

# Belle International Holdings Limited

2010年度業績報告

2011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12月底在中國大陸擁有11,967間自營零售店，在港澳地區擁有172間自營零售店。
- 2010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、他她(並列第二)，思加圖(第六)，百思圖(第七)，森達(第九)；男裝皮鞋排名中，森達居第一位。<sup>(1)</sup>
- 市值：港幣1,189億，於2011年3月22日。
- 股價：港幣14.10元，於2011年3月22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



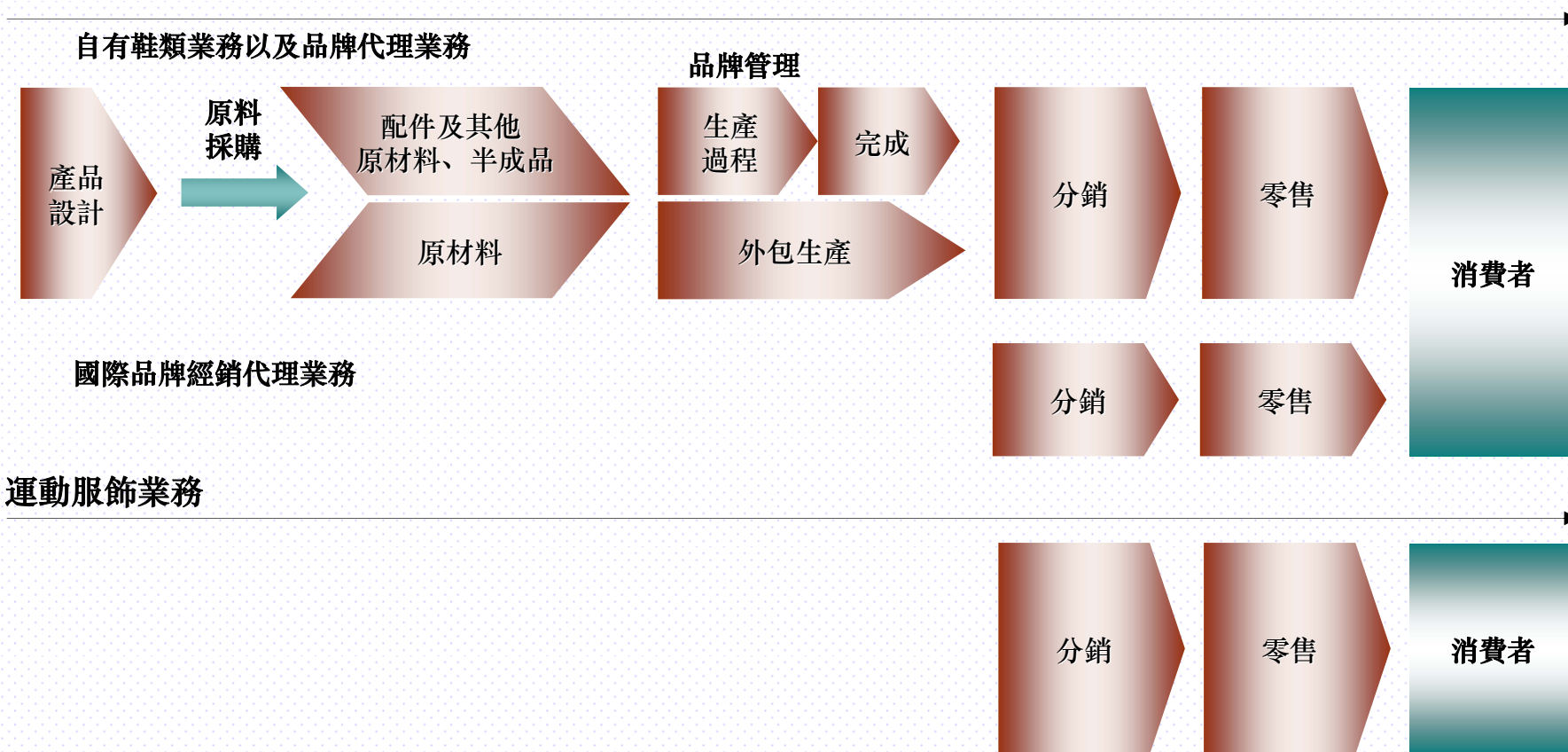
### 運動服飾



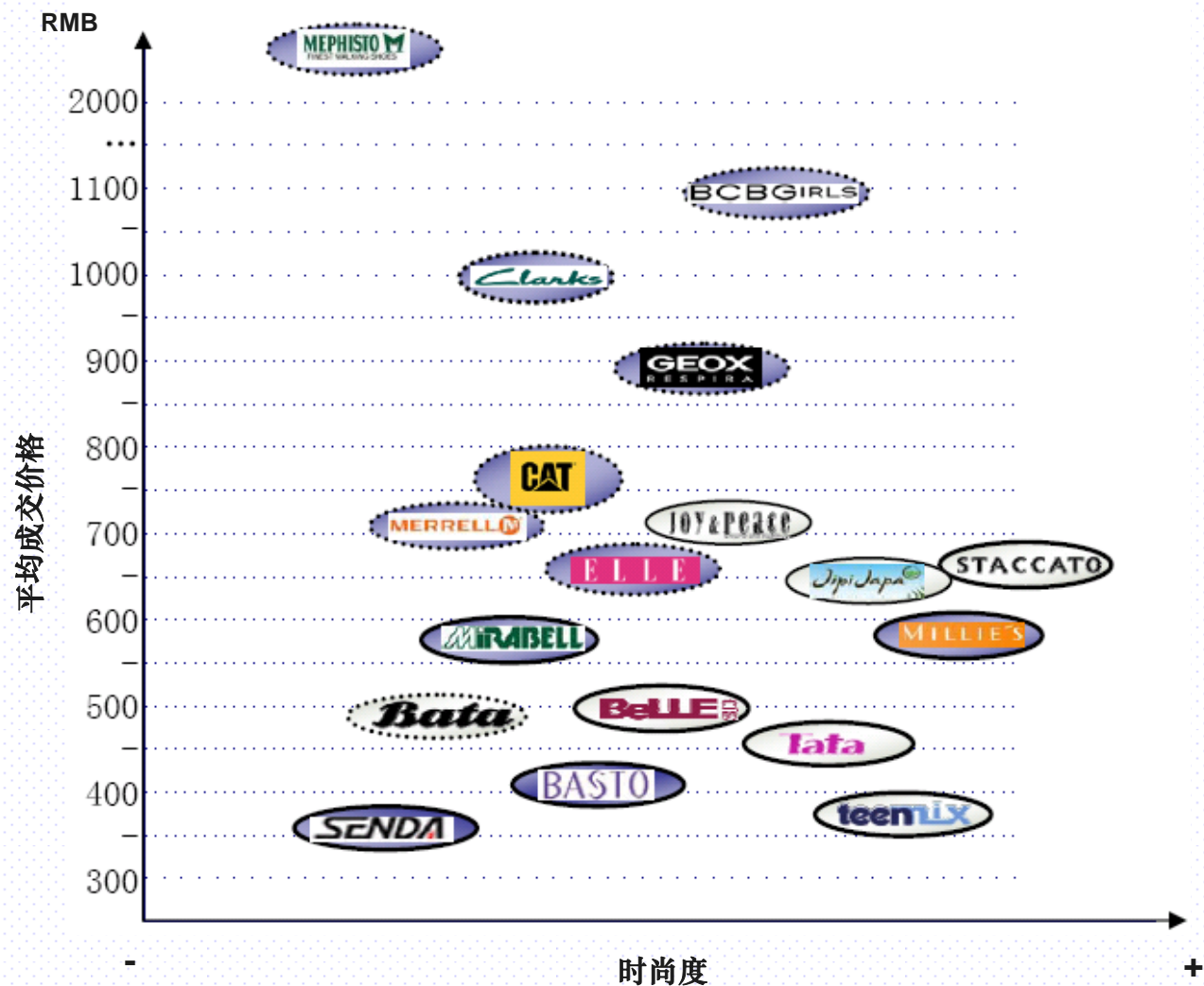
# 鞋類業務縱向一體化的業務模式

- 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。全國性零售平臺亦有利於引入新品牌和新業務。

## 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需求。

## 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年業績表現**

業務分析與展望

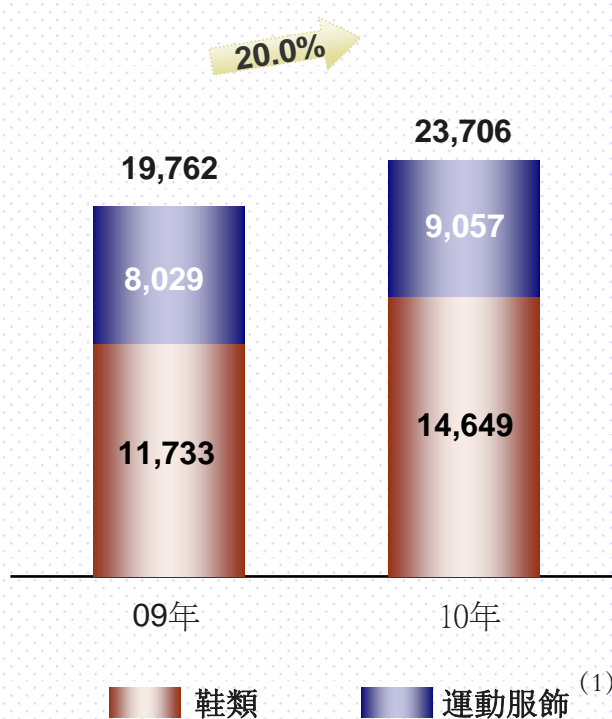
## 2010年業績概覽

		截至12月31日止全年		變化
		2010	2009	
收入	人民幣百萬	23,705.9	19,761.6	20.0%
毛利	人民幣百萬	13,208.4	10,541.6	25.3%
毛利率	%	55.7	53.3	+2.4pt
經營溢利	人民幣百萬	3,962.5	2,824.2	40.3%
經營溢利率	%	16.7	14.3	+2.4pt
未包括其他收入及其他收益／虧損之經營溢利	人民幣百萬	3,902.7	2,818.9	38.4%
未包括其他收入及其他收益／虧損之經營溢利率	%	16.5	14.3	+2.2pt
權益持有人應佔溢利	人民幣百萬	3,424.5	2,533.5	35.2%
權益持有人應佔溢利率	%	14.4	12.8	+1.6pt
每股盈利	人民幣分	40.60	30.04	35.2%

# 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

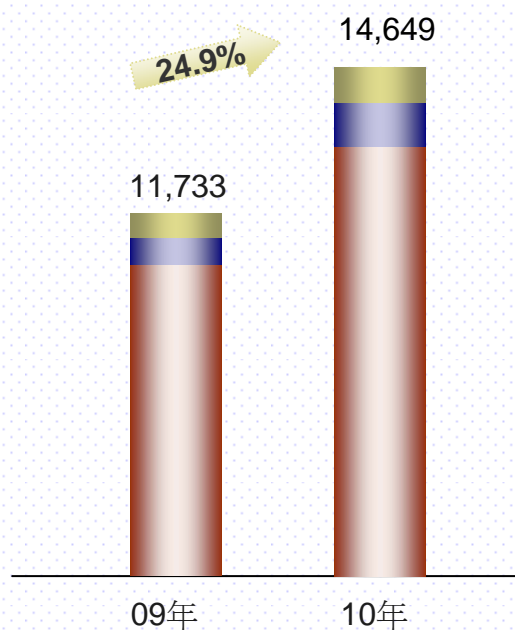
## 按集團業務收入劃分

(人民幣百萬)	2010年		2009年		% 變化
	收入	% 佔收入	收入	% 佔收入	
鞋類	14,649	61.8%	11,733	59.4%	24.9%
運動服飾	9,057	38.2%	8,029	40.6%	12.8%
總計	23,706	100.0%	19,762	100.0%	20.0%

# 鞋類業務收入增長分析

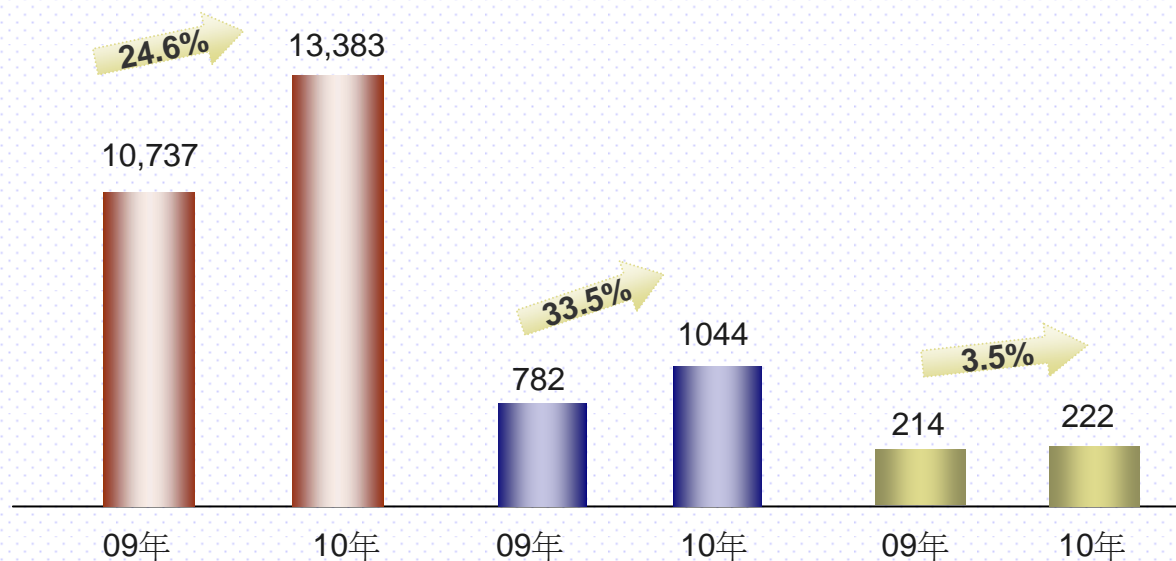
## 鞋類業務－總收入

(人民幣百萬)



## 鞋類業務－分類收入

(人民幣百萬)

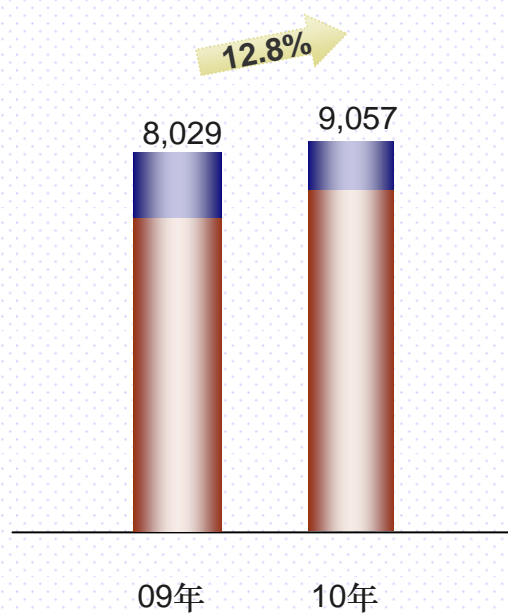


自有品牌
  代理品牌
  OEM

# 運動業務收入增長分析

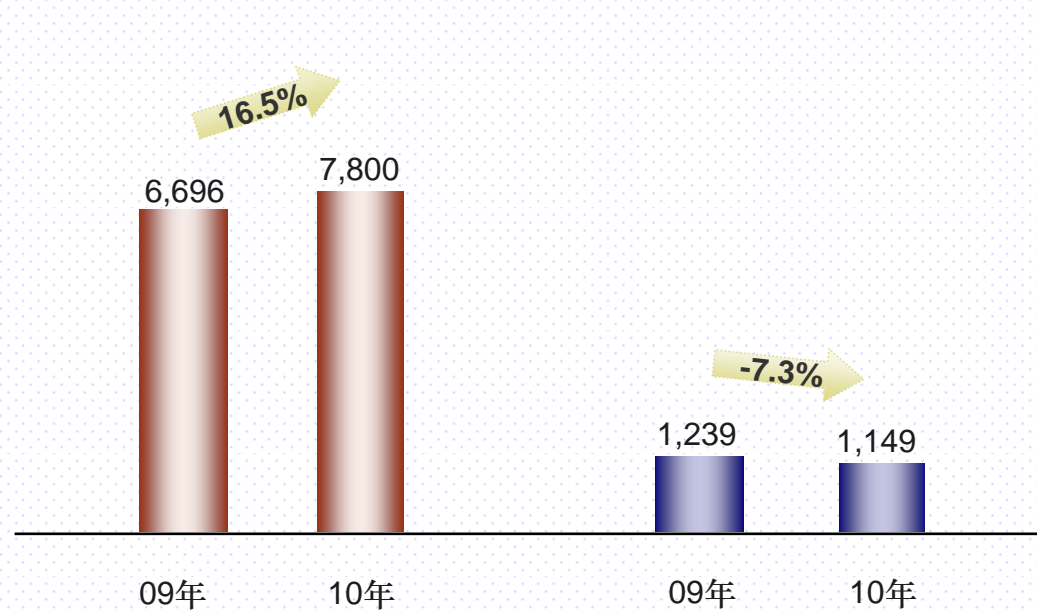
## 運動業務－總收入

(人民幣百萬)



## 運動業務－分類收入<sup>(3)</sup>

(人民幣百萬)



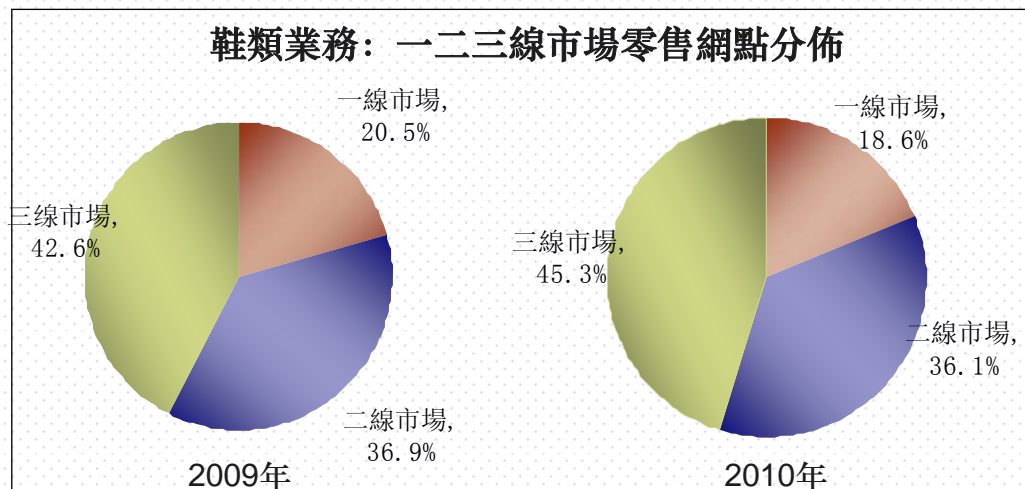
■ 一線運動服飾品牌<sup>(1)</sup>
■ 二線運動服飾品牌<sup>(2)</sup>

(1) 一線運動服飾品牌包括Nike和Adidas

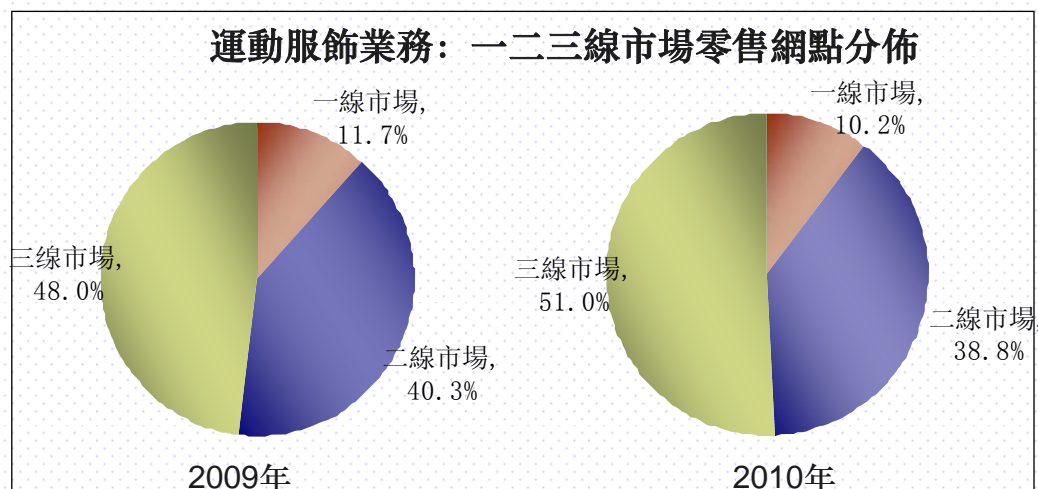
(2) 二線運動服飾品牌指Kappa, PUMA, Converse, Reebok, Mizuno及LiNing等

(3) 不包括其他運動服飾業務

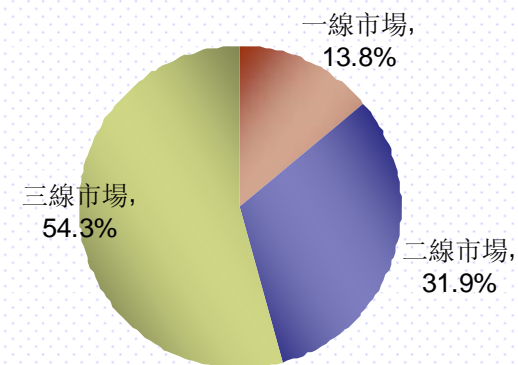
# 中國大陸一二三線市場拓展狀況與策略



- ◆ 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：

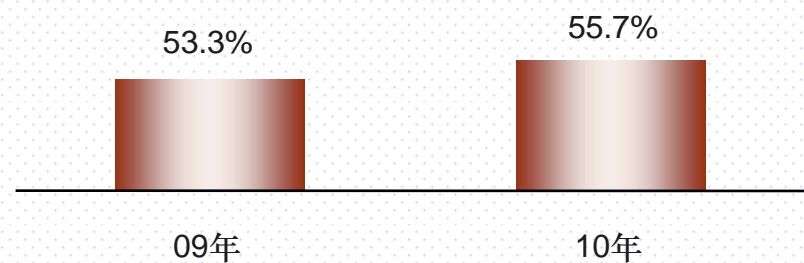
一線市場為：北京、上海、廣州、深圳

二線市場為：除北京、上海、廣州以外的省會城市

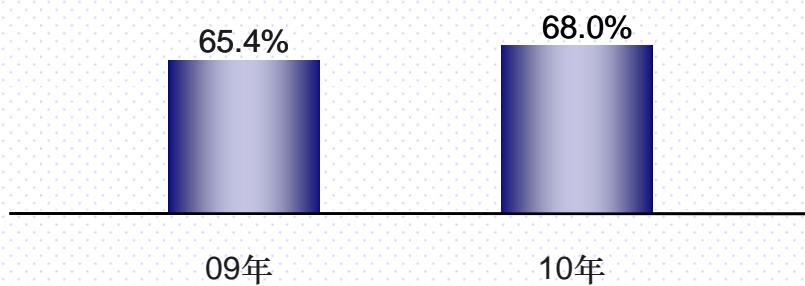
三線市場為：除一線和二線以外的市場

# 毛利率

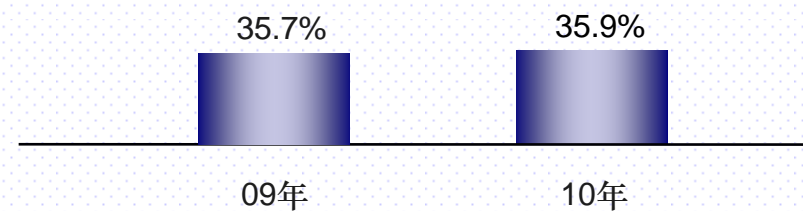
## 總毛利率



## 鞋類業務毛利率

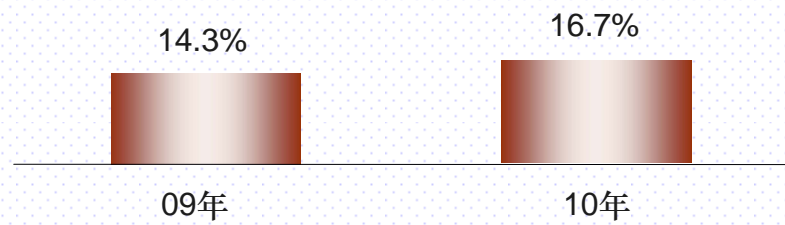


## 運動業務毛利率

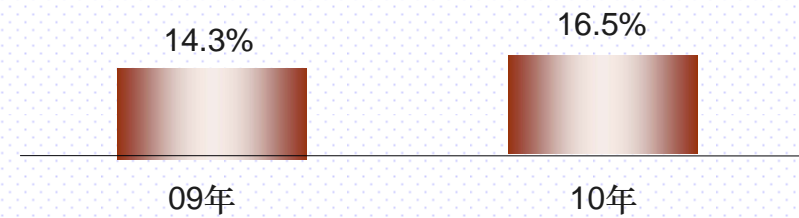


# 經營溢利率

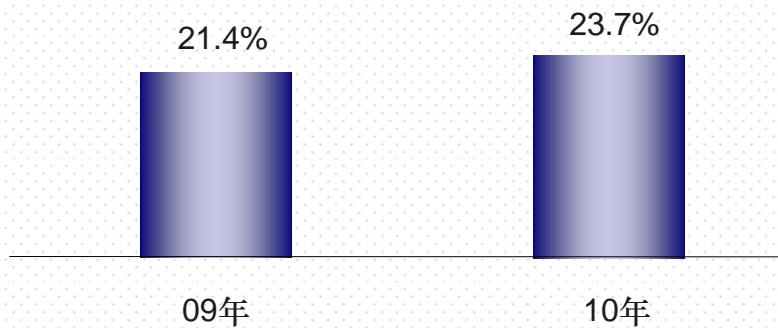
## 經營溢利率



## 未包括其他收入及其他收益／虧損之經營溢利率



## 分部業績之利潤率 - 鞋類



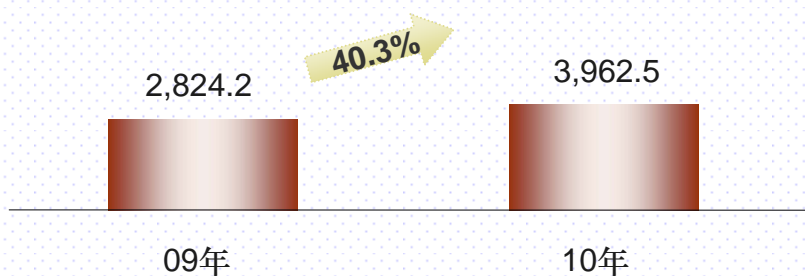
## 分部業績之利潤率 - 運動服飾



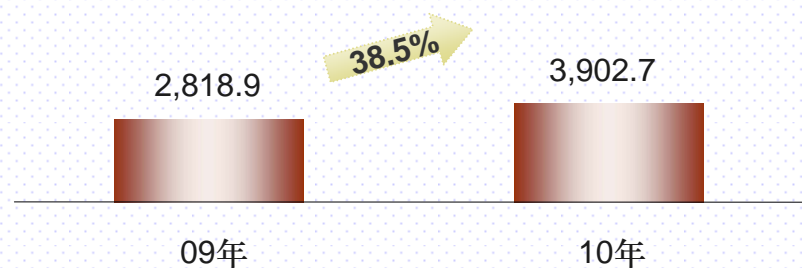
# 經營溢利與權益持有人應佔溢利

## 經營溢利

(人民幣百萬)

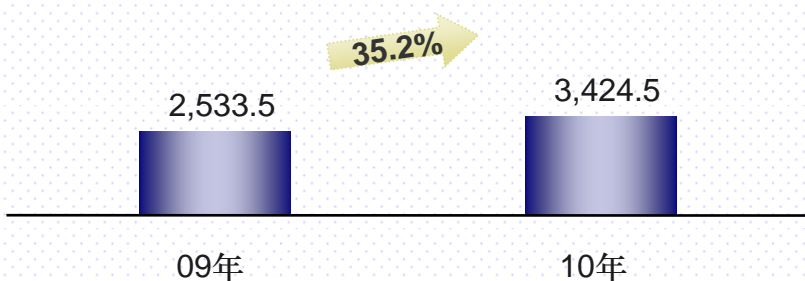


## 未包括其他收入及其他收益／虧損之經營溢利



## 權益持有人應佔溢利

(人民幣百萬)



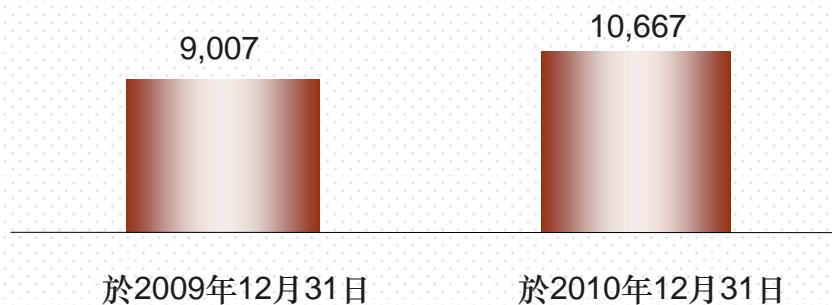
## 權益持有人應佔溢利率



# 營運資本

## 淨營運資金

(人民幣百萬)



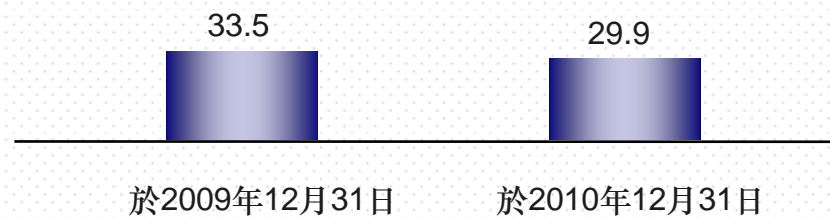
## 應付賬款周轉天數

(天數)



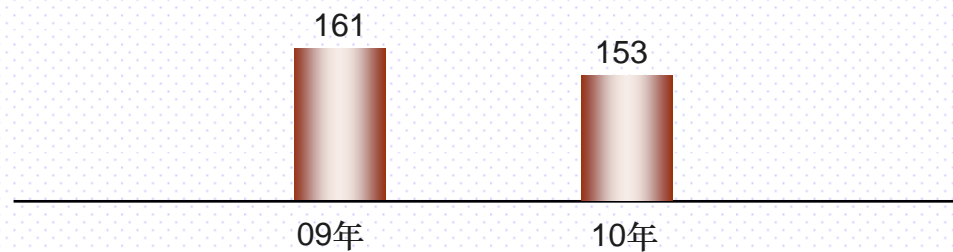
## 應收賬款周轉天數

(天數)

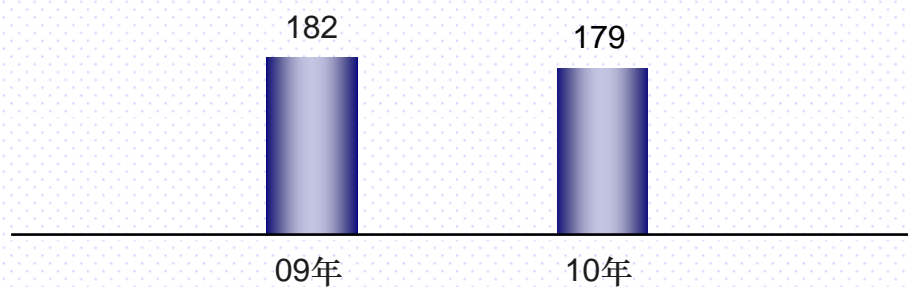


# 存貨週轉

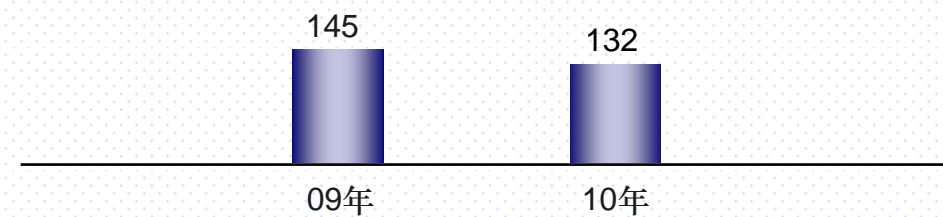
## 平均存貨周轉天數－綜合



## 鞋類



## 運動



備注：鞋類業務的存貨包括原材料、在製品和製成品。運動業務的存貨僅包括零售環節的製成品。

## 其他財務數據

人民幣百萬	2010年	2009年	變化	較收入增長之比例
收入	23,705.9	19,761.6	20.0%	
銷售及分銷開支	7,685.8	6,284.4	22.3%	>1 (1)
佔銷比%	32.4	31.8	+0.6pt	
有關土地及樓宇的經營租賃租金 (主要包括商場特許銷售費)	5,287.3	4,285.5	23.4%	>1 (1)
佔銷比%	22.3	21.7	+0.6pt	
一般及行政開支	1,619.8	1,438.4	12.6%	<1
佔銷比%	6.8	7.3	-0.5pt	
員工成本(包括董事酬金)	2,909.9	2,383.5	22.1%	>1 (2)
佔銷比%	12.3	12.1	+0.2pt	
存貨 *	4,859.1	3,915.9	+24.1%	>1 (3)
應收貿易賬款 *	2,119.7	1,760.5	+20.4%	>1

(1) 銷售及分銷開支的增長高於收入增長，主要是由於有關土地及樓宇的經營租賃租金（主要包括商場特許銷售費）的較快增長，其主要原因是鞋類業務佔比提高，而鞋類店舖的商場特許銷售費率一般高於運動服飾店舖

(2) 工資剛性上升的問題，比較集中地體現在基層的工人和店員這個層次，預計在未來一兩年內員工工資水平的上升，將高於單店銷售產出的上升幅度

(3) 存貨增長高於收入增長，重要原因是銷售旺季的時點分佈不同

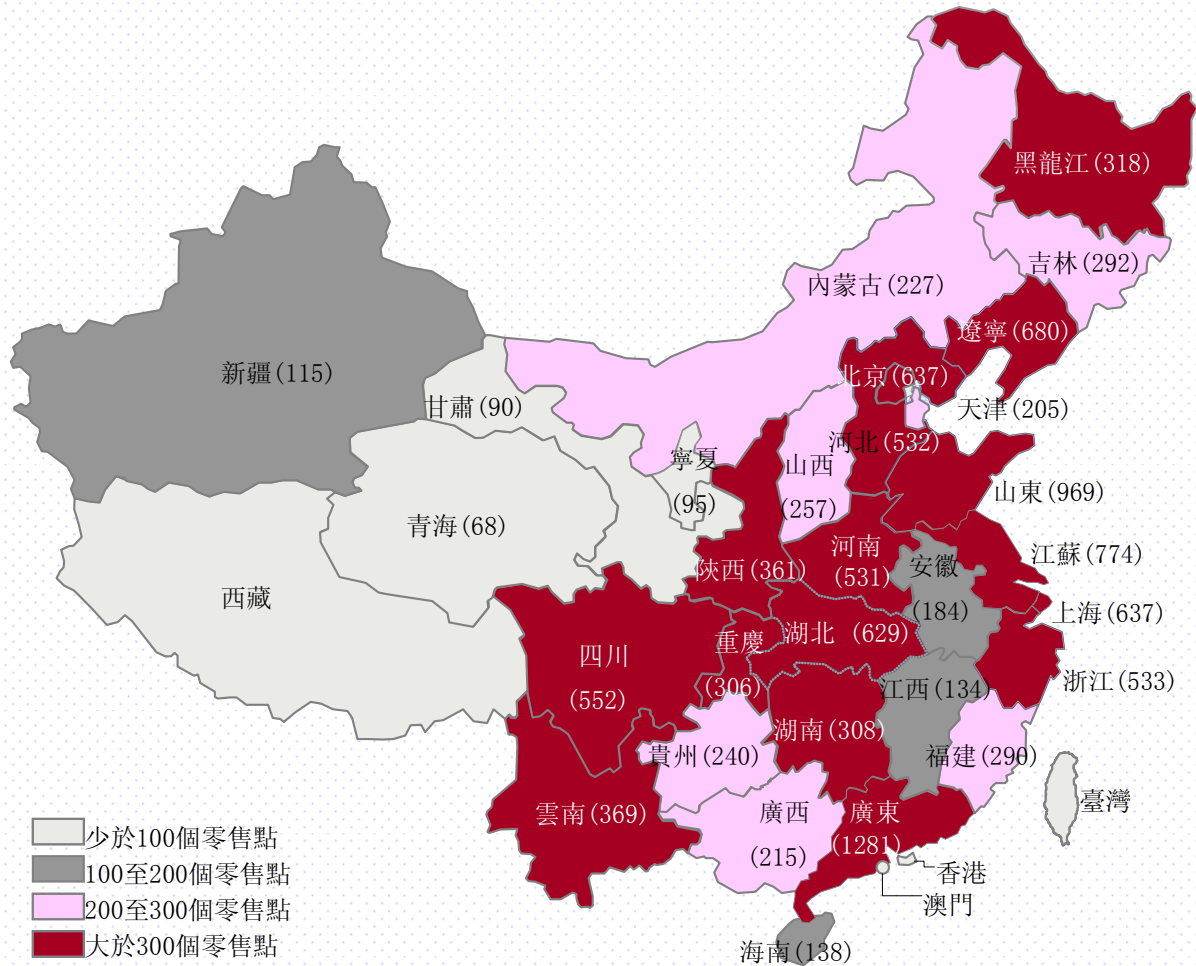
\*資產負債表數據分別為2010年12月31日和2009年12月31日的時點數據

## 淨現金

	2010年12月31日	2009年12月31日	變化
單位：人民幣百萬			
應付票據	-	1,115	-1,115
短期借款	681	-	681
小計	681	1,115	-434
銀行結構存款	2,834	1,790	1,044
超過三個月的定期存款	886	2,312	-1,426
現金及現金等價物	2,173	1,691	482
現金及存款合計	5,893	5,793	100
淨現金	5,212	4,678	534

# 中國大陸自營零售店舖的分佈

於2010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 11,967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12月31日）

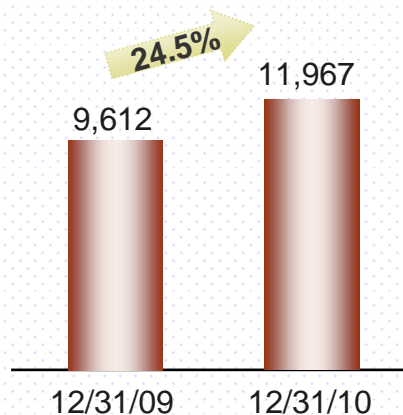
地區	鞋類			運動服飾			合計	總計
	自有品牌	代理品牌	合計	一線品牌	二線品牌	服飾		
華東	1,333	219	1,552	529	47	-	576	2,128
華北	1,202	138	1,340	370	129	19	518	1,858
華南	1,190	98	1,288	344	88	-	432	1,720
東北	731	70	801	366	123	-	489	1,290
山東及河南	810	36	846	459	195	-	654	1,500
華中	562	52	614	231	92	-	323	937
西南	545	36	581	251	26	-	277	858
西北	510	61	571	126	32	-	158	729
雲南及貴州	362	19	381	141	87	-	228	609
廣州	320	18	338	-	-	-	-	338
總計	7,565	747	8,312	2,817	819	19	3,655	11,967

備註：

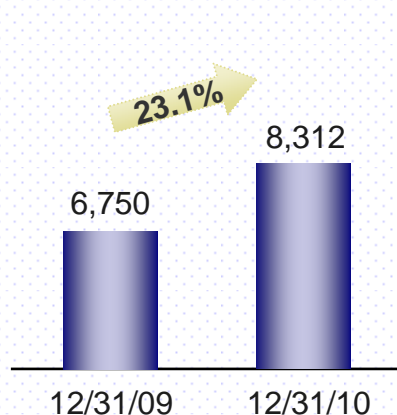
1. 該表格所示零售店數量僅指中國大陸零售店，另外，於2010年12月31日，在香港及澳門擁有多個品牌總計172家零售店
2. 運動服飾一線品牌包括Nike和Adidas；運動服飾二線品牌包括：Kappa, PUMA, Converse, Reebok, Mizuno及LiNing等

# 中國大陸店舖數量增長對比

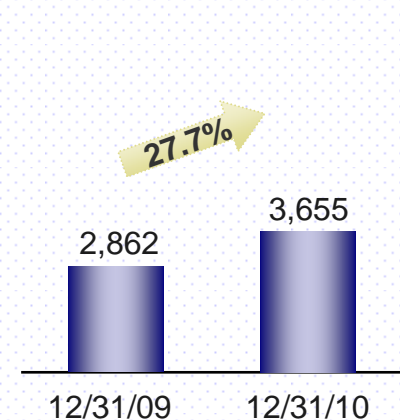
## 總體增長



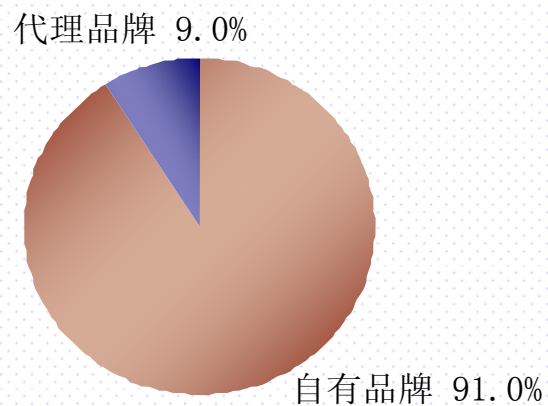
## 鞋類店舖增長



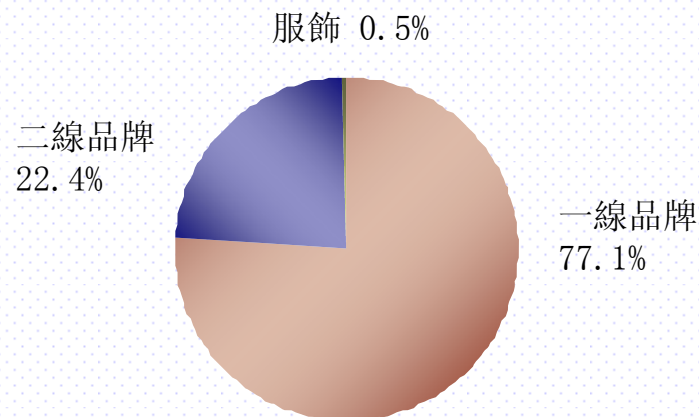
## 運動店舖增長



## 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		272.34	264.97	-	537.31
物業		96.64	-	64.67	161.31
工廠		318.13	-	-	318.13
無形資產		2.50	0.83	-	3.33
其他*		11.43	4.38	2.67	18.48
總計		701.04	270.18	67.34	1,038.56

\* 其他包括物流、辦公設備及後勤辦公支持。

# 議程

公司介紹

2010年業績表現

**業務分析與展望**

# 宏觀經濟環境

## 中國經濟較快發展

- 宏觀經濟環境相比去年有明顯改觀，GDP增長達雙位數
- 商品零售總額增長超過18%；城鎮居民人均可支配收入增長接近8%

## 全球經濟狀況複雜

- 我國GDP增速超過收入水平增速，居民生活成本及企業經營成本顯著上升
- 發達經濟體多面臨低增長、低就業的難題
- 新興市場開始進入通脹高企、轉向緊縮的時期

- “十二五規劃”中提出要改善民生，實現居民收入增長和經濟發展同步
- 中國大陸的鞋類與運動服飾產品市場，滲透率依然很低；經濟增長方式轉型以及振興內需的政策，將逐步對居民消費產生長期的積極影響
- 城鎮化進程和消費升級這兩條主線，將是本集團長期業務拓展與成長的持續驅動力

## 鞋類業務回顧

今年鞋類業務銷售增長24.9%，由同店銷售增長和店舖網絡拓展帶來的貢獻，基本比較均衡。

### 新店增速有所加快

第一，百貨商場管道的拓展，特別是面向三線城市的下沉，比較進取；

第二，2009年開店進度的適度放緩，給2010年創造了較大空間；

第三，從長期戰略角度出發，加大了新品牌的開店力度

### 盈利水平穩步提升

第一，經濟環境與市場狀況比去年有明顯改觀，消費意願較強，毛利水平提升；

第二，併購品牌業務改善比較明顯；

第三，規模增長強勁、單店產出提高，幫助我們在成本攀升的環境中保持了比較穩定的費用佔銷比

## 鞋類業務回顧

### 原有核心品牌

- 原有核心品牌保持了比較強勁的持續發展勢頭，不僅在同店銷售方面取得雙位數的較高增長，而且在網絡拓展方面也保持了較快進度
- 新開店舖以二三線城市為主，表明百貨渠道正在穩步下沉到以前覆蓋較少的中小城市
- 以百麗為代表的時尚女鞋品牌，總體而言，在中國市場還處於生命週期中的成長階段，未來拓展空間十分廣闊

### 併購品牌

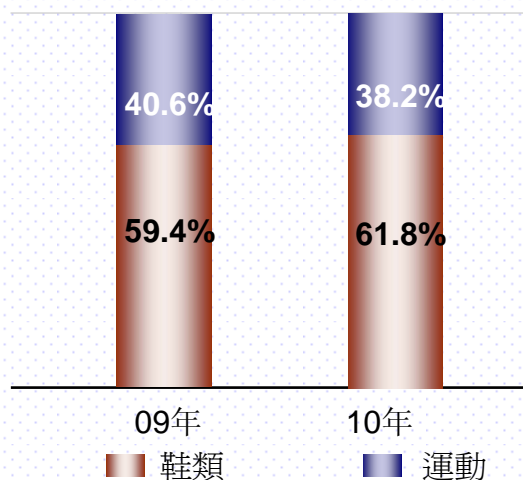
- 由於外部環境的配合，以及內部流程重塑的到位，2010年各新品牌呈現明顯提升態勢
- 同店銷售增長和整體銷售規模增長明顯超過鞋類業務平均水準
- 各項經營指標也有明顯改善，單店產出提高，盈利能力增強，營運效率不斷提高。尤為突出的是森達和百思圖品牌

### 香港地區業務

- 2010年出現明顯回升，同店銷售增長十分強勁，盈利能力亦顯著提升
- 香港市場相對大陸市場仍將起到時尚窗口的作用，在香港地區的經營有利於本集團把握潮流趨勢
- 香港市場在零售管理、主動營銷和品牌運作方面領先於大陸市場，其相關經驗對於指導、改善本集團大陸零售業務有十分重要的作用

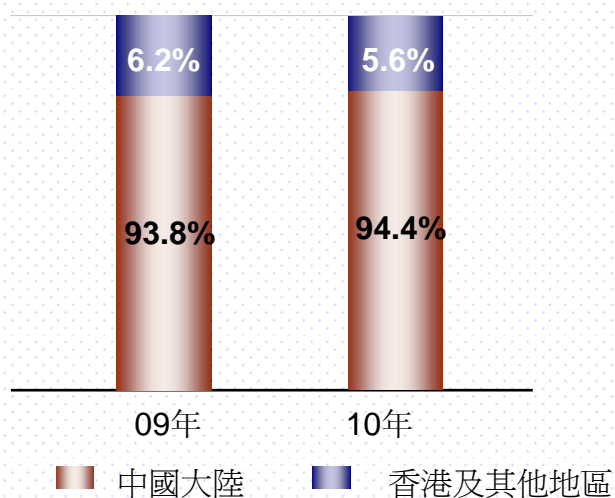
# 整體業務結構的變化

## 鞋類與運動服飾業務比重



- 運動服飾業務的銷售收入佔集團收入的比例有所降低
- 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

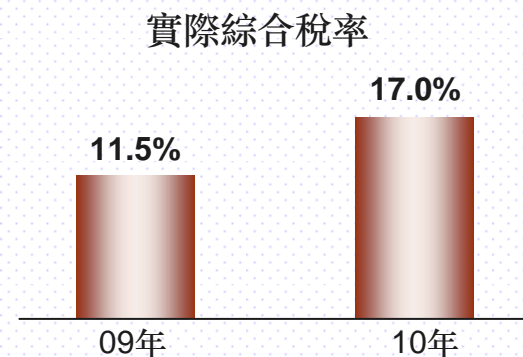


- 在可預見的未來，中國大陸地區仍將是本集團業務拓展和經營的重心，以香港為主的大陸以外地區業務佔集團總體業務的比重預計將逐步下降

# 企業所得稅率水平

## 整體稅負水平

- ◆ 2010年有效稅率為17.0%，較去年同期上升5.5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

- ◆ 中國大陸鞋類業務主要納稅實體（新百麗）2010年仍然享受所在地所得稅稅率3年減半徵收的優惠待遇，適用稅率為11%；2011年適用稅率為24%；自2012年開始，將按照25%的稅率繳納所得稅
- ◆ 中國大陸鞋類業務另一主要實體（合眾）於2010–2012年，享受三年減半繳納企業所得稅的優惠，適用稅率分別為11%，12%，12.5%
- ◆ 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%
- ◆ 雲貴、川渝、西北地區的運動業務適用稅率為15%

# 工資成本上升的影響

本集團的鞋類製造和零售服務，均屬勞動密集型行業，在當前人力資源環境下，面臨著現實和直接的挑戰

## 沿海地區勞動力短缺

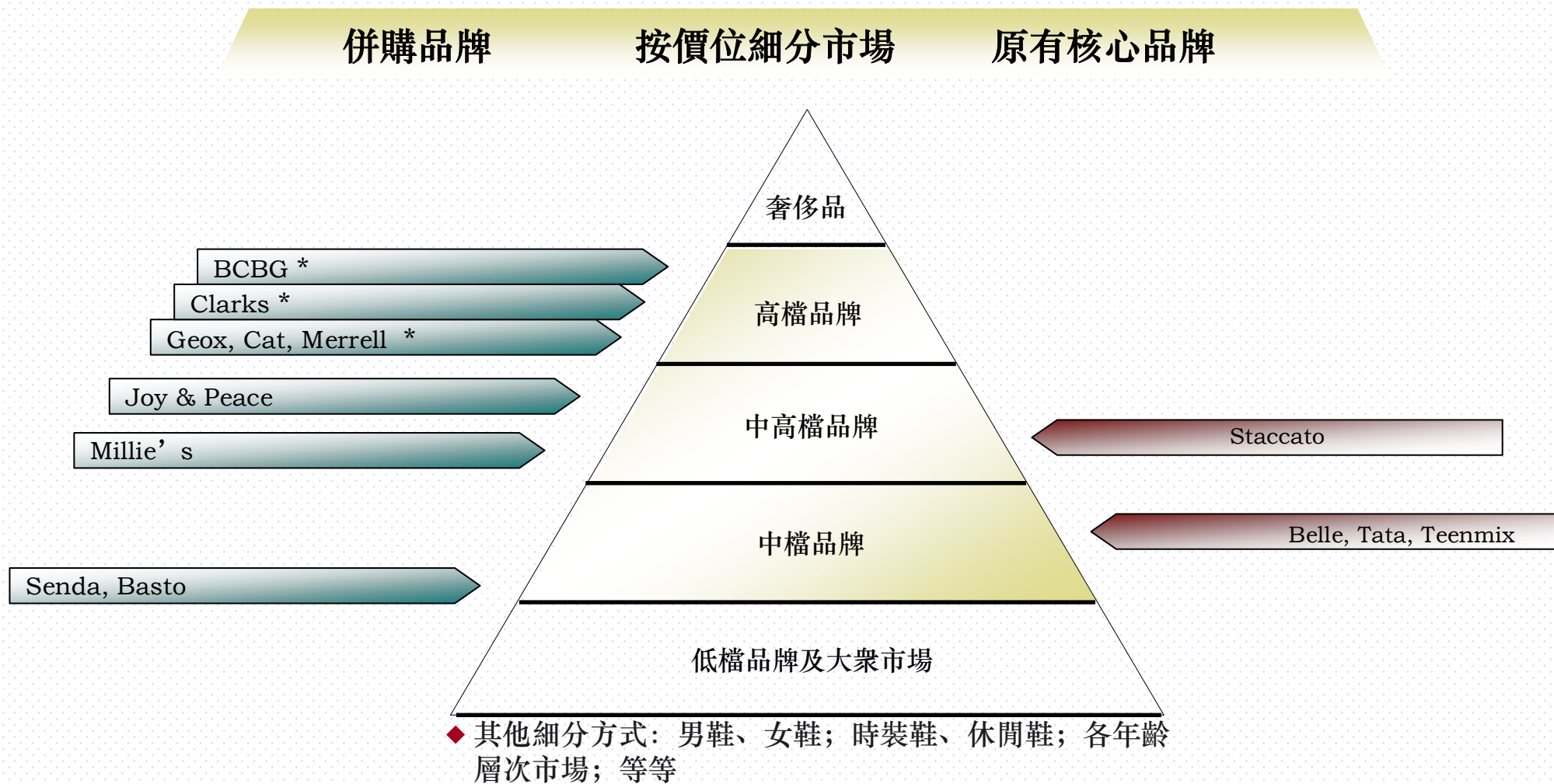
針對這一問題

- 本集團一方面積極提高員工薪酬待遇、保持市場競爭力；
- 另一方面，已經有預見性地在內地勞動力供應充裕的安徽宿州等地開設新的生產基地，期望可以幫助解決長期的供需矛盾問題

## 工資水平剛性上升

- 穩步提高基層員工的薪酬待遇，對於提高服務質量、改善單店績效，有著至關重要的作用；
- 員工工資較快上升，是階段性的情況，在達到一定水準後將會趨於平緩；
- 從管理和效率中不斷挖掘潛力，將有助於稀釋工資費用佔銷比，從而保持相對穩定的盈利水平

# 併購業務的佈局回顧



\* 由併購業務帶來的新增代理品牌

# 併購業務的發展狀況

## 中檔偏低品牌

## 中高檔時尚品牌

## 中高檔休閒品牌

### 品牌

SENDA

BASTO

Joy & Peace  
simple and match...

MILLIE'S

GEOX  
RESPIRA

Clarks

CAT

MERRELL

### 進展

- 保持了較快的網點擴張速度
- 單店產出提升明顯；費用水平有所下降；
- 供應鏈及營運管理水平明顯提高

- 在銷售規模較快增長的基礎上，各項經營指標上都取得明顯改善
- 彈性的補貨模式幫助提升貨品營運效率，存銷比明顯下降
- 以市場為導向的研發、供應模式保證了適銷商品比例提升，毛利率明顯改善

- 全年新增門店超過200間
- 各項經營指標已經開始出現明顯改善，毛利水準提高、存貨周轉改善、費用水準下降、整體盈利能力增強
- 單店產出仍然偏低

### 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

- 更多地側重於品牌建設、統籌營銷、以及產品研發，圍繞貨品做好品牌重塑，不斷培養核心顧客群體
- 未來三年內逐步加大網點拓展力度

- 針對特定品牌和特定市場，在店鋪格式、品牌組合、貨品組合方面進行差異化地配置
- 在研發和生產方面進一步加強介入、提高供應鏈柔性，為單店效率提升創造良好條件

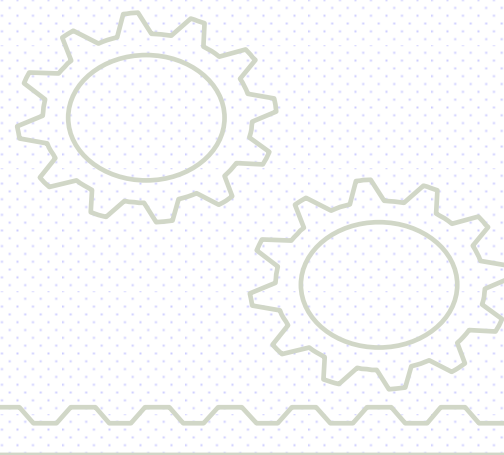
## 業務規劃展望

對於現有業務，根據不同品牌發展階段進行差異化管理



### 積極尋找和培養新的業務增長點

- 遍佈全國各地的零售網絡與管理團隊，為植入新業務提供了堅實的平台
- 將在新的銷售渠道、新的店鋪模式、新的細分市場、以及新的品牌等方面，進行積極的探索



## 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