

2022-2028年中国奢侈品行业竞争格局分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国奢侈品行业竞争格局分析及市场供需预测报告》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.chyxx.com/research/202111/985044.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

奢侈品（Luxury），在国际上被定义为“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”，又称为非生活必需品。

奢侈品在经济学上讲，指的是价值/品质关系比值最高的产品。从另外一个角度上看，奢侈品又是指无形价值/有形价值关系比值最高的产品。

智研咨询发布的《2022-2028年中国奢侈品行业竞争格局分析及市场供需预测报告》共七章。首先介绍了奢侈品行业市场发展环境、奢侈品整体运行态势等，接着分析了奢侈品行业市场运行的现状，然后介绍了奢侈品市场竞争格局。随后，报告对奢侈品做了重点企业经营状况分析，最后分析了奢侈品行业发展趋势与投资预测。您若想对奢侈品产业有个系统的了解或者想投资奢侈品行业，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1章：奢侈品行业发展综述

1.1 奢侈品行业定义及分类

1.1.1 奢侈品及奢侈品行业的界定

1.1.2 奢侈品行业分类情况

1.1.3 奢侈品主要研究类别

1.2 奢侈品行业政策环境分析

1.2.1 奢侈品行业贸易政策

（1）《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》

（2）《中华人民共和国进境物品完税价格表》

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

（1）国际宏观经济现状

（2）国际宏观经济预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

（1）宏观经济运行情况

（2）宏观经济走势预测

1.4 奢侈品行业消费环境分析

1.4.1 中国居民收入与消费情况

- (1) 居民收入水平分析
- (2) 居民消费水平分析
- (3) 居民消费结构分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模

- (1) 中国富裕阶层界定
- (2) 中国富裕阶层规模

1) 中国富裕阶层规模的调研

2) 中国富裕阶层投资规模

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

- (1) 中国富裕阶层年龄特征
- (2) 中国富裕阶层学历特征
- (3) 中国富裕阶层行业特征
- (4) 中国富裕阶层消费特征

1.5 中国奢侈品行业发展环境影响分析

第2章：奢侈品市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品市场发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场规模分析

2.1.2 全球奢侈品消费品种分析

2.1.3 全球奢侈品市场区域分布

- (1) 奢侈品消费市场分布
- (2) 奢侈品销售区域分布
- (3) 奢侈品增长速度对比

2.1.4 重点地区奢侈品市场分析

- (1) 欧洲奢侈品市场分析
- (2) 美国奢侈品市场分析
- (3) 亚太区奢侈品市场分析

2.1.5 全球奢侈品市场发展前景

2.2 重点奢侈品品牌发展分析

2.2.1 奢侈品品牌竞争概况

2.2.2 卡地亚 (Cartier) 市场分析

- (1) 卡地亚发展历程概述
- (2) 卡地亚品牌市场地位
- (3) 卡地亚销售规模分析

1) 历峰集团销售规模

2) Cartier品牌销售规模

(4) 卡地亚销售区域分布

(5) 卡地亚在华分店布局

(6) 卡地亚产品系列分布

1) 产品系列分布情况

2) 珠宝系列产品分布

3) 腕表系列产品分布

(7) 卡地亚市场发展战略

2.2.3 古琦 (Gucci) 市场分析

(1) 古琦发展历程概述

(2) 古琦品牌市场地位

(3) 古琦销售规模分析

1) Kering集团销售规模

2) Gucci品牌销售规模

(4) 古琦销售区域分布

(5) 古琦产品销售类别

(6) 古琦在华分店布局

(7) 古琦市场发展战略

2.3 中国奢侈品市场发展分析

2.3.1 中国奢侈品市场规模分析

(1) 中国奢侈品消费规模

(2) 中国奢侈品销售规模

2.3.2 中国奢侈品消费品种分析

2.3.3 中国奢侈品品牌发展分析

(1) 中国奢侈品品牌现状分析

(2) 中国奢侈品品牌缺失原因

2.3.4 国外奢侈品品牌在我国的运作

2.3.5 奢侈品品牌在中国成功的启示

第3章：奢侈品行业产品市场分析

3.1 珠宝首饰行业市场分析

3.1.1 珠宝首饰行业市场规模

3.1.2 珠宝首饰行业市场竞争现状

3.1.3 珠宝首饰行业奢侈品牌分析

3.1.4 珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势

3.2 服装行业市场分析

3.2.1 服装行业市场规模

3.2.2 服装行业市场竞争

3.2.3 服装行业奢侈品牌分析

3.2.4 服装行业奢侈品牌发展趋势

3.3 钟表行业市场分析

3.3.1 钟表行业市场规模

3.3.2 钟表行业市场竞争

(1) 竞争层次

(2) 区域竞争

3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析

(1) 奢侈钟表品牌现状

(2) 奢侈钟表在华表现

(3) 奢侈钟表营销策略

3.3.4 钟表行业奢侈品牌发展趋势

3.4 白酒行业市场分析

3.4.1 白酒行业市场规模

(1) 全国市场规模

(2) 不同地区规模

3.4.2 白酒行业市场竞争

(1) 竞争地位分析

(2) 竞争格局分析

(3) 竞争结构分析

3.4.3 白酒行业奢侈品牌分析

3.4.4 白酒行业奢侈品牌发展趋势

(1) 控量保价

(2) 高端白酒增长空间依然较大

(3) 品牌曲折发展

3.5 葡萄酒行业市场分析

3.6 烟草制品行业市场分析

3.7 箱包行业市场分析

第4章：奢侈品零售模式与商业布局

4.1 奢侈品行业商业布局分析

4.1.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析

(1) 奢侈品品牌进驻的主要城市

(2) 主要城市的区域商业规划

- 1) 北京商业规划分析
- 2) 上海商业规划分析
- 3) 广州商业规划分析
- 4) 深圳商业规划分析
- 4.1.2 国际奢侈品品牌在华经营策略分析
 - (1) 瑞士表业集团在华“通吃”策略
 - (2) 哈根达斯的“奢侈到底”策略
 - (3) 星巴克的“植入式营销”策略
 - (4) 卡地亚的“快跑”策略
 - (5) 奥克利眼镜公司的网络营销策略
 - (6) 国际奢侈品品牌在华经营策略分析
- 4.1.3 奢侈品品牌城市布局趋势分析
- 4.2 奢侈品行业零售模式分析
 - 4.2.1 综合百货商场模式
 - 4.2.2 专卖直营模式
 - 4.2.3 专营综合店模式
 - 4.2.4 网络营销模式
 - 4.2.5 展会模式
 - 4.2.6 奢侈品奥特莱斯模式
- 第5章：中国奢侈品消费市场分析
 - 5.1 奢侈品行业消费群体分析
 - 5.1.1 全球奢侈品消费市场演变
 - 5.1.2 奢侈品主要消费群体分析
 - 5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势
 - 5.2 奢侈品消费群体调研分析
 - 5.2.1 调研群体基本资料
 - 5.2.2 白领购买奢侈品行为特征
 - (1) 白领购买奢侈品动机
 - (2) 白领购买奢侈品消费习惯
 - (3) 白领购买奢侈品意愿
 - 5.2.3 白领购买奢侈品消费特点
 - (1) 白领购买奢侈品的品类
 - (2) 白领购买奢侈品的品牌
 - 1) 高端服饰品牌
 - 2) 高端化妆品品牌

3) 高端箱包品牌

4) 高端手表品牌

(3) 白领购买奢侈品的金额

5.2.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品主要渠道

第6章：中国奢侈品行业潜在企业分析

6.1 珠宝首饰行业奢侈品行业领先企业个案分析

6.1.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

6.1.2 周大福珠宝金行有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.1.3 周生生集团国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.1.4 广东潮宏基实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.1.5 六福集团（国际）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

6.1.6 北京谢瑞麟珠宝有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- 6.1.7 从化东麟钻石有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.1.8 浙江明牌珠宝股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
- 6.1.9 深圳东方金钰股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
- 6.1.10 东莞市金龙珠宝首饰有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.2 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析
 - 6.2.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.2.2 浙江步森服饰股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.2.3 利郎(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.2.4 雅戈尔集团股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.2.5 九牧王股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.2.6 宁波杉杉股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.2.7 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.3 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析
- 6.3.1 飞亚达(集团)股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.3.2 珠海罗西尼表业有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析

6.3.3 依波精品（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.3.4 天王电子（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.3.5 天津海鸥表业集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.4 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.4.1 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.4.2 贵州茅台酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.4.3 泸州老窖股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.4.4 四川剑南春集团有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.5 四川金六福酒业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.6 山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.7 安徽古井贡酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.8 湖北稻花香酒业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.9 江苏洋河酒厂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.4.10 四川郎酒集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

6.5 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.5.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- 6.5.2 通化葡萄酒股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.5.3 中信国安葡萄酒业股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.5.4 中国长城葡萄酒有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.5.5 中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.6 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析
 - 6.6.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - 6.6.2 上海烟草集团有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - 6.6.3 红云红河烟草(集团)有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.4 红塔烟草（集团）有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
- 6.6.5 河南中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.6 江西中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.7 山东中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.8 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.9 江苏中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 6.6.10 四川中烟工业有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- 6.7 箱包行业奢侈品牌潜在企业个案分析
 - 6.7.1 祥兴（福建）箱包集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.7.2 金猴集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.7.3 中山皇冠皮件有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.7.4 达派（中国）箱包有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 6.7.5 广州市斐高箱包有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 6.8 皮草行业奢侈品牌潜在企业个案分析
 - 6.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构分析
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析

6.8.2 桐乡市银杉皮草有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.8.3 浙江中辉皮草有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.8.4 北京圣龙利泰毛皮制品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

6.8.5 北京元隆皮草皮革有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

第7章：中国奢侈品行业投资前景分析

7.1 中国奢侈品行业投资特性分析

7.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析

7.1.2 奢侈品行业盈利模式分析

7.1.3 奢侈品行业盈利因素分析

7.2 中国奢侈品行业发展前景预测

7.2.1 奢侈品行业发展趋势分析

7.2.2 奢侈品行业发展前景预测

7.3 中国奢侈品行业投资建议

7.3.1 奢侈品行业投资风险分析

- (1) 品牌缺失
- (2) 购买力转移
- (3) 假冒伪劣
- (4) 渠道风险
- (5) 并购风险

7.3.2 奢侈品行业投资建议

(1) 立足品牌，追求卓越品质

(2) 培养专业人才 (ZYZS)

部分图表目录：

图表1：奢侈品行业产品分类

图表2：《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》相关内容

图表3：《中华人民共和国进境物品完税价格表》相关内容

图表4：2017-2021年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表5：2017-2021年欧元区GDP增长率走势（单位：%）

图表6：2017-2021年日本GDP增长率走势（单位：%）

图表7：2017-2021年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表8：2017-2021年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表9：2017-2021年中国人均可支配收入趋势图（单位：元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/985044.html>