

中国奢侈品行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）

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《中国奢侈品行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）》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.chinabaogao.com/baogao/202509/763056.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业按下暂停键，我国奢侈品线上线下首次同时负增长

奢侈品被定义为“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”，其核心特征包括高附加值、非生活必需性及无形价值与有形价值比值高，如高档服装、珠宝首饰、豪华游艇、私人飞机等。

曾几何时，香奈儿的菱格纹、LV的老花图案是都市女性的精神图腾，曾道尽奢侈品作为情感载体与身份符号的双重魔力。然而，2024年的消费市场，却是一场“寒冬”，成为了我国境内奢侈品市场最艰难的一年。数据显示，2024年我国境内奢侈品市场销售额5127亿元，同比下降17%；占全球比重18%，较上年下降4%。

数据来源：要客研究院，观研天下整理

与此同时，2024年也是我国奢侈品线上线下销售额同时下降的一年。2024年，我国线上奢侈品销售额2375亿元，同比下降5%；线下奢侈品销售额2752亿元，同比下降25%。不过，线上销售额占我国奢侈品市场销售额的比重已经达到46%，接近一半。可见当前，我国奢侈品消费线上化趋势明显。预计2025年我国奢侈品市场将首次出现线上消费额超越线下消费额的情况，未来3-5年内，奢侈品线上交易额占比有望突破60%。

数据来源：要客研究院，观研天下整理

从品类来看，2024年腕表的下降幅度最为显著，达到了28%至33%。一方面是因为中国消费者在腕表消费方面变得更加理性，另一方面则是因为二级市场上瑞士奢侈腕表价格持续下降，高端腕表的保值能力因此受到威胁。与之相对的，美妆个护品类在市场寒冬中则展现出较强的韧性，尤其是香水、彩妆和超高端护肤品，成为消费者的热门选择。这一现象背后，反映出消费者在经济环境变化下对

“小额奢侈品”

的青睐，以及消费观念向注重情感和感官体验的转变。

根据分析，造成2024年我国奢侈品市场按下暂停键，销售额出现负增长的原因主要有以下几点：

一是，消费者信心不足。在宏观经济环境的不确定性增加、资产价格波动等多重因素的影响下，消费者在奢侈品消费上变得愈发谨慎。有数据研究表明，当前，对中国经济复苏持乐观态度的消费者比例已从2023年的83%下滑至55%。曾经作为奢侈品消费中坚力量的VIC客户，在经济下行压力下也开始调整消费策略，将部分资金分散投资于其他保值型资产，奢侈品消费支出相应减少。

二是，经济不确定性使得价格敏感度日益凸显。50%的受访者表示近期涨价导致其减少奢侈品购买频率，54%的受访者在购买前会主动比价或寻找折扣。这种价格意识催生了“平替品”

（低价奢侈品仿制品）的流行，48%的受访者曾购买此类商品，47%表示未来会考虑购买。而这种情况下，使得我国奢侈品假货市场爆发，2024年这一市场规模已经达到约2000亿元。

三是，房地产市场的持续调整、就业市场的不确定性以及关税带来的通胀压力，共同塑造了消费者的“防御性消费心态”。64%的受访者表示倾向于比过去两年存更多的钱，主要动机包括健康生活方式、为未来大额消费储备、养老储备和子女教育。

四是，出境游的复苏使得消费外流加剧。2024年，约40%的奢侈品消费发生在境外，特别是亚太地区和欧洲。目前中国消费者在欧洲市场的奢侈品消费额已恢复至2019年水平的50%左右，而在亚太地区这一比例更是高达120%。其中，日元持续贬值带来的汇率优势，极大地激发了中国消费者赴日购买奢侈品的热情。有40%的受访者首选日本购买奢侈品，较2023年的8%大幅增长。这种消费外流现象不仅对内地奢侈品市场的销售额造成了直接冲击，还改变了消费者的购买习惯和市场格局。2024年，中国人境外奢侈品消费额达到5063亿元，同比增长17%，在中国人全球奢侈品消费占比由2023年的42%提升到49%。

数据来源：要客研究院，观研天下整理

二、市场遇冷下，各大奢侈品集团业绩分化明显

与此同时，全球政治经济不确定因素更多，整体消费疲软，使得全球奢侈品整体放缓。据国际咨询公司贝恩相关报告显示，奢侈品市场的客户群首次出现萎缩，全球奢侈品消费者从2022年的4亿人减少至2024年底的3.5亿，流失约5000万名客户。报告还指出，2024年全球奢侈品消费总额约为1.48万亿欧元，按当前汇率计算，同比下降1%-3%。而虽然要客研究院发布的报告显示，2024年全球奢侈品消费额较2023年有所增长，但也仅3%。预计2025年仍将是奢侈品行业比较艰难的一年，虽然全球奢侈品将在消费升级驱动下仍然会保持个位数增长，但估计仍在3%左右。

受市场寒潮来袭影响，各大奢侈品集团业绩分化明显。一方面，部分奢侈品头部公司业绩出现大跳水。如世界三大奢侈品集团之一的历峰集团（Richemont）发布2025财年（2024年4月至2025年3月）报告显示，其营业收入同比增长4%至214亿欧元，但营业利润同比下滑1%至37.6亿欧元，亚太市场成为业绩重灾区，营收同比下降13%。

法国奢侈品巨头路威酩轩集团（LVMH）在2025年上半年表现不佳，其营收为398.1亿欧元，较去年同期下滑4%；经常性营业利润下滑15%至90.1亿欧元。同时，净利润也大幅下滑22%，降至57亿欧元。这一组数据凸显出LVMH在奢侈品行业中的成本压力与盈利能力所面临的严峻挑战。

开云集团同样遭遇困境，其2025年上半年营业收入为76亿欧元，同比大幅下降16%；营业利润大跌38.7%，至9.69亿欧元；营业净利润也出现显著下滑，同比大幅下降46%。从品牌看，Gucci作为开云集团的收入支柱和核心品牌，其持续低迷的状态对集团的整体业绩产生了重大影响。上半年，古驰营收同比骤降26%至30.27亿欧元，其中第二季度营收约为14.56

亿欧元，同比降幅更是达到27%，而这已是古驰连续6个季度销售下滑。从区域市场来看，上半年开云集团在亚太地区（不含日本）的收入降幅最为显著，达到了21%；其次是日本市场，降幅为20%；而西欧地区和北美地区则分别减少了13%和12%。

另一方面，爱马仕、普拉达集团继续保持业绩稳健。例如2025年上半年，爱马仕合并收入为80.34亿欧元，按固定汇率计算同比增长8%，按当前汇率计算同比增长7%，所有地区均实现增长；营业利润增长5.7%至33.3亿欧元，尽管受到货币对冲的负面影响，营业利润率仍达到41.4%，而2024年6月底为42.0%。爱马仕表示，这样的营业利润率远高于行业平均水平。不过财报显示，爱马仕的归母净利润从23.7亿欧元降至22.5亿欧元。

另外2025年上半年，普拉达（Prada）集团净收入同比增长9%达到27.4亿欧元，利润率较2024年同期持平。旗下规模较小但扩张迅速的品牌缪缪（Miu Miu）助力其扭转困局，零售额同比增长49%。

三、中国消费者依然是全球奢侈品消费的最重要力量，但其相对影响力正在减弱

当前，中国消费者依然是全球奢侈品消费的最重要力量，但其相对影响力正在减弱。2024年全球奢侈品消费额28049亿元，其中中国人奢侈品销售额实现10107亿元，占比达到36%，不过较2023年下降了2%。

数据来源：要客研究院，观研天下整理

数据来源：要客研究院，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国奢侈品行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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	特点分析
三、	奢侈品	行业基本情况介绍
四、	奢侈品	行业经营模式
(1) 生产模式		
(2) 采购模式		
(3) 销售/服务模式		
五、	奢侈品	行业需求主体分析
第二节 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
第三节	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
第二章 中国	奢侈品	行业监管分析
第一节 中国	奢侈品	行业监管制度分析
一、行业主要监管体制		
二、行业准入制度		
第二节 中国	奢侈品	行业政策法规
一、行业主要政策法规		
二、主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对	奢侈品	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	奢侈品	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	奢侈品	行业的影响分析
一、中国宏观经济环境		
二、中国宏观经济环境对	奢侈品	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	奢侈品	行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对	奢侈品	行业的影响分析
第四节 中国	奢侈品	行业投资环境分析
第五节 中国	奢侈品	行业技术环境分析

第六节 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
第七节 中国	奢侈品	行业风险分析
一、	奢侈品	行业宏观环境风险
二、	奢侈品	行业技术风险
三、	奢侈品	行业竞争风险
四、	奢侈品	行业其他风险
第四章 2020-2024年全球	奢侈品	行业发展现状分析
第一节 全球	奢侈品	行业发展历程回顾
第二节 全球	奢侈品	行业市场规模与区域分布情况
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 欧洲	奢侈品	行业地区市场分析
一、欧洲	奢侈品	行业市场现状分析
二、欧洲	奢侈品	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	奢侈品	行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球	奢侈品	行业分布趋势预测
第七节 2025-2032年全球	奢侈品	行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】		
第五章 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	
第二节 中国	奢侈品	行业市场规模分析

一、影响中国	奢侈品	行业市场规模的因素
二、中国	奢侈品	行业市场规模
三、中国	奢侈品	行业市场规模解析
第三节 中国	奢侈品	行业供应情况分析
一、中国	奢侈品	行业供应规模
二、中国	奢侈品	行业供应特点
第四节 中国	奢侈品	行业需求情况分析
一、中国	奢侈品	行业需求规模
二、中国	奢侈品	行业需求特点
第五节 中国	奢侈品	行业供需平衡分析
第六节 中国	奢侈品	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	奢侈品	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	奢侈品	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍		
二、产业链运行机制		
三、	奢侈品	行业产业链图解
第二节 中国	奢侈品	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状		
二、上游产业对	奢侈品	行业的影响分析
三、下游产业发展现状		
四、下游产业对	奢侈品	行业的影响分析
第三节 中国	奢侈品	行业细分市场分析
一、细分市场一		
二、细分市场二		
第七章 2020-2024年中国	奢侈品	行业市场竞争分析
第一节 中国	奢侈品	行业竞争现状分析
一、中国	奢侈品	行业竞争格局分析
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	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	奢侈品	行业市场集中度分析
第三节 中国	奢侈品	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布		特征
三、企业所有制分布特征		

第八章 2020-2024年中国	奢侈品	行业模型分析
第一节 中国	奢侈品	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	奢侈品	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	奢侈品	行业SWOT分析结论
第三节 中国	奢侈品	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章 2020-2024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	行业市场动态情况
第二节 中国	奢侈品	行业消费市场特点分析
一、需求偏好		
二、价格偏好		
三、品牌偏好		
四、其他偏好		
第三节	奢侈品	行业成本结构分析
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 2025-2032年中国	奢侈品	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	奢侈品	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	奢侈品	行业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	行业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	行业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		
第十一章 2020-2024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析
一、影响	奢侈品	行业区域市场分布的因素
二、中国	奢侈品	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	奢侈品	行业市场分析
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	行业市场分析
（1）华东地区	奢侈品	行业市场规模
（2）华东地区	奢侈品	行业市场现状
（3）华东地区	奢侈品	行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析		
一、华中地区概述		
二、华中地区经济环境分析		
三、华中地区	奢侈品	行业市场分析
（1）华中地区	奢侈品	行业市场规模
（2）华中地区	奢侈品	行业市场现状
（3）华中地区	奢侈品	行业市场规模预测

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

（1）华南地区 奢侈品

（2）华南地区 奢侈品

（3）华南地区 奢侈品

第五节 华北地区 奢侈品

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

（1）华北地区 奢侈品

（2）华北地区 奢侈品

（3）华北地区 奢侈品

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 奢侈品

（1）东北地区 奢侈品

（2）东北地区 奢侈品

（3）东北地区 奢侈品

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 奢侈品

（1）西南地区 奢侈品

（2）西南地区 奢侈品

（3）西南地区 奢侈品

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 奢侈品

（1）西北地区 奢侈品

（2）西北地区 奢侈品

（3）西北地区 奢侈品

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国	奢侈品	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	奢侈品	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第三节 企业三			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第四节 企业四			
一、企业概况			
二、主营产品			

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国	奢侈品	行业市场机会分析
二、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	行业规模发展预测
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
第十四章 中国	奢侈品	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	奢侈品	行业研究综述
一、	行业投资价值	
二、	行业风险评估	
第二节 中国	奢侈品	行业进入策略分析
一、	目标客户群体	
二、	细分市场选择	
三、	区域市场的选择	
第三节	奢侈品	行业品牌营销策略分析
一、	奢侈品	行业产品策略
二、	奢侈品	行业定价策略
三、	奢侈品	行业渠道策略
四、	奢侈品	行业推广策略
第四节	观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/763056.html>