

# 2008-2009年中国服饰类奢侈品行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国服饰类奢侈品行业研究咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2812528125.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

【英文版价】 15000元 【英文电子】 16000元 【交付方式】 EMS特快专递 内容简介中国越来越庞大的富豪和中产阶级，造就了庞大的顶级奢侈品市场。研究表明，中国内地目前的奢侈品消费人群已经达到总人口的13%，即约1.6亿人，并且还在迅速增长。月收入在2万元到5万元之间属于较典型的奢侈品消费者，预计到2010年，这个消费群体人数相当可观。目前，中国有1.75亿消费者有能力购买各种品牌的奢侈品，占总人口的13.5%。到2010年，这个数字将达到2.5亿，消费额也会从目前的20多亿美元增加到70亿美元。其中有1000万-1300万人是活跃的服饰类奢侈品购买者，选购的产品主要包括手表、皮包、化妆品、时装和珠宝等个人饰品。预计到2014年中国将成为奢侈品第一大市场，而为了迎接中国奢侈品的消费高峰到来，欧美奢侈品牌纷纷在中国增设销售网点。到现在，十年的时间里，中国经济高速发展，居民消费能力不断提升，尤其是上海、北京、广州、杭州等城市，奢侈品市场也出现了蓬勃的发展。预计2005-2010年中国奢侈品市场将呈28%的增长。推动中国奢侈品市场发展的主要推动因素是：蓬勃的发展经济；不断增加的中产阶级和高收入人群；全球知名奢侈品品牌的积极渗透。中国的奢侈品购买地主要还是集中在国内，但是在许多品类的奢侈品都有至少30%左右出自香港、澳门或者台湾。欧洲也已经成为了第三位的奢侈品购买地。但是，从国外购买正在成为中国内地消费者奢侈品消费的主要方式。预期未来五年里，全球范围内花在奢侈品上的消费额会翻一番至3000亿欧元。美国还有大量未开发的潜能，北美洲只占奢侈品销售额的16%。服饰类奢侈品牌主要来自于欧洲、美国、日本等发达国家，中国的服饰类奢侈品市场正在吸引许多西方奢侈品品牌商们的眼球，遗憾的是中国服饰类奢侈品却缺位，奢侈品从来就不是洋品牌的专利，中国消费者中已经积蓄了巨大的奢侈品消费能量没有充分释放，还没有引起中国本土企业家的足够重视。在许多消费领域竞争已经白热化的今天，这个巨大的市场中国企业家要早点涉入。目前，中国奢侈品市场的年销售额为20多亿美元，服饰类奢侈品在其中占70%左右，约有18亿美元的市场。预计到2008年，年增长率为20%，之后到2015年的年增长率为10%，届时，销售额将超过115亿美元。到2010年，中国将有2.5亿消费者有能力购买服饰类奢侈品，到2015年，中国消费者将像日本消费者一样具有影响力，奢侈品消费总量将占全球的29%。本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、世界奢侈品协会、中国名牌战略促进协会、中国服装协会、中国纺织工业协会、中国行业研究网、国内外服饰类奢侈品行业多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球服饰类奢侈品市场，从我国服饰类奢侈品发展背景、服饰奢侈品发展现状、国际服饰类奢侈品发展状况以及国外品牌服饰类奢侈品企业进行深入分析，还对服饰类奢侈品未来发展趋势和投资等多方面深度剖析。报告全面展示我国服饰类奢侈品现状，揭示服饰类奢侈品行业潜在需求与机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大

的参考价值。目 录CONTENTS第一部分 行业发展概况第一章 服饰类奢侈品市场分析

1第一节 奢侈品特征分析 1一、奢侈品及奢侈品行业的界定 1二、奢侈品的特性及特征分析

2三、奢侈品市场的中国特色 9第二节 服饰类奢侈品全球市场分析

9一、服饰类奢侈品特征分析 9二、服饰类奢侈品全球市场分析 11第二章

中国服饰类奢侈品发展背景 14第一节 奢侈品市场发展概况

14一、中国服饰类奢侈品市场的背景 14二、奢侈品市场分析

18三、中国奢侈品消费城市排行榜 21四、中国奢侈品市场态势分析 23第二节

中国奢侈品消费市场现状分析 25一、中国的奢侈品行业发展分析

25二、奢侈品行业发展现状 26三、中国奢侈品市场发展态势 30四、中国奢侈品牌发展分析

38五、2008年服装品牌发展态势 42第三节 中国服饰市场发展分析

44一、2007-2008年服装产量分析 44二、2007-2008年服饰行业经济运行分析

63三、2008年服装业竞争现状分析 110四、2008年服装行业发展现状分析 112第三章

国际服饰类奢侈品市场分析 136第一节 世界顶级服饰、珠宝类奢侈品市场分析

136一、世界顶级服饰、珠宝的发展现状 136二、世界服饰、珠宝的营销模式

136三、服饰、珠宝、名表类奢侈品发展前景 138第二节 欧美服饰类奢侈品发展现状

138一、国内欧美服饰类奢侈品市场的环境分析

138二、国内欧美服饰类奢侈品消费群体特性分析

144三、欧美服饰类奢侈品在国内发展存在的问题 146第三节 欧美服饰类奢侈品发展趋势

147一、欧美服饰类奢侈品进入中国市场的战略模式分析

147二、国际服装奢侈品的成本分析 148三、国内欧美服饰类奢侈品市场特征与趋势分析

154第二部分 行业发展现状分析第四章 国内服饰类奢侈品市场现状分析 157第一节

2008年国内服饰类奢侈品分析 157一、2007-2008年服饰奢侈品牌分析

157二、2008年品牌服装运营企业发展分析 163三、2008年奢侈品市场走势分析 168第二节

2008年国内服饰类奢侈品市场发展态势 175一、2008年奢侈服装品牌发展前提

175二、2008年中国奢侈品市场发展分析 176三、全球奢侈品牌加速布点中国

181四、奢侈品服装的本质分析 182第五章 服饰类奢侈品消费市场分析 187第一节

服饰类奢侈品消费群体分析 187一、奢侈品消费者分析 187二、奢侈品消费主要群体分析

189三、服饰、珠宝类奢侈品的目标客户群体 192第二节 服饰类奢侈品消费市场分析

193一、中国二线城市奢侈品消费分析 193二、中国奢侈品消费现饱和迹象

194三、国际奢侈品青睐珠三角消费 195四、奢侈品消费市场分析

196五、国内各大城市服饰奢侈品品牌分析 199六、中国奢侈品消费者的分类研究

205第三部分 行业重点企业分析第六章 国外品牌服饰类奢侈品分析 211第一节

路易威登 (LOUISVUITTON) 211一、路易?威登中国市场分析 211二、市场竞争力分析

214三、发展战略分析 217四、2008年公司发展动态 218第二节 夏奈尔 (CHANEL)

219一、夏奈尔中国市场分析 219二、市场竞争力分析 220三、发展战略分析 223第三节

范思哲 (VERSACE)	224一、范思哲中国市场分析	224二、市场竞争力分析
225三、发展战略分析	227第四节 迪奥 (DIOR)	229一、迪奥中国市场分析
229二、市场竞争力分析	230三、发展战略分析	236第五节 古奇奥?古孜 (GUCCI)
237一、古孜中国市场分析	237二、市场竞争力分析	239三、发展战略分析
240第六节 瓦伦蒂诺 (VALENTINO)	242一、瓦伦蒂诺中国市场分析	242二、市场竞争力分析
244三、发展战略分析	246第七节 普拉达 (PRADA)	247一、普拉达中国市场分析
247二、市场竞争力分析	249三、发展战略分析	251第八节
乔治?阿玛尼(GIORGIOARMANI)	252一、阿玛尼中国市场分析	252二、市场竞争力分析
254三、公司发展战略分析	255第四部分	行业发展策略及趋势分析第七章
服饰类奢侈品市场发展策略	257第一节 世界服饰、珠宝的营销渠道	257一、直接销售渠道
257二、间接销售渠道	257第二节	世界服饰、珠宝、名表的推广模式
258一、利用高端时尚资讯平台推广	258二、公关促销活动	258三、创新 广告
258四、明星造势	259第三节 奢侈品市场营销策略	259一、奢侈品市场的营销策略
259二、奢侈品营销的亲民法则	261三、2008年鞋子的奢侈品战略分析	
263四、美国奢侈品专卖店的营销策略	266第四节	奢侈品行业发展策略
269一、奢侈品市场发展策略	269二、奢侈品行业发展策略	
270三、奢侈品牌的媒介沟通策略	273第八章 中国市场服饰类奢侈品发展趋势	280第一节
奢侈品市场发展趋势	280一、奢侈品品牌发展趋势	280二、未来奢侈品消费发展预测
281三、奢侈品牌进入男色时代	281四、中国奢侈品的消费趋势	
283五、2008年奢侈品行业发展趋势	285第二节	服饰类奢侈品市场发展趋势
291一、2008-2015年中国服饰类奢侈品市场发展趋势		
291二、2010年奢侈品消费群将相当可观	292三、2014年中国将成奢侈品第一大市场	
294第三节 本土服饰类奢侈品发展趋势	295一、本土服饰品牌成为奢侈品市场机会	
295二、开创中国本土奢侈品品牌的方向分析	298第四节	服饰类奢侈品投资分析
299一、未来中国市场欧美服饰类奢侈品发展风险	299二、投资型奢侈品西东渐	
301三、中国市场欧美服饰类奢侈品投资策略		
303图表目录	图表：奢侈品牌在价格与品质上的关系	10图表：2004年全球奢侈品市场份额
12图表：2001-2005年我国及世界其他地区GDP增长率		
14图表：2005年我国城镇居民生活水平情况		
15图表：我国城镇居民中等收入以上每户每年服装支出及占消费比重		
16图表：我国城镇居民不同收入阶层服装支出年增长率	16图表：2007年人口数及其构成	
17图表：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度		
17图表：2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长速度		
18图表：奢侈品市场份额全球分布	26图表：2007年2-12月服装产量全国合计	
44图表：2007年2-12月服装产量北京市合计	45图表：2007年2-12月服装产量天津市合计	

- 45图表：2007年2-12月服装产量河北省合计
- 46图表：2007年2-12月服装产量辽宁省合计
- 47图表：2007年2-12月服装产量黑龙江合计
- 48图表：2007年2-12月服装产量江苏省合计
- 48图表：2007年2-12月服装产量安徽省合计
- 49图表：2007年2-12月服装产量江西省合计
- 50图表：2007年2-12月服装产量河南省合计
- 51图表：2007年2-12月服装产量湖南省合计
- 52图表：2007年2-12月服装产量广西区合计
- 52图表：2007年2-12月服装产量四川省合计
- 53图表：2007年2-12月服装产量云南省合计
- 54图表：2007年2-12月服装产量甘肃省合计
- 55图表：2007年2-12月服装产量宁夏区合计
- 56图表：2007年2-12月服装产量青海省合计
- 56图表：2008年2-5月服装产量北京市合计
- 57图表：2008年2-5月服装产量河北省合计
- 57图表：2008年2-5月服装产量辽宁省合计
- 58图表：2008年2-5月服装产量黑龙江合计
- 58图表：2008年2-5月服装产量江苏省合计
- 59图表：2008年2-5月服装产量安徽省合计
- 59图表：2008年2-5月服装产量江西省合计
- 59图表：2008年2-5月服装产量河南省合计
- 60图表：2008年2-5月服装产量湖南省合计
- 60图表：2008年2-5月服装产量广西区合计
- 61图表：2008年2-5月服装产量四川省合计
- 61图表：2008年2-5月服装产量云南省合计
- 62图表：2008年2-5月服装产量甘肃省合计
- 62图表：2008年2-5月服装产量宁夏区合计
- 63图表：2008年2-5月服装产量青海省合计
- 63图表：2007年2月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 63图表：2007年5月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 64图表：2007年8月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 64图表：2007年11月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 64图表：2008年2月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 65图表：2008年5月纺织服装、鞋、帽制造业销售收入前十家企业
- 46图表：2007年2-12月服装产量山西省合计
- 46图表：2007年2-12月服装产量吉林省合计
- 47图表：2007年2-12月服装产量上海市合计
- 48图表：2007年2-12月服装产量浙江省合计
- 49图表：2007年2-12月服装产量福建省合计
- 50图表：2007年2-12月服装产量山东省合计
- 50图表：2007年2-12月服装产量湖北省合计
- 51图表：2007年2-12月服装产量广东省合计
- 52图表：2007年2-12月服装产量重庆市合计
- 53图表：2007年2-12月服装产量贵州省合计
- 54图表：2007年2-12月服装产量陕西省合计
- 54图表：2007年2-12月服装产量新疆区合计
- 55图表：2007年2-12月服装产量内蒙古合计
- 56图表：2008年2-5月服装产量全国合计
- 57图表：2008年2-5月服装产量天津市合计
- 57图表：2008年2-5月服装产量山西省合计
- 57图表：2008年2-5月服装产量吉林省合计
- 58图表：2008年2-5月服装产量上海市合计
- 58图表：2008年2-5月服装产量浙江省合计
- 59图表：2008年2-5月服装产量福建省合计
- 59图表：2008年2-5月服装产量山东省合计
- 60图表：2008年2-5月服装产量湖北省合计
- 60图表：2008年2-5月服装产量广东省合计
- 61图表：2008年2-5月服装产量重庆市合计
- 61图表：2008年2-5月服装产量贵州省合计
- 61图表：2008年2-5月服装产量陕西省合计
- 62图表：2008年2-5月服装产量新疆区合计
- 62图表：2008年2-5月服装产量内蒙古合计

- 65图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标全国合计
- 66图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标北京市合计
- 67图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标天津市合计
- 69图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标河北省合计
- 70图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标山西省合计
- 72图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标内蒙古合计
- 73图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标辽宁省合计
- 75图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标吉林省合计
- 76图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标黑龙江合计
- 78图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标上海市合计
- 79图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标江苏省合计
- 81图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标浙江省合计
- 82图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标安徽省合计
- 84图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标福建省合计
- 85图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标江西省合计
- 87图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标山东省合计
- 88图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标河南省合计
- 90图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标湖北省合计
- 91图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标湖南省合计
- 93图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标广东省合计
- 94图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标广西区合计
- 96图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标重庆市合计
- 97图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标四川省合计
- 99图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标贵州省合计
- 100图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标云南省合计
- 102图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标陕西省合计
- 103图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标甘肃省合计
- 105图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标青海省合计
- 106图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标宁夏区合计
- 108图表：2008年1-5月纺织服装、鞋、帽制造业主要经济指标新疆区合计
- 109图表：2006-2008年5月中国纺织品、服装出口金额
- 114图表：2007年主要贸易国出口额占比
- 114图表：2005-2007年国内服装出口欧美平均单价走势
- 115图表：1997-2008年1季度美国服装进口占比
- 116图表：1997-2008年1季度美国纺织品进口占比

- 116图表：2000-2008年1季度欧盟服装进口占比
- 116图表：2000-2008年1季度欧盟纺织品进口占比
- 117图表：1997-2008年1季度日本服装进口占比
- 117图表：1997-2008年1季度日本纺织品进口占比
- 117图表：2006-2008年4月美元对人民币贬值走势
- 118图表：2006-2008年4月美元每月贬值幅度（环比）
- 119图表：2006-2008年5月美元每2个月贬值幅度（环比）
- 119图表：2006-2008年4月美元每季度贬值幅度（环比）
- 120图表：2007年中国纺织品前20个贸易出口额及增长率
- 121图表：目前城乡服装市场结构
- 122图表：2000-2007年国内服装消费增长与社会零售增长
- 122图表：1990-2007年城乡居民人均可支配收入及恩格尔系数
- 123图表：1991-2007年恩格尔系数下降与居民衣着消费增长关系
- 123图表：1990-2008年4月国内纺织品、服装进口金额
- 124图表：2003-2007年国内服装产量
- 125图表：2000-2007年国内服装鞋帽总产值与衣着消费比较
- 125图表：2005-2007年国内主要服装产区产量
- 126图表：2005-2008年3月服装平均单件价格、成本、三费
- 126图表：2004-2008年3月服装平均单件价格、成本、三费增长率
- 127图表：2003-2007年服装鞋帽实际投资情况
- 128图表：2004-2008年1月服装产量增长情况
- 128图表：1991-2007年人均GDP、人均可支配收入、人均服装支出比较
- 130图表：1997-2012年城市化进程示意图
- 130图表：2008-2012年城市化进程推动国内服装消费市场增长
- 130图表：1991-2007年城乡差别与衣着差别缩小幅度关系
- 131图表：2008-2012年城乡差距缩小0.1消费市场增长及增长率
- 132图表：国内几大区城市居民消费结构
- 132图表：国内几大区农村居民消费结构
- 132图表：各驱动力推动服装市场增长率
- 134图表：各种扶持政策使纺织行业新增的毛利
- 135图表：上海恒隆广场及锦江迪生地理位置
- 140图表：北京王府饭店及国贸商城
- 142图表：我国消费者对服饰类奢侈品的了解渠道
- 144图表：我国奢侈品服装消费者消费渠道构成
- 145图表：单件品牌商品价格承受区间
- 146图表：1979-2006年经济稳定和居民收入持续增长
- 164图表：中高档服装消费与食品饮料媲美
- 164图表：二三线城市是国际品牌盲区
- 165图表：2007年A股品牌运营企业企业管理和品牌运营能力分析
- 166图表：2007-2008年A股品牌运营企业成长性分析
- 167图表：内销型服装类上市公司竞争力评分

- 167图表：2001-2008年1季度国内服装零售和居民收入名义增速
- 168图表：2000-2008年美国服装消费和经济增速      168图表：中国奢侈品消费者类型分析
- 206图表：用价值观维度和思维方式维度进行分类
- 206图表：用价值观维度和对奢侈品理解的维度进行分类
- 206图表：中国奢侈品消费者的人口数量分布      209图表：路易威登在中国的布局情况
- 212图表：2003-2005年LVMH集团营业额
- 213图表：2004-2005年LVMH集团时装及皮革销售情况
- 213图表：2005年路易威登时装及皮革全球市场份额      213图表：LV各类产品
- 215图表：夏奈尔在中国大陆布局情况      220图表：夏奈尔各类产品
- 222图表：范思哲服装品牌线      226图表：范思哲各类产品      227图表：迪奥大陆精品店分布
- 230图表：迪奥各类产品推出时间表      232图表：迪奥各类产品
- 232图表：2004-2005年迪奥公司运营情况
- 233图表：2003-2005年迪奥公司各类产品销售份额
- 234图表：2003-2005年迪奥公司分地区收入      235图表：迪奥全球市场份额
- 235图表：古奇奥?古孜在中国大陆的布局情况      238图表：VALENTINO中国大陆代理情况
- 243图表：瓦伦蒂诺?格拉瓦尼中国布局      244图表：阿玛尼时装产品中国大陆专卖店分布
- 253图表：阿玛尼分店中国内地布局
- 254图表：中国中产阶级则扮演着候补性奢侈品消费者的角色
- 271图表：2005-2015年我国服饰类奢侈品市场增长情况 291

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2812528125.html>