

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)

截至二零一一年三月三十一日止年度的年度業績

摘要

- 收入增加22.7%至約人民幣7,037.8百萬元
- 非羽絨服對總收入的貢獻增至8.4%
- 毛利增加14.3%至約人民幣3,299.4百萬元
- 本公司權益持有人應佔淨溢利增加18.3%至約人民幣1,276.4百萬元
- 建議就每股普通股支付期末股息人民幣6.8分及特別股息人民幣6.0分 (共計人民幣12.8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」)截至二零一一年三月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零一零年三月三十一日止年度的比較數據如下：

合併綜合利潤表

截至二零一一年三月三十一日止年度

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
收入	3	7,037,805	5,738,121
銷售成本		(3,738,436)	(2,851,484)
毛利		3,299,369	2,886,637
其他收入	4	19,617	36,279
衍生金融工具公允價值變動		—	(25,811)
分銷開支		(1,706,556)	(1,343,387)
行政開支		(207,239)	(235,803)
其他開支	4	(33,223)	(112,394)
經營溢利		1,371,968	1,205,521
融資收入		142,153	75,395
融資成本		(13,447)	(3,476)
融資收入淨額	6	128,706	71,919
除所得稅前溢利		1,500,674	1,277,440
所得稅開支	7	(228,678)	(198,895)
年度溢利		1,271,996	1,078,545
年內其他綜合收益			
換算境外業務財務報表的匯兌差額		(6,232)	(2,140)
可供出售金融資產的公允價值變動淨額		(29,407)	48,509
其他綜合收益的所得稅		3,447	(5,727)
年內其他綜合收益(扣除稅項)		(32,192)	40,642
年內綜合收益總額		1,239,804	1,119,187

	截至三月三十一日止年度	
附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
以下人士應佔溢利／(虧損)：		
本公司權益股東	1,276,446	1,078,550
非控權股東權益	(4,450)	(5)
	<u>1,271,996</u>	<u>1,078,545</u>
年內溢利	<u>1,271,996</u>	<u>1,078,545</u>
以下人士應佔綜合收益總額：		
本公司權益股東	1,244,254	1,119,192
非控權股東權益	(4,450)	(5)
	<u>1,239,804</u>	<u>1,119,187</u>
年內綜合收益總額	<u>1,239,804</u>	<u>1,119,187</u>
每股盈利	9	
— 基本 (人民幣分)	<u>16.42</u>	<u>13.88</u>
— 攤薄 (人民幣分)	<u>16.42</u>	<u>13.88</u>

合併資產負債表

於二零一一年三月三十一日

		於三月三十一日	
	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		313,382	214,482
預付租賃款項		31,203	32,389
無形資產		509,453	525,912
長期存款		—	65,000
遞延稅項資產		171,031	52,434
		<u>1,025,069</u>	<u>890,217</u>
流動資產			
存貨	10	1,214,783	859,687
貿易、票據及其他應收款項	11	1,046,527	867,510
應收關連方款項		97,127	48,334
預付原材料及服務供應商的款項		730,587	228,063
持有至到期之投資		—	400,000
可供出售金融資產		1,519,102	1,618,509
已抵押銀行存款		760,378	2,232
三個月以上到期之定期存款		1,300,479	339,676
現金及現金等價物		1,417,629	3,127,587
		<u>8,086,612</u>	<u>7,491,598</u>
流動負債			
計息借貸		586,880	—
貿易及其他應付款項	12	1,178,692	1,204,898
應付關連方款項		14,365	10,399
即期應付所得稅		199,254	147,667
		<u>1,979,191</u>	<u>1,362,964</u>
淨流動資產		<u>6,107,421</u>	<u>6,128,634</u>
總資產減流動負債		<u>7,132,490</u>	<u>7,018,851</u>

	於三月三十一日	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
非流動負債		
長期應付款項	—	65,000
遞延稅項負債	165,759	140,698
	<u>165,759</u>	<u>205,698</u>
淨資產	6,966,731	6,813,153
權益		
股本	607	607
儲備	6,872,579	6,812,551
本公司權益持有人應佔權益	6,873,186	6,813,158
非控權股東權益	93,545	(5)
權益總值	6,966,731	6,813,153

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（「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，該等財務報表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) 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兩項經修訂國際財務報告準則、國際財務報告準則的一系列修訂本及一項新詮釋。其中與本集團財務報表有關的變更如下：

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

本集團並無應用現行會計期間尚未生效之任何新訂準則或詮釋。

對國際財務報告準則第3號及國際會計準則第27號之大多數修訂未對本集團財務報表構成重大影響，是由於該等變動將於本集團訂立相關交易（如業務合併或出售一間附屬公司）後首次生效，且毋須重列過往該等交易錄得的款額。

國際財務報告準則第3號（修訂本）（有關確認被收購方的遞延稅項資產）及國際會計準則第27號（修訂本）（有關向非控股權益（前稱少數股東權益）分配超出其股本權益的虧損）並無重大影響，因此毋須重列過往期間錄得的款額，且本期間亦無相關遞延稅項資產或虧損產生。

國際財務報告準則（二零零九年）之改進所作修訂包括有關國際會計準則第17號租賃的綜合標準，對本集團財務報告並無重大影響，是由於本集團將於租賃土地權益分類為經營租賃仍然適用。

根據基於國際財務報告準則之改進（二零零九年）綜合準則而對國際財務報告準則第8號「經營分部」作出之修訂，各呈報分部的總資產計量僅須於定期提供予本集團主要經營決策者時予以呈列。本集團並無定期向主要經營決策者呈報分部資產。因此，呈報分部資產並未呈列於財務報表內。

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。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表現的相同方式呈報。本集團劃分為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

	截至二零一一年三月三十一日止年度			
	貼牌			本集團 人民幣千元
	羽絨服 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	5,684,635	768,703	584,467	7,037,805
分部間收入	—	—	18,299	18,299
呈報分部收入	<u>5,684,635</u>	<u>768,703</u>	<u>602,766</u>	<u>7,056,104</u>
呈報分部經營溢利	<u>1,226,130</u>	<u>85,676</u>	<u>172,143</u>	<u>1,483,949</u>
折舊	24,732	224	18,255	43,211
	截至二零一零年三月三十一日止年度			
	貼牌			本集團 人民幣千元
	羽絨服 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

(b) 呈報分部收入及除所得稅前溢利對賬

	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
收入		
呈報分部收入	7,056,104	5,745,308
分部間收入對銷	(18,299)	(7,187)
	<u>7,037,805</u>	<u>5,738,121</u>
合併收入	<u>7,037,805</u>	<u>5,738,121</u>
	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	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	1,483,949	1,384,779
攤銷開支	(17,645)	(19,643)
客戶關係減值虧損	—	(100,000)
政府補貼	5,851	27,305
未分配開支	(100,187)	(86,920)
融資收入	142,153	75,395
融資成本	(13,447)	(3,476)
	<u>1,500,674</u>	<u>1,277,440</u>
除所得稅前合併溢利	<u>1,500,674</u>	<u>1,277,440</u>

4. 其他收入／(開支)

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
商標使用權收入	(i)	13,766	8,974
政府補貼	(ii)	5,851	27,305
其他收入		<u>19,617</u>	<u>36,279</u>
捐款		(33,223)	(12,394)
客戶關係減值虧損		—	(100,000)
其他開支		<u>(33,223)</u>	<u>(112,394)</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，獲得無條件酌情補貼人民幣5,851,000元(二零一零年：人民幣27,305,000元)。

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	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	3,740,116	2,864,967
將存貨撥回至可變現淨值	(1,680)	(13,483)
折舊	43,211	24,435
攤銷	17,645	19,643
經營租賃費用	125,677	65,840
呆壞賬減值(撥回)／撥備	(51,529)	47,900
核數師薪酬	6,000	7,100

6. 融資收入淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
於損益確認：		
持有至到期之投資利息收入	3,732	32,758
銀行存款利息收入	48,865	42,637
可供出售金融資產利息收入	89,556	—
	<u>142,153</u>	<u>75,395</u>
融資收入	142,153	75,395
計息貸款利息	(1,666)	—
銀行費用	(9,542)	(2,371)
外匯虧損淨額	(2,239)	(1,105)
	<u>(13,447)</u>	<u>(3,476)</u>
融資成本	(13,447)	(3,476)
於損益確認的融資收入淨額	<u>128,706</u>	<u>71,919</u>
於其他綜合收益確認：		
換算海外業務財務報表之匯兌差額	(6,232)	(2,140)
可供出售金融資產之公允價值變動淨額	(29,407)	48,509
於其他綜合收益確認的融資收入所得稅	3,447	(5,727)
	<u>(32,192)</u>	<u>40,642</u>
於其他綜合收益確認的融資收入淨額，除稅	<u>(32,192)</u>	<u>40,642</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	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項開支		
中國所得稅撥備	318,767	209,564
遞延稅項收益		
暫時差異的產生	(90,089)	(10,669)
	<u>228,678</u>	<u>198,895</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) 由於本集團分別在俄羅斯、美國（「美國」）及英國（「英國」）註冊的附屬公司波司登國際控股公司、Bosideng America Inc.及Bosideng UK Limited於年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。

二零零七年三月十六日，中國政府頒佈新企業所得稅法（「新稅法」），將所有公司的所得稅稅率統一為25%。新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國內附屬公司自二零零八年起須按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，該等附屬公司將按劃一稅率25%納稅。

(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	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前溢利	<u>1,500,674</u>	<u>1,277,440</u>
以適用中國所得稅率25%計算的所得稅	375,168	319,360
並無確認為遞延稅項的稅務虧損	8,193	17,457
不可扣稅開支	25,892	20,192
中國業務的稅項減免影響	(215,797)	(186,668)
中國附屬公司未分配溢利的稅務影響	31,000	30,000
其他	<u>4,222</u>	<u>(1,446)</u>
所得稅開支	<u>228,678</u>	<u>198,895</u>

8. 股息

(i) 年內應付本公司權益股東的股息：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	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6.5分 (二零一零年：中期股息每股普通股人民幣3.8分)	505,203	295,349
結算日後擬派末期股息每股普通股人民幣6.8分 (二零一零年：每股普通股人民幣8.8分)	528,520	683,967
結算日後擬派特別股息每股普通股人民幣6分 (二零一零年：無)	<u>466,341</u>	<u>—</u>
	<u>1,500,064</u>	<u>979,316</u>

結算日後擬派末期及特別股息並無確認為結算日負債。

(ii) 年內已批准及支付的上一財政年度應付本公司權益股東股息。

	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
年內已批准及支付的上一財政年度末期股息每股股份 人民幣8.8分(二零一零年：末期股息每股人民幣8分)	<u>683,967</u>	<u>621,788</u>

9. 每股盈利

截至二零一一年三月三十一日止年度的每股基本盈利乃根據年內本公司權益股東應佔溢利人民幣1,276,446,000元(二零一零年：人民幣1,078,550,000元)及截至二零一一年三月三十一日止年度的7,772,350,000股已發行股份加權平均股數(二零一零年：7,772,350,000股)計算。

本公司權益股東應佔每股基本及攤薄盈利基於以下數據計算如下：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
盈利		
用以計算每股基本及攤薄盈利所使用的盈利， 即本公司權益股東的應佔年度溢利	<u>1,276,446</u>	<u>1,078,550</u>
股份數目(千股)		
用以計算每股基本及攤薄盈利的普通股加權平均股數	<u>7,772,350</u>	<u>7,772,350</u>
每股基本及攤薄盈利(人民幣分)	16.42	13.88

10. 存貨

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
原材料	117,214	59,869
在製品	22,666	6,243
製成品	1,074,903	793,575
	<u>1,214,783</u>	<u>859,687</u>

於二零一一年三月三十一日，以可變現淨值計算的存貨約為人民幣414,584,000元（二零一零年：人民幣359,212,000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	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
貿易應收款項	560,807	609,015	—	—
應收票據	82,077	51,656	—	—
	<u>642,884</u>	<u>660,671</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
第三方其他應收款項：				
• 可抵扣增值稅	114,189	55,562	—	—
• 按金	108,104	63,272	10	10
• 支付僱員的預付款	3,963	5,708	—	—
• 託管賬戶存款	130,000	65,000	—	—
• 其他	47,387	17,297	2,820	451
	<u>1,046,527</u>	<u>867,510</u>	<u>2,830</u>	<u>461</u>

所有貿易、票據及其他應收款項預計會於一年內收回。

本集團一般給予客戶自發票日期起計介乎30日至90日的信貸期。

於二零一一年三月三十一日，已逾期但被視為並無減值的貿易應收款項及應收票據約為人民幣59,294,000元(二零一零年：人民幣32,910,000元)。此乃有關於近期並無拖欠記錄的數位獨立客戶。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	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
信貸期內	583,590	627,761	—	—
逾期一至三個月內	51,121	32,685	—	—
逾期超過三個月而少於六個月	528	225	—	—
逾期超過六個月而少於十二個月	1,378	—	—	—
一年以上	6,267	—	—	—
	<u>642,884</u>	<u>660,671</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	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
年初	190,565	181,565	—	—
呆壞賬減值(撥回)／撥備	(51,529)	47,900	—	—
撇銷	(8,502)	(38,900)	—	—
	<u>130,534</u>	<u>190,565</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

應收款項減值撥備的增設及發放已計入合併綜合利潤表內的行政開支。撥備賬的扣除額一般在預期不可收回額外現金時撇銷。

於結算日面對的最大信貸風險乃上述披露的應收貿易款項及應收票據的公允價值。

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	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
貿易應付款項	333,429	438,034	—	—
其他應付款項及應計費用				
• 客戶按金	359,531	423,938	—	—
• 應計返利及佣金	165,141	99,378	—	—
• 應計廣告開支	52,424	55,929	—	—
• 應計薪金及福利	97,862	73,353	1,072	1,188
• 應付或然代價	130,000	65,000	—	—
• 應付股息	5,000	5,000	—	—
• 其他	35,305	44,266	—	—
	<u>1,178,692</u>	<u>1,204,898</u>	<u>1,072</u>	<u>1,188</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載列如下：

	本集團		本公司	
	於三月三十一日		於三月三十一日	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
於一個月內或按要求償還	108,326	183,862	—	—
於一個月後但於三個月內到期	225,103	254,172	—	—
	<u>333,429</u>	<u>438,034</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

13. 結算日後事項

於二零一一年三月三十一日後，本公司建議向本公司權益持有人派付末期股息人民幣528,520,000元及特別股息人民幣466,314,000元，分別為每股普通股人民幣6.8分及每股普通股人民幣6分。其他詳情於附註8披露。

於二零一一年五月二十七日，本公司附屬公司就位於倫敦西區牛津街購物區鄰近的South Molton Street 28號的物業簽訂收購協議，代價為英鎊20,050,000（約人民幣213,314,000元）。該附屬公司並計劃再投資約英鎊5,000,000至英鎊6,000,000重建該物業為地標大樓。該物業會作為本集團羽絨服及男裝產品的歐州旗艦店以及其歐洲總部。

管理層討論及分析

市場回顧

二零一零年，我國國民經濟進一步回升向好。國民經濟GDP全年實現人民幣39.8萬億元，增長為10.3%，比二零零九年加快1.1個百分點。在過去的五年當中，我們可以看到其中有三個年頭超過了10%。消費保持平穩較快增長。二零一零年社會消費品零售總額同比增長18.4%，比二零零九年加快2.8個百分點。扣除價格因素，實際增長14.8%，人均零售額超過人民幣1萬元，表明我國消費品市場進入了一個新的發展階段，消費結構升級已成為拉動消費增長的重要因素。

業務回顧

集團主業羽絨服業務繼續穩踞市場龍頭業績理想

2010/2011年度，服裝行業普遍受到了原材料和工資不斷上漲因素的壓力，面臨銷售額和毛利率下降的風險。對此，本集團做好了充分的準備，通過調整營銷策略、優化終端形象、創新產品款式以及優化供應鏈管理等措施，以適時應對各種市場發展態勢，尤其是本集團及時抓住了二零一零年十月份第一波寒冷天氣以及十二月份開始較長時間的銷售旺季，保質保量地快速補貨，滿足了市場急速增加的需求，為集團錄得了較為理想的銷售業績。

二零一一年三月，根據中國行業企業信息發佈中心統計，本集團旗下生產的「波司登」羽絨服從一九九五年至二零一零年連續十六年榮獲全國羽絨服市場銷售額第一名；「雪中飛」羽絨服也從二零零零年起連續十一年獲全國市場同類產品銷量第二名；「康博」及「冰潔」羽絨服於二零一零年度全國羽絨服市場銷售額分別排第七名和第八名。以二零一零年的銷售額計，集團旗下「波司登」、「雪中飛」、「冰潔」、「康博」這四大羽絨服產品在中國共佔到36.7%的市場份額。

非羽絨服業務發展有序步伐逐漸加快

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戰略，以擴張其品牌及產品組合。

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

「洛卡薇爾」：經營「洛卡薇爾」品牌大中華地區（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」合資公司於二零零九年成立以來，一直在積極進行著品牌運營的前期籌備工作。截至本報告期內，「洛卡薇爾」品牌在中國內地的北京、上海、杭州、天津、重慶開設了多間專櫃，使這一美國潮流品牌的產品與廣大國內消費者見面。

「瑞琦」：「瑞琦」是本集團直接投資打造的女裝品牌，也是波司登「全面實施多元化戰略、打造品牌新版圖」戰略的重點項目，主要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、咖為基本色，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專櫃或專賣店。2011/2012年將在華東地區擴展至80間以上終端店鋪，三年後銷售網點將覆蓋全國。

「摩高」：「摩高」品牌的目標消費群為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。未來5年「摩高」品牌的新店開張數目將達到每年150至200間，規劃至二零一五年其在全國將共有約1,300間店鋪。

「叮嚕貓」：蘭博星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：「叮嚕貓」，「大眼蛙」、「r100」及「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。此次品牌合作，「叮嚕貓」等品牌的市場份額和品牌知名度將得到有效提升。其後5年，上述品牌新店開張數目將達到每年150至200間，規劃至二零一五年在全國將共有約2,000間店鋪。

「威德羅」：「威德羅」為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發展該品牌，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風尚標。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。

波司登國際聲望提升品牌價值再創新高

近年來，除了在國內獲得各項殊榮外，波司登的國際聲望也在不斷提升，頻頻受到國際權威機構的青睞，獲得了眾多榮譽並入選了各類重大排行榜單。

二零一零年七月二日，由信譽研究院（中國）和中華（海外）企業信譽協會聯合舉辦的中國「信譽企業」認證2010年度頒獎典禮在香港隆重舉行，波司登獲評為中國「信譽企業」。此次評選，有超過50萬的內地、香港和澳門等地的消費者通過網絡和問卷形式參與，共有20間中資及港資企業獲得了年度中國「信譽企業」的稱號。

二零一零年九月十五日，連續發佈十六個年度的「中國最有價值品牌排行榜」在中國上海揭曉，「波司登」以人民幣180.16億元的品牌價值再次入榜並高踞整個排行榜第13位，本集團旗下品牌「雪中飛」也再次入榜，品牌價值達到人民幣51.32億元，位居第46位。「中國最有價值品牌」排行榜是睿富全球排行榜與北京名牌資產評估有限公司共同進行的一項品牌價值比較研究。歷年上榜的企業均為在中國市場上最具影響的消費類品牌，被業界廣泛視為中國實體經濟的核心和優秀企業的代表。

二零一一年四月二十八日，本集團母公司在第二屆中國工業大獎表彰大會中，獲頒「中國工業大獎」。本集團母公司不僅在紡織服裝行業獲獎，更是國內消費品領域首個獲此殊榮的企業，彰顯其在實踐名牌戰略、卓越管理和自主創新方面的成績和活力，在全國工業行業中都具有標杆榜樣作用。

多場大型新品發佈會再次引發業界震動

二零一零年四月十一日，以「跨越」為主題的「波司登男裝」2010秋冬新品發佈會暨訂貨會盛大開幕，吸引了全國各地逾500個經銷商參與。波司登男裝2010秋冬系列秉承了時尚的款式，合體的剪裁，優質的面料，先進的生產工藝，集時尚、品位、品質於一體，在延續波司登男裝高端形象的同時，結合當下時尚潮流趨勢，用「行動」、「連線」、「旅行」三位一體展示出都市男士品位和實現自我的追求之旅，再次精彩詮釋了「品位生活」的精髓。為期12日的訂貨會，錄得訂單金額達人民幣2.9億元，較去年同期增長約57%。

二零一零年九月三日，本集團旗下來自美國的頂尖街頭潮流品牌「洛卡薇爾」舉行了品牌首場在中國的時裝發佈會。此次的2010秋冬新品發佈會，「洛卡薇爾」以敏銳的潮流眼光，提取嘻哈、環保、科幻等流行詞語作為主題，採用亮片、金屬、藝術字母、誇張配飾等潮流元素，以鮮亮的色調、前衛的細節設計，優質的面料、精湛的剪裁，充分展示出自信，勇敢的品牌魅力。

二零一零年九月十日，《羽裳霓曲·魅力張家界》波司登2010新品發佈會在湖南張家界舉行。此次發佈以《阿凡達》作為背景，突出產品「天地和諧」的設計理念，展示了波司登即將上市的400多款時尚羽絨服。6個系列羽絨服讓現場的近千名業界人士讚歎不已；既有罕見的先鋒理念，又緊貼消費者的時尚需求。正如波司登首席設計師黃巧蓮女士所說，夢幻是一種獨特的審美感受，會帶給消費者全新的穿著體驗，用夢幻裝點今年的冬天，波司登一定會給消費者美的享受。

二零一零年九月十六日，「波司登男裝」2011春夏新品發佈會暨訂貨會盛大開幕，來自全國各地的加盟商超過1,300人雲集一堂，共同領略「波司登男裝」2011春夏季的潮流新品。本季「波司登男裝」再次回歸時尚商務的產品精髓，在時尚與不凡中傳遞出簡約流暢，在品位與高雅中傳遞出追求自我的設計理念。為期4日的訂貨會，錄得訂單金額達人民幣2.05億元，較去年同期增長約46.9%。

二零一零年十一月十八日，本集團直接投資運作的時尚女裝品牌瑞琦「瑞琦」首個新品發佈會圓滿舉行。在2011春夏時尚發佈會上，「瑞琦」女裝首度亮相，以25至40歲、追求高品質生活、具有成熟審美理念的都市中高層知性女性為目標市場。發佈會上，「瑞琦」的三大系列產品：摩登時尚、精緻職業和品牌專屬風格逐一登場，各系列均以黑、白、灰、米、咖為基本色，注重多元化風格混搭，以塑造個性品味，彰顯內在氣質。

二零一一年三月十八日，以「奇幻之旅」為主題的波司登男裝2011秋冬新品發佈會暨訂貨會盛大開幕，吸引了全國各地逾900個經銷商。訂貨會期間展示總共超過1,100款新產品，設計師們以清晨灰、透明椴木綠、沙褐色、土耳其藍、丁香紫等流行主色，配以時尚的款式與細節設計，打造一系列的西裝、夾克、風衣、T恤、襯衫、休閒褲及配飾。為期7日的訂貨會，所錄得的訂單金額達人民幣3.9億元，較去年同期增長約36%。

二零一一年三月二十八日，本集團第15次唯一代表中國向世界發佈防寒服流行趨勢，以「靜然」為題2011/2012波司登秋冬流行趨勢發佈會於D•PARK北京會所第一車間盛大舉行。本年度流行趨勢來自人們意識到和諧自然，關愛地球才是人類發展繁衍的根本，將更多的注意力轉移到對自然的感應和感恩之中。本次發佈會由國內頂級名模領銜演繹上百款波司登羽絨服，現場觀摩的時裝界人士無不驚歎波司登對潮流時尚的精准把握和生動呈現。

同日，本集團旗下國際高級男裝品牌威德羅「威德羅」的2011/2012秋冬高級男裝發佈會在中國國際時裝周期間順利進行，此次的發佈會為意大利威德羅品牌2010年進駐中國市場後的首次發佈會。為各界成功人士提供全方位著裝方案的威德羅品牌，將以簡約及優雅的歐洲元素結合中國本土風情，在中國演繹全新的時尚優雅商務精英男士形象。

品牌LOGO個性升級「冰潔」深化時尚風

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

二零一零年，「冰潔」繼續創新突破、務實求變，就品牌升級、營銷變革及新品設計等方面進行了全新的規劃。借助品牌標誌由「BINGJIE」到「BENGEN」個性升級契機，「冰潔」品牌從二零零九年「時尚度」深化到二零一零年「時尚風」，以「時尚、潮流」為品牌風向標，全面詮釋品牌時尚性格，讓服飾、環境、人更有機地融為一體，深化設計時尚度，引領品牌時尚風。二零一零年六月，「冰潔」召開了以「魅力中國，時尚看我」為品牌戰略主題的訂貨會，根據市場趨勢定位，圍繞著18至30歲青春活力、崇尚潮流、追求時尚的都市男女，推出「青春校園」、「都市魅惑」、「浪漫情懷」等系列，彰顯品牌張揚、個性、潮流動感和色彩奔放主題，品

牌代言人韓國巨星張娜拉也親臨常熟為訂貨會助陣，演唱其經典流行歌曲，並和中國名模李子峰現場演繹冰潔2010新款服裝秀，讓整個訂貨會氛圍達到了高潮。與會代理商對今年公司政策和新品非常有信心，對訂貨表現出熱情空前高漲，訂貨金額也超出預期。

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

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」、「品位生活，英雄所見」，這一句句精彩的廣告語和宣傳口號正是個性鮮明地對應了「波司登」、「雪中飛」、「冰潔」、「康博」、「波司登男裝」等各個品牌的特徵。

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

「波司登男裝」更是充分運用明星效應，與品牌代言人進行了深度合作。由波司登男裝主辦並冠名的「波司登男裝之夜—王力宏MUSIC-MAN 2010世界巡迴演唱會」，可謂是強強聯手，是兩者在品牌深入營銷和提升上的又一次創舉和前進。也相信這將有力提升「波司登男裝」在男裝領域的良好表現，朝著領導者品牌更加快速前進。

在二零一一年三月舉行的第十九屆中國國際服裝服飾博覽會上，本集團率旗下多個品牌包括「波司登」、「波司登男裝」、「瑞琦」、「冰潔」、美國頂尖潮流品牌「洛卡薇爾」以及國際高級男裝品牌「威德羅」等品牌服飾閃耀登場，吸引了眾多專業觀眾，採購商及加盟商前往參觀商洽。

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防水、防污、抗菌、防黴、除異味、自潔淨功能的中科納米抗菌羽絨服，一次次的創新，實現了本集團的飛躍，也推動了整個中國羽絨服行業的升級換代。

「波司登男裝」擁有自己強大的設計師團隊，並且還與國際知名設計公司進行了全面合作，推出休閒類、商務休閒類、商務正裝等多個產品系列，重在塑造當代成功男士在不同場合多彩的生活著裝方式，引領男士著裝新概念。「波司登男裝」還推出了高級量身定制業務，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。客戶可以根據自己的需求選擇版型、面料、裡襯、扣子等等，並提出自己對服裝的獨特見解和要求，由公司專業設計師運用專業知識，經過精心的設計、裁剪和製作，做出獨一無二的作品，讓精英男士從千篇一律的服裝中解脫出來，獨顯尊貴。

羽絨服實施訂貨制降低庫存風險

本報告期內，本集團進一步擴闊羽絨服的訂貨安排，截至年結時以客戶數目計算，約12%羽絨服的銷售以訂貨制進行，較對上年度進一步提升。本集團相信訂貨制的推行及落實，將有效地提升集團羽絨服的適銷率，讓集團更靈活地控制庫存，提升經營效益。

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進行調整和提升，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性；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。

本報告期內，本集團在淘寶商城開設多個品牌的官方旗艦店，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，成為行業內領先的綜合類服裝電子商務平台。

優化零售分銷網絡佈局提高終端形象要求

本集團對羽絨服業務的零售網絡進行了較大幅度的調整，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，等要求同意，處處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。

零售網點

按網點類型劃分的零售網絡組成

店鋪類型	於二零一一年 三月三十一日			於二零一零年 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	51	47	98	7	34	41	44	13	57
— 根據加盟協議經營	—	477	477	—	56	56	—	421	421
— 由第三方經銷商經營	5,066	619	5,685	3,289	343	3,632	1,777	276	2,053
小計	5,117	1,143	6,260	3,296	433	3,729	1,821	710	2,531
寄售網點									
— 由本集團經營	1,062	59	1,121	988	39	1,027	74	20	94
— 根據加盟協議經營	—	300	300	—	43	43	—	257	257
— 由第三方經銷商經營	1,400	354	1,754	1,336	244	1,580	64	110	174
小計	2,462	713	3,175	2,324	326	2,650	138	387	525
合計	7,579	1,856	9,435	5,620	759	6,379	1,959	1,097	3,056

按地理位置劃分的零售網絡組成

銷售片區*	於二零一一年 三月三十一日			於二零一零年 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	4,052	898	4,950	3,262	404	3,666	790	494	1,284
華東片區	1,817	423	2,240	1,189	181	1,370	628	242	870
華中片區	1,710	535	2,245	1,169	174	1,343	541	361	902
合計	<u>7,579</u>	<u>1,856</u>	<u>9,435</u>	<u>5,620</u>	<u>759</u>	<u>6,379</u>	<u>1,959</u>	<u>1,097</u>	<u>3,056</u>

- * 華北片區：北京、重慶、甘肅、貴州、河北、黑龍江、內蒙古、吉林、遼寧、寧夏、青海、陝西、山東、山西、四川、天津、西藏、新疆、雲南
華東片區：安徽、福建、江蘇、上海、浙江
華中片區：廣東、廣西、海南、河南、湖北、湖南、江西

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80.7%，而餘下10.9%及8.4%來自貼牌加工管理業務及非羽絨服業務。去年，上述三項業務分別佔本集團收入81.7%、11.3%及7.0%。

截至二零一一年三月三十一日止年度，本集團收入約為人民幣7,037.8百萬元，同比增長22.7%，主要是由於本集團的羽絨服業務擁有靈活的定價策略去配合市場需求，以及非羽絨服業務的持續擴張。本集團的品牌羽絨服業務、貼牌加工管理業務及非羽絨服業務的銷售分別增長21.1%、18.8%及46.5%至約人民幣5,679.7百萬元、人民幣768.7百萬元及人民幣589.4百萬元。

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	1,732.0	24.6%	1,477.4	25.7%	17.2%
• 批發	3,936.0	55.9%	3,204.4	55.9%	22.8%
• 其他*	11.7	0.2%	7.1	0.1%	64.8%
羽絨服總收入	5,679.7	80.7%	4,688.9	81.7%	21.1%
貼牌加工管理	768.7	10.9%	646.8	11.3%	18.8%
非羽絨服					
男裝					
• 自營	100.0	1.4%	45.0	0.8%	122.2%
• 批發	484.5	6.9%	357.4	6.2%	35.6%
男裝總收入	584.5	8.3%	402.4	7.0%	45.3%
其他#	4.9	0.1%	—	—	不適用
非羽絨服總收入	589.4	8.4%	402.4	7.0%	46.5%
總收入	7,037.8	100.0%	5,738.1	100.0%	22.7%

* 指主要與羽絨服產品有關的原材料。

指「波司登男裝」之外的非羽絨服產品的銷售。

本集團大部份產品為批發形式出售的品牌羽絨服，佔本集團品牌羽絨服收入的69.3%，去年則佔68.3%。

為進一步優化產品組合、提升盈利能力，本集團實施四季化產品的戰略。「洛卡薇爾」經營權項目方面，本集團已在北京、上海及杭州等省會級城市開設7家專櫃。本集團於二零一一年三月開始開發「叮噹貓」品牌童裝。截至二零一一年三月三十一日止年度非羽絨服收入佔本集團收入8.4%（約人民幣589.4百萬元），其中「波司登男裝」貢獻最大，佔本集團非羽絨服收入99.2%。

按品牌劃分羽絨服銷售的收入分析

品牌	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	3,554.2	62.6%	2,900.3	61.9%	22.5%
雪中飛	1,146.2	20.2%	886.6	18.9%	29.3%
冰潔	410.9	7.2%	386.4	8.2%	6.3%
康博	572.5	10.1%	526.9	11.2%	8.7%
其他品牌	40.7	0.7%	18.3	0.4%	122.4%
其他	11.7	0.2%	7.1	0.2%	64.8%
小計	<u>5,736.2</u>	<u>101.0%</u>	<u>4,725.6</u>	<u>100.8%</u>	<u>21.4%</u>
銷售回扣	<u>(56.5)</u>	<u>(1.0)%</u>	<u>(36.7)</u>	<u>(0.8)%</u>	<u>54.0%</u>
羽絨服總收入	<u><u>5,679.7</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>	<u><u>4,688.9</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>	<u><u>21.1%</u></u>

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62.6%（約人民幣3,554.2百萬元）。「雪中飛」品牌的貢獻佔品牌羽絨服總銷售的20.2%（約人民幣1,146.2百萬元）。「康博」與「冰潔」產品的銷售收入分別錄得約人民幣572.5百萬元及人民幣410.9百萬元，分別佔品牌羽絨服總銷售的10.1%及7.2%。

銷售成本及毛利

由於勞動力及原材料成本上升，本集團銷售成本佔本集團收入百分比從去年的49.7%（人民幣2,851.5百萬元）升至今年的53.1%（人民幣3,738.4百萬元）。

回顧期內，品牌羽絨服、貼牌加工管理及非羽絨服業務的銷售利潤分別為50.4%、16.7%及52.7%，去年，品牌羽絨服、貼牌加工管理及非羽絨服業務的銷售利潤則分別為54.1%、22.0%及51.4%。

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1,706.6百萬元，較去年約人民幣1,343.4百萬元上升27.0%。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24.2%，較去年同期的23.4%微增0.8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207.2百萬元，較去年約人民幣235.8百萬元下降12.1%，主要是由於撥回去年同期計提呆壞賬的可撥回金額所致。回顧年內，行政開支佔本集團收入2.9%，較去年同期的4.1%下降1.2個百分點。

經營溢利

回顧年內，本集團的經營溢利上升13.8%至約人民幣1,372.0百萬元。經營溢利率為19.5%，較去年同期微跌1.5個百分點，主要是由於勞動成本及原材料成本持續上漲。

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75.4百萬元增至約人民幣142.2百萬元，是由於可供出售金融資產利息收入增加及銀行存款利率上升的收入。

融資開支及稅項

回顧年內，本集團的融資開支增加286.9%至約人民幣13.4百萬元，這是由於年內在香​​港向銀行借款所致。

截至二零一一年三月三十一日止年度，所得稅開支由約人民幣198.9百萬元增至約人民幣228.7百萬元。本集團四間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，其後三年稅率減半。因此，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。

末期及特別股息

董事會建議支付截至二零一一年三月三十一日止年度的末期股息每股普通股人民幣6.8分。此外，考慮到明年的收購、合併或合作進程，董事會建議派付特別股息每股普通股人民幣6.0分。建議股息支付須待本公司股東於二零一一年八月二十六日或前後舉行的股東週年大會上批准，按中國人民銀行於二零一一年六月二十八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，建議末期及特別股息將約於二零一一年九月十二日支付予二零一一年九月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。

截至二零一一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49.5百萬元，而截至二零一零年三月三十一日則約為人民幣1,605.2百萬元。於二零一一年三月三十一日的現金及現金等價物約為人民幣1,417.6百萬元，而於二零一零年三月三十一日則為約人民幣3,127.6百萬元。現金及現金等價物減少乃由於為取得優惠及穩定原材料供應而向供應商預付款項以及支付截至二零一零年三月三十一日止財政年度的末期股息及截至二零一零年九月三十日止六個月的中期股息。

為使本集團可用現金儲備獲得最高回報，本集團擁有可供銷售金融資產，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3.3%至6.0%。

於二零一一年三月三十一日，本集團的銀行借款約為人民幣586.9百萬元(二零一零年：零)。本集團的負債比率(債務總額／權益總額)為8.4%(二零一零年三月三十一日：零)。

或然負債

於二零一一年三月三十一日，本集團並無重大或然負債。

資本承擔

於二零一一年三月三十一日，本集團有約人民幣231.9百萬元有關廠房、物業及設備的未結算資本承擔(二零一零年三月三十一日：零)。

經營租賃承擔

於二零一一年三月三十一日，本集團有不可撤銷經營租約承擔約人民幣429.4百萬元(二零一零年三月三十一日：約人民幣290.4百萬元)。

資產質押

於二零一一年三月三十一日，銀行存款約人民幣760.4百萬元已質押以就應付票據及信用證取得本集團銀行貸款及銀行融資(二零一零年三月三十一日：約人民幣2.2百萬元)。

財務管理及理財政策

本集團的財務風險管理由本集團總部的理財部門負責。本集團理財政策的主要目的之一是管理其於利率及外匯兌換率中所面對的波動。

外匯風險

本集團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。

於二零一一年三月三十一日，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

截至二零一一年三月三十一日，本集團擁有全職員工約2,690人(二零一零年三月三十一日：1,926名全職員工)。截至二零一一年三月三十一日止的十二個月的員工成本(包括作為董事酬金的薪酬及其他津貼)約為人民幣398.1百萬元(二零一零年：約人民幣298.6百萬元)。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人數以支持由本集團經營的專賣店拓展。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。此次改造的公寓按照三星級賓館標準建設，房間電視、電話、網線、空調等各類設施一應俱全，並全部採取酒店式管理。改造工程於二零一零年六月正式完工並通過各項驗收檢測。凡被公司錄用、在常熟無自住房的外地大學生、專業技術人員及管理人員均可申請入住，目前員工已全部入住。

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

截至二零一一年三月三十一日，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，本集團保持一向樂觀的態度。未來十年、二十年，是國人消費觀念和消費能力全面升級的年代，是中國服裝行業發展的新時期，中國服裝行業在完成規模擴張使命後，以價值創新為核心的品牌發展將成為其新的歷史任務。本集團將依託「波司登」的品牌優勢，以全球視野全面整合旗下品牌風格定位、設計研發、渠道通路等，確保產品風格和而不同，以滿足各層次消費者需求；並在未來三至五年，繼續提升旗下非羽絨服業務佔整體銷售的比例，進一步拓展國際營銷渠道，完善國際銷售網絡，使波司登成為一家世界知名的綜合服裝品牌運營商。

本集團計劃根據以下幾個主要方面制訂業務策略，以實現該等目標：

加快非羽絨服裝業務發展的步伐

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

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

繼中國首場時裝發佈會舉行後，「洛卡薇爾」積極進行店鋪選址以及銷售網絡的建設工作，在現在全面啟動北京、上海、天津及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300間以上的「洛卡薇爾」獨立店鋪及店中店。通過3到5年的時間，希望將「洛卡薇爾」打造成為中國潮流品牌的翹楚。

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。現本集團計劃以華東地區為主，拓展銷售渠道，預期三年內開設約100間店鋪。

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，「摩高」品牌新店開張數目達到每年150到200間，規劃到二零一五年在全國將擁有約1,300間店鋪，成為國內休閒時尚服裝領域的領先品牌；蘭博星旗下的「叮噹貓」、「大眼蛙」、「r100」及「M&Q」每年新開店鋪數量達到150到200間，規劃至二零一五年將於全國共擁有2,000間店鋪，成為國內童裝領域的領先品牌。

繼中國首場時裝發佈會舉行後，本集團旗下國際高級男裝品牌「威德羅」(威德羅)開始積極進行店鋪選址等工作，以爭取讓「威德羅」品牌產品儘快與中國消費者見面，從而開啟「威德羅」大中華業務的第一步。

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

推進品牌組合戰略提升品牌價值

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

根據前期品牌組合發展戰略的規劃，本集團對「冰潔」品牌進行重新定位並獨立管理後，「冰潔」品牌在兩年內取得了迅速發展，業績出現了大幅增長。因此，未來幾年中，本集團將繼續合理規劃旗下各品牌的具體運營管理模式，適時推進品牌組合發展戰略：即，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(如現有的「波司登男裝」)，把「波司登」打造成名副其實的國際知名品牌；同時，全力驅動「雪中飛」、「康博」、「冰潔」、「洛卡薇爾」、「瑞琦」等優勢品牌獨立成長。

提升設計研發實力拓展時尚環保版圖

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

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

加強營銷優化渠道提高市場份額

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

本集團將加大對渠道和終端建設的投入，在合理佈局網點（包括經營模式比例和地理位置分佈）的同時，聘請知名店鋪設計師為公司打造更具品位的終端形象，適時在全國各大城市增加大型旗艦店的數量，為消費者提供了更為廣闊更為舒適的購物環境，通過開設「生活館模式」展出波司登品牌全系列產品，並啟用全新的終端形象視覺系統，為消費者提供全方位的購物體驗。本集團的羽絨服產品渠道繼續進行整合優化，非羽絨服裝產品業務則以拓展市場為主線，其中，「波司登男裝」新店鋪開張速度將較以往有所加快，在全國的零售網點數目預期在二零一二年度達到約1,100個零售點，而直營店和加盟店的比例也將較以往有所提高；「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間以上獨立店鋪及店中店。「摩高」品牌和蘭博星旗下童裝品牌亦會以每年150至200間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。

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

積極完善信息系統尋找庫存極限

庫存積壓影響公司流動資金和經營發展，這是困擾服裝行業的普遍問題。本集團一直非常重視庫存控制管理，產成品庫存率在同行業保持較低水平。今後，本集團還將進一步從產品設計、銷售渠道、物流配送等各個環節多管齊下，進一步降低庫存率，尋找庫存極限。超市和商場不設倉庫，甚至各銷售分公司都不單獨設倉庫，而是由區域物流中心統一配送，這是波司登倉庫管理方式之一。這就要求一線業務人員必須密切關注庫存，及時瞭解當季最好銷的款式、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。

本集團於報告期內積極發展羽絨服訂貨制以取代舊有退貨機制取得顯著成果，訂貨制客戶由上一年度的15家增加到現在的136家，預計於二零一一年／二零一二年度訂貨制客戶佔所有客戶比例將由本年度的12%上升至約25%。本集團進一步推廣該計劃，預期未來3年內全面取消原有退貨機制，以進一步提高羽絨產品的適銷率，降低庫存風險。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將分別由(i)二零一一年八月二十三日至二零一一年八月二十六日；及(ii)二零一一年九月一日至二零一一年九月六日(包括首尾兩日)，暫停辦理股份過戶登記手續，上述期間將不辦理股份過戶。為(i)確認有權出席應屆週年股東大會並於會上投票的資格及(ii)符合於二零一一年九月十二日獲派建議的末期及特別股息資格，股東須將所有正式填妥的過戶文件連同有關股票分別於(i)二零一一年八月二十二日下午四時三十分；及(ii)二零一一年八月三十一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，於截至二零一一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條有關規定董事局主席與行政總裁(「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局主席兼總裁，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局主席兼總裁。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進行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。截至二零一一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。本公司截至二零一一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，並訂有明文職權範圍。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。截至二零一一年三月三十一日止年度的年報包括所有上市規則附錄十六需要的資料，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

本集團在本年度業績理想，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
董事局主席兼行政總裁
高德康

香港，二零一一年六月二十八日

於本公告日期，本公司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；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。