

2015-2020年中国奢侈品行业深度研究与市场竞争态势报告

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年中国奢侈品行业深度研究与市场竞争态势报告》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/touzi/Z22719BSK2.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”。 “奢侈品”主要包括高档服装、珠宝首饰、豪华游艇、私人飞机等。受经济危机的影响，全球奢侈品消费出现一定幅度的下滑。中国场所蕴含的巨大市场潜力，强烈吸引着奢侈品巨头的眼球，众多顶级奢侈品品牌加速扩张步伐。由于人民币升值，增加了中国消费者在国际市场的购买力，目前中国人境外消费奢侈品已经是全球第一。中国人强劲的消费能力使众多国际奢侈品牌对中国市场信心倍增，纷纷加快开辟新店，拓展二三线城市市场，抢占市场份额。

我国奢侈品准消费人群在不断递增，但现代意义上的奢侈品行业在国内还处于起步阶段，要想让我国奢侈品产业发展步伐与奢侈品消费市场的发展步伐相匹配、甚至引领中国奢侈品消费市场的发展，需要政府和全社会的共同推动，更需要行业和企业共同努力。

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国奢侈品行业深度研究与市场竞争态势报告》共十五章。首先介绍了奢侈品行业的概念，接着分析了全球奢侈品行业发展概况以及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。

报告目录 第一章 奢侈品相关概述第一节 奢侈品的概念一、奢侈品定义二、奢侈品的特性三、奢侈品的分类第一节 奢侈品牌简介一、世界主要奢侈品牌二、奢侈品牌的特点三、奢侈品牌的发展规律 第二章 全球奢侈品行业总体概况第一节 2013-2014年全球奢侈品市场发展概况一、世界奢侈品行业发展史二、世界奢侈品行业基本特征三、奢侈品巨头争相发力新兴市场四、经济走势对奢侈品市场发展的影响分析第二节 美国一、美国奢侈品牌积极促销应对市场低迷二、美国奢侈品消费市场发展动态三、美国奢侈品高级专卖店的发展策略四、美国奢侈品税收制度简述第三节 俄罗斯一、俄罗斯奢侈品市场细分加速二、俄罗斯奢侈品消费增长迅猛三、俄罗斯奢侈品市场发展概况四、国际奢侈品企业青睐俄罗斯市场第四节 日本一、日本奢侈品消费市场逐渐成熟二、经济衰退使日本奢侈品消费渐趋理性三、2013年大地震冲击日本奢侈品市场第五节 其他一、英国奢侈品市场逐步走向复苏二、奢侈品牌在韩国市场的发展态势三、土耳其奢侈品市场实现快速扩张四、印度奢侈品消费持续增长势头五、巴西成为奢

侈品行业新的增长点 第三章 中国奢侈品市场发展分析第一节 2013-2014年中国奢侈品行业发展概况一、我国奢侈品行业发展回顾二、中国奢侈品市场容量简析三、我国奢侈品市场发展迅猛四、中国奢侈品市场发展的有利因素五、我国奢侈品行业机遇与挑战并存第二节 中国奢侈品市场的形成原因一、改革开放推动我国经济社会大发展二、城乡居民收入水平得到大幅提升三、中国富裕群体不断发展壮大四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起第三节 2013-2014年中国奢侈品市场发展现状一、中国奢侈品消费持续扩张二、中国奢侈品市场发展态势三、中国奢侈品贸易组织成立四、中国奢侈品消费外移情况明显五、国内奢侈品市场发展新特征六、我国奢侈品市场日益成熟第四节 2013-2014年中国奢侈品行业存在的问题及不足一、我国奢侈品市场面临的主要问题二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素三、国内奢侈品运营中存在的不足四、中国缺乏本土奢侈品品牌第五节 中国奢侈品市场发展对策及建议一、促进中国奢侈品市场发展的措施二、发展我国奢侈品行业的制胜策略三、奢侈品行业应对市场低迷的对策四、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略五、中国企业开创本土奢侈品牌的建议 第四章 中国手表类奢侈品市场分析第一节 2013-2014年中国高档手表行业发展概况一、中国手表市场总体发展状况二、瑞士中高档腕表在中国市场销售升温三、高档手表品牌积极开拓中国市场四、国产手表与国外品牌竞争加剧五、国产手表制造商亟需提升品牌意识第二节 2013-2014年部分区域市场分析一、上海高档名表售后服务市场商机渐显二、深圳高档手表品牌积极应对金融危机三、长沙奢华名表消费市场升温四、杭州高档名表市场需求旺盛第三节 国外主要高档名表品牌介绍一、劳力士 (ROLEX) 二、百达翡丽(Patek Philippe)三、江诗丹顿 (vacheron-constantin) 四、爱彼 (Audemars Piguet) 五、欧米茄 (Omega) 第五章 中国服装类奢侈品市场发展分析第一节 2013-2014年中国高级时装市场发展概况一、国内高级时装市场潜力巨大二、国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧三、中国高级男装市场持续快速发展四、高档服装渠道下移将成趋势第二节 高级女装一、高级女装已成为一种奢侈消费品二、国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额三、高级女装品牌经营管理准则第三节 主要高级时装品牌介绍一、唐纳•卡兰 (donna karan) 二、范思哲 (Versace) 三、瓦伦蒂诺 (valentino) 四、普拉达 (Prada) 五、乔治•阿玛尼(Giorgio Armani) 第六章 中国珠宝首饰类奢侈品市场概况第一节 2013-2014年中国珠宝首饰业发展概况一、我国珠宝首饰业发展回顾二、我国珠宝产业取得长足发展三、中国珠宝消费市场发展潜力简析四、2013年我国珠宝首饰市场发展状况五、2013年我国珠宝首饰市场发展态势六、国内男士珠宝市场亟待开发七、我国珠宝消费趋向细分化第二节 珠宝市场各环节发展分析一、珠宝消费者市场二、珠宝中间商市场三、珠宝生产者市场四、珠宝服务市场第三节 黄金首饰一、中国黄金首饰行业的发展阶段二、中国成为世界第二大黄金首饰消费国三、高金价难挡黄金首饰消费热情四、我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展五、国内黄金饰品价格走势分析第四节 钻石首饰一、中国钻石

消费需求持续增长二、我国钻石交易发展迅猛三、我国钻石饰品向多元化方向发展四、中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

第五节 主要珠宝首饰品牌介绍一、卡地亚 (Cartier) 二、蒂芙尼(Tiffany)三、宝诗龙 (Boucheron) 四、戴比尔斯 (De Beers) 五、施华洛世奇 (Swarovski)

第七章 中国酒类奢侈品市场概况第一节 2013-2014年中国高档名酒市场发展概况一、我国高端酒市场发展状况二、国内高端名酒市场格局面临调整三、我国酒类奢侈品行业迎来发展机遇四、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战五、国内高档礼品酒消费趋向理性化六、我国高端酒营销存在的问题及对策

第二节 2013-2014年国内高档白酒市场分析一、中国高档白酒消费快速增长二、我国高档白酒市场进入平稳增长期三、中国高端白酒市场的基本格局四、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮

第三节 2013-2014年国内高档葡萄酒市场分析一、我国高档葡萄酒需求持续增长二、我国本土葡萄酒企业发力高端市场三、我国高端葡萄酒市场格局分析四、高档葡萄酒的市场运作思路

第四节 主要高档名酒品牌介绍一、人头马(REMY MARTIN)二、马爹利 (Martell) 三、轩尼诗 (Hennessy) 四、绝对伏特加 (Absolut Vodka) 五、芝华士 (chivas)

第八章 中国游艇类奢侈品市场分析第一节 2013-2014年中国游艇行业面临的政策环境一、我国《游艇建造规范》出台二、我国《游艇安全管理规定》正式实施三、《游艇安全管理规定》解读四、我国大力推动游艇行业规范发展五、促进我国游艇产业升级的政策建议

第二节 2013-2014年中国豪华游艇行业发展概况一、亚洲成世界游艇市场发展新重心二、2013年中国游艇业发展综述三、2013年中国游艇业发展动态四、国内游艇市场的竞争格局五、中国游艇市场发展空间广阔

第三节 2013-2014年部分区域游艇市场分析一、“奥帆效应”助推青岛游艇业发展壮大二、福建厦门游艇产业链逐渐成型三、广东珠海游艇行业发展前景乐观四、深圳出台政策加快邮轮游艇业发展五、海南游艇业发展再获政策支持

第四节 主要豪华游艇品牌介绍一、丽娃 (Riva) 二、圣汐 (Sunseeker) 三、博纳多 (Beneteau) 四、拜泰姆 (Bertram) 五、公主 (Princess)

第九章 其他奢侈品细分市场发展分析第一节 豪华汽车一、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场二、我国豪华汽车销售状况简析三、国内豪华汽车价格走势四、国外豪华车品牌拓展中国租赁市场五、顶级名车在中国市场的营销策略六、主要豪华汽车品牌介绍

第二节 私人飞机一、私人飞机渐成国内富豪奢侈品消费新动向二、我国私人飞机审批权管制逐渐宽松三、中国深化低空空域管理改革四、我国私人飞机市场发展面临的挑战五、2020年我国私人飞机拥有量可达2000架

第三节 高端化妆品一、中国奢侈化妆品市场发展综述二、国内日化企业进军化妆品高端市场三、2013年高档化妆品市场再现涨价潮四、中国高档化妆品消费特征分析五、我国高级香水消费市场逐步壮大六、国内市场奢侈化妆品营销策略七、高端化妆品市场主要品牌介绍

第四节 高档家具一、奢侈品牌家具市场发展潜力巨大二、中国高端家具市场发展概况三、国际一线家具品牌看好中国高端市场四、欧洲高端家具制造业发力中国市场五、高端家具消费趋向年轻化

第十章 中国奢侈品市

场区域发展现状第一节 香港一、香港市民奢侈品消费热情较高二、内地游客支撑香港奢侈品市场繁荣三、欧美奢侈品牌加速港股上市第二节 北京一、北京奢侈品行业发展简况二、北京奢侈品市场逐步壮大三、北京奢侈品商圈的发展格局四、北京西单银座奢侈品商业投资升温五、北京市场出现二手奢侈品商店第三节 上海一、上海奢侈品商圈发展历程二、国际奢侈品牌加大力度拓展上海市场三、上海成为内地奢侈品消费首选市场四、奢侈品巨头加速在上海市场扩张第四节 广州一、广州奢侈品消费持续增长二、广州奢侈品消费群体特征三、广州奢侈品消费市场存在的问题四、广州奢侈品消费新商圈有望崛起第五节 杭州一、杭州奢侈品消费能力渐强二、杭州积极打造奢侈品新商圈三、国际奢侈品牌深耕杭州市场第六节 深圳一、深圳奢侈品行业发展概况二、深圳奢侈品消费市场基本特征三、国际顶级奢侈品牌看好深圳市场四、深圳奢侈品商圈加速转型步伐 第十一章 2013-2014年奢侈品行业营销分析第一节 奢侈品营销策略一、不同类型奢侈品的营销策略二、基于消费者的奢侈品营销策略三、我国奢侈品消费的营销手段四、奢侈品牌在中国的营销渠道改进思路五、改进中国奢侈品营销的对策建议第二节 奢侈品的网络营销一、国内奢侈品网购渠道升温二、网购奢侈品消费群体分析三、影响网购奢侈品的因素四、奢侈品网络营销的可行性和必然性五、奢侈品网络营销的策略措施第三节 国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示一、国际奢侈品牌在中国的目标市场二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略三、对中国本土奢侈品牌营销的启示第四节 奢侈品市场营销案例借鉴一、路易威登以尊贵提升品牌价值二、卡地亚顺利开拓中国市场三、茅台进入奢侈品牌时代四、“上海滩”打造本土奢侈品牌 第十二章 中国奢侈品行业消费市场分析第一节 中国奢侈品消费综述一、我国奢侈品消费的发展现状二、我国奢侈品消费快速增长的原因三、中国奢侈品消费的特点四、中国奢侈品的的主要消费者五、中国奢侈品消费的发展趋势第二节 中国奢侈品消费行为主要特征一、炫耀性消费二、盲目性消费三、个性消费第三节 中国奢侈品消费群体特征一、人口特征二、心理特征三、购买行为特征第四节 奢侈品主要消费渠道介绍一、品牌专卖店二、名品折扣店三、他人代购四、国外网购五、出境游购物第五节 新奢侈品消费浅析一、新奢侈品概念二、新奢侈品的消费动机三、新奢侈品的消费模式 第十三章 全球主要奢侈品企业运营状况第一节 巴黎春天集团（PPR）一、公司简介二、2014年PPR经营状况三、2013年PPR经营状况四、2013年PPR经营状况五、Gucci成巴黎春天集团旗下核心品牌第二节 路易威登集团（LVMH）一、公司简介二、2014年LVMH集团经营状况三、2013年LVMH集团经营状况四、2013年LVMH集团经营状况五、路易威登集团积极拓展中国奢侈品市场第三节 斯沃琪集团（SWATCH）一、公司简介二、2014年斯沃琪经营状况三、2013年斯沃琪经营状况四、2013年斯沃琪集团经营状况第四节 香奈儿集团（CHANEL）一、公司简介二、香奈儿集团在上海精心打造精品店三、香奈儿的情景营销策略第五节 历峰集团（RICHEMONT）一、公司简介二、2011财年历峰经营状况三、2012财年

历峰集团经营状况四、历峰集团手表业务的发展策略 第十四章 中国奢侈品行业投资状况第一节 投资机遇一、中国奢侈品消费市场逆势扩张二、经济低迷难抑中国奢侈品消费热情三、中国奢侈品市场投资潜力巨大四、2013年中国发行首只顶级消费品基金第二节 投资热点一、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场二、国内奢侈品市场个人投资型消费兴起三、奢侈品巨头加大中国二三线城市投资力度四、长三角地区奢侈品市场投资趋热五、奢侈品二手市场受中产阶层欢迎六、干邑收藏蕴含投资商机第三节 投资风险及策略一、政策风险二、市场风险三、投资策略 第十五章 中国奢侈品行业发展趋势及前景研究第一节 中国奢侈品行业未来发展趋势一、新富群体将成中国奢侈品消费主力二、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”四、网络销售成奢侈品市场新走向第二节 2015-2020年中国奢侈品行业前景展望一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大二、中国奢侈品市场前景乐观三、我国将成为世界最大奢侈品消费市场四、2015-2020年中国奢侈品行业预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/touzi/Z22719BSK2.html>