

2017-2022年中国奢侈品市场深度调查与市场全景评估报告

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

《2017-2022年中国奢侈品市场深度调查与市场全景评估报告》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/G35327SPT5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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(Luxury)在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。奢侈品在经济学上讲，指的是价值/品质关系比值最高的产品。从另外一个角度上看，奢侈品又是指无形价值/有形价值关系比值最高的产品。奢侈品的消费是一种高档消费的行为，奢侈品这个词本身并无贬义。中国是全球奢侈品消费的大市场之一，2010年，中国消费者购买了107亿美元的奢侈品，占当年全球消费品市场的四分之一。

2014年奢侈品市场较2013年出现1%的下滑，市场规模降至约1,150亿元，腕表、男士服装的下跌和箱包增速放缓是引发这一趋势的主要原因。消费者的不断发展成熟、越来越多地为自己选购奢侈品且更加关注于成衣等趋势从根本上为奢侈品市场设定了新的基准。

中国奢侈品市场销售额首次突破100亿美元(不包括私人飞机、游艇与豪华车)，占据全球份额的四分之一，已经超过美国成为世界第二大奢侈品消费国。专家预计，未来3年中国奢侈品消费总额有望超过日本，成为世界第一大奢侈品消费国。奢侈品消费之所以能在近几年快速增长，中国经济的高速发展带来大量新富阶层无疑是最直接的原因。

按照全球著名管理咨询公司麦肯锡的划分标准，中国富裕家庭的标准为年收入超过25万元人民币。按此标准计，2008年，中国富裕家庭的数量为160万户。预计到2015年，这一数字将超过440万户，在绝对数量上仅次于美国、日本和英国。在未来5-7年中，中国富裕家庭的数量仍将以16%的年均增速增加。

奢侈品权威研究机构财富品质研究院2015年11月24日在上海发布的《中国奢侈品报告》显示，2015年中国消费者全球奢侈品消费将达到1168亿美元，同比增长9%，算上汇率变化，这个数字比2014年足足增加1000亿元人民币。中国人在2015年买走了全球约46%的奢侈品，奢侈品消费达到千亿美元。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国奢侈品市场深度调查与市场全景评估报告》共七章。首先介绍了奢侈品行业市场发展环境、奢侈品整体运行态势等，接着分析了奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了奢侈品市场竞争格局。随后，报告对奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对奢侈品产业有个系统的了解或者想投资奢侈品行业，本报告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 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) 《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》

(2) 《中华人民共和国进境物品完税价格表》

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 发展现状

(2) 预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 宏观经济运行情况

(2) 宏观经济走势预测

(3) 国内经济对行业的影响分析

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

(1) 居民收入水平分析

2015年我国居民收入和支出（元）

(2) 居民消费水平分析

2011-2015年中国居民消费水平情况走势

(3) 居民消费结构分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模

(1) 中国富裕阶层界定

(2) 中国富裕阶层规模

1) 麦肯锡对中国富裕阶层规模的调研

2) 福布斯对中国富裕阶层规模的调研

3) BCG对中国富裕阶层规模的调研

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

(1) 中国富裕阶层年龄特征

(2) 中国富裕阶层区域特征

(3) 中国富裕阶层消费特征

第2章：奢侈品市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品市场发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场规模分析

2.1.2 全球奢侈品消费品种分析

2.1.3 全球奢侈品市场区域分布

(1) 奢侈品消费市场分布

(2) 奢侈品销售区域分布

(3) 奢侈品增长速度对比

2.1.4 重点地区奢侈品市场分析

(1) 欧洲奢侈品市场分析

(2) 美洲奢侈品市场分析

(3) 亚太奢侈品市场分析

(4) 其他地区奢侈品市场分析

2.1.5 全球奢侈品市场发展前景

2.2 重点奢侈品品牌发展分析

2.2.1 奢侈品品牌竞争概况

2.2.2 卡地亚 (Cartier) 市场分析

(1) 卡地亚发展历程概述

(2) 卡地亚品牌市场地位

(3) 卡地亚销售规模分析

1) 历峰集团销售规模

2) Cartier品牌销售规模

(4) 卡地亚销售区域分布

(5) 卡地亚在华分店布局

(6) 卡地亚产品系列分布

1) 产品系列分布情况

2) 珠宝系列产品分布

3) 腕表系列产品分布

(7) 卡地亚专利申请情况

1) 专利申请数量

2) 专利公开数量

(8) 卡地亚市场发展战略

2.2.3 古琦 (Gucci) 市场分析

(1) 古琦发展历程概述

(2) 古琦品牌市场地位

(3) 古琦销售规模分析

1) PPR集团销售规模

2) Gucci品牌销售规模

(4) 古琦销售区域分布

(5) 古琦产品销售类别

(6) 古琦在华分店布局

(7) 古琦专利申请情况

1) 专利申请数量

2) 专利公开数量

(8) 古琦市场发展战略

2.3 中国奢侈品市场发展分析

2.3.1 中国奢侈品市场规模分析

(1) 中国奢侈品消费规模

(2) 中国奢侈品销售规模

2.3.2 中国奢侈品消费品种分析

2.3.3 中国奢侈品品牌发展分析

(1) 中国奢侈品品牌现状分析

(2) 中国奢侈品品牌缺失原因

2.3.4 国外奢侈品品牌在我国的运作

2.3.5 奢侈品品牌在中国成功的启示

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

(1) 竞争层次

(2) 区域竞争

3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析

(1) 奢侈钟表品牌现状

(2) 奢侈钟表在华表现

(3) 奢侈钟表营销策略

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

(1) 全国市场规模

(2) 不同地区规模

3.4.2 白酒行业市场竞争

(1) 竞争地位分析

(2) 竞争格局分析

(3) 竞争结构分析

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

- (1) 行业内部整合
- (2) 外部势力渗透
- (3) 品牌曲折发展
- (4) 价格出现下跌

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

- (1) 全球竞争情况
- (2) 国内竞争情况

3.5.3 葡萄酒行业奢侈品牌分析

3.5.4 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

- (1) 总体市场规模
- (2) 高档卷烟规模

3.6.2 烟草制品行业市场竞争

- (1) 区域竞争
- (2) 品牌竞争

3.6.3 烟草制品行业奢侈品牌分析

- (1) 高档卷烟市场品牌阵营
- (2) 各类高档卷烟品牌格局

3.6.4 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

- (1) 竞争层次
- (2) 企业竞争力

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：奢侈品零售模式与商业布局

4.1 奢侈品行业商业布局分析

4.1.1 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

(2) 主要城市的区域商业规划

1) 北京商业规划分析

2) 上海商业规划分析

3) 广州商业规划分析

4) 深圳商业规划分析

4.1.2 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

4.1.3 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

4.2 奢侈品行业零售模式分析

4.2.1 综合百货商场模式

4.2.2 专卖直营模式

4.2.3 专营综合店模式

4.2.4 网络营销模式

4.2.5 展会模式

4.2.6 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 奢侈品行业消费群体分析

5.1.1 全球奢侈品消费市场演变

(1) 国际品牌主导奢侈品市场

(2) 营销重心转亚太中国转移

(3) 港商可拓奢侈品市场商机

5.1.2 奢侈品主要消费群体分析

5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势

5.2 奢侈品消费群体调研分析

5.2.1 调研群体基本资料

5.2.2 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

5.2.3 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

5.2.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品主要渠道

第6章：中国奢侈品行业潜在企业分析

6.1 珠宝首饰行业奢侈品行业领先企业个案分析

6.1.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.1.2 周大福珠宝金行有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.3 周生生集团国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

6.1.4 广东潮宏基实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

6.1.5 福集团（国际）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

6.1.6 北京谢瑞麟珠宝有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.7 从化东麟钻石有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.1.8 浙江明牌珠宝股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

6.1.9 深圳东方金钰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.1.10 东莞市金龙珠宝首饰有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.2 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.2.1 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

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.2 浙江步森服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.3 利郎（中国）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) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.4 雅戈尔集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.5 大连大杨创世股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业发展战略分析

6.2.6 牧王股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.7 宁波杉杉股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.8 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(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) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.3 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.3.1 飞亚达(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.3.2 珠海罗西尼表业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.3.3 依波精品（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.3.4 天王电子（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.3.5 天津海鸥表业集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.4 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.4.1 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
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新动向

6.4.2 贵州茅台酒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

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新动向

6.4.3 泸州老窖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

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.4.4 川剑南春集团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) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.5 川金六福酒业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) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.6 山西杏花村汾酒厂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

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.4.7 安徽古井贡酒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

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.8 湖北稻花香酒业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) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.4.9 江苏洋河酒厂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

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.4.10 川郎酒集团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) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.5 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.5.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向

6.5.2 王朝酒业集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向

6.5.3 通化葡萄酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营优劣势分析

(10) 企业最新发展动向

6.5.4 中信国安葡萄酒业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营优劣势分析

(10) 企业最新发展动向

6.5.5 中国长城葡萄酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

6.5.6 中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.6 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.6.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.2 上海烟草集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.6.3 红云红河烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.4 红塔烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.6.5 河南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.6 江西中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.7 山东中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.8 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.9 江苏中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.10 川渝中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 公司最新发展动向

6.7 箱包行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.7.1 祥兴（福建）箱包集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.7.2 金猴集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.3 中山皇冠皮件有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.4 达派(中国)箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.7.5 广州市斐高箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8 皮草行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (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) 盈利能力分析

3) 运营能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新发展动向

6.8.2 桐乡市银杉皮草有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.8.3 浙江中辉皮草有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.8.4 北京圣龙利泰毛皮制品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.8.5 北京元隆皮草皮革有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

第7章：中国奢侈品行业投资前景分析（ZY GXH）

7.1 中国奢侈品行业投资特性分析

7.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析

7.1.2 奢侈品行业盈利模式分析

7.1.3 奢侈品行业盈利因素分析

7.2 中国奢侈品行业发展前景预测

7.2.1 奢侈品行业发展趋势分析

7.2.2 奢侈品行业发展前景预测

7.3 中国奢侈品行业投资建议

7.3.1 奢侈品行业投资风险分析

7.3.2 奢侈品行业投资建议（ZY GXH）

图表目录：

图表1：奢侈品行业产品分类

图表2：《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》相关内容

图表3：《中华人民共和国进境物品完税价格表》相关内容

图表4：2016年发达经济体增长情况（单位：%）

图表5：2016年主要新兴经济体增长情况（单位：%）

图表6：2016年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表7：2005-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表8：2016年中国经济预测（单位：%）

图表9：2008-2016年奢侈品与经济增速关联走势图（单位：%）

图表10：2006-2016年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表11：2004-2016年中国城乡居民消费支出增长（单位：元）

图表12：不同机构对中国富裕阶层界定

图表13：2008-2016年中国富裕阶层规模（麦肯锡）（单位：万户）

图表14：2010-2016年中国富裕阶层规模（福布斯）（单位：万人，百万元）

图表15：2010-2016年中个人可投资资产总额（福布斯）（单位：万亿元）

图表16：2010-2016年中国富裕阶层规模（BCG）（单位：亿人，亿美元）

图表17：中国富裕阶层年龄分布特征

图表18：2016年我国主要地区人均GDP情况（单位：元，美元）

图表19：中国富裕阶层消费特征

图表20：2008-2016年全球奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表21：全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）

图表22：全球奢侈品行业市场格局分析（单位：%）

图表23：全球奢侈品消费比例（单位：%）

图表24：全球奢侈品销售额区域分布（单位：%）

图表25：2016年全球奢侈品消费增长速度对比（单位：%）

图表26：2008-2016年欧洲奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表27：欧洲奢侈品市场分析

图表28：2008-2016年美洲奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表29：美洲奢侈品市场分析

图表30：2008-2016年亚太奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/G35327SPT5.html>