

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容而引起的任何損失承擔任何責任。



波司登國際控股有限公司
Bosideng International Holdings Limited
(於開曼群島註冊成立的有限責任公司)
(股份代號：3998)

**截至二零一零年九月三十日止六個月之
中期業績**

摘要

- 收入增長18.8%至約人民幣1,858.3百萬元
- 毛利率提升4.4個百分點至37.9%水平
- 經營活動溢利增加175.7%至約人民幣84.0百萬元
- 本公司權益持有人應佔淨溢利增加82.4%至約人民幣110.6百萬元
- 董事會宣派中期股息每股普通股人民幣6.5分

中期業績

波司登國際控股有限公司（「本公司」）的董事（「董事」）會（「董事會」）公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零一零年九月三十日止六個月的未經審核合併中期業績連同截至二零零九年同期的未經審核比較數據。該等中期財務報表未經審核，但已由核數師畢馬威會計師事務所及本公司審計委員會（「審計委員會」）審閱。

合併綜合利潤表
截至二零一零年九月三十日止六個月(未經審核)

	附註	截至二零一零年 九月三十日 止六個月 人民幣千元	截至二零零九年 九月三十日 止六個月 (未經審核) 人民幣千元
收入	4	1,858,284	1,564,855
銷售成本		(1,154,022)	(1,039,982)
毛利		704,262	524,873
其他收入	5	9,849	18,805
衍生金融工具之公平值變動		—	(25,811)
分銷開支		(451,687)	(324,723)
行政開支		(162,896)	(148,703)
其他開支	5	(15,518)	(13,970)
經營活動溢利		84,010	30,471
融資收入		102,183	51,257
融資開支		(8,657)	(1,423)
融資收入淨額	7	93,526	49,834
除所得稅前溢利		177,536	80,305
所得稅開支	8	(67,010)	(19,685)
期內溢利		110,526	60,620
其他綜合收益：			
海外業務之外幣換算差額		(6,519)	(1,463)
可供出售金融資產之公平值變動淨額		8,272	20,619
重新分類至損益的可供出售 金融資產之公平值變動淨額		(48,509)	—
其他綜合收益之所得稅		4,693	(2,577)
期內其他綜合收益，已扣除所得稅		(42,063)	16,579
期內綜合收益總額		68,463	77,199
以下人士應佔溢利：			
本公司權益持有人		110,565	60,622
非控權股東權益		(39)	(2)
期內溢利		110,526	60,620
以下人士應佔綜合收益總額：			
本公司權益持有人		68,502	77,201
非控權股東權益		(39)	(2)
期內綜合收益總額		68,463	77,199
每股盈利			
— 基本及攤薄(人民幣分)	10	1.42	0.78

合併資產負債表
於二零一零年九月三十日(未經審核)

	附註	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		258,013	214,482
土地使用權		32,051	32,389
無形資產		517,682	525,912
長期存款		—	65,000
遞延稅項資產		54,758	52,434
		<u>862,504</u>	<u>890,217</u>
流動資產			
存貨	11	1,558,606	859,687
貿易、票據及其他應收款項	12	1,193,770	867,510
應收關聯方款項		130,103	48,334
預付原材料及服務供應商的款項		536,309	228,063
持有至到期之投資		—	400,000
可供出售金融資產		1,378,272	1,618,509
已抵押銀行存款		26,695	2,232
到期日超過三個月之定期存款		373,340	339,676
現金及現金等價物		2,329,119	3,127,587
		<u>7,526,214</u>	<u>7,491,598</u>
流動負債			
即期稅項負債		136,936	147,667
貿易及其他應付款項	13	1,864,450	1,204,898
應付關聯方款項		19,143	10,399
		<u>2,020,529</u>	<u>1,362,964</u>
淨流動資產		<u>5,505,685</u>	<u>6,128,634</u>
總資產減流動負債		<u>6,368,189</u>	<u>7,018,851</u>
非流動負債			
長期應付款項		—	65,000
遞延稅項負債		165,976	140,698
		<u>165,976</u>	<u>205,698</u>
淨資產		<u>6,202,213</u>	<u>6,813,153</u>
權益			
股本		607	607
儲備		6,201,650	6,812,551
本公司權益持有人應佔權益		6,202,257	6,813,158
非控股股東權益		(44)	(5)
權益總值		<u>6,202,213</u>	<u>6,813,153</u>

附註：

1. 申報實體及公司資料

本公司於二零零六年七月十日於開曼群島根據開曼群島公司法第22章(一九六一年三號法例，經合併及修訂)註冊成立為獲豁免有限責任公司，註冊地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本集團主要在中華人民共和國(「中國」)從事品牌羽絨服產品、貼牌加工(「貼牌加工」)產品及品牌男裝產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、市場推廣與分銷、採購與分銷。

本公司的股份於二零零七年十月十一日(「上市日期」)在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

2. 編製基準

本公司以三月三十一日為財政年度結算日。中期財務報告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)的適用披露規定編製，包括遵守國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際會計準則(「國際會計準則」)第34號「*中期財務報告*」。

編製符合國際會計準則第34號的中期財務報告時，管理層須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及年度至今所申報的資產與負債、收入及開支金額。實際結果可能有別於該等估計。

中期財務報告包括簡明中期合併財務報表及有關附註。該等附註包括對理解本集團自二零一零年七月七日發佈的截至二零一零年三月三十一日止年度之年度財務報表(「二零零九／二零一零年年度財務報表」)以來的財務狀況變動及表現屬重大性質的事件及交易的闡釋。簡明中期合併財務報表及有關附註並不包括根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製的全套財務報表所要求的全部資料，須與二零零九／二零一零年年度財務報表一併閱讀。

截至二零一零年九月三十日止六個月的中期財務報告未經審核，但已由本公司審計委員會審閱，並經董事會(「董事會」)於二零一零年十一月二十九日批准刊發。中期財務報告亦已由畢馬威會計師事務所根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「*公司獨立核數師對中期財務資料的審閱*」進行審閱。

中期財務報告所載有關截至二零一零年三月三十一日止財政年度的財務資料因屬過往已呈報的資料，故並不屬本公司截至該財政年度的法定財務報表，但摘錄自該等財務報表。二零零九／二零一零年年度財務報表可於本公司註冊辦事處查閱。核數師於二零一零年七月七日的報告中對該等財務報表發表無保留意見。

3. 會計政策變更

除下文所述者外，中期財務報告根據與編製二零零九／二零一零年年度財務報表所採納的相同會計政策編製，並須與二零零九／二零一零年年度財務報表一併閱讀。

國際會計準則理事會已頒發於本公司本會計期間首次生效的兩項經修訂國際財務報告準則、國際財務報告準則的若干修訂及一項新詮釋。其中與中期財務報告有關的變更如下：

- 國際財務報告準則第3號(二零零八年經修訂)，業務合併
- 國際會計準則第27號(修訂本)，合併及獨立財務報表
- 國際財務報告準則之改進(二零零九年)

本集團並無採用於本會計期間仍未生效的任何新準則或詮釋。

上述轉變導致會計政策變更，對目前或比較期間的影響如下：

國際財務報告準則第3號及國際會計準則第27號之大部分修訂僅於本集團訂立有關交易(例如業務合併或出售附屬公司)時方首次生效，且並無要求重列過往就該等交易所呈報的金額，故對本集團財務報表並無重大影響。

國際財務報告準則之改進(二零零九年)所引入的修訂本包括國際會計準則第17號「租賃」的相關準則，對本集團財務報表並無重大影響，乃因將本集團所持租賃土地的權益分類為經營租賃仍然適用。

根據基於國際財務報告準則之改進(二零零九年)而作出的國際會計財務報告準則第8號「營運分部」之修訂本，倘會定期向本集團主要營運決策者提供各呈報分部的資產總值計量，方須呈列有關資料。本集團的分部資產並無定期向本集團主要營運決策者匯報，故本中期業績並無呈列呈報分部資產。

4. 收入及分部資料

本集團按分部管理業務，而分部以業務類別(產品及服務)區分。以符合向本集團最高行政管理層內部呈報資料以便分配資源及評估業績表現的方式，本集團將經營分部歸為以下三大類。

- 羽絨服：羽絨服分部從事採購及分銷品牌羽絨服業務。
- 貼牌加工：貼牌加工管理分部從事採購及分銷貼牌加工服裝業務。
- 男裝：男裝分部從事採購及分銷品牌男裝(非羽絨服)業務。

由於本集團主要於中國經營，故並無呈列地區分部資料。

(a) 分部業績

	截至二零一零年九月三十日止六個月			
	(未經審核)			
	貼牌			
	羽絨服	加工管理	男裝	本集團
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自外界客戶收入	1,209,203	518,319	130,762	1,858,284
分部間收入	—	—	5,111	5,111
呈報分部收入	<u>1,209,203</u>	<u>518,319</u>	<u>135,873</u>	<u>1,863,395</u>
呈報分部經營溢利	<u>53,988</u>	<u>74,496</u>	<u>577</u>	<u>129,061</u>
折舊	12,233	104	6,069	18,406
	截至二零零九年九月三十日止六個月			
	(未經審核)			
	貼牌			
	羽絨服	加工管理	男裝	本集團
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自外界客戶收入	1,032,284	475,712	56,859	1,564,855
分部間收入	—	—	2,966	2,966
呈報分部收入	<u>1,032,284</u>	<u>475,712</u>	<u>59,825</u>	<u>1,567,821</u>
呈報分部經營溢利／(虧損)	<u>19,338</u>	<u>86,419</u>	<u>(25,424)</u>	<u>80,333</u>
折舊	7,349	30	168	7,547

(b) 呈報分部收入及除所得稅前溢利對賬

	截至九月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
收入		
呈報分部收入	1,863,395	1,567,821
分部間收入對銷	(5,111)	(2,966)
合併收入	<u>1,858,284</u>	<u>1,564,855</u>
	截至九月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
除所得稅前溢利		
源自本集團外界客戶的呈報分部溢利	129,061	80,333
政府補貼	3,299	14,072
未分配開支	(48,350)	(63,934)
融資收入	102,183	51,257
融資開支	(8,657)	(1,423)
除所得稅前合併溢利	<u>177,536</u>	<u>80,305</u>

5. 其他收入及開支

		截至二零一零年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
	附註		
商標使用權收入	(i)	6,550	4,733
政府補貼	(ii)	3,299	14,072
		<u>9,849</u>	<u>18,805</u>
其他收入			
其他開支－捐款		<u>(15,518)</u>	<u>(13,970)</u>

(i) 商標使用權收入來自其他公司使用本集團品牌。

(ii) 截至二零一零年九月三十日止六個月期間，本集團對地方經濟發展的貢獻獲多個中國地方政府機關認可，獲得無條件酌情補貼人民幣3,299,000元（二零零九年：人民幣14,072,000元）。

6. 按性質分類的開支

下列開支已計入銷售成本、分銷開支及行政開支。

	截至二零一零年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	1,196,643	1,089,982
將存貨撥回至可變現淨值	(42,621)	(50,000)
折舊	18,406	7,547
攤銷	8,568	7,783
經營租賃費用	57,350	22,853
呆壞賬減值	34,657	48,853

7. 融資收入淨額

	截至二零一零年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
於損益確認：		
持有至到期之投資利息收入	3,732	19,639
銀行存款利息收入	27,077	31,618
可供出售金融資產之利息收入	22,865	—
出售由權益轉撥的可供出售金融資產之收益淨額	48,509	—
	<u>102,183</u>	<u>51,257</u>
融資收入		
銀行費用	(2,069)	(618)
外匯虧損淨額	(6,588)	(805)
	<u>(8,657)</u>	<u>(1,423)</u>
融資開支		
於損益確認的融資收入淨額	<u>93,526</u>	<u>49,834</u>
於其他綜合收益確認：		
換算海外業務財務報表之滙兌差額	(6,519)	(1,463)
可供出售金融資產之公平值變動淨額	8,272	20,619
重新分類至損益的可供出售金融資產之公平值變動淨額	(48,509)	—
於其他綜合收益確認的融資收入之所得稅	4,693	(2,577)
	<u>(42,063)</u>	<u>16,579</u>
於其他綜合收益確認的融資收入淨額，已扣稅		

截至二零一零年九月三十日止六個月，並無利息撥作資本。

8. 所得稅開支

損益內的所得稅指：

	截至二零一零年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
即期稅項		
中國所得稅撥備	39,363	20,434
遞延稅項		
暫時差異的產生及撥回	27,647	(749)
	<u>67,010</u>	<u>19,685</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團毋須支付開曼群島及英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於波司登國際有限公司及Bosideng America Inc. (分別於俄羅斯及美國(「美國」)註冊的本集團附屬公司)於期內並無應課稅溢利須繳納任何俄羅斯或美國所得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iii) 由於長隆(香港)有限公司及洛卡(中國)有限公司於期內並無應課稅溢利須繳納任何香港利得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iv) 中國所得稅撥備乃以本集團中國附屬公司各自的估計應課稅收入之適用稅率計算，有關稅率乃根據中國相關所得稅規則及規例而釐定。

第十屆全國人民代表大會第五次會議於二零零七年三月十六日通過《中華人民共和國企業所得稅法》(「新稅法」)，新稅法自二零零八年一月一日起生效，同時適用於外資企業的中國所得稅規則及規例(「外資企業所得稅法」)廢除。新稅法規定，中國所有企業(包括外資企業)的所得稅稅率劃一為25%。

根據新稅法的過渡安排，屬外資企業的本集團附屬公司根據新稅法自二零零八年一月一日開始的五年過渡期內繼續享有稅項豁免或適用所得稅率減半優惠，直至外資企業所得稅法先前所授予的免稅期屆滿為止。其後，彼等將按劃一稅率25%納稅。

在中國成立的其他內資公司之適用所得稅率為25%。

截至二零一零年九月三十日止六個月的實際稅率約為37.7%，高於上一期間約24.5%的可比較實際稅率，主要是由於為本集團中國附屬公司截至二零一零年九月三十日止六個月的未分派留存盈利作出額外的預扣稅撥備人民幣31,000,000元。根據新稅法，外國投資者須就來自外資企業於二零零七年十二月三十一日後所賺取溢利的股息分派繳交10%的預扣稅。已就本集團中國附屬公司賬簿所記錄於二零零七年十二月三十一日後賺取的留存盈利確認遞延稅項負債，管理層估計將於未來12個月向中國境外分派有關盈利。

9. 股息

(i) 期內應付本公司權益持有人的股息。

	截至二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)
宣派及支付中期股息每股普通股人民幣6.5分 (二零零九年：中期股息每股普通股人民幣3.8分)	505,203	295,349

結算日後擬派的中期股息並無確認為於結算日負債。

(ii) 期內已批准及支付的上一財政年度應付本公司權益持有人的股息。

	截至二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	截至二零零九年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)
年內已批准及支付的上一財政年度末期股息 每股股份人民幣8.8分(二零零九年：末期股息人民幣8分)	683,967	621,788

10. 每股盈利

截至二零一零年九月三十日止六個月的每股基本盈利乃按上述六個月本公司權益持有人應佔溢利人民幣110,565,000元(二零零九年：人民幣60,622,000元)及於截至二零一零年九月三十日止六個月已發行股份加權平均數7,772,350,000股(二零零九年：7,772,350,000股)計算。

11. 存貨

	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
原材料	364,916	59,869
在製品	378,832	6,243
製成品	814,858	793,575
	<u>1,558,606</u>	<u>859,687</u>

於二零一零年九月三十日，以可變現淨值列賬的存貨約為人民幣235,314,000元(二零一零年三月三十一日：人民幣359,212,000元)。

12. 貿易、票據及其他應收款項

	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	806,396	609,015
應收票據	26,422	51,656
	<u>832,818</u>	<u>660,671</u>
第三方其他應收款項：		
• 可收回增值稅	52,090	55,562
• 按金	152,645	63,272
• 支付僱員的預付款	8,653	5,708
• 有關一項收購的託管賬戶存款	130,000	65,000
• 其他	17,564	17,297
	<u>1,193,770</u>	<u>867,510</u>

預期所有貿易及其他應收款項均可於一年內收回。

本集團一般給予客戶自發票日期起介乎30日至90日的信貸期。於二零一零年九月三十日，貿易應收款項及應收票據約人民幣52,089,000元(二零一零年三月三十一日：人民幣32,910,000元)已逾期，但認為並未減值。該等款項與多名近期並無欠款紀錄的獨立客戶有關。貿易應收款項及應收票據(扣除呆壞賬減值虧損)的賬齡分析如下：

	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
信貸期內	780,729	627,761
逾期一至三個月	31,976	32,685
逾期超過三個月但少於六個月	15,918	225
逾期超過六個月但少於十二個月	4,195	—
	<u>832,818</u>	<u>660,671</u>

13. 貿易及其他應付款項

	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	866,459	438,034
其他應付款項及應計開支		
• 客戶按金	570,155	423,938
• 應計返利及佣金	98,007	99,378
• 應計廣告開支	61,139	55,929
• 應計薪金及福利	89,881	73,353
• 有關一項收購的應付或然代價	130,000	65,000
• 應付股息	5,000	5,000
• 其他	43,809	44,266
	<u>1,864,450</u>	<u>1,204,898</u>

預期所有貿易及其他應付款項均可於一年內結清。

貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於二零一零年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
於一個月內到期或按要求償還	111,128	183,862
於一個月後但於三個月內到期	755,331	254,172
	<u>866,459</u>	<u>438,034</u>

14. 不調整結算日後事項

二零一零年九月三十日後，本公司董事會於二零一零年十一月二十九日向本公司權益持有人宣派中期股息每股普通股人民幣6.5分。

管理層討論及分析

市場回顧

歐洲主權債務危機使中國經濟增長的外部環境自本年初起趨於複雜，經濟增速有所放緩，但中國經濟運行基本面依然良好，內需平穩增長，外需持續恢復。

報告期內，受到原材料價格急升、勞動力成本繼續提高和人民幣持續升值等因素的影響，中國服裝行業的成本增速亦加快，行業整體毛利率面臨下降的壓力。不過，國內消費需求仍然旺盛，即使中國服裝行業發展增長速度有所放緩，但是行業整體擴充趨勢沒有改變。上半個財政年度行業整體表現良好，尤其是大型優勢服裝品牌企業，價格轉嫁能力較強，質量、經營效益穩步提升，為全年行業經濟實現健康發展打下良好基礎。

業務回顧

羽絨服業務穩踞市場龍頭業績符合預期

回顧上半年度，羽絨服業務繼續是本集團最主要的業務，為本集團長遠的全面發展提供重要的基礎。

根據中國行業企業信息發佈中心及中國國家統計局的統計數據，本集團旗下羽絨服品牌繼續領跑中國羽絨服行業，「波司登」從一九九五年起已連續十五年成為國內羽絨服行業第一品牌（以銷售額計）。根據中國行業企業信息發佈中心發佈的報告，二零零九年度，本集團的品牌組合（包括「波司登」、「雪中飛」、「康博」及「冰潔」）的總市場份額為38.0%，四個品牌全部進入市場銷售額前十強，其中「波司登」和「雪中飛」品牌依然牢踞銷售第一位和第二位，市場份額分別達到24.9%和7.6%，「冰潔」和「康博」的排名分別為第七位和第八位，市場份額分別達到2.9%和2.6%。

二零一零年九月十五日，連續發佈16個年度的「中國最有價值品牌排行榜」在中國上海揭曉，本集團品牌「波司登」以人民幣180.16億元的品牌價值再次入榜並高踞排行榜第13位，本集團旗下品牌「雪中飛」也再次入榜，品牌價值達到人民幣51.32億元，位居第46位。「中國最有價值品牌」排行榜是睿富全球排行榜與北京名牌資產評估有限公司共同進行的一項品牌價值比較研究。歷年上榜的企業均為在中國市場上最具影響的消費類品牌，被業界廣泛視為中國實體經濟的核心和優秀企業的代表。

回顧期內，本集團品牌羽絨服收入繼續跟隨行業的季節性特點而浮動，一般而言，最高銷售額(即銷售旺季)在十月至翌年二月，最低銷售額(即銷售淡季)在三月至五月。本集團一般在六月至九月的銷售淡季以優惠價出售前一財政年度的存貨，近年情況相若。報告期內，羽絨服業務的業績符合董事及高級管理層預期。

大型戶外實景發佈會再次引發業界震動

每一年波司登的羽絨服新品發佈會，都是業界的盛典。波司登也不負重望，無論是設計理念，還是發佈會的形式，都會有新的創意與驚喜。今年，波司登在湖南張家界的盛典，特別把實景發佈這一新的形式提升到新的水平。

二零一零年九月十日「羽裳霓曲·魅力張家界」波司登2010新品發佈會於湖南張家界盛大舉行。此次發佈會採用戶外實景形式，以張家界獨特的奇山仙境作為發佈會的絕佳背景。這次發佈會集中展示了波司登即將上市的400多款時尚羽絨服。設計師的靈感，來自於天空與大地的意象，充分表達了人與自然、天地和諧的思索，彰顯了服裝品牌對低碳時代的關切。6個系列羽絨服讓現場近千名業界人士讚歎不已：既有罕見的先鋒理念，又緊緊貼合消費者的時尚需求，選擇張家界作為實景發佈地更是天作之合，時尚與自然，概念與市場，都達到了完美的統一。

今年，波司登的秋冬女裝羽絨服，分為4個系列：「委婉之約」精品系列，體現低碳時代的時尚格調；適合年輕人群的「炫動街區」系列，用了許多超亮的軋光面料，體現光影、速度的夢幻前衛感覺，充分表達時尚個性；「大地之旅」系列，強調休閒的舒適度、回歸真實自我，用了許多奶酪黃、棕櫚咖、橘灰、軍綠灰、梅子紅等自然色彩；「達人空間」系列，非常強調造型變化與混搭，蓬鬆、溫暖、花邊、褶皺，都匠心獨運。波司登的男裝羽絨服比以往突破較大，充滿著創新元素，分為兩個系列：「隨性驛站」系列，以棕紅、森林綠、墨黑、墨綠等取材自然地貌的色彩，充分體現時尚與自然的和諧，以及服裝風格的沉穩與豁達；「自由空間」系列，重點強調自由舒適的生活本質，款式簡約，色彩不誇張，但功能元素是很大的亮點，體現服裝的沉穩平和與實用性。

品牌個性升級「冰潔」深化時尚風

為落實本集團品牌組合發展戰略，在進一步充實「波司登」的品牌文化內涵和提升「波司登」品牌定位的同時，全力驅動集團旗下其他優勢品牌獨立成長，過去兩年裡，本集團將「冰潔」品牌重新定位並獨立管理，取得了較為理想的效果。憑其時尚化設計理念，鮮明的品牌風格，精確的市場定位，科學的運營管理，「冰潔」品牌產品的銷售及市場份額均顯著上升，獲得市場的廣泛認同。

二零一零年，「冰潔」繼續創新突破、務實求變，就品牌升級、營銷變革及新品設計等方面進行了全新的規劃。借助品牌標誌由「BINGJIE」到「BENGEN」個性升級契機，「冰潔」品牌從2009年「時尚度」深化到2010年「時尚風」，以「時尚、潮流」為品牌風向指標，全面詮釋品牌時尚性格，讓服飾、環境、人更有機地融為一體，深化設計時尚度，引領品牌時尚風。二零一零年六月，「冰潔」召開以「魅力中國，時尚看我」為品牌戰略主題的訂貨會，根據市場趨勢定位，圍繞著18—30歲青春活力、崇尚潮流、追求時尚的都市男女，推出「青春校園」、「都市魅惑」、「浪漫情懷」等系列，彰顯品牌張揚、個性、潮流動感和色彩奔放主題，品牌代言人韓國巨星張娜拉也親臨常熟為訂貨會助陣，演唱其經典流行歌曲，並和中國名模李子峰現場演繹「冰潔」2010新款服裝秀，讓整個訂貨會氛圍達到高潮。與會代理商對今年公司政策和新品非常有信心，對訂貨表現出熱情空前高漲，訂貨金額也超出預期。

借助品牌完美蛻變，設計全新升級，「冰潔」將打造時尚化傳播，計劃在央視、湖南衛視、江蘇衛視等重點媒體及黃金娛樂性欄目投放廣告，全面提升品牌時尚化美譽度。營銷時間攻略上重點推進「中秋國慶」、「聖誕元旦」、「春節元宵」節日段銷售。

四季化業務發展有序步伐逐漸加快

為提高服裝產品之多樣性、降低企業經營風險、開發新的利潤增長點、提高本公司盈利能力，本集團前瞻性地制定四季化服裝產品發展戰略，擴張品牌及產品組合，並於回顧期內繼續落實執行，成績符合董事及高級管理層預期。

波司登男裝

本集團於二零零九年五月收購波司登男裝業務是本集團由「單季產品」品牌向「四季化服裝產品」品牌轉型戰略的第一步。自收購以來，借助「波司登」品牌和本集團的有力支持，波司登男裝進行了全方位升級換代，重磅打造「品味生活」男裝的新定位，全面整合和提升品牌、產品、形象、渠道等各個環節，受到廣大消費者喜愛，取得令人矚目的成績。報告期內，波司登男裝業績增長較快，符合管理層預期。

回顧期內，波司登男裝舉行兩場大型的訂貨會，反應都十分熱烈：

二零一零年四月十一日，以「跨越」為主題的「波司登男裝」2010秋冬新品發佈會暨訂貨會在常熟市國際會展中心盛大開幕，吸引全國各地經銷商等1,000餘人參與。為期12日的訂貨會，錄得訂單金額達人民幣2.9億元，較去年同期增長約57%。這此推出的「波司登男裝」2010秋冬系列秉承時尚的款式，合體的剪裁，優質的面料，先進的生產工藝，集時尚、品位、品質於一體，在延續「波司登男裝」高端形象的同時，結合當下時尚潮流趨勢，用「行動」、「連線」、「旅行」三位一體展示出都市男士品位和實現自我的追求之旅，精彩詮釋了「品味生活」的精髓。

二零一零年九月十六日，「波司登男裝」2011春夏新品發佈會暨訂貨會在常熟市國際展覽中心盛大開幕，來自全國各地的經銷商、嘉賓等超過1,300人雲集一堂，共同領略「波司登男裝」2011春夏季的潮流新品。為期4日的訂貨會，錄得訂單金額達人民幣2.05億元，較去年同期增長約46.9%。本季「波司登男裝」再次回歸時尚商務的產品精髓，在時尚與不凡中傳遞出簡約流暢，在品位與高雅中傳達追求自我的設計理念，得到了代理商、加盟商朋友的充分肯定。

「Rocawear」

本集團於上財政年度取得「Rocawear」品牌大中華地區(包括中國、香港、澳門特別行政區及台灣)的代理權，是推進本集團「四季化服裝產品」發展戰略及成為綜合服裝品牌運營商的重要一步，自成立以來，「Rocawear」合資公司一直在積極進行品牌運營的前期籌備工作。二零一零年九月三日，「Rocawear」品牌正式登錄中國，於上海舉行其於中國首場時裝發佈會。此次的2010秋冬新品發佈會，「Rocawear」以敏銳的潮流眼光，提取「嘻哈」、「環保」、「科幻」等流行詞匯作為主題，採用亮片、金屬、藝術字母、誇張配飾等潮流元素，以鮮亮的色調、前衛的細節設計，優質的面料、精湛的剪裁，充分展示出自信、奮鬥、勇敢的品牌魅力，徵服在場的每一位來賓。

波司登國際聲望提升品牌價值再創新高

近年來，波司登的企業知名度不斷提高，國際聲望也在不斷攀升，頻頻受到國際權威機構的青睞。

二零一零年七月二日，由信譽研究院(中國)和中華(海外)企業信譽協會聯合舉辦的中國「信譽企業」認證2010年度頒獎典禮在香港隆重舉行，本公司獲評為中國「信譽企業」稱號。此次評選，有超過50萬名來自內地、香港和澳門等地的消費者通過網絡和問卷形式參與，共有20家中資及港資企業獲得了年度中國「信譽企業」稱號。

與品牌代言人深度合作營銷策略多樣化

針對旗下各品牌不同的風格和市場定位，本集團採取多種靈活立體的推廣模式進行品牌宣傳。「世界因你而美麗」、「我要飛得更高」、「暖的透氣薄的有型」、「品質好才是真實惠」、「品位生活，英雄所見」，這一句句精彩的廣告語和宣傳口號正是個性鮮明地對應了「波司登」、「雪中飛」、「冰潔」、「康博」、「波司登男裝」等各個品牌的特徵。

報告期內，除了投放電視廣告外，本集團還結合多方面的宣傳資源，通過在商業旺區開設高端旗艦店、舉行新品發佈會、贊助體育活動、聘請明星代言人、戶外廣告以及網站、店鋪宣傳和產品展示、藝人話題影片／演唱會、VIP俱樂部服務等等的組合策略，全方位向消費者傳遞本集團品牌理念和產品的獨特性，增加目標市場消費者對本集團產品的認知度。

「波司登男裝」更是充分運用明星效應，與品牌代言人進行了深度合作。由「波司登男裝」主辦並冠名的「波司登男裝之夜——王力宏MUSIC—MAN 2010世界巡迴演唱會」常熟站於二零一零年九月十五日晚在常熟市體育中心完美落下帷幕。此次波司登男裝之夜王力宏演唱會，可謂是強強聯手，是兩者在品牌深入營銷和提升上的又一次創舉和前進。因為王力宏的音樂，讓我們的世界變得更動聽；因為波司登男裝，讓我們的生活更有品位更時尚！「波司登男裝」VIP會員、全國各地合作夥伴、王力宏的歌迷等在內3萬多人共同度過一個難忘的音樂之夜。

執著於創意設計研發完美細節創造卓越

服裝產業的本質就是時尚創意，創新意識與想像力是服裝界未來轉型升級的第一生產力。為此，本集團一直執著和專注於創意研發，持續地發展著科技研發和產品設計體系，從款式、面料到理念，不斷追求創新和提升。為進一步加強設計能力，本集團的產品設計小組不時進行市場研究，並通過參加各種展銷會、嚴密分析銷售表現以瞭解顧客需要，來緊貼最新潮流趨勢。此外，本集團還多次邀請法國、韓國、香港等地著名設計師現場指導，並選派優秀設計師去法國、意大利考察學習、參加國際專業展會，收集流行信息，吸收藝術養分。

作為連續14年代表中國向世界發佈防寒服最新流行趨勢的企業，每年本集團的羽絨服裝產品設計已成為中國防寒服的絕對潮流導向。從把時尚化、休閒化、運動化設計理念引入羽絨服行業、賦予了羽絨服「輕、薄、美」的新概念，到將環保與時尚融合推出綠色環保型羽絨服、生態抑菌型羽絨服，以及將國際領先的「納米技術」運用於羽絨服推出具有防水、防油、防污、抗菌、防黴、除異味、自潔淨功能的中科納米抗菌羽絨服，一次次的創新，實現了本集團的飛躍，也推動了整個中國羽絨服行業的升級換代。

「波司登男裝」也擁有自己強大的設計師團隊，並且還與國際知名設計公司進行了全面合作，推出休閒類、商務休閒類、商務正裝等多個產品系列，重在塑造當代成功男士在不同場合多彩的生活著裝方式，引領男士著裝新概念。「波司登男裝」還推出了高級量身定制服務，給那些對於市場上的成衣已經無法滿足，而又有自己獨到見解的個性時尚人士，提供了一個彰顯自己獨特風格的設計平台。客戶可以根據自己的需求選擇版型、面料、裡襯、扣子等等，並提出自己對服裝的獨特見解和要求，由公司專業設計師運用專業知識，經過精心的設計、裁剪和製作，做出獨一無二的作品，讓精英男士從千篇一律的服裝中解脫出來，獨顯尊貴。

全面導入ERP信息系統開啟購物e時代

本集團以網絡信息技術和電子商務平台積極改造提升傳統產業，在訂單管理、原料檢測、生產製造、外發加工、倉儲物流、營銷服務等環節全面導入ERP信息化工程，打造出反應快速、執行有力的企業綜合供應鏈，降低庫存提高了物流周轉速度。報告期內，本集團對信息系統的基礎硬件及系統平台進行了重新優化和調整，提升數據安全；優化軟件系統架構，建設分別適用於羽絨服產品和非羽絨服裝產品兩大板塊的兩個版本的ERP系統；增加手機應用，實現ERP數據通過手機短信方式通知，實現系統監控異常情況的手機短信通知，以便相關人員能更為及時地獲取重要營運信息並迅速作出決策響應市場的變化。

繼本集團羽絨服業務成功建立電子商務平台、在淘寶商城開設波司登官方旗艦店、實現網絡銷售的運營和管理後，「波司登男裝」淘寶旗艦店也於二零一零年四月十日盛大揭幕，開啟「波司登男裝」購物e時代，給廣大消費者提供更方便快捷的購物方式，足不出戶就能挑選自己喜歡的衣服，輕鬆體驗「波司登男裝」全生活形態的著裝文化。

優化零售分銷網絡佈局提高終端形象要求

本集團對羽絨服業務的零售網絡進行較大幅度的調整，在淘汰或重置未符合標準的經銷商與表現欠佳的零售網點的同時，力求使渠道總體規劃佈局更為合理，以促進各銷售區域間的良性競爭及業績上升。結合市場情況，本集團對羽絨服業務店鋪的類型進行了部分調整，又增加了專賣店數量，尤其是「冰潔」品牌獨立運營後其專賣店有所增加；加大投入於終端形象建設，提出對店面裝潢與貨品陳列標準化的要求，從門面裝修風格到店堂、燈光、道具，以及服務、氛圍營造等方面，都要求統一，處處朝時尚化的定位靠攏。

波司登男裝的零售分銷網絡繼續拓展，在原有二、三線城市的基礎上，逐步向一線城市突破，並適當增加了公司直營店和單店加盟的比例，以鞏固品牌定位、增加市場佔有率及平衡公司直營店、加盟店及區域代理網點的發展。波司登男裝以灰色為主要形象色，充分體現出波司登男裝的品質、品味的品牌形象，統一、互相融合的設計，讓不同產品系列能在展示空間內得到絕佳的陳列感，結合品牌主題形象把品牌元素延伸至每組櫃體及陳列道具上，貫穿整個空間功能，強調視覺空間感，打造出以個性經典獨特的購物空間。

羽絨服業務的網點

按網點類型劃分的零售網絡組成

店鋪類型	於二零一零年	於二零一零年	變動
	九月三十日	三月三十一日	
專賣店			
— 由本集團經營	48	7	+41
— 由第三方經銷商經營／監督	5,052	3,289	+1,763
	<u>5,100</u>	<u>3,296</u>	<u>+1,804</u>
寄售網點			
— 由本集團經營	939	988	-49
— 由第三方經銷商經營／監督	1,374	1,336	+38
	<u>2,313</u>	<u>2,324</u>	<u>-11</u>
合計	<u>7,413</u>	<u>5,620</u>	<u>+1,793</u>

波司登男裝業務的網點

按網點類型劃分的零售網絡組成

店鋪類型	於二零一零年		變動
	於二零一零年 九月三十日	於二零一零年 三月三十一日	
專賣店			
— 由本集團經營	38	34	+4
— 根據加盟協議經營	73	56	+17
— 由第三方經銷商經營	359	343	+16
	470	433	+37
零售網點			
— 由本集團經營	50	39	+11
— 根據加盟協議經營	61	43	+18
— 由第三方經銷商經營	284	244	+40
	395	326	+69
合計	865	759	+106

按地理位置劃分的零售網絡組成

銷售地區*	於二零一零年			於二零一零年			變動		
	九月三十日			三月三十一日					
	羽絨	男裝	合計	羽絨	男裝	合計	羽絨	男裝	合計
華北片區	3,927	440	4,367	3,262	404	3,666	+665	+36	+701
華東片區	1,814	227	2,041	1,189	181	1,370	+625	+46	+671
華中片區	1,672	198	1,870	1,169	174	1,343	+503	+24	+527
合計	7,413	865	8,278	5,620	759	6,379	+1,793	+106	+1,899

* 華北片區：東北三省、山西、陝西、新疆、四川、重慶、內蒙古、甘肅、寧夏、西藏、雲南、貴州、山東、北京、天津、河北、青海

華東片區：江蘇、浙江、上海、安徽、福建

華中片區：河南、湖南、湖北、江西、廣東、廣西

財務回顧

收入

截至二零一零年九月三十日止六個月，本集團錄得約人民幣1,858.3百萬元(二零零九年：約人民幣1,564.9百萬元)收入，較去年同期上升18.8%，主要是由於(a)有效的銷售計劃控制銷售淡季出售的存貨數量及售價，令品牌羽絨服業務增長17.1%；及(b)自二零零九年五月收購男裝業務起，首次完整錄得期間收益，加上店鋪數目增加以及成功的品牌推銷讓大眾更為認識「波司登男裝」，故男裝業務增長130.0%。

按產品劃分的收入如下：

以產品劃分的收入分析

	截至九月三十日止六個月				
	二零一零年		二零零九年		變動 百分比
	(人民幣 百萬元)	佔總收入 百分比	(人民幣 百萬元)	佔總收入 百分比	
品牌羽絨服					
• 賣斷銷售	1,011.1	54.4%	886.4	56.7%	14.1
• 寄售	194.5	10.5%	141.4	9.0%	37.6
• 其他*	3.6	0.2%	4.5	0.3%	(20.0)
羽絨服總收入	1,209.2	65.1%	1,032.3	66.0%	17.1
貼牌加工管理	518.3	27.9%	475.7	30.4%	9.0
男裝	130.8	7.0%	56.9	3.6%	130.0
總收入	1,858.3	100%	1,564.9	100%	18.8

* 指主要與羽絨服產品及四季服裝產品有關的原材料銷售。

本集團大部份品牌羽絨服均以賣斷銷售的方式出售，佔本集團羽絨服總收入的83.6%，去年同期則佔85.9%，有關百分比反映銷售淡季賣斷銷售法頗受市場歡迎。

羽絨服銷售的收入按品牌分析如下：

品牌羽絨服的收入分析

品牌	二零一零年		二零零九年		變動百分比
	(人民幣百萬元)	佔品牌羽絨服銷售額百分比	(人民幣百萬元)	佔品牌羽絨服銷售額百分比	
波司登	635.0	51.8%	509.3	48.8%	24.7
雪中飛	211.6	17.3%	198.6	19.0%	6.5
冰潔	217.4	17.7%	202.0	19.3%	7.6
康博	140.0	11.4%	122.1	11.7%	14.7
其他品牌	18.9	1.5%	8.3	0.8%	127.7
其他	3.6	0.3%	4.5	0.4%	(20.0)
小計	1,226.5	100%	1,044.8	100%	17.4
銷售回扣	(17.3)		(12.5)		
羽絨服總收入	1,209.2		1,032.3		

為加強不同品牌的差異性，本集團調整品牌組合的產品。本集團核心品牌「波司登」品牌繼續為中高檔品牌，目標客戶為消費力較強及追求潮流時尚設計的人士，「雪中飛」品牌則旨在迎合生活風格較有活力的年輕顧客。「康博」及「冰潔」品牌服裝分別主要為男士及女士提供色彩鮮艷的青春羽絨服，專注大眾市場。在品牌定位的策略下，「波司登」品牌銷售收入仍然貢獻最大，佔品牌羽絨服總收入51.8%或約人民幣635.0百萬元。「雪中飛」品牌的貢獻佔品牌羽絨服總收入17.3%或約人民幣211.6百萬元。「康博」與「冰潔」產品的銷售收入分別錄得人民幣140.0百萬元及人民幣217.4百萬元，分別佔品牌羽絨服總銷售的11.4%及17.7%，其中「冰潔」對羽絨服銷售額的貢獻居於第二。

銷售成本及毛利率

回顧期內，銷售成本佔收入百分比較去年同期稍為下降。銷售成本達約人民幣1,154.0百萬元，或本集團收入的62.1%，而去年同期為約人民幣1,040.0百萬元，或本集團收入的66.5%。這主要由於本集團策略性地維持品牌羽絨服的盈利能力以及男裝業務方面因自資經營店鋪所佔的銷售比例提升。

回顧期內，品牌羽絨服、貼牌加工管理及男裝業務的銷售利潤率分別為46.0%、16.6%及48.0%，去年同期則分別為39.2%、20.8%及37.8%。

衍生金融工具之公平值變動

回顧期內，並無衍生金融工具的公平值變動，而去年同期則有一次過減值虧損約人民幣25.8百萬元。

分銷開支

本集團的分銷開支主要包括廣告、宣傳、商場扣點費以及薪酬及福利，達約人民幣451.7百萬元，較去年同期約人民幣324.7百萬元上升39.1%。實際支出上升主要是由於為發展非羽絨服業務以及擴充本集團經營的專賣店而增加店鋪及員工人數。就收入的百分比而言，分銷開支佔總收入的24.3%，較去年同期的20.8%略升3.5個百分點。

行政開支

本集團的行政開支主要包括呆壞賬撥備、薪酬及福利以及差旅費、顧問費及辦公室開支，達約人民幣162.9百萬元，較去年同期約人民幣148.7百萬元上升9.5%。開支上升主要是由於為開發辦公樓之新增樓宇造成折舊上升。期內行政開支佔本集團收入8.8%，較去年同期的9.5%微降0.7個百分點。

經營溢利

截至二零一零年九月三十日止六個月，本集團的經營溢利上升175.7%至人民幣84.0百萬元，主要是由於有效的銷售計劃及優秀的ERP系統有效控制銷售價格及成本所致。經營溢利率為4.5%，比去年同期的1.9%增加2.6個百分點。

融資收入

回顧期內，本集團於損益確認的融資收入由去年同期約人民幣51.3百萬元升至約人民幣102.2百萬元。融資收入上升，是由於出售可供銷售金融資產的融資收入及可供銷售金融資產的利息收入所致。

融資成本及稅項

回顧期內，本集團的融資成本增加508.4%至人民幣8.7百萬元，是由於本集團一間附屬公司的出口生產業務應收款項因美元兌人民幣貶值而導致匯兌虧損淨額上升。

截至二零一零年九月三十日止六個月，所得稅開支由人民幣19.7百萬元增至人民幣67.0百萬元。主要是由於就本集團中國附屬公司截至二零一零年九月三十日止六個月的不分派留存盈利作出預扣稅人民幣31.0百萬元額外撥備。

流動資金及財務來源

本集團採取審慎的融資及理財政策，同時維持穩健的財務狀況。本集團的資金來源為經營活動產生的現金。

截至二零一零年九月三十日止六個月，本集團經營活動所用現金淨值約為人民幣716.8百萬元，截至二零一零年三月三十一日之現金流入量淨值則約為人民幣1,605.2百萬元。於二零一零年九月三十日的現金及現金等價物約為人民幣2,329.1百萬元，而於二零一零年三月三十一日則為約人民幣3,127.6百萬元。現金及現金等價物減少乃由於用於支付截至二零一零年三月三十一日止財政年度的末期股息的現金所致。

為使本集團可用現金儲備獲得最高回報，本集團擁有可供出售金融資產，該等投資包括中國國內銀行的保本短期投資。可供出售金融資產預計(非保證)回報率介乎每年2.4%至4.7%。

於二零一零年九月三十日，本集團均無未償還貸款及銀行借款。本集團的負債比率(貸款總額／權益總額)為零。

資本承擔

於二零一零年九月三十日，本集團的資本承擔約人民幣17.5百萬元(於二零一零年三月三十一日：無)。

經營租約承擔

於二零一零年九月三十日，本集團的不可撤銷經營租約承擔約人民幣321.1百萬元(於二零一零年三月三十一日：約人民幣290.4百萬元)。

或然負債

於二零一零年九月三十日，本集團並無重大或然負債。

資產質押

於二零一零年九月三十日，銀行存款約人民幣26.7百萬元已作為本集團銀行融資（與應付票據有關）的質押（二零一零年三月三十一日：約人民幣2.2百萬元）。

財務管理及理財政策

本集團的財務風險管理由本集團總部的理財部門負責。本集團理財政策的主要目的之一，是管理其於利率及外匯兌換率中所面對的波動。

外匯風險

本集團附屬公司的業務經營主要位於中國，而本集團附屬公司的收入及開支均以人民幣計值。本集團的若干現金及銀行存款（包括本集團首次公開發售所得款項）乃以港元或美元計值。本公司及其若干海外附屬公司均選擇以美元作為功能貨幣。港元或美元兌換每間實體各自的功能貨幣的匯率的任何重大波動將會影響本集團的財務狀況。

於二零一零年九月三十日，本公司董事認為本集團的外匯風險並不重大。

於回顧期內，本集團並無使用任何金融工具作對沖用途。

人力資源

截至二零一零年九月三十日，本集團擁有全職員工約2,442人，包括四季化服裝業務的178名僱員（二零一零年三月三十一日：1,926名全職員工，包括四季服裝業務的122名僱員）。截至二零一零年九月三十日止六個月的員工成本（包括作為董事酬金的薪酬及其他津貼）約為人民幣142.3百萬元（二零零九年：約人民幣109.4百萬元）。員工成本上升主要由於集團發展包括波司登男裝在內的非羽絨服裝業務後增加了相應員工人數以支持由本集團經營的專賣店拓展所致。本集團的薪酬及花紅政策主要是根據每位員工的崗位責任、工作結果及服務年限，以及現行市場狀況釐定。

為給員工營造一個舒適和諧的生活環境，本集團對員工宿舍公寓進行了全面改造。此次改造的公寓按照三星級賓館標準建設，房間電視、電話、網線、空調等各類設施一應俱全，並全部採取酒店式管理。改造工程於二零一零年六月正式完工並通過各項驗收檢測，凡被公司錄用、在常熟無自住房的外地大學生、專業技術人員及管理人員均可申請入住，目前員工已全部入住。

為吸引及留用技術熟練和經驗豐富的員工，並鼓勵其致力於本集團業務的進一步發展及擴張，本集團亦提供股份計劃（「股份計劃」）以及購股權計劃（「購股權計劃」）。

截至二零一零年九月三十日，本集團並未就購股權計劃授出任何購股權。

業務前景

展望將來，本集團保持審慎樂觀。未來十年、二十年，是國人消費觀念和消費能力全面升級的年代，是中國服裝行業發展的新時期，中國服裝行業在完成規模擴張使命後，以價值創新為核心的品牌發展將成為其新的歷史任務。本集團將發揮「波司登」的品牌優勢，以全球視野全面整合旗下品牌風格定位、設計研發、渠道通路等，確保產品風格和而不同，以滿足各層次消費者需求；並在未來三至五年，繼續推動四季化發展，提升非羽絨服業務佔整體銷售的比例，進一步拓展國際營銷渠道，完善國際銷售網絡，使波司登成為一家世界知名的綜合服裝品牌運營商。

本集團計劃根據以下幾個主要方面制訂業務策略，以實現該等目標：

加快非羽絨服裝業務發展的步伐

在鞏固和保持羽絨服業務市場份額和良好業績的基礎上，本集團將繼續推進和落實四季化服裝產品發展戰略，進一步加快非羽絨服裝業發展的步伐，提升非羽絨服裝產品業務佔整體銷售的比例。

作為本集團最為優先發展的非羽絨服裝項目，本集團將全力支持波司登男裝的發展，確保其沿著良性運行的軌道前進，業績快速穩定增長的同時，品牌美譽度亦逐步提升，直至成為中國男裝領域品牌領導者。

繼「Rocawear」於中國首場時裝發佈會舉行後，接着便是開始積極進行店鋪選址等工作，以爭取其中國第一家店鋪能於年內開幕，讓「Rocawear」品牌產品儘快與中國消費者見面，從而開啟「Rocawear」大中華地區業務的第一步。

本集團還將繼續積極尋找具有高發展潛力、聲譽良好的非羽絨服裝品牌項目，採取收購、兼併或合作等方式擴張其品牌及產品組合，加快非羽絨服裝業務的發展步伐，使我們高品質的產品能一年四季服務於消費者，實現波司登向世界知名綜合服裝品牌運營商的轉型。

推進品牌組合戰略提升品牌價值

本集團將全面整合旗下品牌風格定位、設計研發、渠道通路等，確保產品風格和而不同，以滿足各層次消費者需求，實現集團整體品牌價值的全面提升。

根據前期品牌組合發展戰略的規劃，本集團對「冰潔」品牌進行重新定位並獨立管理後，「冰潔」品牌在兩年內取得迅速發展，業績大幅增長。因此，未來數年中，本集團將繼續合理規劃旗下各品牌的具體運營管理模式，適時推進品牌組合發展戰略，在進一步充實「波司登」的品牌文化內涵和提升「波司登」的品牌定位的同時，在鞏固其中國羽絨服市場第一高端品牌地位的基礎上，將「波司登」品牌的影響力擴展至其他非羽絨服裝領域(如現有的「波司登男裝」)，把「波司登」打造成名副其實的國際知名品牌；同時，全力驅動「雪中飛」、「康博」、「冰潔」、「Rocawear」等優勢品牌(包括通過併購、代理、合營、渠道互換等方式新納入本集團旗下的其他品牌)獨立成長。

強化設計研發拓展時尚環保版圖

有想像力的創意設計才能成就優秀的品牌，有時尚引導力的品牌才能成為服裝產業轉型升級的領跑者。本集團將繼續擴大和加強其研究、設計及開發團隊。本集團亦計劃與國內外知名研究機構合作，開發及應用新型面料，提升產品競爭力和品牌附加值。同時，本集團將為設計師創造、提供發展藝術潛質，激發其藝術靈感的空間和舞台，以及各種與國內外知名設計公司交流、學習與合作的機會，不斷提升其設計能力，以鞏固本集團在全國防寒服市場的領先地位，同時還將逐步拓展到非羽絨服裝產品及業務領域，憑藉卓越的時尚創意設計能力進一步擴張本集團的四季化時尚版圖。

當今世界，低碳在國際供應鏈中，已成為商業價值之一，各行各業都在構造自己的低碳環保世界。服裝行業也不例外，低碳紡織品將成為新興市場的需求，開發低碳紡織品、綠色環保紡織品已成為目前世界服裝品牌的重點發展戰略，低碳環保也已經成為推動行業升級的動力，作為行業領軍者，推動中國服裝行業發展是波司登的責任；本集團將加大對綠色環保低碳產品的研發開發，力求利用高新技術在產品上做減法，大量節省材料，大幅度降低碳排放量，在國際服裝界展現中國服裝業在環保低碳方面的貢獻。

加強營銷優化渠道提高市場份額

本集團將以客戶需求為出發點，進一步加大市場營銷力度，有效地拓展市場、提高市場份額，實現本集團業務的最大收益。根據旗下各品牌產品不同的風格和市場定位，本集團針對性地採取多種靈活立體的推廣模式進行品牌宣傳，除原有的媒體投放、戶外廣告、新品發佈會、聘請明星代言人、贊助體育活動、戶外廣告以及網站、店鋪宣傳和產品展示等推廣方式外，將更注重與消費者之間的互動，各銷售網點將舉行各種體驗、展示、優惠等活動，推出VIP俱樂部和量身定制等高附加值服務，全方位向消費者傳遞本集團各品牌定位和產品形象，提升品牌活力和影響力、擴大產品市場份額。

本集團將加大對渠道和終端建設的投入，在合理佈局網點（包括經營模式比例和地理位置分佈）的同時，聘請知名店鋪設計師為公司打造更具品位的終端形象，適時在全國各大城市增加大型旗艦店的數量，為消費者提供了更為廣闊更為舒適的購物環境，通過開設「生活館模式」展出波司登品牌全系列產品，並啟用全新的終端形象視覺系統，為消費者提供全方位的購物體驗。本集團的羽絨服產品渠道繼續進行整合優化，非羽絨服裝產品業務則以拓展市場為主線，其中，「波司登男裝」新店鋪開張速度將較以往有所加快，在全國的零售網點數目預期在二零一一年度增加至約1,200個零售點，而直營店和加盟店的比例也將較以往有所提高；「Rocawear」品牌業務方面，將爭取於年內開設中國第一家店鋪，並計劃於二零一三年前在大中華地區開設300家以上獨立店鋪或店中店。

本集團也將繼續開發和經營電子商務平台，以適應現代人購物方式逐步網絡化的趨勢，並力爭給公司錄得更多的銷售業績。

積極完善信息系統尋找庫存極限

庫存積壓影響公司流動資金和經營發展，這是困擾服裝行業的普遍問題。本集團一直非常重視庫存控制管理，產成品庫存率在同行業保持較低水平。今後，本集團還將進一步從產品設計、銷售渠道、物流配送等各個環節多管齊下，進一步降低庫存率，尋找庫存極限。超市和商場不設倉庫，甚至各銷售分公司都不單獨設倉庫，而是由區域物流中心統一配送，這是波司登倉庫管理方式之一。這就要求一線業務人員必須密切關注庫存，及時瞭解當季最好銷量的款式、顏色、尺碼，實時反饋市場銷售情況，以作為下次訂單的指導，從而盡可能降低庫存風險。不過，這也對本集團ERP系統提出了極高的要求，只有在信息數據及時、準確、完整，信息操作系統便捷、快速的前提下，才能保證補貨、發貨、換貨等各個環節的高效率，實現降低庫存風險的目標。所以，本集團還將進一步完善信息系統並擴大其覆蓋面。

中期股息

為向股東提供更高回報，董事會建議派付截至二零一零年九月三十日止六個月的中期股息每股普通股人民幣6.5分。建議股息將於二零一零年十二月二十四日以港元派付予於二零一零年十二月十六日名列本公司股東名冊的股東，匯率以中國人民銀行於二零一零年十一月二十九日公佈的人民幣兌港元官方匯率為準。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一零年十二月十四日至二零一零年十二月十六日(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，此段期間將不辦理股份過戶。為符合於二零一零年十二月二十四日獲派建議中期股息的資格，股東須將所有正式填妥的過戶文件於二零一零年十二月十三日下午四時三十分之前送達本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17M樓。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一零年九月三十日止六個月，本公司並無購買、出售或贖回本公司上市股份。

企業管治常規守則

董事認為，截至二零一零年九月三十日止六個月，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載的《企業管治常規守則》(「守則」)，惟守則第A.2.1條有關規定董事長與行政總裁(「行政總裁」)的角色應分開及不應由同一個人擔任的規定則除外。董事會亦會繼續檢討及監察本公司的常規，以符合守則規定及保持本公司高水準的企業管治常規。

高德康先生是本公司董事長兼行政總裁，亦是本集團的創辦人。董事會相信，由於角色特殊，高德康先生的經驗及其於中國羽絨服行業所建立的聲譽、以及高德康先生在本公司策略發展的重要性，故須由同一人擔任董事長兼行政總裁。這雙重角色可產生強勢而貫徹一致的市場領導力，對本公司有效率的業務規劃和決策至為重要。由於所有主要決策均會諮詢董事會及有關董事委員會成員，而董事會有四名獨立非執行董事提出獨立見解，故董事會認為有足夠保障措施確保董事會內權力平衡。

中期業績及中期報告於聯交所及本公司網頁發佈

本公告將在聯交所網頁 (<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網頁 (<http://company.bosideng.com>)發佈。截至二零一零年九月三十日止六個月的中期報告載有所有上市規則附錄十六需要的資料，屆時將分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

致謝

本人謹此代表董事會，對我們的股東、經銷商、客戶及合作伙伴的持續支持及本公司員工的貢獻與辛勤工作表示衷心感謝。

承董事會命
波司登國際控股有限公司
主席兼行政總裁
高德康

香港，二零一零年十一月二十九日

於本公告日期，執行董事為高德康先生、梅冬女士、孔聖元博士、高妙琴女士、黃巧蓮女士及王韻蕾女士；非執行董事為沈敬武先生及獨立非執行董事為董炳根先生、蔣衡傑先生、王耀先生及魏偉峰先生。