

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司
公佈二零一二年全年業績

* * *

集團營業額上升 **22.8%**至 **10,529** 百萬港元
核心品牌業務營業額增加 **25.0%**至 **9,591.9** 百萬港元
核心品牌業務同店銷售增長 **9%**

財務摘要：

	截至十二月三十一日止全年		變動百分比
	2012	2011	
	百萬港元	百萬港元	
集團營業額	10,529.1	8,576.8	+22.8%
集團毛利	6,228.8	5,243.8	+18.8%
股東應佔盈利	955.7	933.1	+2.4%
每股基本盈利	58.1 港仙	57.0 港仙	+1.9%
每股股息	18.0 港仙	17.0 港仙	+5.9%
- 末期	9.0 港仙	8.0 港仙	+12.5%
- 中期	9.0 港仙	9.0 港仙	--

營運摘要：

- 核心品牌營業額錄得 25.0%增長，達到 9,591.9 百萬港元
- 核心品牌業務同店銷售增長 9%
- 核心品牌業務毛利上升 19.3%至 5,661.8 百萬港元
- 集團銷售點總數增加 716 點，達 6,881 點
- 核心品牌直營店比例從去年的 81%提高至 85%

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(2013年3月20日 - 香港) - 中國居領導地位的女鞋零售商 - 達芙妮國際控股有限公司(「達芙妮」或「集團」; 股份代號: 0210) 今天公佈其截至二零一二年十二月三十一日止之全年業績。

截至二零一二年十二月三十一日止年度, 集團營業額為 10,529.1 百萬港元, 較去年同期上升 22.8% (二零一一年: 8,576.8 百萬港元)。集團毛利較去年同期上升 18.8%至 6,228.8 百萬港元 (二零一一年: 5,243.8 百萬港元)。

股東應佔盈利較去年增長 2.4%至 955.7 百萬港元 (二零一一年: 933.1 百萬港元)。每股基本盈利為 58.1 港仙 (二零一一年: 57.0 港仙)。董事會建議派發截至二零一二年十二月三十一日止之末期股息每股 9.0 港仙 (二零一一年: 9.0 港仙)。包括中期股息每股 9.0 港仙 (二零一一年: 8.0 港仙), 全年股息合計為每股 18.0 港仙(二零一一年: 17.0 港仙), 較去年上升 5.9%。派息比率為 31% (二零一零年: 30%)。

達芙妮國際控股有限公司 - 公佈二零一二年全年業績

集團營業額上升 22.8% 至 10,529 百萬港元

核心品牌業務營業額增加 25.0% 至 9,591.9 百萬港元

核心品牌業務同店銷售增長 9%

2013 年 3 月 20 日 / 第二頁, 共三頁

截至二零一二年十二月三十一日止, 集團的銷售點增加 716 點, 銷售點總數達 6,881 點。

年內, 集團在亞洲區領先的財經刊物《亞洲金融》的二零一二年中國最佳中型公司獎項中獲第二名, 足証集團在加強企業及營運管理方面所作出的努力得到認同。

核心品牌業務

儘管年內零售市場轉趨疲弱, 集團的核心業務, 即自有品牌「達芙妮」及「鞋櫃」於中國大陸的零售業務繼續保持理想增長, 營業額增長 25.0% 至 9,591.9 百萬港元 (二零一一年: 7,671.1 百萬港元)。核心業務板塊佔集團總營業額約 90% (二零一一年: 89%)。儘管受到二零一一年的高基數效應影響, 二零一二年的同店銷售增長仍達 9%, 並主要由銷售數量增長所帶動。

由於促銷力度增加, 以及二零一二年冬季產品組合轉變, 集團產品之平均售價下降至 185 元人民幣, 毛利率並因而下降。

年內, 集團在擴展銷售網絡方面以開設更多直營店舖為主, 藉以鞏固市場地位, 並為未來增長打好根基。於二零一二年十二月三十一日, 集團的核心品牌共設有 6,369 銷售點, 淨增加 767 點。直營店舖比例上升至 85% (二零一一年: 81%), 反映了本集團以直營店舖為拓展銷售網絡策略的重心。

其他品牌業務

其他品牌業務主要由集團的中高端自有品牌「AEE 愛意」及「Ameda 愛魅」及擁有獨家經銷權的國際品牌「AEROSOLE 愛柔仕」及「ALDO」等所推動, 此業務迎合中國持續擴大的中產消費族群, 有助擴大集團的客戶基礎。透過此多元化策略, 集團可滿足「達芙妮」客戶未來對高檔次產品的需求。年內, 其他品牌業務的營業額從二零一一年的 529.6 百萬港元增加 30.5% 至二零一二年的 690.9 百萬港元, 佔集團整體營業額的 7%, 與二零一一年的佔比相若。該業務現階段仍處於投資期。於回顧年內, 中國大陸經濟增長放緩, 尤其是百貨店渠道的整體表現疲弱, 因此其他品牌業務的表現亦受到影響。面對這種市況, 集團年內整合此業務的銷售網絡, 將銷售點減少 51 點至年底的 512 點。

製造業務

為分配更多產能予自有品牌, 集團逐步減少為第三方提供的原設備製造業務。此做法旨在配合專注於自有品牌業務的策略。因此, 原設備製造業務產生的收入佔比縮減至二零一二年的 3% (二零一一年: 5%)。集團亦已擬定計劃及採取措施優化供應鏈管理及進一步增加生產能力, 以提升生產的成本效益及支持集團核心品牌及其他品牌的業務增長。

達芙妮國際控股有限公司 - 公佈二零一二年全年業績

集團營業額上升 22.8% 至 10,529 百萬港元

核心品牌業務營業額增加 25.0% 至 9,591.9 百萬港元

核心品牌業務同店銷售增長 9%

2013 年 3 月 20 日 / 第三頁, 共三頁

提升效益措施

在中國大陸零售市場增長放緩及營運成本不斷上升的環境下，集團採取了多項控制成本和提高效率的措施。此外，集團亦推行管理系統升級項目，涵蓋包括產品規劃及採購、客戶關係管理和店舖管理等範疇。年內，集團於上述各方面的升級項目皆取得了良好的進展。這些舉措將提升集團的競爭力，並在日後陸續見到成效。

鑑於城鎮化持續，人均可支配收入增加，以及中國政府新任領導層努力擴大內需，集團對中國零售市場仍然審慎樂觀。

展望未來，達芙妮主席及行政總裁陳英杰先生表示：「憑藉集團強大而知名的自有品牌，集團將重點發展直營店及自有品牌，並繼續擴大銷售網絡，增加於中國的市場佔有率。集團將努力通過一系列的效率提高及成本控制措施，包括優化店舖營運管理、提升員工生產力、加強產品規劃和分配、優化供應鏈等，促進銷售表現和提高整體管理效益。另外，集團將繼續發展中高端鞋類產品業務，使其成為集團的未來增長動力，長遠而言使集團的顧客層面更多元化。通過一系列的精心打造的商業策略，集團已準備就緒，把握未來的龐大商機以鞏固領先的市場地位，促進長遠增長及為股東帶來最大回報。」

- 完 -

集團背景：

達芙妮國際控股有限公司於 1987 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，並自二零一一年三月七日起成為恒生中型股指數成份股之一，並在二零一一年十一月三十一日起納入為 MSCI 明晟環球標準指數系列之中國指數。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 6,800 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。

達芙妮在亞洲區領先的財經刊物《亞洲金融》的二零一二年中國最佳中型公司獎項中獲第二名。

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 Ltd.

劉麗恩 / 魯穎妍 / 張嘉樂 / 賴沛欣 / 陳驍航

電話： (852) 2136 6952 / 3920 7647 / 3170 6753 / 2169 0646 / 3920 7651

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne@iprogilvy.com