

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“随着中国奢侈品市场走向成熟，中国消费者正寻求借助奢侈品牌树立个人形象，展现独特个性并更好地反应自身性格。向前看，奢侈时尚品牌将需要采取策略，用鲜明的品牌形象、更好的产品种类和更多定制化选择捕获正在崛起的年轻奢侈品消费者的心。进一步，投资全渠道对于奢侈品牌而言仍然重要，尤其是在这方面落后的硬奢侈品牌。”

— 夏月，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 奢侈品不再是社会地位和物质财富象征
- 现代奢侈品更平易近人且诱人
- 奢华珠宝与钟表品牌正面临奢华时尚品牌威胁

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

定义

综述

市场

消费者

奢侈品消费更多是为己而非赠人

数据1: 奢侈品购买者, 2016年6月, 2017年2月, 2019年4月

奢侈美容表现优异, 时装珠宝仍然热门

数据2: 购买的奢侈品或奢华服务, 2019年4月

百货商场逐渐失宠

数据3: 奢侈品的购买渠道, 2019年4月

愿为品牌知名度高而掏腰包

数据4: 购买奢侈品珠宝首饰或钟表的原因, 2019年4月

卡地亚领跑硬奢侈

数据5: 受珠宝首饰或钟表购买者欢迎的硬奢侈品牌, 2019年4月

二手奢侈品市场刚刚萌芽

数据6: 对待二手奢侈品的态度, 2019年4月

我们的观点

议题与洞察

奢侈品不再是社会地位和物质财富象征

现状

启示

数据7: 奢侈品牌设计中的街头元素

现代奢侈品更平易近人且诱人

现状

启示

奢华珠宝与钟表品牌正面临奢华时尚品牌威胁

现状

启示

数据8: 香奈儿和蒂芙尼耳环价格, 2019年6月

市场概述

中国奢侈品市场前景乐观

主要奢侈品集团与品牌销售额

LVMH集团

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

开云集团
 历峰集团
 斯沃琪集团
 爱马仕
 普拉达集团
 蒂芙尼

市场因素

富裕人群增长迅速

数据9: 中国高资产净值人士, 2008-2017年

税法 and 政策推动国内消费

旅行和奢侈品购物仍然火热

线上渠道扩充新的可能

奢侈品营销

微信互动以更好地与消费者联系

讲述奢侈品牌的历史故事

联名与快闪以获取注意力

数据10: 迪奥 X KAWS 北京SKP快闪店

文化畅销, 但需了解中国文化的含蓄微妙之处

数据11: 杜嘉班纳和博柏利的广告营销

数据12: Miu Miu Club上海, 2018年11月

消费者——您所需要了解的

男性奢侈品消费迎头赶上

80后更爱购买奢侈品, 90后潜力十足

品牌实体店仍主导奢侈品市场

知名奢侈品牌通吃

欧洲奢侈品牌仍领先

需求更多定制化奢侈品

奢侈品购买者

中国奢侈品消费仍然强劲

数据13: 奢侈品购买者, 2016年6月, 2017年2月, 2019年4月

奢侈品不再是富豪专属

数据14: 奢侈品购买者 (按个人月收入区分), 2019年4月

关注自我享受型年轻奢侈品消费者

数据15: 奢侈品购买者, 按年代区分, 2019年4月

年轻男性在奢侈品领域潜力十足

数据16: 奢侈品购买者 (按性别区分), 2016年6月, 2017年2月, 2019年4月

南部和中西部消费者受到奢侈品吸引

数据17: 奢侈品购买者 (按地区区分), 2017年2月和2019年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

公务员对奢侈品态度变开放

数据18: 奢侈品购买者（按公司类型区分），2017年2月和2019年4月

购买的单品

美容领跑奢侈品购买

数据19: 购买的奢侈品或奢华服务，2019年2月

家居产品或是奢侈品业下个新星

硬奢侈让位，小奢侈盛行

数据20: 购买的奢侈品或奢华服务，2016年6月和2019年4月

在家里、在路上，高收入消费者均要求奢华感

数据21: 购买的奢侈品或奢华服务（按个人月收入区分），2019年4月

女性所有奢侈品品类都购买更多

数据22: 购买的奢侈品或奢华服务（按性别区分），2019年4月

90后喜爱美容产品和珠宝首饰

购买渠道

线下品牌门店必不可少

数据23: 奢侈品的购买渠道，2019年4月

珠宝和钟表商应考虑投资全渠道

数据24: 奢侈品的购买渠道，2019年4月

官方零售渠道增长空间巨大

数据25: 奢侈品的购买渠道，2019年4月

微信小程序正在崛起

数据26: 奢侈品的购买渠道——微信小程序（按个人月收入区分），2019年4月

高收入者也更多从线上渠道购买

数据27: 奢侈品的购买渠道——线上渠道（按个人月收入区分），2019年4月

影响购买的因素

珠宝首饰和钟表

品牌名称和做工精致是重中之重

数据28: 购买奢侈品珠宝首饰或钟表的原因，2019年4月

相比钟表，做工精致更能有效驱动珠宝首饰购买

男性对品牌历史和技艺更感兴趣

数据29: 购买奢侈品珠宝首饰或钟表的原因（按性别区分），2019年4月

投资价值推动硬奢侈购买

数据30: 购买奢侈品珠宝首饰或钟表的原因（按年代区分），2019年4月

数据31: 购买奢侈品珠宝首饰或钟表的原因（按个人月收入区分），2019年4月

其他人口统计特征对硬奢侈购买的影响

时尚产品

品牌历史在奢侈品时尚中并不吃香

数据32: 购买奢侈品品牌时尚产品的原因，2019年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据33: 时尚产品和珠宝首饰或钟表的购买因素排名，2019年4月

设计风格独特仍是吸引年轻消费者的关键

数据34: 购买奢侈品牌时尚产品的原因（按年代区分），2019年4月

一线城市消费者细究原料

最近一次购买的珠宝首饰和钟表品牌

卡地亚主宰硬奢市场

数据35: 最近购买的硬奢侈——珠宝首饰或钟表购买者提及率1%以上，2019年4月

欧洲奢侈品牌在中国最受追捧

数据36: 最近一次购买的硬奢侈品牌来源（按品牌来源国家区分），2019年4月

中国珠宝商破冰奢侈品牌珠宝名单

男性对技术参数颇感兴趣，硬奢侈品牌偏好可见一斑

硬奢侈品牌的优势和弱点

数据37: 影响奢侈品牌珠宝首饰或钟表购买的因素（按最近一次购买的品牌区分）——部分品牌，2019年4月

卡地亚

蒂芙尼

香奈儿

劳力士

古驰

宝格丽

浪琴

周大福

奢侈品购买趋势

购买奢侈品是新日常

数据38: 生活中奢侈品的必要性，2017年2月和2019年4月

奢侈品消费者对奢侈品和奢华体验态度开放

数据39: 对奢侈品产品 vs 奢华式体验的兴趣，2017年2月和2019年4月

数据40: 对奢侈品牌产品 vs 奢华式体验的兴趣（按过去18个月内是否购买过奢侈品或服务区分），2017年2月和2019年4月

小众奢侈品牌光环渐褪

数据41: 对品牌类型的偏好，2017年2月和2019年4月

数据42: 购买硬奢侈和奢侈品牌时尚产品的原因（按品牌知名度偏好区分），2019年4月

数据43: 布内罗古奇拉利与刘涛

中国二手/古董奢侈品长路漫漫

数据44: 对二手奢侈品的接受度，2019年4月

数据45: 对二手奢侈品的接受度（按个人月收入区分），2019年4月

奢侈品定制将成下个浪潮

数据46: 对定制的态度，2017年2月和2019年4月

数据47: 对定制的态度（按城市线级区分），2017年2月和2019年4月

数据48: 对定制选择的态度，2019年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

对奢侈品的态度 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——研究方法和缩略词

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com