

GIORGIO ARMANI

阿玛尼集团 2021 年经济财务成果 以及 2022 年上半年主要趋势

2021 年，阿玛尼集团报告的综合净利润为 1.699 亿欧元，相比 2019 年“新冠疫情”期间增长了 43%，证明其注重“少即是多”原则的战略的确卓有成效。

2022 年年初的趋势进一步证实并维持了集团在 2021 年取得的成果，对比新冠疫情最严重的时期，集团的表现展现出急剧复苏趋势，其速度明显快于预期。

2021 年经济财务成果

2021 年，**间接营业额**（集团和第三方被许可人直接实现的阿玛尼品牌产品的销售额）总计 **40.56 亿欧元**，相比 2020 年（**32.78 亿欧元**）增长 **23.7%**。

合并净收入达到 **20.19 亿欧元**，相比 2020 年增长 **26.3%**（相比 2019 年下降 6.3%，但在下半年已经超过 2019 年的水平）。这些结果远远高于专门研究服装市场的主要机构分析师对 2021 年的预测。特别是集团直营店的净收入，相比 2020 年增长了 37%，占合并净收入的 50%以上。

阿玛尼集团在 2021 年实现了 **1.712 亿欧元**的正**营业利润（息税前利润）**，而 2020 年的息税前利润为负 2950 万。

扣除金融业务和税务费用后，2021 年的**合并净收入**水平上升至 **1.699 亿欧元**，占净收入的 8.4%，这一数值也明显高于 2019 年新冠疫情前的净收入（1.19 亿欧元，占净收入的 5.5%）。

此外，集团的**净财务状况**（现金和现金等价物以及证券投资）也有显著改善，在 2021 年底达到 **11.2 亿欧元**，比 2020 年底报告的水平（9.25 亿欧元）增加了近 2 亿欧元（+21%）。

合并净权益也增长了约 9800 万，在 2021 年底达到 21.08 亿欧元（2020 年为 20.1 亿）。

阿玛尼集团副总经理兼首席商务官朱塞佩·马尔索奇（Giuseppe Marsocci）和阿玛尼集团副总经理兼首席运营与财务官丹尼尔·巴拉斯特拉齐（Daniele Ballestrazzi）表示：“阿玛尼集团提前一年实现其计划，达到超过 40 亿欧元的阿玛尼品牌营业额（包括许可经营）以及超过 20 亿欧元的直接合并收入。集团并未对销售机会施加不当压力，而是通过精简系列规模，根据品牌的创始原则‘少即是多’。”

多，精心选择分销网络，以及提高最终消费者在阿玛尼的体验来实现这些成果，因此更加令人鼓舞。对品牌资产的不懈努力和关注，结合集团的财务表现，证实了我们的中长期战略框架的确卓有成效。”

2022 年上半年趋势

2022 年上半年被东欧俄罗斯和乌克兰之间严重的地缘政治危机所笼罩，这场危机可能强烈扭曲并抑制全球经济。同时，新冠疫情卷土重来，特别是在中国再次爆发，促使当地政府对集团业务的关键领域进行了广泛封锁。

尽管如此，与 2021 年上半年相比，阿玛尼集团 2022 年上半年的合并净收入进一步实现了大幅增长。事实上，按当前汇率计算，2022 年上半年的收入已经比 2021 年上半年增长了 20%，且正在不断超过 2019 年的水平，为经营利润率的大幅提高创造了条件；但是下半年仍然存在某些潜在风险，例如：与俄乌冲突有关的经济衰退影响可能扩大、可能出现新一轮新冠疫情、以及中央银行旨在遏制通货膨胀的限制性政策可能收紧。

阿玛尼集团主席兼首席执行官 **Giorgio Armani** 先生表示：“集团 2021 年取得了显著增长，今年上半年也呈积极表现，因此我可以保持谨慎乐观的态度。我也更加坚定，将继续推行中长期战略路线，坚持一直以来支撑我的创意和商业理念的原则，并且将这一原则应用到我们战略的各个方面。事实证明，这种坚定不移、一以贯之的方法切实有效，尤其是在过去的这几年来，在我们的个人和职业生活都面临如此复杂局面的情况下更是如此。从资本和财务的角度来看，结果证明我们的集团正在健康发展，这一成果也为我们提供了一些喘息机会，即使面对国际形势可能恶化的情况，我们也能游刃有余。”