2012年全年業績簡介

2013年3月21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」)有關的全部。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年全年業績摘要

- **集團營業額增長22.8%至10,529.1百萬港元**
- **核心品牌營業額增長25.0%，達到9,591.9百萬港元**
  - 核心品牌同店銷售按年增長9%
- **集團毛利增長18.8%至6,228.8百萬港元**
  - 集團毛利率下跌1.9百分點至59.2%
- **集團經營利潤下跌0.3%至1,364.9百萬港元**
  - 直營店在核心品牌銷售點中佔比從去年的81%提高至85%
- **股東應佔盈利按年上升2.4%至955.7百萬港元**
- **每股基本盈利為58.1港仙，按年增長1.9%**
- **全年股息每股擬派18.0港仙**
  - 較去年同期高5.9%，派息比率為31.0%
- **集團總銷售點達到6,881點**
  - 其中核心品牌銷售點按年淨增加767點至6,369點
- **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

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
達芙妮國際控股有限公司

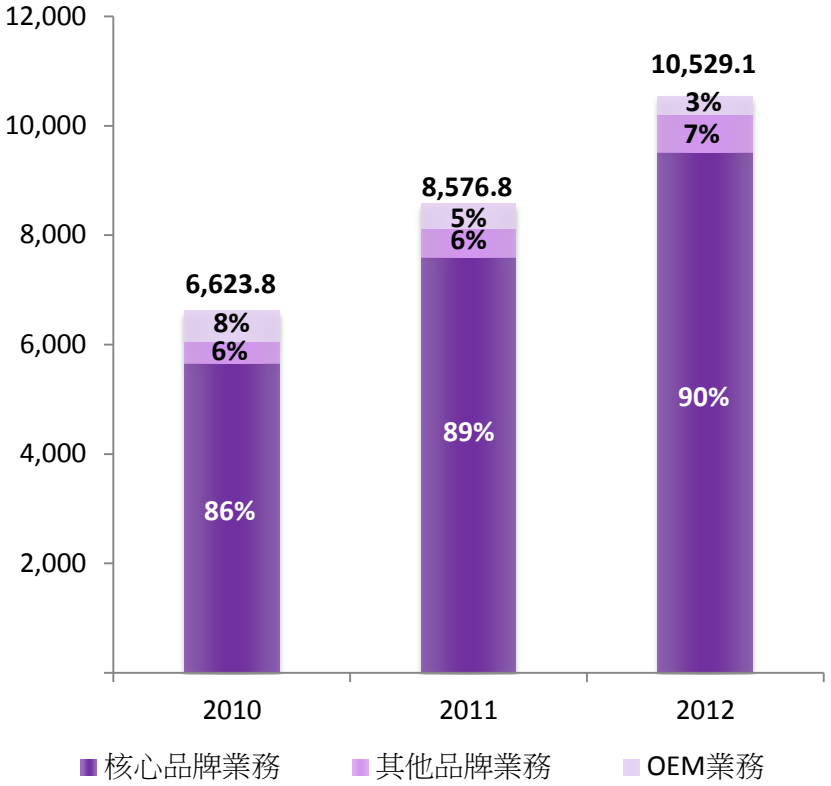
集團財務摘要

(百萬港元)	*截至12月31日止12個月*		變化
	2012	2011	
營業額	10,529.1	8,576.8	+22.8%
毛利	6,228.8	5,243.8	+18.8%
經營盈利	1,364.9	1,368.6	-0.3%
股東應佔盈利	955.7	933.1	+2.4%
每股基本盈利 (港仙)	58.1	57.0	+1.9%
每股股息 (港仙)	18.0	17.0	+5.9%
- 中期 (港仙)	9.0	8.0	+12.5%
- 末期 (港仙)	9.0	9.0	-
毛利率	59.2%	61.1%	-1.9 百分點
經營盈利率	13.0%	16.0%	-3.0 百分點
淨利潤率	9.1%	10.9%	-1.8 百分點

集團營業額

- 核心品牌業務繼續為集團發展重心，其營業額比重上升至**90%**，按年增加**1**百分點
- 其他品牌業務佔集團營業額比重上升至**7%**
- 原設備製造(“**OEM**”)業務比重降低至**3%**
  - OEM營業額減少26.8%至329.7百萬港元 (2011年:450.2百萬港元)

銷售收入佔比
(截至12月31日止12個月)



註: 核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

存貨週轉天數及營運資金

- **存貨週轉天數為188天**
  - 集團下半年積極控制存貨，使年底存貨週轉天數比上半年減少14天
  - 核心品牌的存貨仍維持合理及健康的水平
  - 繼續加強存貨監控，及優化存貨水平
- **資本開支上升是由於：**
  - 根據積極開店策略增加直營店及支援設施
  - 增加在IT及管理系統的投資，包括零售管理系統及顧客關係管理系統

	截至12月31日止12個月		變化
	2012	2011	
平均存貨週轉天數 (天)	188	172	+16
平均應收賬天數 (天)	11	10	+1
平均應付賬天數 (天)	75	68	+7
現金循環天數 (天)	124	114	+10
資本開支 (百萬港元)	521.0	393.7	32.3%
實際稅率 (%)	25.4	26.7*	-1.3百分點

**不計入可出售金融資產之公平價值虧損，以及一名退休董事的酌情花紅共91.9百萬港元*

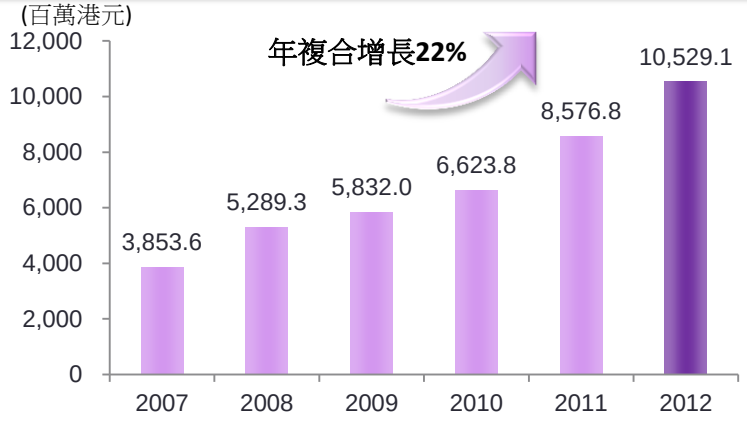
其他主要財務指標

- 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

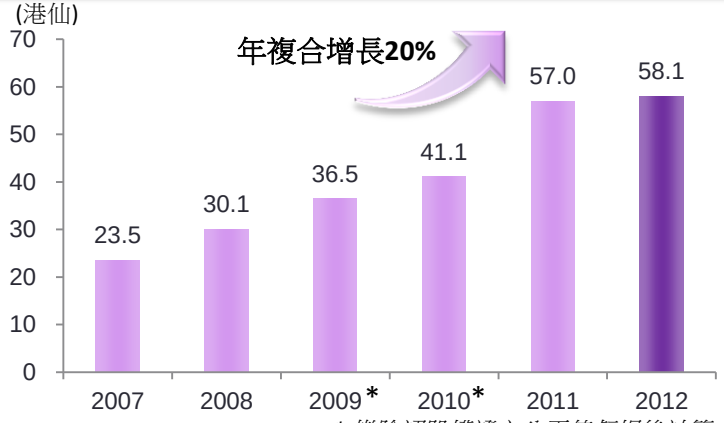
(百萬港元)	截至12月31日止12個月		變化
	2012	**2011**	
現金及銀行存款餘額	**1,494.8**	1,795.7	-16.8%
股東權益	**4,825.3**	4,035.9	+19.6%
銀行貸款	**7.3**	7.0	+4.3%
可換股債券	**639.7**	605.9	+5.6%
淨負債比率	淨現金	淨現金	–
資產流動比率 (倍)	**3.7**	3.1	+0.6

穩健增長

銷售收入 (截至12月31日止12個月)

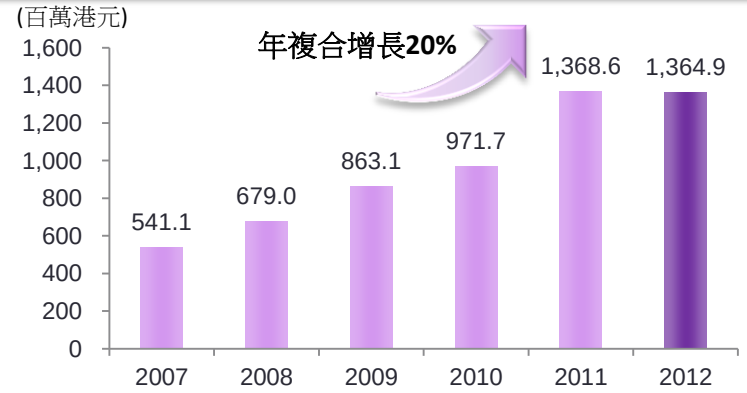


基本每股盈利 (截至12月31日止12個月)

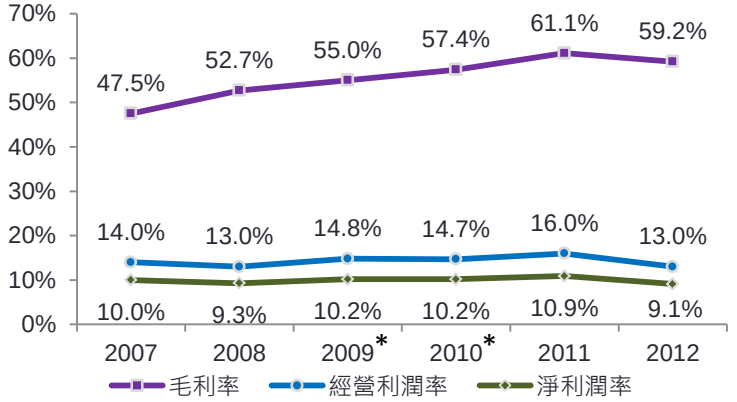


** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*

經營利潤 (截至12月31日止12個月)



利潤率 (截至12月31日止12個月)



** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*

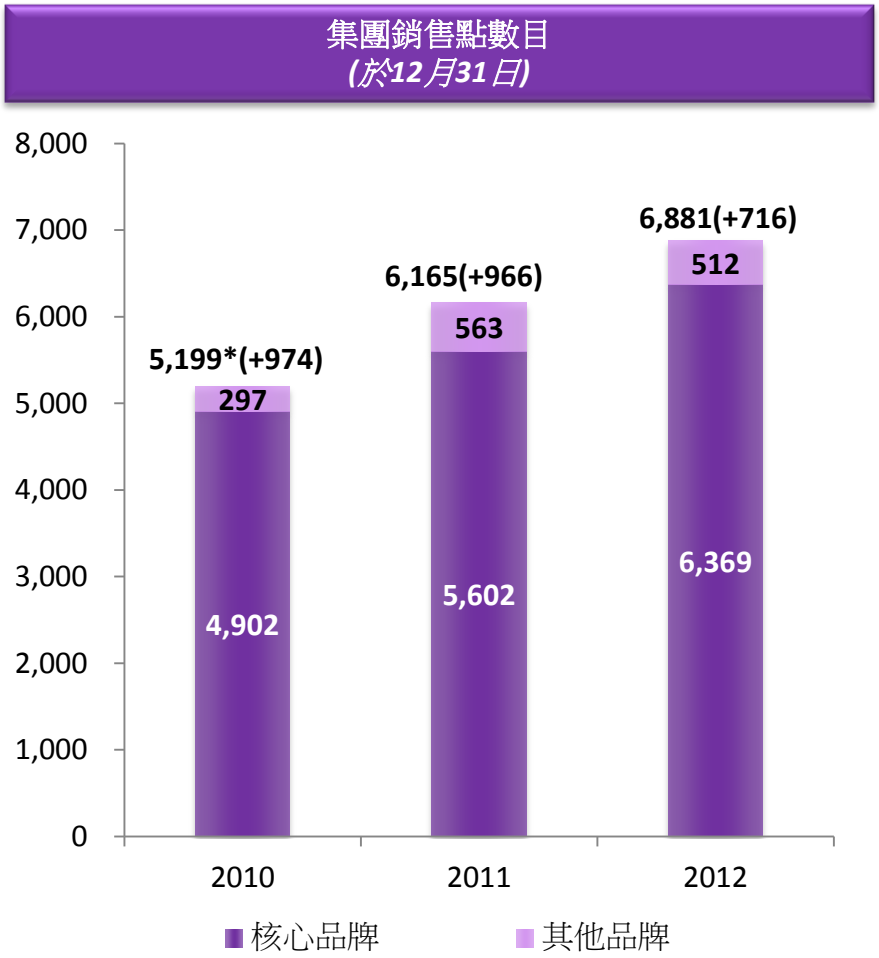
業務回顧

DAPHNE GROUP

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
達芙妮國際控股有限公司

集團銷售網絡

- 持續擴展銷售網絡以鞏固行業領導地位
- 年內集團總共淨增716銷售點
- 核心品牌銷售點數目 = 6,369點
  - 淨增加 = 767點
- 致力整合表現未如理想的門店，年內淨關閉其他品牌51銷售點



*包括收購富珍集團之171家店鋪

核心品牌銷售網絡 – 按銷售點類別

- 核心品牌銷售網絡拓展方向以直營店為主，直營店比重上升至**85%**
- 年內核心品牌淨增**767**銷售點 **(**包括增加**880** 家直營店及減少 **113** 家加盟店**)**

	於2012年12月31日	於2011年12月31日	變化	變化百分比
- 直營銷售點	5,427 (85%)	4,547 (81%)	+880	+19.4%
- 加盟銷售點	942 (15%)	1,055 (19%)	-113	-10.7%
核心品牌銷售點總數	**6,369**	**5,602**	**+767**	**+13.7%**

核心品牌銷售網絡 – 以城市級別區分

- 集團於次級城市繼續保持較大的覆蓋度

	於2012年12月31日		於2011年12月31日		變化	變化百分比
	數目	佔比	數目	佔比		
1線城市	721	11%	614	11%	+107	17.4%
2線城市	1,342	21%	1,100	19%	+242	22.0%
3線城市	981	15%	863	15%	+118	13.7%
4-6線城市	3,325	53%	3,025	55%	+300	9.9%
總數	**6,369**	**100%**	**5,602**	**100%**	**+767**	**13.7%**

核心品牌業務 – 表現

- **儘管經濟增長放緩，核心品牌業務的營業額保持增長，期內按年增加25.0%**
- **經營利潤率主要受以下因素影響:**
  - 集團採取積極促銷策略應對經濟增長放緩，毛利率因而下降2.9百分點
  - 年內租金及工資等營運成本持續增加
  - 開店速度加快，短期帶來的成本壓力需時消化
  - 直營店比例上升，增加營運開支
  - 下半年整體消費市場增長急速放緩

(百萬港元)	截至12月31日止12個月		變化
	2012	2011	
營業額	9,591.9	7,671.1	25.0%
毛利	5,661.8	4,747.4	19.3%
毛利率	59.0%	61.9%	-2.9 百分點
經營盈利	1,475.7	1,555.1	-5.1%
經營盈利率	15.4%	20.3%	-4.9 百分點

核心品牌業務 – 同店銷售增長

- 儘管市況放緩，同店銷售仍增長**9%**
- 同店銷售於下半年受到去年同期高基數影響
- 銷量增加帶動銷售增長，繼續擴大顧客基礎及市場佔有率
- 進取的促銷力度及產品銷售組合改變導致平均售價下降約**10%**至**RMB 185**

同店銷售增長	1Q	2Q	3Q	4Q	全年
2012	+22%	+14%	+5%	+2%	**+9%**
2011	+1%	+32%	+23%	+26%	**+21%**

其他品牌業務

- 營業額增長主要由中高檔品牌業務帶動
- 銷售表現受百貨公司渠道年內市況疲弱所影響
- 年內積極整合銷售網絡，關閉表現欠佳店舖
- 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12月31日止12個月		變化
	2012	2011	
營業額	690.9	529.6	+30.5%
毛利	375.6	315.1	+19.2%
毛利率	54.4%	59.5%	-5.1 百分點
經營(虧損)	(127.6)	(64.6)	-97.5%
經營盈利率	(18.5%)	(12.2%)	-6.3 百分點

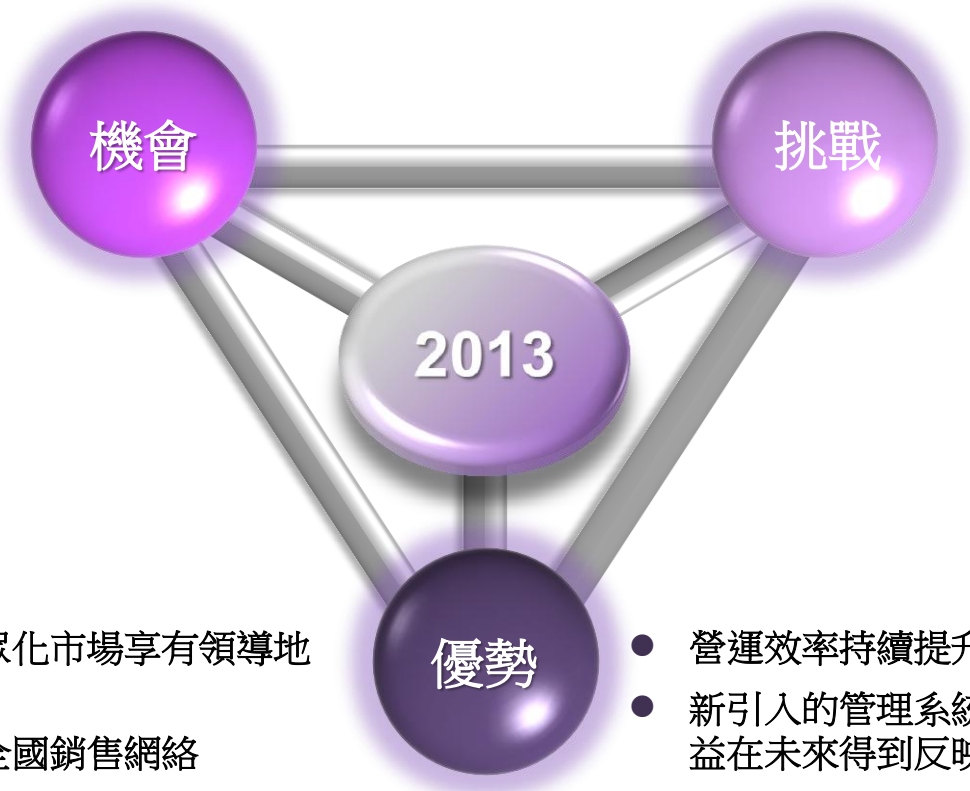
展望及策略

DAPHNE GROUP

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
達芙妮國際控股有限公司

2013年展望

- 中國持續城鎮化帶動消費增長
- 人均可支配收入上升
- 政府持續刺激內需，帶動市場增長
- 中國人均鞋品消費偏低



- 中國工資與租金等成本持續上升
- 消費意慾暫仍疲弱，需時逐步恢復

- 於大眾化市場享有領導地位
- 强大全國銷售網絡
- 可快速回應顧客需求的直營銷售網絡
- 品牌知名度高，且深度滲透率一至六線城市

- 營運效率持續提升
- 新引入的管理系統及其效益在未來得到反映
- 富經驗的管理團隊
- 穩健的財政基礎

2013年集團策略重點

1. 加強銷售營運管理，
提升銷售能力

2. 繼續拓展銷售網絡，
提升市場佔有率

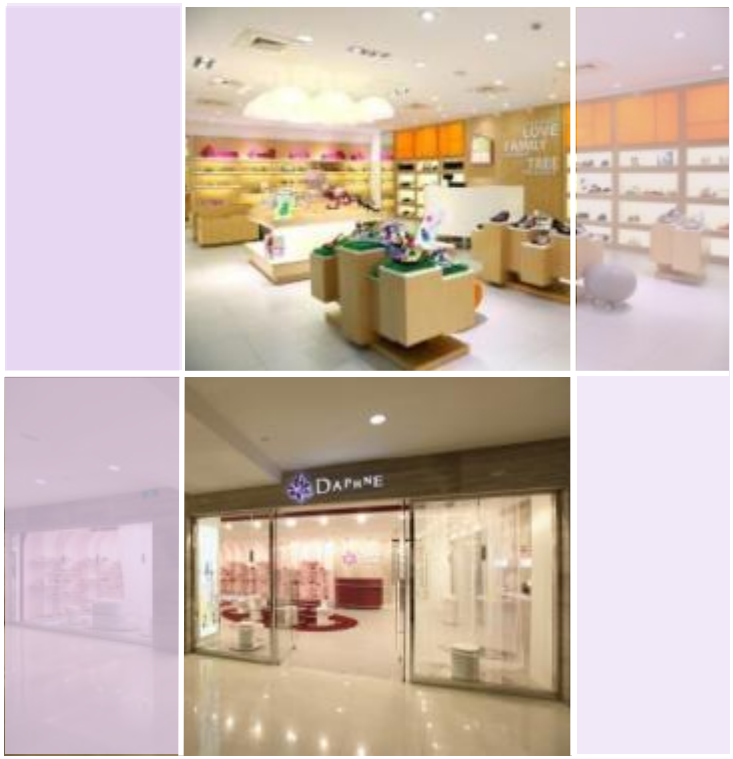
3. 強化供應鏈管理，
提升集團競爭力

4. 加強各品牌知名度及價值，
尤其是中高檔品牌

5. 加強成本控制及監察，
提升營運效率

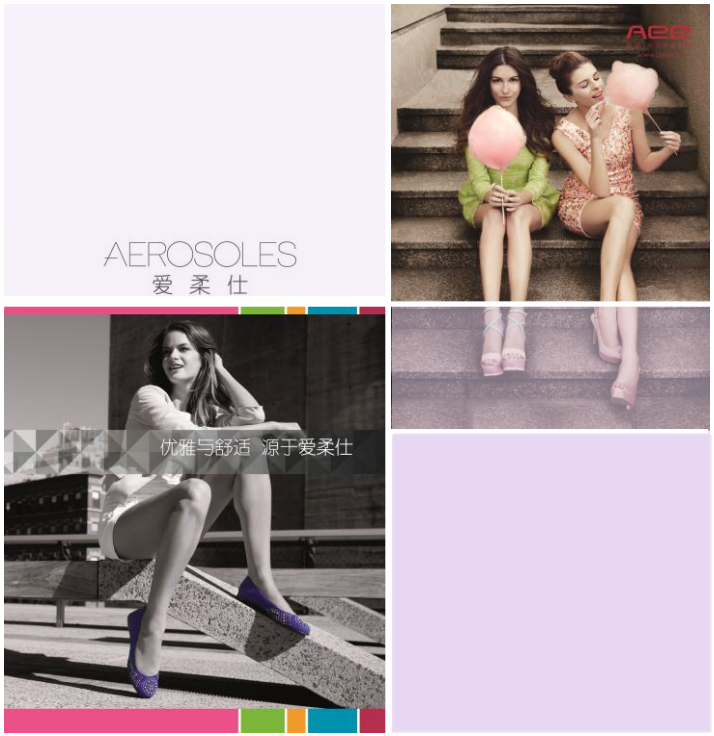
加強銷售營運管理

- **強化門店營運管理**
  - 進一步優化門店人員排班
  - 採納更廣泛的監察指標協助管理及評核
- **加強培訓，增加員工銷售能力**
  - 加強「培訓師培訓計劃」(“Train the Trainers”)
  - 開展進階培訓課程及深化各項培訓計劃
- **積極建立服務文化，提升顧客體驗**
- **引入「精英計劃」，提升營運管理質素及效率**
  - 引入具前瞻性培訓，加強前線管理人員培育及訓練，提升其執行能力
  - 加強問責制度
- **加強電子商貿業務及顧客關係管理(CRM)的互動及協同效果**



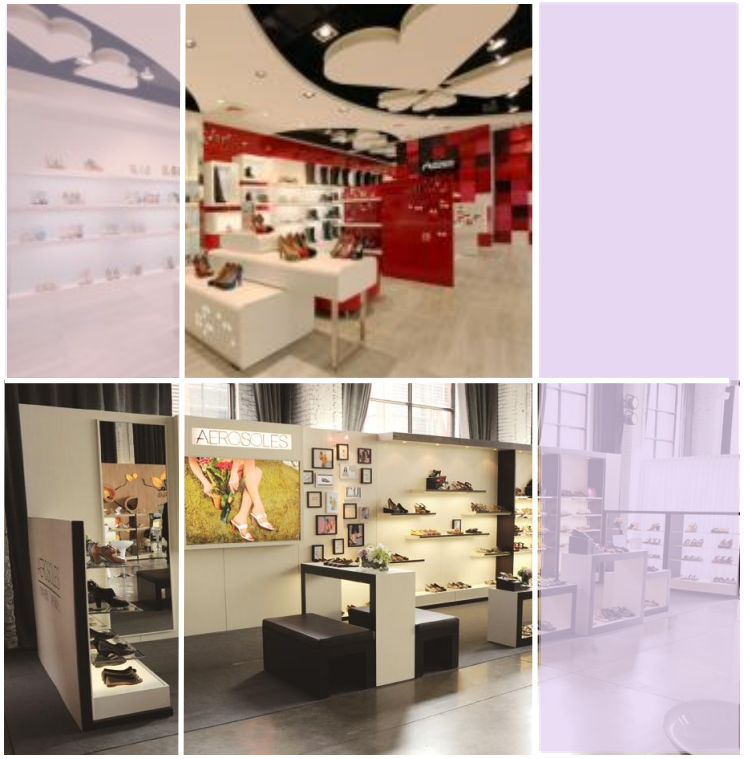
電子商貿

- 旨在融合網路、門店及顧客關係管理以增加銷售，提供更佳顧客體驗
- 採循序漸進的發展步伐，並緊密監察市場變化
- 提供更豐富的網上產品選擇，優化網上的產品展示
- 結合實體門店及網路銷售渠道，提升顧客購物方便度
- 整合尊貴會員服務
  - 建設綜合顧客資料庫
- 協助提供更精準營銷及推廣
  - 充分利用及結合門店的CRM系統，針對目標顧客作更有效的顧客關係管理及推廣



拓展銷售網絡

- **繼續拓展核心品牌銷售網絡，鞏固市場領導地位，增加市場佔有率**
  - 每年持續穩定增加核心品牌銷售點
  - 積極於新城市開拓銷售網絡
  - 在現有城市提升滲透率
  - 以直營店為發展重心
- **優化店舖開設流程**
  - 開店程序標準化，建立更完善流程及系統
  - 強化開店流程資訊處理系統，提升管理效益
- **嚴格控制租金成本**
  - 致力改善租金佔比，務求新店租金佔營業額比率不高於合理水平



強化供應鏈管理

- **繼續落實引入新零售管理系統**
  - 實現規劃和執行敏捷供應鏈模式，支援零售精細化管理
  - 實現商品財務規劃，品類規劃，單品規劃的協同，提高銷售預測的準確性
  - 實現高效的零售配貨，補貨管理，提高人效，支援銷售業績提升
  - 提高有關產品的財務規劃和分析的及時性和準確性
- **持續縮短追加訂單的交貨週期**
- **優化庫存管理，嚴格控制存貨週轉天數**
- **持續提升商品的品質和舒適度**
- **加強材料整合力度， 開拓生產成本具競爭力的地區作生產基地，以有效地降低製造成本**

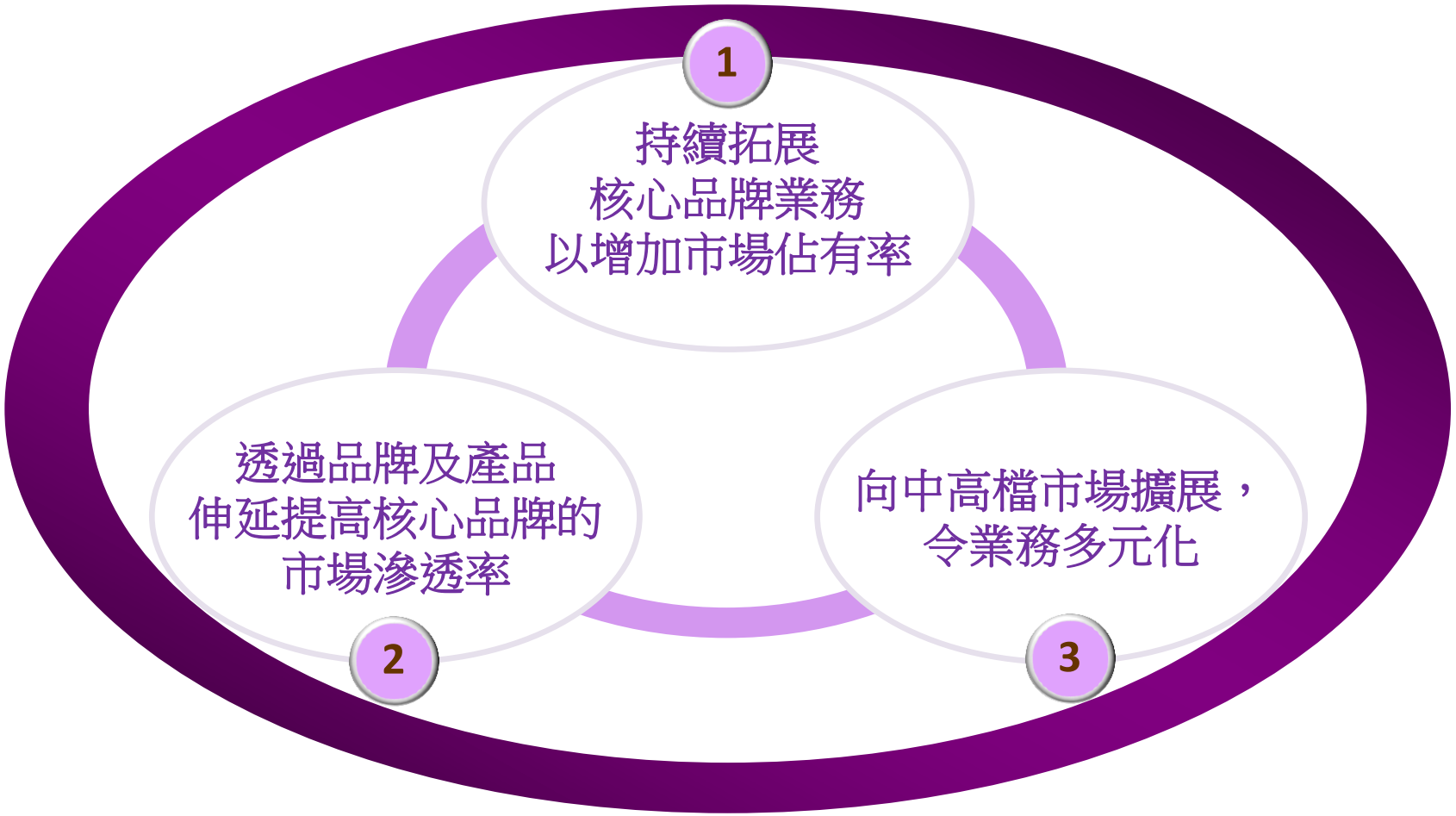
中高檔品牌發展

- **仍然為長遠的增長動力之一**
  - 迎合持續擴大的中產消費族群
  - 擴大集團客戶基礎
  - 為達芙妮的客戶提供更高檔次的產品選擇
- **2013年計劃:**
  - 建立更精細的品牌發展策略及目標
  - 加強建立各品牌形象的獨特性
  - 集中資源發展表現較佳的品牌
  - 調整銷售網絡以提升營運效益並改善其規模效益

成本控制管理

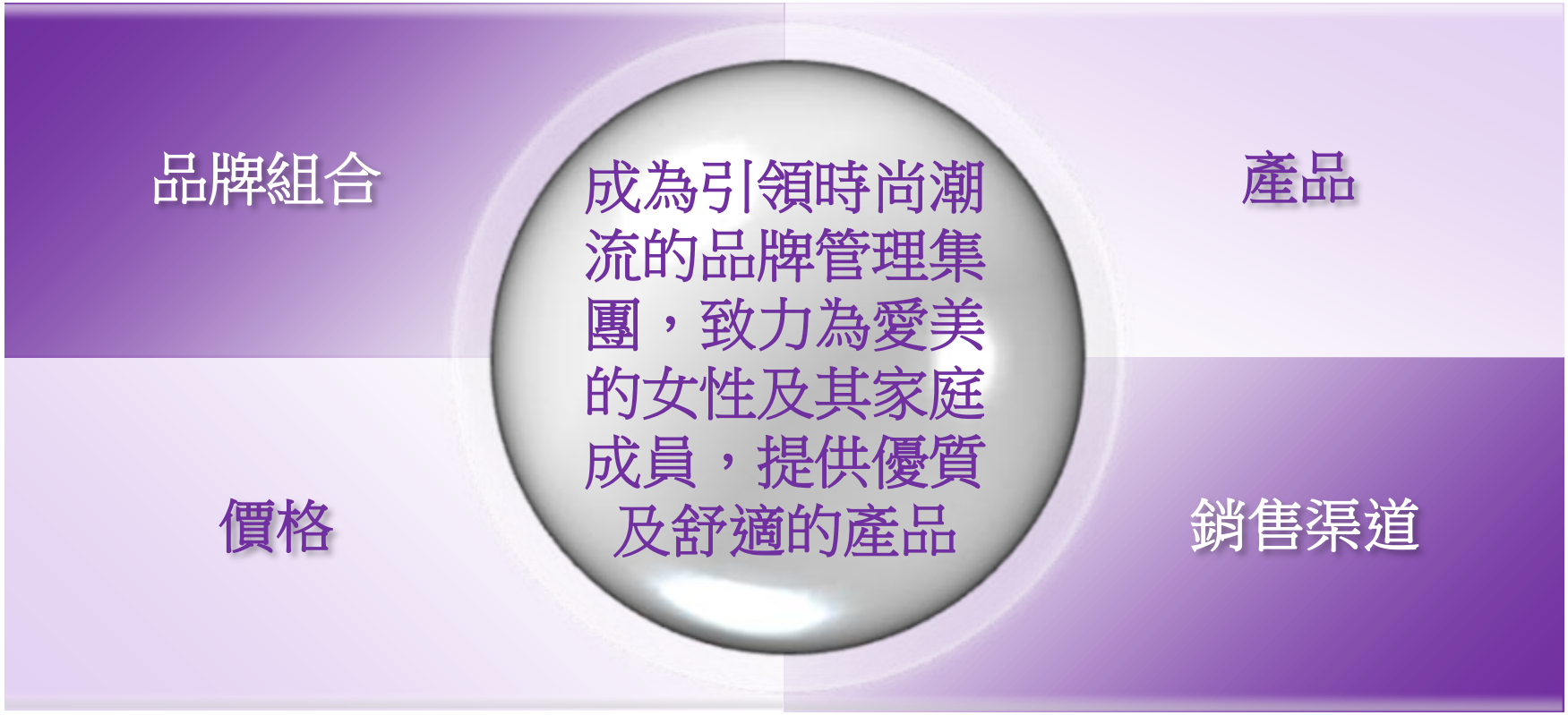
- 在集團各層面推出成本節省及監控措施
- 改善成本控制、監控以及差異分析，並建立注重成本效益的企業文化
- 加強監控租金成本的不斷上漲
- 提升員工生產力
- 優化人力資源結構
- 投資於營運管理系統，以提升長遠營運效益

集團發展策略


1
持續拓展
核心品牌業務
以增加市場佔有率
2
透過品牌及產品
伸延提高核心品牌的
市場滲透率
3
向中高檔市場擴展，
令業務多元化

願景

多元化策略


品牌組合
產品
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
價格
銷售渠道

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

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
達芙妮國際控股有限公司

增長動力

1 持續提升的營運效益

- 更專注的銷售營運模式
- 更敏捷並有效率的供應鏈管理
- 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

2 優秀而專業的管理團隊

3 更均衡的業務增長

中國市場持續增長的發展潛力

持續城鎮化

7.12億
城鎮人口

52.57%
中國城鎮化率

- 持續城鎮化帶動消費市場增長
- 中央政府把城鎮化納入到**2013**年六大經濟工作重心之一

可支配收入不斷上升

↑ 9.6%
城鎮居民人均可支配收入

- 人均收入持續上升

內需持續增長

↑14.3%
中國社會消費品零售總額

- 社會消費品零售總額持續增長
- 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, 2012年數據

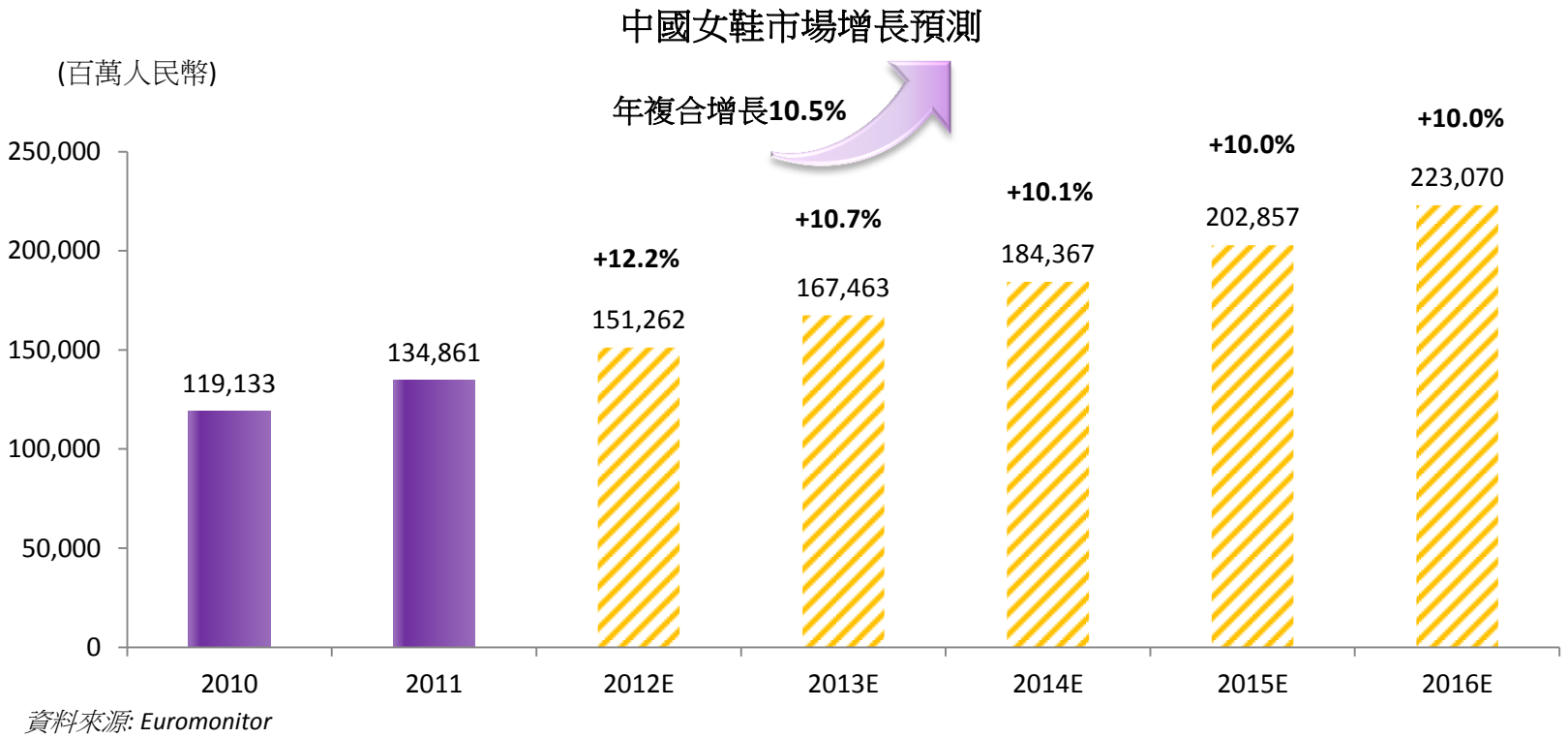
中國鞋類市場增長潛力

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

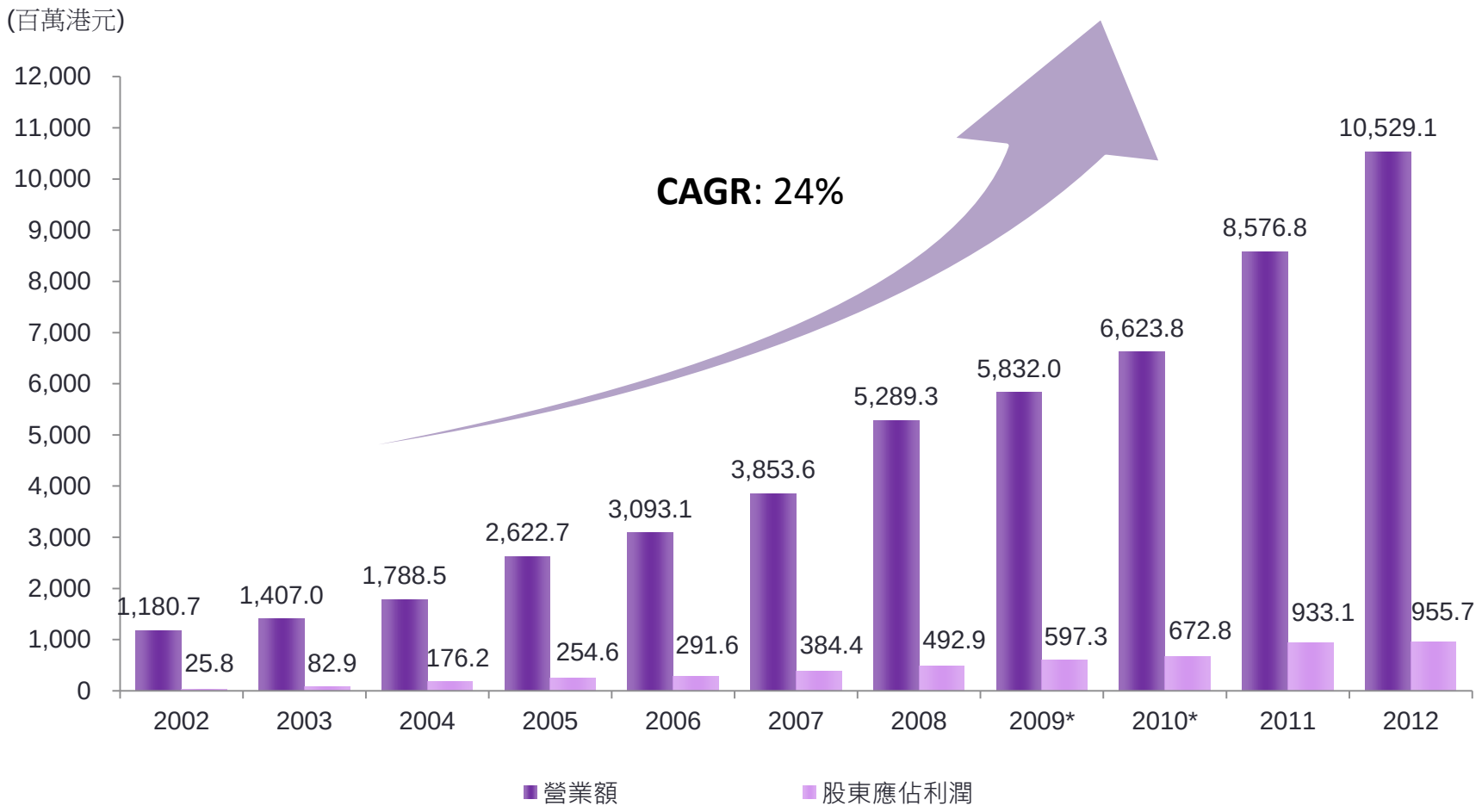
中國女鞋市場前景



資料來源: Euromonitor

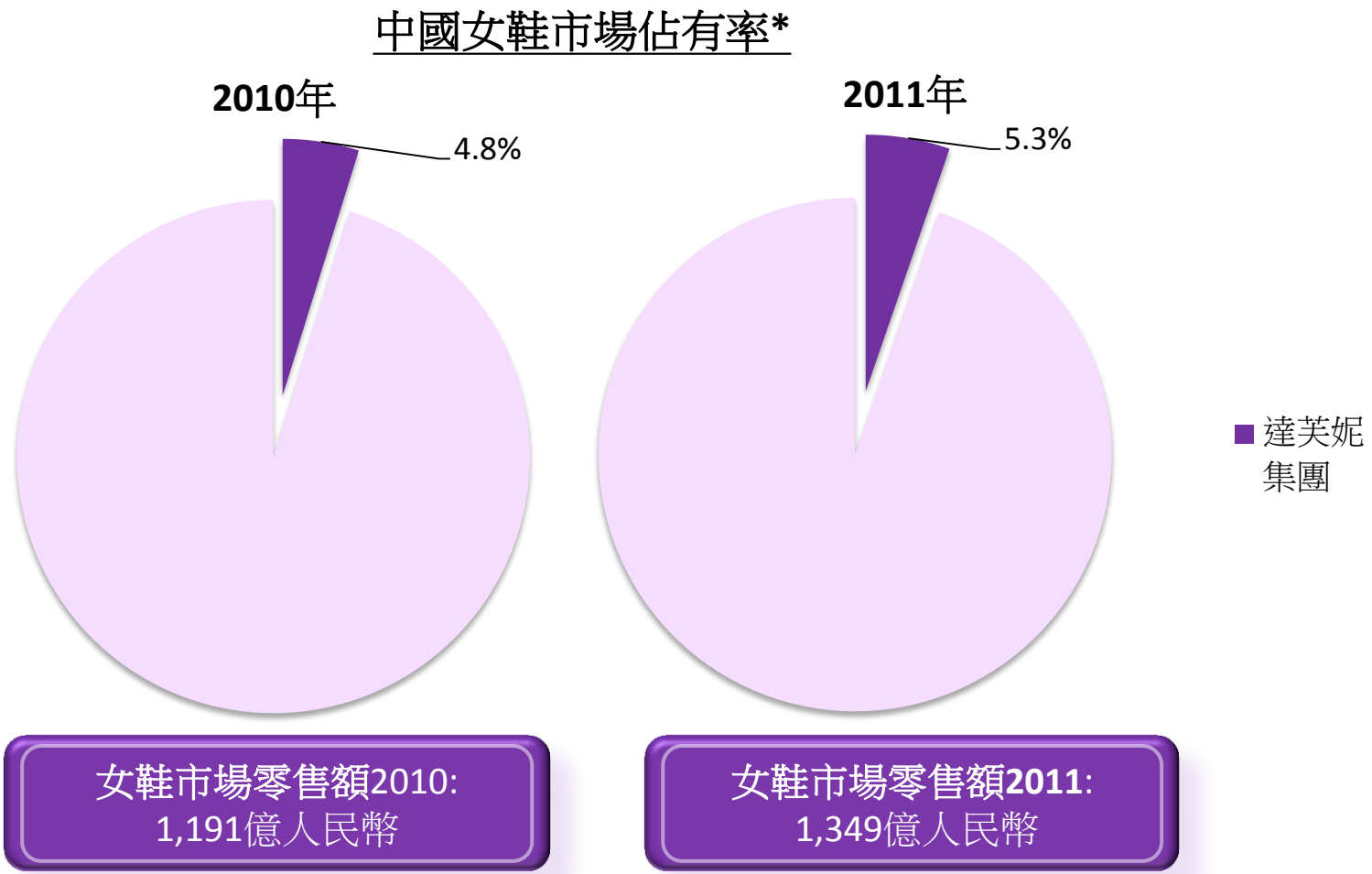
- **Euromonitor預期中國女鞋市場將於未來4年持續高速增長**
  - Euromonitor預測到2016年，中國女鞋市場將達2,230億元人民幣，相當於年複合增長10.5%

集團營業額持續增長



** 撇除認股權證之公平值虧損後計算*

集團市場佔有率



**根據高盛研究報告 (2012)*

集團競爭優勢

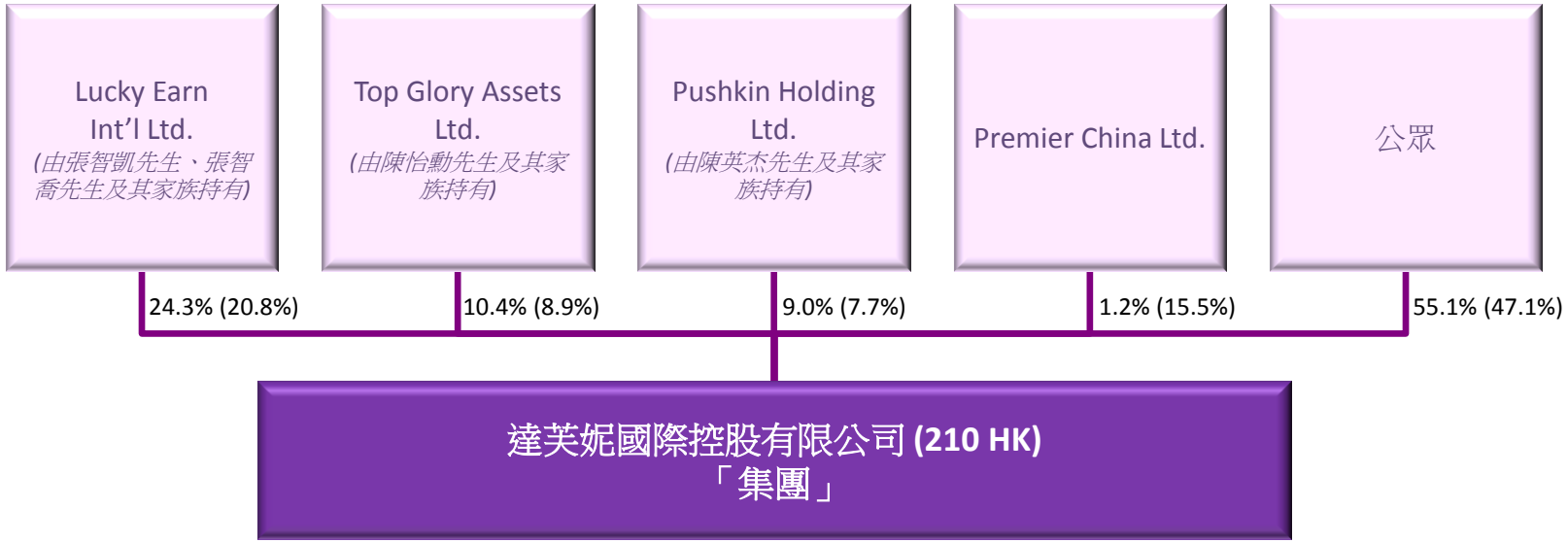
- 國內居領導地位的女鞋零售商，擁有全國知名的自有品牌「達芙妮」及「鞋櫃」
- 於大眾化市場佔據領先的市場地位
- 廣泛的全國性零售網絡，逾**6,800**銷售點網絡廣泛深入不同省市
- 龐大直營店鋪網絡，確保高度自主性及監控管理
- 於大眾化市場的穩固基礎，提供多元化發展的增長潛力
- 穩健財政狀況
- 經驗豐富的專業管理團隊

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12月31日擁有共6,881零售點
- 集團的核心品牌(「達芙妮」及「鞋櫃」)於中國大陸的分銷點約6,400點，其中超過85%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12月31日市值逾175億港元

股權結構

於2012年12月31日



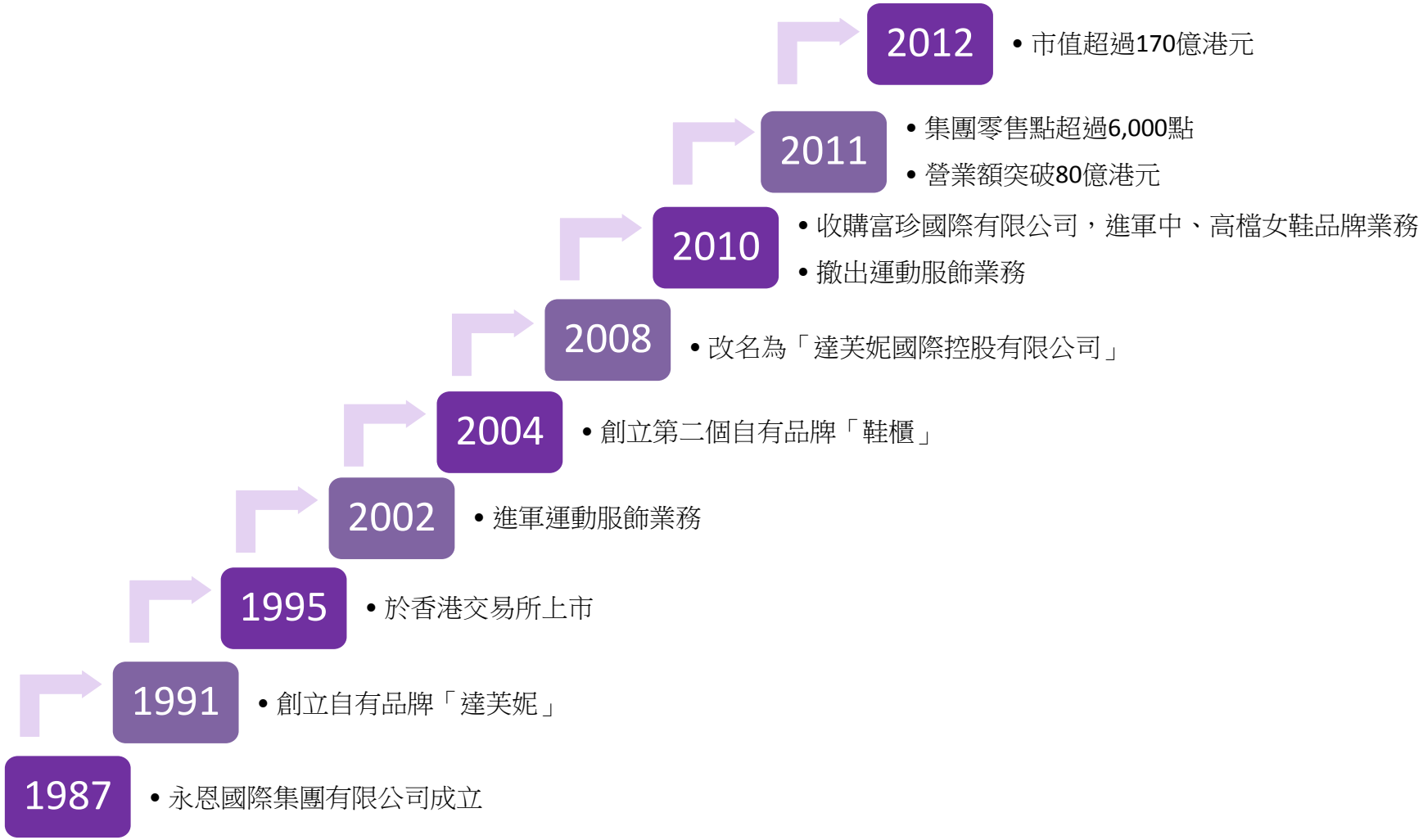
附註:

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

集團主要品牌組合

		品牌擁用權	平均售價 (人民幣)
核心品牌	ShoeBox 鞋柏	自有品牌(渠道)	<200
	DAPHNE 达芙妮	自有品牌(產品)	200 – 300
集團中高檔品牌	aee 爱意	自有品牌(產品)	400 – 1200
	AEROSOLES	獨家分銷國際品牌	
	ALDO SHOES & ACCESSORIES	獨家分銷國際品牌	
	Ameda 爱慕 moda	自有品牌(渠道)	

集團里程碑


2012
• 市值超過170億港元
2011
• 集團零售點超過6,000點
• 營業額突破80億港元
2010
• 收購富珍國際有限公司，進軍中、高檔女鞋品牌業務
• 撤出運動服飾業務
2008
• 改名為「達芙妮國際控股有限公司」
2004
• 創立第二個自有品牌「鞋櫃」
2002
• 進軍運動服飾業務
1995
• 於香港交易所上市
1991
• 創立自有品牌「達芙妮」
1987
• 永恩國際集團有限公司成立

管理層團隊 – 簡歷

	職位	履歷	加入本集團年份
陳英杰先生	主席及行政總裁	自1992年為本集團服務，於鞋業有超過22年經驗	1992年
林哲立先生	首席財務官	擁有逾18年於跨國公司之財務規劃及管理經驗	2010年1月
胡煥新先生	首席運營官	於消費行業擁有逾22年供應鏈及生產管理經驗	2010年1月
慮瑛女士	首席市場官	於消費行業擁有約20年品牌規劃發展及市場推廣經驗	2010年4月
黃慧君女士	首席商品官	在時裝業擁有超過18年經驗	2010年9月
李濤先生	首席開發官	於消費行業擁有逾25年渠道拓展經驗	2010年12月
周畹青女士	首席人力資源官	於消費行業擁有超過23年人力資源管理經驗	2011年2月
梁海旋先生	首席信息官	擁有逾18年資訊系統管理經驗	2011年8月
施文哲先生	首席銷售官	於零售及服務行業擁有逾28年銷售管理經驗	2012年3月