

供即时发布

MARCOLIN : 2022 年净销售额和利润率进一步增长

- 2022 年，按当前汇率计算净销售额较 2021 年相比增长20.1%（按固定汇率计算为+13.2%），达到 5.474 亿欧元；
- 调整后EBITDA(税息折旧摊销前利润)为6,100万欧元，较去年的5,010万欧元增长21.7%，得益于收入的增长和旨在保持正利润率高水平而采取之行动的稳健性。

隆加罗内/米兰，2023年3月28日 – Marcolin作为全球眼镜市场的领导公司，于3月28日提交截至2022年12月31日止年度单独及合并财务报表拟稿，该草案须经4月股东大会批准。

截至2022年12月31日的业绩

2022年，Marcolin的净销售额为**5.474亿欧元**，按当前汇率计算较上一年增长20.1%（+13.2%按固定汇率计算），反映出在国际地理政治的挑战和不稳定的一年下其业务战略的优势。

与2021年对比，公司在所有地理区域的业绩都有所改善：有显着增长的高潜力市场如亚洲（按当前汇率计算+47%，按固定汇率计算+33%），而 欧洲、中东和非洲地区(按当前汇率计算+18%，按固定汇率计算+17%)和美洲（按当前汇率计算+ 17%，按固定汇率计算+4%）被肯定为主要地理区域， 合计约占净销售额的90%。

调整后EBITDA (税息折旧摊销前利润)达到**6,100万欧元**，较去年的5,010万欧元相比增长21.7%。调整后EBITDA利润率也呈正增长趋势，达到净销售额的11.1%。

各种因素促成实现这些重要业绩，包括整合众多的品牌组合，实施数字化转型过程通过与客户关系在其各个层面所发挥的重要作用，以及不断推动生产和采购效率。

净财务状况为1.374亿欧元，较去年提升1.070万欧元，归功于经营业绩产生的流动性和对其所有组成部分（贸易应收账款、贸易应付账款和库存水平）营运资本的监管控制。

“去年引证了Marcolin是一家高绩效且健全的公司，能够以远见的目光应对历史性的复杂时期，同时巩固其在全球同业者中的领导地位，今天比以往任何时候在经历一个充满活力和变革的时刻。2022年的业绩为公司各部门提供了动力，以进一步提高我们的期望：我们未来的一年同样充满挑战，但铺排满了重要的活动，我们必须再次证明我们是一家现代、灵活的公司，能够阅读经济趋势并支持以意大利作为领导者的行业”，Marcolin首席执行官兼总经理法布里齐奥·库尔奇(Fabrizio Curci)评论道。

2022 年，Marcolin 还通过众多企业治理发展行动进一步推动其对可持续发展和ESG问题的承诺，例如获得ISO13485认证，该认证规范了国际医疗器械行业的质量管理体系。

截止**2022年12月31日**的净销售额、毛利、调整后**EBITDA**、**EBIT**净财务状况和**TWC**

	FY22		FY21	
(€/mil.)	Adjusted	%NS	Adjusted	%NS
Net sales	547.4	100.0%	455.6	100.0%
Gross Margin	321.3	58.7%	265.3	58.2%
EBITDA	61.0	11.1%	50.1	11.0%
EBIT	33.5	6.1%	22.4	4.9%
Net Financial Position (*)	137.4		148.1	
<i>*NFP Adjusted excludes SHL 3 Cime</i>				
TWC (**)	21.6	3.9%	27.2	6.0%
<i>**TWC consists of Accounts Receivables, Accounts Payables and Inventory</i>				

关于 Marcolin 马可林:

Marcolin 马可林于 1961 年在威尼托区中心成立，是全球眼镜市场的领导集团之一。通过致力追求卓越和持续推进创新，以独特技术将顶尖工艺与先进科技相结合脱颖而出。品牌组合包括 TOM FORD、Guess、adidas Sport、adidas Originals、Bally、Moncler、Max Mara、Sportmax、Zegna、GCDS、Barton Perreira、Tod's 、Pucci 、BMW 、MAX&Co. 、Kenneth Cole 、Timberland、Gant、Harley-Davidson、Marciano、Skechers 以及 Candie's。

而自有品牌则包括 WEB Eyewear 、Marcolin 和 Viva。

马可林通过旗下的直接渠道和全球的合作伙伴在超过 125 个地区经销其商品。

www.marcolin.com



www.marcolin.com