

LANVIN GROUP

Lanvin Group（复朗集团）2025 年上半年营收 1.33 亿欧元 运营管理强化，复苏动能积聚，奠定下半年增长根基

- 集团 2025 年上半年实现营收 1.33 亿欧元，较 2024 年同期下降 22%，变动主要受全球奢侈品行业整体疲软态势影响，同时也反映了集团主动实施的战略转型调整。尽管面临不利因素，有效的成本管理和运营效率提升增强了集团韧性，并为复苏奠定了基础。
- 集团 2025 年上半年毛利率为 54%，随着过往季库存逐步出清及各品牌效率提升计划成效显著，第二季度毛利率已初现改善势头。
- 品牌亮点包括：Lanvin 在 EMEA 地区零售表现稳健，北美电商强势反弹；Wolford 批发业务增长 14%，St. John 保持强劲势头，毛利率稳定在 69%。
- Lanvin 的艺术总监 Peter Copping 和 Sergio Rossi 的创意总监 Paul Andrew 正积蓄强劲的创势能，同时 Wolford 将迎来 75 周年里程碑庆典，Caruso 批发业务版图持续扩张，共同构筑集团发展新动能。
- 2025 年下半年集团重点包括：持续优化零售网络布局并提升运营效率；升级产品矩阵；开展精准营销活动，以及强化批发商合作伙伴关系。

2025 年 8 月 29 日 - 全球时尚奢侈品集团 Lanvin Group（复朗集团，以下简称集团）（纽约证券交易所代码：LANV）今天公布了其 2025 年上半年未经审计财报。集团旗下品牌包括 Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St. John 和 Caruso。尽管行业压力持续存在，集团通过严格的成本管控和运营效率的提升，在第二季度显现出复苏的态势。

2025 年上半年集团营收达 1.33 亿欧元，同比下降 22%，主要受 EMEA 地区批发业务疲软、大中华区消费情绪谨慎以及全球奢侈品市场整体放缓影响，同时集团积极推进跨地域与产品矩阵的战略转型，也对短期业绩产生了一定影响。尽管处于调整期，得益于创意转型中严格的库存管控和持续的成本优化措施，集团实现毛利 7,200 万欧元，毛利率达 54%。尽管边际收益仍承压，但集团通过削减管理费用和更具针对性的营销投入，部分抵消了负面影响，为下半年业绩改善奠定了基础。

复朗集团董事长黄震先生表示：“尽管上半年奢侈品市场充满挑战，我们始终坚持有效的成本管控与结构优化，积极应对市场变化，并坚定不移地释放品牌长期潜力。随着新鲜创意

血液的注入及持续的产品创新投入，我们已做好充分准备，将在市场环境回暖时把握增长机遇。”

复朗集团执行总裁 **Andy Lew** 先生表示：“上半年我们聚焦于强化运营管控，并为未来增长奠定基础。随着旗下品牌全新创意方向的确立，辅以精准的营销策略与优化的渠道布局，我们预计将在下半年逐步积累品牌动能，提升消费者参与度。在持续强化品牌吸引力的过程中，我们始终保持敏捷的执行力，为市场复苏做好充分准备。”

2025 年上半年业绩回顾

复朗集团 2025 年上半年 未经审计收入 按品牌，千欧元	2023	2024	2025	2024H1 vs 2023H1	2025H1 vs 2024H1	23 H1 – 25 H1 CAGR
	H1	H1	H1			
Lanvin	57,052	48,272	27,932	-15.4%	-42.1%	-30.0%
Wolford	58,802	42,594	32,985	-27.6%	-22.6%	-25.1%
St. John	46,663	39,981	39,654	-14.3%	-0.8%	-7.8%
Sergio Rossi	33,019	20,404	15,314	-38.2%	-24.9%	-31.9%
Caruso	19,926	19,734	17,627	-1.0%	-10.7%	-5.9%
品牌合计	215,462	170,985	133,512	-20.6%	-21.9%	-21.3%
合并抵消	-925	-9	-117	NM	NM	NM
集团总计	214,537	170,976	133,395	-20.3%	-22.0%	-21.1%

复朗集团 2025 年上半年 未经审计关键财务指标，千欧元	2023		2024		2025	
	H1	%	H1	%	H1	%
营业收入	214,537	100.0%	170,976	100.0%	133,395	100.0%
毛利	125,454	58.5%	98,378	57.5%	71,905	53.9%
边际收益	14,854	6.9%	-7,213	-4.2%	-15,188	-11.4%
经调整 EBITDA	-40,916	-19.1%	-42,111	-24.6%	-51,930	-38.9%

经营亮点

- 有效的成本管控：尽管集团营收下降，但毛利率仅收窄 364 个基点，这反映了全集团内迅速实施的成本优化措施已初见成效。自 2023 年上半年以来，St. John 的管理费用削减 35%，Wolford 降低 27%，Sergio Rossi 减少 25%。2024 年启动的零售网络优化计划持续推进，切实提升了运营效率，进一步巩固了集团的运营基础。
- St. John 逆势展现韧性：在奢侈品市场的波动中，St. John 于 2025 年上半年保持了稳定表现，这得益于近年来实施的战略转型举措。品牌营收基本持平，其中核心北美市场增长 4%，并通过重点客户合作伙伴关系推动批发业务增长 11%。在保持 69%

的强劲毛利率和稳定的全价售罄率的同时，St. John 凭借这些举措展现出的韧性，于整体市场疲软中进一步巩固了发展根基。

- **新任领导层任命：**2025 年 1 月，St. John 首席执行官 Andy Lew 被任命为复朗集团执行总裁。在新职位上，他正推动集团在欧洲建立第二总部，以提升运营效率并增强全球管理能力。品牌层面亦完成核心管理层强化，包括任命 Wolford 新任副首席执行官，以及为 St. John 增设首席商务官、首席商品官和首席运营官，为品牌下一阶段的增长做好准备。
- **各品牌第二季度改善：**Lanvin 和 Sergio Rossi 在零售和电商领域均实现了季度强劲环比反弹，显示出消费者关注度回升的迹象。Wolford 通过库存管控与成本节约措施，第二季度毛利率显著改善，正从去年的物流中断的影响中持续恢复。St. John 在整个期间始终保持稳健发展势头。
- **创意方向新篇章：**Peter Copping 于巴黎时装周完成以 Lanvin 艺术总监身份的首秀，呈现的 2025 秋冬系列从品牌档案中汲取灵感，通过装饰艺术纹样、金属材质元素与男士单品，优雅重塑品牌传统基因，标志着这家百年时装屋的回归。Paul Andrew 为 Sergio Rossi 操刀的首个系列也将于 2025 年下半年面世。两大创意举措预计将为品牌注入全新发展动能。

2025 年上半年财务表现回顾

收入

2025 年上半年，集团实现营收 1.33 亿欧元，同比下降 22%。业绩变动主要受全球奢侈品市场持续疲软、DTC 渠道的战略调整以及 EMEA 地区批发需求减弱影响。DTC 营收下降 23%，批发业务下滑 22%，反映出零售商采购策略趋于谨慎及主要奢侈品市场客流失速的叠加影响。

毛利

集团上半年毛利为 7,200 万欧元，毛利率为 54%，较 2024 年同期的 58%有所下降。毛利率下降主要受创意转型期过往季库存的出清、产能利用率不足以及产品组合调整的影响。尽管各品牌均积极采取措施提升售罄率并管理库存水平，但行业大环境承压的影响更为显著。

边际收益

上半年边际收益为-1,500 万欧元，主要受到营收下降和毛利率收窄的影响。自 2024 年以来，集团在各品牌推行全面的成本管控措施，包括加强控制营销支出并将资源重新配置于回报率更高的项目。这些举措已部分缓解营收端压力，并为未来盈利改善夯实基础。

经调整 EBITDA

2025 年上半年经调整 EBITDA 为-5,200 万欧元，上年同期为-4,200 万欧元。该下降主要源于毛利减少，但严格的成本管理有效遏制了亏损扩大。与此同时，集团持续投入创意领域，包括 Lanvin 和 Sergio Rossi 的新系列设计、面料研发、打板与样品制作。这些前瞻性投资结合持续的成本管控，强化了品牌价值和竞争力，为集团在市场环境回暖时获取市场份额、提升盈利奠定基础。

分品牌经营情况

Lanvin: Lanvin 2025 年上半年处于战略过渡期，营收同比下降 42%。业绩变化主要源于两大因素：EMEA 地区批发客户普遍期待 Peter Copping 首个系列而暂缓采购，以及行业整体情绪趋于谨慎。值得注意的是，EMEA 地区零售表现依然坚挺，亚太地区零售业务按战略调整计划稳步推进，而北美电商凭借 Marketplace 模式的成功推出实现强势反弹。

毛利率收窄 366 个基点，主要受产品组合调整、市场环境挑战及零售网络持续优化影响。尽管营收下滑，边际收益仍展现出严格成本管控的成效，同时品牌持续为 Peter Copping 主导的新系列开发投入资源。

展望下半年，Lanvin 将围绕 Peter 备受期待的新系列展开全方位营销推广，革新门店视觉陈列，并举办定向客群活动以提升客流，并将运营增效带来的收益投入于旗舰店形象升级与数字渠道战略合作中。

Wolford: Wolford 上半年营收同比下降 23%，主要受上年物流商迁移的后续影响。批发渠道通过深化合作伙伴关系实现 14%的强劲增长，而 DTC 渠道的趋势则反映出零售网络的有序优化。

毛利率受产能利用率下降及针对性库存清理影响。本期管理费用同比下降 18%，彰显出 Wolford 践行运营纪律的坚定决心。

下半年，Wolford 将在新任副首席执行官 Marco Pozzo 的领导下，以 75 周年庆典为契机，开展大规模品牌推广，聚焦优化产品结构、突出核心单品及推进供应链转型。品牌还将积极探索中东和亚太等高潜力市场的拓展机遇。

Sergio Rossi: Sergio Rossi 上半年营收下降 25%，其中 DTC 渠道下滑 21%，批发渠道下跌 33%，主要原因是客户为等待下半年推出的由 Paul Andrew 主导的首个系列而暂缓购买。毛利率因产品组合调整及产能利用率下降而收窄 9%。

2025 年第二季度显现复苏的积极信号：零售销售额环比增长 17%，电商增长 10%，反映渠道优化举措的成效。尽管营收下降导致边际收益率收窄，但有效的成本控制抵消了部分相关影响。

展望下半年，Sergio Rossi 将通过拓展新合作伙伴加速批发业务扩张，持续提升运营效率，并通过 Paul Andrew 首秀系列的发布重塑品牌形象，同时深化核心市场战略布局。

St. John: 2025 年上半年，St. John 在充满挑战的奢侈品市场环境中表现稳定，营收基本持平。其中北美市场营收增长 4%，彰显品牌在核心市场的竞争优势；批发渠道收入凭借战略重点客户合作实现 11% 的增长。品牌毛利率保持在 69% 的高位，这得益于稳定的全价售罄率以及与 Nordstrom 合作的批发模式的增长贡献。

边际收益率稳定维持在 11%。2025 年下半年，St. John 将继续优化核心渠道以提升转化率，借力新引进人才刺激电商增长，完善产品设计与商品运营流程，并优化供应商体系。

Caruso: Caruso 上半年营收下降 11%。由于整体奢侈品市场正经历调整阶段，加之相关交货计划变更及生产调整，导致第三方代工业务出现暂时性放缓。自有品牌业务则延续增长态势，成衣系列的旺盛需求为此提供了有力支撑。

尽管行业环境充满挑战，毛利率仍保持在 29% 的稳健水平，边际收益略有下降。2025 年下半年，Caruso 将通过与多位代工品牌新任创意总监合作，支持其产品线的重新推出，拓展高增长市场的批发业务，并持续优化成本结构、提升运营效率。

2025 年全年展望

集团预计 2025 年下半年市场环境仍将面临挑战，但集团将继续坚定不移地聚焦成本效益提升与战略品牌投入。当前持续推进的战略举措包括：优化零售网络布局、提升运营效率、升级产品矩阵、开展高影响力营销活动，以及深化批发合作伙伴关系。这些举措已初见成效，预计下半年将产生更显著的成果。Lanvin 与 Sergio Rossi 将依托新任创意总监带来的势能加速推进变革；St. John、Wolford 及 Caruso 则将持续完善渠道策略，并扩大在核心市场的业务版图。

注： 所有百分比变化均基于实际汇率计算。

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、经调整营业利润、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。

年度中期报告

我们的年度中期报告包括截至 2025 年 6 月 30 日的财务报表，可从集团投资者关系网站 (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 8:00/ 中国时间晚上 8:00/ 欧洲时间下午 2:00，集团将举行网络直播和电话会议，分享和探讨 2025 年上半年业绩及下半年展望。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/10202336/ffc7b43240>

电话会议重播将在会议后约一小时内开放，2025 年 9 月 5 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：6290073

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>.

关于 Lanvin Group

复朗集团是一家总部位于中国上海和意大利米兰的全球领先奢侈品时尚集团，旗下管理包括 Lanvin, Wolford, Sergio Rossi, St. John Knits, 以及 Caruso. 依托其在奢侈品时尚领域的独特战略联盟，复朗集团通过战略投资与丰富的运营经验，结合对全球增长最快的奢侈品市

场的深刻洞察与无与伦比的渠道优势，致力于拓展旗下品牌的全球布局，实现可持续增长。复朗集团以“LANV”为代码在纽约证券交易所上市交易。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“2025 全年展望”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

Winni Ren

winni.ren@lanvin-group.com

投资者：

Lanvin Group

Coco Wang

coco.wang@lanvin-group.com

附录

复朗集团 2025 年上半年未经审计合并损益表

千欧元	2023		2024		2025	
	H1	%	H1	%	H1	%
收入	214,537	100.0%	170,976	100.0%	133,395	100.0%
销售成本	-89,083	-41.5%	-72,598	-42.5%	-61,490	-46.1%
毛利	125,454	58.5%	98,378	57.5%	71,905	53.9%
销售及营销费用	-110,600	-51.6%	-105,591	-61.8%	-87,093	-65.3%
综合及行政费用	-76,544	-35.7%	-58,065	-34.0%	-56,754	-42.5%
其他运营收入和费用	-7,960	-3.7%	5,457	3.2%	-8,789	-6.6%
经常性损益	-69,650	-32.5%	-59,821	-35.0%	-80,731	-60.5%
非经常性费用	9,666	4.5%	3,143	1.8%	6,545	4.9%
经常性亏损	-59,984	-28.0%	-56,678	-33.1%	-74,186	-55.6%
净财务费用	-11,970	-5.6%	-13,187	-7.7%	-12,806	-9.6%
税前亏损	-71,954	-33.5%	-69,865	-40.9%	-86,992	-65.2%
所得税（费用）/ 收入	-271	-0.1%	489	0.3%	208	0.2%
期间净亏损	-72,225	-33.7%	-69,376	-40.6%	-86,784	-65.1%
边际收益 (1)	14,854	6.9%	-7,213	-4.2%	-15,188	-11.4%
经调整营业利润 (1)	-61,690	-28.8%	-65,278	-38.2%	-71,942	-53.9%
经调整 EBIT (1)	-67,679	-31.5%	-58,994	-34.5%	-80,494	-60.3%
经调整 EBITDA (1)	-40,916	-19.1%	-42,111	-24.6%	-51,930	-38.9%

复朗集团 2025 年上半年未经审计合并资产负债表

千欧元	2024	2025
	FY	H1
资产		
非流动资产		
无形资产	213,501	211,978
商誉	38,115	38,115
物业、厂房及设备	39,440	33,976
使用权资产	131,597	112,036
递延税项资产	11,598	11,788
其他非流动资产	14,869	11,953
	449,120	419,846
流动资产		
存货	89,712	74,016
应收账款	28,099	23,943
其他流动资产	29,112	37,756
现金及银行结余	18,043	29,723
	164,966	165,438
资产合计	614,086	585,284
负债		
非流动负债		
长期借款	25,222	10,266
长期租赁负债	117,966	100,294
长期预计负债	3,560	3,187
长期雇员福利	17,240	17,414
递延税项负债	51,390	51,422
其他非流动负债	16,005	34,510
	231,383	217,093
流动负债		
应付账款	80,424	56,497
短期借款	158,540	258,561
短期租赁负债	36,106	32,669
短期预计负债	1,524	1,304
其他流动负债	139,020	126,980
	415,614	476,011
负债合计	646,997	693,104
净资产	-32,911	-107,820
权益		
归属母公司股东权益		
股本	*(2)	*(2)
库存股	-46,576	*(2)
其他储备	779,356	725,291
累计亏损	-737,186	-810,340
	-4,406	-85,049
非控股权益	-28,505	-22,771
权益合计	-32,911	-107,820

复朗集团 2025 年上半年未经审计合并现金流量表

千欧元	2023	2024	2025
	H1	H1	H1
经营活动现金流出净额	-58,118	-33,483	-69,501
投资活动现金（流出）/流入净额	-28,531	-3,780	1,879
融资活动现金流入净额	<u>26,396</u>	<u>26,646</u>	<u>80,333</u>
现金及等价物变动净额	-60,253	-10,617	12,711
期初扣除银行透支后现金及现金等价物	91,749	27,850	18,043
汇兑损益	<u>-649</u>	<u>646</u>	<u>-1,031</u>
期末扣除银行透支后现金及现金等价物	30,847	17,879	29,723

Lanvin 品牌 2025 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2023		2024		2025		24 H1 v 23 H1	25 H1 v 24 H1	23 H1 – 25 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	57,052	100.0%	48,272	100.0%	27,932	100.0%	-15.4%	-42.1%	-30.0%
毛利	31,959	56.0%	28,004	58.0%	15,182	54.4%			
销售及营销费用	-36,793	-64.5%	-37,389	-77.5%	-27,504	-98.5%			
边际收益(1)	-4,834	-8.5%	-9,385	-19.4%	-12,322	-44.1%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	29,443	51.6%	23,154	48.0%	12,222	43.8%	-21.4%	-47.2%	-35.6%
北美	13,195	23.1%	11,981	24.8%	8,608	30.8%	-9.2%	-28.2%	-19.2%
大中华	11,092	19.4%	9,527	19.7%	3,778	13.5%	-14.1%	-60.3%	-41.6%
其他	3,322	5.8%	3,610	7.5%	3,324	11.9%	8.7%	-7.9%	0.0%
营业收入 (按渠道)									
DTC	26,780	46.9%	24,072	49.9%	15,846	56.7%	-10.1%	-34.2%	-23.1%
批发	23,022	40.4%	17,639	36.5%	6,737	24.1%	-23.4%	-61.8%	-45.9%
其他	7,250	12.7%	6,561	13.6%	5,349	19.2%	-9.5%	-18.5%	-14.1%

Wolford 品牌 2025 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2023		2024		2025		24 H1 v 23 H1	25 H1 v 24 H1	23 H1 – 25 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	58,802	100.0%	42,594	100.0%	32,985	100.0%	-27.6%	-22.6%	-25.1%
毛利	42,062	71.5%	26,795	62.9%	18,504	56.1%			
销售及营销费用	-38,128	-64.8%	-34,916	-82.0%	-27,999	-84.9%			
边际收益(1)	3,934	6.7%	-8,121	-19.1%	-9,495	-28.8%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	40,083	68.2%	26,453	62.1%	21,179	64.2%	-34.0%	-19.9%	-27.3%
北美	14,224	24.2%	12,747	29.9%	8,756	26.5%	-10.4%	-31.3%	-21.5%
大中华	4,107	7.0%	3,274	7.7%	2,829	8.6%	-20.3%	-13.6%	-17.0%
其他	388	0.7%	120	0.3%	220	0.7%	-69.1%	83.3%	-24.7%
营业收入 (按渠道)									
DTC	39,453	67.1%	33,812	79.4%	21,940	66.5%	-14.3%	-35.1%	-25.4%
批发	18,665	31.7%	8,715	20.5%	9,946	30.2%	-53.3%	14.1%	-27.0%
其他	684	1.2%	67	0.2%	1,099	3.3%	-90.2%	NM	NM

Sergio Rossi 品牌 2025 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2023		2024		2025		24 H1 v 23 H1	25 H1 v 24 H1	23 H1 – 25 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	33,019	100.0%	20,404	100.0%	15,314	100.0%	-38.2%	-24.9%	-31.9%
毛利	17,135	51.9%	10,218	50.1%	6,255	40.8%			
销售及营销费用	-11,355	-34.4%	-9,490	-46.5%	-7,755	-50.6%			
边际收益(1)	5,780	17.5%	728	3.6%	-1,500	-9.8%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	18,509	56.0%	9,528	46.7%	7,150	46.7%	-48.5%	-25.0%	-37.8%
北美	846	2.6%	281	1.4%	56	0.4%	-66.8%	-80.1%	-74.3%
大中华	6,350	19.2%	4,174	20.5%	2,734	17.9%	-34.3%	-34.5%	-34.4%
其他	7,315	22.2%	6,420	31.5%	5,374	35.1%	-12.2%	-16.3%	-14.3%
营业收入 (按渠道)									
DTC	16,847	51.0%	13,976	68.5%	11,005	71.9%	-17.0%	-21.3%	-19.2%
批发	16,172	49.0%	6,428	31.5%	4,308	28.1%	-60.3%	-33.0%	-48.4%
其他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	NM	NM	NM

St. John 品牌 2025 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2023		2024		2025		24 H1 v 23 H1	25 H1 v 24 H1	23 H1- 25 H1 CAGR
	%	H1	%	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	46,663	100.0%	39,981	100.0%	39,654	100.0%	-14.3%	-0.8%	-7.8%
毛利	29,024	62.2%	27,696	69.3%	27,251	68.7%			
销售及营销费用	-23,719	-50.8%	-23,036	-57.6%	-22,781	-57.4%			
边际收益(1)	5,305	11.4%	4,660	11.7%	4,470	11.3%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	731	1.6%	299	0.7%	176	0.4%	-59.1%	-41.1%	-50.9%
北美	41,585	89.1%	37,316	93.3%	38,737	97.7%	-10.3%	3.8%	-3.5%
大中华	4,251	9.1%	2,247	5.6%	653	1.6%	-47.1%	-70.9%	-60.8%
其他	95	0.2%	119	0.3%	87	0.2%	24.8%	-26.9%	-4.3%
营业收入 (按渠道)									
DTC	37,760	80.9%	32,161	80.4%	31,011	78.2%	-14.8%	-3.6%	-9.4%
批发	8,828	18.9%	7,704	19.3%	8,555	21.6%	-12.7%	11.0%	-1.6%
其他	75	0.2%	116	0.3%	87	0.2%	55.3%	-25.0%	7.7%

Caruso 品牌 2025 年上半年未经审计关键财务数据⁽³⁾

千欧元	2023		2024		2025		24 H1 v 23 H1	25 H1 v 24 H1	23 H1 – 25 H1 CAGR
	H1	%	H1	%	H1	%			
关键财务指标									
收入	19,926	100.0%	19,734	100.0%	17,627	100.0%	-1.0%	-10.7%	-5.9%
毛利	5,233	26.3%	5,724	29.0%	5,082	28.8%			
销售及营销费用	-842	-4.2%	-936	-4.7%	-1,108	-6.3%			
边际收益(1)	4,391	22.0%	4,788	24.3%	3,974	22.5%			
营业收入 (按地区)									
EMEA	16,260	81.6%	16,795	85.1%	15,037	85.3%	3.3%	-10.5%	-3.8%
北美	2,674	13.4%	2,003	10.1%	2,147	12.2%	-25.1%	7.2%	-10.4%
大中华	32	0.2%	18	0.1%	6	0.0%	-43.4%	-66.7%	-56.7%
其他	960	4.8%	918	4.7%	436	2.5%	-4.4%	-52.5%	-32.6%
营业收入 (按渠道)									
DTC	0	0.0%	31	0.2%	63	0.4%	NM	NM	NM
批发	19,926	100.0%	19,703	99.8%	17,563	99.6%	-1.1%	-10.9%	-6.1%
其他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	NM	NM	NM

复朗集团品牌足迹

DOS 按品牌列示	Jun 2024	Dec 2024	Jun 2025
	DOS (4)	DOS (4)	DOS (4)
Lanvin	37	33	29
Wolford	140	112	97
St. John	42	37	35
Sergio Rossi	47	43	37
Caruso	0	0	0
合计	266	225	198

非国际财务报告准则财务指标

复朗集团 2025 年上半年边际收益

千欧元	2023	2024	2025
	H1	H1	H1
收入	214,537	170,976	133,395
销售成本	-89,083	-72,598	-61,490
毛利	125,454	98,378	71,905
销售及营销费用	-110,600	-105,591	-87,093
边际收益(1)	14,854	-7,213	-15,188
综合及行政费用	-76,544	-58,065	-56,754
经调整营业利润(1)	-61,690	-65,278	-71,942

复朗集团 2025 年上半年经调整 EBIT

千欧元	2023	2024	2025
	H1	H1	H1
期间净亏损	-72,225	-69,376	-86,784
增加 / (扣除) 影响项:			
所得税收入 / (费用)	271	-489	-208
净财务费用	11,970	13,187	12,806
非经常性费用	-9,666	-3,143	-6,545
经常性损益	-69,650	-59,821	-80,731
增加 / (扣除) 影响项:			
股权激励	1,971	827	237
经调整 EBIT (1)	-67,679	-58,994	-80,494

复朗集团 2025 年上半年经调整 EBITDA

千欧元	2023	2024	2025
	H1	H1	H1
经常性损益	-69,650	-59,821	-80,731
折旧摊销	21,518	22,456	21,311
计提减值	-3,241	-2,220	-3,049
汇兑损益	8,486	-3,353	10,302
股权激励	1,971	827	237
经调整 EBITDA (1)	-40,916	-42,111	-51,930

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、经调整营业利润、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、经调整营业利润、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、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、债务重组收益和政府补助）作出调整。