

CHANEL

CHANEL LIMITED 2021年度财务公告

(截至 2021 年 12 月 31 日)

2022 年 5 月 24 日, 伦敦

2021年度主要财务信息

- 2021年度业绩受益于各市场本地顾客群对所有产品线的强劲需求, 凸显了人们对香奈儿作品的渴求
- 销售额达到**156亿美元**, 较2020年同比增长**49.6%**, 较2019年同比增长**22.9%**
- 营业利润为**54.61亿美元**, 较2020年增长**170.6%**, 与2019年相比增长**57.5%**
- 年末净现金为正, 体现了香奈儿出色的业绩表现和财务管理能力
- 公司在品牌发展方面投入达**17.95亿美元**, 尽管全年都面临开展线下活动的挑战, 投入仍增长了32%
- 资本支出达**7.58亿美元**, 占销售额的4.8%
- 自由现金流为**45.40亿美元**

香奈儿全球首席财务官 Philippe Blondiaux 表示:

“出色的财务表现反映了香奈儿的品牌实力和独特性。我们专注于创新并致力于不断提高工艺水平, 同时我们也在经历商业模式的转变, 旨在产生积极的影响并实现可持续发展目标。我们在世界各地团队的热情和参与是这一成功的关键支柱。

尽管2021年充满挑战, 但我们的业绩表现显示了强劲的消费需求, 尤其是来自各市场本地顾客群的需求, 在团队的奉献和创造力的推动下, 我们提供独特的体验将顾客的梦想变为现实。

2022年我们将继续大额投资, 用于支持香奈儿品牌的长期健康发展, 以及实现我们的可持续发展目标, 这些投入将涉及员工培养、对品质的持续追求、顾客体验、精品店打造和供应链转型等方面。”

2021 年度营运亮点

- 尽管新冠疫情影响了我们的零售和旅游零售业务, 特别是在2021年的上半年, 但香奈儿所有产品类别的全年销售均创下了历史新高。
- **精品**品类表现强劲, 所有产品线均实现两位数增长。基于维吉妮·维娅的创意和系列作品的成功, 皮具和高级成衣的表现尤其出色。灵感来源于尚·考克多电影的早春度假系列, 在法国南部普罗旺斯莱博村庄的光影采石场以线上形式发布, 之后又在迪拜举行了疫情以来首次在海外举办的实体发布会。高级手工坊系列发布会则在 *le19M* 大楼举行, 这座明亮的、全新落成的建筑位于法国巴黎奥贝维利耶, 汇集了11家高级手工坊和数百名工匠。 *le19M* 大楼承载着对传统手工艺的保护, 以及对新技术的不断探寻, 令这些手工艺得以发扬光大, 更好地呈现于每一季的作品中。
- **香水与美容品**品类表现强韧。尽管旅游零售业务仍然受到限制措施的影响, 但品牌在主要国家的市场份额均有增长, 当地顾客群体的需求 (专门店和线上) 依然活跃。对于香水品类而言, 2021年也是具有里程碑意义的一年, 在品牌标志性的5号香水诞生100周年之际, 通过在主要市场举办

充满创意的限时体验活动，以及推出5号工厂系列（16款限量产品，灵感来自日常用品，以超现代风格设计）等举措，将全世界享誉盛名的香水带往未来。蔚蓝男士香水系列和可可小姐香水系列的成功也促进了香水晶类的销售，而护肤品则促进了美容品品类的增长。

- **腕表与高级珠宝**品类在所有地区的销售均实现了两位数增长，这得益于腕表、高级珠宝和臻品珠宝的成功。高级珠宝品类在COCO CRUSH系列的支持下取得出色表现，J12则继续推动腕表品类的销售增长。臻品珠宝作品和高级制表的成功使得高端业务达到创纪录的水平。为庆祝5号香水诞生100周年，香奈儿高级珠宝创意工作室总监Patrice Leguèreau设计了N°5臻品珠宝系列，包含123件作品，其中一款华美项链镶嵌了一颗重55.55克拉的璀璨钻石，彰显了品牌精湛的工艺。
- 2021年，香奈儿的**资本投入**达到7.58亿美元。其中，香奈儿持续对目前和未来的零售分销网络进行重要投资，包括在旧金山收购一栋零售大楼，以及在迈阿密设计街区开设一家全新精品店，其建筑风格旨在反映此地区的艺术和文化表达。香奈儿还继续拓展了香水与美容品专门店网络，特别是在亚洲，以进一步实现个性化的顾客体验。此外，还有针对品牌创意和生产活动的投资，包括在法国Verneuil-en-Halatte扩建一个新的皮具工坊。对数字化活动的投资仍然是提升顾客体验的关键（如虚拟试妆服务、在线预约和全球数字应用），同时在全球范围内继续扩大电子商务能力。
- 2021年，香奈儿持续拓展**文化事业**。通过香奈儿文化基金，品牌与5家全球领军文化机构建立合作伙伴关系，共同开展项目，同时设立了“CHANEL Next Prize”奖项——为10位改变游戏规则的艺术家的提供100万欧元奖金，他们来自视觉艺术、舞蹈、音乐、戏剧、游戏、元宇宙等领域。

2021 年度可持续发展亮点

- 香奈儿致力于实现其气候目标，将可持续发展目标纳入公司内部和供应链，同时继续倡议合作，推动更广泛的系统变革。
 - 香奈儿在实现科学减碳目标方面取得进展，与2020年相比，范围1（直接排放）和范围2（间接排放）的排放量分别减少了5%和58%。自2020年以来，范围3（其他间接排放）的排放量有所增加，部分原因是香奈儿正在完善和改进其数据收集，以对其总的碳足迹有更全面的认识。香奈儿现有92%的电力来自于可再生能源，与2020年相比增加了22个百分点。
 - 香奈儿一直专注于广纳可持续发展的人才，全球专注于推动集团可持续发展战略的专家数量增加了40%以上。香奈儿通过设立可持续发展的业绩和报告职能部门，向首席财务官和首席可持续发展官进行联合报告，进一步加强将可持续发展融入决策过程。
 - 香奈儿加入了自然相关财务披露工作组论坛 ([Task-Force on Natural Financial Disclosures Forum](#))，以深化企业对自然影响和依赖关系的理解。
 - 香奈儿与剑桥大学可持续发展领导力研究所 (CISL) 建立了为期三年的合作关系，该研究所专注于教育和可持续发展领导力计划、创新的运营项目，并设立奖学金支持来自弱势群体背景的学生成为未来的可持续发展领导者，从而推动更广泛的包容性。
 - 香奈儿不断创新产品材料，为研发工作进行大量投资。这包括首次为N°5香水瓶采用的高端可回收玻璃；香奈儿之水产品系列采用了由植物来源材料制成的生物基瓶盖；以及使用可持续采购和经过认证的材料，支持全球有机纺织品标准 (GOTS) 和全球回收标准 (GRS)。

财务概要

	2021	2020 (已重述) *	2019 (已重述) *	变动比率 vs. 2020 (已重述)	变动比率 vs. 2019 (已重述)
<i>以百万美元为单位</i>					
营业收入	15,639	10,108	12,273	54.7%	27.4%
欧洲	4,042	2,885	4,534	40.1%	-10.9%
亚太地区	8,068	5,257	5,426	53.5%	48.7%
美洲	3,529	1,966	2,313	79.5%	52.6%
可比收入 (可比汇率和法律实体架构)				49.6%	22.9%
营业利润	5,461	2,018	3,467	170.6%	57.5%
息税折旧摊销前利润	5,950	2,544	3,871	133.9%	53.7%
税率	25.7%	28.0%	26.5%	-2.3%	-0.8%
税后利润	4,026	1,366	2,389	194.7%	68.5%
净现金	560	1,074	282	-47.9%	98.6%
自由现金流	4,540	679	2,245	568.6%	102.2%
资本投资	758	1,077	725	-29.6%	4.6%
员工 (人数截止到年底)	28,467	27,018	27,713	5.4%	2.7%
碳排放情况					
直接排放 (每吨二氧化碳当量)	19,469	20,493		-5.0%	
间接排放 (每吨二氧化碳当量)	8,388	19,842		-57.7%	
其他间接排放 (每吨二氧化碳当量)	859,511	722,342		19.0%	
可再生电力	92.0%	70.0%		22.0%	

这些关键绩效指标的定义涵盖在公司 2021 年财务公告中。

* 由于与软件服务相关的会计政策有所变化，部分财务关键绩效指标已重述。此外还重述了范围 1 (直接排放) 和范围 3 (其他间接排放) 的数据从而更精准地报告公司 2020 年的碳足迹。公司 2021 年的财务公告中提供了更多的细节。

媒体问询

Tulchan Communications

Jonathan Sibun / Jessica Reid

+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才、研发和创新。截止 2021 年底，香奈儿在全球拥有近 28500 名员工。