

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司 公佈二零一四年中期業績

* * *

集團營業額為 **5,080.7** 百萬港元

以明星作主打的市場推廣計劃為品牌形象增添活力

營運摘要:

- 集團營業額為 5,080.7 百萬港元
- 核心品牌業務*營業額為 4,685.0 百萬港元
- 集團銷售點總數達 6,598 個，當中核心品牌銷售點為 6,234 個
- 整合其他品牌業務，改善其財務表現
- 電商業務營業額按年上升逾一倍

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(二零一四年八月十九日 – 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) 今天公佈其截至二零一四年六月三十日止六個月之中期業績。

二零一四年上半年，中國經濟增長持續放緩，整體消費者信心仍然疲弱。電商渠道興起，以及持續上升的工資及租金進一步為零售行業的前景蒙上陰影，為集團期內的業務表現增添壓力。截至二零一四年六月三十日止六個月，集團的營業額輕微下降至 5,080.7 百萬港元 (二零一三年上半年: 5,168.2 百萬港元)。期內，集團的毛利為 2,865.5 百萬港元，去年同期則為 3,013.2 百萬港元。經營盈利為 240.7 百萬港元 (二零一三年上半年: 450.5 百萬港元)。

股東應佔盈利為 172.4 百萬港元 (二零一三年上半年: 310.3 百萬港元)。每股基本股盈利為 10.5 港仙 (二零一三年上半年: 18.8 港仙)。董事會建議派發截至二零一四年十二月三十一日止年度之中期股息每股 3.5 仙 (二零一三年上半年: 6.0 港仙)。派息比率為 33.5% (二零一三年上半年: 31.9%)。

於二零一四年六月三十日，集團銷售點總數達 6,598 個，上半年銷售點數目淨減少 104 個。

核心品牌業務

回顧期內，零售市場仍然受到中國大陸疲弱的消費意慾所影響。儘管同店銷售錄得負增長以及店舖數目淨減少，集團於中國大陸市場的核心品牌「達芙妮」及「鞋櫃」的業務，營業額為 4,685.0 百萬港元，按年輕微減少 1.1% (二零一三年上半年: 4,738.6 百萬港元)。分部收益佔集團總營業額 91% (二零一三年上半年: 91%)。

集團繼續維持審慎的銷售網絡拓展策略，上半年核心品牌銷售點 6,234 個，期內銷售點數目淨減少 85 個。核心品牌直營店比例由去年同期的 86% 提高至 88%。

二零一四年上半年, 同店銷售錄得中單位數跌幅, 但跌幅按季收窄。雖然五月份銷情受到持續惡劣天氣所影響而驟跌, 銷售勢頭自三月中旬起已開始好轉。平均售價比去年同期下跌 5.5%, 主要由於折扣率較高的過季商品的銷售比重上升。上半年集團積極清理過季存貨, 引致核心品牌業務的毛利率下調至 56%, 然而清貨的進度符合預期, 有助集團於上半年的存貨週轉天數改善至 208 天(二零一三年上半年: 209 天)。毛利率跌幅則按季收窄。

以明星作主打的市場推廣計劃(包括以全智賢女士、謝霆鋒先生、高圓圓女士為主的推廣活動)已於六月開展, 為「達芙妮」的品牌形象增添活力, 並改善店舖人流。

銷售增長放緩加上主要經營成本如員工成本和租金的通脹壓力持續, 進一步影響核心品牌業務上半年的經營利潤率, 使其下降至 5.7% (二零一三年上半年: 10.4%)。

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。該等品牌包括「愛意」、「Step Higher」、「ALDO」及「愛柔仕」等, 迎合持續擴大的中產消費族群, 長遠有助擴大集團的客戶基礎。快速增長的電子商務在此業務的佔比上升, 帶動其他品牌業務的整體營業額上升 8.9% 至 358.1 百萬港元(二零一三年上半年: 328.8 百萬港元)。整體其他品牌業務於上半年佔本集團總營業額約 7% (二零一三年上半年: 6%)。集團繼續整合中高端品牌組合, 其單店業務表現改善。因此, 整體其他品牌業務於二零一四年上半年的經營虧損大幅減少至 8.5 百萬港元。於二零一四年六月三十日, 集團的其他品牌業務銷售點淨減少 19 個至 364 個。

電子商務表現理想是通過市場推廣活動更多元化所帶動(尤其是與新產品推出有關連的)。過季商品的網上銷售理想亦有助電子商務的銷售維持旺盛的增長勢頭。

展望

影響零售業的不利因素仍未消除, 故整體零售市場繼續充滿挑戰。儘管於第二季末銷情有略為好轉的跡象, 但今年下半年市場前景仍然未明朗。

儘管市況低迷, 集團一直致力加強其競爭力及提升效率, 為於激烈的市場競爭中更能脫穎而出。二零一四年上半年, 各項提升營運效率的措施的進度均與集團預期相符, 但這些措施在銷售和關鍵績效指標上的效益仍需要一些時間才能得到反映。根據集團就實施各項重點策略措施所作的分析內容及結論, 集團將繼續調整和優化相關措施, 並加以提升執行力。集團現正制訂全面的業務計劃, 涵蓋線下及線上業務, 強調銷售效益、供應鏈管理、品牌形象及市場推廣, 以提升集團的整體銷售表現。

展望未來, 集團主席及行政總裁陳英杰先生表示: 「中國的生活水平不斷提高, 配合持續的城鎮化發展及刺激國內消費政策, 將繼續有利於女鞋市場的發展。多年來達芙妮集團無論在市場順境或逆境下均能取得成功, 並一直靈活應對市場變化以加強集團的競爭力。我們矢志努力不懈, 鞏固集團於女鞋市場中的領導地位, 致力於中長期內實現增長。」

集團背景：

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，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。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 6,200 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 / 賴沛欣 / 徐詠妍 / 譚卓敏

電話： (852) 2136 6952 / 2169 0646 / 2136 8059 / 3920 7626

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne@iprogilvy.com