

2022-2028年中国个人奢侈品产业发展现状与市场前景预测报告

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

《2022-2028年中国个人奢侈品产业发展现状与市场前景预测报告》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/202202/267052.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

2015-2018年间，中国消费者的本地消费对增长的贡献是其在海外消费的两倍。

在国内，最受欢迎的奢侈品产品为化妆品、香水、个人护理用品，约占国内奢侈品销售额的34%；其次为高端腕表，其比重约为16%；箱包比重约为15%；珠宝首饰的比重约为9%；其他产品种类所占比重均不足10%。中国奢侈品销售市场各产品种类结构情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国个人奢侈品产业发展现状与市场前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国个人奢侈品行业市场发展环境、个人奢侈品整体运行态势等，接着分析了中国个人奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了个人奢侈品市场竞争格局。随后，报告对个人奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国个人奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对个人奢侈品产业有个系统的了解或者想投资中国个人奢侈品行业，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家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 个人奢侈品相关概述第一节 个人奢侈品的概念一、个人奢侈品定义二、个人奢侈品的特性三、个人奢侈品的分类第二节 个人奢侈品牌简介一、世界主要个人奢侈品牌二、个人奢侈品牌的特点 第二章 国际个人奢侈品所属行业总体分析第一节 全球个人奢侈品所属行业市场发展概况一、世界个人奢侈品行业发展史二、个人奢侈品向全球大众市场的转变三、贸易战冲击国际个人奢侈品市场格局四、国际服饰类个人奢侈品牌争相发力童装市场五、2019年全球个人奢侈品市场重新洗牌第二节 美国一、美国个人奢侈品消费信心受挫二、美国个人奢侈品牌转向中国以减少损失三、美国个人奢侈品高级专卖店的发展策略四、美国个人奢侈品税收制度简述第三节 日本一、日本个人奢侈品消费市场逐渐萎缩二、经济衰退使日本个人奢侈品消费疲软三、日本消费意识骤变个人奢侈品市场急挫第四节 俄罗斯一、俄罗斯个人奢侈品市场细分加速二、俄罗斯个人奢侈品消费增长迅猛三、中小城市成俄罗斯个人奢侈品发展新热点四、2019年俄罗斯个人奢侈品产业遭遇低谷第五节 其他一、英国个人奢侈品销售价格下跌二、贸易战下法国个人奢侈品行业遭受冲击三、2019年法国个人奢侈品行业加大对中国市场攻势四、瑞士个人奢侈品牌加速亚洲市场扩张五、印度个人奢侈品消费持续增长六、巴西个人奢侈品消费市场前景看好 第三章 中国个人奢侈品市场发展分析第一节 中国个人奢侈品市场的形成原因一、个人奢侈品市场的形成机理及经济学解释二、我国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个人奢侈品市场崛起五、中国个人奢侈品的市场路线图第二节 中国个人奢侈品行业发展概况一、我国个人奢侈品行业发展回顾二、中国个人

奢侈品市场容量简析三、中国个人奢侈品行业发展的基础四、促使中国个人奢侈品市场发展的有利因素

第三节 中国个人奢侈品市场发展现状一、中国个人奢侈品消费市场势头强劲二、中国个人奢侈品消费市场持续扩张三、国内个人奢侈品市场新特征四、2019年我国个人奢侈品市场表现分析五、2019年内地个人奢侈品市场分析六、2019年商务部研究降低部分个人奢侈品高关税

第四节 中国个人奢侈品行业存在的问题及不足一、我国个人奢侈品市场面临的主要问题二、制约中国个人奢侈品市场发展的障碍因素三、国内个人奢侈品运营中存在的不足四、中国缺乏本土个人奢侈品品牌

第五节 中国个人奢侈品市场发展对策及建议一、促进中国个人奢侈品市场发展的策略二、网络营销突破个人奢侈品抵触之三大对策三、成功拓展中国个人奢侈品市场的关键战略四、中国企业开创本土个人奢侈品品牌的方向

第四章 中国珠宝首饰类个人奢侈品市场分析

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、我国珠宝产业取得长足发展三、中国有望成世界最大黄金和珠宝消费市场四、2019年我国珠宝首饰出口状况五、国内男士珠宝市场亟待开发六、我国珠宝消费趋向细分化七、2019年我国珠宝年销售额预测

第二节 珠宝市场发展简析一、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、我国黄金珠宝首饰行业创新谋发展四、中国黄金税收与定价分析

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、我国钻石饰品向多元化方向发展三、中国成世界第二大钻石消费市场四、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）

第五章 中国手表类个人奢侈品市场分析

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、瑞士中高档腕表在中国市场销售升温三、中国游客国外买表年花500亿 吁个人奢侈品降税四、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 部分区域市场分析一、上海高档名表售后服务市场商机渐浓二、深圳的高档手表品牌积极应对贸易战三、长沙奢华名表消费市场升温四、瑞士名表商争相发力重庆市场

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）

第六章 中国服装类个人奢侈品市场分析

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、国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧三、2019年中国服装品牌试水个人奢侈品市场四、中国高级男装市场持续快速发展五、高档服装渠道下移成趋势

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）

）第七章 中国酒类个人奢侈品市场分析第一节 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、我国酒类个人奢侈品行业迎来发展机遇三、中国酒类个人奢侈品市场发展面临的挑战四、国内高档礼品酒消费趋向理性化五、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、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、贸易战对国内高档白酒市场的影响五、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮第三节 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、我国高档红酒市场进一步扩张三、水货冲击内地高档红酒市场四、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 中国游艇类个人奢侈品市场分析第一节 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、我国大力推动游艇行业规范发展第二节 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、2019年广东珠海游艇行业发展分析四、2019年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）四、拜泰姆（Bertram）五、公主（Princess）第九章 其他个人奢侈品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、中国高端化妆品生存之策略第二节 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、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场二、2018年奔驰销量领先国内豪华车市三、2019年我国豪华汽车市场逆势上扬四、贸易战下豪华汽车格局调整五、豪华汽车在中国市场的销售分析六、豪华汽车品牌集中向中国市场发力第四节 私人飞机一、私人飞机渐成国内富豪个人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、中国民航局积极推动私人飞机市场四、我国私人飞机拥有量第十章 中国个人奢侈品市场区域发展分析第一节 上海一、上海个人奢侈品商圈发展历程二、上海两大商圈改变个人奢侈品消费布局二、个人奢侈品牌加大力度拓展上海市场三、上海成为内地个人奢侈品消费首选市场四、贸易战下个人奢侈品巨头在上海逆势扩张五、上海个人奢侈品商店改变经营策略应对危机第二节 北京一、北京个人奢侈品消费市场分析二、北京个人奢侈品商圈的发展格局三、北京西单银座个人奢侈品商业

投资升温四、解密北京个人奢侈品市场

第三节 广州一、广州个人奢侈品消费持续增长二、广州个人奢侈品消费群体特征三、广州个人奢侈品消费市场分析四、广州个人奢侈品消费新商圈有望崛起

第四节 深圳一、深圳个人奢侈品行业发展概况二、深圳个人奢侈品市场发展分析三、国际顶级个人奢侈品牌看好深圳市场四、深圳个人奢侈品商圈加速转型步伐

第五节 杭州一、杭州个人奢侈品消费能力渐强二、杭州刮起国际个人奢侈品旋风三、杭州个人奢侈品租赁悄然兴起四、杭州或将成为国内“第三个人奢侈品帝国”

第十一章 中国个人奢侈品行业消费分析

第一节 中国个人奢侈品消费综述一、中国个人奢侈品消费市场分析二、中国个人奢侈品消费快速增长的原因三、中国个人奢侈品消费的特点四、中国个人奢侈品消费走向理性五、中国个人奢侈品的主要消费者六、中国个人奢侈品消费的发展趋势

第二节 中国个人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 中国个人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 个人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 新个人奢侈品消费浅析一、新个人奢侈品概念二、新个人奢侈品的消费动机三、新个人奢侈品的消费模式

第十二章 个人奢侈品行业营销分析

第一节 个人奢侈品营销策略一、个人奢侈品的营销策略分析二、基于消费者的个人奢侈品营销策略三、我国个人奢侈品消费的营销手段四、个人奢侈品牌的终端营销策略五、改进中国个人奢侈品营销的对策建议

第二节 国际个人奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示一、国际个人奢侈品牌在中国的目标市场二、国际个人奢侈品牌在中国市场的营销策略三、对中国本土个人奢侈品牌营销的启示

第三节 个人奢侈品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、茅台进入个人奢侈品牌时代四、“上海滩”打造本土个人奢侈品牌

第十三章 世界主要个人奢侈品企业运营状况分析

第一节 路易威登集团（LVMH）一、公司简介二、经营状况分析三、拓展中国内陆市场四、经营模式

第二节 历峰集团（Richemont）一、公司简介二、经营状况分析三、拓展中国内陆市场四、经营模式

第三节 巴黎春天集团（PPR）一、公司简介二、经营状况分析三、拓展中国内陆市场四、经营模式

第四节 斯沃琪集团（Swatch）一、公司简介二、经营状况分析三、拓展中国内陆市场四、经营模式

第五节 香奈尔集团（Chanel）一、公司简介二、经营状况分析三、拓展中国内陆市场四、经营模式

第十四章 2022-2028年中国个人奢侈品行业发展趋势及前景

第一节 2022-2028年中国个人奢侈品行业发展趋势一、新富群体将成中国个人奢侈品消费主力二、培育本土品牌成我国个人奢侈品行业发展方向三、个人奢侈品行业或将选择“大众化路线”四、网络购物成个人奢侈品市场新走向

第二节 2022-2028年中国个人奢侈品行业前景展望一、2022-2028年中国个人奢侈品市场规模预测二、2022-2028年中国个人奢侈品市场前景乐观随着我国奢侈品市场的不断增加，将不断吸引行业企业的数量增加，从而带来产值的增长，预计到2025年其产值规模将达到16069亿元

。2022-2028年中国奢侈品行业产值规模预测三、2019年我国将成为世界最大个人奢侈品消费市场四、2019年中国个人奢侈品消费市场预计 第十五章 2022-2028年中国个人奢侈品行业投资分析（）第一节 2022-2028年行业投资机遇一、贸易战影响下个人奢侈品消费向新兴市场转移二、中国个人奢侈品消费市场逆势扩张三、贸易战下投资个人奢侈品的契机分析四、个人奢侈品牌升值潜力引发投资热五、中国个人奢侈品投资前景分析第二节 2022-2028年行业投资热点一、贸易战下适合投资保值的个人奢侈品二、国外个人奢侈品企业加快布局中国高端市场三、长三角地区个人奢侈品市场投资趋热四、个人奢侈品二手市场受中产阶层欢迎第三节 2022-2028年行业投资风险及策略一、个人奢侈品投资策略二、政策因素影响三、市场因素影响（）图表目录：图表：个人奢侈品消费群体构成图表：个人奢侈品消费年龄构成图表：消费者主要购买的个人奢侈品种类图表：已开业或已规划的高档商场图表：广州个人奢侈品消费群体各年龄段分布情况图表：广州个人奢侈品消费群体受教育状况图表：广州个人奢侈品消费群体分布情况图表：广州个人奢侈品消费群体主要购买商品的种类图表：进入中国市场的个人奢侈品公司战略图表：高端人群分类图表：高端消费人群最近各类时尚消费品购买和支出情况图表：多数国人倾向于购买的各类个人奢侈品品牌图表：2022-2028年中国个人奢侈品消费预测走势更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267052.html>