2012年中期業績
簡介

2012年8月16日

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

達芙妮國際控股有限公司

免責聲明

本推介冊子內所載之資料僅供閣下參考。當有關資料作出修改時將不作另行通知。該等資料的準確度有待商確，而所載之資料並非全部與達芙妮國際控股有限公司 (「本公司」) 及其附屬公司 (合稱「本集團」) 有關。本集團對有關資料的準確性、完整性、或謬誤及違漏等，概不需負上任何責任或義務。

另外，推介冊子內有關預測性及前瞻性的信息陳述，或會反映本集團當下對未來事件及財務表現所持的觀點。該等觀點只是根據目前的情況而發表，或會因應各種風險的出現而有所改變。該等觀點不保證未來的事件一定會發生，或所預測之事將會實現，或本集團的假設實屬正確。而該等資料也無意為閣下就本集團的財務狀況或前景，提供完整或全面的分析，因此，閣下不應依賴本集團所提供的推介冊子內的資料。

此推介冊子內的資料，並不能視之為購買或認購任何證券、或金融工具、或提供任何投資服務、或投資意見的提議或邀請。該等資料也不足以成為構成任何與合同、承諾、或與此有關的投資決策的基礎或依賴。

2012年中期業績摘要

- 集團營業額增長**28.9%**至**5,079.5**百萬港元(**2011**年上半年: **3,939.3**百萬港元)
- 核心品牌營業額錄得**33.4%**增長，達到**4,639.7**百萬港元
- 核心品牌業務同店銷售增長**17%**
- 集團毛利增長**27.8%**，達到**3,083.3**百萬港元
- 股東應佔盈利由去年同期的**440.2**百萬港元增長**9.6%**至**482.6**百萬港元
- 每股基本盈利為**29.4**港仙，增長**9.2%**
- 中期股息每股擬派**9.0**港仙，高於去年同期**12.5%**
- 總銷售點增加**416**個，達**6,581**個
- 核心品牌直營店比例從**2011**年年底的**81%**提高至**83%**
- 集團獲亞洲區內領先的財經刊物《亞洲金融》(***FinanceAsia***)選為**2012**年中國最佳中型企業的第二名

財務表現

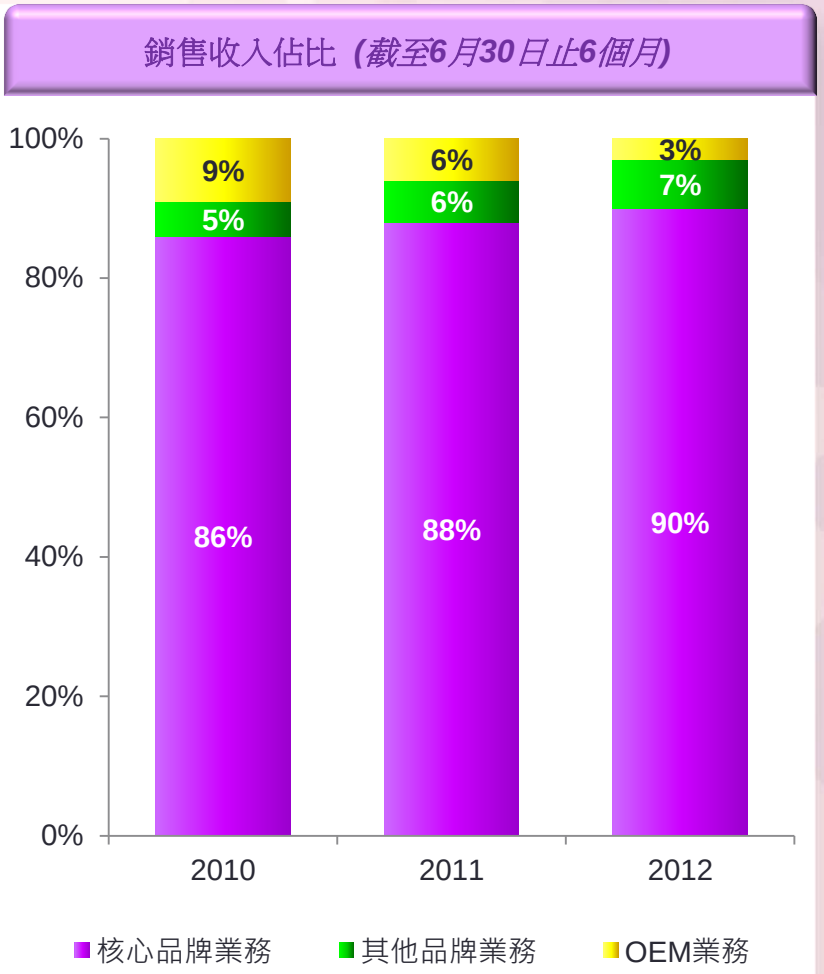
DAPHNE GROUP

集團財務摘要

(百萬港元)	*截至6月30日止6個月*		
	2012	2011	變化
營業額	**5,079.5**	3,939.3	**+28.9%**
毛利	**3,083.3**	2,412.4	**+27.8%**
經營盈利	**699.6**	630.2	**+11.0%**
股東應佔盈利	**482.6**	440.2	**+9.6%**
每股基本盈利 (港仙)	**29.4**	26.9	**+9.2%**
每股中期股息 (港仙)	**9.0**	8.0	**+12.5%**
毛利率	**60.7%**	61.2%	**-0.5百分點**
經營盈利率	**13.8%**	16.0%	**-2.2百分點**
淨利潤率	**9.5%**	11.2%	**-1.7百分點**

集團營業額

- 核心品牌業務繼續為集團發展重心，佔總營業額比重上升至**90%**
- 其他品牌業務由於增長高於集團整體水平，佔集團營業額比重上升至**7%**
- 原設備製造(“**OEM**”)業務比重逐漸降低



集團經營利潤率

- **集團毛利率微降0.5百分點**
  - 集團加大促銷力度以帶動銷售增長
  - 集團專注發展利潤較高的自有品牌業務，令較低利潤的OEM業務比重下降，抵銷部分毛利率跌幅
- **市場整體租金及工資成本上升**
- **中高檔品牌仍處於投資期**
- **增加投資更多管理資訊系統，提升生產及管理效益**

➡ **經營利潤率下跌2.2百分點至13.8%**

其他主要財務指標

- 資本開支及存貨增加，使現金及銀行存款餘額減少
- 可換股債券於2012年上半年並無任何轉換
- 資產流動比率保持健康，顯示集團保持優良的財務結構

(百萬港元)	於2012年6月30日	於2011年12月31日	變化
現金及銀行存款餘額	1,550.0	1,795.7	-13.7%
股東權益	4,391.6	4,035.9	+8.8%
銀行貸款	7.1	7.0	+1.0%
可換股債券	613.5	605.9	+1.3%
淨負債比率	淨現金	淨現金	-
資產流動比率 (倍)	2.9	3.1	-0.2

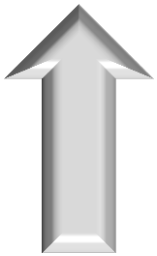
其他主要財務指標

- 資本開支上升是由於：
  - 增加開店數目及有關支出
  - 更多自用物業投資，例如倉庫

	截至6月30日止6個月		
	2012	2011	變化
平均存貨天數(天)	202	149	+53
平均應收賬天數(天)	12	11	+1
平均應付賬天數(天)	79	71	+8
現金循環天數(天)	135	89	+46
資本開支(百萬港元)	329.3	146.1	+125.3%
實際稅率 (%)	25.8%	27.4%	-1.6百分點

存貨策略帶動營業額上升

- **有賴充足的存貨供應**
  - 帶動高銷售增長
  - 增加市場佔有率
  - 支持進取的開店計劃
    - 核心品牌直營店數目較去年中期增加789間(+19%)
  - 擴大客戶基礎
  - 配合2012年下半年的銷售增長目標
- **存貨天數為202 天**
  - 核心品牌存貨天數低於集團平均水平
- **若以未來預估銷售額計算存貨水平，2012年6月底的存貨天數其實與2011年底相若**
- **加強監控，改善存貨水平**

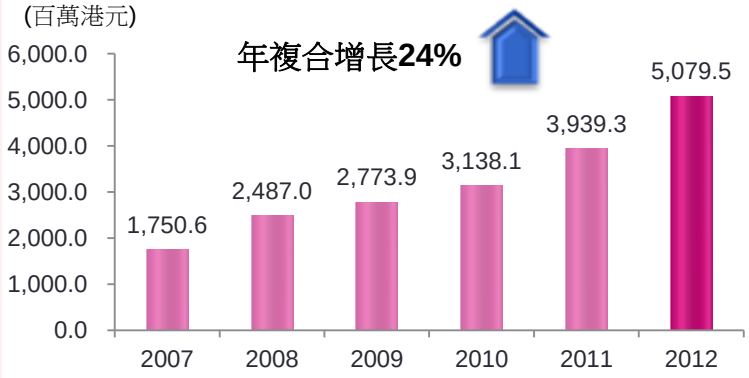


核心品牌	2012年上半年
營業額增長 (按年)	+33%
同店銷售增長 (按年)	+17%

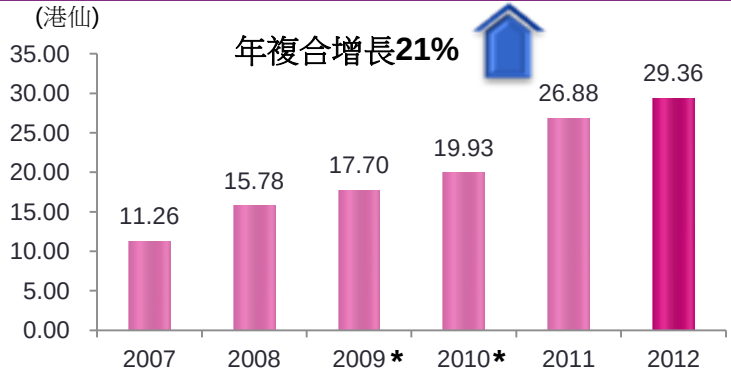
集團存貨天數	(天)
2012上半年	202
2011全年	172
2011上半年	149

穩健增長

銷售收入 (截至6月30日止6個月)

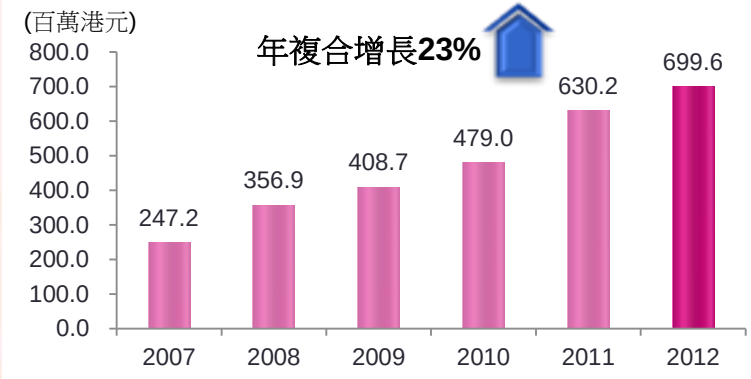


基本每股盈利 (截至6月30日止6個月)

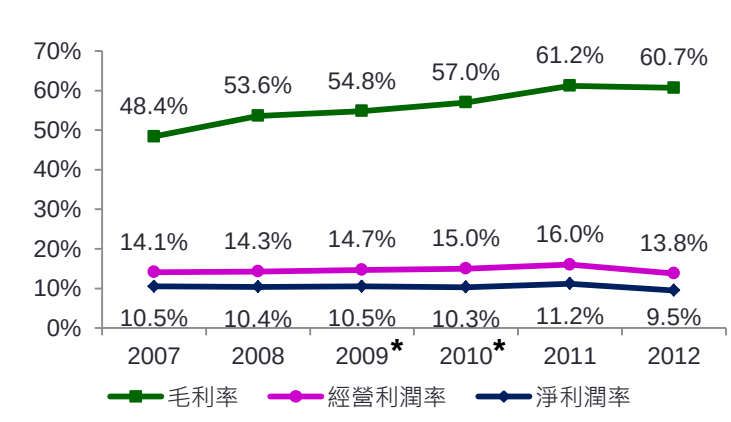


** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*

經營利潤 (截至6月30日止6個月)



利潤率 (截至6月30日止6個月)



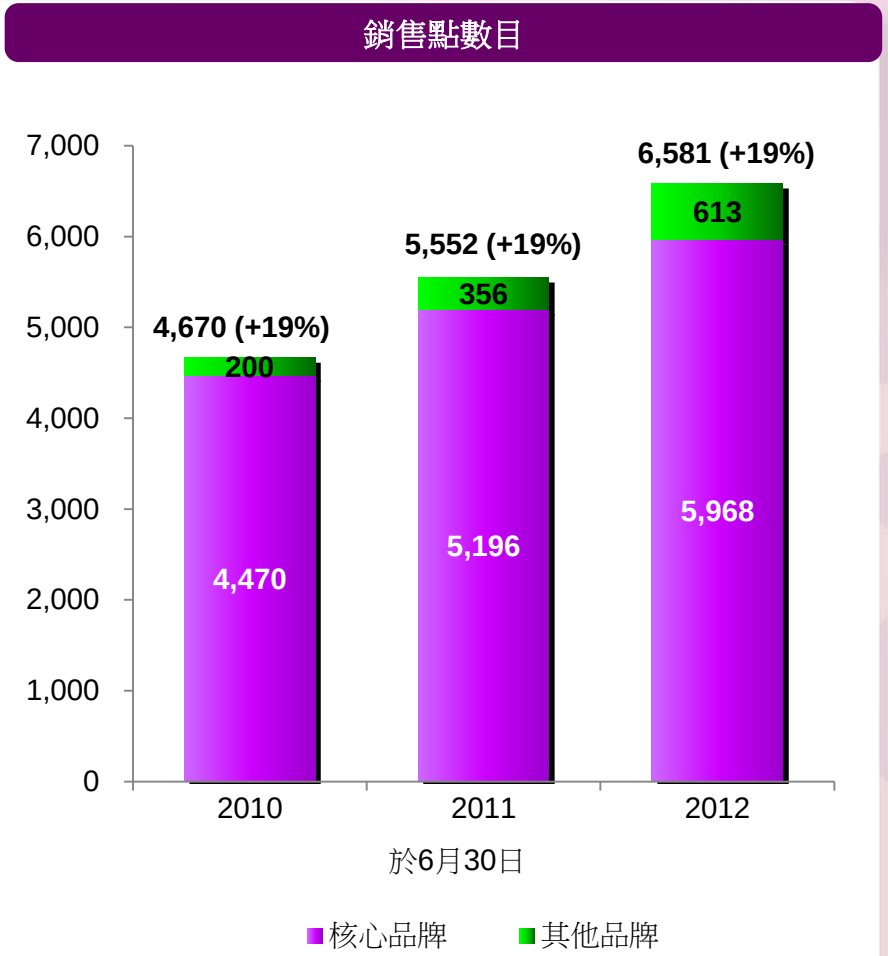
** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*

業務回顧

DAPHNE GROUP

集團銷售網絡

- 持續擴展銷售網絡以鞏固行業領導地位
- 2012年上半年開店進度與預期相若
- 2012年上半年淨增加銷售點數目:
  - 核心品牌: +366
  - 其他品牌: +50



集團銷售網絡 – 分佈

- 擴展方向以直營店為主
- 直營店開店進度與預期相若

	於2012年6月30日	佔比	於2011年12月31日	佔比	變化	變化百分比
核心品牌銷售點	**5,968**	**91%**	**5,602**	**91%**	**+366**	**+6.5%**
- 直營銷售點	4,958	76%	4,547	74%	+411	+9.0%
- 加盟銷售點	1,010	15%	1,055	17%	-45	-4.3%
其他品牌直營銷售點	**613**	**9%**	**563**	**9%**	**+50**	**+8.9%**
總數	**6,581**	**100%**	**6,165**	**100%**	**+416**	**+6.7%**

核心品牌銷售網絡 – 以城市級別區分

	於2012年6月30日	佔比	於2011年12月31日	佔比	變化	變化百分比
1線城市	668	11%	614	11%	+54	+8.8%
2線城市	1,222	20%	1,100	19%	+122	+11.1%
3線城市	908	15%	863	15%	+45	+5.2%
4-6線城市	3,170	54%	3,025	55%	+145	+4.8%
總數	5,968	100%	5,602	100%	+366	+6.5%

- 集團於次級城市繼續保持較大的覆蓋度

核心品牌業務 – 表現

- **儘管經濟增長緩慢，核心品牌業務的營業額持續增長，期內按年增加33.4%**

- **經營利潤率主要受以下因素影響:**
  - 集團加大促銷力度以帶動銷售增長
  - 平均售價輕微下降
  - 租金及工資成本上升

(百萬港元)	*截至6月30日止6個月*		
	2012	2011	變化
營業額	4,639.7	3,477.8	+33.4%
毛利	2,821.8	2,171.9	+29.9%
毛利率	60.8%	62.5%	-1.7 百分點
經營盈利	778.1	683.3	+13.9%
經營盈利率	16.8%	19.6%	-2.8 百分點

核心品牌業務 – 同店銷售增長

同店銷售增長		
2012年第一季	**2012年第二季**	**2012年上半年**
+22%	+15%	**+17%**
2011年第一季	**2011年第二季**	**2011年上半年**
+1%	+32%	**+17%**

- 同店銷售於去年第二季高基數下仍有理想增長
- 銷量增加帶動銷售增長
- 平均售價下跌**3.9%**至**196**元人民幣

其他品牌業務

- 營業額增長主要由中高檔品牌業務帶動
  - 有賴去年大幅增加銷售點數目
- 銷售表現受期內百貨公司渠道市況疲弱所影響
- 作為集團未來增長動力之一，中高檔品牌仍處於投資期，需要持續的努力與堅持

(百萬港元)	*截至6月30日止6個月*		
	2012	2011	變化
營業額	332.6	239.0	+39.1%
毛利	192.4	148.4	+29.7%
毛利率	57.9%	62.1%	-4.2百分點
經營(虧損)	(40.2)	(30.3)	-32.9%
經營盈利率	(12.1%)	(12.7%)	+0.6百分點

製造業務

- **OEM於期內營業額減少38.2%至145.4百萬港元**
  (2011年上半年: 235.3百萬港元)
- **逐漸調配更多產能於集團自有品牌**
- **OEM業務現佔集團總產能約四分之一，集團將逐步淡出OEM業務**

展望與策略

DAPHNE GROUP

2012年下半年展望

	正面	負面
市場	▪ 通脹有放緩趨勢 ▪ 中國政府有望推出新政策刺激本地消費	▪ 歐美市場前景不明朗 ▪ 本地經濟增長放緩影響消費意慾 ▪ 市場整體租金及工資成本上升
集團	▪ 改善秋冬季產品系列及加強市場推廣 ▪ 持續改善營運效率 ▪ 成本控制措施效益得到反映 ▪ 引入的新管理系統的效益將於未來的季度及年度得到反映	▪ 去年的高基數 **(2011年下半年同店銷售增長24%)**

2012年下半年行動計劃

- 提高營運效率的措施
  - 銷售業務管理
  - 銷售渠道管理
  - 供應鏈管理
  - 產品開發
  - 市場行銷
- 整合中高檔品牌業務
- 成本控制管理

銷售營運管理

- 優化銷售營運
  - 優化門店人員排班，增加員工生產力
  - 加強人員培訓，提升顧客服務水平
  - 強化門店營運管理系統
- 增加門店吸引力，包括：
  - 更新門店形象
  - 改善產品展示
- 整合表現未如理想門店

銷售渠道管理

- 銷售網絡擴展
  - 維持全年淨增加**700**間核心品牌店目標，即**2012**年下半年開店目標為**334**間
  - 將密切監察市況，以適當調整擴展速度
- 以核心品牌(「達芙妮」和「鞋櫃」)為網絡拓展重點
- 嚴格控制租金成本
- 改善租金佔營業額比率

產品開發

- 加強產品組合
  - 繼續豐富每季的產品組合，提供更時尚與多元的選擇
  - 提供更均衡的產品組合與更寬的價格帶
  - 透過提升銷售數據分析，加強暢銷產品組合
- 改善產品設計及開發
  - 採用新設計軟件，提高設計及開發效率

供應鏈管理

- 積極提升庫存管理
  - 密切監察市場狀況及實際銷售情況，相應調節季度採購及追單量
  - 因應中高檔品牌的開店計劃對其採購量及存貨作調整
  - 採用更多不同渠道促銷貨品
- 繼續改善原材料的整合，提高生產及成本效益
- 引入新零售管理系統
  - 實行以客戶為中心的零售管理模式
  - 統一由總部進行商品規劃及商品財務規劃
  - 由總部協調商品組合開發計劃和分貨計劃，提升整體存貨管理效率

市場推廣

- 為核心品牌推行整合式市場推廣計劃
  - 加強店外宣傳推廣
  - 推出25周年慶大型行銷活動
  - 打造主題式大型行銷活動
- 擴闊市場推廣的接觸面
  - 順應消費者媒體消費習慣，加大對不同媒體的運用

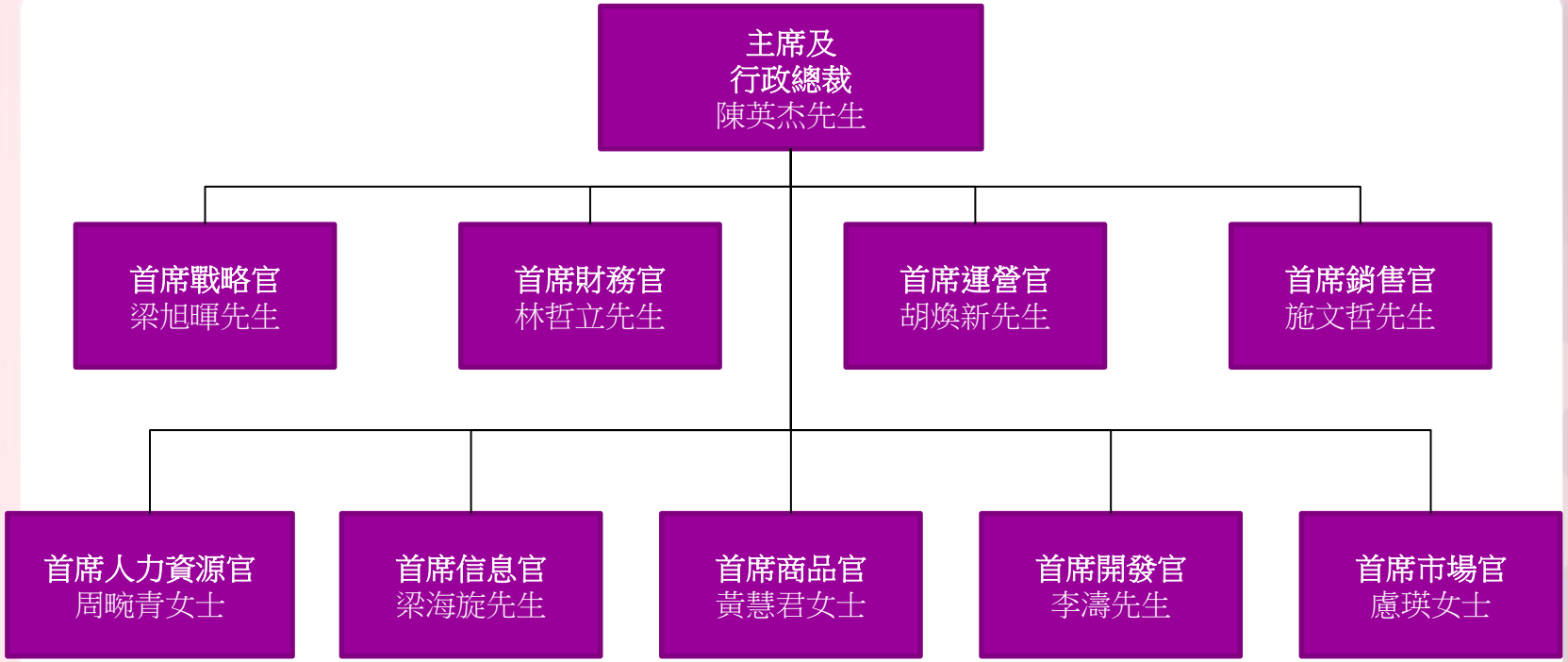
中高檔品牌發展

- 仍然為長遠的增長動力之一，但會就不斷改變的市況審慎調整執行情況及擴展速度
  - 迎合持續擴大的中產消費族群
  - 擴大客戶基礎
  - 為達芙妮的客戶提供更高檔次的產品選擇
- 面對最近來自劇烈競爭及百貨公司渠道疲弱的嚴峻挑戰
- **2012年下半年計劃:**
  - 因應各品牌的表現調整擴張步伐
  - 檢討及整合現時的零售網絡
  - 加強各品牌的品牌形象
    - 加強產品設計與開發
    - 增加設計團隊的多元性
    - 加強建立各品牌的形象獨特性

成本控制管理

- 加快優化前線人員排班，以提升員工生產力
- 加強監控租金成本
- 優化人力資源結構，以確保競爭力及高效率
- 改善成本控制、監控以及差異分析，以建立注重成本效益的企業文化
- 投資管理系統，以提升長遠營運效益

經驗豐富的管理團隊



- 所有管理層擁有超過17年的專業經驗，主要集中在消費品和零售行業

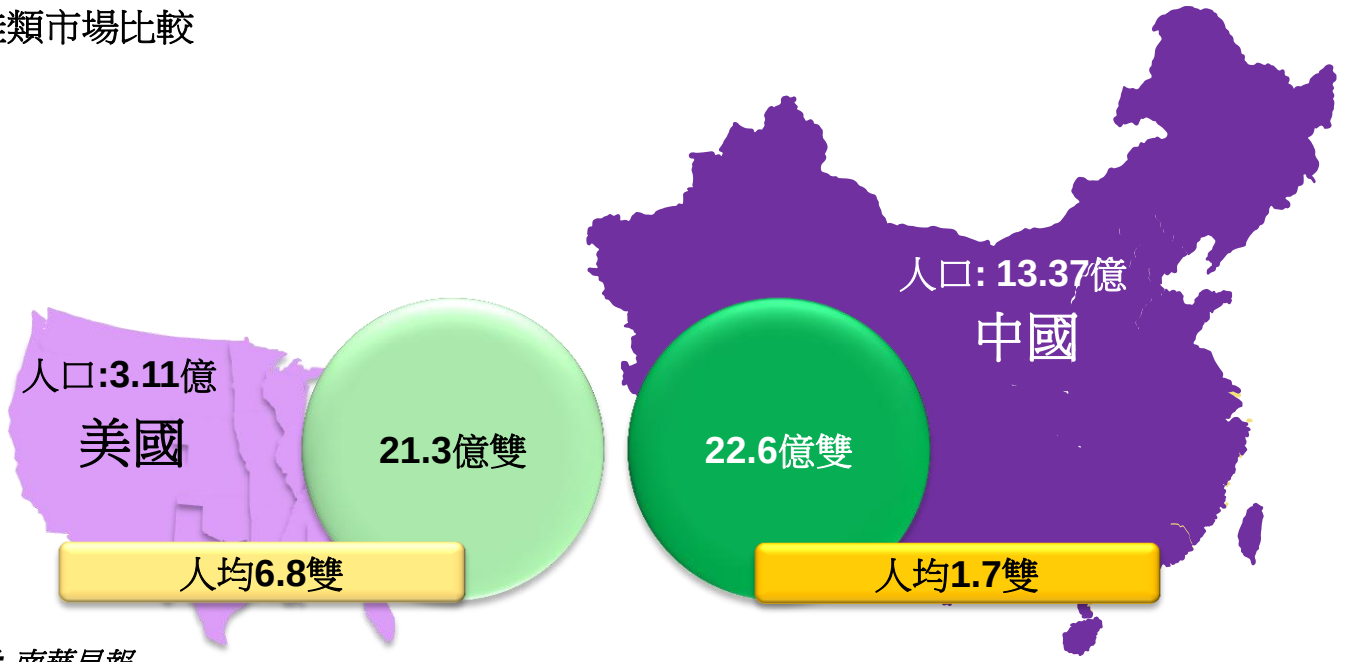
中國市場持續增長的發展潛力

- 持續城鎮化帶動消費市場增長
  - **2011年中國城鎮化率首次超過50%，達到51.27%**
  - **2011年城鎮人口達6.9億**
- 可支配收入上升
  - **2012年上半年，城鎮居民人均收入同比上升9.7%**
- 政府政策繼續鼓勵本地消費、刺激內需

資料來源: *中國國家統計局*

中國鞋類市場增長潛力

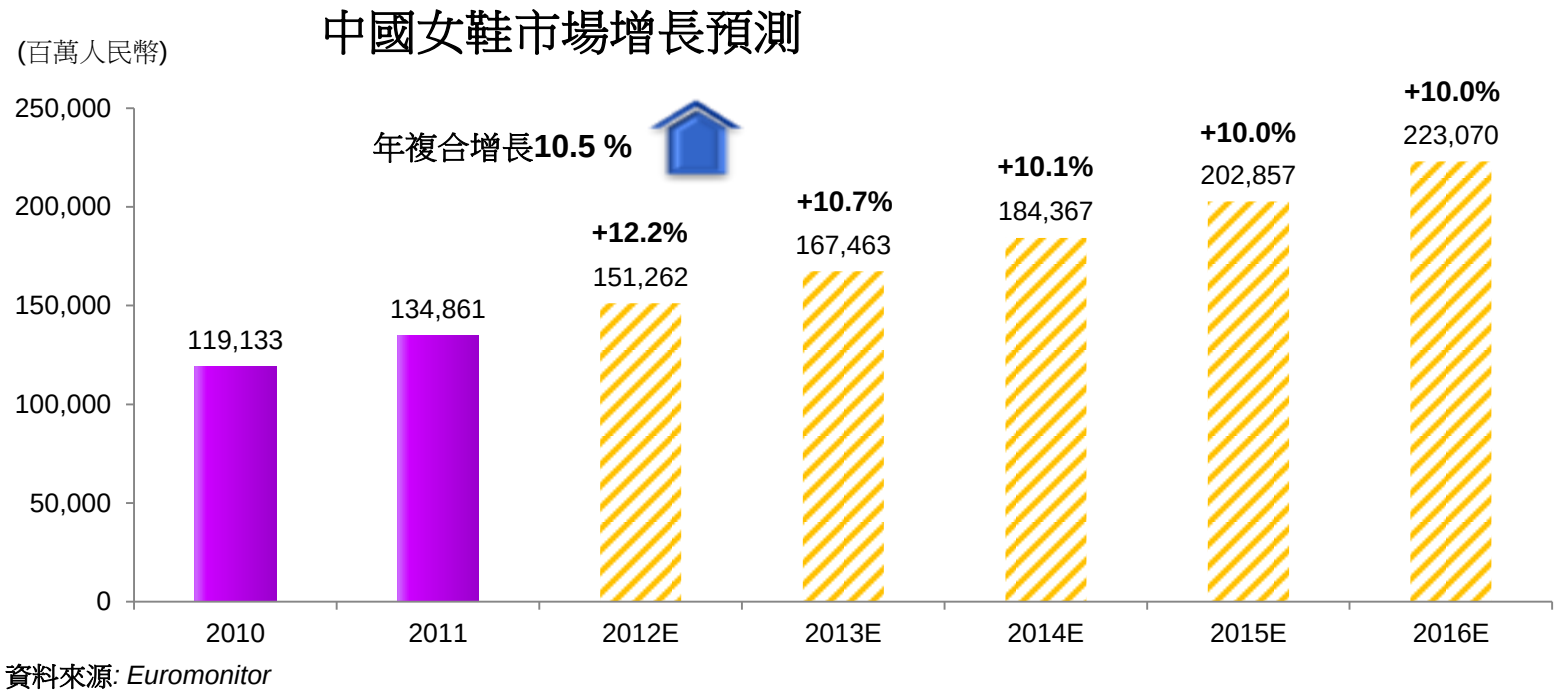
2011年鞋類市場比較



資料來源: 南華早報

- 中國人均鞋品消費偏低
  - **2011年中國鞋銷量達22.6億雙，已超越美國的21.3億雙，成為全球最大鞋市場**
  - **中國13億人口為美國3億的4倍**
  - **中國人均消費只有1.7雙，僅為美國水平的25%，增長空間龐大**

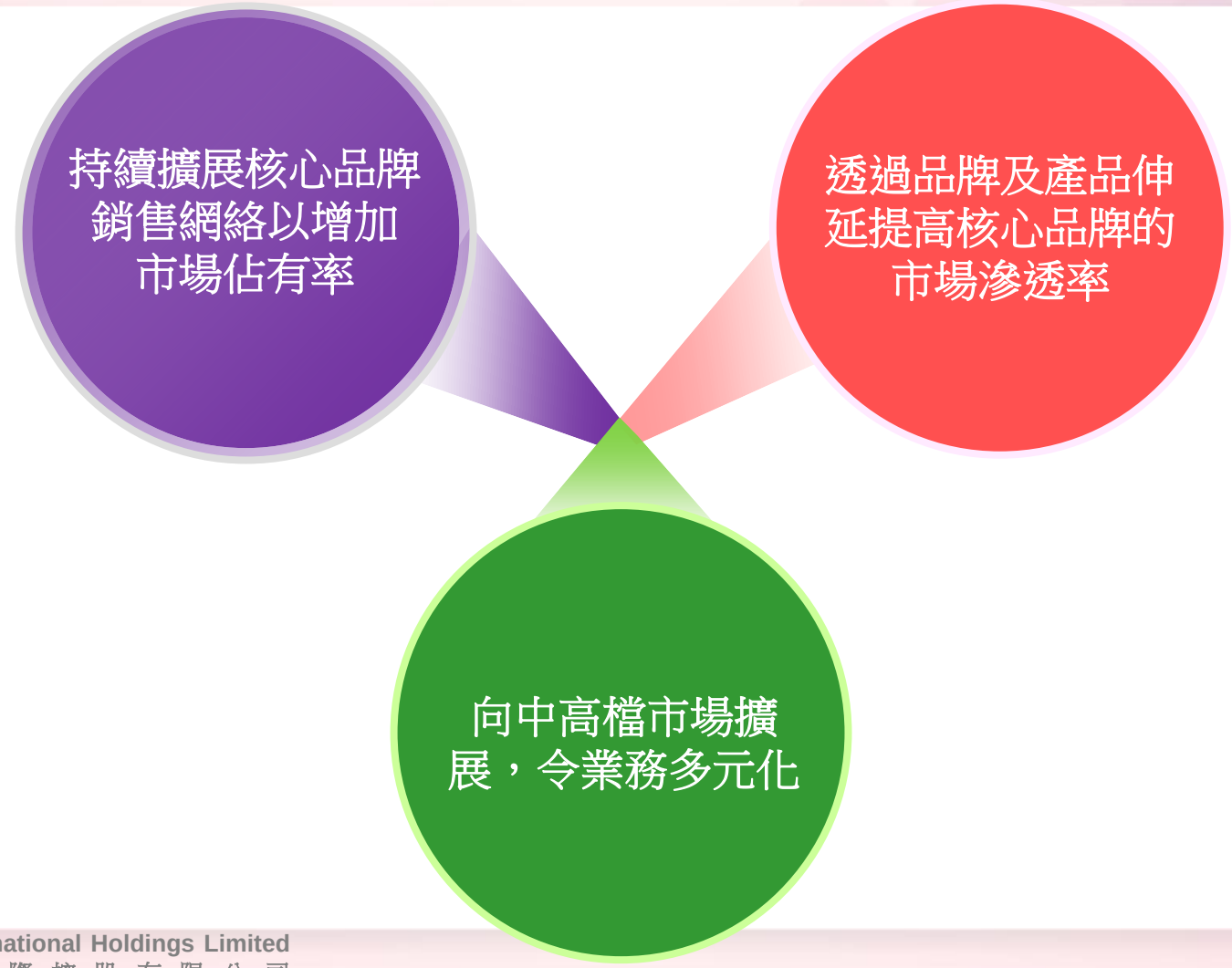
中國女鞋市場前景



資料來源: *Euromonitor*

- **Euromonitor預期中國女鞋市場將於未來5年持續高速增長**
  - **Euromonitor預測到2016年，中國女鞋市場將達2,230億元人民幣，相當於年複合增長10.5%**

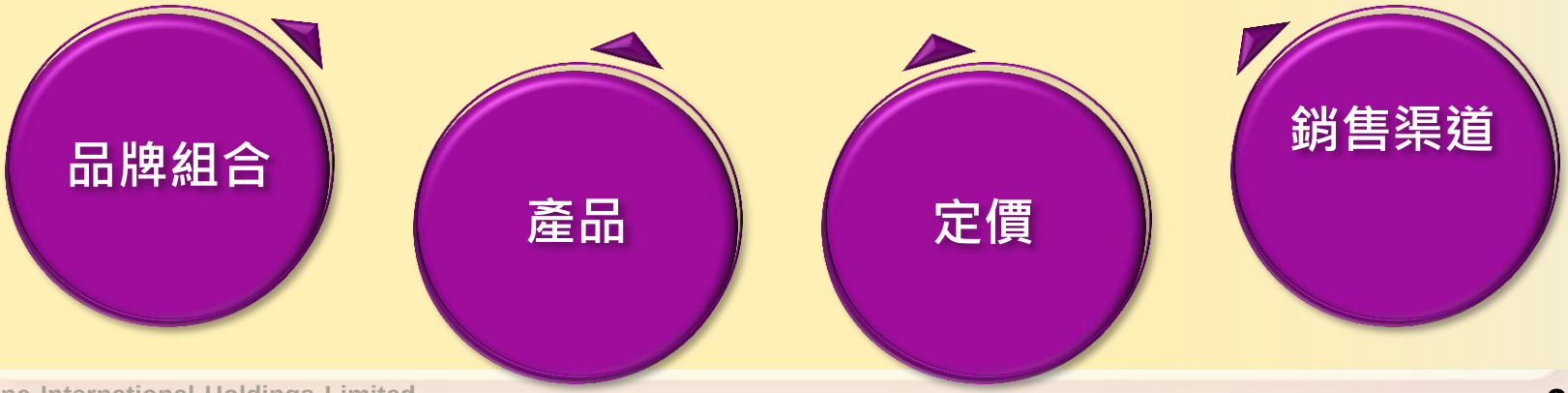
集團發展策略


持續擴展核心品牌銷售網絡以增加市場佔有率
透過品牌及產品伸延提高核心品牌的市場滲透率
向中高檔市場擴展，令業務多元化

集團願景

成為引領時尚潮流的品牌管理集團，致力為愛美的女性及其家庭成員，提供優質及舒適的產品

多元化策略



謝謝

……問答環節

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

達芙妮國際控股有限公司

投資者關係聯絡人

梁瑋珈小姐

(852)-2367 9022

macyleung@daphneholdings.com

附錄

DAPHNE GROUP

增長動力

- 持續提升的營運效益
  - 更有效率的供應鏈管理
  - 更專注的銷售營運模式
  - 專業的銷售渠道管理
  - 更時尚及優質的產品設計及開發
  - 優化市場行銷
  - 強化品牌管理
- 優秀而專業的管理團隊
- 更均衡的業務增長

集團競爭優勢

- 國內居領導地位的女鞋零售商，擁有全國知名的自有品牌「達芙妮」及「鞋櫃」
- 於大眾化市場佔據領先的市場地位
- 廣泛的全國性零售網絡，逾**6,500**個銷售點網絡廣泛深入不同省市
- 龐大直營店鋪網絡，確保高度自主性及監控管理
- 於大眾化市場的穩固基礎，提供多元化發展的增長潛力
- 穩健財政狀況
- 經驗豐富的專業管理團隊

達芙妮集團簡介

- 中國居領導地位的女鞋零售集團之一
- 業務範圍涵蓋產品設計及開發、生產、分銷、零售及品牌管理
- 於2012年6月30日擁有共6,581個零售點
- 集團的核心品牌(「達芙妮」及「鞋櫃」)於中國大陸的分銷點接近6,000個，其中超過80%為直營店
- 除「達芙妮」及「鞋櫃」外, 集團旗下品牌還包括「愛意」、「愛魅」、「杜拉拉」、「ALDO」、「愛柔仕 AEROSOLES」等
- 1995於香港交易所主板上市
- 於2012年6月29日市值逾125億港元

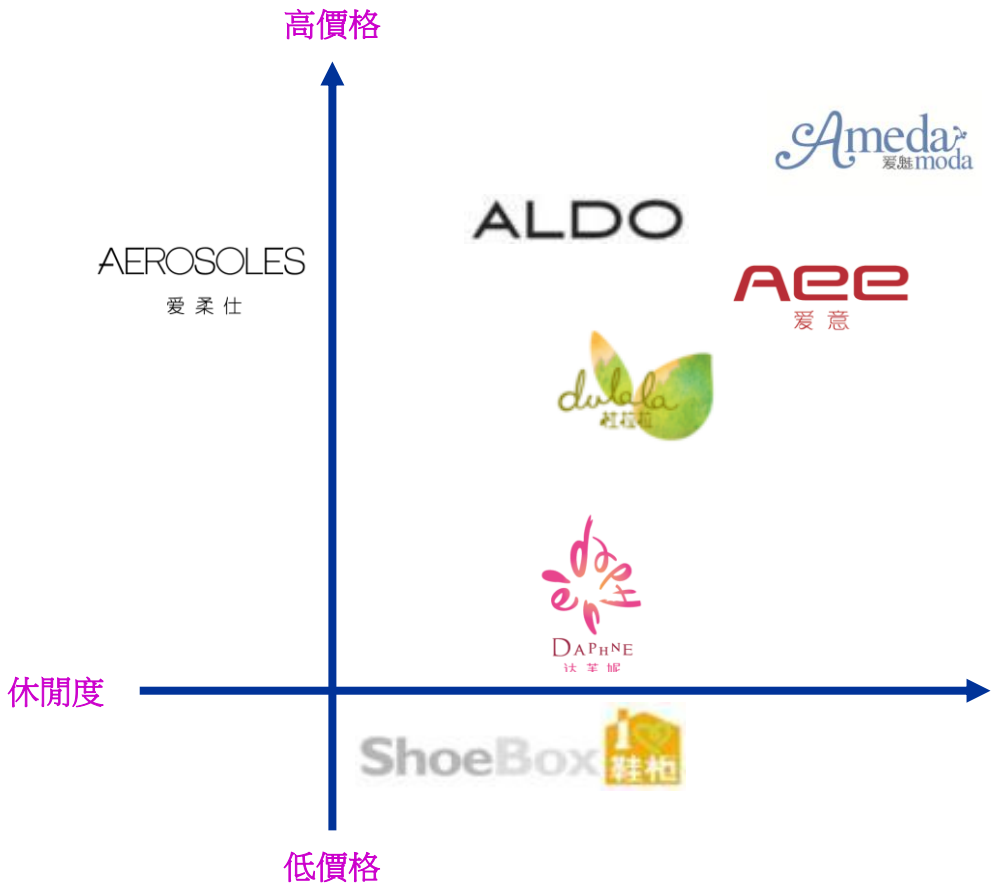
股權結構

於2012年6月30日

附註:

1. 陳英杰先生為集團之主席兼行政總裁
2. 陳怡勳先生、張智凱先生及張智喬先生為集團之執行董事
3. **Premier China Ltd.** 為 **TPG Group Holdings (SBS) Advisors Inc.** 之附屬公司
4. 括弧內為**Premier China Ltd.** 全面兌換可換股債券及全面行使認股權証後之股權結構
5. 於全面兌換可換股債券及全面行使認股權証後，**Premier China Ltd.**可額外獲得**278,510,572**股公司股份

集團品牌組合

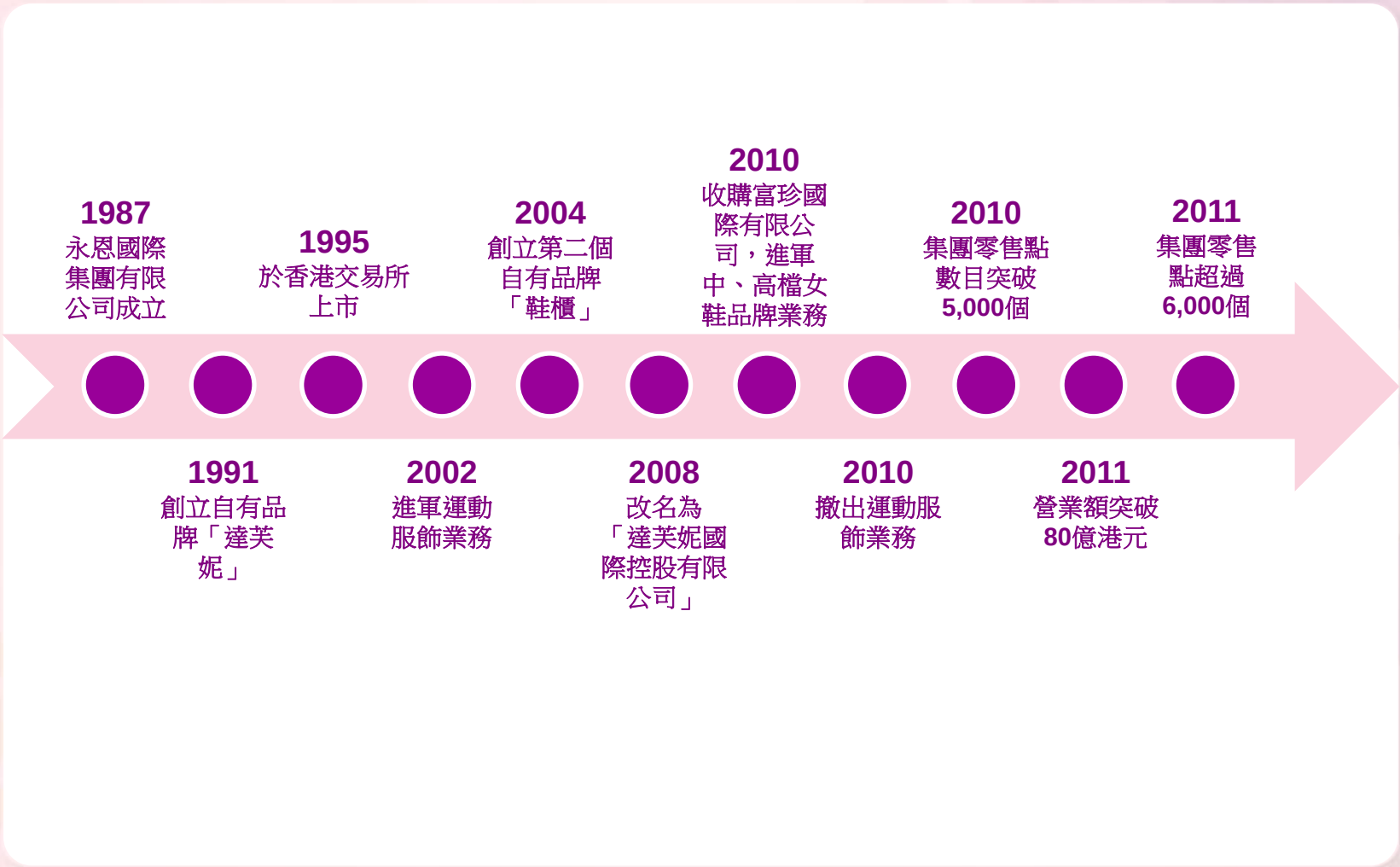


集團產品品牌
達芙妮 Daphne
愛意 AEE
杜拉拉 dulala

集團零售店品牌
鞋櫃 ShoeBox
愛魅 Ameda

獨家分銷國際品牌
ALDO
愛柔仕 AEROSOLES

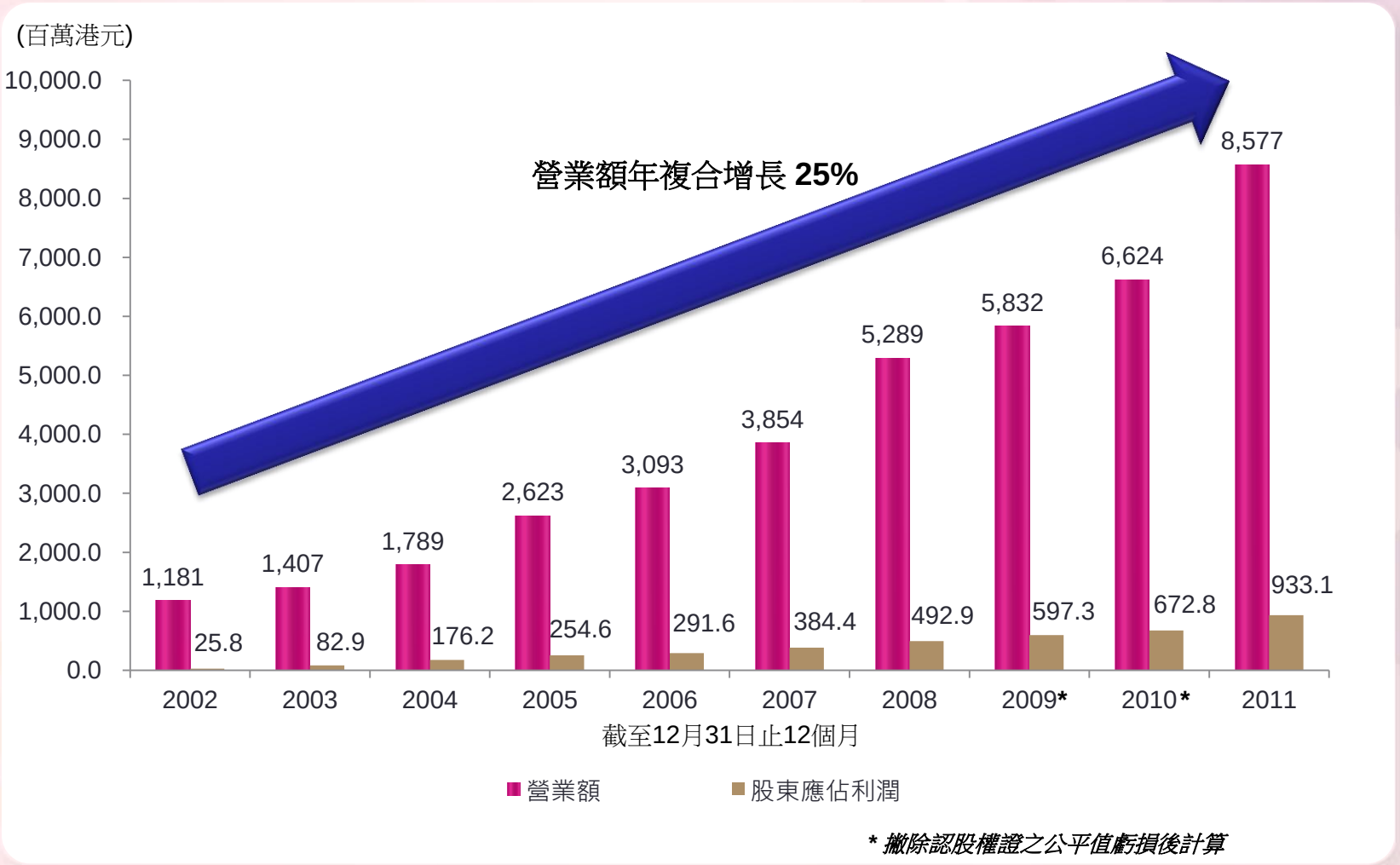
集團里程碑


1987
永恩國際集團有限公司成立
1991
創立自有品牌「達芙妮」
1995
於香港交易所上市
2002
進軍運動服飾業務
2004
創立第二個自有品牌「鞋櫃」
2008
改名為「達芙妮國際控股有限公司」
2010
收購富珍國際有限公司，進軍中、高檔女鞋品牌業務
2010
撤出運動服飾業務
2010
集團零售點數目突破5,000個
2011
營業額突破80億港元
2011
集團零售點超過6,000個

管理層團隊 – 簡歷

	履歷	加入本集團年份
主席及行政總裁 **陳英杰先生**	自1992年為本集團服務，於鞋業有超過21年經驗	1992年
首席財務官 **林哲立先生**	擁有逾18年於跨國公司之財務規劃及管理經驗	2010年1月
首席運營官 **胡煥新先生**	於消費行業擁有逾21年供應鏈及生產管理經驗	2010年1月
首席市場官 **慮瑛女士**	於消費行業擁有約19年品牌規劃發展及市場推廣經驗	2010年4月
首席商品官 **黃慧君女士**	在時裝業擁有超過17年經驗	2010年9月
首席開發官 **李濤先生**	於消費行業擁有逾24年渠道拓展經驗	2010年12月
首席人力資源官 **周畹青女士**	於消費行業擁有超過22年人力資源管理經驗	2011年2月
首席信息官 **梁海旋先生**	擁有逾17年資訊系統管理經驗	2011年8月
首席戰略官 **梁旭暉先生**	擁有逾22年戰略發展及營運管理經驗	2012年1月
首席銷售官 **施文哲先生**	於零售及服務行業擁有逾27年銷售管理經驗	2012年3月

營業額持續增長



** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*