

2021-2027年中国服饰类奢侈品行业分析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

《2021-2027年中国服饰类奢侈品行业分析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/202108/236071.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

2019年，中国人在境内外的奢侈品消费额达到7700亿元人民币，占全球奢侈品消费总额的三分之一，平均每户消费奢侈品的家庭支出近8万元购买奢侈品。

2012年~2019年间，全球奢侈品市场有超过一半的增幅来自中国。到2025年，预计中国奢侈品消费总额有望增至1.2万亿元人民币，对全球奢侈品消费增幅贡献占比将达到65%

。2012-2025年全球个人奢侈品消费市场走势

以“80后”和“90后”为代表的年轻一代，分别占到奢侈品买家总量的43%和28%，分别贡献了中国奢侈品总消费的56%和23%。

大多数受访者和将近70%的“90后”表示，购买奢侈品是为了“感受独特和彰显自我，而非泯然众人”。购买奢侈品已经成为他们的一种生活方式，可以让其在线上或线下的朋友圈分享体验、传递价值观。2019年各年龄段奢侈品消费者总数及占比

中企顾问网发布的《2021-2027年中国服饰类奢侈品行业分析与发展前景预测报告》共六章。首先介绍了中国服饰类奢侈品行业市场发展环境、服饰类奢侈品整体运行态势等，接着分析了中国服饰类奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了服饰类奢侈品市场竞争格局。随后，报告对服饰类奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国服饰类奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对服饰类奢侈品产业有个系统的了解或者想投资中国服饰类奢侈品行业，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：

第一部分 行业运行现状

第一章 中国服饰类奢侈品行业发展概述

第一节 服饰类奢侈品行业发展情况

一、服饰类奢侈品定义

二、服饰类奢侈品行业发展历程

第二节 服饰类奢侈品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、服饰类奢侈品产业链模型分析

第三节 2014-2019年中国服饰类奢侈品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球服饰类奢侈品所属市场发展分析

第一节 全球服饰类奢侈品市场发展情况分析全球十大奢侈品服装品牌

1

Chanel

香奈儿（Chanel）是一个法国奢侈品品牌，创始人是CocoChanel（原名是GabrielleBonheurChanel，中文名是加布里埃•可可•香奈儿），该品牌于1910年在法国巴黎创立。

2

LouisVuitton

自1854年以来，代代相传至今的路易威登，以卓越品质、杰出创意和精湛工艺成为时尚旅行艺术的象征。产品包括手提包，旅行用品，小型皮具，配饰，鞋履，成衣，腕表，高级珠宝及个性化订制服务等。

3

Dior

克里斯汀•迪奥（ChristianDior），简称迪奥（Dior），是法国著名时尚消费品牌。亦为全球最大的高级时尚品牌控股公司

4

GianniVersace

乔瓦尼•詹尼•范思哲是意大利著名服装设计师，是品牌范思哲的创办人。曾获得获美国国际时装设计师协会奖、最富创意设计奖等多个奖项。

5

Prada

意大利品牌Prada于1913年在米兰创建。MiucciaPrada的独特天赋在于对新创意的不懈追求，融合了对知识的好奇心和文化兴趣,从而开辟了先驱之路。

6

Burberry

博柏利（Burberry）是极具英国传统风格的奢侈品牌，其多层次的产品系列满足了不同年龄和性别消费者需求，公司采用零售、批发和授权许可等方式使其知名度享誉全球。博柏利

（Burberry）创办于1856年，是英国皇室御用品。过去的几十年，Burberry主要以生产雨衣，伞具及丝巾为主，而今博柏利强调英国传统高贵的设计，赢取无数人的欢心，成为一个永恒的品牌。

7

Kenzo

KENZO是由高田贤三在法国创立的品牌，结合了东方文化的沉稳意境、拉丁民族的热情活泼，大胆创新的融合了缤纷色彩与花朵，创造出活泼明亮、优雅独特的作品。

8

Givenchy

纪梵希(Givenchy)是来自法国的时装品牌，优美、简洁、典雅是纪梵希最大特点

9

Valentino

Valentino是全球高级定制和高级成衣奢侈品品牌，产品包括，高级订制服、成衣以及一系列配饰，包括手袋、皮鞋、小型皮具、腰带、眼镜、腕表及香水

10

HugoBoss

HUGOBOSS是世界知名奢侈品牌，源于德国，主营男女服装，香水，手表，及其它配件。

一、2017-2019年全球服饰类奢侈品市场发展分析

二、2017-2019年全球服饰类奢侈品市场统计分析

三、2017-2019年全球服饰类奢侈品市场分析

第二节 2017-2019年世界主要国家服饰类奢侈品市场分析

一、2017-2019年美国服饰类奢侈品市场现状分析

二、2017-2019年欧洲服饰类奢侈品市场现状分析

三、2017-2019年日本服饰类奢侈品市场现状分析

- 四、2017-2019年韩国服饰类奢侈品市场现状分析
- 五、2017-2019年中东与非洲服饰类奢侈品市场分析

第三章 中国服饰类奢侈品所属市场运行分析

第一节 服饰类奢侈品行业市场发展基本情况

一、市场发展现状分析

二、市场特点分析

三、市场技术发展状况

第二节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2014-2019年不同规模企业工业总产值分析

三、2014-2019年不同所有制企业工业总产值比较

四、2014-2019年行业市场工业总产值地区分布

第三节 行业市场产品价格分析

第四章 中国服饰类奢侈品所属行业的国际比较分析

第一节 中国服饰类奢侈品市场发展情况分析

一、2017-2019年中国服饰类奢侈品市场发展分析

二、2017-2019年中国服饰类奢侈品市场统计分析

三、2017-2019年中国服饰类奢侈品市场分析

四、2017-2019年中国服饰类奢侈品细分市场

第二节 中国服饰类奢侈品行业的国际比较分析

一、中国服饰类奢侈品行业竞争力指标分析

二、国际服饰类奢侈品行业竞争力指标分析

三、中国服饰类奢侈品行业经济指标国际比较分析

第三节 全球服饰类奢侈品行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国服饰类奢侈品所属行业经济运行指标分析

第一节 2017-2019年中国服饰类奢侈品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2017-2019年中国服饰类奢侈品所属行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2017-2019年中国服饰类奢侈品所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国服饰类奢侈品生产现状分析

第一节 服饰类奢侈品行业总体规模

第一节 服饰类奢侈品产能概况

一、2014-2019年产能分析

二、2021-2027年产能预测

第三节 服饰类奢侈品产量概况

一、2014-2019年产量分析

二、2017-2019年产能配置与产能利用率调查

三、2021-2027年产量预测

第四节 服饰类奢侈品行业市场供给分析

一、2017-2019年生产规模现状

二、2017-2019年产能规模分布

三、2017-2019年市场价格走势

四、2017-2019年重点厂商分布

第七章 中国服饰类奢侈品市场供需分析

第一节 2017-2019年服饰类奢侈品市场需求分析

一、服饰类奢侈品行业需求市场

二、服饰类奢侈品行业客户结构

三、服饰类奢侈品行业需求的地区差异

第二节 2017-2019年服饰类奢侈品市场供给分析

第三节 2021-2027年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2021-2027年服饰类奢侈品行业的需求预测

二、2021-2027年服饰类奢侈品行业的供应预测

三、2014-2019年服饰类奢侈品供求平衡分析

四、2021-2027年服饰类奢侈品供求平衡预测

第八章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 服饰类奢侈品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析七、西北大区市场分析

第六节 服饰类奢侈品重点地区销售分析

一、服饰类奢侈品各地区对比销售分析

二、服饰类奢侈品“重点地区一”销售分析

三、服饰类奢侈品“重点地区二”销售分析

四、服饰类奢侈品“重点地区三”销售分析

五、服饰类奢侈品“重点地区四”销售分析

六、服饰类奢侈品“重点地区五”销售分析

七、服饰类奢侈品“重点地区六”销售分析

第九章 服饰类奢侈品产业链的分析

第一节 上游原材料供应状况分析

一、主要原材料

二、2014-2019年主要原材料价格及供应情况

三、2021-2027年主要原材料未来价格及供应情况预测

第二节 服饰类奢侈品产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 服饰类奢侈品市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 服饰类奢侈品产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 服饰类奢侈品行业竞争格局分析

一、2017-2019年服饰类奢侈品行业竞争分析

- 二、2017-2019年国内外服饰类奢侈品竞争分析
- 三、2017-2019年中国服饰类奢侈品市场竞争分析
- 四、2017-2019年中国服饰类奢侈品市场集中度分析

第十一章 服饰类奢侈品行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国服饰类奢侈品行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 服饰类奢侈品行业领先企业发展分析

第一节 路易·威登（LOUISVUITTON）品牌服饰类奢侈品

- 一、进入中国市场背景分析
- 二、市场竞争力分析
- 三、销售情况分析
- 四、发展战略分析

第二节 夏奈尔（CHANEL）品牌服饰类奢侈品

- 一、进入中国市场背景分析
- 二、市场竞争力分析
- 三、销售情况分析
- 四、发展战略分析

第三节 范思哲（VERSACE）品牌服饰类奢侈品

- 一、进入中国市场背景分析
- 二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第四节迪奥（DIOR）品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第五节古孜（GUCCI）品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第六节瓦伦蒂诺（VALENTINO）品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第七节普拉达（PRADA）品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第八节乔治·阿玛尼(GIORGIO ARMANI)品牌服饰类奢侈品

一、进入中国市场背景分析

二、市场竞争力分析

三、销售情况分析

四、发展战略分析

第四部分 投资趋势预测

第十三章 2021-2027年服饰类奢侈品行业发展趋势及影响因素

第一节 服饰类奢侈品未来发展预测分析

一、中国服饰类奢侈品发展方向分析

- 二、2021-2027年中国服饰类奢侈品行业发展规模
- 三、2021-2027年中国服饰类奢侈品行业发展趋势预测

第二节 2021-2027年服饰类奢侈品行业供给预测

- 一、2021-2027年服饰类奢侈品行业供给预测
- 二、2021-2027年服饰类奢侈品行业需求预测
- 三、2021-2027年服饰类奢侈品行业进出口预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国服饰类奢侈品行业SWOT分析

第十四章 2021-2027年服饰类奢侈品行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第六节 2021-2027年中国服饰类奢侈品行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/236071.html>