



波司登國際 控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限責任公司)
股份代號：3998

二零零九/一零年中期業績
企業推介



免責聲明



此檔包含的資訊僅供貴方參考。該等資訊未來可能會出現變動，恕不另行通知，我們亦不保證該等資訊的準確性，此檔也可能未能包含關於本公司和/或本公司業務的所有重大資訊。對於此檔所包含的任何資訊或觀點的公正性、準確性、精確性或完整性，或出現的任何錯誤或遺漏，我們並未作出任何明示或暗示的陳述或保證，亦不承擔任何責任或義務。

另外，此檔的資訊含有反映本公司目前對未來事件及財務表現的預測及前瞻性陳述。這些看法是基於當前假設而提出的，這些假設存在不同風險並且可能隨著時間而改變。我們不能保證未來事件將會發生，預測將會實現，或者本公司的假設是正確的。實際結果可能與上述預測有顯著差異。我們並無意願在此提供，貴方亦不應依賴此檔作為本公司財務或交易狀況或前景的一個完整或全面的分析。

此文件不構成購買或認購任何股份的要約或邀請。此檔的任何部分均不應成為任何形式的合同、承諾或投資決定的基礎或依靠。

議程



- 二零零九/一零年中期業績摘要
- 財務回顧
- 業務回顧
- 未來計劃及策略
- 問答環節



二零零九/一零年中期業績
摘要

二零零九/一零年中期業績摘要



「波司登」從一九九五年至二零零八年已連續十四年成爲國內羽絨服行業第一品牌*

旗下四大核心品牌的總市場佔有率爲**39.5%***

透過收購非羽絨服裝品牌，減少對單一產品的依賴

淨溢利增加**19.0%**至人民幣**60.6**百萬元

收入增加**26.2%**至人民幣**1,564.9**百萬元，毛利率提升**3.3**個百分點至**33.5%**水平

羽絨服品牌業務及貼牌加工管理業務的部分業績由人民幣**26.7**百萬元升至人民幣**105.7**百萬元

* 根據中國行業企業信息發佈中心及中國國家統計局

近期發展



策略性推出四季化服裝產品 發展前景良好

收購波司登男裝業務

- 於二零零九年五月，以最高不超過人民幣**650,000,000**元的代價，收購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）
- 作為「波司登」品牌由「單季產品」品牌轉型至「四季化服裝產品」品牌的戰略第一步
- 在北京「鳥巢」委任巨星王力宏為「波司登男裝」的品牌代言人



近期發展 (續)



成立合資公司於大中華地區發展及分銷Rocawear品牌服裝

- 二零零九年五月，本集團簽訂協議成立合資公司，以於大中華地區（包括中國、香港、澳門特別行政區及台灣）推出「Rocawear」品牌男裝、女裝及裝飾品
- 於大中華地區（中國、香港、澳門及台灣）從事「Rocawear」品牌的嬉皮士時尚風格男裝、女裝及裝飾品的生產、銷售、營銷和推廣業務
- 在未來三年內開設300家以上的Rocawear獨立店舖及店中店
- 正積極進行項目運營的前期籌備工作，並準備於二零一零年第三季開張



財務
回顧

業績摘要



	截至九月三十日止六個月		變動
	二零零九年	二零零八年	(%)
(人民幣百萬元)			
收入	1,564.9	1,240.2	+26.2
毛利	524.9	374.9	+40.0
毛利率 (%)	33.5	30.2	+3.3 個百分點
經營溢利	30.5	18.8	+62.2
除稅前溢利	80.3	76.8	+4.6
期內溢利	60.6	51.1	+18.6
每股盈利 (人民幣分)			
— 基本及攤薄	0.78	0.64	+21.9
每股股息			
— 中期 (人民幣分)	3.8	-	-
— 特別 (人民幣分)	-	3.8	-

按業務分部劃分的收入



(人民幣百萬元)	截至九月三十日止六個月			
	二零零九年	(%)	二零零八年	(%)
品牌羽絨服	1,032.3	66.0%	843.6	68.0%
- 賣斷銷售	886.4	56.7%	684.8	55.2%
- 寄售	141.4	9.0%	155.2	12.5%
- 其他*	4.5	0.3%	3.6	0.3%
貼牌加工管理	475.7	30.4%	396.6	32.0%
男裝	56.9	3.6%	-	-
總收入	1,564.9	100%	1,240.2	100%

* 指主要與羽絨服產品有關的原材料及四季化服裝的銷售

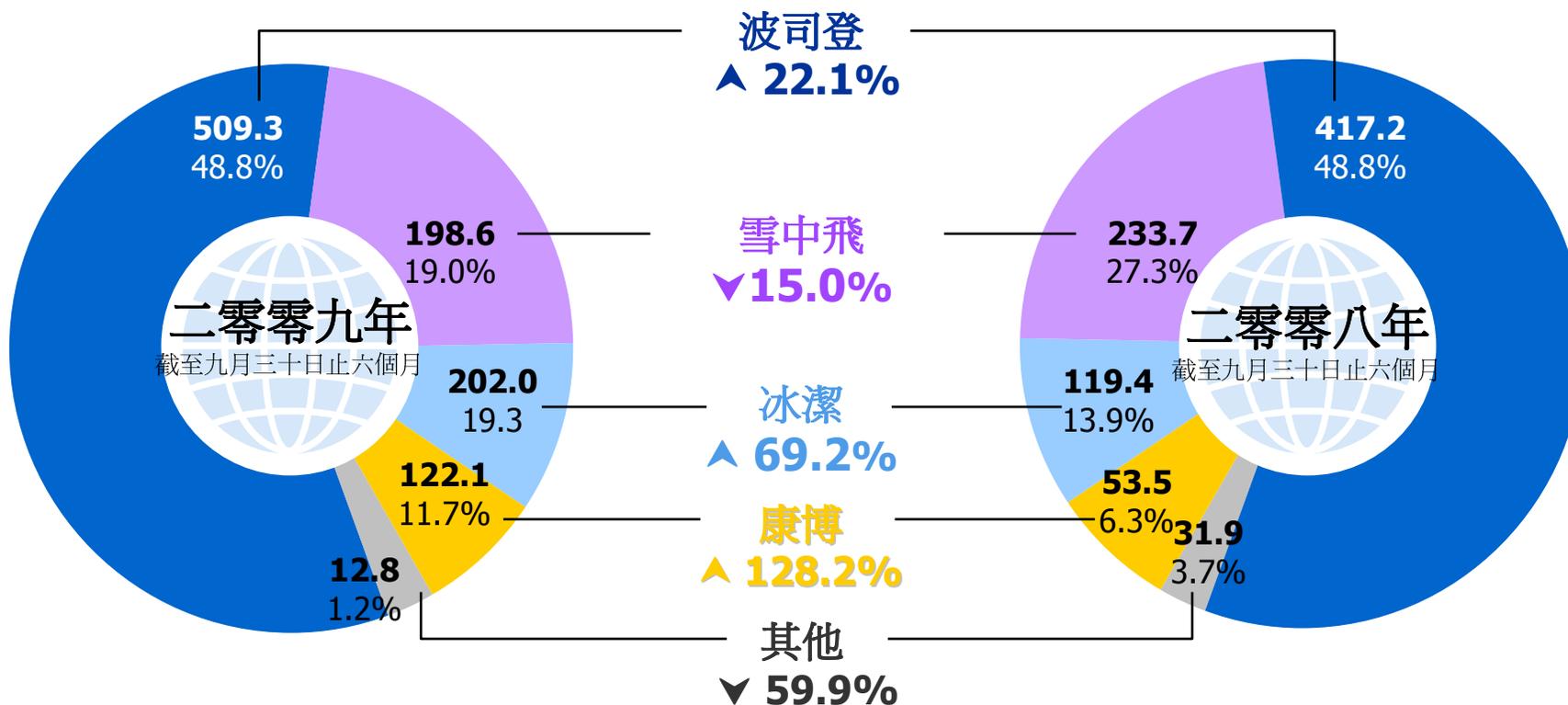
- 男裝收入為人民幣**56.9**百萬元。由於男裝銷售旺季為每年九月至四月，而集團於二零零九年五月底才購入有關業務，因此該業務期內之收入對集團整體業務貢獻較少

銷售組合改善令毛利率上升



銷售額*：
人民幣**1,044.8** 百萬元

銷售額*：
人民幣**855.7** 百萬元



* 銷售回扣未從羽絨服總收入或各品牌收入中扣除
截至二零零九年及二零零八年九月三十日止六個月的銷售回扣，分別是人民幣12.5百萬元及人民幣12.1百萬元

分部業績



	截至九月三十日止六個月					
	二零零九年			二零零八年		
(人民幣百萬元)	收入	毛利率 (%)	分部除所得稅前溢利／(虧損)	收入	毛利率 (%)	分部除所得稅前溢利／(虧損)
品牌羽絨服	1,032.3	39.2	19.3	843.6	34.9	(40.4)
貼牌加工管理	475.7	20.8	86.4	396.6	20.3	67.1
男裝	56.9	37.8	(25.4)	-	-	-
本集團	1,564.9	33.5	80.3	1,240.2	30.2	26.7

- 於回顧期內，品牌羽絨服業務及貼牌加工管理業務的部分業績由人民幣26.7百萬元升至人民幣105.7百萬元。
- 分部業績得以改善，主要由於：
 - 羽絨服：
 - 銷售渠道及品牌羽絨服銷售組合進一步優化，從而提高銷售額及毛利率
 - 銷售計劃有效控制存貨於淡季時的售價
 - 貼牌加工管理：
 - 在淡季時給充分利用集團的資源

營運開支



	截至九月三十日止六個月				變動 (百份點)
	二零零九年 (人民幣百萬 元) (佔收入百分比)		二零零八年 (人民幣百萬 元) (佔收入百分比)		
總營運開支	473.4	30.3%	362.6	29.3%	+1.0
分銷開支	324.7	20.8%	257.0	20.8%	-
• 營銷及推廣開支	150.1	9.6%	120.5	9.7%	-0.1
行政開支	148.7	9.5%	105.6	8.5%	+1.0

- 行政開支增加，主要由於：
 - 期內收購男裝業務

存貨



	於二零零九年九月三十日	於二零零九年三月三十一日	於二零零八年九月三十日
 (人民幣千元)			
原材料	141,604	29,980	170,940
在製品	238,351	3,980	205,334
製成品	767,171	822,827	698,347

- 由於預測二零零九年冬季市場對羽絨服的需求將更加殷切，因而策略增加在製品及製成品的存貨

穩健的財務狀況



	於二零零九年九月三十日	於二零零九年三月三十一日	於二零零八年九月三十日
現金淨額 (人民幣百萬元)	2,058.2	4,898.9	3,493.9
可供出售金融資產	1,518.0	-	-
持有至到期之投資 (人民幣百萬元)	570.0	570.0	1,101.2
流動比率	4.5	10.1	6.0
負債比率	0	0	0
營運現金流入/(流出) (人民幣百萬元)	(50.2)	1,424.4	(889.5)

- 採取審慎的融資及理財政策，同時維持穩健的財務狀況
 - 現金淨額約為人民幣2,058.2百萬元
 - 並無未償還貸款及銀行借款
- 現金淨額、可供銷售財務資產及持有至到期投資總值人民幣4,146.2百萬元，二零零九三月總值為人民幣5,468.9百萬元
 - 有關總值有所下降，由於派息及購入男裝業務所致

流動比率 = 流動資產 / 流動負債
 負債比率 = 貸款及借款總額 / 權益總額



業務 回顧



穩踞市場龍頭地位



- 從一九九五年起已連續十四年成爲國內羽絨服行業第一品牌
- 市場佔有率達**26.3%***，爲最接近的競爭對手之市佔率逾**3倍**

- 排名第二位，市場佔有率爲**10.1%***

- 排名分別爲第七位和第十一位，市場佔有率爲**3.1 %***

康博



波司登

雪中飛

冰潔

四大核心品牌的總市場佔有率爲**39.5%***

* 資料來源：二零零八年中國行業企業信息發佈中心刊發的報告

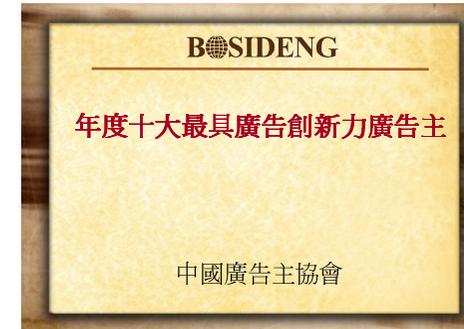
強勁品牌價值



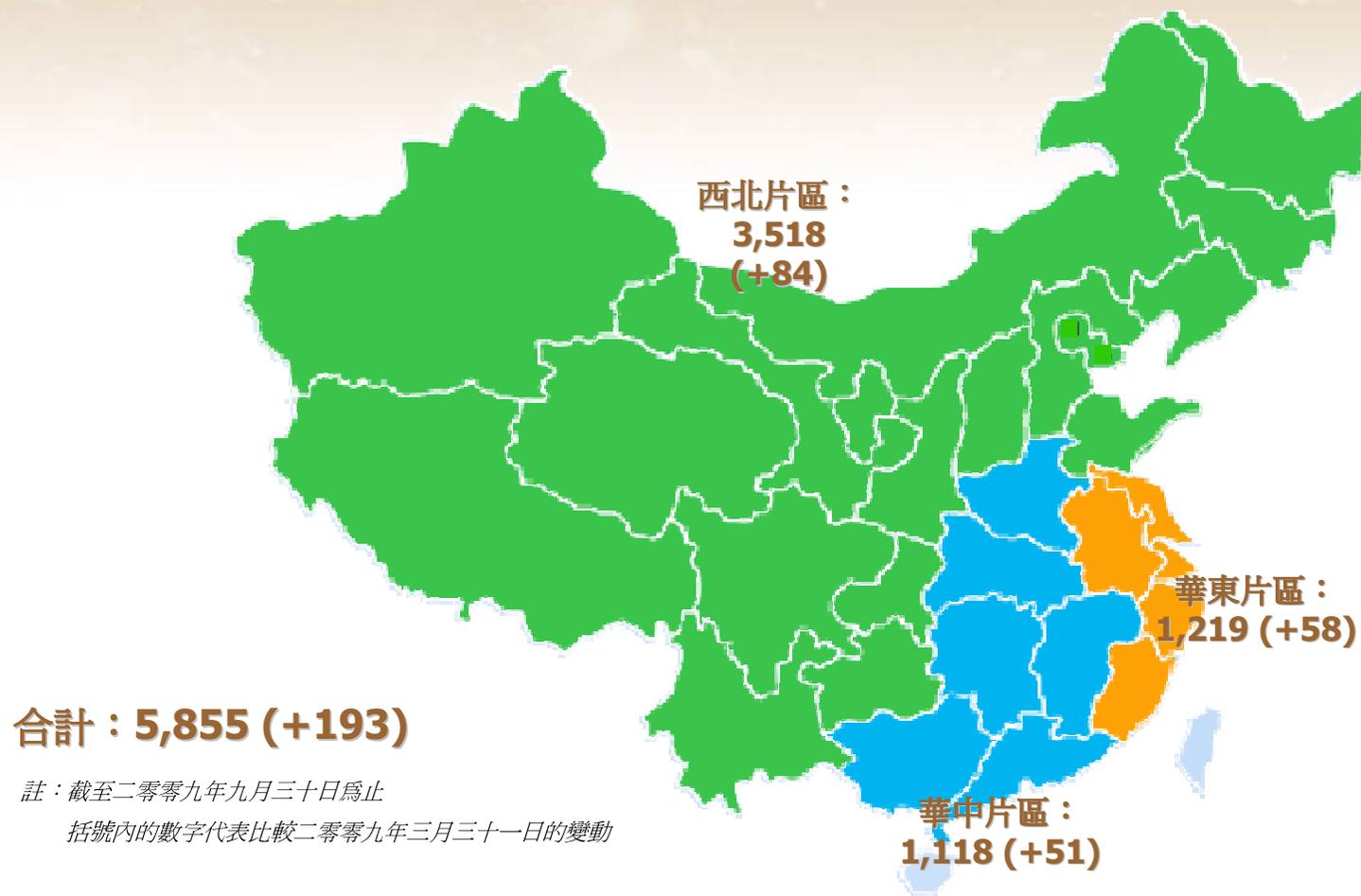
- 於國內具影響力的消費品牌研究-「中國最有價值品牌」中，「波司登」及「雪中飛」分別以品牌價值人民幣**162.2億元**及人民幣**51.09億元**位列第**13位**及第**44位**
- 「波司登」的排名為眾內地服裝品牌中最高，品牌價值亦為緊接其後的服裝品牌之約兩倍

	2009		2008	
	品牌價值 (人民幣億元)	排名	品牌價值 (人民幣億元)	排名
波司登	162.20	第13位	160.60	第13位
雪中飛	51.09	第44位	-	-

獎項及認可



廣泛的全國零售網絡



合計：5,855 (+193)

註：截至二零零九年九月三十日為止

括號內的數字代表比較二零零九年三月三十一日的變動

- 西北片區：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
- 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

店舖分佈



- 增加自營店以提高毛利率
 - 集中於百貨店的單季專櫃
 - 進一步利用集團內部資源管理自營店

	羽絨服			男裝		
	截至二零零九年九月三十日	截至二零零九年三月三十一日	變動	於二零零九年九月三十日	於二零零九年三月三十一日	變動
店舖類型						
專賣店	3,571	3,860	-289	388	369*	+19
- 由本集團經營	99	31	+68	29	2*	+27
- 由第三方經銷商經營／監督	3,472	3,829	-357	359	367*	-8
寄售網點	2,284	1,802	+482	278	291*	-13
- 由本集團經營	1,112	694	+418	32	10*	+22
- 由第三方經銷商經營／監督	1,172	1,108	+64	246	281*	-35
合計	5,855	5,662	+193	666	660	+6

* 於二零零九年三月三十一日的比較數據，因二零零九年五月前，波司登男裝業務並非本集團的一部分

有效的市場營銷策略



電視及雜誌



高端旗艦店



明星代言人



演唱會廣告

繼續大力發展科研和產品設計體系



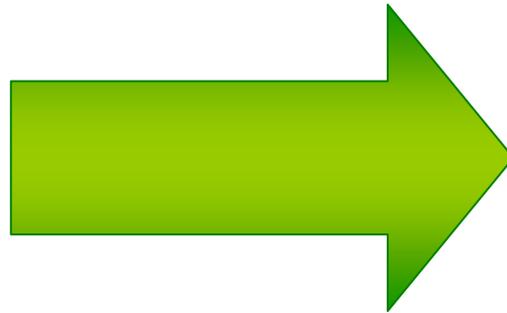
進行市場研究

參加各種展銷會，及嚴
密分析銷售表現

邀請法國、韓國、香港等地
著名設計師現場指導

選派優秀設計師到法國
及意大利考察學習

於上海及廣州設立設
計工作室



將中華經典民族風格與國際潮
流融合在本集團的設計中



未來計劃 及策略



羽絨服產品

- ◆ 繼續為我們的核心業務
- ◆ 全力推動「雪中飛」、「康博」、「冰潔」等快速成長品牌的發展，維持市場領導地位
- ◆ 進一步擴展至國際市場
- ◆ 繼續擴大和加強研究、設計及開發團隊



推進四季化服裝產品發展



非羽絨服裝產品

- ◆ 透過波司登四季化服裝、波司登男裝及「Rocawear」推動非羽絨服裝產品的發展
- ◆ 本集團將透過併購、代理、合營、渠道互換等多種合作方式，繼續積極尋找與聲譽良好的服裝公司合作的機會



波司登四季化服裝



波司登男裝



Rocawear

以大型旗艦店爲首拓展分銷網絡



羽絨服產品

- 增加「波司登」自營店的數目，以提升毛利率
- 開設「生活館模式」大型品牌旗艦店以推廣形象



非羽絨服產品

男裝

- 於二零一零年三月底前約 800 家零售點
- 二零一一年前達1,200家

Rocawear

- 開設300家獨立店舖及店中店

提升研發能力及加強市場營銷



加強研發及設計能力

- 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」打造成國際知名品牌
- 加強研究、設計及開發團隊
- 與國內外知名研究機構更緊密合作
- 開發及應用新型面料，提升產品競爭力和品牌附加值

市場營銷策略

- 與外聘專業顧問機構緊密合作，進一步確立各品牌產品不同的風格和市場定位
- 採取全面的市場營銷策略
 - 獲選為「十大最具廣告創新力廣告主」
 - 透過不同媒體進行宣傳
 - 在中央電視台黃金時段推廣集團品牌，並策略地獲取明年旺季天氣報告黃金時段
 - 除了透過雜誌宣傳外，「波司登男裝」亦在央視高端媒體平台、機場和高速公路廣告載體投放廣告
- 於店舖內舉辦與顧客互動的產品展覽及推廣活動





Bosideng International Holdings Limited

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
Stock code : 3998

問答環節

