

2020年中国奢侈品市场分析报告- 行业深度调研与发展前景研究

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《2020年中国奢侈品市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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/319437319437.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

一、行业市场发展现状

奢侈品起源于17世纪路易十四统治时期的法国，他缔造了法国封建史上最鼎盛的时期，在宫廷里掀起了奢华之风，享乐主义是当时法国贵族的人生哲学，奢侈品应运而生。发展到今天，奢侈品文化已经成为法国文化不可或缺的一部分。而且，法国人极其看重奢侈品为法国创造的文化效益。

现代主流的奢侈品消费分为服饰皮具、香水化妆品、腕表珠宝、高档汽车、高档酒店和度假村，以及游艇、私人飞机等。奢侈品可以存在于任何产品类别中，只要有必备品存在的领域，就可以有奢侈品的生存空间。

我国长期又稳定的经济增长，让我国居民收入大幅增长，国内的高收入群体也是年年创新高，随之带来的也是奢侈品市场的繁荣。据估算，2018年，我国奢侈品市场规模达到7500亿元的容量规模。

2014-2018年我国奢侈品行业市场规模

资料来源：观研天下数据中心整理

根据有关调查报告显示，截止到2018年我国百万富翁的数量跃居世界首位，并将在2021年成为全球小康家庭数量最多的国家。自2015年以来，奢侈品消费增长的主要推手已从首次消费转变为增量消费。同时，中国奢侈品消费者由高收入家庭转向富裕人群，后者的消费占比与日俱增。2008年至今，富裕人群在奢侈品客群中的比例从三分之一上升到了50%，其支出占中国奢侈品消费的88%。中国富裕人群将成为奢侈品消费增长的中坚力量。到2025年，760万户中国家庭对全球奢侈品消费的贡献达到1.19万亿元人民币。中国富裕消费者每年平均的奢侈品开销达7.1万元人民币，有38%的人超过10万元人民币。

目前国内的奢侈品品牌主要集中在箱包、美妆、服装三大领域，此外手表、珠宝、鞋履等也都是比较受到欢迎的奢侈品品类，相对来说其他小众奢侈品领域的企业品牌分布较低。

2018年我国奢侈品行业企业细分领域分布（%）

资料来源：观研天下数据中心整理

区域方面，我国的奢侈品行业区域市场规模也表现出与我国区域经济正相关的态势。我国奢侈品行业区域市场规模分布如下，其中，华东地区占比28.19%，华中占比9.52%，华南占比23.9%，华北地区占比18.9%，东北地区占比6.96%，西部地区占比12.8%。

2018年中国奢侈品行业区域市场规模分布

资料来源：观研天下数据中心整理

二、价格方面

对于奢侈品行业而言，近年来我国市场成交价格总体而言呈现出上升的趋势。一方面，由于我国居民收入不断增加，购买力的增加使得客单价有所上升，二来随着国人消费观

念的提升，人们对美对时尚追求的愿望也在逐步加大，因而高价的奢侈品会更加受到关注。

2014-2018年我国奢侈品行业价格指数（以2018年=100为基准）

资料来源：观研天下数据中心整理

未来国内居民收入仍将会继续走高，以及国内消费观念的逐渐改变，对时尚与美的追求，以及免税政策等因素的持续推进，都将进一步推动市场上奢侈品消费的增长，市场供求关系决定下，奢侈品行业的市场平均成交价必然只会上涨，至少是不会下跌的。

2019-2025年我国奢侈品行业价格走势预测（以2018年=100）

资料来源：观研天下数据中心整理

三、发展趋势分

目前来看，几乎全球所有的奢侈品品牌都已经进入到中国市场，如此多的奢侈品企业都在不断推出新的产品，说明我国奢侈品市场对这些企业仍有很大的吸引力。面对广阔的市场，我国奢侈品行业的投资将持续保持增长。根据趋势分析，未来我国奢侈品行业市场有以下特征。

未来发展趋势

拥抱年轻化

如今千禧一代逐渐成为奢侈品消费的主力军，消费者的品味变得年轻化。奢侈品牌也开始逐渐去改变自己的状态和思路，用全新的设计和创新的营销方式去迎合当下年轻人多变的口味和思潮。这对于奢侈品品牌，都是不可忽视的新机遇。在消费升级和新零售的推动下，奢侈品牌也通过电商平台数据了解年轻人的喜好，完善网络销售渠道。

关闭奢侈品实体店现象持续发酵中

国际奢侈品品牌将进一步关闭门店，减少门店的数量，同时把已有的门店进行整合改造。当下大消费环境促使品牌门店更为多元化，更偏向于生活体验类以及生活方式类的空间，以满足当下年轻人的核心消费需求。

海外市场的消费回流

随着国家政策的引进，中国消费奢侈品价格与其他国家之间的价格差逐渐的缩减和人民币汇率的变动，奢侈品消费逐渐回归国内。

大众消费理念的改变与升级。

多数人仍然选择消费价格较高的顶级奢侈品品牌和性价比较高的轻奢或者高档品牌。年轻人则开始追求高品质的小众品牌。例如VETEMENTS、MAISON MARGIELA、OFF-WHITE、SUPREME等都逐渐成为了年轻人追捧和热爱的奢侈品品牌。

集团和品牌集体试水电商

随着奢侈品电商市场份额的逐渐增长，大量的奢侈品品牌开始试水电商，全球奢侈品行业都开始向电商行业进军。除了与巨头例如天猫，京东合作以外，也有些奢侈品牌选择了自建电商平台。现在，全球最大的奢侈品集团LVMH已经推出了自己的大型电子商务平台。线上不仅会上线旗下所有品牌外，据悉也将陆续引进其他奢侈品品牌。资料来源：公开资料整理

随着中国经济的稳步增长以及消费力的不断提升，在加上国内稳定的社会发展环境，奢侈品在国内的发展仍有较大的空间，特别是一些新的奢侈品品类和品牌，更符合中国现代消费理念，或将成为新的奢侈品行业增长点，预计 2025年奢侈品行业市场规模总容量保持在13659亿元左右。

2019-2025年中国奢侈品行业市场规模预测

资料来源：观研天下数据中心整理

同时，随着我国奢侈品市场的不断增加，将不断吸引行业企业的数量增加，从而带来产值的增长，预计到2025年其产值规模将达到16069亿元。

2019-2025年中国奢侈品行业产值规模预测

资料来源：观研天下数据中心整理（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国奢侈品市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国奢侈品行业发展概述

第一节 奢侈品行业发展情况概述

一、奢侈品行业相关定义

二、奢侈品行业基本情况介绍

三、奢侈品行业发展特点分析

第二节 中国奢侈品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、奢侈品行业产业链条分析

三、中国奢侈品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国奢侈品行业生命周期分析

一、奢侈品行业生命周期理论概述

二、奢侈品行业所属的生命周期分析

第四节 奢侈品行业经济指标分析

一、奢侈品行业的赢利性分析

二、奢侈品行业的经济周期分析

三、奢侈品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国奢侈品行业进入壁垒分析

一、奢侈品行业资金壁垒分析

二、奢侈品行业技术壁垒分析

三、奢侈品行业人才壁垒分析

四、奢侈品行业品牌壁垒分析

五、奢侈品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球奢侈品行业市场发展现状分析

第一节 全球奢侈品行业发展历程回顾

第二节 全球奢侈品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲奢侈品行业地区市场分析

一、亚洲奢侈品行业市场现状分析

二、亚洲奢侈品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲奢侈品行业市场前景分析

第四节 北美奢侈品行业地区市场分析

一、北美奢侈品行业市场现状分析

二、北美奢侈品行业市场规模与市场需求分析

三、北美奢侈品行业市场前景分析

第五节 欧盟奢侈品行业地区市场分析

一、欧盟奢侈品行业市场现状分析

二、欧盟奢侈品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟奢侈品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界奢侈品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球奢侈品行业市场规模预测

第三章 中国奢侈品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品奢侈品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国奢侈品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国奢侈品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国奢侈品行业运行情况

第一节 中国奢侈品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国奢侈品行业市场规模分析

第三节 中国奢侈品行业供应情况分析

第四节 中国奢侈品行业需求情况分析

第五节 中国奢侈品行业供需平衡分析

第六节 中国奢侈品行业发展趋势分析

第五章 中国奢侈品所属行业运行数据监测

第一节 中国奢侈品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国奢侈品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国奢侈品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国奢侈品市场格局分析

第一节 中国奢侈品行业竞争现状分析

一、中国奢侈品行业竞争情况分析

二、中国奢侈品行业主要品牌分析

第二节 中国奢侈品行业集中度分析

一、中国奢侈品行业市场集中度分析

二、中国奢侈品行业企业集中度分析

第三节 中国奢侈品行业存在的问题

第四节 中国奢侈品行业解决问题的策略分析

第五节 中国奢侈品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国奢侈品行业需求特点与动态分析

第一节 中国奢侈品行业消费市场动态情况

第二节 中国奢侈品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 奢侈品行业成本分析

第四节 奢侈品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国奢侈品行业价格现状分析

第六节 中国奢侈品行业平均价格走势预测

一、中国奢侈品行业价格影响因素

二、中国奢侈品行业平均价格走势预测

三、中国奢侈品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国奢侈品行业区域市场现状分析

第一节 中国奢侈品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区奢侈品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区奢侈品市场规模分析

四、华东地区奢侈品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区奢侈品市场规模分析

四、华中地区奢侈品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区奢侈品市场规模分析

四、华南地区奢侈品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国奢侈品行业竞争情况

第一节 中国奢侈品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国奢侈品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国奢侈品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 奢侈品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国奢侈品行业发展前景分析与预测

第一节 中国奢侈品行业未来发展前景分析

- 一、奢侈品行业国内投资环境分析
- 二、中国奢侈品行业市场机会分析
- 三、中国奢侈品行业投资增速预测
- 第二节 中国奢侈品行业未来发展趋势预测
- 第三节 中国奢侈品行业市场发展预测
 - 一、中国奢侈品行业市场规模预测
 - 二、中国奢侈品行业市场规模增速预测
 - 三、中国奢侈品行业产值规模预测
 - 四、中国奢侈品行业产值增速预测
 - 五、中国奢侈品行业供需情况预测
- 第四节 中国奢侈品行业盈利走势预测
 - 一、中国奢侈品行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国奢侈品行业利润总额同比增速预测
- 第十二章 2021-2026年中国奢侈品行业投资风险与营销分析
 - 第一节 奢侈品行业投资风险分析
 - 一、奢侈品行业政策风险分析
 - 二、奢侈品行业技术风险分析
 - 三、奢侈品行业竞争风险分析
 - 四、奢侈品行业其他风险分析
 - 第二节 奢侈品行业企业经营发展分析及建议
 - 一、奢侈品行业经营模式
 - 二、奢侈品行业销售模式
 - 三、奢侈品行业创新方向
 - 第三节 奢侈品行业应对策略
 - 一、把握国家投资的契机
 - 二、竞争性战略联盟的实施
 - 三、企业自身应对策略
- 第十三章 2021-2026年中国奢侈品行业发展战略及规划建议
 - 第一节 中国奢侈品行业品牌战略分析
 - 一、奢侈品企业品牌的重要性
 - 二、奢侈品企业实施品牌战略的意义
 - 三、奢侈品企业品牌的现状分析
 - 四、奢侈品企业的品牌战略
 - 五、奢侈品品牌战略管理的策略
 - 第二节 中国奢侈品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
 - 二、合理确立重点客户
 - 三、对重点客户的营销策略
 - 四、强化重点客户的管理
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国奢侈品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国奢侈品行业发展策略及投资建议

第一节 中国奢侈品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国奢侈品行业定价策略分析

第三节 中国奢侈品行业营销渠道策略

- 一、奢侈品行业渠道选择策略
- 二、奢侈品行业营销策略

第四节 中国奢侈品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国奢侈品行业重点投资区域分析
- 二、中国奢侈品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/319437319437.html>