

Deloitte.



全球奢侈品力量2023

奢侈品行业重塑新玩法

2024年1月

全球奢侈品力量2023

欢迎展阅第十期报告



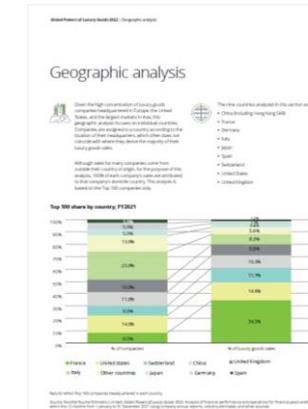
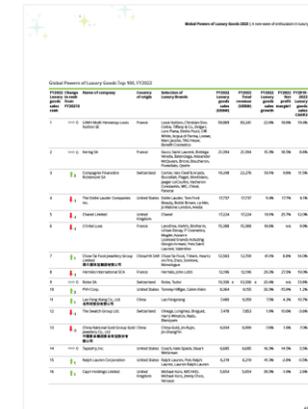
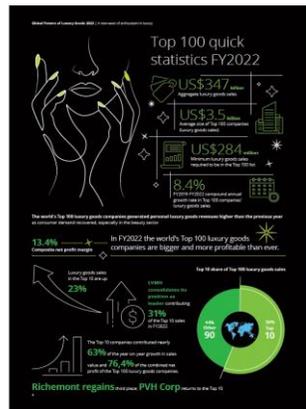
一年一度的《全球奢侈品力量》报告锁定全球最大的奢侈品企业，进行多角度分析。本报告还将讨论推动奢侈品行业发展的趋势与议题。

主要内容

- 十大亮点及百强榜单
- 区域分析
- 品类分析
- 高增长20强
- 新晋入围者

2023年报告探讨的市场趋势

- 奢侈品行业拥抱人工智能 (AI)
- 可持续性实现互联互通：科技如何支持奢侈品行业迈向循环经济
- 未来的数字化奢侈品店



百强数据速览

3470
亿美元

奢侈品净销售总额前
100强

▲ 相比FY21增长420亿



20%

复合年同比增长率

▲ 相比FY21增长0.5%



8.4%

FY2018-2021奢侈品销售额复
合年均增长率

▲ 相比FY21增长3.2%



13.4%

复合净利润率

▲ 相比FY21增长1.2%



35亿美元

百强企业平均规模

▲ 相比FY21增长50万



2.84亿美元

进入前100强的最低销售额门槛

▲ 相比FY21增长4400万



56%

百强中前10强所占份额

▼ 相比FY21下降0.2%



奢侈品企业十强

前十强的奢侈品销售额增长23%； 历峰集团重回第三名位置； PVH集团重返十强

	#1	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE - 法国	↔	\$59,869	22.6%	18.6%	
	#2	Kering SA - 法国	↔	\$21,394	15.3%	18.3%	
	#3	Compagnie Financière Richemont SA - 瑞士	↑ +3	\$19,248	50.1%	10.8%	
	#4	The Estée Lauder Companies Inc. - 美国	↓ -1	\$17,737	9.4%	13.6%	
	#5	Chanel Limited - 英国	↓ -1	\$17,224	10.1%	26.7%	
	#6	L'Oréal Luxe - 法国	↓ -1	\$15,388	18.6%	不适用	
	#7	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited - 中国香港 周大福珠宝集团有限公司	↑ +1	\$12,563	41.1%	7.0%	
	#8	Hermès International SCA - 法国	↓ -1	\$12,196	29.2%	29.1%	
	#9	Rolex SA - 瑞士	↔	\$10,336	20.4%	不适用	
	#10	PVH Corp. - 美国	↑ +3	\$8,364	33.3%	10.4%	
		前十强		\$194,319	22.8%	17.5%	
		前百强		\$346,989	20.0%	12.2%	



排名变化



2022财年销售额 (百万美元)



销售增长率%



净利润%

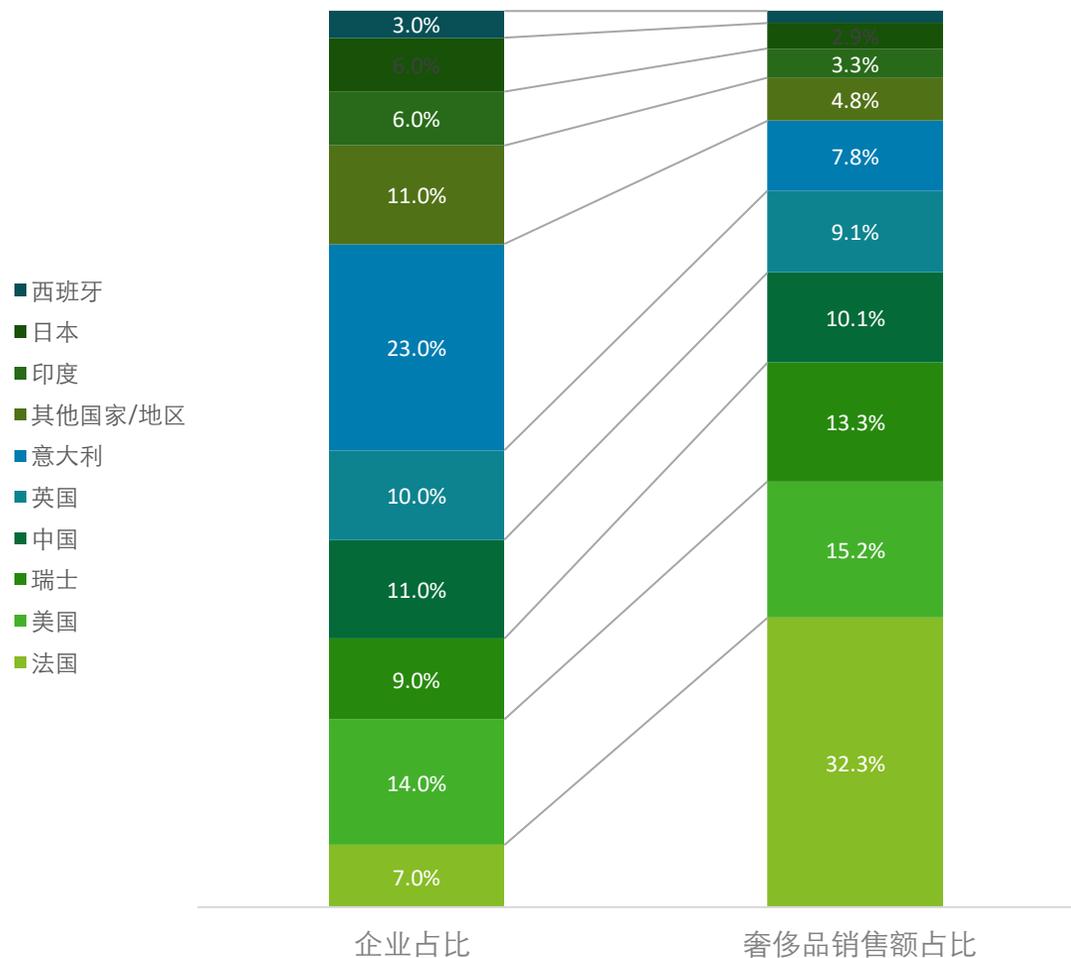
区域分析

2022财年上榜百强企业奢侈品销售额按国家地区分析均实现两位数增长。

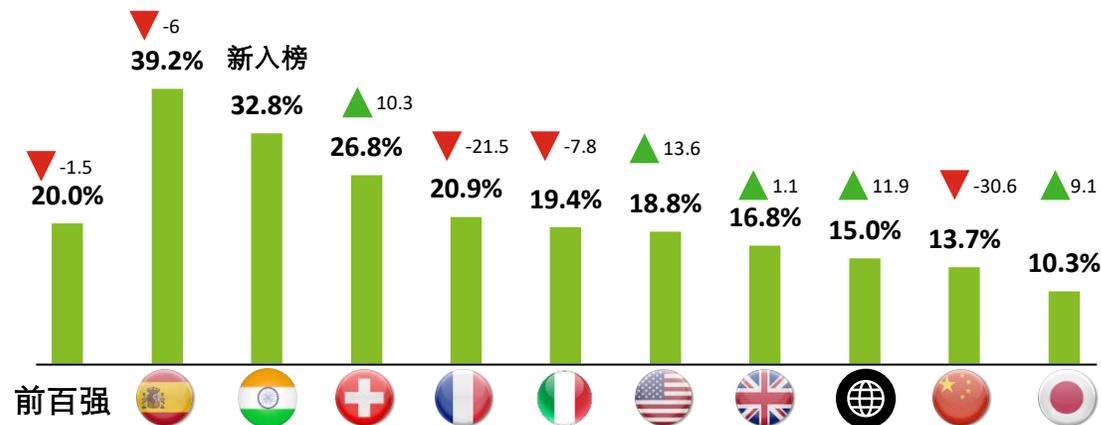
除法国和中国外，所有国家的复合净利润率均出现增长。

▲ 相比FY2021的百分点变化

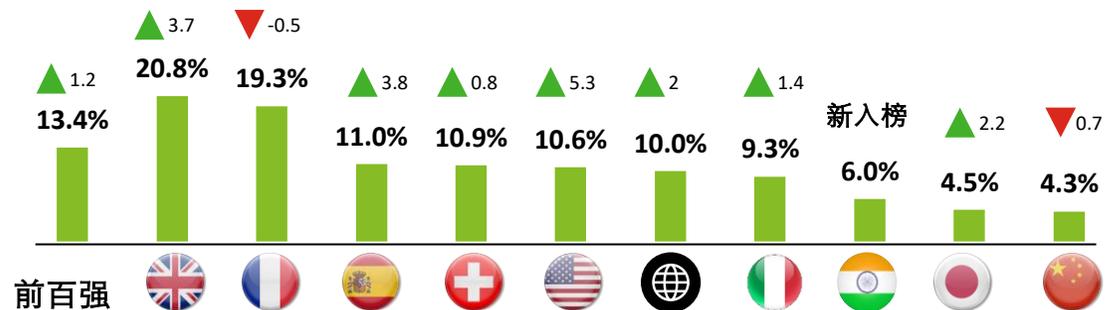
各国家/地区百强企业占比



各国家/地区奢侈品销售额同比增长率



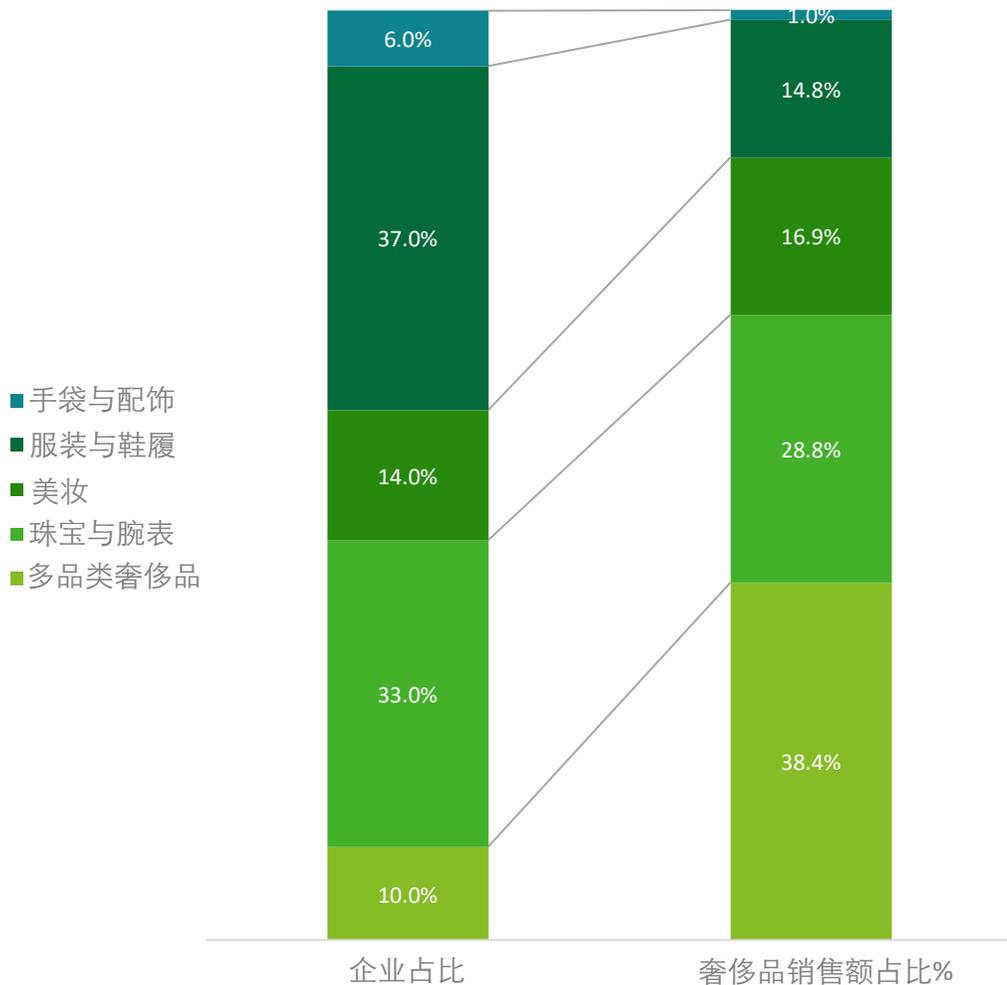
各国家/地区净利润率



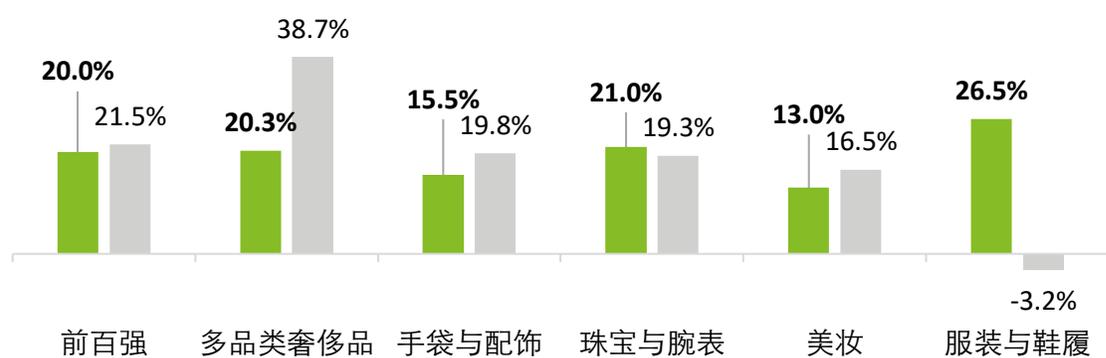
品类分析

2022财年，奢侈品销售保持了疫后复苏的势头，所有产品领域的销售额增长均达到两位数

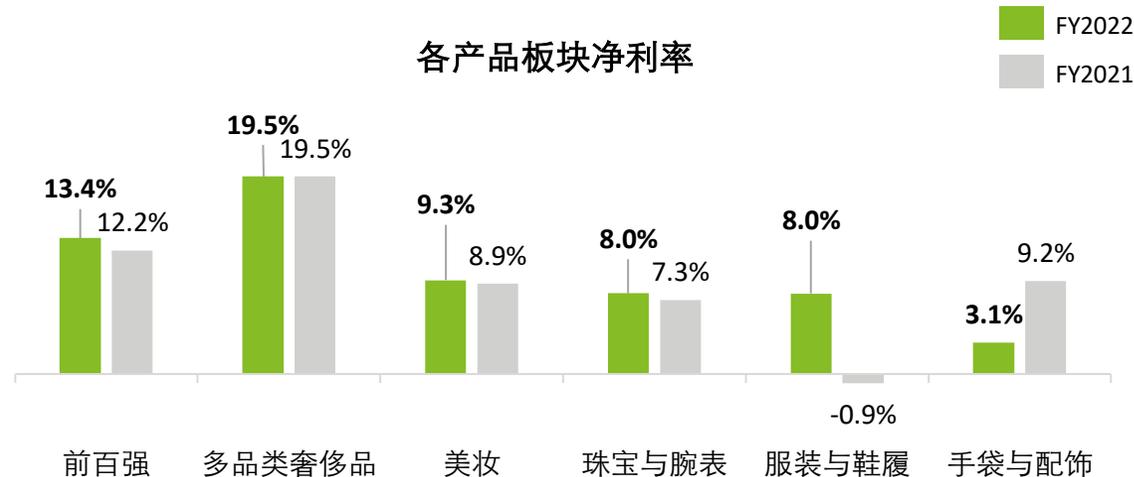
各产品板块百强企业占比



各产品板块销售额同比增长率%



各产品板块净利率



高增长20强

时尚、珠宝和腕表企业占主导地位；意大利企业强势回归高增长榜单

复合年增长率 (CAGR) 排名		2019 - 2022 财 百强排名	2022财年 年CAGR	2022财年 销售增长率%
#1	*Farfetch Limited - 英国	53	42,4%	6,3%
#2	*Grupo de Moda Soma S.A. - 巴西	73	30,0%	37,9%
#3	DR Corporation Limited - 中国 迪阿股份有限公司	74	29,9%	-20,6%
#4	*Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd - 中国 周大生珠宝股份有限公司	42	29,7%	25,6%
#5	*Golden Goose SpA - 意大利	75	24,1%	29,9%
#6	*Puig S.L. - 西班牙	22	21,3%	40,0%
#7	Aritzia Inc. - 加拿大	52	19,6%	74,3%
#8	*Audemars Piguet & Cie - 瑞士	31	19,4%	27,2%
#9	*LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE - 法国	1	19,4%	22,6%
#10	*Hermès International SCA - 法国	8	19,0%	29,2%

复合年增长率 (CAGR) 排名		2019 - 2022 财 百强排名	2022财年 年CAGR	2022财年 销售增长率%
#11	Morellato Group - 意大利	89	17,3%	49,3%
#12	*Moncler SpA - 意大利	27	16,9%	27,2%
#13	*Vivara Participações S.A. - 巴西	91	16,3%	25,7%
#14	*EuroItalia S.r.l. - 意大利	66	15,3%	27,2%
#15	Inter Parfums, Inc. - 美国	56	15,1%	23,6%
#16	Thangamayil Jewellery Limited - 印度	98	15,0%	20,6%
#17	Brunello Cucinelli SpA - 意大利	58	14,8%	29,1%
#18	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited-中国 周大福珠宝集团有限公司	7	14,0%	41,1%
#19	*Rolex SA - 瑞士	9	13,8%	20,4%
#20	*Richard Mille SA - 瑞士	48	13,0%	15,0%

高增长20强 18,3% 25,7%
前百强 8,4% 20,0%

*入选《全球奢侈品力量2022》报告中的高增长20强奢侈品公司

© 2023 Deloitte LLP and affiliated entities.

全球奢侈品力量 2023

7

奢侈品行业重塑新玩法

2023年报告中探讨的全球奢侈品市场趋势

在推动时尚产业整体迈向环保、循环经济方面，奢侈品企业发挥着重要作用。

科技有助于加速绿色转型和改善企业与客户之间的关系。

数字科技领域的多项最新发展趋势或将彻底改变奢侈品市场。



奢侈品行业拥抱人工
智能 (AI)



可持续性实现

互联互通

科技如何支持奢侈品行业
转向循环经济



未来的数字化
奢侈品店

奢侈品行业拥抱人工智能 (AI)

面对生成式AI的变革性冲击，即使是奉行“历久弥坚”理念的奢侈品世界也无法置身事外。生成式AI和奢侈品也许一度被认为难以相容，但现在却被证明可以强强联手。奢侈品行业从业人士可从多方面受益于生成式AI。



可持续性实现互联互通：科技如何支持奢侈品行业迈向循环经济

为了响应监管机构的呼吁，在时尚和奢侈品行业引入系统性可持续发展解决方案，行业整体正着手改善自身环境、社会和治理 (ESG) 报告标准，逐步推行可持续发展战略，并扩大数字化工具的使用以实现更高的透明度

数字身份和数字产品护照

目标	应用范围	收益
数字产品护照和数字身份旨在帮助奢侈品牌公司的循环商业模式实现规模化。	<ul style="list-style-type: none">通过识别最近的产品拥有者，帮助打击假冒商品交易在循环经济的环境中协助制造商及利益相关方高效管理全生命周期内的产品（包括售后、转售、维修和回收）	<ul style="list-style-type: none">消费者信任度更高品牌观感提升降低“漂绿” (greenwashing) 的风险全面的产品追踪减少流通商品的数量探索潜在新商业模式（循环经济）

未来的数字化、体验性奢侈品店

尽管数字交易渠道在新冠疫情期间迅速风靡，但实体奢侈品商店因其体验化价值仍将对客户扮演至关重要的角色。从购物到独家个性化服务，奢侈品实体店可让消费者与奢侈品牌进行深度、沉浸式的互动，而这是线上商店无法满足的。

“未来商店”不仅要做到数字化，还要保证可持续性。

科技在奢侈品实体店中的应用领域

销售	<ul style="list-style-type: none">通过提供个体化的店内服务、根据客户的历史数据提供有针对性的产品建议等方式，强化客户关系赋能导购人员
市场营销	<ul style="list-style-type: none">通过提供多种了解新产品、体验新上市系列的机会，完善客户旅程利用客户到店选购之外的机会传播品牌故事通过各种触点及平台建立/加强品牌互动性
供应链运作	<ul style="list-style-type: none">以客户为中心，无缝的全渠道旅程允许导购实时掌控产品库存（查询产品存量、位置和分类等）让导购和顾客了解即将发布的新品执行迅速高效的配送和退换货



约60%的顾客更喜欢在实体店购物

47%更喜欢在购买前触摸和试用产品



70%认为导购员对购物体验至关重要

资料来源：德勤时尚奢侈品行业趋势与未来商店

本报告对**奢侈品**的定义

个人 使用的 奢侈品

- 设计师品牌服装和鞋履（成衣）
- 奢侈手袋及配饰（包括眼镜）
- 奢侈珠宝与腕表
- 豪华及奢侈美妆（护肤、化妆品及香水）

不包括的类别

- 汽车
- 旅游及休闲服务
- 游船和游艇
- 艺术及收藏品
- 高档葡萄酒与烈酒
- 主要作为其他奢侈品牌转售商的零售商

纳入的企业类型

入选百强榜单的企业范围覆盖传统的超奢、重奢、轻奢、再到平价/日常奢侈品（一个较新的奢侈品类别，价格对中产消费者来说更易负担，但仍属于零售业偏高端的部分）。入选企业旗下均拥有强大的消费品牌。

如何对企业排名

根据2022财年奢侈品的综合销售情况将企业列入前100强榜单；
为了取得一致的排名基础，非美国的公司的净销售额均被换算为美元。汇率对结果存在影响。

资料来源

- 企业年报
- 美国SEC备案
- 公司新闻稿和介绍或企业网站上的信息

与此前全球奢侈品力量报告作对比

全球奢侈品力量报告自2020年起使用日历年财年的定义，例如：FY2022奢侈品销售额指的是以2022年1月1日至2022年12月31日间的公司财年结束日 (FYE) 作划分的财年。

2015年至2020年的全球奢侈品力量报告使用的是年中财年定义，例如：2019年的全球奢侈品力量报告中的FY2017奢侈品销售额指的是以2017年7月1日至2018年6月30日间的公司财年结束日 (FYE) 作划分的财年。

联系我们

张天兵

德勤亚太消费品与零售行业领导人

电子邮件: tbzhang@deloitte.com.cn

姜颖

德勤中国消费品及零售行业高级经理

电子邮件: sunjiang@deloitte.com.cn

陈岚

德勤研究合伙人

电子邮件: lydchen@deloitte.com.cn

胡怡

德勤研究助理经理

电子邮件: yihucq@deloitte.com.cn



关于德勤

德勤为多个行业的公私领域客户提供审计和鉴证、咨询、财务咨询、风险咨询、税务及其他相关服务。通过遍布全球150多个国家和地区的事务所网络，德勤为八成的财富全球500强®企业提供服务，以世界一流的实力、洞见和服务帮助客户应对最复杂的业务挑战。Deloitte LLP是加拿大安大略省的一家有限责任公司合伙企业，是Deloitte Touche Tohmatsu Limited的加拿大成员事务所。“德勤”指英国私营担保有限公司Deloitte Touche Tohmatsu Limited及其成员事务所网络中的一家或多家事务所，其中每家成员事务所都是法律上独立的实体。Deloitte Touche Tohmatsu Limited及其成员事务所的法律架构的详细介绍请见www.deloitte.com/about。

我们的全球目标是形成重要的影响力。在德勤加拿大，这意味着通过加速和扩大知识的可及程度而创建更美好的未来。通过践行我们的共同价值观，我们相信可以引领潮流、诚信服务、相互关爱、促进包容、通力合作，以形成可测量的影响。

欲了解德勤约33万名专业人士（其中11000多人隶属于加拿大公司）的更多信息，请在LinkedIn、Twitter、Instagram或Facebook上关注我们。

© 2023 Deloitte LLP及其附属实体。