

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一七年全年業績

* * *

集團營業額為 **5,211.0** 百萬港元

毛利率上升 **1.9** 百分點至 **52.8%**

電商業務持續提供盈利 存貨水平繼續下降

營運摘要:

- 集團營業額為 5,211.0 百萬港元。
- 毛利率提升 1.9 百分點至 52.8%。
- 經營費用減少 17.2%，與集團營業額跌幅大致相若。
- 電商業務對本集團收入的貢獻持續增加，並且維持提供盈利。
- 存貨水平持續下降至 1,246.9 百萬港元。
- 維持淨現金狀況至約 330.0 百萬港元。
- 「達芙妮」品牌於《2017 年中國顧客推薦度指數》(女鞋類別)中排名第一，成為最受顧客推薦的女鞋品牌。
- 於《2017 年中國顧客滿意度指數》(女鞋類別)中，「鞋櫃」品牌連續兩年排名第一，「達芙妮」2017 年排名第三。
- 於《2017 年中國品牌力指數》(女鞋類別)中，「達芙妮」亦連續第七年名列第一。

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(二零一八年三月二十八日 - 香港) - 中國具領導地位的女裝鞋類零售商 - 達芙妮國際控股有限公司 (「達芙妮」或「集團」; 股份代號: 0210) 今天公佈其截至二零一七年十二月三十一日止年度之全年業績。

二零一七年對集團是重要的一年，因其於年內啟動了多項轉型措施，包括品牌革新和產品升級，以應對市場挑戰。在過渡年內，集團營業額按年減少 19.9%，與銷售點總數 21.7% 的降幅相若。然而，由於核心品牌業務毛利率上升，所以集團毛利率上升至 52.8% (二零一六年: 50.9%)。

二零一七年集團經營虧損由前一年的 819.5 百萬港元收窄至 688.8 百萬港元。二零一七年本公司股東應佔虧損減少至 734.2 百萬港元 (二零一六年: 819.1 百萬港元)。每股基本虧損為 44.5 港仙 (二零一六年: 49.7 港仙)。董事會不建議派發末期股息 (二零一六年: 無)。

集團為配合其全新的品牌形象，於二零一七年開始調整其渠道組合，並繼續優化其店舖網絡，此舉導致淨減少 1,064 個銷售點。因此，截至二零一七年十二月三十一日，集團的銷售點總數為 3,836 個，包括核心品牌業務銷售點 3,589 個 (淨減少 1,009 個銷售點) 和其他品牌業務銷售點 247 個 (淨減少 55 個銷售點)。由於集團在存貨管理的持續努力，存貨水平由二零一六年的 1,414.5 百萬港元，進一步減少至二零一七年十二月三十一日的 1,246.9 百萬港元。

核心品牌業務

由於店舖數目減少及同店銷售下跌，集團於中國大陸市場的核心品牌「達芙妮」及「鞋櫃」業務營業額減少 20.8%至 4,703.2 百萬港元（二零一六年：5,936.0 百萬港元）。二零一七年，核心品牌業務對外客戶的收益佔集團總營業額 86%（二零一六年：88%）。

雖然年內持續清理過季存貨產生了一些負面影響，但集團核心品牌業務毛利率於二零一七年仍成功提升 1.9 百分點至 49.2%，主要由於集團採取穩定的定價政策以支持全新品牌形象。儘管主要的轉型舉措在二零一七年下半年（大部分是最後數個月）才在顧客接觸點反映出來，而且許多效益尚未顯現，集團已把經營虧損由上一年的 744.1 百萬港元縮窄至二零一七年的 667.6 百萬港元。當達芙妮推出設計提升後的秋冬季系列產品，受到顧客好評，第四季度同店銷售表現是全年中最好的一個季度。

其他品牌業務

集團的其他品牌業務主要是電商業務和來自中高檔品牌（包括於中國大陸、香港和台灣的自有品牌及擁有獨家經銷權的品牌，例如「愛意」、「STEP HIGHER」、「愛柔仕」及「ALDO」等）的業務。回顧年內，由於市況疲弱及銷售點淨減少 18.2%（由 302 個減少至 247 個），中高檔品牌組合營業額下跌，致其他品牌業務分部營業額下跌至 733.5 百萬港元（二零一六年：813.0 百萬港元）。該分部佔集團二零一七年總營業額約 14%（二零一六年：12%），並錄得 7.1 百萬港元的經營虧損（二零一六年：盈利 7.8 百萬港元）。

儘管線上競爭變得更為激烈，而且集團於年內一直堅守其穩定的定價政策，但集團電商業務於二零一七年仍保持穩定，並繼續提供盈利，其對集團收入的貢獻亦持續增加。集團在二零一七年於指定店舖正式推出網上訂單門店自提服務，不僅有助支持線上銷售，並增強集團整體的存貨管理，還有助帶動線下店舖的重複銷售。

獎項

「達芙妮」品牌在由「中國企業品牌研究中心」舉辦的《2017 年中國品牌力指數》（女鞋類別）中連續第七年維持第一的領先地位，並在《2017 年中國顧客推薦度指數》（女鞋類別）中排名第一，成為最受顧客推薦的女鞋品牌。「鞋櫃」品牌在《2017 年中國顧客滿意度指數》（女鞋類別）中連續兩年排名第一，而「達芙妮」在 2017 年排名第三。這彰顯了本集團在品牌建設及產品方面的努力。這些都是全國性的顧客意見調查，訪問了 35 個城市逾萬名消費者。

展望

集團正全力推行全方位的業務轉型計劃。自集團於二零一七年初開始推出重點改革措施以來，需要時間為計劃的全面執行作準備，大部分的工作直到二零一七年第三及第四季才開始在顧客接觸點中反映出來。集團審慎評估了此範圍廣泛的業務轉型的複雜程度，其中包括內部架構重組及重新規劃、新舊系統及措施的逐步淘汰及更新、大量的對內及對外的協調及溝通等，所以集團理解，在這幅員遼闊的國家中推行這些措施並取得成果是需要一定時間。一些重點措施將分階段實施以處理其複雜性。在實施過程中，集團將密切監控並應對不斷轉變的顧客喜好及瞬息萬變的市場情況，並在必要時對新措施作出調整。雖然大部分措施正按計劃進行，但集團充分意識到未來仍有許多工作需要完成。

集團準備於二零一八年在中國適時推出「達芙妮」新形象店舖，亦將繼續調整渠道組合以配合新品牌形象。集團的產品設計團隊及品牌管理團隊將分析二零一七年秋冬季系列的銷售數據及顧客反饋，並

對產品設計及組合、產品質量、產品訂單及分配上進行適當的調整，以提升其未來的產品系列。集團亦計劃進一步調整其供應鏈以配合整體產品升級。隨著新一批與「Opening Ceremony」品牌跨界合作的春夏季產品即將上市，集團正為二零一八年秋冬季系列籌備其下一個重要跨界合作項目。為了使其CRM計劃更具吸引力及互動性，集團將進一步豐富其顧客忠誠度計劃，並改善新會員招募機制。

集團的電商業務將通過加強線上與線下的互動，繼續推行「線上至線下」(「O2O」)業務，並提升相關效益，例如擴大門店自提服務在店舖網絡中的覆蓋度。集團還計劃擴大線上銷售分銷網絡，除了為其線上產品系列引入更多獨家產品之外，還將持續提升線上購物體驗。鑒於中國線上零售市場的迅速發展，本集團的電商團隊正致力密切關注市場動態，並計劃採取適當措施，以維持並擴大其在線上市場的地位。

展望未來，集團主席及行政總裁張智凱先生表示：「我們相信集團的業務革新轉型計劃正引領其走向增長之路，儘管效益的充分顯現尚需些時日。然而，管理層正致力於確保革新舉措的有效執行，並解決在執行過程中遇到的挑戰。憑藉集團穩定的財務狀況，集團將有能力繼續為股東創造價值，並爭取可持續增長。」

- 完 -

關於達芙妮國際控股有限公司

達芙妮國際控股有限公司於一九八七年在香港成立，於一九九五年在香港聯合交易所有限公司主板上市。集團主要從事製造、推廣及分銷自營和代理品牌的女鞋，目前於中國大陸、台灣及香港共擁有 3,836 個銷售點。集團的核心品牌之一「達芙妮」已成為中國具領導地位的女裝鞋類品牌，而「鞋櫃」亦於中國大眾化市場快速增長。

如有垂詢，請瀏覽 www.daphne.com.cn 或聯絡：

達芙妮國際控股有限公司

梁瑋珈

電話： (852) 2367 9022

傳真： (852) 2311 3170

電郵： macyleung@daphneholdings.com

iPR Ogilvy & Mather

劉麗恩 / 徐詠妍 / 蕭杏藍 / 張國樑

電話： (852) 2136 6952 / 2136 8059 / 2169 0646 / 3920 7651

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne.intl@iprogilvy.com