

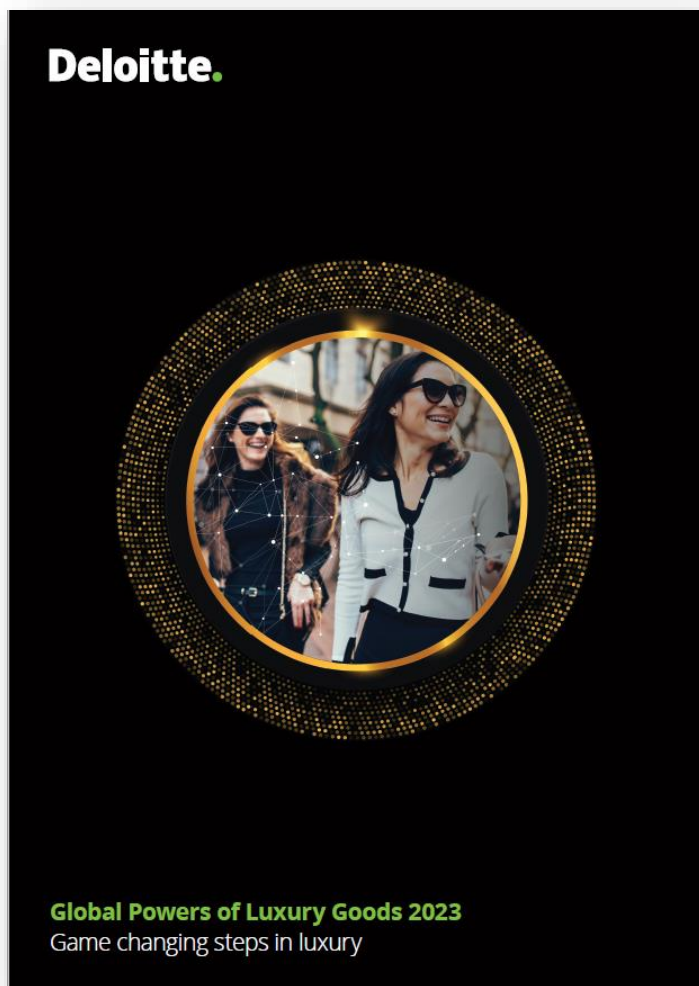
**Deloitte.**



## 《2023 全球奢侈品力量》報告 (摘要版)

奢侈品產業正邁向改變

# 《2023全球奢侈品力量》報告 (摘要版)

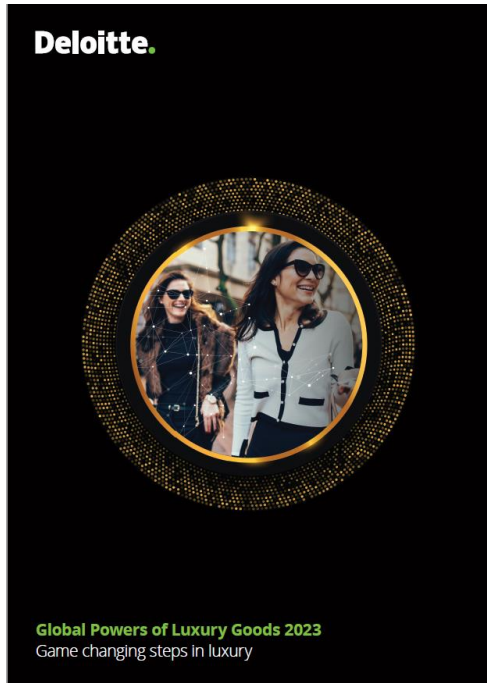


## 目錄

- 《2023全球奢侈品力量》報告簡介
- 研究方法
- 百大企業數據概覽
- 驅動奢侈品業發展的關鍵新趨勢
  - 奢侈品產業擁抱人工智慧 (AI)
  - 奢侈品產業的永續發展: 科技技術推進綠色消費及循環經濟
  - 奢侈品商店未來將更數位化
- 百大奢侈品的國家聚焦分析
- 百大奢侈品的產品品項分析
- 企業排行榜單
  - 前十大奢侈品企業
  - 快速成長前20強企業
  - 新上榜企業
  - 前百大奢侈品企業名單

# 《2023全球奢侈品力量》報告簡介

《全球奢侈品力量》報告列出全球銷售額名列前百大的奢侈品企業，並且從多角度多觀點進行分析，同時探討驅動奢侈品產業發展的關鍵趨勢與議題。

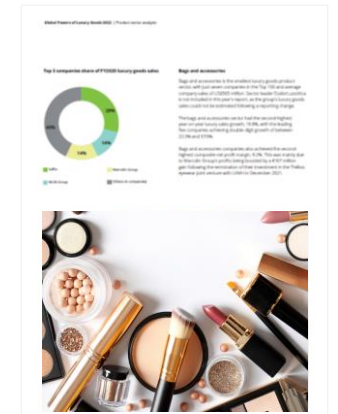
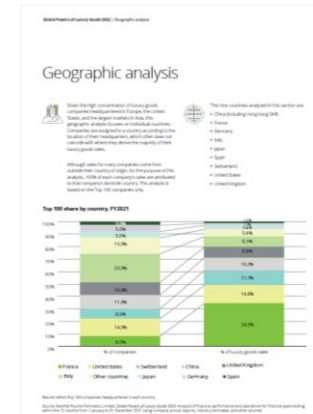
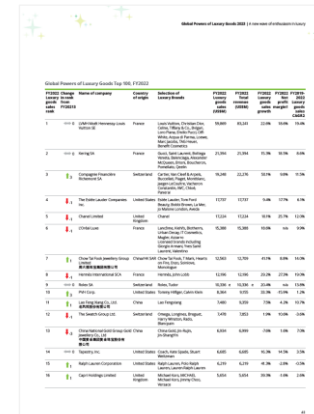
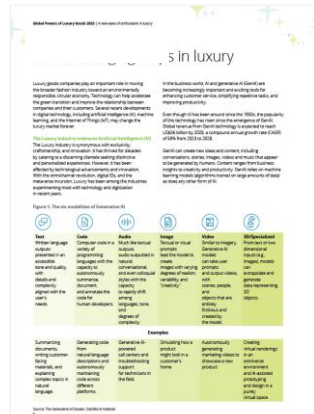
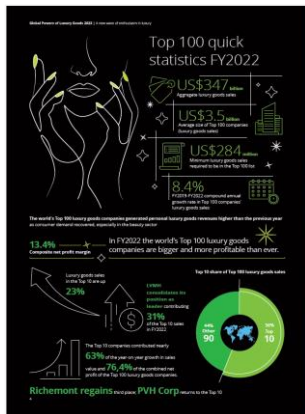


## 重點精華內容

- 前十大與前百大企業排名
- 國家聚焦分析
- 產品品項分析
- 快速成長前20強企業
- 新上榜企業

## 關鍵趨勢探討

- 奢侈品產業擁抱人工智慧 (AI)
- 奢侈品產業的永續發展: 科技技術推進綠色消費及循環經濟
- 奢侈品商店未來將更數位化



# 研究方法

## 此報告對**奢侈品**的定義

### 奢侈品的 個人用途

- 名牌服裝與鞋類(成衣)
- 名牌包及飾品 (包含眼鏡)
- 奢華珠寶與手錶
- 高端奢華美容產品 (護膚品、化妝品和香水)

## 哪些品項未被納入

- 汽車
- 旅遊休閒服務
- 帆船遊艇
- 藝術品及收藏品
- 精品酒類
- 代銷其他奢侈品牌的零售商

## 涵蓋哪些企業

- 列入前百大企業的涵蓋範圍: 從傳統頂級奢侈品 (ultra-luxury) , 到高端奢侈品 (super premium) 及令人嚮往的奢侈品 (aspirational luxury), 至平價可負擔/大眾易獲得的奢侈品(affordable/accessible luxury) 。能列入零售的奢侈品, 都代表擁有強大的品牌力量

## 如何進行企業排名

- 前百大的企業排行是依據2022財年的奢侈品合併銷售額為準
- 為了統一計算標準以對企業進行排名, 非美國的企業的淨銷售額以美元來計算。匯率對結果將有所影響

## 資料來源

- 年報
- 美國證券交易委員會資料
- 公司新聞稿、報告書、公司官網

## 與過往《全球奢侈品力量》報告的差異性

- 奢侈品力量報告自 2020 年起使用日曆年(calendar year)來定義, 例如: 《2023全球奢侈品力量》報告中的2022財年, 亦指奢侈品銷售數據的統計資料區間是從2022年1月1日至2022年12月31日
- 2015年至2020年的全球奢侈品力量報告為使用年中財政年度(mid-year financial year) 。例如: 2019年的奢侈品銷售數據是涵蓋公司從2017年7月1日至2018年6月30日的資料

# 百大企業數據概覽

3,470  
億美元

前百大奢侈品牌的  
銷售總額

▲ 與2021財年相比  
上升420億美元



**13.4%**  
累計同比成長率

▼ 相較2021財年下降8.1 個百分點



**8.4%**  
2019-2022財年奢侈品牌  
銷售額年複合成長率

▲ 相較2021財年上升3.2 個百分點



**\$35億美元**  
百大榜單企業平均規模

▲ 相較2021財年上升5億美元



**\$2.84億美元**  
進入百大榜單的最低營收門檻

▲ 相較2021財年上升0.44億美元

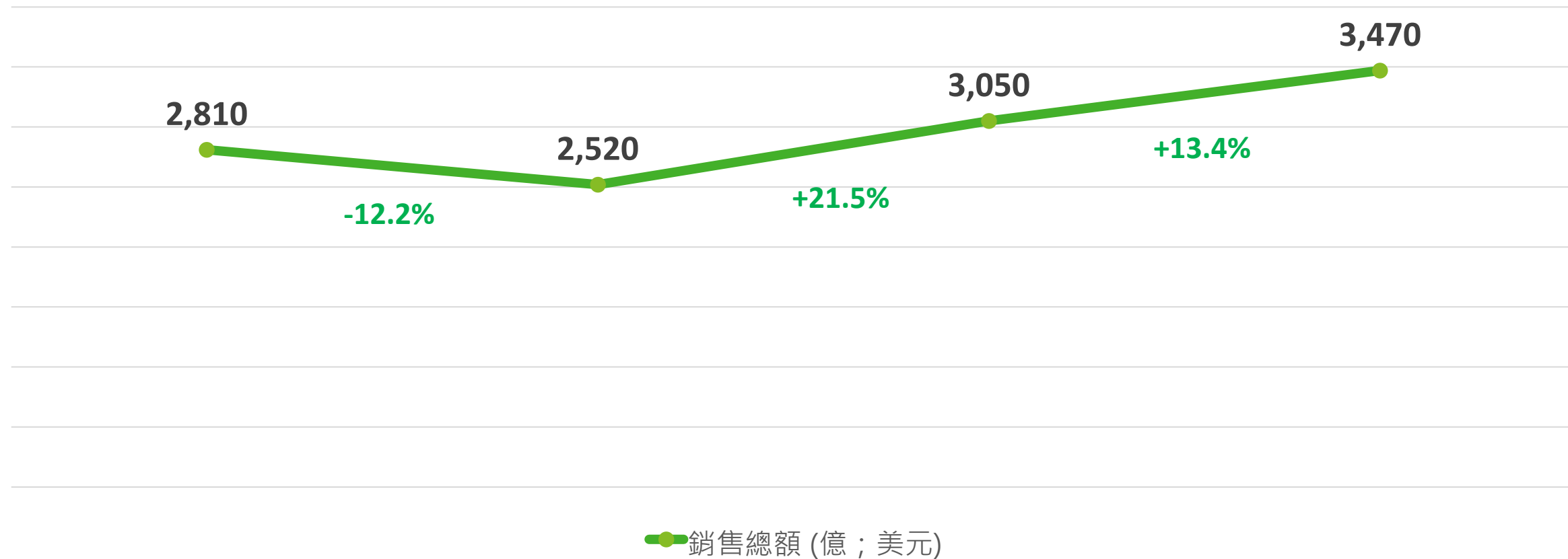


**56%**  
百大奢侈品牌中前十強企業  
的銷售額占比

▼ 相較2021財年下降0.2個百分點



# 過去四年奢侈品銷售總額變化



《2020全球奢侈品力量》報告

《2021全球奢侈品力量》報告

《2022全球奢侈品力量》報告

《2023全球奢侈品力量》報告


# 驅動奢侈品業發展的關鍵新趨勢

- 奢侈品產業擁抱人工智慧 (AI)
- 奢侈品業的永續發展: 科技技術推進綠色消費及循環經濟
- 奢侈品商店未來將更數位化




# 驅動奢侈品業發展的關鍵新趨勢


面對永續與數位轉型的浪潮，奢侈品產業也必須搭上這波趨勢。新興的數位科技能協助企業加速綠色轉型與改善與客戶間的關係，也能提供消費者更多更個人化的推薦等，皆有助於建立信任、深化品牌和消費者間的關係。



奢侈品產業擁抱  
人工智慧 (AI)



奢侈品產業的永續發展：  
科技技術推進綠色消費  
及循環經濟



奢侈品商店未來將更  
數位化



# 奢侈品產業的永續發展： 科技技術推進綠色消費及循環經濟

## 數位身分識別 (Digital Identity) & 數位產品護照 (Digital Product Passport, DPP)

因應國際等相關單位對於永續的倡議，時尚和奢侈品行業正在提高其環境、社會和治理 (ESG) 標準，逐步將永續納入策略中，並增加數位工具的使用以實踐更高的透明度及成效

目標	應用領域	優點
<p>數位產品護照 (DPP) 和數位專屬ID代碼的目的都是幫助奢侈品牌公司擴大循環經濟的商業模式</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過科技識別最後擁有產品的一方進行交易來抵制仿冒品</li> <li>協助製造商及其利害關係人在循環經濟環境中更具系統性的管理產品的整個生命週期，包括售後、轉售、維修和回收的過程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加客戶信任</li> <li>改善品牌調性</li> <li>降低漂綠風險</li> <li>完整產品追蹤</li> <li>降低產品流通數量</li> <li>探索潛在新商業模式 (循環經濟)</li> </ul>

# 奢侈品商店未來將更數位化

- 在COVID-19疫情的推波助瀾下，奢侈品企業在數位平台的應用上急速成長。但客戶體驗對於奢侈品業來說至關重要，因此實體店面仍有存在的必要性與價值。實體店面可以吸引消費者駐足並身臨其境地與品牌及產品產生互動，有助於推動轉換率及忠誠度。
- 奢侈品產業的未來，不僅將更數位化，同時須要具備永續理念。

## 奢侈品牌的科技應用領域

### 銷售

- 透過在店內提供量身客製的服務、根據客戶過往數據提供具體的產品建議等方式來加強與客戶的關係。
- 賦予銷售助理更多的職權

### 市場

- 提供能認識新產品的多樣化之系列活動來增進客戶旅程體驗
- 帶領參觀實體店外，也需打造自己的品牌故事
- 於不同平台或接觸點 (touchpoints) 創造與強化品牌的參與度

### 供應鏈營運

- 以顧客為中心，實現一致且無縫的全通路消費體驗
- 運用銷售助理即時掌握產品庫存 (檢查產品的使用性、位置和分類)
- 透過數位化工具，使銷售助理和會員能提前獲得即將發表的產品資訊
- 交貨、退貨和換貨的執行上更快速及更有效率



約 60% 的客戶偏好實體購物

47% 顧客喜歡在購買前  
先到實體店體驗觸感或試用產品



70% 顧客認為店員對商品的  
介紹對他們的購物體驗至關重要

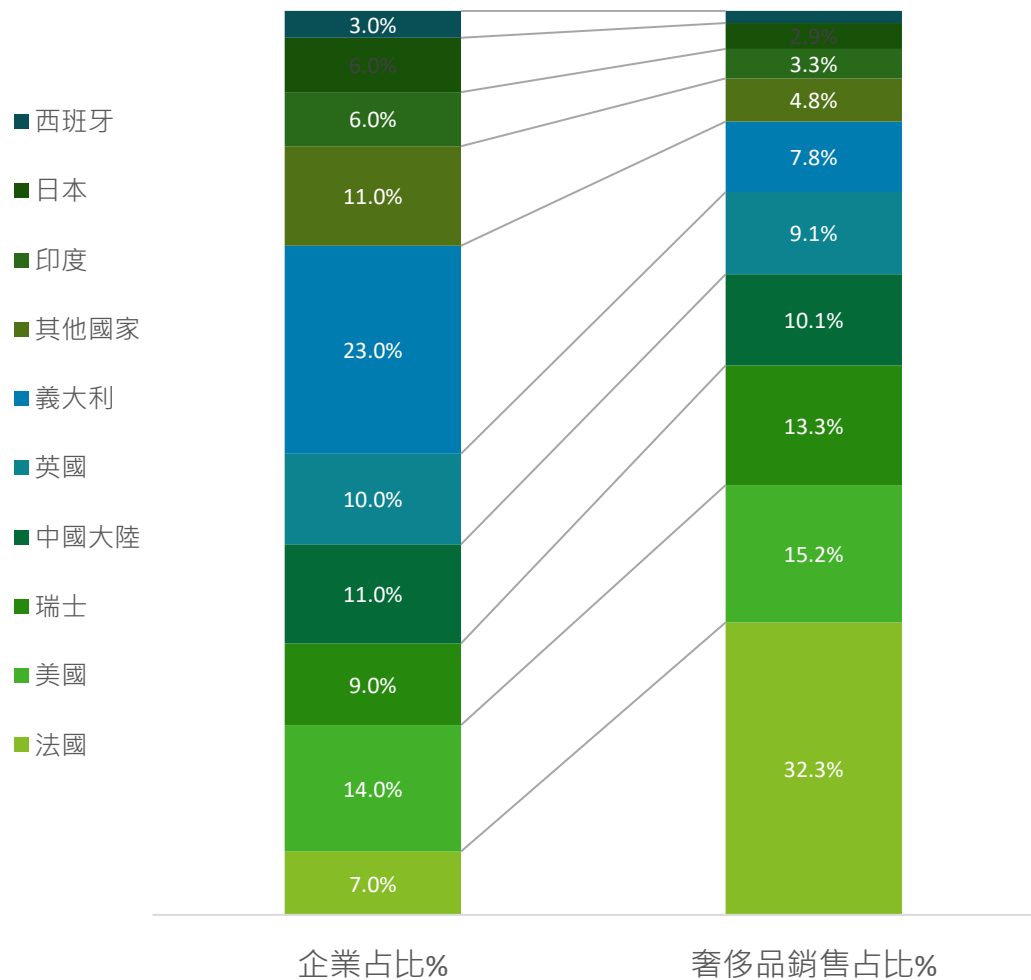
資料來源: Fashion Luxury Industry Trends & Store of the future, Deloitte

# 百大奢侈品的國家聚焦分析

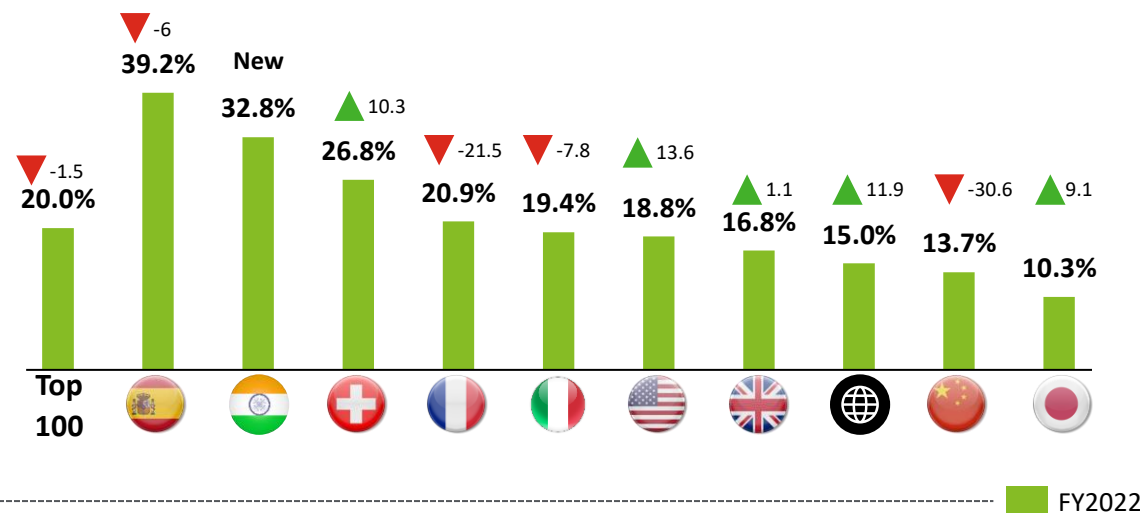
2022 財年，多數國家在排名前 100 名的奢侈品銷售額均實現了雙位數的成長。  
除法國和中國外，所有國家綜合指數的淨利潤率均有所提高。

▲ 與 2021 財年相比的百分比變化

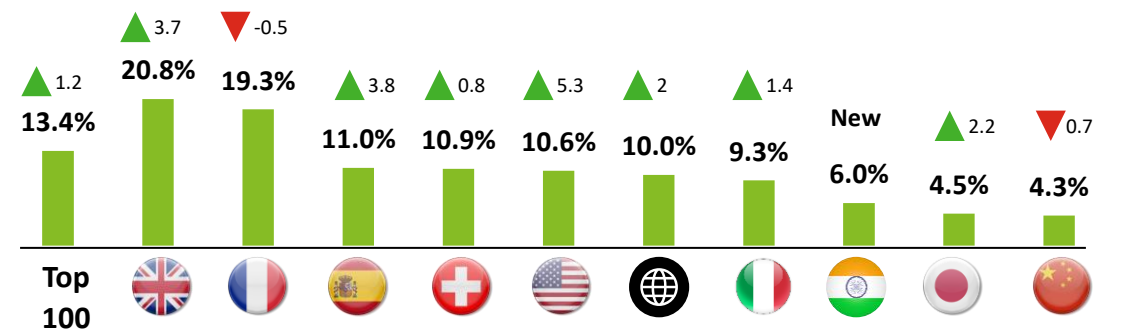
### 百大企業的占比分布



### 各國百大奢侈品企業年成長率



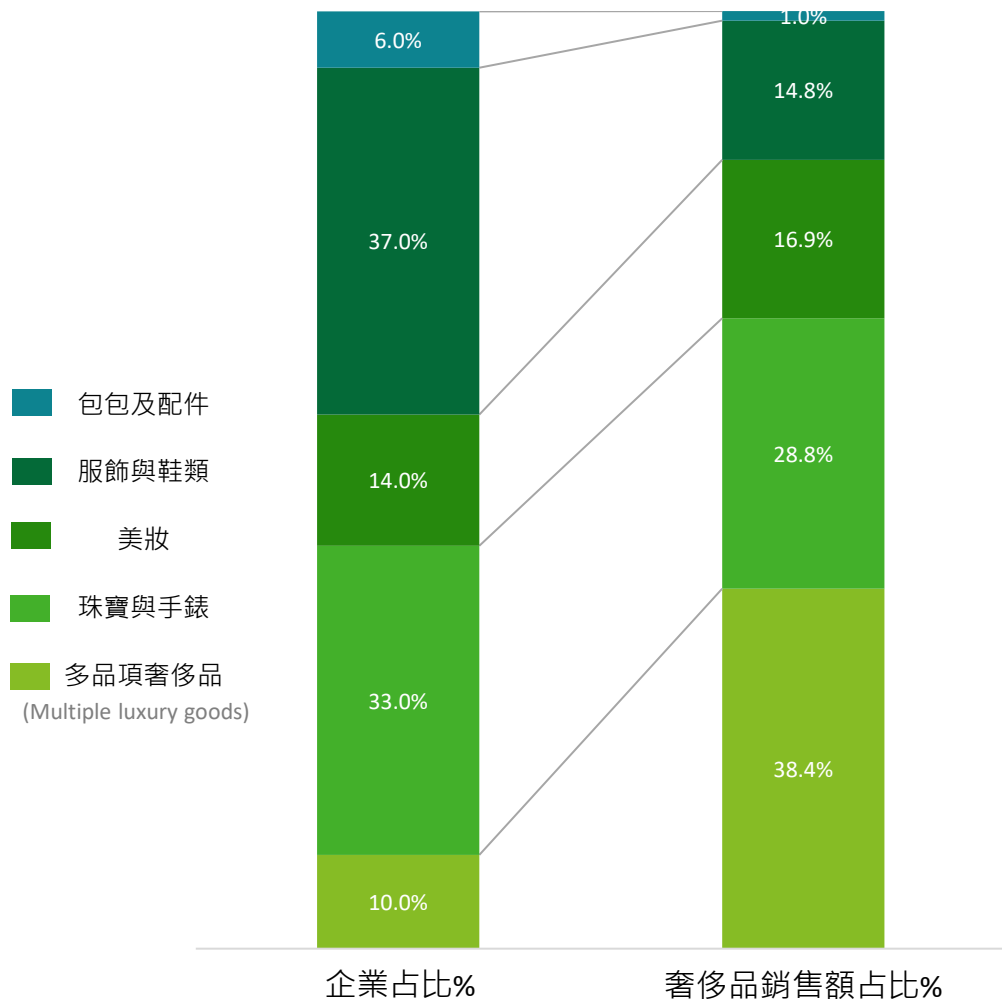
### 各國奢侈品企業淨利潤率



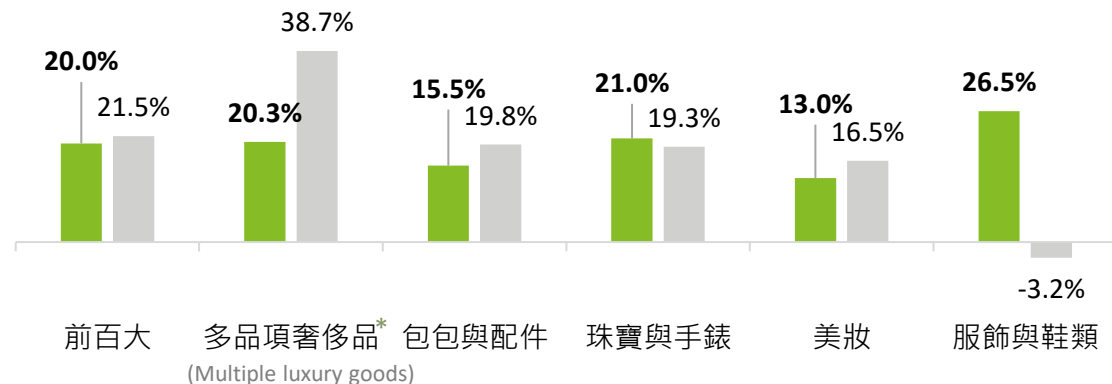
# 百大奢侈品的產品品項分析

2022財年，奢侈品的銷售逐漸從疫情中復甦，所有產品領域銷售額均達到雙位數成長。

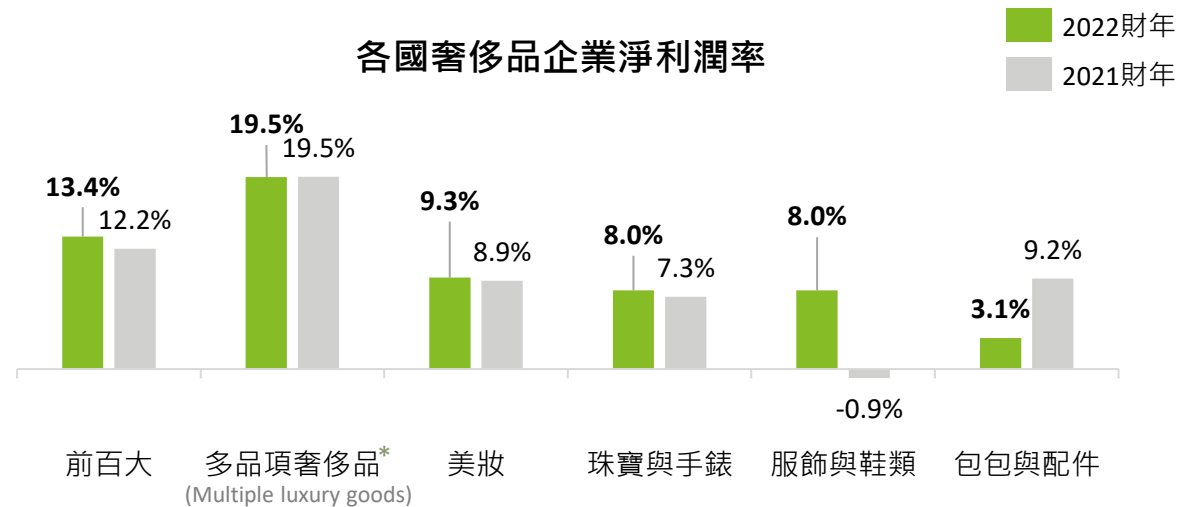
百大企業品項分布



各品項年銷售額同比成長率 %



各國奢侈品企業淨利潤率



\*多品項奢侈品:包含LVMH, Kering, Hermès, 等其他7個品牌
























# 企業排行榜單

- 前十大奢侈品企業
- 快速成長的前20強企業
- 新上榜企業
- 前百大奢侈品企業名單



# 前十大奢侈品企業

前10名奢侈品銷售額較上一年度成長23%； 歷峰集團 (Richemont) 重回第三名； PVH Corp 重返前十名

							
	#1	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE (酩悅·軒尼詩 - 路易·威登集團 - 法國)			\$59,869	22.6%	18.6%
	#2	Kering SA (開雲集團)			\$21,394	15.3%	18.3%
	#3	Compagnie Financière Richemont SA(歷峰集團)		+3	\$19,248	50.1%	10.8%
	#4	The Estée Lauder Companies Inc.(雅詩蘭黛-美國)		-1	\$17,737	9.4%	13.6%
	#5	Chanel Limited(香奈兒-英國)		-1	\$17,224	10.1%	26.7%
	#6	L'Oréal Luxe (歐萊雅-法國)		-1	\$15,388	18.6%	n/a
	#7	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited (周大福珠寶集團-中國大陸)		+1	\$12,563	41.1%	7.0%
	#8	Hermès International SCA(愛馬仕-法國)		-1	\$12,196	29.2%	29.1%
	#9	Rolex SA (勞力士-瑞士)			\$10,336	20.4%	n/a
	#10	PVH Corp.(鵬衛齊-美國)		+3	\$8,364	33.3%	10.4%
		前十大排名奢侈品牌			\$194,319	22.8%	17.5%
		前百大排名奢侈品牌			\$346,989	20.0%	12.2%



排名變化



2022財年銷售額 (百萬美元)



銷售額成長%



淨利潤率 %

# 快速成長前20強企業

時尚、珠寶和手錶公司佔具領導地位，當中義大利奢侈品牌的銷售額成長率最為顯著

年複合成長率排名		百大榜單排名	2019-2022財年 複合成長率	2022財年 銷售額成長率	年複合成長率排名		百大榜單排名	2019-2022財年 複合成長率	2022財年 銷售額成長率
#1	*Farfetch Limited – 英國	53	42.4%	6.3%	#11	Morellato Group – 義大利	89	17.3%	49.3%
#2	*Grupo de Moda Soma S.A. – 巴西	73	30.0%	37.9%	#12	*Moncler SpA – 義大利	27	16.9%	27.2%
#3	DR Corporation Limited – 中國	74	29.9%	-20.6%	#13	*Vivara Participações S.A. – 巴西	91	16.3%	25.7%
#4	*Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd. – 中國	42	29.7%	25.6%	#14	*EuroItalia S.r.l. – 義大利	66	15.3%	27.2%
#5	*Golden Goose SpA – 義大利	75	24.1%	29.9%	#15	Inter Parfums, Inc. – 美國	56	15.1%	23.6%
#6	*Puig S.L. – 西班牙	22	21.3%	40.0%	#16	Thangamayil Jewellery Limited – 印度	98	15.0%	20.6%
#7	Aritzia Inc. – 加拿大	52	19.6%	74.3%	#17	Brunello Cucinelli SpA – 義大利	58	14.8%	29.1%
#8	*Audemars Piguet & Cie – 瑞士	31	19.4%	27.2%	#18	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited – 中國 周大福珠寶集團有限公司	7	14.0%	41.1%
#9	*LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE – 法國	1	19.4%	22.6%	#19	*Rolex SA – 瑞士	9	13.8%	20.4%
#10	*Hermès International SCA – 法國	8	19.0%	29.2%	#20	*Richard Mille SA – 瑞士	48	13.0%	15.0%
快速成長的20強企業								18.3%	25.7%
百大企業								8.4%	20.0%

註：\*=-在上一年度之《2022年全球奢侈品力量》報告中快速成長的前20強企業  
資料來源：Deloitte《2023年全球奢侈品力量》

# 新上榜企業

2022財年 銷售額排行	公司名稱	總部位置	產品類別	2022財年奢侈品 銷售額 ( 百萬美元 )	2022財年奢侈品 銷售成長率
19	Malabar Gold & Diamonds	印度	珠寶與手錶	4,024 e	35.0%
33	<b>Swarovski Crystal Business</b>	瑞士	珠寶與手錶	1,924	10.2%
74	DR Corporation Limited	中國大陸	珠寶與手錶	542	-20.6%
78	Senco Gold Limited	印度	珠寶與手錶	474	32.9%
84	Look Holdings Incorporated	日本	服飾與鞋類	412	33.5%
98	<b>Thangamayil Jewellery Limited</b>	印度	珠寶與手錶	294	20.6%

註:e=預估值

標記粗體字的是因其銷售額成長(以美元計算)或組織架構調整而新入榜的企業，亦或在之前出版的報告中有入榜前百大。其他企業則是因為其營收改善而入榜前百大  
資料來源: Deloitte 《2023 年全球奢侈品力量》，根據企業年報、產業預測和其他來源資料，對 2022 年 1 月 1 日至 12 月 31 日 (FY2022) 期間的財務業績和營運進行分析



# 前百大奢侈品企業名單

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
1	↔ 持平	LVMH Moët Hennessy- Louis Vuitton SE	法國	Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Tiffany & Co., Bvlgari, Loro Piana, Emilio Pucci, Off- White, Acqua di Parma, Loewe, Marc Jacobs, TAG Heu	59,869	83,241	22.6%	18.6%	19.4%
2	↔ 持平	Kering SA	法國	Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, Qeelin	21,394	21,394	15.3%	18.5%	8.6%
3	↑ 上升 <sup>3</sup>	Compagnie Financière Richemont SA	瑞士	Cartier, Van Cleef & Arpels, Buccellati, Piaget, Montblanc, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, IWC, Chloé, Panerai	19,248	22,276	50.1%	9.8%	11.5%
4	↓ 下降 <sup>1</sup>	The Estée Lauder Companies Inc.	美國	Estée Lauder, Tom Ford Beauty, Bobbi Brown, La Mer, Jo Malone London, Aveda	17,737	17,737	9.4%	17.7%	6.1%
5	↓ 下降 <sup>1</sup>	Chanel Limited	英國	Chanel	17,224	17,224	10.1%	25.7%	12.0%

註:

e=估計值; N/A=不存在

1=淨利率以總合併營收和淨收入為基礎，可能包含非零售業務（若該業務佔集團營收小於50%）

2=年複合成長率

3= 跟《2022 年全球奢侈品力量》報告相比之排名變化

\*前百大銷售成長率是以銷售額加權、市值調整後的綜合數據為主

\*\*前百大的淨利率及資產報酬率為銷售額加權的綜合數據

資料來源: Deloitte《2023 年全球奢侈品力量》，根據企業年報、產業預測和其他來源資料，對 2022 年 1 月 1 日至 12 月 31 日 (FY2022) 期間的財務業績和營運進行分析

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
6	↓ 下降1	L'Oréal Luxe	法國	Lancôme, Kiehl's, Biotherm, Urban Decay, IT Cosmetics, Mugler, Azzarro Licensed brands including Giorgio Armani, Yves Saint Laurent, Valentino	15,388	15,388	18.6%	N/A	9.9%
7	↑ 上升1	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited 周大福珠寶集團有限公司	中國大陸/ 香港特別 行政區	Chow Tai Fook, T Mark, Hearts on Fire, Enzo, Soinlove, Monologue	12,563	12,709	41.4%	8.8%	14.0%
8	↓ 下降1	Hermès International SCA	法國	Hermès, John Lobb	12,196	12,196	29.2%	27.3%	19.0%
9	↔ 持平	Rolex SA	瑞士	Rolex, Tudor	10,336 e	10,336 e	20.4%	N/A	13.8%
10	↑ 上升3	PVH Corp.	美國	Tommy Hilfiger, Calvin Klein	8,364	9,155	33.3%	-15.9%	1.2%
11	↑ 上升1	Lao Feng Xiang Co., Ltd. 老鳳祥股份有限公司	中國大陸	Lao Fengxiang	7,480	9,359	7.5%	4.2%	10.7%
12	↓ 下降1	The Swatch Group Ltd.	瑞士	Omega, Longines, Breguet, Harry Winston, Rado, Blancpain	7,478	7,853	1.9%	10.6%	-3.6%
13	↓ 下降3	China National Gold Group Gold Jewellery Co., Ltd 中國黃金集團黃金珠寶股份有限公司	中國大陸	China Gold, Jin-Rujin, Jin-ShangYin	6,934	6,999	-7.6%	1.6%	7.0%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
14	↔ 持平	Tapestry, Inc	美國	Coach, Kate Spade, Stuart Weitzman	6,685	6,685	16.3%	14.5%	3.5%
15	↑ 上升1	Ralph Lauren Corporation	美國	Ralph Lauren, Polo Ralph Lauren, Lauren Ralph Lauren	6,219	6,219	41.3%	-2.8%	-0.5%
16	↑ 上升1	Capri Holdings Limited	英國	Michael Kors, MICHAEL Michael Kors, Jimmy Choo, Versace	5,654	5,654	39.3%	-1.6%	2.6%
17	↓ 下降2	Shiseido Company, Limited	日本	SHISEIDO, clé de peau BEAUTÉ, NARS, Drunk Elephant, IPSA, THE GINZA; Licensed fragrance brands	5,360 e	8,121	16.2%	4.9%	3.6%
18	↔ 持平	Prada Group	義大利	Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe	4,416	4,416	24.8%	8.8%	9.2%
19	NEW 新進榜	Malabar Gold & Diamonds	印度	Malabar, Mine, Precia, Era, Starlet	4,024 e	4,024 e	35.0%	N/A	6.3%
20	↑ 上升2	Burberry Group plc	英國	Burberry	3,859	3,859	20.6%	16.0%	1.3%
21	↔ 持平	Hugo Boss AG	德國	BOSS, HUGO	3,838	3,838	31.1%	5.2%	8.2%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品 品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
22	↑ 上升1	Puig S.L.	西班牙	Paco Rabanne, Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Penhaligon's, Charlotte Tilbury, Dries Van Noten; Licensed fragrance brands	3,805	3,805	40.0%	9.1%	21.3%
23	↓ 下降3	Pandora A/S	丹麥	Pandora	3,739	3,739	13.1%	17.8%	6.6%
24	↑ 上升1	Titan Company Limited	印度	Zoya, Favre-Leuba, Nebula, Xylys, Tanishq	3,673	3,895	36.5%	4.5%	11.8%
25	↓ 下降1	Coty Inc.	美國	philosophy, JOOP!, Lancaster; Licensed fragrance brands including Hugo Boss, Gucci, Calvin Klein, Burberry	3,268	5,304	20.2%	-4.4%	-0.3%
26	↑ 上升4	G-III Apparel Group, Ltd.	美國	DKNY, Donna Karan, Karl Lagerfeld Paris, Sonia Rykiel; Licensed brands including Calvin Klein, Tommy Hilfiger	2,767	2,767	34.6%	1.1%	-3.5%
27	↔ 持平	Moncler SpA	義大利	Moncler, Stone Island	2,736	2,736	27.2%	19.2%	16.9%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
28	 下降7	Amore Pacific Corporation	南韓	Sulwhasoo, Laneige, Amore Pacific, Hera, Mamonde	2,723 e	3,199	-17.7%	3.7%	-10.2%
29	 下降3	Chow Sang Sang Holdings International Limited 周生生集團國際有限公司	中國大陸 /香港特 別行政區	Chow Sang Sang, MintyGreen	2,522	2,625	-0.9%	2.9%	6.7%
30	 下降2	Giorgio Armani SpA	義大利	Giorgio Armani, Emporio Armani, A X Armani Exchange	2,473	2,478	16.5%	8.4%	3.0%
31	 上升5	Audemars Piguet & Ci	瑞士	Audemars Piguet	2,105 e	2,105 e	27.2%	N/A	19.4%
32	 上升1	L'Occitane International SA	盧森堡	L'Occitane en Provence, Elemis, Limelife, Sol de Janeiro, Melvita, Erborian	2,069	2,069	15.8%	10.2%	7.7%
33	NEW 新進榜	Swarovski Crystal Business	瑞士/ 奧地利	Swarovsk	1,924 e	1,924 e	10.2%	N/A	-11.0%
34	 上升3	Patek Philippe SA	瑞士	Patek Philippe	1,885 e	1,885 e	17.6%	N/A	6.3%
35	 下降6	Kosé Corporation	日本	DECORTÉ, ALBION, Tarte, KOSÉ, SEKKISEI, ADDICTION, JILL STUART,	1,788	2,200	7.5%	4.2%	-2.7%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>	
36	↓	下降2	OTB SpA	義大利	Diesel, Jil Sander, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf	1,760	1,832	12.5%	8.6%	3.7%
37	↑	上升2	Tory Burch LLC	美國	Tory Burch, Tory Sport	1,750 e	1,750 e	16.7%	N/A	10.4%
38	↓	下降3	Clarins SAS	法國	Clarins, myBlend	1,713	1,713	9.7%	6.4%	3.5%
39	↓	下降8	Max Mara Fashion Group Srl	義大利	MaxMara, SportMax, Marina Rinaldi, Max & Co, PennyBlack	1,682 e	1,682 e	4.8%	13.8%	-0.7%
40	↓	下降8	Fossil Group, Inc.	美國	Fossil, Skagen, Michele, Relic, Zodiac; Licensed brands	1,589 e	1,682	-11.9%	1.4%	-9.1%
41	↓	下降3	Ermenegildo Zegna N.V	義大利	Zegna, THOM BROWNE	1,569	1,584	15.5%	-9.8%	4.2%
42	↔	持平	Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd.	中國大陸	Chow Tai Seng	1,494	1,651	25.6%	13.3%	29.7%
43	↓	下降3	Valentino SpA	義大利	Valentino, Valentino Garavani	1,491	1,499	15.7%	10.2%	5.1%
44	↑	上升7	Luk Fook Holdings (International) Limited 六福 集團(國際)有限公司	中國大陸/ 香港特別 行政區	Luk Fook, Goldstyle	1,491	1,508	32.7%	11.5%	-9.7%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2022財年 銷售額 排名	與2021財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部 位置	旗下奢侈品牌	2022財年 銷售額 (百萬美元)	2022財年 總營收 (百萬美元)	2022財年 銷售 成長率	2022財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2019財年- 2022財年 複合成長率 <sup>2</sup>
45	↑ 上升5	Dolce & Gabbana	義大利	Dolce&Gabbana	1,454	1,623	28.0%	3.3%	-2.5%
46	↑ 上升2	Kalyan Jewellers India Limited	印度	Mudhra, Tejasvi, Nimah	1,446	1,456	26.2%	-0.1%	3.3%
47	↑ 上升6	Joyalukkas India Limited	印度	Pride, Eleganza, Apurva, Ratna	1,381 e	1,381 e	27.6%	5.8%	8.4%
48	↓ 下降5	Richard Mille SA	瑞士	Richard Mille	1,361 e	1,361 e	15.0%	N/A	13.0%
49	↓ 下降8	Salvatore Ferragamo SpA	義大利	Salvatore Ferragamo	1,313	1,316	10.2%	7.1%	-3.1%
50	↓ 下降6	SMCP SAS	法國	Sandro, Maje, Claudie Pierlot, De Fursac	1,268	1,268	16.1%	2.3%	2.1%

\*僅列出排名前50大的排名，完整百大榜單請詳見：[2023全球奢侈品力量報告](#)



## About Deloitte

Deloitte provides audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax, and related services to public and private clients spanning multiple industries. Deloitte serves four out of five Fortune Global 500® companies through a globally connected network of member firms in more than 150 countries and territories bringing world-class capabilities, insights, and service to address clients' most complex business challenges. Deloitte LLP, an Ontario limited liability partnership, is the Canadian member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) for a detailed description of the legal structure of Deloitte Touche Tohmatsu Limited and its member firms.

Our global Purpose is making an impact that matters. At Deloitte Canada, that translates into building a better future by accelerating and expanding access to knowledge. We believe we can achieve this Purpose by living our shared values to lead the way, serve with integrity, take care of each other, foster inclusion, and collaborate for measurable impact.

To learn more about how Deloitte's approximately 330,000 professionals, over 11,000 of whom are part of the Canadian firm, please connect with us on [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#), or [Facebook](#).

© 2024 Deloitte LLP and affiliated entities.