

請即時發放

# 波司登 BOSIDENG

波司登國際控股有限公司

**Bosideng International Holdings Limited**

波司登公佈2017/18財政年度全年業績  
收入和權益持有人應佔溢利分別上升**30.3%**和**57.1%**

羽絨服主業穩健增長 聚焦資源提升品牌競爭力

## 財務摘要

人民幣千元	截至3月31日止年度		變動
	2018年	2017年	
收入	<b>8,880,792</b>	6,816,599	<b>+30.3%</b>
毛利	<b>4,119,102</b>	3,163,204	<b>+30.2%</b>
經營溢利	<b>923,410</b>	660,007	<b>+39.9%</b>
權益持有人應佔溢利	<b>615,478</b>	391,844	<b>+57.1%</b>
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	<b>5.82</b>	4.22	<b>+37.9%</b>
- 攤薄	<b>5.80</b>	4.22	<b>+37.4%</b>
每股股息（港仙）			
- 末期	<b>3.5</b>	0.50	<b>+600.0%</b>
- 特別	<b>2.5</b>	-	不適用
- 全年	<b>7.5</b>	1.50	<b>+400.0%</b>

（2018年6月28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」）宣佈截至2018年3月31日止年度（「本財年」）全年業績。

## 財務回顧

年內，集團的品牌羽絨服業務收入增速加快，貼牌加工管理業務的重點客戶訂單量亦有所提升，而原有女裝品牌業務增長的同時又新購女裝品牌，帶動集團於本財年的收入較去年上升**30.3%**至約人民幣**8,880.8**百萬元。品牌羽絨服業務繼續為集團最大收入來源，佔整體收入**63.6%**，而餘下的**10.6%**、**13.0%**及**12.8%**分別來自貼牌加工管理業務、女裝業務及多元化服裝業務。

截至2018年3月31日止年度，集團經營溢利為人民幣**923.4**百萬元。毛利較去年上升**30.2%**，至人民幣**4,119.1**百萬元，毛利率維持與上年一致水平為**46.4%**。集團權益持有人應佔溢利上升**57.1%**至約人民幣**615.5**百萬元。每股基本盈利為人民幣**5.82**分。董事會建議派發末期股息每股普通股**3.5**港仙，及特別股息每股普通股**2.5**港仙，以感謝股東過去十年來對集團的支持。

## 業務回顧

### 羽絨服業務

年內的羽絨服業務收入為人民幣5,651.0百萬元，較去年上升23.4%。隨着庫存結構的根本性改善，以及本年度開發了更多和市場需求匹配度較高的產品，大幅提升年內的銷售收入，並拉高毛利率。年內，波司登主品牌羽絨服業務收入已超越歷史最好水平，雪中飛和冰潔羽絨服亦較上年分別錄得74.5%和23.9%的增長。

年內，集團對位於常熟的「智能配送中心」進行改造，配送中心可直接輻射全國，所有存貨生產入庫、倉儲、物流配送均實現智能化操作，又在成都設立西南區域分倉，大幅度提升西南區域的貨品配送效率。同時，集團為服裝行業內第一家引入阿里巴巴的互聯網架構技術，搭建了私有雲平台——**波司登新零售管理雲平台**。透過整合數據，借助外部技術，全面提升運營效率和效益。

產品方面，因應消費者對羽絨服功能的要求不斷提高，集團推出極寒系列以及風衣系列，創造了很好的口碑效應，刺激系列產品年度綜合售罄率高達90%以上。另外，迪士尼推廣店舖由上一財年的42家增至今年306家，店舖採用整體氛圍包裝和場景化營銷，提升互動性和體驗感，吸引更多消費者參與並形成轉化銷售。

年內，集團羽絨服業務的零售網點總數較2017年3月31日淨增加174家至4,466家。自營零售網點和第三方經銷商經營的零售網點分別增加49家和125家，至1,423家和3,043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

截至2018年3月31日止年度，集團的貼牌加工管理業務收入按年增長20.4%至約人民幣936.8百萬元，佔集團收入的10.6%。銷售增長主要得益於公司進一步推進工廠製造自動化、標準化、智能化，提高生產效率及產品質量。透過調整策略，將核心資源聚集於目前的重點貼牌加工管理客戶，並與重點客戶確定中長期戰略合作規劃，增強客戶信心，令各重點客戶訂單量有較大提升。為降低人工成本，公司正規劃利用伊藤忠的資源將部分生產轉往越南等東南亞國家。目前首批訂單已經開始生產，下一步將按東南亞工廠的工藝技術能力，逐步轉移更多的基礎品類訂單。

### 女裝業務

年內，集團的女裝業務收入約人民幣1,153.5百萬元，較去年大幅上升85.4%。旗下的杰西、邦寶、柯利亞諾和柯羅芭四個女裝品牌，保持良好增長勢頭，為集團女裝業務發展添加了新動力。

集團於2017年4月完成收購柯利亞諾及柯羅芭兩個品牌，本財年兩個品牌合併溢利為人民幣61.5百萬元，根據收購協議，可獲賣方補回差額人民幣8.5百萬元。兩個品牌的零售渠道質量優秀、VIP客戶忠誠度高，運營管理團隊經驗豐富，通過持續的產品結構調整及VIP活動推廣，集團有信心兩個品牌未來可獲得持續的業績增長。

### **多元化服裝業務**

鑑於集團對「波司登」品牌的全新定位，「波司登」品牌的非羽絨服產品線將全面調整，未來集團將重新規劃男裝、內衣居家服、童裝業務的發展。至於集團旗下的颯美特校服業務穩健發展，目前已得到江蘇、上海、浙江等眾多學校訂單，未來有望借助波司登在全國區域市場的分銷渠道，進行業務擴張。

### **網絡銷售**

為適應高速發展的網絡購物趨勢，滿足消費者日益增長的網購需求，集團積極研究及拓展網絡銷售，年內旗下各品牌的網絡銷售收入達到人民幣2,010.5百萬元，按年大幅上升86.7%。其中，品牌羽絨服業務、女裝業務及多元化服裝業務的網絡銷售收入分別佔各業務收入的20.1%、5.2%及71.5%。未來集團仍會繼續加大線上投入，持續提升線上銷售比重，同時促進線上和線下的融合發展，持續提升消費者購物體驗。

### **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：「波司登專注羽絨服42年，具備了專業競爭優勢和國際市場地位。我們會堅守初心，確立波司登為『全球熱銷的羽絨服專家』的戰略定位，聚焦資源做強羽絨服核心主業，提升品牌競爭力；同時整合國際優質資源，推進商品升級並投入資源以拓展渠道，改造升級終端店鋪，進一步促進線下線上融合發展。波司登對未來充滿信心，集團將繼續成長，持續引領行業發展。」

為應對挑戰，集團將於各領域繼續努力：

**羽絨服業務：**集團將「聚焦主航道，收縮多元化」，將波司登品牌定位為「全球熱銷的羽絨服專家」，未來將繼續做強核心羽絨服主業，聚焦資源全面重塑波司登品牌。持續提升品牌影響力，加快線上線下全渠道融合，增強零售精細化運營管理和大數據的應用，致力為消費者提供高品質和時尚的羽絨服產品，引領羽絨服行業發展。

**貼牌加工管理業務：**集團將持續加大和目前的重點貼牌加工管理客戶戰略合作，持續加大對國內工廠的設備改造、環保投入，同時合理利用伊藤忠的合作資源，提升東南亞工廠的工藝技術能力，推進核心工廠的合資合作，不斷提升貼牌加工管理業務。

**女裝業務：**集團對於國內女裝行業的前景感到樂觀，過去幾年積極通過收購逐步把女裝業務擴大，目前集團的女裝業務平台漸見規模。集團將整合旗下多品牌的女裝資源及優勢以提升協同效應，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。

**多元化業務：**基於新戰略，集團將對波司登品牌系列的男裝、內衣居家服、童裝業務進行全面整合，未來將重新規劃有關業務的發展。現有的校服業務，會借助波司登在全國區域市場的分銷渠道進行業務擴張。集團將積極實現由「產品經營」到「品牌經營」的轉型，向成為令人尊敬的功能服飾集團的目標邁進，實現集團的可持續發展。

— 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。

集團在加強羽絨服專業化運營的同時，積極把握時尚女裝服裝行業的發展機會，目前集團的女裝品牌包括杰西女裝、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：**

呂蘿苓

電話：(86)21 63375812

電郵：lvluoling@bosideng.com

**iPR 奧美公關**

劉麗恩 / 劉碧思 / 黃景怡 / 林諾沂

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

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com