

請即時發放



波司登國際控股有限公司
Bosideng International Holdings Limited

波司登公佈2019/20財政年度全年業績

收入和權益持有人應佔溢利分別上升**17.4%**和**22.6%**
堅定「聚焦主航道、收縮多元化」戰略 帶動業績增長領先行業水平

財務摘要

人民幣百萬元	截至3月31日止年度		變動
	2020年	2019年	
收入	12,190.5	10,383.5	+17.4%
毛利	6,708.6	5,513.5	+21.7%
經營溢利	1,598.7	1,370.8	+16.6%
年內溢利	1,195.3	1,005.6	+18.9%
權益持有人應佔溢利	1,203.2	981.3	+22.6%
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	11.27	9.32	+20.9%
- 攤薄	11.06	9.17	+20.6%
每股股息（港仙）			
- 末期	6.0	6.0	+0.0%
- 中期	3.0	2.0	+50.0%
- 全年	9.0	8.0	+12.5%

（2020年6月23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2020年3月31日止年度（「本財年」）全年業績。

財務回顧

回顧年內，集團緊緊圍繞「品牌、產品、渠道、終端」多方位進行系統性建設，通過激活消費者心中「羽絨服專家」的認知，贏得更多時代主流消費者的認可，同時通過打造「品牌引領」的發展模式，引發行業熱議，成為行業內學習研究的典型案例，帶動整體經營業績實現遠高於行業水平的增長。

波司登公佈 2019/20 財政年度全年業績

收入和權益持有人應佔溢利分別上升 17.4% 和 22.6%

堅定「聚焦主航道、收縮多元化」戰略 帶動業績增長領先行業水平

2020 年 6 月 23 日 / 第 2 頁

截至本財年，集團的收入較去年上升 17.4% 至約人民幣 12,190.5 百萬元，創歷年新高。經營溢利按年升 16.6% 至約人民幣 1,598.7 百萬元。毛利按年升 21.7% 至約人民幣 6,708.6 百萬元，毛利率增加 1.9 個百分點至 55.0%。集團權益持有人應佔溢利上升 22.6% 至約人民幣 1,203.2 百萬元。每股基本盈利為人民幣 11.27 分。董事會建議派發末期股息每股普通股 6.0 港仙（2018 年：6.0 港仙）。

業務回顧

品牌羽絨服業務

品牌羽絨服業務繼續為集團最大收入來源，佔整體收入 78.0%。集團持續打造品牌引領的發展模式，圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」的品牌定位，不斷推高品牌勢能和品牌力量，優化渠道結構，進駐主流商圈、核心地帶。期內集團品牌羽絨服業務收入同比上升 24.2%，達人民幣 9,512.7 百萬元，其中品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比上升 22.7% 至約人民幣 8,403.3 百萬元。

年內，波司登品牌全年開展了一系列品牌活動，包括登陸米蘭時裝周主會場、「登峰」高端系列產品發佈、國際設計師聯名系列發佈、聯手天貓打造波司登超級品牌日、登陸倫敦時裝周等一系列高勢能品牌公關及整合營銷事件，深受消費者及紡織服裝行業關注，取得良好成效。同時，波司登品牌進一步升級與國際知名 IP 的聯名合作，通過與華特迪士尼及漫威的 IP 聯名合作，推出令人耳目一新的產品，獲得年輕人群的好評和追捧。

截至 2020 年 3 月 31 日，集團羽絨服業務的零售網點總數較去年同期淨增加 238 家至 4,866 家；自營零售網點淨增加 233 家至 1,861 家；第三方經銷商經營的零售網點淨增加 5 家至 3,005 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 38.2% 和 61.8%。

貼牌加工管理業務

年內，貼牌加工管理業務深化與核心客戶的關係，提供原始設計製造管理業務設計支持，使核心客戶合作業務規模持續增長。同時，通過持之以恆提供的多方位支援，提升客戶的粘性。此外，集團對國內工廠進行了智能化升級，通過優化生產流程來實現效率的提升及成本的節約，提升集團貼牌加工管理業務的競爭力。年內，集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣 1,611.3 百萬元，較去年同期上升 17.8%，佔集團收入的 13.2%。

女裝業務

消費市場細化分級，國際品牌在中國市場上大舉拓展，中國女裝品牌市場遇到前所未有的激烈競爭，加上受新冠疫情影响，集團的女裝業務收入較去年同期下降 18.2% 至約人民幣 982.7 百萬元。於 2020 年 3 月 31 日，本集團女裝業務的零售網點總數較去年同期淨下降 29 家至 499 家；自營零售網點淨下降 25 家至 373 家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少 4 家至 126 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 74.7% 和 25.3%。

多元化服裝業務

年內，集團堅持「聚焦主航道、收縮多元化」的整體戰略不動搖，多元化服裝業務收入約人民幣 83.8 百萬元，較去年同期減少 46.2%，佔集團總收入比重下降至 0.7%。

線上銷售

過去一年，集團非常重視線上線下新零售的整合，注重會員的維護及拓展，實現線上線下會員、數據、庫存 O2O 一體化的梳理，使線上銷售業務得以大力發展，在重要電商節慶的銷售排名位列前茅。

年內，集團旗下全品牌線上銷售收入達到人民幣 2,344.5 百萬元，同比上升 26.7%。品牌羽絨服業務及女裝業務年內網絡銷售的收入分別約為人民幣 2,261.5 百萬元及人民幣 63.4 百萬元，分別佔品牌羽絨服業務、女裝業務收入的 23.8% 及 6.4%。按銷售類別劃分，網絡銷售的自營和批發收入分別約為人民幣 1,831.2 百萬元及人民幣 513.3 百萬元。

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：「過去的 2019/20 財年，是集團戰略轉型、品牌重塑的第二年。儘管面臨經濟寒冬、天氣暖冬、疫情突襲等情況，管理層和全體員工依然萬眾一心、全力以赴、創新奮鬥，持續發揚『不怕困難、不怕委屈、自強不息、敢於創新、追求卓越、永爭第一』的企業精神，堅持品牌升級、渠道優化、產品創新及終端重塑，取得了卓越的業績成果。」

展望未來，集團將通過以下不同的發展策略，拓展業務：

品牌羽絨服業務：集團持續圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」定位，以顧客為原點，打造品牌效率年，提升夯實波司登主品牌，讓波司登成為中高端時代品牌，持續保持品牌領先地位。同時佈局中端雪中飛、高性價比冰潔羽絨服，通過模式創新發力線上渠道場景，主動出擊、拓展市場份額，穩固基礎市場。

貼牌加工管理業務：集團將一手抓創新開拓，一手抓風險管控，持續深化與核心客戶的戰略合作關係，通過整合佈局海外資源，提升服務能力。透過持續提升對核心客戶訂單反應的能力，以維護與其長期及穩定的戰略合作關係。同時，通過開拓其他優質客戶，以滿足海外工廠一年四季的生產需求，擴大業務規模，為貼牌加工管理業務的穩定發展保駕護航。

時尚女裝業務：集團將重塑團隊思維，學習外部優秀標桿，著重整合女裝品牌間的資源，擴大品牌間的協同效應之餘，著力各個女裝品牌間特有的優勢發展。通過對女裝各品牌的產品力、渠道力、品牌力等方面的逐步提升，提振女裝業務單元的經營效率和管理效率，從而實現女裝業務的有機良性增長。

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生總結：「疫情雖然給一些中小型企業帶來了一定的創傷，但是強者恆強——行業龍頭的力量在此更加凸顯，品牌的紅利於此愈加釋放。儘管市場和行業都出現一定的變化，但是這帶給我們更多的機會和挑戰。作為中國品牌羽絨服龍頭企業，我們定將順勢而為、逆市而上，通過打造自己的核心優勢，以差異化的競爭贏得市場和消費者。」

波司登公佈 2019/20 財政年度全年業績

收入和權益持有人應佔溢利分別上升 17.4% 和 22.6%

堅定「聚焦主航道、收縮多元化」戰略 帶動業績增長領先行業水平

2020 年 6 月 23 日 / 第 4 頁

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。校服品牌包括颯美特。

如有垂詢，請聯絡：

波司登國際控股有限公司

投資者關係中心

電話：(852) 2866 6918

電郵：bosideng_ir@bosideng.com

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 劉碧思 / 陳諾兒 / 趙偉津

電話：(852) 2136 6952 / 2136 6953 / 3920 7654 / 3920 7650

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com