

Belle International Holdings Limited

2009 年度業績 2010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。

議程

公司介紹

2009年業績表現

業務分析與展望

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9,612間自營零售店，在港澳地區擁有186間自營零售店。
- 2009年按零售額計國內女裝皮鞋市場排名前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（第三），思加圖（第六），森達（第七），百思圖（第九）；男裝皮鞋排名中，森達居第一位。⁽¹⁾
- 市值：港幣826億，於2010年3月23日。
- 股價：港幣9.80元，於2010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



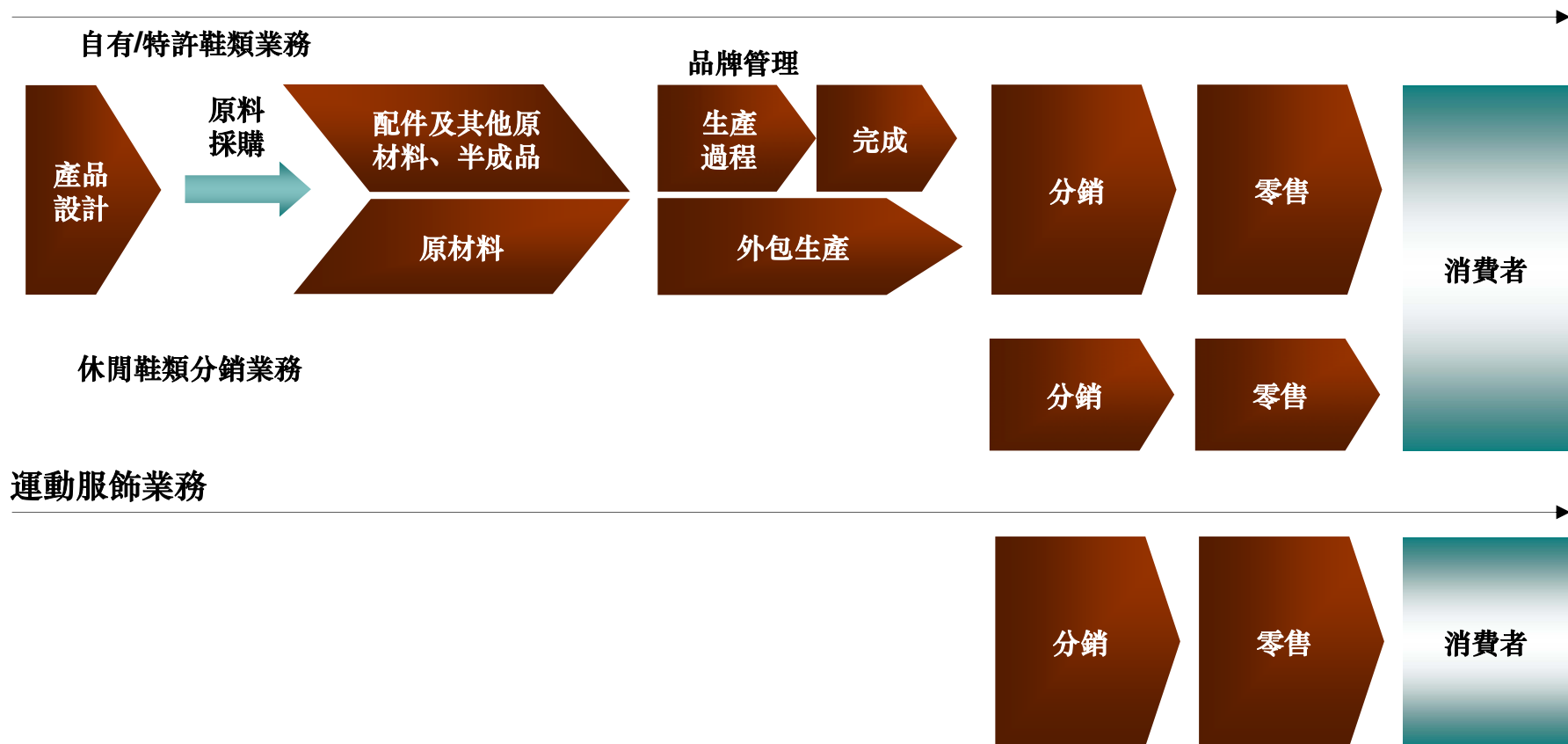
運動服飾



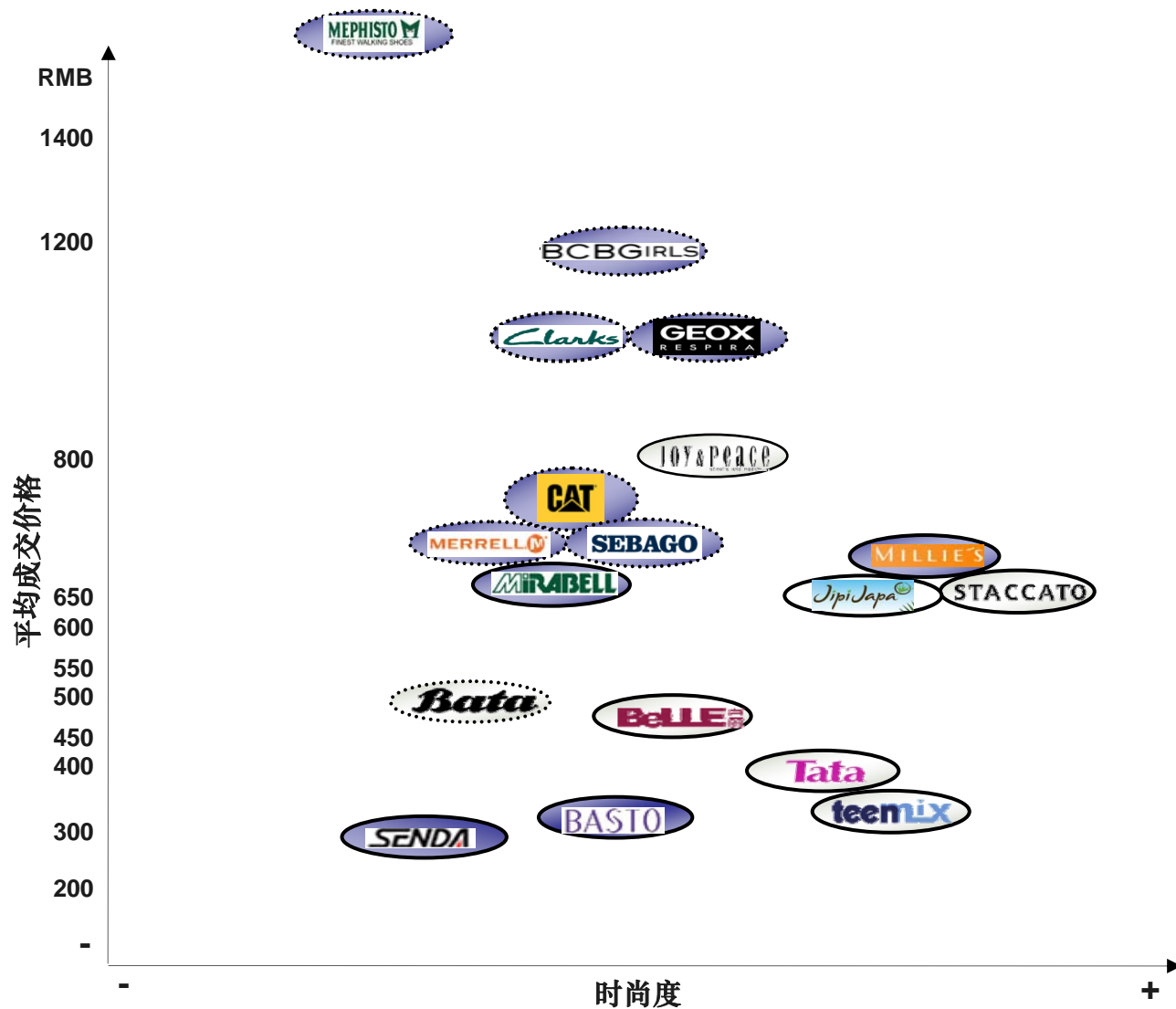
鞋類業務縱向一體化的業務模式

- 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



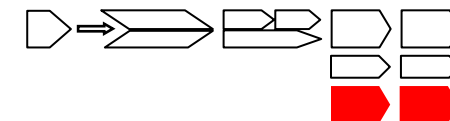
鞋類品牌組合



備注:

1. 藍色橢圓中的品牌為上市以後新增品牌。
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



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並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，並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，並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。

議程

公司介紹

2009年業績表現

業務分析與展望

2009年業績概覽

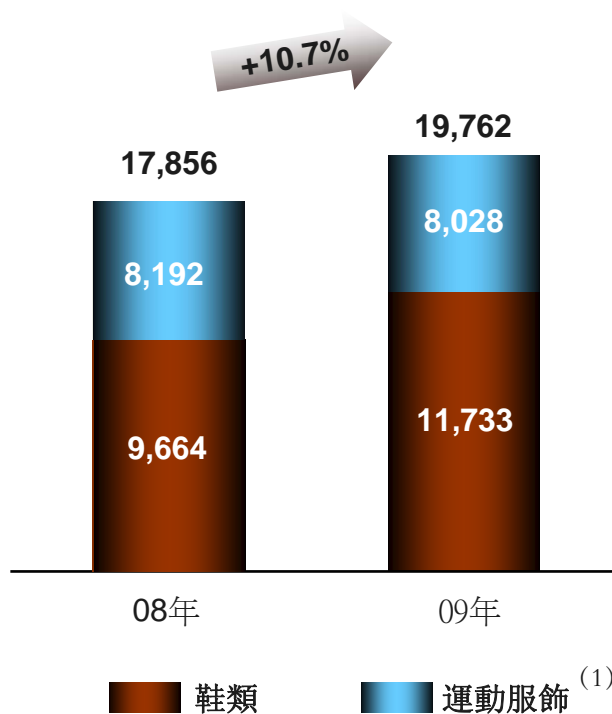
		截至12月31日止全年		變化
		2009	2008	
收入	人民幣百萬	19,761.6	17,855.8	10.7%
毛利	人民幣百萬	10,541.6	9,228.4	14.2%
毛利率	%	53.3	51.7	+1.6pt
經營溢利	人民幣百萬	2,824.2	2,279.3	23.9%
經營溢利率	%	14.3	12.8	+1.5pt
未包括其他收入及其他收益之經營溢利 ⁽¹⁾	人民幣百萬	2,818.9	2,192.3	28.6%
未包括其他收入及其他收益之經營溢利率	%	14.3	12.3	+2.0pt
權益持有人應佔溢利	人民幣百萬	2,533.5	2,010.4	26.0%
權益持有人應佔溢利率	%	12.8	11.3	+1.5pt
每股盈利	人民幣分	30.04	23.82	26.1%

(1) 2008年與其2009年的其他收入主要包括政府補貼及租金收入；2008年度的其他收益主要是遠期外匯合約的收益。

業務收入

收入

(人民幣百萬)



(1) 運動服飾包含運動服飾分銷及運動城業務

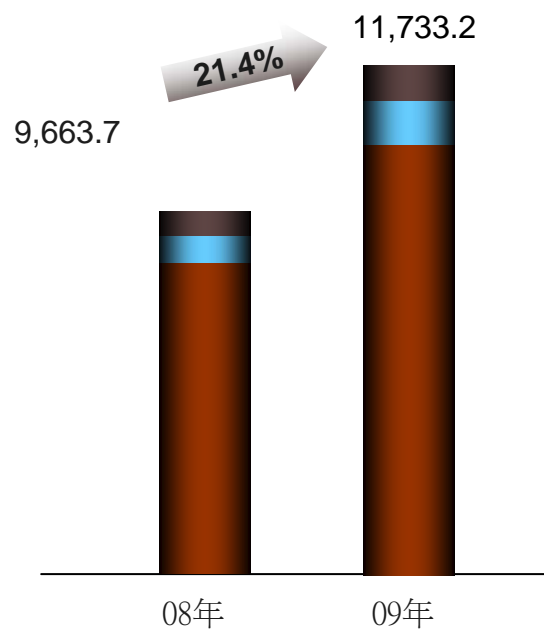
按集團業務收入劃分

(人民幣百萬)	2009年		2008年		% 變化
	收入	% 佔收入	收入	% 佔收入	
鞋類	11,733	59.4%	9,664	54.1%	21.4%
運動服飾	8,028	40.6%	8,192	45.9%	-2.0%
總計	19,762	100.0%	17,856	100.0%	10.7%

鞋類業務收入增長分析

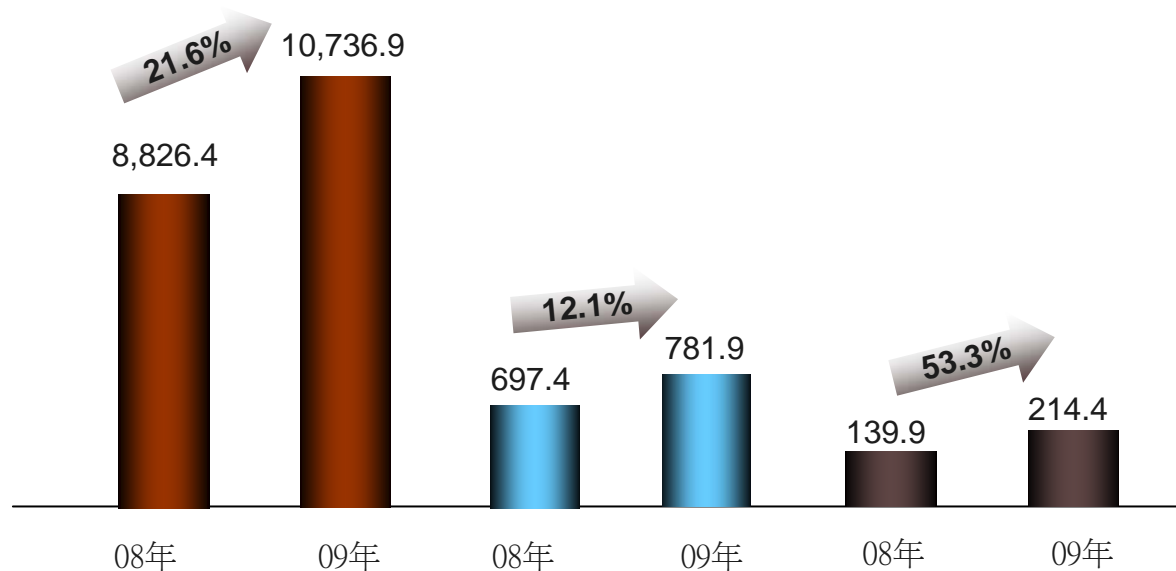
鞋類業務－總收入

(人民幣百萬)



鞋類業務－分類收入

(人民幣百萬)

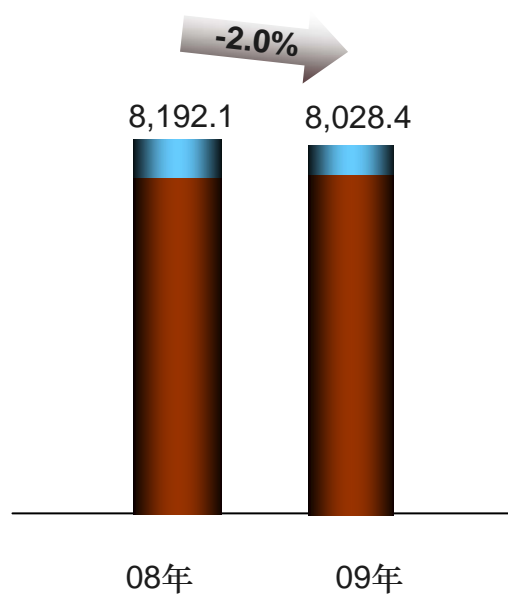


自有品牌
 代理品牌
 OEM

運動業務收入增長分析

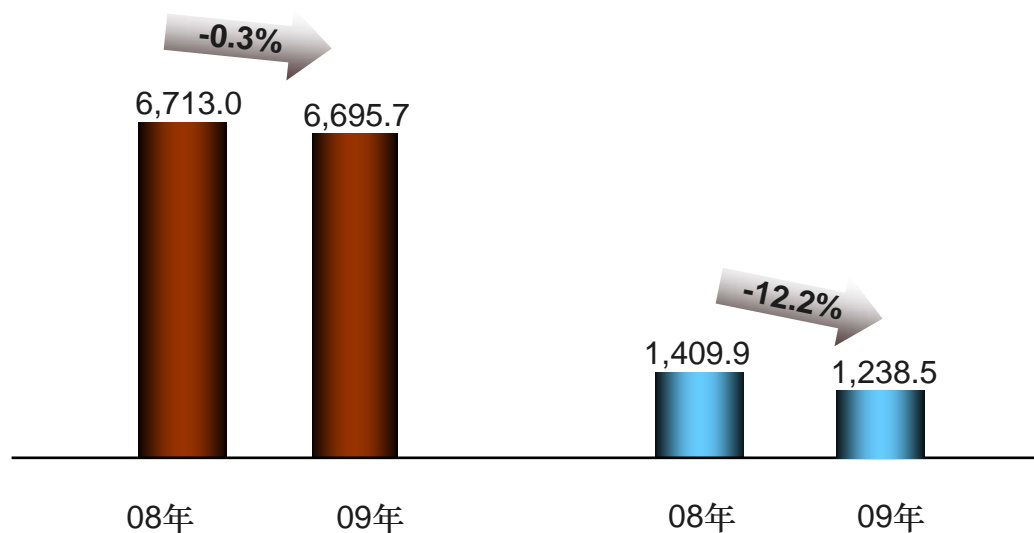
運動業務－總收入

(人民幣百萬)



運動業務－分類收入⁽³⁾

(人民幣百萬)



■ 一線運動服飾品牌⁽¹⁾ ■ 二線運動服飾品牌⁽²⁾

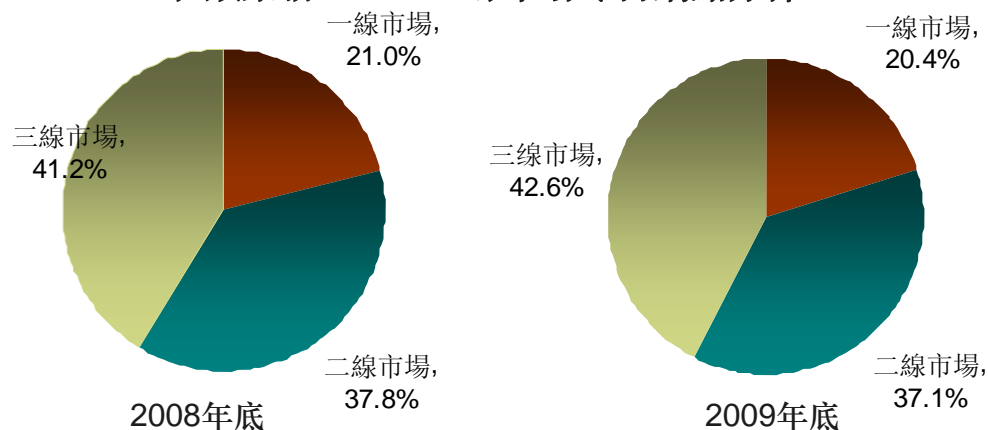
(1) 一線運動服飾品牌包括Nike和Adidas

(2) 二線運動服飾品牌指Kappa, PUMA, Converse, Reebok 及 LiNing 等

(3) 不包括其他運動服飾業務

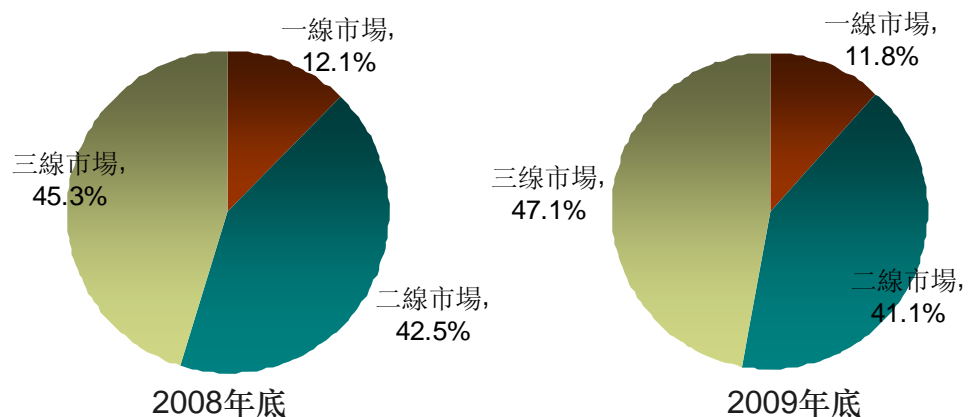
中國大陸一二三線市場拓展狀況與策略

鞋類業務：一二三線市場零售網點分佈

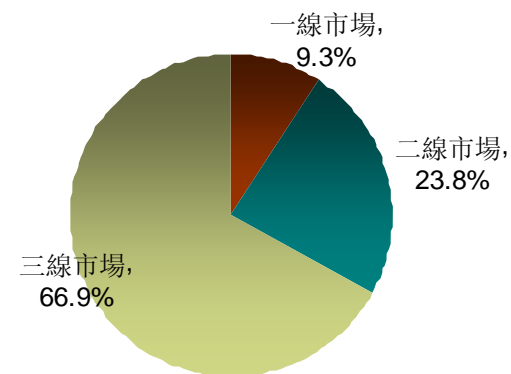


- ◆ 鞋類和運動服飾業務的拓展趨勢，都是三線市場快於一二線市場
- ◆ 對於比較成熟的原有鞋類品牌和一線運動品牌業務，下一步店舖網絡開拓重點在於滲透率較低的二三線城市
- ◆ 對於新併購業務和新代理品牌，將根據具體品牌定位，劃定業務發展重點區域

運動服飾業務：一二三線市場零售網點分佈



原有核心鞋類業務：09年新開店市場分佈



定義：

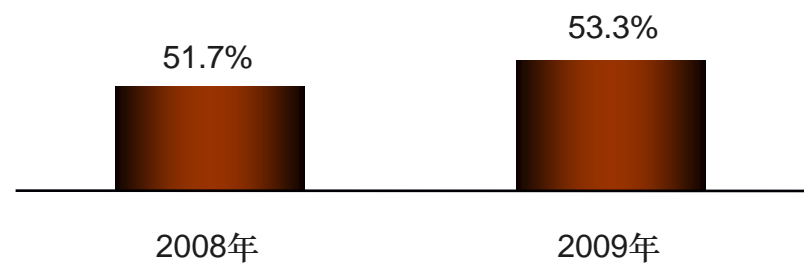
一線市場為：北京、上海、廣州、深圳

二線市場為：除北京、上海、廣州以外的省會城市

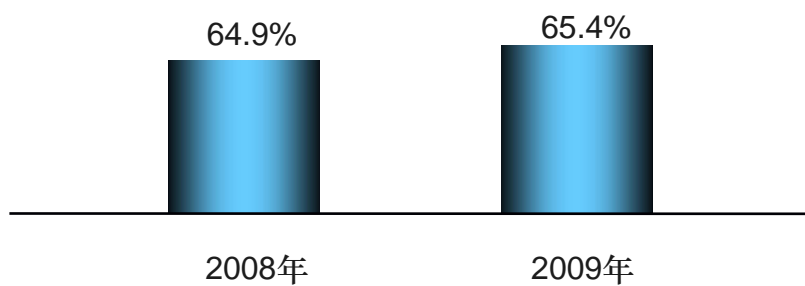
三線市場為：除一線和二線以外的市場

毛利率

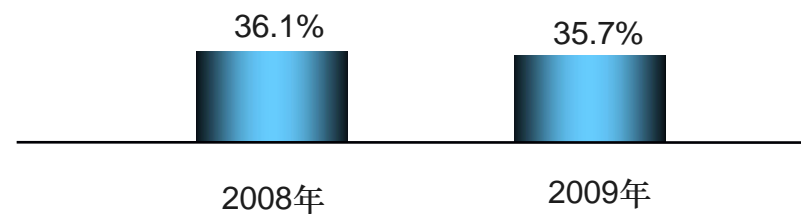
總毛利率



鞋類業務毛利率

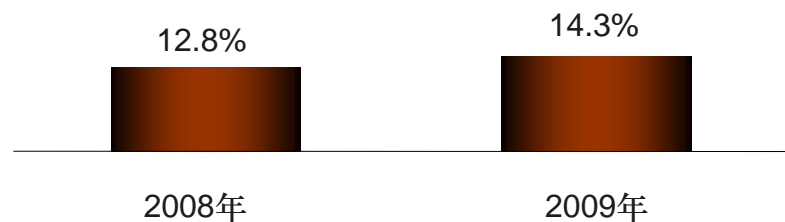


運動業務毛利率

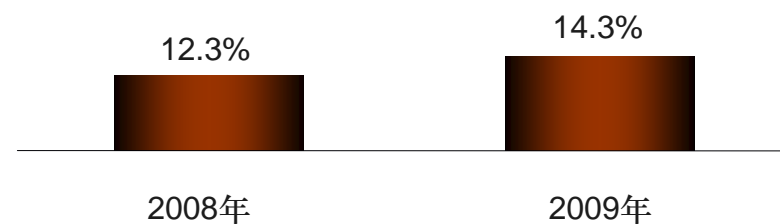


經營溢利率

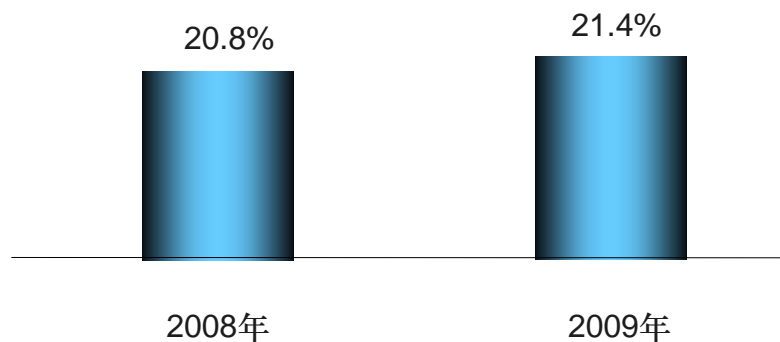
經營溢利率



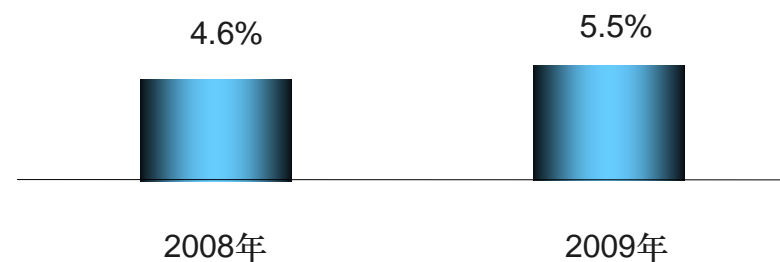
未包括其他收入及其他收益之經營溢利率⁽¹⁾



分部業績之利潤率 – 鞋類



分部業績之利潤率 – 運動服飾

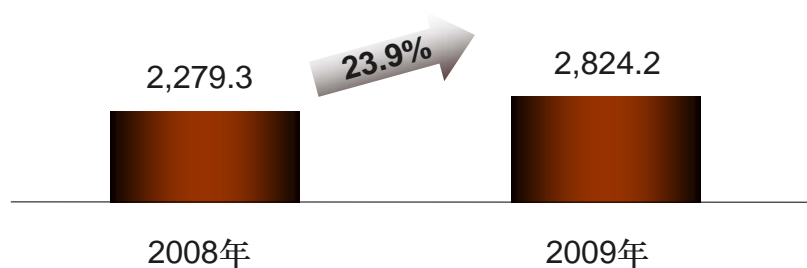


(1) 2009及2008年的其他收入主要包括政府補貼及租金收入;2008年的其他收益主要是遠期外匯合約的收益。

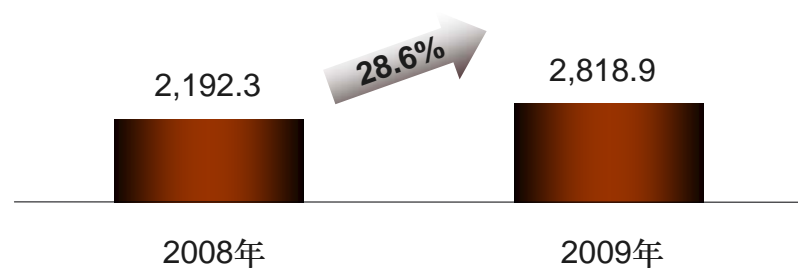
經營溢利與權益持有人應佔溢利

經營溢利

(人民幣百萬)

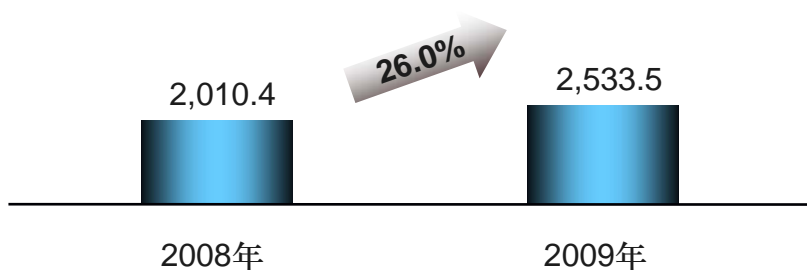


未包括其他收入及其他收益之經營溢利

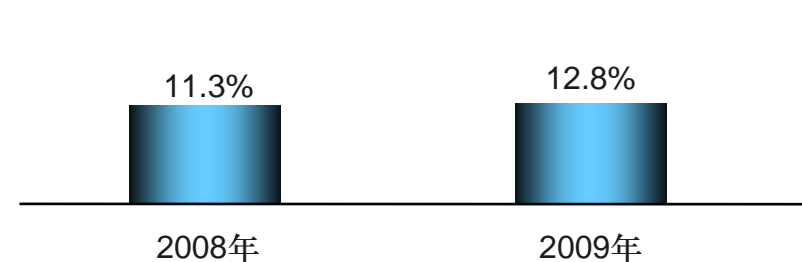


權益持有人應佔溢利

(人民幣百萬)



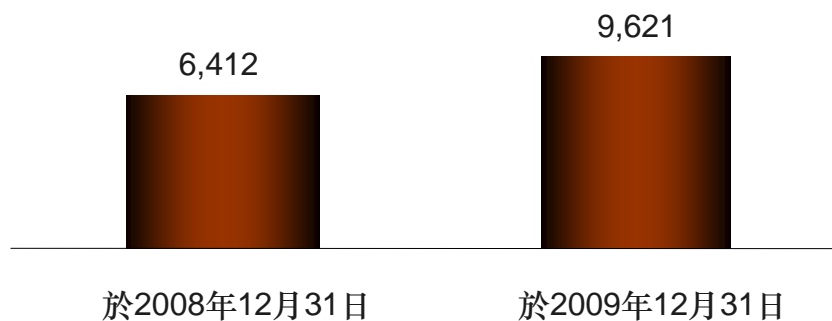
權益持有人應佔溢利率



營運資本

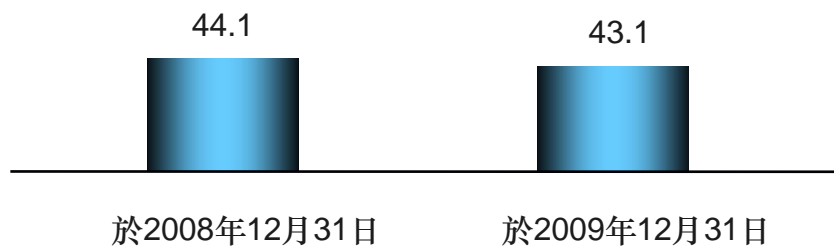
淨營運資金

(人民幣百萬)



應付賬款周轉天數

(天數)



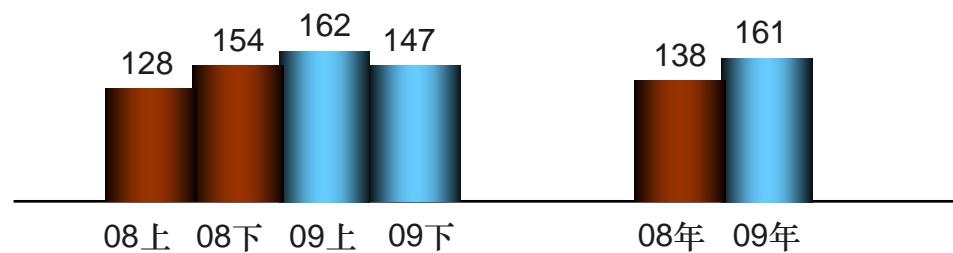
應收賬款周轉天數

(天數)

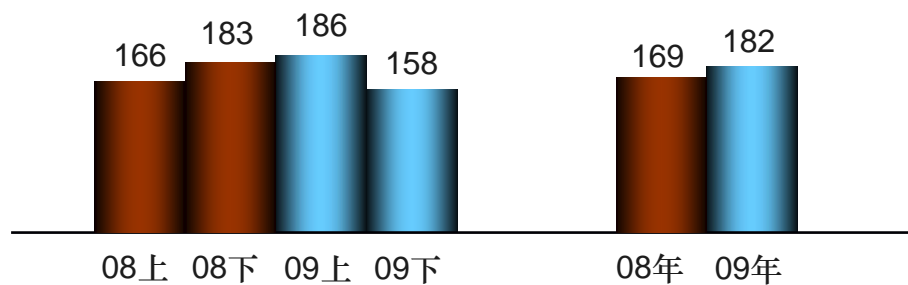


存貨週轉

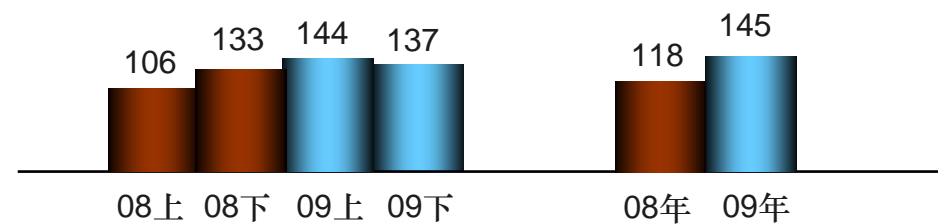
平均存貨周轉天數-綜合 (1)



鞋類 (1)



運動



(1) 存貨包括原材料、在製品和製成品。

其他財務數據

人民幣百萬	2009年	2008年	變化	較收入增長 之比例
收入	19,761.6	17,855.8	10.7%	
銷售及分銷開支	6,284.4	5,676.5	10.7%	=1
佔銷比%	31.8	31.8	0	
經營租賃租金（主要包 括商場特許銷售費）	4,285.5	3,701.1	15.8%	>1 (1)
佔銷比%	21.7	20.7	+1.0	
一般及行政開支	1,438.4	1,359.6	5.8%	<1
佔銷比%	7.3	7.6	-0.3	
員工成本（包括董事酬 金）	2,383.5	2,118.0	12.5%	>1 (1)
佔銷比%	12.1	11.9	+0.2	
存貨*	3,915.9	4,229.0	-7.4%	<0
應收貿易賬款*	1,760.5	1,864.9	-5.6%	<0

(1) 經營租賃租金（主要包括商場特許銷售費）以及員工成本的增長率略快於收入增長，主要原因為：第一，鞋類業務佔比提高，而鞋類店鋪的商場特許銷售費率以及工資費率一般高於運動服飾店鋪；第二，香港地區業務佔比有所加大，而香港地區的租金費用率和員工費用率相對於大陸較高。

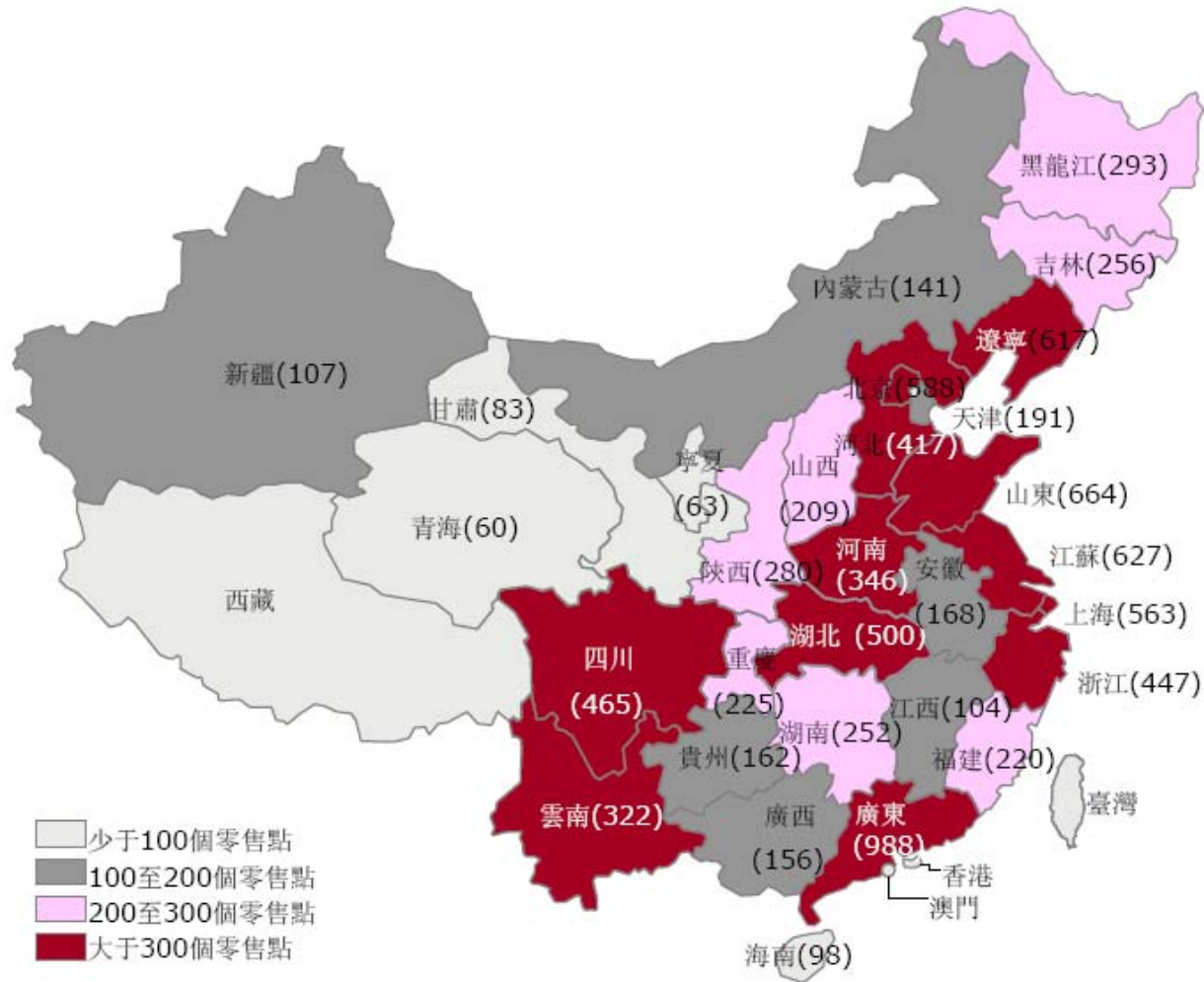
*資產負債表數據分別為2008年12月31日和2009年12月31日的時點數據

應付票據與淨現金

單位：人民幣百萬	2009年12月31日	2008年12月31日	增減
短期銀行借款	—	503	-503
應付票據	1,115	—	+1,115
短期融資合計	1,115	503	+612
銀行結構存款	1,790	249	+1,541
超過三個月的定期存款	2,312	409	+1,903
現金及現金等價物	1,691	2,326	-635
現金及存款合計	5,793	2,984	+2,809
淨現金	4,678	2,481	+2,197

中國大陸自營零售店舖的分佈

於2009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 9,612 家



中國大陸零售網店數量分佈一覽表

中國大陸自營零售網點數量一覽表（於2009年12月31日）

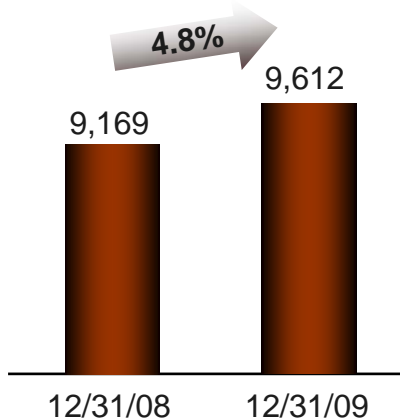
地區	鞋類			運動服飾			總計	
	自有品牌	代理品牌	合計	一線品牌	二線品牌	服飾		
華東	1,134	204	1,338	409	58	-	467	1,805
華北	1,051	104	1,155	297	75	19	391	1,546
華南	905	60	965	236	63	-	299	1,264
東北	664	60	724	305	137	-	442	1,166
山東及河南	504	26	530	327	153	-	480	1,010
華中	484	44	528	150	74	-	224	752
西南	451	23	474	203	13	-	216	690
西北	408	41	449	106	38	-	144	593
雲南及貴州	266	19	285	116	83	-	199	484
廣州	284	18	302	-	-	-	-	302
總計	6,151	599	6,750	2,149	694	19	2,862	9,612

備注：

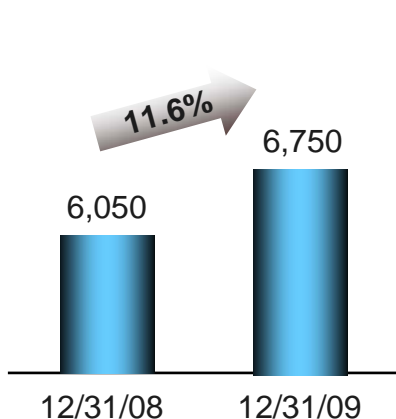
1. 該表格所示零售店數量僅指中國大陸零售店，另外，於2009年12月31日，在香港及澳門擁有多個品牌總計186家零售店
2. 運動服飾一線品牌包括Nike和Adidas；運動服飾二線品牌包括：Kappa, PUMA, Converse, Reebok 及 LiNing 等

中國大陸店舖數量增長對比

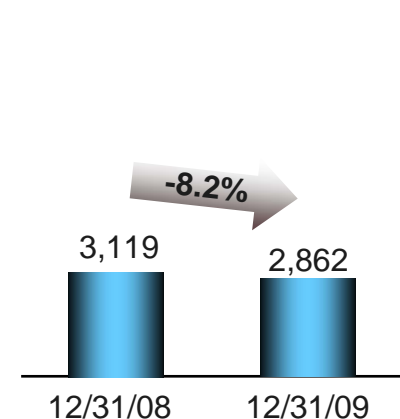
總體增長



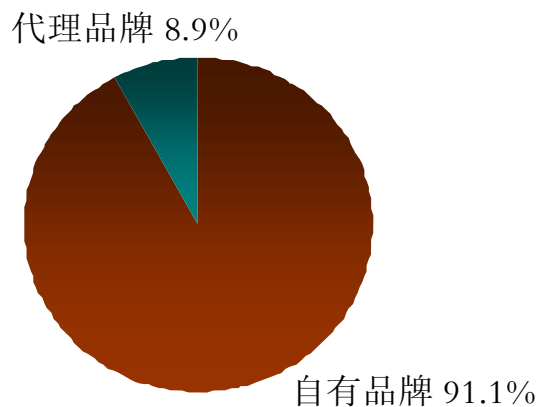
鞋類店舖增長



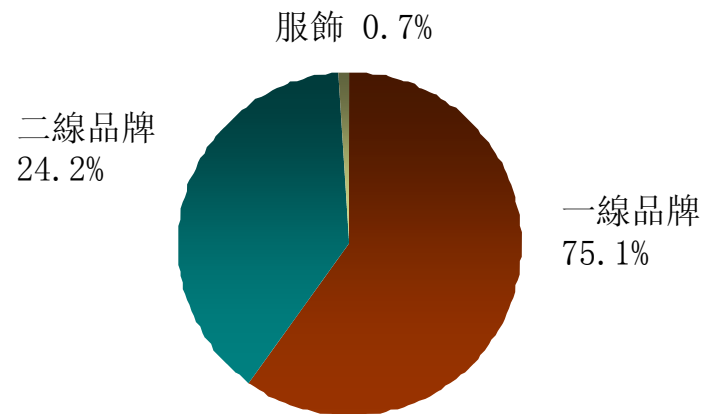
運動店舖增長



鞋類店數分析 (1)



運動店數分析 (1)



(1) 總店數於2009年12月31日

資本支出

資本支出 人民幣百萬	鞋類業務	運動業務	不可分配	合計
店舖裝修	214.2	133.2	-	347.4
物業	-	-	4.1	4.1
工廠	110.4	-	-	110.4
無形資產	5.1	0.5	-	5.6
其他*	22.8	23.8	24.4	71.0
總計	352.5	157.5	28.5	538.5

* 其他包括物流、辦公設備及後勤辦公支持。

議程

公司介紹

2009年業績表現

業務分析與展望

宏觀經濟環境

宏觀經濟觸底回升

- 恢復主要得益於經濟刺激政策
- 投資驅動為主而非居民消費驅動
- GDP有望保持較快增長

結構調整納入議程

- 以內需為導向的經濟結構調整政策逐步得以貫徹實施

- 本集團在危機中的韌性以及在復蘇中的彈性，表明本集團具備出眾的應變能力和執行能力
- 當前宏觀經濟的發展對於增加居民可支配收入、提高消費意願有直接的促進作用

鞋類業務回顧

在2009年比較困難的市場環境中，鞋類業務的銷售規模和同店銷售依舊保持了適度、穩定的增長

經營策略調整

由過去以積極的規模擴張為主導轉變為效益主導：

- 第一，應對市場環境和競爭環境的變化；
- 第二，適應本集團在前幾年快速發展之後自身組織架構及人力資源方面需要學習、調整和提高的要求；
- 第三，打好基礎面向未來

盈利指標提升

盈利指標持續恢復，特別是下半年提升明顯

- 第一，銷售表現穩健提升、同店增長加速，由單店規模提升帶來費用率的降低；
- 第二，於2009年初商定的較低皮料採購價格對於毛利率的正面幫助，比較集中地體現在下半年

鞋類業務回顧

原有核心品牌

- 原有核心品牌在2009年的表現，讓我們對於百麗、思加圖等成熟品牌有了更深入的看法和更強的信心。不論是市場拓展空間，還是同店銷售潛力，這些成熟品牌都遠未達到飽和狀態，有足夠的市場機會和拓展空間
- 比如思加圖品牌，通過管理架構和營運模式方面一系列調整，取得了較為突出的同店鋪售增長和利潤率提升，充分表明漸進式的積累是沒有止境的

新併購品牌

- 弱勢環境中受到較大衝擊
- 隨著市場環境的改善、以及整合進程的不斷深化到位，2009年下半年以來，在銷售表現上出現了積極的轉變態勢，為未來一段時間內經營指標和盈利水平的恢復打下了良好基礎

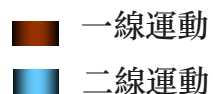
香港地區業務

- 08年下半年以來受到宏觀經濟形勢的影響較大
- 2009年下半年出現明顯好轉，第四季度扭虧為盈
- 香港業務對於大陸業務有戰略性的指導和補充作用
- 得益於稅賦較輕的經營環境，香港業務的盈利能力有望逐步提升

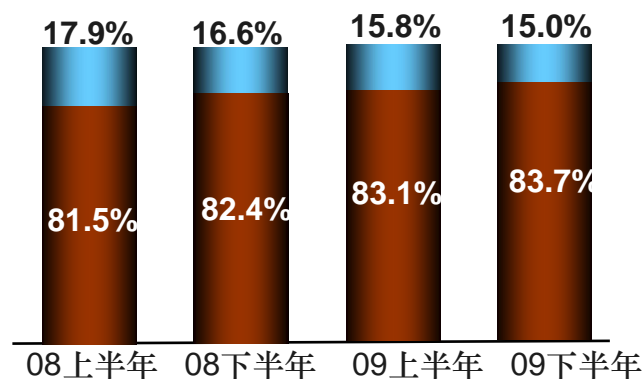
運動服飾業務調整

► 基於本集團當前策略，二線品牌的比重將進一步穩中有降

► 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平和經營效率

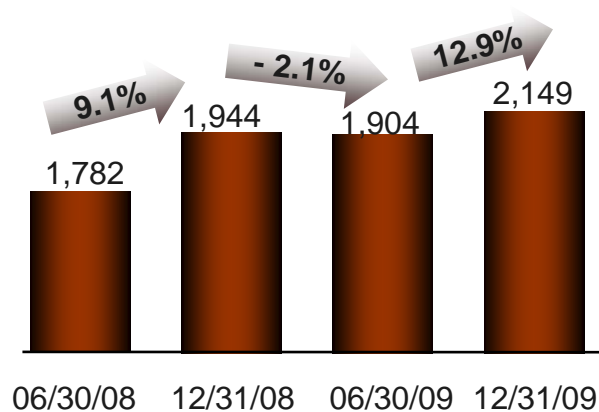


銷售額佔比的變化

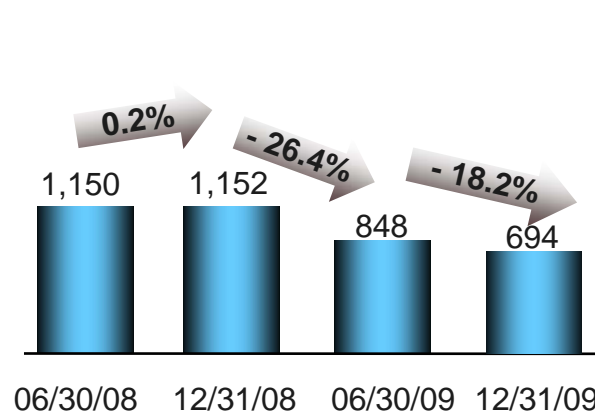


註：除一線、二線品牌外，還有少量其它運動服飾業務

一線運動服飾品牌店鋪數量

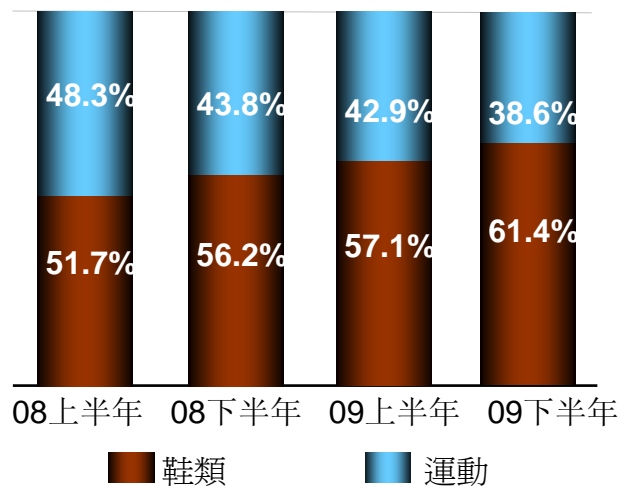


二線運動服飾品牌店鋪數量



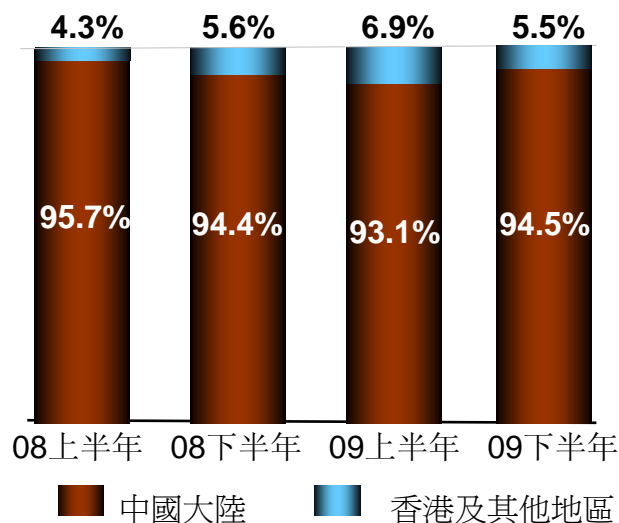
整體業務結構的變化

鞋類與運動服飾業務比重



- 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升階段，業務比重有所回調

大陸以外業務比重

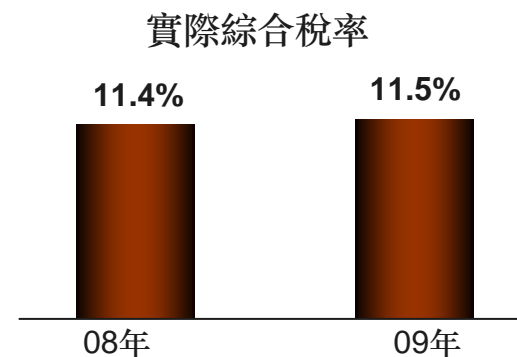


- 在可預見的未來，中國大陸地區仍將是本集團業務拓展和經營的重心，以香港為主的大陸以外地區業務佔集團總體業務的比重預計將逐步下降

企業所得稅率水平

整體稅負水平

- ◆ 2009年有效稅率與上年基本持平
- ◆ 2010－2013年間，如無新的稅收優惠，本集團所得稅稅率將逐年提高



鞋類業務適用稅率

- ◆ 國內鞋類業務主要納稅實體（新百麗）享受所在地所得稅稅率3年減半徵收的優惠待遇：2008～2010
- ◆ 鞋類業務的國內附屬公司（合眾）仍可於2013年之前，享受三年減半繳納企業所得稅的優惠
- ◆ 其他鞋類業務（如：森達）於中國大陸地區的所得稅稅率為25%
- ◆ 香港地區業務的所得稅率預期穩定在16.5%水平

運動業務適用稅率

- ◆ 運動業務整體稅率大體維持接近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%

併購業務的整合

森達

妙麗

美麗寶

品牌

SENDA BASTO

Clarks

MILLIE'S

BCBGIRLS

MIRABELL
A World of Brands

Joy & Peace
Simple and matchy...

CAT

MERRELL M
SEBAGO

進度

- ◆ 森達業務已於08年完成第一階段，即內部研發、生產與銷售網絡的整合
- ◆ 08年底開始第二階段即進行全國零售網絡擴張；迄今進展狀況符合預期，店舖數量已有明顯提高
- ◆ 目前正在順利向第三階段工作過渡，主要是優化店舖模式、提高單店規模、增強盈利能力

- ◆ 妙麗和美麗寶業務的整合，起步略晚於森達，並且其原有經營模式以外包為主、缺乏自主研發與製造能力
- ◆ 2009年主要整合工作是配置研發設計團隊、組建專門生產設施，目前基本處於第一階段末期，已經可以自主研發、設計和生產半數以上的當季產品
- ◆ 計劃從2010年下半年開始，在內部磨合基本完成之後，適當加快妙麗和美麗寶業務各品牌的開店進度

效果

- ◆ 內部整合工作比較順利地如期開展
- ◆ 弱勢的經濟環境下，新併購品牌受到壓力較大，整合效應尚未明顯體現
- ◆ 2009年第四季度以來，銷售表現出現積極的轉機
- ◆ 期望在未來兩到三年內，將新併購業務的各項經營和財務指標提升至接近原有核心品牌的水平

展望

- 本集團對於2010年乃至未來兩三年的業務發展持審慎樂觀的態度

鞋類業務

銷售規模保持穩定、持續增長。驅動力為：

- 原有核心品牌的店舖拓展與同店銷售增長
- 新品牌的店舖擴張與單店銷售提升

盈利能力期望進一步改善。驅動力為：

- 零售環境好轉
- 新併購業務整合效應逐步顯現
- 原有核心品牌繼續提高同店產出

運動服飾業務

調整基本結束，更為進取性的策略：

- 預期總體市場2010年將有補償性增長
- 過去一年多的積極調整，幫助本集團集中了精力與資源
- 未來將保持適度的網點拓展速度，積極佔據有利市場空間

在整體運動服飾市場回暖、店舖結構優化、同店產出提高的基礎上，本集團期望運動服飾業務的盈利能力進一步得到提升

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

二線運動品牌業務

- 優化店舖結構
- 替換低效店舖

妙麗、美麗寶和國際休閒品牌業務

- 盡快完成內部資源與流程整合
- 對自有品牌開始自主研發和製造，改善供應鏈管理模式
- 對代理品牌，依托本集團渠道運作管理能力，大力拓展市場

森達、百思圖業務

- 積極擴展店舖佈點
- 優化貨品結構與店舖模式
- 提高單店產出，改善經營指標

原有核心鞋類業務及一線運動品牌業務

- 優化各項運營指標，穩健拓展店舖網絡，側重於滲透度相對較低的二三線市場
- 控制費用水平，保持盈利能力

投資者關係聯絡

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