



波司登国际控股有限公司

2014/15中期业绩

免责声明

此档包含的资讯仅供贵方参考。该等资讯未来可能会出现变动，恕不另行通知，我们亦不保证该等资讯的准确性，此档也可能未能包含关于本公司和/或本公司业务的所有重大资讯。对于此档所包含的任何资讯或观点的公正性、准确性、精确性或完整性，或出现的任何错误或遗漏，我们并未作出任何明示或暗示的陈述或保证，亦不承担任何责任或义务。

另外，此档的资讯含有反映本公司目前对未来事件及财务表现的预测及前瞻性陈述。这些看法是基于当前假设而提出的，这些假设存在不同风险并且可能随着时间而改变。我们不能保证未来事件将会发生，预测将会实现，或者本公司的假设是正确的。实际结果可能与上述预测有显著差异。我们并无意愿在此提供，贵方亦不应依赖此档作为本公司财务或交易状况或前景的一个完整或全面的分析。

此文件不构成购买或认购任何股份的要约或邀请。此档的任何部分均不应成为任何形式的合同、承诺或投资决定的基础或依靠。

议程

- 财务回顾
- 业务回顾
- 展望

财务回顾



财务摘要

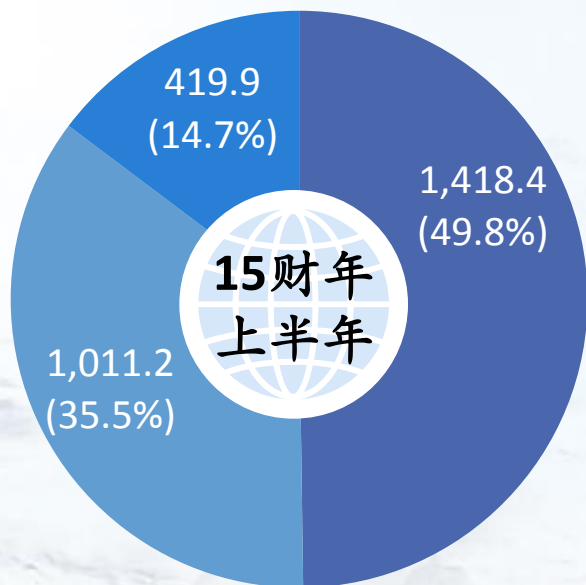
| | 截至9月30日止六个月 | | 变动 |
|--------------|-------------|---------|--------|
| (人民币百万元) | 2014 | 2013 | (%) |
| 收入 | 2,849.5 | 2,809.2 | +1.4% |
| 毛利 | 1,349.5 | 1,387.1 | -2.7% |
| 息税折旧摊销前盈利 | 473.4 | 422.9 | +11.9% |
| 经营溢利 | 306.6 | 343.4 | -10.7% |
| 本公司权益持有人应占溢利 | 252.7 | 326.1 | -22.5% |
| 每股盈利(人民币分) | 3.18 | 4.10 | -22.4% |
| — 基本及摊薄 | | | |
| 每股股息(港仙) | | | |
| — 中期 | 1.2 | 3.7 | -67.6% |

| | 截至9月30日止六个月 | | 变动 |
|------------|-------------|-------|-------|
| | 2014 | 2013 | (百分点) |
| 盈利比率 | 2014 | 2013 | (百分点) |
| 毛利率(%) | 47.4% | 49.4% | -2.0 |
| EBITDA率(%) | 16.6% | 15.1% | +1.5 |
| 经营溢利率(%) | 10.8% | 12.2% | -1.4 |
| 净利率(%) | 8.9% | 11.6% | -2.7 |
| 实际税率(%) | 28.5% | 23.3% | +5.2 |

收入分析

人民币2,849.5百万元

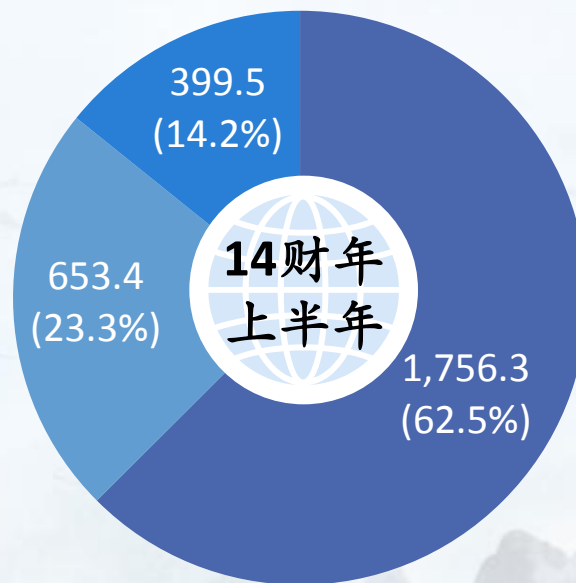
(人民币百万元)



■ 品牌羽绒服

人民币2,809.2百万元

(人民币百万元)



■ 贴牌加工管理

■ 非羽绒服

(占收入百分比)

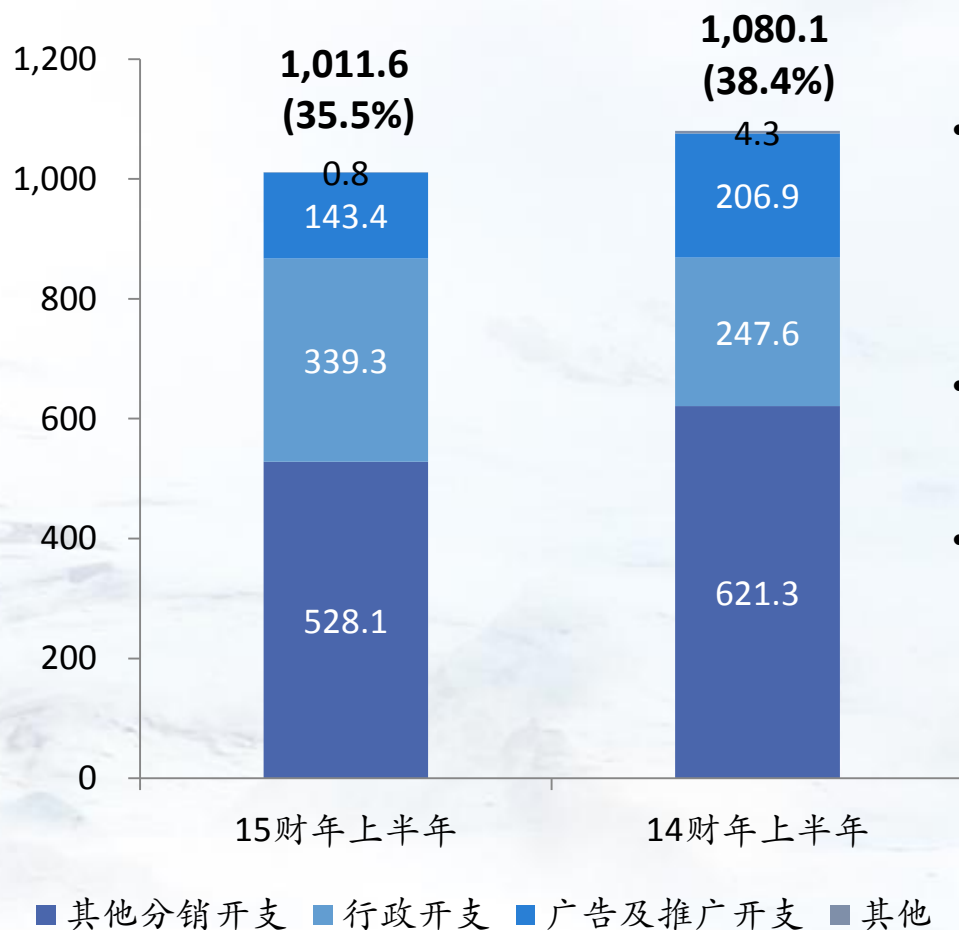
毛利率分析

| | 截至9月30日止六个月 | | |
|--------|--------------|-------|---------|
| | 2014 | 2013 | 变动 |
| 品牌羽绒服 | 67.8% | 58.7% | +9.1百分点 |
| 贴牌加工管理 | 17.1% | 20.0% | -2.9百分点 |
| 非羽绒服 | 51.0% | 56.2% | -5.2百分点 |
| 本集团 | 47.4% | 49.4% | -2.0百分点 |

- 品牌羽绒服的毛利率较去年同期高9.1个百分点，主要原因是较高毛利率的波司登品牌销售占比增加，以及存货跌价拨备冲回所引致

营运开支

(人民币百万元)



(占收入百分比)

- 广告及推广开支下降30.7%，主要由于集团调整媒体策略。集团减少在中央电视台、公路路牌等传统渠道的广告投放，并提高互联网的使用
- 其他分销开支下降15.0%，主要是由于集团梳理渠道而减少店铺所致
- 行政开支上升，主要由于坏账拨备大幅提高

存货

| (人民币千元) | 于2014年 9月30日 | 于2013年 9月30日 | 变动 | 于2014年 3月31日 |
|---------|------------------|-----------------|--------|-----------------|
| 原材料 | 241,194 | 305,005 | -20.9% | 157,183 |
| 在制品 | 380,173 | 378,471 | +0.4% | 17,061 |
| 制成品 | 1,786,531 | 2,019,641 | -11.5% | 1,868,471 |
| 总额 | 2,407,898 | 2,703,117 | -10.9% | 2,042,715 |

营运资金管理

| | 截至9月30日之六个月 | | |
|--------------------------------|-------------|------|-----|
| | 2014 | 2013 | 变动 |
| 平均存货周转天数 ⁽¹⁾ | 271 | 300 | -29 |
| 平均应收贸易账款及票据周转天数 ⁽²⁾ | 136 | 94 | +42 |
| 平均应付贸易账款及票据周转天数 ⁽³⁾ | 96 | 95 | +1 |

(1)上半年的数字为平均存货除以销售成本，再乘以365天/2。

(2)上半年的数字为平均应收贸易账款及票据除以营业额，再乘以365天/2。

(3)上半年的数字为平均应付贸易账款及票据除以销售成本，再乘以365天/2。

财务状况

| | 于2014年 9月30日 | 于2013年 9月30日 | 于2014年 3月31日 |
|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|
| (人民币百万元) | | | |
| 现金 | 2,695.3 | 2,278.5 | 2,734.3 |
| 银行借款 | 3,411.9 | 2,468.9 | 3,259.2 |
| 可供出售金融资产/其他金融资产 | 995.1 | 1,391.6 | 2,502.9 |
| 流动比率(倍) | 2.4x | 2.4x | 3.5x |
| 负债比率(%) | 45.2% | 34.4% | 44.2% |
| 营运现金流入/(流出) | (1,643.1) | (1,237.0) | (150.6) |

- 现金净额、可供出售金融资产/其他金融资产及银行借款总值达人民币278.4百万元，相对于2013年9月30日总值为人民币1,201.4百万元及2014年3月31日人民币1,978.1百万元

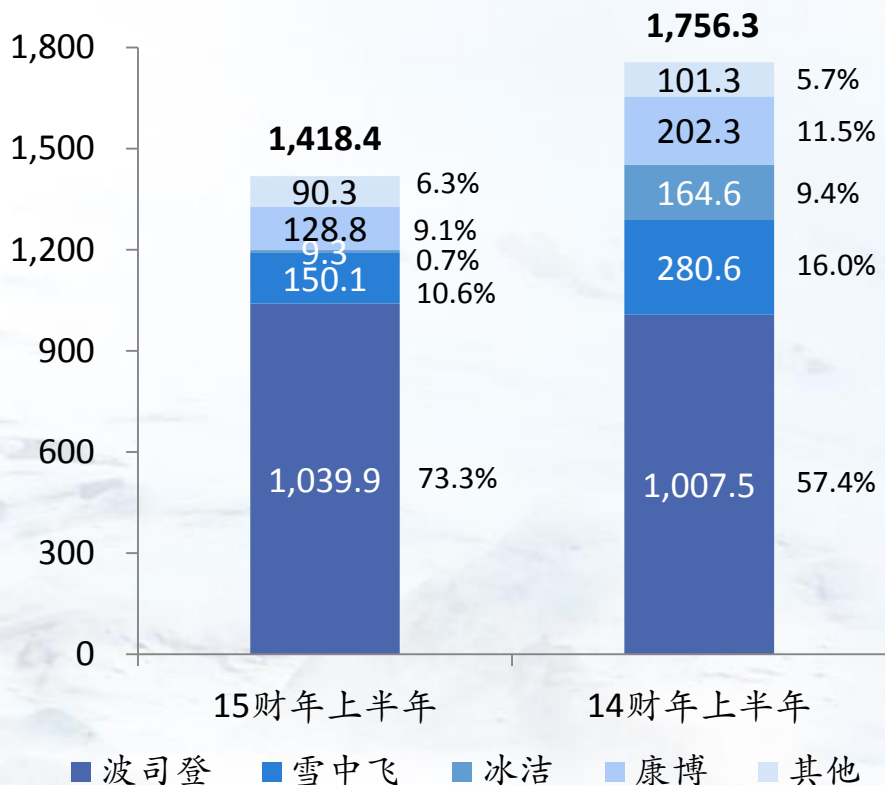
业务回顾



羽绒服业务

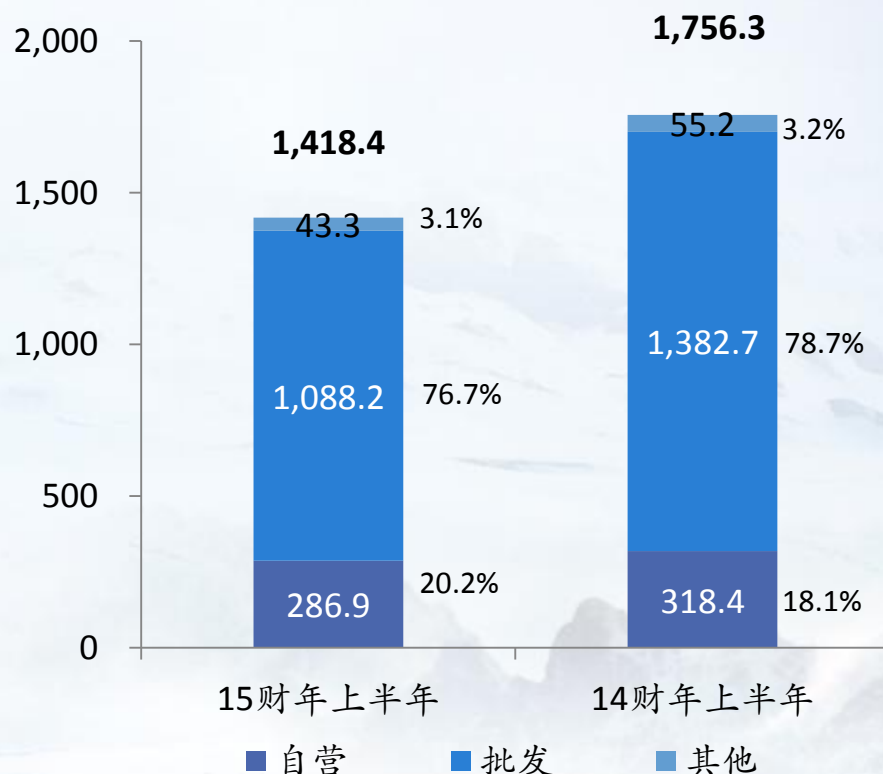
按品牌划分之收入

(人民币百万元)



按业务划分之收入

(人民币百万元)



- 收入减少19.2%，主要由于关闭门店使零售网络更为合理，并加大折扣力度以清理库存
- 新产品以波司登和雪中飞品牌为主

优化零售网络

| 门店数目 | 于2014年 9月30日 | 于2014年 3月31日 | 变动 |
|------|-----------------|-----------------|--------|
| 波司登 | 5,501 | 4,771 | 730 |
| 雪中飞 | 1,433 | 2,358 | -925 |
| 康博 | 987 | 2,324 | -1,337 |
| 冰洁 | 295 | 1,623 | -1,328 |
| 总数 | 8,216 | 11,652 | -3,436 |

- 对羽绒服各品牌的渠道进行梳理与整合，避免渠道重叠，使零售网络布局更为合理
- 继续关闭表现不佳的门店

存货管理

减少存货，避免积压

旧存货

- 对不同年份的库存重新制定销售价格
- 提高反季折扣力度
- 开设更多清库存渠道，如折扣店、临时性促销店铺、连锁卖场、乡镇/偏远地区大型特卖场或工厂店等

2014年系列产品

- 新产品以波司登和雪中飞品牌为主
- 按实际销售情况严格控制经销商的补货订单，并对订单做适当调整
- 预期总产量将减少约25%
- 实现库存共享，通过中央物流中心进一步降低各区所需的库存

行之有效的营销策略

- 减少传统媒体的广告投放，如中央电视台、各地卫星电视台以及公路路牌
- 加大利用新媒体，特别是社交媒体，如微信，优酷等，增强与客户的互动
- 探索和热门公关活动的跨界合作，在活动中进行植入式产品宣传

YOUKU 优酷



2014波司登羽绒艺术之冰山之旅（上海站）精彩开启

2014-10-09 波司登



创新，将每一次蜕变都幻化成一次奇异的旅程。波司登以远见者的精神，探索和创造羽绒文化的传奇，在冰天雪地的极地环境中，开启冰山之旅，让羽绒艺术成为一种时尚体验，不断引领品牌走向时尚的巅峰。



探索O2O

移动电子商务：利用微信端结合活动扫二维码，鼓励消费者下载线上购物端并成为会员；另一方面利用会员数据推进实体店的促销活动，达到线上线下平台互相拉动

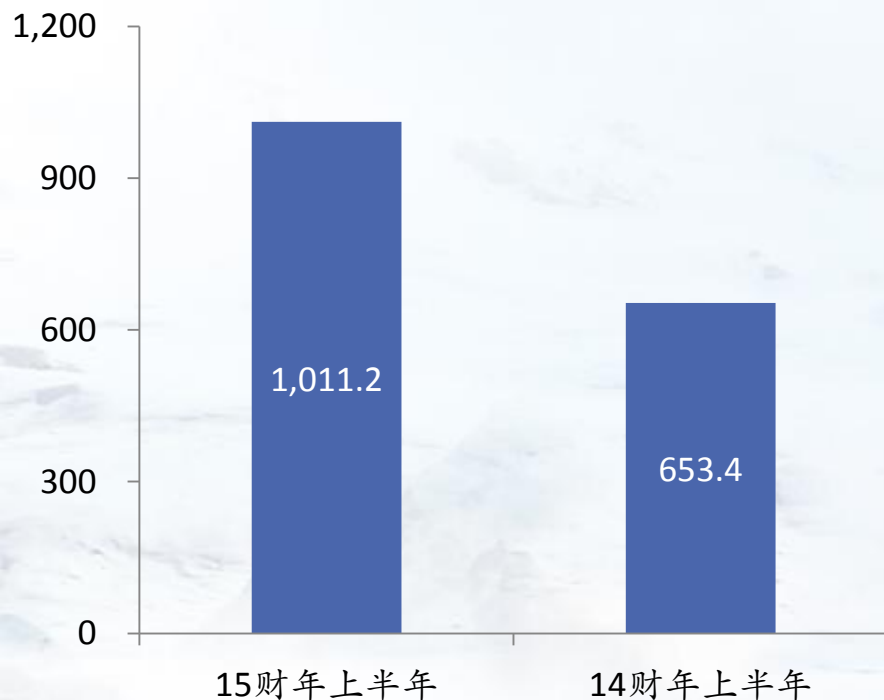
线上销售的供应链和物流优化：网上订单采取就近发货的措施，以提高物流速度，方便顾客退换货，从而提升顾客的购物体验



贴牌加工管理业务

贴牌加工管理业务之收入

(人民币百万元)

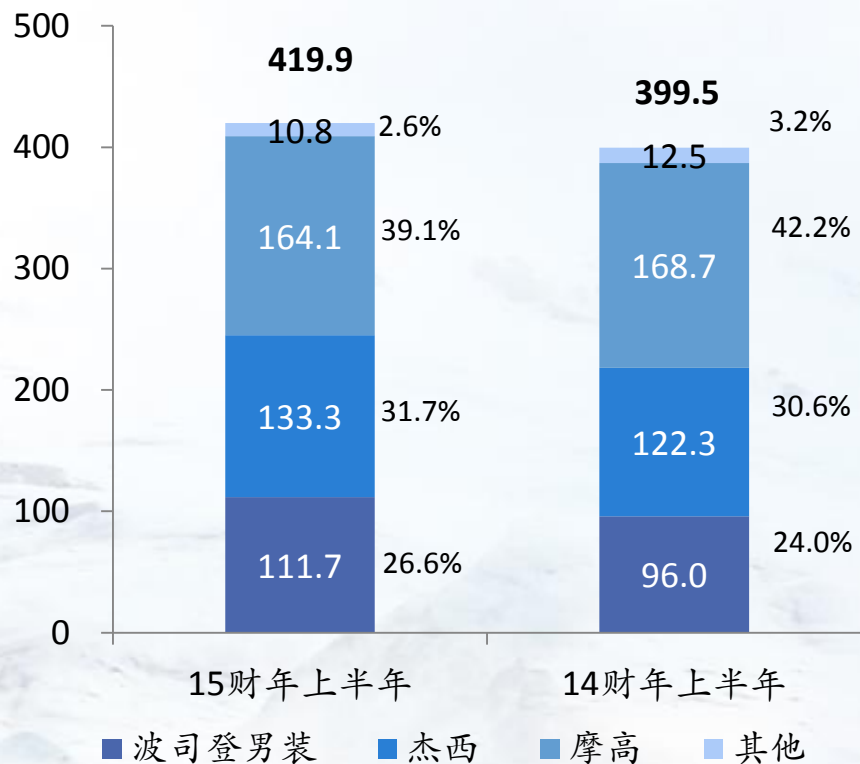


- 收入上升54.8%
- 拥有11名贴牌加工客户，主要为美国的知名品牌，来自前五大客户的收入占贴牌加工管理业务收入78%
- 贴牌加工管理业务大部分2014/15财年的订单于九月完成生产并付运

非羽绒服业务

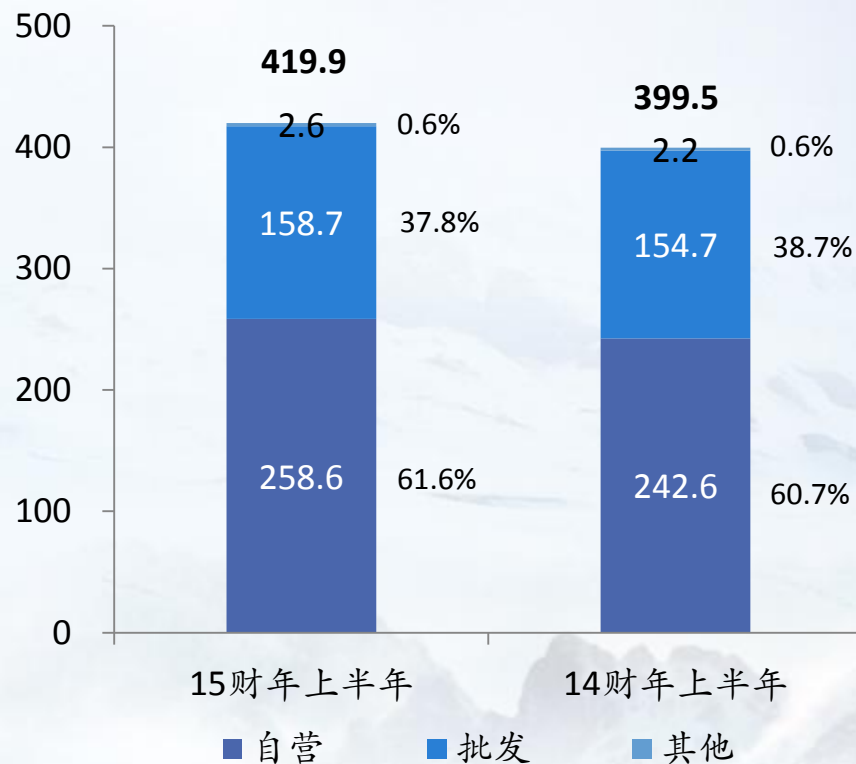
按品牌划分之收入

(人民币百万元)



按业务划分之收入

(人民币百万元)



- 收入上升5.1%
- 波司登男装、杰西和摩高的主要工作为消化库存和调整零售网络
- 伦敦旗舰店将拓展羽绒服系列，以丰富产品组合并拉动销售

展望



展望

羽绒服业务

- 降低库存水平，改善现金流
- 实施数据管理以逐步改善运营效率
- 重塑品牌
- 进一步推进 O2O

推动自然增长
提高竞争力

国际化布局

- 进一步拓展伦敦旗舰店的运营发展
- 进一步提升自有羽绒服品牌的海外销售

提升国际地位

多元化发展

- 积极寻求新业务和对外合作联盟的机会

致力成为多品牌
综合服装运营商

附录



羽绒服业务之零售网络

| 于2014年9月 30日 | 波司登 | | 雪中飞 | | 康博 | | 冰洁 | | 合计 | |
|-----------------|--------------|------------|--------------|-------------|------------|---------------|------------|---------------|--------------|---------------|
| | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 |
| 专卖店 | | | | | | | | | | |
| 本集团经营 | 495 | 106 | 92 | -83 | 19 | -9 | 4 | -15 | 610 | -3 |
| 第三方经营 商经营 | 2,457 | 22 | 409 | -309 | 96 | -374 | 95 | -597 | 3,057 | -1,621 |
| 小计 | 2,952 | 128 | 501 | -392 | 115 | -383 | 99 | -612 | 3,667 | -1,624 |
| 寄售网点# | | | | | | | | | | |
| 本集团经营 | 1,586 | 351 | 638 | -294 | 565 | -272 | 120 | -83 | 2,909 | -301 |
| 第三方经营 商经营 | 963 | 251 | 294 | -239 | 307 | -682 | 76 | -633 | 1,640 | -1,511 |
| 小计 | 2,549 | 602 | 932 | -533 | 872 | -954 | 196 | -716 | 4,549 | -1,812 |
| 合计 | 5,501 | 730 | 1,433 | -925 | 987 | -1,337 | 295 | -1,328 | 8,216 | -3,436 |

变动：与2014年3月31日相比

#寄售网点主要为位于百货公司的柜位，一般在羽绒服销售旺季期间设置，以配合羽绒服产品季节性的特点

非羽绒服业务之零售网络

| 于2014年9月30日 | 波司登男装 | | 杰西 | | 摩高 | | 合计 | |
|-------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|--------------|-------------|
| | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 | 店数 | 变动 |
| 专卖店 | | | | | | | | |
| 本集团经营 | 27 | -5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 30 | -6 |
| 第三方经营商经营 | 248 | -40 | 40 | -3 | 93 | -16 | 381 | -59 |
| 小计 | 275 | -45 | 43 | -3 | 93 | -16 | 411 | -65 |
| 寄售网点 | | | | | | | | |
| 本集团经营 | 54 | -22 | 109 | 3 | 194 | -15 | 357 | -57 |
| 第三方经营商经营 | 212 | 16 | 69 | -5 | 0 | 0 | 281 | 8 |
| 小计 | 266 | -6 | 178 | -2 | 194 | -15 | 638 | -49 |
| 合计 | 541 | -51 | 221 | -5 | 287 | -31 | 1,049 | -114 |

变动：与2014年3月31日相比

波司登
BSD
BOSIDENG
世界名牌



谢谢!