

2014-2017年全球及中国服饰类奢侈品行业 研究报告

- 随着人民经济水平的提高，以及代购、送礼等风潮的兴盛，近年中国（特指中国大陆）奢侈品市场实现了稳步增长，2004-2011年间，中国奢侈品消费总额复合增长率达到20.9%。但自2012年开始，受反腐倡廉、抑制公款送礼或消费等政策影响，中国奢侈品消费增速迅速减弱，2013年其消费总额达到1160.0亿元，同比仅增2.1%，较2012年下滑5.1个百分点。
- 目前，中国奢侈品大都停留在穿戴领域，其中服饰类占到60%以上的比重。2013年，中国服饰类奢侈品消费总额为761.3亿元，占奢侈品总消费额的65.6%，预计至2017年其消费总额约为890.4亿元。
- 腕表类、箱包类和男士服装类是中国主要服饰类奢侈品消费产品，2013年其共占中国服饰类奢侈品消费总额的72.9%。其中，腕表类占比最高，为35.0%。
- 因看好中国奢侈品市场发展前景，近年Louis Vuitton(LV)、Hermes、Burberry、Gucci、Prada、Fendi、Thomas Pink等世界各大服饰类奢侈品品牌均已布局中国。
- **LV**：2014年全球服饰类奢侈品价值最高的品牌。截止到2014年6月底，LV在中国大陆33个城市共有50家专卖店，较2013年同期新布局城市1个(济南市)，新增专卖店5家。



- **Hermès:** 2014年中国最受欢迎的奢侈品品牌，其品牌价值达218.4亿美元。在华战略方面，Hermès通过旗下“上下”品牌来贴近中国消费者，打造中式奢侈品，目前“上下”在上海和巴黎各有一家门店。
- **Burberry:** 2014年全球第八大奢侈品品牌。近几年，Burberry在积极加强与百度、优酷、阿里等公司合作的同时，新增了在线私人定制服务。2014年4月，Burberry成功入驻天猫网上商城，成为首家在中国B2C网店上开业的顶级奢侈品。

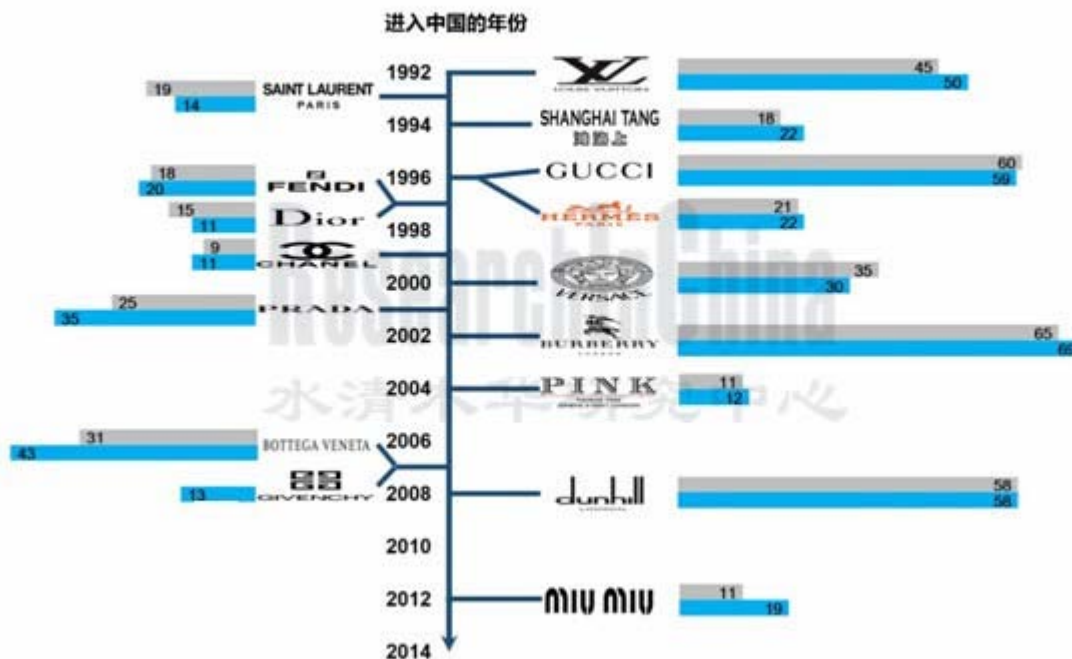
水清木华研究中心《2014-2017年全球及中国服饰类奢侈品行业研究报告》着重研究了以下内容：

- 全球及中国奢侈品行业市场规模、地区结构、中国海外消费等；
- 中国服饰类奢侈品税收政策、市场规模、产品结构、地区结构及品牌发展情况等；
- 服装类、腕表类、箱包类、鞋类等服饰类细分产品市场规模及品牌在华布局发展情况等；
- 中国服饰类奢侈品消费者特征、信息渠道、购买倾向等研究；
- 中国服饰类奢侈品网购市场规模、网购特点及网商格局等；
- 全球8家奢侈品重点企业（共17个品牌）经营情况、在华发展情况等；
- 2014-2017年全球及中国奢侈品、中国服饰类奢侈品市场规模预测等。



2013-2014 年全球主要服饰类奢侈品品牌在中国专卖店数量

■ 截止到2013年6月底 ■ 截止到2014年6月底



来源：水清木华研究中心《2014-2017年全球及中国服饰类奢侈品行业研究报告》



报告目录

第一章 服饰类奢侈品行业概述

1.1 奢侈品行业界定

1.2 行业特征

1.2.1 奢侈品行业特征

1.2.2 服饰类奢侈品特征

1.3 服饰类奢侈品消费在中国发展历程

第二章 全球及中国奢侈品行业发展现状

2.1 全球

2.1.1 市场规模

2.1.2 地区结构

2.2 中国

2.2.1 市场规模

2.2.2 境外消费

2.2.3 轻奢品品牌在中国发展现状

2.3 发展趋势

第三章 中国服饰类奢侈品行业发展现状

3.1 税收政策

3.2 市场规模

3.3 产品结构

3.4 地区结构

3.4.1 地区分布

3.4.2 北京

3.4.3 上海

3.5 品牌发展

第四章 中国服饰类奢侈品细分产品发展情况

4.1 服装类奢侈品

4.1.1 市场规模

4.1.2 服装类奢侈品品牌在中国布局

4.1.3 童装类奢侈品

4.2 腕表类奢侈品

4.2.1 市场规模

4.2.2 腕表类奢侈品品牌中国布局

4.3 箱包类奢侈品

4.3.1 市场规模

4.3.2 价格

4.4 鞋类奢侈品

第五章 中国服饰类奢侈品消费者

5.1 消费者特征



5.2 消费者类型

5.3 购买潜力

5.4 购买原因

5.5 信息渠道

5.6 购买倾向

第六章 中国服饰类奢侈品网购现状

6.1 奢侈品网购规模

6.2 中国网民奢侈品网购特点

6.3 网商格局

6.3.1 发展现状

6.3.2 尚品网

6.3.3 魅力惠

6.3.4 第五大道

6.3.5 美西时尚

6.3.6 走秀网（奢侈品）

6.4 发展趋势

第七章 全球主要服饰类奢侈品生产企业分析

7.1 LVMH

7.1.1 企业简介

7.1.2 经营情况

7.1.3 营收构成

7.1.4 时装与皮革制品业务

7.1.5 Louis Vuitton

7.1.6 FENDI

7.1.7 Dior

7.1.8 Givenchy

7.1.9 Thomas Pink

7.2 Richemont

7.2.1 企业简介

7.2.2 经营情况

7.2.3 营收构成

7.2.4 销售渠道

7.2.5 Dunhill

7.2.6 Shanghai Tang

7.3 Kering

7.3.1 企业简介

7.3.2 经营情况

7.3.3 营收构成

7.3.4 奢侈品业务

7.3.5 Gucci

7.3.6 Saint Laurent Paris

7.3.7 Bottega Veneta

7.4 Chanel

7.5 Hermès



7.5.1 企业简介

7.5.2 经营情况

7.5.3 营收构成

7.5.4 在华发展

7.6 Burberry

7.6.1 企业简介

7.6.2 经营情况

7.6.3 营收构成

7.6.4 在华发展

7.7 Versace

7.8 Prada

7.8.1 企业简介

7.8.2 经营情况

7.8.3 营收构成

7.8.4 销售渠道

7.8.5 在华发展

7.8.6 Prada Brand

7.8.7 MiuMiu

7.8.8 Church's

第八章 结论与预测

8.1 市场

8.2 主要品牌



图表目录

- 图：2001-2014年全球奢侈品消费总额及同比增长
- 图：2013年全球奢侈品（分地区）消费总额构成
- 图：2008-2014年中国消费者奢侈品消费总额
- 图：2009-2013年中国消费者（分地区）奢侈品消费额构成
- 图：中国消费者境外消费奢侈品的主要原因
- 图：中国消费者最喜欢购买奢侈品的地点
- 图：2012-2013年全球免税消费最多的前十大国家/地区的游客及占比
- 表：2014年全球主要轻奢奢侈品品牌在中国门店数量
- 图：2013-2017年全球奢侈品消费总额及同比增长
- 图：2013-2017年中国消费者奢侈品消费总额及同比增长
- 表：中国服饰类奢侈品税收政策演变
- 表：2014年中国部分服饰类奢侈品进口相关税率
- 图：2004-2014年中国服饰类奢侈品消费总额及同比增长
- 图：2013-2014年中国大陆服饰类奢侈品(分品类)消费总额构成
- 表：截止到2014年6月底全球主要50个服饰类奢侈品品牌在中国大陆店面布局最多的15个城市店面数量及占比
- 图：2013年中国千万富豪（分省/市）构成
- 图：2013年中国（分城市）富豪构成
- 图：2011-2013年北京新光天地销售额
- 图：2006-2013年北京市社会消费品零售总额

- 图：2006-2013年北京城镇居民人均可支配收入
- 图：2006-2012年上海社会消费品零售总额
- 图：2006-2013年上海城镇居民人均可支配收入
- 图：2014年全球（按品牌价值）服饰类奢侈品品牌Top10
- 图：2014年中国奢侈品消费者（分性别）10大最想拥有的奢侈品品牌
- 图：2009-2017年中国服装类奢侈品（分类别）消费总额
- 表：2014年全球主要服装类奢侈品品牌在中国店面分布
- 图：2009-2017年中国腕表类奢侈品消费总额及同比增长
- 表：2014年全球主要腕表类奢侈品品牌在中国店面分布
- 图：2009-2017年中国箱包类奢侈品消费总额及同比增长
- 图：2014年中国箱包类奢侈品消费者（分价格区段）构成
- 图：2009-2017年中国鞋类奢侈品消费总额及同比增长
- 表：2014年中国奢侈品消费者主要消费行为特征
- 表：2014年中国奢侈品消费者类别及主要特征
- 图：2013年中国奢侈品消费者分类消费额构成
- 图：2009-2013年中国千万富豪人数及同比增长
- 表：2010&2015年中国城市家庭年收入占比和奢侈品消费占比
- 图：2013年中国奢侈品消费者购买奢侈品用途构成
- 图：2013年中国消费者购买奢侈品主要考虑因素
- 图：2013年中国消费者奢侈品信息的来源构成
- 图：2013年中国奢侈品消费者主要购买奢侈品类别
- 图：2010-2017年中国奢侈品网络购物市场交易规模



- 表：奢侈品购物网站分类
- 表：主要奢侈品品牌直营网站
- 图：不同奢侈品品牌电子商务运营模式
- 图：魅力惠拥有授权的奢侈品品牌
- 表：2014年LVMH集团（分业务）品牌及品牌数量
- 表：2011-2013年LVMH集团(分国家/地区)专卖店数量
- 表：2011-2013年LVMH集团（分业务）专卖店数量
- 图：2008-2014年LVMH集团营业收入及同比增长
- 图：2008-2014年LVMH集团（分业务）营业收入
- 图：2010-2014年LVMH集团（分地区）营业收入构成
- 图：2012-2013年LVMH集团（分收据币种）营业收入构成
- 图：2011-2013年LVMH集团时装与皮革制品业务经营情况
- 表：2011-2014年路易威登中国大陆专卖店
- 表：2013-2014年芬迪中国大陆精品店分布
- 表：2013-2014年迪奥时尚与配饰中国大陆专卖店分布
- 表：2014年6月底纪梵希在中国大陆店铺分布
- 表：2013-2014年纪梵希中国大陆专柜
- 表：2013-2014年Thomas Pink中国大陆专卖店分布
- 图：2011-2014财年历峰集团销售额与净利润
- 图：2012-2014财年历峰集团（分业务）销售额及构成
- 图：2013-2014财年历峰集团（分产品线）销售额构成
- 图：2013-2014财年历峰集团（分地区）销售额及构成



- 图：FY2012-FY2014年历峰集团（分渠道）销售额构成
- 表：截止到2014年6月底登喜路中国大陆门店
- 表：2013-2014年上海滩中国大陆门店数量
- 图：2014年开云集团(分业务)品牌布局
- 图：2011-2014年开云集团营业收入与净利润
- 图：2011-2014年开云集团（分业务）营业收入构成
- 图：2011-2013年开云集团（分地区）营业收入及构成
- 图：2012-2013年开云集团奢侈品业务（分地区）直营店数量
- 图：2011-2014年开云集团奢侈品业务营业收入与营业利润
- 图：2013年开云集团奢侈品业务（分品牌）营业收入构成
- 图：2013年开云集团奢侈品业务（分业务）营业收入构成
- 图：2013年开云集团奢侈品业务（分地区）营业收入构成
- 图：2012-2013年Gucci品牌（分地区）直营店
- 图：2011-2014年Gucci营业收入与营业利润
- 图：2013年Gucci品牌（分产品）营业收入构成
- 图：2013年Gucci品牌（分地区）营业收入构成
- 表：2011-2014年古琦中国大陆专卖店分布
- 图：2012-2013年圣罗兰（分地区）直营店
- 图：2011-2014年圣罗兰营业收入与营业利润
- 图：2013年圣罗兰（分产品）营业收入构成
- 图：2013年圣罗兰（分地区）营业收入构成
- 表：2014年圣罗兰中国大陆专卖店



- 图：2012-2013年葆蝶家（分地区）直营店
- 图：2011-2014年葆蝶家营业收入与营业利润
- 图：2013年葆蝶家（分产品）营业收入构成
- 图：2013年葆蝶家（分地区）营业收入构成
- 表：2013-2014年葆蝶家中国大陆专卖店分布
- 表：2011-2014年香奈儿中国大陆时尚与眼镜精品店分布
- 图：2014年爱马仕公司业务结构
- 表：2013年爱马仕（分地区/分国家）零售店分布
- 图：2009-2014年爱马仕营业收入与净利润
- 图：2008-2013年爱马仕独家零售店数量
- 图：2011-2014年爱马仕（分产品）营业收入
- 图：2011-2014年爱马仕（分地区）营业收入及构成
- 表：2011-2014年爱马仕中国大陆专卖店分布
- 表：2010-2014财年博柏利（分地区）直营店及旗舰店数量
- 图：2010-2014财年博柏利营业收入与净利润
- 图：2010-2014财年博柏利（分产品）营业收入
- 表：2010-2014财年博柏利（分地区）营业收入及构成
- 图：2010-2014财年博柏利（分销售方式）营业收入
- 表：2013-2014年博柏利中国大陆门店分布
- 表：2011-2014年范思哲中国大陆门店分布
- 表：2012-2014年Prada集团（分品牌/分地区）门店数量
- 图：截止到2014年4月底Prada集团（分国家/地区）专卖店



- 图：2009-2014财年普拉达集团营业收入与净利润
- 表：2011-2014财年普拉达集团（分产品）销售净额及构成
- 表：2011-2014年普拉达集团（分品牌）销售净额及占比
- 表：2011-2014年普拉达集团（分地区）销售净额及构成
- 表：2012-2013财年普拉达集团（分渠道）销售净额及构成
- 图：2012-2014财年Prada集团在大中华区销售额及占比
- 图：截止2014年1月底Prada品牌（分国家/地区）专卖店
- 表：2011-2014年Prada品牌销售净额及营业利润
- 图：2006-2013财年Prada品牌（分渠道）营业收入及店面数量
- 表：2013-2014年普拉达中国大陆专卖店分布
- 图：2013财年Prada Men（分产品）营业收入构成
- 图：2006-2013财年MIUMIU品牌（分渠道）营业收入及店面数量
- 表：2013-2014年缪缪品牌在中国大陆专卖店分布
- 图：截止2014年1月底Church's品牌（分国家/地区）专卖店
- 图：2013-2017年中国大陆服饰类奢侈品消费总额及同比增长
- 表：2013-2014年全球各主要服饰类奢侈品品牌在中国大陆门店数量



购买报告

价 格	电子版: 9000元	电话: 010-8260.1561
	纸质版: 9500元	传真: 010-8260.1570
页数: 135页	邮箱: hanyue@waterwood.com.cn	
发布日期: 2014-7	网址: www.pday.com.cn	
链接: http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201407/24511822.html		
地址: 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502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

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。

