



2018/19 中期业绩

2018年11月30日

波司登
BOSIDENG

免责声明

此文件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，此文件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。对于此文件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，此文件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，贵方亦不应依赖此文件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。此文件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
- 未来发展计划

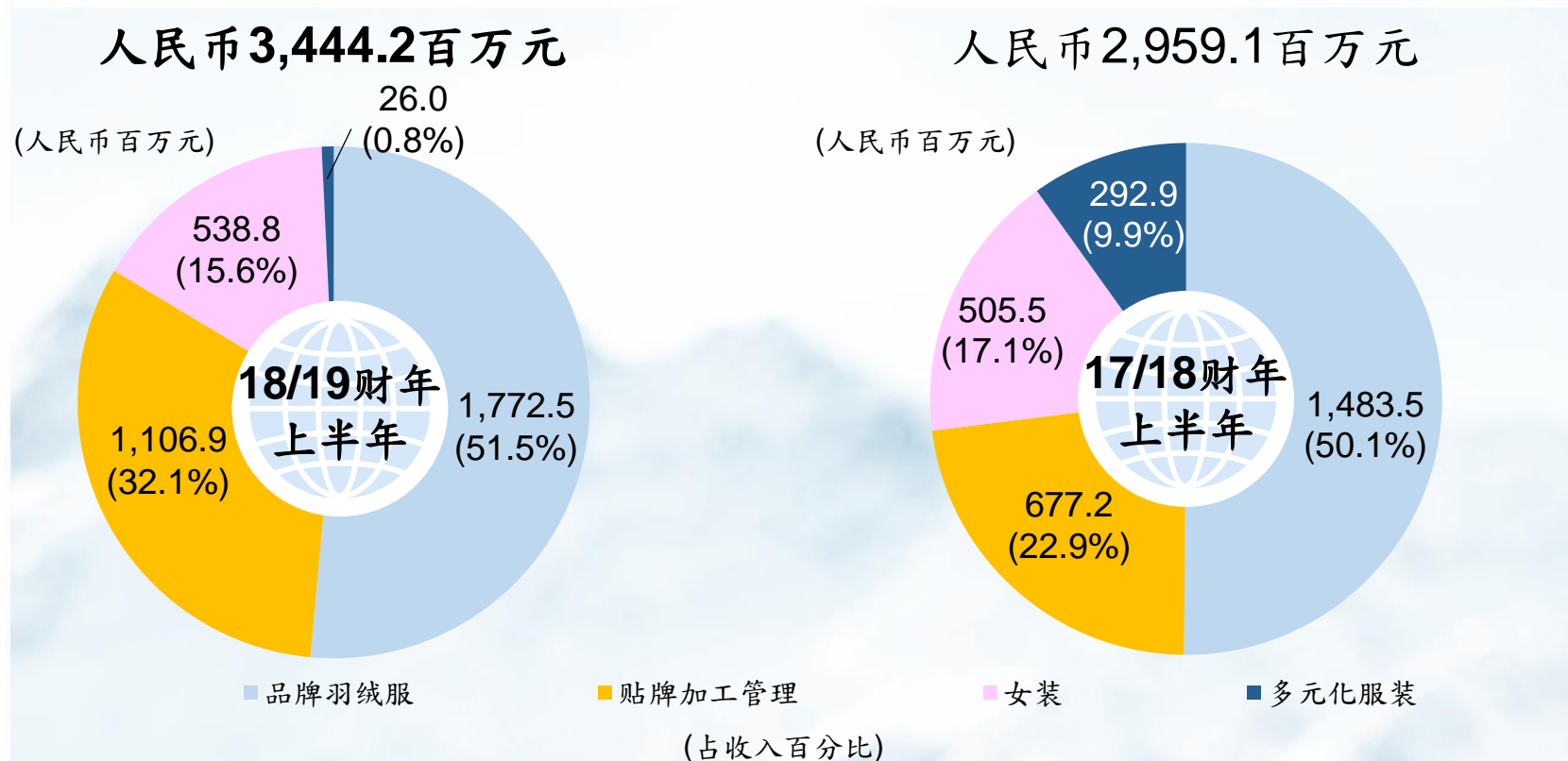
财务回顾



财务摘要

(人民币百万元)	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
收入	3,444.2	2,959.1	+16.4%
毛利	1,455.4	1,187.9	+22.5%
经营溢利	354.9	219.0	+62.1%
本公司权益持有人应占溢利	251.2	174.5	+43.9%
每股盈利(人民币分)			
— 基本	2.38	1.65	+44.2%
— 摊薄	2.36	1.65	+43.0%
每股股息(港仙)			
— 中期	2.0	1.5	+33.3%
毛利率	42.3%	40.1%	+2.2个百分点
经营溢利率	10.3%	7.4%	+2.9个百分点
净利率	7.3%	5.9%	+1.4个百分点
所得税税率	28.3%	23.4%	+4.9个百分点
派息比率	74.4%	73.8%	+0.6个百分点

收入分析



集团总收入上升，主要由于

- 本集团专注核心主业，激活品牌力量，从而增强了波司登在消费者中的认知度及品牌力，带动了品牌羽绒服业务收入的稳定上升。
- 本集团贴牌加工业务板块聚焦核心客户需求，提升客户黏性；同时针对性的开发生产资源，加强品质管理及订单管理，使得上半年此板块业务收入快速增长。

收入分析 - 按业务类型

业务类型 (人民币百万元)	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
品牌羽绒服	1,772.5	1,483.5	+19.5%
贴牌加工管理	1,106.9	677.2	+63.5%
女装	538.8	505.5	+6.6%
多元化服装	26.0	292.9	-91.1%
合计	3,444.2	2,959.1	+16.4%

收入分析 - 按品牌羽绒服业务

羽绒服业务 (人民币百万元)	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动金额	变动幅度
波司登	1,557.1	1,254.3	+302.8	+24.1%
雪中飞	81.7	69.5	+12.2	+17.5%
冰洁	90.5	93.2	-2.7	-2.9%
其他品牌	2.6	20.9	-18.3	-87.7%
其他*	40.6	45.6	-5.0	-10.8%
合计	1,772.5	1,483.5	+289.0	+19.5%

* 指与羽绒服产品有关的原材料销售、及其他授权费收入等

收入分析 - 按女装业务

女装业务 (人民币百万元)	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动金额	变动幅度
杰西	192.1	175.4	+16.7	+9.6%
邦宝**	160.7	179.7	-19.0	-10.6%
柯利亚诺*	82.0	65.8	+16.2	+24.5%
柯罗芭*	101.4	84.6	+16.8	+19.8%
其他品牌	2.6	-	+2.6	不适用
合计	538.8	505.5	+33.3	+6.6%

* 柯利亚诺、柯罗芭于2017年4月成为集团附属公司

**鉴于在上一个财年，邦宝已基本完成消化旧库存，故在过去的六个月内，邦宝通过推出新品带动收入的良性增长；虽然在收入端较去年同期有10.6%的下降，但在毛利率端有7.6%的同比提升

收入分析 - 按多元化服装业务

多元化服装 (人民币百万元)	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动金额	变动幅度
男装	12.7	75.9	-63.2	-83.3%
波司登居家	2.0	203.9	-201.9	-99.0%
其他品牌及其他	11.3	13.1	-1.8	-13.7%
合计	26.0	292.9	-266.9	-91.1%

毛利率

业务类型	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
品牌羽绒服	50.6%	42.7%	+7.9个百分点
贴牌加工管理	17.7%	20.4%	-2.7个百分点
女装	76.1%	72.8%	+3.3个百分点
多元化服装	-185.0%	16.3%	-201.3个百分点
本集团	42.3%	40.1%	+2.2个百分点

毛利率 - 品牌羽绒服

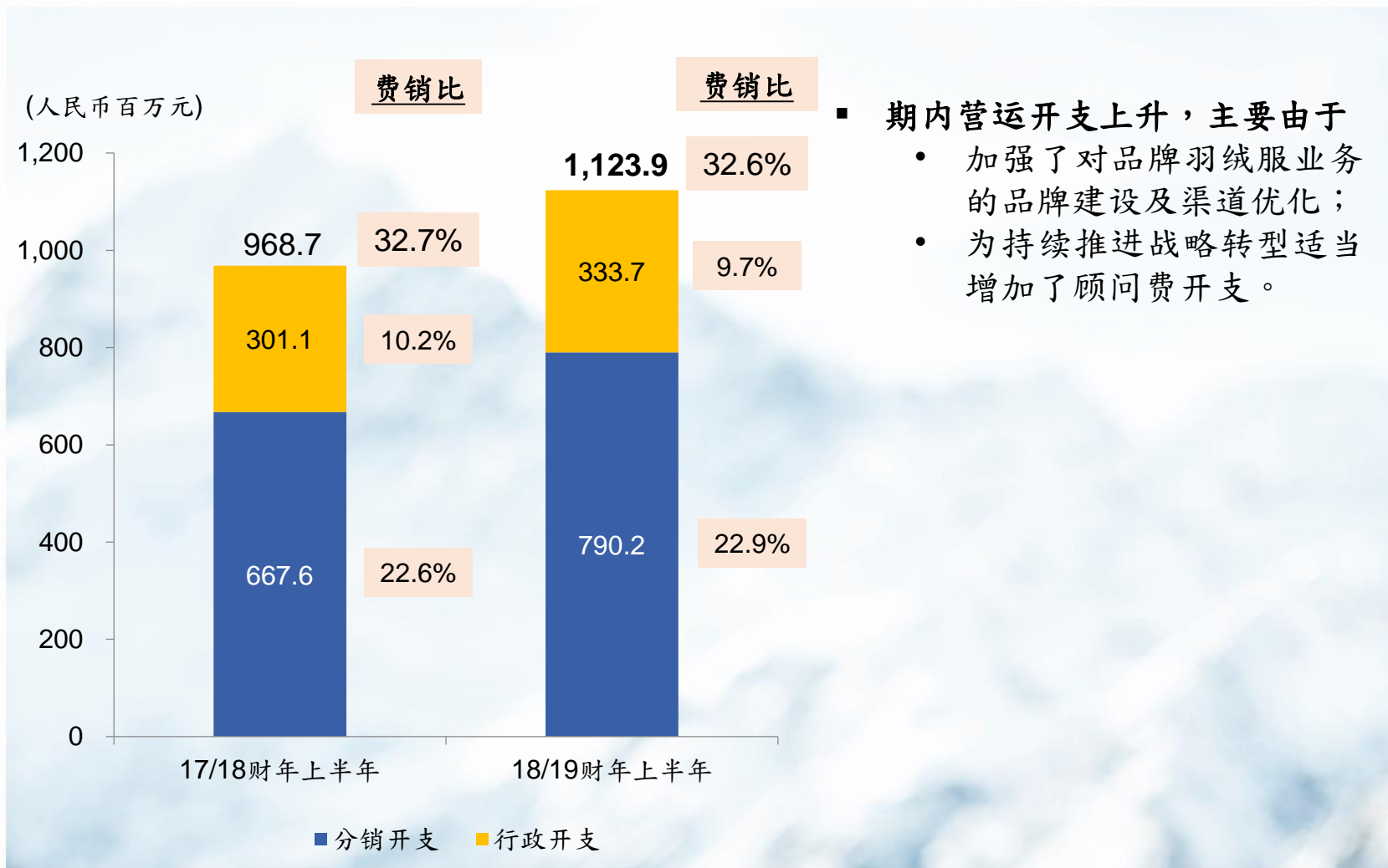
品牌羽绒服	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
波司登	52.8%	43.8%	+9.0个百分点
雪中飞	38.7%	43.3%	-4.6个百分点
冰洁	34.9%	46.7%	-11.8个百分点
品牌羽绒服	50.6%	42.7%	+7.9个百分点

毛利率 - 女装

女装	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
杰西	69.8%	74.4%	-4.6个百分点
邦宝	75.6%	68.0%	+7.6个百分点
柯利亚诺 *	82.9%	78.1%	+4.8个百分点
柯罗芭 *	83.3%	75.7%	+7.6个百分点
其他品牌	74.7%	-	不适用
女装	76.1%	72.8%	+3.3个百分点

* 柯利亚诺、柯罗芭于2017年4月成为集团附属公司

营运开支



存货

(人民币千元)	于2018年 9月30日	于2018年 3月31日	变动
原材料	599,346	332,835	+80.1%
在制品	23,642	17,621	+34.2%
制成品	1,225,220	1,104,384	+10.9%
总额	1,848,208	1,454,840	+27.0%

营运资金管理

	截至2018年 9月30日止六个月	截至2017年 9月30日止六个月	变动
平均存货周转天数 ⁽¹⁾	152	165	-13天
平均应收贸易账款及票据周转天数 ⁽²⁾	89	93	-4天
平均应付贸易账款及票据周转天数 ⁽³⁾	68	73	-5天

(1) 平均存货除以销售成本，再乘以365天/2

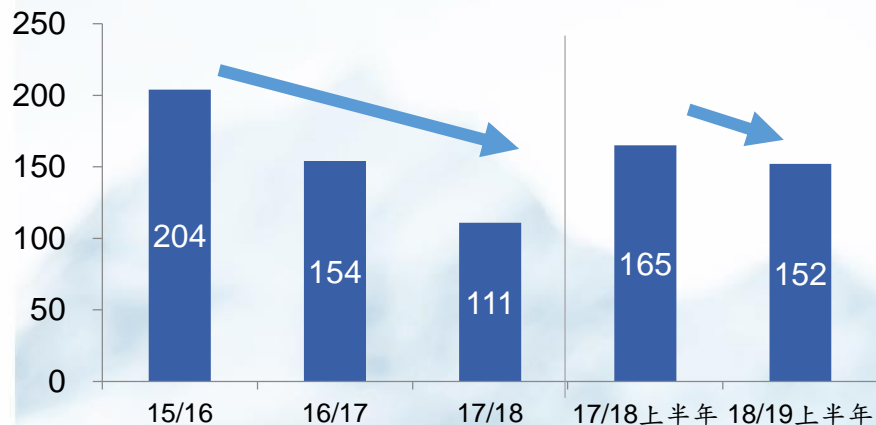
(2) 平均应收贸易账款及票据除以营业额，再乘以365天/2

(3) 平均应付贸易账款及票据除以销售成本，再乘以365天/2

营运资金管理（续）

(单位: 天)

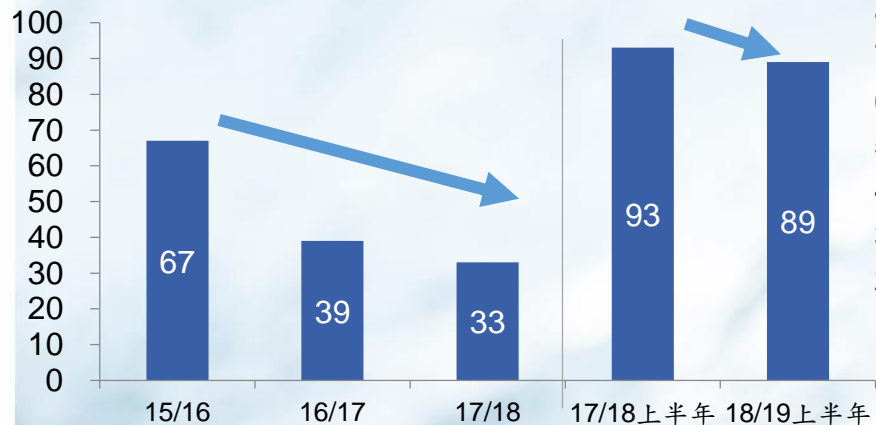
存货周转天数



- 库存周转改善明显，运营管理水平逐渐提升；
- 应收帐款周转天数逐步下降，处于低位；
- 应付帐款周转天数持续稳定，现金充裕，为降低采购成本，未长期占用供应商资金。

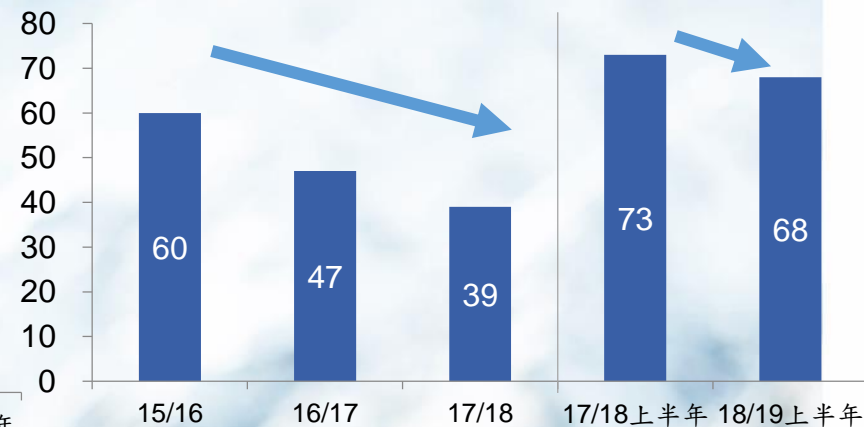
(单位: 天)

应收贸易账款周转天数



(单位: 天)

应付贸易账款周转天数



现金总值及净现金值

(人民币百万元)	于2018年 9月30日	于2018年 3月31日	于2017年 9月30日
现金及现金等价物	1,284.9	1,794.1	1,980.8
到期日超过三个月之定期存款	239.0	271.6	157.2
已抵押银行存款	849.1	904.6	531.1
可供出售金融资产	-	4,513.9	1,795.2
其他金融资产	2,592.8	-	-
现金总值	4,965.9	7,484.1	4,464.3
减：借贷	(2,388.8)	(2,338.4)	(2,056.4)
净现金值	2,577.1	5,145.7	2,407.9

现金 (续)

(人民币百万元)	于2018年 9月30日	于2018年 3月31日	于2017年 9月30日
经营活动产生/(流出)的 现金净额	(1,890.3)	1,032.7	1,712.9
投资活动产生/(流出)的 现金净额	1,946.4	(1,863.9)	931.0
融资活动产生/(流出)的 现金净额	(485.0)	(183.2)	(105.4)
现金总额增加/(减少)净额	(428.9)	(1,014.4)	(887.3)
流动比率(倍)	2.2x	2.5x	2.4x
负债比率(%)	25.3%	23.9%	21.6%

- 经营活动：其中包括存货、贸易及其他应收款项、预付款项等变动。
- 投资活动：其中包括收购/出售可供出售金融资产、其他金融资产、固定资产等。
- 融资活动：其中包括融资、分红、抵押之银行存款等变动。

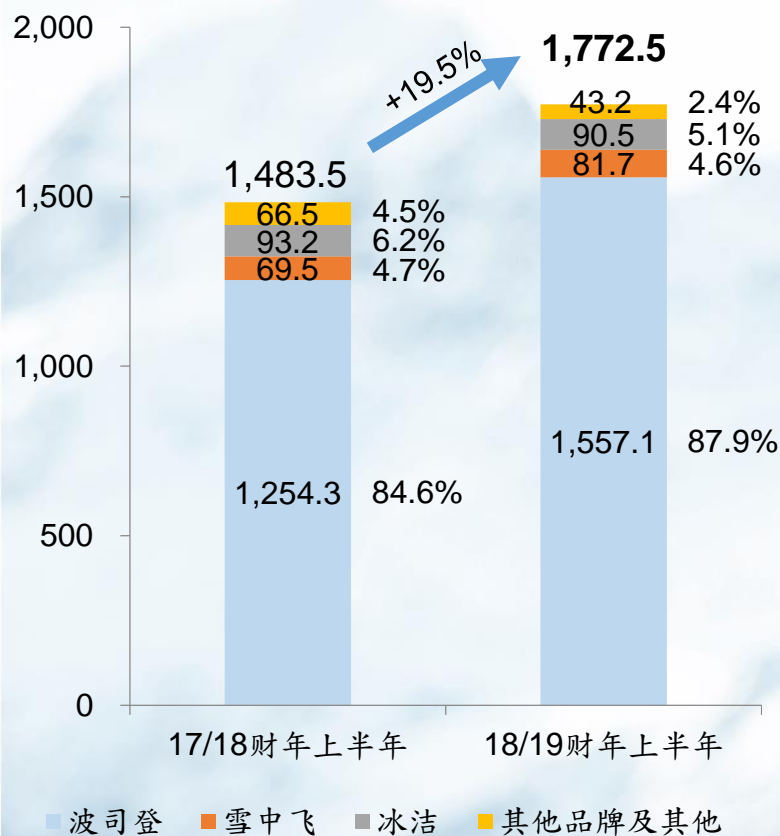
业务回顾



羽绒服业务

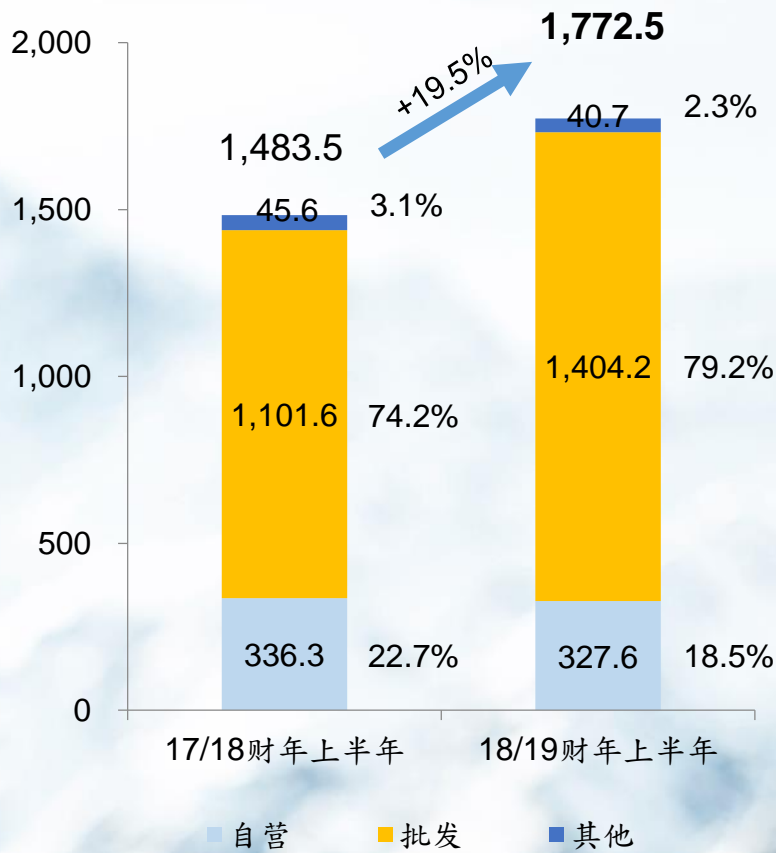
按品牌划分之收入

(人民币百万元)



按销售类别划分之收入

(人民币百万元)



品牌羽绒服 - 产品研发

泡芙轻暖系列

- 选用面料比普通面料轻60%，羽绒选用「绒子含量」高达90%的高蓬松度大朵白鹅绒，更轻更保暖；同时结合当下国际流行元素，一经推出，深受时尚人士的喜爱。

设计师系列

- 与多名国际知名设计师进行合作，推出联名款，打造时尚先驱与实力内涵皆具的羽绒服系列。在9月份举办的纽约时装周上，波司登走秀款引众多国际明星追捧。



品牌羽绒服 - 产品研发

高端户外系列

- 采用全球顶级户外装备首选面料「世纪之布」GORE-TEX®面料，更具防水防风及透气性；800+高蓬松度含绒量90%欧洲顶级白鹅绒填充，让此系列拥有极致保暖体验。

知名IP合作系列

- 波司登与漫威开始全新合作，推出漫威系列羽绒服，预期吸引更多漫威迷关注，拓展新的消费人群。
- 波司登品牌还与浙江卫视王牌综艺节目《奔跑吧兄弟》进行合作，推出奔跑吧衍生款，受到年轻消费者的追捧。



品牌羽绒服 - 品牌推广

入选国家品牌计划

- 波司登作为唯一代表服装行业入选央视国家品牌计划，携手央视假北京水立方举行战略发布会。

登陆纽约时装周

- 波司登获邀参加纽约时装周，行业、媒体与消费者对波司登品牌热议。
- 发布秀邀请到如安妮海瑟薇、「鹰眼」杰瑞米雷纳、邓文迪等现场观秀，维秘天使Alessandra·Ambrosio作为开场超模，引发全球关注。
- 当日全球在线直播收看观众超过120万人次。

三国联名设计师走秀

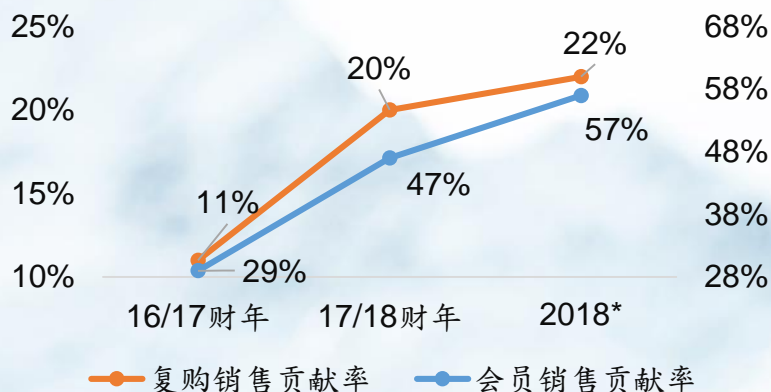
- 联手美国设计师Tim Coppens、法国设计师Antonin Tron及意大利设计师Ennio Capasa，推出三个联名系列羽绒服，并举行发布会。
- 羽绒服走秀款时尚功能兼具，引发众多国际明星追捧。



品牌羽绒服 - 品牌推广

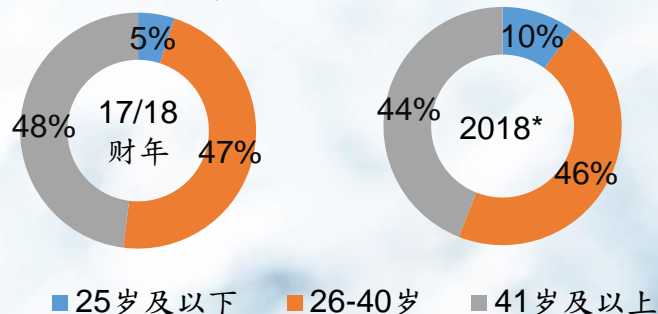
- 会员消费转化保持稳定增长，平均消费转化率达**62%**
- 会员消费贡献连续增长，复购能力持续提升。

会员贡献趋势



- 品牌升级，消费会员年轻化趋势明显，25岁及以下的消费会员占比从17/18财年的5%上升至2018年4月至10月的10%，提升明显。

年龄结构趋势

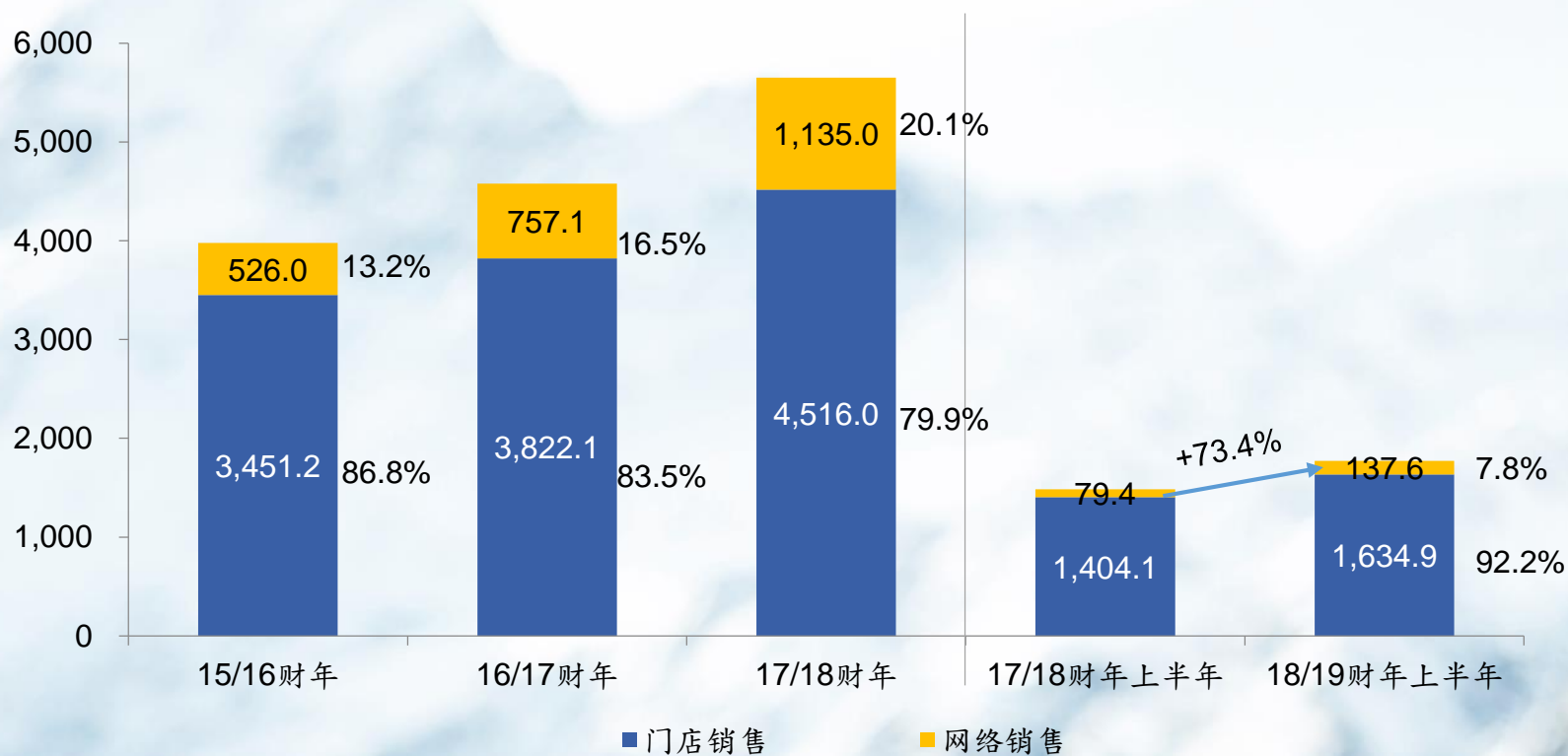


*2018年4月至10月

品牌羽绒服 - 网络销售

- 品牌羽绒服业务网络销售的收入约为人民币1.38亿元，占品牌羽绒服业务收入的7.8%，同比增长约73.4%

(人民币百万元)



品牌羽绒服 - 零售网点

于2018年 9月30日	波司登		雪中飞		冰洁		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	722	+170	25	+18	25	+19	772	+207
第三方经营商经营	1,816	+73	177	+7	255	-148	2,248	-68
小计	2,538	+243	202	+25	280	-129	3,020	+139
寄售网点								
本集团经营	578	-68	196	+9	23	-2	797	-61
第三方经营商经营	315	-81	64	-16	363	+112	742	+15
小计	893	-149	260	-7	386	+110	1,539	-46
合计	3,431	+94	462	+18	666	-19	4,559	+93

变动：与2018年3月31日相比

品牌羽绒服 - 运营管理

库存管理

- 继续严格执行生产和产品规划，避免不必要的库存累积。
- 加强实时对终端零售数据的抓取及分析，推动零售精细化管理，提升整体运营效率。

订单管理

- 延续直营和批发订货完全分开的模式。
- 优化对直营门店及经销商订货结构的调控，稳定保持理性订货。

优质快反

- 持续根据市场终端数据反应，在销售旺季进行滚动下单，实现15天优质快反供应。

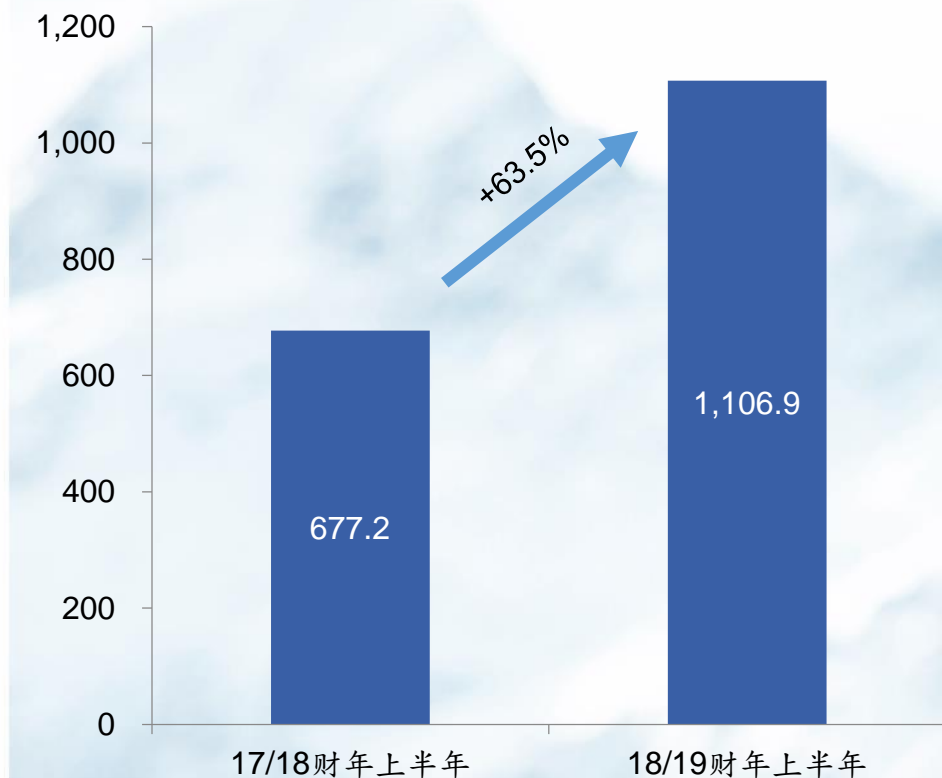
物流配送

- 智能物流配送中心直接辐射全国，实践全国一盘货、线上线下融合共享理念。
- 计划明年增设东北库区，实现全国门店直接配送。

贴牌加工管理业务

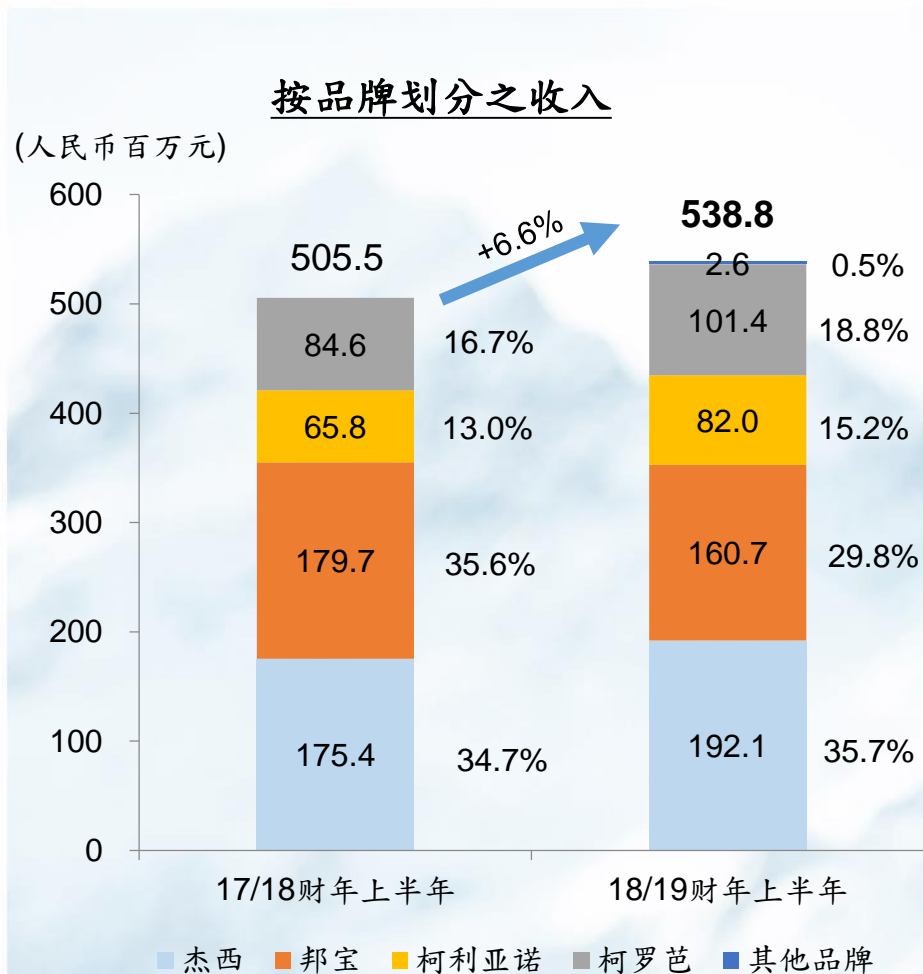
贴牌加工管理业务之收入

(人民币百万元)



- 对整体生产计划做了策略调整，相应减少下半年贴牌加工订单对旺季内销订单的影响。
- 聚焦核心客户需求，使得原有客户的实际订单总量较上一财年同期有明显增长。
- 同时加强质量管理和订单生产过程管控，提升竞争力。

女装业务



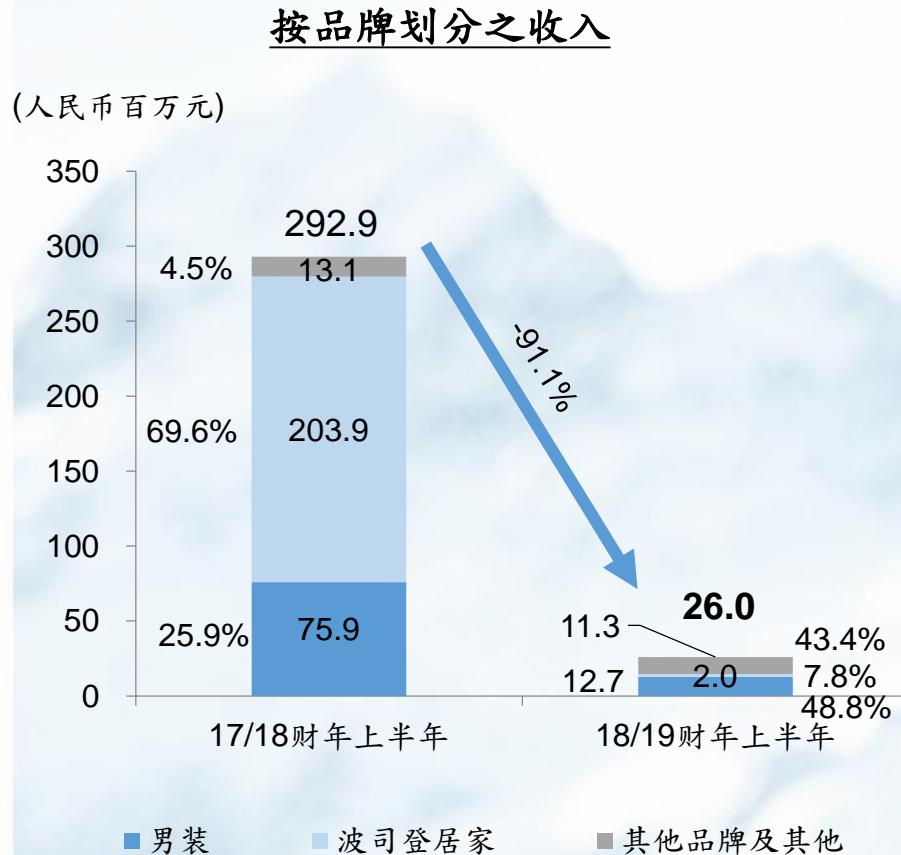
- 女装业务版块进一步整合发展，女装各品牌的协同效应逐步呈现。
- 杰西、柯利亚诺和柯罗芭等女装品牌均保持良好平稳增长势头。

女装业务 - 零售网点

于2018年 9月30日	杰西		邦宝		柯利 亚诺		柯罗芭		其他		合计	
	店数	变动	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	4	-	18	-1	-	-	-	-	-	-	22	-1
第三方经营商 经营	23	-	12	-1	-	-	-	-	-	-	35	-1
小计	27	-	30	-2	-	-	-	-	-	-	57	-2
寄售网点												
本集团经营	112	+3	119	-1	74	+17	61	-5	4	-2	370	+12
第三方经营商 经营	70	+3	34	-	-	-	-	-	-	-4	104	-1
小计	182	+6	153	-1	74	+17	61	-5	4	-6	474	+11
合计	209	+6	183	-3	74	+17	61	-5	4	-6	531	+9

变动：与2018年3月31日相比

多元化服装业务



- 通过多元化板块的收缩，希望未来消费者市场聚焦点可以更加集中，羽绒服乃至功能性服饰的产品凝聚力可以更加突出，品类应有的市场认知及品牌溢价可以得以释放。
- 集团和童装团队成立了合资公司，开始选取优秀的国际儿童品牌合作线上运营。

多元化服装业务 - 零售网点

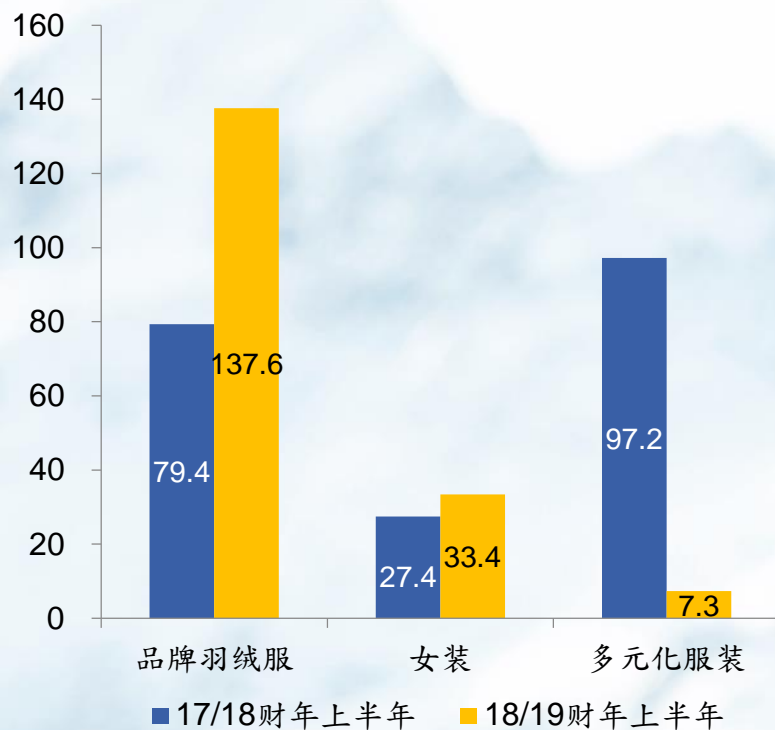
于2018年9月30日	波司登居家		男装		童装 (Petit main)		合计	
	店数	变动	店数	变动	店数	变动	店数	变动
专卖店								
本集团经营	-	-21	32	-52	-	-	32	-73
第三方经营商经营	-	-51	-	-88	-	-	-	-139
小计	-	-72	32	-140	-	-	32	-212
寄售网点								
本集团经营	-	-4	4	-43	-	-	4	-47
第三方经营商经营	6	-13	-	-63	1	+1	7	-75
小计	6	-17	4	-106	1	+1	11	-122
合计	6	-89	36	-246	1	+1	43	-334

变动：与2018年3月31日相比

集团网络销售

网络销售之收入

(人民币百万元)



- 集团将大力加强线上品牌宣传及销售的参与度，拓展合作项目，增加线上专供款，逐步提升品牌影响力。

未来发展计划



未来发展计划

羽绒服业务

- 着力于品牌建设、产品拓展、渠道优化及终端建设。
- 立足「全球热销的羽绒服专家」的品牌定位，致力于成为「中高端功能性服饰集团」的梦想。

聚焦主航道
收缩多元化

贴牌加工管理业务

- 维护与核心客户长期及稳定的战略合作关系。
- 对现有工厂设备的优化及加快自动化、智能化改造。
- 拓展东南亚及海外工厂的合作。

合理规划
善用淡季产能

时尚女装业务

- 继续整合女装品牌之间的资源。
- 继续致力于提升女装业务的内在运营和管理效率。
- 加强品牌经营、优化渠道建设、提高销售效率等措施。

扩大协同效应
增强有机增长

谢谢！

