



Belle 百麗國際
International

Interim Report 2010 中期業績報告

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

2010上半年業績表現

業務分析與展望

公司介紹

公司概覽

- 1991年成立於中國深圳。
- 於2010年6月底在中國大陸擁有10,315間自營零售店，在港澳地區擁有173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個品牌屬於本集團，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1,095億，於2010年8月23日。
- 股價：港幣12.98元，於2010年8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



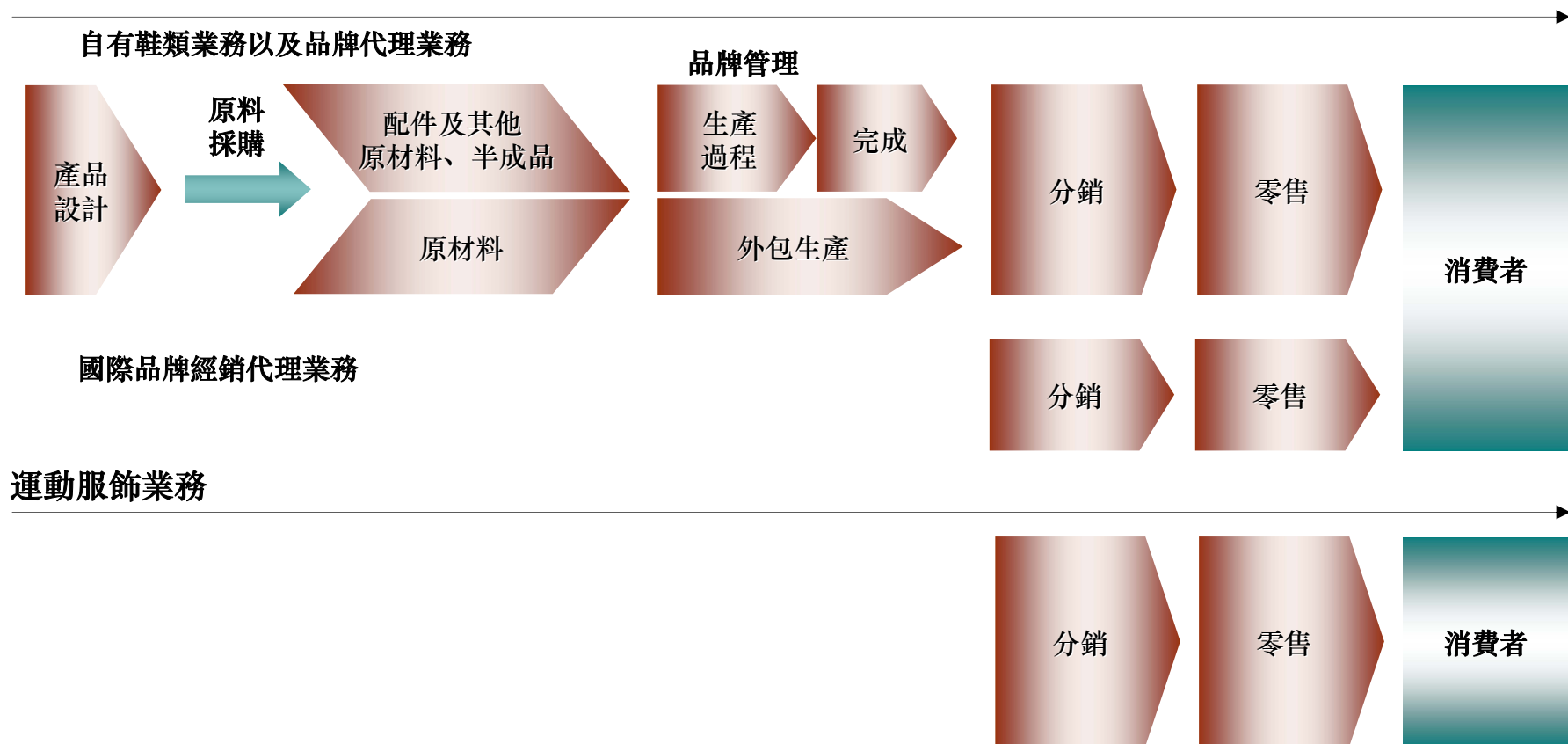
運動服飾



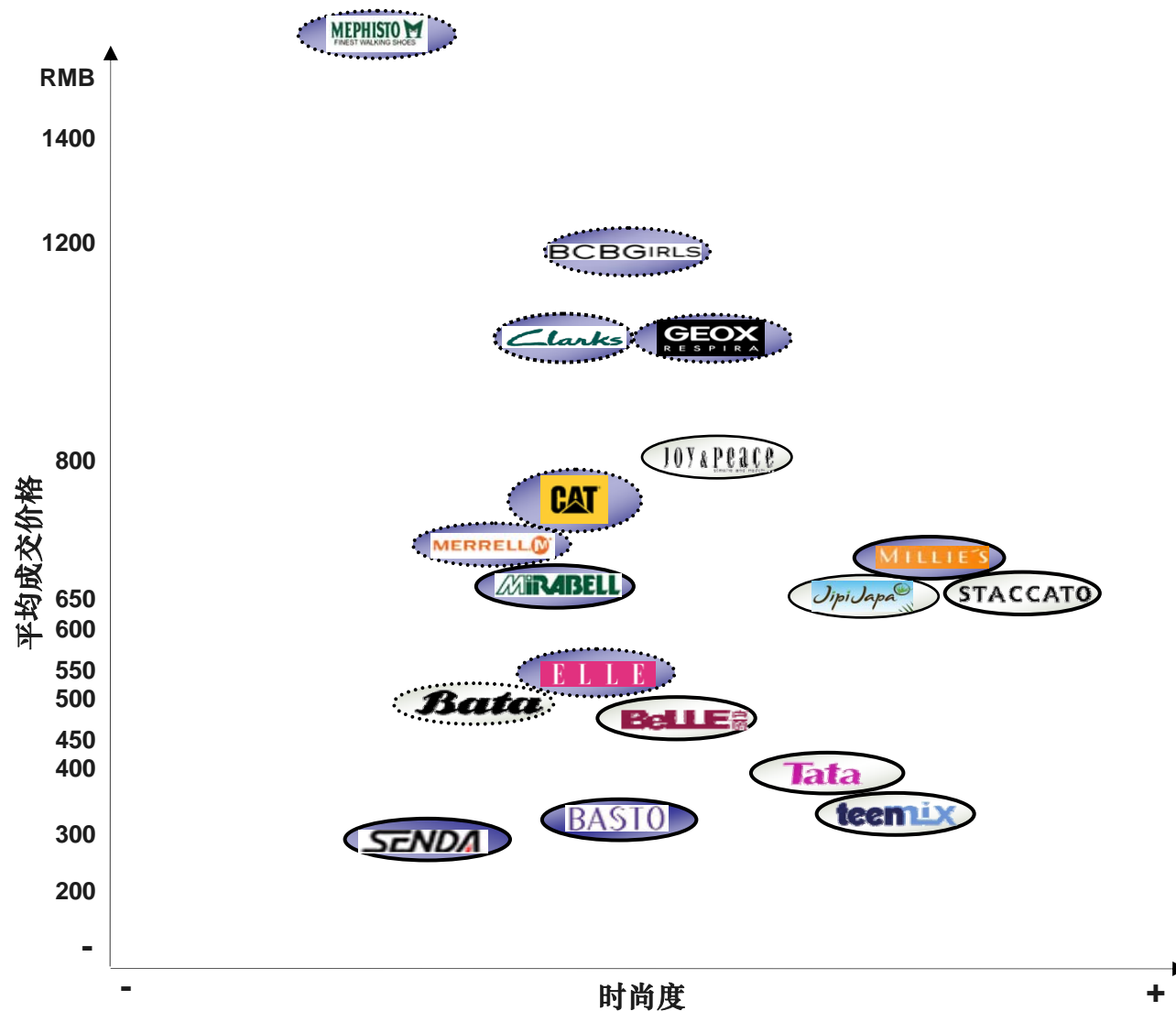
鞋類業務縱向一體化的業務模式

- 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



備註：
 藍色橢圓中的品牌為上市以後新增品牌
 實線橢圓中的品牌為自有品牌
 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

2010上半年業績表現

業務分析與展望

2010上半年業績概覽

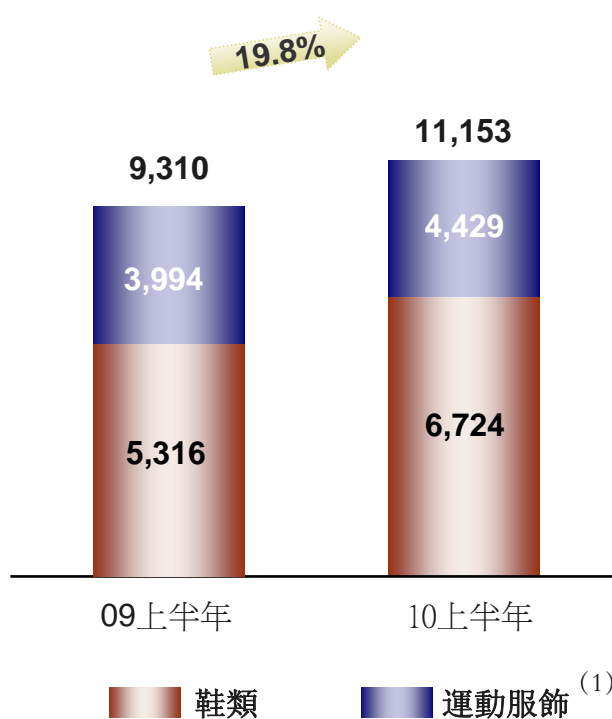
		截至6月30日止六個月		變化
		2010	2009	
收入	人民幣百萬	11,152.5	9,309.9	19.8%
毛利	人民幣百萬	6,196.0	4,878.0	27.0%
毛利率	%	55.6	52.4	+3.2pt
經營溢利	人民幣百萬	1,828.4	1,265.2	44.5%
經營溢利率	%	16.4	13.6	+2.8pt
未包括其他收入之經營溢利 ⁽¹⁾	人民幣百萬	1,810.1	1,253.2	44.4%
未包括其他收入之經營溢利率	%	16.2	13.5	+2.7pt
權益持有人應佔溢利	人民幣百萬	1,555.6	1,135.8	37.0%
權益持有人應佔溢利率	%	13.9	12.2	+1.7pt
每股盈利	人民幣分	18.44	13.47	36.9%

(1) 其他收入主要包括政府補貼及租金收入。

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

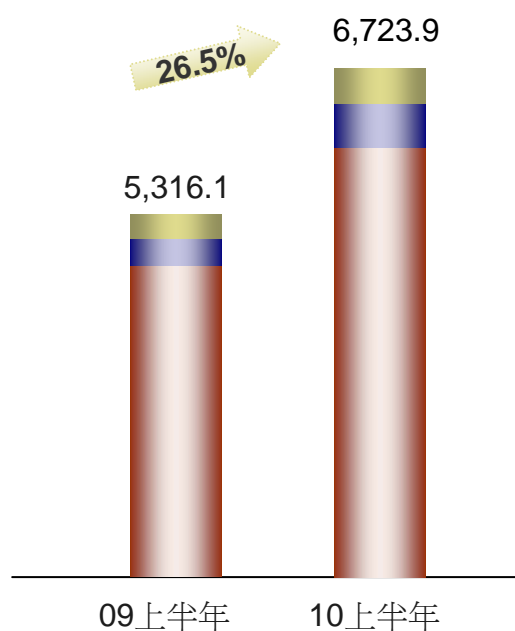
按集團業務收入劃分

(人民幣百萬)	2010年上半年		2009年上半年		% 變化
	收入	% 佔收入	收入	% 佔收入	
鞋類	6,724	60.3%	5,316	57.1%	26.5%
運動服飾	4,429	39.7%	3,994	42.9%	10.9%
總計	11,153	100.0%	9,310	100.0%	19.8%

鞋類業務收入增長分析

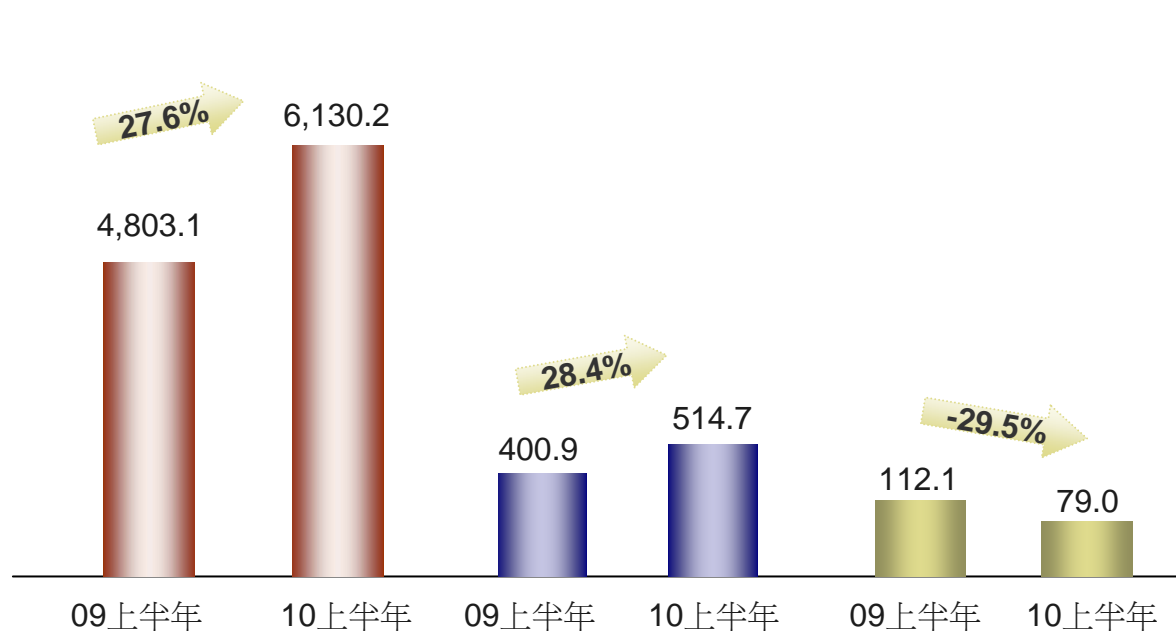
鞋類業務－總收入

(人民幣百萬)



鞋類業務－分類收入

(人民幣百萬)

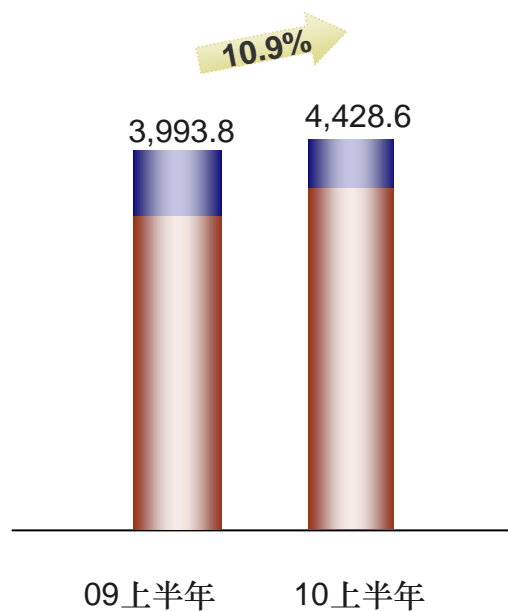


■ 自有品牌
 ■ 代理品牌
 ■ OEM

運動業務收入增長分析

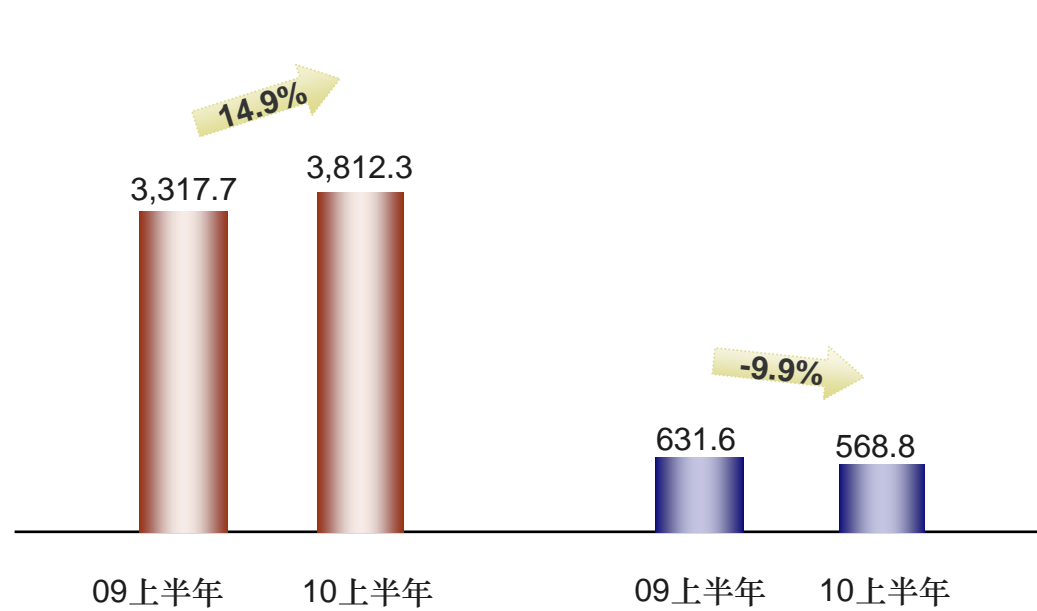
運動業務－總收入

(人民幣百萬)



運動業務－分類收入⁽³⁾

(人民幣百萬)



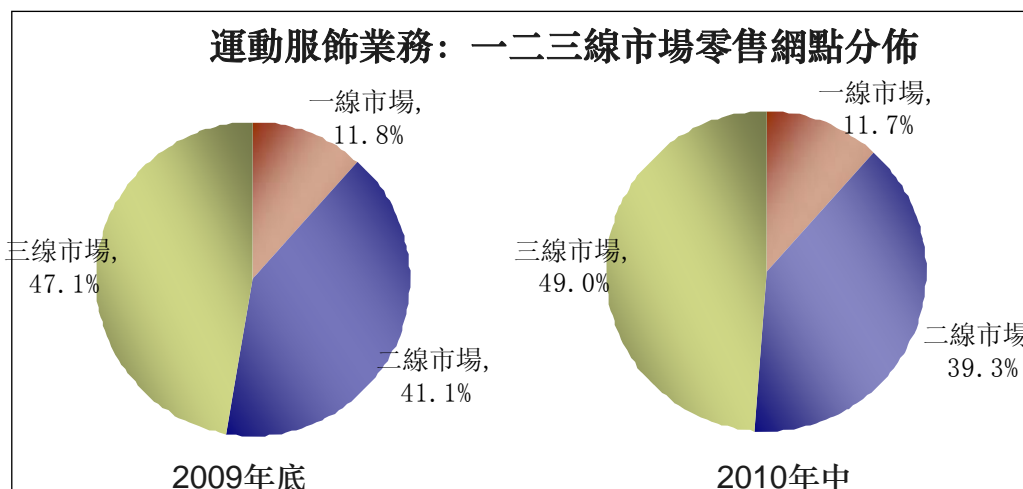
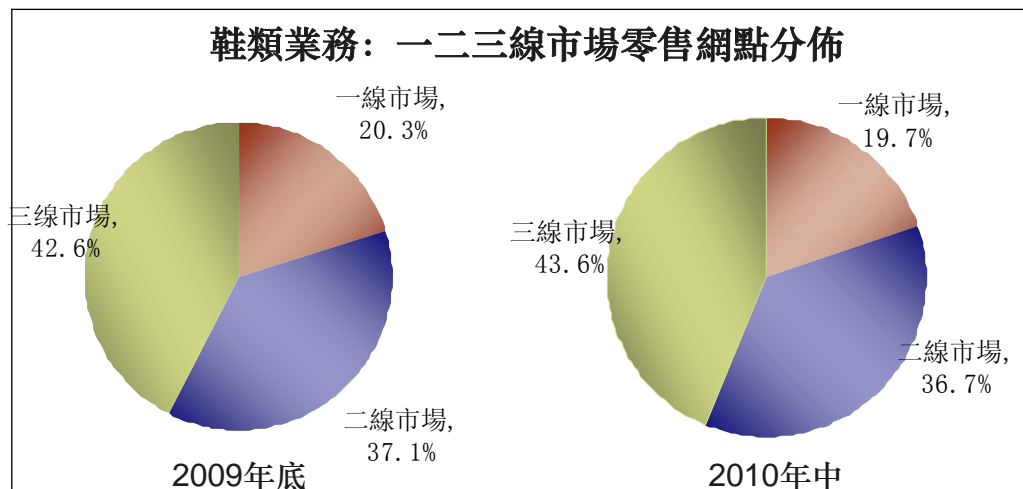
■ 一線運動服飾品牌⁽¹⁾
■ 二線運動服飾品牌⁽²⁾

(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, Mizuno及LiNing等

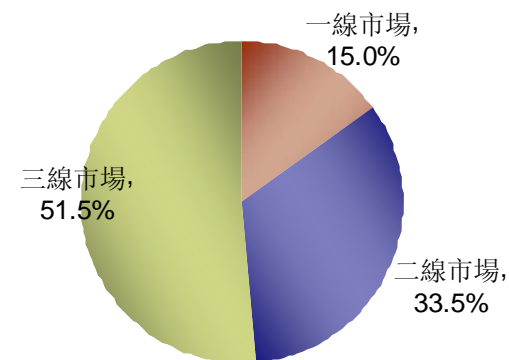
(3) 不包括其他運動服飾業務

中國大陸一二三線市場拓展狀況與策略



- ◆ 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

原有核心鞋類業務：10年新開店市場分佈



定義：

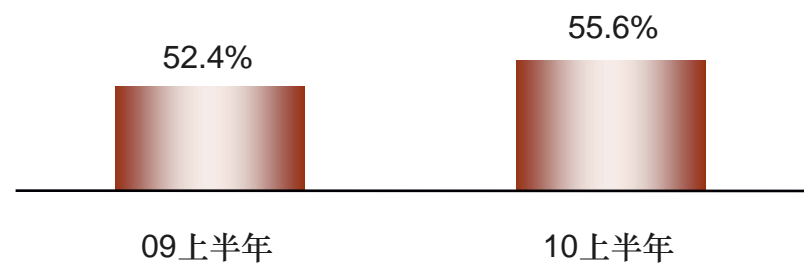
一線市場為：北京、上海、廣州、深圳

二線市場為：除北京、上海、廣州以外的省會城市

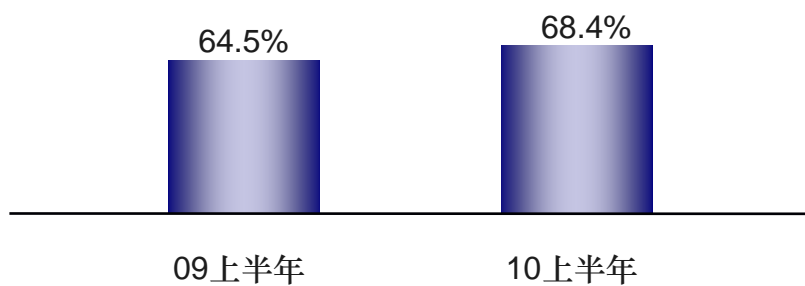
三線市場為：除一線和二線以外的市場

毛利率

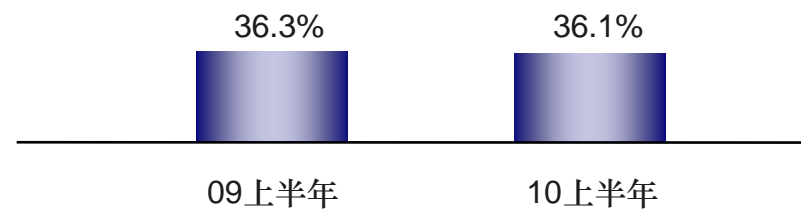
總毛利率



鞋類業務毛利率

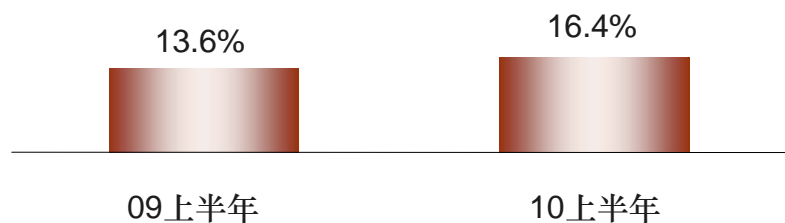


運動業務毛利率

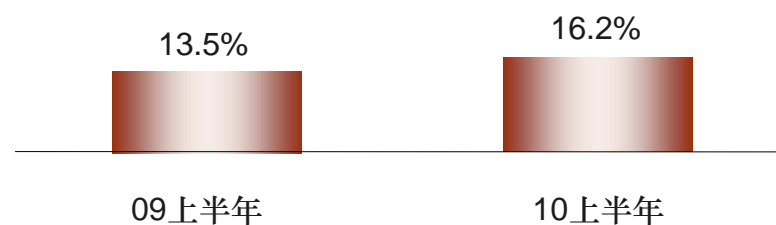


經營溢利率

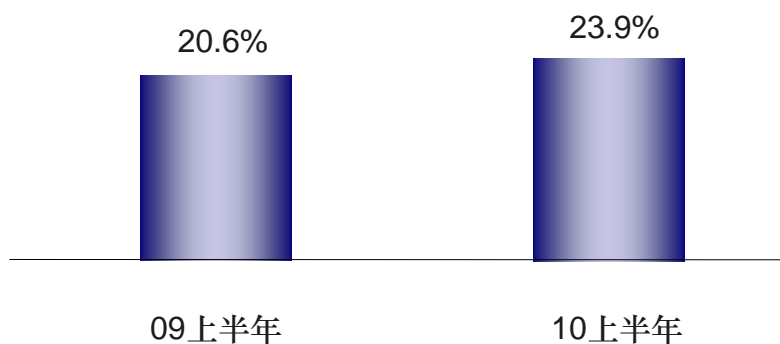
經營溢利率



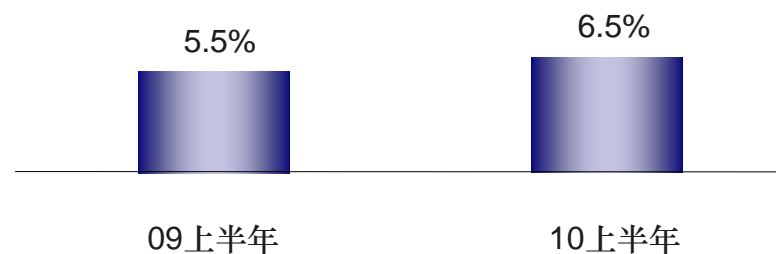
未包括其他收入之經營溢利率⁽¹⁾



分部業績之利潤率 - 鞋類



分部業績之利潤率 - 運動服飾

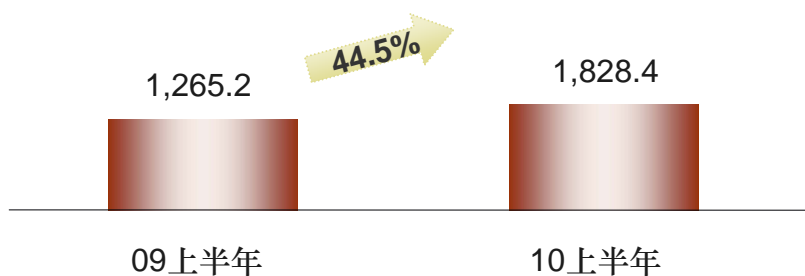


(1) 其他收入主要包括政府補貼及租金收入。

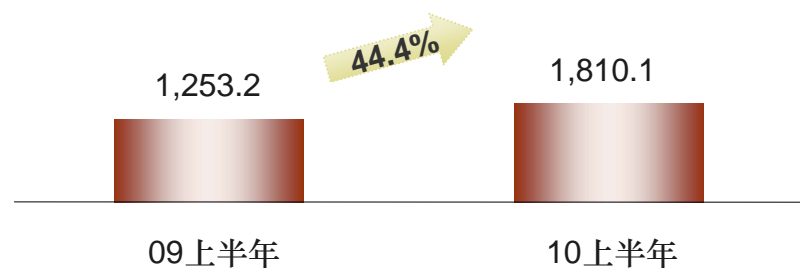
經營溢利與權益持有人應佔溢利

經營溢利

(人民幣百萬)

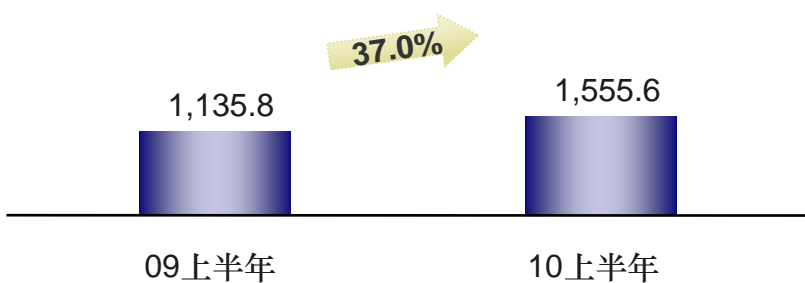


未包括其他收入之經營溢利

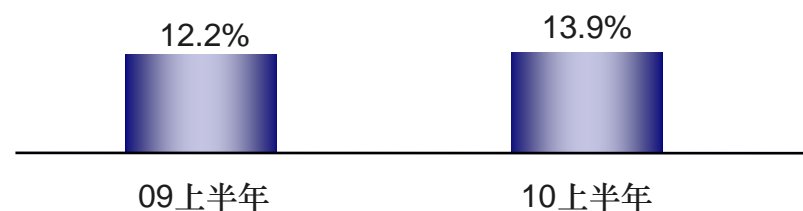


權益持有人應佔溢利

(人民幣百萬)



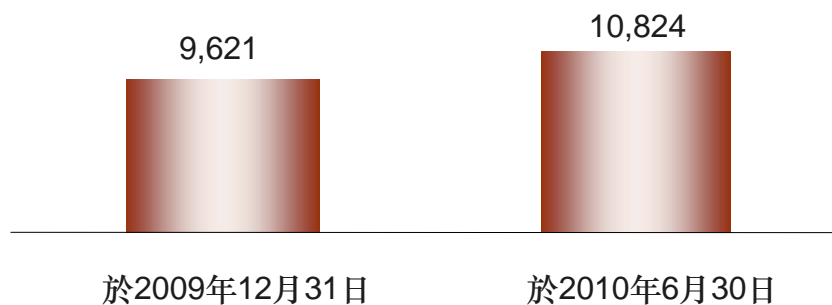
權益持有人應佔溢利率



營運資本

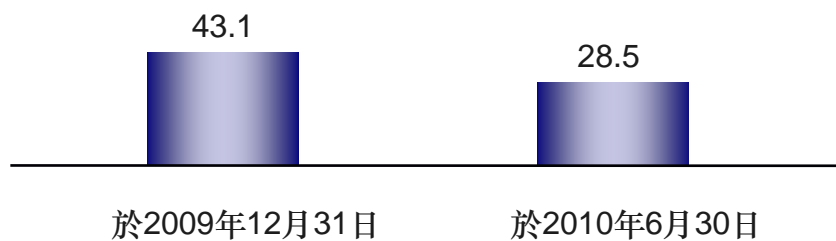
淨營運資金

(人民幣百萬)



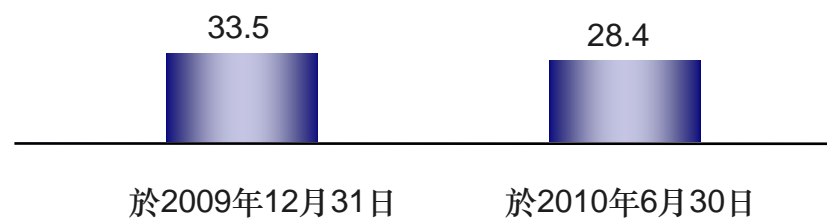
應付賬款周轉天數

(天數)



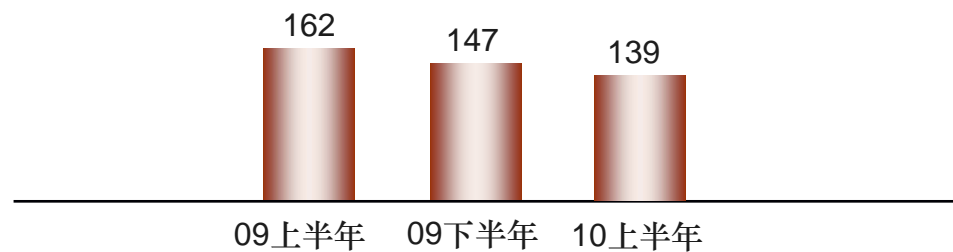
應收賬款周轉天數

(天數)

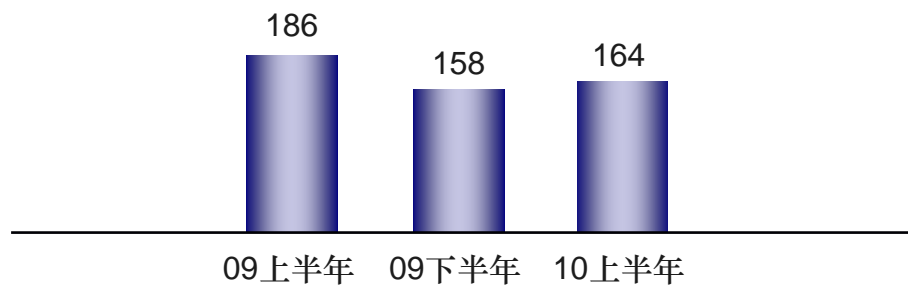


存貨週轉

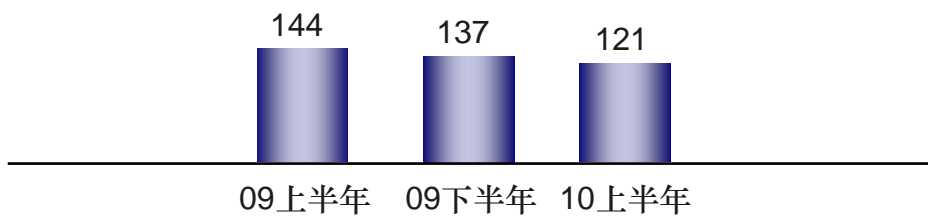
平均存貨周轉天數－綜合⁽¹⁾



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	2010上半年	2009上半年	變化	較收入增長 之比例
收入	11,152.5	9,309.9	19.8%	
銷售及分銷開支	3,584.0	2,924.8	22.5%	>1 (1)
佔銷比%	32.1	31.4	+0.7pt	
經營租賃租金（主要包括商場特許銷售費）	2,525.0	1,996.5	26.5%	>1 (1)
佔銷比%	22.6	21.4	+1.2pt	
一般及行政開支	801.8	699.9	14.6%	<1
佔銷比%	7.2	7.5	-0.3pt	
員工成本（包括董事酬金）	1,335.0	1,126.0	18.6%	<1
佔銷比%	12.0	12.1	-0.1pt	
存貨 *	3,719.8	3,915.9	-5.0%	<0
應收貿易賬款 *	1,734.0	1,760.5	-1.5%	<0

(1) 銷售及分銷開支的增長高於收入增長，主要是由於經營租賃租金（主要包括商場特許銷售費）的較快增長：一方面是由於鞋類業務佔比提高，而鞋類店舖的商場特許銷售費率一般高於運動服飾店舖；另一方面也和今年上半年假期較晚有利於促銷以及相應促銷方式有關。

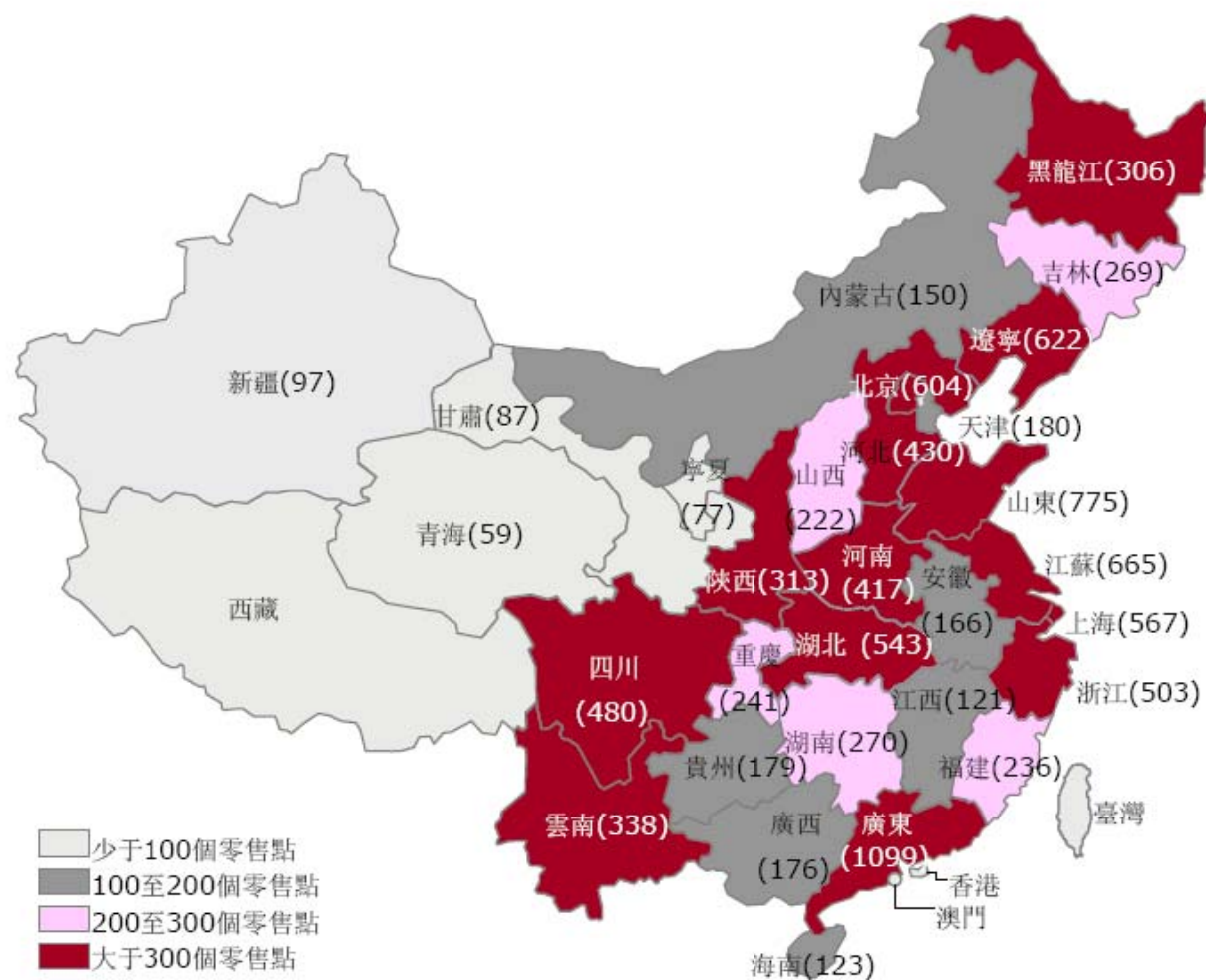
*資產負債表數據分別為2010年6月30日和2009年12月31日的時點數據

應付票據與淨現金

單位：人民幣百萬	2010年6月30日	2009年12月31日	變化
應付票據	0	1,115	-1,115
銀行結構存款	3,386	1,790	+1,596
超過三個月的定期存款	1,251	2,312	-1,061
現金及現金等價物	1,559	1,691	-132
現金及存款合計	6,196	5,793	+403
淨現金	6,196	4,678	+1,518

中國大陸自營零售店舖的分佈

於2010年6月30日在中國大陸擁有直接控制及管理的零售點達到 10,315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2010年6月30日）

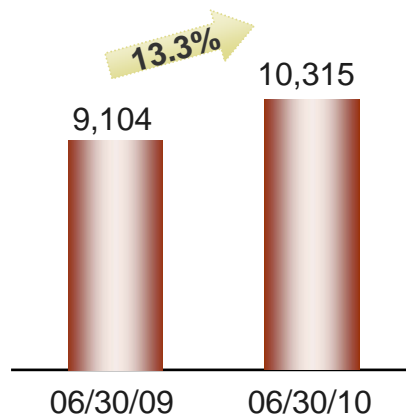
地區	鞋類			運動服飾				總計
	自有品牌	代理品牌	合計	一線品牌	二線品牌	服飾	合計	
華東	1,196	212	1,408	440	53	-	493	1,901
華北	1,058	107	1,165	314	89	18	421	1,586
華南	1,001	71	1,072	286	78	-	364	1,436
東北	676	62	738	332	127	-	459	1,197
山東及河南	599	26	625	388	179	-	567	1,192
華中	513	43	556	184	73	-	257	813
西南	469	28	497	210	14	-	224	721
西北	445	43	488	114	31	-	145	633
雲南及貴州	284	19	303	129	85	-	214	517
廣州	302	17	319	-	-	-	-	319
總計	6,543	628	7,171	2,397	729	18	3,144	10,315

備註：

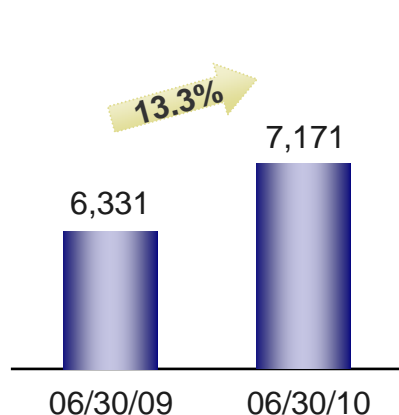
1. 該表格所示零售店數量僅指中國大陸零售店，另外，於2010年6月30日，在香港及澳門擁有多個品牌總計173家零售店
2. 運動服飾一線品牌包括Nike和Adidas；運動服飾二線品牌包括：Kappa, PUMA, Converse, Reebok, Mizuno及LiNing等

中國大陸店舖數量增長對比

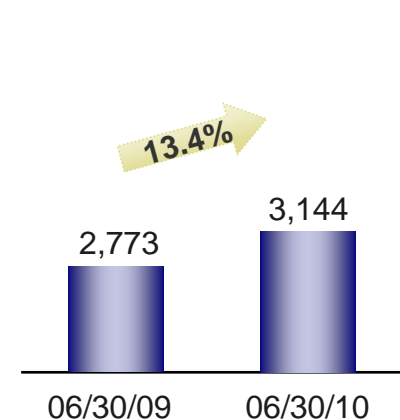
總體增長



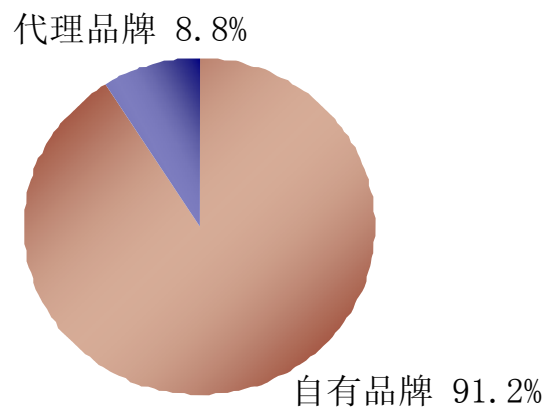
鞋類店舖增長



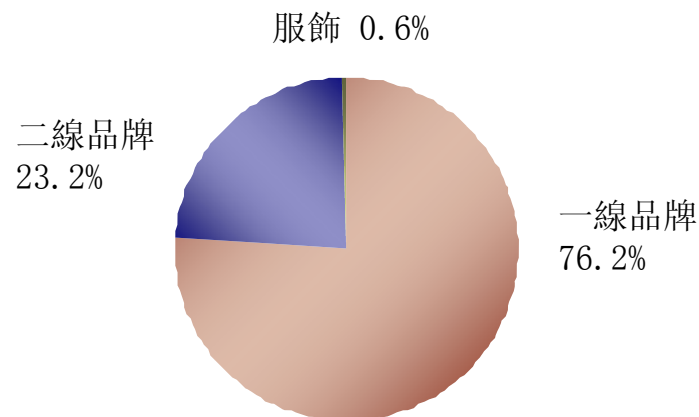
運動店舖增長



鞋類店數分析 (1)



運動店數分析 (1)



(1) 總店數於2010年6月30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		101.1	83.5	0	184.6
物業		0	0	0	0
工廠		122.1	0	0	122.1
無形資產		0.8	0	0	0.8
其他*		7.3	8.2	1.6	17.1
總計		231.3	91.7	1.6	324.6

* 其他包括物流、辦公設備及後勤辦公支持。

議程

公司介紹

2010上半年業績表現

業務分析與展望

宏觀經濟環境

宏觀市場顯著恢復

- 刺激政策之效用充分發揮，GDP增長高達雙位數
- 消費品市場需求旺盛

經濟增速適度放緩

- 部分刺激政策退出，針對個別行業出台調控措施
- 消費者信心及消費需求預期會受影響

- 短期的經濟周期波動，並不能改變中國經濟長期保持較快增長的趨勢
- 鞋履與運動服飾產品的消費零售市場，滲透率依然很低，未來發展空間很大
- 經濟增速放緩期間，本公司零售業務並未受到明顯衝擊，仍然保持了較強的增長勢頭

鞋類業務回顧

在良好的市場氛圍中，上半年鞋類業務的銷售規模和同店增長高於去年全年的水平，也好於我們此前的期望

銷售增長強勁

上半年良好的業績體現了本集團快速的市場反應、高效的供應鏈管理及有力的終端執行。主要得益於：

第一，宏觀環境與零售市場較強；

第二，2009年“打好基礎面向未來”的調整策略收到良好效果。

盈利水平提升

毛利率和分部業績利潤率與去年同期相比都有明顯上升：

第一，零售單價隨市場水平提升，而成本上升略有滯後；

第二，假期較晚有利於促銷活動，以及特定的促銷方式，都有利於提升毛利；

第三，消費需求強勁，同店增長較高，攤薄了固定費用。

鞋類業務回顧

原有核心品牌

- 原有核心品牌在不斷挖掘同店銷售潛力的同時，保持了穩妥進取的拓展速度
- 以百麗品牌為代表的成熟品牌，繼續積極拓展中小城市新市場，新開店舖有一半以上分佈在三線及以下市場，未來拓展潛力不可限量
- 本集團將在貨品組合、組織架構、人力資源以及激勵機制上作好相應配合，積極支持品牌組合中的相應品牌拓展低層級市場

新併購品牌

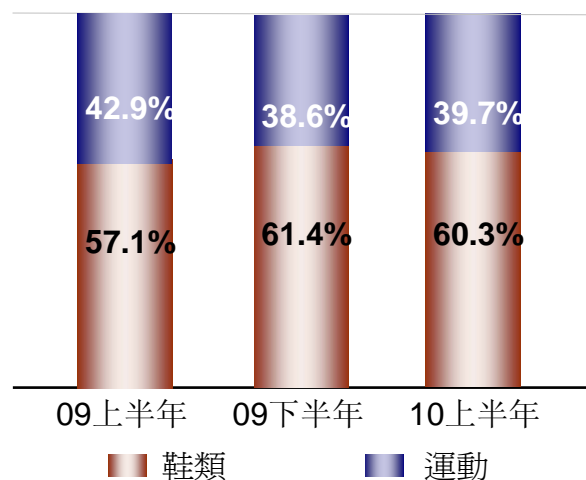
- 上半年出現明顯好轉，不僅同店銷售增長和整體銷售規模增長超過平均水平，利潤率也有較為明顯的提升
- 經過一段時間的內部流程整合，加上店舖網絡拓展帶來的規模效應，再配合比較理想的市場環境，新併購品牌，特別是其中的森達、百思圖，目前已經進入了比較良性的發展時期

香港地區業務

- 在保持較強增長動力的基礎上，持續改善盈利能力
- 本集團在香港地區的零售業務，不僅可以繼續提供一定的銷售與利潤貢獻，更為重要的是作為一個零售管理經驗與品牌運作理念的培訓和輸出基地

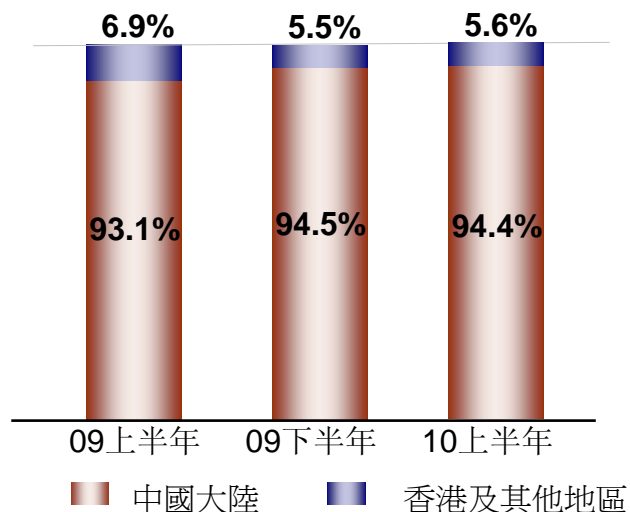
整體業務結構的變化

鞋類與運動服飾業務比重



- 運動服飾業務在結束了09年的結構調整後，今年上半年有恢復性的增長
- 鞋類業務作為本集團的核心業務，其收入佔比預期會穩中有升

大陸以外業務比重

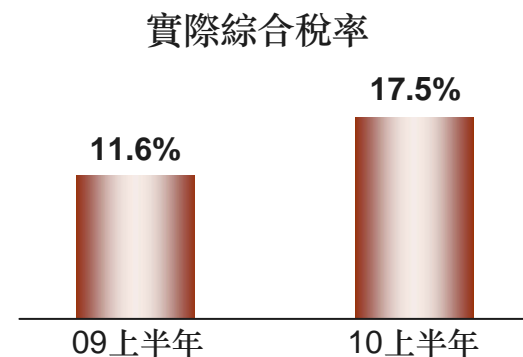


- 在可預見的未來，中國大陸地區仍將是本集團業務拓展和經營的重心，以香港為主的大陸以外地區業務佔集團總體業務的比重預計將逐步下降

企業所得稅率水平

整體稅負水平

- ◆ 2010年上半年有效稅率為17.5%，較去年同期上升5.9個百分點
- ◆ 2011–2013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

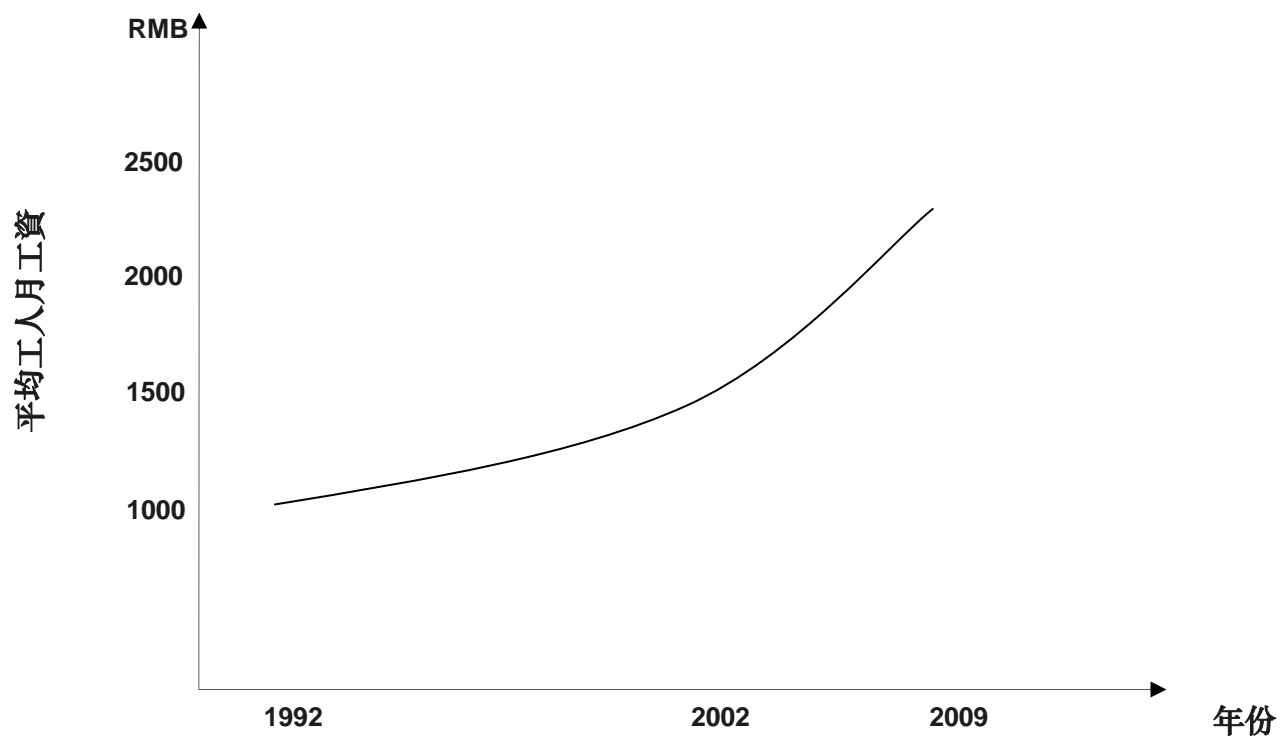
- ◆ 國內鞋類業務主要納稅實體（新百麗）享受所在地所得稅稅率3年減半徵收的優惠待遇：2008~2010
- ◆ 鞋類業務的國內附屬公司（合眾）於2010–2012年，享受三年減半繳納企業所得稅的優惠
- ◆ 其他鞋類業務（如：森達）於中國大陸地區的所得稅稅率為25%
- ◆ 香港地區業務的所得稅率預期穩定在16.5%水平

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2010年22%，2011年24%，2012年以後25%

勞動力成本上升的影響

本集團在珠三角工廠的工人工資水平，近年呈現加速上升的態勢

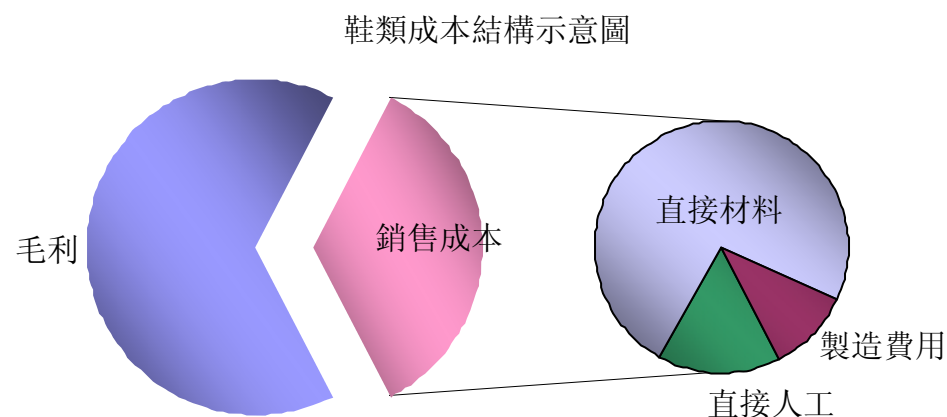


未來幾年預計將會保持較快速的上升

勞動力成本上升的影響

短期對本集團利潤率影響不大

- ◆ 大部分僱員在零售環節，分佈在全國各地，壓力相對不大
- ◆ 直接人工佔鞋類產品生產成本的比重不大



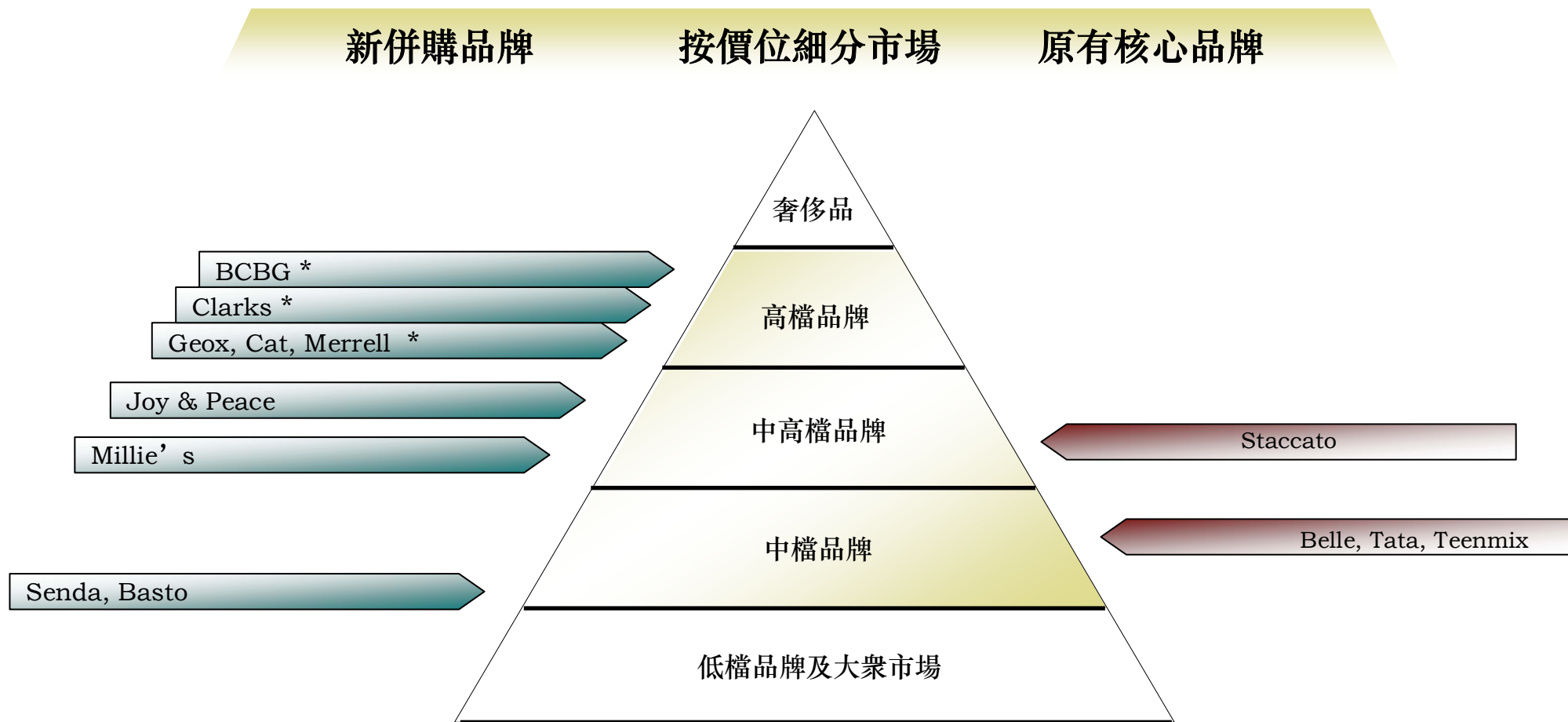
應對措施

- ◆ 及時提高工人工資待遇，保持了有市場競爭力的薪酬水平，並未出現因人手短缺導致的供應鏈紊亂的現象
- ◆ 部分產能轉移到內陸地區，是本集團保持長期競爭力戰略佈局的一部分

積極效應

- ◆ 收入分配格局的改變、中產階層的逐步擴充，將為本集團提供更加堅實的消費者群體

新併購業務的佈局回顧



◆ 其他細分方式：男鞋、女鞋；時裝鞋、休閒鞋；等等

* 由併購業務帶來的新增代理品牌

新併購業務的發展狀況

中檔偏低品牌

中高檔時尚品牌

高檔休閒品牌

品 牌

SENDA

BASTO

Joy & Peace
simple and match...

MILLIE'S

MERRELL
A World of Brands

Clarks

CAT

MERRELL.M

進 展

- 繼續保持較快的網點擴張速度
- 單店產出提升
- 在銷售規模較快增長的同時實現了利潤率的提升

- 在參照原有核心品牌模式的基礎上，基本實現了以自主研發、本廠生產為主；以外部研發與採購為補充的模式
- 補貨比例加大，供應鏈靈活度提高，存銷比顯著降低，貨品組合良性化，利潤水平提升，費用率有所下降

- 今年上半年取得可喜的進展，銷售規模增長超過鞋類業務整體增速，利潤率也有明顯改善
- 瓶頸仍然比較明顯：店舖網點較少，知名度不高，顧客群體不寬；貨品豐富度不高，單店產出偏低

下 一 步 工 作

- 繼續做好產品研發和日常銷售營運管理，繼續提高單店效率
- 根據其適宜的目標市場，差異化地配備運營團隊、管理機制與市場推廣策略，繼續加大網點拓展力度

- 針對中高端自有品牌，更多地引入品牌統籌運營與管理的理念，由經驗豐富的品牌事業部團隊進行指導，在細節上做好銷售營運管理，推動品牌建設，提升單店產出及盈利能力

- 主動加大投入，拓展店舖網絡，通過實體渠道吸引和培育潛在客戶群
- 進一步配備專門人才，加強市場營銷推廣，不斷培養品牌認知度和美譽度

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

- 進一步提升現有門店的經營效率
- 積累營運經驗，保持適度的介入

妙麗、美麗寶和國際休閒品牌業務

- 更多地引入品牌統籌運營與管理的理念
- 對自有品牌加大自主研發和製造比例，持續改善供應鏈管理
- 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

- 繼續擴展店鋪佈點
- 優化貨品結構與店鋪模式
- 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，穩健拓展店鋪網絡，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