

【請即時發放】



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

波司登公佈2022/23財政年度中期業績

立足「全球領先的羽絨服專家」品牌定位 實現業務可持續及穩健增長
收入和權益股東應佔溢利按年分別上升**14.1%**和**15.0%**

財務摘要

人民幣千元	截至 9 月 30 日止六個月		變動
	2022 年	2021 年	
收入	6,180,465	5,416,978	+14.1%
毛利	3,089,113	2,748,222	+12.4%
經營溢利	945,157	794,606	+18.9%
權益股東應佔溢利	734,286	638,474	+15.0%
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	6.79	5.95	+14.1%
- 攤薄	6.74	5.88	+14.6%
中期股息（港仙）	4.5	4.5	—

（2022年11月24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2022年9月30日止六個月（「期內」）未經審核綜合中期業績。

財務回顧

2022/23上半財年，集團持續堅持「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方向，夯實「品牌引領、產品領先、渠道升級、優質快反」四項核心競爭力，實現了持續穩健的增長。截至2022年9月30日止六個月，集團收入約為人民幣6,180.5百萬元，較去年同期上升約14.1%。品牌羽絨服業務仍為集團的最大收入來源，佔總收入的62.4%，貼牌加工管理業務及女裝業務分別佔總收入的30.7%及5.5%，多元化服裝業務佔總收入1.4%。

期內，經營溢利穩定上升18.9%至約為人民幣945.2百萬元。經營溢利率增加0.6個百分點至15.3%。毛利按年升12.4%至約為人民幣3,089.1百萬元。每股基本盈利為人民幣6.79分。董事會宣派中期股息每股普通股4.5港仙。

業務回顧

品牌羽絨服業務

在2022/23上半財年，集團立足「全球領先的羽絨服專家」品牌定位，聚焦打造渠道領先、商品領先、形象領先、零售領先、用戶經營領先。品牌羽絨服業務板塊收入同比上升10.2%，達人民幣3,857.1百萬元。

品牌建設方面，持續圍繞「全球領先的羽絨服專家」的戰略發展方向，堅持品牌引領的發展模式。通過圍繞品牌大型推廣活動，輸出優質品宣內容、投放匹配媒體平台等方式，不斷加深消費者對品牌的認知度和美譽度，助力品牌建設和銷售的提升。根據國際五大品牌價值評估權威機構之一Brand Finance公佈的「2022全球最具價值服飾品牌排行榜50強(Brand Finance Apparel 50 2022)」，波司登品牌再次入選，並提升名次至第48名。期內，波司登成功發佈新一代輕薄羽絨服，掀起品類「革新」浪潮。

供應鏈管理及商品運營方面，優質快反的能力是波司登在行業持續勝出的重要競爭優勢，是維繫集團高效健康持久發展的核心競爭力之一。集團供應鏈在柔性快反、品質運營、科研技術、資源整合及成本管理方面進行了系統性的規劃和升級。截至2022年9月30日，本年度庫存周轉天數同比下降31天。

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。截止2022年9月30日，波司登品牌在天貓及京東平台共計粉絲約2,324萬，會員約1,107萬；在抖音平台共計粉絲約544萬。

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。期內，波司登城市多功能夾克榮獲 ISPO Award 全球設計大獎，複合結構露營羽絨服和零壓力羽絨泡芙分別獲得ISPO全球設計獎和紅點設計獎；新一代輕薄羽服獲全球十大設計創新金獎。波司登品牌舒適戶外系列更包攬五項國際大獎（分別指德國紅點獎、ISPOAwardWinner2022、美國IDEA設計獎、美國muse設計獎及意大利A獎）；並最新榮獲國際CMF設計獎、德國設計獎、中國羽絨工業協會卓越創新設計大獎。

渠道建設方面，集團持續優化渠道品質，提升渠道效率，一方面關注現有門店的質量，把「坐實單店經營」提升至集團戰略變革層面，另一方面關注核心城市及核心商圈，持續注重渠道的結構性佈局。再者，集團通過把零售門店根據不同店態進行細緻分解，在不同店態的標桿門店（「Top門店」）中廣泛推行暢銷款（「Top款」）。於2022年9月30日，集團羽絨服業務的常規零售網點（不含旺季店）約有3,670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42.6%和57.4%。

貼牌加工管理業務

在2022/23上半財年，儘管受到全球疫情、通脹及全球經濟下滑影響，貼牌加工管理業務依然保持穩定且健康的發展。期內，集團的貼牌加工管理業務較去年同期上升32.7%。通過有效的成本管理及受益於本報告期間以來的匯率變化，貼牌加工管理業務的毛利率較去年同期小幅上升1.3個百分點至20.4%。

女裝業務

2022年以來，伴隨點狀疫情的爆發，女裝行業發展仍受到嚴峻挑戰，集團四個女裝品牌（特別是線下業務）亦在此環境中面對較多不確定因素及困難。

多元化服裝業務

集團的多元化服裝業務板塊較去年同期增加22.2%，其主要指**颯美特**品牌校服業務。

線上銷售

線上銷售渠道一直是集團重點關注且予以大力發展的渠道，自2018年集團戰略轉型以來，其一直呈現高質量增長態勢。集團目前實行線上多平台運營的模式。除天貓、唯品會、京東等傳統電商平台，更投放資源積極拓展抖音等新興平台。回顧期內，集團旗下全品牌線上銷售收入達到約人民幣915.8百萬元，同比上升29.6%。其中，品牌羽絨服業務期內線上銷售的收入約為人民幣872.3百萬元，較去年同期增長約32%。

未來發展

波司登董事局主席兼總裁高德康先生表示：「2022/23上半財年，受全球需求收縮、疫情延宕反覆以及地緣政治風險等多重不利因素影響，我國消費市場和紡織服裝行業延續溫和復甦態勢，整體運行面臨較大壓力和挑戰。站在新時代潮流的前列，集團堅持長期主義和價值創造，堅守實體經濟，堅定發展信心，明確「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方向，以使命為根基，以顧客為中心，以品牌為引領，以創新為驅動，始終和消費者在一起，持續構建穩健經營、穿越週期的能力。我們將對標更高標準，全力攻堅克難、勇攀高峰，努力坐實全球領先地位。」

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。校服品牌為颯美特。

- 完 -

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

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 趙文慧 / 李芷珊 / 郝飛璠

電話：(852) 2136 6952 / 3920 7659 / 3920 7649 / 3920 7655

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com