

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)

**截至二零一一年九月三十日止六個月之
中期業績**

摘要

- 收入增長47.4%至約人民幣2,739.1百萬元
- 毛利率提升1.5個百分點至39.4%水平
- 經營溢利增加228.4%至約人民幣275.9百萬元
- 本公司權益持有人應佔淨溢利增加196.1%至約人民幣327.4百萬元
- 董事會宣派中期股息每股普通股人民幣3.8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」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零一一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二零一零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閱。

合併綜合利潤表
截至二零一一年九月三十日止六個月(未經審核)

	附註	截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元	截至 二零一零年 九月三十日 止六個月 (未經審核) 人民幣千元
收入	4	2,739,114	1,858,284
銷售成本		(1,659,808)	(1,154,022)
毛利		1,079,306	704,262
其他收入	5	28,040	9,849
分銷開支		(644,495)	(451,687)
行政開支		(179,000)	(162,896)
其他開支	5	(7,981)	(15,518)
經營溢利		275,870	84,010
融資收入		99,908	102,183
融資成本		(21,457)	(8,657)
融資收入淨額	7	78,451	93,526
除所得稅前溢利		354,321	177,536
所得稅開支	8	(27,772)	(67,010)
期內溢利		326,549	110,526
期內其他綜合收益：			
海外業務之外幣換算差額		11,495	(6,519)
可供出售金融資產之公允價值變動淨額		(17,923)	(40,237)
其他綜合收益的所得稅		2,118	4,693
期內其他綜合收益，已扣除所得稅		(4,310)	(42,063)
期內綜合收益總額		322,239	68,463
以下人士應佔溢利：			
本公司權益持有人		327,398	110,565
非控權股東權益		(849)	(39)
期內溢利		326,549	110,526
以下人士應佔綜合收益總額：			
本公司權益持有人		323,088	68,502
非控權股東權益		(849)	(39)
期內綜合收益總額		322,239	68,463
每股盈利			
— 基本及攤薄(人民幣分)	10	4.21	1.42

合併資產負債表
於二零一一年九月三十日(未經審核)

	附註	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元	於二零一一年 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		600,991	313,382
投資物業		18,579	—
預付租賃款項		30,868	31,203
無形資產		501,224	509,453
購買物業預付款		151,691	—
遞延稅項資產		223,458	171,031
		<u>1,526,811</u>	<u>1,025,069</u>
流動資產			
存貨	11	2,157,654	1,214,783
貿易、票據及其他應收款項	12	1,693,802	1,046,527
應收關聯方款項		61,641	97,127
預付原材料及服務供應商的款項		856,282	730,587
可供出售金融資產		751,449	1,519,102
已抵押銀行存款		713,123	760,378
到期日超過三個月之定期存款		511,510	1,300,479
現金及現金等價物		1,756,780	1,417,629
		<u>8,502,241</u>	<u>8,086,612</u>
流動負債			
即期所得稅負債		227,623	199,254
計息借貸		1,455,098	586,880
貿易及其他應付款項	13	1,900,873	1,178,692
應付關聯方款項		14,163	14,365
		<u>3,597,757</u>	<u>1,979,191</u>
淨流動資產		<u>4,904,484</u>	<u>6,107,421</u>
總資產減流動負債		<u>6,431,295</u>	<u>7,132,490</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		147,417	165,759
		<u>147,417</u>	<u>165,759</u>
淨資產		<u>6,283,878</u>	<u>6,966,731</u>
權益			
股本		607	607
儲備		6,190,575	6,872,579
本公司權益持有人應佔權益		<u>6,191,182</u>	<u>6,873,186</u>
非控權股東權益		92,696	93,545
權益總值		<u>6,283,878</u>	<u>6,966,731</u>

附註：

1. 申報實體及公司資料

波司登國際控股有限公司（「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（一九六一年第三號法例，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。本公司及其附屬公司（統稱「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。

二零一一年，本集團收購位於英國（「英國」）的若干物業，其中一處將作為本集團的歐洲旗艦店及歐洲總部。於二零一一年九月三十日，該物業正在建設中，本集團的歐洲業務尚未開始運營。

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」）的相關披露規定編製，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二零一一年六月二十八日發佈的截至二零一一年三月三十一日止年度之年度財務報表（「二零一零／二零一一年年度財務報表」）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，須與二零一零／二零一一年年度財務報表一併閱讀。

截至二零一一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」）於二零一一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二零一一年三月三十一日止財政年度的財務資料屬過往已呈報的資料，故並不屬本公司該財政年度的法定財務報表，但摘錄自該等財務報表。二零一零／二零一一年年度財務報表可於本公司註冊辦事處查閱。核數師於二零一一年六月二十八日的報告中對該等財務報表發表無保留意見。

3. 重大會計政策

除下文所述者外，中期財務報告根據編製二零一零／二零一一年年度財務報表所採納的相同會計政策編製，應與二零一零／二零一一年年度財務報表一併閱讀。

(a) 新訂或經修訂準則及詮釋

國際會計準則理事會已頒發於本集團及本公司本會計期間首次生效的國際財務報告準則的若干修訂及一項新詮釋。其中與本集團財務報表有關的變更如下：

- 國際會計準則第24號（二零零九年經修訂），關連方披露
- 國際財務報告準則之改進（二零一零年）

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。

國際財務報告準則的變更主要有關澄清本集團財務報表相關的若干披露規定。該等變更對本中期財務報告的內容並無重大影響。

(b) 新交易的會計政策

截至二零一一年九月三十日止六個月，本集團於英國收購若干物業（包括若干幅土地及投資物業）。相關會計政策載列如下：

(i) 土地

擁有無限可使用期限的永久業權土地按成本計算，不計提折舊。

(ii) 投資物業

投資物業指按租賃權益擁有或持有的土地及樓宇，用以賺取租金收入或資本增值。其中包括所持目前尚未確定未來用途的土地及未來作為投資物業用途的在建物業或發展中物業。

投資物業按成本減累計折舊及減值虧損計算。成本包括收購有關投資物業直接應佔的開支。折舊於估計可使用年限按直線法在損益確認。折舊方法、可使用年限及剩餘價值在各財政年度末重新評估及調整（如適用）。

投資物業的租金收入於租期內分期在損益等額確認。

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。
- 非羽絨服：非羽絨服分部從事採購及分銷四季化服裝，包括品牌男裝、休閒裝及童裝。

(a) 分部業績

截至二零一一年九月三十日止六個月

(未經審核)

	羽絨服 人民幣千元	貼牌加工管理 人民幣千元	非羽絨服 人民幣千元	本集團 人民幣千元
來自外界客戶收入	1,775,381	631,099	332,634	2,739,114
分部間收入	—	—	4,829	4,829
呈報分部收入	<u>1,775,381</u>	<u>631,099</u>	<u>337,463</u>	<u>2,743,943</u>
呈報分部經營溢利	<u>126,490</u>	<u>104,185</u>	<u>73,074</u>	<u>303,749</u>
折舊	16,859	317	10,040	27,216

截至二零一零年九月三十日止六個月

(未經審核)

	羽絨服 人民幣千元	貼牌加工管理 人民幣千元	非羽絨服 人民幣千元	本集團 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

(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	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
收入		
呈報分部收入	2,743,943	1,863,395
分部間收入對銷	(4,829)	(5,111)
合併收入	<u>2,739,114</u>	<u>1,858,284</u>
	截至九月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 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	303,749	129,061
攤銷開支	(8,564)	(8,568)
政府補貼	19,640	3,299
未分配開支	(38,955)	(39,782)
融資收入	99,908	102,183
融資成本	(21,457)	(8,657)
除所得稅前合併溢利	<u>354,321</u>	<u>177,536</u>

(c) 地理資料

除位於英國價值相當於人民幣237,268,000元(二零一一年三月三十一日：無)的土地及樓宇、在建工程及投資物業外，於二零一一年九月三十日，本集團的所有物業、廠房及設備、投資物業以及無形資產均位於中國內地。

就物業、廠房及設備以及投資物業而言，資產的地理位置乃基於其實質所在地點，而就無形資產而言，資產的地理位置乃基於其所分配的營運所在地點。

二零一一年九月三十日，本集團的歐洲業務尚未開始營運，故截至二零一一年九月三十日止六個月，歐洲業務並無產生來自第三方的收入。

5. 其他收入及開支

		截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
	附註		
商標使用權收入	(i)	7,800	6,550
政府補貼	(ii)	19,640	3,299
租金收入		600	—
其他收入		<u>28,040</u>	<u>9,849</u>
其他開支－捐款		<u>(7,981)</u>	<u>(15,518)</u>

(i) 商標使用權收入來自其他公司使用本集團品牌。

(ii) 截至二零一一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19,640,000元（二零一零年：人民幣3,299,000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 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	1,618,405	1,196,643
撇減／(撥回)存貨至可變現淨值	41,403	(42,621)
折舊	27,216	18,406
攤銷	8,564	8,568
經營租賃費用	79,215	57,350
呆壞賬減值撥備	3,713	34,657

7. 融資收入淨額

	截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
於損益確認：		
持有至到期之投資利息收入	—	3,732
銀行存款利息收入	36,272	27,077
可供出售金融資產之利息收入	43,027	71,374
外匯收益淨額	20,609	—
	<u>99,908</u>	<u>102,183</u>
融資收入	99,908	102,183
計息借貸利息	(6,365)	—
銀行費用	(15,092)	(2,069)
外匯虧損淨額	—	(6,588)
	<u>(21,457)</u>	<u>(8,657)</u>
融資成本	(21,457)	(8,657)
於損益確認的融資收入淨額	<u>78,451</u>	<u>93,526</u>
於其他綜合收益確認：		
換算海外業務之滙兌差額	11,495	(6,519)
可供出售金融資產之公平值變動淨額	(17,923)	(40,237)
於其他綜合收益確認的融資收入之所得稅	2,118	4,693
	<u>(4,310)</u>	<u>(42,063)</u>
於其他綜合收益確認的融資成本淨額，已扣稅	(4,310)	(42,063)

期內並無利息撥作資本。

8. 所得稅開支

損益內的所得稅指：

	截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
即期稅項		
中國所得稅撥備	81,251	39,363
遞延稅項		
暫時差異的(撥回)/產生	(53,479)	27,647
	<u>27,772</u>	<u>67,010</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International Company Bosideng Ltd.、Bosideng America Inc.及Bosideng U.K. Limited(分別於俄羅斯、美國(「美國」)及英國註冊成立的本集團附屬公司)於期內並無應課稅溢利須繳納任何俄羅斯、美國或英國所得稅，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) 中國所得稅撥備乃按本集團各中國附屬公司的估計應課稅收入之相關稅率計算，有關稅率乃根據中國相關所得稅規則及規例而釐定。

中國政府於二零零七年三月十六日通過新的企業所得稅法(「新企業所得稅法」)，所有公司的所得稅率劃一為25%。新企業所得稅法自二零零八年一月一日起生效。因此，本集團於中國成立的內資附屬公司須自二零零八年起按25%的稅率繳納所得稅，惟屬外資企業的本集團附屬公司根據新企業所得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相關所得稅率減半優惠，直至原外資企業所得稅法先前所授免稅期屆滿為止。其後，該等附屬公司將按劃一稅率25%納稅。

截至二零一一年九月三十日止六個月的實際稅率約為7.8%，低於上一期間約37.7%的可比較實際稅率，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未分派留存盈利應計預扣稅人民幣31百萬元及適用於本集團附屬公司間交易時差的不同稅率所致。

9. 股息

(i) 期內應付本公司權益股東的股息。

	截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
宣派及支付中期股息每股普通股人民幣3.8分 (二零一零年：中期股息每股普通股人民幣6.5分)	304,279	505,203

結算日後擬派的中期股息並無確認為結算日負債。

(ii) 期內已批准及支付的上一財政年度應付本公司權益股東的股息。

	截至 二零一一年 九月三十日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	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)
期內已批准及支付的上一財政年度末期股息 每股普通股人民幣6.8分(二零一零年：末期股息 每股普通股人民幣8.8分)	528,520	683,967
期內已批准及支付的特別股息每股普通股人民幣6分 (二零一零年：無)	466,341	—
	994,861	683,967

10. 每股盈利

截至二零一一年九月三十日止六個月的每股基本及攤薄盈利乃按上述六個月本公司權益股東應佔溢利人民幣327,398,000元(二零一零年：人民幣110,565,000元)及截至二零一一年九月三十日止六個月的已發行股份加權平均數7,772,225,891股(二零一零年：7,772,350,000股)計算。

11. 存貨

	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
原材料	319,963	117,214
在製品	312,356	22,666
製成品	1,525,335	1,074,903
	<u>2,157,654</u>	<u>1,214,783</u>

於二零一一年九月三十日，以可變現淨值列賬的存貨賬面值約為人民幣153,346,000元(二零一一年三月三十一日：人民幣226,094,000元)。

12. 貿易、票據及其他應收款項

	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	1,195,309	560,807
應收票據	48,737	82,077
	<u>1,244,046</u>	<u>642,884</u>
第三方其他應收款項：		
• 可收回增值稅	155,299	114,189
• 按金	226,665	108,104
• 支付僱員的預付款	14,858	3,963
• 託管賬戶存款	—	130,000
• 其他	52,934	47,387
	<u>1,693,802</u>	<u>1,046,527</u>

預期所有貿易、票據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計介乎30日至90日的信貸期。二零一一年九月三十日，貿易應收款項及應收票據約人民幣103,063,000元(二零一一年三月三十一日：人民幣59,294,000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：

	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
信貸期內	1,140,983	583,590
逾期一至三個月	90,466	51,121
逾期超過三個月但少於六個月	1,941	528
逾期超過六個月但少於十二個月	4,199	1,378
逾期超過一年	6,457	6,267
	<u>1,244,046</u>	<u>642,884</u>

13. 貿易及其他應付款項

	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	923,330	333,429
其他應付款項及應計開支		
• 客戶按金	629,498	359,531
• 應計返利及佣金	150,513	165,141
• 應計廣告開支	31,919	52,424
• 應計薪金及福利	117,618	97,862
• 應付或然代價	—	130,000
• 應付股息	5,000	5,000
• 其他	42,995	35,305
	<u>1,900,873</u>	<u>1,178,692</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：

	於二零一一年 九月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元 (經審核)
於一個月內到期或於要求時償還	118,000	108,326
於一個月後但三個月內到期	805,330	225,103
	<u>923,330</u>	<u>333,429</u>

14. 不調整結算日後事項

(a) 中期股息

二零一一年九月三十日後，本公司董事會於二零一一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3.8分。

(b) 收購附屬公司

二零一一年十月二十八日，本集團附屬公司杰西國際控股有限公司與獨立第三方迪暉國際有限公司（「賣方」）訂立協議（「協議」），收購迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司（統稱「目標公司」）各自70%股權（「收購」）。

目標公司擁有「JESSIE」和「Le Mauve」等多個女裝品牌，並提供女裝的設計、品牌營銷和企劃等多種服務。目標公司亦以自營和加盟的方式銷售「JESSIE」品牌的女裝。本集團認為收購將會鞏固其於女裝業務的地位。

根據協議，本集團應付的總象徵式代價包括初步象徵式代價人民幣892.5百萬元(或會調整)及本集團授予賣方的出售權，詳情如下：

- 初步象徵式代價須透過本集團按象徵式價格每股股份港元3.1向賣方配發及發行235,000,000股代價股份加上以現金支付餘額支付。初步象徵式代價之後或會調整，按目標公司二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年的經營業績計算，而總初步象徵式代價無論如何不得超過人民幣945百萬元。
- 本集團零代價向賣方授出出售權，賣方可要求本集團在目標公司未能於二零一四年前在任何證券交易所上市的情況下，按不遜於收購事項相關的條款收購賣方所持各目標公司的股權。在任何情況下，因賣方決定行使出售權而應向其支付的代價總額不得超過人民幣900百萬元。

二零一一年十一月四日，本集團向賣方配發及發行合共235,000,000股每股面值0.00001美元的普通股作為收購的代價。

截至中期財務報告獲批准之日，本集團尚未完成收購事項相關的公平值計量。因此，並無得出收購當日代價、可識別資產及負債的公平值，且收購事項的初步會計入賬不完整。

管理層討論及分析

市場回顧

二零一一年第二、三季度，歐美債務危機及經濟衰退導致國際市場需求增速繼續減緩，發達國家經濟復蘇乏力，消費意欲下降。但中國經濟運行基本面依然良好，根據工信部發佈的數據顯示，中國紡織行業於本年度首三季總體保持平穩增長態勢，增速與二零一零年同期基本持平。

報告期內，國內消費需求仍然旺盛，紡織行業總體保持增長，但受到原材料價格持續上升、人民幣升值壓力不斷加大、國內各種生產成本持續上漲等因素的影響，中國服裝行業的成本增速亦加快，行業面臨整體毛利率下降的壓力。然而，大型龍頭服裝品牌企業，由於成本轉嫁予顧客的能力較強，加上品牌、產品質量、經營效益穩步提升，為全年行業的健康發展打下良好基礎。

業務回顧

羽絨服業務繼續穩居市場龍頭地位

作為本集團主要產業的羽絨服業務繼續穩居市場龍頭地位，為波司登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於二零一一年三月發佈的統計數據顯示，本集團旗下的「波司登」羽絨服由一九九五至二零一零年連續十六年榮列全國市場同類產品銷量第一名；「雪中飛」羽絨服也從二零零零年起連續十一年榮列全國市場同類產品銷量第二名；「康博」和「冰潔」羽絨服分別榮列二零一零年度全國市場同類產品銷售額第七名和第八名。以二零一零年的銷售額計算，集團旗下的「波司登」、「雪中飛」、「冰潔」、「康博」這四大羽絨服產品在中國羽絨服的銷售總額共佔到36.7%的市場份額。

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)在十月至次年二月，最低銷售額(即銷售淡季)集中在三月至五月。本集團一般在六月至九月的銷售淡季以優惠價格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。

此外，集團於今年一月利用羽絨服業務充裕的現金流，提早預付了部分原材料的費用，鎖定了本財年所需要的羽絨和部分面料的價格，並從中享受到額外的折扣，有效地控制成本。

非羽絨服業務發展有序 步伐逐漸加快

為了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了四季化服裝產品發展戰略，以擴張其品牌及產品組合。

「波司登男裝」：

收購「波司登男裝」業務是本集團由「單季產品」品牌轉型至「四季化服裝產品」品牌的戰略的第一步。自收購以來，借助「波司登」品牌和本集團豐富的網絡資源，「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，並對品牌定位、產品質素、形象、銷售渠道等各個環節進行了全面整合和提升，其產品受到了廣大消費者喜愛，取得了令人矚目的成績。在積極推動四季化多元快速拓展的同時，集團一直強調基礎建設，著重分銷網絡的健康發展。於回顧期內，集團藉著與分銷商的合約到期，策略性整合銷售網絡，關閉部分銷售未如理想或位置不佳的店舖，為長遠的發展奠下更穩固的根基。期內集團共關閉198間店，同時開設147間新店，以進一步優化「波司登男裝」的銷售網絡。截至二零一一年九月三十日止，「波司登男裝」於國內共設有928間店舖(二零一一年三月三十一日：979間)。由於集團集中於上半年大力關店，故「波司登男裝」上半年的增長速度低於往年，但整體符合管理層預期。

預期「波司登男裝」於二零一二年財政年度的零售網點將達1,000間，並繼續圍繞品牌形象提升、產品質素升級和服務提高，打造成國內知名的男裝品牌。

「洛卡薇爾」(ROCAWEAR):

經營「洛卡薇爾」品牌的大中華地區(包括中國、香港、澳門特別行政區及台灣)業務，是本集團落實「四季化服裝產品」發展戰略及成為綜合服裝品牌運營商的另一步，自「洛卡薇爾」合資公司成立以來，一直在積極進行品牌運營的籌備工作。截至本報告期末，「洛卡薇爾」品牌在北京、上海、杭州、天津、重慶共開設了19家專櫃(二零一一年三月三十一日：7家)。

「瑞琦」(BOSIDENG RICCI):

「瑞琦」是波司登集團直接投資打造的女裝品牌，從事中高端時尚女裝的生產與銷售。「瑞琦」品牌涵蓋春夏秋冬四季服裝、三大系列產品：摩登時尚、精緻職業和品牌專屬風格，各系列均以黑、白、灰、米、棕為基本色，注重多元化風格混搭，主要消費人群為25至40歲追求高品質生活的都市女性。目前，「瑞琦」在長三角地區各知名商場商圈設有23家專賣店及專櫃(二零一一年三月三十一日：4家)。集團計劃於本財政年度將在華東地區擴展至80家以上終端店鋪，三年後銷售網點將覆蓋全國。

「摩高」(Mogao):

「摩高」品牌創立於一九九九年，目標消費群為20至30歲的年輕人，以打造人人買得起的時尚休閒服裝品牌為追求，為青年一族塑造快樂、健康、自然、率真的形象。二零一一年一月，本集團出資人民幣1億餘元對上海旭高時裝有限公司(「旭高公司」)(摩高品牌的運營公司)進行增資擴股，增資擴股後本集團持有旭高公司56.04%的股權。此次增資擴股以後，「摩高」品牌的市場份額和品牌知名度將得到有效提升。目前，「摩高」在全國設有443家專賣店及專櫃(二零一一年三月三十一日：400家)，並計劃於未來五年以每年增加150至200家新店拓展「摩高」品牌，規劃至二零一五年在全國將共有約1,300間店鋪。

「叮噹貓」(D.D. Cat):

二零一一年三月，本集團通過增資擴股等多重方式對上海蘭博星兒童用品有限公司(「蘭博星公司」)總計投入約人民幣1億元，增資擴股之後本集團持有蘭博星公

司51%的股權。蘭博星公司是一家專業從事童裝及相關產品設計和品牌運營的公司，旗下品牌包括：創立於一九九九年的「叮噹貓」，和創立於二零零七年的「大眼蛙」、「r100」、「M&Q」，並分別細分定位了休閒、時尚、運動、個性四個不同的童裝市場。目前上述四個童裝品牌在全國共設有1,120間店鋪(二零一一年三月三十一日：866家)，主要分佈在華東和東南等省市。集團計劃於未來五年，每年新增150至200家店，規劃至二零一五年在全國將共有約2,000家店鋪。

「威德羅」(VETALLO):

「威德羅」是於意大利註冊的國際高端商務男裝品牌，本集團於二零一零年下半年開始投資經營該品牌，鼎力為成功人士提供全方位著裝顧問，並以經典正裝、商務休閒、雅致時尚三大主題系列打造優雅男士商務精英形象。品牌堅持與全球頂級面料商合作，秉承歐洲時尚元素，凝聚東方傳統文化，其商品堪比國際頂尖奢侈男裝品牌的款式和質量，並保持一定比例的全進口成衣及配件。同時，品牌專為亞洲人士研發專屬版型，加以舒適、簡潔的設計理念，使「威德羅」成為引領優雅著裝的潮流指標。本集團貫徹國際品牌嚴謹、規範的管理及營運模式，並是一支優秀的設計研發團隊帶領時尚的潮流。同時品牌創新地聚集了市場營銷精英，通過自營及託管相結合的形式建立起品牌獨特的終端分銷體系。報告期內，「威德羅」在瀋陽、大連、邯鄲當地的高級百貨商場內共開設了3家專賣店(二零一一年三月三十一日：零)。

優化零售分銷網絡佈局 提高終端形象

報告期內，本集團對羽絨服和男裝業務的零售網絡進行了較大幅度的調整，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，力求渠道總體規劃佈局的合理和單個門店的變化，以促進各銷售區域間的良好競爭及業績上升。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，增加了集團直營店設立計劃；加大了終端形象建設的投入，對店面裝潢與貨品陳列要求提出了更高的標準化要求，從門面裝修風格到店堂、燈光、道具、再到服務、氛圍營造等方面，朝時尚化的定位靠攏。而「波司登男裝」業務以拓展市場為主線，並在原有二、三線城市的基礎上，開始以一線城市為突破口。並適當增加了公司直營店和單店加盟的比例，減少了區域代理網點的比例。

按網點類型劃分的零售網絡組成

店鋪類型	於二零一一年 九月三十日			於二零一一年 三月三十一日			變動		
	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計
專賣店									
— 由本集團經營	55	68	123	51	47	98	4	21	25
— 根據加盟協議 經營	—	794	794	—	477	477	—	317	317
— 由第三方經銷商 經營	5,011	875	5,886	5,066	619	5,685	-55	256	201
小計	5,066	1,737	6,803	5,117	1,143	6,260	-51	594	543
零售網點									
— 由本集團經營	976	238	1,214	1,062	59	1,121	-86	179	93
— 根據加盟協議 經營	—	242	242	—	300	300	—	-58	-58
— 由第三方經銷商 經營	2,392	319	2,711	1,400	354	1,754	992	-35	957
小計	3,368	799	4,167	2,462	713	3,175	906	86	992
合計	8,434	2,536	10,970	7,579	1,856	9,435	855	680	1,535

按地理位置劃分的零售網絡組成

店鋪所在區域	於二零一一年 九月三十日			於二零一一年 三月三十一日			變動		
	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計
華北片區	4,508	1,326	5,834	4,052	898	4,950	456	428	884
華東片區	1,936	565	2,501	1,817	423	2,240	119	142	261
華中片區	1,990	645	2,635	1,710	535	2,245	280	110	390
合計	8,434	2,536	10,970	7,579	1,856	9,435	855	680	1,535

片區劃分說明：

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、海南

大型新品發佈會震撼業界

二零一一年八月二十一日，波司登品牌2011/2012新品發佈會在四川九寨溝盛大舉行，展示波司登三大系列共90套時尚羽絨服。此次發佈會利用先進的「裸眼3D」技術把波司登貼合消費者時尚需求的新品，與九寨溝的夢幻般的景色完美結合，向分銷商演繹波司登不斷創新的設計理念，並展示了數百款即將上市的羽絨服。

二零一一年九月六日，「波司登男裝」二零一二春夏新品訂貨會在常熟市國際博覽中心隆重舉行。發佈會上，設計師用「地中海風情」呈現了二零一二年春夏新品的主題靈感，從產品和終端銷售層面，更集中、更精確的表達了「波司登男裝」倡導「男人著裝文化」的實力和勇氣。新品分為精緻商務、簡約辦公、時尚商務三大系列，可滿足男士在辦公場合、私人聚會、社交場合等不同生活狀態下的著裝需求。新品不僅從主題系列、產品色系、面料選擇上有深入考究，更在區域差異和價格區間上，做出戰略佈局和合理調配。

多種推廣方式有效地實施市場營銷策略

針對旗下各品牌不同的風格和市場定位，本集團採取了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」、「品味生活，英雄所見」，這一句句精彩的廣告語和宣傳口號鮮明地對應了「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。

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求，來緊貼最新潮流趨勢。此外本集團還多次邀請世界各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，搜集流行信息、吸收藝術養分。

作為連續15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，以及國際領先的納米技術運用於羽絨服推出具有拒水、拒污、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。

二零一一年，集團首次推出「秋羽絨」系列，突破傳統羽絨服的時尚新概念，採用超薄型面料配以精湛的剪裁，設計出含絨量達90%，但僅重260克的秋季活力薄型高級羽絨。「秋羽絨」的推出不但豐富集團產品系列，更成功延長羽絨服的銷售期，迎合市場對輕薄羽絨產品的需求。「秋羽絨」系列於九月份正式推出，市場反應良好。

「波司登男裝」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，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」還推出了高級量身訂製業務，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。客戶可按個人

的需求挑選版型、面料、裡襯、扣子等，並加入個人化的設計元素，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，做出獨一無二的量身訂製服。

全面導入ERP信息系統開啟電子商務平台

本報告期內，本集團積極以網絡信息技術和電子商務平台改造提升傳統產業，在訂單管理、BOM、採購管理、供應商管理、原料檢測、生產製造、外發加工、成衣質檢、倉儲物流、營銷服務等環節全面導入並持續優化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調整和提升，引入成熟的系統開發平台對軟件系統架構進行了優化，提升系統穩定性和數據安全；不斷完善兩個分別適用於羽絨服產品和非羽絨服裝產品兩大板塊版本的ERP系統；強化系統的手機應用功能，實現了ERP數據及系統監控異常情況通過手機短信方式通知，以便相關人員能更為及時地獲取重要營運信息並迅速做出決策響應市場的變化。本集團終端的ERP信息系統覆蓋率超過90%。

本報告期內，本集團在淘寶商城開設分品牌的官方旗艦店，並與國內外知名電子商務網站充分合作，採用網絡分銷加盟模式，拓展網絡市場份額。通過調研網購消費人群需求，成立了專門的差異化產品研發部門，將推出40至50款網絡專供款式，在滿足線上消費需求的同時也用於區分線上線下產品線，形成由傳統渠道同質化產品升級至以品牌產品差異化策略為主導的競爭時代。不斷優化網絡渠道管理系統及官方電子商務平台，根據網絡市場特點，逐步集結波司登旗下品牌入駐電子商務陣營，並通過積累的大量會員逐步為其他品牌提供在線銷售服務。

設歐洲首家旗艦店 建地標性建築 實現品牌國際化

二零一一年六月，波司登斥資英鎊20,050,000購入緊鄰英國倫敦西區的購物中心牛津街的一項物業(南穆爾頓街(South Molton Street) 28號)，以作為波司登羽絨服及男裝旗艦店及歐洲總部，亦是集團首家在海外開設的羽絨服及男裝旗艦店，作為拓展英國市場的重要舉措，藉此部署進一步提升品牌知名度及美譽度。

該物業位處倫敦市最繁華商業區(同時也是歐洲最大的商業區)倫敦西區(West End)的核心地段，緊鄰英國首要的購物街－牛津街，距離每年出入人流量2,400萬人次的邦德街(Bond Street)地鐵出口僅20米，與建設中的倫敦地鐵新幹線(Cross Rail)的邦德街站隔街相望。

集團將會重建物業成六層高，連一地庫的地標性建築物，總面積超過1,000平方米，完成後該幢物業的地舖和地庫將用作波司登羽絨服及「波司登男裝」旗艦店，預期將於二零一二年七月開幕。公司計劃善用物業的地理位置優越、人流多的優點，透過外牆廣告增加品牌形象的推廣。其餘樓層，集團擬用作其歐洲總部。

波司登國際聲望提升 品牌價值再創新高

二零一一年四月十九日，二零一零年度(第十九屆)中國市場商品銷售統計結果新聞發佈會暨2011消費引領中國經濟發展新時代頒獎盛典在北京國家會議中心隆重舉行。根據中國商業聯合會、中華全國商業信息中心二零一零年監測統計數據顯示，波司登男裝榮獲服裝行業「2010年度全國銷售優秀獎」，這是不僅對波司登男裝市場成績的表彰，同時表現出業界與廣大消費者對波司登男裝品牌的認可，是對波司登男裝最大的肯定與鼓勵。

二零一一年七月十五日，波司登集團在北京舉行的第六屆中華慈善獎頒獎典禮中榮獲「中華慈善獎」。該獎由國家民政部頒發，是中國公益慈善領域中最高政府獎項。該獎項於二零零五年設立，每年評選一次，旨在表揚在公益慈善領域做出重要貢獻的個人、機構或慈善項目。波司登多年來一直熱心公益事業，秉持「以我的愛心換你的誠心」的優秀企業文化，在非典型肺痰爆發、南方特大雪災、「5.12」汶川大地震、青海玉樹地震、台灣「莫拉克」颱風等重大災難投入了大量心力和資金援助。二零一零年，波司登向眾多慈善機構捐助的善款和物資達到人民幣3,731.65萬元，多年來累計向各慈善機構及社會各界的捐款和物資更超過人民幣5億元。

二零一一年九月九日，二零一一年第十七屆「中國最有價值排行榜」揭曉，波司登以人民幣206.6億元的品牌價值高踞整個排行榜第13位，並且蟬聯紡織服裝業首位。波司登集團旗下品牌「雪中飛」價值也達到人民幣56.7億元，位居排行榜第48位。始於一九九四年的「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，是針對中國消費行業最早、也是持續時間最長的一項品牌價值排行榜，其評選準則是根據企業的財務表現、市場佔有能力、研發能力、品牌維護力度、以至品牌未來的發展潛力等進行綜合研究，以表揚品牌價值最高的企業。

財務回顧

收入

截至二零一一年九月三十日止六個月，本集團錄得約人民幣2,739.1百萬元（二零一零年：約人民幣1,858.3百萬元）收入，較去年同期上升47.4%，主要由於(a)本集團推出輕薄型的秋羽，把羽絨服的銷售期提前至九月初；(b)本集團的成本轉嫁能力高，以靈活銷售策略提升產品單價及處理庫存；(c)善用集團資源，於淡季時期進行貼牌加工業務；及(d)本集團積極於四季化服裝產品發展戰略，提升非羽絨服業務所帶來的貢獻。非羽絨服業務收入佔總收入約12.2%，較去年同期7.0%上升5.2個百份點。

以產品劃分的銷售分析

	截至九月三十日止六個月				
	二零一一年		二零一零年		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					
• 自營	216.0	7.9%	181.1	9.8%	19.3%
• 批發	1,557.2	56.8%	1,024.5	55.1%	52.0%
• 其他*	2.2	0.1%	3.6	0.2%	(38.9%)
羽絨服總收入	1,775.4	64.8%	1,209.2	65.1%	46.8%
貼牌加工管理	631.1	23.0%	518.3	27.9%	21.8%
非羽絨服					
男裝					
• 自營	29.2	1.1%	27.2	1.4%	7.4%
• 批發	140.2	5.1%	103.6	5.6%	35.3%
男裝總收入	169.4	6.2%	130.8	7.0%	29.5%
其他#	163.2	6.0%	–	–	不適用
非羽絨服總收入	332.6	12.2%	130.8	7.0%	154.3%
總收入	2,739.1	100.0%	1,858.3	100.0%	47.4%

* 指主要與羽絨服產品及四季服裝產品有關的原材料銷售。

指「波司登男裝」之外的非羽絨服產品的銷售。

本集團大部份品牌羽絨服均以批發形式出售，佔本集團羽絨服總收入的87.7%，去年同期則佔84.7%。

按品牌劃分羽絨服銷售的收入分析：

品牌	截至九月三十日止六個月				
	二零一一年		二零一零年		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	977.3	54.1%	635.0	51.8%	53.9%
雪中飛	326.1	18.1%	211.6	17.3%	54.1%
冰潔	290.7	16.1%	217.4	17.7%	33.7%
康博	182.7	10.1%	140.0	11.4%	30.5%
其他品牌	26.8	1.5%	18.9	1.5%	41.8%
其他	2.2	0.1%	3.6	0.3%	(38.9%)
小計	1,805.8	100.0%	1,226.5	100.0%	47.2%
銷售回扣	(30.4)		(17.3)		75.7%
羽絨服總收入	1,775.4		1,209.2		46.8%

本集團整合旗下品牌風格定位，確保產品風格和而不同，以滿足各層次消費者需求。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」品牌服裝分別提供傳統男士羽絨服和色彩鮮艷的女士青春羽絨服，專注大眾市場。在品牌定位的策略下，「波司登」品牌服裝的銷售收入仍然貢獻最大，佔品牌羽絨服總收入54.1%或約人民幣977.3百萬元。「雪中飛」品牌服裝的貢獻佔品牌羽絨服總收入18.1%或約人民幣326.1百萬元。「康博」與「冰潔」產品的銷售收入分別錄得人民幣182.7百萬元及人民幣290.7百萬元，分別佔品牌羽絨服總銷售的10.1%及16.1%。

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下降。銷售成本達約人民幣1,659.8百萬元，或本集團收入的60.6%，而去年同期為約人民幣1,154.0百萬元，或本集團收入的62.1%。這主要由於本集團有效將成本轉嫁給消費者，加上本集團年初已利用充裕的現金流，以預付方式向供應商以較優惠價格採購原材料，控制成本上漲所帶來的影響；發展成本較低的網絡銷售模式，拓展網絡市場份額。

回顧期內，品牌羽絨服、貼牌加工管理及非羽絨服業務的毛利率分別為46.4%、18.6%及41.6%，去年同期則分別為46.0%、16.6%及48.0%。

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644.5百萬元，較去年同期約人民幣451.7百萬元上升42.7%。分銷開支與銷售增長成正比，期內有關開支佔總收入的23.5%，較去年同期的24.3%減少0.8個百分點。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。

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179.0百萬元，較去年同期約人民幣162.9百萬元上升9.9%。期內行政開支佔本集團收入6.5%，較去年同期的8.8%下降2.3個百分點，主要由於本集團有效控制呆壞賬於低水平。

經營溢利

截至二零一一年九月三十日止六個月，本集團的經營溢利上升228.4%至人民幣275.9百萬元，主要是由於有效控制銷售價格、生產成本及行政支出。經營溢利率為10.1%，比去年同期的4.5%增加5.6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102.2百萬元微降2.3%至約人民幣99.9百萬元。

融資成本及稅項

回顧期內，本集團的融資成本增加147.1%至人民幣21.5百萬元，主要由於期內發行信用證的銀行費用增加，以及於香港以內存外貸方式調動國內資金作收購項目及購買英國物業之用的利息增加。

截至二零一一年九月三十日止六個月，所得稅開支由人民幣67.0百萬元減少至人民幣27.8百萬元，主要是由於中國附屬公司的未分派保留盈利並無錄得其他遞延稅項開支。

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。

截至二零一一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738.4百萬元，截至二零一一年三月三十一日之現金流入量淨值則約為人民幣49.5百萬元。於二零一一年九月三十日的現金及現金等價物約為人民幣1,756.8百萬元，而於二零一一年三月三十一日則為約人民幣1,417.6百萬元。現金及現金等價物減少乃由於以現金支付截至二零一一年三月三十一日止財政年度的末期股息及特別股息。

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1.6%至6.8%(二零一零年：2.4%至4.7%)。

於二零一一年九月三十日，本集團的銀行借款約人民幣1,455.1百萬元(於二零一一年三月三十一日：約人民幣586.9百萬元)。本集團的負債比率(貸款總額／權益總額)為23.2%。

資本承擔

於二零一一年九月三十日，本集團的資本承擔約人民幣291.6百萬元(於二零一一年三月三十一日：約人民幣231.9百萬元)。

經營租約承擔

於二零一一年九月三十日，本集團的不可撤銷經營租約承擔約人民幣486.6百萬元(於二零一一年三月三十一日：約人民幣429.4百萬元)。

或然負債

於二零一一年九月三十日，本集團並無重大或然負債。

資產質押

於二零一一年九月三十日，銀行存款約人民幣713.1百萬元已質押以就應付票據及信用證取得本集團貸款及銀行融資(二零一一年三月三十一日：約人民幣760.4百萬元)。

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。

於二零一一年九月三十日，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

截至二零一一年九月三十日，本集團擁有全職職工約3,809人(二零一一年三月三十一日：2,690名全職員工)。截至二零一一年九月三十日止的六個月的員工成本(包括作為董事酬金的薪酬及其他津貼)約為人民幣193.3百萬元(二零一零年：約人民幣142.3百萬元)。員工成本上升主要由於集團發展包括「波司登男裝」、「瑞琦」、「洛卡薇爾」等非羽絨服裝業務後增加了相應員工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、工作表現及服務年期，以及現行市場情況釐定。

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，提升了各項設施，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」），股份獎勵計劃（「股份獎勵計劃」）以及購股權計劃（「購股權計劃」）。

截至二零一一年九月三十日，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，本集團保持一向審慎樂觀的態度。未來十年、二十年，是國內消費觀念和消費能力全面升級的年代，中國服裝行業在完成規模擴張的階段後，將以價值創新為核心的品牌發展將成為新趨勢。本集團將依託「波司登」的品牌優勢，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，繼續提升旗下非羽絨服業務佔整體銷售的比例，使波司登成為一家多元品牌的綜合服裝運營商。

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。

「洛卡薇爾」將積極進行店鋪選址以及銷售網絡的建設工作，在全面啟動北京、上海、天津、重慶等全國省會級城市拓展計劃的基礎上，力爭於二零一三年前在大中華地區開設三百家以上的「洛卡薇爾」獨立店鋪及店中店。

作為波司登集團直接投資運作的時尚女裝品牌，「瑞琦」是本集團全面實施多元化戰略、打造品牌新版圖戰略中的重點項目。此前，波司登已向男裝、休閒裝等領域擴張延伸，成果令人矚目。所以波司登集團計劃用兩年時間主要在華東地區拓展銷售渠道，三年後將銷售網絡覆蓋全國。

對於在年初增資擴股的旭高公司和蘭博星公司，本集團希望利用其原有的管理團隊及自身資源，再加上波司登作為國內服裝行業領軍品牌的強大號召力，力爭在今後5年時間裡，旭高公司旗下的「摩高」品牌新店開張數目達到每年150到200家，規劃到二零一五年其在全國將擁有約1,300間店鋪，成為國內休閒時尚服裝領域的領先品牌。

報告期內，本集團旗下國際高級男裝品牌「威德羅」已經在東北地區開設了三家專賣店，並繼續積極進行店鋪選址等工作，以爭取讓「威德羅」品牌產品盡快與更多中國消費者見面。

於二零一一年十一月四日，波司登集團旗下全資附屬公司杰西國際控股有限公司根據於二零一一年十月二十八日簽訂的協議，以人民幣8.925億元(可予以調整)完成收購擁有數個中高檔女裝品牌，包括「JESSIE」品牌的迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司。「JESSIE」成立於一九九九年，為國內領先的時尚女裝品牌，銷售對象為28至45歲的職業女性，產品兼具職業和休閒風格。於截至二零一零年十二月三十一日止年度，迪暉有限公司的除稅後純利達人民幣5,440萬元。完成收購後，集團繼續在中國以自營和加盟方式銷售「JESSIE」品牌的女裝，預計未來三年新拓展店鋪約200家，總店數超過400家，並適時拓展到國際市場。

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 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。

根據品牌組合發展戰略的最初規劃，本集團對「冰潔」品牌進行重新定位並獨立管理後，「冰潔」品牌在兩年內取得了迅速發展，業績出現了大幅增長。因此，未來幾年中，本集團將繼續規劃旗下各品牌的運營管理模式，適時推進品牌組合發展戰略：進一步提升「波司登」的品牌定位，鞏固其中國羽絨服市場第一高端品牌地位，同時將「波司登」品牌的影響力擴展至其他非羽絨服裝領域，全力驅動「雪中飛」、「康博」、「冰潔」、「洛卡薇爾」、「瑞琦」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。

加強營銷優化渠道提高市場份額

本集團以客戶需求為出發點，進一步加大市場營銷力度，拓展市場、提高市場份額，實現本集團業務的最大收益。按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、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俱樂部和量身定製等高附加值服務，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。「波司登男裝」在全國的零售網點數目預期在二零一二年度達到約1,000個零售點的規模；「洛卡薇爾」品牌業務計劃於二零一三年前於大中華地區開設300家以上獨立店鋪及店中店。「摩高」品牌亦會以每年150至200家的速度開設新的店鋪。「瑞琦」則會在未來兩年內主要在華東地區建設銷售網絡，三年後將銷售網絡遍佈全國。

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

本集團一直非常重視庫存控制管理，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。根據波司登的倉庫管理方式，產品由區域物流中心統一配送，而超市、商場及經銷商不設倉庫。這就要求一線業務人員必須密切關注庫存，及時瞭解當季最暢銷的款式、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。

提升設計研發實力 拓展時尚環保版圖

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。

低碳和環保已成為商業價值之一，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大量節省材料，大幅度降低碳排放量，為環保和低碳生活出一分力。

中期股息

為向股東提供更高回報，董事會建議派付截至二零一一年九月三十日止六個月的中期股息每股普通股人民幣3.8分。建議中期股息將於二零一二年一月十日以港元派付予於二零一一年十二月三十日名列本公司股東名冊的股東，匯率以中國人民銀行於二零一一年十一月二十九日公佈的人民幣兌港元官方匯率(人民幣0.8157元兌1.00港元)計算。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一一年十二月二十八日至二零一一年十二月三十日(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。為符合於二零一二年一月十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二零一一年十二月二十三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17樓1712-1716室。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一一年九月三十日止六個月，本公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市股份，惟股份獎勵計劃信託人根據股份獎勵計劃的規則及結算契約條款以代價約港元12.4百萬於聯交所購買合共8,096,000股本公司股份則除外。

企業管治常規守則

董事認為，截至二零一一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。截至二零一一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
董事局主席兼行政總裁
高德康

香港，二零一一年十一月二十九日

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。