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

2015 中期業績簡介

2015年8月26日

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、或謬誤及遺漏等，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。

2015年上半年 – 比預期還要困難

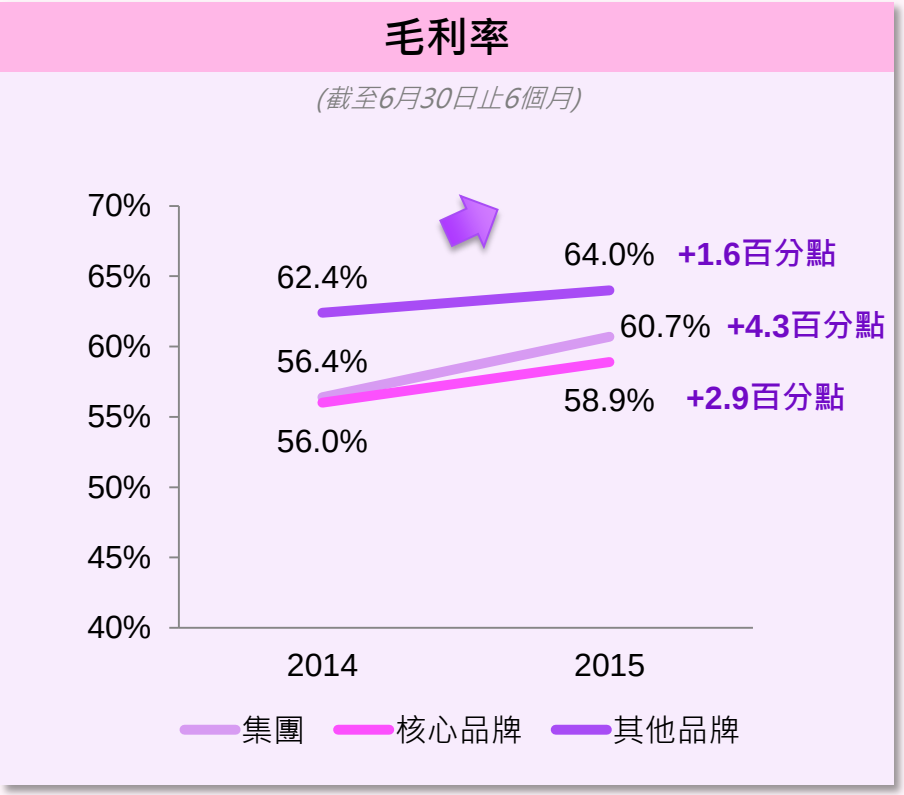
- **銷售表現遜於預期，主要由於多個因素：**
  - 中國國內生產總值(GDP)增長持續放緩
  - 消費意慾仍然疲弱
  - 飄忽反常的天氣加上延遲的春夏季節進一步打擊消費意慾
  - 大眾化女鞋市場出現促銷活動頻繁、折扣主導的競爭環境
  - 來自網購的競爭加劇
  - 持續上升的經營成本
- **淨利潤為2.5百萬港元**
  - 營業額減少13.9%，同店銷售則下跌16.9%
  - 毛利率上升4.3百分點
  - 鑑於高固定成本的零售模式和通脹壓力，負面經營槓桿效應加大
  - 資本開支投放更為審慎
  - 420.4百萬港元的淨現金餘額

2015年上半年主要的業務進展

- **擴闊集團毛利率4.3百分點至60.7%**
  - 核心品牌業務毛利率擴闊2.9百分點至58.9%
- **豐富並梳理整合產品組合，把達芙妮擴展成旗下七個系列，以拓展品牌的吸引力至更廣泛的顧客群**
- **電子商務持續取得增長和盈利**
- **其他品牌業務的銷售改善**
- **在通脹壓力下，整體經營成本仍能維持於去年相若水平**
- **在中國繼續維持強大的品牌知名度，尤其於線上 (百度的調研和一項全國性品牌研究結果可印證)**
- **繼續推行門店翻新計劃以提升競爭力**
- **開始裁減店舖網絡規模**
- **存貨水平輕微下降，儘管存貨週轉天數因銷售放緩而上升**

集團毛利率提升

- **集團毛利率增長4.3百分點，儘管核心品牌產品平均售價比去年同期低**
- **銷售組合改善**
- **零售折扣率改善**
- **產品成本降低**
  - 優化生產、採購和銷售
  - 原材料價格下跌



提升品牌及店舖形象

- 豐富及梳理為七個產品系列，每個系列均擁有其鮮明的代言人或圖標以加強品牌形象、提升品牌知名度、和增加其吸引力至更廣泛的顧客對象
- 委任中國大陸知名年輕女藝人劉詩詩成為主要產品系列「都會時尚」的代言人，以強化品牌形象
- 在優化策略和執行上仍有很大改善空間
- 繼續更新裝修門店，以提升店舖形象，增加競爭力

市場細分化以拓展品牌吸引力

DAPHNE 达芙妮

全智賢

劉詩詩

謝霆鋒

郭雪芙

O' ONDUL' 圓漾

高圓圓

Hello Kitty collection by DAPHNE

dulala 杜拉拉

強大品牌實力

中國品牌力指數

- **於《2015中國品牌力指數》中獲評選為第一女鞋品牌**
- **在國家的工業和資訊化部指導下，由中國極具公信力的品牌評價機構之一Chnbrand進行**
- **調查訪問了全國30個城市共11,500名消費者，涵蓋158個行業共7,800多個品牌**
- **以品牌認知度和品牌忠誠度為主要評審準則**
- **已連續第五年取得此榮譽**

電子商務快速增長

- **電子商務持續取得銷售額增長，並維持其盈利能力**
- **加強與主要網購平台的合作**
  - 已於2015年7月與阿里巴巴簽訂戰略伙伴協議，加強線上的推廣、宣傳以至營運
- **主要電商平台日均約2百萬名獨立訪客**
- **正推行O2O項目，以提升配送速度和服務效率**

財務表現

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

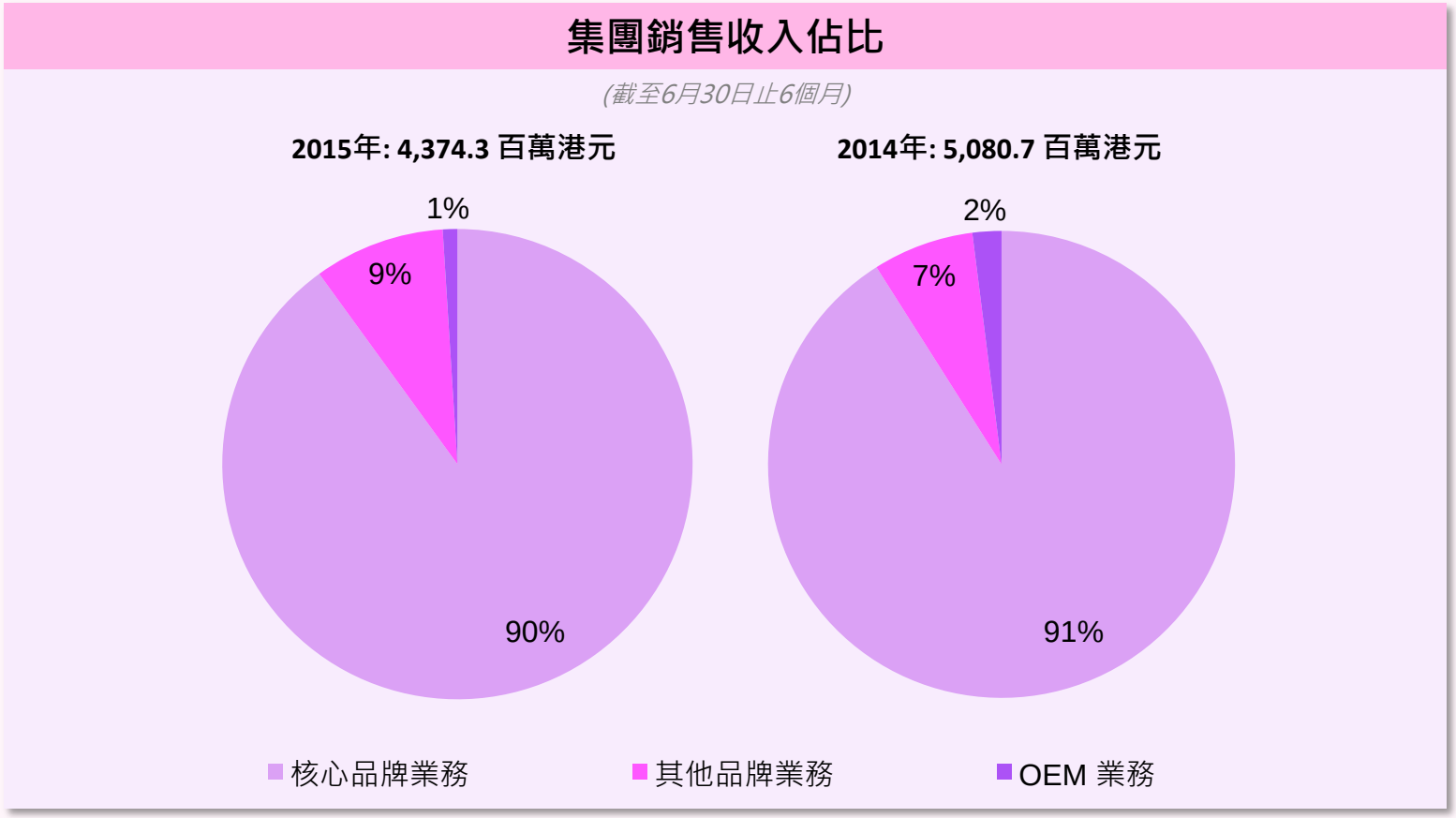
達 芙 妮 國 際 控 股 有 限 公 司

集團財務摘要

(百萬港元)	2015年上半年	2014年上半年	變化
營業額	4,374.3	5,080.7	-13.9%
毛利	2,654.6	2,865.5	-7.4%
經營盈利	11.0	240.7	-95.4%
本公司擁有人應佔盈利	2.5	172.4	-98.5%
每股基本盈利 *(港仙)*	0.2	10.5	-98.1%
每股中期股息 *(港仙)*	-	3.5	-100.0%
毛利率	60.7%	56.4%	+4.3 百分點
經營盈利率	0.3%	4.7%	-4.4 百分點
淨利潤率	0.1%	3.4%	-3.3 百分點

集團營業額

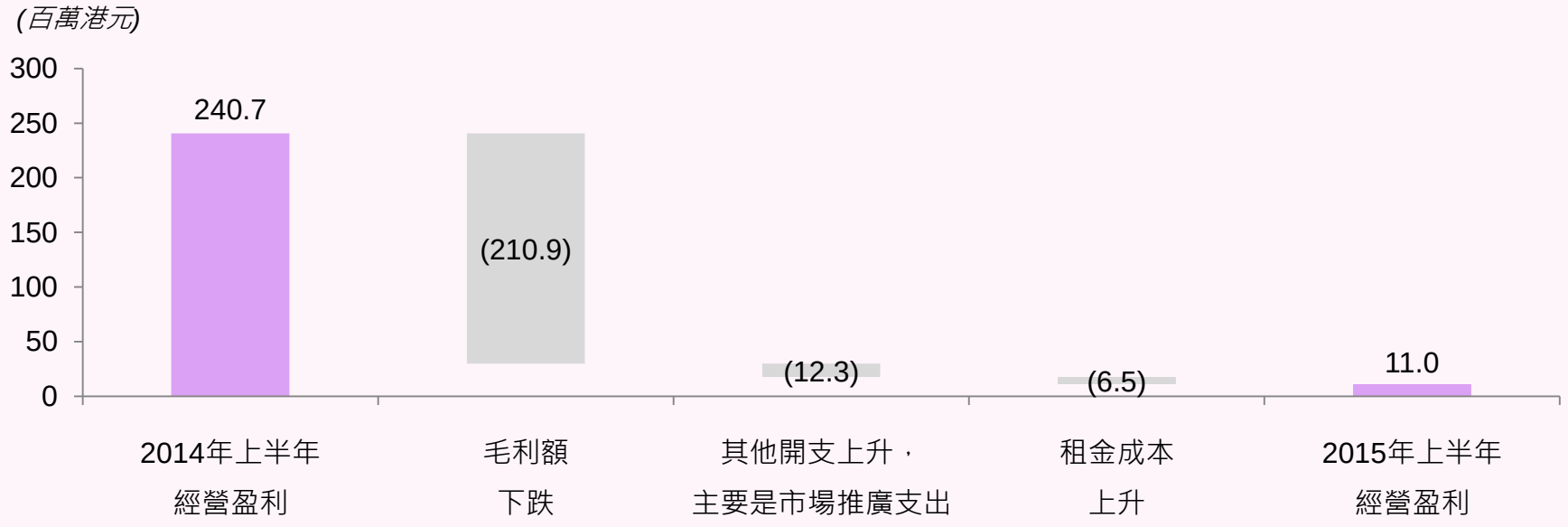
- 核心品牌業務繼續為集團最大銷售收入貢獻來源



註: *核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務*

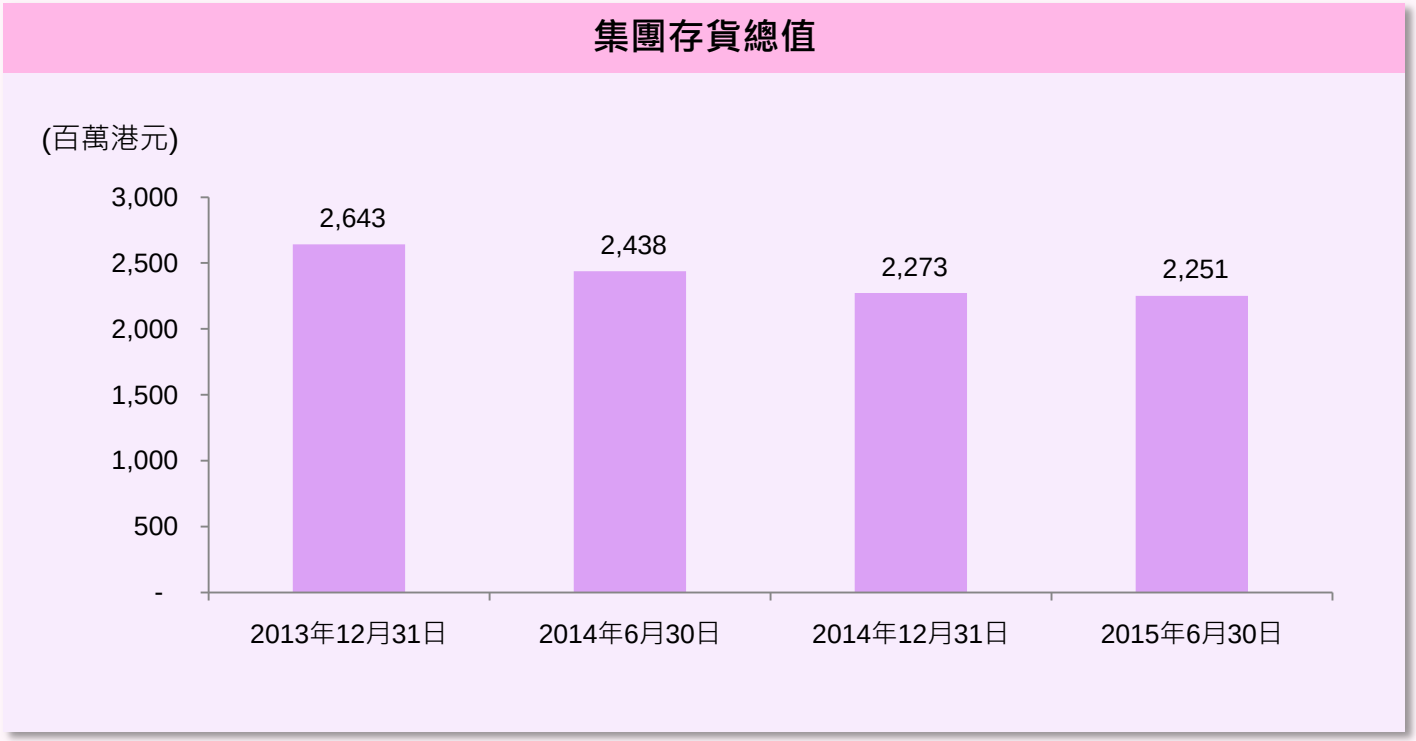
集團經營盈利分析

- **集團毛利率按年上升4.3百分點**
  - 採取新定價策略
  - 銷售組合改善
  - 生產成本下跌
- **集團經營開支與去年相若**
  - 在通脹壓力下，盡力嚴控開支增長
- **集團經營盈利率按年下跌4.4百分點**
  - 銷售下跌導致負面經營槓桿效應



存貨週轉天數

- **集團存貨總值較2014年年底減少，並低於2013年年底水平**
- **集團存貨週轉天數為238天**
  - 整體存貨總值減少，但銷售下跌使存貨週轉天數上升



營運資金與資本開支

- **資本開支按年減少**
  - 去年購置自用辦公室產生額外一次性資本開支
  - 2015年上半年減少開店

	2015年上半年	2014年上半年	變化
平均存貨週轉天數 (天)	238	208	+30
平均應收賬週轉天數 (天)	14	13	+1
平均應付賬週轉天數 (天)	105	114	-9
現金循環天數 (天)	147	107	+40
資本開支 (百萬港元)	141.3	246.7	-42.7%

其他主要財務指標

- 期內贖回可換股債券，使現金及銀行結餘減少
- 贖回可換股債券後，集團維持淨現金狀態

(百萬港元)	於2015年6月30日	於2014年12月31日	變化
現金及銀行結餘	915.5	1,528.7	-40.1%
銀行貸款	495.1	96.5	+413.1%
可換股債券	-	680.7	-100.0%
本公司擁有人應佔權益	5,063.8	5,058.0	+0.1%
資產流動比率 (倍)	3.0	2.4	+0.6
淨負債比率	淨現金	淨現金	-

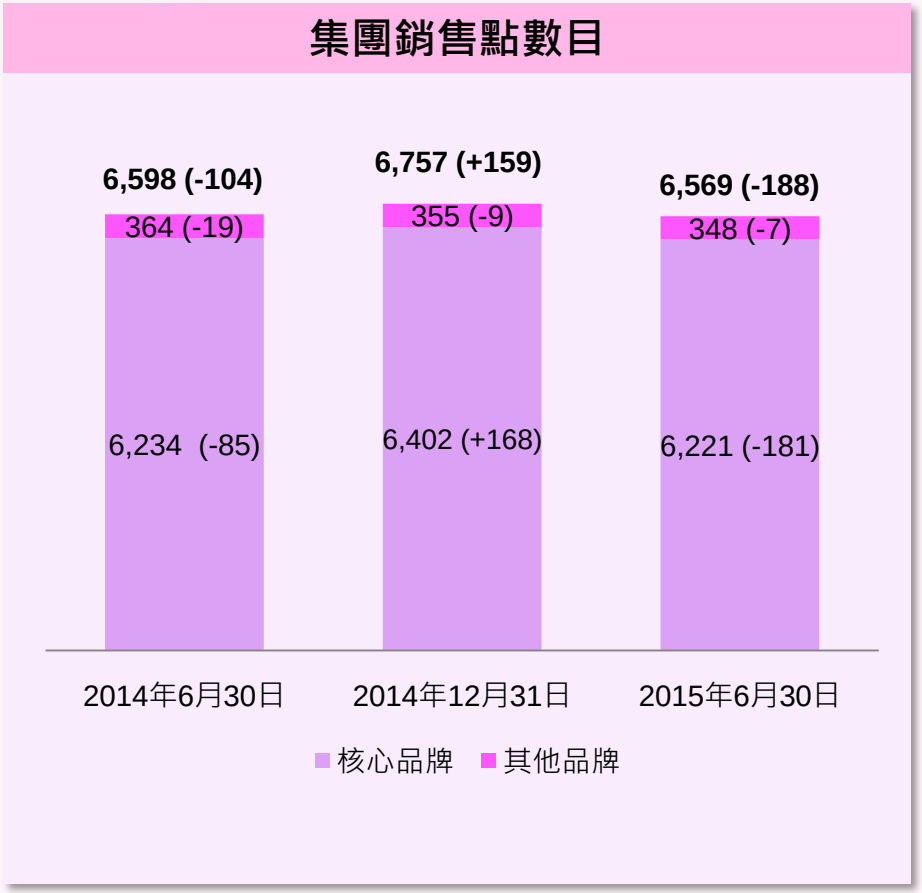
業務回顧

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

達 芙 妮 國 際 控 股 有 限 公 司

集團的銷售網絡

- 集團維持審慎的銷售網絡發展步伐
- 核心品牌期內淨減少181銷售點，銷售點總數減至6,221
- 其他品牌淨減少7銷售點



核心品牌銷售網絡

- 期內核心品牌淨減少181銷售點 (包括117間直營店及64間加盟店)
- 於2015年第二季加快關店步伐

銷售點數目

	於2015年6月30日	於2014年12月31日	變化	變化百分比
直營銷售點	5,631 (91%)	5,748 (90%)	-117	-2.0%
加盟銷售點	590 (9%)	654 (10%)	-64	-9.8%
核心品牌合計	6,221	6,402	-181	-2.8%

銷售點數目按季變化

	2015年第一季	2015年第二季	2015年上半年
直營銷售點	+24	-141	-117
加盟銷售點	-38	-26	-64
核心品牌合計	-14	-167	-181

核心品牌銷售網絡 (續)

- 集團於次級城市繼續保持較大的覆蓋度

	於2015年6月30日		於2014年12月31日			
	數目	佔比	數目	佔比	變化	變化百分比
一線城市	724	12%	731	12%	-7	-1.0%
二線城市	1,556	25%	1,607	25%	-51	-3.2%
三線城市	1,183	19%	1,238	19%	-55	-4.4%
四至六線城市	2,758	44%	2,826	44%	-68	-2.4%
總數	6,221	100%	6,402	100%	-181	-2.8%

核心品牌業務 – 表現

- 核心品牌業務營業額按年減少13.9%
- 核心品牌業務經營盈利率為1.0%

(百萬港元)	2015年上半年	2014年上半年	變化
營業額	4,034.9	4,685.0	-13.9%
毛利	2,376.5	2,622.1	-9.4%
毛利率	58.9%	56.0%	+2.9 百分點
經營盈利	41.8	264.8	-84.2%
經營盈利率	1.0%	5.7%	-4.7 百分點

核心品牌業務 – 同店銷售

	2015年第一季	2015年第二季	2015年上半年
同店銷售增長	-15.9%	-17.7%	-16.9%

- **平均售價下跌8.2%至人民幣168元**
  - 銷售組合改變

其他品牌業務

(百萬港元)	2015年上半年	2014年上半年	變化
營業額	389.0	358.1	+8.6%
毛利	249.0	223.3	+11.5%
毛利率	64.0%	62.4%	+1.6 百分點
經營盈利/(虧損)	5.0	(8.5)	虧轉盈
經營盈利/(虧損)率	1.3%	(2.4%)	+3.7 百分點

- **其他品牌業務營業額受電商業務高增長帶動而上升8.6%**
- **中高檔品牌銷售表現改善**
  - 期內淨關閉7個銷售點
  - 單店業務表現改善
- **其他品牌業務整體毛利率改善1.6百分點**
  - 受惠於銷售組合改善，平均單價上升
- **其他品牌業務錄得5.0百萬港元經營盈利**

Aee 愛意 AEROSOLES 愛柔仕 ALDO Step Higher

展望

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

達芙妮國際控股有限公司

2015年下半年的零售市場前瞻

負面因素

- 消費意慾仍然疲弱
- 近期股票市場的波動或會進一步影響持續疲弱的零售市場
- 線上和線下的競爭均相當激烈
- 勞工成本持續上升

正面因素

- 中央政府多項政策推動內需
- 城鎮化持續
- 工資增長增加大眾化市場消費者的購買力
- 除去週期性的原因，大眾化市場仍然是結構性增長板塊，而達芙妮於此板塊穩佔領導地位
- 原材料價格下跌有助毛利率提升
- 集團的電子商務維持增長
- 積極加強成本控制，包括已開始裁減店舖網絡

轉型

	2015	長線目標
產品及採購	• 豐富產品種類 • 提升產品質素和款式 • 把重點放在高增長產品類別 • 改善採購 • 改善存貨水平和存貨組合 • 降低生產成本	• 時尚、優質且價錢合理的產品，並能滿足不同類型顧客及不同場合的需求
品牌與市場推廣	• 為品牌形象添加活力 • 進一步市場細分化 • 把重點放在新媒體，盡量擴大接觸其目標顧客群眾 • 提高投入回報	• 建立時尚、潮流、具親和力、高性價比的品牌形象
銷售渠道	• 使銷售渠道組合更多元化 • 店舖網絡整合 • 店舖裝修更新	• 達至更平衡和穩定的收入來源，以使營業額最大化

轉型 (續)

	2015	長線目標
銷售營運	• 採用新獎勵計劃及系統去提升銷售人員生產力 • 使用兼職員工 • 前線員工的整合調整 • 減輕主要營運成本(如人力成本和租金)的通脹壓力 • 進行內部重組和優化營運架構 • 嚴謹的成本監控 • 開發新平台以增加收入	• 提升業績和銷售效率 • 改善員工保留率和質素 • 提升主要營運成本的成本效益 • 提升盈利能力
電子商務	• 加強與主要電商平台的合作，包括天貓、京東、唯品會等 • 繼續制訂和推行O2O項目 ➢ 設立專屬團隊去開拓員工及忠誠顧客，以至在各社交媒體的商機 ➢ 加強前線銷售人員和顧客在線上的互動 ➢ 實現線上訂單由主要倉庫和門店發貨	• 增加電商的貢獻至集團營業額的10%以上

業務計劃重點

- 儘管面對競爭激烈和消費意慾疲弱的挑戰，集團仍大有可為：

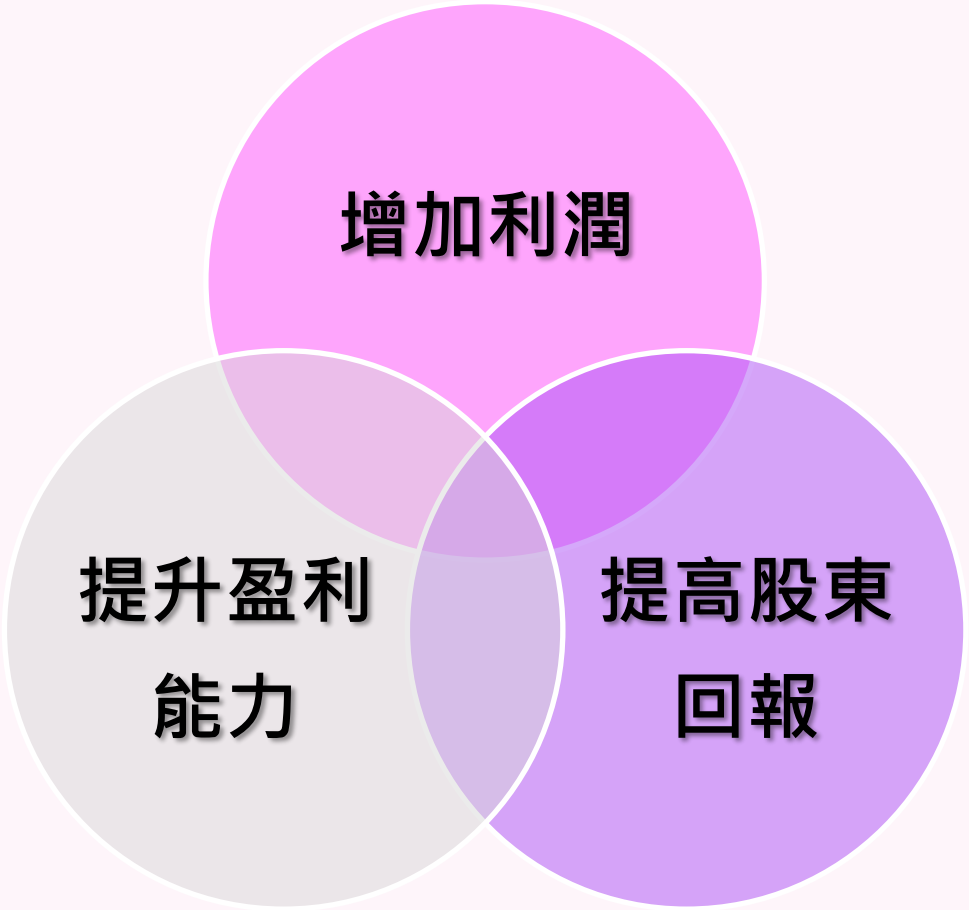
店舖網絡	門店網絡整合，包括加快關閉表現欠佳的門店，以及提升店舖盈利能力
電商發展	全盤考慮全方位銷售網絡，積極加快發展電商業務，輔助門店網絡的整合
毛利率	通過調整商品組合，和定價及促銷策略，使毛利額最大化
營運開支	嚴格控制開支，重點在人力及租金支出
資本開支	資本開支方面將更為審慎

集團在轉型期間預期將經歷一段困難的過渡期

業務展望和策略 - 中長期

- 中國的消費增長，長線而言，仍然樂觀
- 通過選擇性開店，以及整體門店網絡整合，將改善店舖盈利能力
- 藉著增加資源分配，以及為O2O策略持續提供大力支援，使電商業務增長加快
- 重點提升不論線上線下的購物體驗，包括於零售業務的各個層面作出改善：產品、店舖、促銷、銷售渠道和人員
- 穩健的財務狀況使集團有能力應付市場挑戰和恢復增長的過程

推動改善的重點



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

“面對急速變化的零售市場和越趨激烈的競爭，以及更多元化和有要求的顧客群，集團已決心作出大幅度調整去適應中國的新常態，並加強自身競爭力，致力於中長期取得增長。”

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