

Z世代奢侈品消费 - 中国 - 2021年3月

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

尽管奢侈品还不是Z世代的主要支出领域，但整体市场已越来越受到年轻消费群体欢迎。奢侈品租赁和二手市场的快速发展意味着可接触到奢侈品的Z世代客群将越来越庞大。

随着Z世代购买力的提升，他们对奢侈品的需求和定义也在不断改变。对Z世代而言，奢侈品不只是产品，还是生活方式和情感表达形式。他们通过奢侈品展示自己的生活方式。这种认知变化也影响了他们的消费观。

本报告包括以下关键议题：

- Z世代对奢侈品的定义。
- Z世代购买的奢侈品和奢华服务。
- Z世代的消费动因。



“随着Z世代购买力的提升，他们对奢侈品的需求和定义也在不断改变。对Z世代而言，奢侈品不仅是产品，还是可以彰显其身份的生活方式和一种情感的表达形式。

– 董文慧，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 报告不包括：

综述

- 市场
- 消费力量稳步增长
- 奢侈品牌与本土文化融合
- 虚拟体验赋能
- 消费者
- 成功和身份意味着更多
 - 数据1: 奢侈品定义，2020年12月
- 为精神慰藉而消费
 - 数据2: 购买奢侈品和奢华服务的动因，2020年12月
- 稀缺的限量版
 - 数据3: 购买奢侈品和奢华服务的障碍，2020年12月
- 低线城市机遇涌现
 - 数据4: 获取信息的渠道，2020年12月
- 高端品牌数码产品盛行
 - 数据5: Z世代购买或收到过的奢侈品或奢华服务，2020年12月
- 盲盒带来神秘感
 - 数据6: 奢侈品消费的态度，2020年12月
- 我们的观点

议题与洞察

- 重新定义奢侈品的意义
- 现状
- 启示
- 释放虚拟娱乐的潜力
- 现状
- 启示
- 通过购物体验展现身份认同
- 现状
- 启示

市场——您所需要了解的

- Z世代奢侈品市场颇具前景
- 策略性地接近Z世代

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

市场增长动力

- 可支配收入增加
- Z世代拥有可观的消费能力
- 奢侈品租赁正在演变
- 二手业务开始流行

重点企业——您所需要了解的

- 与虚拟娱乐跨界合作的潜力
- 向消费者传递可持续性概念

竞争策略

- 支持慈善活动
数据 7: 杰尼亚的杰尼亚绿洲之心，2021年1月
- 用较低价产品吸引消费者
数据 8: 御木本丝巾，2021年1月

谁在创新？

- 体验游戏化
数据 9: 召唤师杯，路易威登携手英雄联盟，2020年9月
数据 10: 虚拟时装秀，2019年7月
- 虚拟化购物体验
数据 11: 古驰AR鞋，2021年3月
- 本土化的定制服务
数据 12: 巴黎世家定制包，2020年7月
数据 13: 迪奥Book Tote定制手提包，2020年5月

消费者——您所需要了解的

- 奢侈品带来仪式感
- 奢侈品牌钟爱网络直播
- 利用超前消费观念

奢侈品定义

- 奢侈品代表成功
数据 14: 奢侈品定义，2020年12月
- 男性Z世代更看重社会地位
数据 15: 奢侈品彰显身份/成功的态度（按性别与年龄区分），2020年12月
- 高收入消费者为生活购买而低收入消费者为炫耀
数据 16: 选择的奢侈品定义（按家庭月收入区分），2020年12月

消费动因

- 追求仪式感

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据 17: 购买奢侈品和奢华服务的动因，2020年12月

- 女性Z世代为爱购买而男性Z世代为自己购买

数据 18: 购买奢侈品和奢华服务的动因，2020年12月

- 高收入人群是更成熟的奢侈品消费者

数据 19: 购买奢侈品和奢华服务的动因（按个人月收入区分），2020年12月

购买障碍

- 不便是一大障碍

数据 20: 购买奢侈品和奢华服务的障碍，2020年12月

- 针对女性Z世代的营销

数据 21: 购买奢侈品和奢华服务的障碍（按性别分），2020年12月

- 高收入消费者青睐奢侈品设计

数据 22: 购买奢侈品和奢华服务的障碍（按个人月收入区分），2020年12月

获取信息的渠道

- 官网和购物网站是关键

数据 23: 获取信息的渠道，TURF分析，2020年12月

数据 24: 获取信息的渠道，2020年12月

- 改善在低线城市的出场方式

数据 25: 获取信息的渠道（按城市线级区分），2020年12月

- 利用网络直播吸引高收入消费者

数据 26: 获取信息的渠道（按家庭月收入区分），2020年12月

所购商品

- 消费相对疲软

数据 27: Z世代购买或收到过的奢侈品或奢华服务，2020年12月

- 上班族和学生族的差别

数据 28: Z世代购买或收到的高端品牌高配数码产品（按工作情况区分），2020年12月

- 高端品牌数码产品粉丝

数据 29: Z世代购买或收到的高端品牌高配数码产品（按性别与年龄区分），2020年12月

奢侈品消费的态度

- 获得精神慰藉

数据 30: 奢侈品消费的态度，2020年12月

- 盲盒蕴含的潜力

数据 31: 购买奢侈品盲盒的态度（按性别和个人月收入分），2020年12月

- 二次元和手游带来机遇

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

数据 32: 对奢侈品牌与二次元及手游合作的态度（按独生子女和个人月收入分），2020年12月

- 网络直播蓬勃发展，值得在低线城市尝试

数据 33: 对奢侈品消费的态度（按城市线级区分），2020年12月

- 超前消费场景

数据 34: 透支消费来购买最流行的奢侈品和奢华服务的态度（按独生子女和个人月收入区分），2020年12月

认识英敏特城市精英人群

- 目前满意华丽的广告

数据 35: 购买奢侈品和奢华服务的障碍，2020年12月

- 更可能超前消费

数据 36: “透支消费来购买最流行的奢侈品和奢华服务的态度，2020年12月”

附录——研究方法和缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。