

【請即時發放】



波司登公佈2024/25財年業績

收入和權益股東應佔溢利按年分別上升**11.6%**和**14.3%**

派息比率達**84.1%**

品牌羽絨服業務推行「四項強化」策略 進一步夯實核心能力

財務摘要

人民幣千元	截至3月31日止年度		變動
	2025年	2024年	
收入	25,901,713	23,214,033	+11.6%
毛利	14,839,856	13,833,540	+7.3%
經營溢利	4,966,883	4,397,556	+12.9%
撇除女裝商譽減值後的經營溢利	5,137,883	4,467,556	+15.0%
年內溢利	3,552,743	3,120,136	+13.9%
權益股東應佔溢利	3,513,913	3,074,072	+14.3%
每股盈利(人民幣分)			
- 基本	31.58	28.34	+11.4%
- 攤薄	30.83	27.52	+12.0%
每股股息(港仙)			
- 末期	22.0	20.0	+10.0%
- 中期	6.0	5.0	+20.0%
- 全年	28.0	25.0	+12.0%

(2025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」；股份代號：3998，連同其附屬公司「集團」)宣佈截至2025年3月31日止年度(「本財年」)全年業績。

財務回顧

在2024/25財年，集團回歸創業初心，聚焦羽絨服核心主業，以品牌建設為引領，推動產品創新、零售升級、優質快反、數智經營的轉型變革，實現了持續穩健高質量增長。本財年，集團收入約為人民幣25,901.7百萬元，按年同比上升約11.6%，集團的主營業務單元實現了穩定和高質量的增長，其中品牌羽絨服業務仍為集團的最大收入來源，佔總收入的83.7%。貼牌加工管理業務及女裝業務分別佔總收入的13.0%及2.5%，多元化服裝業務佔總收入0.8%。

本財年，經營溢利穩定持續穩定上升12.9%至約人民幣4,966.9百萬元，經營溢利率進一步提升至19.2%。毛利按年同比增加7.3%至約人民幣14,839.9百萬元。本公司權益股東應佔溢利同比上升14.3%至約人民幣3,513.9百萬元。每股基本盈利為人民幣31.58分。董事會宣派末期股息每股普通股22.0港仙(2023/24財年：20港仙)。派息比率達84.1%。

集團經營活動現金流穩健，流動資產管理能力持續加強。應收賬款管理良好，截至2025年3月31日，集團平均應收貿易賬款及票據周轉天數與去年同期持平。平均庫存周轉天數穩定，同比小幅上升3天至118天。

截止2025年3月31日，兩大國際權威評級機構穆迪投資者服務公司（「穆迪」）和標普全球評級（「標普」）持續對集團分別授予「Baa3（展望穩定）」及「BBB-（展望穩定）」長期信用評級，獲得穆迪和標普的「雙投資級」評級。ESG方面，集團亦持續得到摩根士丹利資本國際公司（「MSCI」）認可，更於今年1月，將集團的MSCI ESG評級進一步提升至AA評級。

業務回顧

品牌羽絨服業務

在2024/25財年，集團持續打造「全球領先的羽絨服專家」的品牌形象，堅持品牌引領的發展模式，從羽絨服全球規模領先的品牌認知向羽絨服全球全面領先升級，更於本財年提出「強化品牌引領、強化品類經營、強化渠道運營、強化客戶體驗」的「四項強化」策略，進一步夯實核心能力。旗下的波司登品牌收入同比上升10.1%，達約人民幣18,481.0百萬元；整個板塊收入同比上升11.0%至約人民幣21,668.2百萬元。

品牌建設方面，集團錨定「全球領先的羽絨服專家」的戰略發展方向，通過聚焦內容升級、視覺升級、平台合作深化以及價值事件運營四大核心維度，實施全面而深入的品牌升級工程，全方位釋放品牌勢能，實現聲量突破與行業話語權鞏固。根據國際五大品牌價值評估權威機構之一Brand Finance公佈的「2024年全球最具價值服飾品牌榜50強(Brand Finance Apparel 50 2024)」，波司登品牌再次入選並再進一名，位列服飾品牌榜第46名。同時，世界品牌實驗室(World Brand Lab)發佈的2024年度《亞洲品牌500強》排行榜中，波司登排名268位。此外，在國際品牌科學院揭曉發佈的「2024世界紡織服裝品牌強度評價結果」中，波司登品牌名列世界紡織服裝品牌強度百強榜單第8位，成為排名最高的上榜中國品牌。年內，波司登品牌將防曬衣作為品類突破重點，推出新款防曬衣，更成為2024/25財年的新增品類之一，為非旺季銷售增量提振貢獻力量。2024年9月，波司登更順應消費市場對戶外場景的積極趨勢，推出「疊變」系列衝鋒衣羽絨服，成功打入戶外保暖市場。同年12月，波司登與哈爾濱官方攜手發佈戰略成果，推出「爾濱x波司登」聯名系列並舉辦「致敬冰雪」時尚大秀，展現波司登御寒科技與哈爾濱獨特歷史和冰雪文化的深度融合，開創城市與品牌合作新模式。同月，波司登北京三里屯登峰概念店隆重開幕，通過精心打造的空間體驗，向顧客傳達波司登勇於探索未知、不斷攀登高峰的堅韌意志。

供應鏈管理及商品運營方面，優質柔性快反的能力是集團在行業持續勝出的重要競爭優勢，也是維繫集團高效穩健發展的核心競爭力之一。2024/25財年，集團持續在柔性快反、質量卓越、科研技術、資源整合及成本領先方面進行系統性規劃和升級。年內，在暖冬環境下良好的庫存管理，主要得益於集團在持續保持較低的首次訂單比例的同時，積極採用拉式補貨和小單快反的調節機制，並有效推進全渠道商品一體化運營管理。庫存周轉天數的高質量穩健管理，不僅彰顯了集團在旺季銷售中高效的品類管理能力和快速響應市場變化的運營韌性，反映集團整體運營效率的持續提升，也為未來財年提供了更為靈活和輕鬆的庫存基礎水平。

數字化運營方面，近年集團在智能設計、智能製造、智能物流、智能商品運營等領域的實踐成果顯著，逐步確立聚焦用戶、零售、商品為未來數字化轉型的發力點。在2024/25財年，隨着數字化運營體系全面上線，集團以數字化變革為驅動力，通過數字驅動業務、業務拉動組織、組織推進成長，有效加速推進企業從傳統經營管理向數字化經營管理的轉型，為企業可持續高質量發展夯實根基保障。

用戶管理方面，集團持續打造利用各類渠道建立與顧客更加便捷的溝通橋樑。截止2025年3月31日，波司登品牌在天貓及京東平台共計會員約2,100萬。同時，波司登品牌在抖音平台共計粉絲約1,000萬人。集團借助數字化賦能，實現多觸點精準觸達、智能化用戶數據洞察分析以及差異化的互動體驗，從而形成了高效的閉環運營模式，有效提升用戶的購物體驗和品牌忠誠度。

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。通過端到端一體化拉通的設計流程，力爭為廣大消費者呈現一批又一批的全新產品。年內，波司登品牌的「都市戶外女士多功能外套」及「極地極寒羽絨服」兩款產品榮獲ISPO Award全球設計大獎，波司登品牌的「科技恆溫戶外羽絨服」、「快速拆卸戶外三合一羽絨衝鋒衣」及「快速打包戶外三合一羽絨衝鋒衣」等五款產品榮獲紅點設計獎，波司登品牌的「冠軍恆溫舒適滑雪服」等三款產品獲得美國IDEA入圍獎，「時尚戶外泡芙羽絨服」獲得美國IDEA銅獎。

線下渠道建設方面，集團持續優化渠道質量，提升渠道運營效率。一方面通過鞏固和拓展Top店體系，圍繞不同顧客的需求，定制「一店一設」、「一店一策」；同時，與核心Top店長深度共創，形成可複製推廣的範本，制定明確執行落地計畫，穩步提升管道的管理水準和運營能力。另一方面，進一步升級管道分層經營體系，完善以消費者為核心的管道分層經營標準；強化分店態資源差異化匹配，滿足不同層級顧客需求，分店態精細化運營能力顯著提升。在做實單店運營方面，建立完整高效的高頻計劃和檢驗閉環機制，推動「以門店為中心、以顧客價值為原點」的業務流程變革，實現閉環單店運營策略的有效落地，持續提升門店的盈利能力和顧客滿意度。於2025年3月31日，集團羽絨服業務的常規零售網點（不含旺季店）總數為3,470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35.6%和64.4%。年內，集團亦陸續開設了超過1,500家旺季店，以當季流行的Top款為主要銷售產品，且落位主要集中在核心商圈及體育運動場等。

貼牌加工管理業務

2024/25財年，儘管受到地緣政治風險、部分區域市場低迷等外部挑戰，貼牌加工管理業務仍保持健康且良好的發展勢頭，收入同比上升26.4%至約人民幣3,373.4百萬元，主要由於集團穩步實現核心客戶訂單持續增長、積極拓展新增高質量客戶、強化訂單快返能力、建立高效且開放的管理機制等。由於海外合作工廠之加工成本小幅上升，貼牌加工管理業務的毛利率在2024/25財年較上一財年同期下降1.5個百分點，達約19.1%。

女裝業務

2024/25財年，受持續低迷的市場環境影響，集團的女裝業務收入約人民幣651.1百萬元，收入較去年同期下降20.6%，女裝業務佔集團總收入比重為2.5%，佔集團總收入佔比持續下降的同時，盈利能力也持續下滑。

多元化服裝業務

受惠颯美特品牌校服業務於年內持續錄得穩健增長，集團的多元化服裝業務收入較去年同比小幅上升2.8%至約人民幣209.0百萬元。

線上銷售

2024/25財年，傳統電商平台逐漸進入存量競爭的主導階段，品牌格局持續變化，競爭方式不斷調整，頭部品牌效應凸顯。集團通過發力核心品類、聚合品牌戰役、聚焦內容創新、跨品類行銷以及精細化運營等方式，不斷提升線上平台的經營能力和運營效率，以實現線上管道的高品質發展。年內，集團旗下全品牌線上銷售收入達到人民幣7,575.4百萬元，同比上升9.3%。其中，品牌羽絨服業務的線上銷售收入為人民幣7,478.2百萬元，佔該業務板塊收入34.5%。

未來發展

波司登董事局主席兼總裁高德康先生表示：「2024/25財年，儘管國際國內經貿環境錯綜複雜，但中國經濟基礎穩、韌性強、潛能大、長期向好的大趨勢沒有改變。新質生產力激活發展新動能，全面提振內需帶來市場新機遇，為行業的升級發展提供了堅實支撐。波司登緊跟時代發展的脈搏，順勢而為，積極應對暖冬、消費環境和結構調整等外部因素挑戰，抓住國貨崛起的有利機遇，實現了穩中有進的發展目標。展望未來，集團基於消費者更加個性化、品質化、多元化的需求，錨定『聚焦羽絨服主航道，聚焦時尚功能科技服飾主賽道』的『雙聚焦』戰略方向，集中優勢資源，優化業務佈局，完善品牌矩陣，通過差異化的品牌定位，高質量滿足不同層級消費者的需求，打造主業核心競爭力，成為全球羽絨服行業的引領者。同時，在做強羽絨服核心主業的基礎上，聚焦『時尚功能科技服飾』賽道，進行品類及業務延伸。」

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

陳皓

資本市場及 ESG 可持續發展總經理

董事會辦公室主任兼資本市場及 ESG 可持續發展總監

電話：(852) 2866 6918

電郵：bosideng_ir@bosideng.com

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 趙文慧 / 洪銘榕 / 戴雨晴

電話：(852) 2136 6185

電郵：bosideng@iproqilvy.com