华丽志
LUXE.CO

智华
庫丽
LUXECO
INTELLIGENCE

2024
奢侈珠宝&腕表品牌
中国活力榜

简略版（免费下载）

目录

Contents

关于华丽志 P02　　关于活力榜 P03　　开篇 P04

奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 **P06**

奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 TOP10 P06
奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 TOP5品牌动态分布 P08
奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 中国营销动态变化 P10
奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 TOP10 新上榜品牌 （2023 vs. 2024） P11
奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 TOP10品牌所属集团/母公司 P12

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开门店情况（2024） P13

2024奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开设的“首店”一览 P16

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开了哪些“特色”门店？（2024） P19

奢侈珠宝&腕表品牌中国门店如何焕新升级？（2024） P23

奢侈珠宝&腕表品牌在中国的营销活动透露了哪些趋势？（2024） P29

奢侈珠宝&腕表品牌新任命的中国代言人（2024） P38

往届活力榜链接查询 P40

往届奢侈珠宝&腕表品牌活力榜排名示意 P41

定制项目与合作洽谈，敬请联系：
王琼 | 华丽智库 项目总监
微信：elisatina929
(请备注“智库合作”及您的姓名和公司)
邮箱：lci@luxe.co

报告作者：游佳
版式设计：汤琦
完稿时间：2025年2月

所有“华丽智库”研究报告目前仅对华丽志订阅用户开放。注册会员，请扫码下载华丽志app或登录华丽志网站 https://luxe.co/

华丽志APP　　华丽智库

关于华丽志

始创于**2013年**，历经十年磨砺，**华丽志（LUXE.CO）**已成为横跨时尚产业界和投资界的**标志性IP**，是高端读者获取全球时尚商业与财经内容的**“终极目的地”**，也是海内外时尚/奢侈品企业领导者在中国发声的**“首选平台”。**

华丽志（LUXE.CO）以持续、稳定、高质量输出的“全谱系”时尚商业和财经内容，汇聚了中国最有价值的用户群体， 高收入 + 高消费 + 高学历 + 高感知是他们共有的特征。

我们记录了过去十年海内外时尚产业所有重要的**投资和并购事件**，并提供了权威解读；

我们对话了全球品牌高管、创始人和家族传承人，并**记录了他/她们的真知灼见**；

我们打造了全球最完整的大时尚**“品牌库”**（6000+），优质文章总数3万+篇，涵盖**奢侈品、时装、美妆、运动、户外、家居、旅行和健康生活**等领域，动态追踪品牌发展过程中的**重要里程碑；**

我们沉淀了极其完整的海内外企业**财务报告**和海量**产业研究报告**（含**「华丽智库」**原创，和经过我们严格筛选的第三方报告），提供一站式研究和决策参考；

奢侈珠宝&腕表品牌活力榜

2022年 | 2023年H1 | 2023年 | 2024年H1 | 2024年

开篇

“**冰火两重天**”，或许适合用于描述过去一年全球奢侈腕表和珠宝的市场表现。

珠宝，尤其是**高级珠宝（haute joaillerie）**表现强劲，在所有奢侈品品类中最为突出，成为当前奢侈品领域最具韧性的核心品类之一。

在追求时尚美感的同时，珠宝这一特殊品类还极大程度地满足了消费者在经济波动时期对稀缺性、经典风格及永恒价值的需求与渴望。更多新玩家的涌现，也为这个领域持续注入新的活力，使得珠宝作为奢侈品的吸引力持续高涨，市场活跃度也一直保持在较高水平。

> “我记得20、25年前，我们通常评估认为品牌珠宝可能只占市场的5%。我认为今天，我们可能会评估为大约25%，甚至更多，并且它仍在发展。很难确切知道它的程度和速度，但我们确实看到了“品牌”在珠宝类别中的重要性正在不断加强。”
>
> ——瑞士历峰集团首席执行官 Nicolas Bos

毋庸置疑，拥有较高公众认知度和鲜明品牌形象的高级珠宝品牌，通过长期的品牌建设和传播，形成了根深蒂固的“渴望度”。其业绩增长不仅受高净值客户支出增长的推动，也从“高低品牌战略”（*High-Low Brand Strategy，指品牌在市场中同时经营高低价位两类产品*）的实施中获益匪浅，得以持续吸引更广泛的客户群体。

相比之下，在更强调复杂工艺和机械创新的**高级腕表**领域，仅有少数品牌能够大规模生产价格亲民的高质量腕表，并将IP价值推而广之。对于高级腕表品牌而言，如何在“可及性”和品牌形象与工艺声誉之间找到平衡点，在保持品牌业界声望的同时扩大客户群，并没有通行的简单答案，仍需要付出巨大努力去摸索和试错。

与高级珠宝相比，高级腕表一直显得更为“传统和晦涩”，与时尚生活方式的结合度也相对较低。在方兴未艾的中国奢侈品市场，尚未形成深厚的腕表购买传统；而较高的认知门槛，让为数众多的“向往型消费者”容易望而却步，游离于高级腕表的“语境”之外，难以形成共鸣。

开篇

当中国奢侈品市场迈入“**常态化**”阶段，重建消费者对腕表的渴望，并构建品牌的独特魅力与活力，是腕表行业亟待攻克的难题，需要品牌领导者更强的前瞻思维和创新意识，在品牌建设与传播方面尤其如此。

谁能找到“突围之路”？让我们拭目以待。

本次《华丽志》/华丽智库联合发布的2024·奢侈珠宝腕表品牌中国活力榜共收录了40家品牌的377条动态。

教育，依然是奢侈品牌，尤其是腕表和珠宝品牌吸引并留住客户的关键。在上述动态中，我们看到奢侈珠宝腕表品牌对于展览的投入仍维持在稳定水平，并通过其他丰富多样的体验活动，不断强化客户联结。

此外，一些品牌持续发力门店焕新和升级，通过优化零售空间布局，更好地传达其价值主张，并提高购买转化率。这一投入将有望在更长的时间周期里得到正向的积极反馈。

面向2025年，《华丽志》坚信，持之以恒并富于创造性的投入，依然是奢侈珠宝腕表品牌强化市场地位，重燃消费者热情的重要前提。

2024
奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜
TOP5

No.1

No.2

No.3

No.4*

No.5*

*备注：第4名、第5名有两个品牌分值相同，按照品牌字母先后顺序排序

华丽志 LUXE.CO

智华庫丽 LUXECO INTELLIGENCE

2024 奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 TOP10

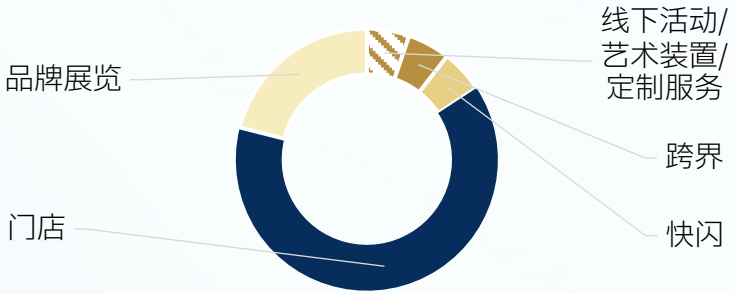
No.1	No.2	No.3	No.4*	No.5*
TIFFANY & CO.	VACHERON CONSTANTIN GENÈVE	Cartier	JB 1735 BLANCPAIN MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE 宝珀	BVLGARI
			Van Cleef & Arpels	qeelin

No.6*	No.7	No.8*	No.9	No.10*
JAEGER-LECOULTRE	IWC SCHAFFHAUSEN	DE BEERS	PIAGET	MIKIMOTO
OMEGA		Glashütte ORIGINAL		BREITLING 1884

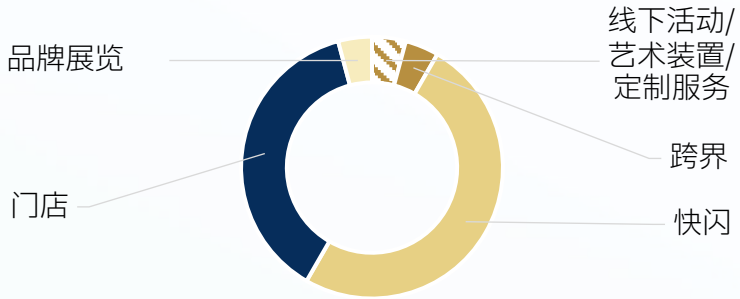
*备注：第4名、第5名、第6名、第8名和第10名有两个品牌分值相同，按照品牌字母先后顺序排序

奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 TOP5品牌动态分布

No.1
Tiffany & Co. 蒂芙尼

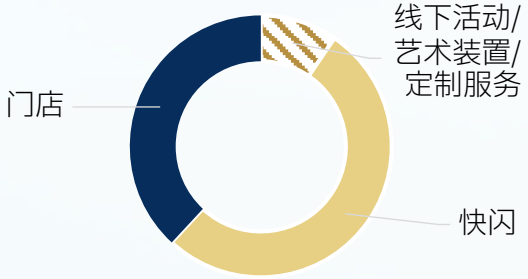


No.2
Vacheron Constantin 江诗丹顿

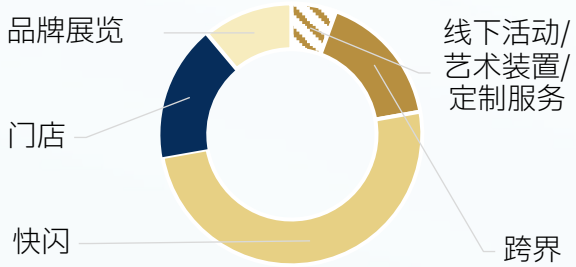


No. 3
Cartier 卡地亚

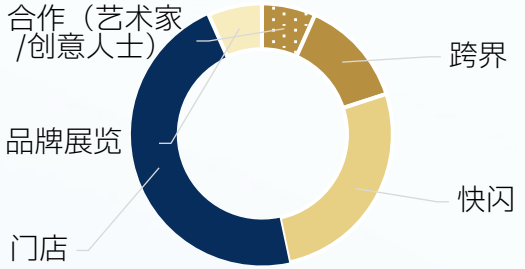
No.4
Blancpain 宝珀



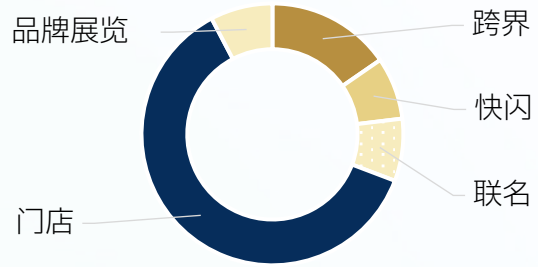
No.4
Van Cleef & Arpels 梵克雅宝



No. 5
BVLGARI 宝格丽



No. 5
Qeelin 麒麟



华丽志 LUXE.CO

智华 庫丽 LUXECO INTELLIGENCE

活力榜榜单评分是基于《华丽志》 对2024主要奢侈珠宝腕表品牌在中国开展的营销活动和渠道拓展行动的统计数据，并根据不同细分类型的重要性和影响力给予不同权重，综合进行评分 —— 比如，品牌大型展览的权重高于一般展览，全国性首店的权重高于城市首店，一线城市首店高于二线城市首店，等等。

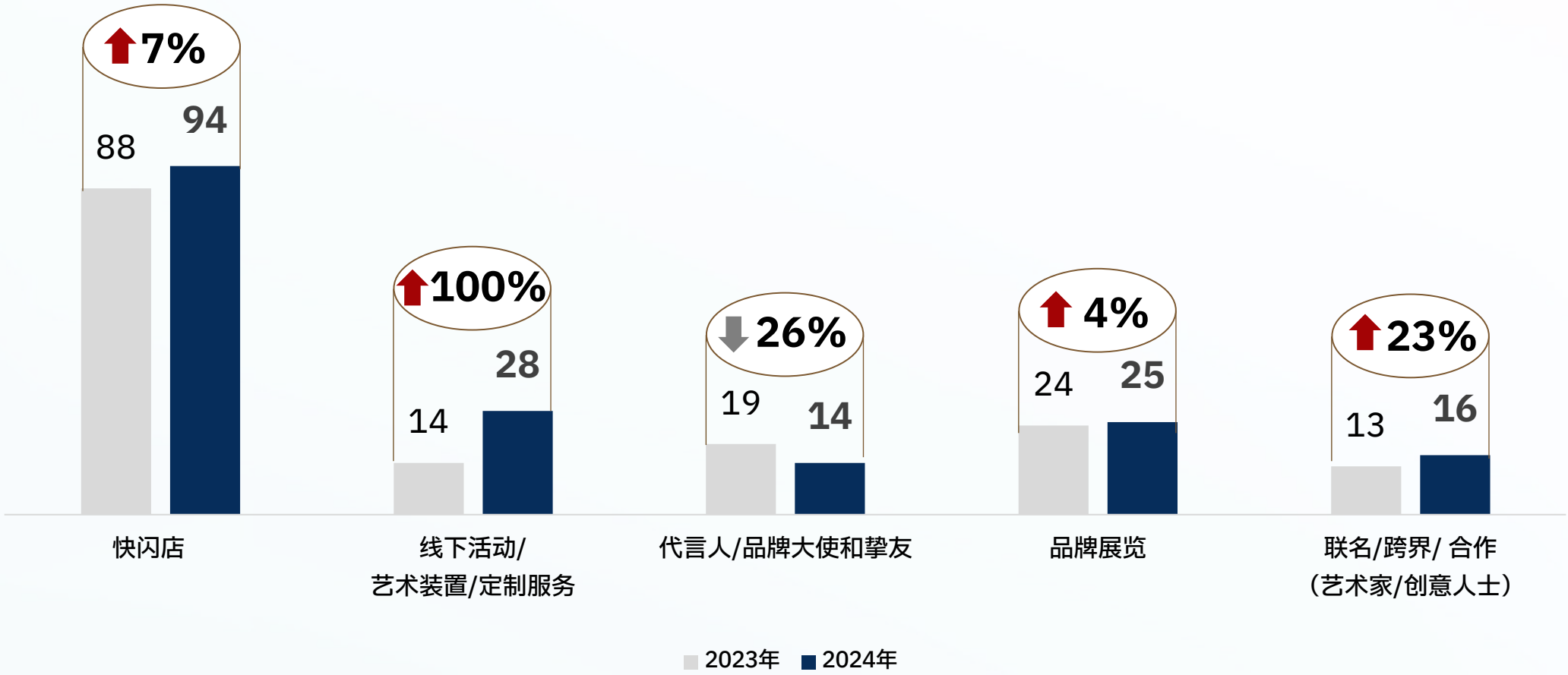
（*注意：本份报告未列入美容香氛眼镜酒店等周边业务的动态*）

「华丽智库」奢侈珠宝腕表品牌中国活力榜涉及的品牌动态包括十大类：

- **门店拓展**：全球首店、全国首店、城市首店、其他新店开业、重要门店焕新、其他门店焕新
- **品牌展览**：品牌大型展览、品牌常规展览、品牌城市巡展
- **时装秀**：中国线下举办时装秀
- **品牌联名**：联名中国商业品牌 、联名明星/KOL/顶级艺术家 、联名中国独立设计师、联名国际IP、联名本地IP
- **跨界活动**：赞助公益 、跨界体育、跨界音乐、赞助人文艺术
- **创意合作**：本土艺术家/创意人士
- **品牌代言人/大使/挚友**：任命中国代言人、任命中国大使、任命品牌挚友
- **视觉传播**： 图书/影片出版
- **数字化营销和电商**：线上店铺、播客
- **其他品牌活动**：定制、艺术装置、快闪、体验空间

所有动态来源于：华丽智库数据库，品牌官方微信公众号， 品牌官方微博， 官方新闻稿。如需查阅2024H1榜单 点击链接 ：https://luxe.co/post/359909

奢侈珠宝&腕表品牌中国营销动态变化 （2023 vs. 2024）



奢侈珠宝&腕表中国活力榜TOP10 新上榜品牌（2023 vs. 2024）

Glashütte ORIGINAL

格拉苏蒂原创

IWC SCHAFFHAUSEN

万国表

JAEGER-LECOULTRE

积家

MIKIMOTO

御木本

OMEGA

欧米茄

PIAGET

伯爵

奢侈珠宝&腕表品牌中国活力榜 2024 TOP10 品牌所属集团/母公司

所属集团	品牌(2024排名)
路威酩轩集团 (LVMH)	Tiffany & Co. 蒂芙尼 (1)
	BVLGARI 宝格丽 (5)
历峰集团 (Richemont)	Vacheron Constantin 江诗丹顿 (2)
	Cartier 卡地亚 (3)
	Van Cleef & Arpels 梵克雅宝 (4)
	Jaeger-LeCoultre 积家 (6)
	PIAGET 伯爵 (9)
	IWC 万国表 (7)
Swatch集团	Blancpain 宝珀 (4)
	Omega 欧米茄 （6）
	Glashütte Original 格拉苏蒂原创 (8)

所属集团	品牌(2024排名)
Breitling 公司	Breitling 百年灵 (10)
戴比尔斯集团	De Beers Jewellers 戴比尔斯珠宝 (8)
开云集团	Qeelin 麒麟 (5)
Mikimoto 公司	Mikimoto 御木本 (10)

奢侈珠宝&腕表品牌在中国
新开门店情况（2024）

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开门店数据 （2023 vs. 2024）

2023年

对比2023年，2024年
新开门店数量
▼ 同比下降**13%**

2024年

新开门店总数 **104家**

新开门店总数 **91家**

17家在**一线城市**新开门店

奢侈品牌在中国
一线城市新开门店数量同比**上升41%**

24家在**一线城市**新开门店

87家在**非一线城市**新开门店

奢侈品牌在中国
非一线城市新开门店数量同比**下降23%**

67家在**非一线城市**新开门店

备注：一线城市指 北京、上海、广州、深圳、香港、台北、澳门

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开门店最多的城市 TOP5（2024）

No.1

武汉 | 开店数量：13

商业体：武汉SKP

No.2

南京 | 开店数量：12

商业体： 南京德基广场、南京国金中心

No.3

上海 | 开店数量：8

商业体：上海港汇恒隆广场、上海国金中心、上海南京西路、上海前滩太古里

No.4

北京 | 开店数量：6

商业体：北京SKP，北京国贸商城、北京王府中環

No.4

福州 | 开店数量：6

商业体：福州万象城

No.5

成都 | 开店数量：5

商业体：成都IFS、成都太古里、成都万象城

No.5

宁波 | 开店数量：5

商业体：宁波阪急百货

2024奢侈珠宝&腕表品牌在中国
新开设的“首店”一览

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开“首店”数据 （2023 vs. 2024）

2023年

28家奢侈珠宝&腕表品牌

开出**50家**

国内首店/城市首店

对比2023年，2024年
奢侈珠宝&腕表品牌在中国
开出的**“首店”的品牌**
下降54%

对比2023年，2024年
奢侈珠宝&腕表品牌在中国
开出的**“首店”数量**
下降60%

2024年

13家奢侈珠宝&腕表品牌

开出**20家**

城市首店

华丽志 LUXE.CO

智华 庫丽 LUXECO INTELLIGENCE

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开“首店”最多的4个城市（2024）

奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开了哪些“特色”门店？（2024）

2024年奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开的“特色”门店

A.Lange & Söhne 朗格

台北101购物中心

台北首店

Audemars Piguet 爱彼

澳门四季名店

澳门首间AP House

*备注：特色门店按品牌首字母排序

2024年奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开的“特色”门店

Harry Winston 海瑞温斯顿

杭州大厦

杭州首店

Van Cleef & Arpels 梵克雅宝

北京王府中環

国内最大精品店

*备注：特色门店按品牌首字母排序

2024年奢侈珠宝&腕表品牌在中国新开的“特色”门店

Vacheron Constantin 江诗丹顿

广州太古汇

中国面积最大门店

Vacheron Constantin 江诗丹顿

北京SKP

VIC会客室

*备注：特色门店按品牌首字母排序

奢侈珠宝&腕表品牌中国
门店如何焕新升级？（2024）

奢侈珠宝&腕表品牌门店焕新升级的统计（2023 vs. 2024）

2023年

13家奢侈品牌

共完成门店焕新**21**家

完成门店焕新的品牌
同比**增加了62%**

已焕新的门店数量
同比**增加了100%+**

2024年

21家奢侈品牌

共完成门店焕新**54**家

其中4家焕新的门店为
独栋店/多层店
占焕新门店总数量的**7%**

奢侈珠宝&腕表品牌中国门店高规格焕新升级的城市及商业体（2024）

*备注：“高规格”指升级焕新为独栋或多层大店。

2024年奢侈珠宝&腕表品牌中国门店的焕新升级

CARTIER卡地亚

香港圆方购物中心

焕新开业

Chaumet尚美巴黎

北京SKP

焕新开业，并设有“芳登沙龙 Salon Vendome”私享贵宾室

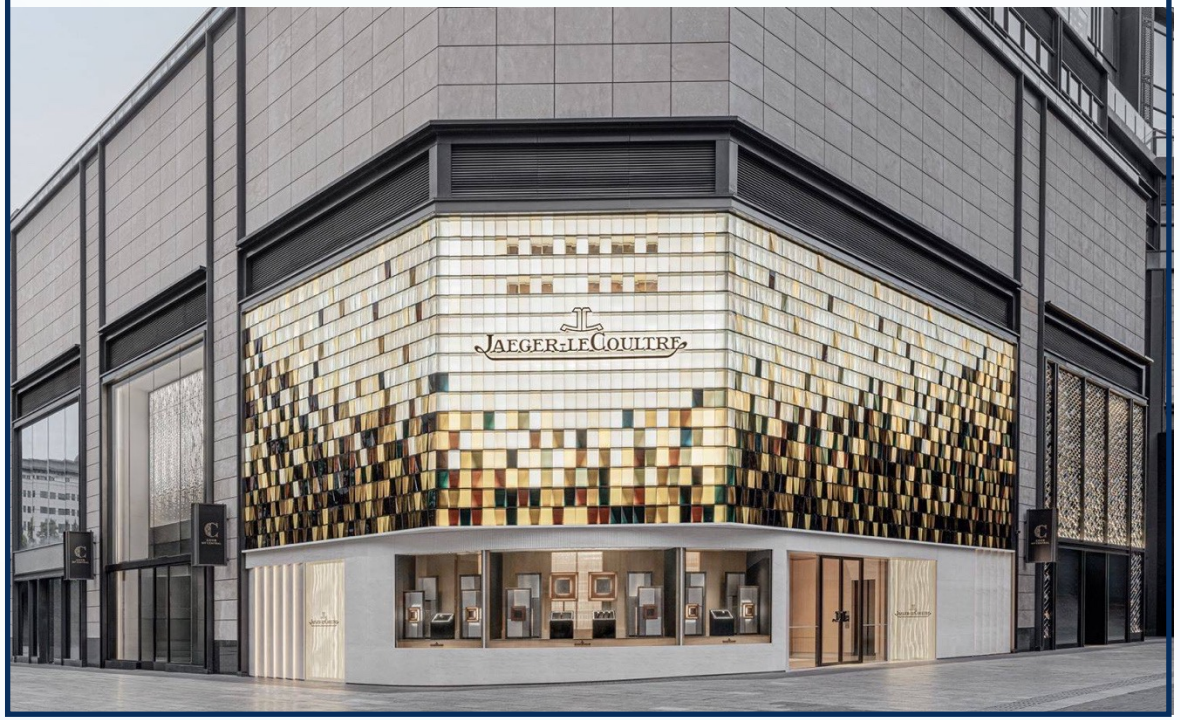
*备注：门店焕新按品牌首字母排序

2024年奢侈珠宝&腕表品牌中国门店的焕新升级

Jaeger-LeCoultre 积家

北京王府中環

焕新开业



IWC 万国表

北京王府中環

焕新开业

*备注：门店焕新按品牌首字母排序

2024年奢侈珠宝&腕表品牌中国门店的焕新升级

Qeelin 麒麟

香港海港城

焕新开业

TIFFANY&CO.蒂芙尼

成都SKP

焕新开业，国内最大店

*备注：门店焕新按品牌首字母排序

奢侈珠宝&腕表品牌在中国的营销活动透露了哪些趋势？（2024）

打造有体验感的客户关系

Van Cleef & Arpels 梵克雅宝

在广西崇左举办“瑰宝天成”高级珠宝鉴赏。邀请品牌VIC参与，向他们展示品牌高级珠宝作品，并为他们呈现了烟花汇演和珠宝主题密切相关的互动体验。

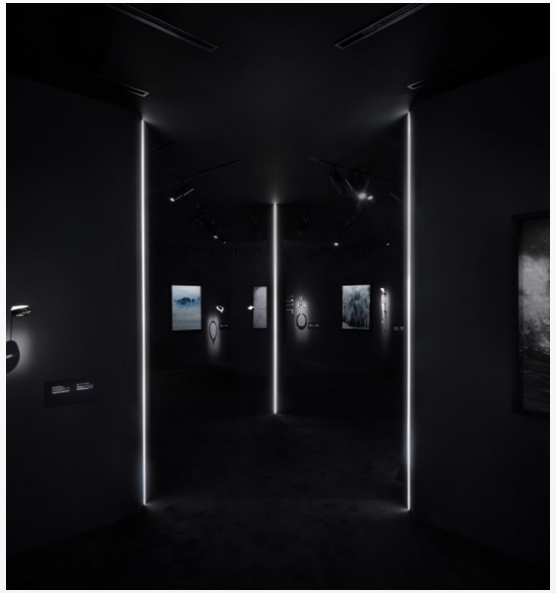
Qeelin 麒麟

在品牌二十周年之际，于杭州举办“游园麒梦”高级珠宝系列私享展。

Vacheron Constantin 江诗丹顿

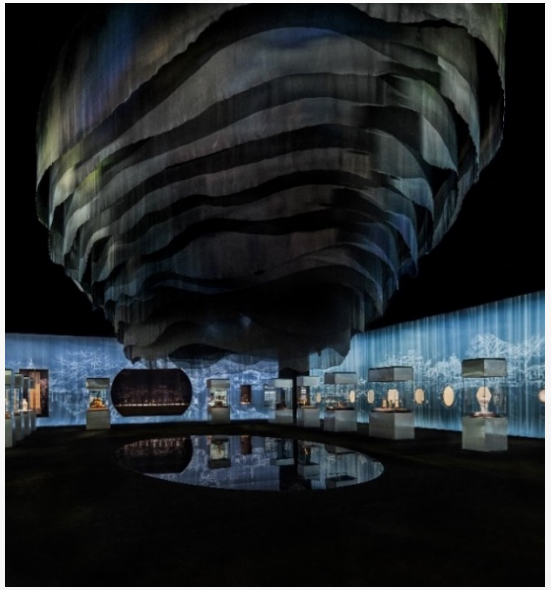
在北京SKP开设专供vic使用的会客室。

持续投入品牌展览



Boucheron 宝诗龙

于北京星地艺术中心呈现全新Carte Blanche, Or Bleu高级珠宝系列。



Cartier 卡地亚

在上海博物馆支持举办展览“满庭芳菲：卡地亚的艺术魔力”。

Patek Philippe 百达斐丽

在北京源邸举行十周年特别展览。

Pomellato 宝曼兰朵

在上海呈献其首场品牌艺术展——「艺彩之境：Pomellato宝曼兰朵非凡创意与匠艺传承，溯源1967，辉耀至今」。

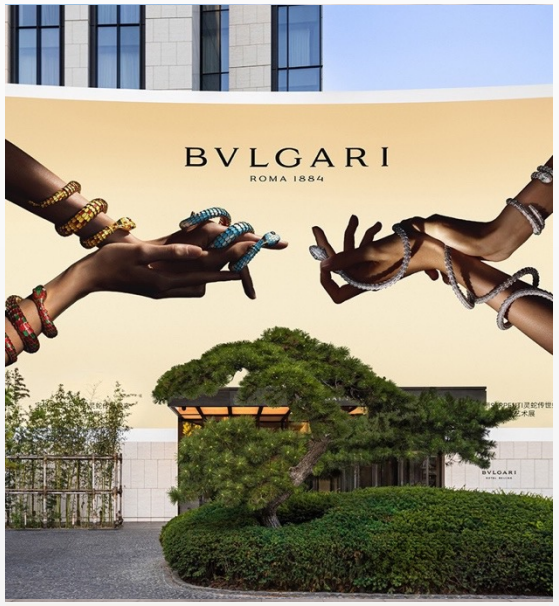
持续投入品牌展览

Vacheron Constantin 江诗丹顿

于北京普度寺举办“盈海恒山—海水江崖与时间之旅”主题特展。

GRAFF 格拉夫

在北京笙白艺术空间举办“GALAXIA”高级珠宝展。



BVLGARI 宝格丽

为庆祝品牌标志性系列Serpenti 诞生75周年，在北京启皓美术馆举办 “Serpenti 灵蛇传世蜕变” 珍藏艺术展。

TASAKI 塔思琦

在上海START星美术馆举办70周年 FLOATING SHELL《浮游梦泽》展览。

推出全新高级珠宝系列

Tiffany & Co. 蒂芙尼

发布 Nathalie Verdeille 的第二个蒂芙尼 Blue Book 高级珠宝系列 Tiffany Céleste苍穹万象，该系列在北京前门文华东方酒店举行中国首展。

Cartier 卡地亚

推出全新NATURE SAUVAGE高级珠宝系列，并在外滩·老市府举办全新 NATURE SAUVAGE 高级珠宝展，同时，卡地亚珠宝学院的负责人 Alexandre Auberson 及其团队带来高级珠宝工艺演示及大师课堂。

PIAGET 伯爵

在品牌150周年之际，推出全新Essence of Extraleganza奢雅之源高级珠宝系列，并在上海复星艺术中心举办伯爵150周年庆典暨“Essence of Extraleganza”奢雅之源高级珠宝展。

强化经典标志系列

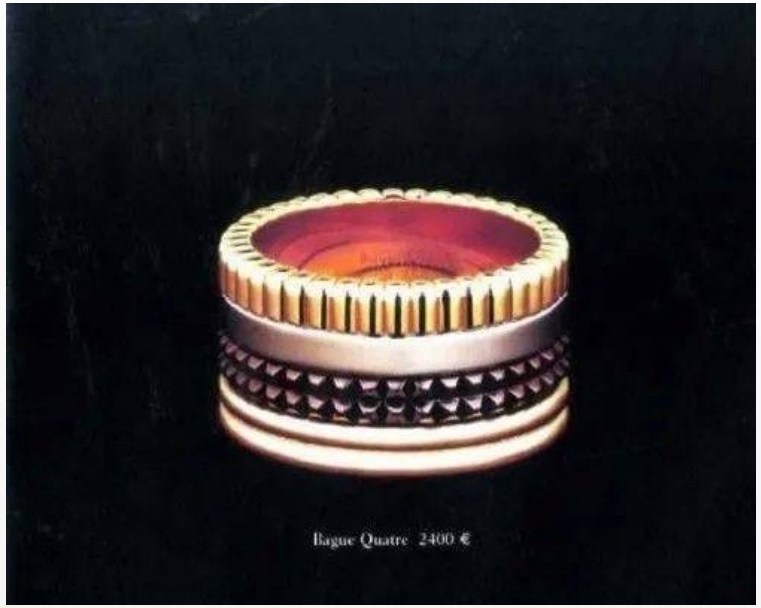
Cartier 卡地亚

在卡地亚 TRINITY 100周年之际，于上海西岸艺术中心举办《百年经典，隽永风格》卡地亚TRINITY 100主题展览全球首站。

Van Cleef & Arpels 梵克雅宝

为宣传其Perlée系列，分别在上海愚园路、北京三里屯、南京德基广场、武汉武商MALL、深圳湾万象城、杭州万象城开设“Perlée限时体验空间”。

强化经典标志系列

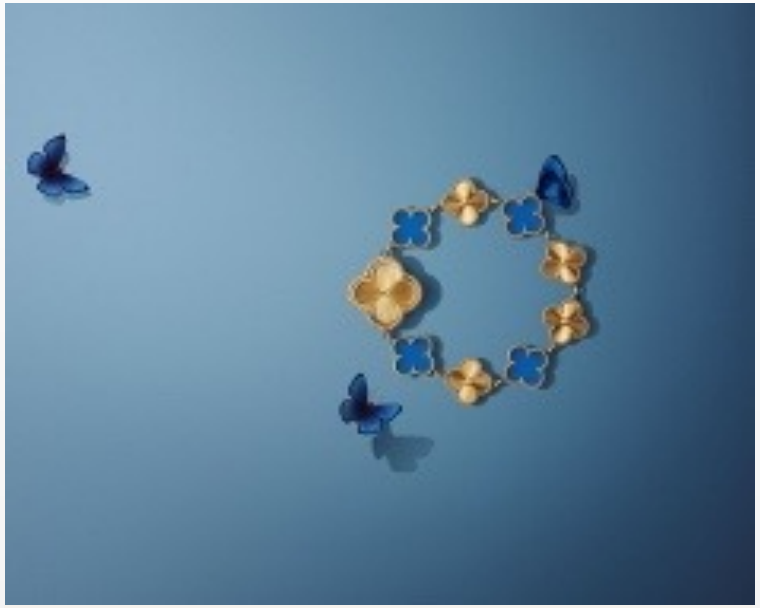


Boucheron 宝诗龙

Quatre 系列20周年之际，在上海开设限时体验空间。并联合微博，将 Quatre 系列融入节日场景，当平台用户搜索“七夕珠宝”、“宝诗龙”、“Quatre”等时，这些关键词会变为独特的异形设计。

Tiffany 蒂芙尼

2024年七夕前夕，Tiffany携手天猫超级品牌日，于天猫官方旗舰店全球线上首发了全新Tiffany Lock系列项链。同期，发布系列人物短片《守护，是爱的方式》，在短片中，全新Lock系列项链被佩戴展示，并通过与爱的主题相关联或讲述爱的故事，强化了Tiffany作为爱的象征的品牌形象。



Van Cleef & Arpels 梵克雅宝

推出全新演绎的Alhambra四叶幸运新品系列，如以玑镂雕花黄K金结合蓝玛瑙。该系列通过微信朋友圈的小程序进行推广。

加大腕表幕后知识的沟通

Jaeger-LeCoultre 积家

积家在北京王府中環开设“精妙之艺”主题展览，呈现关于积家、关于高级制表链路、乃至整个高级制表“精准”背后的故事。同时在全新开幕的积家王府中環旗舰店二楼设置了安东尼制表大师工作坊（Atelier d’Antoine），面向中国市场免费向公众预约开放（需通过积家王府中環旗舰店销售人员进行预约）。

A. Lange & Söhne 朗格

为庆祝LANGE 1朗格1系列诞生三十周年，朗格于北京王府中環特别呈现【LANGE 1三十周年主题展】。同时展厅现场设有制表师工作台，观众可以观赏来自萨克森制表厂的精密制表工艺。

差异化构建腕表品牌的魅力

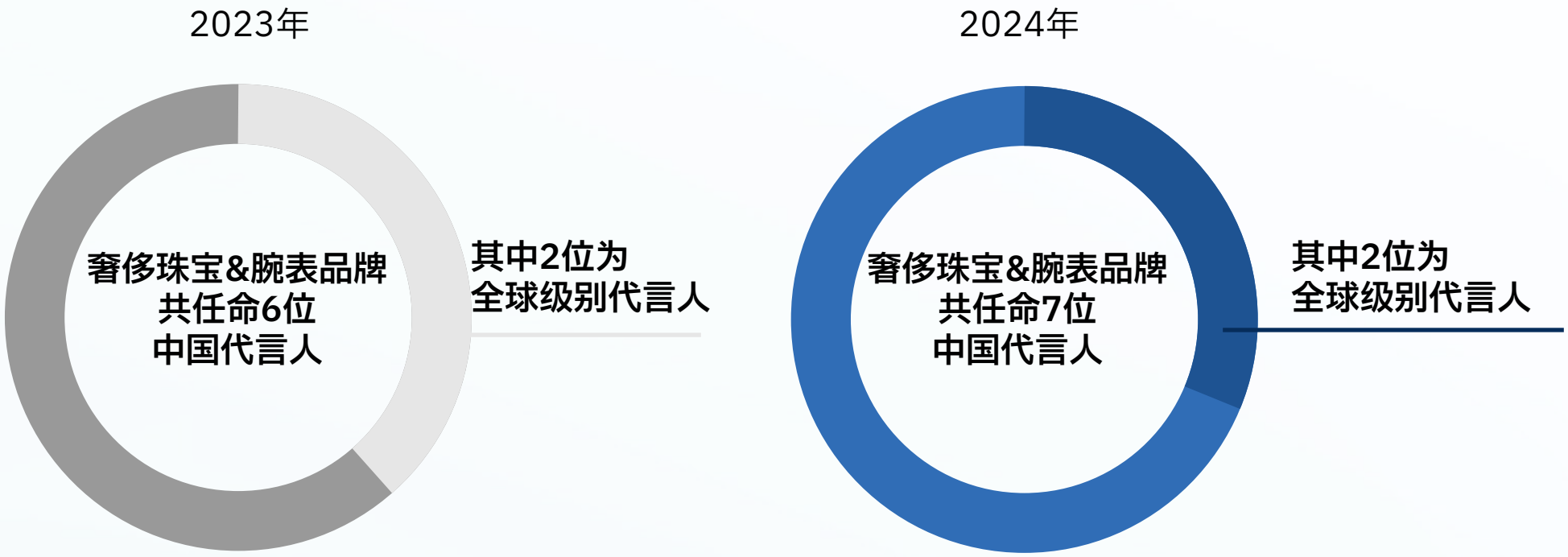
Blancpain 宝珀

连续举办七届宝珀理想国文学奖；及分别在上海新天地旗舰店、北京国贸旗舰店等品牌店内举办限时读书月活动。这样的活动增强了品牌的文化内涵、体现品牌对文化艺术的重视，进一步巩固了品牌与消费者之间的情感纽带。

IWC万国表

在北京举办IWC万国表女性论坛，品牌大使、滑雪运动员谷爱凌、导演滕丛丛等出席活动，从职业女性角度，围绕 IWC 女性精神进行了深刻的探讨。这不仅为品牌提供了一个展示其对女性精神重视的平台，传达了对女性力量和独立精神的认可与支持。这种积极的品牌形象有助于吸引更多女性消费者，提升品牌的知名度和美誉度。

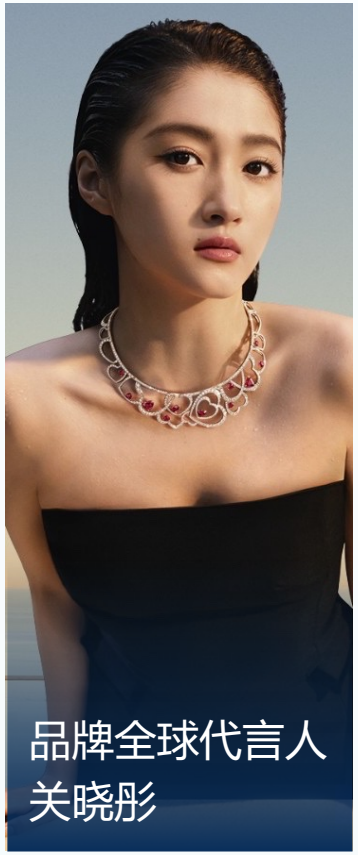
奢侈珠宝&腕表品牌新任命的中国代言人（2024）



奢侈珠宝&腕表品牌新任命的中国代言人（2024）

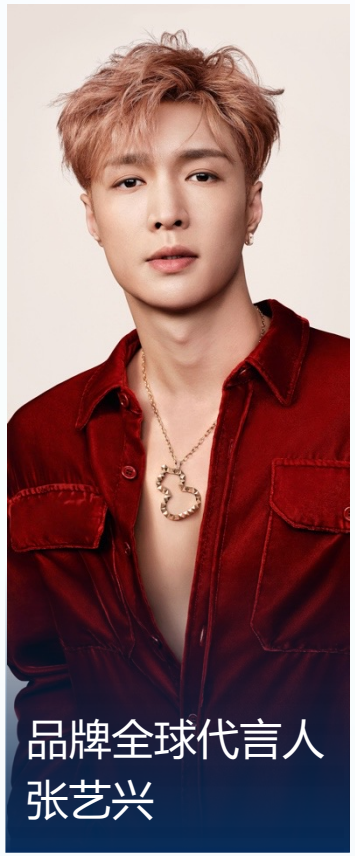
DE BEERS JEWELLERS

FRED



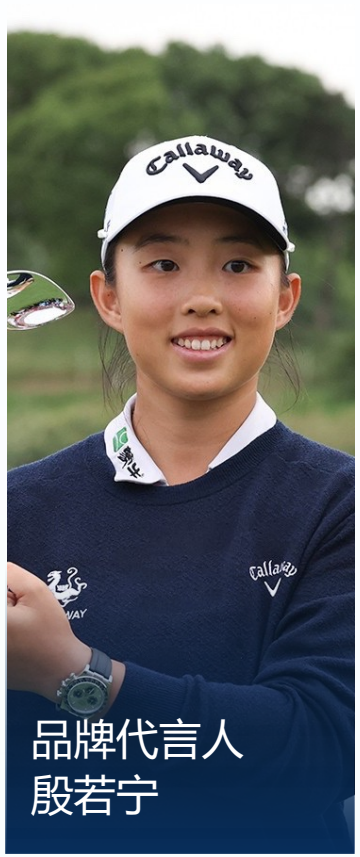
MESSIKA PARIS

qeelin



ROLEX

ROLEX



TAGHeuer SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

往期榜单查阅链接：

2024H1奢侈品牌中国活力榜
https://luxe.co/post/360326

2023年度奢侈品牌中国活力榜
https://luxe.co/post/328861

2023H1奢侈品牌中国活力榜
https://luxe.co/post/306638

2022年度奢侈品牌中国活力榜
https://luxe.co/post/265215

2022秋季版奢侈品牌中国观察
https://luxe.co/post/235242

2021年度奢侈品牌中国活力榜
https://luxe.co/post/198847

2024H1度奢侈珠宝&腕表品牌活力榜
https://luxe.co/post/359909

2023年度奢侈珠宝&腕表品牌活力榜
https://luxe.co/post/329803

2023H1奢侈珠宝&腕表品牌活力榜
https://luxe.co/post/307778

2022年度奢侈珠宝&腕表品牌活力榜
https://luxe.co/post/269845

榜单英文版，查阅链接：

Luxury Jewelry and Watch Brands China Power Ranking 2024H1
https://luxe.co/post/361604

Luxury Brands in China Power Ranking 2024 H1
https://luxe.co/post/360762

Luxury Brands in China Power Ranking & Top Cases 2023
https://luxe.co/post/331139

Luxury Jewelry and Watch Brands China Power Ranking 2023
https://luxe.co/post/332103

China Luxury Brands Power Ranking 2023 H1
https://luxe.co/post/308803

2022 China Luxury Brand Ranking
https://luxe.co/post/271333

Luxury Brand China Insight (2022 Autumn)
https://luxe.co/post/241316

往届奢侈珠宝&腕表品牌活力榜排名示意

2022年度
奢侈珠宝&腕表品牌活力榜

排名		品牌
1	BVLGARI	BVLGARI 宝格丽
2	qeelin	Qeelin 麒麟珠宝
3	Van Cleef & Arpels	Van Cleef & Arpels 梵克雅宝
4	Cartier	Cartier 卡地亚
5	VACHERON CONSTANTIN	Vacheron Constantin 江诗丹顿
6	DE BEERS	De Beers 戴比尔斯
7	TIFFANY&Co.	Tiffany&Co. 蒂芙尼
8	HUBLOT	Hublot 宇舶表
9	IWC	IWC 万国表
10	CHAUMET	Chaumet 尚美巴黎

2023H1
奢侈珠宝&腕表品牌活力榜

排名		品牌
1	Cartier	Cartier 卡地亚
2	BVLGARI	BVLGARI 宝格丽
3	CHAUMET	CHAUMET 尚美巴黎
4	BREITLING 1884	Breitling 百年灵
5	TIFFANY&Co.	Tiffany & Co. 蒂芙尼
6	qeelin	Qeelin 麒麟珠宝
7	Van Cleef & Arpels	Van Cleef & Arpels 梵克雅宝
8	DE BEERS	De Beers Jewellers 戴比尔斯珠宝
9	Glashütte Original	Glashütte Original 格拉苏蒂原创
10	BLANCPAIN	Blancpain 宝珀

2023年度
奢侈珠宝&腕表品牌活力榜

排名		品牌
1	Cartier	Cartier 卡地亚
2	BREITLING 1884	Breitling 百年灵
3	TIFFANY&Co.	Tiffany & Co. 蒂芙尼
4	qeelin	Qeelin 麒麟珠宝
5	BVLGARI	BVLGARI 宝格丽
6	Chopard	Chopard 萧邦
7	VACHERON CONSTANTIN	Vacheron Constantin 江诗丹顿
8	DE BEERS	De Beers Jewellers 戴比尔斯珠宝 (并列第 8)
8	Van Cleef & Arpels	Van Cleef & Arpels 梵克雅宝 (并列第 8)
9	CHAUMET	CHAUMET 尚美巴黎 (并列第 9)
9	BLANCPAIN	Blancpain 宝珀 (并列第 9)
10	LONGINES	Longines 浪琴表

2024H1
奢侈珠宝&腕表品牌活力榜

No.1
TIFFANY&Co.

No.2*
BVLGARI
Cartier

No.3*
BLANCPAIN
VACHERON CONSTANTIN

No.4
qeelin

No.5
Van Cleef & Arpels

No.6
HUBLOT

No.7*
DE BEERS
ROLEX
TAGHeuer

No.8*
MESSIKA
MIKIMOTO
OMEGA
PIAGET

No.9
GRAFF

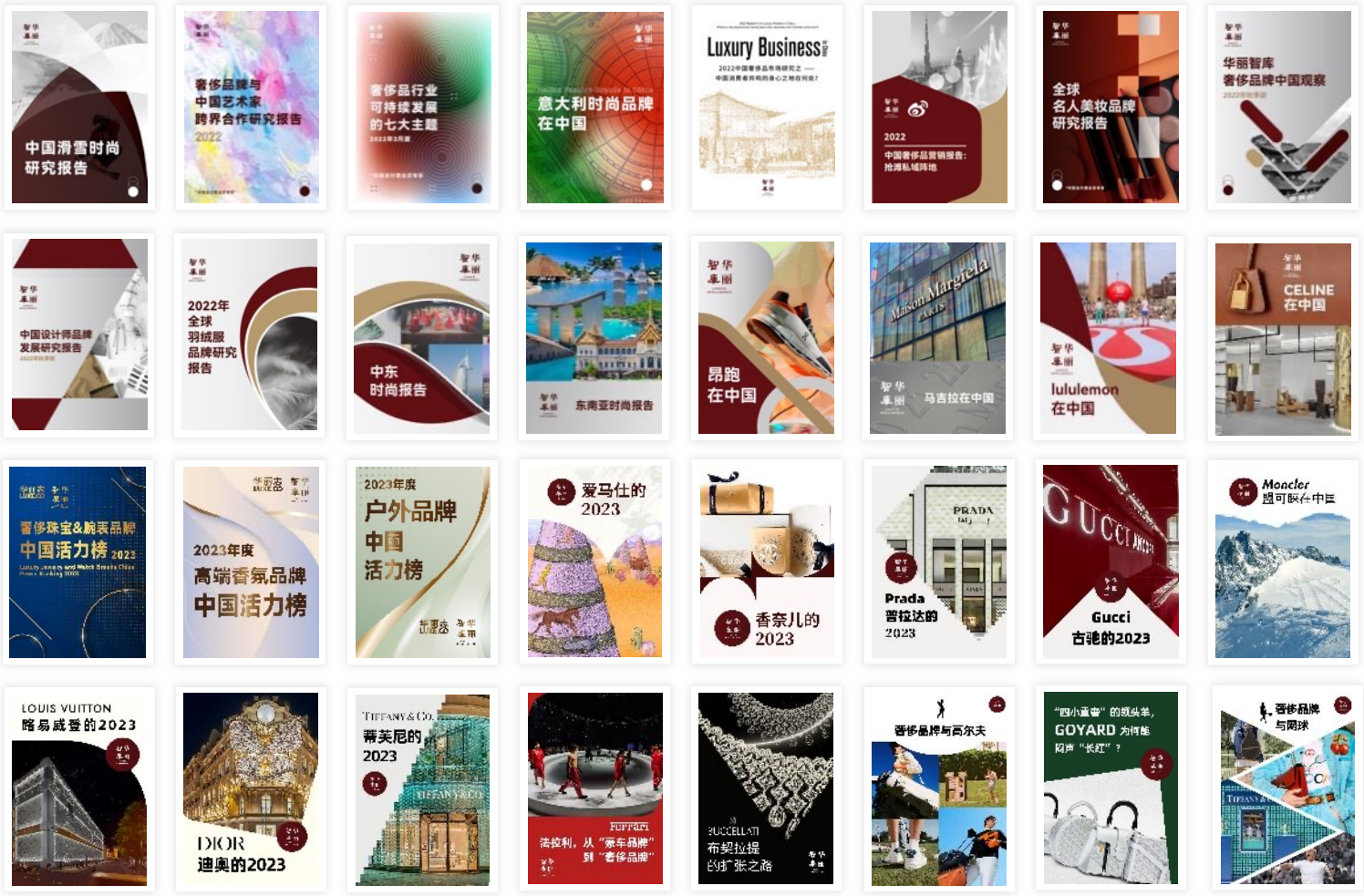
No.10*
BREITLING 1884
CHAUMET
TASAKI

* 备注：排名第 2、第 3、第 7、第 8 和第 10 名由于品牌分值相同，因此名次并列，并按照品牌字母先后顺序展示

华丽志 LUXE.CO 智华 庫丽 LUXECO INTELLIGENCE

以下「华丽智库」研究报告已经发布，欢迎下载。

《中国滑雪时尚研究报告》
《奢侈品牌与中国艺术家跨界合作研究报告》
《奢侈品行业可持续发展的七大主题》
《意大利时尚品牌在中国》
《2022中国奢侈品市场研究：中国消费者共鸣的身心之地在何处？》
《2022中国奢侈品营销报告：抢滩私域阵地》
《全球名人美妆品牌研究报告》
《2022年华丽智库奢侈品牌中国观察》
《中国设计师品牌发展研究报告》
《 2022年全球羽绒服品牌研究报告》
《中东时尚报告》
《东南亚时尚报告》
《昂跑在中国》
《马吉拉在中国》
《lululemon在中国》
《CELINE在中国》
《奢侈珠宝腕表品牌中国活力榜2023》
《2023年度高端香氛品牌中国活力榜》
《2023年度户外品牌中国活力榜》
《爱马仕的2023》
《香奈儿的2023》
《Prada 的2023》
《Gucci 的2023》
《Moncler 在中国》
《路易威登的2023》
《迪奥的2023》
《蒂芙尼的2023》
《法拉利，从“豪车品牌”到“奢侈品牌”》
《Buccellati 布契拉提的扩张之路》
《奢侈品牌与高尔夫》
《“四小重奢”的领头羊，Goyard 为何能闷声“长红”？》
《奢侈品牌与网球》
……



所有“华丽智库”研究报告目前仅对华丽志订阅用户开放。
注册华丽志订阅用户，请扫码下载华丽志app或登录华丽志网站https://luxe.co/

关于「华丽智库」

「华丽智库」长期深耕时尚和奢侈品领域，基于我们持续建设的行业网络、数据智能和知识体系，致力于为中国及海外的品牌与企业提供专业、创新和前瞻的咨询服务，涉及的方向包括:

品牌焕新升级战略、品牌内容及传播策略、细分行业定位及机会分析、中国市场进入策略等。

我们将每月发布数份「华丽智库」原创研究报告，并不定期举办行业讲座与论坛。如有相关合作需求，欢迎联系我们。

定制项目与合作洽谈，敬请联系:
王琼 | 华丽智库 项目总监
微信:elisatina929，邮箱:lci@luxe.co

扫码下载华丽志APP
联结全球时尚创新 · 赋能中国品牌成长

重要声明

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司对其准确性、可靠性或完整性不做任何承诺。本报告所载的资料、意见及推测仅反映报告初次公开发布时的判断，可能会随时调整而不作另行通知。本报告力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响。

本报告仅作为一般信息，并只提供给客户作参考之用，不构成任何投资，法律，会计或税务的最终操作建议，亦不构成任何证券或金融商品的要约邀请或宣传资料。

本报告文字版权归本公司所有，所有图片版权归对应品牌所有。未经本公司事先书面授权，任何人不得对本报告进行何形式的发布，复制。如引用，刊发，需注明出处为“华丽智库”，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。