

2012-2016年中国服饰类奢侈品市场供需预测与投资战略咨询报告

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《2012-2016年中国服饰类奢侈品市场供需预测与投资战略咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/124356124356.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

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

近几年我国服饰类奢侈品行业发展速度较快，受益于服饰类奢侈品行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，服饰类奢侈品行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得服饰类奢侈品行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国服饰类奢侈品行业重新迎来良好的发展机遇。进入2012年我国服饰类奢侈品行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国服饰类奢侈品行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，服饰类奢侈品行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时服饰类奢侈品行业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

中国报告网发布的《2012-2016年中国服饰类奢侈品市场供需预测与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了服饰类奢侈品相关概述、中国服饰类奢侈品市场运营环境等，接着分析了中国服饰类奢侈品运行的现状，然后介绍了中国奢侈品市场消费、中国服饰类奢侈品营销。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市场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。

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 2011年中国服饰类奢侈品市场运营环境分析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011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

第三节 2011年中国服饰类奢侈品产业政策环境分析

- 一、我国奢侈品税收分析
- 二、相关产业政策影响分析

第三章 2011年国内外奢侈品业整体运行态势分析

第一节 2011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 2011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 2011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

第四章 2011年国际服饰类奢侈品市场运行透视及对中国市场影响分析

第一节 2011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 2011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

第五章 2011年中国服饰类奢侈品运行态势分析

第一节 2011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 2011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、2011年服装品牌发展态势

第三节 2011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 2011年中国服饰类奢侈品市场发展现状分析

第一节 2011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透析

第二节 2011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 2011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 2011年中国服饰类奢侈品营销分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011年欧美品牌服饰类奢侈品在中国的市场分析

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与投资预测分析

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

第五节 2011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

第五节 2012-2016年中国服饰类奢侈品行业投资机会分析

第六节 2012-2016年中国服饰类奢侈品行业投资风险分析

第七节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

中国报告网发布的《2012-2016年中国服饰类奢侈品市场供需预测与投资战略咨询报告》共十章。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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/124356124356.html>