

## 深圳歌力思服饰股份有限公司 2024 年年度业绩预告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

### 重要内容提示：

- 本期业绩预告适用于净利润为负值的情形。
- 深圳歌力思服饰股份有限公司（以下简称“公司”）预计 2024 年度实现归属于上市公司股东的净利润-38,938 万元至-28,938 万元，与上年同期相比，将出现亏损。预计 2024 年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-34,269 万元至-23,769 万元。
- 若不考虑计提长期资产（商誉、商标）减值准备、处置唐利国际股权投资损失以及实施法国 IRO 降本增效措施产生的一次性费用等因素的影响，则预计归属于上市公司股东的净利润为 5,201 万元至 10,201 万元。

### 一、本期业绩预告情况

#### （一）业绩预告期间

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。

#### （二）业绩预告情况

1、经财务部门初步测算，预计 2024 年度实现归属于上市公司股东的净利润-38,938 万元至-28,938 万元，与上年同期相比，将出现亏损。若不考虑计提长期资产（商誉、商标）减值准备、处置唐利国际股权投资损失以及实施法国 IRO 降本增效措施产生的一次性费用等因素的影响，则预计归属于上市公司股东的净利润为 5,201 万元至 10,201 万元。

2、经财务部门初步测算，预计 2024 年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-34,269 万元至-23,769 万元。

(三)本期业绩预告为公司根据经营情况的初步预测,未经注册会计师审计。

## 二、上年同期经营业绩和财务状况

(一)归属于上市公司股东的净利润:10,564.52万元;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润:8,031.00万元。

(二)每股收益:0.29元/股。

## 三、本期业绩预亏的主要原因

1、2024年面对复杂的宏观环境,公司旗下多品牌矩阵多点发力,在国内总体保持了良好的增长态势,带动公司实现主营收入同比增长约3%-7%左右(未经审计),主要品牌Ellassay品牌、self-portrait品牌、Laurèl品牌以及IRO品牌在国内市场均保持正增长,其中国际品牌self-portrait、Laurèl以及IRO在国内市场表现突出,推动国内业务营收同比增长了约7%-13%左右(未经审计)。

2、受近年全球潮流服饰市场竞争激烈且需求不景气及外部消费环境的影响,出于为公司整体战略考虑,进一步增强公司现金流,优化公司经营质量、优化公司资产结构,从而提升公司持续经营能力,公司转让了子公司东明国际持有的唐利国际(Ed Hardy品牌)50%股权。Ed Hardy在收购的前期几年的销售和盈利情况良好,对公司累计已通过股东决议分红金额约4.5亿元,已高于公司对于唐利国际的累计投资金额,但本次交易预计对公司当期业绩影响约-5,400万元(未经审计),主要由于外币报表折算产生的汇率变动影响所致。

此外,由于唐利国际经营业绩不及预期,公司已出售其控股权,预计对唐利国际相关商誉、商标计提减值金额约10,144万元(未经审计),具体会计处理以及对公司业绩的影响情况需以审计机构年度审计确认后的结果为准。

3、欧美地区受持续的通货膨胀、地缘局势等因素影响,消费者需求大幅减弱,公司旗下IRO品牌在海外经营业绩受到较大冲击,在本年度未达预期。且由于海外地区宏观经济压力持续较大,公司已聘请专业中介机构制定实施相关业务降本增效的方案,会对IRO品牌海外业务加快加大调整改善措施,优化商业模式,经公司财务部门初步测算,实施上述降本增效预计产生约4,000至6,000万元相关一次性费用(未经审计)。

由于海外地区宏观经济压力持续较大,随着2025年低效门店的加速关闭,

公司认为 IRO 品牌未来在海外地区的盈利规模将有所下降。此外，基于商业考量，IRO 品牌在中国区启用了 IRO 新的系列商标（IRO night 等）进行销售（对公司实际经营业绩不会产生较大影响），旧商标（IRO paris）未来在中国区的销售逐步由新系列商标替代，原旧商标盈利预测数据大幅度降低，而对于新的系列商标，基于会计准则规定，作为无形资产应按照成本计量，即新系列商标账面价值为 0 元。

基于上述主要原因，经公司财务部门初步测算，预计综合本期对前海上林（IRO 品牌）相关商誉、商标计提减值准备金额约 18,000 万元至 23,000 万元（未经审计），最终减值准备计提金额需依据评估机构出具的评估报告以及经会计师事务所审计后确定。

4、综上，若不考虑计提长期资产（商誉、商标）减值准备、处置唐利国际股权投资损失以及实施法国 IRO 降本增效措施产生的一次性费用等因素的影响，则预计归属于上市公司股东的净利润为 5,201 万元至 10,201 万元。主要由于（1）欧美地区受持续的通货膨胀、地缘局势等因素影响，消费者需求大幅减弱，公司旗下 IRO 品牌在海外经营业绩受到较大冲击，海外业务亏损同比加大；（2）Ed Hardy 品牌经营业绩未达预期；（3）公司重要参股公司百秋尚美由于直播电商、仓储等新业务仍处于前期投入期，同时收到的政府补助较去年同期减少较多，导致公司投资收益下降较大。

#### 四、本次拟计提长期资产减值准备情况

公司根据财政部《企业会计准则第 8 号—资产减值》、中国证监会《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》及公司会计政策等相关规定，对前海上林、唐利国际相关商誉以及商标进行了初步减值测试。根据初步测试结果，2024 年度公司拟对 IRO 品牌计提商誉及商标减值准备合计约 18,000 万元至 23,000 万元；对 Ed Hardy 品牌计提商誉及商标减值准备合计约 10,144 万元。

以上将相应减少 2024 年度公司合并报表归属于上市公司股东的净利润，本次拟计提长期资产减值准备事项不会对公司的正常经营产生重大影响，拟计提长期资产减值准备主要情况如下：

前海上林主要持股运营 IRO 品牌，在海外受欧美地区持续的通货膨胀、地缘局势、消费者需求大幅减弱等因素的影响，本年度经营业绩未达预期，且预计

欧美地区宏观经济压力持续较大，公司对海外业务实施加快加大降本增效措施等因素的影响，预计 IRO 品牌未来在海外的盈利规模有所下降，同时，IRO 品牌在中国区启用了 IRO 新的系列商标进行销售（对公司实际经营业绩不会产生较大影响），旧商标未来在中国区的销售逐步由新系列商标替代，原旧商标盈利预测数据大幅度降低，而对于新的系列商标，基于会计准则规定，作为无形资产应按照国家成本计量，即新系列商标账面价值为 0 元。综上，公司对前海上林（主要持股运营 IRO 品牌）相关商誉、商标使用权计提减值准备合计 18,000 万元至 23,000 万元（未经审计）。

由于唐利国际（运营 Ed Hardy 品牌）经营业绩不及预期，公司已出售其控股权，依据会计准则要求，对唐利国际相关商誉和商标计提减值金额合计约 10,144 万元（未经审计），具体会计处理以及对公司业绩的影响情况需以审计机构年度审计确认后的结果为准。

## 五、风险提示

公司本次拟计提的长期资产减值准备金额为公司的初步测算结果，已与公司聘请的评估机构和审计机构进行了初步的沟通，具体核算工作尚未完成，最终计提长期资产减值准备金额将由公司聘请的评估机构及审计机构进行评估和审计后确定，最终评估结果与初步测算结果可能存在一定差异，并有可能影响公司 2024 年业绩的最终数据，敬请广大投资者注意投资风险。

## 六、其他事项说明

以上预告数据仅为初步核算数据，具体准确的财务数据以公司正式披露的经审计后的 2024 年年度报告为准，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

深圳歌力思服饰股份有限公司 董事会

2025 年 1 月 25 日