

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一八年全年業績

* * *

集團營業額為 **4,127.1** 百萬港元

持續優化存貨水平

為未來良性發展奠定基礎

(二零一九年三月二十六日 - 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) 今天公佈其截至二零一八年十二月三十一日止年度 (「年內」) 之全年業績。

集團營業額於年內減少至 **4,127.1** 百萬港元, 主要由於其核心品牌業務店舖數目減少以及同店銷售下跌, 進而導致銷售額下滑。由於過季存貨在銷售組合中佔比增加, 集團毛利下降至 **2,061.0** 百萬港元, 毛利率為 **49.9%**。

二零一八年, 集團經營虧損為 **786.6** 百萬港元, 股東應佔虧損為 **994.4** 百萬港元。每股基本虧損為 **60.3** 港仙。董事會不建議派發末期股息 (二零一七年: 無)。

面對日益惡化的經營環境, 集團加速關閉虧損店舖, 以提升整體經營效益, 另一方面也試圖通過在更時尚的購物中心的銷售渠道增加其市場滲透率, 以適應快速改變的消費模式及消費者偏好。集團於年內淨關閉 **1,016** 個銷售點, 於二零一八年十二月三十一日, 集團擁有銷售點總數為 **2,820** 個。儘管仍處在通脹環境中, 集團於年內通過關閉一些表現欠佳的店舖及精簡業務以降低經營成本, 繼續成功將經營費用減省 **16.8%**。集團的財務狀況保持穩健, 維持淨現金狀態。

核心品牌業務

由於銷售網絡縮小及同店銷售下跌, 集團於中國大陸市場的核心品牌「達芙妮」及「鞋櫃」業務營業額減少至 **3,798.8** 百萬港元。核心品牌業務對外客戶的收益年內佔集團總營業額 **86%**。

為應對實體零售商面臨的困難的經營環境, 集團繼續調整渠道組合, 關閉表現欠佳的店舖。集團全年淨關閉 **941** 個銷售點 (包括 **899** 家直營店及 **42** 家加盟店), 銷售點按年減少 **26.2%**。

集團於二零一八年繼續以較大折扣清理過季存貨, 加上原材料成本上升, 無可避免地對核心品牌業務的毛利率造成下行壓力。因此, 核心品牌業務的毛利率於二零一八年下降至 **45.2%**。

儘管核心品牌業務的經營費用按年減少 **15.8%**, 但該減省不足以抵消銷售下滑及毛利率大幅下跌的負面影響。因此, 核心品牌業務年內的經營虧損為 **797.7** 百萬港元。

其他品牌業務

集團之其他品牌業務主要包括電商業務及中高檔品牌業務 (包括自有品牌及擁有獨家經銷權的品牌)。年內, 由於充滿挑戰的零售市場環境及其銷售點按年減少 **30.4%**, 導致其他品牌業務營業額減少至 **582.5** 百萬港元。

由於積極清理過季存貨及電商業務銷售佔比上升，其他品牌業務毛利率按年下降至 54.4%。加上負面經營槓桿，導致其他品牌業務年內錄得經營虧損 26.7 百萬港元。

電商業務年內繼續增加對集團營業額的貢獻並維持盈利。此外，儘管線上零售市場整體放緩，其經營盈利率仍有所改善，這是因為集團採取政策穩定產品售價並減少促銷活動。為了適應快速變化的消費者行為和消費模式，集團為線上銷售推出更多專款，並加強與新興電商及社交平台的合作。集團亦加速整合其線上及線下業務作為其「新零售」策略的一部分，並採用全新的信息技術解決方案，為顧客提供整合線上及線下的無縫的「新零售」購物體驗。

展望

集團於二零一七年及二零一八年採取修復措施而帶來的重大改善為未來良性發展奠定基礎。取得的成果包括積極清理過季存貨以優化存貨組合，並將存貨恢復至健康水平，以及通過關閉虧損店舖以收窄銷售網絡。此外，集團繼續努力調整其品牌營銷策略，亦提升年輕人在顧客群中的佔比，年輕顧客的店舖客流量及銷售額逐漸增加。展望未來，集團已準備好進入其業務轉型的下一階段，將進行商業模式創新以消除其業務運營中的瓶頸。

產品升級是業務轉型的關鍵舉措之一。集團將加大對產品研發的投入，重點關注時尚性及舒適性，繼續以更時尚的產品及運動休閒鞋豐富其多元化的產品組合，以更好地滿足顧客需求。除了更頻繁地推出新產品外，集團亦將擴大產品種類，以抓住更多商機。

業務轉型的另一關鍵舉措是建立高效的供應鏈體系，以滿足產品開發及店舖銷售的需求。集團將尋找能夠實現快速反應生產的新製造商，根據市場反應而確定生產數量，有助降低由預測不夠精準而帶來的風險，從而避免存貨積壓。集團將繼續優化物流配送系統，採取信息技術系統實現存貨自動化補貨並整合區域倉庫，以縮短交貨時間。

為擴大市場份額，集團將三管齊下，提升其銷售渠道效率。首先，由於集團的零售網絡主要由自營店舖組成，所採取的商業模式不可避免地「重資產」。為緩解此商業模式帶來的經營風險，集團將在其零售網絡中引入「合夥人制度」。其次，集團將密切監測其店舖表現，以便在表現不佳時及時採取補救措施。另外，電商運營團隊將與產品設計與供應鏈部門緊密合作，以便能夠推出滿足網購顧客特定需求的產品。除了關鍵線上平台，還將投入更多資源與社交媒體及電商夥伴合作，以更好地適應快速變化的消費者行為及消費模式。集團亦計劃精選線上分銷商，與其建立策略夥伴關係，以維持並擴大達芙妮品牌在線上鞋類零售市場的份額。

集團知悉其業務與顧客之間的關係不再僅以提供產品為主，業務發展的關鍵在於與顧客建立聯繫。為有效追蹤不斷變化的消費者偏好及市場趨勢，以便做出更精準的預測，集團將繼續與大數據公司合作，提升應用大數據分析的能力，以便在市場上有效識別機會，推出能夠得到市場熱烈反應的產品。

集團今年將與一家品牌諮詢公司合作，調整其品牌營銷策略，重點將放在如何在社交媒體上進行營銷活動的同時與年輕消費者達成共鳴，以及如何與他們保持密切聯繫。集團亦將繼續明星植入式產品推廣，有助強化其更新後的品牌形象，並協助其產品在媒體上獲得更多曝光。同時，集團將通過引入升級後的會員活動及權益，繼續提升其顧客關係管理（「CRM」），從而提升顧客忠誠度及重複銷售。利用先進的 CRM 工具，集團將能夠為顧客提供整合線上及線下的無縫的「新零售」購物體驗。

集團將進一步精簡其組織架構並優化內部流程，使組織變得更精簡、更高效。集團將引入全新的獎勵及考核機制，以激勵員工在工作中發揮其最佳表現，同時旨在通過嚴格的成本控制建立具有競爭力的

成本結構。集團將更加注重現金流管理，以改善其財務狀況。

展望未來，集團主席及行政總裁張智凱先生表示：「我們全方位的業務轉型並不能夠速戰速決，因此需要一段時間才能產生明顯的效果。儘管如此，管理層一直在全力以赴確保有效執行業務轉型計劃。我們堅信這些舉措將加強集團的核心優勢，使其恢復增長並實現轉虧為盈。」

- 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，目前於中國大陸及台灣共擁有 2,820 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

藺秀梅

電話： (852) 2367 9021

傳真： (852) 2311 3170

電郵： jellylin@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