# Kochamy luksus – tak wygląda rynek premium w Polsce

Sektor dóbr luksusowych w Polsce ma się świetnie. Szacuje się, że do 2029 r. jego wartość przekroczy 70 miliardów złotych[[1]](#footnote-1). Firmy z branży motoryzacyjnej, modowe, kosmetyczne czy producenci ekskluzywnych mebli, dostrzegając potencjał polskiego rynku, inwestują w rozwój swojej obecności w naszym kraju.​ W ślad za rosnącą zamożnością społeczeństwa, aspiracjami nowej klasy średniej i coraz wyraźniejszym apetytem na jakość i prestiż, Polska staje się jednym z ważniejszych punktów na mapie ekspansji marek premium w Europie Środkowej.

## Luksus na polskich drogach

Segment samochodów premium i luksusowych wiedzie prym na polskim rynku dóbr luksusowych. W 2024 roku jego wartość osiągnęła 36 mld zł[[2]](#footnote-2), co stanowi znaczący wzrost w porównaniu z poprzednimi latami. Marki takie jak BMW, Audi czy Mercedes odnotowały dwucyfrowe wzrosty sprzedaży, co świadczy o rosnącym zainteresowaniu Polaków ekskluzywnymi pojazdami. Użytkownikom samochodów nie chodzi przy tym o sam prestiż, jakie daje posiadanie auta marki premium, ale o wrażenia z jazdy. Liczy się doświadczanie a nie posiadanie.

## Wzrost wartości rynku kosmetyków i perfum

Według ekspertów z KPMG, kategoria luksusowych kosmetyków i perfum osiągnęła w 2024 roku rekordową wartość 2 mld zł, co oznacza wzrost o 5,8% w porównaniu z poprzednim rokiem. Największy udział w rynku miały perfumy, odpowiadające za 50,6% całkowitej sprzedaży[[3]](#footnote-3).

## Włoski design w polskich wnętrzach

Włoskie meble od lat są cenione za swoje eleganckie wzornictwo i doskonałą jakość, co sprawia, że są one chętnie wybierane przez Polaków do aranżacji ekskluzywnych wnętrz. Biorąc pod uwagę trendy, polska firma Halupczok, znana z produkcji ekskluzywnych mebli kuchennych, wprowadziła na polski rynek jedną z najbardziej prestiżowych włoskich marek – Veneta Cucine. Ta współpraca łączy polską jakość z włoskim designem, oferując klientom unikatowe rozwiązania na wyciągnięcie ręki. To także przykład na to, że zagraniczne marki dostrzegają potencjał polskiego rynku i decydują się na współpracę z lokalnymi firmami, o ugruntowanej pozycji w segmencie premium.

Marka Halupczok jest wyłącznym przedstawicielem Veneta Cucine na rynku polskim. Co to oznacza dla polskich konsumentów dóbr luksusowych? – „Współpraca z Veneta Cucine to dla nas krok w stronę budowania nowej kategorii premium na rynku mebli kuchennych. Polscy klienci poszukują nie tylko jakości, ale też unikalnej estetyki i doświadczenia w bardziej przystępnej cenie. Oferta tej włoskiej marki stanowi doskonałą odpowiedź na te potrzeby” – podkreśla Adrian Halupczok, właściciel i twórca marki Halupczok.

## Moda na światowym poziomie

Światowe domy mody, takie jak Louis Vuitton, Hermès czy Ermenegildo Zegna, dostrzegły potencjał polskiego rynku, otwierając swoje butiki w prestiżowych lokalizacjach Warszawy. Obecność tych marek świadczy o rosnącym zapotrzebowaniu na luksusową modę wśród polskich konsumentów, którzy coraz częściej cenią nie tylko wysoką jakość i kunszt wykonania, ale także prestiż związany z zakupami w renomowanych domach mody.

Trend ten wpisuje się w szersze zmiany zachodzące w polskim społeczeństwie – wzrost zamożności, otwartość na międzynarodowe inspiracje oraz rosnące znaczenie indywidualnego stylu jako formy wyrażania siebie. Warszawa, stając się jednym z ważniejszych punktów na modowej mapie Europy Środkowo-Wschodniej, przyciąga nie tylko globalne marki, ale i klientów z zagranicy, którzy szukają wyjątkowych doświadczeń zakupowych w eleganckim i nowoczesnym otoczeniu.

## Tu jest jakby luksusowo

Eksperci rynku podkreślają, że Polacy coraz bardziej doceniają luksus i marki premium. Emocje, jakość i design odgrywają większą rolę niż cena, co sprawia, że konsumenci poszukują produktów dostarczających wyjątkowych doświadczeń i pozwalających wyróżnić się w tłumie. Nic dziwnego, że firmy z segmentu premium chętnie inwestują w Polsce, dostrzegając w niej duży potencjał wzrostu.

Polska staje się przy tym także przestrzenią do budowania wartościowych, europejskich marek wnętrzarskich. **Zarówno lokalni producenci, jak i wyłączni przedstawiciele, tacy jak Halupczok,** pokazują, że rynek ten dojrzewa – i coraz częściej wyznacza kierunki, a nie tylko podąża za trendami.

1. https://ceo.com.pl/premiumizacja-w-praktyce-jak-luksus-staje-sie-jeszcze-bardziej-ekskluzywny-98371 [↑](#footnote-ref-1)
2. https://mamstartup.pl/polski-rynek-dobr-luksusowych-bije-rekordy-i-osiagnie-wartosc-556-mld-zl-w-2024-roku-polacy-chetnie-inwestuja-w-sztuke/ [↑](#footnote-ref-2)
3. https://www.wiadomoscikosmetyczne.pl/rynek-kosmetyczny/marki-luksusowe-i-premium-w-polsce-2024-25-najwieksze-wyzwania-raport-2523648 [↑](#footnote-ref-3)