

# 2021-2027年中国奢侈品市场 发展态势与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国奢侈品市场发展态势与市场供需预测报告》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/fuzhuang/S57750FRHI.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国奢侈品市场发展态势与市场供需预测报告》共八章。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：

### 第一章 中国奢侈品所属行业市场规模及热点现状分析

#### 1.1 市场运行

##### 1.1.1 市场销售规模

##### 1.1.2 市场运行态势

##### 1.1.3 市场变化趋势

#### 1.2 市场特征

##### 1.2.1 品牌扩张特征

##### 1.2.2 消费群体特征

##### 1.2.3 销售渠道特征

##### 1.2.4 价格分化特征

#### 1.3 网购市场

##### 1.3.1 市场动因分析

##### 1.3.2 网购市场表现

#### 1.4 主要问题

##### 1.4.1 市场消费方面

- 1.4.2 市场规范方面
- 1.4.3 推广及渠道方面
- 1.4.4 本土品牌的困境

## 第二章 奢侈品在华市场的竞争力分析

- 2.1 宏观环境分析（PEST）
  - 2.1.1 政治环境分析
  - 2.1.2 经济环境分析
  - 2.1.3 社会环境分析
  - 2.1.4 技术环境分析
- 2.2 主要竞争因素分析（波特的五力模型）
  - 2.2.1 现有竞争者的竞争
  - 2.2.2 新进入者的威胁
  - 2.2.3 替代品的威胁
  - 2.2.4 顾客的议价能力
  - 2.2.5 供应商的议价能力

## 第三章 中国奢侈品所属行业市场消费行为分析

- 3.1 普遍消费动机
  - 3.1.1 炫耀心理
  - 3.1.2 盲目从众
  - 3.1.3 展示个性
- 3.2 主要消费特征
  - 3.2.1 消费地点
  - 3.2.2 消费品类
  - 3.2.3 消费意向
  - 3.2.4 消费心理
- 3.3 消费新趋向
  - 3.3.1 关注数字媒体
  - 3.3.2 二三线城市市场
  - 3.3.3 本土高端品牌崛起
  - 3.3.4 消费者逐渐理性

## 第四章 奢侈品所属行业营销模式分析及案例研究

### 4.1 营销模式分析

#### 4.1.1 影视营销

#### 4.1.2 活动营销

#### 4.1.3 社交营销

#### 4.1.4 明星营销

#### 4.1.5 饥饿营销

### 4.2 网络营销分析

#### 4.2.1 网络营销的优势

#### 4.2.2 网络营销的问题

#### 4.2.3 网络营销构建策略

### 4.3 营销策略分析

#### 4.3.1 针对不同奢侈品

#### 4.3.2 针对不同消费群

#### 4.3.3 品牌价值的打造

#### 4.3.4 市场的整合营销

### 4.4 营销案例分析

#### 4.4.1 路易威登

#### 4.4.2 卡地亚

#### 4.4.3 爱马仕

#### 4.4.4 迪奥

#### 4.4.5 劳斯莱斯

#### 4.4.6 蒂芙尼

#### 4.4.7 浪琴

#### 4.4.8 普拉达

## 第五章 中国奢侈品所属行业市场的投资热点分析

### 5.1 珠宝首饰

#### 5.1.1 市场现状分析

#### 5.1.2 投资机会分析

#### 5.1.3 投资潜力分析

## 5.2 高档葡萄酒

### 5.2.1 市场现状分析

### 5.2.2 投资机会分析

### 5.2.3 投资潜力分析

## 5.3 高档手表

### 5.3.1 市场现状分析

### 5.3.2 投资机会分析

### 5.3.3 投资潜力分析

## 5.4 豪华车

### 5.4.1 市场现状分析

### 5.4.2 投资机会分析

### 5.4.3 投资潜力分析

## 5.5 其他热点

### 5.5.1 高端白酒市场

### 5.5.2 高档女装市场

### 5.5.3 高端家私市场

## 第六章 奢侈品区域市场的投资机会分析

### 6.1 主力消费城市分析

#### 6.1.1 北京奢侈品市场

#### 6.1.2 上海奢侈品市场

#### 6.1.3 广州奢侈品市场

#### 6.1.4 深圳奢侈品市场

### 6.2 二三线城市的机会

#### 6.2.1 市场发展机遇

#### 6.2.2 品牌扩张趋势

#### 6.2.3 市场拓展空间

#### 6.2.4 二手奢侈品的契机

### 6.3 部分二三线城市市场分析

#### 6.3.1 杭州奢侈品市场

#### 6.3.2 武汉奢侈品市场

#### 6.3.3 青岛奢侈品市场

6.3.4 成都奢侈品市场

6.3.5 重庆奢侈品市场

## 第七章 奢侈品行业的投资风险及建议

7.1 投资风险

7.1.1 政策风险分析

7.1.2 市场风险分析

7.1.3 价值风险分析

7.2 投资建议

7.2.1 生命周期战略

7.2.2 产地及材质建议

7.2.3 产品定价策略

7.2.4 新产品开发战略

## 第八章 中国奢侈品市场前景的预测

8.1 未来前景展望

8.1.1 中国奢侈品市场的前景

8.1.2 奢侈品市场发展的动力

8.1.3 2021-2027年市场规模预测

8.2 行业趋势预测

8.2.1 消费群体趋势

8.2.2 市场发展趋势

8.2.3 营销方式趋势

部分图表目录：

图表 2015-2019年中国奢侈品消费额

图表 消费者购买奢侈品最多的地区

图表 消费者购买奢侈品的主要原因

图表 消费者用于购买奢侈产品和服务的支出占家庭收入的比例

图表 未来一年消费者用于购买奢侈产品和服务的支出比上年增减计划

图表 消费者选择奢侈品品牌时最关注的因素

图表 消费者认为中国本土品牌与国外高端品牌的主要差距

图表 超豪华车主要品牌扩张计划

图表 高档白酒主要消费渠道

图表 广州奢侈品消费群体分布情况

图表 广州奢侈品消费群体主要购买商品的种类

图表 2021-2027年中国奢侈品行业消费规模预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/S57750FRHI.html>