

LANVIN GROUP

复朗集团 2022 年营收再创新高，盈利能力持续提升 年收入同比增长 37%

- 2022 年集团录得全年收入 4.22 亿欧元，较 2021 年同比增长 37%
- 集团盈利能力持续优化；毛利率提高至 56%，边际收益⁽¹⁾和经调整 EBITDA 利润率均稳步提升
- 所有品牌、所有渠道和所有区域市场均实现增长
- 旗舰品牌 Lanvin 收入同比大幅增长 64%，毛利率、边际收益率和经调整 EBITDA 利润率全面提高
- 集团均衡的全球发展策略推动 EMEA 市场增长 39%，北美市场增长 36%；尽管受到疫情影响，大中华市场仍逆势增长 15%
- 集团将在 2023 年持续推进战略举措，以进一步推动收入增长和盈利能力提升，目标在 2024 年实现扭亏为盈

2023 年 4 月 20 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”) 今天公布了其 2022 年全年财报。集团旗下品牌包括 Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St. John 和 Caruso, 全年录得整体营收 4.22 亿欧元, 较 2021 年同比增长 37%; 毛利 2.38 亿欧元, 较 2021 年增长 40%, 毛利率提升至 56%。

复朗集团董事长兼首席执行官程云女士表示: “我们对 2022 年取得的成绩充满欣喜。我们不仅实现了创纪录的收入, 还在优化成本结构和运营效率方面取得了巨大进展, 这也为集团 2023 年的进一步发展奠定了坚实的基础。尽管当前宏观经济仍面临挑战, 但随着大中华区业务的持续复苏, 我们对今年充满信心。”

2022 年全年业绩回顾

复朗集团 2022 年全年经审计收入 按品牌，千欧元	收入			增长率	
	2021A	2021PF	2022A	2022A vs	2022A vs
	经审计数	未经审计数	经审计数	2021A	2021PF
Lanvin	72,872	72,872	119,847	64%	64%
Wolford	109,332	109,332	125,514	15%	15%
St. John	73,094	73,094	85,884	17%	17%
Sergio Rossi	28,737	59,206	61,929	116%	5%
Caruso	24,695	24,695	30,819	25%	25%
品牌总计	308,730	339,199	423,993	37%	25%
合并抵消	92	92	-1,681	-1927%	-1927%
集团总计	308,822	339,291	422,312	37%	24%

复朗集团 2022 年全年经审 计关键财务指标，千欧元	2020A		2021A		2022A	
	经审计数	%	经审计数	%	经审计数	%
收入	222,612	100%	308,822	100%	422,312	100%
毛利	117,394	53%	169,902	55%	237,944	56%
边际收益	-34,237	-15%	4,400	1%	13,211	3%
经调整 EBITDA	-88,116	-40%	-58,945	-19%	-71,958	-17%

经营亮点

所有品牌、渠道和区域市场均实现强劲增长：旗下五大品牌都实现了同比增长。旗舰品牌 Lanvin 全球营收增长 64%，其中批发渠道创纪录增长 145%，直营渠道增长 27%。同时，集团在各个区域市场和渠道均有强劲表现，其中 EMEA 和北美市场分别增长 39% 和 36%。值得注意的是，虽受到疫情的大面积影响，大中华区仍实现了 15% 的增长。

各维度盈利能力持续改善：集团的毛利率、边际收益率和经调整 EBITDA 利润率在 2022 年均有提高。其中毛利率提高至 56%，而经调整 EBITDA 利润率自 2020 年至今已大幅提升 23 个百分点。2022 年起实施的经营改善措施在下半年已初现成效，持续优化的盈利能力将为 2023 年的运营打下坚实基础。

重新聚焦的品牌和产品战略显露成果：2022 年业绩增长的主要驱动因素之一是重新聚焦的品牌战略以及产品品类组合的优化。全新的产品线和品类、联名系列以及对配饰产品的关注都对整体业绩的增长和利润率的提升带来了积极影响。此外，加强品牌和产品与消费者在线上的互动也为集团成功吸引了一批新的年轻客群。

数字化战略成功实施：数字营销对 2022 年的业绩产生了巨大推动作用，为品牌持续吸引年轻的新客群。2022 年下半年，集团在北美市场与合作伙伴共同搭建了一个共享数字化平台，帮助集团旗下品牌推动线上销售。Sergio Rossi 和 Lanvin 已成功将其北美电商业务迁移到该平台，这预计将在未来几年为品牌带来进一步增长。

门店网络优化进展显著：集团整体成功落地 47 家全新零售门店。自 2022 年起实施的门店优化策略显著提升了单店坪效，可比门店整体达成了双位数的业绩增长。此外，在集团与品牌管理层的共同协作下，策略性地清理关停了 49 家业绩欠佳的门店，有力地推进了门店网络的优化。这些举措为在 2023 年及未来开启线下零售网络的扩张创造了一个健康的基础。

2022 年财务表现回顾

收入

集团 2022 全年营收 4.22 亿欧元，较 2021 年同比增长 37%。所有品牌均实现增长，其中旗舰品牌 Lanvin 以 64% 的同比增长领跑。直营和批发渠道分别增长 32% 和 41%。集团维持了自 2020 年以来的强劲增长势头，复合年增长率达 38%。更多有关集团截止到 2022 年 12 月 31 日全年营收的详细信息，敬请参阅集团年度 20-F 报告。

毛利润

毛利润增长至 2.38 亿欧元，毛利率 56%，较 2021 年的 1.70 亿欧元（55% 毛利率）提升了 40%，较 2020 年的 1.17 亿欧元（53% 毛利率）提升了一倍以上。集团正通过品牌层面的运营举措持续改善其利润水平。

边际收益⁽¹⁾

边际收益定义为毛利润扣除销售及市场营销费用，是集团管理层用于衡量边际盈利能力和分析品牌经营改进成效的重要指标。2022 年的边际收益为 1,300 万欧元，较 2021 年（边际收益为正的第一年）提高了 900 万欧元，较 2020 年的负 3400 万欧元更是有了巨大提升。

经调整 EBITDA

2022 年的经调整 EBITDA 虽然仍然呈亏损状态，但占销售额的比例持续改善，由 2020 年的负 40% 提升为 2021 年的负 19%，到 2022 年进一步提升至负 17%。

分品牌盈利情况

Lanvin: 2022 年度录得毛利润 6,100 万欧元，毛利率 50%，对比 2021 年实现毛利润 3,400 万欧元，毛利率 47%。毛利率的提升主要来自于所有产品品类售罄率的提高，以及规模效应带来的成本优化。边际收益也持续改善，由 2021 年的负 2,400 万欧元优化至负 1,500 万欧元，占收入比例从负 33% 优化至负 13%，同比提升了 20 个百分点。

Wolford: 2022 全年录得毛利润 8,600 万欧元，较 2021 年的 7,900 万欧元有所提高。由于原材料价格上涨，以及疫情期间停职工厂员工重回岗位后的薪资上调，毛利率略有下降。边际收益从 2021 年的 2,000 万欧元下降至 400 万欧元，主要是由于非经常性费用的产生，包括 2022 年上半年在新任管理团队接手前产生的经营改善咨询费用，以及 2022 年 12 月因第三方物流提供商遭受网络攻击而在节假日销售旺季延误交货产生的损失。

Sergio Rossi: 集团于 2021 年 7 月正式收购 Sergio Rossi 品牌，到 2022 年毛利率已从 46% 提升至 50%。毛利率的提高得益于更高比例的 DTC 渠道销售。由于收购后品牌在人才、营销和店铺租赁等方面投入的增加，边际收益在 2022 年从 13% 略微下降至 11%。

St. John: St. John 的盈利水平在 2022 年实现了大幅提升，其中毛利润从 3900 万欧元增长至 5300 万欧元，毛利率也从 53% 增长至 61%。同时，边际收益从 100 万欧元增长至 1000 万欧元，边际收益率从 2% 增长至 12%。随着公司众多经营优化举措几近完成，St. John 是集团落实品牌层面战略规划的最佳范例。

Caruso: Caruso 在 2022 年继续表现稳定，毛利润从 400 万欧元增长至 700 万欧元，毛利率也从 18% 提升至 23%。同时，边际收益从 300 万欧元增长到 600 万欧元，边际收益率从 13% 显著提升至 18%。Caruso 通过不断赢得新的生产客户，以及对现有客户进行更深入的渗透，不断增强规模效应，加上对于工厂生产成本以及营销费用的管理优化，成功提升了盈利能力。

展望 2023

尽管宏观经济的挑战依然存在，集团预计 2023 年仍将延续 2022 年的增长势头，并持续实现盈利能力的稳健提升。

2022 年内启动的众多针对品牌运营基础的改善举措将在 2023 年内逐步完成，带来经营效率的持续提升。此外，大部分的门店优化工作已经完成，随着集团在 2023 年内继续夯实其零售网络，我们相信开始扩大业务版图的基础已经奠定。集团仍维持计划在 2024 年实现盈亏平衡。

倚靠集团独特的协作型生态系统，我们将持续与众多战略合作伙伴一起携手打造与充实这个平台。集团也将不断寻找和探索新的潜在投资和收购机会，以进一步补强其品牌组合与生态圈。

注：所有百分比变化均基于实际货币汇率计算。

注：集团于 2021 年 7 月收购了 Sergio Rossi 大部分股权，并从收购日期起将 Sergio Rossi 纳入集团的合并营收中。

注：本公告包含某些非国际财务报告准则财务指标，如边际收益、边际收益率、经调整 EBITDA 和经调整 EBITDA。更多信息，请参见“非国际财务报告准则财务指标和定义”部分。

(1) 边际收益定义为收入扣除销售成本和销售及市场营销费用。

年度 20-F 报告

我们的年度 20-F 报告包含截至 2022 年 12 月 31 日的财务报表，可从集团的投资者关系网站 (ir.lanvin-group.com) 的“Financials / SEC Filings”页面或 SEC 网站 (www.sec.gov) 下载。

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 8:00 / 欧洲时间下午 2:00，集团将举行电话会议，分享和探讨 2022 年全年业绩及 2023 年展望。电话会议期间，管理层将参考一份特定的幻灯片演示材料，该材料将在电话会议当天提供，请登录集团投资者关系网站 (<https://ir.lanvin-group.com>) 的“EVENTS”页面查看。参与电话会议与管理层提问互动，请通过如下号码拨入：

美国地区免费电话：1-888-346-8982

国际免费电话：1-412-902-4272

中国大陆免费电话：4001-201203

香港地区免费电话：800-905945

香港本地免费电话：852-301-84992

新加坡免费电话：800-120-6157

电话会议重播将在会议后约一小时内开放，2023年4月27日前可拨入如下号码收听重播：

美国地区免费电话：1-877-344-7529

国际免费电话：1-412-317-0088

加拿大免费电话：855-669-9658

重播访问代码：3267257

除此之外，会议的网络直播回放与会议材料均可通过集团的投资者关系网站 (<https://ir.lanvin-group.com>) 收看和获取。

发布预告

集团计划于2023年8月发布2023年上半年业绩。如需收取未来业绩发布时间和其他公告的电子邮件提醒，请登录<https://ir.lanvin-group.com>注册。

关于 Lanvin Group

Lanvin Group（复朗集团）是一家全球时尚奢侈品集团，2022年12月起以“LANV”为代码在纽约证券交易所上市交易。复朗集团旗下品牌包括法国历史悠久的高级时装屋 Lanvin、奥地利高奢贴身服饰品牌 Wolford、意大利奢侈鞋履品牌 Sergio Rossi、美国奢华女装品牌 St. John 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>。

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：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。

非国际财务报告准则财务指标的使用

本通讯包括部分非国际财务报告准则财务指标，如边际收益、边际收益率、经调整 EBIT，以及经调整 EBITDA。这些非国际财务报告准则计量方式作为额外补充，不能替代或优于根据国际财务报告准则编制的财务表现计量方式，也不应被视为净利润、营业收入或根据国际财务报告准则或其衍生的任何其他表现计量方式的替代。非国际财务报告准则计量方式与其最直接可比的国际财务报告准则对应指标的调节表附载于本通讯的附录。复朗集团认为，这些非国际财务报告准则的财务业绩指标为复朗集团投资人提供有用的补充信息。复朗集团认为，使用这些非国际财务报告准则财务指标为投资者提供额外途径，可用于评估复朗集团的财务指标与其他类似公司的预期经营业绩和趋势，及将复朗集团的财

务指标与其他类似公司进行比较，其中许多公司向投资人提供类似的非国际财务报告准则财务指标。然而，在使用这些非国际财务报告准则计量方式及最接近国际财务报告准则的同等计量方式方面存在局限性。例如，其他公司可能以不同的方式计算非国际财务报告准则指标，或者可能使用其他指标来计算其财务表现，因此复朗集团的非国际财务报告准则指标可能无法与其他公司类似标题的指标直接比较。复朗集团不会单独考虑这些非国际财务报告准则措施，也不会将其作为根据国际财务报告准则确定的财务指标的替代。这些非国际财务报告准则财务计量方式的主要局限性在于，其排除了国际财务报告准则要求在复朗集团财务报表中记录的重大费用、收益和税项负债。此外，非国际财务报告准则财务计量方式还存在固有限制，因为它们反映了复朗集团在确定非国际财务报告准则财务指标时对哪些费用和收益需被排除或纳入的判断。为弥补这些局限性，复朗集团提供了与国际财务报告准则结果相关的非国际财务报告准则财务指标。

问询：

媒体

Lanvin Group

何丹阳 (Miya He)

miya.he@lanvin-group.com

投资者

Lanvin Group

James Kim

james.kim@lanvin-group.com

附录：

复朗集团全年经审计综合损益表

千欧元	2020A		2021A		2022A	
	FY	%	FY	%	FY	%
收入	222,612	100%	308,822	100%	422,312	100%
销售成本	-105,218	-47%	-138,920	-45%	-184,368	-44%
毛利	117,394	53%	169,902	55%	237,944	56%
销售及营销费用	-151,631	-68%	-165,502	-54%	-224,733	-53%
综合及行政费用	-115,181	-52%	-122,497	-40%	-153,138	-36%
其他运营收入和费用	-18,399	-8%	10,083	3%	-2,340	-1%
经常性损益	-167,817	-75%	-108,014	-35%	-142,267	-34%
非经常性费用 (1)	43,546	20%	45,206	15%	-83,057	-20%
经营性亏损	-124,271	-56%	-62,808	-20%	-225,324	-53%
净财务费用	-12,989	-6%	-9,313	-3%	-14,556	-3%
税前亏损	-137,260	-62%	-72,121	-23%	-239,880	-57%
所得税收入 / (费用)	1,603	1%	-4,331	-1%	129	0%
期间净亏损	-135,657	-61%	-76,452	-25%	-239,751	-57%
边际收益 (2)	-34,237	-15%	4,400	1%	13,211	3%
经调整 EBIT (2)	-162,428	-73%	-100,806	-33%	-134,836	-32%
经调整 EBITDA (2)	-88,116	-40%	-58,945	-19%	-71,958	-17%

复朗集团全年经审计综合资产负债表

千欧元	2020A	2021A	2022A
	FY	FY	FY
资产			
非流动资产			
无形资产	175,542	181,234	181,485
商誉	69,323	69,323	69,323
物业、厂房及设备	26,879	40,564	46,801
使用权资产	117,917	118,775	121,731
递延税项资产	13,608	17,070	17,297
其他非流动资产	<u>8,280</u>	<u>15,742</u>	<u>15,265</u>
	411,549	442,708	451,902
流动资产			
库存	75,842	92,335	109,094
应收账款	22,191	39,781	48,868
其他流动资产	23,353	41,706	30,467
现金及银行结余	44,935	88,981	91,897
	166,321	262,803	280,326
资产合计	577,870	705,511	732,228
负债			
非流动负债			
长期借款	11,399	11,212	18,115
长期租赁负债	104,382	102,987	105,986
长期风险及费用拨备	3,286	4,166	4,111
长期雇员福利	19,085	18,464	15,128
递延税项负债	53,284	54,179	54,660
其他非流动负债	<u>1,338</u>	<u>1,080</u>	<u>690</u>
	192,774	192,088	198,690
流动负债			
应付账款	47,436	58,151	73,114
银行透支	764	14	148
短期借款	7,438	55,559	15,370
短期租赁负债	32,503	37,072	34,605
短期风险及费用拨备	2,490	3,141	3,014
其他流动负债	44,070	68,660	106,481
	134,701	222,597	232,732
负债合计	327,475	414,685	431,422
净资产	250,395	290,826	300,806
权益			
归属母公司股东权益			
股本	289,165	339,259	0
库存股	0	-3	-25,023
其他储备	81,198	149,460	762,962

累计亏损	-158,974	-224,328	-442,618
	211,389	264,388	295,320
非控股权益	39,006	26,438	5,486
权益合计	250,395	290,826	300,806

复朗集团全年经审计综合现金流量表

千欧元	2020A	2021A	2022A
	FY	FY	FY
经营活动现金（流出）/流入净额	-87,297	-73,088	-80,851
投资活动现金（流出）/流入净额	67,038	6,346	-21,799
融资活动现金（流出）/流入净额	-41,447	110,065	104,937
现金及等价物（减少）/增加净额	-61,706	43,323	2,287
年初现金及等价物（已扣除银行透支）	106,642	44,171	88,658
汇兑损益	-765	1,164	804
年末现金及等价物（已扣除银行透支）	44,171	88,658	91,749

Lanvin 品牌全年经审计关键财务数据

千欧元	2020A		2021A		2022A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	20-22 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%			
关键财务指标									
收入	34,989	100%	72,872	100%	119,847	100%	108%	64%	85%
毛利	13,573	39%	34,028	47%	60,513	50%			
销售及营销费用	-43,147	-123%	-58,124	-80%	-75,852	-63%			
边际收益 (2)	-29,574	-85%	-24,096	-33%	-15,339	-13%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	18,501	53%	31,683	43%	61,092	51%	71%	93%	82%
北美	4,525	13%	15,964	22%	28,524	24%	253%	79%	151%
大中华	10,054	29%	23,541	32%	25,742	21%	134%	9%	60%
其他	1,909	5%	1,684	2%	4,489	4%	-12%	167%	53%
营业收入 (按渠道)									
DTC	16,959	48%	46,134	63%	58,536	49%	172%	27%	86%
批发	12,974	37%	21,161	29%	51,898	43%	63%	145%	100%
其他	5,056	14%	5,577	8%	9,413	8%	10%	69%	36%

Wolford 品牌全年经审计关键财务数据

千欧元	2020A		2021A		2022A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	20-22 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%			
关键财务指标									
收入	95,384	100%	109,332	100%	125,514	100%	15%	15%	15%
毛利	65,865	69%	79,070	72%	86,228	69%			
销售及营销费用	-65,006	-68%	-59,351	-54%	-81,901	-65%			
边际收益 (2)	859	1%	19,719	18%	4,327	3%			
营业收入（按地区）									
EMEA	73,794	77%	79,236	72%	86,501	69%	7%	9%	8%
北美	16,367	17%	21,824	20%	31,535	25%	33%	44%	39%
大中华	4,867	5%	7,289	7%	6,791	5%	50%	-7%	18%
其他	356	0%	983	1%	687	1%	176%	-30%	39%
营业收入（按渠道）									
DTC	62,323	65%	74,622	68%	90,408	72%	20%	21%	20%
批发	33,061	35%	34,710	32%	34,426	27%	5%	-1%	2%
其他	0	0%	0	0%	680	1%			

Sergio Rossi 全年经审计（除 2021PF）关键财务数据

千欧元	2021PF		2021A		2022A		2022 A v 2021 PF	2022 A v 2021 A
	FY	%	FY	%	FY	%		
关键财务指标								
收入	59,206	100%	28,737	100%	61,929	100%	5%	116%
毛利			13,319	46%	31,048	50%		
销售及营销费用			-9,489	-33%	-24,502	-40%		
边际收益 (2)			3,830	13%	6,546	11%		
营业收入（按地区）								
EMEA	33,435	56%	17,009	59%	35,023	57%	5%	106%
北美	1,290	2%	107	0%	1,181	2%	-8%	1004%
大中华	11,331	19%	4,595	16%	10,809	17%	-5%	135%
其他	13,150	22%	7,027	24%	14,916	24%	13%	112%
营业收入（按渠道）								
DTC	28,911	49%	14,349	50%	31,910	52%	10%	122%
批发	30,295	51%	14,389	50%	30,019	48%	-1%	109%
其他	0	0%	0	0%	0	0%		

St. John 全年经审计关键财务数据

千欧元	2020A		2021A		2022A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	20-22 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%			
关键财务指标									
收入	66,512	100%	73,094	100%	85,884	100%	10%	17%	14%
毛利	32,987	50%	38,987	53%	52,642	61%			
销售及营销费用	-42,273	-64%	-37,697	-52%	-42,498	-49%			
边际收益 (2)	-9,286	-14%	1,290	2%	10,144	12%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	2,254	3%	779	1%	1,224	1%	-65%	57%	-26%
北美	60,528	91%	65,534	90%	78,774	92%	8%	20%	14%
大中华	2,919	4%	6,467	9%	5,153	6%	122%	-20%	33%
其他	811	1%	315	0%	733	1%	-61%	133%	-5%
营业收入 (按渠道)									
DTC	44,778	67%	51,581	71%	66,412	77%	15%	29%	22%
批发	21,734	33%	21,513	29%	19,077	22%	-1%	-11%	-6%
其他	0	0%	0	0%	395	0%			

Caruso 全年经审计关键财务数据

(千欧元)	2020A		2021A		2022A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	20-22 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%			
关键财务指标									
收入	26,351	100%	24,695	100%	30,819	100%	-6%	25%	8%
毛利	4,881	19%	4,449	18%	7,147	23%			
销售及营销费用	-1,708	-6%	-1,144	-5%	-1,446	-5%			
边际收益 (2)	3,173	12%	3,305	13%	5,701	18%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	20,318	77%	19,475	79%	23,050	75%	-4%	18%	7%
北美	4,252	16%	3,272	13%	5,833	19%	-23%	78%	17%
大中华	480	2%	549	2%	559	2%	14%	2%	8%
其他	1,301	5%	1,399	6%	1,377	4%	8%	-2%	3%
营业收入 (按渠道)									
DTC	0	0%	0	0%	0	0%			
批发	26,351	100%	24,695	100%	30,819	100%	-6%	25%	8%
其他	0	0%	0	0%	0	0%			

复朗集团品牌足迹

	2021		2022	
	DOS (4)	POS (5)	DOS (4)	POS (5)
Lanvin	27	287	31	339
Wolford	167	227	163	225
St. John	48	133	46	106
Sergio Rossi	50	328	50	346
Caruso	<u>1</u>	<u>144</u>	<u>1</u>	<u>189</u>
Total	293	1,119	291	1,205

非国际财务报告准则财务指标调节表

复朗集团全年边际收益调节表

千欧元	2020A	2021A	2022A
	FY	FY	FY
收入	222,612	308,822	422,312
销售成本	-105,218	-138,920	-184,368
毛利	117,394	169,902	237,944
销售及营销费用	-151,631	-165,502	-224,733
边际收益 (2)	-34,237	4,400	13,211

复朗集团全年经调整 EBIT 调节表

千欧元	2020A	2021A	2022A
	FY	FY	FY
净亏损	-135,657	-76,452	-239,751
增加 / (扣除) 影响项:			
所得税收入 / (费用)	-1,603	4,331	-129
净财务费用	12,989	9,313	14,556
非经常性费用 (1)	-43,546	-45,206	83,057
经常性损益	-167,817	-108,014	-142,267
增加 / (扣除) 影响项:			
股权激励	5,389	7,208	7,431
经调整 EBIT (2)	-162,428	-100,806	-134,836

复朗集团全年经调整 EBITDA 调节表

千欧元	2020A	2021A	2022A
	FY	FY	FY
净亏损	-135,657	-76,452	-239,751
增加 / (扣除) 影响项:			
所得税收入 / (费用)	-1,603	4,331	-129
净财务费用	12,989	9,313	14,556
非经常性费用 (1)	-43,546	-45,206	83,057
经常性损益	-167,817	-108,014	-142,267
增加 / (扣除) 影响项:			
股权激励	5,389	7,208	7,431
计提减值	22,676	10,766	16,729
汇兑损益	3,304	-10,489	339
折旧摊销	48,332	41,584	45,810
经调整 EBITDA (2)	-88,116	-58,945	-71,958

注:

- (1) 2022 年财务指标受到来自于 SPAC 合并上市而产生约 8400 万欧元的反向收购相关费用的影响; 该费用被列为非经常性费用。
- (2) 本公告包含某些非国际财务报告准则财务指标, 如边际收益、边际收益率、经调整 EBIT 和经调整 EBITDA。更多信息, 请参见“非国际财务报告准则财务指标和定义”部分。
- (3) 品牌层面财务数据不包含合并抵消。
- (4) DOS 指代直营店铺, 包含正价精品店、奥莱折扣店、店中店及快闪店。
- (5) POS 指代销售点, 包含直营店铺及经销商销售点。

非国际财务报告准则财务指标及定义

我们的管理层使用多项非国际财务报告准则财务指标监测和评估运营和财务绩效, 如边际收益、边际收益率、经调整 EBIT, 以及经调整 EBITDA。我们的管理团队认为这些非国际财务报告准则财务指标提供了有用和相关的信息, 有助于提高他们评估财务绩效和财务状况的能力。它们也提供了可比较的指标, 有助于管理层识别运营趋势, 并作出关于未来支出、资源配置以及其他运营决策。虽然类似的指标在我们所在的行业内广泛使用, 但我们使用的财务指标不可与其他公司使用的同名指标相比较, 其目的也不是取代按照国际财务报告准则编制的财务绩效或财务状况指标。

边际收益指收入扣除销售成本和销售及市场营销费用。边际收益从毛利润中扣除主要的可变销售及市场营销费用, 我们的管理层认为这是边际层面盈利能力的重要指标。在边际收益之下, 主要的费用是一般行政费用和其他运营费用 (包括外汇收益及亏损和减值亏损)。随着我们持续优先旗下品牌的管理, 我们相信通过将固定费用占收入的比例维持在较低水平, 从而在不同品牌之间实现更大的规模经济效益。因此, 我们将边际收益率作为集团层面和旗下品牌盈利能力的关键指标。

边际收益率指边际收益除以收入。

经调整 EBIT 指利润或亏损扣除所得税、净财务费用、以股份为基础的薪酬，就性质重大且管理层认为不能反映基础运营活动的收入和成本（主要包括出售长期资产的净收益、收购 Sergio Rossi 产生的负商誉、债务重组收益和政府补助）作出调整。

经调整 EBITDA 指利润或亏损扣除所得税、净财务成本、汇兑收益/（损失）、折旧、摊销、以股份为基础的薪酬和拨备以及减值亏损，就性质重大且管理层认为不能反映基础运营活动的收入和成本（主要包括出售长期资产的净收益、收购 Sergio Rossi 产生的负商誉、债务重组收益和政府补助）作出调整。