

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 BOSIDENG

波司登國際控股有限公司 Bosideng International Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立之有限責任公司)

(股份代號：3998)

截至2019年9月30日止六個月之中期業績

摘要

- 收入增加28.8%至約人民幣4,436.3百萬元。
- 毛利率提升1.2個百分點至43.5%。
- 經營溢利率提升0.5個百分點至10.8%。
- 本公司權益股東應佔溢利上升36.4%至約人民幣342.7百萬元。
- 董事會宣派中期股息每股普通股3.0港仙。

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2019年9月30日止六個月的未經審核綜合中期業績連同2018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。

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2019年9月30日止六個月－未經審核

	附註	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2018年 9月30日 止六個月 人民幣千元 (附註)
收入	4	4,436,283	3,444,181
銷售成本		(2,506,671)	(1,988,776)
毛利		1,929,612	1,455,405
其他收入	5	50,885	23,429
銷售及分銷開支		(1,119,010)	(790,174)
行政開支		(335,755)	(333,697)
有關無形資產及商譽的減值虧損		(48,000)	–
其他開支		(10)	(31)
經營溢利		477,722	354,932
融資收入		109,333	121,589
融資成本		(100,814)	(115,850)
融資收入淨額	7	8,519	5,739
除稅前溢利		486,241	360,671
所得稅開支	8	(125,772)	(102,237)
期內溢利		360,469	258,434

	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2018年 9月30日 止六個月 人民幣千元 (附註)
期內其他全面收益：		
其後不會重新分類至損益之項目：		
按公允價值計入其他全面收益之股權投資		
－ 公允價值儲備變動淨額（不得重新歸入）	<u>(61,463)</u>	<u>(49,874)</u>
	(61,463)	(49,874)
其後或會重新分類至損益之項目：		
外幣換算差額－境外業務	(29,932)	(60,496)
其他金融資產：公允價值儲備變動淨值（重新歸入）	<u>11,332</u>	<u>(15,938)</u>
	(18,600)	(76,434)
期內其他全面收益（扣除稅項）	<u>(80,063)</u>	<u>(126,308)</u>
期內全面收益總額	<u><u>280,406</u></u>	<u><u>132,126</u></u>

	附註	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2018年 9月30日 止六個月 人民幣千元 (附註)
以下人士應佔溢利：			
本公司權益股東		342,664	251,164
非控權股東權益		<u>17,805</u>	<u>7,270</u>
期內溢利		<u>360,469</u>	<u>258,434</u>
以下人士應佔全面收益總額：			
本公司權益股東		262,601	125,123
非控權股東權益		<u>17,805</u>	<u>7,003</u>
期內全面收益總額		<u>280,406</u>	<u>132,126</u>
每股盈利	9		
— 基本 (人民幣分)		<u>3.23</u>	<u>2.38</u>
— 攤薄 (人民幣分)		<u>3.19</u>	<u>2.36</u>

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

簡明綜合財務狀況表

於2019年9月30日 – 未經審核

	附註	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元 (附註)
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,169,147	1,023,660
使用權資產		486,005	–
預付租賃款項		–	51,284
無形資產及商譽	10	1,725,533	1,800,259
投資物業		273,112	285,380
其他金融資產	14	125,546	207,497
遞延稅項資產		610,482	576,467
		<u>4,389,825</u>	<u>3,944,547</u>
流動資產			
存貨	11	2,773,375	1,931,130
貿易應收款項及應收票據	12	3,127,201	1,035,042
按金、預付款項及其他應收款項	13	1,670,862	919,887
應收關連方款項		348,004	178,843
其他金融資產	14	2,141,047	4,416,750
已抵押銀行存款		470,431	679,336
到期日超過三個月之定期存款		34,500	222,902
現金及現金等價物		1,391,220	1,754,267
		<u>11,956,640</u>	<u>11,138,157</u>
流動負債			
即期所得稅負債		369,139	462,551
計息借貸		2,318,261	1,627,720
租賃負債		129,907	–
貿易及其他應付款項	15	3,169,836	2,699,661
應付關連方款項		22,207	3,638
衍生金融負債	16	2,289	2,289
		<u>6,011,639</u>	<u>4,795,859</u>
淨流動資產		<u>5,945,001</u>	<u>6,342,298</u>
總資產減流動負債		<u>10,334,826</u>	<u>10,286,845</u>

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元 (附註)
非流動負債		
遞延稅項負債	152,273	173,353
租賃負債	277,973	—
非流動其他應付款項	3,958	4,606
	<u>434,204</u>	<u>177,959</u>
淨資產	<u>9,900,622</u>	<u>10,108,886</u>
資本及儲備		
股本	809	803
儲備	9,671,590	9,898,398
本公司權益股東應佔權益	<u>9,672,399</u>	<u>9,899,201</u>
非控權股東權益	<u>228,223</u>	<u>209,685</u>
權益總值	<u>9,900,622</u>	<u>10,108,886</u>

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

未經審核中期財務報告附註

1 報告實體及公司資料

波司登國際控股有限公司（「本公司」）於2006年7月10日根據開曼群島公司法第22章（1961年第三號法例，經合併及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。其註冊地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司及其附屬公司（統稱為「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」）產品及非羽絨服產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、營銷及分銷。

2007年10月11日（「上市日期」），本公司股份於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3月31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」）頒佈之國際會計準則（「國際會計準則」）第34號*中期財務報告*，已於2019年11月28日獲授權刊發。

中期財務報告乃根據截至2019年3月31日止年度之年度財務報表所採納之相同會計政策編製，惟預期將於截至2020年3月31日止年度之年度財務報表內反映之會計政策變動除外。該等會計政策變動詳情載於附註3。

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。

本中期財務報告包括簡明綜合財務報表及經甄選的解釋附註。該等附註包括對理解本集團自截至2019年3月31日止年度之年度財務報表以來的財務狀況及表現變動而言屬重大性質的事件及交易的闡釋。簡明綜合中期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。

中期財務報告未經審核，但已由本公司審計委員會審閱。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2019年3月31日止財政年度的財務資料屬比較資料，故並不屬本公司該財政年度的法定年度綜合財務報表，但摘錄自該等財務報表。截至2019年3月31日止年度之年度財務報表可於本公司註冊辦事處查閱。核數師於2019年6月26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

國際會計準則理事會已頒佈於本集團本會計期間首次生效的一項新國際財務報告準則（國際財務報告準則第16號租賃）及對國際財務報告準則之多項修訂。

除國際財務報告準則第16號租賃外，概無發展對本集團於本中期財務報告已編製或呈列的當前或先前期間業績及財務狀況造成重大影響。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。

國際財務報告準則第16號租賃

國際財務報告準則第16號取代國際會計準則第17號租賃及相關詮釋，即國際財務報告詮釋委員會第4號釐定一項安排是否包含租賃、常設解釋委員會第15號經營租賃－激勵措施及常設解釋委員會第27號評價以法律形式體現的租賃交易的實質。該準則就承租人引入單一會計模型，要求承租人就所有租賃確認使用權資產及租賃負債，惟租期為12個月或以下的租賃（「短期租賃」）及低價值資產租賃除外。出租人之會計規定沿用國際會計準則第17號，大致不變。

本集團已於2019年4月1日初步應用國際財務報告準則第16號。本集團已選用經修改追溯方式，因此已將初步應用的累計影響確認為對於2019年4月1日權益期初結餘的調整。比較資料不予重列，並繼續根據國際會計準則第17號呈報。

有關前會計政策的性質及變動的影響以及已應用之過渡選擇的進一步詳情載列下文：

(a) 會計政策變更

(i) 租賃之新定義

租賃定義之變動主要有關於控制權的概念。國際財務報告準則第16號以客戶是否於一段時間內控制已識別資產的使用，作為界定租賃之基礎，這可以既定的使用量來釐定。當客戶有權指示已識別資產之使用，並取得從使用該資產所帶來之絕大部分經濟利益時，即表示已輸送控制權。

本集團僅對於2019年4月1日或之後所訂立或更改的合約應用國際財務報告準則第16號中有關租賃的新定義。至於2019年4月1日前訂立的合約，本集團已採用過渡性可行辦法，以豁免過往對現有安排屬於或包含租賃之評估。

因此，先前根據國際會計準則第17號評定為租賃之合約，繼續根據國際財務報告準則第16號入賬列為租賃；而先前評定為非租賃服務安排之合約，繼續入賬列為待履行合約。

(ii) 承租人會計處理

國際財務報告準則第16號將過往按國際會計準則第17號要求承租人將租賃分類為經營租賃或融資租賃之規定剔除。取而代之，若本集團為承租人，則須把所有租賃資本化，包括過往根據國際會計準則第17號分類為經營租賃之租賃，但不包括短期租賃及低價值資產租賃。就本集團而言，此等新資本化的租賃主要與物業、廠房及設備有關。

倘合約包含租賃部分及非租賃部分，則本集團已選擇不區分非租賃部分，並將各租賃部分及任何相關非租賃部分視作所有租賃的單一租賃部分。

當本集團就低價值資產訂立租賃時，本集團會因應個別租賃決定是否將租賃資本化。與該等不作資本化的租賃有關之租賃付款於租期內有系統地確認為開支。

倘租賃作資本化，則租賃負債初始按租期內應付租賃付款之現值（使用租賃中隱含之利率或（如該利率不能輕易地釐定）使用有關遞增借貸利率折現）確認。初始確認後，租賃負債按攤銷成本計量，而利息開支則採用實際利率法計算。租賃負債之計量不包括並非取決於指數或利率之可變租賃付款，因此，該等付款於產生的會計期間自損益扣除。

於租賃作資本化時確認之使用權資產初始按成本計量，成本包括租賃負債之初始金額，另加任何於開始日期或之前支付之租賃款項，以及任何已產生的初始直接成本。在適用情況下，使用權資產之成本亦包括對拆卸及移除相關資產或修復相關資產或資產所在地盤之估計成本（已折現至其現值），減去任何已收取之租賃優惠。

使用權資產其後按成本減累計折舊及減值虧損列賬。

當指數或利率變動而引致未來租賃付款出現變動，或本集團對預期根據剩餘價值擔保應付之估計金額產生變化，或因重新評估本集團將能否合理確定行使購買、續租或終止選擇權而引致變動時，便重新計量租賃負債。當租賃負債在此情況下重新計量時，便對使用權資產之賬面值作出相應調整；如使用權資產之賬面值調減至零，則在損益中列賬。

(b) 應用上述會計政策時涉及之重大會計判斷及估計不明朗因素之來源

釐定租期

誠如上述會計政策所闡述，租賃負債以租期內應付租賃付款的現值進行初始確認。於開始日期釐定包含本集團可行使的續租權的租賃的租期時，本集團會評估行使續租權之可能性，並考慮到所有能形成經濟誘因促使本集團行使續租權之相關事實及情況（包括有利條款、已作出之租賃裝修及該相關資產對本集團經營之重要性）。倘發生受本集團控制之重大事件或重大情況變動，則將重新評估租期。租期的任何延長或縮短均會影響於未來年度確認的租賃負債及使用權資產金額。

(c) 過渡影響

於過渡至國際財務報告準則第16號之日（即2019年4月1日），本集團就過往分類為經營租賃之租賃釐定餘下之租期，並按餘下租賃付款之現值（使用於2019年4月1日之有關遞增借貸利率折現）計量租賃負債。用以釐定餘下租賃付款現值之遞增借貸利率之加權平均數為4.75%。

為方便過渡至國際財務報告準則第16號，本集團已於初始應用國際財務報告準則第16號之日應用以下確認豁免及可行辦法：

- (i) 本集團已選擇不就其餘下租期於初始應用國際財務報告準則第16號之日起計12個月內屆滿（即租期於2020年3月31日或之前屆滿）的租賃確認租賃負債及使用權資產，應用國際財務報告準則第16號的規定；
- (ii) 當於初始應用國際財務報告準則第16號之日計量租賃負債時，本集團對具有合理類似特徵之租賃組合（例如在類似經濟環境下就類似類別之相關資產具有類似餘下租期之租賃）應用單一折現率；及
- (iii) 當於初始應用國際財務報告準則第16號之日計量使用權資產時，本集團倚賴過往對於2019年3月31日之有償合約撥備作出之評估，作為替代進行減值檢討。

下表為於2019年3月31日經營租賃承擔與於2019年4月1日已確認租賃負債期初結餘之對賬：

	於2019年4月1日 人民幣千元
於2019年3月31日之經營租賃承擔	203,663
減：與豁免資本化之租賃有關之承擔：	
— 短期租賃及餘下租期於2020年3月31日或之前到期之其他租賃	(191)
加：本集團認為合理確定將行使續租權之額外期間之租賃付款	34,358
減：未來利息開支總額	<u>(15,228)</u>
餘下租賃付款之現值（使用於2019年4月1日之遞增借貸利率折現）	222,602
加：於2019年3月31日確認之融資租賃負債	<u>—</u>
於2019年4月1日確認之租賃負債總額	<u><u>222,602</u></u>

先前分類為經營租賃之租賃，已如同自租賃開始日起一直應用國際財務報告準則第16號確認其相關之使用權資產，而非於2019年4月1日（國際財務報告準則第16號初始應用之日）使用相關遞增借貸利率折現。

本集團於綜合財務狀況表內單獨呈列不符合投資物業定義的使用權資產及租賃負債。

下表概述採納國際財務報告準則第16號對本集團綜合財務狀況表之影響：

	於2019年 3月31日的 賬面值 人民幣千元	經營租賃 合約資本化 人民幣千元	於2019年 4月1日的 賬面值 人民幣千元
受採納國際財務報告準則第16號 影響之綜合財務狀況表項目：			
租賃預付款	51,284	(51,284)	–
使用權資產	–	287,079	287,079
遞延稅項資產	576,467	2,218	578,685
非流動資產總值	3,944,547	238,013	4,182,560
按金、預付款項及其他應收款項	919,887	(22,067)	897,820
流動資產總值	11,138,157	(22,067)	11,116,090
租賃負債(流動)	–	81,375	81,375
流動負債	4,795,859	81,375	4,877,234
流動資產淨值	6,342,298	(103,442)	6,238,856
總資產減流動負債	10,286,845	134,571	10,421,416
租賃負債(非流動)	–	141,227	141,227
非流動負債總額	177,959	141,227	319,186
資產淨值	10,108,886	(6,656)	10,102,230
儲備	9,898,398	(6,632)	9,891,766
本公司權益股東應佔權益	9,899,201	(6,632)	9,892,569
非控股股東權益	209,685	(24)	209,661
權益總值	10,108,886	(6,656)	10,102,230

(d) 租賃負債

下列為本集團於報告期末及過渡至國際財務報告準則第16號之日之租賃負債合約剩餘到期日：

	於2019年9月30日		於2019年4月1日	
	最低租賃 款項現值	最低租賃 款項總額	最低租賃 款項現值	最低租賃 款項總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內	129,907	148,371	81,375	90,254
一年後但於兩年內	140,545	149,874	81,263	85,779
兩年後但於五年內	130,495	137,686	59,964	61,797
五年後	6,933	7,077	—	—
	277,973	294,637	141,227	147,576
	407,880	443,008	222,602	237,830
減：未來利息開支總額		(35,128)		(15,228)
租賃負債現值		407,880		222,602

(e) 對本集團財務業績及現金流量之影響

在於2019年4月1日初始確認使用權資產及租賃負債後，本集團（作為承租人）須確認租賃負債未償還結餘所產生的利息開支及使用權資產折舊，而非於租期內以直線法確認根據經營租賃所產生的租賃開支的過往政策。與倘於期內應用國際會計準則第17號所得的業績相比，此對本集團綜合損益表中呈報的期內溢利產生負面影響。

於現金流量表中，本集團（作為承租人）須將根據資本化租賃所支付的租金分為本金部分及利息部分。該等部分乃分類為融資現金流出，類似於先前根據國際會計準則第17號將租賃分類為融資租賃的方式，而非根據國際會計準則第17號分類為經營租賃的經營現金流出。儘管現金流量總額不受影響，但採納國際財務報告準則第16號導致現金流量表內現金流量的呈列方式發生重大變動。

下表或可顯示採納國際財務報告準則第16號對本集團截至2019年9月30日止六個月的財務業績及現金流量產生的估計影響，方法為對該等中期財務報表中根據國際財務報告準則第16號所呈報的金額進行調整，以估算根據國際會計準則第17號本應確認的假設金額（倘該被取代之準則繼續適用於2019年而非國際財務報告準則第16號），並將2019年的該等假設金額與根據國際會計準則第17號編製的2018年實際相應金額進行比較。

	2019年			2018年
	根據國際 財務報告準則 第16號呈報 的金額 (A) 人民幣千元	加回：國際 財務報告準則 第16號折舊 及利息開支 (B) 人民幣千元	扣除：假設 根據國際會計 準則第17號 有關經營租賃 的估計金額 (附註i) (C) 人民幣千元	假設根據 國際會計準則 第17號作出的 截至2019年 9月30日 止六個月的 假設金額 (D=A+B-C) 人民幣千元

受採納國際財務報告準則第16號
影響的截至2019年9月30日
止六個月的財務業績：

經營溢利	477,722	78,848	(85,010)	471,560	354,932
融資成本	(100,814)	8,537	-	(92,277)	(115,850)
除稅前溢利	486,241	87,385	(85,010)	488,616	360,671
所得稅開支	(125,772)	-	(594)	(126,366)	(102,237)
期內溢利	360,469	87,385	(85,604)	362,250	258,434

	2019年			2018年
	根據國際財務 報告準則第16號 呈報的金額 (A) 人民幣千元	有關經營租賃 的估計金額 (附註i及ii) (B) 人民幣千元	假設根據國際 會計準則第17號 作出的截至 2019年9月30日 止六個月的 假設金額 (C=A+B) 人民幣千元	與根據國際 會計準則第17號 呈報的截至 2018年9月30日 止六個月的 金額比較 人民幣千元

受採納國際財務報告準則第16號影響的
截至2019年9月30日止六個月的
簡明綜合現金流量表項目：

經營使用的現金	(2,639,131)	(85,010)	(2,724,141)	(1,752,528)
經營活動使用的現金淨額	(2,857,124)	(85,010)	(2,942,134)	(1,890,347)
已付租金之本金部分	(76,473)	76,473	-	-
已付租金之利息部分	(8,537)	8,537	-	-
融資活動產生／(使用)的現金淨額	129,067	85,010	214,077	(484,956)

- (i) 「有關經營租賃的估計金額」指對截至2019年9月30日止六個月期間與租賃有關的現金流量金額的估計，倘國際會計準則第17號於截至2019年9月30日止六個月期間仍適用，則該等租賃將分類為經營租賃。該估計假設租金與現金流量之間並無差額，且倘國際會計準則第17號於截至2019年9月30日止六個月期間仍適用，則於截至2019年9月30日止六個月期間訂立的所有新租賃均將分類為經營租賃。任何潛在淨稅務影響均忽略不計。
- (ii) 於該影響表中，該等現金流出由融資重新分類至經營，以計算經營活動產生的現金淨額及融資活動使用的現金淨額的假設金額，猶如國際會計準則第17號仍適用。

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，本集團已識別下列四個主要經營分部。若干經營分部已合併以組成以下呈報分部。

- 羽絨服 — 羽絨服分部從事採購及分銷品牌羽絨服業務。
- 貼牌加工管理 — 貼牌加工管理分部從事採購及分銷貼牌加工產品業務。
- 女裝 — 女裝分部從事採購及分銷品牌女裝業務。
- 多元化服裝 — 多元化服裝分部從事採購及分銷四季化服裝業務，包括品牌男裝、內衣及休閒裝。

(a) 收入劃分

客戶合約收益按主要產品或服務線及客戶所在地區劃分如下：

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
屬國際財務報告準則第15號範圍內之客戶合約收益		
按主要產品服務線劃分		
— 銷售服裝	<u>4,430,786</u>	<u>3,435,511</u>
其他來源收益		
投資物業租金總額	<u>5,497</u>	<u>8,670</u>
綜合收入	<u><u>4,436,283</u></u>	<u><u>3,444,181</u></u>

(b) 分部業績

期內，按收益確認時間劃分的客戶合約收益劃分及為分配資源及評估分部表現而向本集團最高行政管理層提交有關本集團呈報分部的資料載列如下。

	截至2019年9月30日止六個月				本集團 人民幣千元
	羽絨服 人民幣千元	貼牌 加工管理 人民幣千元	女裝 人民幣千元	多元化 服裝 人民幣千元	
按收益確認時間劃分 於時間點	2,532,984	1,348,837	505,903	48,559	4,436,283
來自外界客戶收入	2,532,984	1,348,837	505,903	48,559	4,436,283
分部間收入	—	24,765	—	107,164	131,929
呈報分部收入	<u>2,532,984</u>	<u>1,373,602</u>	<u>505,903</u>	<u>155,723</u>	<u>4,568,212</u>
呈報分部經營溢利	<u>307,444</u>	<u>165,085</u>	<u>56,777</u>	<u>68,238</u>	<u>597,544</u>
無形資產攤銷	—	—	(26,726)	—	(26,726)
有關無形資產及商譽的減值虧損	—	—	(48,000)	—	(48,000)

	截至2018年9月30日止六個月				本集團 人民幣千元
	羽絨服 人民幣千元 (附註)	貼牌 加工管理 人民幣千元 (附註)	女裝 人民幣千元 (附註)	多元化 服裝 人民幣千元 (附註)	
按收益確認時間劃分 於時間點	1,772,467	1,106,945	538,794	25,975	3,444,181
來自外界客戶收入	1,772,467	1,106,945	538,794	25,975	3,444,181
分部間收入	255	133	—	8,409	8,797
呈報分部收入	<u>1,772,722</u>	<u>1,107,078</u>	<u>538,794</u>	<u>34,384</u>	<u>3,452,978</u>
呈報分部經營溢利／(虧損)	<u>321,413</u>	<u>151,394</u>	<u>72,063</u>	<u>(101,735)</u>	<u>443,135</u>
無形資產攤銷	—	—	(26,731)	—	(26,731)

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

(c) 呈報分部收入與損益之對賬

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元 (附註)
收入		
呈報分部收入	4,568,212	3,452,978
分部間收入對銷	<u>(131,929)</u>	<u>(8,797)</u>
綜合收入	<u>4,436,283</u>	<u>3,444,181</u>

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元 (附註)
除所得稅前溢利		
呈報分部溢利	597,544	443,135
無形資產之攤銷開支	(26,726)	(26,731)
政府補貼	36,224	23,429
商譽減值虧損	(48,000)	—
未分配開支	(81,320)	(84,901)
融資收入	109,333	121,589
融資成本	<u>(100,814)</u>	<u>(115,850)</u>
除所得稅前綜合溢利	<u>486,241</u>	<u>360,671</u>

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

5 其他收入

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
商標使用權收入(i)	14,661	—
政府補貼(ii)	<u>36,224</u>	<u>23,429</u>
其他收入	<u>50,885</u>	<u>23,429</u>

(i) 商標使用權收入來自其他實體使用本集團品牌。

(ii) 截至2019年9月30日止六個月，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36,224,000元（截至2018年9月30日止六個月：人民幣23,429,000元）。

6 按性質分類的開支

下列開支已計入銷售成本、銷售及分銷開支以及行政開支。

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元 (附註)
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	2,506,671	1,988,776
折舊費用		
— 租出資產	2,740	3,200
— 自有物業、廠房及設備	150,773	56,390
— 使用權資產	80,253	—
攤銷費用		
— 無形資產	26,726	26,731
— 預付租賃款項	—	1,405
商譽減值虧損	48,000	—
豁免國際財務報告準則第16號項下資本化的短期租賃的租賃費用	18,364	—
先前分類為國際會計準則第17號項下經營租賃的		
租賃的最低租賃款項總額	—	70,885
可變租賃款項	190,608	187,979
呆壞賬減值撥備	18,913	5,326

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

7 融資收入淨額

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
於損益確認：		
銀行存款利息收入	11,874	10,168
按攤銷成本計量的金融資產利息收入	52,627	64,717
分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具利息收入（重新歸入）	<u>11,869</u>	<u>23,364</u>
並非按公允價值計入損益之金融資產之利息收入總額	76,370	98,249
分類為按公允價值計入損益之金融資產之已變現／未變現收益淨額	26,970	3,523
外匯收益淨額	<u>5,993</u>	<u>19,817</u>
融資收入	<u>109,333</u>	<u>121,589</u>
計息借貸利息	(29,276)	(37,112)
出售分類為按公允價值計入其他全面收益之 債務工具之虧損（重新歸入）	(57,471)	(66,449)
銀行費用	(5,530)	(5,309)
租賃負債利息開支	(8,537)	–
遠期外幣合約虧損淨額	<u>–</u>	<u>(6,980)</u>
融資成本	<u>(100,814)</u>	<u>(115,850)</u>
於損益確認的融資收入淨額	<u>8,519</u>	<u>5,739</u>

8 所得稅開支

損益內的所得稅指：

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
即期稅項開支		
所得稅撥備	158,161	182,410
遞延稅項收益		
暫時差異的產生	<u>(32,389)</u>	<u>(80,173)</u>
	<u>125,772</u>	<u>102,237</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規定，本集團毋需支付開曼群島或英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於Bosideng UK Limited及Bosideng Retail Limited於期內並無應課稅溢利須繳納任何英國所得稅，故並無作出稅項撥備。

- (iii) 撥備涵蓋中國所得稅撥備及香港所得稅撥備。中國所得稅撥備以本集團各中國附屬公司估計應課稅收入的各自適用稅率計算，有關稅率根據中國相關所得稅規則及規例釐定。香港所得稅撥備就期內估計應課稅香港溢利以香港利得稅率16.5%（截至2018年9月30日止六個月：16.5%）計算。

截至2019年9月30日止六個月，於中國成立的所有內資公司標準所得稅率均為25%，惟上海波司登信息科技有限公司（「波司登信息」，中國國內一家軟件企業）及江蘇波司登供應鏈管理有限公司（「波司登供應鏈」，中國國內一家企業，向集團公司提供採購、生產規劃、訂單管理、存儲及物流管理服務以及客戶服務）自2016年起三年內作為高科技企業享有15%的優惠稅率。波司登信息及波司登供應鏈現正申請重續高新技術企業證書。

9 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據本公司普通權益股東應佔溢利人民幣342,664,000元（截至2018年9月30日止六個月：人民幣251,164,000元）及中期期間的已發行普通股加權平均數10,621,882,000股（截至2018年9月30日止六個月：10,560,092,000股）計算。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃根據本公司權益股東應佔溢利人民幣342,664,000元（截至2018年9月30日止六個月：人民幣251,164,000元）及普通股加權平均數10,746,896,000股（截至2018年9月30日止六個月：10,654,129,000股）計算，並經就本公司股份支付計劃安排作調整。發行予本集團一家附屬公司非控權權益股東的沽出認沽期權所涉的潛在普通股屬反攤薄。

10 無形資產及商譽

	商譽 人民幣千元	客戶關係 人民幣千元	商標 人民幣千元	總計 人民幣千元
成本：				
於2019年3月31日及2019年9月30日	1,708,151	648,822	633,795	2,990,768
攤銷及減值虧損：				
於2019年3月31日	(456,741)	(609,821)	(123,947)	(1,190,509)
期內攤銷費用	-	(10,881)	(15,845)	(26,726)
減值虧損	(48,000)	-	-	(48,000)
於2019年9月30日	(504,741)	(620,702)	(139,792)	(1,265,235)
賬面淨值：				
於2019年9月30日	1,203,410	28,120	494,003	1,725,533
於2019年3月31日	1,251,410	39,001	509,848	1,800,259

客戶關係及商標的期內攤銷費用已計入簡明綜合損益及其他全面收益表的「銷售及分銷開支」內。

截至2019年9月30日止六個月，邦寶品牌女裝業務現金產生單位（「現金產生單位」）表現不及管理層原先所預期。根據使用折現現金流量預測方法進行的減值評估，可收回金額為人民幣685,865,000元，比賬面值低人民幣48,000,000元。因此，減值虧損人民幣48,000,000元（截至2018年9月30日止六個月：無）於期內的綜合損益表確認。減值虧損悉數分配至商譽。

現金產生單位（包括商譽）減值測試

為進行減值測試，商譽分配至本集團各營運分部。分配至各現金產生單位的商譽的賬面總值如下：

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
總值		
男裝	292,741	292,741
女裝－杰西(JESSIE)品牌	484,312	484,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	525,137	525,137
女裝－天津女裝	405,961	405,961
	<u>1,708,151</u>	<u>1,708,151</u>
累計減值虧損		
男裝	(292,741)	(292,741)
女裝－杰西(JESSIE)品牌	(121,000)	(121,000)
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	(91,000)	(43,000)
女裝－天津女裝	—	—
	<u>(504,741)</u>	<u>(456,741)</u>
淨值		
男裝	—	—
女裝－杰西(JESSIE)品牌	363,312	363,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	434,137	482,137
女裝－天津女裝	405,961	405,961
	<u>1,203,410</u>	<u>1,251,410</u>

11 存貨

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
原材料	1,131,054	510,380
在製品	19,274	17,838
製成品	1,623,047	1,402,912
	<u>2,773,375</u>	<u>1,931,130</u>

12 貿易應收款項及應收票據

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
貿易應收款項	3,232,862	1,017,232
應收票據	47,016	151,128
減：呆賬撥備	(152,677)	(133,318)
	<u>3,127,201</u>	<u>1,035,042</u>

於2019年9月30日，來自客戶合約的貿易應收款項及應收票據的賬面總值為人民幣3,279,878,000元。

所有貿易應收款項及應收票據預計會於一年內收回。

於2019年9月30日，本集團向供應商背書合計人民幣37,145,000元（2019年3月31日：人民幣193,504,000元）的若干銀行承兌匯票，以按完全追索權基準償付等額貿易應付款項。其中，本集團已完全終止確認該等應收票據及應付供應商賬款人民幣23,455,000元（2019年3月31日：人民幣124,895,000元）。該等已終止確認銀行承兌匯票的到期日為自報告期末起計少於六個月內。本公司董事認為，本集團已轉移與該等票據擁有權相關的絕大部分風險及回報，並已履行其應付供應商賬款責任，根據中國相關法規及規則，倘若發行銀行未能夠於到期日償付該等票據，本集團於該等應收票據項下的償付責任風險有限。本集團認為票據發行銀行信貸質素良好，且發行銀行無法於到期日償付該等票據的可能性不大。

於報告期末，貿易應收款項及應收票據根據發票日期（或收入確認日期（如較早））並扣除呆壞賬虧損撥備的賬齡分析如下：

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
信貸期	2,970,642	864,794
逾期一至三個月	42,056	114,604
逾期超過三個月但少於六個月	75,753	15,791
逾期超過六個月但少於十二個月	18,982	21,536
逾期一年以上	19,768	18,317
	<u>3,127,201</u>	<u>1,035,042</u>

13 按金、預付款項及其他應收款項

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元 (附註)
按金	<u>617,436</u>	<u>390,381</u>
材料及加工費的預付款項	522,215	312,713
租金的預付款項	–	22,067
廣告費用及其他服務的預付款項	<u>170,077</u>	<u>16,490</u>
	692,292	351,270
第三方其他應收款項：		
– 可抵扣增值稅	266,997	63,684
– 支付僱員的預付款	69,590	36,437
– 應收欣悅發展有限公司(「欣悅」)及優諾(天津)服裝有限公司 (「優諾」)前控股股東控制公司款項	13,398	13,398
– 應收經紀款項(i)	–	47,917
– 有關證券投資的應收利息	–	7,780
– 其他	<u>11,149</u>	<u>9,020</u>
	<u>361,134</u>	<u>178,236</u>
總計	<u>1,670,862</u>	<u>919,887</u>

(i) 應收經紀款項主要指出售其他金融資產但經紀尚未結算之應收款項(附註14(c))。

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。見附註3。

14 其他金融資產

	附註	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
非流動			
指定為按公允價值計入其他全面收益之 股本證券（不得重新歸入）	(b)	125,546	207,497
流動			
按攤銷成本計量之金融資產	(a)	1,169,026	2,705,873
分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具 （重新歸入）	(c)	–	678,624
分類為按公允價值計入損益之金融資產	(d)	972,021	1,032,253
		<u>2,141,047</u>	<u>4,416,750</u>
		<u>2,266,593</u>	<u>4,624,247</u>

- (a) 按攤銷成本計量之金融資產為於中國國內銀行的保本短期投資。該等投資的預計（但非保證）回報率介乎每年2.10%至4.50%（2019年3月31日：2.25%至4.60%）。

期內，於銀行的投資利息收入人民幣52,627,000元於融資收入內確認（截至2018年9月30日止六個月：人民幣64,717,000元）。

- (b) 於2018年2月9日，朔明德投資有限公司（「朔明德」，本集團的附屬公司）認購12,184,230股錦泓時裝集團股份有限公司（前稱為維格娜絲時裝股份有限公司）（上海證券交易所股票代碼：603518）（「錦泓集團」）的非公開發行股份，金額為人民幣224,921,000元。本集團將其於錦泓集團的投資指定為按公允價值計入其他全面收益（不得重新歸入），原因是該投資被視作長期投資而非持作買賣以獲得短期收益。截至2019年9月30日止六個月並無就此投資獲得股息。

期內，該投資的公允價值變動（扣除稅項後）人民幣61,463,000元於其他全面收益內確認為虧損（截至2018年9月30日止六個月：人民幣49,874,000元）。

- (c) 於2017年3月30日，景勵集團有限公司（「景勵」，本集團的附屬公司）訂立框架協議（「框架協議」），以根據景勵與Cithara Global Multi-Strategy SPC（「Cithara」）訂立的認購協議認購Bosideng Industry Investment Fund S.P.（「Bosideng Fund」，Cithara以Bosideng Fund名義設立及營運的獨立投資組合）的相關參與股份，金額最高為1億美元。Bosideng Fund由景勵全額出資。

Bosideng Fund由Cithara負責管理，旨在把握時尚及服裝行業相關分部項目的投資機會，並將未完全投資或承諾用於該等投資項目的Bosideng Fund現金資產，投資於高流動性及具升值潛力的投資產品，以擴大中短期投資收入。

本集團將Bosideng Fund持有的債務工具分類為按公允價值計入其他全面收益（重新歸入），原因是該等投資以為同時收取合約現金流量及出售投資業務模式下持有。

期內，該等投資的利息收入人民幣11,869,000元於融資收入內確認（截至2018年9月30日止六個月：人民幣23,364,000元）。

本集團於2019年9月18日贖回其於Bosideng Fund的全部投資。

該等投資的累計已變現虧損人民幣57,471,000元（包括期內產生的公允價值變動人民幣46,139,000元）於融資成本內確認為虧損（截至2018年9月30日止六個月：人民幣66,449,000元）。

(d) 分類為按公允價值計入損益之金融資產指上市股權投資及於銀行的短期投資。

(i) 上市股權投資

本集團持有之上市股權投資（於錦泓集團之投資除外）分類為按公允價值計入損益，原因是本集團計劃不選擇不可撤回地根據國際財務報告準則第9號指定為按公允價值計入其他全面收益（並無重新歸入），故該等投資已分類為按公允價值計入損益。

期內，Bosideng Fund所持股權投資之已變現虧損人民幣3,459,000元於融資收入內確認為虧損（截至2018年9月30日止六個月：已變現收益人民幣1,077,000元）。

期內，本集團持有之其他股權投資公允價值變動人民幣13,653,000元於融資收入內確認為收益（截至2018年9月30日止六個月：無）。

(ii) 於銀行的短期投資

沒有本金及利息擔保、於銀行的短期投資分類為按公允價值計入損益。期內，該等投資之已變現／未變現收益淨額人民幣16,776,000元於融資收入內確認為收益（截至2018年9月30日止六個月：已變現／未變現收益淨額人民幣2,446,000元）。

15 貿易及其他應付款項

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
貿易應付款項	1,447,282	549,237
應付票據	333,627	666,486
	1,780,909	1,215,723
其他應付款項及應計費用		
— 客戶按金	245,874	244,264
— 合約負債	253,859	239,344
— 應付建設款項	173,208	138,234
— 應計廣告開支	7,231	34,983
— 應計薪金、福利及花紅	197,091	278,284
— 以現金結算之沽出認沽期權（附註16）	47,550	52,674
— 應付增值稅	290,605	140,061
— 應付股息	5,000	5,000
— 應付附屬公司邦寶國際控股有限公司前控股股東之股息之即期部分	51,091	57,281
— 應付附屬公司欣悅及優諾前控股股東之股息	4,402	4,402
— 有關無歸屬受限制股份之應付款項	7,879	21,916
— 應付經紀款項(i)	—	131,191
— 其他	105,137	136,304
	3,169,836	2,699,661

(i) 應付經紀款項主要指購買其他金融資產但尚未向經紀結付之應付款項（附註14(c)）。

所有貿易及其他應付款項預計將於一年內清償。

於報告期末，基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於2019年 9月30日 人民幣千元	於2019年 3月31日 人民幣千元
於一個月內	1,591,711	1,076,675
一至三個月	189,198	139,048
	<u>1,780,909</u>	<u>1,215,723</u>

16 衍生金融負債

沽出認沽期權

於2011年11月4日，本集團透過收購迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司（統稱「杰西」）業務的70%股份及投票權益，獲得對杰西的控制權。根據有關買賣協議，本集團向迪暉國際有限公司（杰西的非控權股東）授出沽出認沽期權，賦予非控權股東權利於2015年3月31日後以現金及可變波司登股份數目為代價出售其所持杰西全部30%權益。行使認沽期權的代價視乎杰西上一財政年度的經調整純利而定，總代價不得超過人民幣900,000,000元。於2019年9月30日，認沽期權尚未獲迪暉國際有限公司行使。

於2019年9月30日，本集團錄得沽出認沽期權以現金結算部分贖回價的現值人民幣47,550,000元（2019年3月31日：人民幣52,674,000元），並入賬列為流動應付款項。期內減少額人民幣5,124,000元於其他儲備中錄作增加額。

於2019年9月30日，沽出認沽期權以股份結算部分的公允價值為人民幣2,289,000元，故並無於損益確認公允價值變動（2019年3月31日：人民幣2,289,000元）。

17 股息

(i) 中期期間應付本公司權益股東的股息。

	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2018年 9月30日 止六個月 人民幣千元
於中期期間後宣派及派付的中期股息每股普通股3.0港仙 (2018年：中期股息每股普通股2.0港仙)	<u>292,151</u>	<u>189,150</u>

於報告期末中期股息並無確認為負債。

(ii) 中期期間已批准及支付的以往財政年度應付本公司權益股東股息。

	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2018年 9月30日 止六個月 人民幣千元
期內已批准及支付的上一財政年度末期股息 每股普通股6.0港仙 (2018年：末期股息每股普通股3.5港仙)	562,764	326,667
期內並無已批准及支付的上一財政年度特別股息 (2018年：特別股息每股普通股2.5港仙)	—	233,334
	<u>562,764</u>	<u>560,001</u>

18 於報告期後未經調整之事項

2019年9月30日後，本公司董事會建議向本公司權益股東派付中期股息324,847,000港元（約人民幣292,151,000元），即每股普通股3.0港仙（約人民幣2.7分）。

19 比較數字

本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。有關會計政策變更的進一步詳情於附註3披露。

管理層討論及分析

2019年以來，世界經濟增長和國際貿易增長呈現放緩的趨勢，外部不確定因素增多，國內經濟總體平穩，但仍面臨壓力。受消費信心、消費理念、消費分級及供給匹配度等因素影響，服裝內銷保持增長，但增速大幅回落。個人經濟情況和消費意願的提振帶動了一、二、三線城市消費趨勢指數的增長。根據尼爾森的報告顯示，隨着民族情懷的上升，68%的中國消費者偏好國產品牌，即使有62%的消費者會購買國外品牌，但國產品牌仍是首選。情懷以及消費者對品牌的認可度是國貨崛起主要核心驅動力，國產品牌更清晰堅定的品牌態度贏得了消費者好感。

堅定的文化自信造就了強大的品牌自信。在消費需求驅動的市場環境下，本集團在持續關注品牌重塑、產品創新、品質升級、渠道優化及終端拓展的同時，更加注重消費者需求的變化，注重價值結果為導向的產品及服務的輸出；我們堅信，唯有以消費需求主導型產品才能更迅速地獲得消費者及市場的認可。通過本次戰略轉型的有效落地，本集團在過去的半年裏，取得了紮實穩健的業績成果，為本年度旺季的銷售打下良好基礎和鋪墊。

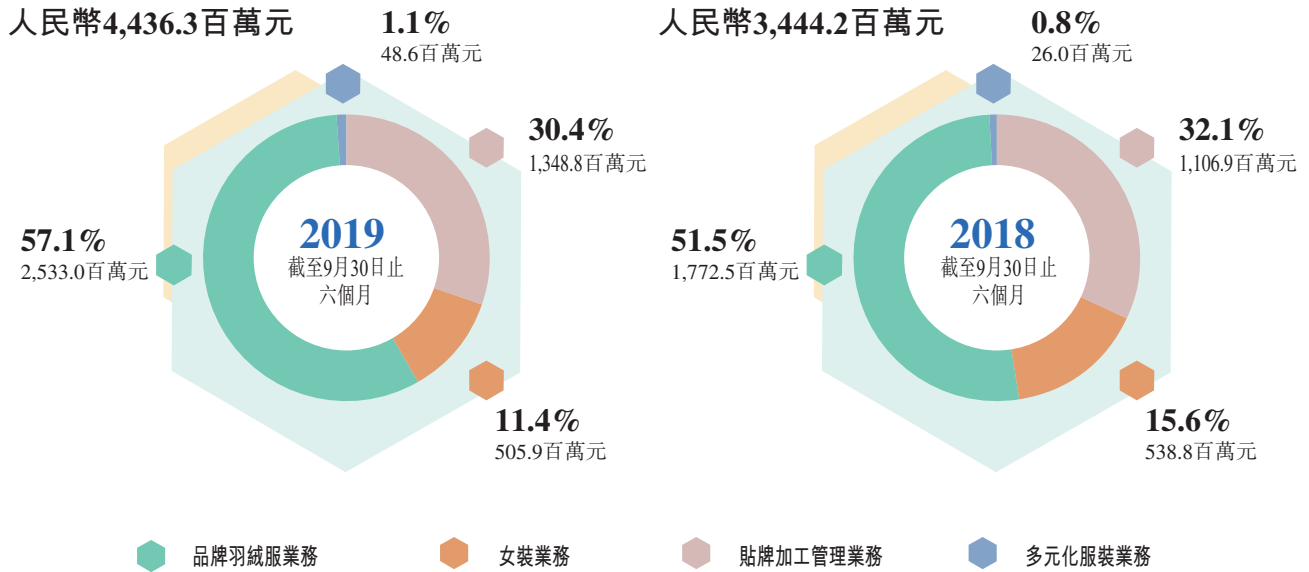
收入分析

2019/20財年，進入本集團戰略轉型的第二年。本集團不僅更加注重在品牌、產品、渠道及終端四位一體的深度協同打造，也非常注重供應鏈、大商品價值鏈、智能門店的佈局，更特別關注對優秀店長、優秀人才培養和招募。通過不斷在消費者中提升的認知度及品牌力，本集團在過去的六個月保持穩定健康的增長。

截至2019年9月30日止六個月，本集團的收入約為人民幣4,436.3百萬元，較去年同期上升28.8%。品牌羽絨服業務、貼牌加工管理業務、女裝業務及多元化服裝業務為本集團的四大主營業務單元。

品牌羽絨服業務仍為本集團的最大收入來源，期內錄得收入約為人民幣2,533.0百萬元，佔總收入的57.1%，同比上升42.9%；貼牌加工管理業務錄得收入約人民幣1,348.8百萬元，佔總收入的30.4%，同比上升21.9%；女裝業務錄得收入約人民幣505.9百萬元，佔總收入的11.4%，同比下降6.1%；多元化服裝業務錄得收入約人民幣48.6百萬元，佔總收入的1.1%，同比上升86.9%。

按業務劃分之收入



品牌羽絨服業務：

過去的六個月，本集團堅持「全球熱銷的羽絨服專家」競爭戰略，持續提升並強化消費者的專家認知。本集團從消費者需求出發，通過各項關鍵舉措匹配主流消費人群生活場景及行為方式，進一步改善消費者對波司登的認知現狀。通過不斷推高的品牌勢能和品牌力量，回歸主流商圈、優化渠道結構、改良店面形象、調整陳列佈置，為2019/20財年的旺季銷售打下堅實基礎。截至2019年9月30日止六個月，本集團品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比上升46.2%，達約人民幣2,276.7百萬元；整個品牌羽絨服業務板塊收入同比上升42.9%，達約人民幣2,533.0百萬元。

品牌建設

在品牌形象升級板塊，波司登品牌整合全球優質資源製作品牌廣告片視頻、品牌形象大片，通過有創意的拍攝製作，有效推動品牌視覺形象的升級。

在視覺形象升級模塊，波司登品牌整合優質公司及設計師資源，對波司登品牌視覺識別系統設計、門店形象及店舖陳列進行一系列的升級，以提升消費者終端體驗以及滿意度。波司登品牌聯合頂尖導演與攝影師在全球地標進行取景與拍攝更高品質的廣告片及平面大片，實際投放後引發消費者的好評。

在公關事件升級模塊，波司登品牌自2019年4月起，持續深化競爭戰略，通過公關傳播在行業中持續發聲，為築高品牌勢能蓄勢。2019年5月參與「中國品牌日」及戛納電影節amfAR晚宴；2019年8月出征加拿大國際服裝展進一步夯實了波司登的行業地位。

在品牌傳播升級模塊，主要通過傳統媒介及互聯網媒介進行全方位覆蓋。2019年度，波司登品牌在傳播版塊持續發力，在國家級核心媒體繼續擴大傳播與廣告投放，加強與廣告傳媒合作，增強其投放的覆蓋面及時長，基於主流消費者的觸點習慣升級互聯網投放模式等。這些舉措進一步強化了品牌地位，提升品牌影響力。

米蘭時裝週

2019年9月19日波司登品牌作為「唯一登陸米蘭時裝週官方日程的中國羽絨服品牌」聯手意大利國寶級星空藝術家驚艷亮相米蘭時裝週。本次大秀由國際知名超模肯達爾·詹娜(Kendall Jenner)領銜開秀，現場更是邀請到了奧斯卡影后妮可·基德曼(Nicole Kidman)和被稱為「宇宙博主」的琪亞拉·法拉格尼(Chiara Ferragni)作為觀秀嘉賓。業內權威人士也雲集大秀現場，為波司登此次大秀助陣。在米蘭時裝週推廣波段，波司登品牌在全國六個核心城市進行了米蘭時裝週地推活動，通過異業聯盟、VIP秀、靜態展、快閃店等創新的方式，引發了更多主流消費者的關注與體驗。

根據益普索(Ipsos)報告，從2018年至今，波司登品牌的各項指標都保持良性提升。在最近一次的波司登品牌健康度調研中，雖然當時尚未進入羽絨服熱銷季節，但消費者對波司登的認知指標依然在較高的位置。波司登品牌的第一提及率為60%，首次提示後提及率達94%；NPS（淨推薦值）達50；美譽度達8.72；同時有66%的消費者在提及「羽絨服專家」的時候，第一時間聯想到波司登，以上數據也進一步表明了波司登品牌及專家定位在消費者心目中的良好認知。

根據艾媒金榜(iiMedia Ranking)發佈的2019年國牌系列第七批《中國服裝品牌排行榜top10》，波司登與雅戈爾、安踏及李寧等服飾品牌共同進入榜單，並以指數92.9位列冠軍。此次榜單是採用艾媒獨有的iiMeval大數據評價模型，結合品牌銷量、網絡口碑指數、線上關注熱度、品牌在行業的地位、發展潛力、國民認可度、分析師評價指數等多個維度針對品牌進行綜合評價與排名。

庫存管理

本集團致力於優化庫存管理，維持健康的庫存水平。從生產環節，提前做好年度貨源規劃、精準預測、提前預下備單，提前預留車台、保障備料，從分貨環節，通過建立全國9大區域倉（除店舖首單鋪貨需求），留倉單均由區域倉實現對全國終端門店按銷發貨，全渠道拉式補貨，避免庫存積壓；從調貨環節，一單出現缺貨，可立即啟動O2O調撥，減少缺貨損失，真正實現全國一盤貨，實現銷售最大化和庫存風險最小化。通過不斷推動商品精細化運營，從根本上提升整體運營效率。

訂單管理

2019/20財年，本集團延續直營和批發訂貨完全分開的模式。直營門店單店訂貨、按照單店的銷售需求匹配貨品。前期市場走訪規劃店態、門店平面圖分析、確認單店板倉主題，在訂貨會現場實現商渠匹配、店舖呈現；後期終端門店銷售話術一體化方案的輸出，並通過銷售過程中的數據分析，按照銷售反應拉式下單、拉式生產。經銷商則根據不同規模採取不同的訂貨及返利靈活模式。這樣極大的優化了對直營門店及經銷商訂貨結構的調控，保持穩定的理性訂貨。

優質快反

優質快反的供應鏈是本集團的核心競爭優勢，亦是維繫本集團高效健康持久發展的重點要素。本集團的每一批羽絨服產品訂單通過拉式補貨、快速上新及小單快反的形式支持更快的周轉時間，以實現優質快反；同時，本集團將持續根據市場終端數據反應，在銷售旺季進行滾動下單，實現優質快反供應；從而極大程度地為渠道的庫存優化管理保駕護航。

物流配送

本集團的中央配送中心（「CDC」）服務全國所有線上、線下及O2O業務，不僅負責商品的入存鋪補退調及運輸配送，更肩負着部分數據管理的責任，能夠基於市場變化提前、有效配置商品資源，從而更快速、更精準響應消費者需求。

本集團的CDC採用一套物流管理系統（「WMS」）管理所有庫存，從而徹底貫徹「全國一盤貨、線上線下融合共享」的商品管理理念。同時為更快速響應市場需求，CDC採取分佈式部署，在全國設置了華東、華北、華中、西北、西南、東北、黑龍江、新疆八大庫區，並通過「CDC直接分發門店」的一級配送流程，以及本集團自主研發的智能補貨系統，從而真正意義上實現門店的拉式補貨、實現貨品的全國及時高效共享，提升了銷售效率。

產品研發

產品的創新和與時俱進，是波司登品牌發展的基石。從產品設計、研發、創新到生產落地，本集團擁有一套完備的體系及流程，以確保新品符合市場流行趨勢和消費需求。

本集團非常重視消費者對產品的認識及使用體驗。通過深度市場調研，根據商企需求進行產品實現。於此同時，本集團的研發團隊從消費者角度出發，設計師會親自到門店，與消費者零距離接觸，收集第一手消費者反饋信息，反覆推敲產品設計、推廣及呈現方案，以期最大化滿足消費者的需求和對產品的希望。

2019/20財年上半年的產品系列吸引了廣大消費者群體的眼球，令人耳目一新。同時在經典款式系列，本集團也秉持着工匠精神，圍繞顧客的穿著體驗，不斷精益求精。截至2019年9月30日，波司登品牌羽絨服的重點新品系列包括：

米蘭時裝週系列

繼紐約時裝週後，波司登在藝術之都意大利米蘭再登國際時尚舞台，以「星空」主題帶來一場視覺盛宴。獲得國內外眾多明星大咖的一致好評。秀場同款一經推出，深受時尚人士喜愛。

征服者系列

運用經典軍隊迷彩圖案，面料強化耐磨抗撕裂，完美體現征服者獨特的野性前衛氣質和探險精神。成為波司登又一極具代表性的暢銷系列，受到年輕消費者的廣泛認可。

秋羽絨系列

單件羽絨服輕至330克，為波司登歷史最輕羽絨服。材料方面，採用超輕柔膚面料及超細纖維20D面料，9,000米長紗線僅20克重量，棉質手感、親膚滑柔；工藝方面，採用防跑絨科技，先紵線後充絨，避免絨朵從針眼中鑽出。

零售支持

在過去的六個月，本集團共開展了將近600場培訓，覆蓋人數達到22,000人次，其主要針對全國直營／經銷的店長和導購而展開。尤其是在本集團常熟總部，開展了兩場全國核心店長的培訓，主題是「發力品牌，共贏未來」，旨在讓店舖的核心店長從思維理念上、企業文化認同上與品牌高度融合，成為品牌發展的共同體，與品牌共同發展成長。

多品牌策略

本集團在聚焦波司登品牌發展，重塑波司登為中高端功能性時代品牌的同時，持續圍繞「羽絨+」，利用本集團在羽絨服採購、設計、品牌經營等方面的優勢，繼續發展定位在中端市場的雪中飛品牌羽絨服業務、高性價比的冰潔品牌羽絨服業務，以提升整體市場份額。

雪中飛

雪中飛品牌圍繞「時尚、活力、運動」的品牌定位，聚焦資源、精準推廣，於2019/20財年，引爆20週年慶典，提升品牌勢能。通過產品寬度的擴張，提升產品的適賣性，滿足不同渠道、不同平台的用戶需求，做強活力系列，打造雪冰基因。線下通過聚焦核心區域，做實有效規模，打造標桿大店，從而提升了品牌的區域影響力；通過強化終端阿米巴，從而提升終端經營能力及盈利水平；通過優化經營模式，整合優質代理商及加盟商資源，從而豐富了渠道類型，降低了經營風險。線上通過聚焦天貓平台，提升線上品牌勢能；同時，線上也打造了分銷的開放平台，整合優質供應鏈及分銷商資源，形成整條產業鏈的資源互補、相融共生。另外，雪中飛品牌也積極試水新零售模式，通過打通全渠道會員體系，從而提升了用戶體驗。

冰潔

2019/20財年上半年，冰潔品牌明確新定位、新形象、新模式、新團隊，通過瞄準二、三線城市中30-35歲的追求高性價比、熱愛生活、熱衷時尚的新時尚女性，聚焦時尚、優質、優選的核心價值，以物超所值的時尚體驗為品牌定位，倡導時尚和生活功能兼具的着裝體驗，引領時尚羽絨服新風尚。在產品創新方面，以消費者需求為基礎，匹配研發「通勤」、「都市」、「時尚」三大系列產品，贏得市場較好反饋；在渠道建設方面，聚焦重點省份核心代理公司，開發一百余家區域標桿渠道，極大提升品牌知名度、美譽度；在市場運營方面，根據全年運營規劃，全面貫徹招商策略，不斷激活品牌，賦能市場；在電商運營方面，積極整合線上銷售資源，聚焦天貓、唯品會兩大平台，鎖定羽絨排名，拓展品類和店鋪開設。

按品牌劃分之羽絨服業務收入

品牌	截至9月30日止六個月				
	2019年		2018年		變動
	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	2,276.7	89.9%	1,557.1	87.9%	46.2%
雪中飛	97.6	3.8%	81.7	4.6%	19.5%
冰潔	106.4	4.2%	90.5	5.1%	17.6%
其他	52.3	2.1%	43.2	2.4%	21.0%
品牌羽絨服業務總收入	<u>2,533.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,772.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>42.9%</u>

按銷售類別劃分之品牌羽絨服業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月				
	2019年		2018年		變動
	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	
自營	453.9	17.9%	327.6	18.5%	38.6%
批發	2,027.0	80.0%	1,404.2	79.2%	44.4%
其他*	52.1	2.1%	40.7	2.3%	28.0%
品牌羽絨服業務總收入	<u>2,533.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,772.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>42.9%</u>

* 指與羽絨服產品有關的原材料銷售及其他授權費等收入

2019/20財年上半年，本集團在持續優化渠道結構的同時，亦非常注重重點區域的渠道拓展。過去的六個月中，本集團在購物中心及高勢能主流渠道等核心商圈的終端門店的鋪設明顯增加；同時，本集團亦非常注重區域性核心城市市場的建設。對於銷售效率低、或者影響品牌形象的店舖，本集團會在綜合評定後予以關閉。而對於現有及新增的店舖，本集團非常重視其終端建設；通過加強並改良終端售點裝修形象、改進貨品陳列、統一培訓銷售人員銷售話術等多種靈活方法，極大的提升了終端售點的銷售效率。於2019年9月30日，本集團羽絨服業務的零售網點總數較2018/19財年底淨增加533家至5,161家；自營零售網點淨增加294家至1,922家；第三方經銷商經營的零售網點淨增加239家至3,239家。其中，波司登品牌羽絨服較2018/19財年底淨增加429家至3,872家。本集團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37.2%和62.8%。在本集團品牌羽絨服業務的總零售網點中，25.5%位於一、二線城市（即，北上廣深及省會城市），74.5%位於三線及以下的城市。

按羽絨服品牌劃分之零售網絡

於2019年9月30日	波司登		雪中飛		冰潔		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
專賣店								
本集團經營	1,014	+258	13	-11	34	+8	1,061	+255
第三方經銷商經營	1,947	+143	228	+45	396	+58	2,571	+246
小計	<u>2,961</u>	<u>+401</u>	<u>241</u>	<u>+34</u>	<u>430</u>	<u>+66</u>	<u>3,632</u>	<u>+501</u>
寄售網點								
本集團經營	614	+41	165	-46	82	+44	861	+39
第三方經銷商經營	297	-13	81	+20	290	-14	668	-7
小計	<u>911</u>	<u>+28</u>	<u>246</u>	<u>-26</u>	<u>372</u>	<u>+30</u>	<u>1,529</u>	<u>+32</u>
合計	<u>3,872</u>	<u>+429</u>	<u>487</u>	<u>+8</u>	<u>802</u>	<u>+96</u>	<u>5,161</u>	<u>+533</u>

變動：與2019年3月31日的店數相比

羽絨服業務按地區劃分之零售網絡

	於2019年 9月30日	於2019年 3月31日	變動
華東	1,711	1,662	+49
華中	1,220	1,073	+147
華北	452	402	+50
東北	536	461	+75
西北	562	543	+19
西南	680	487	+193
合計	<u>5,161</u>	<u>4,628</u>	<u>+533</u>

地區：

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

貼牌加工管理業務：

2019/20財年上半裏，本集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣1,348.8百萬元，佔本集團收入的30.4%，較去年同期上升21.9%。貼牌加工管理業務收入來自前五大客戶的收入佔貼牌加工管理業務的87.8%。

在過去的六個月裏，貼牌加工管理業務板塊持續聚焦服務核心客戶，圍繞核心客戶的需求，持續通過利用本集團的技術優勢協同核心客戶優化產品性能、完善產品工藝、提升產品質量，持續逐步增加原始設計製造管理業務的比重，大幅提升客戶的信任度及客戶黏性。同時，在面對中美貿易戰等大環境不確定的因素下，本集團亦積極拓展東南亞工廠合作佈局，利用「羽絨服專家」的生產管理經驗，加強品質管理和訂單生產過程管控，為未來貼牌加工管理業務的拓展提前佈局並保駕護航。

女裝業務：

中國的品牌女裝市場集中度低，中高端女裝更為分散。與男裝市場不同的是，女性服裝需求更為多樣化個性化。隨着消費市場細化分級，以及國際品牌在中國市場上的大舉拓展，在本來就集中度不高的中國女裝品牌市場上，出現了前所未有的激烈競爭狀態。

2019/20財年上半年，在中國本土品牌女裝行業慘淡的大環境下，本集團的女裝業務收入約人民幣505.9百萬元，收入較去年同期小幅下降6.1%，女裝業務佔本集團總收入比重為11.4%。各女裝品牌的收入分佈如下：

按品牌劃分之女裝業務收入

品牌	截至9月30日止六個月				
	2019年		2018年		變動
	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	
杰西	184.3	36.4%	192.1	35.7%	-4.1%
邦寶	151.9	30.0%	160.7	29.8%	-5.5%
柯利亞諾	76.3	15.1%	82.0	15.2%	-6.9%
柯羅芭	93.4	18.5%	101.4	18.8%	-7.9%
其他品牌	-	-	2.6	0.5%	-98.8%
女裝業務總收入	<u>505.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>538.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>-6.1%</u>

按銷售類別劃分之女裝業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月				
	2019年		2018年		變動
	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	
自營	426.1	84.2%	482.4	89.5%	-11.7%
批發	79.8	15.8%	56.4	10.5%	41.3%
女裝業務總收入	<u>505.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>538.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>-6.1%</u>

杰西(JESSIE)

進入2019/20財年，杰西品牌面臨一定的挑戰。產品方面，創新力需要持續提升以及時捕捉消費者需求及購買心智；營運方面，實體渠道業態結構需要進一步優化調整，以及會員維護管理需要加強。

面對挑戰，杰西團隊積極面對。一方面，通過調整設計團隊的架構，整合市場優質設計師資源；通過重新梳理品牌風格，力爭明確核心客群的定位，並且通過研究消費者，明確產品研發方向和思路，創新求變，提高產品競爭力。另一方面，通過聚焦直營、加盟重點店鋪，優化標桿店鋪營運管理模式；通過深度加強終端培訓、推進終端銷售技能，賦能終端，營造積極的銷售氣氛；通過積極開展營銷活動、完善會員管理體系，增加終端銷售的推動力及加強忠誠客戶的黏性。

同時，杰西品牌精彩亮相在2019年3月舉行的深圳時裝週上，引發國內權威媒體及時尚媒體持續報道，2019年7月參加時尚深圳展，進一步為品牌造勢助力，提高了品牌影響力。同步通過在新媒體平台的打造輔助終端提升銷售。

2019/20財年上半年，杰西收入下降4.1%至約為人民幣184.3百萬元。其中自營和批發業務收入分別下降11.2%和上升18.9%至約人民幣130.6百萬元及約人民幣53.7百萬元。

邦寶(BUOU BUOU)

2019/20財年上半年，中國品牌女裝市場面臨激烈競爭，邦寶品牌在經營中亦面臨挑戰及困難。一方面，如何在現有銷售終端內正向引流；另一方面，如何在產品創新上做到更加符合消費者的喜好和需求，都是在過去六個月內邦寶品牌團隊面臨的重要課題。對此，邦寶品牌調整策略、積極應對。在渠道管理方面，對現有渠道進行梳理及優化，拓展新的直營門店，並提前關閉一些低效虧損店鋪；在產品創新及研發方面，完成線上及線下設計部門的拆分，並確定未來線上產品更強調流行性並迎合年輕客群需求，線下產品保留原有產品風格並迎合現有客群需求的方向。希望通過渠道優化及產品創新等革新舉措，對未來邦寶品牌女裝業務的內生增長帶來正向有效的作用。

2019/20財年上半年，邦寶收入約為人民幣151.9百萬元，較去年同期下降5.5%。

柯利亞諾(KOREANO)及柯羅芭(KLOVA)

柯利亞諾及柯羅芭兩個中高端女裝品牌，在過去的六個月中延續其在品牌形象、產品品質、產品結構、產品供應上的改良和優化。通過不同區域、不同級別店舖推出的高端定制項目，喚醒更多的VIP客戶，加強客戶黏性，以點帶面提升購買力。同時，這兩個品牌積極進行渠道結構調整，關閉低效虧損店舖；亦通過不斷優化現有合作店舖，跟進終端店舖建設，提升渠道形象；通過對這兩個品牌的全新差異化定位，試點佈局購物中心渠道，規劃及拓展未來進駐的主要渠道。

2019/20財年上半年，柯利亞諾及柯羅芭的收入分別約為人民幣76.3百萬元及人民幣93.4百萬元，同比下降6.9%及7.9%。

於2019年9月30日，本集團女裝業務的零售網點總數較2019年3月31日淨減少13家至515家；自營零售網點淨減少10家至388家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少3家至127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75.3%和24.7%。在本集團女裝業務的總零售網點中，有59.6%位於一、二線城市（即，北上廣深及省會城市），有40.4%位於三線及以下的城市。

按女裝品牌劃分之零售網絡

於2019年9月30日	杰西		邦寶		柯利亞諾		柯羅芭		其他		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
專賣店												
本集團經營	4	-	17	-1	-	-	-	-	-	-	21	-1
第三方經銷商經營	21	-2	9	-	-	-	-	-	-	-	30	-2
小計	25	-2	26	-1	-	-	-	-	-	-	51	-3
寄售網點												
本集團經營	113	-4	116	-1	80	+1	58	-4	-	-1	367	-9
第三方經銷商經營	75	+5	22	-6	-	-	-	-	-	-	97	-1
小計	188	+1	138	-7	80	+1	58	-4	-	-1	464	-10
合計	213	-1	164	-8	80	+1	58	-4	-	-1	515	-13

變動：與2019年3月31日的店數相比

女裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2019年 9月30日	於2019年 3月31日	變動
華東	68	72	-4
華中	162	163	-1
華北	51	55	-4
東北	62	62	-
西北	106	106	-
西南	66	70	-4
合計	515	528	-13

地區：

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

多元化服裝業務

在2019/20財年上半年，本集團的多元化服裝業務收入約人民幣48.6百萬元，較去年同期增加86.9%。經過2018/19財年的戰略轉型，多元化服裝業務目前佔本集團總收入比重為1.1%。各多元化服裝品類的收入分佈如下：

按品類劃分之多元化服裝業務收入

品類	2019年		截至9月30日止六個月 2018年		變動
	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	
男裝	23.8	49.1%	12.7	48.8%	87.7%
校服	7.2	14.8%	6.3	24.2%	14.4%
童裝	8.9	18.4%	1.7	6.5%	428.8%
其他	8.7	17.7%	5.3	20.5%	62.5%
多元化服裝業務總收入	48.6	100.0%	26.0	100.0%	86.9%

按銷售類別劃分之多元化服裝業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月					變動
	2019年		2018年		變動	
	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額 百分比	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額 百分比		
自營	10.3	21.3%	12.6	48.4%	-17.8%	
批發	32.8	67.4%	10.1	38.9%	223.6%	
其他*	5.5	11.3%	3.3	12.7%	67.0%	
多元化服裝業務總收入	<u>48.6</u>	<u>100.0%</u>	<u>26.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>86.9%</u>	

* 指來自租金收入

校服業務－颯美特

在2019/20財年上半年，多元化服裝業務板塊項下的校服業務仍以颯美特品牌進行運營。品牌推廣方面，走進央視後攜手國家教育部走進甘孜州、走進汶川，情系災區、颯美特用溫暖關愛災區孩子，發起上海校服展引領未來校園文化的再次構建，線上銜接構建校園新聞、特色教學體系、校園事件多樣化。期內，颯美特榮獲中國十大校服貢獻獎，中國校服創新獎，以衣承載文化的品牌傳播核心價值觀，有效匹配品牌定位。渠道建設方面，颯美特品牌新拓展大型教育集團、國際學校等核心業務客戶，新開設泰州、鄭州線下體驗館，在提升品牌戰略部署的同時增加用戶體驗。業務模式方面，通過多樣化的代理合作模式，重點培育區域核心代理商，通過線下店鋪合作模式創新形成區域影響力，有效擴大市場份額。

校服業務項下的客戶具有一定的忠誠度，本集團對老客戶及重點客戶的深度挖掘高度重視；通過對老客戶及重點客戶的返單與補單重點追蹤，不懈餘力的持續為老客戶及新拓展的客戶提供安全、健康、舒適、時尚的標準校服。

童裝業務

在2019/20財年上半年，本集團依然與日本*Petit main*及韓國*HAPPYLAND*展開合作，並致力於成為中國領先的國際兒童品牌專業運營商。目前已經簽約開展合作的主要品牌有：日本*Petit main*及韓國*HAPPYLAND*。*Petit main*品牌於2018年8月開設品牌天貓旗艦店以來，進駐天貓14個月的時間，從過萬家童裝旗艦店中脫穎而出，取得較好的行業排名，旗艦店店鋪收藏人數已過10萬。童裝品牌運營業務，通過線上線下渠道的雙結合，加之業務團隊的資源整合及優化，帶動本集團童裝業務的穩定開展。

按多元化服裝品類劃分之零售網絡

於2019年9月30日	男裝		童裝		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動
專賣店						
本集團經營	26	-6	-	-	26	-6
第三方經銷商經營	-	-	-	-	-	-
小計	26	-6	-	-	26	-6
寄售網點						
本集團經營	10	+6	4	-2	14	+4
第三方經銷商經營	-	-	-	-	-	-
小計	10	+6	4	-2	14	+4
合計	36	-	4	-2	40	-2

變動：與2019年3月31日的店數相比

多元化服裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2019年 9月30日	於2019年 3月31日	變動
華東	9	9	-
華中	-	-	-
華北	-	1	-1
東北	2	2	-
西北	-	2	-2
西南	29	28	+1
合計	40	42	-2

地區：

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

線上銷售

通過過去一年多對電商平台的拓建，整體來講，線上電商業務一方面起到承接品牌戰略、加強店鋪形象升級的作用；另一方面優化了渠道組合佈局，加強了重點平台的戰略合作。在過去的半年裏，本集團與天貓及唯品會等線上平台達成深度戰略合作，提前鎖定優質資源；同時，本集團加大重視品牌公關事件與電商結合的提升，通過視覺形象凸顯品質感，通過頁面詳情體現專業度，從而提升消費者線上購物體驗。在過去的六個月，本集團在天貓致IN品牌中名列前茅，波司登品牌力及品質獲得線上主流消費者的高度認可。天貓旗艦店的店鋪評分由4.83上升至4.91，客戶購物滿意度由93%上升至96%。

電商業務的拓展亦聚焦主力時尚、品質實用、潮流及奢華人群的對標，截至目前，線上購買人群結構得以大幅優化。在2019/20財年上半年，本集團旗下全品牌線上銷售收入達約人民幣304.7百萬元，同比上升70.9%。品牌羽絨服業務及女裝業務期內線上銷售的收入分別約為人民幣263.0百萬元及人民幣34.0百萬元，分別佔到品牌羽絨服業務、女裝業務收入的10.4%及6.7%。按銷售類別劃分，線上銷售的自營和批發收入分別約為人民幣129.6百萬元及人民幣175.1百萬元。

毛利

2019/20財年上半年，本集團毛利由去年同期約人民幣1,455.4百萬元增加32.6%至約人民幣1,929.6百萬元。伴隨着進一步的品牌升級及產品拓展，毛利率較去年同期的42.3%提升1.2個百分點至43.5%。

品牌羽絨服業務毛利率增加2.3個百分點至52.9%，主要由於期內本集團，特別是波司登品牌，堅持「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方針，持續對波司登品牌的重塑和升級，致力打造「全球熱銷的羽絨服專家」。通過品牌的升級、產品的創新，對推向市場的高品質產品提升了一定的平均價格，使之更能匹配波司登品牌未來向着「高」和「值」的方向引領。貼牌加工管理業務的毛利率受國內人工及成本壓力影響，且有部分訂單轉給本集團合作的越南工廠並相應提升了一定的成本，毛利率同比下降3.4個百分點。女裝業務的毛利率較去年同期略有上升0.7個百分點至76.8%，主要由於2019年增值稅減稅新政策所致。

經營溢利

2019/20財年上半年，本集團的經營溢利上升34.6%至約人民幣477.7百萬元，經營溢利率為10.8%，較去年同期的10.3%增加0.5個百分點，主要由於品牌羽絨服業務及貼牌加工管理業務的貢獻。

分銷開支

2019/20財年上半年，本集團的分銷開支主要包括廣告和宣傳費用、百貨公司扣點費、使用權資產之折舊費用以及僱員開支，約達人民幣1,119.0百萬元，較去年同期的約人民幣790.2百萬元增加41.6%，分銷開支佔本集團總收入由去年同期的22.9%上升2.3個百分點至25.2%。分銷開支上升，主要由於本集團在本財年加強對品牌羽絨服業務，特別是波司登品牌的品牌建設及渠道建設以及期內人員增加導致工資及退休基金供款上升所致。

行政開支

本集團的行政開支主要包括薪酬及福利、折舊及顧問費，在過去的六個月約達人民幣335.8百萬元，較去年同期的約人民幣333.7百萬元增加0.6%，行政開支佔本集團總收入由去年同期的9.7%下降2.1個百分點至7.6%。

融資收入

回顧2019/20財年上半年，本集團的融資收入由約人民幣121.6百萬元下降10.1%至約人民幣109.3百萬元，主要由於本集團的銀行利息收入及理財收入有所減少，及受外幣匯率波動影響，本集團在2019/20財年上半年的外匯收益較上年同期減少。

融資成本

回顧2019/20財年上半年，本集團的融資成本下降至約人民幣100.8百萬元，主要由於期內本集團貸款利息支出及銀行費用減少，以及產業基金的投資損失減少。為把握時尚及服裝行業相關的投資機會，並將未完全投資的現金資產投資於高流動性及具升值潛力的投資產品，以擴大中短期投資收入，本集團曾經於2017/18財年投入產業基金9,800萬美金。由於受到市場風險升溫影響，產業基金持有的其他金融資產產生了一定的損失。本集團自2018/19財年開始贖回基金，截至2019年9月30日，本集團已全部贖回該基金。

稅項

2019/20財年上半年，所得稅開支由約人民幣102.2百萬元上升至約人民幣125.8百萬元，實際稅率約為25.9%，與25%的標準中國所得稅相約。

股息

董事會建議派發截至2019年9月30日止六個月的中期股息每股普通股港幣3.0仙（相等於約人民幣2.7分）。中期股息將於2020年1月14日或前後支付予2020年1月3日名列本公司股東名冊的股東。

流動資金及財務來源

截至2019年9月30日止六個月，本集團經營活動使用的現金淨值約為人民幣2,857.1百萬元，於2019年9月30日的現金及現金等價物約為人民幣1,391.2百萬元。

於2019年9月30日，現金及現金等價物指貨幣單位的分佈如下：

	人民幣千元
人民幣	1,144,002
美元	167,030
英鎊	10,901
港元	66,581
日圓	2,562
歐元	144
總計	<u>1,391,220</u>

為使本集團可用現金儲備獲得最高回報，本集團已投資其他金融資產，包括中國國內銀行的保本短期投資及其他金融證券。於銀行的短期投資預計（非保證）回報率介乎每年2.10%至4.50%。其他金融證券指朔明德投資有限公司持有的交易股票及債券。於2019年9月30日，本集團的銀行借款約為人民幣2,318.3百萬元（2019年3月31日：人民幣1,627.7百萬元）。本集團的負債比率（即：計息借貸／權益總額）為23.4%（2019年3月31日：16.1%）。

重大收購及出售附屬公司及聯屬公司

截至2019年9月30日止六個月，本集團並無任何重大收購及出售附屬公司及聯屬公司。

或然負債

於2019年9月30日，本集團並無重大或然負債。

資本承擔

於2019年9月30日，本集團有約人民幣86.1百萬元有關廠房、物業及設備的未結算資本承擔(2019年3月31日：人民幣20.0百萬元)。

資產質押

於2019年9月30日，銀行存款約人民幣470.4百萬元已抵押予銀行作為備用信用證、銀行借貸及應付票據及信用證融資用(2019年3月31日：約人民幣679.3百萬元)。

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財務管理中心負責。本集團採取審慎的融資及理財政策，同時維持穩健的整體財務狀況。本集團的資金來源為經營活動產生的現金及銀行借款。本集團理財政策的主要目的是管理資金的流動性、收益性及匯率波動所面臨的風險，保障本集團主營業務的健康發展。

外匯風險

本集團的業務經營主要位於中國，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、美元、日圓及英鎊或者兌換有關實體各自功能貨幣的匯率的任何重大波動或會對本集團造成重大影響。

面對着貨幣市場不穩定性，本集團將適時利用遠期外匯合約及外幣掉期以盡量減低匯率變動帶來之風險。

人力資源

截至2019年9月30日，本集團擁有6,975名全職員工（2018年9月30日：6,017名全職員工），對比2018年9月30日增加958人。截至2019年9月30日止六個月的員工成本（包括作為董事酬金的薪酬、其他津貼以及按股權結算基於股份交易的開支）約為人民幣512.0百萬元（截至2018年9月30日止六個月：約人民幣374.0百萬元）。在這個財年裏，本集團在品牌羽絨服的營銷團隊和終端店舖人員方面加強團隊力量，增加相關高素質人員。

本集團的薪酬及花紅政策主要是根據每位員工的工作績效考核及服務年期，以及現行市場情況釐定。為本集團僱員提供舒適、和諧的生活環境，倘非本地大學畢業生、專業技術人員及管理人員在常熟沒有住所，一經錄用，本集團為他們提供配備酒店式管理服務的員工宿舍。

未來發展

2019年以來，全球經濟和國際貿易呈現出增速放緩趨勢，英國脫歐以及國際貿易緊張局勢日益加劇等多重不確定不穩定因素仍然存在。國際貨幣基金組織在2019年7月最新發佈的《世界經濟展望》中，再次下調了對2019年、2020年世界經濟增長的預期至3.2%和3.5%。

對於中國本土消費市場，消費者信心指數持續高位增長，供給側結構性改革紮實推進，為內需市場持續向好提供有力支撐。順應變化的消費邏輯和市場環境，本集團通過過去一點戰略轉型的落地，進一步加深「自我認知」到消費者「價值認知」的蛻變，通過與消費者消費習慣喜好及市場發展方向緊密連接，響應新時代「美好生活需要」的理念，通過打造自己的核心優勢，以差異化的競爭，贏得市場和消費者。

品牌羽絨服業務：展望未來，本集團將堅持「聚焦主航道、聚焦主品牌」，繼續圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」的定位，以「功能」為中心，做強核心主業，並致力於打造「中高端功能性服飾集團」的夢想。

在品牌建設層面，本集團將圍繞定位持續發力，加強品牌公關及宣傳推廣力度，加強品銷結合，夯實專家地位。產品優化層面，本集團將提升原創設計，提升產品品質。渠道拓展層面，本集團將逐步提升主流及高端渠道佔比；推動羽絨服專家形象建設，提升終端品質。零售支持層面，本集團將持續向更多年輕消費者推廣其產品，通過消費者體驗提升促進購買，並達到線上線下零售運營模式創新。

貼牌加工管理業務：展望未來，本集團將持續深化與核心客戶的戰略合作關係，提升服務能力，保持訂單持續增長；通過東南亞產能合作佈局，打破與核心客戶合作的瓶頸，以維護與其長期及穩定的戰略合作關係。

女裝業務：展望未來，本集團將繼續着重整合女裝業務現有四個品牌間的資源，通過提升女裝各品牌的產品力、渠道力、品牌力而進一步提振女裝業務單元的經營效率和管理效率，通過進一步擴大集團內的協同效應，從而實現女裝業務的有機良性增長。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由2019年12月31日至2020年1月3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2020年1月14日或前後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2019年12月30日下午4時30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2019年9月30日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市股份。

企業管治守則及企業管治報告

董事認為，截至2019年9月30日止六個月，本公司一直遵守上市規則附錄14所載的企業管治守則（「守則」）的守則條文，惟守則第A.2.1條有關規定主席與首席執行官（「首席執行官」）的角色應分開及不應由同一個人擔任的規定則除外。

高德康先生是本公司主席兼首席執行官以及本集團的創辦人。董事會相信，鑑於角色特殊，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，故須由同一人擔任主席兼首席執行官。這雙重角色有助提供強大而貫徹一致的市場領導，對本公司有效率的業務規劃和決策至為重要。由於本集團所有主要決策均會諮詢董事會及有關委員會成員，而董事會有三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。載有上市規則附錄16所需資料的截至2019年9月30日止六個月的中期報告，將適時分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

承董事會命
波司登國際控股有限公司
董事局主席
高德康

香港，2019年11月28日

於本公告日期，執行董事為高德康先生、梅冬女士、黃巧蓮女士、芮勁松先生及高曉東先生；獨立非執行董事為董炳根先生、王耀先生及魏偉峰博士。