

2015-2020年中国奢侈品行业前景研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国奢侈品行业前景研究与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/maoyi/E17161RT4S.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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。

2010年以来全球奢侈品行业市场规模增速保持在10%以上，2013年全球奢侈品市场规模达到2120亿欧元。当中欧洲地区依旧是全球最大的奢侈品市场，占比为35%，日本市场占比为9%，亚太地区（不含日本）市场占比为20%。据统计：2008年中国奢侈品消费总额为1410亿元人民币，2009年增长至1556亿元人民币，截至2013年年底中国奢侈品销售额达到3060亿人民币，超过日本成为全球第二大奢侈品市场。

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国奢侈品行业前景研究与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了奢侈品行业的概念以及全球奢侈品行业发展现状，接着分析了中国奢侈品行业发展环境，然后对中国奢侈品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国奢侈品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国奢侈品行业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。第一章 奢侈品行业基本情况

1.1 奢侈品的定义及特征

1.1.1 奢侈品的定义

1.1.2 奢侈品的特性

1.1.3 奢侈品的分类

1.2 奢侈品牌相关概述

1.2.1 国际主要奢侈品牌

1.2.2 奢侈品牌的特点

1.2.3 奢侈品牌的发展规律

第二章 2014年全球奢侈品行业发展现状分析

2.1 全球奢侈品市场综合分析

2.2 美国奢侈品市场发展分析

2.3 日本奢侈品市场发展分析

2.4 俄罗斯奢侈品市场发展分析

第三章2014年中国奢侈品行业发展环境分析

3.1 经济环境及其影响

3.1.1 国际经济形势

3.1.2 国内经济环境

3.2 产业政策对行业的影响

3.2.1 行业相关政策汇总

3.2.2 行业重点政策和重大事件分析

3.2.3 政策未来发展趋势

3.3 行业社会环境分析

第四章2014年中国奢侈品行业产业链分析

4.1 产业链介绍

4.1.1 奢侈品行业产业链简介

4.1.2 奢侈品行业产业链特征分析

4.2 上游产业现状分析及其对奢侈品行业的影响

4.3 下游产业分析及其对奢侈品行业的影响

第五章2014年中国中国奢侈品行业发展现状分析

5.1 中国奢侈品市场形成原因分析

5.1.1 经济社会的快速发展

5.1.2 城乡居民收入水平的提高

5.1.3 中国富裕群体不断扩大

5.1.4 信用卡提供消费便利

5.2 中国奢侈品行业发展综述

5.2.1 发展历程

5.2.2 发展现状

5.2.3 本土品牌及企业发展状况

5.2.4 各大品牌在华市场面临形势

5.2.5 外国奢侈品在华市场发展受阻原因

- 5.2.6 机遇与挑战并存
- 5.3 中国奢侈品市场发展现状
 - 5.3.1 发展新特征
 - 5.3.2 市场增速放缓
 - 5.3.3 价格调整情况
 - 5.3.4 区域发展特征
 - 5.3.5 市场转变分析
 - 5.3.6 男性奢侈品市场发展状况
- 5.4 中国奢侈品网购市场分析
 - 5.4.1 网购市场规模
 - 5.4.2 网购市场发展的动因
 - 5.4.3 网购市场消费行为分析
 - 5.4.4 市场发展现状
 - 5.4.5 外国品牌进军我国网购市场
- 5.5 中国奢侈品行业发展思考
 - 5.5.1 面临的主要问题
 - 5.5.2 制约发展的因素
 - 5.5.3 运营中存在的不足
 - 5.5.4 促进市场发展的措施
 - 5.5.5 成功拓展市场的关键战略

第六章2014年中国奢侈品行业细分领域发展分析

- 6.1 珠宝首饰类奢侈品
 - 6.1.1 中国珠宝市场发展态势
 - 6.1.2 中国珠宝首饰市场需求分析
 - 6.1.3 中国珠宝首饰对外贸易情况
 - 6.1.4 2013-2014年中国黄金首饰市场需求分析
 - 6.1.5 我国黄金首饰市场的发展特点
 - 6.1.6 我国钻石市场销售状况及未来趋势
 - 6.1.7 中国钻石进口状况
- 6.2 手表类奢侈品
 - 6.2.1 中国市场名表市场需求潜力分析

- 6.2.2 中国高端手表市场发展状况
- 6.2.3 中国高档手表进口状况
- 6.2.4 中国一线城市高档手表消费调研分析
- 6.2.5 我国高档手表区域市场发展状况
- 6.2.6 国外主要高档名表品牌介绍
- 6.3 服装类奢侈品
 - 6.3.1 中国高端服装市场潜力分析
 - 6.3.2 我国服装奢侈品市场的发展动态
 - 6.3.3 全球奢侈品大牌争夺高端童装市场
 - 6.3.4 高级定制服装市场发展状况
 - 6.3.5 我国高档女装市场发展现状
 - 6.3.6 我国高档女装市场需求状况
 - 6.3.7 中国高档女装品牌发展分析
- 6.4 酒类奢侈品
 - 6.4.1 我国高端洋酒市场迅速发展
 - 6.4.2 中国高端酒市场的发展状况
 - 6.4.3 中国高端白酒市场形势分析
 - 6.4.4 中国高端葡萄酒市场发展现状及趋势
 - 6.4.5 我国高端葡萄酒市场行情分析
 - 6.4.6 中国酒类奢侈品行业面临的机遇与挑战
- 6.5 游艇类奢侈品
 - 6.5.1 我国政策积极扶持游艇业发展
 - 6.5.2 2012-2014年我国游艇政策动态
 - 6.5.3 中国游艇行业发展状况
 - 6.5.4 中国游艇消费市场发展特征
 - 6.5.5 沿海地区游艇经济高速发展
 - 6.5.6 中国游艇业投资潜力分析
 - 6.5.7 中国游艇业发展的问题及策略
- 6.6 高端化妆品
 - 6.6.1 中国奢侈化妆品市场发展状况
 - 6.6.2 高端化妆品成市场消费潮流
 - 6.6.3 2014年高端化妆品市场行情分析

- 6.6.4 中国奢侈化妆品市场竞争激烈
- 6.6.5 高端化妆品销售渠道分析
- 6.6.6 国内市场奢侈化妆品营销策略
- 6.7 高档家具
 - 6.7.1 全球高端奢侈品家具的品牌分布
 - 6.7.2 中国奢侈品家具行业的发展潜力
 - 6.7.3 中国高端家具市场发展状况
 - 6.7.4 国外高端家具布局中国市场
 - 6.7.5 中国高端家具的消费者趋势
- 6.8 豪华汽车
 - 6.8.1 高端豪华车企踊跃投资中国市场
 - 6.8.2 中国超豪华车市场销售分析
 - 6.8.3 中国超豪华车市场的发展潜力
 - 6.8.4 主要豪华汽车品牌介绍
- 6.9 私人飞机
 - 6.9.1 中国私人飞机行业政策环境分析
 - 6.9.2 中国私人飞机市场的发展现状
 - 6.9.3 国内民企积极抢占私人飞机高地
 - 6.9.4 中国私人直升机面临的挑战及潜力

第七章2014年中国奢侈品行业重点区域发展分析

- 7.1 北京
 - 7.1.1 北京奢侈品商圈的发展状况
 - 7.1.2 北京西单银座奢侈品投资火热
 - 7.1.3 北京王府井打造全球级奢侈品商圈
 - 7.1.4 北京二手奢侈品商店兴起
 - 7.1.5 北京二手奢侈品的终端销售渠道
- 7.2 上海
 - 7.2.1 上海奢侈品市场的兴起
 - 7.2.2 上海奢侈品市场规模分析
 - 7.2.3 上海奢侈品商圈布局状况
 - 7.2.4 上海奢侈品商圈的转变分析

- 7.2.5 上海奢侈品价格水平位居亚洲第一
- 7.3 杭州
 - 7.3.1 杭州奢侈品市场的发展历程
 - 7.3.2 国际奢侈品品牌纷纷进军杭州市场
 - 7.3.3 杭州奢侈品商圈掀起扩容改造热潮
 - 7.3.4 2014年杭州奢侈品市场开始降温
 - 7.3.5 2014年杭州二手奢侈品市场分析
- 7.4 广州
 - 7.4.1 广州奢侈品商圈布局状况
 - 7.4.2 广州奢侈品消费群体分析
 - 7.4.3 广州奢侈品市场进入增长期
 - 7.4.4 广州奢侈品集合店发展态势
 - 7.4.5 2014年广州奢侈品店频频打折
- 7.5 深圳
 - 7.5.1 深圳奢侈品行业发展状况
 - 7.5.2 深圳奢侈品消费市场特点分析
 - 7.5.3 深圳奢侈品商圈加速转型步伐
- 7.6 香港
 - 7.6.1 香港奢侈品门店聚集地简介
 - 7.6.2 香港市民奢侈品消费的特点
 - 7.6.3 香港奢侈品行业居全球前列
 - 7.6.4 香港市民奢侈品消费意愿分析
 - 7.6.5 2013年香港奢侈品市场发展状况
 - 7.6.6 2014年香港奢侈品销量下降
- 7.7 其他地区
 - 7.7.1 成都市
 - 7.7.2 重庆市
 - 7.7.3 武汉市
 - 7.7.4 合肥市
 - 7.7.5 青岛市

第八章2014年奢侈品行业重点企业分析

8.1 路易威登集团 (LVMH)

8.1.1 公司简介

8.1.2 公司发展优势分析

8.1.3 2012-2014年公司经营状况

8.2 历峰集团 (RICHEMONT)

8.2.1 公司简介

8.2.2 公司发展优势分析

8.2.3 2012-2014年公司经营状况

8.3 开云集团 (原巴黎春天集团)

8.3.1 公司简介

8.3.2 公司发展优势分析

8.3.3 2012-2014年公司经营状况

8.4 斯沃琪集团 (SWATCH)

8.4.1 公司简介

8.4.2 公司发展优势分析

8.4.3 2012-2014年公司经营状况

8.5 香奈儿集团 (CHANEL)

8.5.1 公司简介

8.5.2 市场动态

8.5.3 情景营销策略

8.5.4 对社交媒体营销态度冷淡

第九章 2014年中国奢侈品行业投资分析

9.1 奢侈品行业投资价值分析

9.1.1 政策扶持力度

9.1.2 技术成熟度

9.1.3 社会综合成本

9.1.4 进入门槛

9.1.5 潜在市场空间

9.2 奢侈品行业投融资分析

9.2.1 行业固定资产投资状况

9.2.2 行业外资进入状况

- 9.2.3 行业并购重组分析
- 9.3 奢侈品行业投资机会分析
- 9.4 奢侈品行业投资风险分析
 - 9.4.1 经济环境风险
 - 9.4.2 政策环境风险
 - 9.4.3 市场环境风险
 - 9.4.4 其他风险

第十章 2015-2020年奢侈品行业发展趋势及前景

- 11.1 2015-2020年中国奢侈品行业发展趋势
 - 11.1.1 中国奢侈品未来消费主力预测
 - 11.1.2 奢侈品行业未来发展方向
 - 11.1.3 奢侈品行业或将选择“大众化路线”
 - 11.1.4 电商媒体化成奢侈品行业新趋势
 - 11.1.5 中国奢侈品市场的分化趋势
- 11.2 2015-2020年中国奢侈品行业前景展望
 - 11.2.1 中国奢侈品市场发展前景广阔
 - 11.2.2 中国奢侈品未来发展态势解析
 - 11.2.3 奢侈品网购市场发展潜力分析
 - 11.2.4 2015-2020年中国奢侈品行业预测分析

图表目录：（部分）图表：1995-2013年全球奢侈品市场规模：十亿欧元

图表：2013年全球奢侈品市场季度增长趋势：十亿欧元

图表：2012-2013年全球奢侈品市场格局：十亿欧元

图表：2012-2013年全球奢侈品消费结构

图表：世界顶级奢侈品品牌

图表：世界知名奢侈品品牌地区分布

图表：2007-2014年全球经济运行趋势

图表：2010-2013年俄罗斯奢侈品市场规模：亿欧元

图表：2010-2014年年日本水产品市场规模：十亿欧元

图表：2008-2013年中国奢侈品消费总额：亿元

图表：1995-2013年全球奢侈品市场消费量分布格局

图表：2013福布斯中国富豪榜TOP10

图表：2013年中国内地奢侈品消费支出：亿元

图表：2009-2013年中国个人可投资资产总额

图表：2009-2013年中国高净值家庭数量

图表：中国奢侈品消费者中，“境外”军团增长迅猛

图表：2010-2013年中国奢侈品消费区域分布格局

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2014年12月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2014年12月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2014年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2013年10月-2014年12月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2014年12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2014年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2014年12月居民消费价格主要数据

图表：2013年10月-2014年12月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2014年12月份规模以上工业生产主要数据

图表：中国制造业PMI指数走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/E17161RT4S.html>