

波司登公佈2007/08年度全年業績
淨溢利增長81.9%至人民幣11.16億元

毛利率擴闊至10.3百分點至45.6% 盈利能力顯著提升
以羽絨服為核心產品 拓展四季服裝

業績摘要

截至3月31日止12個月

	2008年	2007年	變更(%)
收入	5,279	5,633	↓6.27%
毛利	2,409	1,987	↑21.20%
毛利率(%)	45.6	35.3	↑10.3百分點
經營溢利	1,163	855	↑36.12
經營溢利率(%)	22.0	15.2	↑6.8百分點
淨溢利	1,116	614	↑81.88%
每股盈利 - 基本 (人民幣元)	0.17	0.12	↑45.20%
每股期末股息 (人民幣元)	0.06	-	-
每股特別股息 (人民幣元)	0.028	-	-

【2008年7月18日 - 香港訊】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」，股份編號：3998，連同其附屬公司「集團」)宣佈截至2008年3月31日止12個月(「回顧期內」)的全年業績。

儘管經營環境挑戰重重，波司登仍能持續成為行業龍頭企業。於回顧期內，集團之收入雖較去年同期下降6.27%至約人民幣52.79億元，但毛利及經營溢利分別增長21.20%及36.12%，至約人民幣24.09億元及11.63億元，毛利率由去年的35.3%上升至45.6%，升幅達10.3個百分點；經營溢利率則上升6.8個百分點至22.0%；另淨溢利上升81.88%至約人民幣11.16億元，淨利率增加了10.3個百分點，由去年的10.9%升至今年的21.2%。每股基本盈利則較去年同期上升41.67%至人民幣0.17元。集團的盈利能力在回顧期內大幅增長，主要由於本集團透過品牌及產品差異化策略以保持盈利能力及提升長遠競爭力。在業界競爭對手專注於利用大幅割價手段來提高銷量及拋售手上存貨套現時，本集團則透過推出高附加值產品以穩住產品之平均售價及盈利水平，並保持品牌形象和優勢。

董事會建議支付截至2008年3月31日止每股普通股期末股息人民幣6.0分及特別股息人民幣2.8分。

在談及全年業績表現時，波司登董事長兼行政總裁高德康先生表示：「2007年對集團來說是充滿挑戰的一年。由於2007/08年冬季晚來，地方性羽絨服生產商因去年暖冬大量積壓存貨而面臨沉重的財務壓力，亟需減少庫存。這觸發了一連串減價戰，使競爭更為白熱化。儘管經營環境挑戰重重，本集團仍繼續保持行業龍頭企業，使其得以提升市場份額，同時達到高盈利水平。面對激烈的價格競爭，本集團發揮其強大品牌及卓越設計能力的優勢，著重於提升盈利能力，而非盲目追求銷售量的增長。為此，本集團採取產品差異化策略，透過提供設計獨特的多元化優良產品，在一眾競爭對手中突圍而出。」

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1995年起連續十三年成為中國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於2006年及2007年發佈的報告，截至2007年止年度，在前十大品牌中，波司登品牌組合(包括波司登、雪中飛、康博及冰潔)的總市場份額為39.9%，而於2006年底波司登、雪中飛及康博的份額則為36.1%。僅波司登一個品牌於二零零七年的份額就達到25.9%。令人鼓舞的是冰潔品牌於二零零七年整體排名第九，首次躋身中國十大羽絨服品牌之列。

於回顧期間，集團為波司登定立品牌年輕化的策略及創新的推廣計劃。透過以「冬天更美了」為主題，本集團成功地把羽絨服及時尚美麗概念連繫起來。本集團戰略性地將本集團第二大收入來源雪中飛的品牌羽絨服重新定位為運動羽絨服主要品牌，以跟波司登作區別。雪中飛的目標客戶為生活風格較有活力的顧客，本集團推行了全方位的市場推廣及宣傳計劃，以雪中飛品牌參與體育活動及贊助體育盛事。同時，康博及冰潔則以中端廣大消費者為對象。

另一方面，為提高產品競爭力，本集團不斷把設計重點由純粹功能性轉為高附加值時尚服裝，具有色彩鮮艷的設計、嶄新面料及流行款式。擴展產品系列，優化了本集團的產品結構，以迎合品味不同的各個年齡層的消費者。集團在部份羽絨服系列上加入防異味、防菌、防水和防污的創新面料和原材料以令產品的功能性更全面。

集團同時致力發展非羽絨的四季服裝，於2008年3月舉行的「2008年中國國際服裝服飾博覽會」中展示了全新的波司登品牌四季化非羽絨服裝新產品，獲得業界一致好評。

一直以來，集團不斷積極採取措施，以合理的速度拓展銷售網路及提升分銷網路的質素。在回顧年度內，集團在時尚百貨公司或主要購物區增設新網點，同時亦淘汰或重置未符合本集團標準的經銷商與表現欠佳的零售店舖。截至2008年3月31日，網絡總共包括7,117間店舖，比去年淨增加了273個網點。

展望未來，為實現品牌建設的目的，集團將進一步改善其現有銷售點的質量，於中高檔時尚商場中開設寄售網點，並於一線城市、省會及其他主要城市建立新的自營零售店，從而鞏固其零售網絡。集團將繼續不時檢討其品牌戰略並監測其效率，與外聘顧問公司緊密合作，定立特定品牌及市場推廣策略來實現現有羽絨服及即將推出的非羽絨服業務的最大收益。最終的目標是鞏固品牌優勢及拓展波

司登品牌在其他服裝領域的影響力。集團亦將繼續於適當時機贊助運動及宣傳活動，並且通過各時裝表演及展銷會保持於市場的曝光率。

在業務拓展方面，高德康先生表示：「為配合其現有的產品組合，集團已建立一支獨立的非羽絨服裝產品業務及產品開發隊伍。集團已於2008年3月於北京舉行一場產品預覽，深獲好評。新的產品系列將會於本財政年度後半段推出，從而讓集團得以利用其強大品牌優勢來減少羽絨服業務的季節性帶來的風險。為該等新產品系列建立指定零售網點的計劃亦已展開。」

「同時，透過集團於羽絨服裝行業的豐富經驗、其對市場的深入瞭解，以及在中國內地市場的廣泛零售網絡，本集團將繼續尋找適當時機併購具有高發展潛力、聲譽良好的高端服裝品牌，以擴張其品牌及產品組合。我們相信，集團的業務將會進一步得到良好發展，並能為股東帶來最佳回報。」

波司登國際控股有限公司概況

波司登是中國最大的羽絨服企業，集團在全國67個城市共設有7,000多個零售網點，專門售賣集團的六大核心品牌服裝，包括「波司登」、「雪中飛」、「康博」、「冰潔」、「雙羽」和「上羽」。按行業資訊中心編製的數據，以2006年的銷售額計，「波司登」、「雪中飛」及「康博」三大羽絨服產品在中國最大三十家品牌中共佔36.1%的市場份額。根據中國國家統計局中國行業企業資訊發佈中心的資料顯示，「波司登」品牌的羽絨服從1995年至2006年連續12年成為中國羽絨服第一品牌。「波司登」品牌被世界生產力科學聯盟、中國生產力學會及世界生產力大會評選為2006全球市場的「中國十大世界影響力品牌」之一。於2007年，「波司登」成為榮獲中國國家質量監督檢驗檢疫總局頒授「中國世界名牌」的唯一服裝品牌。

此新聞稿由博達國際(財經)公關傳訊集團代波司登國際控股有限公司發佈。

如有垂詢，請聯絡：

博達國際(財經)公關傳訊集團

劉婉玲小姐 / 楊嘉茵小姐 / 高詠詩小姐

電話：+852 3150 6761 / 3150 6770 / 3150 6750

手機：+852 9199 2965 / 9489 6845 / 6025 0533

傳真：+852 3150 6728

電郵：harriet@pordafinance.com.hk / kylie@pordafinance.com.hk / fiona@pordafinance.com.hk