

国际奢侈品牌 2020年业绩表

2020时尚品牌上市企业上年度财报陆续公布，按品类分为**奢侈品、国际精品、化妆品、运动休闲**4类

主要品牌集团2020年行业特点

第1，中国市场的业绩异军突起，尤其是在去年的第三、四季度增长明显。这一点我们通过奢侈品门店“排队常态化”的场面就能直观感知。在后文中，有详细提到部分集团或品牌在亚太/大中华/中国大陆市场的同比增长数字。

第2，疫情给时尚产业带来巨大挑战，但同时大大推进了品牌数字化渠道发展。多份集团财报在业绩描述时，特别提及了2020年双十一期间的高销售表现。同时，品牌发布新品也不再局限于传统的时装周秀场模式。

第3，奢侈品市场资本市场仍旧活跃。LVMH集团收购Tiffany&Co.，Moncler收购Stone Island，VF集团收购Supreme，绿地集团收购法国独立珠宝品牌KORLOFF，等等事件都于去年上演。

第4，品牌门店功能不断创新，以增强消费者体验。特别是对于零售品牌而言，推出咖啡、餐食，引入酷炫科技，打造更多互动体验，一直是消费者和商业项目所期待的。比如，Louis Vuitton东京银座店的LV Café、巧克力店 Le Chocolat V。

奢侈品

LOUIS VUITTON

DIOR



GUCCI



Cartier

CELINE

BOTTEGA VENETA

BALENCIAGA

SAINT LAURENT
PARIS



TIFFANY & Co.

Salvatore Ferragamo

BURBERRY



CANADA GOOSE

Roger Vivier
PARIS

HOGAN

LVMH集团

- ❑ 2020年1-12月，集团收入达446.51亿欧元，同比下滑17%；亚太地区（除日本外）收入为153.66亿欧元，同比下滑4%。亚洲市场自2020年下半年起开始回暖，呈双位数增长。
- ❑ 集团旗下**时装与皮具部门**在1-12月收入达212.07亿欧元，同比下滑5%；其中10-12月，该部门业绩实现了18%的有机增长，至72.73亿欧元
- ❑ **腕表和珠宝部门**在1-12月的收入为33.56亿欧元，同比下滑24%；其中10-12月该部门业绩为10.9亿欧元，有机销售下滑2%。
- ❑ **香水与化妆品部门**在1-12月收入达52.48亿欧元，同比下滑23%；其中10-12月该部门业绩为15.74亿欧元，有机销售下滑15%。
- ❑ LVMH集团在过去一年对集团业务做了调整，除收购Tiffany&Co.以外，集团出售了旗下鞋履品牌RM Williams，并关闭了由Rihanna主理的FENTY品牌，旗下衬衫制造商PINK也传出将被出售的消息。
- ❑ 2020年3月，翻新后的Louis Vuitton日本东京银座店正式面向消费者开始营业。除了此前已经曝光过的LV Café，还增加了新的业务：巧克力店 Le Chocolat V。



Kering集团

- 2020年1-12月，集团收入为131亿欧元，同比下滑17.5%，亚太市场（除日本外）收入为42.85亿欧元，同比增长3%。10-12月，集团业绩为14.04亿欧元，同比下滑8.2%。
- 从集团主力品牌业绩表现来看：
 - **Gucci**：在2020年1-12月的收入大幅下滑22.7%，至74.41亿欧元；亚太市场（除日本外）可比销售下滑8%。
 - 2020年以来，Gucci连续4个季度业绩呈双位数下滑，尽管品牌不断推进数字化战略布局、强化可持续时尚理念，但Alessandro Michele营造的“文艺复兴式”的浪漫复古带给消费者的新鲜感正在逐渐褪去。



Kering集团

- **Bottega Veneta**：逐渐取代Gucci增长引擎的地位，成为集团旗下唯一录得增长的品牌。2020年1-12月，品牌收入为12.1亿欧元，同比增长3.7%，亚太市场（除日本外）可比销售增长15%。10-12月，Bottega Veneta的收入大幅增长12.1%，至3.75亿欧元，亚太市场（除日本外）可比销售增长29%。
- 自品牌更换创意总监以来，打造了一个又一个的爆款。2020年8月24日，Bottega Veneta登陆李佳琦直播间，230只售价超过万元的云朵包迅速售罄。



包袋大赢家
Bottega Veneta 云朵包

Kering集团

- **Saint Laurent**：2020年1-12月收入同比下滑14.9%，至17.44亿欧元，亚太市场（除日本外）可比销售增长1%。10-12月，品牌收入5.53亿欧元，同比下滑3%，亚太市场（除日本外）可比销售增长30%。
- 从渠道来看，尽管Saint Laurent直营门店在2020年的收入同比下降13.4%，但线上渠道销售猛增近80%。今年2月，品牌进驻天猫平台开设官方旗舰店，产品涵盖手袋、成衣、鞋履、配饰等。
- Saint Laurent也正在发力家居市场，拓展家居产品线，届时将通过品牌线上的Rive Droite概念空间独家发售。
- 集团旗下**Balenciaga**也是目前热度最高的品牌之一，爆款多、脑洞大。品牌计划于今年在意大利开设首个皮具工厂，进一步拓展Balenciaga配件产品线生产规模。



Richemont集团

- Richemont集团在2020年4-12月的收入达96.64亿欧元，同比下滑16%，亚太市场（除日本外）销售额为42.85亿欧元，同比增长3%。
- 10-12月，集团收入同比增长1%，至41.86亿欧元；亚太市场（除日本外）销售额为17.29亿欧元，同比增长21%，得益于中国大陆（+80%）、中国台湾（+29%）的强劲增长。
- **珠宝部门**在4-12月收入达54.27亿欧元，同比下滑8%；但在第四季度，该部门录得9%的增长，至23.66亿欧元。
- **腕表部门**在4-12月收入达17.24亿欧元，同比下滑28%；10-12月，该部门收入7.58亿欧元，同比下滑7%。**线上平台**4-12月收入下滑13%，至16.02亿欧元；10-12月，该部门收入与去年同期持平，收入为6.68亿欧元。

BUCCELLATI
MILANO DAL 1883

Cartier

Van Cleef & Arpels
VCA

A. LANGE & SÖHNE
GLASHÜTTE 1/SA

BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

IWC
SCHAFFHAUSEN

JAEGGER-LECOULTRE

PIAGET

PANERAI

ROGER DUBUIS

VACHERON CONSTANTIN

WATCHFINDER & Co.
THE PRE-OWNED WATCH SPECIALIST

NET-A-PORTER

MR PORTER

THE OUTNET

YOOX

ONLINE FLAGSHIP STORES

ALAÏA

AZ FACTORY

Chloé

dunhill

MONT
BLANC

PETER MILLAR

PURDEY

SERAPIAN
MILANO

Hermes

- ❑ 2020年1-12月，Hermes集团收入63.89亿欧元，同比下滑7.2%，亚太市场（除日本外）销售额达29.15亿欧元，同比增长12.6%。
- ❑ 尽管受疫情影响全年收入有所下滑，但集团从下半年开始恢复增长，尤其是第四季度增长强劲。10-12月，集团收入同比增长12.3%，至21.01亿欧元，亚太市场（除日本外）销售额为9.21亿欧元，大幅增长43.3%。
- ❑ 2020年12月，Hermes旗下的中国品牌SHANGXIA在成都远洋太古里打造的全球首家茶室空间「上下茶事」，共有3层空间，将中式五行元素融入茶事场景。
- ❑ 同月，SHANGXIA获得意大利Exor集团6亿人民币的投资，与Hermes集团、创始人蒋琼耳一同成为该品牌的重要股东。
- ❑ 今年1月，Hermes入驻天猫开设官方旗舰店。集团财报中也强调，将加大对数字渠道的投入。



Burberry

□ 2020年9月28日-2020年12月26日，品牌收入6.88亿英镑，同比下滑4%；亚太市场同比增长11%，主要受中国大陆地区业绩推动。



Valentino

- ❑ 2020年，品牌收入同比下滑28%，至8.82亿欧元。在新任首席执行官Jacopo Venturini的领导下，Valentino进一步推进数字化策略。2020年，Valentino数字渠道销售大涨62%，线上销售占总销售额的14%。
- ❑ 品牌也强调了中国市场的优秀表现，2020年收入同比增长了44%。为加强与中国市场的紧密联系，Valentino创意总监Pierpaolo Piccioli在2020年12月时，于上海举办了“Re-Signify”（再·诠释）沉浸式互动体验展。



VALENTINO
再·诠释
RE-SIGNIFY
PART ONE
SHANGHAI

Salvatore Ferragamo

- ❑ 2020年，Salvatore Ferragamo收入9.16亿欧元，同比下滑33.5%；亚太市场销售额为3.81亿欧元，同比下滑25.5%。
- ❑ 品牌在财报中强调了中国市场的业绩贡献。固定汇率下，中国大陆市场在第四季度的零售业务增长33.9%，2020年全年增长11.3%。



TOD'S集团

- 2020年，集团收入6.37亿欧元，同比下滑30.4%；大中华区收入同比下滑8.7%，至1.97亿欧元。第四季度集团收入1.85亿欧元，同比下滑22.6%；但中国大陆市场业绩表现优秀，呈双位数增长。
- 按品牌看：
 - **Tod's**在2020年收入达2.98亿欧元，同比下滑35.6%；
 - **Roger Vivier** 2020年收入1.6亿欧元，同比下滑20.2%；
 - **Hogan** 2020年收入1.42亿欧元，同比下滑28%。



Moncler

- ❑ 2020年，Moncler收入达14.4亿欧元，同比下滑12%；亚太市场销售额为7.18亿欧元，与去年同期持平。其中，中国大陆市场销售增长强劲，呈双位数增长。
- ❑ 第四季度品牌业绩开始回升，录得7%的增长，至6.75亿欧元。其中，中国大陆市场销售增长强劲，呈双位数增长趋势。为加强与中国市场的紧密联系，Moncler计划将“Moncler Genius 2021”项目发布活动于今年9月在中国举办。
- ❑ 2020年12月，Moncler以11.5亿元的价格收购了机能服饰品牌Stone Island。



Brunello Cucinelli

□ 2020年，Brunello Cucinelli收入5.44亿欧元，同比下滑10.5%；大中华区销售额达6170万欧元，同比下滑1.8%。但自下半年起中国市场开始恢复增长，2020年6-12月，大中华地区业绩同比增长14%。



Canada Goose

□ 2020年10-12月，品牌收入4.74亿加拿大元，有机增长5%；中国市场直营渠道大涨47%。品牌在全球的电商业务也增长了39.3%。



奢侈品集团/品牌2020年销售额

奢侈品集团2020年销售额一览表

序号	集团	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	LVMH	446.51亿欧元	-17.0%	2020.01-2020.12
	Fashion and Leather Goods	212.07亿欧元	-5.0%	2020.01-2020.12
	Watches and Jewelry	33.56亿欧元	-24.0%	2020.01-2020.12
	Perfumes and Cosmetics	52.48亿欧元	-23.0%	2020.01-2020.12
2	Kering	131亿欧元	-17.5%	2020.01-2020.12
3	Richemont	96.64亿欧元	-16.0%	2020.04-2020.12
	Jewellery Masion	54.27亿欧元	-8.0%	2020.04-2020.12
	Specialist Watchmakers	17.24亿欧元	-28.0%	2020.04-2020.12
	Online Distributors	16.02亿欧元	-13.0%	2020.04-2020.12

奢侈品品牌2020年销售额一览表

序号	品牌	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	Gucci	74.41亿欧元	-22.7%	2020.01-2020.12
2	Saint Laurent	17.44亿欧元	-14.9%	2020.01-2020.12
3	Bottega Veneta	12.10亿欧元	3.7%	2020.01-2020.12
4	Hermes	63.89亿欧元	-7.2%	2020.01-2020.12
5	Burberry	6.88亿英镑	-4.0%	2020.9.28-2020.12.26
6	Valentino	8.82亿欧元	-28.0%	2020.01-2020.12
9	Salvatore Ferragamo	9.16亿欧元	-33.5%	2020.01-2020.12
10	Tod's	2.98亿欧元	-35.6%	2020.01-2020.12
11	Hogan	1.42亿欧元	-28.0%	2020.01-2020.12
12	Roger Vivier	1.6亿欧元	-20.2%	2020.01-2020.12
13	Moncler	14.4亿欧元	-12.0%	2020.01-2020.12
14	Brunello Cucinelli	5.44亿欧元	-10.5%	2020.01-2020.12
15	Canada Goose	4.74亿加拿大元	5.0% (有机增长)	2020.10-2020.12

注：表中各集团、品牌销售额均按财报内容摘录

国际精品

MICHAEL KORS



MOSCHINO

CALVIN KLEIN TOMMY HILFINGER RALPH LAUREN

s a n d r o
PARIS

STUART WEITZMAN

maje

♠
kate spade
NEW YORK



JIMMY CHOO



LOVE
MOSCHINO



CLAUDE
PIERLOT

ALBERTA FERRETTI

Tapestry集团

- ❑ 2020年7-12月，集团收入28.58亿美元，同比下滑10%。第四季度集团收入16.9亿美元，同比下滑7%，在中国大陆的营收同比增长超过30%。
- ❑ 按品牌来看：
 - **Coach**：2020年7-12月收入21.01亿美元，同比下滑6%；第四季度品牌收入12.25亿美元，同比下滑4%。
 - **Kate Spade**：2020年7-12月收入6.16亿美元，同比下滑16%；第四季度品牌收入3.76亿美元，同比下滑13%。
 - **Stuart Weitzman**：2020年7-12月收入1.41亿美元，同比下滑30%；第四季度品牌收入8450万美元，同比下滑27%。



Capri集团

□ 2020年4-12月，集团收入28.63亿美元，同比下滑34.3%。第四季度集团收入13.02亿美元，同比下滑17.1%；集团旗下各品牌在亚洲市场均实现了业绩增长，主要得益于中国市场的销售推动。

□ 按品牌来看：

- **Versace**：2020年4-12月，品牌收入4.83亿美元，同比下滑23.3%；亚洲市场总销售额为1.68亿美元。第四季度集团收入1.95亿美元，与去年同期持平。2020年9月，品牌入驻天猫开设官方旗舰店。
- **Michael Kors**：2020年4-12月，品牌收入20.86亿美元，同比下滑36.4%；亚洲市场总销售额为3.18亿美元。第四季度集团收入9.86亿美元，同比下滑18.6%。
- **Jimmy Choo**：2020年4-12月，品牌收入2.94亿美元，同比下滑34.4%；亚洲市场总销售额为1.21亿美元。第四季度集团收入1.21亿美元，同比下滑26.7%。2020年9月，品牌入驻天猫开设官方旗舰店。



SMCP集团

- 2020年，集团收入8.73亿欧元，同比下滑22.9%；亚太市场销售额为2.31亿欧元，同比下滑10.7%。
 - **Sandro**：2020年收入4.14亿欧元，同比下滑24.9%。第四季度品牌收入1.21亿欧元，同比下滑22.3%。
 - **Maje**：2020年收入3.37亿欧元，同比下滑23.2%。第四季度品牌收入9850万欧元，同比下滑16.2%。



Affee集团

- 2020年，集团收入2.69亿欧元，同比下滑23.4%；亚洲及世界其他地区销售额为5352万欧元，同比下滑37.8%。大中华区销售额受疫情影响，同比下滑了35%，第四季度开始有所回升，门店客流量好转。
- 集团旗下**MOSCHINO**在2020年收入2.15亿欧元，恒定汇率下同比下滑17.8%。



PVH集团

- 2020年2月1日-11月1日，集团收入50.43亿美元，同比下滑31%。旗下**Calvin Klein**在此期间收入达25.4亿美元，同比下滑32%。
- **Tommy Hilfiger**在2020年2月1日-11月1日，收入18.57亿美元，同比下滑25%。
- 集团总裁Emanuel Chirico在财报中表示，PVH在截至2020年11月1日的第三财季销售开始回温，尤其是中国和欧洲市场。Chirico还表示，集团在双十一（亚洲市场）及黑五（欧洲和北美市场）期间销售表现优秀，线上渠道业绩表现最佳。



Pandora

- ❑ 2020年，Pandora收入190.09亿丹麦克朗，有机销售下滑12%；中国市场销售额为12.61亿丹麦克朗，有机销售下滑35%。
- ❑ 第四季度，Pandora收入78.91亿丹麦克朗，同比下滑1%；中国市场销售额为3.22亿丹麦克朗，有机销售下滑23%。英国、德国市场第四季度业绩表现优秀，但中国和意大利市场欠佳。
- ❑ 根据品牌财报，2020年第四季度证实了Pandora推行的Programme Now计划推动销售增长，为品牌带来积极态势，但中国市场仍面临着挑战。



Ralph Lauren

- 2020年4-12月，Ralph Lauren收入31.14亿美元，同比下滑36.3%；亚洲市场销售额为7.38亿美元,同比下滑8.1%。
- 第四季度，品牌收入14.33亿美元，同比下滑18.2%。亚洲市场销售额为3.3亿美元，同比增长13.8%。



国际精品集团/品牌2020年销售额

国际精品集团2020年销售额一览表

序号	集团	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	Tapestry	28.58亿美元	-10.0%	2020.07-2020.12
2	Carpi	28.63亿美元	-34.3%	2020.04-2020.12
3	SMCP	8.73亿欧元	-22.9%	2020.01-2020.12
4	Aeffe	2.69亿欧元	-23.4%	2020.01-2020.12
5	PVH	50.43亿美元	-31.0%	2020.02.01-2020.11.01

国际精品品牌2020年销售额一览表

序号	品牌	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	Coach	21.01亿美元	-6.0%	2020.07-2020.12
2	Kate Spade	6.16亿美元	-16.0%	2020.07-2020.12
3	Stuart Weitzman	1.41亿美元	-30.0%	2020.07-2020.12
4	Michael Kors	20.86亿美元	-36.4%	2020.04-2020.12
5	Jimmy Choo	2.94亿美元	-34.4%	2020.04-2020.12
6	Versace	4.83亿美元	-23.3%	2020.04-2020.12
7	Ralph Lauren	31.14亿美元	-36.3%	2020.04-2020.12
8	Moschino	2.15亿欧元	-17.8%	2020.01-2020.12
9	Calvin Klein	25.4亿美元	-32.0%	2020.02.01-2020.11.01
10	Tommy Hilfiger	18.57亿美元	-25.0%	2020.02.01-2020.11.01
11	Pandora	190.09亿丹麦克朗	-12.0% (organic growth)	2020.01-2020.12
12	Sandro	4.14亿欧元	-24.9%	2020.01-2020.12
13	Maje	3.37亿欧元	-23.2%	2020.01-2020.12

注：表中各集团、品牌销售额均按财报内容摘录

化妆品

LANCÔME
PARIS

ESTÉE LAUDER

YVES SAINT LAURENT


GIORGIO ARMANI

GUERLAIN
PARIS

LA MER

BOBBI BROWN

la prairie
SWITZERLAND

SHISEIDO
GINZA TOKYO

CHA LING
L'ESPRIT DU THÉ

SK-II

Kiehl's
SINCE 1851

fresh

NARS


clé de peau
BEAUTÉ

L'ORÉAL
PARIS

Atelier Cologne
MAISON DE PARFUM
PARIS

L'OCCITANE
EN PROVENCE

IPSA

EDITIONS DE PARFUMS
FREDERIC MALLE

Sulwhasoo


DRUNK ELEPHANT™

 SKINCEUTICALS
ADVANCED PROFESSIONAL SKINCARE



ELEMIS

欧莱雅集团

■ 2020年，集团收入279.92亿欧元，同比下滑6.3%。亚太市场销售额为98亿欧元，同比增长1.5%，其中，中国大陆市场同比增长24.1%。第四季度集团业绩与去年同期持平，收入78.79亿欧元。

□ 按部门来看：

- **专业产品部门**2020年收入30.97亿欧元，同比下滑10%。
- **大众化妆品部门**2020年收入下滑8.2%，至117.04亿欧元。
- **高档化妆品部门**2020年收入同比下滑7.6%，至101.80亿欧元。
- **活性化妆品部门**是集团唯一正增长的部门，2020年该部门收入30.11亿欧元，同比增长13%，得益于理肤泉、修丽可、CeraVe等品牌的强劲增长。

□ 按区域市场来看：

- **中国大陆市场**从下半年起开始恢复，2020年收入同比增长24.1%。财报中还特别强调了双十一期间，旗下科颜氏、赫莲娜、修丽可、阿玛尼美妆、YSL Beauty、3CE、卡诗等品牌销量均位于领先地位。

专业美发产品部

专业美发产品部为遍及世界各地的沙龙提供产品。

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

KÉRASTASE

大众化妆品部

大众化妆品品牌分布在各大零售渠道。

L'ORÉAL
PARIS



MAYBELLINE

高档化妆品部

欧莱雅高档化妆品产品可以在百货商店、化妆品店、旅游零售店零售,但也在自有品牌的高端店和专门的电子商务网站销售。

Atelier Cologne

LANCÔME
PARIS

GIORGIO ARMANI
Fragrances & Beauty

HesSangjun

BIOTHERM

Kuhl's

shu wenguo

HR

1

活性健康化妆品部

活性健康化妆品部的品牌产品销往世界范围的健康护理网点,包括药房、药店和医学SPA。

VICHY

LA ROCHE-POSAY

欧莱雅集团

- ❑ 2020年12月，集团收购日本高端护肤品牌Takami，欧莱雅还与Takami品牌所有者Hiroshi Takami续签了一项长期授权协议，并与他在东京的皮肤科诊所签署了一项合作协议。
- ❑ Takami创立于1999年，源自东京表参道区的两家著名专业Takami皮肤科和美容诊所。以其标志性的肌底代谢美容精华而闻名，该美容精华被亚洲女性称为“小蓝瓶”。



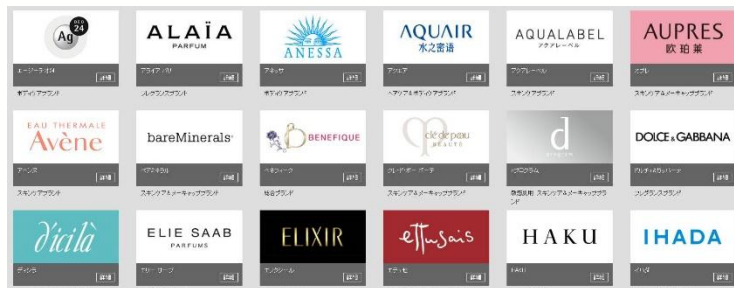
雅诗兰黛集团

- ❑ 2020年7-12月，集团收入84.15亿美元，同比下滑1%；其中亚太市场收入29.24亿美元，同比下滑1%。
- ❑ 10-12月，集团收入48.53亿美元，同比增长5%。亚太市场收入大幅增长35%，至17.75亿美元，其中，中国大陆市场增长强劲，特别是双十一期间，各个渠道均实现双位数增长。
 - **护肤业务**在2020年7-12月收入48.54亿美元，同比增长20%，得益于雅诗兰黛、倩碧、La Mer等品牌的销售推动。
 - **彩妆业务**在2020年7-12月收入22.25亿美元，同比下滑28%。
 - **香氛业务**在2020年7-12月收入10.24亿美元，同比下滑2%。
 - **美发业务**在2020年7-12月收入2.9亿美元，同比下滑3%。



资生堂集团

- ❑ 2020年，集团收入9209亿日元，同比下滑18.6%。中国市场是唯一正增长市场，收入2358亿日元，同比增长9%。
- ❑ 第四季度集团收入2627亿日元，同比下滑6.2%。中国市场收入808亿日元，销售额同比实现超过30%的增长，特别是双十一期间。
- ❑ 品牌布局上，资生堂集团也做出了一些调整。2020年集团于中国进博会期间，将旗下高端品牌**THE GINZA**和**BAUM**介绍给中国消费者。12月，集团联手雅萌打造了高端抗衰品牌**EFFECTIM**。EFFECTIM和BAUM将分别于2021年4月和2021年9月正式进入中国市场。
- ❑ 资生堂集团于2020年宣布出售旗下个护业务，主要包括UNO、SENKA、丝蓓绮、水之密语等10个品牌。



资生堂家的新成员—BAUM

☑ 森林气息 ☑ 90%天然成分 ☑ 高级简约



P&G集团

□ 2020年10-12月，集团收入197.45亿美元，同比增长8%。



Coty集团

- ❑ 2020年7-12月，集团收入25.4亿美元，同比下滑17.9%。其中，亚太市场收入同比下滑24.5%，至2.9亿美元。
- ❑ 2020年12月，集团旗下Gucci Beauty入驻天猫。

COVERGIRL COVERGIRL BEAUTY	BURBERRY LONDON ENGLAND	adidas
CALVIN KLEIN	RIMMEL LONDON	GUCCI
BOSS HUGO BOSS	BOURJOIS — PARIS —	Chloé
Sally Hansen ALL ABOUT BEAUTY	TIFFANY & CO.	MAX FACTOR X
BOTTEGA VENETA	monange	MARC JACOBS PERFUME
MIU MIU	RISQUÉ	Alexander McQUEEN



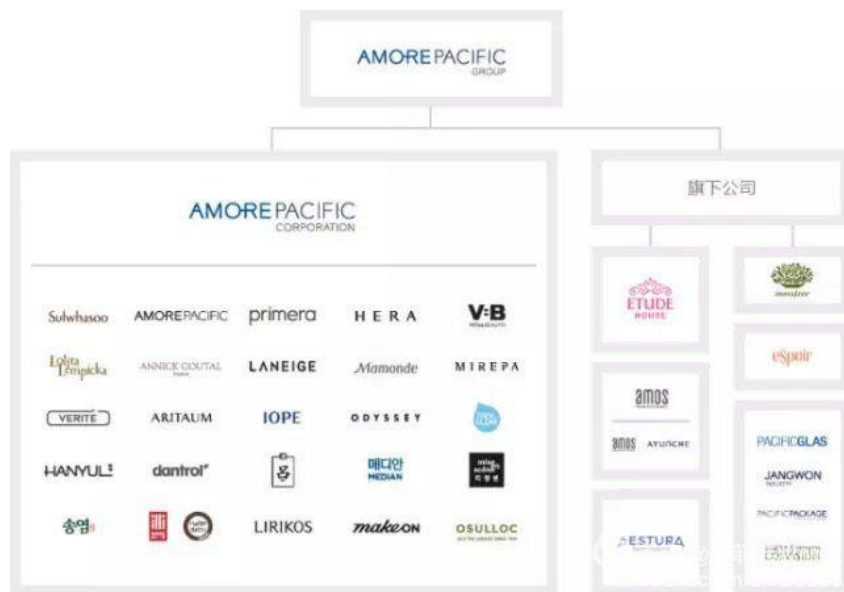
L'Occitane集团

□ 2020年4-12月，集团收入11.89亿欧元，同比下滑8.9%；中国大陆市场收入大幅增长27.3%，至1.99亿欧元。



Amore Pacific集团

□ 2020年，集团收入44322亿韩元，同比下滑20.6%。



Beiersdorf集团

□ 2020年，集团收入70.25亿欧元，同比下滑8.2%；亚太市场收入22.11亿欧元，同比下滑8.2%。



化妆品集团2020年销售额

序号	集团	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	L'Oreal集团	279.92亿欧元	-6.3%	2020.01-2020.12
	Professional Products	30.97亿欧元	-10.0%	2020.01-2020.12
	Consumer Products	117.04亿欧元	-8.2%	2020.01-2020.12
	L'Oreal Luxe	101.80亿欧元	-7.6%	2020.01-2020.12
	Active Cosmetics	30.11亿欧元	13.0%	2020.01-2020.12
2	Estee Lauder集团	84.15亿美元	-1.0%	2020.07-2020.12
	Skin Care	48.54亿美元	20.0%	2020.07-2020.12
	Makeup	22.25亿美元	-28.0%	2020.07-2020.12
	Fragrance	10.24亿美元	-2.0%	2020.07-2020.12
	Hair Care	2.90亿美元	-3.0%	2020.07-2020.12
	LVMH Perfumers and Cosmetics	52.48亿欧元	-23.0%	2020.01-2020.12
3	Shiseido集团	9209亿日元	-18.6%	2020.01-2020.12
4	P&G集团	197.45亿美元	8.0%	2020.10-2020.12
	Beauty	38.06亿美元	6.0%	2020.10-2020.12
	Grooming	17.35亿美元	5.0%	2020.10-2020.12
	Health Care	27.46亿美元	9.0%	2020.10-2020.12
	Fabric & Home Care	64.98亿美元	12.0%	2020.10-2020.12
	Baby, Feminine & Family Care	48.58亿美元	6.0%	2020.10-2020.12
5	Coty集团	25.40亿美元	-17.9%	2020.07-2020.12
6	L'Occitane集团	11.89亿欧元	-8.9%	2020.04-2020.12
7	Amore Pacific集团	44322亿韩元	-20.6%	2020.01-2020.12
8	Beiersdorf集团	70.25亿欧元	-8.20%	2020.01-2020.12

注：表中各集团、品牌销售额均按财报内容摘录

运动户外



NIKE集团

- ❑ 2020年6-11月，集团收入218.37亿美元，同比增长4%。9-11月，集团收入112.43亿美元，同比增长9%。
- ❑ 旗下**Nike**品牌在2020年6-11月，收入207.59亿美元，同比增长4%；大中华区销售额为40.78亿美元，同比增长了16%。
- ❑ Nike在2020年11月推出了第五类零售概念店：**Nike Unite**，倡导线上线下无缝连接的新概念，推出专为当地策划的、价格优惠的产品以及精选的季节性产品。
- ❑ Nike计划2020年在全球9个城市开设Nike Unite概念店，已在韩国、美国、英国等五地推出，未来还将在美国和中国分别开设两家这类门店。
- ❑ **Converse**在2020年6-11月收入10.39亿美元，与去年同期持平。



Under Armour

- ❑ 2020年，品牌销售额44.75亿美元，同比下滑15%；亚太地区销售额为6.29亿美元，同比下滑了1.2%。10-12月，品牌销售额14.04亿美元，同比下滑2.6%；亚太地区销售额为2.31亿美元，同比增长了26.1%。
- ❑ 2020年12月，品牌宣布将与NBA球星Stephen Curry共同推出新品牌Curry Brand，以期接触年轻消费者。新系列主打适用于篮球、高尔夫等运动场景的服饰和鞋履。未来，该品牌将扩展跑步和女装产品。
- ❑ 2021年1月，品牌中国首家交互式体验旗舰店在杭州湖滨银泰in77开业，占地超过1000平方米，共设三层，打造了个性尖货集聚地、智慧乐活充电站及杭帮运动热炼场三个数字化乐活空间。



VF集团

- 2020年4-12月，集团销售66.56亿美元，同比下滑21%。10-12月，集团销售29.72亿美元，同比下滑6%；大中华区销售同比增长18%，中国大陆市场销售同比增长22%。
- 集团在2020/21财年的前三个财季（2020.04-2020.12）业绩连续下滑，预计2021财年收入达91-92亿美元之间，同比下降12%-13%。
- 2020年11月，集团以超过21亿美元的价格收购了当红潮牌 **Supreme**，该交易目前已经基本完成。VF集团预计Supreme将在下一财年（2021.04起）产生5亿美元的收入。



VF集团

□ 按品牌来看：

- **Vans**在10-12月销售同比下滑6%；亚太地区销售同比增长15%，大中华区销售同比增长了28%，中国大陆地区销售同比增长了29%。品牌先后在上海TX淮海、U479开出亚洲首家Vans Boutique Store “Vans Huai-Hi” 以及Vans大中华区首家品牌体验中心。
- **The North Face**在10-12月销售与去年同期持平；亚太地区销售同比增长16%，大中华区同比增长16%。
- **Dickies**在10-12月销售同比增长9%；亚太地区销售同比增长14%，大中华区销售同比增长了16%，中国大陆地区销售同比增长了12%。
- **Timberland**在10-12月销售同比下滑14%；亚太地区销售同比下滑6%，中国大陆市场销售表现稳定。



Skechers

□ 2020年，Skechers收入达45.97亿美元，同比下滑11.9%。10-12月，品牌收入13.25亿美元，同比下滑0.5%。其中，中国市场销售同比增长29.7%。



Asics

▣ 2020年，Asics收入达3287.84亿日元，同比下滑13%；大中华区销售额为411.18亿日元，同比增长了4.2%。



Columbia

- ❑ 2020年，集团收入25.02亿美元，同比下滑18%。10-12月，集团收入9.16亿美元，同比下滑4%。
- ❑ 旗下主力品牌Columbia 2020年收入19.97亿美元，大幅下滑20%。10-12月，Columbia收入达7亿美元，同比下滑7%。



运动户外品牌2020年销售额

序号	品牌	2020年销售额	同比涨幅	时间段
1	Nike	207.59亿美元	4%	2020.06-2020.11
2	Converse	10.39亿美元	持平	2020.06-2020.11
3	Under Armor	44.75亿美元	-15.0%	2020.01-2020.12
4	Skechers	45.97亿美元	-11.9%	2020.01-2020.12
5	Asics	3287.84亿日元	-13.0%	2020.01-2020.12
6	Vans	—	-22.0%	2020.04-2020.12
7	The North Face	—	-17.0%	2020.04-2020.12
8	Dickies	—	5%	2020.04-2020.12
9	Timberland	—	-23.0%	2020.04-2020.12
10	Columbia	19.97亿美元	-20.0%	2020.01-2020.12

注：表中各集团、品牌销售额均按财报内容摘录