

中国奢侈品消费行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029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《中国奢侈品消费行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577687.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

随着社会经济的快速发展，国民收入水平不断提高，我国已成为奢侈品消费大国，奢侈品市场呈现出一片生机勃勃的景象。奢侈品盛行的原因除了奢侈品本身具有强劲的品牌效应，良好的口碑，还有极佳的保值增值性能。国内对奢侈品消费需求日趋强烈，外国奢侈品巨头纷纷涌入中国市场，我国奢侈品市场逐渐成熟。

一、奢侈品消费现状分析

1、国内消费市场强势增长，全球市场份额稳步提升

2020年受新冠疫情影响，全球奢侈品市场受到冲击，消费规模缩小为2170亿欧元，市场交易额同比下降23%；而我国奢侈品市场没有出现疲软现象，依旧强势增长，成为全球唯一奢侈品市场正增长的国家，市场规模达3460亿元，比上年逆势增长了46%。2021年全球奢侈品消费回暖，市场规模2830亿欧元，国内奢侈品消费规模4710亿元，比上年增长了36%。

数据来源：观研天下整理

中国市场在奢侈品行业的地位越来越重要，在全球奢侈品消费市场中所占份额逐年递增，比例从2019年的11%增至2020年的20%，首次突破20%，2021年市场份额较上年提高了2个百分点为22%，预测2025年我国境内市场占全球奢侈品消费总额份额达27%。

数据来源：观研天下整理

2、消费市场向三线及以下城市下沉

2019年我国奢侈品市场主要以一、二线城市为主，市场渗透率达61%，2021年一、二线城市的奢侈品市场渗透率均有所下降，慢慢向三、四、五线城市下沉，三线以下城市市场渗透率由38%增长到46%。

一二线城市奢侈品市场渗透大体达到饱和状态，而下沉市场用户基数大，可观的潜在消费群体加上一定的奢侈品购买能力，成了奢侈品市场向三线以下城市扩展的重要原因。

数据来源：公开资料整理

我国奢侈品消费潜力巨大的城市超过200个，上海是我国当之无愧的第一大奢侈品消费城市，消费占比46%，其次是北京、广州、深圳，消费比例分别为33%、30%和27%。我国奢侈品消费购买能力强的五大城市除了常见的北上广深发达城市外，海南三亚以20%的消费占比入围。民众受新冠疫情限制难以出境旅游消费，环境市场给了海南岛免税店一个机遇和契机；受海南离岛免税政策的进一步推进，三亚成为新兴的奢侈品消费城市，奢侈品消费回流到内地市场。

数据来源：公开资料整理

3、奢侈品市场迎来涨价潮

考拉购物APP整理出了2021年十大“理财包”，其实就是价格涨幅前十的奢侈品包，其中思琳腋下包价格涨幅高达95%，几乎翻倍，其他类型品牌包涨幅20%-40%左右。

2021年度十大“理财包”

品牌

初售价

现售价

涨幅

CELINE Romy腋下包

10000元

19500元

+95%

BALENCIAGA HOURGLASS巴黎世家沙漏手袋

10900元

14900元

+36.7%

DIOR Lady (Mini) 手提包

24300元

33000元

+35.8%

CELINE AVA腋下包

8600元

11500元

+33.7%

DIOR BOOK TOTE老花托特包

19500元

26000元

+33.3%

DIOR SADDLE老花马鞍包

22000元

29000元

+31.8%

LV五合一多功能包

12500元

16000元

+28%

CHANEL CF中号

51500元

62700元

+21.7%

LV POCHETTE老花邮差包

13300元

15900元

+19.6%

CHANEL 19中号

38200元

44200元

+15.7%

数据来源：公开资料整理

2022年以来，诸多奢侈品品牌纷纷提价，奢侈品市场迎来涨价潮。劳力士价格涨幅4%-11%；香奈儿在去年11月涨价的基础上再次提高了8%-12%的价格，近三年内香奈儿价格涨幅高达60%；以丝巾为主的爱马仕配饰价格有10%左右的涨幅；LV品牌部分经典款达到了20%的涨幅，迪奥、思琳等也紧密跟进。

疫情期间，欧洲奢侈品制造工厂部分暂时关停，以及美元高通胀的多重因素导致生产成本、劳动力成本、运输成本等上升，中国市场对奢侈品的强劲需求都是奢侈品掀起涨价潮的原因。奢侈品的目标消费群体对价格并不十分敏感，奢侈品行业对商品有灵活的定价权，深入来讲涨价是奢侈品企业的一种饥饿营销手段，自抬身价增强奢侈品的稀缺性、排他性，营造保值效应，刺激消费者的购买欲望，能有效地获得更多营收和利润收入。

奢侈品的全球涨价事实上是国人在为其买单，美国不断印刷美元导致以美元为经济体系的国家面临高通胀，其国民购买力下降；而中国有庞大的奢侈品消费市场兜底，加上国人不成熟的消费行为，消化全球通胀带来的影响，为奢侈品企业创造盈利。

4、国际品牌竞争激烈，国内品牌竞争不足

显而易见，我国奢侈品活力榜前十全被迪奥、古驰、香奈儿等耳熟能详的国外品牌占据，享誉世界并能登上国际舞台的中国奢侈品牌微乎其微。虽然我国是全球奢侈品消费规模最大和增速最快的国家之一，但在市场中很少见到具有优势的民族自主品牌的身影，国内市场纷纷被国外奢侈品巨头抢占先机，我国奢侈品品牌发展起步时间晚，目前仍处于幼年阶段，世界上层主流文化由西方主导，我国产业更多是代工制造，自主研发和品牌建立极少。

2021年奢侈品牌中国活力榜

排名

品牌

1

Dior迪奥

2

LV路易威登

3

Gucci古驰

4

Fendi芬迪

5

Burberry博柏利

6

Chanel香奈儿

7

Prada普拉达

8

BVLGARI宝格丽

8

Cartier卡地亚

8

Van Cleef&Arpels梵克雅宝

数据来源：观研天下整理

二、总结

随着奢侈品市场的迅速蔓延，部分青年群体把奢侈品当做个人身份符号或阶级特征，出现好奇、攀比、从众消费方式，导致非理性消费行为，那么个人要树立理性的奢侈品消费观和价值观。同时我国相关企业要循序渐进地摆脱品牌代工模式，在成熟的制造技术上掌握核心技术，立足于产品研发、创新、运营销售等方面展开强势品牌建设，升级民族产业，以精益求精的态度和创新精神走品牌化路线。品牌文化软实力助力国家形象，打造本土奢侈品品牌。（PY）

观研报告网发布的《中国奢侈品消费行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029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。

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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国奢侈品消费行业发展概述

第一节 奢侈品消费行业发展情况概述

一、奢侈品消费行业相关定义

二、奢侈品消费行业基本情况介绍

三、奢侈品消费行业发展特点分析

四、奢侈品消费行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、奢侈品消费行业需求主体分析

第二节 中国奢侈品消费行业生命周期分析

一、奢侈品消费行业生命周期理论概述

二、奢侈品消费行业所属的生命周期分析

第三节 奢侈品消费行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球奢侈品消费行业市场发展现状分析

- 第一节全球奢侈品消费行业发展历程回顾
- 第二节全球奢侈品消费行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲奢侈品消费行业地区市场分析
 - 一、亚洲奢侈品消费行业市场现状分析
 - 二、亚洲奢侈品消费行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲奢侈品消费行业市场前景分析
- 第四节北美奢侈品消费行业地区市场分析
 - 一、北美奢侈品消费行业市场现状分析
 - 二、北美奢侈品消费行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美奢侈品消费行业市场前景分析
- 第五节欧洲奢侈品消费行业地区市场分析
 - 一、欧洲奢侈品消费行业市场现状分析
 - 二、欧洲奢侈品消费行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲奢侈品消费行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界奢侈品消费行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球奢侈品消费行业市场规模预测

第三章 中国奢侈品消费行业产业发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
 - 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
- 第二节我国宏观经济环境对奢侈品消费行业的影响分析
- 第三节中国奢侈品消费行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对奢侈品消费行业的影响分析

第五节中国奢侈品消费行业产业社会环境分析

第四章 中国奢侈品消费行业运行情况

第一节中国奢侈品消费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

第二节中国奢侈品消费行业市场规模分析

一、影响中国奢侈品消费行业市场规模的因素

二、中国奢侈品消费行业市场规模

三、中国奢侈品消费行业市场规模解析

第三节中国奢侈品消费行业供应情况分析

一、中国奢侈品消费行业供应规模

二、中国奢侈品消费行业供应特点

第四节中国奢侈品消费行业需求情况分析

一、中国奢侈品消费行业需求规模

二、中国奢侈品消费行业需求特点

第五节中国奢侈品消费行业供需平衡分析

第五章 中国奢侈品消费行业产业链和细分市场分析

第一节中国奢侈品消费行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、奢侈品消费行业产业链图解

第二节中国奢侈品消费行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对奢侈品消费行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对奢侈品消费行业的影响分析

第三节我国奢侈品消费行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国奢侈品消费行业市场竞争分析

第一节 中国奢侈品消费行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节 中国奢侈品消费行业竞争现状分析

- 一、中国奢侈品消费行业竞争格局分析
- 二、中国奢侈品消费行业主要品牌分析

第三节 中国奢侈品消费行业集中度分析

- 一、中国奢侈品消费行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国奢侈品消费行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国奢侈品消费行业模型分析

第一节 中国奢侈品消费行业竞争结构分析（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 中国奢侈品消费行业SWOT分析

- 一、SOWT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、中国奢侈品消费行业SWOT分析结论

第三节 中国奢侈品消费行业竞争环境分析（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

第八章 2018-2022年中国奢侈品消费行业需求特点与动态分析

第一节中国奢侈品消费行业市场动态情况

第二节中国奢侈品消费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

第三节奢侈品消费行业成本结构分析

第四节奢侈品消费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

第五节中国奢侈品消费行业价格现状分析

第六节中国奢侈品消费行业平均价格走势预测

一、中国奢侈品消费行业平均价格趋势分析

二、中国奢侈品消费行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国奢侈品消费行业所属行业运行数据监测

第一节中国奢侈品消费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

第二节中国奢侈品消费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

第三节中国奢侈品消费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

第十章 2018-2022年中国奢侈品消费行业区域市场现状分析

第一节 中国奢侈品消费行业区域市场规模分析

影响奢侈品消费行业区域市场分布的因素

中国奢侈品消费行业区域市场分布

第二节 中国华东地区奢侈品消费行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区奢侈品消费行业市场分析

(1) 华东地区奢侈品消费行业市场规模

(2) 华南地区奢侈品消费行业市场现状

(3) 华东地区奢侈品消费行业市场规模预测

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、华中地区奢侈品消费行业市场分析

(1) 华中地区奢侈品消费行业市场规模

(2) 华中地区奢侈品消费行业市场现状

(3) 华中地区奢侈品消费行业市场规模预测

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、华南地区奢侈品消费行业市场分析

(1) 华南地区奢侈品消费行业市场规模

(2) 华南地区奢侈品消费行业市场现状

(3) 华南地区奢侈品消费行业市场规模预测

第五节 华北地区奢侈品消费行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区奢侈品消费行业市场分析

(1) 华北地区奢侈品消费行业市场规模

(2) 华北地区奢侈品消费行业市场现状

(3) 华北地区奢侈品消费行业市场规模预测

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、东北地区奢侈品消费行业市场分析

- (1) 东北地区奢侈品消费行业市场规模
- (2) 东北地区奢侈品消费行业市场现状
- (3) 东北地区奢侈品消费行业市场规模预测

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、西南地区奢侈品消费行业市场分析
 - (1) 西南地区奢侈品消费行业市场规模
 - (2) 西南地区奢侈品消费行业市场现状
 - (3) 西南地区奢侈品消费行业市场规模预测

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、西北地区奢侈品消费行业市场分析
 - (1) 西北地区奢侈品消费行业市场规模
 - (2) 西北地区奢侈品消费行业市场现状
 - (3) 西北地区奢侈品消费行业市场规模预测

第十一章 奢侈品消费行业企业分析（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

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

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国奢侈品消费行业发展前景分析与预测

第一节中国奢侈品消费行业未来发展前景分析

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

第二节中国奢侈品消费行业未来发展趋势预测

第三节中国奢侈品消费行业规模发展预测

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

第四节中国奢侈品消费行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国奢侈品消费行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国奢侈品消费行业进入壁垒分析

- 一、奢侈品消费行业资金壁垒分析
- 二、奢侈品消费行业技术壁垒分析

- 三、奢侈品消费行业人才壁垒分析
- 四、奢侈品消费行业品牌壁垒分析
- 五、奢侈品消费行业其他壁垒分析
- 第二节奢侈品消费行业风险分析
 - 一、奢侈品消费行业宏观环境风险
 - 二、奢侈品消费行业技术风险
 - 三、奢侈品消费行业竞争风险
 - 四、奢侈品消费行业其他风险
- 第三节中国奢侈品消费行业存在的问题
- 第四节中国奢侈品消费行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国奢侈品消费行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国奢侈品消费行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国奢侈品消费行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节奢侈品消费行业营销策略分析

- 一、奢侈品消费行业产品营销
- 二、奢侈品消费行业定价策略
- 三、奢侈品消费行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577687.html>