DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

達芙妮國際控股有限公司

2016年中期業績簡介

2016年8月24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。

2016年上半年概況

- 集團營業額減少22.3%（以固定匯率計算為18.5%）
- 核心品牌營業額減少22.8%（以固定匯率計算為19.1%）
- 同店銷售按年負增長11.7%
- 集團銷售點數目按年減少16.8%
- 上半年集團淨關閉466個銷售點
- 電商業務維持高增長及錄得盈利

- 存貨水平持續下降21.4%，對比2015年6月30日
- 存貨週轉天數由去年同期的238天降至232天

- 集團毛利率為55.4%，減少5.3百分點，主要原因為過季產品在銷售佔比中上升
- 集團經營費用減少18.3%，與集團營業額跌幅大致相符
- 集團淨盈利率為-4.8%

財務表現

集團財務摘要

(百萬港元)	2016年上半年	2015年上半年	變化
營業額	3,400.8	4,374.3	-22.3%
毛利	1,884.2	2,654.6	-29.0%
經營（虧損）/盈利	(249.5)	11.0	不適用
本公司擁有人應佔（虧損）/盈利	(163.6)	2.5	不適用
每股基本（虧損）/盈利 *（港仙）*	(9.9)	0.2	不適用
每股中期股息 *（港仙）*	無	無	-
毛利率	55.4%	60.7%	-5.3 百分點
經營盈利率	-7.3%	0.3%	-7.6 百分點
淨盈利率	-4.8%	0.1%	-4.9 百分點

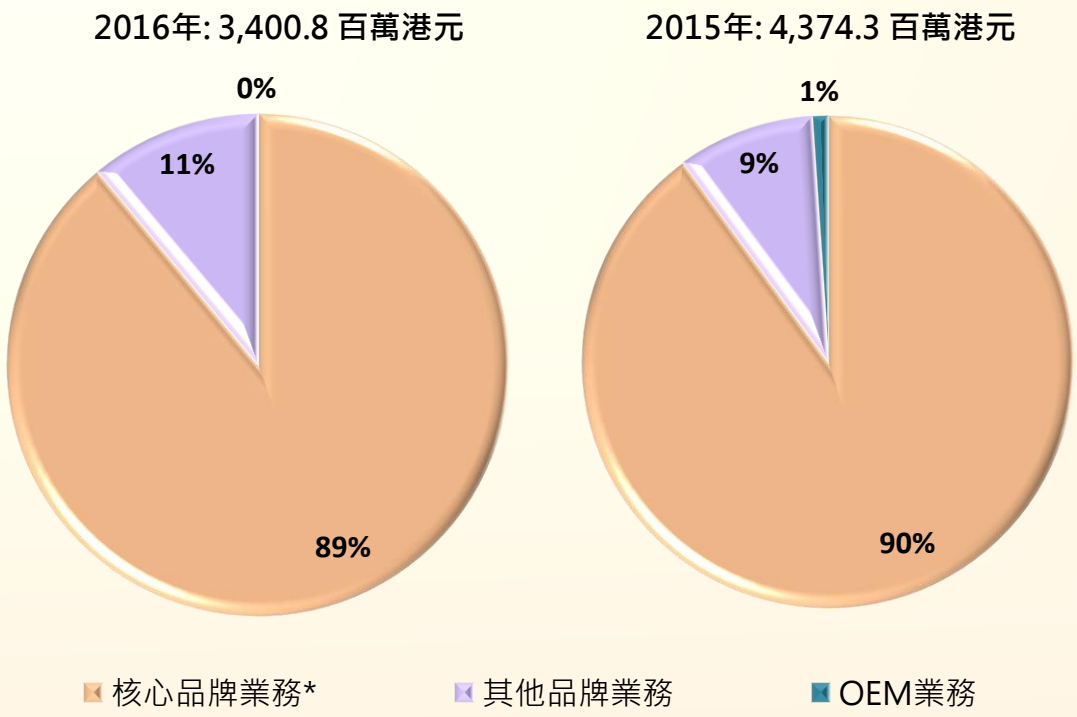
集團面臨的挑戰

影響集團營業額的因素：

- 中國經濟進一步放緩，消費需求疲弱
- 頻繁暴雨及洪澇影響店舖客流量
- 集團銷售點數目按年減少16.8%
- 同店銷售負增長11.7%
- 本地同業競爭激烈

集團營業額分佈

(截至6月30日止6個月)



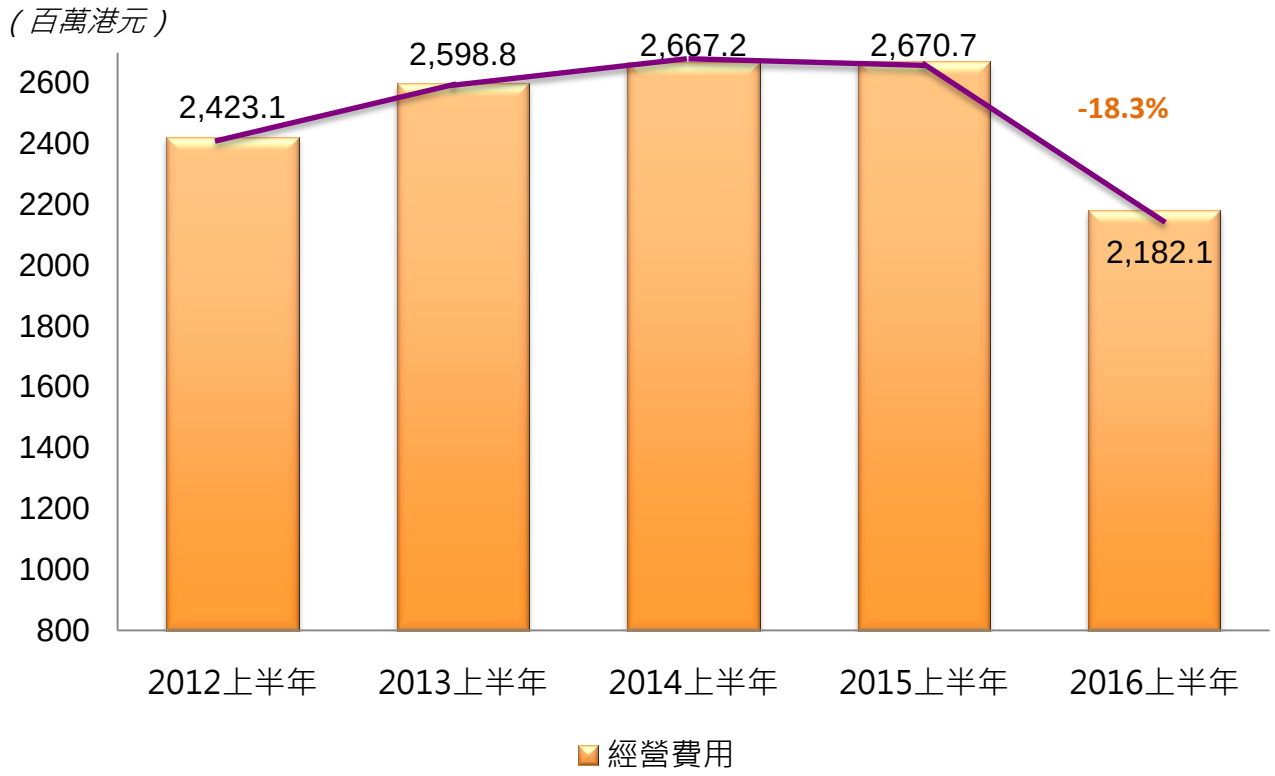
**核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務*

集團毛利率

- 集團毛利率按年下降5.3百分點，主要由於：
  - 過季產品的銷售佔比增加
  - 過季產品售價較低
  - 市場整體促銷力度加大
  - 產品品質改善，致產品成本上升
- 上述負面因素抵銷了增加存貨撥備撥回所帶來的正面幫助
- 新品毛利率與去年同期大致相若

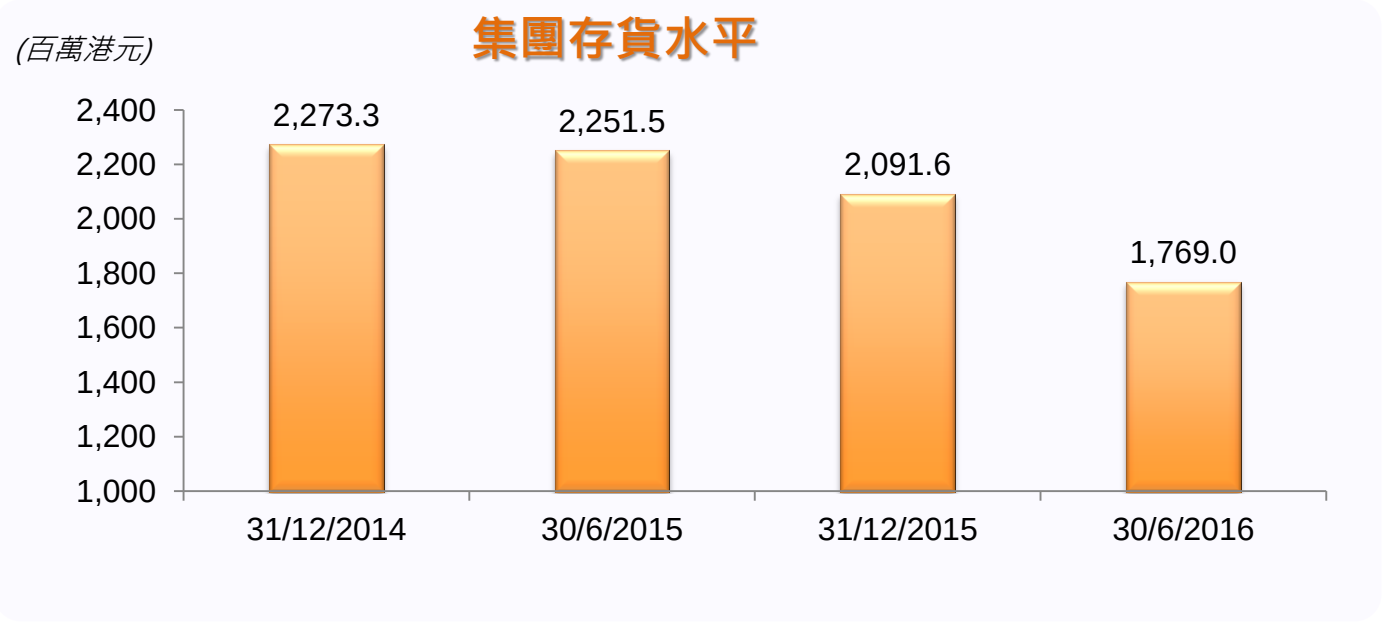
集團經營費用

- 按年減少18.3%
- 集團經營費用降幅大致與營業額跌幅相符



存貨水平及週轉天數

- 集團存貨週轉天數為232天（2015年：238天）
- 集團存貨水平持續下降



優化庫存

- 著力清理過季存貨
  - 加強特賣場和特賣清貨，來加大過季產品銷量
  - 加大過季產品批發渠道
  - 提前開展促銷活動
  - 更多採用折扣購物網站
  - 在市場普遍促銷力度已偏高的情況下，加大打折力度以促進清貨
- 產品款式更精選，精簡SKU
- 優化整體訂貨量

營運資金及資本開支

- 資本開支按年減少53.8%
  - 2016年上半年減少開新店

	2016年上半年	2015年上半年	變化
平均存貨週轉天數（天）	232	238	-6
平均應收賬週轉天數（天）	14	14	-
平均應付賬週轉天數（天）	124	105	+19
現金循環天數（天）	122	147	-25
資本開支（百萬港元）	65.3	141.3	-53.8%

其他主要財務指標

- 集團維持淨現金狀態

（百萬港元）	於2016年6月30日		於2015年12月31日	變化
現金及銀行結餘	592.2		1,075.6	-44.9%
銀行貸款	304.6		620.8	-50.9%
本公司擁有人應佔權益	4,207.8		4,462.6	-5.7%
資產流動比率（倍）	3.1		2.4	+0.7
淨負債比率	淨現金		淨現金	-

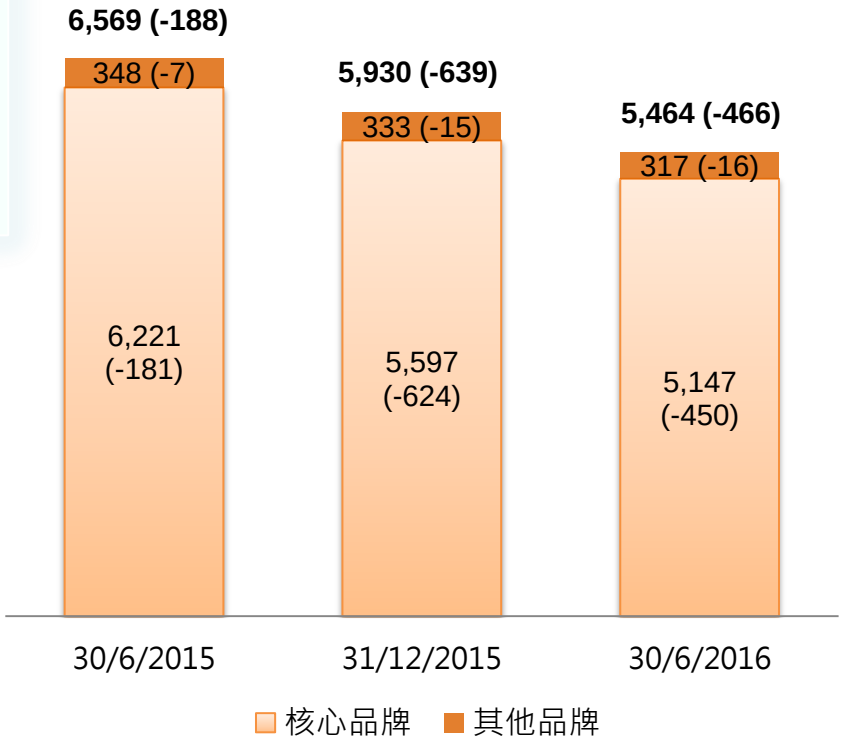
業務回顧

DAPHNE
达芙妮
鞋柜
Shoe Box
Aee
爱意
ONDUL'
AEROSOLES
爱柔仕
ALDO
Step Higher

集團的銷售網絡

- 繼續整合店鋪網絡
- 核心品牌淨減少450個銷售點，致銷售點總數下降至5,147個
- 其他品牌淨減少16個銷售點

集團銷售點數目



核心品牌銷售網絡

- 核心品牌淨減少450個銷售點（包括400家直營店及50家加盟店）
- 於2016年第二季度進一步加快關店

銷售點數目

	於2016年6月30日	於2015年12月31日	變化	變化百分比	於2015年6月30日	變化	變化百分比
直營銷售點	**4,656 (90%)**	5,056 (90%)	-400	-7.9%	5,631 (91%)	-975	-17.3%
加盟銷售點	**491 (10%)**	541 (10%)	-50	-9.2%	590 (9%)	-99	-16.8%
核心品牌合計	**5,147**	5,597	-450	-8.0%	6,221	-1,074	-17.3%

按季銷售點變化

	2016年第一季度	2016年第二季度	2016年上半年
直營銷售點	-139	-261	-400
加盟銷售點	-37	-13	-50
核心品牌合計	-176	-274	-450

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2016年6月30日		於2015年12月31日		變化	
	數目	佔比	數目	佔比		
一線城市	588	11%	637	11%	-49	-7.7%
二線城市	1,260	25%	1,376	25%	-116	-8.4%
三線城市	949	18%	1,030	18%	-81	-7.9%
四至六線城市	2,350	46%	2,554	46%	-204	-8.0%
總數	5,147	100%	5,597	100%	-450	-8.0%

核心品牌業務 — 同店銷售

- 平均售價下跌4.2%至人民幣161元
  - 銷售組合改變
  - 過季貨品以較低價出售

	2016年 第一季度	2016年 第二季度	2016年 上半年
同店銷售增長	-6.2%	-15.9%	**-11.7%**

核心品牌業務 — 表現

（百萬港元）	2016年上半年	2015年上半年	變化
營業額	3,113.6	4,034.9	-22.8%
毛利	1,649.7	2,376.5	-30.6%
毛利率	53.0%	58.9%	-5.9 百分點
經營（虧損）/盈利	(236.4)	41.8	不適用
經營盈利率	-7.6%	1.0%	-8.6 百分點

- 核心品牌業務營業額下降22.8%
- 店舖數目按年減少17.3%
- 毛利率顯著下跌
- 零售業務的高固定成本結構影響

其他品牌業務

（百萬港元）	2016年上半年	2015年上半年	變化
營業額	388.8	389.0	-0.1%
毛利	221.2	249.0	-11.2%
毛利率	56.9%	64.0%	-7.1 百分點
經營盈利	1.7	5.0	-66.0%
經營盈利率	0.4%	1.3%	-0.9 百分點

- **由於電商營業額增長抵銷了中高檔品牌及其他的營業額下降，其他品牌業務營業額大致持平**
- **其他品牌業務毛利率整體下降7.1百分點**
  - 電商及過季產品的銷售佔比增加
  - 市場整體促銷力度加大
- **中高檔品牌業績受以下因素影響：**
  - 銷售點數目按年減少8.9%
  - 受第二季度不利天氣及同店銷售負增長影響，銷售減少
- **其他品牌業務錄得經營盈利1.7百萬港元**

電商業務

- 營業額維持高增長及錄得盈利
- 持續增加其對集團營業額的貢獻
- 從在線上女鞋板塊的領導地位可見，達芙妮在中國仍保持強大的品牌實力
- 採用更多折扣購物網站，以助清理過季產品
- 與包括阿里巴巴及京東在內的主要網購平台結成戰略合作夥伴，幫助增加網上的曝光度及銷售額

展望

DAPHNE
达芙妮
鞋柜
Shoe Box
Aee
爱意
ONDUL'
AEROSOLES
爱柔仕
ALDO
Step Higher

改善計劃的重點

- 專注減省成本及改善盈利率
- 主要改善措施包括:

	2016年上半年進展	下一步計劃
店鋪整合	✓ 淨關閉核心品牌400家直營店 ✓ 整體經營租賃租金下降19.2%	➢ 繼續淨關閉店舖，直至集團重拾盈利 ➢ 繼續合併店舖，並開面積更大的店舖，以提升成本效益

改善計劃的重點（續）

	2016年上半年進展	下一步計劃
整合及優化存貨	✓ 存貨水平下降21.4%，對比2015年6月30日 ✓ 存貨週轉天數改善了6天 ✓ 提升了新品存貨佔比	➢ 繼續降低存貨水平及週轉天數 ➢ 著力改善存貨組合 ➢ 減少2016年秋冬訂單 ➢ 甩滯追暢來平衡業績和毛利率 ➢ 過季產品依門店等級鋪貨

改善計劃的重點（續）

	2016年上半年進展	下一步計劃
人員整合	✓ 集團整體員工成本大幅降低	➢ 根據銷售網絡規模繼續精簡人手 ➢ 通過簡化工作程序，以及店舖、後勤辦公室的組織架構去減省人手
達至更均衡的銷售渠道組合	✓ 降低街邊店佔比	➢ 繼續朝更均衡的銷售渠道組合方向發展 ➢ 監測不同渠道的店舖表現，並作相應調整

改善計劃的重點（續）

	2016年上半年進展	下一步計劃
擴展電商業務	✓ 營業額增長高於整體電商行業* ✓ 增加其對集團營業額的貢獻 ✓ O2O：線下發貨	➢ 繼續鞏固與主要及新興線上夥伴的戰略合作關係 ➢ 繼續為新開網店建立顧客基礎，及增加其市場滲透率 ➢ 在更多城市應用倉庫共享計劃，以提升產品供應及送遞服務 ➢ 持續加強在線營銷力 ➢ 繼續整合線下發貨優勢

* 來源: 中國商務部，2016年7月19日

改善計劃的重點（續）

採用多品牌及多品類方式，進行「差異化」策略

2016年上半年進展

- ✓ 推出新多品牌店舖模式
- ✓ 推行大店模式
- ✓ 在達芙妮店中推出新產品種類
- ✓ 調整運動時尚款式SKU

下一步計劃

- ➢ 為多品牌店舖進行多方面調整，以促使其成功發展
- ➢ 繼續整合大店多品牌多品類的發展優勢
- ➢ 繼續增添及建立新的副品牌及產品線，以吸引新顧客群，並給予品牌清新形象
- ➢ 繼續改善產品品質及款式，以加強產品及品牌定位

謝謝

.....問答環節

DAPHNE
达芙妮
鞋柜
Shoe Box
Aee
爱意
ONDUL'
AEROSOLES
爱柔仕
ALDO
Step Higher

投資者關係聯絡人

梁瑋珈小姐

+852 2367 9022

macyleung@daphneholdings.com