢侈品的渠道规划

- (3) 奢侈品渠道的系统设计

- (4) 奢侈品的定制渠道规划

- (5) 奢侈品的网络渠道规划

6.3.4 中国奢侈品品牌塑造的店址选择

- (1) 奢侈品店铺适宜的城市

- (2) 奢侈品店铺适宜的街区

- (3) 奢侈品店铺适宜的购物中心

- (4) 奢侈品店铺适宜的百货零售店

- (5) 奢侈品店铺的选址管理

6.3.5 中国奢侈品品牌塑造的零售管理

- (1) 奢侈品的店铺设计

- (2) 奢侈品店铺的采购

- (3) 奢侈品店铺的人员服务

6.3.6 中国奢侈品品牌塑造的沟通规划

- (1) 奢侈品的信息沟通规划

- (2) 奢侈品广告策略的规划

- (3) 奢侈品的公关策略规划

6.4 中国奢侈品品牌塑造的关键业务流程

6.4.1 中国奢侈品品牌的流程构建

- (1) 企业运营的一般业务流程

- (2) 构件奢侈品的关键流程

- (3) 奢侈品关键流程案例分析

6.4.2 中国奢侈品品牌的资源整合

- (1) 企业运营的重要资源构成

- (2) 奢侈品重要资源的整合

- (3) 奢侈品资源整合案例分析

第7章 中国奢侈品行业潜在企业运营分析

7.1 中国奢侈品行业潜在企业综述

7.2 奢侈品行业领先企业个案分析

7.2.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.3.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 产销能力

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优劣势分析

7.4 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.4.1 深圳市飞亚达(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.5 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.5.1 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.6 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.6.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.7 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.7.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业经营情况分析

1) 产销能力

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

7.8 皮革行业奢侈品牌潜在企业个案分析

7.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业投资兼并与重组

(6) 企业发展战略及目标

(7) 企业优劣势分析

(8) 企业最新发展动向

第8章 中国奢侈品行业投资与前景分析 (ZY ZM)

8.1 中国奢侈品行业投资特性分析
8.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析
8.1.2 奢侈品行业盈利模式分析
8.1.3 奢侈品行业盈利因素分析
8.2 中国奢侈品行业发展趋势与前景预测
8.2.1 奢侈品行业发展趋势分析
8.2.2 奢侈品行业发展前景预测
8.3 中国奢侈品行业投资建议
8.3.1 奢侈品行业投资风险分析
8.3.2 奢侈品行业投资建议

图表目录：

图表1：中国奢侈品市场品牌格局（单位：%）
图表2：2012-2016年美国经济数据及预测（单位：%）
图表3：2012-2016年欧洲经济数据及预测（单位：%）
图表4：2006-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表5：2011-2016年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）
图表6：2016年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）
图表7：2014-2016年我国进出口总值情况（单位：亿美元）
图表8：2011-2016年社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
图表9：2005-2016年消费品零售总额年均复合增长率（单位：%）
图表10：2006-2016年中国网络购物交易规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表11：2016年网络购物市场品类构成（单位：%）
图表12：2006-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）
图表13：2006-2016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14：2014-2016年居民消费价格同比上涨比较（单位：%）
图表15：2007-2016年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势
图表16：2013-2016年每月消费者信心指数、预期指数和满意指数
图表17：2006-2016年中国珠宝首饰行业规模及其增长情况（单位：万元，%）
图表18：2006-2016年服装行业销售收入及增长情况（单位：万元，%）
图表19：2016年中国服装行业竞争格局（按销售收入）（单位：%）
图表20：2006-2016年中国钟表行业销售收入及增长情况（单位：万元，%）

图表21：佳士得拍卖记录前十（单位：百万美元）

图表22：2006-2016年中国白酒行业市场规模变化趋势图（单位：万元，%）

图表23：2006-2016年中国葡萄酒行业销售规模及增长情况（单位：万元，%）

图表24：2006-2016年中国箱包制造行业市场规模及增长情况（单位：万元，%）

图表25：中国箱包制造行业竞争格局分布（单位：%）

图表26：皮尔卡丹在中国的产品及代理商情况

图表27：中国奢侈品市场品牌格局（单位：%）

图表28：2005-2016年全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）

图表29：2016年全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）

图表30：普通网民与白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201711/22-244743.html>