



# 全球奢侈品力量2021 精华概览

德勤中国

因我不同  
成就不凡  
始于 1845

# 全球奢侈品力量 2021

## 欢迎展阅第八期报告



### 重点部分



#### 新市场趋势

影响未来一年时尚与奢侈品场景的主要趋势与力量



#### 百强榜

- 根据2019年奢侈品合并销售额排出的时尚与奢侈品百强公司。
- 深度挖掘2020财年前10强企业



#### 新冠疫情的影响

疫情对2020财年奢侈品销售的影响分析



#### 奢侈品电商

奢侈品电商中的某些商业模式、主要参与方、合作关系及显著变化



#### 区域分析

排名中企业所在国表现分析



#### 高增长20强

排名中增长最快企业分析



#### 产品板块分析

各产品板块业绩分析。将各大企业分为5大品类：

- 服装与鞋履
- 箱包与配饰
- 化妆品与香水
- 珠宝与手表
- 多品类







#### 新晋入围者

本期百强新晋入围企业介绍

# 研究方法



	涵盖哪些企业	从传统顶级奢侈品 (Ultra-luxury), 到高档奢侈品 (super premium) 及仰慕型奢侈品 (aspirational luxury), 再到平价/大众奢侈品 (affordable/accessible luxury)
	如何进行企业排名	<ul style="list-style-type: none"><li>• 企业按2020财年奢侈品合并销售额排入百强榜单</li><li>• 为了统一排名基础, 非美国企业的净销售额均按美元计算。汇率对排名有所影响。</li></ul>
	信息来源	<ul style="list-style-type: none"><li>• 企业年报</li><li>• 美国证监会申报文件 (SEC filings)</li><li>• 公司新闻稿、信息列表 (fact sheet) 或公司官网</li></ul>
	与往期全球奢侈品力量报告的不同之处	<ul style="list-style-type: none"><li>• 全球奢侈品力量报告2020和2021版以日历年财年为界, 比如2020财年奢侈品销售额涵盖的是企业财年结束 (FYE) 日期, 即 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。</li><li>• 全球奢侈品力量报告2014至2019版运用的是年中财年定义, 比如全球奢侈品力量报告2019版报告的2017财年奢侈品销售额所对应的是2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日的企业财年结束日期。</li></ul>

## 2520亿美元

百强奢侈品净销售额总计



**-12.2%**

累计同比  
增速



**51.4%**

奢侈品销售额百强中  
前十名所占份额



**25.2亿美元**

百强企业的平均规模



**51.4%**

奢侈品销售额百强中  
前十名所占份额



**5.1%**

综合净利润率



**1.8%**

2017-2020财年奢侈品  
销售复合年增长率

# 奢侈品企业十强

LVMH 依然稳坐2020财年奢侈品品牌的头把交椅，而爱马仕则首次挺进十强，位列第九

#	公司	排名变化	2020财年销售额 (百万美元)	销售增长率%	净利率%
#1	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE - 法国	↔	\$33,976	-11.0%	11.1%
#2	Kering SA - 法国	↔	\$14,930	-17.5%	16.6%
#3	The Estée Lauder Companies Inc. - 美国	↔	\$14,294	-3.8%	4.9%
#4	Compagnie Financière Richemont SA - 瑞士	↔	\$13,183	-0.7%	6.5%
#5	L'Oréal Luxe - 法国	↔	\$11,602	-7.6%	不适用
#6	Chanel Limited - 英国	↔	\$10,108	-17.6%	13.7%
#7	EssilorLuxottica SA - 意大利	↔	\$8,793	-20.0%	1.0%
#8	PVH Corp. - 美国	↑ +1	\$8,380	3.8%	4.2%
#9	Hermès International SCA - 法国	↑ +2	\$7,282	-7.2%	21.7%
#10	周大福珠宝集团有限公司 - 中国/香港特别行政区	↓ -2	\$7,196	-14.7%	5.3%
前十强			\$129,744	-10.3%	9.4%
前百强			\$252,270	-12.2%	5.1%



2020财年百强排名



排名变化



2020财年销售额 (百万美元)



销售增长率%

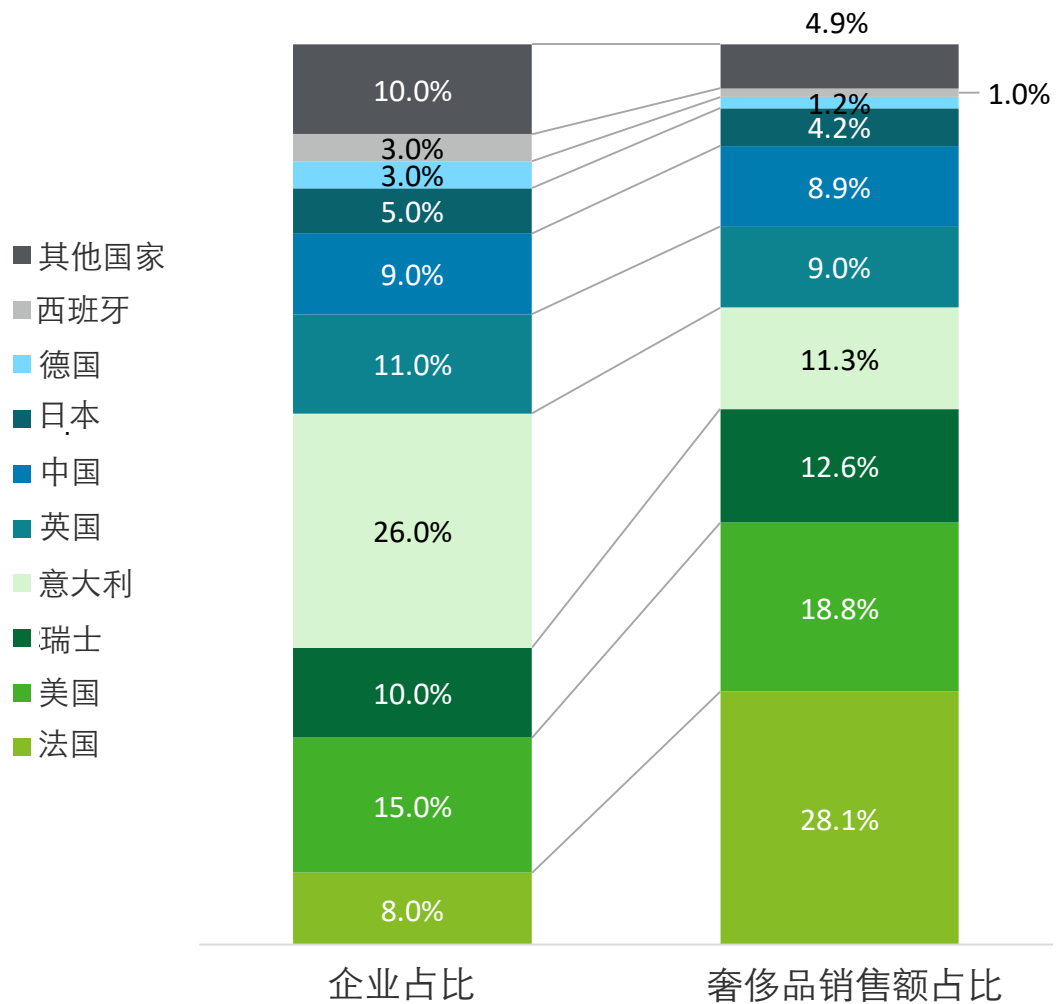


净利率%

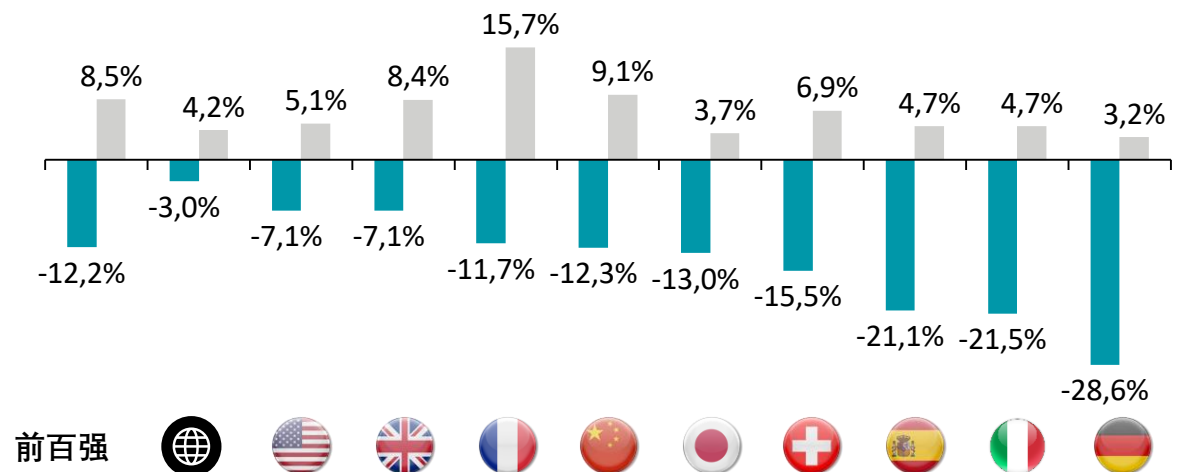
# 区域分析

## 大型奢侈品集团的驻在国表现最为突出

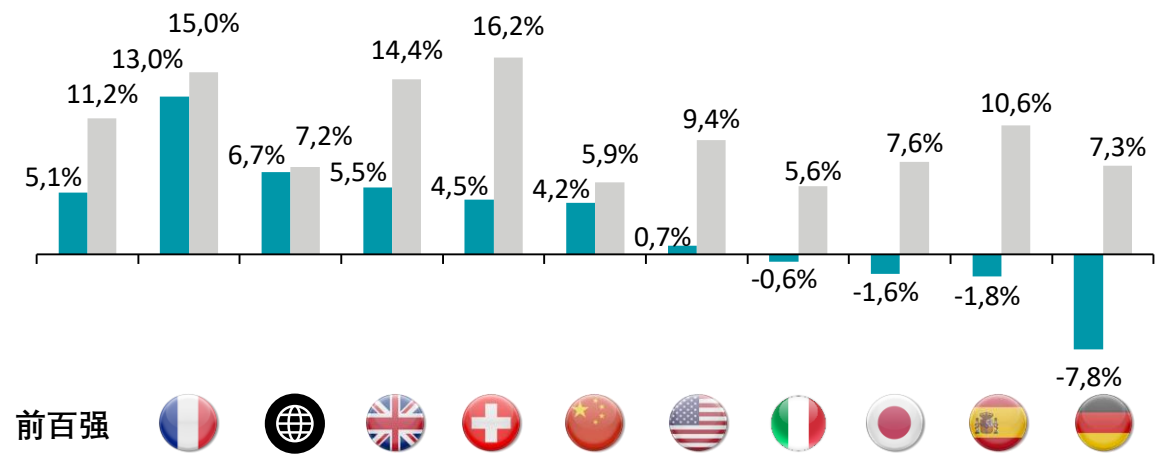
各国家/地区百强企业占比



各国家/地区奢侈品销售额同比增长率



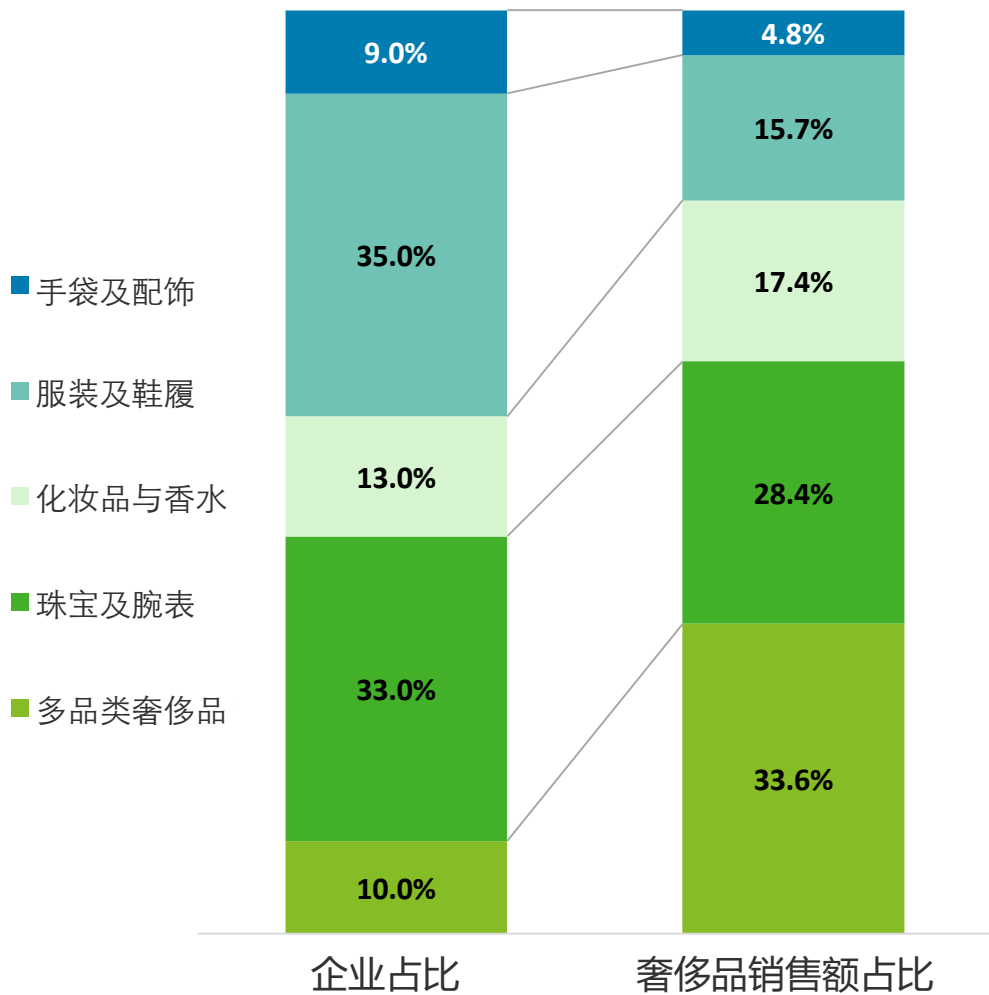
各国家/地区净利率



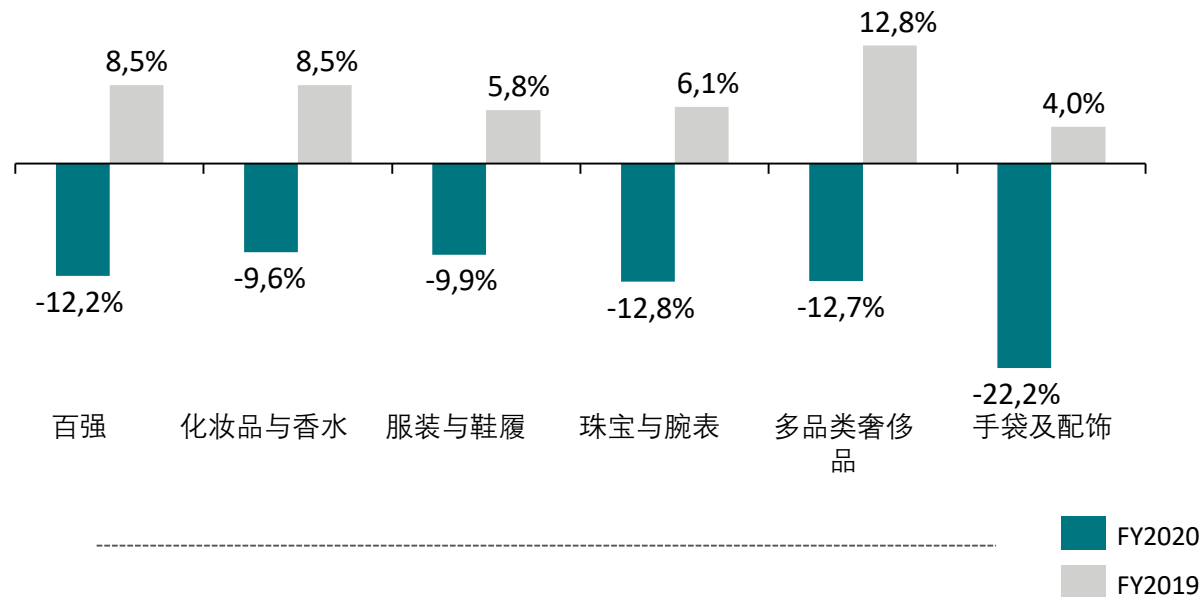
# 品类分析

多品类奢侈品企业独占鳌头，销售额和净利率双双领先

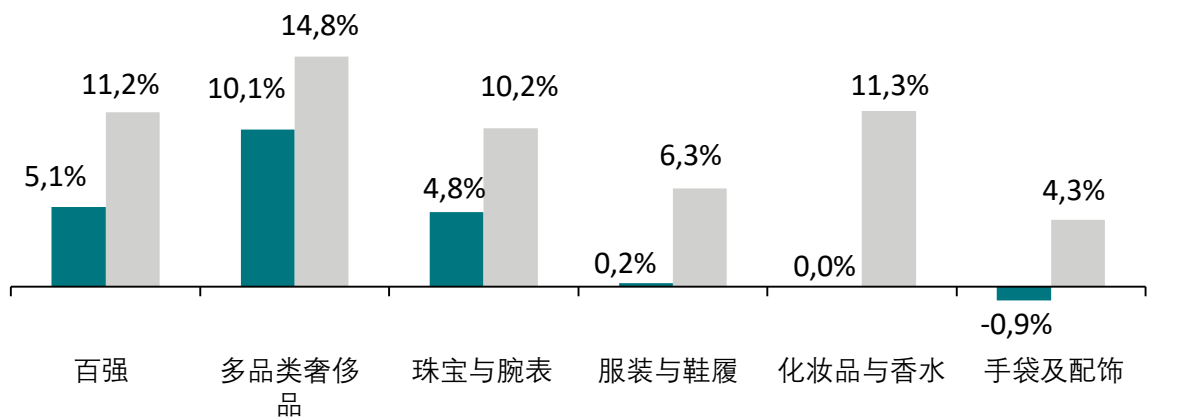
各产品板块百强企业占比



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

高增长20强的复合年增长率是百强企业综合年复合增长率的5倍以上

复合年增长率 (CAGR) 排名	百强排名	2017-2020 财年CAGR	2020财年 销售增长率%	复合年增长率 (CAGR) 排名	百强排名	2017-2020 财年CAGR	2020财年 销售增长率%		
#1	Farfetch Limited - 英国	52	146.4%	107.3%	#11	*J Barbour & Sons Ltd - 英国	84	9.4%	7.8%
#2	*Richard Mille SA - 瑞士	51	44.7%	-12.4%	#12	Movado Group, Inc. - 美国	60	8.2%	3.1%
#3	*Canada Goose Holdings Inc. - 加拿大	58	33.4%	15.4%	#13	*Kosé Corporation - 日本	25	8.2%	-1.2%
#4	Golden Goose SpA - 意大利	86	23.0%	1.5%	#14	PVH Corp. - 美国	8	8.0%	3.8%
#5	Sportswear Company SpA - 意大利	88	17.8%	0.8%	#15	*周大生珠宝股份有限公司 - 中国	62	7.7%	-10.3%
#6	*Titan Company Limited - 印度	22	17.0%	7.9%	#16	L'Occitane International SA - 卢森堡	28	7.5%	15.2%
#7	TFG Brands (London) Limited - 英国	66	15.7%	-4.6%	#17	Capri Holdings Limited - 英国	14	7.3%	6.0%
#8	Morellato Group - 意大利	87	15.5%	n/a	#18	The Estée Lauder Companies Inc. - 美国	3	6.5%	-3.8%
#9	老凤祥股份有限公司 - 中国	15	13.9%	2.6%	#19	*Acne Studios Holding AB - 瑞典	93	6.5%	-8.4%
#10	Zadig & Voltaire	76	11.9%	0.0%	#20	*Moncler SpA - 意大利	33	6.5%	-11.5%
高增长20强						10.0%	1.6%		
前百强						1.8%	-12.2%		

\*《全球奢侈品力量 2020》报告中的增长 20 强奢侈品公司



# 突破性奢侈品

## 2021 版报告中探索的全球奢侈品市场趋势

### 奢侈品企业将可持续性和数字化作为战略核心，拥抱改变



#### 奢侈品行业的数字化和可持续性目标正日益成为时尚科技投资的推动力

跨入数字世界的速度超出预期，各大企业当前的目标是要让已落地的解决方案更加精细化，同时开发全新的数字解决方案。



#### 拥抱循环经济：利用生物材料开展奢侈品产品创新

从近年来奢侈品行业的变化来看，扛起环保和社会责任大旗的可持续性奢侈品将成为长期趋势

### 新奢侈品前沿



#### NFT 和时尚游戏

从打击假冒市场到培育二手市场，NFT 的用途不一而足。NFT 也被用于游戏领域这一奢侈品企业的崭新天地。



#### 阿尔法世代（“一零后”）：未来的消费者已在路上

截至 2020 年中页，全球阿尔法世代将迎来超 20 亿的年轻消费者，并且在未来几十年中，他们将在塑造社会和消费市场方面发挥关键作用。



# 奢侈品行业的数字化和可持续性目标正日益成为时尚科技投资的推动力

众多奢侈品企业正与数字领域经验丰富的公司和创新型初创企业建立战略合作伙伴关系，以求在持续打造出新产品、找寻改善服务的新方法的同时，减少自身对环境的影响。创新是撬动时尚和奢侈品行业变革的杠杆。

业内规模居前的各大企业正倾力为初创企业和孵化器之间的创新竞赛提供赞助，以推动创新实践，并促进时尚新打法的普及。其最终目标是在实现数字化和可持续性上做到有的放矢。

**L'ORÉAL GROUPE** Group Commitments Brands Beauty Science & Technology Careers

**Focus On**  
**Fueling Innovation, Sharing Expertise**  
 "Savoir saisir ce qui commence" - seize new opportunities - is a fundamental part of our culture. We embrace and nurture innovation. We're major investors in facilities and programs designed to attract and develop tomorrow's beauty talent. Whether it's running competitions for students to solve an industry challenge, partnering with incubators or co-creating with innovative start-ups and tech partners, we lead innovation.

**Engaging Partnerships & Startups**  
**Our Digital & Tech Events**  
**L'Oréal Open Innovation Program**

**The LVMH Innovation Award**  
 LEADERSHIP & ENTREPRENEURSHIP  
**INNOVATION award**  
 LVMH

**Estée Lauder x Plug and Play – Powering the Next Generation of Beauty**  
 Identifying and supporting emerging brands, future business models and disruptive capabilities that are shaping the future of Beauty.

**THE 12 ACCELERATED STARTUPS IN 2020/2021**  
**PRADA Group SPECIAL PROJECTS STARTUPBOOTCAMP**

Logo	Country	Year Founded	Technology
	UK	2017	3D/AR automation
	Canada	2018	Supply chain, Transactional platform
	Italy	2018	Machine Learning

**LES EAUX DE CHANEL – Elegance and simplicity with a sustainable SULAPAC cap on top**

**CHANEL PARIS**

# 拥抱循环经济：利用生物材料开展奢侈品产品创新

各大奢侈品企业正为未来立下环境目标，并将抵消碳排视作头等要务。当务之急是要找到在设计、生产、分销和传播方面更具可持续性的新方法。眼下各大企业都希望利用科技手段开发出环保型新材料，而随着技术的发展，材料创新也将应运而生。生物科技有望为可持续的生产方法提供助推力，进而减少原材料采购方面的负面影响



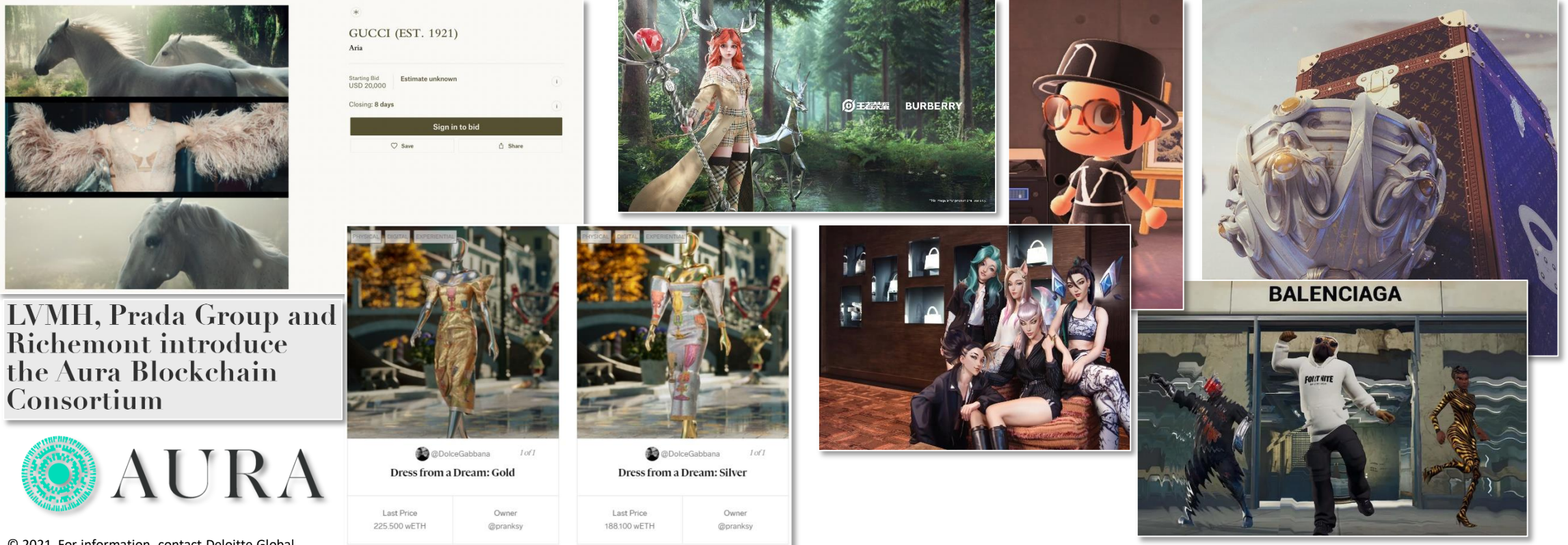
# 奢侈品新前沿：NFT 与时尚游戏

众多奢侈品企业现已涉足以区块链技术为基础的非同质化代币市场。对奢侈品企业而言，NFT 可展现出多重机会：

NFT 可通过追踪物品来源，成为打击假冒产品市场的利器。这一功能对于二手市场中也非常有用， 可让消费者对所购买的产品进行验真。

NFT 也可用于**数字藏品销售**，这里特指限量版或独家版本的艺术品，而非实用藏品。

NFT 的另一个用途是为**游戏人物创建数字皮肤**。游戏是奢侈品牌在实体店外的又一触点，也是与更年轻一代建立连接、促进其与品牌展开互动的  
新情境。



## 阿尔法世代（一零后）：未来的消费者已在路上

截至 2020 年代中页，全球阿尔法世代将迎来超 20 亿的年轻消费者，而且在未来几十年中，他们将在塑造社会和消费市场方面发挥关键作用。

他们是首个全然生于21世纪的世代，甚至与十年前的孩子相比也存在习惯上的差异——他们生活的世界是数字化经济与全球化的世界。

阿尔法世代有望成为消费力强劲的消费群体，而从小培养他们的忠诚度或是未来奢侈品牌成功的关键所在。作为生于数字时代的未来消费者，阿尔法世代从小就透过社交媒体、同龄人以及千禧一代父母的消费习惯接触到奢侈品牌。



# 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](mailto: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](mailto:sunjiang@deloitte.com.cn)

**王丁喆**

德勤中国消费品及零售行业经理

电子邮件: [gigwang@deloitte.com.cn](mailto:gigwang@deloitte.com.cn)

**陈岚**

德勤研究合伙人

电子邮件: [lydchen@deloitte.com.cn](mailto:lydchen@deloitte.com.cn)

**胡怡**

德勤研究助理经理

电子邮件: [yihucq@deloitte.com.cn](mailto:yihucq@deloitte.com.cn)

因我不同  
成就不凡

始于 1845

#### 關於德勤

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成員所網路和它們的關聯機構（統稱為“德勤組織”）。德勤有限公司（又稱“德勤全球”）及其每一家成員所和它們的關聯機構均為具有獨立法律地位的法律實體，相互之間不因協力廠商而承擔任何責任或約束對方。德勤有限公司及其每一家成員所和它們的關聯機構僅對自身行為及遺漏承擔責任，而對相互的行為及遺漏不承擔任何法律責任。德勤有限公司並不向客戶提供服務。請參閱 [www.deloitte.com/cn/about](http://www.deloitte.com/cn/about) 瞭解更多資訊。

德勤是全球領先的專業服務機構，為客戶提供審計及鑒證、管理諮詢、財務諮詢、風險諮詢、稅務及相關服務。德勤透過遍及全球逾150個國家與地區的成員所網路及關聯機構（統稱為“德勤組織”）為財富全球500強企業中約80%的企業提供專業服務。敬請訪問[www.deloitte.com/cn/about](http://www.deloitte.com/cn/about)，瞭解德勤全球約345,000名專業人員致力成就不凡的更多資訊。

德勤亞太有限公司（即一家擔保有限公司）是德勤有限公司的成員所。德勤亞太有限公司的每一家成員及其關聯機構均為具有獨立法律地位的法律實體，在亞太地區超過100座城市提供專業服務，包括奧克蘭、曼谷、北京、河內、香港、雅加達、吉隆坡、馬尼拉、墨爾本、大阪、首爾、上海、新加坡、悉尼、臺北和東京。

德勤於1917年在上海設立辦事處，德勤品牌由此進入中國。如今，德勤中國為中國本地和在華的跨國及高增長企業客戶提供全面的審計及鑒證、管理諮詢、財務諮詢、風險諮詢和稅務服務。德勤中國持續致力為中國會計準則、稅務制度及專業人才培養作出重要貢獻。德勤中國是一家中國本土成立的專業服務機構，由德勤中國的合夥人所擁有。敬請訪問 [www2.deloitte.com/cn/zh/social-media](http://www2.deloitte.com/cn/zh/social-media)，通過我們的社交媒體平臺，瞭解德勤在中國市場成就不凡的更多資訊。

本通訊中所含內容乃一般性資訊，任何德勤有限公司、其全球成員所網路或它們的關聯機構（統稱為“德勤組織”）並不因此構成提供任何專業建議或服務。在作出任何可能影響您的財務或業務的決策或採取任何相關行動前，您應諮詢合資格的專業顧問。

我們並未對本通訊所含資訊的準確性或完整性作出任何（明示或暗示）陳述、保證或承諾。任何德勤有限公司、其成員所、關聯機構、員工或代理方均不對任何方因使用本通訊而直接或間接導致的任何損失或損害承擔責任。德勤有限公司及其每一家成員所和它們的關聯機構均為具有獨立法律地位的法律實體。

© 2021。欲瞭解更多資訊，請聯繫德勤中國。