

[請即時發放]



安莉芳控股有限公司  
公佈二零二零年中期業績

\*\*\* \*\*

繼續實行多品牌策略  
進一步整合線上線下銷售渠道 達至銷售網絡平衡

(二零二零年八月二十日 - 香港) 中國主要的女性內衣品牌及零售企業 — 安莉芳控股有限公司 (「安莉芳集團」或「本集團」; 股票編號: 1388), 今天欣然公佈其截至二零二零年六月三十日止六個月 (「本期間」) 之中期業績。

截至二零二零年六月三十日止六個月, 由於外圍經濟環境受到疫情影響導致消費氣氛疲弱, 本集團收益較二零一九年六月三十日止六個月 (「上一個期間」) 下跌 34.55% 至 784,956,000 港元。另外, 由於整體市場氣氛欠佳, 集團必須採取折價策略以促進銷售, 毛利率下跌 6.73 個百分點至 71.21%。本公司擁有人應佔虧損為 38,713,000 港元。每股虧損為 9.16 港仙 (二零一九年每股盈利: 15.96 港仙)。若撇除使用權資產減值及其他開支, 本公司擁有人應佔期內溢利為 22,451,000 港元, 較去年同期約 70,689,000 港元減少 68.24%, 本公司董事會議決不派派截至二零二零年六月三十日止六個月之中期股息 (二零一九年: 2.00 港仙)。

談及集團於行業的寒冬期中的業績表現, 安莉芳集團行政總裁及執行董事鄭碧浩女士表示:「疫情加上地緣政治都令環境越見複雜多變, 零售消費氣氛進一步疲軟。本期間, 集團都因應需求適時調整生產及營銷策略, 減低成本的同時刺激消費。集團早已利用旗下多品牌佈局線上線下的市場, E-BRA 為網絡品牌, 專注線上市場。疫情期間, 旗下網絡品牌及其專項產品之網上銷售略為緩解實體門店人潮下降的衝擊。集團亦收集及分析消費者的消費習慣, 持續掌握網購市場的特性, 並設計專項產品提升網上覆蓋率, 線上及線下銷售網絡達致平衡。」

二零二零年上半年, 集團繼續實行多品牌策略, 透過旗下各品牌定位, 滿足多樣化的消費喜好, 並妥善協調各覆蓋渠道, 深入發掘各內衣细分市场。集團的旗艦品牌 **安莉芳** 和年輕品牌 **芬狄詩** 主要應對整體高中檔市場需求, 而 **COMFIT**、**E-BRA**、**IVU**、**安朵** 及 **LIZA CHENG** 五個品牌則針對性地滿足市場上的多元化需求。

**安莉芳** 及 **芬狄詩** 是本集團最主要收入來源, 分別佔整體收入 45.45% 及 23.25%。**安莉芳** 的營業額為 356,753,000 港元, 而 **芬狄詩** 的營業額為 182,502,000 港元。兩個品牌的變動幅度, 與整體銷售的變動水平相若, 下跌主要由於零售市道受疫情影響, 以及面對環球宏觀經濟環境的不明朗因素, 消費氣氛疲弱。其他品牌 **E-BRA**、**COMFIT**、**IVU**、**安朵** 及 **LIZA CHENG** 於本期間的收入合共為 238,686,000 港元, 佔整體收入的 30.41%。

本期間來自零售的營業額為 549,304,000 港元，佔本集團總收益 69.98%，較上一個期間減少 44.64%。疫情的爆發促使部分顧客轉至線上購物，集團於電商平台的銷售也因而錄得上升，網上的營業額於二零二零年上半年上升 29.38%至 206,300,000 港元，佔總收益 26.28%。

銷售及分銷開支下降38.83%至452,028,000港元（二零一九年：738,912,000港元），佔本集團收益 57.59%（二零一九年：61.61%）。銷售及分銷開支佔整體銷售的比率下降，主要由於集團因應疫情情況，主動控制裝修費用及廣告等其他費用，因此相關費用因而大幅減少，以及在疫情之下，部份店舖的租金亦獲減免。

二零二零年上半年，本集團繼續優化其全渠道覆蓋，在合適的區域性市場經營相應的品牌，並透過適當地調整零售點的分佈，以提升銷售網絡的整體營運效益。截至二零二零年六月三十日，本集團總零售點為 1,494 個，其中銷售專櫃及專門店數目分別為 1,255 個及 239 個。截至六月底，本集團的零售點數目較去年十二月底淨減少 170 個。集團將於本年度繼續調整銷售網絡，清理效益較低的門店，以提升整體營運效益。

展望二零二零年下半年，地緣政治及相關不確定因素越見複雜多變，預期全球經濟前景仍未樂觀，將進一步打擊投資及消費信心。儘管國內經濟在第二季度明顯改善，消費有望逐漸回暖，但外圍經濟情況未見反彈，疫情對整體消費市場仍有著深遠的影響，令內衣等非必需品的消費行業復甦偏慢。

集團預料市場復甦過後，疫情帶來的消費模式轉變，將加速零售產業線上線下的整合，達至銷售網絡平衡。集團將緊貼消費行為及市場需求的發展，掌握銷售渠道的特性，進一步把握網購市場的發展潛力，調整店內的多品牌產品組合及開發相應的產品。

鄭女士總結說：「在不明朗的市場環境之中，我們相信與時並進的思維是保持競爭力的關鍵。集團將繼續把握規模效益及自產自銷模式的優勢，進一步加強製造效率及生產彈性，務求達致無縫生產，更精準地回應市場需求的變動。為了替股東帶來可持續的回報，集團會繼續秉承對品質的堅持，以及不斷優化全渠道銷售策略，鞏固集團在中國內衣行業的領先地位。」

- 完 -

#### 有關安莉芳集團：

安莉芳是中國主要的內衣品牌及零售企業。集團建立了廣泛的零售網絡，覆蓋中國各主要城市包括香港及澳門，零售點超過 1,400 個。安莉芳旗下經營的七個品牌，**安莉芳**、**芬狄詩**、**COMFIT**、**E-BRA**、**LIZA CHENG**、**安朵**及 **IVU**，各針對不同的客戶群。

如有垂詢，請聯絡：

#### IPR 奧美公關

羅雅婷／陸詠詩／蕭杏藍／梁懿德

電話： (852) 2136 6181 / 2169 0467 / 2169 0646 / 3920 7626

安莉芳控股有限公司  
公佈二零二零年中期業績  
2020年8月20日 / 第三頁

電郵：[embry@iprogilvy.com](mailto:embry@iprogilvy.com)