

男士奢侈品 - 中国 - 2021

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

- 男性对奢侈品的定义，以及对各类奢侈品的渴望和拥有情况
- 奢侈品的关键购买因素和场合
- 购买奢侈品的信息渠道
- 不同代际的男性对奢侈品消费的态度

中国已成为奢侈品牌的主要增长动力，男性在奢侈品市场中扮演更重要的角色。2015年，37%的被访男性曾购买奢侈品，女性则为57%；2021年，这一比例上升至61%男性及66%女性。

随着电商及社交媒体在中国市场的蓬勃发展，奢侈时尚品牌正在经历快速的零售数字化转型。电商及社交媒体丰富了男性接触时尚与奢侈品的方式，并提升他们的品味和时尚感。在中国富裕年轻男性的引领下，“他”经济正在崛起。男性对奢侈品的定义也不断演变，从财富与社会地位的象征转向品质生活及更好的品位。

目前，男性最渴望拥有的奢侈品是高端电子产品。然而，随着他们的消费能力因为迈入不同的人生阶段而提升，他们也对更广泛的奢侈品产生更多的兴趣，并不局限于时装和配饰。相较于针对女性的奢侈品营销，品牌面向男性营销奢侈品时，仍有巨大的教育与影响空间。



“男性在奢侈品市场中越来越重要，他们对奢侈品的追求与定义变得多样化。他们的需求已脱离炫耀性消费。整体而言，奢侈品对男性的意义更深厚，内涵更丰富。尽管大多数时候，他们是奢侈品的收礼者，但随着他们更注重通过社交媒体搜索奢侈品信息，给自己买奢侈品的趋势也在许多场景中兴起。善于捕捉男性个性、并帮助他们实现独特的自我表达的奢侈品牌将在未来大获成功。”

— 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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 男性在中国奢侈品市场中日益重要
数据1: 男性与女性的奢侈品购买率, 2015年及2021年
- 公司与品牌
- 中国市场已成为各大品牌的主要增长动力
- 本土化使消费者更容易接触到奢侈品牌
- 消费者
- 对奢侈品的定义产生变化
数据2: 男性对奢侈品的定义, 2021年
- 未来高科技将在男性奢侈品市场发挥更大影响力
数据3: 对奢侈品的渴望以及拥有情况, 2021年
- 服务至关重要, 可持续性兴起
数据4: 购买奢侈品时的考虑因素, 2021年
- 更多的是收到奢侈品礼物, 但自我关注也有所增加
数据5: 购买与收到奢侈品的场合, 2021年
- 线下与线上渠道具有同等的吸引力
数据6: 获取奢侈品信息的渠道, 2021年
- 奢侈品变得必不可少, 富裕男性愿意透支消费
数据7: 男性对奢侈品的态度, 2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 更多男士奢侈品购买场合出现, 反映了“他”经济的重要性日益提升
- 现状
- 启示
- 从单一的产品品类到完整的品牌体验
- 现状
- 启示
数据8: 普拉达以“园艺”为特色的荣宅快闪店, 上海, 2021年
数据9: 古驰及北面, 2021年
- 通过数字化使奢侈品同时兼具独特性及可及性
- 现状
- 启示
数据10: 路易威登限时购物活动, 2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场因素

- 新冠疫情后，中国成为奢侈品公司的主要增长市场
数据11: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心，2020-2021年
数据12: 对奢侈品的渴望，2021年
- “他”经济崛起
数据13: 男性与女性的奢侈品购买率，2015年及2021年
- 海外男士奢侈品牌开始强化其数字零售
- 品质生活取代身份地位，推动男性改变他们对奢侈品的定义

重点企业表现

- 拉夫劳伦
- 杰尼亚
- 雨果博斯
- 康纳利
- 劳力士
- 百达翡丽

市场亮点

- 更多男士奢侈品牌与电商渠道合作，以便在中国市场扩张
数据14: 康纳利天猫线上旗舰店，2021年
数据15: Berluti京东奢品线上旗舰店，2021年
- 与本土设计师品牌合作，瞄准年轻中国男性
数据16: 康纳利 x 8ON8 胶囊系列服装，2021年
数据17: Clot x 拉夫劳伦系列服装，2021年
- 杰尼亚持续提高消费者对男性气质定义的认识
数据18: “何谓当代男士”，杰尼亚，中国，2021年
- 与电竞合作
数据19: 劳斯莱斯与《QQ飞车》手游APP合作，2021年
- 强强联名将优势最大化
数据 20: 芝柏表 x 阿斯顿·马丁，2021年
数据21: 劳斯莱斯 x 播威，2021年
- 百年灵推出订阅式服务
数据22: BreitlingSelect，2021年
- 华伦天奴通过中古项目进军转售市场
数据23: 华伦天奴中古项目，2021年

对奢侈品的定义

- 品质生活比身份地位更重要
数据24: 男性对奢侈品的定义，2021年
- 年轻男性更重视通过奢侈品表达自我
数据25: 男性对奢侈品的定义（按代际区分），2021年
- 在低线城市，消费能力对奢侈品购买的影响更大

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据26: 男性对奢侈品的定义（按个人月收入及城市线级区分），2021年

拥有率与购买意向

- 电子产品成为男性的新宠
数据27: 对奢侈品的拥有率及渴望，2021年
- Z世代看重风格与外观
数据28: 对奢侈品的拥有率及渴望（按代际区分），2021年

购买考虑因素

- 设计与服务比Logo更重要
数据29: 购买奢侈品时的考虑因素，2021年
- 重要因素反映了奢侈品的意义
数据30: 奢侈品的定义（按购买奢侈品时的考虑因素区分），2021年
- 年轻男性更看重售后服务与奢侈品的保值
数据31: 购买奢侈品时的部分考虑因素（按年龄区分），2021年
- 可持续的重要性随着个人收入的增加而提升
数据32: 购买奢侈品的部分考虑因素（按个人月收入区分），2021年

购买与收到奢侈品的场合

- 生日与纪念日是最重要的场合
数据33: 购买与收到奢侈品的场合，2021年

信息渠道

- 多样化的线上信息来源给奢侈品牌管理形象带来挑战
数据34: 获取奢侈品信息的渠道，2021年
- 关注男性导向的社群
数据35: 获取奢侈品信息的部分渠道（按个人月收入区分），2021年
- 与电竞合作，吸引较年轻与教育程度高的男性
数据36: 获取奢侈品信息的部分渠道——游戏直播（按代际与教育程度区分），2021年

对奢侈品的态度

- 80后是视奢侈品为大型场合的必需品的核心消费者
数据37: 对奢侈品的部分态度，2021年
数据38: 对奢侈品的部分态度（按代际区分），2021年
- 富裕消费者为潮流与自我表达透支消费
数据39: 购买奢侈品的考虑因素（按愿意为奢侈品透支消费区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据40: 对奢侈品的定义（按愿意为奢侈品透支消费区分），2021年

- 已婚男性不仅仅靠穿着打扮来给人留下印象

数据41: 对奢侈品的部分态度（按家庭构成区分），2021年

- 年轻男性对二手奢侈品的接受度更高

数据42: 对奢侈品的部分态度（按代际区分），2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。