

2020-2026年中国轻奢品市场 发展态势与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国轻奢品市场发展态势与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/6684776167.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

目前国内奢侈品消费体量可观，2016年约有760万户中国家庭购买了奢侈品（包括重奢和轻奢），消费总额达6,400亿元，其中轻奢消费占36%。另一方面，按奢侈品消费者的国籍划分，2017年中国消费者贡献了全球奢侈品市场销售额的32%，较2016年提升了2个百分点，消费能力强劲。

从消费年龄层来看，根据2018年7月的百度指数数据，关注“轻奢”关键词的人群中，20-49岁的人群占绝大多数，占比高达93%。而《2016中国统计年鉴》显示，2015年人口抽样调查中，我国20-49岁的人口占总人口比重约为48.67%。我们认为，这一年龄段的消费群体一般处于经济水平的上升期与成熟期，消费观念较为先进，有能力和意愿追求中高端消费，是国内轻奢消费市场的主要客群基础，规模可观，千禧一代未来三年是否打算购买更多奢侈品千禧一代奢侈品购买多半遵从自我想法

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国轻奢品市场发展态势与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国轻奢品行业市场发展环境、轻奢品整体运行态势等，接着分析了中国轻奢品行业市场运行的现状，然后介绍了轻奢品市场竞争格局。随后，报告对轻奢品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国轻奢品行业发展趋势与投资预测。您若想对轻奢品产业有个系统的了解或者想投资中国轻奢品行业，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。

报告目录：

第1章：奢侈品行业发展综述

1.1 奢侈品行业定义及分类

1.1.1 奢侈品及奢侈品行业的界定

1.1.2 奢侈品行业分类情况

1.1.3 奢侈品主要研究类别

1.2 奢侈品行业政策环境分析

1.2.1 奢侈品行业贸易政策

(1) 《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》

(2) 《中华人民共和国进境物品完税价格表》

1.2.2 奢侈品行业税收政策

1.3 奢侈品行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 宏观经济运行情况

(2) 宏观经济走势预测

1.4 奢侈品行业消费环境分析

1.4.1 中国居民收入与消费情况

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

(3) 居民消费结构分析

1.4.2 中国富裕阶层界定及规模

(1) 中国富裕阶层界定

(2) 中国富裕阶层规模

1) 中国富裕阶层规模的调研

2) 中国富裕阶层投资规模

1.4.3 中国富裕阶层特征分析

(1) 中国富裕阶层年龄特征

(2) 中国富裕阶层学历特征

(3) 中国富裕阶层行业特征

(4) 中国富裕阶层消费特征

1.5 中国奢侈品行业发展环境影响分析

第2章：奢侈品所属行业市场发展状况分析

2.1 全球奢侈品市场发展分析

2.1.1 全球奢侈品市场规模分析

在经历了 20 年黄金时期之后，有着高效供应链的快时尚企业面对巨大的挑战。这一挑战并非来自于竞争对手，而是消费者行为的变化。中国越来越多的消费者步入上层、中产阶级及富裕群体，再加上整体经济形势带动整体消费水平，许多高价值产品的消费将加速增长，消费者的选择呈现出更多变化。消费者逐渐开始更多的购买高附加值、高品质、能表达他

们”个性化”和”情感需求”的中高端时尚产品。长远来看，中国轻奢市场发展潜力巨大，预计未来五年，轻奢产品销售增幅预计可达 11%-13%。

轻奢的单价价格定位大约在\$156-\$315，国际代表品牌有 Coach、Tory Burch、MichealKors 和 SMCP 等。全球来看，根据报告，轻奢行业是服装行业 2016 和 2017 年两年增长最快的行业，增速分别为 3-3.5%以及 3.5-4.5%，2018 年增速依然保持 3.5-4.5%。全球时尚市场（价格、产品、地域细分）销售收入增长情况

2.1.2 全球奢侈品消费品种分析

2.1.3 全球奢侈品市场区域分布

（1）奢侈品消费市场分布

（2）奢侈品销售区域分布

（3）奢侈品增长速度对比

2.1.4 重点地区奢侈品市场调研

（1）欧洲奢侈品市场调研

（2）美国奢侈品市场调研

（3）亚太区奢侈品市场调研

2.1.5 全球奢侈品市场趋势预测

2.2 重点奢侈品品牌发展分析

2.2.1 奢侈品品牌竞争概况

2.2.2 卡地亚（Cartier）市场调研

（1）卡地亚发展历程概述

（2）卡地亚品牌市场地位

（3）卡地亚销售规模分析

1) 历峰集团销售规模

2) Cartier品牌销售规模

（4）卡地亚销售区域分布

（5）卡地亚在华分店布局

（6）卡地亚产品系列分布

1) 产品系列分布情况

2) 珠宝系列产品分布

3) 腕表系列产品分布

（7）卡地亚市场投资前景

2.2.3 古琦（Gucci）市场调研

- (1) 古琦发展历程概述
- (2) 古琦品牌市场地位
- (3) 古琦销售规模分析
 - 1) Kering集团销售规模
 - 2) Gucci品牌销售规模
- (4) 古琦销售区域分布
- (5) 古琦产品销售类别
- (6) 古琦在华分店布局
- (7) 古琦市场投资前景

2.3 中国奢侈品市场发展分析

2.3.1 中国奢侈品市场规模分析

- (1) 中国奢侈品消费规模
- (2) 中国奢侈品销售规模

2.3.2 中国奢侈品消费品种分析

2.3.3 中国奢侈品品牌发展分析

- (1) 中国奢侈品品牌现状分析

轻奢品牌向低线城市拓展实体门店时，可能存在成本收益不匹配问题，而拓展线上渠道可以打破地域的限制，有助于下沉到低线城市，吸引更多顾客。同时，大数据、云计算等科技手段有望助品牌实现针对目标消费群体的精准营销，更高效的满足消费者日益升级的需求。通过微博、微信公众号等线上平台，品牌方可及时发布产品上新、门店活动、促销等信息，调动消费者参与互动，为线上和线下

随着国内时尚行业的不断成长，消费者对本土时尚品牌的关注和评价均有所上升。对于大多数消费品类，国内消费者青睐国产品牌胜过国外品牌，在服装和鞋类领域，约有76%的消费者更偏爱本土品牌。中国消费者品牌认知

- (2) 中国奢侈品品牌缺失原因

2.3.4 国外奢侈品品牌在我国的运作

2.3.5 奢侈品品牌在中国成功的启示

第3章：奢侈品行业产品市场调研

3.1 珠宝首饰行业市场调研

3.1.1 珠宝首饰行业市场规模

3.1.2 珠宝首饰行业市场竞争现状

- 3.1.3 珠宝首饰行业奢侈品牌分析
- 3.1.4 珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势
- 3.2 服装行业市场调研
 - 3.2.1 服装行业市场规模
 - 3.2.2 服装行业市场竞争
 - 3.2.3 服装行业奢侈品牌分析
 - 3.2.4 服装行业奢侈品牌发展趋势
- 3.3 钟表行业市场调研
 - 3.3.1 钟表行业市场规模
 - 3.3.2 钟表行业市场竞争
 - (1) 竞争层次
 - (2) 区域竞争
 - 3.3.3 钟表行业奢侈品牌分析
 - (1) 奢侈钟表品牌现状
 - (2) 奢侈钟表在华表现
 - (3) 奢侈钟表营销策略
 - 3.3.4 钟表行业奢侈品牌发展趋势
- 3.4 白酒行业市场调研
 - 3.4.1 白酒行业市场规模
 - (1) 全国市场规模
 - (2) 不同地区规模
 - 3.4.2 白酒行业市场竞争
 - (1) 竞争地位分析
 - (2) 竞争格局分析
 - (3) 竞争结构分析
 - 3.4.3 白酒行业奢侈品牌分析
 - 3.4.4 白酒行业奢侈品牌发展趋势
 - (1) 控量保价
 - (2) 高端白酒增长空间依然较大
 - (3) 品牌曲折发展
- 3.5 葡萄酒行业市场调研
 - 3.5.1 葡萄酒行业市场规模

3.5.2 葡萄酒行业市场竞争

(1) 全球竞争情况

(2) 国内竞争情况

3.5.3 葡萄酒行业奢侈品牌分析

3.5.4 葡萄酒行业奢侈品牌发展趋势

3.6 烟草制品行业市场调研

3.6.1 烟草制品行业市场规模

(1) 总体市场规模

(2) 高档卷烟规模

3.6.2 烟草制品行业市场竞争

(1) 区域竞争

(2) 品牌竞争

3.6.3 烟草制品行业奢侈品牌分析

3.6.4 烟草制品行业奢侈品牌发展趋势

3.7 箱包行业市场调研

3.7.1 箱包行业市场规模

3.7.2 箱包行业市场竞争

3.7.3 箱包行业奢侈品牌分析

3.7.4 箱包行业奢侈品牌发展趋势

第4章：奢侈品零售模式与商业布局

4.1 奢侈品行业商业布局分析

4.1.1 奢侈品品牌在华区域市场建设分析

(1) 奢侈品品牌进驻的主要城市

(2) 主要城市的区域商业规划

1) 北京商业规划分析

2) 上海商业规划分析

3) 广州商业规划分析

4) 深圳商业规划分析

4.1.2 国际奢侈品品牌在华经营策略分析

(1) 瑞士表业集团在华“通吃”策略

(2) 哈根达斯的“奢侈到底”策略

- (3) 星巴克的“植入式营销”策略
- (4) 卡地亚的“快跑”策略
- (5) 奥克利眼镜公司的网络营销策略
- (6) 国际奢侈品牌在华经营策略分析

4.1.3 奢侈品品牌城市布局趋势分析

- (1) 奢侈品品牌城市布局发展趋势分析
- (2) 奢侈品品牌拓展二、三线城市可行性分析
- 1) 中国二、三线城市奢侈品市场潜力
- 2) 二、三线城市奢侈品消费特征
- 3) 奢侈品品牌拓展二、三线城市主要策略

4.2 奢侈品行业零售模式分析

- 4.2.1 综合百货商场模式
- 4.2.2 专卖直营模式
- 4.2.3 专营综合店模式
- 4.2.4 网络营销模式
- 4.2.5 展会模式
- 4.2.6 奢侈品奥特莱斯模式

第5章：中国奢侈品消费市场调研

5.1 奢侈品行业消费群体分析

5.1.1 全球奢侈品消费市场演变

- (1) 国际品牌主导奢侈品市场
- (2) 亚太业绩下跌，中国人76%的奢侈品在海外购买
- (3) 高管频繁变动，销售遇冷，设计师挽救品牌难现，行业管理难度加大
- (4) 奢侈品电商转型频获融资，难得到授权沦为“杂货铺”

5.1.2 奢侈品主要消费群体分析

5.1.3 中国奢侈品消费市场趋势

5.2 奢侈品消费群体调研分析

5.2.1 调研群体基本资料

5.2.2 白领购买奢侈品行为特征

- (1) 白领购买奢侈品动机
- (2) 白领购买奢侈品消费习惯

(3) 白领购买奢侈品意愿

5.2.3 白领购买奢侈品消费特点

(1) 白领购买奢侈品的品类

(2) 白领购买奢侈品的品牌

1) 高端服饰品牌

2) 高端化妆品品牌

3) 高端箱包品牌

4) 高端手表品牌

(3) 白领购买奢侈品的金额

5.2.4 白领购买奢侈品信息渠道

(1) 白领购买奢侈品信息来源

(2) 白领购买奢侈品主要渠道

第6章：中国奢侈品行业潜在企业分析

6.1 珠宝首饰行业奢侈品行业领先企业个案分析

6.1.1 上海老凤祥有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.2 周大福珠宝金行有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.3 周生生集团国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.4 广东潮宏基实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.1.5 六福集团（国际）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.1.6 北京谢瑞麟珠宝有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.7 从化东麟钻石有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.8 浙江明牌珠宝股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.9 深圳东方金钰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.1.10 东莞市金龙珠宝首饰有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2 服装行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.2.1 福建柒牌集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.2 浙江步森服饰股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.2.3 利郎（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优势与劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.2.4 雅戈尔集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.2.5 九牧王股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.2.6 宁波杉杉股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.2.7 福建七匹狼实业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.3 钟表行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.3.1 飞亚达(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.3.2 珠海罗西尼表业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.3.3 依波精品(深圳)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.3.4 天王电子(深圳)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营优劣势分析

6.3.5 天津海鸥表业集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.4 白酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.4.1 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新动向

6.4.2 贵州茅台酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新动向

6.4.3 泸州老窖股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.4.4 四川剑南春集团有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

6.4.5 四川金六福酒业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.4.6 山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.4.7 安徽古井贡酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.4.8 湖北稻花香酒业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.4.9 江苏洋河酒厂股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.4.10 四川郎酒集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

6.5 葡萄酒行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.5.1 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.5.2 通化葡萄酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.5.3 中信国安葡萄酒业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.5.4 中国长城葡萄酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析

6.5.5 中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.6 烟草制品行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.6.1 湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

6.6.2 上海烟草集团有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

6.6.3 红云红河烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.4 红塔烟草(集团)有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.6.5 河南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.6 江西中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.7 山东中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.8 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.6.9 江苏中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

6.6.10 四川中烟工业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 公司最新发展动向

6.7 箱包行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.7.1 祥兴（福建）箱包集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.2 金猴集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.3 中山皇冠皮件有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.4 达派（中国）箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.7.5 广州市斐高箱包有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8 皮草行业奢侈品牌潜在企业个案分析

6.8.1 华斯农业开发股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8.2 桐乡市银杉皮草有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8.3 浙江中辉皮草有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8.4 北京圣龙利泰毛皮制品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

6.8.5 北京元隆皮草皮革有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营优劣势分析

第7章：中国奢侈品行业行业前景调研分析

7.1 中国奢侈品行业投资特性分析

- 7.1.1 奢侈品行业进入壁垒分析
- 7.1.2 奢侈品行业盈利模式分析
- 7.1.3 奢侈品行业盈利因素分析

7.2 中国奢侈品行业趋势预测分析

- 7.2.1 奢侈品行业发展趋势分析
- 7.2.2 奢侈品行业趋势预测分析

7.3 中国奢侈品行业投资建议

7.3.1 奢侈品行业投资前景分析

- (1) 品牌缺失
- (2) 购买力转移
- (3) 假冒伪劣
- (4) 渠道风险
- (5) 并购风险

7.3.2 奢侈品行业投资建议

- (1) 立足品牌，追求卓越品质
- (2) 培养专业人才

图表目录：

图表1：奢侈品行业产品分类

图表2：《关于进境旅客所携行李物品验放标准有关事宜》相关内容

图表3：《中华人民共和国进境物品完税价格表》相关内容

图表4：2013-2019年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表5：2013-2019年欧元区GDP增长率走势（单位：%）

图表6：2013-2019年日本GDP增长率走势（单位：%）

图表7：2016-2019年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表8：2008-2018中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表9：2010-2019年中国人均可支配收入趋势图（单位：元，%）

图表10：2010-2019年中国城乡居民消费支出增长（单位：元）

图表11：2019年中国居民消费结构（单位：元，%）

图表12：不同机构对中国富裕阶层界定

图表13：2011-2019年中国富裕阶层规模（单位：万人，%）

图表14：2010-2019年中国富裕阶层规模（福布斯）（单位：万人，百万元）

图表15：中国富裕阶层年龄分布特征

图表16：中国富裕阶层学历分布特征

图表17：中国富裕阶层从事行业分布特征

图表18：中国富裕阶层家庭消费支出结构（单位：%）

图表19：中国奢侈品行业发展环境影响分析

图表20：2009-2019年全球个人奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表21：2013-2019年全球奢侈品行业产品市场格局分析（单位：%）

图表22：2019年全球奢侈品消费比例（单位：%）

图表23：全球奢侈品销售额区域分布（单位：%）

图表24：2019年全球奢侈品消费增长速度对比（单位：%）

图表25：2009-2019年欧洲奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表26：2019年欧洲奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表27：2019年欧洲消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表28：2009-2019年美国奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表29：2019年美国奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表30：2019年美国消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表31：2009-2019年亚太奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表32：2020-2026年全球奢侈品市场规模预测（单位：亿欧元）

图表33：卡地亚（Cartier）品牌在奢侈品市场中的地位

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/6684776167.html>