

# 2018-2024年中国轻奢品行业市场调研与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国轻奢品行业市场调研与未来发展前景预测报告》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/qita/Q361895G5G.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

近年来，随着电商的快速发展，人们消费观念、审美的提升，以及传统奢侈品在中国的表现放缓甚至停滞，轻奢品牌迎来了真正春天，统计数据显示：2011年我国轻奢品行业消费规模为72亿美元，到2016年达到101亿美元，复合增速达11%。而同时期我国奢侈品行业消费规模复合增速仅为5%！轻奢品是理性消费的衍生物，比起传统奢侈品的昂贵价格，轻奢品既保持了普通消费者对产品品质的优良体验，同时产品价格相对平易近人很多；轻奢品牌在产品研发方面更容易推陈出新，可以迅速填补大牌奢侈品“退潮”之后留下的市场空白。

相比奢侈品高昂的价格，轻奢更多契合了中国奢侈品消费年轻化的趋向，相对于国外的消费群体，在国内，轻奢品牌面对的是一个更为年轻和个性化的群体，以年龄在25-40岁的消费群体最为活跃。综上所述，随着人们消费层次的升级，“轻奢新主义”既符合理性消费的观念，又契合了个性化、年轻化需求，轻奢品行业渐成主流消费趋势。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

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分析（1）欧洲奢侈品市场分析（2）美国奢侈品市场分析（3）亚太区奢侈品市场分析

2.1.5 全球奢侈品市场发展前景

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）市场分析（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）卡地亚市场发展战略

2.2.3 古琦（Gucci）市场分析（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)古琦市场发展战  
略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(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分析3.1 珠宝首饰行业市场  
分析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 服装行业市场分析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  
分析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 白酒行业市场分析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 葡萄酒行业市场分析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 烟草制品行业市场分析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 箱包行业市场分  
析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分析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

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：中国奢侈品行业投资前景分析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 中国奢侈品行业发展前景预测7.2.1 奢侈品行业发展趋势分析7.2.2 奢侈品行业发展前景预测7.3 中国奢侈品行业投资

建议7.3.1 奢侈品行业投资风险分析（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4：2013-2016年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表5：2013-2016年欧元区GDP增长率走势（单位：%）

图表6：2013-2015年日本GDP增长率走势（单位：%）

图表7：2016-2017年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表8：2008-2016上半年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表9：2010-2016年中国人均可支配收入趋势图（单位：元，%）

图表10：2010-2015年中国城乡居民消费支出增长（单位：元）

图表11：2015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13：2011-2015年中国富裕阶层规模（单位：万人，%）

图表14：2010-2015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20：2009-2016年全球个人奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表21：2013-2015年全球奢侈品行业产品市场格局分析（单位：%）

图表22：2015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24：2015年全球奢侈品消费增长速度对比（单位：%）

图表25：2009-2015年欧洲奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表26：2015年欧洲奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表27：2015年欧洲消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表28：2009-2015年美国奢侈品市场规模（单位：亿欧元，%）

图表29：2015年美国奢侈品市场消费人群构成（单位：%）

图表30：2015年美国消费者奢侈品消费区域构成（单位：%）

图表31：2009-2015年亚太奢侈品市场规模（单位：亿欧元）

图表32：2018-2024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

图表34：2012-2016财年历峰集团（Richemont）全球销售规模及增长情况（单位：百万欧元，%）

图表35：2012-2016财年历峰集团（Richemont）全球营业利润规模及增长情况（单位：百万欧元，%）

图表36：2016财年历峰集团分产品销售情况（单位：%）

图表37：2016财年历峰集团（Richemont）销售区域分布（单位：%）

图表38：卡地亚（Cartier）产品系列分布总体情况（单位：款）

图表39：卡地亚（Cartier）珠宝系列分布比重（单位：%）

图表40：卡地亚（Cartier）珠宝类别分布比重（单位：%）

图表41：卡地亚（Cartier）珠宝系列款式数量分布情况（单位：款）

图表42：卡地亚（Cartier）男士腕表系列分布比重（单位：%）

图表43：卡地亚（Cartier）男士腕表系列款式数量分布情况（单位：款）

图表44：卡地亚（Cartier）女士腕表系列分布比重（单位：%）

图表45：卡地亚（Cartier）女士腕表系列款式数量分布情况（单位：款）

图表46：古琦

(Gucci)发展历程图表47：古琦(Gucci)品牌在奢侈品市场中的地位图表48：2016年Kering集团奢侈品部门不同品牌销售额比重(单位：%)图表49：2011-2015年Gucci品牌销售额及增长情况(单位：亿欧元，%)图表50：2015年Gucci品牌销售额区域分布情况(单位：%)图表51：2015年Gucci品牌销售额产品类别分布情况(单位：%)图表52：古琦(Gucci)在华分店布局情况图表53：2011-2016年中国奢侈品消费规模及预测(单位：亿美元)图表54：2011-2016年中国国内奢侈品销售规模及预测(单位：亿美元)图表55：中国奢侈品消费品种比重(单位：%)图表56：2015年中国奢侈品市场品牌格局(单位：%)图表57：2014-2015年中国珠宝首饰行业主要经济指标分析(单位：家，万元，%)图表58：2011-2015年中国珠宝首饰行业销售收入及其增长变化(单位：亿元，%)图表59：珠宝首饰行业奢侈品牌介绍图表60：中国珠宝首饰行业奢侈品牌发展趋势图表61：2014-2015年中国服装行业主要经济指标(单位：家，万元，%)图表62：2011-2015年中国服装行业销售额及同比增速(单位：亿元，%)图表63：2013-2015年中国服装行业不同性质企业竞争格局(按销售收入)(单位：%)图表64：国际服装知名品牌图表65：国际女装知名品牌图表66：国际男装知名品牌图表67：服装行业奢侈品牌介绍图表68：2014-2015年中国钟表行业主要经济指标(单位：家，万元，%)图表69：2011-2015年中国钟表行业销售收入及增长情况(单位：亿元，%)图表70：2010-2015年中国钟表产量(单位：万只，%)图表71：中国钟表行业市场竞争层次图表72：中国钟表行业区域竞争情况图表73：全球钟表十大奢侈品牌图表74：中国奢侈钟表市场发展趋势图表75：2007-2015年中国白酒行业产量及增长情况(单位：万千升，%)图表76：2013-2015白酒行业产量排名前十省市情况(单位：万千升)图表77：2013-2015年白酒行业产量排名前十省市市场占有率情况(单位：%)图表78：白酒行业竞争地位分析图图表79：白酒行业竞争格局分析图图表80：中国高端白酒品牌分析图表81：2013-2015年葡萄酒行业经营效益分析(单位：家，万元，%)图表82：2011-2015年中国葡萄酒行业销售走势图(单位：亿元，%)图表83：新、旧世界产区葡萄酒对比图表84：法国五大名庄的品牌特色图表85：国际主要酒庄在华庄园酒情况表图表86：中国高端葡萄酒发展趋势图表87：2014-2015年中国烟草行业主要经济指标(单位：家，万元，%)图表88：2011-2015年中国烟草行业销售趋势图(单位：亿元，%)图表89：2011-2015年中国一类卷烟销售趋势(单位：万箱，%)图表90：2012-2015年中国高档卷烟销售趋势(单位：万箱，%)图表91：“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌省份分布(单位：个)图表92：各省“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌情况图表93：2015年卷烟行业品牌之最图表94：2015年全球知名卷烟品牌销售量(单位：万箱)图表95：我国高端卷烟市场品牌分布图表96：2012-2015年中国一类烟结构提升贡献度(单位：%)图表97：2014-2015年中国箱包制造行业主要经济指标(单位：亿元，%)图表98：2011-2015年我国箱包制造行业销售规模走势图(单位：亿元，%)图表99

: 30家箱包企业综合评价矩阵图  
图表100：箱包行业奢侈品牌介绍图  
图表101：我国箱包行业奢侈品牌发展趋势图  
图表102：我国主要城市奢侈品品牌市场建设情况图  
图表103：北京市商业规划图  
图表104：上海市商业规划图  
图表105：深圳市商业规划图  
图表106：奢侈品消费者群体分析图  
图表107：中国奢侈品消费市场趋势图  
图表108：奢侈品消费群体调研对象介绍图  
图表109：普通网民与白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）  
图表110：男性与女性白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）  
图表111：不同城市的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）  
图表112：不同月收入的白领购买奢侈品的动机对比（单位：元，%）  
图表113：不同职业的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）  
图表114：不同学历的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）  
图表115：普通网民与白领网民购买奢侈品消费习惯对比（单位：%）  
图表116：男性与女性白领网民购买奢侈品消费习惯对比（单位：%）  
图表117：不同城市白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）  
图表118：不同年龄段白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）  
图表119：不同月收入的白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）  
图表120：不同职业的白领网民购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Q361895G5G.html>