

2018-2023年中国奢侈品产业市场规模现状分析与 投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国奢侈品产业市场规模现状分析与投资价值前景评估报告》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/baihuo/304962304962.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

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。

2012-2016年全球个人奢侈品市场规模

资料来源：观研天下数据中心整理

从具体发展情况来看，美国奢侈品销售额在全球销售比率中排名第一；西欧与北美地区的奢侈品业受英国脱欧与法国恐怖袭击等因素影响而出现轻微下滑，欧美等地区的社会环境不利持续影响着旅客数量，旅客数量的下降导致这些地区消费者对奢侈品的需求持续疲软；印度和墨西哥地区的销售业绩2016年有强劲表现；而亚太地区在中国市场销售额增长的提振下将实现5%的增幅，远高于2015年的1%。全渠道营销与数字化社交媒体创新会继续成为各大品牌努力发展提升的方向。

近年全球GDP增速趋于稳定，奢侈品市场大幅增长可能性小。通过观察历年数据，可以发现GDP增速与奢侈品行业增速间相关性很高。2016年之前，只有2002/2003期间和2008/2009期间奢侈品行业经历了负增长，这两次负增长均与当初全球经济不景气相关。2011年之后，全球GDP增速一直稳定在3%上下，2017年，世界银行预测全球GDP增速仍在3%左右，宏观经济环境较为稳定，奢侈品市场出现大幅增长的可能性小。奢侈品消费各主力地区亦无明显消费增速趋势。欧洲、美洲、中国、日本集中了80%以上的全球奢侈品消费人群，对这4处的经济状况进行分析（美国是美洲的助力，因此用美国GDP指标代替美洲地区）发现，欧洲美国日本的经济已经较为成熟，GDP增速保持在较低的水平（不超过2.5%），中国经济经历了三十年的高速增长（GDP增速>8%）之后，近年增速逐步回落到6%，对全球奢侈品消费拉动的效果不及过去大。

各地政治因素不稳定，奢侈品消费亦受影响。2015年以来欧洲频频发生恐怖袭击，影响当地奢侈品销售。2016年来，“黑天鹅”现象频频发生，全球经济形势受到影响：英国脱欧致使英镑2016年同比相对欧元暴跌10%，短期内使当地奢侈品销售额抬升；美国总统换届，贸易保护主义抬头，主张减税会加剧贫富不均，影响奢侈品销售；2017年，法、德、意等国家将面临大选，奢侈品市场在欧洲发展前路不明朗。中国是世界第一大出境旅游客源国及全球第四大入境旅游接待国，据财富品质研究院统计，连续五年，中国消费者超出七成的购买行为发生在境外，买走了全球三成至五成的奢侈品。虽然大量的出境游人数以及悬殊的价格差一直是导致中国奢侈品消费外流严重的重要根源，然而一些数字却表明，不论是前者的涨幅还是后者的差距，皆于今年体现出缩减迹象，未来的市场重心正朝向内地偏移。

首先，在出境游人次的增长幅度方面，据中国国家旅游局统计，去年上半年全国旅行社共组织出境游人数同比增长17.99%，与历史数据相比呈现明显放缓；从分目的地角度看

，虽然赴泰、韩、日三国的出境人次较去年同期均有提升，但受到继2015年来海外陆续爆发恐怖袭击事件的冲击，以及申根指纹签证的要求，去往中长线目的地的游人数却从2015年年底以来持续低迷，赴欧游客人次较去年同期出现了0.7个百分点的下滑。就前往巴黎的中国游人数而言，在过去一年中同比减少了26.8万人次，跌幅高达21.5%；作为对比，港澳台地区的奢侈品消费比率也延续着逐年下降的趋势，由于政治紧张以及港币兑欧元、日元、韩元贬值等原因，今年春节期间内地赴港游客数也出现了近二十年中的首次下滑，较去年同期下降了0.16%。

其次，在价格方面，人民币对美元汇率已经连续三年出现贬值。去年全年，人民币中间价贬值高达6.83%，使得消费者对于海外购的热情有所减退；去年4月中旬中国政府出台了提高关税、加大跨国邮寄包裹清关力度的政策，也令海外代购出现了萎靡迹象；同时，随着消费全球化的进一步展开，以及由奢侈品互联网业务带来的全球配送服务一体化，部分奢侈品品牌针对中国消费市场再次进行了降价调整。而缩减的价差直接影响了海外购的优势，也使得中国奢侈品消费者开始逐渐将购物阵地移回了国内，令未来一年的奢侈品消费回流成为必然趋势。有机构预测称，在未来会有近八成的奢侈品下单发生在国内，那时中国人出国买的一定是在国内买不到的产品。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国奢侈品产业市场规模现状分析与投资价值前景评估报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 2015-2017年中国奢侈品市场发展形势分析

第一节 中国奢侈品市场的形成原因

- 一、改革开放推动中国经济社会大发展
- 二、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奢侈品市场崛起

第二节 2015-2017年中国奢侈品行业发展概况

- 一、中国奢侈品市场容量简析

二、中国奢侈品行业发展的基础

三、促使中国奢侈品市场发展的有利因素

四、中国奢侈品行业机遇与挑战并存

第三节 2015-2017年中国奢侈品市场发展现状分析

一、中国奢侈品市场发展迅猛

二、中国奢侈品消费市场持续扩张

三、国内奢侈品市场新特征

四、中国奢侈品市场日益成熟

五、中国奢侈品消费渐趋理性

第四节 2015-2017年中国奢侈品行业存在的问题及不足

一、中国奢侈品市场面临的主要问题

二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素

三、国内奢侈品运营中存在的不足

四、中国缺乏本土奢侈品品牌

第五节 2015-2017年中国奢侈品市场发展对策及建议

一、促进中国奢侈品市场发展的策略

二、奢侈品行业应对金融的对策思路

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品牌的方向

第二章 2015-2017年中国酒类奢侈品产业运行环境分析

第一节 2015-2017年中国奢侈品产业政策分析

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

第二节 2015-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第三节 2015-2017年中国奢侈品产业社会环境分析

第三章 2015-2017年中国酒类奢侈品市场格局分析

第一节 国外主要高档名酒品牌分析

- 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)

第二节 2015-2017年中国高档名酒市场发展概况

- 一、国内高档礼品酒消费趋向理性化
- 二、国内高端名酒市场格局面临调整
- 三、中国酒类奢侈品行业迎来发展机遇
- 四、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战

第三节 2015-2017年中国高端酒营销存在的问题及对策分析

第四章 2015-2017年中国高端白酒市场运行分析

第一节 高端白酒市场特征分析

- 一、高档酒市场特征
- 二、高端白酒的消费特征
- 三、高端白酒市场调查
- 四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2015-2017年高端白酒市场发展情况分析

- 一、中国高档白酒市场进入平稳增长期
- 二、中国高端白酒市场的基本格局
- 三、金融危机对国内高档白酒市场的影响
- 四、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮

第三节 2017-2022年中国高端白酒市场预测分析

第五章 2015-2017年中国高档葡萄酒市场运行动态分析

第一节 2015-2017年中国高端葡萄酒市场发展状况

- 一、探究葡萄酒高端产品
- 二、国产高端葡萄酒的发展
- 三、金融危机对高端葡萄酒市场的影响
- 四、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场
- 五、期酒搅热国内高端葡萄酒市场
- 六、中国高端葡萄酒商业模式的创新

第二节 2015-2017年中国高端葡萄酒面临的问题及发展战略

- 一、国产高端葡萄酒发展面临的问题

二、发展中国高端葡萄酒市场的措施

三、解析葡萄酒高端产品的营销策略

第三节 未来中国葡萄酒高端市场前景预测分析

一、未来高端葡萄酒还有提升空间

二、未来高档葡萄酒的前景相当可观

三、高档葡萄酒销售渠道日趋完善

第六章 2015-2017年中国酒的制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2015-2017年（按季度更新）中国酒的制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2015-2017年（按季度更新）中国酒的制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年酒的制造盈利能力预测

第三节 2015-2017年（按季度更新）中国酒的制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年酒的制造产品产销衔接预测

第四节 2015-2017年（按季度更新）酒的制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第七章 2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据统计

第一节 2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口统计

第二节 2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口统计

第三节 2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口价格对比

第四节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口主要来源地及出口目的地

第五节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析

第八章 2015-2017年中国酒类奢侈品行业市场营销策略分析

第一节 2015-2017年中国奢侈品营销策略分析

- 一、不同类型奢侈品的营销策略
- 二、基于消费者的奢侈品营销策略
- 三、中国奢侈品消费的营销手段
- 四、奢侈品牌的终端营销策略
- 五、改进中国奢侈品营销的对策建议

第二节 2015-2017年国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示

- 一、国际奢侈品牌在中国的目标市场
- 二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略
- 三、对中国本土奢侈品牌营销的启示

第三节 2015-2017年酒类奢侈品市场营销案例借鉴

第九章 2015-2017年中国酒类奢侈品主要企业关键性数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2015-2017年公司成长性分析
- 三、2015-2017年公司财务能力分析
- 四、2015-2017年公司偿债能力分析
- 五、2015-2017年公司现金流量分析表
- 六、2015-2017年公司经营能力分析
- 七、2015-2017年公司盈利能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2015-2017年公司成长性分析
- 三、2015-2017年公司财务能力分析
- 四、2015-2017年公司偿债能力分析
- 五、2015-2017年公司现金流量分析表
- 六、2015-2017年公司经营能力分析
- 七、2015-2017年公司盈利能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2015-2017年公司成长性分析
- 三、2015-2017年公司财务能力分析

四、2015-2017年公司偿债能力分析

五、2015-2017年公司现金流量分析表

六、2015-2017年公司经营能力分析

七、2015-2017年公司盈利能力分析

第四节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2015-2017年公司成长性分析

三、2015-2017年公司财务能力分析

四、2015-2017年公司偿债能力分析

五、2015-2017年公司现金流量分析表

六、2015-2017年公司经营能力分析

七、2015-2017年公司盈利能力分析

第五节 通化葡萄酒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2015-2017年公司成长性分析

三、2015-2017年公司财务能力分析

四、2015-2017年公司偿债能力分析

五、2015-2017年公司现金流量分析表

六、2015-2017年公司经营能力分析

七、2015-2017年公司盈利能力分析

第十章 2015-2017年中国酿酒行业运行状况分析

第一节 中国酿酒业发展历程

第二节 2015-2017年中国酿酒业现状综述

一、中国酿酒业初步形成“好而快”的发展趋势

二、中国酿酒业吹响集结号积极推进“清洁生产”工作

三、近几年中国酿酒业利税总额分析

第三节 2015-2017年我国酿酒深度剖析

一、我国酿酒业成本与利润分析

二、上游行业我国酿酒业的影响分析

三、酒类公司资本市场表现

第四节 2015-2017年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析

第十一章 2017-2022年中国酒类奢侈品行业发展趋势展望分析

第一节 2017-2022年中国奢侈品行业发展趋势分析

- 一、新富群体将成中国奢侈品消费主力
 - 二、培育本土品牌成中国奢侈品行业发展方向
 - 三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”
 - 四、网络销售成奢侈品市场新走向
- 第二节 2017-2022年中国酒类奢侈品行业市场发展前景预测分析
- 一、酒类奢侈品供给预测分析
 - 二、酒类奢侈品需求预测分析
 - 三、酒类奢侈品进出口形势预测分析
- 第三节 2017-2022年中国酒类奢侈品行业市场盈利能力预测分析

第十二章 2017-2022年中国酒类奢侈品行业投资机遇与热点分析

- 第一节 2017-2022年中国酒类奢侈品行业投资机遇
- 一、金融危机影响下奢侈品消费向新兴市场转移
 - 二、中国奢侈品消费市场逆势扩张
 - 三、经济低迷难抑中国奢侈品消费热情
 - 四、中国奢侈品市场投资潜力巨大
- 第二节 2017-2022年中国酒类奢侈品行业投资风险及策略
- 一、政策风险
 - 二、市场风险
 - 三、投资策略
- 第三节 专家投资建议

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/304962304962.html>