

# CHANEL

## CHANEL LIMITED 2019 年度财务公告

(截至 2019 年 12 月 31 日)

2020 年 6 月 18 日, 伦敦

### 2019年主要财务信息

- 2019年业绩强势增长, 证明了香奈儿品牌的实力, 并体现了公司对创造长期可持续性价值的承诺
- 销售额达到**122.73亿美元**, 在固定汇率下较2018年度增长**13.0%**
- 营业利润为**34.96亿美元**, 较2018年增长**16.6%**
- 年末净现金余额为正, 体现了香奈儿的财务实力
- 为推进创意和创新战略, 公司在品牌发展方面投入**17.7亿美元**
- 资本投资达到**7.71亿美元**, 占销售额的**6.3%**
- 全年自由现金流为**22.45亿美元**, 较2018年提升了**84.9%**

### 新冠疫情和当前经营状况

- 继今年的良好开局之后, 业务受到了新冠疫情的显著影响; 所有市场均有精品店暂时关闭, 将会导致2020年全年销售额和利润减少
- 疫情期间, 我们优先支持员工和业务伙伴, 并保护我们的供应商
- 我们决定在隔离期间不占用政府的就业支持补助
- 我们采取措施保护香奈儿的现金流、资产负债表的稳健性以及作为全球品牌的吸引力
- 我们目前正按照各地政府的指导, 根据不同国家/地区的情况, 逐步重新开放精品店; 鼓励亚洲地区已经开放的精品店吸引顾客光临

### 香奈儿全球首席财务官 Philippe Blondiaux 表示:

*“香奈儿 2019 年的业绩表现优异, 这得益于公司长期的投资计划和以创意为基础的战略, 以及独特的精湛工艺和对创新的不懈追求。”*

*“然而, 2020 年全球发生了巨大变化, 香奈儿也无法在当前的全球性危机中免受影响。”*

*“尽管面临这些挑战, 香奈儿仍然恪守品牌核心价值 and 独特的价值观。我们目前的首要任务是确保员工和顾客的安全, 并保护我们的合作伙伴。同时我们也为业务所涉及的社区提供支持, 并尽最大可能为社会贡献力量, 例如调整我们的制造设备, 生产口罩和防护服。”*

*“虽然近期仍将困难重重, 但我们坚信, 凭借富有激情与专长的团队、卓越的创新成果, 以及强大的财务基础, 我们将处于有利地位。我们对长期机遇充满信心, 将巩固香奈儿作为全球最具标志性和创新性品牌之一的地位。”*

## 2019 年度营运亮点

- 2019年，香奈儿在各区域市场及所有产品线均表现强劲。尽管这一年内宏观经济形势严峻，例如香港的游行和法国的罢工事件。
- **香水与美容品**的所有品类在各渠道下继续保持强势增长。在香水方面，香奈儿邂逅柔情香水（CHANCE Eau Tendre Eau de Parfum）、品牌在香水晶类的全新支柱香奈儿嘉柏丽尔天性香水（GABRIELLE Essence）以及香奈儿蔚蓝男士香水系列（BLEU DE CHANEL）持续获得成功，强化了品牌在香水领域的领导地位。在彩妆方面，香奈儿彩妆产品的市场份额不断扩大，这得益于香奈儿可可小姐炫光唇膏（ROUGE COCO FLASH）和香奈儿柔光持妆粉底液（ULTRA LE TEINT）的成功。同时，香奈儿奢华精萃系列（SUBLIMAGE）和香奈儿智慧紧肤系列（LE LIFT）助力了护肤品品类的业绩增长。
- **精品品类**表现突出，各区域市场和所有产品线均实现了两位数增长。香奈儿新任创意总监维吉妮·维娅（Virginie Viard）传承嘉柏丽尔·香奈儿（Gabrielle CHANEL）和卡尔·拉格斐（Karl Lagerfeld）的精神与理念，其设计的高级成衣表现尤为出色，重申了香奈儿在时装领域的领导地位。2019年4月，香奈儿在首尔市中心的清潭洞街区开设了一座七层的旗舰店，这也是香奈儿在韩国开设的第10间精品店，致力于为顾客提供独特的高端零售体验。此外，在最新的高级手工坊系列中，香奈儿旗下的高级手工坊再次展示了非凡的创造力和精湛的手工艺。
- **腕表与高级珠宝品类**在2019年实现了两位数的加速增长，主要得益于全新推出的标志性作品J12腕表，该腕表搭载机芯制造商KENISSI制造的Caliber 12.1自动上链机械机芯，并于去年11月荣获日内瓦高级钟表大赏（Le Grand Prix d'Horlogerie de Genève）“最佳女士腕表”殊荣。在高级珠宝品类，Coco Crush系列已成为新的品牌代表作，在所有区域市场均取得了两位数的业绩增长。在臻品珠宝品类，香奈儿探索山茶花之美，推出了创意十足的全新1.5臻品珠宝系列，而令人惊艳的LE PARIS RUSSE DE CHANEL臻品珠宝系列同样展现了超乎预期的成绩，该系列灵感来源于嘉柏丽尔·香奈儿（Gabrielle CHANEL）对俄罗斯文化和设计的迷恋。
- 香奈儿持续着眼于投资，2019年资本投资达到7.71亿美元。为进一步推广独特的品牌体验和创意，香奈儿大力投资精品店资产，开发标志性项目，如在首尔清潭洞街区中心开设旗舰店，同时通过发展自身零售网络，不断提升香水与美容品领域的顾客体验。截至2019年年底，香奈儿在全球范围内共运营144家香水与美容品专门店，结合chanel.com等电子商务平台，强化全渠道策略。
- 香奈儿对信息技术项目的投资包括继续强化品牌的基础设施建设，利用创新科技，以进一步提升顾客体验。例如，香奈儿为香港的臻品珠宝沙龙引入了互动式视频技术解决方案，实现了与珠宝创意团队的实时连接；在巴黎康朋街19号旗舰店实行的（数字）增强零售举措取得了成功，将被推广至巴黎的其他精品店。此外，香奈儿还在各区域市场内进行了大量投资，为员工营造充满活力的办公空间，展现了香奈儿一直以来对员工福祉的重视。
- 公司2019年的战略重点之一是加强应对气候变化。香奈儿做出了四项承诺：减少自身运营和整个供应链的碳足迹，实现以科学为基础的碳目标；到2025年，在全球范围内采用100%可再生电力；平衡公司的剩余碳排放；资助气候变化适应项目。香奈儿的2030年碳排放目标通过了“科学碳目标”组织（SBTi）的审核。香奈儿已于2019年实现了碳中和。在此基础上，公司还将继续深化承诺，在自身业务和供应链中采取负责任和可持续的商业行为，以加速转型，实现更具可持续性的未来。

## 财务概要

	<u>2019</u>	<u>2018</u>	<u>变动比率 (%)</u>
营业收入	122.73 亿美元	111.19 亿美元	10.4%
可比收入 <sup>1</sup>			13.0%
营业利润	34.96 亿美元	29.98 亿美元	16.6%
息税折旧摊销前利润 <sup>2</sup>	39.14 亿美元	34.54 亿美元	13.3%
税率	26.5%	25.5%	
税后利润	24.10 亿美元	21.66 亿美元	11.3%
<b>各地区收入</b>			
欧洲	45.34 亿美元	42.80 亿美元	5.9%
亚太地区	54.26 亿美元	47.30 亿美元	14.7%
美洲	23.13 亿美元	21.09 亿美元	9.7%
净现金 <sup>3</sup>	2.82 亿美元	200 万美元	无
自由现金流 <sup>4</sup>	22.45 亿美元	12.14 亿美元	84.9%
资本投资 <sup>5</sup>	7.71 亿美元	10.07 亿美元	-23.4%
员工 <sup>6</sup>	27,713	25,295	9.6%

<sup>1</sup> 以上营收数据均使用2019年12月31日汇率计算，并采用可比的法律实体架构。

<sup>2</sup> 息税折旧摊销前利润 (EBITDA) 以经调整后的营业利润为基础，已剔除2019年重组成本、减值支出及拨回、企业人寿保险投资损益及其他一次性开销。为提供具有相对可比性的数据，折旧和摊销的加回不包括使用权资产的折旧。

<sup>3</sup> 净现金等于现金减去总借款（包括来自合并范围之外的相关实体贷款和借款，并剔除租赁负债，以提供具有相对可比性数据）。

<sup>4</sup> 自由现金流为经营现金流去除资本投资后加上资产处置收益，减去资本化的固定租赁本金。

<sup>5</sup> 资本投资包括购置与开发固定资产、厂房设备、投资性房地产和无形资产（不含商誉）。

<sup>6</sup> 统计为截止到年底的员工人数。

## 媒体问询

Tulchan Communications: Jonathan Sibun / Will Smith

+44 (0) 207 353 4200 / chanel@tulchangroup.com

## 关于香奈儿

香奈儿是一家私人企业，也是全球奢侈品创作、设计、制造和销售领域的佼佼者。上世纪初，香奈儿由嘉柏丽尔·香奈儿 (Gabrielle Chanel) 创立，提供一系列高端产品，包括高级成衣、皮具、时尚配饰、眼镜、香水、彩妆、护肤品、高级珠宝及腕表。同时，香奈儿凭借高级定制服系列在业界享有盛誉，高级定制服每年会在巴黎发布两个系列的作品。此外，香奈儿也因收购了众多专业的供应商而闻名，并推出旨在传承手工工艺的“高级手工坊系列”。香奈儿致力于高端奢侈品领域，以及高水准的手工技艺。有史以来，香奈儿品牌的核心价值一直根植于其独特的创意设计。正因如此，香奈儿在全世界范围内推广文化、艺术、创意以及手工工艺，同时也大力投资于人、研发和创新。截止 2019 年底，香奈儿在全球拥有近两万八千名员工。