

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一五年全年業績

* * *

集團營業額為 **8,379.1** 百萬港元

產品銷售結構改善 毛利率上升至 **56.4%**

財務狀況穩健 維持淨現金狀態

營運摘要:

- 集團營業額為 8,379.1 百萬港元。
- 核心品牌業務*營業額為 7,720.2 百萬港元。
- 集團毛利率增加 1%至 56.4%。
- 集團銷售點總數減少 827 個至 5,930 個，當中核心品牌銷售點為 5,597 個。
- 維持淨現金狀態，現金及銀行結餘為 1,075.6 百萬港元。
- 電商業務銷售額持續增長。
- 在阿里巴巴的「雙十一」節慶上蟬聯「女鞋第一」品牌。

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(二零一六年三月二十九日 - 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) 今天公佈其截至二零一五年十二月三十一日止年度之全年業績。

二零一五年對中國大陸的零售商來說是非常艱難的一年。中國的國內生產總值為過去二十五年來最低，社會消費品零售總額增長進一步下降至二零一五年的 10.7%。當零售商正努力適應中國經濟「新常態」，並積極應對來自電商的競爭時，由全球暖化所引致的飄忽反常天氣，為零售商帶來更大的挑戰。加上一些亞洲國家貨幣疲弱促使更多中國大陸消費者出境旅遊及購物，亦影響國內的消費市道。另一方面，經營成本包括租金及人工成本隨通脹持續上升，加重了零售商的壓力。

二零一五年度，由於核心品牌業務銷售額下跌及製造業務縮減，本集團營業額下跌至 8,379.1 百萬港元(二零一四年: 10,355.6 百萬港元)。毛利減少 17.7%至 4,724.7 百萬港元(二零一四年: 5,737.6 百萬港元)，然而，毛利率上升至 56.4%(二零一四年: 55.4%)。年內股東應佔虧損 378.9 百萬港元(二零一四年: 盈利為 176.0 百萬港元)。每股基本虧損為 23.0 港仙(二零一四年: 每股基本盈利為 10.7 港仙)。董事會建議不派發末期股息。

於回顧年內集團進行店舖整合，以提升未來整體銷售網絡的質素。截至二零一五年十二月三十一日，集團的銷售點總數為 5,930 個，全年淨減少 827 個銷售點。

為應付市場放緩情況，集團採取果斷措施，除了加快關閉虧損店舖、精簡後勤辦公室人員，同時把沿海地區工廠遷移至內陸地區、加緊處理存貨水平包括取消大部份補貨訂單。這些整合措施導致集團的開支上升，其中包括滯銷存貨撥備 216.9 百萬港元（二零一四年：滯銷存貨撥備撥回 119.8 百萬港元），及遷移工廠的一次性重組費用約 141.1 百萬港元（二零一四年：無）。這些額外費用很大程度上影響了集團二零一五年的業績表現。

儘管集團在補貨訂單及存貨整合措施上已作出調整，使二零一五年底存貨水平較二零一四年底有所下降，但存貨週轉天數受二零一五年銷售放緩影響所以上升至 218 天（二零一四年：194 天）。

回顧年內，集團贖回可換股債券後仍維持淨現金狀態，於二零一五年十二月三十一日，集團現金及銀行結餘為 1,075.6 百萬港元。

電子商務方面，儘管二零一五年網購競爭愈見激烈，加上更多海外品牌進軍中國市場，但集團的銷售額持續增長並錄得利潤。達芙妮品牌更於二零一五年阿里巴巴的「雙十一」節慶活動中蟬聯女鞋品牌第一。集團在不同的主要網購平台上開設更多網店，增加產品於網上平台的曝光率及接觸更多不同類型的顧客。集團亦於年內開展倉庫共享計劃，優化網購服務，為未來 O2O 業務提供強而有力的支持，及提升整體存貨管理。

核心品牌業務

受零售市場疲弱及同店銷售的負增長拖累，回顧期內，集團於中國大陸市場的核心品牌「達芙妮」及「鞋櫃」業務，營業額按年下跌 18.7% 至 7,720.2 百萬港元（二零一四年：9,492.6 百萬港元）。分部收益佔集團總營業額 90%（二零一四年：90%）。

集團加快關閉虧損店舖，尤其於二零一五年第四季度，全年淨關閉 805 個銷售點。二零一五年集團擁有 5,597 個核心品牌銷售點，包括 5,056 家直營店及 541 家加盟店。

定價方面，為減少以折扣吸引顧客，集團採用新定價策略，新的價格結構使核心品牌平均銷售價按年下跌約 4.6%。然而，由於二零一五年冬季異常溫暖，使顧客需求更為疲弱，集團不得不在下半年加大折扣力度促銷以維持競爭力，產品折扣增加，加上存貨撥備上升的影響，核心品牌業務毛利率由 53.8% 下降 0.1 個百分點至 53.7%。

其他品牌業務

集團的其他品牌業務主要涵蓋於中國大陸、香港和台灣經營的中高端品牌，包括自有品牌及擁有獨家經銷權的品牌，包括「愛意」、「Step Higher」、「ALDO」及「愛柔仕」等，以及快速增長且營業額貢獻持續上升的電子商務業務。回顧年內，其他品牌業務整體營業額按年下降 0.7% 至 832.7 百萬港元（二零一四年：838.4 百萬港元），佔集團總營業額約 10%，高於二零一四年之 8%。在充滿挑戰的一年裡，其他品牌業務基本上仍達到收支平衡，錄得經營盈利 1.3 百萬港元。

展望

為應對中國的「新常態」，集團正採取多項措施，重點提升銷售及管理效益。銷售方面，集團將投入更多資源提升產品差異化，並以多元化市場推廣活動作支持。同時，集團將大幅調整供應鏈，以推行較小批量生產，並重新審視物流流程，加快存貨週轉及加強存貨控制。在提升店舖表現方面，集團把部份分店改造成「多品牌」店模式，通過更豐富的商品選擇及全新購物環境，提升顧客消費力。集團亦將繼續投放更多資源拓展電商業務。

二零一六年第一季度至今，集團核心品牌業務的同店銷售走勢看來較為穩定，同店銷售錄得按年中單位數跌幅。管理層根據目前未經審計的初步資料估計，第一季度至今的盈利能力將可能略優於去年同期。然而，第二季度作為春夏新品上市的關鍵季度，尚有很多不明朗的因素，但集團將繼續致力推行各項改善計劃，努力提升全年的表現。

展望未來，**集團主席及行政總裁陳英杰先生**表示：「集團大刀闊斧推行各項整合措施，旨在改善成本結構、提升管理及銷售效益。集團亦勇於嘗試各種新措施及方案，以應對新市場環境及照顧不斷變化的顧客喜好。相信這些措施將可持續改善業務經營，並提升長期競爭優勢。集團會竭盡所能，克服現時面對的不利因素，重拾盈利。憑藉集團擁有的核心優勢，包括穩健的財務狀況、領先的全國性品牌實力，以及卓越的產品，集團有信心將大步邁進，鞏固市場領導地位。」

- 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、台灣及香港共擁有逾 5,900 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 / 梁曉霖 / 朱洛然

電話： (852) 2136 6952 / 2136 8059 / 2136 6950 / 3920 7684

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne.intl@iprogilvy.com