

[請即時發放]

達芙妮國際控股有限公司

公佈二零一四年全年業績

* * *

集團營業額為 **10,355.6** 百萬港元

存貨總值減少 **14.0%** 存貨組合亦有所改善

淨現金狀態由去年的 **568.2** 百萬港元增加至 **751.5** 百萬港元

營運摘要:

- 集團營業額為 10,355.6 百萬港元。
- 核心品牌業務*營業額為 9,492.6 百萬港元。
- 集團銷售點總數達 6,757 個，當中核心品牌銷售點為 6,402 個。
- 存貨總值減少 14.0%或 369.6 百萬港元。存貨組合亦有所改善。
- 淨現金狀態由去年的 568.2 百萬港元增加至 751.5 百萬港元。
- 其他品牌業務成功轉虧為盈，錄得 17.9 百萬港元經營盈利，而去年則錄得 86.1 百萬港元經營虧損。
- 電商業務營業額增長接近一倍。
- 於「百度」的二零一四年度《數字品牌資產榜》中，「達芙妮」在中國女鞋行業中排名第一。

*核心品牌業務主要指「達芙妮」及「鞋櫃」在中國大陸之業務

(二零一五年三月二十四日 - 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十二月三十一日止年度之全年業績。

二零一四年對中國大陸的零售商來說是極具挑戰性的一年。中國的國內生產總值為過去二十年來最低，消費者信心仍然疲弱。同時，本集團更要面對地區性以至網上零售商的激烈競爭。另一方面，營運成本持續上升，尤其是員工成本。由於春節延後，春節前的消費旺季並沒有於二零一四年內出現。這些負面因素加上天氣模式與慣常不同，嚴重影響了零售商的表現。二零一四年度，本集團營業額為 10,355.6 百萬港元(二零一三年: 10,446.5 百萬港元)。毛利減少 1.7%至 5,737.6 百萬港元(二零一三年: 5,838.3 百萬港元)。

股東應佔盈利為 176.0 百萬港元(二零一三年: 329.1 百萬港元)。每股基本盈利為 10.7 港仙(二零一三年: 20.0 港仙)。鑑於具挑戰性的市場環境下，董事會建議不派發末期股息，以預留資金為未來發展。

於二零一四年十二月三十一日，本集團的銷售點總數為 6,757，按年淨增加 55 個。集團的銷售網絡包括核心品牌(中國大陸之「達芙妮」和「鞋櫃」)銷售點 6,402 個和其他品牌業務銷售點 355 個。

為應對中國大陸經營環境和大眾化女鞋市場的挑戰，集團加強了一系列措施以適應市場環境變化，並在二零一四年於主要範疇取得良好進展。

首先，在艱難的市況下，集團的全年營業額仍能維持與去年相若。與二零一三年相比，同店銷售的跌幅收窄。雖然零售業務的毛利率受到進取的清庫活動所拖累，但由於店舖人流改善以及顧客群得到擴闊，集團在銷量上取得正增長。

由於集團積極清理過季產品，存貨總值有所下跌，而存貨週轉天數於二零一四年按年下降 4 天至 194 天(二零一三年為 198 天)，並較二零一四年上半年錄得的 208 天有大幅改善。存貨組合亦有所改善。集團於年內着力清理過季產品同時改善現金狀況，現金及銀行結餘由二零一三年年底的 1,374.4 百萬港元上升至二零一四年年底的 1,528.7 百萬港元。淨現金狀態由去年的 568.2 百萬港元增加至 751.5 百萬港元，儘管年內有購置辦公室的大額資本開支。

二零一四年以名人為主導的市場推廣策略成功為集團的品牌形象注入了新的活力。年內，集團委任了不少新代言人，包括大受歡迎的韓國女藝人全智賢、香港知名藝人謝霆鋒以及台灣星級歌手和演員郭雪芙。此外，集團亦推出了新的聯乘品牌和產品系列，例如與中國大陸知名演員高圓圓合作的品牌「Ondul 圓漾」以及「Hello Kitty collection by Daphne」產品系列。集團為 600 多家門店作翻新裝修和推出新的店舖設計，以提升店舖形象。這些在市場推廣上更多的投入，不單為品牌形象增添清新氣息，也有助改善店舖人流和提升集團的競爭力。於「百度」的二零一四年度《數字品牌資產榜》中，達芙妮在中國女鞋行業中排名第一，顯示出「達芙妮」於中國享有強大的品牌效益。

電子商務方面，集團的全年網上銷售額取得卓越增長，提升了電子商務對集團營業額的貢獻。增長主要由銷售量所推動。在阿里巴巴最重要的網購活動「雙十一 2014」，「達芙妮」品牌於天貓女鞋類別中排名第一。集團亦加強了與主要網購平台的合作，包括天貓、唯品會和京東。集團同時透過更多互動和多元化的線上推廣，擴闊了網上顧客群。

年內，集團特別注重理順其成本結構，並在各方面作出更多投資，以為未來增長發展打造更穩健平台。除了採取果斷措施處理存貨以及提升品牌和店舖形象外，集團更穩定了銷售團隊和改善員工留職率。集團並推出了新的店舖管理方案和銷售技巧培訓計劃。這些措施有助改善新店的銷售表現。

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。儘管同店銷售錄得低單位數跌幅，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 9,492.6 百萬港元，與二零一三年相若(二零一三年：9,561.3 百萬港元)。分部收益佔集團總營業額 90% (二零一三年：90%)。

集團於下半年恢復拓展銷售網絡，二零一四年核心品牌銷售點 6,402 個，全年淨增加 83 個。直營店佔核心品牌銷售點總數比重進一步上升至 90%(二零一三年：87%)。

集團於下半年果斷處理存貨水平，採取了進取的促銷策略，以大幅度折扣去推動銷售增長，重點尤其在清理老品方面。這使同店銷售於第三季時取得正增長。

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。年內，電子商務的快速增長，其於此業務的營業額貢獻有所增加。其他品牌業務整體營業額增長14.6%至838.4百萬港元(二零一三年：731.8百萬港元)，佔集團二零一四年總營業額8%，高於二零一三年之7%。此外，此業務成功轉虧為盈，錄得17.9百萬港元經營盈利，而二零一三年時則錄得86.1百萬港元經營虧損。

集團繼續專注打造更突出的品牌形象和產品選擇，有助提升店舖銷售效益和改善此品牌組合的單店利潤。中高檔品牌組合的業務表現有所改善，經營虧損收窄。

電子商務的卓越表現乃由於集團進行了更頻密、更多元化的線上市場推廣，加強了與主要網購平台的合作，以及加大力度清理過季庫存。雖然電子商務業務對本集團的利潤貢獻仍然很小，但其淨利潤正繼續增長。

展望

目前，集團同時面對中國經濟增長放緩、疲弱的消費意慾、快速轉變的消費行為和激烈競爭所帶來的挑戰。然而，作為全球主要經濟體之一，中國市場仍存在不少正面因素。中國正不斷推進城鎮化，以及積極推行多項政策以提升個人收入和增加工作職位。達芙妮準備就緒積極發掘中國消費市場未來的龐大商機。

通過已取得的紮實進展，集團深信正朝着正確的方向在優化我們的增長模式。然而，這些改善措施需要一些時間才能轉化成財務上的收益。於未來的一年，集團將繼續實施其發展策略，以達至中長期增長。集團的重要戰略範疇涵蓋加強存貨管理、強化品牌形象和優化市場推廣及採購、及加快電子商務增長，預期將有力支持集團的整體銷售及營運表現。

展望未來，集團主席及行政總裁陳英杰先生表示：「憑藉在中國女鞋市場逾二十年的經驗，達芙妮擁有成功克服經濟順逆的豐富往績。毫無疑問，達芙妮無與倫比的品牌影響力，為集團提供鞏固的基礎和優勢造就未來的興盛。集團將抓緊增長機遇，利用其規模效益、財務實力、強大的品牌知名度和適應能力，應對挑戰。集團將繼續推進所有改善措施，並充滿信心可於中長期重現增長。」

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 6,700 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 / 賴沛欣 / 徐詠妍

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

傳真： (852) 3170 6606

電郵： daphne.intl@iprogilvy.com