

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一六年全年業績

* * *

集團營業額為 **6,501.7** 百萬港元

提升核心品牌 優化銷售渠道

電商業務銷售增長強勁 存貨水平持續下降

營運摘要:

- 集團營業額為 6,501.7 百萬港元。
- 核心品牌業務*營業額為 5,936.0 百萬港元。
- 集團銷售點總數為 4,900 個，當中核心品牌銷售點為 4,598 個。
- 淨現金狀態增至 692.8 百萬港元。
- 電商業務銷售額增長強勁，並且維持提供盈利。
- 存貨水平持續下降 32.4%至 1,414.5 百萬港元。
- 集團經營費用減少 20.4%，與營業額降幅大致相若。
- 連續第六年於《2016 年中國品牌力指數》(女鞋類別)中排名第一。

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(二零一七年三月二十八日 - 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) 今天公佈其截至二零一六年十二月三十一日止年度之全年業績。

中國的零售商在二零一六年面對的營商環境仍然充滿挑戰，因為中國正在調整經濟結構，並試圖使國內消費成為主要的增長動力。二零一六年中國國內生產總值增長由二零一五年的 6.9%放緩至 6.7%，為過去二十六年來最低，中國社會消費品零售總額增幅亦連續第七年下降。此外，由於越來越多的鞋履品牌利用線上渠道，通過非常積極的促銷清理過多的存貨，導致線上競爭愈發激烈。儘管漲幅稍有放緩，但租金、人工及物流費用在內的經營費用於二零一六年繼續呈上升趨勢。與此同時，由於智能手機滲透率不斷提高、網購越發盛行以及更頻繁的境外旅行，近年來消費者行為已發生了快速變化。包括達芙妮在內的眾多零售商正在大幅調整自身營運，以適應快速演變的消費者行為模式。

二零一六年度，集團營業額減少 22.4%至 6,501.7 百萬港元 (二零一五年: 8,379.1 百萬港元)，主要由於銷售點數目大幅減少及同店銷售錄得負增長，導致核心品牌業務營業額下跌。毛利按年減少 29.9%至 3,311.7 百萬港元 (二零一五年: 4,724.7 百萬港元)，毛利率則下降至 50.9% (二零一五年: 56.4%)，主要受大幅打折的過季商品的銷售佔比增加影響。

二零一六年本公司股東應佔虧損為 819.1 百萬港元 (二零一五年: 虧損 378.9 百萬港元)。每股基本虧損為 49.7 港仙 (二零一五年: 每股基本虧損 23.0 港仙)。董事會不建議派發末期股息 (二零一五年: 無)。

於回顧年內集團加快店舖整合, 以優化銷售渠道組合。截至二零一六年十二月三十一日, 集團的銷售點總數為 4,900 個, 全年淨減少 1,030 個銷售點。同時, 集團積極清理過季存貨, 有助將其淨現金狀態提升至 692.8 百萬港元 (二零一五年: 454.8 百萬港元)。

核心品牌業務

受銷售點數目大幅減少及同店銷售下降影響, 回顧年內, 集團於中國大陸市場的核心品牌「達芙妮」及「鞋櫃」業務, 營業額按年減少 23.1%至 5,936.0 百萬港元 (二零一五年: 7,720.1 百萬港元)。這分部對外客戶收益佔集團總營業額約 88% (二零一五年: 90%)。

為應對疲弱市況, 集團自二零一六年第二季度起加快關閉表現欠佳的店舖, 於回顧年內淨關閉 999 個核心品牌銷售點。二零一六年集團擁有 4,598 個核心品牌銷售點, 包括 4,246 家直營店及 352 家加盟店。

二零一六年, 集團核心品牌業務毛利率減少 6.4 百分點至 47.3% (二零一五年: 53.7%), 主要由於集團通過大幅折扣去清理過季貨品, 加上過季產品在銷售組合中佔比提升。此外, 由於固定成本在集團零售業務的成本結構中佔有較大比重, 銷售額下降加劇了淨經營盈利的下跌百分比, 核心品牌業務經營盈利率因此按年減少。

其他品牌業務

集團的其他品牌業務的營業額主要來自中高檔品牌業務 (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), 以及快速增長的電商業務。回顧年內, 其他品牌業務營業額總計按年減少 2.4%至 813.0 百萬港元 (二零一五年: 832.7 百萬港元), 對集團整體營業額的貢獻上升至 12% (二零一五年: 10%), 其他品牌業務分部對於集團經營盈利的貢獻亦增加至 7.8 百萬港元。由於電商業務在此分部的銷售佔比上升, 使其他品牌業務的整體毛利率輕微下跌。

集團電商業務銷售持續增長, 並帶來微利。銷售增長主要由銷售數量所帶動, 同時由於集團改進促銷策略, 電商業務毛利率有所上升。集團電商業務分部於年內一直保持強勁的銷售增長勢頭, 這體現達芙妮在網購領域上仍保持強大的品牌實力。此外, 憑藉其線下廣泛的銷售網路及倉庫共享計劃, 集團已加強線上及線下業務的整合。

展望

中國經濟增長放緩導致本地消費意慾依舊疲弱, 使時尚界零售商在二零一七年內面臨諸多挑戰。為應對目前的挑戰, 集團管理團隊對集團的營運及職能進行全面的審視, 並計劃使核心品牌與其競爭對手明顯區隔, 以提升顧客購物體驗, 進而刺激銷售並帶動客流。集團將進行品牌革新, 包括推出嶄新的品牌標誌, 以展示年輕、現代、時尚及具活力的品牌形象。為了使品牌變得更有趣及更有吸引力, 集團將與新興明星潮流品牌、線上主要意見領袖 (KOL) 及名人合作推出聯乘項目, 以增加不同類型的顧客, 並為營銷活動創造平台。為確保品牌革新及產品升級能順利實踐, 集團亦對包括營銷推廣、員工培訓及發展、製造及供應鏈管理等主要業務職能投入更多資源, 並作出相應調整。集團亦致力提升顧客購物體驗, 從而刷新顧客對於核心品牌的印象並增強其競爭力。集團店舖網絡的整合已大致完成, 並將通過減少街邊店在整體零售網絡的佔比, 繼續優化銷售渠道組合。

展望未來, 集團行政總裁張智凱先生表示: 「憑藉達芙妮強大的品牌實力及專注於核心優勢, 集團將竭力維持電商業務的高速增長勢頭, 並充分利用集團旗下廣泛的店舖網絡, 加快拓展及融合線上及線下業務以體現協同效應。為實現可持續的長期經營發展, 集團將致力提升核心品牌, 使其變得獨具一格、煥然一新。我們相信現已啟動的各項措施將能促進業務發展, 並為集團未來的增長奠定基礎。」

- 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 4,900 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 / 何善彤 / 張海瑤

電話： (852) 2136 6952 / 2136 8059 / 3920 7640 / 3920 7684

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne.intl@iprogilvy.com