

請即時發放

# 波司登 BOSIDENG

波司登國際控股有限公司

Bosideng International Holdings Limited

波司登公佈2020/21財年全年業績

明確「聚焦主航道、聚焦主品牌」戰略方向 實現經營業績遠超行業增長水平  
收入和權益股東應佔溢利分別上升**10.9%**和**42.1%**

## 財務摘要

人民幣千元	截至3月31日止年度		變動
	2021年	2020年	
收入	<b>13,516,513</b>	12,190,535	+10.9%
毛利	<b>7,924,266</b>	6,708,646	+18.1%
經營溢利	<b>2,224,606</b>	1,598,678	+39.2%
年內溢利	<b>1,704,966</b>	1,195,276	+42.6%
權益股東應佔溢利	<b>1,709,566</b>	1,203,184	+42.1%
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	<b>15.98</b>	11.27	+41.8%
- 攤薄	<b>15.77</b>	11.06	+42.6%
每股股息（港仙）			
- 末期	<b>10.0</b>	6.0	+66.7%
- 中期	<b>3.5</b>	3.0	+16.7%
- 全年	<b>13.5</b>	9.0	+50.0%

（2021年6月23日 – 香港） – 中國最大的羽絨服企業波司登國際控股有限公司（「波司登」或「公司」；股份代號：3998，連同其附屬公司「集團」）宣佈截至2021年3月31日止年度（「本財年」）全年業績。

## 財務回顧

回顧年內，明確「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方向，堅持「品牌引領」的發展模式，鏈接時代發展趨勢，持續以品牌引領產品、渠道、供應鏈等全方位發力，充分激發品牌多年積蓄的力量，取得遠超行業增長水平的經營業績，實現持續、穩健、高增長的發展目標。

截至本財年，集團收入為約人民幣13,516.5百萬元，較去年同期上升約10.9%元，創歷年新高。品牌羽絨服業務仍為集團的最大收入來源，佔總收入的80.5%。貼牌加工管理業務及女裝業務分別佔總收入的11.4%及7.0%，多元化服裝業務佔總收入1.1%。

年內，經營溢利上升39.2%至約人民幣2,224.6百萬元，經營溢利率增加3.4個百分點至16.5%。毛利按年升18.1%至約人民幣7,924.3百萬元，毛利率增加3.6個百分點至58.6%。本公司權益股東應佔溢利上升42.1%至約人民幣1,709.6百萬元。每股基本盈利為人民幣15.98分。董事會建議派發末期股息每股普通股10.0港仙（2019/20財年：6.0港仙）。

## 業務回顧

### 品牌羽絨服業務

回顧年內，集團積極應對新冠疫情帶來的不利影響，圍繞「品牌、產品、渠道、終端」多方位進行系統性建設，品牌羽絨服業務收入同比上升 14.5%，約達人民幣 10,889.1 百萬元，其中品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比上升 18.9%，約達人民幣 9,993.7 百萬元。

**品牌建設方面**，集團繼續貫徹「全球熱銷的羽絨服專家」競爭戰略，通過營銷升級、公關傳播升級、內容創新、新媒體優化等舉措進一步提升品牌力。根據國際五大品牌價值評估權威機構之一 Brand Finance 公佈的「2021 全球最具價值服飾品牌排行榜 50 強(Brand Finance Apparel 50 2021)」，波司登首次入選，位列服飾品牌榜第 50 名。**數字化運營方面**，利用阿里數據中台技術，重點圍繞零售、商品兩個領域開展數字化探索工作，主要包括積極建立會員標籤體系、重構線下門店商品自動補貨體系，並嘗試精準營銷等。**新零售運營方面**，持續利用企業微信建立與顧客更加便捷的溝通橋樑，實現新增企業微信好友超 930 萬，微信公眾號粉絲累計超過 670 萬。其中，波司登品牌天貓平台擁有註冊會員亦超 476 萬人，較上財年末增長超過 160%。**物流配送方面**，集團於 2020 年 10 月收購蘇州波司登物流有限公司的全部股權，通過將現有物流管理體系與物流廠房及倉儲系統的整合，對集團未來物流園一體化建設的持續升級、提升運營效率及打造智慧中央配送中心將起到關鍵作用。**產品研發方面**，集團結合消費者喜好及認知模式，對不同產品系列進行鏈接消費者的精準開發，年內，波司登登峰系列羽絨服榮獲「中國優秀工業設計獎」金獎，成為全國首個獲此殊榮的自主服裝品牌。**渠道建設方面**，主要以優化現有渠道結構、並向著時代主流渠道方向遷移為主要建設思路，包括在主流商圈及核心地帶開設大店、形象店，關閉低效能門店等。於 2021 年 3 月 31 日，集團羽絨服業務的零售網點總數較去年同期淨減少 716 家至 4,150 家，其中自營和第三方經銷商經營的零售網點分別佔整個零售網絡的 43.5%和 56.5%。

### 貼牌加工管理業務

集團盡量維持現有核心客戶黏性，快速拓展新客戶資源，並把握疫情機會出口防疫物資，貼牌加工管理業務的整體下降幅度遠優於行業整體水平。集團亦持續擴展越南等東南亞地區產能，快速提升新增產能的品質管理和訂單生產過程管控，有效應對未來政策變動所帶來的不確定性的影響，同時也保障未來業務的持續增長。年內，集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣 1,536.1 百萬元，佔總收入的 11.4%，通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，毛利率上升 1.1 個百分點至 19.6%。

### 女裝業務

集團的女裝業務憑藉深厚的品牌積累、成熟的銷售策略及不斷優化的設計開發，擁有廣大忠實優質的客戶群體。年內，女裝業務收入約人民幣 946.6 百萬元，收入較去年同期下降 3.7%，佔總收入比重為 7.0%。於 2021 年 3 月 31 日，集團女裝業務的零售網點總數較去年同期淨減少 22 家至 477 家；自營零售網點淨下降 19 家至 354 家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少 3 家至 123 家。自營和第三方經銷商經營的零售網點分別佔整個零售網絡的 74.2% 和 25.8%。

### 多元化服裝業務

多元化業務的增長主要得益於 *颯美特* 品牌校服業務取得的顯著業績增長。年內 *颯美特* 品牌校服合同簽約訂單較去年同期增長 146%，營業收入亦較去年同期增長 143.3%。

### 線上銷售

過去一年，集團的線上銷售業務繼續得以大力發展，並取得了優異的業績，特別是線上直營渠道表現優異，天貓及唯品會平台持續呈現高速增長態勢。回顧本財年，集團旗下全品牌線上銷售收入達到約人民幣 3,582.9 百萬元，同比上升 52.8%。其中，品牌羽絨服業務及女裝業務年內網絡銷售的收入分別約為人民幣 3,488.9 百萬元及人民幣 77.2 百萬元，分別佔到品牌羽絨服業務、女裝業務收入的 32.0% 及 8.2%。

### 未來發展

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生表示：「2021 年是波司登創業 45 週年，是開啟成為「全球領先的羽絨服專家」新三年奮鬥的起步之年，也是新十年戰略規劃第一階段的收官之年。集團管理層和全體員工依然全力奮鬥，持續發揚『不怕困難、不怕委屈、自強不息、敢於創新、追求卓越、永爭第一』的企業精神，牢牢抓住品牌升級、零售升級、產品領先、優質快反這『四項核心競爭力』的同時，積極梳理及建立組織、機制、文化、人才建設系統，以及數字化信息系統這『兩項保障體系』，成功取得領先行業的增長水平。」

展望未來，集團將通過以下不同的發展策略，拓展業務：

**品牌羽絨服業務：**集團持續圍繞「全球領先的羽絨服專家」定位，以顧客價值為原點，繼續堅持「品牌引領」的發展模式。同時，佈局中端 *雪中飛*、高性價比 *冰潔* 羽絨服，通過模式創新發力線上渠道，穩固並拓展市場份額。

**貼牌加工管理業務：**集團持續深化與核心客戶的戰略合作關係，通過整合佈局海外生產資源，提升服務能力；同時，拓展相關連的功能性服飾業務合作，以加強與核心客戶長期及穩定的戰略合作關係。

**女裝業務：**通過對女裝各品牌的產品力、渠道力、品牌力等方面的逐步提升，提振女裝業務單元的經營效率和管理效率，從而實現女裝業務的健康良性增長。

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生總結：「隨著消費升級步伐加快，中國羽絨服裝市場規模增速顯著，品牌集中度越來越高，羽絨服高端化趨勢明顯，頭部品牌虹吸效應更加顯現。作為中國品牌羽絨服龍頭企業，波司登定將審時度勢，乘勢而上，用穿越時代的視角看未來，把未來的資源和方法，應用到現在的經營管理中，持續打造企業核心競爭力，努力坐實全球領先地位。」

- 完 -

**關於波司登國際控股有限公司：**

波司登國際控股有限公司（「公司」），連同其附屬公司統稱「集團」是中華人民共和國（「中國」）知名的羽絨服企業。集團旗下的羽絨服品牌包括波司登、雪中飛和冰潔。通過這些品牌，集團提供多種羽絨服產品以滿足各消費群體，藉此進一步鞏固在中國羽絨服行業的龍頭地位。目前集團的女裝品牌包括杰西、邦寶、柯利亞諾及柯羅芭。校服品牌包括颯美特。

如有垂詢，請聯絡：

**波司登國際控股有限公司**

投資者關係中心

電話：(852) 2866 6918

電郵：[bosideng\\_ir@bosideng.com](mailto:bosideng_ir@bosideng.com)

**iPR 奧美公關**

劉麗恩 / 趙文慧 / 趙偉津

電話：(852) 2136 6952 / 3920 7659 / 3920 7650

傳真：(852) 3170 6606

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