

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2016/17財政年度全年業績
經營溢利大幅上升95.5%至人民幣6.6億元

*** **

全面重塑品牌形象 實現業務多元化發展

財務摘要

人民幣千元	截至3月31日止年度		變動
	2017年	2016年	
收入	6,816,599	5,787,321	+17.8%
毛利	3,163,204	2,609,218	+21.2%
經營溢利	660,007	337,679	+95.5%
除所得稅前溢利	572,890	406,528	+40.9%
權益持有人應佔溢利	391,844	280,942	+39.5%
每股基本盈利（人民幣分）	4.22	3.54	+19.2%
每股末期股息（港仙）	0.50	2.6	-80.8%
全年股息（港仙）	1.50	2.6	-42.3%

（2017年6月26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」；股份編號：3998，連同其附屬公司「集團」）公佈截至2017年3月31日止年度全年業績。

財務回顧

回顧年內，集團的品牌羽絨服業務收入回復增長，加上年內整合非羽絨服業務，以及新收購項目的貢獻，令集團年內總體收入有所上升。截至2017年3月31日止年度，集團的收入較去年上升17.8%至人民幣6,816.6百萬元。其中，品牌羽絨服業務繼續為集團的最大收入來源，佔本集團收入的67.2%，而貼牌加工管理業務及非羽絨服業務分別佔本集團收入的11.4%及21.4%。

年內，集團毛利增加21.2%至人民幣3,163.2百萬元，毛利率增加1.3個百分點至46.4%。品牌羽絨服業務毛利率增加1.1個百分點至51.1%，主要由於集團持續清理庫存以提升空間推出較高毛利的新產品。非羽絨服業務的毛利率較去年下降5.0個百分點至45.7%，主要由於銷售組合中，毛利較低的產品銷售佔比有所提升。貼牌加工管理業務的毛利率保持穩定，維持在20.0%。

截至2017年3月31日止年度，集團的經營溢利大幅上升95.5%至約人民幣660.0百萬元，經營溢利率為9.7%，較去年增加3.9個百分點，主要由於品牌羽絨及非羽絨服業務的貢獻上升以及毋須進行商譽減值。回顧年內，集團權益股東應佔溢利上升39.5%至約人民幣391.8百萬元。每股基本盈利人民幣4.22分，董事會建議派發末期股息每股普通股0.5港仙。

業務回顧

羽絨服業務

集團年內的羽絨服業務收入為人民幣**4,579.2**百萬元，按年上升**15.1%**。過去兩個財年，集團聚焦於清理庫存和優化銷售網絡。隨着庫存結構得到改善，集團年內開發更多和市場需求匹配度高的商品，提高該業務的收入及毛利率。

其中，與華特迪士尼公司合作，把握上海迪士尼樂園開業的契機，推出**波司登迪士尼**系列的成人和兒童羽絨服產品，又於**2017**年推出**迪士尼美女與野獸**系列的產品。未來集團將繼續與迪士尼合作，並強化相互的合作範圍與內容。至於，**波司登**品牌更換沿用多年的產品商標，嶄新的產品和品牌形象的優化，使得**波司登**的收入上升**22.4%**至人民幣**4,060.7**百萬元。

年內，集團繼續積極優化零售網絡，關閉低效店舖，以提升店舖質量。於**2017**年**3**月**31**日，集團羽絨服業務的零售網點總數較**2016**年**3**月**31**日淨減少**979**家至**4,292**家。自營零售網點淨減少**320**家至**1,374**家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少**659**家至**2,918**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**32%**和**68%**。

貼牌加工管理業務

年內，集團的貼牌加工管理業務收入約為人民幣**777.7**百萬元，較去年下降**21.0%**。下跌由於國內生產成本逐年上升，令許多貼牌加工客戶把訂單轉移到低生產成本和具有稅務優惠的東南亞地區，加上越來越多客戶傾向找一些具備跨國生產能力的廠房，導致集團流失部份貼牌加工訂單。

面對新趨勢，集團計劃充分利用伊藤忠集團位於東南亞的生產廠房，發揮成本上的優勢並提升集團的跨國生產能力。初步預計在下一財年可以實現在伊藤忠集團位於東南亞的生產廠房的訂單，改善集團的貼牌加工管理業務。

非羽絨服業務

回顧年內，集團的非羽絨服業務收入約人民幣**1,459.7**百萬元，較去年上升**76.7%**，升幅受惠於**波司登男裝**收入上升以及新收購項目的貢獻。其中，**波司登男裝**專注於提升零售營運和商品效益，該業務收入按年上升**77.2%**至約人民幣**329.8**百萬元。至於**杰西**則集中加強自營店的管理能力，但由於批發業務受經銷商需要清理庫存而減少新貨訂單拖累，**杰西**於回顧年內的收入輕微下跌**2.8%**至約人民幣**323.5**百萬元。**邦寶**年內收入約人民幣**298.5**百萬元。

集團對於國內女裝行業的前景感到非常樂觀，過去幾年積極通過收購逐步把女裝業務擴大，並於**2017**年**4**月完成收購**柯利亞諾**及**柯羅芭**兩個女裝品牌。另一方面，考慮到當前國內的經濟情況以及消費模式，以及**摩高**的業務表現和發展潛力，集團於**2017**年**2**月全數出售所持有的**摩高**股權，以集中資源發展旗下更具潛力的服裝品牌。

其他新增業務

集團致力拓展多元化，成為全方位的服裝營運商。國內校服市場規模龐大，多所國際學校進駐國內，官辦學校也由以前的政府主導逐步向學校、家長主導轉移，市場化趨勢明顯，因此集團致力以高質素、注重細節設計、提供差異化訂制服務，以滿足個性化的需求，並為集團開拓新的業務領域。另外，集團於年內把以往授權第三方經營**波司登**內衣的業務轉為自行營運，並把業務從原本只有保暖內衣延伸至多品類的居家生活服裝方向發展，把單季經營模式成功轉化為四季經營。目前集團已經開設了**15**家**波司登**家居生活館，並預計來年將增加到**50**家，為中國市場提供優質的家居生活服飾。

網絡銷售

為配合市場對網購的殷切需求，集團積極研究和拓展網絡銷售，並成立專門團隊，統一營運所有品牌的網絡銷售，以提高營運效益和協同效應。年內，網絡銷售收入達到人民幣1,077.1百萬元，按年大幅上升88.2%。其中，年內品牌羽絨服業務及非羽絨服業務網絡銷售的收入分別約為人民幣757.1百萬元及人民幣320.0百萬元，分別佔品牌羽絨服業務及非羽絨服業務收入的16.5%及21.9%。

未來發展

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生表示：「隨着城市化的推進，中國消費潛力依然龐大，但同時消費模式正在慢慢演變，消費越趨理性，注重消費體驗，加上網上消費的興起，這些都為傳統的中國服裝零售企業帶來新挑戰，同時給實體店鋪的業務模式帶來衝擊。此外，消費者對於產品的要求從單純的保暖功能到時尚美觀外，更進一步期望服裝產品具有更多生活功能。消費需求的快速演變促使服裝企業必須緊貼市場變化，集團將繼續堅定不移地從傳統的批發業務模式，逐步轉型走向更貼近市場和消費者的零售模式。」

為應對挑戰，集團將在各個領域提升競爭力，包括：

羽絨服業務：未來集團將全面重塑波司登品牌系列，繼續優化零售業務模式的各主要環節，加強零售終端的管理和大數據的應用，積極提升內在競爭力及營運效率。在產品方面持續創新，在羽絨服輕、軟、保暖等優點上加入時尚休閒生活新概念，並增加生活功能，致力為消費者提供高性價比、高質量、實用性高和時尚的羽絨服產品。

打造女裝平台：集團目前旗下女裝品牌包括杰西、邦寶、柯利亞諾及柯羅芭，整個女裝業務平台漸見規模。集團將整合女裝資源以提高協同效應，並適度地為女裝拓展優質渠道。同時，集團將繼續發掘具有潛力的女裝品牌，進一步拓展女裝平台。

多元化發展：除了現有的校服業務和家居生活服裝業務，集團將積極研究向童裝及生活戶外服裝等延伸，實現由「產品經營」到「品牌經營」的轉型。此外，集團將積極善用現有資源，以及策略性投資者伊藤忠集團的營運經驗和全球資源，發掘更多具有潛力的服裝新業務和品牌，以進一步壯大集團在各個服裝領域板塊的實力，向發展成為多品牌綜合服裝運營商的目標邁進。

- 完 -

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。

在羽絨服為核心的業務基礎上，集團積極推進四季化服裝的戰略，積極尋找適當時機併購發展潛力高、聲譽良好的非羽絨服裝品牌項目，積極向成為世界知名的綜合服裝品牌營運商的目標邁進。目前集團的主要非羽絨服品牌包括波司登男裝、杰西女裝、邦寶女裝、柯利亞諾女裝及柯羅芭女裝。

如有垂詢，請聯絡：

波司登國際控股有限公司

麥嘉恩

電話： (852) 2866 6956

電郵： carol.mak@bosideng.com

IPR 奧美公關

劉麗恩 / 劉碧思 / 華怡 / 何善彤 / 林諾沂

電話： (852) 2136 6952 / 2136 6953 / 2136 6176 / 3920 7640 / 3920 7648

傳真： (852) 3170 6606

電郵： bosideng@iprogilvy.com