

2020-2025年中国奢侈品行业发展前景预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国奢侈品行业发展前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/business/638656.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

受2020年中国疫情影响，2020年第一季度全球个人奢侈品市场销售额下降25%。3月后中国疫情得到控制，全球疫情开始爆发，2020年第二季度全球奢侈品市场加速萎缩，预计全年市场规模缩减20%至35%。

2012-2020年全球奢侈品行业市场规模走势图

在疫情波及的奢侈巨头中，奢侈品巨头LVMH备受关注，2020年上半年LVMH销售额下降至183.93亿欧元，降幅达到28%，净利润仅为5.22亿欧元，同比暴跌84%。同时英国奢侈品集团Burberry 2020/21Q1收入2.57亿英镑，可比门店销售额下跌45%，瑞士奢侈品公司历峰集团销售总额为19.93亿欧元，同比下降47%。

对其它行业来说，受到疫情影响，都是降价冲销量，但就在疫情对全球奢侈品打击十分严重的情况下，LV、Chanel奢侈品牌们在经济下行时依旧逆势涨价。

全球奢侈品主要品牌提价

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：

第一部分 奢侈品行业发展环境

第一章 奢侈品行业发展环境分析

第一节 奢侈品行业相关概述

一、奢侈品行业定义界定

二、奢侈品行业分类情况

第二节 奢侈品产品特征分析

一、奢侈品的品质性分析

二、奢侈品的稀缺性分析

三、奢侈品的高价格分析

四、奢侈品的文化性分析

五、奢侈品的地域性分析

六、奢侈品的炫耀性分析

七、奢侈品非必需品特征

第三节 奢侈品产业SCP范式分析

一、奢侈品产业市场结构分析

二、奢侈品产业市场行为分析

三、奢侈品产业市场绩效分析

第四节 奢侈品行业发展环境分析

一、奢侈品行业政策环境分析

二、奢侈品行业经济环境分析

三、奢侈品行业消费环境分析

四、奢侈品行业技术环境分析

第二部分 奢侈品行业发展现状

第二章 全球奢侈品行业发展状况分析

第一节 全球奢侈品行业发展现状分析

一、全球奢侈品行业发展现状分析

二、全球奢侈品行业经济形势分析

三、全球奢侈品行业政治形势分析

四、全球奢侈品行业企业形势分析

第二节 全球奢侈品市场发展现状分析

一、全球奢侈品市场发展现状分析

二、全球奢侈品行业市场规模分析

三、全球奢侈品区域市场分布情况

第三节 重点地区奢侈品市场发展分析

一、欧洲奢侈品市场发展状况分析

二、美洲奢侈品市场发展状况分析

三、亚洲奢侈品市场发展状况分析

四、我国奢侈品市场发展状况分析

第四节 国际奢侈品品牌在华传播策略转变分析

一、国际奢侈品品牌在华传播策略历史回顾

二、国际奢侈品品牌在华传播策略转变内容

三、国际奢侈品品牌在华传播策略转变原因

四、国际奢侈品品牌在华传播策略转变启示

第五节 奢侈品品牌在我国市场的经营战略和模式分析

一、国际奢侈品品牌资本市场布局分析

二、国际奢侈品品牌零售网络布局分析

三、购买投资奢侈品品牌进军国际市场

四、奢侈品品牌引进童装产品系列分析

五、国际奢侈品品牌产品系列定制分析

六、国际奢侈品品牌定制服务普及分析

七、奢侈品品牌旗舰店宣传品牌形象分析

第六节 基于第三方电商平台的国外奢侈品品牌运营策略

- 一、国外奢侈品电商平台分类
- 二、基于第三方电商平台的国外奢侈品品牌运营现状
- 三、基于第三方电商平台的国外奢侈品品牌发展策略

第七节 2020-2025年全球奢侈品行业发展趋势预测

- 一、全球奢侈品行业发展前景展望
- 二、全球奢侈品行业发展趋势预测

第三章 我国奢侈品行业发展现状分析

第一节 奢侈品行业发展现状分析

- 一、奢侈品行业发展现状分析
- 二、奢侈品行业对经济的影响
- 三、奢侈品行业发展相关对策

第二节 奢侈品行业市场现状分析

- 一、奢侈品行业市场环境分析
- 二、奢侈品行业消费市场分析
- 三、奢侈品行业供给市场分析

第三节 奢侈品行业市场规模分析

- 一、内地市场奢侈品市场规模
- 二、海外地区奢侈品市场规模
- 三、内地奢侈品代购市场规模
- 四、奢侈品行业区域消费结构

第四节 奢侈品企业发展策略分析

- 一、奢侈品市场品牌策略分析
- 二、奢侈品产品服务策略分析
- 三、奢侈品消费方式引导分析
- 四、奢侈品运用名人效应分析

第五节 奢侈品行业海外代购分析

- 一、奢侈品海外代购模式分析
- 二、奢侈品海外代购模式分析
- 三、奢侈品消费回流策略分析

第六节 奢侈品行业消费外流分析

- 一、奢侈品消费外流现状分析
- 二、奢侈品消费外流影响因素
- 三、奢侈品消费外流对策建议

第四章 我国奢侈品行业市场消费分析

第一节 奢侈品行业消费人群分析

一、奢侈品行业消费人群分析

二、奢侈品行业消费特点分析

三、奢侈品行业消费行为分析

第二节 奢侈品行业消费特征分析

一、奢侈品行业消费年龄分析

二、奢侈品行业消费品牌分析

全球奢侈品市场集中度较高，2018年销售收入排名前10的奢侈品公司的销售收入总和为1559.3亿欧元，占到全球2600亿欧元个人奢侈品市场规模的60%。

全球奢侈品品牌价值TOP10

三、奢侈品行业消费阶段分析

四、奢侈品行业消费渠道分析

全球奢侈品销售的主要渠道还是通过专卖店（单一品牌店），近年来随着互联网的发展，线上电商销售渠道占比逐年增长。中国已经成为全球奢侈品销售电商比重最高的国家。数据显示，2019年中国奢侈品线上销售营业额达到75亿美元（约520亿人民币），比2018年增长约44.4%。线上渠道份额将进一步提升，至2025年，该渠道的占比有望上升至30%。

2018年全球和中国奢侈品购买主要渠道对比（%）

第三节 奢侈品行业消费动机分析

一、奢侈品的自我性消费心理

二、奢侈品的炫耀性消费心理

三、奢侈品的从众性消费心理

四、奢侈品的模仿性消费心理

五、奢侈品的情绪性消费心理

第四节 奢侈品行业消费差异分析

一、奢侈品消费年龄差异分析

二、奢侈品消费性别差异分析

三、奢侈品消费职业差异分析

四、奢侈品消费收入差异分析

五、奢侈品消费城市差异分析

六、奢侈品消费学历差异分析

七、奢侈品消费品牌差异分析

第五节 奢侈品行业消费异化分析

- 一、奢侈品消费异化概念界定
 - 二、奢侈品消费异化表现形式
 - 三、奢侈品消费异化后果分析
 - 四、奢侈品消费异化表现分析
 - 五、奢侈品消费异化成因分析
 - 六、奢侈品消费异化指导思想
 - 七、消除奢侈品消费异化原则
 - 八、奢侈品消费异化发展对策
- 第六节 奢侈品消费市场对策建议
- 一、奢侈品消费市场企业层面建议
 - 二、奢侈品消费市场政府层面建议
 - 三、奢侈品消费市场社会层面建议
 - 四、奢侈品消费市场消费者层面建议
- 第五章 我国奢侈品行业市场营销分析
- 第一节 奢侈品行业营销现状分析
- 一、奢侈品行业营销问题分析
 - 二、奢侈品行业对策建议分析
 - 三、奢侈品行业发展路径分析
- 第二节 奢侈品行业网络营销分析
- 一、奢侈品电子商务发展历程
 - 二、奢侈品电子商务发展现状
 - 三、主要奢侈品购物网站情况
 - 四、奢侈品电子商务面临困境
 - 五、奢侈品电子商务消费行为
 - 六、奢侈品电子商务产品策略
 - 七、奢侈品电子商务价格策略
 - 八、奢侈品电子商务渠道策略
 - 九、奢侈品电子商务促销策略
- 第三节 奢侈品行业微信营销分析
- 一、基于微信的奢侈品信息发布策略
 - 二、基于微信的奢侈品产品策略分析
 - 三、基于微信的奢侈品定价策略分析
 - 四、基于微信的奢侈品微信+CRM策略
- 第四节 奢侈品企业O2O模式营销渠道
- 一、奢侈品O2O模式概念界定

- 二、奢侈品传统（线下）渠道现状
- 三、奢侈品网络（线上）渠道现状
- 四、奢侈品O2O模式建设的必要性
- 五、奢侈品O2O模式建设策略分析
- 第五节 奢侈品市场营销对策建议
 - 一、奢侈品价格调整策略分析
 - 二、奢侈品利用新型营销渠道
 - 三、奢侈品利用新型营销方式
- 第六节 奢侈品行业营销策略分析
 - 一、奢侈品行业体验式营销分析
 - 二、奢侈品行业差异化营销分析
 - 三、奢侈品行业品牌营销分析
 - 四、奢侈品行业文化营销分析
 - 五、奢侈品行业微博营销分析
- 第七节 奢侈品行业营销策略选择
 - 一、注重培养品牌的知名度
 - 二、注重定价策略
 - 三、注重将我国特色与国际时尚相融合
 - 四、引导奢侈品消费向奢侈的生活方式消费转变
- 第八节 奢侈品品牌传播策略分析
 - 一、奢侈品品牌传播机理分析
 - 二、奢侈品品牌传播受众分析
 - 三、奢侈品品牌传播类型分析
 - 四、奢侈品品牌传播策略组合
- 第九节 奢侈品在我国的互联网营销渠道建设分析
 - 一、奢侈品在我国的营销渠道现状分析
 - 1、奢侈品在我国的主要营销渠道分析
 - 2、奢侈品在我国的营销渠道问题分析
 - 3、奢侈品在我国的营销渠道发展方向
 - 二、奢侈品在我国的互联网营销渠道分析
 - 1、奢侈品在我国的互联网营销渠道发展环境
 - 2、奢侈品在我国的互联网营销渠道现状分析
 - 3、奢侈品在我国的互联网营销渠道问题分析
 - 三、奢侈品在我国的互联网营销渠道建设对策
 - 1、奢侈品在我国的互联网营销渠道选择分析

2、奢侈品在我国的互联网营销渠道设计分析

3、奢侈品在我国的互联网营销渠道整合分析

第三部分 奢侈品市场领航调研

第六章 我国奢侈品行业重点产品市场分析

第一节 珠宝首饰类奢侈品发展状况分析

一、珠宝首饰行业发展状况分析

1、珠宝首饰行业发展现状分析

2、珠宝首饰行业市场规模分析

3、珠宝首饰行业竞争格局分析

4、珠宝首饰行业消费市场分析

5、珠宝首饰行业发展前景分析

6、珠宝首饰行业发展趋势分析

二、珠宝首饰类奢侈品发展状况分析

1、珠宝首饰和奢侈品比较分析

2、珠宝产品的奢侈品属性分析

3、高端珠宝首饰发展现状分析

4、珠宝首饰类奢侈品市场规模

5、高端珠宝首饰品牌格局分析

6、高端珠宝首饰发展问题分析

7、高端珠宝首饰发展策略分析

三、珠宝首饰类奢侈品消费营销分析

1、高端珠宝首饰消费群体分析

2、消费者对高端珠宝首饰态度

3、高端珠宝首饰消费市场特征

4、高端珠宝首饰销售方式分析

5、高端珠宝首饰消费行为分析

6、高端珠宝首饰营销模式分析

7、高端珠宝首饰会员制营销模式

四、珠宝首饰类奢侈品品牌战略分析

1、高端珠宝首饰品牌的重要性

2、国际高端珠宝首饰品牌特征

3、高端珠宝首饰品牌总体战略

4、高端珠宝首饰品牌开发建议

五、珠宝首饰类奢侈品发展前景分析

1、珠宝首饰类奢侈品发展前景

2、珠宝首饰类奢侈品发展趋势

第二节 腕表类奢侈品发展状况分析

一、手表行业发展状况分析

- 1、手表行业发展现状分析
- 2、手表行业市场规模分析
- 3、手表行业竞争格局分析
- 4、手表行业消费市场分析
- 5、手表行业发展前景分析
- 6、手表行业发展趋势分析

二、腕表类奢侈品发展状况分析

- 1、高端腕表行业发展现状分析
- 2、腕表类奢侈品市场规模分析
- 3、高端腕表行业区域市场分析
- 4、高端腕表行业消费市场分析

三、腕表类奢侈品行业发展前景分析

- 1、腕表类奢侈品投资价值分析
- 2、腕表类奢侈品发展前景分析

第三节 服装类奢侈品发展状况分析

一、服装行业发展状况分析

- 1、服装行业生产情况分析
- 2、服装行业销售情况分析
- 3、服装行业对外贸易分析
- 4、服装行业投资情况分析
- 5、服装行业经济效益情况
- 6、服装行业发展前景趋势

二、服装类奢侈品发展现状分析

- 1、服装类奢侈品发展历程分析
- 2、服装类奢侈品发展现状分析
- 3、服装类奢侈品市场规模分析
- 4、服装类奢侈品经营特点分析
- 5、服装类奢侈品消费现状分析
- 6、服装类奢侈品产品设计分析
- 7、服装类奢侈品品牌策略分析
- 8、服装类奢侈品营销策略分析

三、男装类奢侈品发展现状分析

- 1、顶级男装行业发展现状分析
- 2、顶级男装行业进入壁垒分析
- 3、顶级男装行业营销渠道分析
- 4、顶级男装行业SWOT分析
- 5、顶级男装行业消费特点分析
- 6、顶级男装行业发展前景分析

四、女装类奢侈品发展现状分析

- 1、高端女装行业发展现状分析
- 2、高端女装行业市场规模分析
- 3、高端女装行业进入壁垒分析
- 4、高端女装行业发展前景分析
- 5、高端女装行业发展趋势分析

五、服装类奢侈品发展前景分析

- 1、服装类奢侈品消费趋势分析
- 2、服装类奢侈品发展前景分析

第四节 箱包类奢侈品发展状况分析

一、箱包行业发展状况分析

- 1、箱包行业发展现状分析
- 2、箱包行业市场规模分析
- 3、箱包行业发展前景分析
- 4、箱包行业发展趋势分析

二、箱包类奢侈品发展状况分析

- 1、箱包类奢侈品发展现状分析
- 2、箱包类奢侈品市场规模分析

三、箱包类奢侈品发展前景分析

- 1、箱包类奢侈品消费趋势分析
- 2、箱包类奢侈品发展前景分析

第五节 鞋履类奢侈品发展状况分析

一、鞋业发展状况分析

- 1、鞋业发展现状分析
- 2、鞋业发展规模分析
- 3、鞋业竞争格局分析
- 4、鞋业发展前景分析
- 5、鞋业发展趋势分析

二、鞋履类奢侈品发展状况分析

- 1、鞋履类奢侈品发展现状分析
- 2、鞋履类奢侈品市场规模分析
- 三、鞋履类奢侈品发展前景分析
- 1、鞋履类奢侈品发展前景分析
- 2、鞋履类奢侈品发展趋势分析
- 第六节 化妆品类奢侈品发展状况分析
- 一、化妆品行业发展状况分析
- 1、化妆品行业发展现状分析
- 2、化妆品行业市场规模分析
- 3、化妆品行业竞争格局分析
- 4、化妆品行业发展前景分析
- 5、化妆品行业发展趋势分析
- 二、化妆品类奢侈品发展状况分析
- 1、高端化妆品行业发展现状分析
- 2、化妆品类奢侈品市场规模分析
- 3、高端化妆品行业消费现状分析
- 4、高端化妆品行业营销策略分析
- 5、高端化妆品行业品牌策略分析
- 三、化妆品类奢侈品发展前景分析
- 1、高端化妆品行业产品空间分析
- 2、高端化妆品行业市场空间分析
- 第七节 其他类奢侈品发展状况分析
- 一、配饰类奢侈品发展状况分析
- 1、配饰行业发展现状分析
- 2、配饰类奢侈品发展现状分析
- 3、配饰类奢侈品发展前景分析
- 二、烟草类奢侈品发展状况分析
- 1、烟草行业发展现状分析
- 2、烟草类奢侈品发展现状分析
- 3、烟草类奢侈品发展前景分析
- 三、白酒类奢侈品发展状况分析
- 1、白酒行业发展现状分析
- 2、白酒类奢侈品发展现状分析
- 3、白酒类奢侈品发展前景分析
- 四、葡萄酒类奢侈品发展状况分析

- 1、葡萄酒行业发展现状分析
 - 2、葡萄酒类奢侈品发展现状分析
 - 3、葡萄酒类奢侈品发展前景分析
- 第四部分 奢侈品行业竞争格局
- 第七章 我国奢侈品行业竞争格局分析
- 第一节 奢侈品行业波特模型分析
- 一、奢侈品现有品牌竞争分析
 - 二、奢侈品的潜在进入者分析
 - 三、奢侈品替代品的威胁分析
 - 四、奢侈品供应商的议价能力
 - 五、奢侈品客户议价能力分析
- 第二节 奢侈品行业钻石模型分析
- 一、奢侈品行业生产要素分析
 - 二、奢侈品行业需求要素分析
 - 三、奢侈品的相关产业和支持产业
 - 四、奢侈品的企业战略与同业竞争
 - 五、奢侈品国家产业政策分析
- 第三节 奢侈品行业竞争战略规划
- 一、理性发展奢侈品行业分析
 - 二、调整我国奢侈品税率分析
 - 三、加强奢侈品保护知识产权
- 第四节 奢侈品行业竞争策略措施
- 一、制定奢侈品品牌发展战略
 - 二、奢侈品生产流程策略分析
 - 三、积极开拓国外奢侈品市场
 - 四、奢侈品行业思维方式创新
- 第八章 我国奢侈品行业企业经营分析
- 第一节 国际重点奢侈品企业经营分析
- 一、路威酩轩集团
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业品牌产品系列
 - 3、企业经营情况分析
 - 4、企业在华布局分析
 - 二、历峰集团
 - 1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

三、雅诗兰黛公司

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

四、斯沃琪集团

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

五、开云集团

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

六、欧莱雅集团

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

七、拉尔夫劳伦

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

八、劳力士公司

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

九、爱马仕集团

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

十、蔻驰公司

1、企业发展简况分析

2、企业品牌产品系列

3、企业经营情况分析

4、企业在华布局分析

第二节 国内奢侈品相关企业经营分析

一、周大福珠宝集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

二、老凤祥股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

三、周生生集团国际有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

四、浙江明牌珠宝股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

五、东方金钰股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

六、六福集团（国际）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

七、利邦控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

八、雅戈尔集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

九、深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

十、飞亚达（集团）股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

第五部分 奢侈品行业投资战略规划

第九章 我国奢侈品行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年奢侈品品牌市场前景分析

一、奢侈品品牌市场调整仍将继续（AK LCY）

二、奢侈品市场的经典和创新并进

三、奢侈品的全渠道模式不断完善

四、奢侈品理个性化消费趋势明显

第二节 2020-2025年奢侈品行业发展趋势分析

一、奢侈品行业发展前景分析

二、奢侈品行业发展趋势分析

三、奢侈品行业市场规模分析

三、奢侈品行业发展出路分析

四、奢侈品行业未来发展建议

第三节 2020-2025年奢侈品行业投资战略规划

一、奢侈品行业投资风险分析

二、奢侈品行业投资机会分析

三、奢侈品行业投资战略规划

图表目录：

图表：奢侈品行业分类情况

图表：《中华人民共和国进境物品完税价格表》相关内容

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年我国人均可支配收入趋势图

图表：2015-2019年我国城乡居民消费支出增长

图表：2019年我国居民消费结构

图表：2015-2019年我国富裕阶层规模

图表：2015-2019年我国富裕阶层规模（福布斯）

图表：我国富裕阶层年龄分布特征

图表：我国富裕阶层学历分布特征

图表：我国富裕阶层从事行业分布特征

图表：我国富裕阶层家庭消费支出结构

图表：我国奢侈品行业发展环境影响分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/638656.html>