

LANVIN GROUP

Lanvin Group (复朗集团) 2023 年上半年营收同比增长 6.4% 充满韧性的业务模型继续实现全渠道、全地区增长

- 2023 年上半年实现营收 2.15 亿欧元，较 2022 年上半年同比增长 6.4%
- 集团毛利率提升至 58.5%，边际收益率⁽¹⁾显著增长至 6.9%；预计将在 2024 年如期实现经调整 EBITDA 扭亏为盈
- 集团在所有渠道及地区均实现增长，其中大中华区增长 13.9%
- 旗舰品牌 Lanvin 在上半年进行创意体系转型升级，为未来发展奠基；其余品牌继续稳扎稳打，整体实现 14.7%同比增长
- Lanvin 于 3 月成功收回其在日本的商标权

2023 年 8 月 30 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 2023 年上半年财报。集团旗下品牌包括 Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St. John 和 Caruso。集团 2023 年上半年共录得营收 2.15 亿欧元，较 2022 年同比增长 6.4%；毛利 1.25 亿欧元，毛利率提升至 58.5%，较 2022 年同期的 1.13 亿欧元和 55.9%进一步提高。

复朗集团董事长兼首席执行官程云女士表示：“今年上半年，我们在保持全球营收持续增长的同时，也在盈利能力的提升上取得显著进展。我们的毛利和边际收益的不断提升就是对我们致力于实现盈利增长的证明。我们已经为旗下品牌的加速发展打造了扎实的基础，并对 2023 下半年的前景充满期待。”

程云女士补充道：“从营收来看，集团在所有主要市场均实现增长；其中 Sergio Rossi 营收同比增长 22.4%，Wolford 同比增长 8.4%，特别是 Nao Takekoshi 加盟担纲 Wolford 创意总监以后，Wolford 的未来更值得期待。此外，Lanvin 在上半年进行了创意策略的调整和创意体系的升级，这些工作也对品牌上半年的业绩表现造成了预期内的短期影响。但我们相信这些调整让 Lanvin 未来更具竞争力，我们也很期待看到它们带来的成果，包括即将由 Lanvin Lab 首位客座创意总监 - 格莱美音乐大奖得主 Future - 在下半年推出的全新系列。”

2023 年上半年业绩回顾

复朗集团 2023 年上半年 未经审计收入 按品牌, 千欧元	收入			增长率 %		复合增长率%
	2021	2022	2023	2022H1 vs 2021H1	2023H1 vs 2022H1	21 H1 -23 H1
	H1	H1	H1			
Lanvin	29,471	63,949	57,052	117.0%	-10.8%	39.1%
Wolford	41,941	54,261	58,802	29.4%	8.4%	18.4%
St. John	33,373	41,924	46,663	25.6%	11.3%	18.2%
Sergio Rossi	0	26,969	33,019	N/A	22.4%	N/A
Caruso	12,328	14,919	19,926	21.0%	33.6%	27.1%
品牌合计	117,113	202,022	215,462	72.5%	6.7%	35.6%
合并抵消	-231	-322	-925	39.4%	187.3%	100.1%
集团总计	116,882	201,700	214,537	72.6%	6.4%	35.5%

复朗集团 2023 年上半年 未经审计关键财务指标, 千欧元	2021		2022		2023	
	H1	%	H1	%	H1	%
营业收入	116,882	100.0%	201,700	100.0%	214,537	100.0%
毛利	60,555	51.8%	112,743	55.9%	125,454	58.5%
边际收益	-10,128	-8.7%	5,933	2.9%	14,854	6.9%
经调整 EBITDA	-35,914	-30.7%	-35,519	-17.6%	-40,916	-19.1%

经营亮点

集团业绩持续增长：各地区及各渠道均实现增长。大中华区强劲增长 13.9%，EMEA 地区增长 5.3%，北美市场增长 2.6%，大中华区以外的亚洲市场则增长 27.1%。品牌层面，Lanvin 因在上半年实施创意策略调整而在业绩上表现较为慢热，但集团旗下其他品牌较 2022 年上半年整体同比增长 14.7%。

盈利能力持续提升：毛利率提升至 58.5%，边际收益达到 1,485 万欧元新高，边际收益率达到 6.9%。经营改善措施产生的成效正在逐步体现，并将在下半年继续带来盈利能力的提升，以推动集团于 2024 年如期实现经调整 EBITDA 扭亏为盈。

旗舰品牌 Lanvin 成功收回其在日本的商标权：今年三月，Lanvin 成功从其战略合作伙伴伊藤忠商社手中完成在日本的商标权回购，以进一步夯实品牌全球知识产权和管理的完整性。伊藤忠商社于过去 20 年间为 Lanvin 在日本市场建立了非常成功的品牌授权业务，并将在商标回购完成后继续作为 Lanvin 在日本的独家授权经销商，为 Lanvin 未来在该市场的进一步发展提供强大支持。

新的组织架构和人事任命：顺应全球行业趋势变化，Lanvin 于今年四月宣布对其创意体系做出战略性调整。伴随前创意总监 Bruno Sialelli 的离任，Lanvin 宣布在持续强化其主线成衣系列之外，开设两个全新的创意分支：皮具与配饰部门，和 Lanvin Lab。作为 Lanvin 涉足新锐设计的前沿创新项目，Lanvin Lab 旨在邀请具有全球影响力的跨界艺术家和创意人才作为创作伙伴，共同诠释和表达品牌内在文化，催发品牌在当代语境中的不断蜕变。其宣布的首发客座创意总监为格莱美音乐大奖得主、著名说唱歌手 Future，首个合作系列将在 2023 年下半年面世发售。

今年二月，Wolford 对外宣布了其新上任的创意总监 Nao Takekoshi。Takekoshi 先生在时尚行业拥有丰富经验，早期职业生涯开启于 Issey Miyake，并先后就职于 Cerruti、Gucci、Donna Karan、Jil Sander 和 Calvin Klein 等著名品牌。他的上任标志着 Wolford 发展战略的关键一步，意味着品牌将通过强化和焕新其经典风格，进一步塑造全球化的品牌形象。

2023 年上半年财务表现回顾

收入

2023 年上半年，集团成功实现 2.15 亿欧元营收，较 2022 年同期增长 6.4%。其中，直营渠道 (DTC) 增长 5.1%，批发渠道增长 2.2%。其他渠道增长主要来自于 Lanvin 日本商标权回购带来的品牌授权收入增长，以及库存处理。从地域市场来看，各地区营收均稳步提升，其中大中华区增长 13.9% (除大中华区以外的亚洲市场增长 27.1%)，EMEA 地区增长 5.3%，北美地区增长 2.6%。

毛利润

毛利润提升至 1.25 亿欧元，毛利率达到 58.5%，较 2022 年上半年的 1.13 亿欧元 (毛利率 55.9%) 进一步提高。集团将继续通过扩大业务规模以及改善产品和渠道组合，以推动毛利率的持续提升。

边际收益⁽¹⁾

集团边际收益显著提升至 1,485 万欧元，边际收益率达到 6.9%，相较 2022 年上半年 593 万欧元的边际收益和 2.9% 的边际收益率，同比增长了 150.4%。集团将边际收益作为衡量盈利能力和分析品牌经营改进成效的重要指标。

经调整 EBITDA

集团的经调整 EBITDA 降低至 -4,092 万欧元（2022 年上半年为 -3,552 万欧元），主要是由于 Lanvin 上半年营收同比下降，导致对于费用的吸收效果减弱。此外，上半年在设立 Lanvin Lab、举办线下巴黎时装周大秀（2022 年同期为线上发布），以及其他为 2023 年下半年筹备的项目上的更高投入，也导致了上半年经调整 EBITDA 的同比降低。

分品牌经营情况

Lanvin: Lanvin 上半年营收从 2022 年同期的 6,395 万欧元下降至 5,705 万欧元，同比降低主要是受品牌上半年实施创意体系调整以及全年产品和营销活动的规划影响。作为品牌创意体系升级的一部分，Lanvin 在 2023 上半年成立了 Lanvin Lab 和专门的皮具与配饰部门，为下半年的重点产品发布和营销活动做好了准备。

在 Lanvin Lab 之外，品牌计划将在未来几个月内宣布新的创意总监。新任创意总监将和 Lanvin Lab 共同为品牌构建起统一而多元的创意体系，不断创造惊喜与热度。这些升级调整为品牌下一阶段的发展奠定了基础。

Lanvin 的毛利润从 2022 年上半年的 3,005 万欧元增至 3,196 万欧元，主要得益于更高的直营渠道和配饰类产品销售占比。Lanvin 的边际收益保持稳定，从 2022 年上半年的负 431 万欧元略微下降至 2023 年上半年的负 483 万欧元。

今年下半年，随着一系列重点产品和营销活动的发布，以及位于纽约麦迪逊大道的新旗舰店开幕和入驻中东等新的增长市场，Lanvin 预期将实现加速增长。

Wolford: Wolford 营收从 2022 年上半年的 5,426 万欧元增至 2023 年上半年的 5,880 万欧元，增幅 8.4%。其中大中华区增长 46.7%，北美市场增长 10.3%，EMEA 地区增长了 4.9%。批发渠道的营收（涵盖新拓展的经销商区域）增长 28.2%，主要受产品价格上调及品牌自身有机增长推动。

Wolford 毛利率从去年同期 70.7% 提升至 71.5%。得益于收入上涨、毛利提升，以及更好的运营费用管理，Wolford 的边际收益在上半年扭亏为盈，从 2022 年上半年的负 195 万欧元增至 2023 年上半年的 393 万欧元，边际收益率也从 -3.6% 提升至 6.7%。

Wolford 上半年的增长得益于众多举措，包括 The W 运动系列的亮眼表现，与意大利潮流品牌 N°21 的联名胶囊系列，以及与用自信大胆的演出激励了几代女性的传奇歌手和时尚偶像 Grace Jones 合作推出的震撼广告大片。我们期待，Wolford 持续的产品创新和发布将在下半年继续成为品牌增长的主要推动力。

Sergio Rossi: 品牌营收从 2022 年上半年的 2,697 万欧元增至 2023 年上半年的 3,302 万欧元，增幅 22.4%。其中 EMEA 市场增长 29.7%，北美市场增长 31.5%，关键的大中华区市

场也增长了 20.9%。Sergio Rossi 与纽约新锐时尚服饰品牌 AREA 的联名系列再次推高了品牌热度，而与自九岁起便依靠假肢行走的日本艺术家 Mari Katayama 的特别合作，则创造性地将品牌的工艺与特殊人群结合，为品牌赢得广泛美誉。

Sergio Rossi 毛利率由 54.9% 同比下降至 51.9%，这主要是由于上半年批发渠道的营收大幅增长 31.3%，而 DTC 渠道的营收增长为 15.0%。批发渠道的营收增长主要来自于第三方的代工生产订单（品牌将此项业务确认为批发收入）。边际收益率由 13.4% 提高至 17.5%，主要得益于营收增长带来的经营杠杆优化。

St. John: 品牌营收从 2022 年上半年的 4,192 万欧元增至 2023 年上半年的 4,667 万欧元，增幅 11.3%。毛利从 2,575 万欧元增至 2,902 万欧元，毛利率也从 61.4% 增至 62.2%。边际收益同比增长约 72 万欧元，边际利润率同比提高 50 个基点。去年秋季推出的 Foundation 系列旨在成为每位女性日常衣橱的必备单品，现今已成为品牌重要的增长驱动力，尤其是在明星造型师 Karla Welch 作为创意顾问加盟之后。而与美国金牌编剧和制作人 Shonda Rhimes 共同发起的 #OwnYourPower 系列活动，致敬了创造非凡事业的卓越女性，成功与 St. John 的女性客群产生共鸣。

品牌预计于下半年按计划完成运营成本优化，包括供应链的升级。从生产驱动到品牌驱动的转型也使 St. John 的业务更加稳定，接下来将通过加强品牌营销来加速增长并进一步提高利润率。

Caruso: 品牌营收从 2022 年上半年的 1,492 万欧元增长 33.6% 至 2023 年上半年的 1,993 万欧元。该增长由其工厂代工业务的强劲同比增长和市场对 Caruso 自有品牌的积极反馈共同驱动。毛利润从 373 万欧元增至 523 万欧元，毛利率从 25.0% 增至 26.3%。边际收益也从 306 万欧元增至 439 万欧元，边际收益率从 20.5% 增至 22.0%。Caruso 将通过在持续开拓新品牌客户的同时深化现有客户业务，从而通过规模效应不断提升其盈利能力。

2023 全年展望

尽管宏观经济挑战依然存在，集团预计将在下半年继续保持增长势头，优化运营效率，持续提升盈利能力。在令人兴奋的营销举措、联名合作，以及全新产品系列的加持下，集团预期将会在下半年达成强劲的业绩表现。

集团将继续关注营收增长，同时随着运营费用趋于稳定以及门店优化工作逐步完成，集团预期将不断提升盈利水平，在 2024 年如期实现经调整 EBITDA 扭亏为盈。

注:所有百分比变化均基于实际货币汇率计算。

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。

年度中期报告

我们的年度中期报告包含截至 2023 年 6 月 30 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 / 北京时间晚上 8:00 / 欧洲时间下午 2:00，集团将举行电话会议，分享和探讨 2023 年上半年业绩及下半年展望。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 9 月 6 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：5791065

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。

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、经调整营业利润、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

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 2023 年上半年未经审计综合损益表

千欧元	2021A		2022A		2023A	
	H1	%	H1	%	H1	%
收入	116,882	100.0%	201,700	100.0%	214,537	100.0%
销售成本	-56,327	-48.2%	-88,957	-44.1%	-89,083	-41.5%
毛利	60,555	51.8%	112,743	55.9%	125,454	58.5%
营销及销售费用	-70,683	-60.5%	-106,810	-53.0%	-110,600	-51.6%
综合及行政费用	-54,807	-46.9%	-75,771	-37.6%	-76,544	-35.7%
其他运营收入和费用	1,420	1.2%	8,378	4.2%	-7,960	-3.7%
经常性损益	-63,515	-54.3%	-61,460	-30.5%	-69,650	-32.5%
非经常性费用	467	0.4%	570	0.3%	9,666	4.5%
经营性亏损	-63,048	-53.9%	-60,890	-30.2%	-59,984	-28.0%
净财务费用	-5,119	-4.4%	-8,080	-4.0%	-11,970	-5.6%
税前亏损	-68,167	-58.3%	-68,970	-34.2%	-71,954	-33.5%
所得税收入 / (费用)	-461	-0.4%	256	0.1%	-271	-0.1%
期间净亏损	-68,628	-58.7%	-68,714	-34.1%	-72,225	-33.7%
边际收益 (1)	-10,128	-8.7%	5,933	2.9%	14,854	6.9%
经调整营业利润 (1)	-64,935	-55.6%	-69,838	-34.6%	-61,690	-28.8%
经调整 EBIT (1)	-60,142	-51.5%	-57,163	-28.3%	-67,679	-31.5%
经调整 EBITDA (1)	-35,914	-30.7%	-35,519	-17.6%	-40,916	-19.1%

复朗集团 2023 年上半年未经审计综合资产负债表

千欧元	2022A	2023A
	FY	H1
资产		
非流动资产		
无形资产	181,485	208,263
商誉	69,323	69,323
物业、厂房及设备	46,801	45,613
使用权资产	121,731	119,097
递延税项资产	17,297	16,625
其他非流动资产	15,265	15,843
	451,902	474,764
流动资产		
库存	109,094	114,875
应收账款	48,868	50,767
其他流动资产	30,467	36,645
现金及银行结余	91,897	30,847
	280,326	233,134
资产合计	732,228	707,898
负债		
非流动负债		
长期借款	18,115	35,298
长期租赁负债	105,986	103,458
长期风险及费用拨备	4,111	3,292
长期雇员福利	15,128	17,392
递延税项负债	54,660	53,423
其他非流动负债	690	5,413
	198,690	218,276
流动负债		
应付账款	73,114	75,489
银行透支	148	0
短期借款	15,370	16,724
短期租赁负债	34,605	32,455
短期风险及费用拨备	3,014	2,359
其他流动负债	106,481	118,858
	232,732	245,885
负债合计	431,422	464,161
净资产	300,806	243,737
权益		
归属母公司股东权益		
股本	*(2)	*(2)
库存股	-25,023	-25,023
其他储备	762,961	769,898
累计亏损	-442,618	-505,620
	295,320	239,255
非控股权益	5,486	4,482
权益合计	300,806	243,737

复朗集团 2023 年上半年未经审计综合现金流量表

千欧元	2021A	2022A	2023A
	H1	H1	H1
经营活动现金（流出）/流入净额	-33,903	-51,825	-58,118
投资活动现金（流出）/流入净额	-3,498	-5,556	-28,531
融资活动现金（流出）/流入净额	<u>53,293</u>	<u>17,465</u>	<u>26,396</u>
现金及等价物（减少）/增加净额	15,892	-39,916	-60,253
年初现金及等价物（已扣除银行透支）	44,171	88,658	91,749
汇兑损益	<u>708</u>	<u>2,185</u>	<u>-649</u>
年末现金及等价物（已扣除银行透支）	60,771	50,927	30,847

Lanvin 品牌 2023 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2021A		2022A		2023A		22 H1 v 21 H1 A	23 H1 v 22 H1 A	21 H1 - 23 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	29,471	100.0%	63,949	100.0%	57,052	100.0%	117.0%	-10.8%	39.1%
毛利	14,502	49.2%	30,048	47.0%	31,959	56.0%			
营销及销售费用	-24,825	-84.2%	-34,360	-53.7%	-36,793	-64.5%			
边际收益 (1)	-10,323	-35.0%	-4,312	-6.7%	-4,834	-8.5%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	11,543	39.2%	34,779	54.4%	29,443	51.6%	201.3%	-15.3%	59.7%
北美	4,556	15.5%	15,255	23.9%	13,195	23.1%	234.8%	-13.5%	70.2%
大中华	11,351	38.5%	12,362	19.3%	11,092	19.4%	8.9%	-10.3%	-1.1%
其他	2,022	6.9%	1,553	2.4%	3,322	5.8%	-23.2%	113.9%	28.2%
营业收入 (按渠道)									
DTC	17,654	59.9%	30,879	48.3%	26,780	46.9%	74.9%	-13.3%	23.2%
批发	8,562	29.1%	30,799	48.2%	23,022	40.4%	259.7%	-25.2%	64.0%
其他	3,255	11.0%	2,271	3.6%	7,250	12.7%	-30.2%	219.3%	49.3%

Wolford 品牌 2023 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2021A		2022A		2023A		22 H1 v 21 H1 A	23 H1 v 22 H1 A	21 H1 - 23 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	41,941	100.0%	54,261	100.0%	58,802	100.0%	29.4%	8.4%	18.4%
毛利	26,916	64.2%	38,383	70.7%	42,062	71.5%			
营销及销售费用	-28,572	-68.1%	-40,337	-74.3%	-38,128	-64.8%			
边际收益 (1)	-1,656	-3.9%	-1,954	-3.6%	3,934	6.7%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	29,936	71.4%	38,202	70.4%	40,083	68.2%	27.6%	4.9%	15.7%
北美	8,681	20.7%	12,891	23.8%	14,224	24.2%	48.5%	10.3%	28.0%
大中华	2,877	6.9%	2,799	5.2%	4,107	7.0%	-2.7%	46.7%	19.5%
其他	447	1.1%	370	0.7%	388	0.7%	-17.2%	4.9%	-6.8%
营业收入 (按渠道)									
DTC	28,517	68.0%	39,102	72.1%	39,453	67.1%	37.1%	0.9%	17.6%
批发	13,424	32.0%	14,557	26.8%	18,665	31.7%	8.4%	28.2%	17.9%
其他	0	0.0%	602	1.1%	684	1.2%		13.5%	

Sergio Rossi 品牌 2023 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2021A		2022A		2023A		23 H1 v 22 H1 A
	H1	%	H1	%	H1	%	
关键财务指标							
收入			26,969	100.0%	33,019	100.0%	22.4%
毛利			14,798	54.9%	17,135	51.9%	
营销及销售费用			-11,180	-41.5%	-11,355	-34.4%	
边际收益 (1)			3,618	13.4%	5,780	17.5%	
营业收入 (按地区)							
EMEA			14,267	52.9%	18,509	56.0%	29.7%
北美			643	2.4%	846	2.6%	31.5%
大中华			5,252	19.5%	6,350	19.2%	20.9%
其他			6,808	25.2%	7,315	22.2%	7.5%
营业收入 (按渠道)							
DTC			14,650	54.3%	16,847	51.0%	15.0%
批发			12,319	45.7%	16,172	49.0%	31.3%
其他			0	0.0%	0	0.0%	NM

St. John 品牌 2023 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2021 A		2022 A		2023 A		22 H1 v 21 H1 A	23 H1 v 22 H1 A	21 H1 - 23 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	33,373	100.0%	41,924	100.0%	46,663	100.0%	25.6%	11.3%	18.2%
毛利	16,406	49.2%	25,754	61.4%	29,024	62.2%			
营销及销售费用	-17,197	-51.5%	-21,167	-50.5%	-23,719	-50.8%			
边际收益 (1)	-791	-2.4%	4,587	10.9%	5,305	11.4%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	453	1.4%	343	0.8%	731	1.6%	-24.3%	113.2%	27.1%
北美	29,751	89.1%	39,130	93.3%	41,585	89.1%	31.5%	6.3%	18.2%
大中华	3,115	9.3%	2,283	5.4%	4,251	9.1%	-26.7%	86.2%	16.8%
其他	54	0.2%	168	0.4%	96	0.2%	212.3%	-42.8%	33.2%
营业收入 (按渠道)									
DTC	23,090	69.2%	30,493	72.7%	37,760	80.9%	32.1%	23.8%	27.9%
批发	10,283	30.8%	11,431	27.3%	8,828	18.9%	11.2%	-22.8%	-7.3%
其他	0	0.0%	0	0.0%	75	0.2%			

Caruso 品牌 2023 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2021 A		2022 A		2023 A		22 H1 v 21 H1 A	23 H1 v 22 H1 A	21 H1 - 23 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	12,328	100.0%	14,919	100.0%	19,926	100.0%	21.0%	33.6%	27.1%
毛利	2,533	20.5%	3,731	25.0%	5,233	26.3%			
营销及销售费用	-575	-4.7%	-668	-4.5%	-842	-4.2%			
边际收益 (1)	1,958	15.9%	3,063	20.5%	4,391	22.0%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	9,714	78.8%	11,380	76.2%	16,260	81.6%	17.2%	42.9%	29.4%
北美	1,628	13.2%	2,710	18.2%	2,674	13.4%	66.5%	-1.3%	28.2%
大中华	206	1.7%	219	1.5%	32	0.2%	6.1%	-85.5%	-60.7%
其他	780	6.3%	610	4.1%	960	4.8%	-21.8%	57.3%	10.9%
营业收入 (按渠道)									
DTC	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			
批发	12,328	100.0%	14,919	100.0%	19,926	100.0%	21.0%	33.6%	27.1%
其他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			

复朗集团品牌足迹

DOS by Brand	Jun 2022	Dec 2022	Jun 2023
	DOS(4)	DOS(4)	DOS(4)
Lanvin	28	31	32
Wolford	167	163	156
St. John	48	46	44
Sergio Rossi	48	50	50
Caruso	1	1	0
合计	292	291	282

非国际财务报告准则财务指标调节表

复朗集团 2023 年上半年边际收益调节表

千欧元	2021A	2022A	2023A
	H1	H1	H1
收入	116,882	201,700	214,537
销售成本	-56,327	-88,957	-89,083
毛利	60,555	112,743	125,454
营销及销售费用	-70,683	-106,810	-110,600
边际收益 (1)	-10,128	5,933	14,854
综合及行政费用	-54,807	-75,771	-76,544
经调整营业利润 (1)	-64,935	-69,838	-61,690

复朗集团 2023 年上半年经调整 EBIT 调节表

千欧元	2021A	2022A	2023A
	H1	H1	H1
净亏损	-68,628	-68,714	-72,225
增加 / (扣除) 影响项:			
所得税收入 / (费用)	461	-256	271
净财务费用	5,119	8,080	11,970
非经常性费用 (1)	-467	-570	-9,666
经常性损益	-63,515	-61,460	-69,650
增加 / (扣除) 影响项:			
股权激励	3,373	4,297	1,971
经调整后 EBIT (1)	-60,142	-57,163	-67,679

复朗集团 2023 年上半年经调整 EBITDA 调节表

千欧元	2021A	2022A	2023A
	H1	H1	H1
经常性损益	-63,515	-61,460	-69,650
折旧摊销	20,554	23,094	21,518
计提减值	5,651	6,500	-3,241
汇兑损益	-1,977	-7,950	8,486
股权激励	3,373	4,297	1,971
经调整 EBITDA(1)	-35,914	-35,519	-40,916

注:

- (1) 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。
- (2) 金额小于€1,000 用“*”表示。
- (3) 品牌层面财务数据不包含合并抵消。数字相加时，由于四舍五入，存在一定差异。
- (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。

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）。随着我们持续优化旗下品牌的管理，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。

经调整营业利润指边际收益减去综合及行政费用。

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、净财务费用、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。

