

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)

**截至二零一零年三月三十一日止年度的年度業績**

**摘要**

- 收入增加34.2%至約人民幣5,738.1百萬元
- 毛利率增加4.8個百分點至50.3%
- 經營溢利增加77.3%至約人民幣1,205.5百萬元
- 本公司權益持有人應佔淨溢利增加44.2%至約人民幣1,078.6百萬元
- 建議就每股普通股支付期末股息人民幣8.8分

**年度業績**

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」）截至二零一零年三月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零零九年三月三十一日止年度的比較數據如下：

## 合併綜合利潤表

截至二零一零年三月三十一日止年度

	附註	截至	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	3	5,738,121	4,275,144
銷售成本		(2,851,484)	(2,330,173)
毛利		2,886,637	1,944,971
其他收入	4	36,279	17,352
衍生金融工具公平值變動		(25,811)	34,217
分銷開支		(1,343,387)	(1,029,801)
行政開支		(235,803)	(286,974)
其他開支	4	(112,394)	—
經營溢利		1,205,521	679,765
融資收入		75,395	105,615
融資開支		(3,476)	(9,310)
融資收入淨額	6	71,919	96,305
除所得稅前溢利		1,277,440	776,070
所得稅開支	7	(198,895)	(27,797)
年度溢利		1,078,545	748,273
年內其他綜合收益：			
換算境外業務財務報表的匯兌差額		(2,140)	(64,450)
可供出售金融資產的公平值變動淨額		48,509	—
其他綜合收益的所得稅		(5,727)	—
年內其他綜合收益(扣除稅項)		40,642	(64,450)
年內綜合收益總額		1,119,187	683,823

截至  
三月三十一日止年度  
附註 二零一零年 二零零九年  
人民幣千元 人民幣千元

以下人士應佔溢利：

本公司權益持有人	1,078,550	748,120
非控權股東權益	(5)	153

年內溢利

	<u>1,078,545</u>	<u>748,273</u>
--	------------------	----------------

以下人士應佔綜合收益總額：

本公司權益持有人	1,119,192	683,670
非控權股東權益	(5)	153

年內綜合收益總額

	<u>1,119,187</u>	<u>683,823</u>
--	------------------	----------------

每股盈利

9

— 基本 (人民幣分)	<u>13.88</u>	<u>9.51</u>
-------------	--------------	-------------

— 攤薄 (人民幣分)	<u>13.88</u>	<u>9.51</u>
-------------	--------------	-------------

## 合併資產負債表

於二零一零年三月三十一日

		於三月三十一日	
	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		214,482	42,481
土地使用權		32,389	—
無形資產		525,912	—
長期存款		65,000	—
遞延稅項資產		52,434	43,088
		<u>890,217</u>	<u>85,569</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	10	859,687	856,787
貿易、票據及其他應收款項	11	867,510	721,622
應收關聯方款項		48,334	22,992
預付原材料及服務供應商的款項		228,063	179,658
衍生金融工具		—	34,217
持有至到期之投資		400,000	570,000
可供出售金融資產		1,618,509	—
已抵押銀行存款		2,232	32
三個月以上到期之定期存款		339,676	1,085,914
現金及現金等價物		3,127,587	3,812,919
		<u>7,491,598</u>	<u>7,284,141</u>
<b>流動負債</b>			
即期應付所得稅		147,667	91,570
貿易及其他應付款項	12	1,204,898	624,442
應付關聯方款項		10,399	7,904
		<u>1,362,964</u>	<u>723,916</u>
<b>淨流動資產</b>		<u>6,128,634</u>	<u>6,560,225</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>7,018,851</u>	<u>6,645,794</u>

	於三月三十一日	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
長期應付款項	65,000	—
遞延稅項負債	140,698	50,000
	<u>205,698</u>	<u>50,000</u>
<b>淨資產</b>	<u>6,813,153</u>	<u>6,595,794</u>
<b>權益</b>		
股本	607	607
儲備	6,812,551	6,595,187
本公司權益持有人應佔權益	6,813,158	6,595,794
非控權股東權益	(5)	—
<b>權益總值</b>	<u>6,813,153</u>	<u>6,595,794</u>

附註：

#### 1. 報告實體

波司登國際控股有限公司（「本公司」）於二零零六年七月十日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）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、外包生產以及營銷和分銷。

於二零零七年十月十一日（「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

##### (a) 遵例聲明

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際財務報告準則（「國際財務報告準則」），包括所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則（「國際會計準則」）及詮釋）以及香港公司條例之披露規定編製，亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）之適用披露規定。

國際會計準則理事會已頒佈若干新訂及經修訂國際財務報告準則，已於本集團及本公司本會計期間首次生效或可供提早採納。首次採納與本集團有關的該等變更導致本期及過往會計期間會計政策任何變動已反映於該等財務報表，有關資料載於附註2(b)。

**(b) 新國際財務報告準則引致的會計政策變更**

國際會計準則理事會已發佈於本集團及本公司本會計期間首次生效的一項新國際財務報告準則、國際財務報告準則的若干修訂及新詮釋。其中與本集團財務報表有關的變更如下：

- 國際財務報告準則第8號，經營分部
- 國際會計準則第1號(二零零七年經修訂)，財務報表的呈列
- 國際財務報告準則第7號(修訂本)，金融工具：披露－改善對金融工具之披露
- 對國際財務報告準則(二零零八年)之改進
- 國際會計準則第23號(經修訂)，借貸成本
- 國際財務報告準則第2號(修訂本)，以股份為基礎的付款－歸屬條件及註銷
- 國際會計準則第27號(修訂本)，合併及獨立財務報表－於附屬公司、共同控制公司或聯營公司的投資成本

「對國際財務報告準則(二零零八年)之改進」包括對國際會計準則理事會頒佈的一系列國際財務報告準則的若干次要及非緊急修訂作為一組綜合修訂本。該等修訂對本集團財務報表並無重大影響。

由於國際會計準則第23號及國際財務報告準則第2號的修訂本與本集團已採納的會計政策一致，故該等修訂對本集團財務報表並無重大影響。

國際會計準則第27號(修訂本)刪除須將收購前溢利的股息確認為於被投資公司投資賬面值減少(並非收入)的規定。因此，自二零零九年四月一日起，所有應收附屬公司、聯營公司及共同控制公司之股息不論來自收購前或收購後溢利均會於本公司損益中確認，而於被投資公司投資之賬面值不會減少，除非評估該賬面值會因被投資公司宣派股息出現減值則除外。在此情況下，除於損益中確認股息收入外，本公司將確認減值虧損。根據該修訂之過渡條款，該新政策將適用於任何本期或未來期間的應收股息，惟不會重列過往期間之報表。

該等變更其餘部分對該等財務報表的影響如下：

- 國際財務報告準則第8號要求分部披露須按本集團主要經營決策者審視及管理本集團的方式披露，各呈報分部所呈報的金額須與呈報予本集團主要經營決策者用以評估分部表現及作出有關經營事項決策的數額一致。採納國際財務報告準則第8號導致按向本集團最高行政管理人員內部報告更一致的方式呈列分部資料(見附註3)。

- 由於採用國際會計準則第1號(二零零七年經修訂)，本集團於合併權益變動表呈列所有擁有人的權益變動，而所有非擁有人的權益變動則於合併綜合利潤表呈列。該等財務報表已採用該呈列方式。比較資料已重新呈列以符合經修訂準則。由於會計政策變更僅影響有關呈列，故並不影響每股盈利。

### 3. 收益及分部報告

本集團按分部管理業務，分部以業務類別(產品及服務)區分。通過首次採用國際財務報告準則第8號經營分部，並以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的相同方式呈報。本集團已確認以下三類主要經營分部：

- 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產品業務。
- 男裝－男裝分部從事採購及分銷品牌男裝(非羽絨服)業務。

由於本集團主要在中國經營，故此並無呈列地域分部資料。

#### (a) 分部業績、資產及負債

##### 分部業績

	截至二零一零年三月三十一日止年度			
	羽絨服 人民幣千元	貼牌		本集團 人民幣千元
		加工管理 人民幣千元	男裝 人民幣千元	
來自外界客戶收入	4,688,901	646,777	402,443	5,738,121
分部間收入	—	—	7,187	7,187
呈報分部收入	<u>4,688,901</u>	<u>646,777</u>	<u>409,630</u>	<u>5,745,308</u>
呈報分部經營溢利	<u>1,177,624</u>	<u>107,828</u>	<u>99,327</u>	<u>1,384,779</u>
折舊	20,312	70	4,053	24,435
客戶關係減值虧損	—	—	100,000	100,000

截至二零零九年三月三十一日止年度

	羽絨服 人民幣千元	貼牌 加工管理 人民幣千元	男裝 人民幣千元	本集團 人民幣千元
來自外界客戶收入	3,747,613	527,531	—	4,275,144
分部間收入	—	—	—	—
<b>呈報分部收入</b>	<b>3,747,613</b>	<b>527,531</b>	<b>—</b>	<b>4,275,144</b>
<b>呈報分部經營溢利</b>	<b>607,244</b>	<b>60,436</b>	<b>—</b>	<b>667,680</b>
折舊	21,371	50	—	21,421

資產及負債

於二零一零年三月三十一日

	羽絨服 人民幣千元	貼牌 加工管理 人民幣千元	男裝 人民幣千元	本集團 人民幣千元
呈報分部資產	<b>6,927,235</b>	<b>223,947</b>	<b>1,077,754</b>	<b>8,228,936</b>
年內非流動				
分部資產增加	<b>111,292</b>	<b>247</b>	<b>828,399</b>	<b>939,938</b>
呈報分部負債	<b>(972,666)</b>	<b>(44,460)</b>	<b>(351,596)</b>	<b>(1,368,722)</b>

二零零九年三月三十一日

	羽絨服 人民幣千元	貼牌 加工管理 人民幣千元	男裝 人民幣千元	本集團 人民幣千元
呈報分部資產	6,168,664	94,844	—	6,263,508
年內非流動分部資產增加	36,268	—	—	36,268
呈報分部負債	(626,721)	—	—	(626,721)



(b) 呈報分部收入、除所得稅前溢利、資產及負債對賬

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
收入		
呈報分部收入	5,745,308	4,275,144
分部間收入對銷	(7,187)	—
	<u>5,738,121</u>	<u>4,275,144</u>
合併收入	<u>5,738,121</u>	<u>4,275,144</u>
	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前溢利		
源自本集團外部客戶的呈報分部溢利	1,384,779	667,680
攤銷開支	(19,643)	—
客戶關係減值虧損	(100,000)	—
政府獎勵	27,305	9,088
未分配(開支)／收入	(86,920)	2,997
融資收入	75,395	105,615
融資開支	(3,476)	(9,310)
	<u>1,277,440</u>	<u>776,070</u>
除所得稅前合併溢利	<u>1,277,440</u>	<u>776,070</u>

	於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
<b>資產</b>		
呈報分部資產	8,228,936	6,263,508
分部間應收款項對銷	(102,405)	—
	<b>8,126,531</b>	6,263,508
遞延稅項資產	52,434	43,088
未分配總部及公司資產	202,850	1,063,114
	<b>8,381,815</b>	7,369,710
<b>負債</b>		
呈報分部負債	(1,368,722)	(626,721)
分部間應付款項對銷	102,405	—
	<b>(1,266,317)</b>	(626,721)
即期稅項負債	(147,667)	(91,570)
遞延稅項負債	(140,698)	(50,000)
未分配總部及公司負債	(13,980)	(5,625)
	<b>(1,568,662)</b>	(773,916)

#### 4. 其他收入／(開支)

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
商標使用權收入	(i)	8,974	8,264
政府獎勵	(ii)	27,305	9,088
其他收入		<b>36,279</b>	17,352
捐款		(12,394)	—
客戶關係減值虧損	(iii)	(100,000)	—
其他開支		<b>(112,394)</b>	—

(i) 商標使用權收入來自其他公司使用本集團品牌。

(ii) 截至二零一零年三月三十一日止年度，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，獲得無條件酌情獎勵人民幣27,305,000元(二零零九年：人民幣9,088,000元)。

(iii) 二零零九年五月二十六日所收購客戶關係產生減值虧損。二零零九年五月二十六日至二零一零年三月三十一日止期間來自該等分銷商的實際現金流入及本集團最新預計來自該等分銷商的日後現金流入遠低於本集團於收購日期原先預計的水平。收購日期後，除繼續與江蘇波司登服裝發展有限公司的現有分銷商交易外，本集團亦重點開發新銷售渠道及與新增較大型分銷商訂立交易以增加非羽絨服品牌男裝業務的收入總額。

## 5. 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：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	<b>2,864,967</b>	2,321,117
將存貨(撥回)／撇減至可變現淨值	<b>(13,483)</b>	9,056
折舊	<b>24,435</b>	21,421
攤銷	<b>19,643</b>	—
經營租賃費用	<b>65,840</b>	28,797
呆壞賬減值虧損	<b>47,900</b>	125,026
核數師薪酬	<b>7,100</b>	6,500

## 6. 融資收入淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>於損益確認：</b>		
持有至到期之投資利息收入	32,758	41,269
銀行存款利息收入	42,637	64,346
	<u>75,395</u>	<u>105,615</u>
融資收入	<u>75,395</u>	<u>105,615</u>
計息貸款利息	—	(4,316)
銀行費用	(2,371)	(3,494)
外匯虧損淨額	(1,105)	(1,500)
	<u>(3,476)</u>	<u>(9,310)</u>
融資開支	<u>(3,476)</u>	<u>(9,310)</u>
於損益確認的融資收入淨額	<u>71,919</u>	<u>96,305</u>
<b>於其他綜合收益確認：</b>		
換算海外業務財務報表之匯兌差額	(2,140)	(64,450)
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所得稅	(5,727)	—
	<u>(2,358)</u>	<u>(64,450)</u>
於其他綜合收益確認的融資收入淨額，除稅	<u>(2,358)</u>	<u>(64,450)</u>

年內，並無利息資本化。

## 7. 所得稅開支

(a) 損益中所得稅指：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>即期稅項開支</b>		
中國所得稅撥備	209,564	34,957
<b>遞延稅項收益</b>		
暫時差異的產生	(10,669)	(7,160)
	<u>198,895</u>	<u>27,797</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規定，本集團無需支付開曼群島及英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於本集團在俄羅斯註冊的一家附屬公司波司登國際控股公司於年內並無應課稅溢利須繳納任何俄羅斯所得稅，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)有限公司於年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的中國附屬公司估計應課稅收入的各有關稅率計算，有關稅率乃根據中國相關所得稅規則及規例而釐定。

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，同時中國外資企業適用的所得稅法例法規(「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適用所得稅率為25%。

(b) 以適用稅率計算的所得稅開支與會計溢利調節：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前溢利	<u>1,277,440</u>	<u>776,070</u>
以適用中國所得稅率25%計算的所得稅	319,360	194,018
並無確認為遞延稅項的稅務虧損	17,457	27,215
不可扣稅開支	20,192	23,387
中國業務的稅項減免影響	(186,668)	(230,936)
中國附屬公司未分配溢利的稅務影響	30,000	17,000
其他	<u>(1,446)</u>	<u>(2,887)</u>
所得稅開支	<u>198,895</u>	<u>27,797</u>

## 8. 股息

(i) 年內應付本公司權益持有人的股息：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
宣派及支付中期股息每股普通股人民幣3.8分 (二零零九年：特別股息每股普通股人民幣3.8分)	295,349	294,674
結算日後擬派末期股息每股普通股人民幣8.8分 (二零零九年：每股普通股人民幣8分)	<u>683,967</u>	<u>621,788</u>
	<u>979,316</u>	<u>916,462</u>

結算日後擬派末期股息並無確認為結算日負債。



## 10. 存貨

	於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
原材料	59,869	29,980
在製品	6,243	3,980
製成品	793,575	822,827
	<u>859,687</u>	<u>856,787</u>

於二零一零年三月三十一日，以可變現淨值計算的存貨約為人民幣359,212,000元（二零零九年：人民幣509,180,000元）。

## 11. 貿易、票據及其他應收款項

	本集團		本公司	
	於三月三十一日		於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應收款項	609,015	508,367	—	—
應收票據	51,656	64,479	—	—
	<u>660,671</u>	<u>572,846</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
第三方其他應收款項：				
• 可抵扣增值稅	55,562	119,639	—	—
• 按金	63,272	7,722	10	5
• 支付僱員的預付款	5,708	10,061	—	—
• 托管賬戶存款	65,000	—	—	—
• 其他	17,297	11,354	451	295
	<u>867,510</u>	<u>721,622</u>	<u>461</u>	<u>300</u>

所有貿易、票據及其他應收款項預計會於一年內收回。

本集團一般授予客戶自發票日期起計介乎30日至90日的信貸期。



於二零一零年三月三十一日，逾期未收回惟視為並無減值的貿易應收款項及應收票據約人民幣32,910,000元(二零零九年：人民幣100,435,000元)。與近期並無拖欠記錄的數位獨立客戶有關。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：

	本集團		本公司	
	於三月三十一日		於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
信貸期內	627,761	472,411	—	—
逾期一至三個月內	32,685	58,789	—	—
逾期超過三個月				
而少於六個月	225	12,192	—	—
逾期超過六個月				
而少於十二個月	—	26,538	—	—
一年以上	—	2,916	—	—
	<u>660,671</u>	<u>572,846</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

貿易應收款項及應收票據減值虧損撥備的變動如下：

	本集團		本公司	
	截至三月三十一日止年度		截至三月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
年初	181,565	56,539	—	—
加：應收款項減值撥備	47,900	125,026	—	—
撤銷	(38,900)	—	—	—
	<u>190,565</u>	<u>181,565</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

應收款項減值撥備的增設及發放已納入合併綜合利潤表的行政開支。自撥備賬扣除的金額一般於預期不可收回額外現金時撤銷。

於結算日面對的最大信貸風險乃上述應收貿易款項及應收票據的公允值。

## 12. 貿易及其他應付款項

	本集團		本公司	
	於三月三十一日		於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應付款項	438,034	297,524	—	—
其他應付款項及應計費用				
• 客戶按金	423,938	171,739	—	—
• 應計返利及佣金	99,378	52,740	—	—
• 應計廣告開支	55,929	28,965	—	—
• 應計薪金及福利	73,353	40,945	1,188	1,408
• 應付或然代價	65,000	—	—	—
• 應付股息	5,000	—	—	—
• 其他	44,266	32,529	—	—
	<u>1,204,898</u>	<u>624,442</u>	<u>1,188</u>	<u>1,408</u>

所有貿易及其他應付款項預計將於一年內償還。

貿易應付款項賬齡分析如下：

	本集團		本公司	
	於三月三十一日		於三月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於一個月內或按要求償還	183,862	142,681	—	—
於一個月後 但於三個月內到期	254,172	154,843	—	—
	<u>438,034</u>	<u>297,524</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

## 13. 結算日後事項

於二零一零年三月三十一日後，本公司建議向本公司股東派付末期股息人民幣683,967,000元（每股人民幣8.8分）。進一步詳情於附註8披露。

## 14. 比較數字

由於採用國際會計準則第1號（二零零七年經修訂）財務報表的呈列及國際財務報告準則第8號經營分部，故已調整若干比較數字以符合本期間的呈列方式，並提供截至二零一零年三月三十一日止年度披露項目的比較金額。有關變動的詳情載於附註2(b)。

## 管理層討論及分析

### 市場回顧

經歷了國際金融危機衝擊和國內經濟週期性回調影響造成的經濟低谷之後，近期中國宏觀經濟形勢開始逐步回暖，各項經濟指標正在企穩回升中。中國服裝行業也正在逐步恢復穩定和健康，規模較大的企業進一步掌握產業資源、實現生產的輕微增長，行業整體效益亦呈轉好跡象。

二零零九／二零一零年的冬季提早來臨，二零零九年十一月初全國已廣泛降雪，寒潮更接二連三陸續來襲直至二零一零年三月，寒冷氣候帶動羽絨服行業整體銷售業績的增長。此外，羽絨服單價提高、產品質量向好、款式時尚多變、定位更趨細分，眾多新老品牌共存。不過，名優品牌仍然主導行業發展，充分體現出消費者對品牌價值的信賴和認可。

### 業務回顧

#### **羽絨業務穩踞市場龍頭地位業績理想**

本報告期內，國際市場持續低迷、國內市場低開穩升，企業經營和發展面臨眾多的挑戰和困難。本集團因應市場環境的轉變，做好充分準備，適度調整品牌戰略、營銷策略和生產計劃，適時應對各種市場發展態勢。淡季時，本集團採取了「反季策略性的銷售計劃」以優惠價促銷前一財政年度的存貨；旺季時，本集團採取了有效的訂單管理及生產製造策略，策略取得成效。本集團亦憑藉強大的品牌優勢、零售分銷網絡和引領行業趨勢的設計能力，及時抓住二零零九／二零一零年早冬以及羽絨服銷售季節較長的機會，保質保量地快速補貨，滿足市場急速增加的需求，為集團錄得較為理想的銷售業績。

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，「波司登」從一九九五年起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%，且上述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」品牌依然牢踞排名第一位和第二位，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%。

期內，「冰潔」品牌發展甚為突出，銷售及市場份額均顯著上升，並且獲得市場的廣泛認同。「冰潔」亮麗的業績表現，反映本集團過去兩年將「冰潔」重新定位並獨立管理的工作上取得進展，亦符合本集團的期望。

### **非羽絨服裝業務有序推進發展前景良好**

為了提高季節性服裝產品之多樣性、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策略，並一直在積極尋找適當時機併購具有高發展潛力、聲譽良好的非羽絨服裝品牌項目，以擴張其品牌及產品組合。

作為「波司登」品牌完成其由「單季產品」品牌向「四季化服裝產品」品牌轉型戰略的第一步，本集團於二零零九年五月以最高不超過人民幣六億五千萬元的現金代價收購了江蘇波司登服裝發展有限公司(改名前為江蘇康博製衣有限公司)(「男裝公司」)進入男裝業務領域。有關收購男裝公司的詳情請參閱本公司於二零零九年五月十五日及二零零九年五月二十六日刊登的公告。

借助「波司登」品牌和本集團的有力支持，男裝公司在研發設計、營銷策劃及「波司登男裝」品牌推廣等方面都有良好進展，並取得初步成果。「波司登男裝」在中國商業聯合會、中華全國商業信息中心的聯合評選中榮獲「2009年度品牌成長大獎」和「2009年度最佳創意大獎」兩項大獎，反映市場對「波司登男裝」品牌的廣泛認可。在品牌推廣的同時，本集團亦適度投入資源，發展波司登男裝的銷售網絡，以支持業務的增長。自收購以來，波司登男裝的業績符合管理層預期。

期內，本集團繼續如期進行「Rocawear」品牌的前期籌備工作，進展順利。此外，本集團於二零一零年三月推出全新時尚都市風格品牌—「BOSIDENG VOGUE」，以保證完全用時尚品牌的思維方式來操作，採取與羽絨服團隊分開獨立運營的模式。目前，「BOSIDENG VOGUE」常熟專賣店已經開業。

## 多場新品發佈會成功舉辦引領流行趨勢

二零零九年七月十五日，本集團在北京「鳥巢」舉行了「騰龍登峰」「波司登男裝」09秋冬新品北京發佈秀暨「炫動鳥巢」王力宏「波司登男裝」代言簽約儀式，成為首個在北京「鳥巢」亮相的中國品牌服裝。發佈會上，王力宏以及多位國際頂尖男模展示了「波司登男裝」09年秋冬「精緻商務」、「簡約辦公」、「Cool休閒」及「都市運動」四大產品系列，從不同方位顯示了現代男士的知性、睿智、時尚和活力以及「波司登男裝」的宣傳口號：「品位生活，英雄所見」。

二零零九年九月十二日，在世界文化地標雲南麗江，在海拔5,596米的玉龍雪山之麓，本集團舉辦了「夢縈淨土•時尚麗江」2009/2010新品發佈會。此次新品發佈以「換」為關鍵詞，轉換消費者對羽絨服的習慣認知，用經典、流行、時尚、休閒四大系列新品，讓消費者能夠在二零零九年換一種時尚感覺、換一種穿衣方式，真正體驗到羽絨時裝的魅力。二零零九年度時尚理念是對金融危機的反思，崇尚簡潔樸實、低調奢華的生活形態，故而此次新品發佈分「天際之旅、靜驛站台、情歡樂園」三大主題，風格簡約、隨性，體現於自然的色彩，講究的工藝、悠然的搭配、凸顯行為狀態，就像神秘的紫銀灰、花仙子紫玫紅、田園甘草黃，立體解構的廓形，灑脫的中性氣質中，悄然融合在都市感與自然風的精緻、樸實與科幻之中。來自全國各地的時尚界人士、全國各媒體、全國經銷商等上千人共同見證了此次時尚新品發佈盛典，這也是迄今國內服裝企業首次在高原舉行的時裝新品發佈會。

二零零九年九月十六日，「波司登男裝」2010春夏新品發佈會在常熟市國際博覽中心盛大開幕，來自全國的1,000多位「波司登男裝」精英齊聚一堂，揭開了以「品位」為主題的新一季男裝盛宴的序幕。波司登男裝從2010年春夏款開始，通過時尚的款式、合體的裁剪、優質流行的面料、和諧色彩的搭配、先進的工藝、優異可信賴的質量，集時尚、品位、舒適、休閒於一體，對產品系列進行全面的細化及提升。新品發佈會上，高大挺拔的男模們身穿波司登男裝，詮釋了「波司登男裝」各系列的產品，通過「品位生活」理念的傳達，倡導消費者在不同的生活場合、實現不同風格的著裝，引領全生活形態的著裝文化。

二零一零年三月二十八日，本集團於「2010年中國國際服裝服飾博覽會」（此為業內主要生產商發佈服裝趨勢及最新設計理念的年度盛事）中舉行了主題為「界緣」的2010/2011秋冬中國防寒服流行趨勢發佈會。本年度流行趨勢的主題靈感來自風神的傑作——新疆雅丹地貌。靛藍色天空，灰綠色沙層地，億萬年風力雕琢著神奇的土阜，灰金、土黃、淺褐、淡粉等，如樹、如竹、如街巷幽靜、像城堡凝重、似艦隊磅礴……神秘莫測的千姿造型，勾動著世人的精神奇想。本次發佈會由全才女星孟廣美主持，國內頂級名模領銜演繹的上百款波司登防寒服甫一亮相便震驚四座，被讚譽為近年罕見的具先鋒意識和富想像力的成衣秀。至此，本集團已是第14年唯一代表中國防寒服向世界發佈流行趨勢，以絕對的業內市場和設計等領先優勢進一步鞏固了其中國防寒服行業的領軍品牌地位。

### **準確定位細分市場有效發展多品牌戰略**

面對當前服裝行業時尚化發展趨勢進一步加強、產品細分程度繼續加深的市場特徵，本集團多年來堅持實施並推進多品牌發展戰略。本報告期內，本集團與外聘專業顧問機構攜手合作，在做了充分的市場調研和評估分析工作後，進一步明確了本集團旗下各品牌不同的風格和市場定位，確保各品牌間協同一致、有效發展。

**羽絨服：**本集團核心品牌「波司登」定位為中國羽絨服市場第一高端品牌，產品類型及款式注重時尚、優質、休閒及經典，目標客戶為消費能力較強及追求潮流時尚設計的人士；本集團第二大品牌「雪中飛」，定位為休閒運動羽絨服主要品牌，目標客戶為迎合有活力激情的顧客；本集團的「康博」和「冰潔」則以中低端廣大消費者為對象，其中「冰潔」定位為年輕、時尚、活力、親和的潮流品牌，目標客戶為八零後、九零後的年輕人，並以女裝為主，「康博」主要提供基本款式，並以男裝為主。

**非羽絨服：**「波司登男裝」以「品位生活」作為定位，目標客戶為28至45歲的都市男士，產品類型大比例覆蓋休閒類與商務休閒類，小比例配有正裝，致力為都市男士提供不同場合的著裝解決方案；「Rocawear」是來自美國的街頭潮流品牌，目標客戶為18至28歲的時尚嬉皮年輕人，產品風格為流行的、個性的、令人鼓舞的、輕鬆自然的，產品類型包括男裝、女裝和裝飾品；「BOSIDENG VOGUE」定位於都市時尚風格，目標消費者鎖定在20至40歲左右的都市上班族和部分中產階級，產品風格以時尚、休閒為主基調，體現都市人群熱愛生活、努力工作、彰顯個性的生活態度。

### **執著於創意研發且力求更貼近市場需求**

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拒水、拒油、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。

在非羽絨服裝業務領域，「波司登男裝」與歐洲設計團隊進行了全面合作，推出休閒類、商務休閒類、正裝等多個產品系列，力求為目標客戶提供不同場合的著裝解決方案。而「BOSIDENG VOGUE」則邀請法國知名時尚顧問公司作產品梳理，完全顛覆以設計為主、補充部分買手的舊式產品格局。

### **多種推廣模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。

本報告期內，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。

在二零一零年三月舉行的第十八屆中國國際服裝服飾博覽會上，本集團大手筆拿下了男裝、休閒裝和羽絨三大展區超過1,600平方米展位，攜旗下「波司登男裝」、「BOSIDENG VOGUE」、「雪中飛」、「冰潔」等品牌服飾閃耀登場，創參展品牌展位面積之冠，吸引了眾多專業觀眾及採購商、加盟商前往參觀商洽。



## **積極提升管理系統令經營效率最大化**

回顧期間，本集團持續擴充業務規模。同時亦優化管理系統及改進有關產品設計、定價、促銷及銷售的規劃。透過大批採購、縮短產品生產週期及批量生產提高成本效益。此外，本集團建立區域物流中心，加快銷售策略的決策、提升經營效率及有效迎合市場變化，從而獲得更高經濟規模效益。提升管理系統可令本集團有效回應市場需求及成本的變化，相應調整定價從而獲得最佳業務業績。

## **全面優化信息系統並建立電子商務平台**

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、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週轉速度。本報告期內，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；對軟件系統架構進行了優化，建設了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；通過在手機上應用ERP系統，實現了ERP數據通過手機短信方式通知，實現了系統監控異常情況的手機短信通知，以便相關人員能更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。

本報告期內，本集團增加了電子商務訂單處理系統，實現了電子商務的訂單、發貨、資金、庫存查詢、銷售統計分析的管理，成功建立了電子商務平台，在淘寶商城開設了波司登官方旗艦店，開啟了網絡銷售的運營和管理。電子商務平台的建立，符合目前購物方式逐步網絡化的趨勢，給廣大消費者提供了更方便快捷的購物方式，同時也為本集團錄得了不錯的網絡銷售業績。

## 大型旗艦店陸續開業提升集團品牌形象

本集團繼續優化羽絨服業務的零售分銷網絡，重新劃分銷售片區，在淘汰或重置未符合標準的經銷商與表現欠佳的零售店鋪的同時，力求渠道總體規劃佈局的合理和單個門店的優化，將散落各地的不同裝修風格的渠道進行統一，形成標準化的店面裝潢與貨品陳列，並且從終端的產品、店堂、燈光，再到服務、氛圍營造等方面，處處朝時尚化的定位靠攏。而波司登男裝業務則以拓展市場為主線，並在原有二、三線城市的基礎上，開始以一線城市為突破口。

本集團在國內各大城市的商業旺區陸續開設了一些大型旗艦店，為消費者提供了更為廣闊更為舒適的購物環境，有效地提升本集團整體品牌形象。「波司登男裝」旗艦店先後在北京前門大街、武漢中山大道、上海淞虹路等地開業，「波司登」羽絨服在長沙晚報大道、寧波中山東路等地也陸續開設了多家大型旗艦店。尤為值得一提的是，位於中華第一街——上海南京東路的「波司登」旗艦店於二零一零年一月華麗亮相。作為「波司登」旗艦店中的標杆，它不僅位於上海的黃金商業圈，而且總面積多達7,000平方米（共有7個層面，一期開業3個樓層），規模之大令人歎為觀止，旗艦店從外部形象到內部陳列，無不體現出國際化大品牌風格，以全新的姿態與氛圍，讓消費者沉浸於美輪美奐的購物體驗之中。

## 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	於三月三十一日		變動
	二零一零年	二零零九年	
專賣店			
— 由本集團經營	7	31	-24
— 由第三方經銷商經營／監督	3,289	3,829	-540
	<u>3,296</u>	<u>3,860</u>	<u>-564</u>
寄售網點			
— 由本集團經營	988	694	+294
— 由第三方經銷商經營／監督	1,336	1,108	+228
	<u>2,324</u>	<u>1,802</u>	<u>+522</u>
合計	<u>5,620</u>	<u>5,662</u>	<u>-42</u>

### 按地理位置劃分的零售網絡組成

銷售地區*	於三月三十一日		變動
	二零一零年	二零零九年	
華北片區(前稱西北片區)	3,262	3,434	-172
華東片區	1,189	1,161	+28
華中片區	1,169	1,067	+102
合計	<u>5,620</u>	<u>5,662</u>	<u>-42</u>

\* 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

## 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	於三月三十一日		變動
	二零一零年	二零零九年*	
專賣店			
— 由本集團經營	34	2	+32
— 根據加盟協議經營	56	25	+31
— 由第三方經銷商經營	343	342	+1
	<u>433</u>	<u>369</u>	<u>+64</u>
零售網點			
— 由本集團經營	39	10	+29
— 根據加盟協議經營	43	23	+20
— 由第三方經銷商經營	244	258	-14
	<u>326</u>	<u>291</u>	<u>+35</u>
合計	<u>759</u>	<u>660</u>	<u>+99</u>

\* 二零零九年五月前，波司登男裝業務並非本集團一部分，故有關資料僅供參考。

## 財務回顧

### 收入

品牌羽絨服業務收入仍然貢獻最大，佔本集團收入的81.7%，而餘下11.3%及7.0%來自貼牌加工管理業務及男裝業務，去年上述三項業務佔本集團的收入分別為87.7%、12.3%及零。

截至二零一零年三月三十一日止年度，本集團取得約人民幣5,738.1百萬元收入，較去年同期上升34.2%，主要是由於漫長的冬季對羽絨服的需求強勁以及本集團的產品細分策略所致。本集團的品牌羽絨服銷售同比增長25.1%至約人民幣4,688.9百萬元，而貼牌加工管理業務的收入亦增長22.6%至約人民幣646.8百萬元，乃因消費意慾在全球金融危機後開始復甦。自二零零九年五月以來，男裝業務為本集團貢獻收入約人民幣402.4百萬元。

## 以產品劃分的銷售分析

	截至三月三十一日止年度				
	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	<b>3,222.5</b>	<b>56.2%</b>	2,525.2	59.1%	+27.6
• 寄售	<b>1,459.3</b>	<b>25.4%</b>	1,209.9	28.3%	+20.6
• 其他*	<b>7.1</b>	<b>0.1%</b>	12.5	0.3%	-43.2
羽絨服總收入	<b>4,688.9</b>	<b>81.7%</b>	3,747.6	87.7%	+25.1
貼牌加工管理	<b>646.8</b>	<b>11.3%</b>	527.5	12.3%	+22.6
男裝	<b>402.4</b>	<b>7.0%</b>	—	不適用	不適用
總收入	<b>5,738.1</b>	<b>100.0%</b>	4,275.1	100.0%	+34.2

\* 指主要與羽絨服產品有關的原材料及四季服裝的銷售。

本集團大部份產品以賣斷銷售的方式出售，佔本集團品牌羽絨服收入的68.7%，去年同期則佔67.4%。

## 按品牌劃分羽絨服銷售的收入分析

品牌	截至三月三十一日止年度				
	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	2,900.3	61.9%	2,300.1	61.4%	+26.1
雪中飛	886.6	18.9%	854.8	22.8%	+3.7
冰潔	386.4	8.2%	213.3	5.7%	+81.2
康博	526.9	11.2%	359.1	9.6%	+46.7
其他品牌	18.3	0.4%	20.8	0.6%	-12.0
其他	7.1	0.2%	12.5	0.3%	-43.2
小計	4,725.6	100.8%	3,760.6	100.4%	+25.7
銷售回扣	(36.7)	(0.8)%	(13.0)	(0.4)%	+182.3
羽絨服總收入	4,688.9	100.0%	3,747.6	100.0%	+25.1

為加強不同品牌的差異性，本集團調整品牌組合的產品銷售。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，佔品牌羽絨服總銷售的61.9%或約人民幣2,900.3百萬元。「雪中飛」品牌的貢獻佔品牌羽絨服總銷售的18.9%或約人民幣886.6百萬元。「冰潔」與「康博」產品的銷售收入分別錄得約人民幣386.4百萬元及人民幣526.9百萬元，分別佔品牌羽絨服總銷售的8.2%及11.2%。

## 銷售成本及毛利

年度銷售成本佔收入百分比較去年同期保持穩定。銷售成本約達人民幣2,851.5百萬元，或本集團收入的49.7%，而去年為約人民幣2,330.2百萬元，或本集團收入的54.5%。這主要由於實施嚴格的成本控制措施以及本集團維持盈利能力的策略。

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分別為54.1%、22.0%及51.4%，去年品牌羽絨服及貼牌加工管理的銷售利潤則分別為49.3%及18.3%。

## 衍生金融工具之公平值變動

本集團於二零零八年八月二十九日訂立有條件認購期權協議，據此，本集團獲授認購期權於日後適時自金威控股有限公司收購男裝業務。該認購期權於二零零九年五月二十六日收購日期之行使價構成截至二零一零年三月三十一日止財政年度之一次性減值虧損約人民幣25.8百萬元。有關有條件認購期權協議條款的更多詳情，請參閱本公司二零零八年八月二十九日的公佈及二零零八年九月十一日的通函。

## 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，約達人民幣1,343.4百萬元，較去年約人民幣1,029.8百萬元上升30.5%。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數目。就收入的百分比而言，分銷開支佔總收入的23.4%，較去年同期的24.1%微降0.7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、差旅費及辦公室開支，約達人民幣235.8百萬元，較去年約人民幣287.0百萬元下降17.8%，主要是由於呆壞賬減值下降所致。回顧年內，行政開支佔本集團收入4.1%，較去年同期的6.7%下降2.6個百分點。

## 經營溢利

回顧年內，本集團的經營溢利上升77.3%至約人民幣1,205.5百萬元。經營溢利率為21.0%，較去年同期增加5.1個百分點。

## 融資收入

回顧年內，本集團的融資收入由去年同期約人民幣105.6百萬元降至約人民幣75.4百萬元。下降是由於利率下跌。

## 融資開支及稅項

回顧年內，本集團的融資開支減少62.7%至約人民幣3.5百萬元，這是由於年內悉數償還貸款及銀行借款所致。

截至二零一零年三月三十一日止年度，所得稅開支由約人民幣27.8百萬元劇增至約人民幣198.9百萬元。本集團四家主要在中國經營之附屬公司(為外商投資企業)自二零零七年一月一日起開始享有兩年免稅期，其後三年適用稅率減半。因此，由於免稅期於二零零八年十二月三十一日屆滿，本集團的大部份溢利須按適用稅率自二零零九年一月一日減半課稅。

## 末期股息

董事會建議宣派截至二零一零年三月三十一日止年度的末期股息每股普通股人民幣8.8分。建議股息支付須待本公司股東於二零一零年八月二十六日舉行的股東週年大會上批准，按中國人民銀行於二零一零年七月七日所報人民幣兌港元的官方匯率以港元支付。待股東批准後，建議末期股息將約於二零一零年八月三十日支付予二零一零年八月二十六日名列本公司股東名冊的股東。



## **流動資金及財務來源**

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

截至二零一零年三月三十一日止年度，本集團經營活動產生的現金淨值為約人民幣1,605.2百萬元，而截至二零零九年三月三十一日則約為人民幣1,424.4百萬元。於二零一零年三月三十一日的現金及現金等價物約為人民幣3,127.6百萬元，而於二零零九年三月三十一日則為約人民幣3,812.9百萬元。現金及現金等價物減少乃由於現金用於收購波司登男裝業務以及支付截至二零零九年三月三十一日止財政年度的末期股息。

為使本集團可用現金儲備獲得最高回報，本集團擁有持至到期日之投資及可供銷售金融資產，包括中國國內銀行的保本短期投資。持至到期之投資的年利率為4.0%至4.1%不等，並於6至12個月內到期。可供出售金融資產預計(非保證)回報率介乎每年4.0%至4.5%。

於二零一零年三月三十一日，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。

## **或然負債**

於二零一零年三月三十一日，本集團並無重大或然負債或資本承擔。

## **經營租賃承擔**

於二零一零年三月三十一日，本集團有不可撤銷經營租約承擔約人民幣290.4百萬元(二零零九年三月三十一日：約人民幣27.0百萬元)。

## **資產質押**

於二零一零年三月三十一日，銀行存款約人民幣2.2百萬元已作為本集團銀行融資(與應付票據有關)的質押(二零零九年三月三十一日：約人民幣32,000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

本集團的業務經營主要位於中國，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。港元或美元兌換有關實體各自功能貨幣的匯率的任何重大波動或會影響本集團的財務狀況。

於二零一零年三月三十一日，董事認為本集團的外匯風險並不重大。於回顧年內，本集團並無使用任何金融工具作對沖用途。

## 人力資源

截至二零一零年三月三十一日，本集團擁有全職員工1,926人，包括四季化服裝業務的122名僱員(二零零九年三月三十一日：1,740名全為羽絨服業務的全職員工)。截至二零一零年三月三十一日止年度的員工成本(包括作為董事酬金的薪酬及其他津貼)約為人民幣298.6百萬元(二零零九年：約人民幣203.6百萬元)。員工成本上升主要由於本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」)。

截至二零一零年三月三十一日，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。二零一零／一一年，對於中國服裝行業來說是非常關鍵的一年，這一年是《紡織工業調整和振興規劃》落實的第一年，也是2020中國紡織服裝強國策略制定的第一年，更是中國服裝行業發展的新十年，中國服裝行業將站在全新的高度，審視未來發展。本集團將以「波司登」的品牌優勢為基礎，融匯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的需求；並在未來三至五年，完成從產品經營到品牌經營，繼續提升旗下非羽絨服業務佔整體銷售的比例，將「波司登」轉型為世界知名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：

### **積極推進非羽絨服裝業務的發展**

在鞏固和保持羽絨服主業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，進一步提升非羽絨服裝產品業務佔整體銷售的比例。

未來幾年中，除斥資發展包括波司登男裝在內的非羽絨服裝業務項目外，本集團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在一年四季服務不同的消費群，實現「波司登」向世界知名綜合服裝品牌運營商的轉型。

### **全面整合旗下各品牌的風格定位**

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。

本集團的品牌組合發展戰略是進一步充實「波司登」的品牌文化內涵和提升「波司登」的品牌定位，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，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」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）的獨立成長。

### **強化設計研發能力拓展時尚版圖**

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。

### **加大市場營銷力度提升品牌價值**

本集團將進一步加大營銷力度、強化市場營銷策略，以有效地拓展市場、提升品牌價值，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，本集團將針對性地採取多種靈活立體的推廣模式進行品牌宣傳，全方位向消費者傳遞本集團各品牌定位和產品形象。

羽絨服業務除原有的媒體投放、新品發佈會等推廣方式外，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，讓消費者與波司登一起「時尚換裝」。「波司登男裝」則借助央視等高端媒體平台進行品牌宣傳，並且繼續與著名音樂人王力宏攜手，共同演繹波司登「品位生活男裝」。

### **提升終端形象優化拓展零售網絡**

本集團將加大對終端形象建設方面的投入，聘請知名店鋪設計師為公司打造更具品位的終端形象，並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」在全國的零售點數目預期在二零一一年度達到約1,100個的規模；「Rocawear」品牌業務，計劃於二零一三年前於大中華地區開設300家以上的「Rocawear」獨立店鋪及店中店；「BOSIDENG VOGUE」也將根據業務發展的具體進程和市場需求，有計劃地陸續增加零售網點。

### **繼續發展電子商務完善信息系統**

為了適應現代人購物方式逐步網絡化的趨勢，本集團將在現有基礎上進一步優化電子商務平台，將電子商務從其羽絨服裝領域逐步擴展到非羽絨服裝產品領域，以便能給廣大消費者提供更為方便快捷的購物方式。本集團還將進一步加強和完善企業信息化建設，拓展信息系統的適用面，深化信息系統的管理，以實現信息的準確採集、數據的實時傳遞、職能的量化考核，優化企業管理流程，使企業從經驗管理走向科學管理，加速提升企業管理水平。

### **暫停辦理股份過戶登記**

本公司將由二零一零年八月二十三日至二零一零年八月二十六日(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八月三十日獲派建議的期末股息資格及確認有權出席應屆週年股東大會並於會上投票的資格，股東須將所有正式填妥的過戶文件連同有關股票於二零一零年八月二十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

截至二零一零年三月三十一日止年度，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，於截至二零一零年三月三十一日止年度，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（「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管治常規，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總裁。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權力平衡。

## 董事證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事證券交易的標準守則（「標準守則」），作為其有關董事證券交易的行為守則。截至二零一零年三月三十一日止年度，已向所有董事作出個別查詢，而董事已確認彼等已遵從標準守則所載的規定。

## 審計委員會

根據上市規則3.21條及守則第C3段，本公司已於二零零七年九月十五日成立本公司的審計委員會（「審計委員會」），並訂有明文職權範圍。其主要職責為檢討及監督本集團的財務報告程式和內部監控制度、提名及監察外聘核數師及履行董事會委派的其他職責。本公司截至二零一零年三月三十一日止年度合併財務報表已經由審計委員會審閱及經畢馬威會計師事務審核。審計委員會由三名獨立非執行董事魏偉峰先生（主席）、董炳根先生及蔣衡傑先生所組成。

## 薪酬委員會

根據守則B1段，本公司的薪酬委員會（「薪酬委員會」）由本公司於二零零七年九月十五日成立，並訂有明文職權範圍。其主要職責是評估本公司董事和高級管理層的表現，並就彼等的薪酬待遇作出建議，以及評估本公司的退休計劃、業績評估制度以及獎金和佣金政策，並就此作出建議。薪酬委員會由五名成員組成，包括三名獨立非執行董事、一名非執行董事及一名執行董事（即高德康先生（主席）、沈敬武先生、董炳根先生、蔣衡傑先生和王耀先生）。

## 提名委員會

根據守則A.4.5段，本公司的提名委員會（「提名委員會」）由本公司於二零零七年九月十五日成立，訂有明文職權範圍。其主要職責為向董事會建議填補董事會空缺位置的候選人。提名委員會由三名成員組成，包括兩名獨立非執行董事和一名執行董事（即高德康先生（主席）、董炳根先生和蔣衡傑先生）。

## 年度業績於聯交所及本公司網頁發布

本公告將在聯交所及本公司網頁(<http://company.bosideng.com>)發佈。截至二零一零年三月三十一日止年度包括所有上市規則附錄十六需要的資料的年報，亦會適時分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

## 致謝

本集團於本年度業績理想，有賴於全體員工的努力及廣大消費者對本集團產品的愛戴。本人謹在此向全體員工盡忠職守和出眾的表現，以及本公司股東、經銷商、客戶及供應商的長期支持深表謝意。

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，二零一零年七月七日

於本公告日期，執行董事為高德康先生、梅冬女士、高妙琴女士、孔聖元博士、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。