



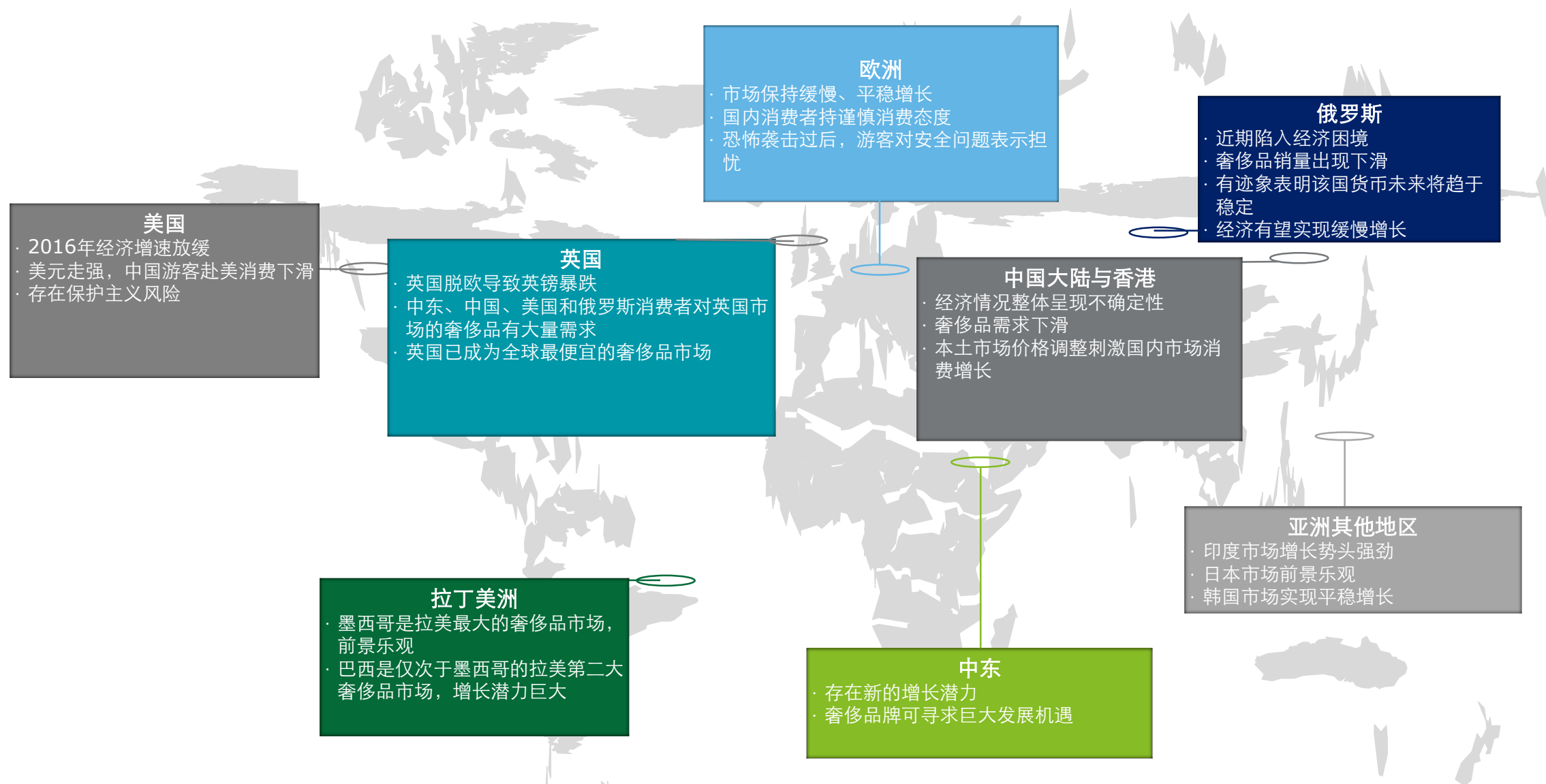
2017全球奢侈品力量
新一代奢侈品消费者 要点概述



Making another century of impact
德勤百年庆 开创新纪元

全球经济展望

全球经济展望



2017年全球奢侈品力量

奢侈品公司百强速览



奢侈品公司十强

前四强继续保持领先地位

#		\$	%		
#1	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE - 法国	\$ 22.4	15.2	11.2	↔
#2	Compagnie Financière Richemont SA - 瑞士	\$ 12.2	6.4	20.1	↔
#3	The Estée Lauder Companies Inc. - 美国	\$ 11.3	4.5	10.0	↔
#4	Luxottica Group SpA - 意大利	\$ 9.8	15.5	9.1	↔
#5	Kering SA - 法国	\$ 8.7	16.4	6.2	↑ +1
#6	The Swatch Group Ltd. - 瑞士	\$ 8.5	-3.0	13.2	↓ -1
#7	L'Oréal Luxe - 法国	\$ 8.0	16.7	15.2	↑ +1
#8	Ralph Lauren Corporation - 美国	\$ 7.4	-2.8	5.3	↑ +1
#9	周大福珠宝集团有限公司 - 香港	\$ 7.3	-11.9	5.3	↓ -2
#10	PVH Corp. - 美国	\$ 6.3	-2.3	7.1	↔
奢侈品公司十强		\$ 102.0	9.6	11.4	
奢侈品公司百强		\$ 212.0	6.8	9.7	

2015财年奢侈品公司百强排名 \$ 2015财年销售额 (单位: 10亿美元) % 销售额增长率% 净利润率% ↑ 排名变化

© 2017. 欲了解更多信息, 请联系德勤中国。

关键点

- 奢侈品公司十强销售额占奢侈品公司百强销48%
- 2015年无新公司上榜奢侈品公司十强
- 周大福排名下降两位
- 奢侈品公司十强全部盈利











高增长20强


高增长20强的复合年均增长率和同比增长率几乎是奢侈品公司百强的4倍

		2013-15财年 复合年均增长率	2015财年同 比增长率			2013-15财年 复合年均增长率	2015财年同 比增长率		
#1	Marcolin Group	64	43.1	20.1	#11	东方金钰股份有限公司	36	22.3	95.1
#2	Valentino Fashion Group SpA	43	37.8	44.1	#12	Vicini SpA	94	22.1	10.7
#3	Pandora A/S	24	36.3	40.2	#13	Charles Tyrwhitt LLP	86	19.9	19.6
#4	Gitanjali Gems Ltd.	30	30.6	43.1	#14	Michael Kors Holdings Limited	14	19.3	7.8
#5	Restoque Comércio e Confecções de Roupas S.A.	74	29.1	55.2	#15	Ted Baker plc	54	19.1	17.7
#6	Kate Spade & Company	41	28.1	10.3	#16	Richard Mille SA	97	18.4	21.7
#7	Acne Studios Holding AB	99	27.6	23.7	#17	PC Jeweller Ltd.	44	17.3	15.2
#8	SMCP SAS	51	26.5	32.8	#18	Gianni Versace SpA	53	16.5	17.6
#9	Moncler SpA	46	23.1	26.8	#19	Hermès International SCA	12	13.7	17.5
#10	Furla SpA	72	22.9	27.2	#20	Kurt Geiger Limited	69	13.6	11.9
高增长20强								22.2	24.0
奢侈品公司百强								5.2	6.8

地域分析

8个国家的销售额占奢侈品公司百强销售总额的88%

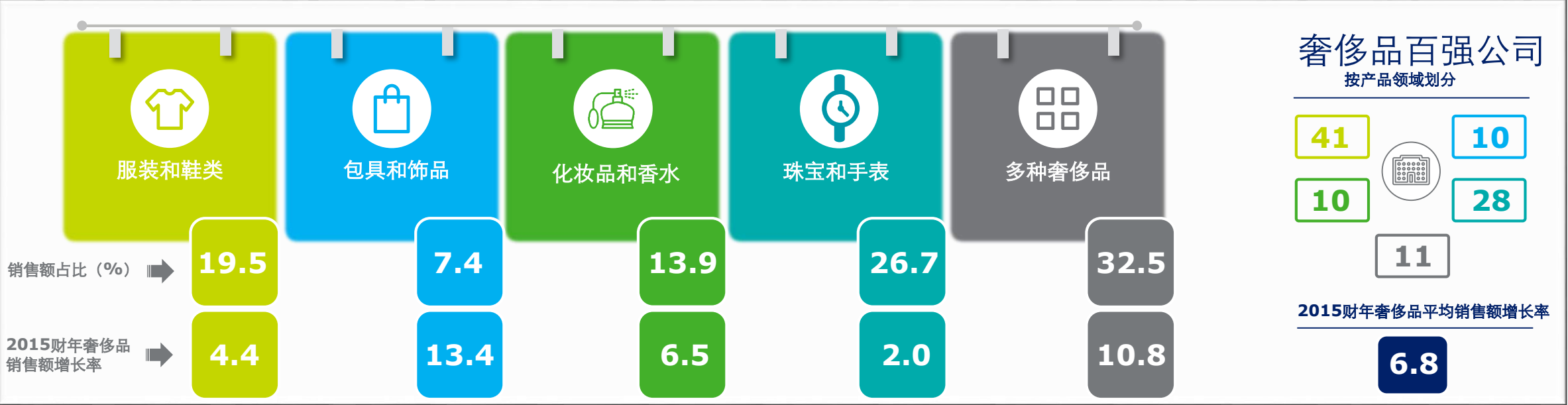
	公司数量	百强公司奢侈品销售所占份额	2015财年奢侈品销售额增长率	
	中国大陆/香港	7	8.9%	-2.4%
	法国	10	23.9%	14.9%
	德国	6	2.3%	5.6%
	意大利	26	16.0%	9.3%
	西班牙	4	1.3%	9.7%
	瑞士	10	14.4%	3.6%
	英国	10	5.6%	2.4%
	美国	15	21.3%	-0.3%
	其他国家	12	6.3%	16.5%

关键点

- 除中国大陆/香港和美国之外，所有其他国家的百强公司销售额均实现了增长
- 2015年法国奢侈品销售所占份额最高、增速最快
- 意大利以奢侈品公司数量领跑全球
- 德国是新上榜国家

产品领域分析

奢侈品百强公司中服装和鞋类公司数量最多



关键点

- 服装和鞋类领域增长缓慢
- 所有奢侈品中包具和饰品销售额增长率最高
- 化妆品和香水公司的平均销售额最高
- 珠宝和手表公司的销售额增长率最低
- 多种奢侈品公司的净利润率最高

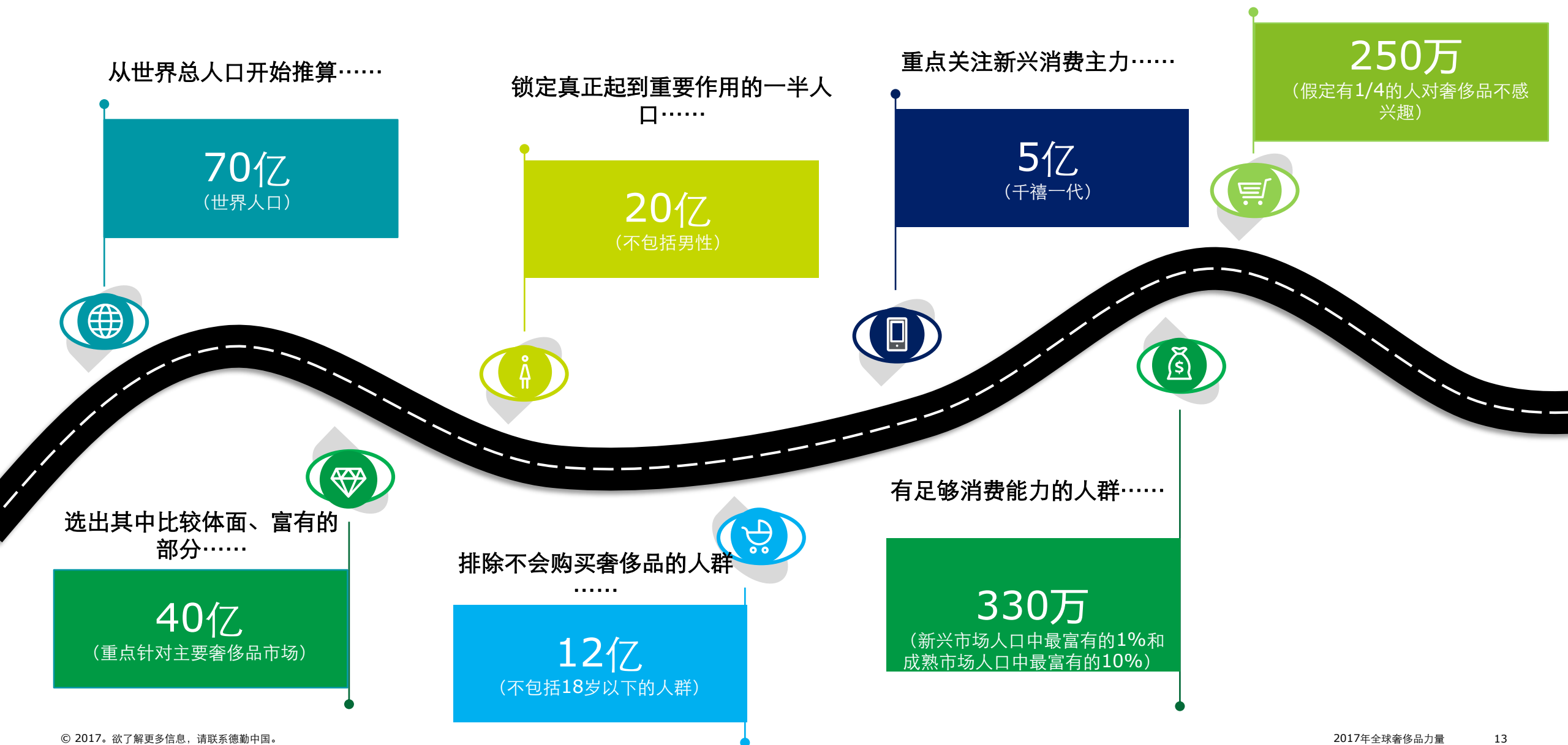
新一代奢侈品消费者

里斯本是否能够满足奢侈品市场上
最重要消费群体的需求？



里斯本是否能够满足奢侈品市场上最重要消费群体的需求？

并非人人都爱奢侈品 ……



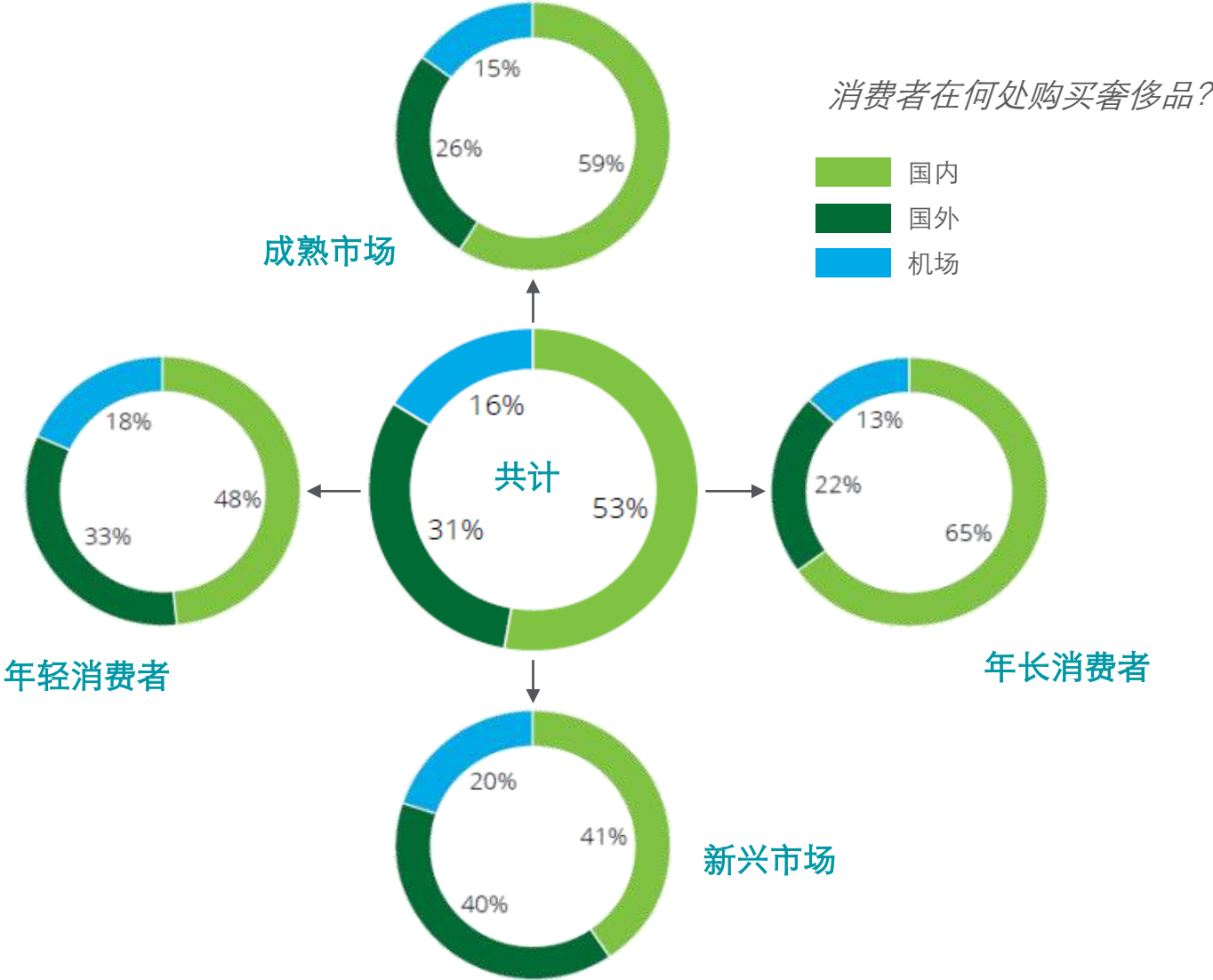
最终确定的数量为.....

280万



部分重要研究发现

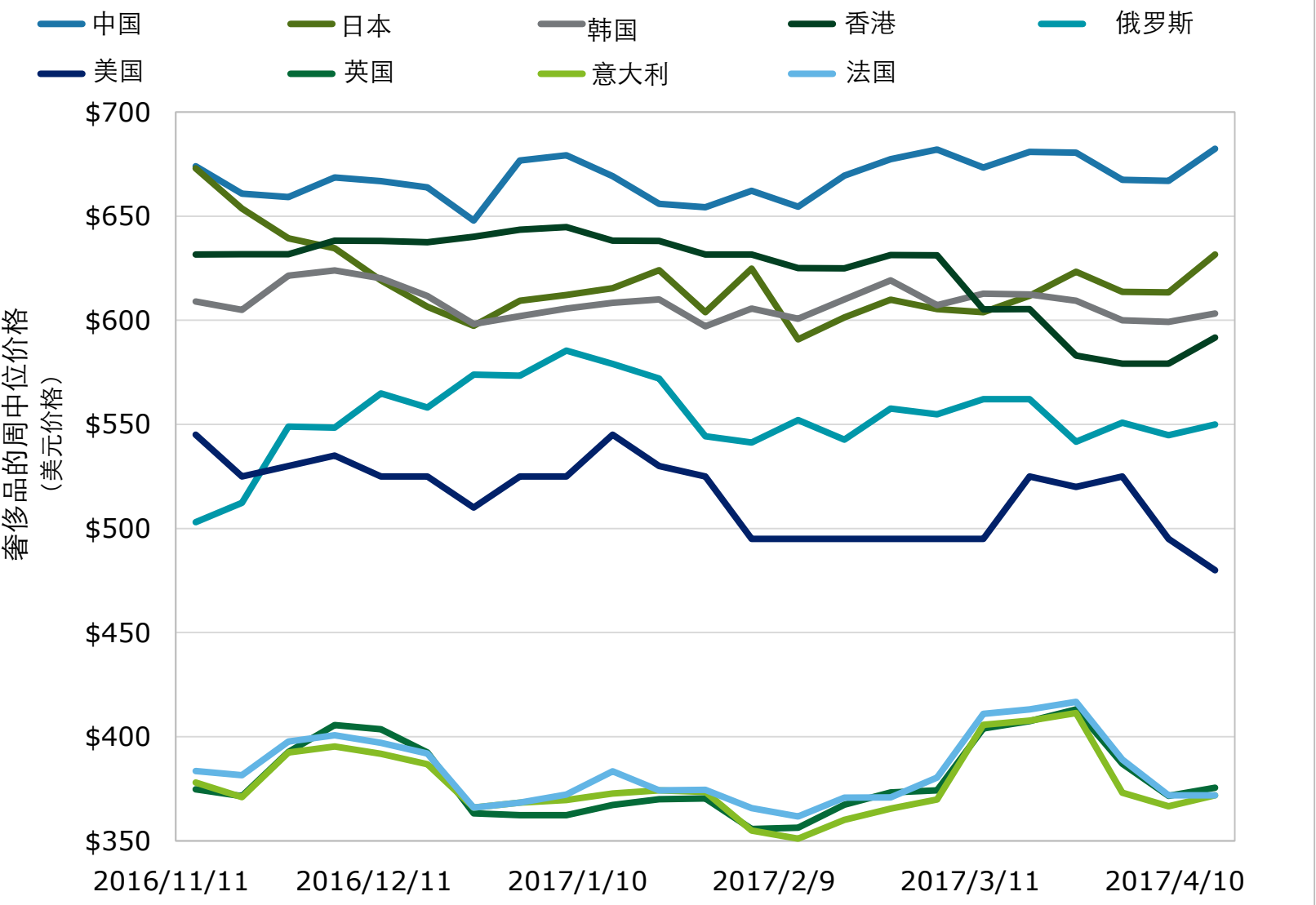
旅游需求日益旺盛



关键点

- 几乎有一半的奢侈品消费在旅行过程中产生
- 年纪越长的消费者越不愿在旅游所在地购买奢侈品
- 支付能力提高和产品供应丰富是促使消费者到国外市场购买奢侈品的两大主要动因

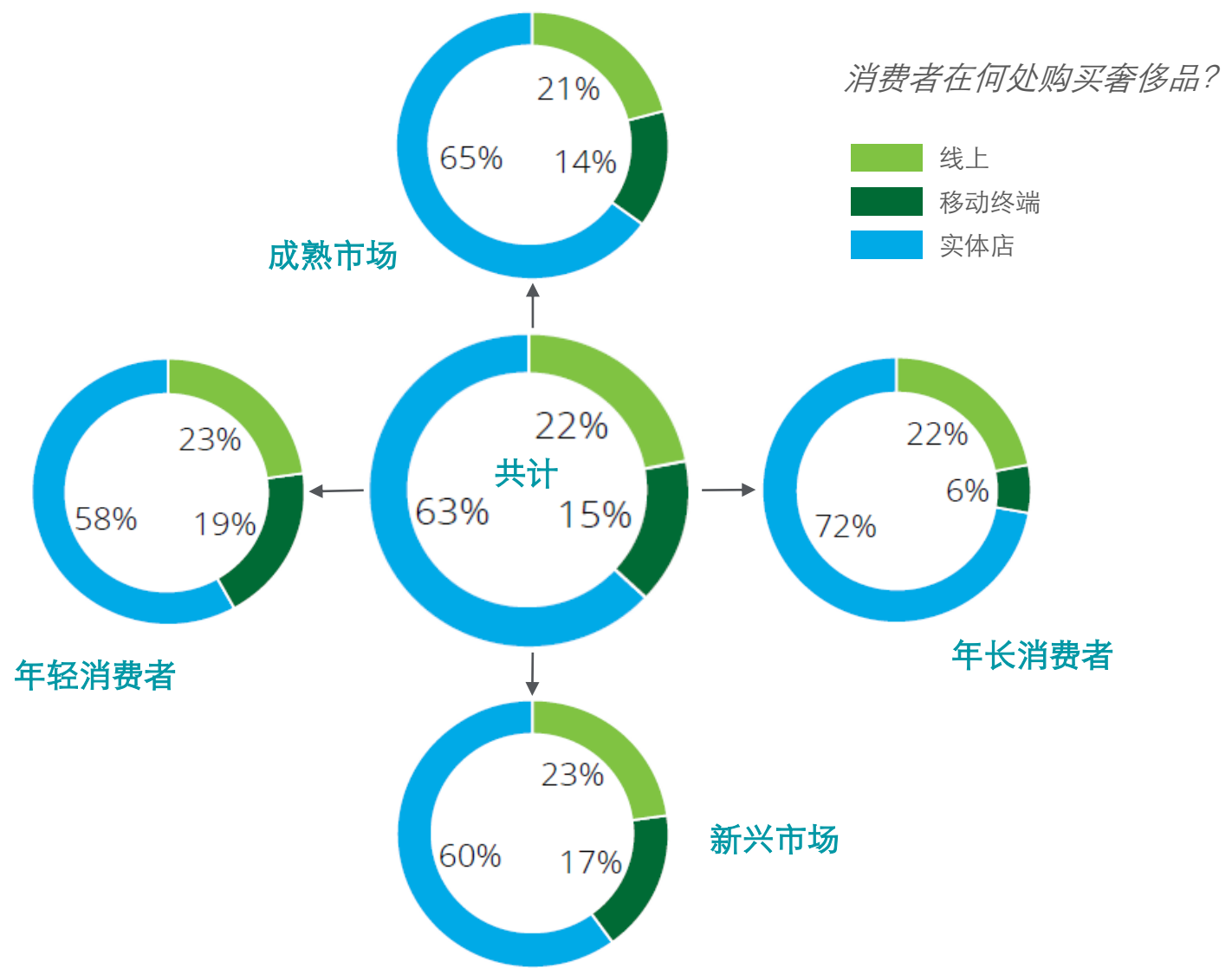
价格战升温



关键点

- 同种商品在中国市场的美元价格比在欧洲市场的美元价格平均高出50%
- 就同一品牌产品而言，在中国和欧洲存在20%至70%以上的价差
- 手表和珠宝的平均溢价最高（约55%），包具的平均溢价最低（约40%）

渠道趋势增强

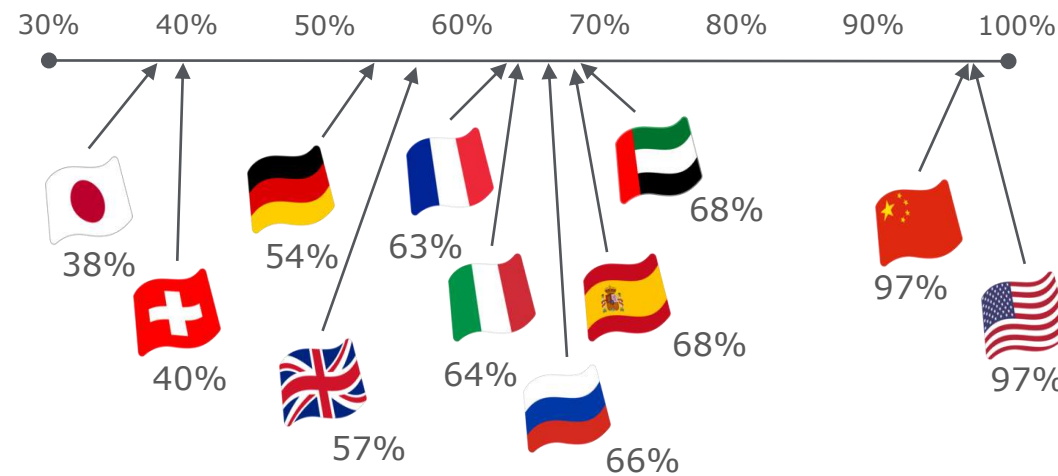


关键点

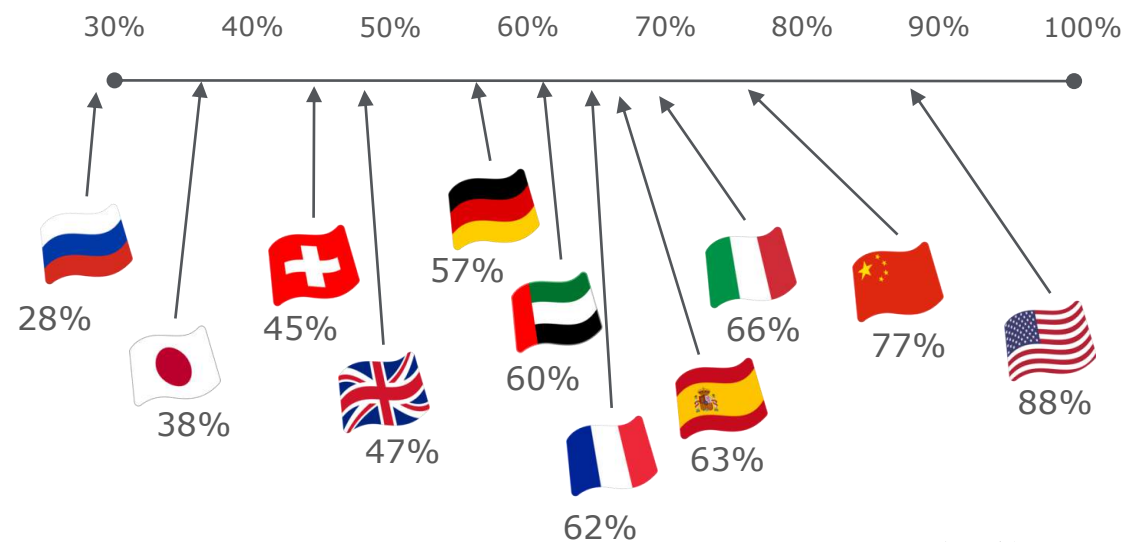
- 其中三分之一的奢侈品交易是通过数字化渠道进行
- 年轻的奢侈品消费者表示，约有40%的奢侈品交易是通过数字化渠道进行——其中一半的奢侈品交易是通过智能手机进行
- 与成熟市场相比，数字化交易在新兴市场更加普遍

时尚追随者.....使美国再度崛起？

“对于奢侈品，对我而言至关重要是购买最新潮流产品。”

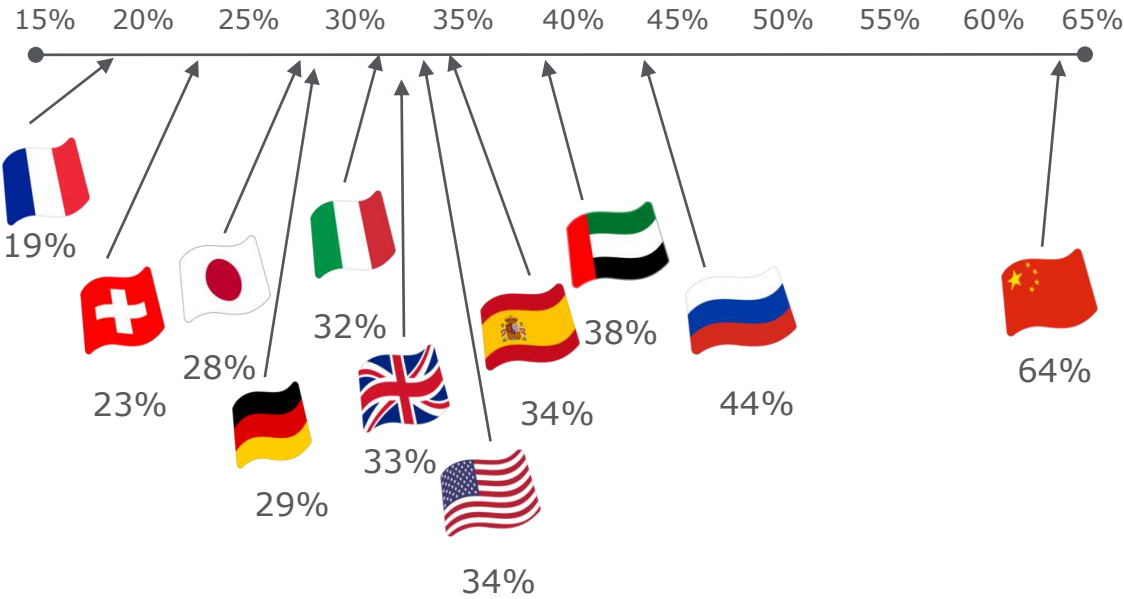


“我购买本土奢侈品，支持本土经济发展。”

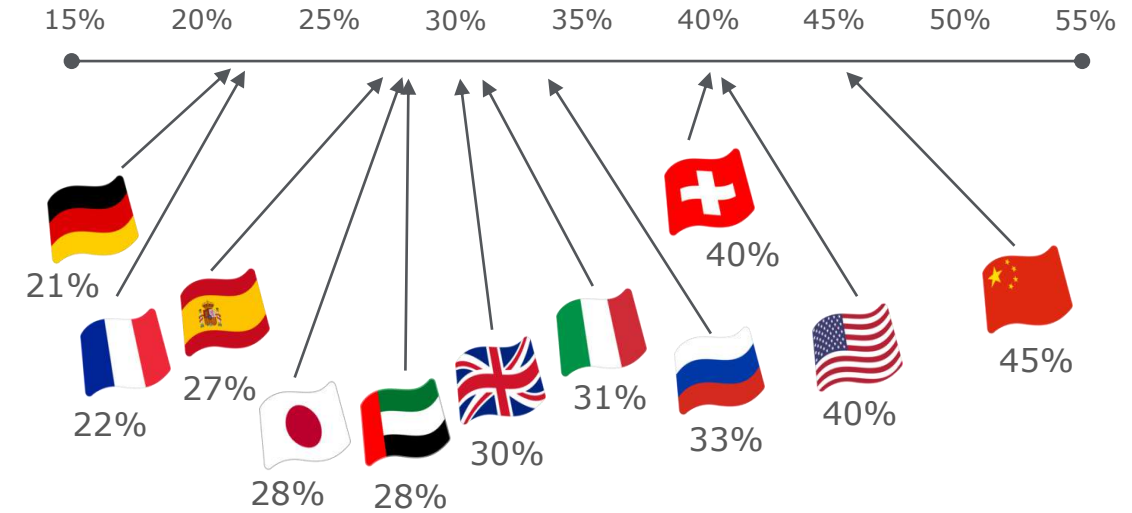


消费者对未来的展望.....技术与价格双重影响

“贵国奢侈品市场近期的发展前景如何？”
“奢侈品将与技术密切相关”



“贵国奢侈品市场近期的发展前景如何？”
“奢侈品价格将会下降”



联络人



Patrizia Arienti

欧洲、中东和非洲地区时装与奢侈品
行业领导合伙人
parienti@deloitte.it



Nick Pope

英国时装与奢侈品行业领导合伙人
nipope@deloitte.co.uk



张天兵

德勤中国消费品及零售行业领导合伙人
tbzhang@deloitte.com.cn



德勤

关于德勤全球

Deloitte (“德勤”) 泛指一家或多家德勤有限公司 (即根据英国法律组成的私人担保有限公司, 以下称“德勤有限公司”), 以及其成员所网络和它们的关联机构。德勤有限公司与其每一家成员所均为具有独立法律地位的法律实体。德勤有限公司 (又称“德勤全球”) 并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 中有关德勤有限公司及其成员所更为详细的描述。

德勤为各行各业的上市及非上市客户提供审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询、税务及相关服务。德勤通过遍及全球逾150个国家的成员所网络为财富全球500强企业中的80%企业提供专业服务。凭借其世界一流和高质量的专业服务, 协助客户应对极为复杂的商业挑战。如欲进一步了解全球大约245,000名德勤专业人员如何致力成就不凡, 欢迎浏览我们的[Facebook](#)、[LinkedIn](#) 或 [Twitter](#) 专页。

关于德勤中国

德勤于1917年在上海设立办事处, 德勤品牌由此进入中国。如今, 德勤中国的事务所网络在德勤全球网络的支持下, 为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤在中国市场拥有丰富的经验, 同时致力为中国会计准则、税务制度及培养本地专业会计师等方面的发展做出重要贡献。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media, 通过德勤中国的社交媒体平台, 了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通信中所含内容乃一般性信息, 任何德勤有限公司、其成员所或它们的关联机构 (统称为“德勤网络”) 并不因此构成提供任何专业建议或服务。任何德勤网络内的机构均不对任何方因使用本通信而导致的任何损失承担责任。



Making another century of impact

德勤百年庆 开创新纪元

© 2017。欲了解更多信息, 请联系德勤中国。