

2010-2012年中国服饰类奢侈品行业研究报告



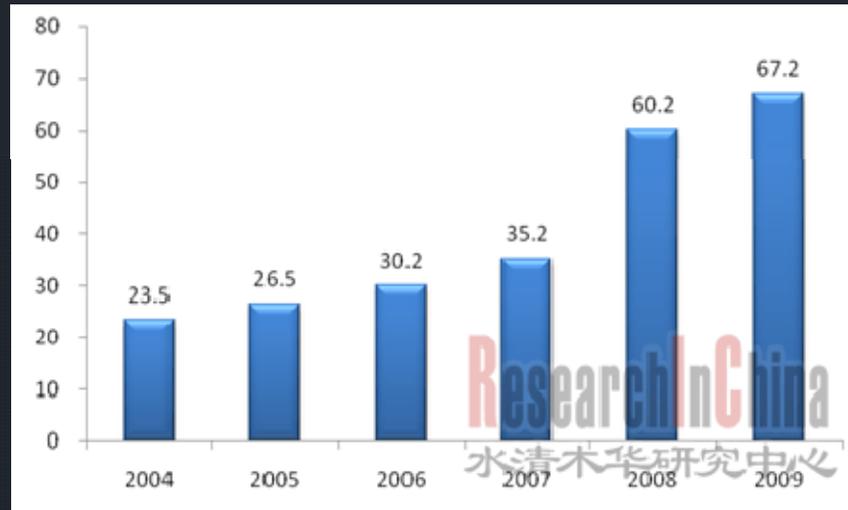
2009年，中国奢侈品市场规模达94亿美元，全球占有率约27.5%。在众多奢侈品品类中，服饰类奢侈品（主要包含服装、鞋、箱包、手表、眼镜）是中国消费者最主要的消费品类，其在整个奢侈品消费中大约占70%的比重，2009年中国服饰类奢侈品的市场规模为67.2亿美元。

从服饰类奢侈品细分产品来看，手表的消费额占首位，2009年达到22.1亿美元；其次为服装，2009年消费额达到17亿美元。由于手表类奢侈品不易过时，比较耐用，因此许多中国消费者更愿意选择花高价购买奢侈手表。

中国消费者对不同种类奢侈品服饰的品牌偏好各有不同，其中消费者最希望拥有的服装类奢侈品品牌为GUCCI；皮鞋品牌为DR.MARTENS；箱包类奢侈品品牌为LV；手表类奢侈品品牌为ROLEX；眼镜类奢侈品品牌为GIVENCHY。

随着中国消费者购买能力的进一步加强，以及奢侈品企业在中国市场布局的不断完善，中国奢侈品消费潜力将得到进一步释放，尤其是服饰类奢侈品市场潜力很大。

图：2004-2009年中国服饰类奢侈品市场规模（单位：亿美元）



来源：水清木华研究中心

未来中国服饰类奢侈品市场将呈现以下几个特征：

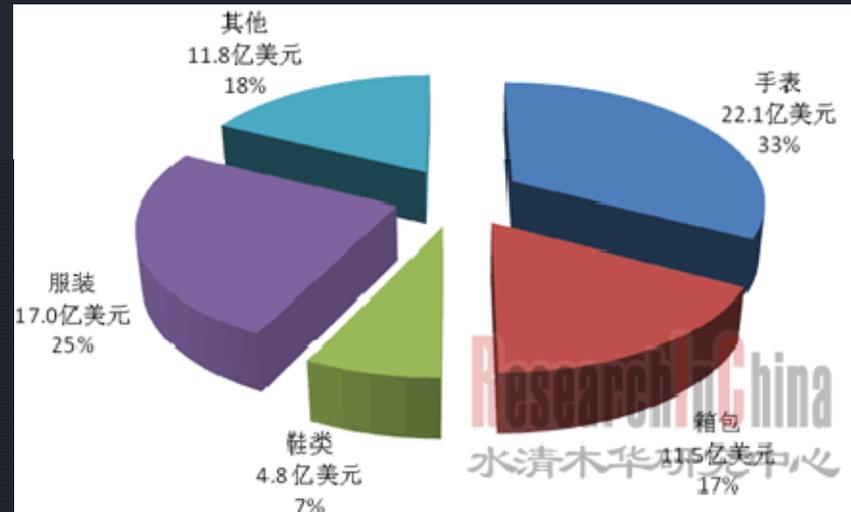
1、二线城市将成为奢侈品品牌主战场

除了香港、北京、上海这些一线城市以外，中国的二线城市也表现出了巨大的吸引力。近两年来，LV、GUCCI等奢侈品企业开始布局成都、重庆、青岛、杭州、西安等二线城市，未来这些城市将成为奢侈品品牌竞争的“主战场”。

2、女性服饰类奢侈品将快速增长

相比男性而言，女性更容易受到广告和攀比心理影响，具有更加强烈的奢侈品消费欲望。随着中国女性的经济独立，将会有越来越多的女性具有购买奢侈品的经济能力，因此未来女性服饰类奢侈品市场将会快速增长。

图：2009年中国服饰类奢侈品产品消费构成



来源：水清木华研究中心

3、具有中国元素的产品不断增多

为了快速渗透中国市场，许多奢侈品企业在产品中加入中国元素，这一现象在服饰奢侈品中尤为常见。例如 JAEGER 在中国专卖店展出绘有中国山水画的珐琅表；爱马仕甚至为中国市场专门推出一个品牌“上下”。

报告目录

第一章 服饰类奢侈品行业概述

- 1.1 服饰类奢侈品行业界定
- 1.2 服饰类奢侈品行业特征
- 1.3 服饰类奢侈品消费在中国的发展历程

第二章 中国奢侈品行业发展现状

- 2.1 中国奢侈品市场发展现状
- 2.2 中国奢侈品消费者情况
 - 2.2.1 中国奢侈品消费者特征
 - 2.2.2 中国服饰类奢侈品消费者主要类型
 - 2.2.3 消费者奢侈品信息获取渠道
 - 2.2.4 奢侈品购买渠道
 - 2.2.5 消费者可接受的奢侈品价格
- 2.3 奢侈品市场广告宣传及销售模式
 - 2.3.1 奢侈品广告宣传
 - 2.3.2 服装奢侈品销售模式

第三章 中国服饰类奢侈品细分市场发展情况及预测

- 3.1 中国服饰类奢侈品整体市场现状及预测

3.2 中国服装类奢侈品现状及预测

- 3.2.1 中国服装类奢侈品市场现状及预测
- 3.2.2 中国服装类奢侈品品牌及推广

3.3 中国鞋类奢侈品现状及预测

- 3.3.1 中国鞋类奢侈品市场规模及预测
- 3.3.2 中国鞋类奢侈品品牌

3.4 中国箱包类奢侈品现状及预测

- 3.4.1 中国箱包类奢侈品市场规模及预测
- 3.4.2 中国箱包类奢侈品品牌

3.5 中国手表类奢侈品现状及预测

- 3.5.1 中国手表类奢侈品市场规模及预测
- 3.5.2 中国手表类奢侈品品牌及推广

3.6 中国眼镜类奢侈品现状及预测

- 3.6.1 中国眼镜类奢侈品市场规模及预测
- 3.6.2 中国眼镜类奢侈品品牌及推广

第四章 中国服饰类奢侈品重点城市分析

4.1 中国奢侈品城市分布

4.2 上海

- 4.2.1 上海奢侈品牌分布
- 4.2.2 上海奢侈品发展潜力
- 4.2.3 上海二手奢侈品店

4.3 北京

- 4.3.1 北京奢侈品牌分布

4.3.2 北京奢侈品发展潜力

4.3.3 北京奢侈品二手店

4.4 重庆

4.4.1 重庆奢侈品发展历程

4.4.2 重庆奢侈品消费特点

4.4.3 重庆奢侈品发展潜力

第五章 三大奢侈品集团中国市场发展情况

5.1 LVMH集团

5.1.1 LVMH集团发展情况

5.1.2 路易·威登

5.1.3 芬迪

5.1.4 迪奥

5.2 历峰集团

5.2.1 历峰集团发展情况

5.2.2 登喜路

5.2.3 江诗丹顿

5.2.4 积家

5.2.5 伯爵

5.2.6 卡地亚

5.2.7 万国

5.3 巴黎春天

5.3.1 巴黎春天发展情况

5.3.2 古琦

5.3.3 圣罗兰

第六章 中国奢侈品行业未来发展方向

6.1 中国服饰类奢侈品行业发展潜力

6.2 中国服饰类奢侈品行业发展方向

6.3 中国服饰类奢侈品投资风险

图表目录

- 图：2004-2009年中国奢侈品市场规模
- 图：消费者希望购买的奢侈品种类
- 图：2010年消费者最希望拥有的奢侈品品牌
- 图：奢侈品主要消费者类型
- 图：消费者获取奢侈品信息的主要途径
- 图：消费者购买奢侈品的途径
- 图：2005-2010年中国网络购物网民规模
- 图：消费者可接受的奢侈品单品价格
- 图：2009年每个消费者奢侈品消费额
- 图：消费者对奢侈品打折的态度
- 图：2004-2009年奢侈品在报纸上的广告投放金额
- 表：2009年奢侈品广告投放排名之周报TOP5
- 图：2004-2009年奢侈品在杂志上的广告投放金额
- 表：2009年奢侈品广告投放排名之杂志TOP5
- 表：2010年1-9月中国服饰类奢侈品平面媒体广告投放额
- 图：2004-2009年中国服饰类奢侈品市场规模
- 图：2009年中国服饰类奢侈品产品消费构成
- 图：2010-2012年中国服饰类奢侈品市场规模预测
- 图：2004-2012年中国服装类奢侈品市场规模及预测
- 图：中国消费者可接受的服装类奢侈品价格
- 表：2010年消费者已经购买的服装类奢侈品品牌Top10
- 表：2010年消费者希望购买的服装类奢侈品品牌Top10

- 表：2009年中国服装类奢侈品广告投放平面媒体TOP5
- 图：2004-2012年中国鞋类奢侈品市场规模及预测
- 表：最受中国消费者欢迎的鞋类品牌
- 图：2004-2012年中国箱包类奢侈品市场规模及预测
- 图：中国消费者可接受的箱包类奢侈品价格
- 表：2010年消费者已经购买的箱包类奢侈品品牌TOP10
- 表：2010年消费者希望购买的箱包类奢侈品品牌TOP10
- 图：消费者对手表类奢侈品的消费态度
- 图：2004-2012年中国手表类奢侈品市场规模及预测
- 表：2010年消费者已经购买的手表类奢侈品品牌TOP10
- 表：2010年消费者希望购买的手表类奢侈品品牌TOP10
- 表：2009年中国手表类奢侈品广告投放平面媒体TOP5
- 图：2004-2012年中国眼镜类奢侈品市场规模及预测
- 图：中国消费者可接受的眼镜类奢侈品价格
- 表：2010年消费者已经购买的眼镜类奢侈品品牌TOP10
- 表：2010年消费者希望购买的眼镜类奢侈品品牌TOP10
- 表：2009年中国眼镜类奢侈品广告投放平面媒体TOP5
- 图：中国奢侈品直营店聚集地区
- 表：2010年中国重点城市服饰类奢侈品预购率
- 表：2010年中国重点城市服饰类奢侈品购买单价
- 表：2009年上海奢侈品广告报纸投放TOP5
- 图：2006-2009年上海社会消费品零售总额
- 图：2003-2009年上海城镇居民人均可支配收入
- 表：2009年北京奢侈品报纸投放TOP5



- 图：2006-2009年北京社会消费品零售总额
- 图：2003-2009年北京城镇居民人均可支配收入
- 表：2009年重庆奢侈品广告报纸投放TOP5
- 图：2006-2009年重庆社会消费品零售总额
- 图：2003-2009年重庆城镇居民人均可支配收入
- 表：2008-2010年LVMH集团分业务销售收入
- 图：2010年上半年LVMH集团分地区销售收入构成
- 图：LVMH集团零售点分布
- 表：路易威登中国大陆专卖店分布
- 表：芬迪中国大陆精品店分布
- 表：迪奥中国大陆专卖店分布
- 表：2009年迪奥在中国平面媒体广告投放额
- 图：FY2007-FY2010历峰集团财务指标
- 表：FY2009-FY2010历峰集团分产品收入构成
- 表：FY2009-FY2010年历峰集团分地区收入构成
- 表：FY2010历峰集团各品牌在中国大陆精品店数量
- 表：2010年登喜路中国大陆精品店分布
- 表：江诗丹顿中国大陆精品店分布
- 表：积家中国大陆精品店分布
- 表：伯爵中国大陆精品店分布
- 表：卡地亚中国大陆精品店分布
- 表：2009年卡地亚在中国平面媒体广告投放额
- 表：万国中国大陆精品店分布

- 图：2008-2010年PPR集团营业收入
- 图：2008-2010年PPR集团营业收入业务构成
- 图：2010Q3Gucci品牌销售收入地区构成
- 表：古琦中国大陆专卖店分布
- 表：2010年1-9月GUCCI平面媒体广告投放额
- 表：2010年1-9月GUCCI报纸广告投放情况
- 表：2010年1-9月GUCCI杂志广告投放情况
- 图：2010Q3圣罗兰销售收入地区构成

购买报告

价 格	电子版： 5500元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 5000元	传真： 010-8260. 1570
页数： 76页		邮箱： hanyue@waterwood. com. cn
发布日期： 2010-11		网址： www. pday. com. cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201011/24511188.html		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。