

LANVIN GROUP

Lanvin Group（复朗集团）2022 年营收再创新高，初步收入同比增长 38%

- 2022 年录得总收入 4.25 亿欧元，较 2021 年增长 38%，超过此前披露的预期⁽¹⁾
- 集团旗下所有品牌均实现增长，其中旗舰品牌 Lanvin 同比增长 67%
- 平衡的全球增长战略推动 EMEA 市场增长 44%，北美市场增长 36%，大中华区虽受新冠疫情影响仍逆势增长 13%
- 成功的全渠道战略带来集团全球批发业务增长 42%，直接面向消费者（DTC）业务增长 35%
- 集团将在 2023 年继续推进其战略举措，进一步提升收入和盈利能力

2023 年 2 月 17 日—全球时尚奢侈品集团 Lanvin Group（复朗集团）（纽交所代码：LANV，简称“集团”）今日公布其 2022 年实现全年初步未经审计收入 4.25 亿欧元，较 2021 年经审计收入同比增长 38%，较假设计入 Sergio Rossi 2021 年全年预估（pro forma）收入的数据计算同比增长 25%⁽²⁾。

复朗集团董事长兼首席执行官程云女士表示：“2022 年强劲的初步收入数据是对于我们全球增长战略的再一次证实，体现出了我们一直以来对于追求成功和企业家精神的坚持，也反映出旗下品牌的卓越声誉。展望未来，尽管当前宏观经济仍面临挑战，但随着亚太地区的逐步复苏，我们对 2023 年充满信心。”

程云女士还表示：“2022 年对于复朗集团来说是激动人心的一年。我们将在继续保持旗下品牌经典传承的基础上，面向未来持续焕新，不断超越消费者的期待，同时积极鼓励品牌间不同层面的合作，进一步释放我们独特的全球平台所带来的协同价值。”

2022 年全年初步未经审计收入回顾

2022 年全年初步未经审计收入 (按品牌)

(千欧元)	2022A 初步未审计数	2021A 经审计数	2022A vs. 2021A 增长率 %
Lanvin	121,313	72,872	+67%
Wolford	126,579	109,332	+16%
St. John	85,763	73,094	+17%
Sergio Rossi	61,929	28,737	+116%
Caruso	30,819	24,695	+25%
品牌总计	426,403	308,730	+38%
合并抵消	(1,881)	92	
集团总计	424,522	308,822	+38%

经营亮点

所有品牌均实现强劲增长：五个品牌同比去年均实现增长。差异化的品牌策略的成功实施不仅带来了各品牌 2022 年业绩的强劲增长，还为 2023 年和今后的长期发展奠定坚实基础。作为集团的旗舰品牌，Lanvin 全球收入增长 67%，其中批发渠道创纪录增长 145%，充分证实了品牌在全球奢侈品零售商和买手中快速增长的吸引力和需求，尤其是对其配饰产品的需求；DTC 业务也增长了 39%，主要归功于由消费者联接和数字化举措所带来的店铺经营效率的提升。

更聚焦的品牌和产品策略显露成效：2022 年增长的主要驱动因素之一就是重新聚焦的品牌战略，以及对产品类目与组合的优化。各品牌不仅推出了新的胶囊和产品系列，并且重新聚焦于核心产品，打造平衡的产品组合。集团对配饰产品的推动也成为收入和盈利能力增长的强劲动因。

Wolford 对品牌经典款和运动休闲产品线的演绎被证明是成功的策略组合；与 GCDS、MUGLER、ALBERTA FERRETTI 和 Sergio Rossi 的联名系列，也成功为品牌吸引到一批新的客群。Caruso 则以其高品质的意大利男装充分契合了人们重返职场所带来的“回归优雅”的时尚趋势。St. John 继续强化“美式奢华”的定位并在产品上聚焦经典，成功在 DTC 渠道和北美核心市场收获强劲表现。Lanvin 也进一步巩固了其作为标志性的现存历史最悠久的法国高级时装屋的定位，同时通过皮具和运动鞋等配饰产品大幅提升了品牌在年轻消费者中的吸引力。

全渠道和数字化战略推动所有渠道增长：2022 年的全渠道战略推动了 DTC 和批发业务的同步增长。2022 年全年，集团 DTC 渠道收入从 1.87 亿欧元增长 35% 至 2.53 亿欧元，批发收入也从 1.16 亿欧元增长 42% 至 1.65 亿欧元。在批发业务方面，品牌们进一步渗透现有客户并积极拓展新的合作伙伴；在 DTC 业务方面，在店铺和社交媒体层面的客户联接举措有效带来了品牌认知度和单店经营效率的显著增长。集团在 2022 年为其后续零售版图的扩张奠定了坚实的基础。

数字化营销也帮助品牌在 2022 年有效吸引到了更年轻的新客群。2022 年下半年，集团在北美地区成立了一个由 Shopify 创新技术驱动的全新数字化共享平台。Sergio Rossi 和 Lanvin 已成功将其北美市场的电商业务迁移至该平台，这预期将在未来几年为品牌们带来新一轮增长。

全球性发展战略带来各区域市场的平衡发展：2022 年，集团在所有区域市场均实现显著增长。作为集团最大的区域市场，EMEA（欧洲、中东和非洲）的业绩表现最为强劲，从 1.48 亿欧元增长至 2.14 亿欧元，涨幅达 44%。北美市场也显示出 36% 的稳定增长，收入从 1.07 亿欧元增长至 1.45 亿欧元。尽管经历了新冠疫情的影响，大中华区仍旧实现了 13% 的涨幅，收入从 4300 万欧元提升至 4800 万欧元；考虑到各个品牌目前在大中华区的零售布局和品牌传播尚处于起步阶段，这样的成绩已然令人欣喜。

展望 2023

集团预期将在 2023 年延续其增长势头，但同时也意识到可能面临的宏观经济挑战，因此预期将在亚太地区逐步复苏的积极影响下持续实现健康的业绩增长。

2023 年，集团和品牌层面均将继续推进积极举措，以提高盈利能力。集团也将进一步通过产品品类尤其是配饰品类的拓展以及品牌建设和市场推广，专注提升各品牌在消费者中的吸引力。

电话会议

如之前公布，今天美国东部时间上午 8:00 / 中国时间晚上 9:00，集团将举行网络直播和电话会议，分享和探讨 2022 年全年初步收入情况及 2023 年展望。请点击以下链接注册，参与我们的电话会议：

注册链接：<https://dpregrister.com/sreg/10175603/f5e737e150>

会议的直播和回放以及会议材料均可通过集团的投资者关系网站收看和获取：<https://ir.lanvin-group.com/Events>

发布预告

集团将于 2023 年 4 月正式发布 2022 年全年业绩。如您希望获得未来集团财务相关信息发布和公告的邮件提醒，请登陆 <https://ir.lanvin-group.com> 完成注册。

注：所有百分比变化均以实际货币汇率为基础计算。

(1) 该预期由集团在与 Primavera Capital Acquisition Corp. (“PCAC”) 公告进行业务合并时公布。该预期也披露在集团向 SEC 提交的 F-4 表格登记声明（文件号 333-266095）中的 “Certain Unaudited Lanvin Group Prospective Financial Information” 一节。

(2) 集团于 2021 年 7 月收购了 Sergio Rossi 的大部分股份，并从收购日期开始将 Sergio Rossi 并入集团营收。基于预估数据（pro forma）的结果反映了 Sergio Rossi 在 2021 年全年营收被计入计算增长率的情况。

附录

Lanvin Group 2022 年全年初步未经审计收入（按品牌）

(千欧元)	2022A 初步未审计数	2021A 经审计数	2022A vs. 2021A 增长率 %
Lanvin	121,313	72,872	+67%
Wolford	126,579	109,332	+16%
St. John	85,763	73,094	+17%
Sergio Rossi	61,929	28,737	+116%
Caruso	30,819	24,695	+25%
品牌总计	426,403	308,730	+38%
合并抵消	(1,881)	92	
集团总计	424,522	308,822	+38%

Lanvin Group 2022 年全年初步未经审计收入 (按地区)

(千欧元)	2022A 初步未审计数	2021A 经审计数	2022A vs. 2021A 增长率 %
EMEA	213,797	148,197	+44%
North America	144,624	106,701	+36%
Greater China	47,881	42,518	+13%
Other	18,220	11,406	+60%
集团总计	424,522	308,822	+38%

Lanvin Group 2022 年全年初步未经审计收入 (按渠道)

(千欧元)	2022A 初步未审计数	2021A 经审计数	2022A vs. 2021A 增长率 %
DTC/eCommerce	252,799	186,813	+35%
Wholesale	165,286	116,417	+42%
Other	6,437	5,592	+15%
集团总计	424,522	308,822	+38%

###

关于 Lanvin Group

Lanvin Group (复朗集团) 是一家全球时尚奢侈品集团, 旗下品牌包括现存法国历史最悠久的高级时装屋 Lanvin、奥地利奢侈亲肤衣物品牌 Wolford、意大利奢侈鞋履品牌 Sergio Rossi、美国经典针织女装品牌 St. John Knits 以及意大利高端男装制造商 Caruso。凭借创新理念和与行业领先合作伙伴建立的独特战略联盟, 复朗集团通过战略投资、产业运营和对全球增长最快的时尚奢侈品市场的深入了解, 致力推动旗下品牌的全球扩张, 实现可持续发展。详情请参阅网站: www.lanvin-group.com。浏览投资者简报, 请前往: <https://ir.lanvin-group.com>

免责声明

2022 年全年收入为初步且未经审计。本集团财务报表的审计工作将于出具 2022 年合并财务报表时完成。该等未经审计的财务数据并非集团截至 2022 年 12 月 31 日止财务业绩的综合报表, 且不应被视为可替代本集团依据《国际财务报告准则》编制的完整年度财务报告

表。该等未经审计的初步财务业绩或将依据本集团的财务结算程序进行修订，包括本集团审计委员会对此的审查，及本集团截至 2022 年 12 月 31 日止年度的合并财务报表的定稿和审计。在编制本集团截至 2022 年 12 月 31 日止合并财务报表及相关附注及完成其审计的期间，或将明确对上述初步预估财务业绩的额外调整。报告期间的实际业绩或不同于该等初步业绩。

前瞻性陈述

本通讯（包括所载“展望 2023”部分），包含“前瞻性陈述”（依《1995 年私人证券诉讼改革法案》“安全港”条款定义）。前瞻性陈述通常附有如下词语：“相信”、“或”、“将”、“估计”、“继续”、“预料”、“有意”、“预期”、“应当”、“将会”、“计划”、“预计”、“潜在”、“似乎”、“寻求”、“未来”、“展望”、“预测”，及预测或表明未来事件或趋势或非历史事项陈述的类似表达。该等前瞻性陈述包括但不限于，有关其他财务及业绩指标和对市场机遇的估计和预估。该等陈述基于各种假设，不论是否在本通讯中指明，并基于复朗集团相关管理层的现有预期，并非对实际业绩的预测。该等前瞻性陈述仅用作说明目的，投资人不得将其作为担保、保证、或对事实或概率明确表述而加以依赖。实际事件及形势很难或不可能被预测，且与假设不同。许多实际事件及形势超出复朗集团的掌控。可能导致实际结果实质不同于前瞻性陈述明示或暗示结果的潜在风险和不确定性包括但不限于：复朗集团及时完成财务结算程序并定稿 2022 财年合并财务报表的能力；不利于复朗集团从事之业务的变动；复朗集团的预计财务信息、预期增长率、盈利能力和市场机遇并不代表其实际或未来业绩；增速管理；新冠疫情或类似公共卫生危机对复朗集团业务的影响；复朗集团维护其品牌价值、认可度及声誉的能力，及识别和响应新的和不断变化的客户偏好的能力；客户购物能力及欲望；复朗集团成功实施其业务战略及计划的能力；复朗集团有效管理其广告及营销费用并取得预期影响的能力；准确预测客户需求的能力；个人奢侈品市场的激烈竞争；复朗集团的分销渠道或该合作伙伴的中止；复朗集团协商、维系或续签许可证协议的能力；复朗集团保护其知识产权的能力；复朗集团吸引及挽留合格人士和维护手工艺的能力；复朗集团发展及维护其有效内控的能力；经济形势；未来融资结果；及不时向美国证监会申报之报告中所讨论因素。如任一风险成为现实，或复朗集团的假设被证明是错误的，实际结果可能与该等前瞻性陈述所暗示的结果存在重大差异。存在复朗集团目前未知，或认为现阶段不构成重要性的额外风险可能导致实际结果实质不同于本前瞻性陈述。此外，本前瞻性陈述仅针对复朗集团对未来事件及看法截至本通讯日期的预期，计划及预计。复朗集团预期，随后的事件及进展可能导致其评估发生变动。然而，尽管复朗集团可选择在未来某个时点更新该等前瞻性陈述，复朗集团明确排除任何如此行事的义务。该等前瞻性陈述不得作为代表复朗集团对本通讯日后任何日期相关情形的评估而加以依赖。为此，不得过度依赖前瞻性陈述。

问询：

媒体

Lanvin Group

何丹阳 (Miya He)

+86 1861 081 1457

miya.he@lanvin-group.com

富捷思国际

Richard Barton

+852 9301 2056 or +41 79 922 7892

richard.barton@fgsglobal.com

投资者

Lanvin Group

ir@lanvin-group.com