

中国服饰类奢侈品市场发展态势及竞争战略研究 报告（2012-2016）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国服饰类奢侈品市场发展态势及竞争战略研究报告（2012-2016）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/142139142139.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

据资料显示，在众多奢侈品品类中，服饰类奢侈品(主要包含服装、鞋、箱包、手表、眼镜)是中国消费者最主要的消费品类，其在整个奢侈品消费中大约占70%的比重；随着中国消费者购买能力的进一步加强，以及奢侈品企业在中国市场布局的不断完善，中国奢侈品消费潜力将得到进一步释放，尤其是服饰类奢侈品市场潜力很大。未来中国服饰类奢侈品市场将呈现以下几个特征：1、二线城市将成为奢侈品品牌主战场。除了香港、北京、上海这些一线城市以外，中国的二线城市也表现出了巨大的吸引力。近两年来，LV、GUCCI等奢侈品企业开始布局成都、重庆、青岛、杭州、西安等二线城市，未来这些城市将成为奢侈品品牌竞争的“主战场”。2、女性服饰类奢侈品将快速增长。相比男性而言，女性更容易受到广告和攀比心理影响，具有更加强烈的奢侈品消费欲望。随着中国女性的经济独立，将会有越来越多的女性具有购买奢侈品的经济能力，因此未来女性服饰类奢侈品市场将会快速增长。3、具有中国元素的产品不断增多。为了快速渗透中国市场，许多奢侈品企业在产品中加入中国元素，这一现象在服饰奢侈品中尤为常见。例如JAEGER在中国专卖店展出绘有中国山水画的珐琅表;爱马仕甚至为中国市场专门推出一个品牌“上下”。

中国报告网发布的《中国服饰类奢侈品市场发展态势及竞争战略研究报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章 服饰类奢侈品相关概述

第一节 奢侈品特征分析

一、奢侈品及奢侈品行业范围界定

二、奢侈品特点

三、奢侈品市场的中国特色

第二节 奢侈品牌简介

一、世界主要奢侈品牌

二、奢侈品牌的特点

三、奢侈品牌的发展规律

第二节 服饰类奢侈品全球市场分析

一、服饰类奢侈品特征分析

二、服饰类奢侈品全球市场分析

第二章 2012年国内外奢侈品业整体运行态势分析

第一节 2012年全球奢侈品市场发展概况

一、世界奢侈品行业发展与流行元素融入

二、世界奢侈品行业基本特征

三、金融危机冲击国际奢侈品市场格局

四、经济走势对奢侈品市场发展的影响分析

第二节 2012年中国奢侈品业运行现状综述

一、中国奢侈品市场发展迅猛

二、中国奢侈品市场容量

三、中国奢侈品消费持续扩张

四、中国奢侈品行业广告投放量情况

五、我国奢侈品市场日益成熟

第三节 2012年中国奢侈品行业热点问题及策略分析

一、国内奢侈品运营中存在的不足

二、中国缺乏本土奢侈品品牌

三、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略

四、中国企业开创本土奢侈品牌的建议

第三章 2012年国际服饰类奢侈品行业市场分析

第一节 2012年世界顶级服饰、珠宝类奢侈品市场分析

一、世界顶级服饰、珠宝的发展现状分析

二、世界服饰、珠宝的营销模式分析

三、服饰、珠宝、名表类奢侈品发展前景预测

四、国际服饰类奢侈品牌争相发力童装市场

第二节 2012年欧美服饰类奢侈品发展现状分析

一、欧美服饰类奢侈品市场的环境分析

二、欧美服饰类奢侈品消费群体特性分析

三、欧美服饰类奢侈品在国内发展存在的问题

第三节 2012-2016年欧美服饰类奢侈品发展趋势分析

一、欧美服饰类奢侈品进入中国市场的战略模式分析

二、国际服装纺织奢侈品的成本分析

三、国内欧美服饰类奢侈品市场特征与趋势分析

第四章 2012年中国服饰类奢侈品行业发展环境分析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2012年中国服饰类奢侈品发展社会环境分析

- 一、中国的富豪和中产阶级越来越庞大
- 二、中国居民购买力分析
- 三、全球知名奢侈品品牌的积极渗透
- 四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起
- 五、消费观念
- 六、文化环境

第三节 2012年中国服饰类奢侈品产业政策环境分析

- 一、奢侈品税的政策目标
- 二、奢侈品消费税政策分析
- 三、相关产业政策影响分析

第五章 2012年中国服饰类奢侈品运行态势分析

第一节 2012年中国奢侈品市场发展概况分析

- 一、中国服饰类奢侈品市场的背景分析
- 二、奢侈品市场分析
- 三、中国奢侈品消费城市排行榜
- 四、中国奢侈品市场态势分析

第二节 2012年中国奢侈品消费市场现状分析

- 一、中国的奢侈品行业发展分析
- 二、奢侈品行业发展现状
- 三、中国奢侈品市场发展态势
- 四、中国奢侈品牌发展分析
- 五、2012年服装品牌发展态势

第三节 2012年中国服饰市场发展状况分析

- 一、中国服装供给分析

二、中国服饰行业经济运行态势分析

三、中国服装业竞争现状分析

第六章 2012年中国服饰类奢侈品市场发展现状探究

第一节 2012年中国服饰类奢侈品市场发展概述

一、国际服饰奢侈品牌分析

二、中国品牌服装运营企业发展分析

三、中国服饰奢侈品市场走势分析

四、最受中国市场欢迎服饰类奢侈品品牌分析

第二节 2012年中国服饰类奢侈品市场发展态势分析

一、中国奢侈服装品牌发展前景分析

二、中国奢侈品市场发展态势分析

三、全球奢侈品牌加速布点中国

四、奢侈品服装的本质分析

第七章 2012年中国奢侈品市场消费深度分析

第一节 中国奢侈品消费综述

一、我国奢侈品消费的发展现状

二、我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、中国奢侈品的的主要消费者

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、新奢侈品概念

二、新奢侈品的消费动机

三、新奢侈品的消费模式

第八章 2012年中国服饰类奢侈品营销分析

第一节 2012年中国服饰、珠宝概况

一、直接销售渠道

二、间接销售渠道

三、经验借鉴——世界顶级奢侈品定价的“心理战术”

第二节 2012年中国服饰、珠宝、名表的推广模式

一、利用高端时尚资讯平台推广

二、公关促销活动

三、创新+广告

四、明星造势

第三节 2012年中国奢侈品市场营销策略

一、奢侈品市场的营销策略

二、奢侈品营销的亲民法则

三、鞋子的奢侈品战略分析

四、奢侈品专卖店的营销策略

五、奢侈品牌的媒介沟通策略

第九章 2012年欧美品牌服饰类奢侈品市场调研分析

第一节 路易·威登（LOUIS VUITTON）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

第十章 2012-2016年中国服饰类奢侈品市场发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国奢侈品市场发展趋势分析

- 一、奢侈品品牌发展趋势
- 二、未来奢侈品消费发展预测
- 三、奢侈品牌进入男色时代
- 四、中国奢侈品的消费趋势
- 五、新富群体将成中国奢侈品消费主力
- 六、培育本土品牌成我国奢侈品行业发展方向
- 七、奢侈品行业或将选择“大众化路线”
- 八、网络销售成奢侈品市场新走向

第二节 2012-2016年中国服饰类奢侈品市场前景预测

- 一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大
- 二、我国将成为世界最大奢侈品消费市场
- 三、中国服饰类奢侈品市场盈利预测

第三节 2012-2016年中国服饰类奢侈品市场发展趋势分析

- 一、2012-2016年中国服饰类奢侈品市场发展趋势分析
- 二、奢侈品消费群将相当可观
- 三、中国将成奢侈品第一大市场

第四节 2012-2016年中国本土服饰类奢侈品发展趋势分析

- 一、本土服饰品牌成为奢侈品市场机会
- 二、开创中国本土奢侈品品牌的方向分析

第十一章 2012-2016年中国服饰类奢侈品行业投资前景预测分析

第一节 2012年中国服饰类奢侈品投资概况

- 一、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场
- 二、国内奢侈品市场个人投资型消费兴起
- 三、奢侈品巨头加大中国二三线城市投资力度
- 四、投资型奢侈品西风东渐

第二节 2012-2016年中国服饰类奢侈品行业投资机会分析

- 一、服装奢侈品消费向新兴市场转移
- 二、中国奢侈品市场投资潜力巨大

第三节 2012-2016年中国服饰类奢侈品行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、政策风险分析
- 五、其他风险分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/142139142139.html>