

中国奢侈品行业现状深度研究与发展趋势分析报告（2024-2031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研究与发展趋势分析报告（2024-2031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/202405/708719.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

1、奢侈品概述

奢侈品（Luxury）在国际上被定义为“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”，又称为非生活必需品。在经济学上讲，奢侈品指的是价值/品质关系比值最高的产品。从另外一个角度上看，奢侈品又是指无形价值/有形价值关系比值最高的产品。依据商品的用途不同，奢侈品主要分为五大品类：服饰、箱包、腕表、珠宝、化妆品。

资料来源：观研天下整理

2、中国奢侈品市场规模再破万亿元，成为全球市场的重要消费力量

近年来，随着经济快速增长、居民收入持续提高、购买能力不断提升以及消费渠道的持续变革，我国奢侈品消费快速增长，市场规模向万亿元逼近。根据数据显示，中国人奢侈品消费走出2022年压力，恢复增长至10420亿元人民币，达到2019年水平，时隔三年再度突破万亿元水平，占全球奢侈品消费的比重约为38%，成为全球奢侈品消费市场的重要力量。其中，2023年，我国国内市场的奢侈品消费额为6077亿元，同比增长11%，在境外市场奢侈品消费额为4343亿元，同比增长6%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3、销售线上化是奢侈品行业发展方向

目前，在线上渠道冲击下，奢侈品线下业务的数字化转型成为迫切需要，并且奢侈品牌逐渐从卖产品向卖生活方式转变，一站式服务和会员制成为奢侈品牌的客户管理和服务模式，所以门店数字化、智能化成为奢侈品牌传统门店升级改造主要方向。根据数据显示，2023年，我国奢侈品行业线上销售额达到2574亿元，同比增长17%，已占奢侈品消费总量的42%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

事实上，有些地区也积极对奢侈品传统门店进行创新。据中国中免23Q3业绩会（援引自智通财经），三亚国际免税城一期二号地（C区）已具备开业条件，正待相关部门审批。据三亚发布公众号，C区以高端香化业态为主，项目开业后将成为全球唯一独栋经营香化品类和核心品牌双层旗舰店项目，一方面有望改善三亚国际免税城客流密度较大影响消费体验的情

况，另一方面C区将以美学艺术装置链接消费体验，同时将“高科技”理念融入服务与设计中心，提供个性化精致服务，将有力优化消费者体验。

而奢侈品品牌在中国尝试将营销重心从线下服务向线上场景迁移，通过将展览、大秀等线下活动与线上体验相结合，丰富和提升消费者的线上体验。而从腾讯广告提供的2023年奢侈品行业表现数据来看，与2022年相比，2023年奢侈品行业微信搜索量增长了56%，奢侈品行业小程序GMV增长21%，奢侈品行业广告投放增长20%。

4、卖不动了，各大奢侈品品牌业绩不容乐观，开店速度放缓

但是，仔细从各大奢侈品品牌业绩来看，2024财年第四财季，Burberry的亚太（Asia Pacific）、EMEIA、美洲（Americas）三大区域同店可比销售均陷入负增长，其中亚太地区可比门店销售下降了17%，中国大陆则同比下降19%；Gucci（古驰）销售收入同比下滑21%至20.79亿元，SAINT LAURENT（圣罗兰）、Bottega Veneta（葆蝶家）等品牌销售表现也均有不同程度下滑。

除了上述奢侈品品牌业绩外，高端商场业绩也有所下降。根据太古地产*季度数据，北京三里屯太古里、北京颐堤港、广州太古汇、上海兴业太古汇和成都太古里的零售额分别下跌5.4%、2.4%、9.2%、19.4%和14.7%。同时，奢侈品牌们开新店速度缓慢。根据相关资料可知，2023年，全球奢侈品新开店数量同比减少了13%，中国新开门店总数占据全球新门店的41%，数量同比下滑12%。

5、各大奢侈品品牌轮番涨价后，消费者买单欲望降低

那么为什么奢侈品品牌业绩陷入市场低迷？其主要原因是：奢侈品品牌的过度涨价；高端小众品牌、设计师等“贵替”们稀释了传统奢侈品牌的市场；中国非遗文创等高端品牌兴起也承接部分国际奢侈品牌替代性消费等。2024年，CHANEL（香奈儿）全球涨价后，CF经典手袋在中国市场定价已突破9万元，这使得价格已经与其品牌价值偏离，让消费者选择价值更高的奢侈品牌。

这也显示出，我国奢侈品行业消费市场逐渐理性的趋势，消费者对品牌溢价的支付欲望降低。因此，奢侈品品牌要开始思考是否能够通过真正地理解市场、理解关键客户，并进行差异化的科学运营来获得更加自主可控的稳定增长？例如，围绕关键客户，拓展多元场景，文化驱动营销，做好内容与好传播并进，构建数字旅程，擢升品牌经营的长效价值。（WYD）

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研究与发展趋势分析报告（2024-2031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】

第一章 2019-2023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 2019-2023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 2024-2031年世界奢侈品行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球奢侈品行业市场规模预测

第三章 中国奢侈品行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对奢侈品行业的影响分析
- 第三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
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对奢侈品行业的影响分析
- 第五节中国奢侈品行业产业社会环境分析

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
- 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

第五章 中国奢侈品行业产业链和细分市场分析

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

第三节我国奢侈品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023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

第七章 2019-2023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、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

第八章 2019-2023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

第六节中国奢侈品行业平均价格走势预测

- 一、中国奢侈品行业平均价格趋势分析
- 二、中国奢侈品行业平均价格变动的影响因素

第九章 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

第十章 2019-2023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) 华南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、华南地区奢侈品行业市场分析

(1) 华南地区奢侈品行业市场规模

(2) 华南地区奢侈品行业市场现状

(3) 华南地区奢侈品行业市场规模预测

第五节 华北地区奢侈品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区奢侈品行业市场分析

(1) 华北地区奢侈品行业市场规模

(2) 华北地区奢侈品行业市场现状

(3) 华北地区奢侈品行业市场规模预测

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、东北地区奢侈品行业市场分析

(1) 东北地区奢侈品行业市场规模

(2) 东北地区奢侈品行业市场现状

(3) 东北地区奢侈品行业市场规模预测

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、西南地区奢侈品行业市场分析

(1) 西南地区奢侈品行业市场规模

(2) 西南地区奢侈品行业市场现状

(3) 西南地区奢侈品行业市场规模预测

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、西北地区奢侈品行业市场分析

(1) 西北地区奢侈品行业市场规模

(2) 西北地区奢侈品行业市场现状

(3) 西北地区奢侈品行业市场规模预测

第十一章 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

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 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 2024-2031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

第十三章 2024-2031年中国奢侈品行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节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

第十四章 2024-2031年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、行业目标客户群体
- 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、奢侈品行业促销策略

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/202405/708719.html>