A woman is sitting on a thick, dark tree branch. She is wearing a light-colored, possibly white or cream, dress with a vibrant, multi-colored butterfly pattern. The butterflies are in various colors including blue, green, yellow, and pink. She is also wearing black, high-heeled, open-toe shoes. The background shows a blurred green landscape, suggesting an outdoor setting.

# 百麗國際控股有限公司

2008年報公布

2009年3月

## 免責申明

由百麗國際控股有限公司（“百麗”或“公司”）製作的該演示檔及相關幻燈片（合稱“演示檔”）並不構成任何有關購買或認購股票的要約或邀請；亦不構成有關任何合同和有約束力的承諾之基礎。該演示檔由公司根據其認為可靠的資料資訊製作而成，但公司並不對該等演示檔或基於其內容之真實、準確、完整、公正及合理作出任何明示或暗示之聲明或保證。該演示檔可能並不完全包含閣下所認為重要之內容。公司不為有關此演示檔之內容或遺漏承擔任何責任。

該演示檔中討論的若干事項可能單獨地或共同地包含有關公司市場機會及業務展望之若干預期性陳述。該等預期性陳述並非對公司未來業績的保證，且受限於已知及未知之風險，以及難以預計的不確定性與假設條件。公司之實際業績、業務量、業務表現或經營成果可能與該演示檔所明示或隱含表述之業績存在重大、不利的差異，其中包括：公司是否能夠成功進入新的市場及在此新市場的滲透力度；近期增長速度的可持續性；某些細分市場的增長預期；公司的產品及服務在該市場的定位；競爭環境以及一般性市場條件；等等。公司一概不對該演示檔中來自第三方的任何展望及預期性陳述承擔責任。

# 公司介紹

## 公司概覽

- 1991年成立於中國深圳。
- 目前在中國大陸擁有9,169間自營零售店，在港澳臺地區擁有215間自營零售店。
- 2008年按零售額計國內皮鞋市場排名前10名中有6個品牌屬於百麗，它們分別是百麗（第一），天美意（第二），他她（第四），思加圖（第六），森達（第七），百思图（第九）。(1)
- 市值：港幣326億，截至2009年3月23日。
- 股價：港幣3.86元，截至2009年3月23日。
- 上市日期：2007年5月23日。

(1) 資料來源：中國行業企業信息中心

## 品牌組合

### 鞋類



### 運動服飾



# 議程

2008年全年財務表現

市場及管理綜述

展望

## 2008全年經營表現

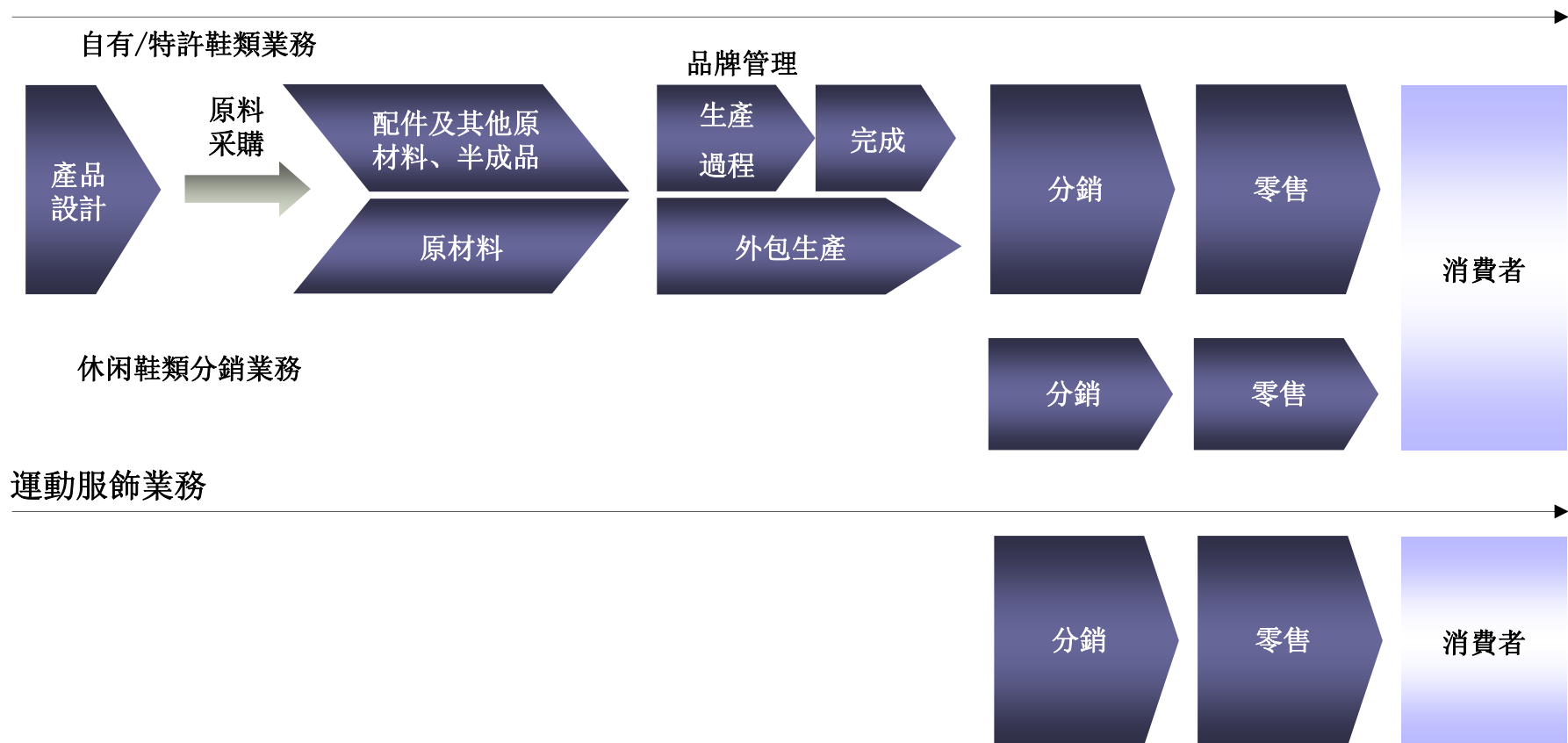
		截至12月31日止年度		% 變化
		2008	2007	
收入	人民幣百萬	17,855.8	11,671.9	53.0
毛利	人民幣百萬	9,228.4	5,902.5	56.3
毛利率	%	51.7	50.6	
經營溢利	人民幣百萬	2,279.3	1,754.9	29.9
經營溢利率	%	12.8	15.0	
權益持有人應占溢利 <sup>(1)</sup>	人民幣百萬	2,010.4	1,979.1	1.6
權益持有人應占溢利率	%	11.3	17.0	
每股盈利	人民幣分	23.82	25.03	-4.8

(1) 權益持有人應占溢利上升不大，主要是由於企業所得稅率變化，以及去年公司由上市凍結資金所帶來的一次性利息收益較大，而今年並無該項收入。

# 縱向一體化的業務模型

- 縱向一體化的業務模式，包含從產品的設計和開發、採購、生產、推銷和促銷、分銷以及零售的各個環節

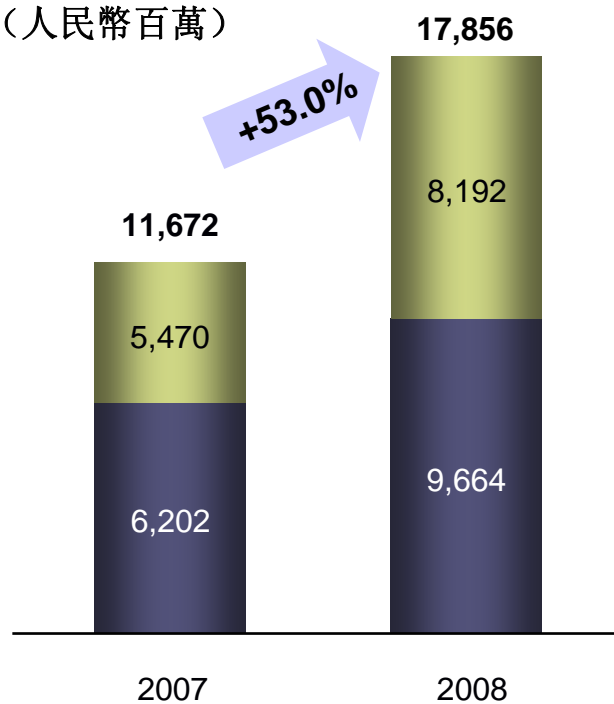
## 鞋類業務



# 集團業務收入介紹

## 收入

(人民幣百萬)



■ 鞋類<sup>(1)</sup>    ■ 運動服飾<sup>(2)</sup>

(1) 分部間對銷金額不大，在此自鞋類業務中扣除以簡化計算。

(2) 運動服飾包含運動服飾分銷及運動城業務。

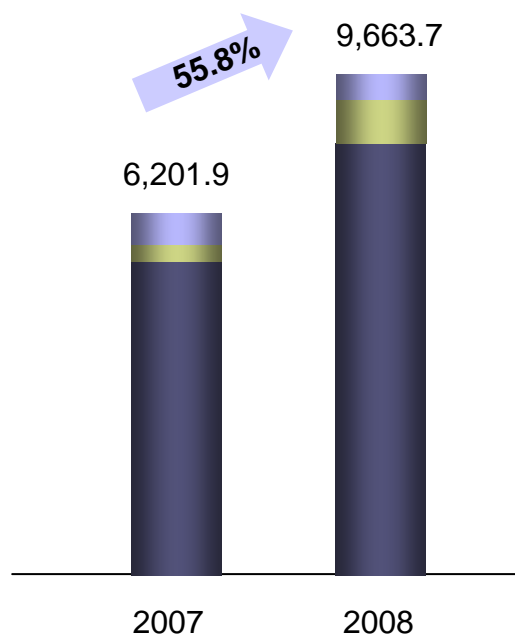
## 按集團業務收入劃分

(人民幣百萬)	2007		2008		% 變化
	收入	% 占收入	收入	% 占收入	
鞋類	6,202	53.1%	9,664	54.1%	55.8%
運動服飾	5,470	46.9%	8,192	45.9%	49.8%
總計	11,672	100.0%	17,856	100.0%	53.0%

# 鞋類業務收入增長分析

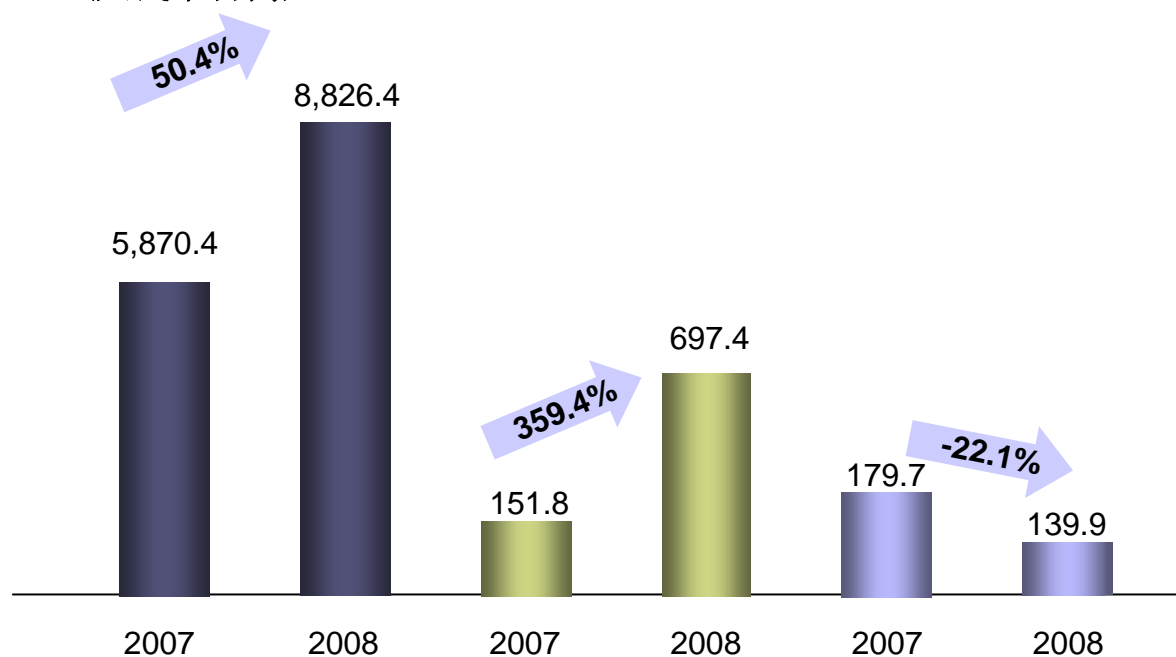
## 鞋類業務—總收入

(人民幣百萬)



## 鞋類業務—分類收入

(人民幣百萬)

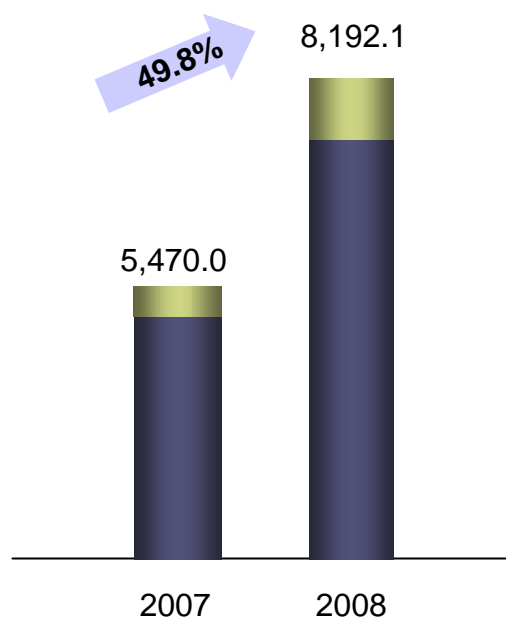


自有品牌
  代理品牌
  OEM

# 運動業務收入增長分析

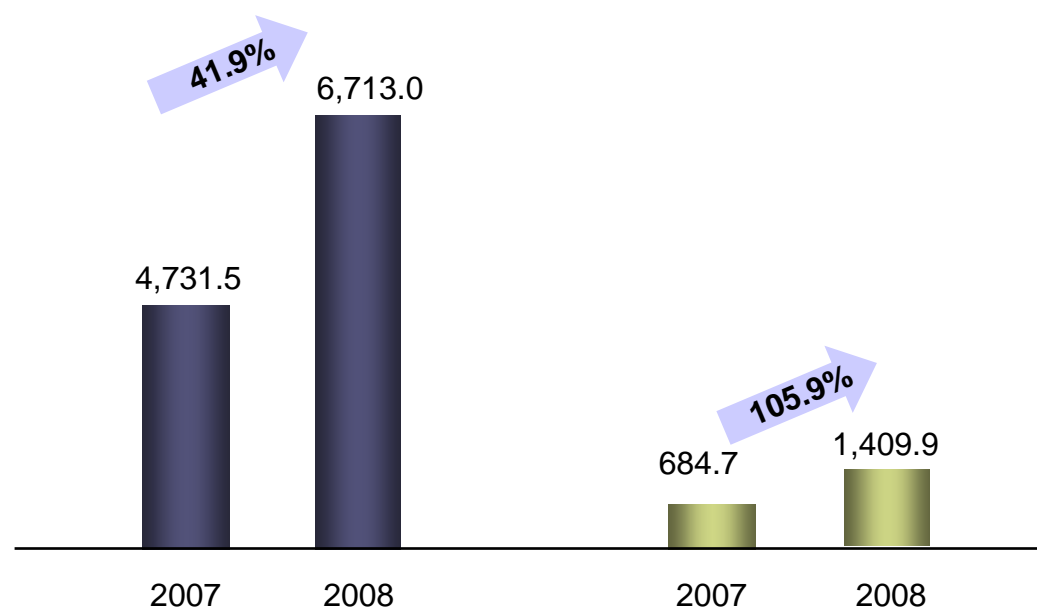
## 運動業務—總收入

(人民幣百萬)



## 運動業務—分類收入

(人民幣百萬)



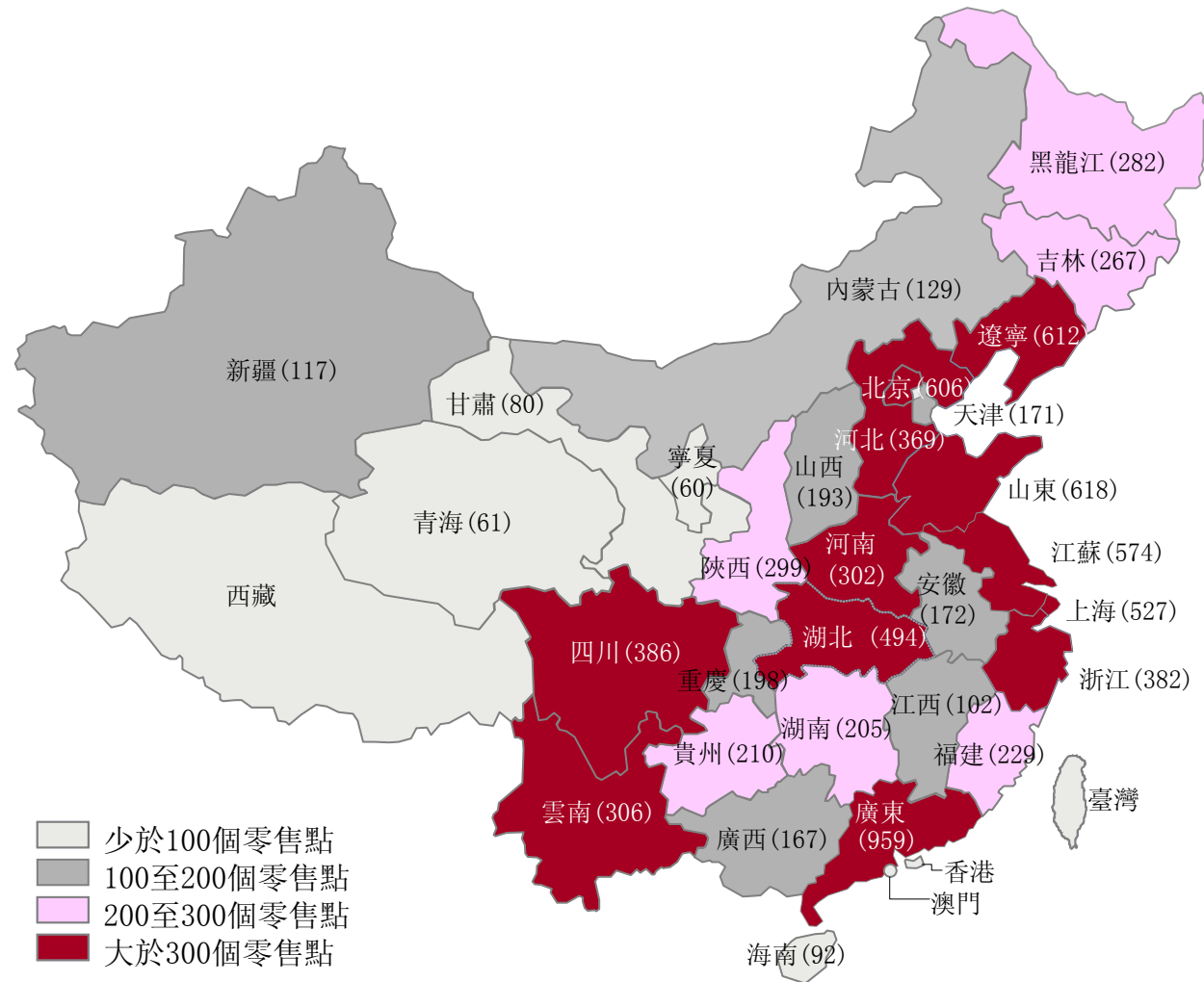
■ 一線運動服飾品牌<sup>(1)</sup> ■ 二線運動服飾品牌<sup>(2)</sup>

(1) 一線運動服飾品牌指Nike及Adidas。

(2) 二線運動服飾品牌指Kappa, LiNing, Mizuno, Puma, Reebok, Converse 和 Fila。

# 中國大陸自營零售店舖的分布

截至2008年12月31日在中國大陸擁有直接控制及管理的零售點達到 9,169 家



# 中國零售網店數量分布一覽表

中國國內自營零售網點數量一覽表（截至2008年12月31日）

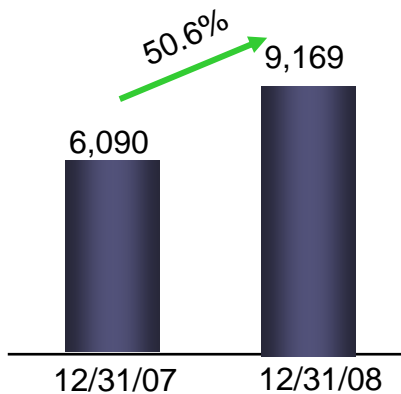
地區	鞋類			運動服飾			合計	總計
	自有品牌	特許品牌	合計	一線品牌	二線品牌	服飾		
華東	957	171	1,128	392	135	-	527	1,655
華北	980	106	1,086	270	89	23	382	1,468
華南	859	77	936	234	133	-	367	1,303
東北	644	60	704	272	185	-	457	1,161
山東及河南	389	21	410	270	240	-	510	920
華中	423	45	468	118	113	-	231	699
西南	391	23	414	158	18	-	176	590
西北	367	25	392	116	109	-	225	617
雲南及貴州	249	17	266	114	130	-	244	510
廣州	231	15	246	-	-	-	-	246
<b>總計</b>	<b>5,490</b>	<b>560</b>	<b>6,050</b>	<b>1,944</b>	<b>1,152</b>	<b>23</b>	<b>3,119</b>	<b>9,169</b>

備注：

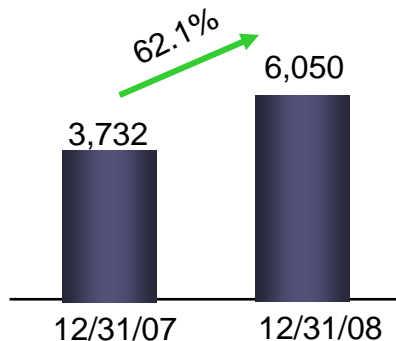
1. 另外，截至2008年12月31日，在香港、澳門及臺灣擁有多個品牌總計215家零售店。
2. 該表格所示零售店數量僅指中國大陸零售店，廣州運動服飾零售店已并入華南地區。
3. 該表格所示零售店數量已經包括大陸地區妙麗、森達及美麗寶的零售店。
4. 運動服飾一線品牌包括Nike和Adidas；運動服飾二線品牌包括：Kappa, LiNing, Mizuno, PUMA, Reebok, Converse 及 Fila。

# 中國店鋪數量增長對比

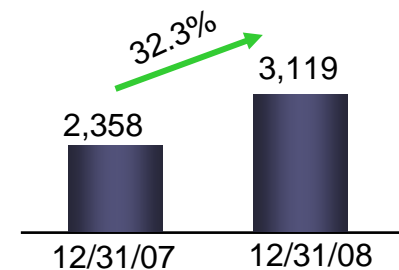
总体增長



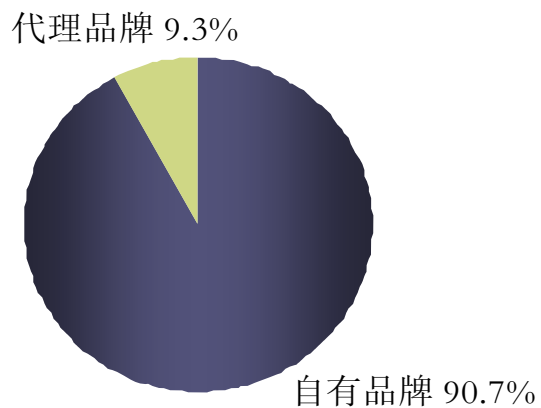
鞋類增長



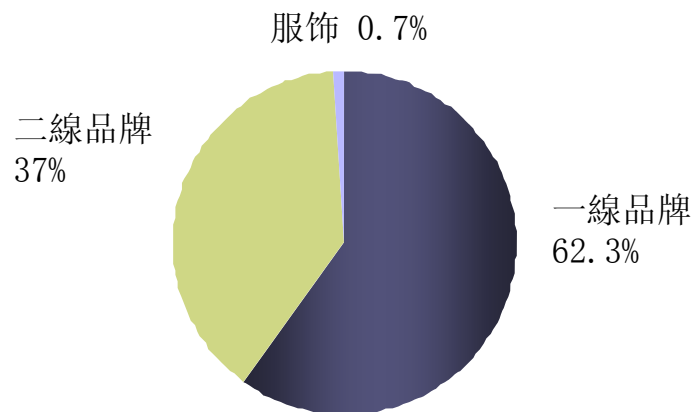
运动类增長



鞋類業務店數分析<sup>(1)</sup>



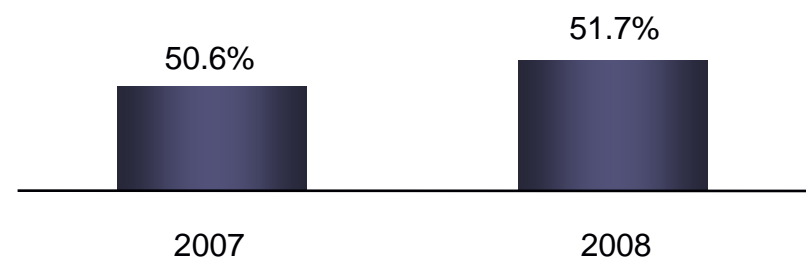
運動業務店數分析<sup>(1)</sup>



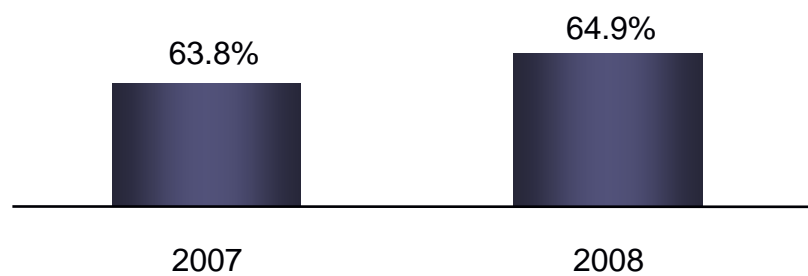
(1) 總店數截至2008年12月31日。

# 毛利率

## 總毛利率



## 鞋類業務毛利率



## 運動業務毛利率

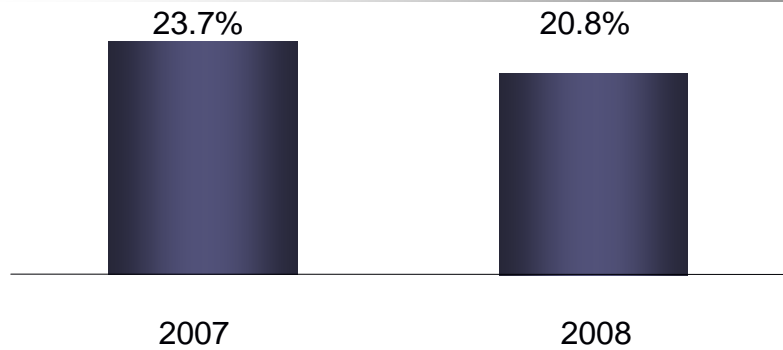


# 經營溢利率

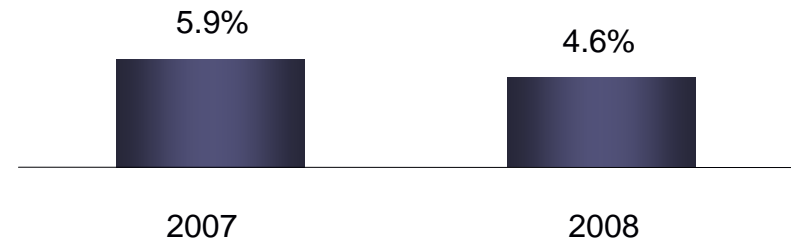
## 經營溢利率



## 分部業績率 - 鞋類



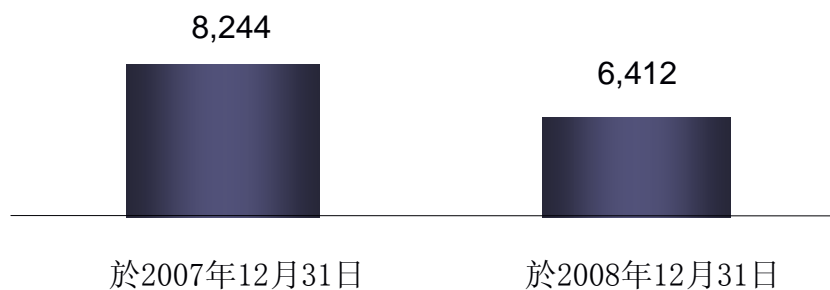
## 分部業績率 - 運動服飾



# 營運資本

## 淨營運資金

(人民幣百萬)



## 應付帳款周轉天數

(天數)



## 應收帳款周轉天數

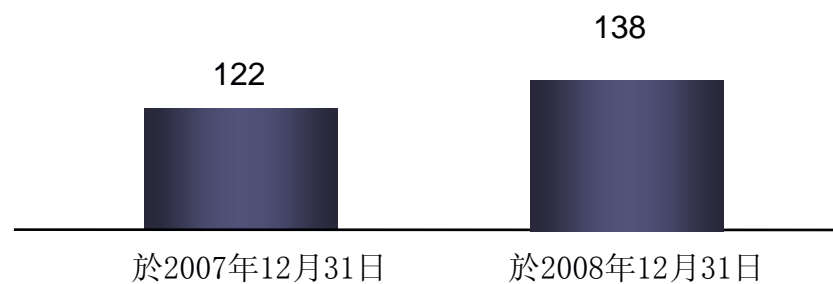
(天數)



# 存貨週轉

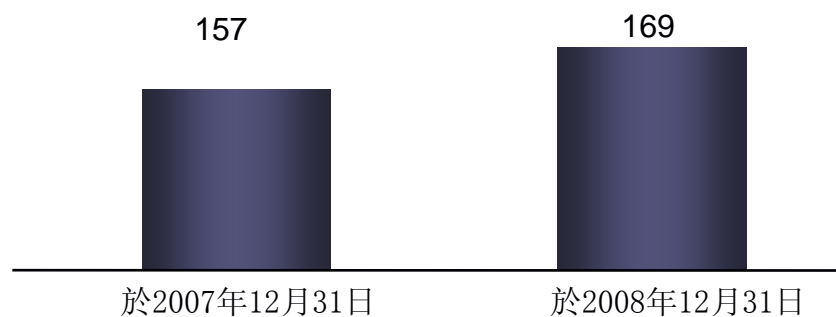
## 平均存貨周轉天數 <sup>(1)</sup>

(天數)



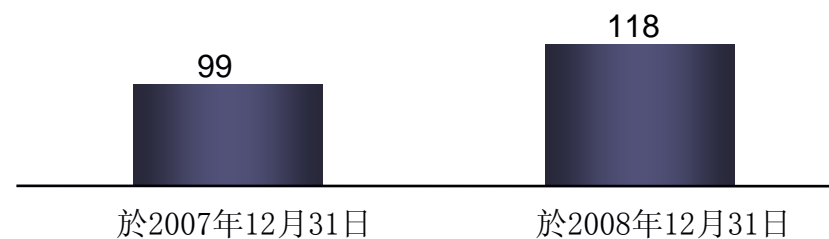
## 鞋類：平均存貨周轉天數 <sup>(1)</sup>

(天數)



## 運動：平均存貨周轉天數

(天數)



(1) 存貨包括原材料、在製品和製成品。

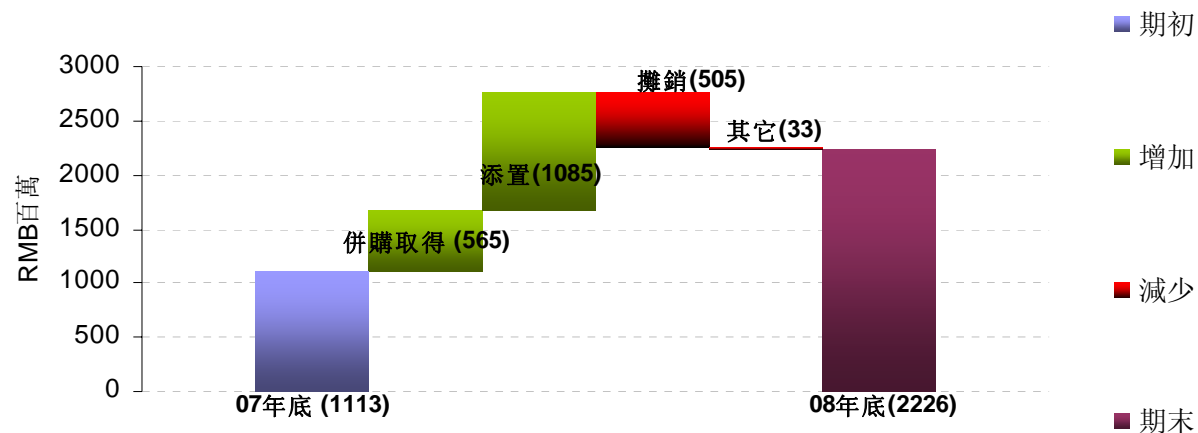
## 資本支出

資本支出	鞋類業務 人民幣百萬	運動服飾業務 人民幣百萬	不可分配 人民幣百萬	合計 人民幣百萬
店鋪裝修	242.8	330.8		573.6
物業	170.5	29.9	269.8	470.2
工廠	213.0			213.0
无形资产	7.9	0.2		8.1
其他 *	121.1	58.0	4.9	184.0
總計	755.3	418.9	274.7	1,448.9

\* 其他包括物流、辦公設備及後勤辦公支持。

# 固定資產類項目

## PP&E



## 物業、廠房及設備

於2008年添置10.85億元人民幣，包括：

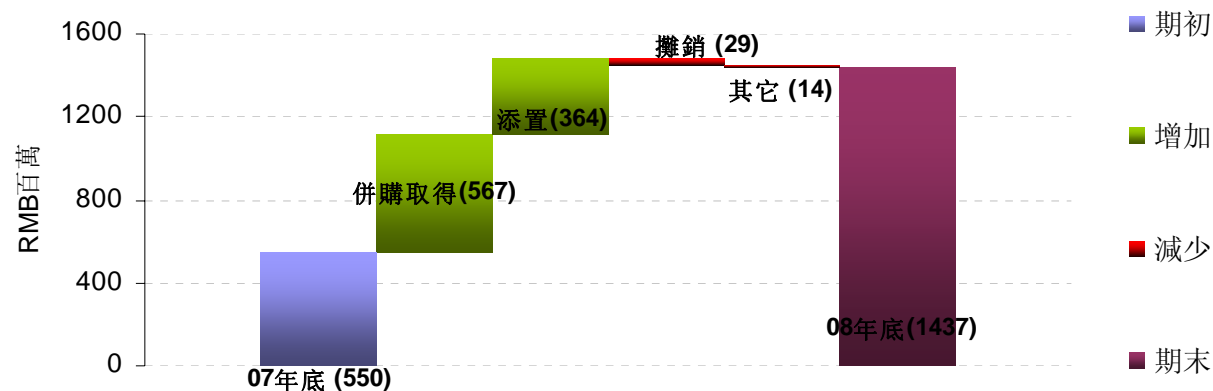
- 店鋪裝修：5.7億元
- 深圳工廠：2.1億元
- 深圳及香港總部辦公樓：1.1億元
- 辦公設備：9700萬元
- 廠房及設備：6600萬元
- 其他：1800萬元

## 租賃土地与土地使用權

於2008年添置3.64億元人民幣

- 主要為辦公樓宇用地

## Leasehold land and land use rights



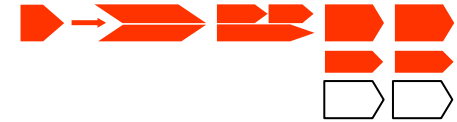
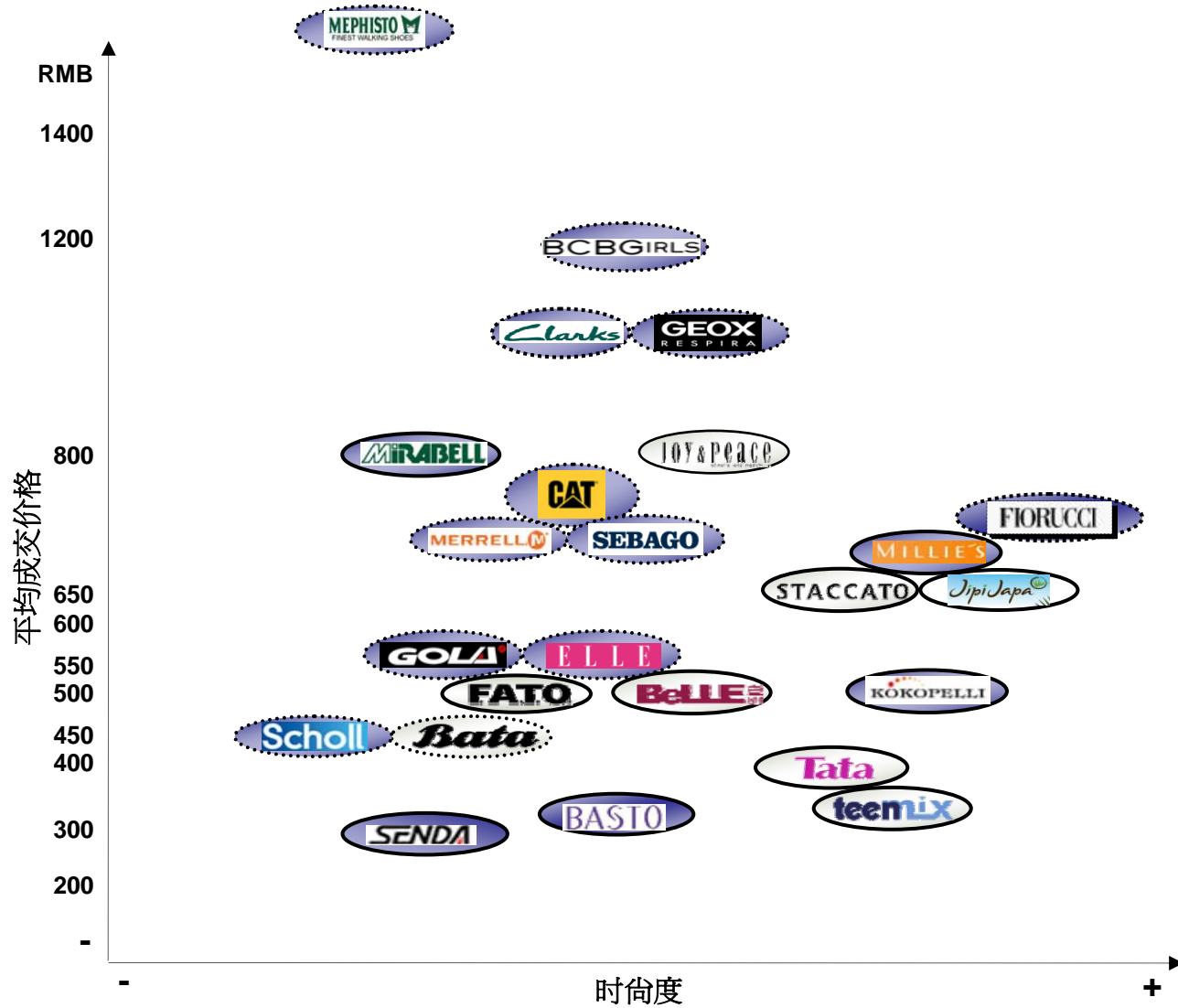
# 議程

2008年全年財務表現

市場及管理綜述

展望

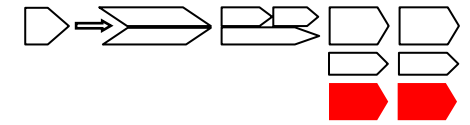
# 鞋類品牌組合



備注:

1. 藍色橢圓中的品牌為2008年新增品牌。
2. 實線橢圓中的品牌為自有品牌。
3. 虛線橢圓中的品牌為代理品牌。

# 運動服飾品牌組合



## 一線運動服飾



## 二線運動服飾及其他



## 宏觀經濟環境的影響

二零零八年是對消費零售行業以及本集團產生眾多挑戰的一年

### 全球金融危機

- 港澳經濟受到較大衝擊
- 中國大陸:
  - 增速放緩
  - 出口下滑
  - 股市、樓市等資產市場低迷

### 自然災害

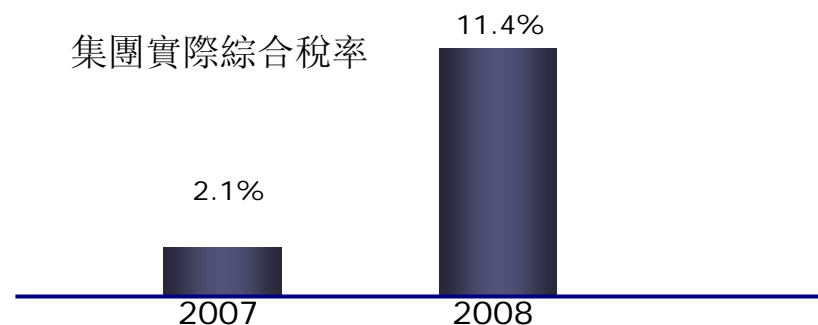
- 南方雪災
- 四川地震
- 華南持續暴雨

北京奧運會激勵了民衆信心和對運動的熱愛，但同時由于期望過高對於運動服飾市場造成了短期的睏難與問題

# 企業所得稅率的變化

## 整體稅負水平

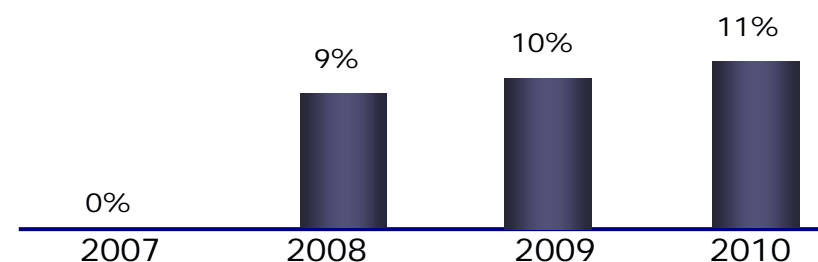
- ◆ 2008年比2007年有較大上昇。
- ◆ 在未來兩年中，本集團預計綜合稅負將與2008年水準相當。



## 鞋類業務適用稅率

- ◆ 現有主要鞋類業務（新百麗）享受所在地所得稅稅率3年減半徵收的優惠待遇。
- ◆ 新並購業務（森達、妙麗及美麗寶）於中國大陸地區的所得稅稅率為25%。

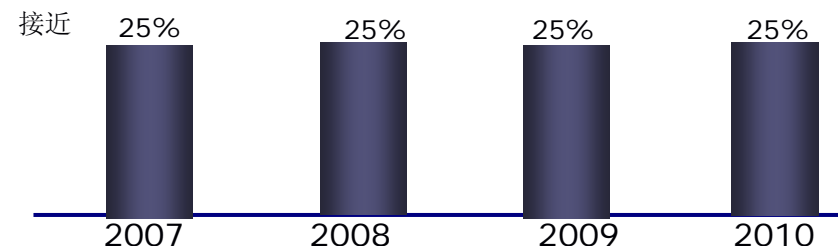
### 鞋類業務主要稅收實體（新百麗）的適用稅率



## 運動業務適用稅率

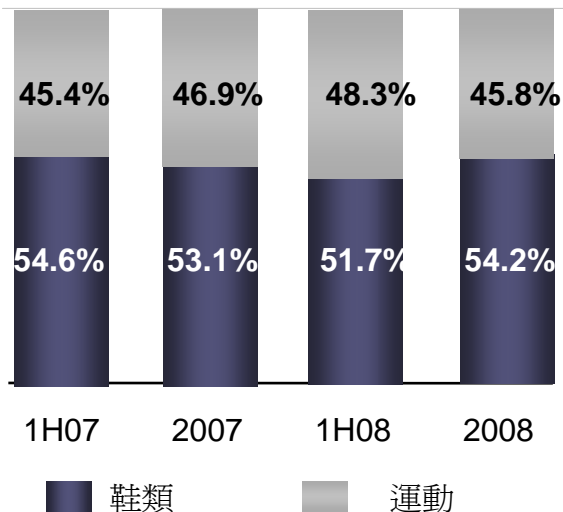
- ◆ 新稅法實施對於運動業務整體稅率的影響不大，大體維持接近25%左右的水平。
- ◆ 深圳地區的運動業務適用稅率為2008年18%，2009年20%，2010年22%。

### 運動業務適用稅率



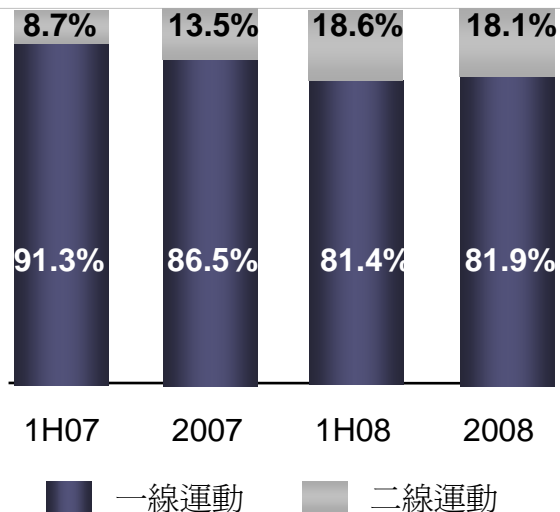
# 整體業務結構的變化

## 鞋類与運動業務比重的變化



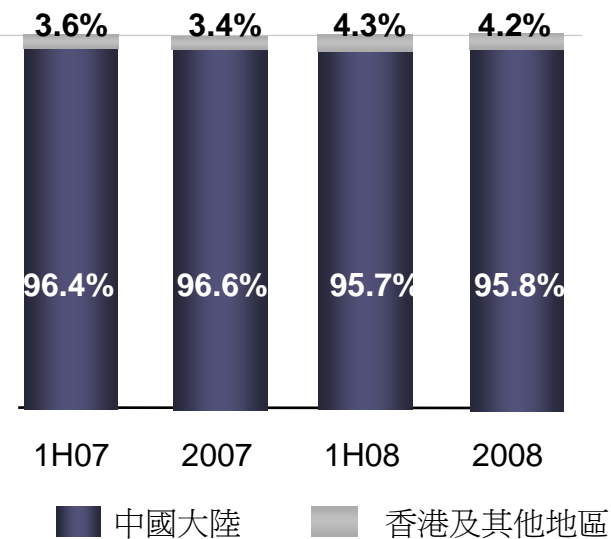
- 鞋類業務在整體業務中比重有所回升，本集團期望維持其核心業務地位
- 運動業務由外延擴張為主進入內涵提昇階段，業務比重有所回調

## 一二線運動業務比重的變化



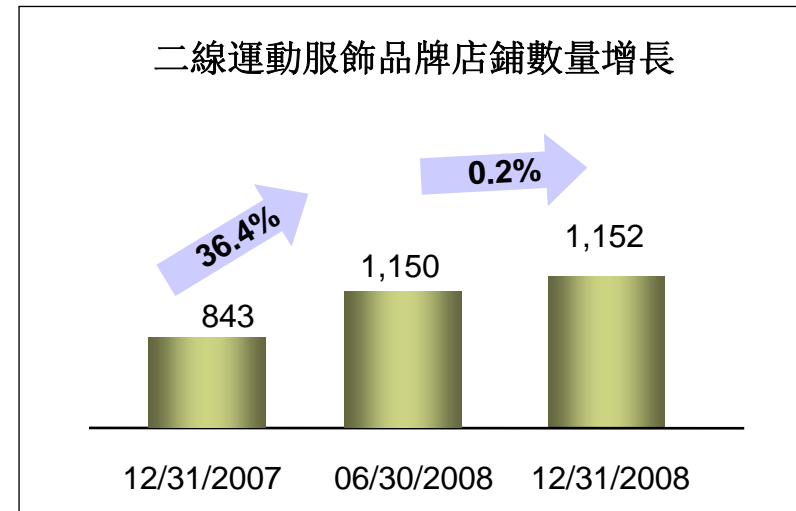
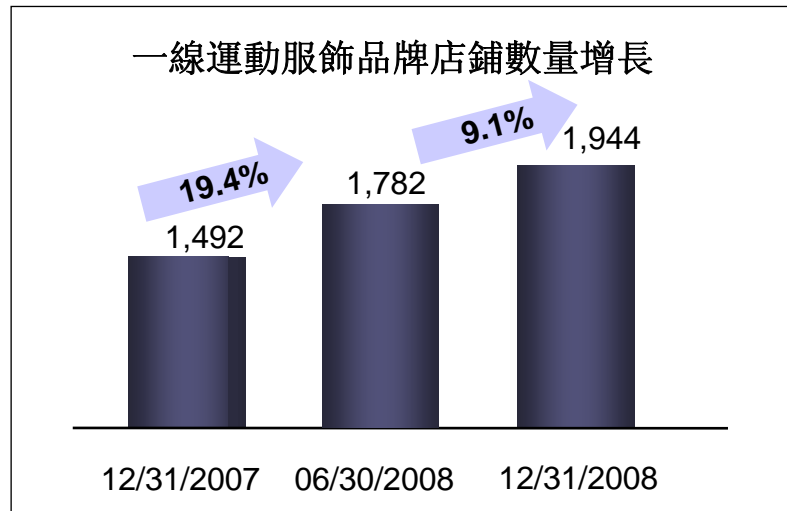
- 運動業務將主要側重一線品牌
- 二線品牌業務比重將進一步降低

## 大陸以外業務比重的變化



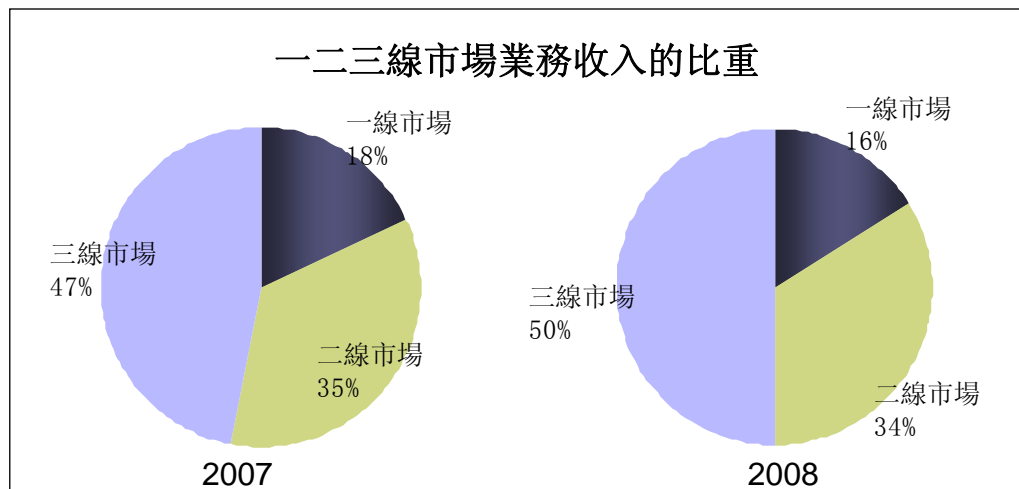
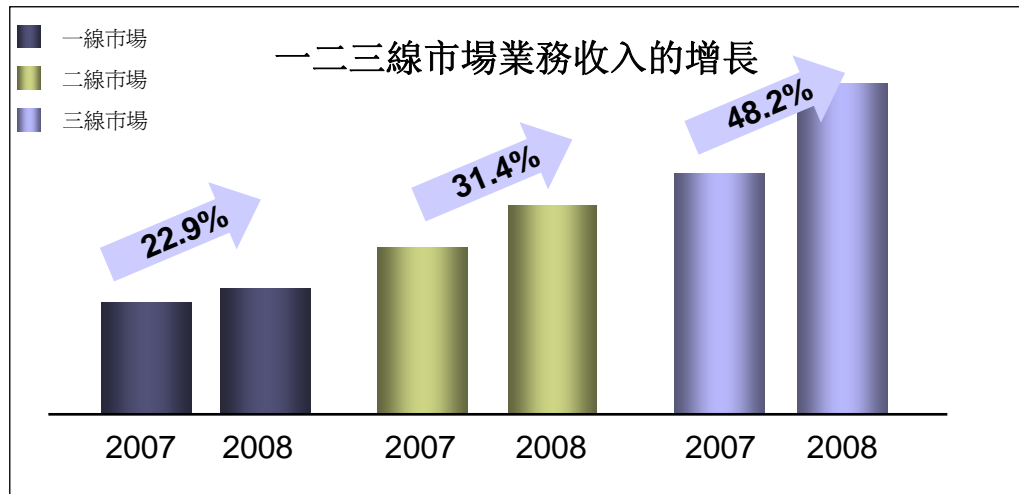
- 目前香港及其他地區業務比重略有增加，主要是由於新併購的妙麗与美麗寶業務在香港比重相對較大
- 中長期而言，在香港与其他地區的業務比重將逐步回調，中國大陸仍為業務重心地區

## 運動業務市場發展 —— 一線品牌和二線品牌



基於本集團當前和下一階段的調整策略，二線品牌的比重將進一步回調。  
這一結構轉變將有利於本集團提升總體運動服飾業務的盈利水準和經營效率。

# 中國一二三線市場的發展狀況及策略



## 一二三線市場的發展概述

- ◆ 鞋類和運動呈現同樣的趨勢：三線城市增速快於二線，二線城市增速快於一線
- ◆ 對於比較成熟的原有鞋類品牌和一線運動品牌業務，下一步店鋪網絡開拓重點在於滲透率較低的二三線城市
- ◆ 對於新併購業務和新代理品牌，將根據具體品牌定位，劃定業務發展重點區域

定義：



一線市場為：北京、上海、廣州、深圳；

二線市場為：除北京、上海、廣州以外的省會城市；

三線市場為：除一線和二線市場以外的市場。

業務收入比較口徑為集團可比業務的終端零售可比金額

# 併購業務的整合

	江蘇森達	妙麗	美麗寶
品牌			
進度	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 森達業務基本完成內部研發、生產與銷售網絡的整合</li> <li>◆ 目前主要工作是進行全國零售網絡擴張，使其進入定位相仿的百貨商場，迅速提升其銷售收入</li> <li>◆ 同時正在對其進行生產模式的改造，加強存貨管理，提升其存貨管理效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 妙麗業務在銷售網絡和地區團隊管理上的整合已基本完成</li> <li>◆ 下一步主要工作是針對自有品牌，組織內部研發生產，改進供應鏈管理模式，提高貨品運營水平</li> <li>◆ 同時積極進行店鋪網絡拓展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 美麗寶業務正在進行銷售網絡和地區團隊管理上的整合</li> <li>◆ 下一步主要工作將利用集團遍佈全國的零售網絡，結合美麗寶所擁有的品牌優勢，重點拓展它在中國大陸市場的經營</li> </ul>
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 對於公司自有品牌: 實行縱向一體化模式，達到快速反應的精益銷售管理</li> <li>◆ 對於代理品牌: 依靠本集團的渠道運作管理能力，大力拓展其在中國大陸市場的經營</li> <li>◆ 通過對於國內百貨商場的細分，確定相應的品牌的零售發展計劃，兩年內基本完成新併購各品牌於國內市場的網絡佈局</li> <li>◆ 兩到三年時間內，產生比較明顯的規模效應和協同效應，改善各項經營和財務指標，達到或接近原有核心品牌的水平</li> </ul>		

# 議程

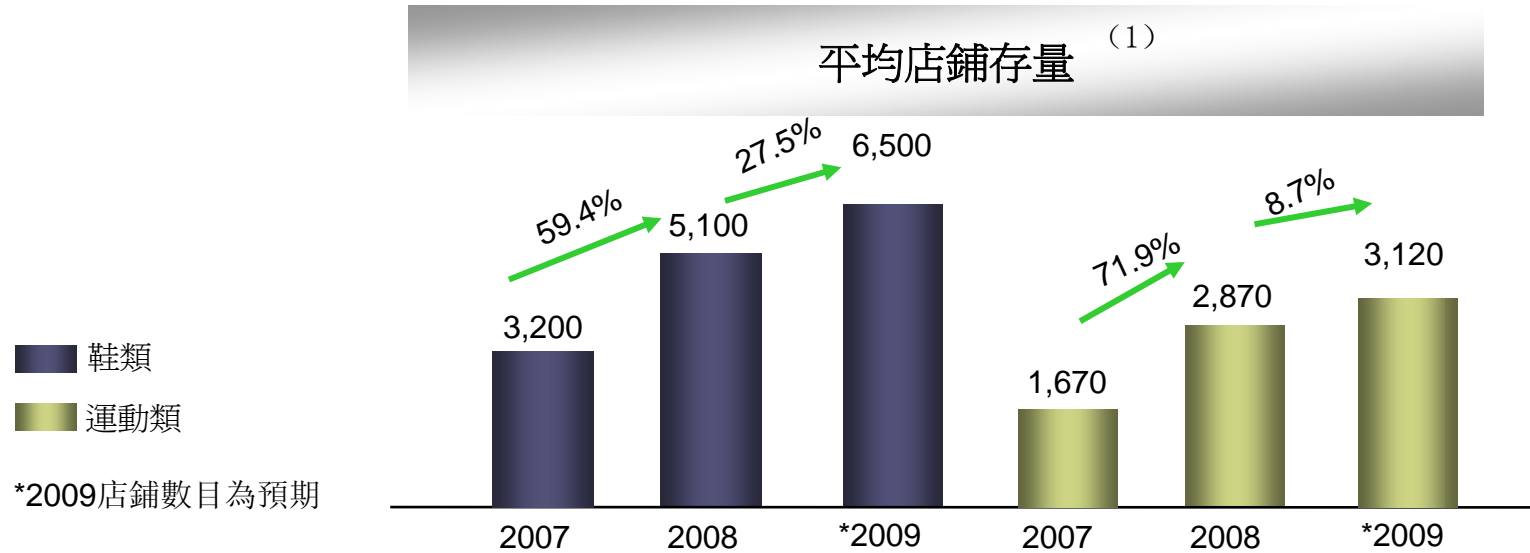
2008年全年財務表現

市場及管理綜述

展望

## 展望：銷售增長

二〇〇九年來看：新店及次新店將是銷售增長的主要驅動力



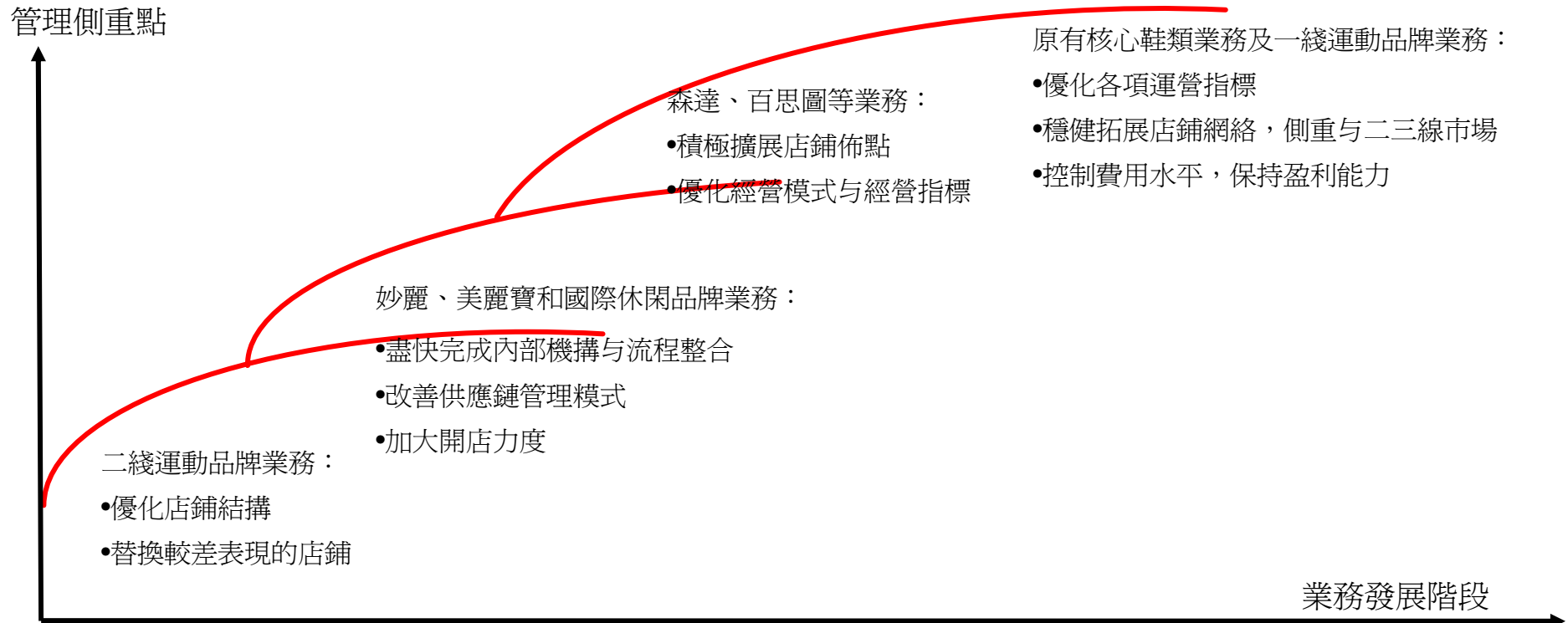
(1) 平均店鋪存量：各季末店鋪數量之平均值，為四捨五入后大體數目。

中期來看：新併購業務和新代理品牌將為銷售增長帶來新的增長點

長期來看：同店增長將是銷售增長的持續驅動力

# 展望：不同業務的管理側重點和發展策略

- 根據不同業務發展階段進行差異化管理
- 品牌由于定位差異度較大，內部擠壓競爭的風險不大



# 核心競爭力

- 長期的穩定增長將源自公司的核心競爭力及運營優勢

## 廣泛的全國性零售網絡

百麗直接控制及管理廣泛的全國性零售網絡，可取得市場動態的第一手資訊并成功將業務拓展至運動服飾零售。

## 以市場為導向及快速應變的供應鏈

縱向一體化的業務模式使本集團可對供應鏈的所有主要環節實施最有效的控制，并調節生產以配合市場走勢。

## 成功的多品牌策略

百麗成功憑藉多品牌策略成為中國大陸最大的女裝鞋零售商，同時擁有不同檔次的消費者。

### 百麗的 核心競爭力

## 銷售區域分權管理模式及總部管理監控

百麗將中國分為十個銷售區，并將採購及銷售管理的權力下放至地區層面，優化決策程序。總部則負責在集團層面上協調及監督業務營運。

## 經驗豐富及績效激勵的管理層

除了對中國零售業有深刻的認識以外，百麗總部、各銷售區域及生產部門的所有高級管理層要員均為百麗的股東。

## 投資者關係聯繫資料

電子郵件： ir@belle.com.cn

---

電話： (86 755) 8287 7385

---

傳真： (86 755) 8287 9066

---

地址： 中國  
          深圳市  
          福田區  
          福華一路98號  
          卓越大廈12樓  
          郵編：518048