

LANVIN GROUP

Lanvin Group (复朗集团) 2023 年保持稳健，盈利能力稳步提升 收入保持增长趋势

- 虽然宏观经济面临挑战，2023 年录得总收入 4.26 亿欧元，较 2022 年同比增长 1%
- 集团盈利能力持续优化；毛利率提升至 59%，边际收益率和经调整 EBITDA 利润率均稳步提升
- 品牌在挑战的市场环境中展现韧性，Lanvin 品牌下半年业绩持续优化
- 各区域业绩保持稳健，集团亚太区业务增长 8%
- 门店业绩有效提升，零售网络持续优化；Lanvin 品牌在中东开设首店，未来将继续增设两家门店
- Caruso 品牌于 2023 年实现经调整 EBITDA 盈亏平衡，预计 2024 年共三个品牌实现经调整 EBITDA 盈亏平衡，并有望于 2025 年实现现金流盈亏平衡

2024 年 4 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”) 今日公布了其 2023 年全年财报。集团旗下品牌包括 Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St. John 和 Caruso, 2023 年共录得营收 4.26 亿欧元, 较 2022 年同比增长 1%; 毛利 2.51 亿欧元, 毛利率提升至 59%, 较 2022 年增长近 3 个百分点。

复朗集团新任董事长黄震先生表示, “我很荣幸在 2023 年成为复朗集团的董事长。自 2018 年成立至今, 集团业务取得了显著进展。回顾 2023 年, 我回想起集团在疫情时期呈现的巨大韧性, 业务持续增长。在过去一年, 我们延续了这种韧性, 也展示了我们在任何环境中都能茁壮成长的能力。我相信集团走在正确的发展道路上, 并对我们未来实现增长以及盈利的目标充满信心。”

复朗集团首席执行官陈健豪先生表示: “公司的发展是管理层和全体员工共同努力的结果。在充满挑战的市场环境中, 我们的管理层和团队展示出坚定的决心, 不断开拓, 共同驱动集团业务的持续增长, 并致力于不断提高品牌的盈利能力。”

我们的品牌拥有悠久的历史 and 深厚的底蕴, 我为集团在 2023 年取得的成就感到欣慰。未来我们将继续砥砺前行, 我对集团的未来充满信心。”

2023 年全年业绩回顾

复朗集团2023年全年经审计收入，按品牌

千欧元	收入				增长率			
	2020A	2021A	2022A	2023A	2021A v	2022 A v	2023 A v	20-23
	FY	FY	FY	FY	2020A	2021 A	2022 A	CAGR
Lanvin	34,989	72,872	119,847	111,740	108%	64%	-7%	47%
Wolford	95,384	109,332	125,514	126,280	15%	15%	1%	10%
St. John	66,512	73,094	85,884	90,398	10%	17%	5%	11%
Sergio Rossi	0	28,737	61,929	59,518		116%	-4%	
Caruso	26,351	24,695	30,819	40,011	-6%	25%	30%	15%
品牌总计	223,236	308,730	423,993	427,947	38%	37%	1%	24%
合并抵消	-624	92	-1,681	-1,769	-115%	-1927%	5%	42%
集团总计	222,612	308,822	422,312	426,178	39%	37%	1%	24%

复朗集团2023年全年经审计关键财务指标

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A	
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%
收入	222,612	100%	308,822	100%	422,312	100%	426,178	100%
毛利	117,394	53%	169,902	55%	237,944	56%	250,942	59%
边际收益	-34,237	-15%	4,400	1%	13,211	3%	24,192	6%
经调整 EBITDA	-88,116	-40%	-58,945	-19%	-71,958	-17%	-64,173	-15%

经营亮点

集团业绩保持增长态势： 尽管面临行业环境的挑战，集团总收入仍实现 1% 的增长。品牌业务保持稳健，集团业务在 EMEA 以及北美市场稳定发展的同时在亚太地区实现 8% 的同比增长。集团电商收入进一步录得 3% 的增长，同时直营和批发渠道业务保持平稳。尤其是北美地区凭借集团的共享数字化平台，电商收入实现稳定增长。

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 2023 年均有所提高。其中毛利率从 56% 提高至 59%，边际收益率从 3% 提高至 6%，经调整 EBITDA 利润率较 2022 年提升了 2 个百分点。

重新聚焦的品牌和产品战略展现成效： 重新聚焦的品牌战略以及产品品类组合的优化是驱动 2023 年业绩持续增长的主要因素之一。全新的产品线和品类、联名系列以及对配饰产品的聚焦都对整体业绩的增长和利润率的提升带来了积极影响。Lanvin 品牌在 2023 年顺利完成了创意转型，进一步巩固了集团的发展愿景，即充分发掘品牌的文化内核和历史档案，赋能产品的创新和品类的延伸。

门店网络优化进展显著： 2023 年复朗集团成功开设 24 家全新门店，同时策略性地关闭了 36 家业绩欠佳的门店。门店网络优化策略的有效实施显著提升了单店业绩，在店铺总数减少的情况下保持了直营渠道收入的平稳。自 2022 年实施优化策略以来，门店业绩指标持续改善，为品牌线下零售网络的扩张奠定了基础，其中 Lanvin 品牌在 2023 年净新增 5 家门店，并成功在中东的利雅得开设首家门店。

2023 年财务表现回顾

收入

集团 2023 全年实现营收 4.26 亿欧元，较 2022 年同比增长 1%。直营和批发渠道略有下降，但电商收入（属于直营渠道的一部分）取得 3% 的增长。其他收入（包括特许权使用费收入）大幅增长，得益于 2023 年 3 月 Lanvin 重新收回日本商标的所有权。集团保持了自 2020 年以来的强劲增长势头，复合年增长率达 24%。更多有关集团截止到 2023 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 2.51 亿欧元，毛利率 59%，较 2022 年的 2.38 亿欧元（毛利率 56%）有稳步提升。毛利润的提高得益于配饰类产品销售占比的增加，以及利润率较高的直营渠道业务占总收入比例的提升，共同推动了毛利率的不断提高。此外，产品组合的优化有助于改善库存管理，核心产品占比增加，提高整体库存周转率。

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。2023 年的边际收益为 2,400 万欧元，边际收益率 6%，较 2022 年提升了 1,100 万欧元，较 2021 年（边际收益为正的第一年）提升了 5 倍以上。这表明集团在优化运营费用和提高盈利能力方面取得了稳步进展。

经调整 EBITDA

2023 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 2021 年的负 19% 提升为 2022 年的负 17%，到 2023 年进一步提升至负 15%。

分品牌业绩表现

Lanvin: 2023 年录得收入 1.12 亿欧元，较去年有所下降。Lanvin 业绩在下半年逐步得到优化，上半年收入同比下降 11%，全年业绩仅同比下降 7%。2023 年录得毛利润 6500 万欧元，毛利率 58%，对比 2022 年实现毛利润 6100 万欧元，毛利率 50%。毛利润的提升得益于正价产品销售率的提升，配饰类产品销售占比增加，产品结构不断优化，正价店收入贡献比例的增加，以及更好的库存管理。边际收益也持续改善，从 2022 年的负 1500 万欧元优化至负 1200 万欧元，边际收益率从负 13% 改善至负 11%。

Wolford: 2023 年收入同比增长 1%。毛利润略有下降，从 2022 年的 8600 万欧元下降至 8300 万欧元，毛利率从 69% 下降至 66%，主要是由于成本和费用的重分类。边际收益保持稳定在 400 万欧元，边际收益率维持在 3%。

Sergio Rossi: 2023 年收入略微下降 4%，从 2022 年的 6200 万欧元减少至 6000 万欧元。毛利率从 50% 增加至 51%，来自于直营渠道收入贡献比例的增加，同时边际收益率从 11% 提升至 12%，得益于销售和营销费用的优化。

St. John: 2023 年收入同比增长 5%，从 2022 年的 8600 万欧元增长至 9000 万欧元。St. John 的盈利能力也在持续提升，其中毛利润从 2022 年的 5300 万欧元增长至 5700 万欧元，毛利率从 61% 提升至 63%，St. John 在 2023 年和经销商实施了新的合作模式，有效推动了毛利率的上涨。同时，边际收益从 1000 万欧元增长至 1100 万欧元，边际收益率维持稳定在 12%，归因于经销商合作模式转变带来的成本和费用的重新归类。

Caruso: 2023 年收入同比大幅增长 30%，从 2022 年 3100 万欧元增长至 4000 万欧元，增长主要得益于产能的扩张和工厂专业人员的增加。Caruso 在 2023 年表现依旧强劲，其毛利润从 700 万欧元增长至 1100 万欧元，毛利率从 23% 提升至 28%。边际收益从 600 万欧元增长至 900 万欧元，边际收益率从 18% 显著提升至 24%。Caruso 盈利能力的不断提升得益于其生产流程的优化和自有品牌产品售罄率的提高。Caruso 在 2023 年实现经调整 EBITDA 层面的盈亏平衡。

展望 2024

尽管宏观经济有不确定性，但包括中东在内的新兴市场展现出巨大的增长机会，同时预计北美地区业务将保持稳健发展。

集团计划采取多项策略性增长举措来抓住增长机会和获取更多市场份额。随着三个品牌计划在 2024 年实现经调整 EBITDA 盈亏平衡，集团在走向盈利的道路上取得了显著进展。同时，随着业务的组织架构的升级，规模扩张将成为 2024 年及未来盈利能力不断提升的主要驱动力。

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携手打造与构建这个平台。因此，2024 年重点之一将是与更多战略伙伴合作，不断发展建设生态系统，共同促进区域增长、提升供应链并持续扩充产品品类。

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 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。

(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 2023 年 12 月 31 日的财务报表，可从集团的投资者关系网站 (<https://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，集团将举行网络直播和电话会议，分享和探讨 2023 年全年业绩及 2024 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。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/10188721/fc6969ad02>

电话会议重播将在会议后约一小时内开放，2024 年 5 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：1551559

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>

发布预告

集团计划于 2024 年 8 月发布 2024 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15日起以“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 2024”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

Hezhi Zhang

hezhi.zhang@lanvin-group.com

投资者

Lanvin Group

James Kim

附录：

复朗集团全年经审计综合损益表

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A	
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%
收入	222,612	100%	308,822	100%	422,312	100%	426,178	100%
销售成本	-105,218	-47%	-138,920	-45%	-184,368	-44%	-175,236	-41%
毛利	117,394	53%	169,902	55%	237,944	56%	250,942	59%
销售及营销费用	-151,631	-68%	-165,502	-54%	-224,733	-53%	-226,750	-53%
综合及行政费用	-115,181	-52%	-122,497	-40%	-153,138	-36%	-138,215	-32%
其他运营收入和费用	-18,399	-8%	10,083	3%	-2,340	-1%	-4,534	-1%
经常性损益	-167,817	-75%	-108,014	-35%	-142,267	-34%	-118,557	-28%
非经常性费用 ⁽¹⁾	43,546	20%	45,206	15%	-83,057	-20%	-3,858	-1%
经营性亏损	-124,271	-56%	-62,808	-20%	-225,324	-53%	-122,415	-29%
净财务费用	-12,989	-6%	-9,313	-3%	-14,556	-3%	-20,431	-5%
税前亏损	-137,260	-62%	-72,121	-23%	-239,880	-57%	-142,846	-34%
所得税收入 / (费用)	1,603	1%	-4,331	-1%	129	0%	-3,407	-1%
期间净亏损	-135,657	-61%	-76,452	-25%	-239,751	-57%	-146,253	-34%
边际收益 ⁽²⁾	-34,237	-15%	4,400	1%	13,211	3%	24,192	6%
经调整 EBIT ⁽²⁾	-162,428	-73%	-100,806	-33%	-134,836	-32%	-115,808	-27%
经调整 EBITDA ⁽²⁾	-88,116	-40%	-58,945	-19%	-71,958	-17%	-64,173	-15%

复朗集团全年经审计综合资产负债表

千欧元	2020A	2021A	2022A	2023A
	FY	FY	FY	FY
资产				
非流动资产				
无形资产	175,542	181,234	181,485	210,439
商誉	69,323	69,323	69,323	69,323
物业、厂房及设备	26,879	40,564	46,801	43,731
使用权资产	117,917	118,775	121,731	128,853
递延税项资产	13,608	17,070	17,297	13,427
其他非流动资产	8,280	15,742	15,265	15,540
	411,549	442,708	451,902	481,313
流动资产				
库存	75,842	92,335	109,094	107,184
应收账款	22,191	39,781	48,868	45,657
其他流动资产	23,353	41,706	30,467	25,650
现金及银行结余	44,935	88,981	91,897	28,130
	166,321	262,803	280,326	206,621
资产合计	577,870	705,511	732,228	687,934
负债				
非流动负债				
长期借款	11,399	11,212	18,115	32,381
长期租赁负债	104,382	102,987	105,986	112,898
长期风险及费用拨备	3,286	4,166	4,111	3,174
长期雇员福利	19,085	18,464	15,128	17,972
递延税项负债	53,284	54,179	54,660	52,804
其他非流动负债	1,338	1,080	690	14,733
	192,774	192,088	198,690	233,962
流动负债				

应付账款	47,436	58,151	73,114	78,576
银行透支	764	14	148	280
短期借款	7,438	55,559	15,370	35,720
短期租赁负债	32,503	37,072	34,605	32,871
短期风险及费用拨备	2,490	3,141	3,014	6,270
其他流动负债	44,070	68,660	106,481	134,627
	134,701	222,597	232,732	288,344
负债合计	327,475	414,685	431,422	522,306
净资产	250,395	290,826	300,806	165,628
权益				
归属母公司股东权益				
股本	289,165	339,259	0	0
库存股	0	-3	-25,023	-65,405
其他储备	81,198	149,460	762,962	806,677
累计亏损	-158,974	-224,328	-442,618	-571,931
	211,389	264,388	295,320	169,341
非控股权益	39,006	26,438	5,486	-3,713
权益合计	250,395	290,826	300,806	165,628

复朗集团全年经审计综合现金流量表

千欧元	2020A	2021A	2022A	2023A
	FY	FY	FY	FY
经营活动现金（流出）/流入净额	-87,297	-73,088	-80,851	-57,891
投资活动现金（流出）/流入净额	67,038	6,346	-21,799	-38,615
融资活动现金（流出）/流入净额	-41,447	110,065	104,937	34,131
现金及等价物（减少）/增加净额	-61,706	43,323	2,287	-62,375
年初现金及等价物（已扣除银行透支）	106,642	44,171	88,658	91,749
汇兑损益	-765	1,164	804	-1,524
年末现金及等价物（已扣除银行透支）	44,171	88,658	91,749	27,850

Lanvin 品牌全年经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	2023 A v 2022 A	20-23 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%				
关键财务指标												
收入	34,989	100%	72,872	100%	119,847	100%	111,740	100%	108%	64%	-7%	47%
毛利	13,573	39%	34,028	47%	60,513	50%	64,547	58%				
销售及营销费用	-43,147	-123%	-58,124	-80%	-75,852	-63%	-76,533	-68%				
边际收益 ⁽²⁾	-29,574	-85%	-24,096	-33%	-15,339	-13%	-11,986	-11%				
营业收入（按地区）												
EMEA	18,501	53%	31,683	43%	61,092	51%	51,585	46%	71%	93%	-16%	41%
北美	4,525	13%	15,964	22%	28,524	24%	28,210	25%	253%	79%	-1%	84%
大中华	10,054	29%	23,541	32%	25,742	21%	24,649	22%	134%	9%	-4%	35%
其他	1,909	5%	1,684	2%	4,489	4%	7,296	7%	-12%	167%	63%	56%
营业收入（按渠道）												
DTC	16,959	48%	46,134	63%	58,536	49%	55,357	50%	172%	27%	-5%	48%
批发	12,974	37%	21,161	29%	51,898	43%	39,933	36%	63%	145%	-23%	45%
其他	5,056	14%	5,577	8%	9,413	8%	16,450	15%	10%	69%	75%	48%

Wolford品牌全年经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	2023 A v 2022 A	20-23 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%				
关键财务指标												
收入	95,384	100%	109,332	100%	125,514	100%	126,280	100%	15%	15%	1%	10%
毛利	65,865	69%	79,070	72%	86,228	69%	83,339	66%				
销售及营销费用	-65,006	-68%	-59,351	-54%	-81,901	-65%	-79,060	-63%				
边际收益 ⁽²⁾	859	1%	19,719	18%	4,327	3%	4,279	3%				
营业收入（按地区）												
EMEA	73,794	77%	79,236	72%	86,501	69%	85,084	67%	7%	9%	-2%	5%
北美	16,367	17%	21,824	20%	31,535	25%	31,310	25%	33%	44%	-1%	24%
大中华	4,867	5%	7,289	7%	6,791	5%	9,176	7%	50%	-7%	35%	24%
其他	356	0%	983	1%	687	1%	710	1%	176%	-30%	3%	26%
营业收入（按渠道）												
DTC	62,323	65%	74,622	68%	90,408	72%	87,352	69%	20%	21%	-3%	12%
批发	33,061	35%	34,710	32%	34,426	27%	38,071	30%	5%	-1%	11%	5%
其他	0	0%	0	0%	680	1%	857	1%				26%

Sergio Rossi品牌全年经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	2023 A v 2022 A	20-23 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%				
关键财务指标												
收入	59,206	100%	28,737	100%	61,929	100%	59,518	100%	5%	116%	-4%	44%
毛利			13,319	46%	31,048	50%	30,435	51%				
销售及营销费用			-9,489	-33%	-24,502	-40%	-23,097	-39%				
边际收益 ⁽²⁾			3,830	13%	6,546	11%	7,338	12%				
营业收入（按地区）												
EMEA	33,435	56%	17,009	59%	35,023	57%	31,801	53%	5%	106%	-9%	37%
北美	1,290	2%	107	0%	1,181	2%	2,006	3%	-8%	1004%	70%	333%
大中华	11,331	19%	4,595	16%	10,809	17%	11,872	20%	-5%	135%	10%	61%
其他	13,150	22%	7,027	24%	14,916	24%	13,838	23%	13%	112%	-7%	40%
营业收入（按渠道）												
DTC	28,911	49%	14,349	50%	31,910	52%	32,962	55%	10%	122%	3%	52%
批发	30,295	51%	14,389	50%	30,019	48%	26,556	45%	-1%	109%	-12%	36%
其他	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%				

St. John品牌全年经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	2023 A v 2022 A	20-23 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%				
关键财务指标												
收入	66,512	100%	73,094	100%	85,884	100%	90,398	100%	10%	17%	5%	11%
毛利	32,987	50%	38,987	53%	52,642	61%	57,374	63%				
销售及营销费用	-42,273	-64%	-37,697	-52%	-42,498	-49%	-46,695	-52%				
边际收益 ⁽²⁾	-9,286	-14%	1,290	2%	10,144	12%	10,679	12%				
营业收入（按地区）												
EMEA	2,254	3%	779	1%	1,224	1%	1,541	2%	-65%	57%	26%	-12%
北美	60,528	91%	65,534	90%	78,774	92%	81,382	90%	8%	20%	3%	10%
大中华	2,919	4%	6,467	9%	5,153	6%	7,161	8%	122%	-20%	39%	35%
其他	811	1%	315	0%	733	1%	314	0%	-61%	133%	-57%	-27%
营业收入（按渠道）												
DTC	44,778	67%	51,581	71%	66,412	77%	71,007	79%	15%	29%	7%	17%

批发	21,734	33%	21,513	29%	19,077	22%	19,126	21%	-1%	-1%	0%	-4%
其他	0	0%	0	0%	395	0%	265	0%			-33%	

Caruso品牌全年经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2020A		2021A		2022A		2023A		2021 A v 2020 A	2022 A v 2021 A	2023 A v 2022 A	20-23 CAGR
	FY	%	FY	%	FY	%	FY	%				
关键财务指标												
收入	26,351	100%	24,695	100%	30,819	100%	40,011	100%	-6%	25%	30%	15%
毛利	4,881	19%	4,449	18%	7,147	23%	11,351	28%				
销售及营销费用	-1,708	-6%	-1,144	-5%	-1,446	-5%	-1,900	-5%				
边际收益 ⁽²⁾	3,173	12%	3,305	13%	5,701	18%	9,451	24%				
营业收入（按地区）												
EMEA	20,318	77%	19,475	79%	23,050	75%	33,739	84%	-4%	18%	46%	18%
北美	4,252	16%	3,272	13%	5,833	19%	4,580	11%	-23%	78%	-21%	3%
大中华	480	2%	549	2%	559	2%	44	0%	14%	2%	-92%	-55%
其他	1,301	5%	1,399	6%	1,377	4%	1,648	4%	8%	-2%	20%	8%
营业收入（按渠道）												
DTC	0	0%	0	0%	0	0%	40	0%				
批发	26,351	100%	24,695	100%	30,819	100%	39,971	100%	-6%	25%	30%	15%
其他	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%				

复朗集团品牌足迹

	2021		2022		2023	
	DOS ⁽⁴⁾	POS ⁽⁵⁾	DOS ⁽⁴⁾	POS ⁽⁵⁾	DOS ⁽⁴⁾	POS ⁽⁵⁾
Lanvin	27	287	31	339	36	319
Wolford	167	227	163	225	150	201
St. John	48	133	46	106	45	107
Sergio Rossi	50	328	50	346	48	289
Caruso	1	144	1	189	0	183
合计	293	1,119	291	1,205	279	1,099

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	2023A
	FY	FY	FY	FY
收入	222,612	308,822	422,312	426,178
销售成本	-105,218	-138,920	-184,368	-175,236
毛利	117,394	169,902	237,944	250,942
销售及营销费用	-151,631	-165,502	-224,733	-226,750
边际收益 ⁽²⁾	-34,237	4,400	13,211	24,192

复朗集团全年经调整EBIT及经调整EBITDA调节表

千欧元	2020A	2021A	2022A	2023A
	FY	FY	FY	FY
净亏损	-135,657	-76,452	-239,751	-146,253
增加 / (扣除) 影响项:				
所得税收入 / (费用)	-1,603	4,331	-129	3,407
净财务费用	12,989	9,313	14,556	20,431
非经常性费用 ⁽¹⁾	-43,546	-45,206	83,057	3,858
经常性损益	-167,817	-108,014	-142,267	-118,557
增加 / (扣除) 影响项:				
股权激励	5,389	7,208	7,431	2,749
经调整 EBIT ⁽²⁾	-162,428	-100,806	-134,836	-115,808
折旧摊销	48,332	41,584	45,810	46,946
计提减值	22,676	10,766	16,729	79
汇兑损益	3,304	-10,489	339	4,610
经调整 EBITDA ⁽²⁾	-88,116	-58,945	-71,958	-64,173

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。