

中国奢侈品市场现状调研与未来前景评估报告（2015-2020）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国奢侈品市场现状调研与未来前景评估报告（2015-2020）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/198071198071.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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

第一节 奢侈品牌简介

- 一、全球主要奢侈品牌
- 二、奢侈品牌的特点
- 三、奢侈品牌的发展规律

第二章 2013 年全球奢侈品行业总体概况

第一节 全球奢侈品市场发展概况

- 一、全球奢侈品行业发展史
- 二、全球奢侈品行业基本特征
- 三、奢侈品巨头争相发力新兴市场
- 四、经济走势对奢侈品市场发展的影响分析

第二节 美国奢侈品市场发展分析

- 一、美国奢侈品牌积极促销应对市场低迷
- 二、美国奢侈品消费市场发展动态
- 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 俄罗斯奢侈品市场发展分析

第四节 日本奢侈品市场发展分析

第三章 中国奢侈品市场发展分析

第一节 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、我国奢侈品市场发展迅猛
- 四、中国奢侈品市场发展的有利因素
- 五、我国奢侈品行业机遇与挑战并存

第二节 中国奢侈品市场的形成原因

- 一、改革开放推动我国经济社会大发展
- 二、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

第三节 中国奢侈品市场发展现状

- 一、中国奢侈品消费持续扩张
- 二、中国奢侈品市场发展态势
- 三、中国奢侈品贸易组织成立
- 四、中国奢侈品消费外移情况明显
- 五、国内奢侈品市场发展新特征
- 六、我国奢侈品市场日益成熟

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措施
- 二、发展我国奢侈品行业的制胜策略
- 三、奢侈品行业应对市场低迷的对策
- 四、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略
- 五、中国企业开创本土奢侈品牌的建议

第四章 中国服装类奢侈品市场发展分析

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、中国高级男装市场持续快速发展
- 四、高档服装渠道下移将成趋势

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)
- 三、瓦伦蒂诺 (VALENTINO)
- 四、普拉达 (PRADA)
- 五、乔治 阿玛尼 (GIORGIO ARMANI)

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、高档手表品牌积极开拓中国市场
- 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显
- 二、深圳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、杭州高档名表市场需求旺盛

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 中国珠宝首饰类奢侈品市场概况

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、中国珠宝消费市场发展潜力简析
- 四、我国珠宝首饰市场发展状况
- 五、我国珠宝首饰市场发展态势
- 六、国内男士珠宝市场亟待开发
- 七、我国珠宝消费趋向细分化

第二节 珠宝市场各环节发展分析

- 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、中国成为全球第二大黄金首饰消费国

- 三、高金价难挡黄金首饰消费热情
- 四、我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展
- 五、国内黄金饰品价格走势分析

第四节 钻石首饰

- 一、中国钻石消费需求持续增长
- 二、我国钻石交易发展迅猛
- 三、我国钻石饰品向多元化方向发展
- 四、中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

第七章 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、我国《游艇建造规范》出台
- 二、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
- 五、促进我国游艇产业升级的政策建议

第二节 中国豪华游艇行业发展概况

- 一、亚洲成全球游艇市场发展新重心
- 二、中国游艇业发展综述
- 三、中国游艇业发展动态
- 四、国内游艇市场的竞争格局
- 五、中国游艇市场发展空间广阔

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、广东珠海游艇行业发展前景乐观
- 四、深圳出台政策加快邮轮游艇业发展
- 五、海南游艇业发展再获政策支持

第八章 中国酒类奢侈品市场概况

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状况
- 二、国内高端名酒市场格局面临调整
- 三、我国酒类奢侈品行业迎来发展机遇
- 四、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战
- 五、国内高档礼品酒消费趋向理性化
- 六、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、中国高档白酒消费重挫
- 二、我国高档白酒市场进调整期、中低端产品发展较快
- 三、中国高端白酒市场的基本格局
- 四、白酒消费税新规高端白酒价格稳定

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、我国本土葡萄酒企业发力高端市场
- 三、我国高端葡萄酒市场格局分析
- 四、高档葡萄酒的市场运作思路

第九章 我国其他奢侈品细分市场发展分析

第一节 豪华汽车

- 一、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场
- 二、我国豪华汽车销售状况简析
- 三、国内豪华汽车价格走势
- 四、国外豪华车品牌拓展中国租赁市场
- 五、顶级名车在中国市场的营销策略
- 六、主要豪华汽车品牌介绍

第二节 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、中国深化低空空域管理改革
- 四、我国私人飞机市场发展面临的挑战
- 五、2020年我国私人飞机拥有量可达2000架

第三节 高端化妆品

- 一、中国奢侈化妆品市场发展综述
- 二、国内日化企业进军化妆品高端市场
- 三、高端化妆品市场主要品牌介绍
- 四、中国高档化妆品消费特征分析

第四节 高档家具

- 一、奢侈品牌家具市场发展潜力巨大
- 二、中国高端家具市场发展概况
- 三、国际一线家具品牌看好中国高端市场

第十章 中国奢侈品区域市场发展现状

第一节 香港

- 一、香港市民奢侈品消费热情较高
- 二、内地游客支撑香港奢侈品市场繁荣
- 三、欧美奢侈品牌加速港股上市

第二节 北京

- 一、北京奢侈品行业发展简况
- 二、北京奢侈品市场逐步壮大
- 三、北京奢侈品商圈的发展格局
- 四、北京西单银座奢侈品商业投资升温
- 五、北京市场出现二手奢侈品商店

第三节 上海

- 一、上海奢侈品商圈发展历程
- 二、国际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、奢侈品巨头加速在上海市场扩张

第四节 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存在的问题
- 四、广州奢侈品消费新商圈有望崛起

第五节 杭州

- 一、杭州奢侈品消费能力渐强
- 二、杭州积极打造奢侈品新商圈
- 三、国际奢侈品牌深耕杭州市场

第六节 深圳

- 一、深圳奢侈品行业发展概况
- 二、深圳奢侈品消费市场基本特征
- 三、国际顶级奢侈品牌看好深圳市场

第十一章 我国奢侈品行业营销分析

第一节 奢侈品营销策略

- 一、不同类型奢侈品的营销策略
- 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、奢侈品牌在中国的营销渠道改进思路
- 五、改进中国奢侈品营销的对策建议

第二节 奢侈品的网络营销

- 一、国内奢侈品网购渠道升温
- 二、网购奢侈品消费群体分析
- 三、影响网购奢侈品的因素
- 四、奢侈品网络营销的可行性和必然性
- 五、奢侈品网络营销的策略措施
- 第三节 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
- 第四节 奢侈品市场营销案例借鉴
 - 一、路易威登以尊贵提升品牌价值
 - 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
- 第十二章 我国奢侈品行业投资状况
 - 第一节 我国奢侈品行业投资机遇
 - 一、中国奢侈品消费市场逆势扩张
 - 二、经济低迷难抑中国奢侈品消费热情
 - 三、中国奢侈品市场投资潜力巨大
 - 四、中国发行首只顶级消费品基金
 - 第二节 我国奢侈品行业投资热点
 - 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、长三角地区奢侈品市场投资趋热
 - 五、奢侈品二手市场受中产阶层欢迎
 - 六、干邑收藏蕴含投资商机
 - 第三节 我国奢侈品行业投资风险及策略
 - 一、政策风险
 - 二、市场风险
 - 三、投资策略
- 第十三章 全球主要奢侈品企业运营状况
 - 第一节 巴黎春天集团（PPR）
 - 一、企业概况
 - 二、公司经营态势分析

三、区域市场经营概况

四、主要品牌业绩分析

第二节 路易威登集团（LVMH）

一、公司简介

二、2011-LVMH集团经营状况

第三节 斯沃琪集团（SWATCH）

一、公司简介

二、2011-斯沃琪经营状况

第四节 香奈儿集团（CHANEL）

一、公司简介

二、2011-香奈儿集团经营分析

第五节 历峰集团（RICHEMONT）

一、公司简介

二、2011-2013财年历峰经营状况

第十四章 2015-2020年中国奢侈品行业发展趋势及前景研究

第一节 中国奢侈品行业未来发展趋势

一、新富群体将成中国奢侈品消费主力

二、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向

三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”

四、网络销售成奢侈品市场新走向

第二节 2015-2020年中国奢侈品行业前景展望

一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大

二、中国奢侈品市场前景乐观

三、我国将成为全球最大奢侈品消费市场

四、2015-2020年中国奢侈品行业预测分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/198071198071.html>