

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一六年中期業績

* * *

集團營業額為 **3,400.8** 百萬港元
財務狀況穩健 維持淨現金狀態

電商業務銷售保持高增長 存貨水平持續下降

營運摘要:

- 集團營業額為 3,400.8 百萬港元。
- 核心品牌業務*營業額為 3,113.6 百萬港元。
- 集團銷售點總數至 5,464 個，當中核心品牌銷售點為 5,147 個。
- 維持淨現金狀態，現金及銀行結餘為 592.2 百萬港元。
- 電商業務銷售額維持高增長。
- 存貨水平持續下降 21.4%，對比 2015 年 6 月 30 日
- 集團經營費用減少 18.3%，與集團營業額跌幅大致相符
- 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

(二零一六年八月二十三日 - 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六月三十日止六個月之中期業績。

二零一六年全球市場環境艱難，而中國正經歷從以往由固定資產投資推動改為由國內消費為主要經濟驅動的轉型之中。儘管政府已推出多項措施促進經濟，二零一六年上半年中國國內生產總值增長為二十五年來最低，中國社會消費品零售總額增長已是連續第五年下降。由於中國消費者現在更多出外旅遊而使其見聞及閱歷增加、加上城鎮化進程、智能手機以及其他創新科技的滲透率不斷提升等，均導致其消費行為較以往更快速地轉變。近年來風靡的運動時尚潮流亦對傳統女鞋消費造成了一些攤薄影響。期內，中國的頻繁暴雨及洪澇進一步影響本已疲弱的消費意慾及店舖客流，這使女鞋市場大眾板塊自二零一六年第二季度起，競爭愈發激烈。此外，經營費用的通脹壓力也為一眾的零售商帶來了額外的挑戰。

截至二零一六年六月三十日止六個月，集團營業額減少 22.3% 至 3,400.8 百萬港元 (二零一五年上半年: 4,374.3 百萬港元)，主要由於銷售點數目按年大幅減少及同店銷售負增長。毛利按年減少 29.0% 至 1,884.2 百萬港元 (二零一五年上半年: 2,654.6 百萬港元) 及毛利率減少 5.3 百分點至 55.4%，主要受過季產品的銷售佔比增加影響。

本公司擁有人應佔虧損為 163.6 百萬港元 (二零一五年上半年: 盈利 2.5 百萬港元)。每股虧損為 9.9 港仙，而二零一五年同期基本盈利為每股 0.2 港仙。董事會不建議派發中期股息。

於回顧期內集團繼續整合店舖網絡，以提升整體銷售網絡的質素。於二零一六年六月三十日，集團的銷售點總數為 5,464 個，淨減少 466 個銷售點。

核心品牌業務

受銷售點數目大幅減少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，營業額按年減少 22.8% 至 3,113.6 百萬港元（二零一五年上半年：4,034.9 百萬港元）。鑒於期內平均銷售價格僅下滑 4.2%，核心品牌銷售下跌主要受銷售數量減少所帶動。分部對外客戶收益佔集團總營業額約 89%（二零一五年上半年：90%）。

集團於回顧期內淨關閉 450 個核心品牌銷售點。於二零一六年六月三十日，集團擁有核心品牌銷售點 5,147 個（包括 4,656 家直營店及 491 家加盟店）。

於第二季度內，集團積極清理過季存貨。對比去年同期，過季產品在銷售中佔比增加，且其平均銷售價格較低，導致毛利率下降 5.9 百分點。由於集團零售業務的高固定成本結構，銷售額減少及毛利率下跌，均對經營利潤造成不少的下行壓力，造成了負 7.6% 經營盈利率（二零一五年上半年：正 1.0% 經營盈利率）。

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）。由於電商營業額的增長抵銷了中高檔品牌組合及其他的銷售額下跌，其他品牌業務營業額整體大約持平，為 388.8 百萬港元（二零一五年上半年：389.0 百萬港元），佔集團總營業額約 11%（二零一五年上半年：9%）。

憑藉達芙妮強大的品牌實力，集團電商業務銷售保持高增長，並繼續錄得盈利。蓬勃的電商業務繼續於回顧期內增加其對集團總營業額的貢獻。作為線上至線下（「O2O」）的主要舉措之一，倉庫共享計劃於回顧期內進展順利。長線而言，當該計劃能在集團店舖網絡中更廣泛應用時，將進一步提升集團電商業務的配送服務效率，以及為整體的存貨管理帶來效益。

展望

儘管現時面臨逆境，集團將專注適應中國新常態，致力於推行改善計劃，並相信計劃將有助集團轉型成為更精簡而強大的公司。集團於二零一六年下半年除將繼續整合店舖網絡外，另一重點將是繼續優化存貨水平方面。集團將繼續加大投入電商業務支持其發展，同時加強與各主要及新興網購平台的夥伴合作關係，以從中尋求他們在促銷活動及大數據分析方面更多的支持。作為一項重要的 O2O 舉措，倉庫共享計劃將於未來數月內，更廣泛地應用於集團旗下的全國店舖網絡，屆時將可在更多城市提升網購產品物流速度。此外，嚴控成本對零售商在應對市場低迷時有著重要作用，集團在這方面絕不鬆懈。除了根據店舖網絡規模調整員工數目外，集團亦會仔細審視及簡化店舖及後勤辦公室層面的工作流程及組織架構。

展望未來，集團行政總裁張智凱先生表示：「作為差異化策略的一部分，集團將繼續採取多品牌、多品類的舉措，並著重於產品差異化。為促進早前新建立的多品牌店舖形式的成功發展，集團正在多個範疇進行調整。為開拓新顧客群，並給予品牌清新形象，集團為自有品牌增添更多的產品品類後，現正開展後續監測及分析工作，以策劃未來的產品發展。憑藉達芙妮強大的品牌實力及專注於核心優勢，集團矢志鞏固其市場領先地位，並竭力改善下半年的業績表現。」

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 5,464 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 / 張海瑤 / 何善彤

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

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne.intl@iprogilvy.com