

**Deloitte.**



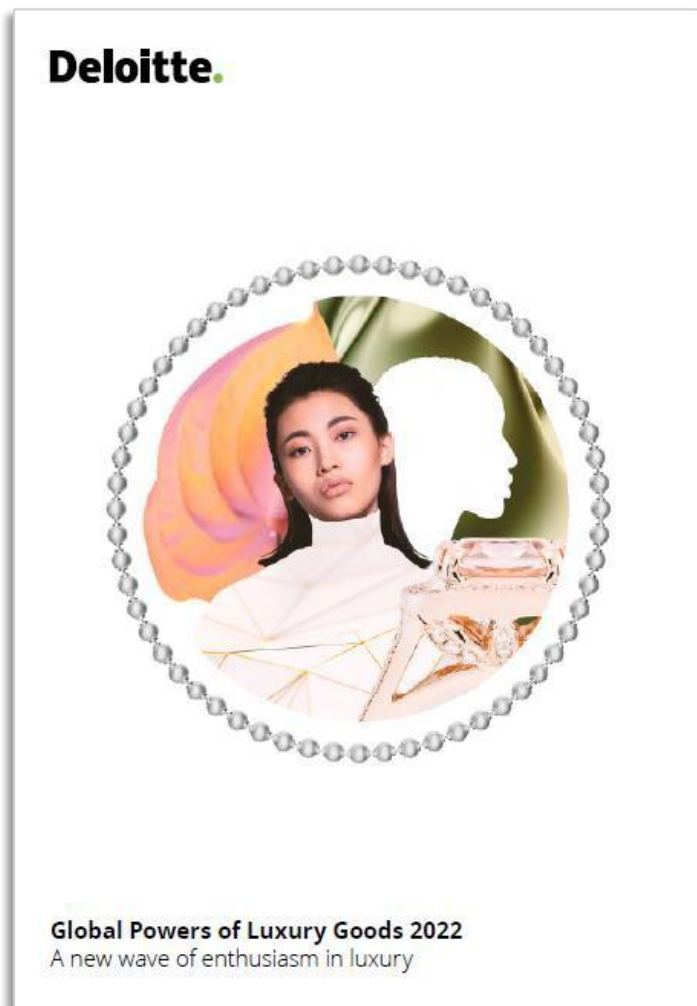
## 2022 全球奢侈品力量報告 (摘要版)

奢侈品的新浪潮

# 2022全球奢侈品力量報告 (摘要版)

## 目錄

- 奢侈品力量報告背景資訊
- 奢侈品業的新趨勢
  - 奢侈品業邁向永續環保
  - 元宇宙的虛擬實境
- 百大企業數據概覽
- 過去五年奢侈品銷售總額變化
- 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
  - 快速成長的前20強企業
  - 新上榜企業
  - 前百大奢侈品企業名單



# 奢侈品力量報告背景資訊

## 本報告對奢侈品的定義

### 個人用途 的奢侈品

- 名牌服裝和鞋類 (成衣)
- 奢侈袋及飾品 (包括眼鏡)
- 奢華珠寶和手錶
- 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
- 旅行休閒服務
- 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), 再到平價可負擔/大眾易獲得的奢侈品 (affordable/accessible luxury)。他們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2021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



### 訊息來源

- 年報
- 美國證管會備案文件
- 公司新聞稿、情況報告書或公司官網



### 與以往《全球奢侈品力量》 報告的比較

- 奢侈品力量報告自 2020 年起使用日曆年 (calendar year) 來定義, 例如: 2021 財年的奢侈品銷售數據是涵蓋公司從 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日的資料
- 2015 年至 2020 年的全球奢侈品力量報告則使用年中財政年度 (mid-year financial year)。例如: 2019 年的奢侈品的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

# 奢侈品業的新趨勢 – 奢侈品業邁向永續環保

## 1 永續和可循環性為奢侈品的關鍵課題

- 隨著環保意識高漲，永續商品備受消費者青睞。奢侈品企業正將永續發展的理念納入其核心策略。從以往的線性經濟 (Linear Model；開採、製造、使用、丟棄的模式)，正朝向永續與循環經濟模式 (Circular model) 邁進 (詳見圖1)，以利減少對環境的壓力、提升原物料供給的穩定性、提高競爭力、刺激創新、促進經濟成長和創造新的就業機會

## 2 追求奢侈品的可循環性: 奢侈品的二手市場

- 奢侈品企業開始認知到二手市場是降低其產品對環境的影響、減少過度生產與過度消費的一種策略性解決方案。同時，因應二手市場的興起，多半的交易都在網路上完成，也間接導致買到假貨/仿冒品的風險增加。有鑑於此，奢侈品企業推出數位護照 (Digital passport)，透過區塊鏈的技術以確保與鑑定商品的真實性

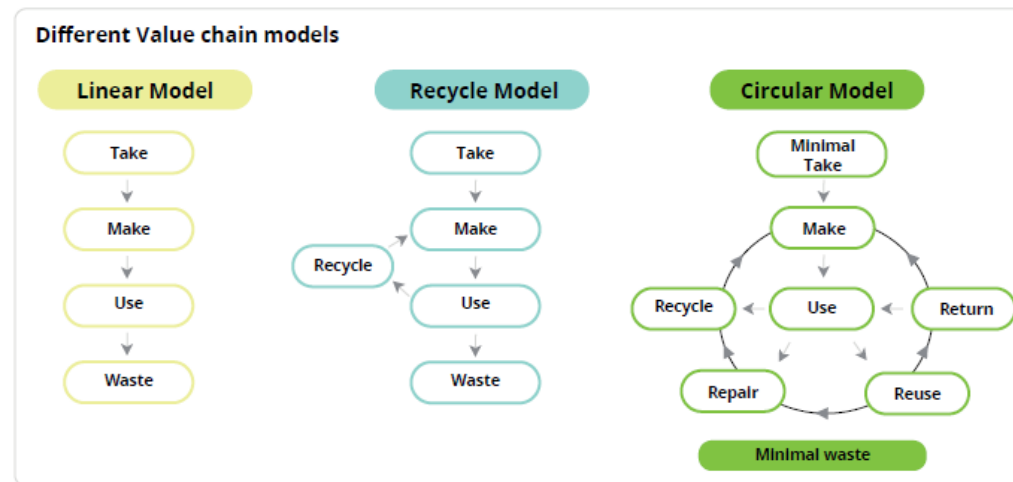
## 3 除了環境以外的永續社會層面

- 奢侈品業致力於推廣該產業的多元性、公平性和共融性，並透過組織結構與型態上的調整、充分溝通、員工培訓與招募多樣化的人才等，以將這些元素納入企業文化與核心價值

## 4 提高透明度與產品可追溯性

- 透過提高產品的可追溯性，以更完整的追蹤產品品質、原物料來源與生產流程

圖1: 奢侈品價值鏈模型



# 奢侈品業的新趨勢 - 元宇宙的虛擬實境

## 1 奢侈品企業是元宇宙的先驅

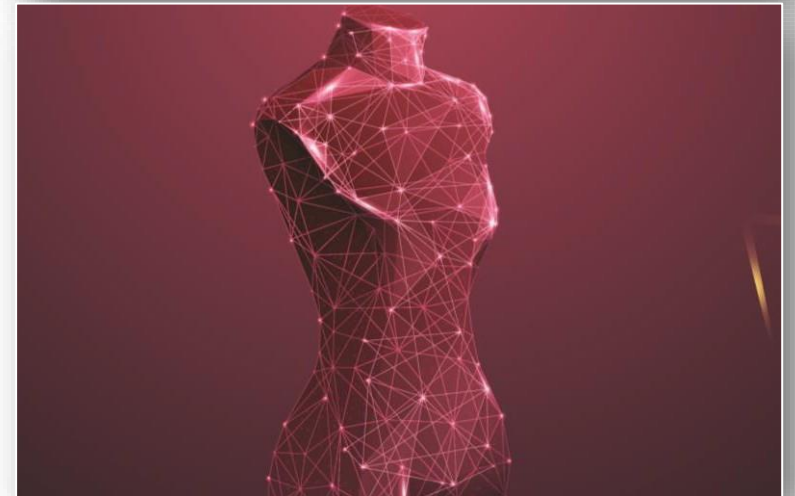
- 作為元宇宙的先驅者，奢侈品企業不僅僅運用虛擬實境來與傳統受眾互動，更觸及精通科技 (tech-savvy) 的年輕消費族群。許多奢侈品品牌將元宇宙視為帶動品牌的新模式，透過運用非同質化代幣 (NFT) 和加密貨幣，以致力於在不同的虛擬元宇宙平台打造沉浸式的品牌體驗

## 2 元宇宙帶給奢侈品的機會

- 元宇宙為奢侈品品牌帶來全新的潛力與機會，使其可以不受地域、性別與文化障礙的影響，或接觸到以往在線下無法觸及的受眾。因不受資源的限制，在數位的元宇宙世界中體驗奢侈品跟當今的消費模式相比來說更環保，並能減少生產過剩等問題
- 奢侈品品牌正嘗試在元宇宙社群 (communities) 建立品牌信譽、參與度與忠誠度，也能自行定義專屬空間與當中的體驗、重新思考帶給消費者的價值，並讓消費者與產品產生新的互動方式，但卻保有品牌的本質樣貌

## 3 元宇宙帶給奢侈品的挑戰

- 元宇宙 (Metaverse) 的發展將取決於以下幾點：消費者的接受程度、互通性問題、市場結構、用戶界面的改進，以讓體驗更加直覺易懂
- 短期內面臨的另個巨大挑戰是解決元宇宙衍生而來的新興法律問題。對於考慮進軍元宇宙的企業與品牌來說，須另外註冊元宇宙的商標與著作權；數位護照 (Digital Passport) 的驗證機制也將協助確保數位產品及非同質化代幣 (NFT) 商品的真實性



# 百大企業數據概覽

## \$3,050億美元

2021財年百大企業奢侈品淨銷售額總和



**21.5%**

累計同比成長率



**56.2%**

百大企業中前十強企業的  
奢侈品銷售額占比



**\$30億美元**

百大榜單企業平均規模



**\$2.4 億美元**

進入百大榜單的最低營收  
門檻



**12.2%**

總和淨利潤率

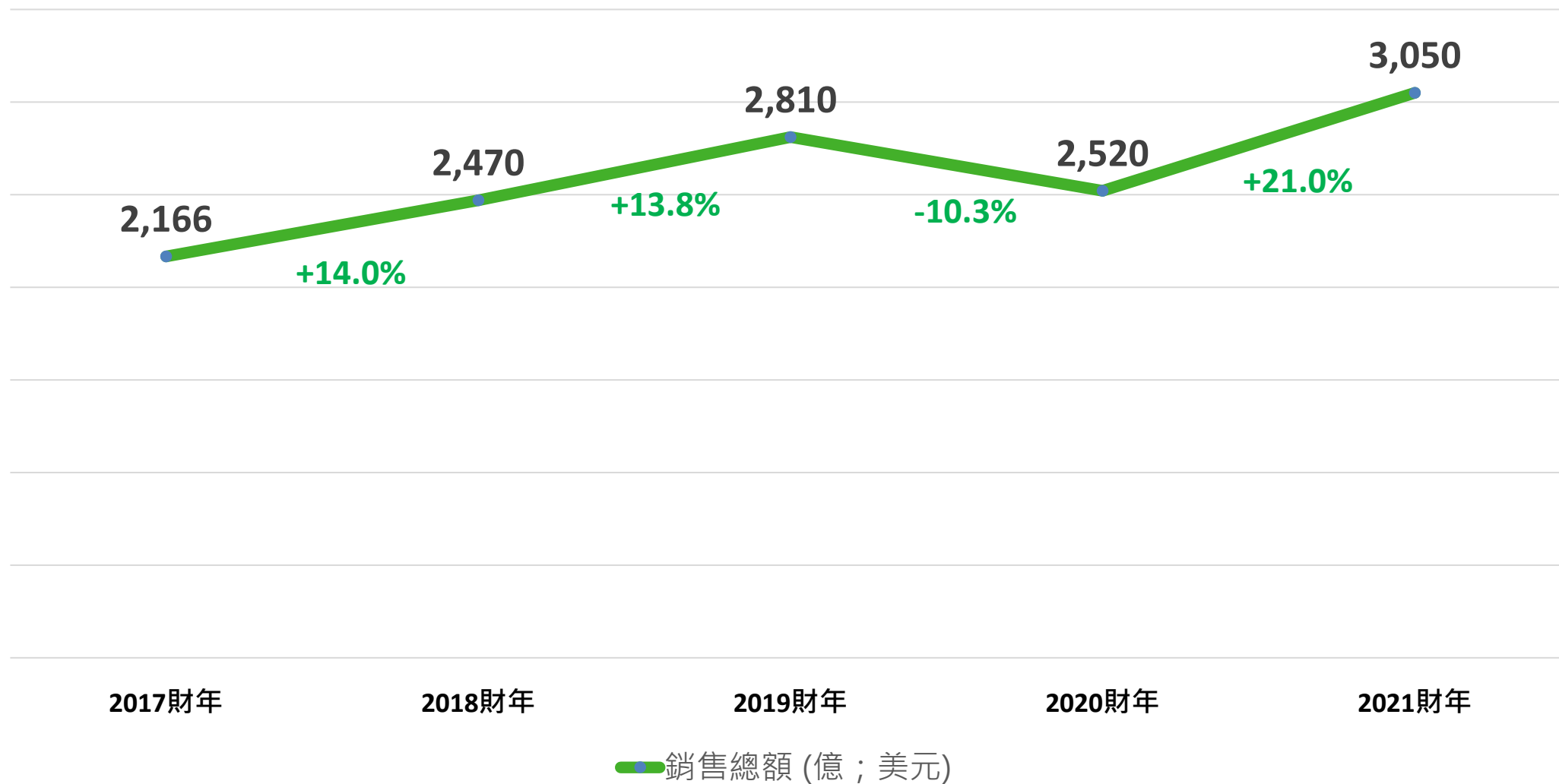


**5.2%**

2018-2021 財年奢侈品  
銷售額年複合成長率



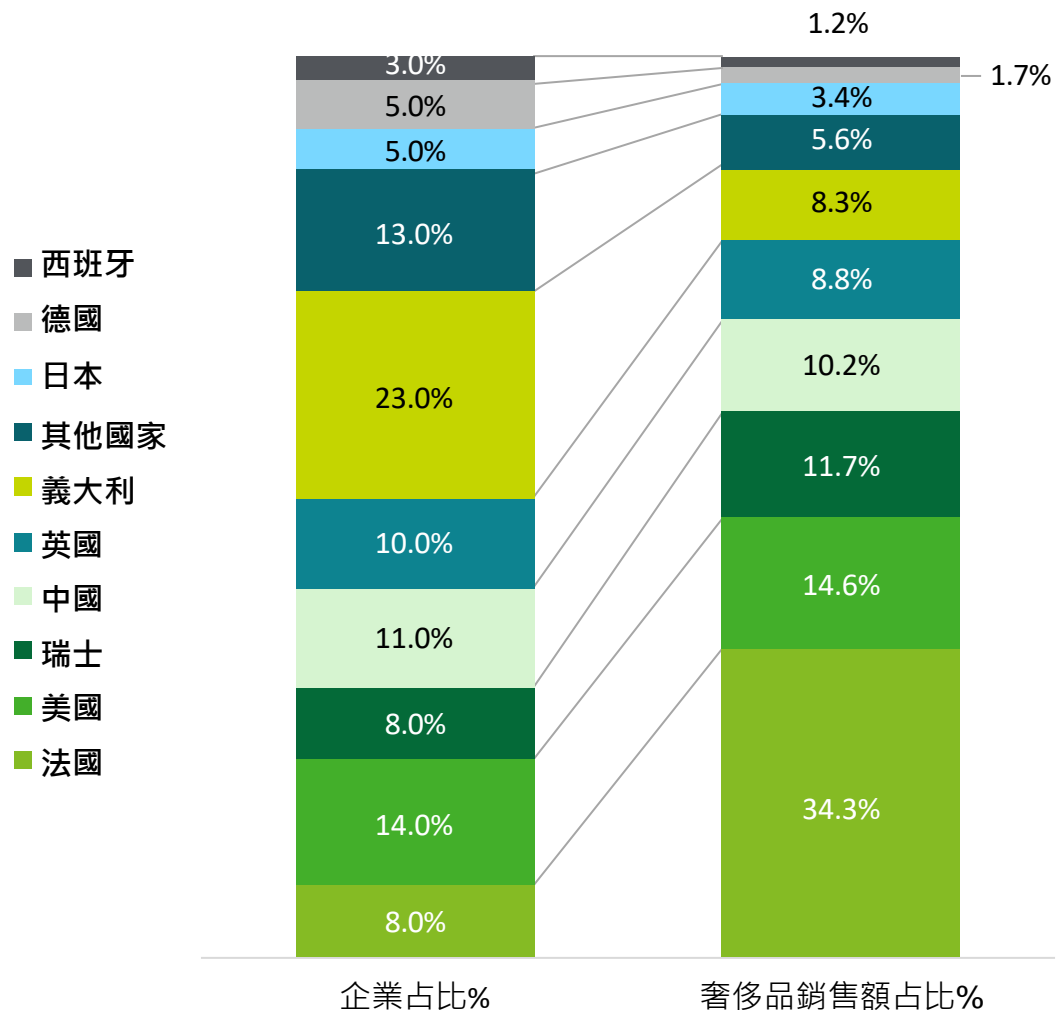
# 過去五年奢侈品銷售總額變化



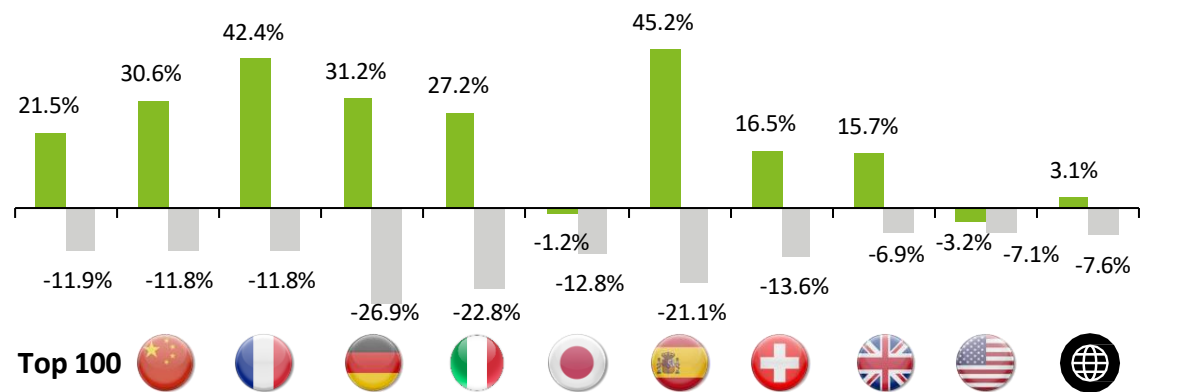
# 百大奢侈品的國家聚焦分析

隨著 COVID-19 疫情的影響減弱，除美國和日本之外，其餘國家/地區前百大的奢侈品公司在 2021 財年出現反彈成長趨勢

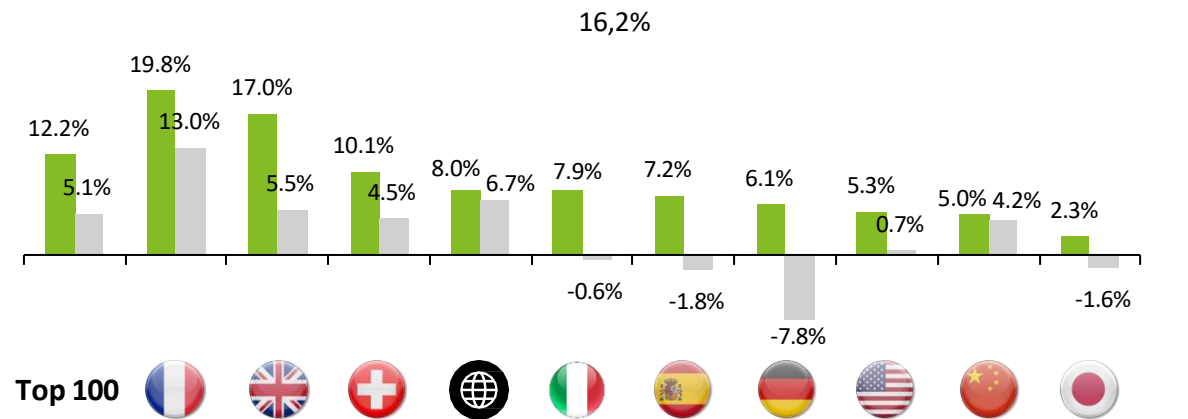
### 百大企業的占比分布



### 各國百大奢侈品企業年成長率



### 各國奢侈品企業淨利潤率

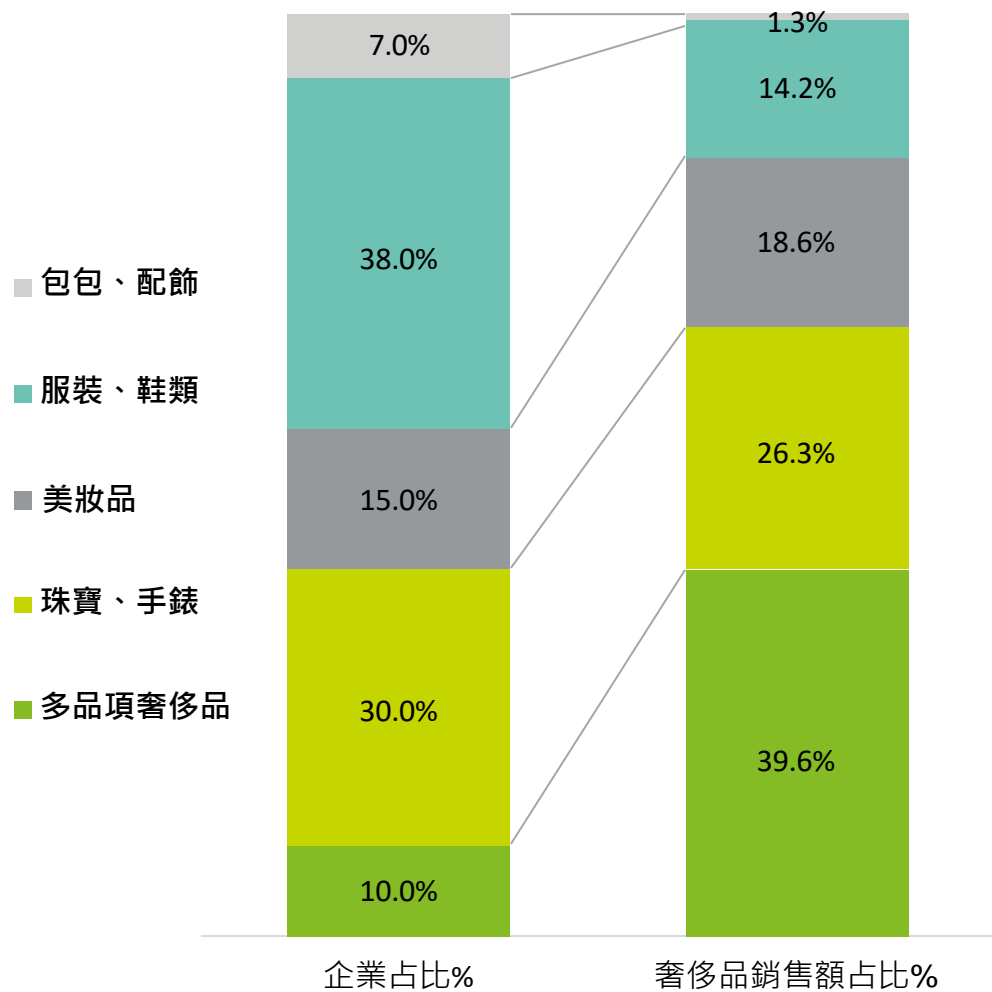




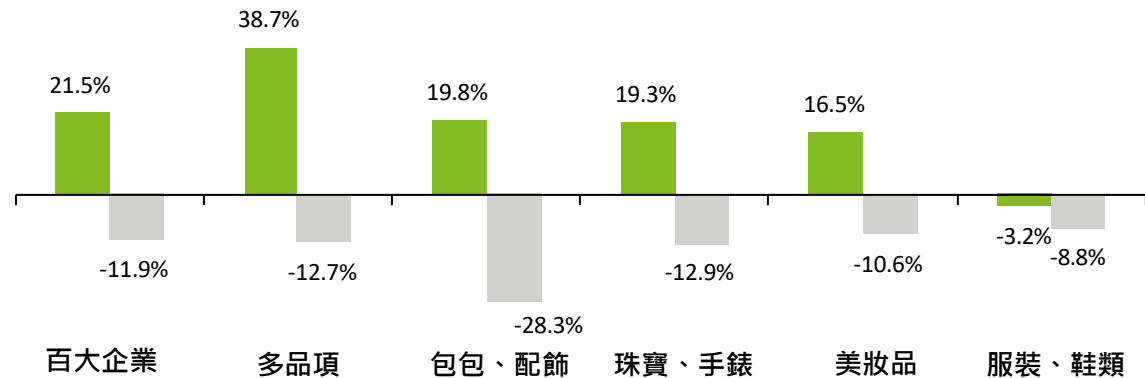
# 百大奢侈品的產品品項分析

2021 財年，除時裝外，所有類別的奢侈品品項銷售均出現反彈，並超過疫情前的水準

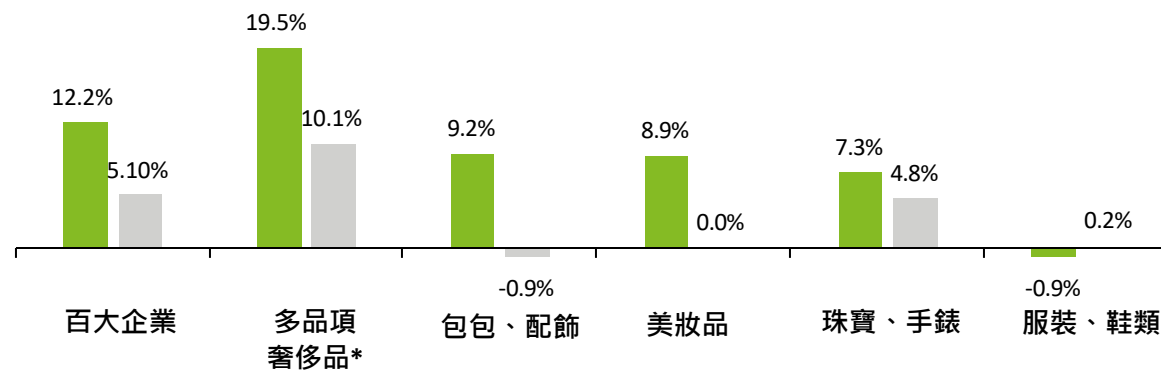
百大企業品項分布



各品項年銷售額同比成長率 %



各品項淨利潤率



# 前十大奢侈品企業

排名前十的企業在百大奢侈品中的銷售額佔比來到 56.2%，跟去年相比成長 4.8%

			\$	%	📈
	#1 LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE (酩悅·軒尼詩 - 路易·威登集團 - 法國)	↔	\$54,938	55.9%	19.8%
	#2 Kering SA (開雲集團)	↔	\$20,861	34.7%	18.5%
	#3 The Estée Lauder Companies Inc. (雅詩蘭黛-美國)	↔	\$16,215	13.4%	17.7%
	#4 Chanel Limited (香奈兒-英國)	↑ +2	\$15,639	54.7%	25.7%
	#5 L'Oréal Luxe (萊雅-法國)	↔	\$14,597	21.3%	n/a
	#6 Compagnie Financière Richemont SA (歷峰集團-瑞士)	↓ -2	\$12,862	-6.9%	9.8%
	#7 Hermès International SCA (愛馬仕-法國)	↑ +2	\$10,619	40.6%	27.3%
	#8 Chow Tai Fook Jewellery Group Limited (周大福珠寶集團有限公司-中國/香港特別行政區)	↑ +2	\$8,937	23.2%	8.8%
	#9 Rolex SA (勞力士-瑞士)	↑ +2	\$8,750	37.9%	n/a
	#10 China National Gold Group Gold Jewellery Co., Ltd (中國黃金集團黃金珠寶 中國/香港特別行政區)	↑ +7	\$7,825	50.3%	1.6%
前十大企業			\$171,243	34.5%	18.1%
前百大企業			\$304,703	21.5%	12.2%

# 2020財年百大排名    ↑↓ 排名變化    \$ 2020財年銷售額 (10億美元)    ● 銷售額成長%    📈 淨利潤率%

# 快速成長的前20強企業

珠寶和手錶公司成長最快，佔前十大奢侈品企業中的一半

年複合成長率排名	百大榜單排名	2018-2021 財年複合 成長率	2021財年 銷售額成長	年複合成長率排名	百大榜單排名	2018-2021 財年複合 成長率	2021財年 銷售額成長		
#1	*Farfetch Limited – 英國	54	104,7%	31,0%	#11	Guangdong CHJ Industry CO.,LTD. 廣東潮宏基實業股份有限公司-中國大陸	65	12,7%	41,8%
#2	*Richard Mille SA 理查德米爾 – 瑞士	43	55,6%	43,4%	#12	Breitling SA 百年靈-瑞士	59	12,3%	41,7%
#3	*Golden Goose SpA 黃金鵝 – 義大利	74	27,2%	45,0%	#13	Chanel Limited 香奈兒-英國	4	12%	54,7%
#4	Grupo de Moda Soma S.A. – 巴西	78	24,3%	67,1%	#14	Lao Feng Xiang Co., Ltd. 老鳳祥股份有限公司-中國大陸	12	11,5%	23,1%
#5	*Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd. 周大生 珠寶 – 中國大陸	42	23,8%	93,8%	#15	Vivara Participações S.A. – 巴西	95	11,4%	40,0%
#6	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE – 酩悅·軒尼詩 - 路易·威登集團 – 法國	1	17,5%	55,9%	#16	EuroItalia S.r.l. – 義大利	64	10,9%	44,5%
#7	*Canada Goose Holdings Inc. 加拿大鵝-加拿大	61	15,2%	-5,7%	#17	Tory Burch LLC 湯麗柏琦 – 美國	39	10,9%	25,0%
#8	Hermès International SCA 愛馬仕-法國	7	14,6%	40,6%	#18	Puig S.L. 普伊格-西班牙	23	10,2%	68,2%
#9	Audemars Piguet & Cie 愛彼-瑞士	36	13,5%	43,6%	#19	Rolex SA 勞力士 – 瑞士	9	10,1%	37,9%
#10	*Moncler SpA 盟可睻-義大利	27	12,9%	42,1%	#20	L'Oréal Luxe 萊雅 – 法國	5	9,6%	21,3%

快速成長的前20強企業

14,7%

44,8%

百大企業

5,2%

21,5%

# 新上榜企業

2021財年 銷售額排名	公司名稱	總部位置	品項類別	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售成長率
19	Amore Pacific Corporation	South Korea	Beauty	3,731 <sup>e</sup>	11.6%
30	G-III Apparel Group, Ltd.	US	Clothing and footwear	2,055	-35.0%
46	<b>Unilever Prestige Beauty</b>	UK	Beauty	1,182 <sup>e</sup>	42.9%
62	<b>Gerhard D. Wempe GmbH &amp; Co. KG</b>	Germany	Jewelry and watches	667 <sup>e</sup>	28.4%
63	Aritzia Inc.	Canada	Clothing and footwear	643	-12.6%
78	<b>Grupo de Moda Soma S.A.</b>	Brazil	Clothing and footwear	385	67.1%
81	<b>Lanvin Group</b>	China	Clothing and footwear	365	38.7%
88	<b>ICCF Group</b>	China	Clothing and footwear	307 <sup>e</sup>	19.8%
89	Mannai Corporation / Damas International Limited	Qatar	Jewelry and watches	289	32.6%
93	<b>Falke KGaA</b>	Germany	Clothing and footwear	279 <sup>e</sup>	10.0%

Companies in bold type are newcomers due to sales growth (in US\$) or company reorganization, or have appeared in the Top 100 in previous reports.

Other companies have entered the Top 100 due to improved data.

e=estimate

Source: Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Global Powers of Luxury Goods 2022. Analysis of financial performance and operations for financial years ending within the 12 months from 1 January to 31 December 2021 using company annual reports, industry estimates and other sources.

# 前百大奢侈品企業名單

2021財年 銷售額排名	與2020財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部位置	旗下奢侈品牌	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品總營收 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售 成長率	2021財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2018財年-2021財年 奢侈品年複合成長率 <sup>2</sup>
1	0	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE	France	Louis Vuitton, Christian Dior, Fendi, Tiffany & Co., Bvlgari, Loro Piana, Emilio Pucci, Off-White, Acqua di Parma, Loewe, Marc Jacobs, TAG Heuer, Benefit Cosmetics	54,938	75,920	55.9%	19.8%	17.5%
2	0	Kering SA	France	Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni , Boucheron, Qeelin	20,861	20,861	34.7%	18.5%	8.9%
3	0	The Estée Lauder Companies Inc.	United States	Estée Lauder, Bobbi Brown, La Mer, Jo Malone London, Aveda, Dr Jart+; Licensed beauty & fragrance brands inc Tom Ford Beauty	16,215	16,215	13.4%	17.7%	5.8%
4	+2	Chanel Limited	United Kingdom	Chanel	15,639	15,639	54.7%	25.7%	12.0%
5	0	L'Oréal Luxe	France	Lancôme, Kiehl's, Biotherm, Urban Decay, IT Cosmetics, Mugler, Azzarro Licensed brands including Giorgio Armani, Yves Saint Laurent, Valentino	14,597	14,597	21.3%	n/a	9.6%
6	-2	Compagnie Financière Richemont SA	Switzerland	Cartier, Van Cleef & Arpels, Buccellati, Piaget, Montblanc, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, IWC, Chloé, Panerai	12,862	15,314	-6.9%	9.8%	0.1%
7	+2	Hermès International SCA	France	Hermès, John Lobb	10,619	10,619	40.6%	27.3%	14.6%

<sup>1</sup> Net profit margin based on total consolidated revenue and net income. May include results from non-luxury goods operations if these are <50% of group revenue.

<sup>2</sup> Compound annual growth rate

<sup>3</sup> Change in ranking vs FY2020 ranking from the Global Powers of Luxury Goods 2021 report

\*Top 100 sales growth rates are sales-weighted, currency-adjusted composites

\*\*Top 100 net profit margin and return on assets are sales-weighted composites

e=estimate

n/a=not available

Source: Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *Global Powers of Luxury Goods 2022*. Analysis of financial performance and operations for financial years ending within the 12 months from 1 January to 31 December 2021 using company annual reports, industry estimates, and other sources.

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2021財年 銷售額排名	與2020財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部位置	旗下奢侈品牌	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品總營收 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售 成長率	2021財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2018財年-2021財年 奢侈品年複合成長率 <sup>2</sup>
8	+2	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited 周大福珠寶集團有限公司	China/HK SAR	Chow Tai Fook, Hearts on Fire, T Mark, Enzo, Soinlove, Monologue	8,937	9,050	23.2%	8.8%	6.2%
9	+2	Rolex SA	Switzerland	Rolex, Tudor	8,750 <sup>e</sup>	8,750 <sup>e</sup>	37.9%	n/a	10.1%
10	+7	China National Gold Group Gold Jewellery Co., Ltd 中國黃金集團黃金珠寶股份有限公司	China	China Gold, Jin-Rujin, Jin-ShangYin	7,825	7,865	50.3%	1.6%	7.4%
11	+2	The Swatch Group Ltd.	Switzerland	Omega, Longines, Breguet, Harry Winston, Rado, Blancpain; Licensed watch brands	7,668	7,998	31.4%	10.6%	-5.1%
12	+3	Lao Feng Xiang Co., Ltd. 老鳳祥股份有限公司	China	Lao Fengxiang	7,261	9,094	23.1%	4.2%	11.5%
13	-5	PVH Corp	United States	Calvin Klein, Tommy Hilfiger	6,275	7,133	-25.1%	-15.9%	-5.2%
14	+2	Tapestry, Inc.	United States	Coach, Kate Spade, Stuart Weitzman	5,746	5,746	15.8%	14.5%	-0.8%
15	+3	Shiseido Company, Limited	Japan	SHISEIDO, clé de peau BEAUTÉ, IPSA, Drunk Elephant, NARS, Benefique; Licensed fragrance brands	5,655 <sup>e</sup>	9,425	20.4%	4.3%	1.5%
16	-4	Ralph Lauren Corporation	United States	Ralph Lauren, Polo Ralph Lauren, Lauren Ralph Lauren	4,401	4,401	-28.6%	-2.8%	-10.7%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2021財年 銷售額排名	與2020財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部位置	旗下奢侈品品牌	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品總營收 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售 成長率	2021財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2018財年-2021財年 奢侈品年複合成長率 <sup>2</sup>
17	-3	Capri Holdings Limited	United Kingdom	Michael Kors, MICHAEL Michael Kors, Jimmy Choo, Versace	4,060	4,060	-26.9%	-1.6%	-4.9%
18	+5	Prada Group	Italy	Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe	3,979	3,979	38.9%	8.8%	2.3%
19	new	Amore Pacific Corporation	South Korea	Sulwhasoo, Amore Pacific, Hera Laneige, Mamonde	3,731 <sup>e</sup>	4,245	11.6%	3.7%	-2.3%
20	+1	Pandora A/S	Denmark	Pandora	3,719	3,719	23.1%	17.8%	0.9%
21	+5	Hugo Boss AG	Germany	BOSS, HUGO	3,294	3,294	43.2%	5.2%	-0.1%
22	-2	Burberry Group plc	United Kingdom	Burberry	3,060	3,060	-11.0%	16.0%	-5.0%
23	+7	Puig S.L.	Spain	Paco Rabanne, Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Penhaligon's, Charlotte Tilbury, Dries Van Noten; Licensed fragrance brands	3,056	3,056	68.2%	9.1%	10.2%
24	0	Coty Inc.	United States	philosophy, JOOP!, Lancaster; Licensed fragrance brands including Hugo Boss, Gucci, Calvin Klein, Burberry	2,719	4,630	4.3%	-4.4%	-5.4%
25	-3	Titan Company Limited	India	Zoya, Favre-Leuba, Nebula, Xylys, Tanishq	2,705	2,943	-3.3%	4.5%	7.9%
26	+6	Chow Sang Sang Holdings International Limited 周生生集團國際有限公司	China/HK SAR	Chow Sang Sang	2,563	2,829	52.1%	2.9%	5.2%
27	+6	Moncler SpA	Italy	Moncler, Stone Island	2,419	2,419	42.1%	19.2%	12.9%

# 前百大奢侈品企業名單 (續)

2021財年 銷售額排名	與2020財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部位置	旗下奢侈品品牌	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品總營收 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售 成長率	2021財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2018財年-2021財年 奢侈品年複合成長率 <sup>2</sup>
28	+1	Giorgio Armani SpA	Italy	Giorgio Armani, Emporio Armani, A X Armani Exchange	2,387	2,398	26.3%	8.4%	-1.4%
29	-4	Kosé Corporation	Japan	DECORTÉ, SEKKISEI, ADDICTION, JILL STUART, KOSÉ, ALBION, Tarte	2,060 <sup>e</sup>	2,635	-13.3%	4.2%	-1.6%
30	new	G-III Apparel Group, Ltd.	United States	DKNY, Donna Karan, Karl Lagerfeld Paris, Sonia Rykiel Licensed brands including Calvin Klein, Tommy Hilfiger	2,055	2,055	-35.0%	1.1%	-9.9%
31	+8	Max Mara Fashion Group Srl	Italy	MaxMara, SportMax, Marina Rinaldi, Max & Co, PennyBlack	1,805	1,847	27.4%	13.8%	-1.5%
32	+2	Fossil Group, Inc.	United States	Fossil, Michele, Relic, Skagen, Zodiac; Licensed brands	1,804 <sup>e</sup>	1,870	17.3%	1.4%	-9.7%
33	-5	L'Occitane International SA	Luxembourg	L'Occitane en Provence, Elemis, Limelife, Melvita, erborian, L'Occitane au Brésil	1,792	1,792	-6.5%	10.2%	5.2%
34	+2	OTB SpA	Italy	Diesel, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf, Jil Sander	1,759	1,963	17.3%	8.6%	1.9%
35	0	Clarins SAS	France	Clarins, myBlend	1,755	1,755	15.1%	6.4%	-2.5%
36	+9	Audemars Piguet & Cie	Switzerland	Audemars Piguet	1,728 <sup>e</sup>	1,728 <sup>e</sup>	43.6%	n/a	13.5%
37	+4	Patek Philippe SA	Switzerland	Patek Philippe	1,673 <sup>e</sup>	1,673 <sup>e</sup>	27.5%	n/a	1.8%
38	+6	Ermenegildo Zegna N.V	Italy	Zegna, THOM BROWNE	1,528	1,538	27.4%	-9.8%	3.0%



# 前百大奢侈品企業名單(續)

2021財年 銷售額排名	與2020財年 排名變化 <sup>3</sup>	公司名稱	總部位置	旗下奢侈品品牌	2021財年 奢侈品銷售額 (百萬美元)	2021財年 奢侈品總營收 (百萬美元)	2021財年 奢侈品銷售 成長率	2021財年 淨利潤率 <sup>1</sup>	2018財年-2021財年 奢侈品年複合成長率 <sup>2</sup>
39	+3	Tory Burch LLC	United States	Tory Burch, Tory Sport	1,500 <sup>e</sup>	1,500 <sup>e</sup>	25.0%	n/a	10.9%
40	+8	Valentino SpA	Italy	Valentino, Valentino Garavani,	1,450	1,455	39.5%	10.2%	0.1%
41	+6	Salvatore Ferragamo SpA	Italy	Salvatore Ferragamo	1,340	1,342	24.0%	7.1%	-5.3%
42	+20	Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd.	China	Chow Tai Seng	1,241	1,419	93.8%	13.3%	23.8%
43	+8	Richard Mille SA	Switzerland	Richard Mille	1,236 <sup>e</sup>	1,236 <sup>e</sup>	43.4%	n/a	55.6%
44	+5	SMCP SAS	France	Sandro, Maje, Claudie Pierlot, De Fursac	1,228	1,228	19.0%	2.3%	0.7%
45	-2	Pola Orbis Holdings Inc.	Japan	Pola, Jurlique, Three, Itrim, Amplitude, Fiveism x Three	1,191	1,627	3.6%	6.6%	-10.1%
46	new	Unilever Prestige Beauty	United Kingdom	dermalogica, Hourglass, Murad, Ren, Tatcha	1,182 <sup>e</sup>	1,182 <sup>e</sup>	42.9%	n/a	n/a
47	-16	Onward Holdings Co., Ltd.	Japan	Nijyusanku, Joseph, Kashimaya, ONWARD DD	1,166 <sup>e</sup>	1,645	-34.3%	-13.0%	-14.7%
48	-11	Kalyan Jewellers India Limited	India	Mudhra, Tejasvi, Nimah	1,152	1,162	-15.4%	-0.1%	-6.8%
49	+1	Safilo Group SpA	Italy	Smith, Safilo, Carrera, Blenders, Privé Revaux; Licensed eyewear brands	1,146	1,146	24.3%	2.1%	0.2%
50	-10	Dolce & Gabbana	Italy	Dolce&Gabbana	1,139	1,169	-15.4%	2.6%	-8.8%

僅列出排名前50，完整百大榜單請詳見：[2022 全球奢侈品力量報告](#)



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

Deloitte provides industry-leading audit and assurance, tax and legal, consulting, financial advisory, and risk advisory services to nearly 90% of the Fortune Global 500™ and thousands of private companies. Our professionals deliver measurable and lasting results that help reinforce public trust in capital markets, enable clients to transform and thrive, and lead the way toward a stronger economy, a more equitable society and a sustainable world. Building on its 175-plus year history, Deloitte spans more than 150 countries and territories. Learn how Deloitte’s more than 345,000 people worldwide make an impact that matters at [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

© 2022. For information, contact Deloitte Global.