

LUXURY QUESTIONNAIRE

“2014山东奢侈品消费星光榜” 问卷调查

主办：  齐鲁晚报 贵和购物中心
GUIHE PLAZA

D11

齐鲁晚报

都市消费·调查
2014.8.22 星期五

2014上半年，在国际主流奢侈品品牌已全部进驻中国、国内奢侈品专卖店数量保持高速增长的态势下，中国已成为全球最大奢侈品消费市场。在山东，随着地区经济领先全国，奢品消费人群逐渐庞大，形成了强劲的消费能力。一些较早进入山东的品牌正在加速扩张，新进入品牌也在计划布局全省。山东消费者对于国际大牌的认知度、购买力都达到了空前高度。在此背景下，齐鲁晚报利用在全省强大的影响力，发起“2014山东奢侈品消费星光榜”调查，意在将山东消费者对于奢侈品的认知喜爱度、奢品消费习惯等信息收集、整理、分析，还原一个真实的山东奢侈品消费市场，为省内消费者与各大奢侈品品牌提供坚实可信的市场数据及消费分析报告。



您的性别：A：男 B：女
您的年龄：A：<20岁 B：20岁—30岁 C：30岁—45岁 D：45岁—60岁 E：>60岁
您的学历：A：高中 B：大专、本科 C：硕士 D：博士及以上
您的婚姻状况：A：未婚 B：已婚
居住地：A：济南地区 B：山东其它地市
您的年收入：A：<3万 B：3万—5万 C：5万—7万 D：7万—10万 E：10万—20万 F：20万—50万 G：50万以上

消费行为篇

A01 您是否想过或已经购买过奢侈品?
A: 没想过、也没购买过 B: 想过、但没购买过
C: 想过、曾经购买过
A02 您对奢侈品的第一印象(可多选):
A: 时尚标志 B: 优秀的产品 C: 高品位追求 D: 社会地位
E: 炫富标志 F: 其他
A03 您倾向于购买或购买过哪些种类的奢侈品(可多选):
A: 钟表 B: 珠宝配饰 C: 服装 D: 鞋子 E: 箱包 F: 化妆品
G: 音响电器 H: 烟酒 I: 高档汽车 J: 游艇、私人飞机 K: 其他
A04 您购买奢侈品的频率:
A: 每年一到两次 B: 每年三四次 C: 每个月一到两次
D: 每个月多次 E: 不固定 F: 从来不买
A05 您购买奢侈品的原因是什么(可多选):
A: 展示财富、地位 B: 社交、送礼 C: 追求高品质生活
D: 自我享受、消费满足 E: 展现个性 F: 消费从众、跟风
A06 您会为了购买奢侈品而节约生活开支吗?
A: 完全不会 B: 会节约一定的开支 C: 会节约大量开支
D: 会节约开支甚至考虑贷款或分期付款 E: 其他
A07 您购买奢侈品的主要购买地是哪里(可多选):
A: 居住地 B: 北京上海等国内大城市 C: 香港、澳门 D: 境外
F: 其他
A08 您打算购买奢侈品时会关注哪些方面(可多选):
A: 品牌新品 B: 材质做工 C: 款式设计 D: 历史价值
E: 品牌口碑及知名度 F: 代言明星 G: 售后服务 H: 性价比
I: 流行趋势
A09 您是否了解或想了解奢侈品背后的文化内涵?
A: 不了解、也不想了解 B: 不了解但想去了解 C: 了解一些还想
去了解 D: 非常了解,并持续关注和学习中
A10 您是否曾考虑过或已经购买2万元以上的高档手表:
A: 不考虑,不会买 B: 考虑过,暂时不会买 C: 考虑过,想要购买
D: 考虑过,已经购买 E: 已经购买,并会继续关注购买下一块
A11 您认为选购高档腕表最重要的是(可选三项):
A: 走时精准 B: 功能复杂 C: 具有收藏价值 D: 是否使用贵金
属及珠宝 E: 品牌历史 F: 艺术设计及产品文化追求
G: 售后服务 H: 大众认知度高 I: 其他
A12 您通常通过什么途径、什么方式了解奢侈品的信息(可多选):
A: 电视 B: 报纸 C: 网络 D: 期刊杂志 E: 平面广告海报
F: 品牌直投杂志 G: VIP订阅 H: 奢品俱乐部 I: 店铺咨询
J: 其他
A13 您最近一年用于购买奢侈品的费用大约是多少人民币?
A: 无此类支出 B: 5000以内 C: 5000—9999 D: 10000—29999
E: 30000—100000 F: 10万以上
A14 您认为使用年收入的多少比例购买奢侈品比较合适?
A: 10%以下 B: 10%—20% C: 20%—30% D: 30%—50% E: 50%以
上
A15 您觉得国际奢侈品品牌在中国应该采取降价促销策略吗?
A: 绝不降价,因为奢侈品本来就是因为昂贵而美丽 B: 不应该降
价,因为奢侈品靠价格与普通品牌区分开来 C: 不应该降价,这样
会使品牌形象打折 D: 应该偶尔降价,这样可以扩大销量 E: 应
经常降价,奢侈品价格虚高

奢侈品牌篇

B01 下列哪些服饰品牌是您最喜欢的(限选5项):
A: 香奈儿(CHANEL) B: 迪奥(Dior) C: 古驰(GUCCI) D: 普拉达(PRADA) E: 阿玛尼(Armani)
F: 范思哲(VERSACE) G: 华伦天奴(Valentino) H: 波士(HUGO BOSS), I: 登喜路(Dunhill)
J: 唐纳卡伦(DKNY) K: 杰尼亚(Ermenegildo Zegna) L: 博柏利(Burberry)
M: 纪梵希(Givenchy) N: 巴利(BALLY) O: 芬迪(Fendi) P: 赛琳(Celine) Q: 托德斯(TOD’S)
R: 菲拉格慕(Salvatore Ferragamo) S: 盖尔斯(GUESS) T: 杜嘉班纳(Dolce&Gabbana)
U: CK(Calvin Klein) V: 霍根(HOGAN) W: Max Mara X: 宝缇(PAUL&SHARK)
Y: 路易·威登(Louis Vuitton) Z: 迦达(GIADA) Z1: 巴尔曼(Balmain) Z2: 其它
B02 下列哪些箱包品牌是您最喜欢的(限选5项):
A: 爱马仕(Hermes) B: 路易·威登(Louis Vuitton) C: 迪奥(Dior) D: 古驰(GUCCI)
E: 华伦天奴(Valentino) F: 普拉达(PRADA) G: 登喜路(Dunhill) H: 芬迪(Fendi)
I: 蔻驰(COACH) J: 乔治·阿玛尼(Giorgio Armani) K: 博柏利(Burberry)
L: 葆蝶家(Bottega Veneta/BV) M: 托德斯(TOD’S) N: 日默瓦(RIMOWA) O: 其它
B03 下列哪些腕表品牌是您最喜欢的(限选5项):
A: 百达翡丽 B: 朗格 C: 爱彼 D: 宝珀 E: 宝玑 F: 江诗丹顿 G: 积家 H: 伯爵
I: 雅典 J: 芝柏 K: 宇舶 L: 卡地亚 M: 格拉苏蒂 N: 劳力士 O: 欧米茄 P: 真力时
Q: 沛纳海 R: 万国 S: 百年灵 T: 肖邦 U: 帝舵 V: 豪雅 W: 浪琴 X: 万宝龙
Y: 雷达 Z: 其他
B04 下列哪些珠宝品牌是您最喜欢的(限选5项):
A: 梵克雅宝 B: 宝格丽 C: 卡地亚 D: 蒂芙尼 E: 肖邦 F: 伯爵 G: 堡狮龙
H: 万宝龙 I: 尚美巴黎 J: 施华洛世奇 K: 格拉夫 L: 戴比尔斯 M: 宝曼兰朵
N: ENZO O: 其它
B05 下列哪些化妆品品牌是您最喜欢的(限选5项):
A: 郝莲娜 B: 兰蔻 C: 海蓝之谜 D: 雅诗兰黛 E: 欧珀莱 F: 莱珀妮 G: 兰芝
H: 迪奥 I: 碧欧泉 J: SK-II K: 希思黎 L: 香奈儿 M: 芭比布朗 N: 资生堂 O: 娇兰
P: 阿玛尼 Q: 雪花秀 R: 后 S: 高田贤三 T: 纪梵希 U: 欧舒丹 V: 科颜氏
W: 倩碧 X: 茱莉蔻 Y: 娇韵诗 Z: 其它
B06 您认为以下哪些特性是奢侈品品牌必不可少的:
A: 可靠的质量 B: 尊贵的服务 C: 彰显身份的品牌价值 D: 时尚的设计
E: 源远流长的文化内涵
B07 您认为奢侈品品牌以下哪些方面在国内、国外存在明显差别:
A: 产品的价格 B: 款式更新速度 C: 服务范围和水平 D: 店员的素质 E: 购买便利程度
B08 您认为目前进驻中国的奢侈品牌最急需改进的工作:
A: 上架新品与全球同步 B: 提高售后服务质量,享有与全球同等待遇
C: 定价缩小与国外差距 D: 增加二三线城市专卖店及专柜数量
E: 关注年轻消费群体的需求 F: 请中国明星做形象代言
B09 您所在地区奢侈品品牌专卖店的开设情况:
A: 非常少,不能满足本地有需要的人群购买 B: 比较合适,符合地区的购买能力及购买人
群 C: 专卖店过多,超过地区消费承载能力 D: 不太清楚
B10 您认为奢侈品品牌在您所在的地区专卖店定位如何?
A: 定位过高,超过地区高端消费者的消费能力
B: 定位合适,与地区高端人群消费相符
C: 定位偏低,品牌定位高端的主打系列并没有在当地落户 D: 不太了解
B11 您认为您所在地区已进驻的奢侈品品牌缺少怎样的服务?(可多选)
A: 一线大牌产品系列不全,一些高端产品需要异地或境外购买
B: 售后服务中心当地没有,箱包、钟表等产品维修清洗需要寄往总店及境外,服务周期长
C: 一些新款产品需要预订,已有产品系列存货不足
D: 店员对于品牌了解不够,不能有效讲解品牌产品及为顾客做好导购建议
E: 当地的品牌走秀活动及VIP客户活动较少



感谢您的填写!

请完善您的个人联系信息，我们将抽取10名幸运读者给予丰厚礼品。
个人联系信息：
姓名：_____ 联系电话：_____
有奖投票方式：
问卷邮寄：请将此页报纸填写剪下，邮寄至本报。
地址：济南冻源大街2号大众传媒大厦3楼306都市消费工作室。
网上投票：登录齐鲁晚报网首页(www.qilwb.com.cn/)
点击“2014山东奢侈品消费星光榜调查问卷”按钮进入投票页面。(投票截止日期至8月底)