

2023-2029年中国奢侈品消费 市场评估与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国奢侈品消费市场评估与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202303/344739.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国奢侈品消费市场评估与发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了奢侈品消费行业市场发展环境、奢侈品消费整体运行态势等，接着分析了奢侈品消费行业市场运行的现状，然后介绍了奢侈品消费市场竞争格局。随后，报告对奢侈品消费做了重点企业经营状况分析，最后分析了奢侈品消费行业发展趋势与投资预测。您若想对奢侈品消费产业有个系统的了解或者想投资奢侈品消费行业，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 奢侈品消费相关概述第一节 奢侈品消费的概念一、奢侈品消费定义二、奢侈品消费的特性三、奢侈品消费的分类第二节 奢侈品消费品牌简介一、世界主要奢侈品消费品牌二、奢侈品牌的特点 第二章 国际奢侈品消费所属行业总体分析第一节 全球奢侈品消费市场发展概况一、世界奢侈品消费行业发展史二、奢侈品消费向全球大众市场的转变三、全球奢侈品消费市场预计将实现4%增长四、2020年美妆产品是增长最快的品类五、2020年全球奢侈品消费渠道分析1、电商2、折扣市场第二节 美国一、美国占全球奢侈品消费市场的31%二、美国奢侈品消费牌转向中国以减少损失三、美国奢侈品消费高级专卖店的发展策略四、美国奢侈品消费税收制度简述第三节 日本一、日本奢侈品消费市场逐渐萎缩二、经济衰退使日本奢侈品消费疲软三、日本消费意识骤变 奢侈品消费市场急挫 第三章 中国奢侈品消费所属行业市场发展分析第一节 中国奢侈品消费市场的形成原因一、我国城乡居民收入水平得到大幅提升二、中国富裕群体不断发展壮大三、信用卡消费助力国内奢侈品消费市场崛起四、中国消费者贡献比例首度下滑第二节 中国奢侈品消费行业发展概况一、我国奢侈品消费行业发展回顾二、中国奢侈品消费市场容量简析三、中国奢侈品消费行业发展环境四、促使中国奢侈品消费市场发展的有利因素第三节 中国奢侈品消费市场发展现状一、奢侈品消费掀起“关店潮”，对新店扩张持更谨慎的态度二、各品类中国内地市场前五大品牌三、国内奢侈品消费市场新特征四、2018-2022年内地奢侈品消费市场分析五、进口奢侈品消费纳入“降税商品范围”前景可期第四节 中国奢侈品消费行业存在的问题及不足一、我国奢侈品消费市场面临的主要问题二、制约中国奢侈品消费市场发展的障碍因素三、国内奢侈品消费运营中存在的不足四、中国缺乏本土奢侈品消费品牌第五节 中国奢侈品消费市场发展对策及建议一、促进中国奢侈品消费市场发展的策略二、奢侈品消费市场消费发展对策三、成功拓展中国奢侈品消费市场的关键战略（一）奢侈品消费的产品策略（二）奢侈品消费的定价策略（三）奢侈品消费的渠道策略（四）奢侈品消费

的促销策略四、中国企业开创本土奢侈品消费品牌的方向 第四章 中国珠宝首饰类奢侈品行业消费市场分析第一节 中国珠宝首饰业发展概况一、我国珠宝首饰业发展回顾二、2020年金银珠宝零售额增长分析三、2020年金银珠宝零售额增长分析四、中国珠宝首饰出口状况五、我国珠宝消费趋向细分化第二节 珠宝市场发展简析一、婚庆与自我佩戴的个性化珠宝首饰的需求占比将逐步提升二、品牌、渠道与设计将成为各家竞争的核心三、销售渠道线上线下结合势在必行四、国内珠宝企业触网模式第三节 黄金首饰一、中国黄金首饰行业的发展阶段二、2020年黄金首饰回暖 成最大消费市场三、2020年黄金首饰用金量同比下降20.04%四、2020年黄金首饰消费变化分析第四节 钻石首饰一、钻石消费支撑消费性内需增长、投资需求占51%二、2020年我国钻石市场销售情况三、中国钻石消费市场还有很大的开拓空间四、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） 第五章 中国手表类奢侈品行业消费市场分析第一节 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、内地手表消费者调查三、中国内地手表进口情况四、国产手表与国外品牌竞争加剧五、中国手表市场销售渠道第二节 手表进口及贸易法规第三节 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、伯爵（Piaget） 第六章 中国服装类奢侈品消费市场分析第一节 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、国内高级时装品牌应文化优先三、中国服装品牌试水奢侈品消费市场四、中国高级男装市场持续快速发展五、中国的高级成衣定制机会第二节 高级女装一、消费升级带动高档女装的消费需求二、国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额三、人口结构变化和受教育水平提高有助提升高档女装消费需求第三节 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、乔治·阿玛尼（Giorgio Armani） 第七章 中国酒类奢侈品消费市场分析第一节 中国高档名酒市场发展概况一、我国高端酒市场发展现状二、中国酒类奢侈品消费市场发展面临的挑战三、国内高档礼品酒消费趋向理性化四、我国高端酒营销存在的问题及对策第二节 国内高档白酒市场分析一、高档白酒的消费受到巨大的影响二、高端白酒量价双杀三、中国高端白酒市场的基本格局四、大众消费碎片化，白酒销售更加市场化五、白酒市场趋势第三节 国内高档葡萄酒市场分析一、高档红酒销量下滑 百元以下国产红酒成主流二、我国高档红酒市场进一步扩张三、进口葡萄酒大举竞争中低端市场四、本土葡萄酒生产商积极拓展高端市场五、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 中国游艇类奢侈品消费市场分析第一节 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、《海南省促进邮轮游艇产业加快发展政策措施》第二节 中国豪华游艇行业发展概况一、世界游艇市场重心开始东移二、中国游艇市场发展势头良好三、中国游艇市场持续快速发展四、中国游艇市场分析五、中国游艇行业发展分析第三节 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、2018-2022年广东珠海游艇行业发展分析四、深圳出台政策加快邮轮游艇业发展五、海南三亚积极推动游艇业发展第四节 主要豪华游艇品牌介绍一、丽娃（Riva）二、圣汐（Sunseeker）三、博纳多（Beneteau）第九章 其他奢侈品消费细分市场发展分析第一节 高端化妆品一、中国高端化妆品市场分析二、国内日化企业进军化妆品高端市场三、我国高端化妆品消费新潮流四、中国高档化妆品消费特征分析五、高端化妆品消费税率减半第二节 高档家具一、中国高端家具市场潜力巨大二、中国高端家具市场发展现状1、轻奢华2、情感表达3、自然万物依然是灵感之源4、大爱艺术笔法5、智能化家居将大受欢迎6、半定制打造个性空间7、时尚化领舞8、环保获得空前重视9、品牌化浪潮汹涌三、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、中国高端家具品牌竞争分析六、高端家具消费趋向年轻化第三节 豪华汽车一、2020年部分国外超豪华汽车中国市场销量下滑二、中国成为多家豪华车品牌最大单一市场三、2020年豪华汽车品牌市场第四节 私人飞机一、我国私人飞机市场二、我国私人飞机审批权管制逐渐宽松三、中国民航局积极推动私人飞机市场四、2023-2029年我国私人飞机拥有量预测第十章 中国奢侈品消费市场区域发展分析第一节 上海一、上海2040年城市规划：各大商圈全面升级转型二、上海两大商圈改变奢侈品消费布局二、上海仍是亚洲奢侈品消费标价最贵城市三、上海成为内地奢侈品消费首选市场四、陆家嘴进入上海市前三甲的超级商圈五、上海最新14个市级商业中心第二节 北京一、北京奢侈品消费市场分析二、北京奢侈品消费商圈的发展格局三、国际轻奢品牌依然看好北京四、2020中国奢侈品消费网络消费白皮书发布：北京排名第一第三节 广州一、广州奢侈品消费分析二、广州奢侈品消费聚集地一路向“东”三、广州奢侈品消费市场分析四、广州太古汇奢侈品消费商场销售逆势增长第四节 深圳一、深圳奢侈品消费行业发展概况二、深圳奢侈品消费市场发展分析三、反腐影响深圳奢侈品消费市场四、“十三五”福田做强三大主力商圈第五节 杭州一、杭州奢侈品消费能力渐强二、杭州刮起国际奢侈品消费旋风三、杭州奢侈品消费租赁悄然兴起四、杭州或将成为国内“第三奢侈品消费帝国”第十一章 中国奢侈品消费行业消费分析第一节 中国奢侈品消费综述一、中国奢侈品消费市场分析二、中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、中国奢侈品消费走向理性五、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 奢侈品消费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、新奢侈品消费概念二、新奢侈品消费的消费动机三、新奢侈品消费的消费模式

第十二章 奢侈品消费行业营销分析

第一节 奢侈品消费营销策略

一、奢侈品消费的营销策略分析二、基于消费者的奢侈品消费营销策略三、我国奢侈品消费的营销手段四、奢侈品消费牌的终端营销策略五、改进中国奢侈品消费营销的对策建议

第二节 国际奢侈品消费牌在中国市场的营销策略及启示

一、国际奢侈品消费牌在中国的目标市场二、国际奢侈品消费牌在中国市场的营销策略（一）产品（二）价格（三）分销渠道（四）促销三、对中国本土奢侈品消费牌营销的启示

第三节 奢侈品消费市场营销案例借鉴

一、路易威登的品牌价值二、卡地亚顺利开拓中国市场三、“上海滩”打造本土奢侈品消费牌

第十三章 世界主要奢侈品消费企业运营状况分析

第一节 路易威登集团（LVMH）

一、路易威登简介二、路易威登集团经营状况分析

第二节 历峰集团（Richemont）

一、公司简介二、历峰集团经营状况分析

第三节 开云集团（PPR）

一、公司简介二、PPR集团经营状况分析

第四节 斯沃琪集团（Swatch）

一、公司简介二、SWATCH集团经营状况分析

第十四章 2023-2029年中国奢侈品消费行业发展趋势及前景

第一节 2023-2029年中国奢侈品消费行业发展趋势

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消费行业发展方向三、奢侈品消费行业或将选择“大众化路线”四、网络购物奢侈品消费市场新走向

第二节 2023-2029年中国奢侈品消费行业前景展望

一、2023-2029年中国奢侈品消费市场规模预测二、2023-2029年中国奢侈品消费市场前景乐观三、中国奢侈品消费市场预测

第十五章 2023-2029年中国奢侈品消费行业投资分析

第一节 2023-2029年行业投资机遇

一、奢侈品消费者对价格敏感度提升二、消费升级起风，高端体验型消费更受欢迎三、“休闲风”引领轻奢时尚风潮分析四、奢侈品消费数字化势不可挡五、中国奢侈品消费投资前景分析

第二节 2023-2029年行业投资热点

一、适合投资保值的奢侈品消费二、铺电商、大甩卖，奢侈品消费也随主流三、奢侈品消费个人主义的高需求四、奢侈品消费二手市场受中产阶级欢迎

第三节 2023-2029年行业投资风险及策略

一、奢侈品消费投资策略二、政策因素影响三、市场因素影响

图表目录：图表1：2018-2022年去哪国居民人均可支配收入增长统计图表2：中国个人可投资资产总额图表3：中国高净值家庭数量图表4：各国高净值家庭数量变化图表5：2020年末中国高净值人群地域分布图表6：2020年末五省市高净值人士及其所拥有的可投资资产占全国比重图表7：2018-2022年中国高净值人群增速区域比较图表8：2018-2022年我国GDP增速图表9：2018-2022年我国分产业GDP增长率走势图图表10：2018-2022年我国工业增加值走势分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/344739.html>