

2020年中国奢侈品市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

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《2020年中国奢侈品市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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/519696519696.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

奢侈品是一种具有稀缺、珍奇、独特等特点的非生活必需品。其市场三大品类包括奢侈体验类服务、奢侈体验类商品和个人奢侈品。

奢侈品三大品类

数据来源：公开资料整理

奢侈品行业产业链上游为生产商原材料供应、设计、初步加工等服务环节；中游为品牌商奢侈品制造环节；下游为奢侈品流通环节，包括线上销售和线下销售两种模式。

奢侈品产业链

数据来源：公开资料整理

一方面，随着经济发展，我国人均可支配收入快速提升为人们购买奢侈品奠定了物质基础。2019年我国人均可支配收入为30732.85元,2020年前三季度我国人均可支配收入为23781元。

2015-2020年前三季度我国居民人均可支配收入

数据来源：公开资料整理

另一方面，社会不断向前发展使得部分传统观念开始发生改变。许多年轻人“愿意花费金钱购买高品质物品，“及时行乐”的观念成为近年奢侈品行业快速发展的另一个主要原因。

从用户画像来看，2019年，国内追求品质生活、追求颜值的18-40岁消费者成为奢侈品消费的主力军，占比为91%。

2019年国内奢侈品行业用户年龄分布情况

数据来源：公开资料整理

在此基础上，2015-2019年我国奢侈品行业境内和境外消费市场规模整体呈增长态势。根据数据显示，2018年我国奢侈品境内消费市场规模为384亿美元；较上年同比增长17%；境外消费市场规模为1073亿美元；较上年同比增长4%。2019年我国奢侈品境内消费市场规模为457亿美元；较上年同比增长19%；境外消费市场规模为1052亿美元；较上年同比增长-2%。

2015-2019年我国奢侈品行业境内外消费市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

2019年，全球奢侈品消费市场规模共2810亿欧元，其中中国人消费占比为35%。中国人成为全球最大的奢侈品买家。

2015-2019年中国人奢侈品消费比例情况

数据来源：公开资料整理

在市场持续向好的过程中，我国奢侈品行业发展也存在着问题。我国是全球奢侈品物价最高的国家，数据显示2017年我国奢侈品售价平均比法国（奢侈品公司主要集中地之一）同款商品高32%，因此对于购买奢侈品首要考虑价格的中国消费者来说，境外消费渠道价格

优势明显。基于此种因素下，尽管中国人贡献全球约1/3的奢侈品消费，但外流将近7成。2019年我国奢侈品境外消费市场规模占比为69.7%，境内消费市场规模占比仅达30.3%。

我国奢侈品消费渠道

数据来源：公开资料整理

为缓解此种情况，2019年国家实施《电子商务法》整治代购以及免税渠道天然回避税负，是奢侈品消费部分回流到国内市场的关键驱动因素。2020年新冠疫情期间，海内外管控背景下，出入境趋严将成为加速奢侈品消费回流的催化剂。

我国促进奢侈品消费回流相关政策内容

时间

政策名称

制定部门

相关内容

2015年6月

《2015年关税实施方案》

海关总署

降低部分服装、鞋靴、护肤品等日用消费品进口关税税率。

2016年1月

《2016年关税调整方案》

海关总署

扩大日用品消费降税范围，对税率高、需求弹性大的箱包、服装、围巾、毯子、真空保温杯、太阳镜等商品，将以暂定税率方式降低进口关税。

2017年1月

《2017年关税调整方案》

海关总署

在珠宝类产品中降幅最大的黑珍珠关税调整为零，对于完税价格后的乐器将为1%，护肤品与男女服饰调整与之前保持一致。

2017年12月

《部分消费品进口暂定税率调整表》

国务院关税税则委员会

对部分消费品进口关税进行调整，平均税率17.3%降至7.7%，共涉及187项商品，其中，唇膏、眼影、香水等化妆品关税由10%降至5%，箱包制品由20%降至10%，服装由14-25%降至5%-10%，丝巾面纱类由14%降至5%等。

2018年7月

《2018年关税调整方案》

海关总署

日用消费品平均降幅为55.9%。该品类下服装鞋帽、厨房和体育健身用品等进口关税平均税率由15.9%降至7.1%，护肤、美发等化妆品及部分医药健康类产品进口关税平均税率由8.4%降至2.9%。

2019年1月

《电子商务法》

全国人大常委会

规定代购组织或个人必须同时拥有采购国和中国的营业执照，并同时缴纳采购国与中国两方的税费，违反规定的卖家或平台最高将分别被罚款50万元以及200万元。数据来源：公开资料整理

在多重利好因素下，预计到2025年中国消费者对全球奢侈品消费总额的贡献率将达约50%；奢侈品消费中境内渠道占比将达56%，较19年提升25pct。

2025年我国奢侈品消费情况预测

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国奢侈品市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国奢侈品行业发展概述

第一节 奢侈品行业发展情况概述

- 一、奢侈品行业相关定义
- 二、奢侈品行业基本情况介绍
- 三、奢侈品行业发展特点分析

第二节 中国奢侈品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、奢侈品行业产业链条分析
- 三、中国奢侈品行业上游环节分析
- 四、中国奢侈品行业下游环节分析

第三节 中国奢侈品行业生命周期分析

- 一、奢侈品行业生命周期理论概述
- 二、奢侈品行业所属的生命周期分析

第四节 奢侈品行业经济指标分析

- 一、奢侈品行业的赢利性分析
- 二、奢侈品行业的经济周期分析
- 三、奢侈品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国奢侈品行业进入壁垒分析

- 一、奢侈品行业资金壁垒分析
- 二、奢侈品行业技术壁垒分析
- 三、奢侈品行业人才壁垒分析
- 四、奢侈品行业品牌壁垒分析
- 五、奢侈品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球奢侈品行业市场发展现状分析

第一节 全球奢侈品行业发展历程回顾

第二节 全球奢侈品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲奢侈品行业地区市场分析

- 一、亚洲奢侈品行业市场现状分析
- 二、亚洲奢侈品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲奢侈品行业市场前景分析

第四节 北美奢侈品行业地区市场分析

- 一、北美奢侈品行业市场现状分析
- 二、北美奢侈品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美奢侈品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟奢侈品行业地区市场分析
 - 一、欧盟奢侈品行业市场现状分析
 - 二、欧盟奢侈品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟奢侈品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界奢侈品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球奢侈品行业市场规模预测

第三章 中国奢侈品产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品奢侈品总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国奢侈品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国奢侈品产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国奢侈品行业运行情况

- 第一节 中国奢侈品行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
 - 四、行业发展动态

第二节 中国奢侈品行业市场规模分析

第三节 中国奢侈品行业供应情况分析

第四节 中国奢侈品行业需求情况分析

第五节 中国奢侈品行业供需平衡分析

第六节 中国奢侈品行业发展趋势分析

第五章 中国奢侈品所属行业运行数据监测

第一节 中国奢侈品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国奢侈品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国奢侈品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国奢侈品市场格局分析

第一节 中国奢侈品行业竞争现状分析

一、中国奢侈品行业竞争情况分析

二、中国奢侈品行业主要品牌分析

第二节 中国奢侈品行业集中度分析

一、中国奢侈品行业市场集中度分析

二、中国奢侈品行业企业集中度分析

第三节 中国奢侈品行业存在的问题

第四节 中国奢侈品行业解决问题的策略分析

第五节 中国奢侈品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国奢侈品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国奢侈品行业需求特点与动态分析

第一节 中国奢侈品行业消费者基本情况

第二节 中国奢侈品行业消费者属性及偏好调查

第三节 奢侈品行业成本分析

第四节 奢侈品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国奢侈品行业价格现状分析

第六节 中国奢侈品行业平均价格走势预测

一、中国奢侈品行业价格影响因素

二、中国奢侈品行业平均价格走势预测

三、中国奢侈品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国奢侈品行业区域市场现状分析

第一节 中国奢侈品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区奢侈品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区奢侈品市场规模分析

四、华东地区奢侈品市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区奢侈品市场规模分析

四、华北地区奢侈品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区奢侈品市场规模分析
- 四、华南地区奢侈品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国奢侈品行业竞争情况

第一节 中国奢侈品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国奢侈品行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国奢侈品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 奢侈品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国奢侈品行业发展前景分析与预测

第一节 中国奢侈品行业未来发展前景分析

- 一、奢侈品行业国内投资环境分析
- 二、中国奢侈品行业市场机会分析
- 三、中国奢侈品行业投资增速预测

第二节 中国奢侈品行业未来发展趋势预测

第三节 中国奢侈品行业市场发展预测

- 一、中国奢侈品行业市场规模预测
- 二、中国奢侈品行业市场规模增速预测
- 三、中国奢侈品行业产值规模预测
- 四、中国奢侈品行业产值增速预测
- 五、中国奢侈品行业供需情况预测

第四节 中国奢侈品行业盈利走势预测

- 一、中国奢侈品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国奢侈品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国奢侈品行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 奢侈品产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 奢侈品行业投资风险分析

- 一、奢侈品行业政策风险分析
- 二、奢侈品行业技术风险分析
- 三、奢侈品行业竞争风险分析
- 四、奢侈品行业其他风险分析

第三节 奢侈品行业企业经营发展分析及建议

- 一、奢侈品行业经营模式
- 二、奢侈品行业销售模式

三、奢侈品行业创新方向

第四节 奢侈品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国奢侈品行业发展战略及规划建议

第一节 中国奢侈品行业品牌战略分析

- 一、奢侈品企业品牌的重要性
- 二、奢侈品企业实施品牌战略的意义
- 三、奢侈品企业品牌的现状分析
- 四、奢侈品企业的品牌战略
- 五、奢侈品品牌战略管理的策略

第二节 中国奢侈品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国奢侈品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国奢侈品行业发展策略及投资建议

第一节 中国奢侈品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国奢侈品行业定价策略分析

第三节 中国奢侈品行业营销渠道策略

一、奢侈品行业渠道选择策略

二、奢侈品行业营销策略

第四节 中国奢侈品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国奢侈品行业重点投资区域分析

二、中国奢侈品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/519696519696.html>