

2019年天猫奢侈品消费 行业白皮书 第1期

天猫奢品

×

CBNDATA
第一财经商业数据中心

TABLE OF CONTENTS 目录

■ 第一部分：中国是奢侈品最为强劲和活跃的市场

- 1.1 居民可支配收入的持续增长推动奢侈品销售规模不断扩大4
- 1.2 线上渠道在奢侈品销售中的重要性逐年增加6

■ 第二部分：中国消费者线上奢侈品消费热情高昂

- 2.1 线上奢侈品交易规模迅速增加，消费人数的增长是关键9
- 2.2 女性是线上奢侈品消费主力，男性奢侈品消费意识觉醒
奢侈品消费者年轻化和下沉趋势日益明朗11

■ 第三部分：画风迥异的三类奢侈品消费者： 新世代、中小城市和富裕阶层

- 3.1 大步迈进的“新世代”消费者17
- 3.2 谨慎进阶的“中小城市”消费者22
- 3.3 稳中有进的“富裕阶层”消费者27

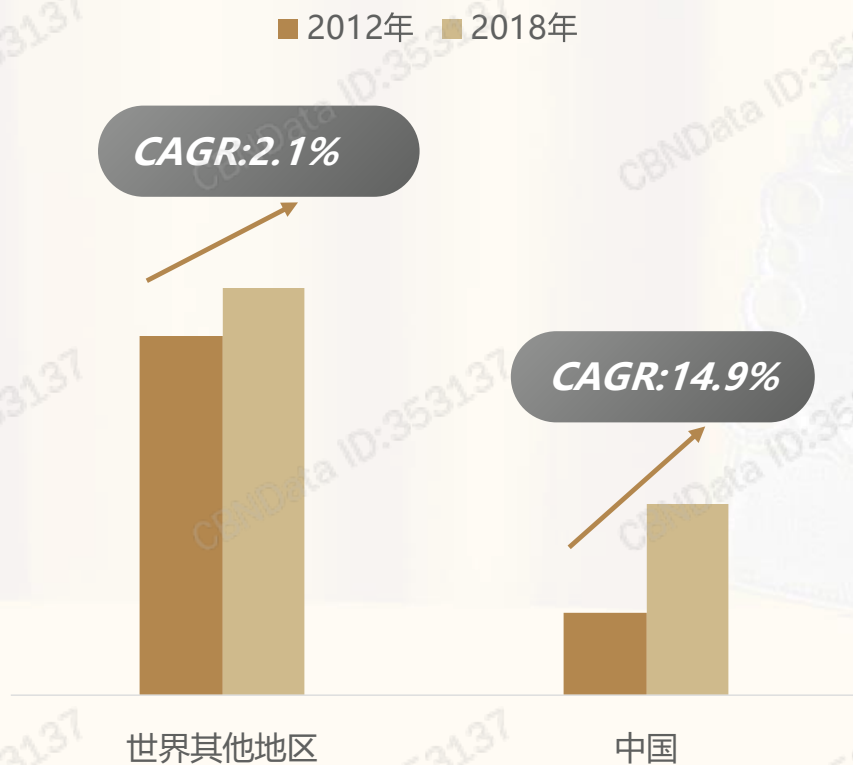


CHAPTER ONE

中国是奢侈品
最为强劲和活跃的市场

中国奢侈品消费增速高于世界其他地区，到2025年将贡献全球40%的销售规模

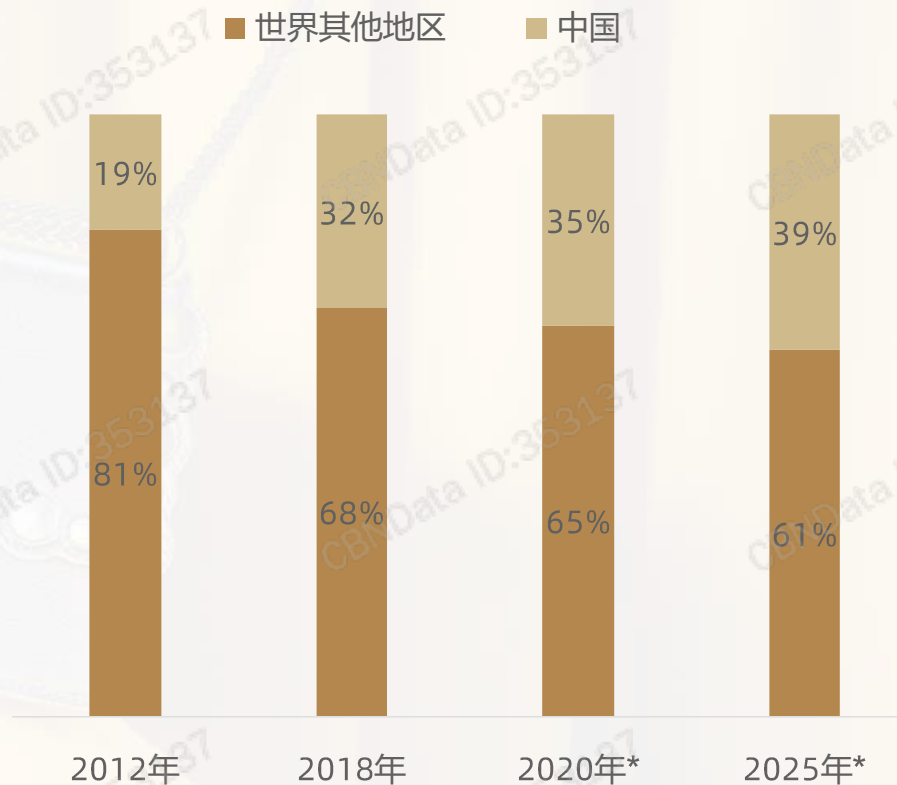
2012-18年不同地区个人奢侈品消费市场销售规模



数据来源：麦肯锡中国奢侈品报告2019

CAGR指年复合增长率

2012-25年*全球个人奢侈品消费市场格局

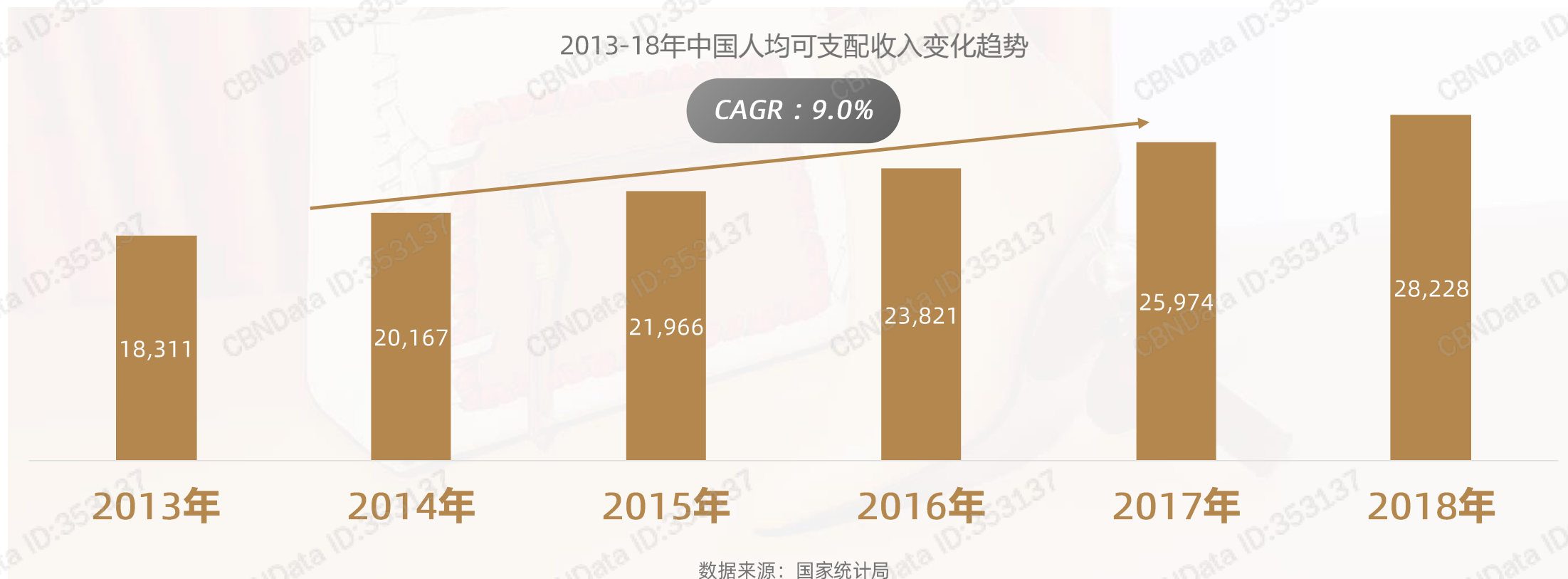


数据来源：麦肯锡中国奢侈品报告2019

*表示预测结果

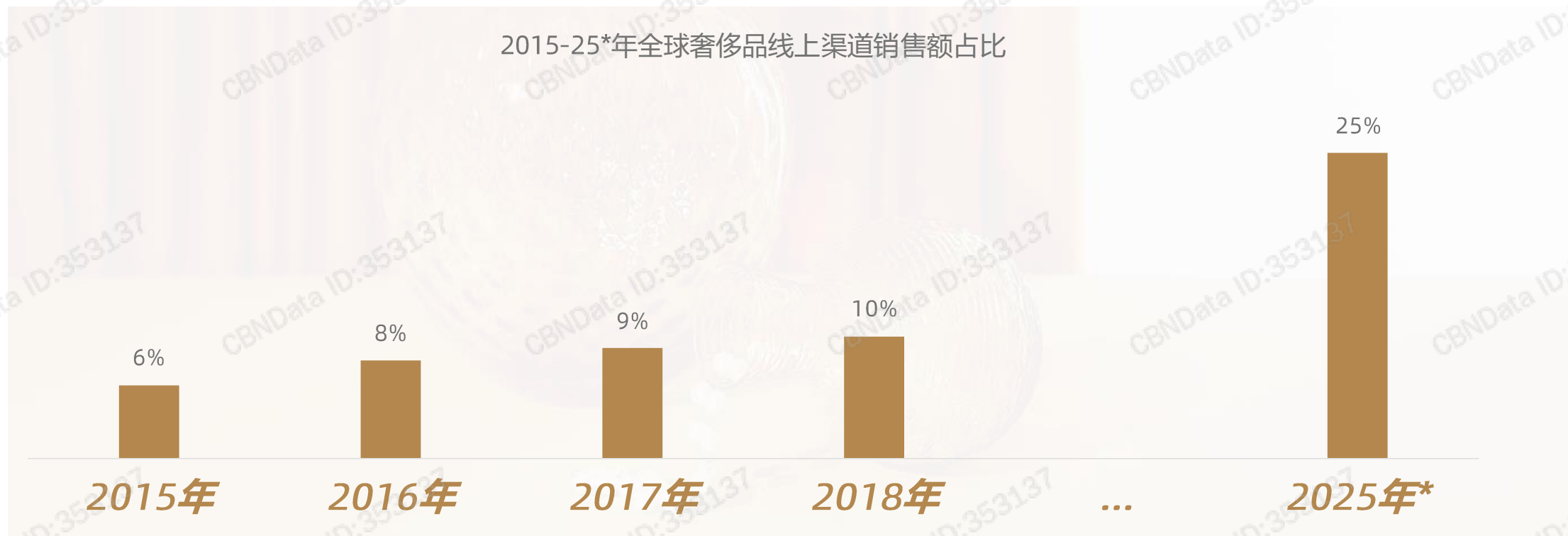
中国居民可支配收入的持续增长推动奢侈品消费规模不断扩大

2013-18年我国居民人均可支配收入以9%的年复合增长率持续提高，为奢侈品消费提供保障和强大动力



线上渠道在奢侈品销售中的重要性迅速增加

线上渠道的销售额占比逐年增加，预计到2025年，将有1/4的奢侈品销售额通过线上渠道实现



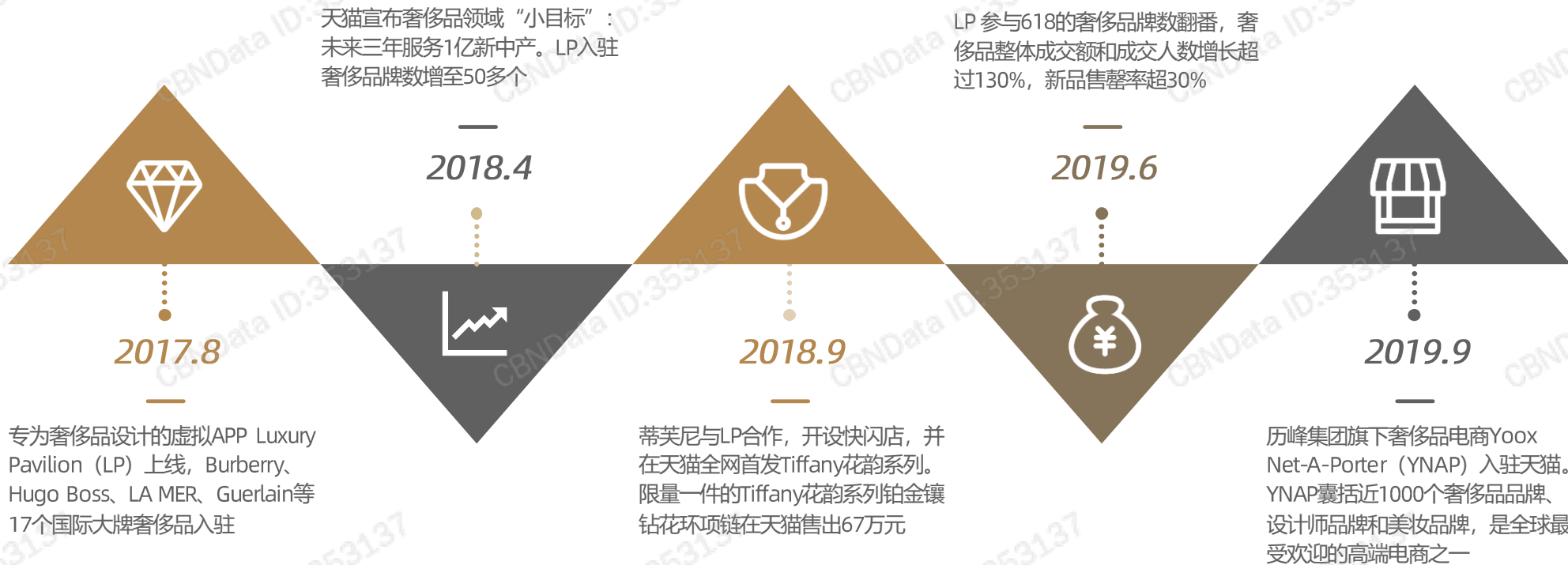
数据来源：BAIN & COMPANY、Mob研究院

*表示预测结果

大数据 · 全洞察

天猫平台获得众多奢侈品品牌青睐，助力奢侈品品牌在中国迅速发展

上线两年来，天猫奢侈品频道Luxury Pavilion获得越来越多的奢侈品品牌青睐，众多奢侈品品牌在该平台上获得飞速发展



资料整合来源：界面Fashion、联商网、新华网、金融界等



CHAPTER TWO

中国消费者线上

在休闲消费场景中

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17007

