

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

波司登 BOSIDENG

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

(於開曼群島註冊成立之有限責任公司)

(股份代號：3998)

截至2020年3月31日止年度的年度業績

摘要

- 收入同比上升17.4%至約人民幣12,190.5百萬元
- 毛利率同比上升1.9個百分點至約55.0%
- 本公司權益股東應佔溢利同比上升22.6%至約人民幣1,203.2百萬元
- 董事會建議就每股普通股派發末期股息6.0港仙

年度業績

波司登國際控股有限公司(「本公司」)的董事(「董事」)會(「董事會」)公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2020年3月31日止年度(「本年度」或「2019/20財年」)的綜合全年業績連同截至2019年3月31日止年度的比較數據如下：

綜合損益及其他全面收益表
截至2020年3月31日止年度
(以人民幣列示)

		截至3月31日止年度	
	附註	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元 (附註)
收入	3	12,190,535	10,383,453
銷售成本		<u>(5,481,889)</u>	<u>(4,869,939)</u>
毛利		6,708,646	5,513,514
其他收入	4	186,651	90,806
銷售及分銷開支		(4,276,444)	(3,439,852)
行政開支		(852,960)	(729,068)
有關商譽及無形資產的減值虧損	10	(98,000)	(43,000)
其他開支		<u>(69,215)</u>	<u>(21,635)</u>
經營溢利		<u>1,598,678</u>	<u>1,370,765</u>
融資收入		192,790	186,537
融資成本		<u>(191,555)</u>	<u>(162,824)</u>
融資收入淨額	6	<u>1,235</u>	<u>23,713</u>
除所得稅前溢利		1,599,913	1,394,478
所得稅	7	<u>(404,637)</u>	<u>(388,918)</u>
年內溢利		<u>1,195,276</u>	<u>1,005,560</u>
年內其他全面收益：			
不會重新分類至損益之項目：			
按公允價值計入其他全面收益之股權投資			
－ 公允價值儲備變動淨值(不得重新歸入)		<u>(66,964)</u>	<u>(27,506)</u>
		(66,964)	(27,506)
其後或會重新分類至損益之項目：			
外幣換算差額			
－ 境外業務		(37,899)	(30,482)
其他金融資產：公允價值儲備變動淨值(重新歸入)		<u>11,332</u>	<u>7,470</u>
		(26,567)	(23,012)
年內其他全面收益(扣除稅項)		<u>(93,531)</u>	<u>(50,518)</u>
年內全面收益總額		<u>1,101,745</u>	<u>955,042</u>

	附註	截至3月31日止年度	
		2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元 (附註)
以下人士應佔溢利：			
本公司權益股東		1,203,184	981,316
非控權股東權益		(7,908)	24,244
年內溢利		<u>1,195,276</u>	<u>1,005,560</u>
以下人士應佔全面收益總額：			
本公司權益股東		1,109,653	931,065
非控權股東權益		(7,908)	23,977
年內全面收益總額		<u>1,101,745</u>	<u>955,042</u>
每股盈利	8		
— 基本 (人民幣分)		<u>11.27</u>	<u>9.32</u>
— 攤薄 (人民幣分)		<u>11.06</u>	<u>9.17</u>

附註：本集團已於2019年4月1日使用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據該方式，比較資料不予重列。

綜合財務狀況表

於2020年3月31日

(以人民幣列示)

		於3月31日	
	附註	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元 (附註)
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,390,404	1,023,660
使用權資產	9	782,686	–
預付租賃款項		–	51,284
無形資產及商譽	10	1,654,290	1,800,259
投資物業		271,203	285,380
預付款項		99,152	–
其他金融資產		148,868	207,497
遞延稅項資產		562,512	576,467
		<u>4,909,115</u>	<u>3,944,547</u>
流動資產			
存貨	11	2,725,914	1,931,130
貿易應收款項及應收票據	12	1,196,743	1,035,042
按金、預付款項及其他應收款項	13	970,827	919,887
應收關連方款項		96,824	178,843
其他金融資產		3,272,759	4,416,750
已抵押銀行存款		414,391	679,336
到期日超過三個月之定期存款		153,500	222,902
現金及現金等價物		3,638,680	1,754,267
		<u>12,469,638</u>	<u>11,138,157</u>
流動負債			
即期所得稅負債		364,803	462,551
計息借貸		817,841	1,627,720
租賃負債		260,825	–
貿易及其他應付款項	14	3,241,306	2,699,661
應付關連方款項		4,831	3,638
衍生金融負債		533	2,289
		<u>4,690,139</u>	<u>4,795,859</u>
流動資產淨值		<u>7,779,499</u>	<u>6,342,298</u>
總資產減流動負債		<u>12,688,614</u>	<u>10,286,845</u>

	於3月31日	
附註	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元 (附註)
非流動負債		
遞延稅項負債	139,807	173,353
租賃負債	475,287	—
可換股債券	15 1,670,895	—
非流動其他應付款項	—	4,606
	<u>2,285,989</u>	<u>177,959</u>
資產淨值	<u>10,402,625</u>	<u>10,108,886</u>
資本及儲備		
股本	806	803
儲備	10,212,707	9,898,398
本公司權益股東應佔權益	<u>10,213,513</u>	<u>9,899,201</u>
非控權股東權益	<u>189,112</u>	<u>209,685</u>
權益總額	<u>10,402,625</u>	<u>10,108,886</u>

附註：本集團已於2019年4月1日使用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據該方式，比較資料不予重列。

綜合財務報表附註

1 報告實體一般資料

波司登國際控股有限公司（「本公司」）於2006年7月10日根據開曼群島公司法第22章（1961年第三號法例，經合併及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。其註冊地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司及其附屬公司（統稱為「本集團」）主要在中華人民共和國（「中國」）從事品牌羽絨服產品、貼牌加工（「貼牌加工」）產品及非羽絨服產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、營銷及分銷。

2007年10月11日，本公司股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

2 編製基準

(a) 合規聲明

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之所有適用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」，包括所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則（「國際會計準則」）及詮釋），以及香港公司條例之披露規定編製。該等財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則所適用之披露規定。

國際會計準則理事會已頒佈若干新訂及經修訂國際財務報告準則，已於本集團及本公司本會計期間首次生效或可供提早採納。附註2(c)載列首次應用與該等財務報表所反映本集團本會計期間及過往會計期間有關的該等發展導致會計政策的任何變動的資料。

(b) 計量基準

截至2020年3月31日止年度的綜合財務報表包括本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）。

除以下資產及負債按下文所載之會計政策以公允價值列示外，編製財務報表所用的計量基準為歷史成本基準：

- 投資債務及股權證券；及
- 衍生金融工具。

(c) 會計政策變更

國際會計準則理事會已頒佈於本集團本會計期間首次生效的一項新國際財務報告準則（國際財務報告準則第16號租賃）及對國際財務報告準則之各項修訂。

除國際財務報告準則第16號租賃外，概無發展對本集團於當前或先前期間的業績及財務狀況的編製或呈列方式造成重大影響。本集團並無採用於本會計期間仍未生效的任何新準則或詮釋。

國際財務報告準則第16號租賃

國際財務報告準則第16號取代國際會計準則第17號租賃及相關詮釋，即國際財務報告詮釋委員會第4號釐定一項安排是否包含租賃、常設解釋委員會第15號經營租賃－激勵措施及常設解釋委員會第27號評價以法律形式體現的租賃交易的實質。該準則就承租人引入單一會計模型，要求承租人就所有租賃確認使用權資產及租賃負債，惟租期為12個月或以下的租賃（「短期租賃」）及低價值資產租賃除外。出租人之會計規定沿用國際會計準則第17號，大致不變。

國際財務報告準則第16號亦引入額外的定性及定量披露要求，其旨在讓財務報表使用者能評估租賃對實體財務狀況、財務表現及現金流量的影響。

本集團已於2019年4月1日初步應用國際財務報告準則第16號。本集團已選用經修改追溯方式，因此已將初步應用的累計影響確認為對於2019年4月1日權益期初結餘的調整。比較資料不予重列，並繼續根據國際會計準則第17號呈報。

有關前會計政策的性質及變動的影響以及已應用之過渡選擇的進一步詳情載列如下：

(i) 租賃之新定義

租賃定義之變動主要有關於控制權的概念。國際財務報告準則第16號以客戶是否於一段時間內控制已識別資產的使用，作為界定租賃之基礎，這可以既定的使用量來釐定。當客戶有權指示已識別資產之使用，並取得從使用該資產所帶來之絕大部分經濟利益時，即表示已輸送控制權。

本集團僅對於2019年4月1日或之後所訂立或更改的合約應用國際財務報告準則第16號中有關租賃的新定義。至於2019年4月1日前訂立的合約，本集團已採用過渡性可行辦法，以豁免過往對現有安排屬於或包含租賃之評估。因此，先前根據國際會計準則第17號評定為租賃之合約，繼續根據國際財務報告準則第16號入賬列為租賃；而先前評定為非租賃服務安排之合約，繼續入賬列為待履行合約。

(ii) 承租人會計處理及過渡影響

國際財務報告準則第16號將過往按國際會計準則第17號要求承租人將租賃分類為經營租賃或融資租賃之規定剔除。取而代之，若本集團為承租人，則須把所有租賃資本化，包括過往根據國際會計準則第17號分類為經營租賃之租賃，但不包括獲豁免短期租賃及低價值資產租賃。就本集團而言，此等新資本化的租賃主要與物業、廠房及設備有關。

於過渡至國際財務報告準則第16號之日（即2019年4月1日），本集團就過往分類為經營租賃之租賃釐定餘下之租期，並按餘下租賃付款之現值（使用於2019年4月1日之有關遞增借貸利率折現）計量租賃負債。用以釐定餘下租賃付款現值之遞增借貸利率之加權平均數為4.75%。

為方便過渡至國際財務報告準則第16號，本集團已於初始應用國際財務報告準則第16號之日應用以下確認豁免及可行辦法：

- a 本集團已選擇不就其餘下租期於初始應用國際財務報告準則第16號之日起計12個月內屆滿（即租期於2020年3月31日或之前屆滿）的租賃確認租賃負債及使用權資產，應用國際財務報告準則第16號的規定；
- b 當於初始應用國際財務報告準則第16號之日計量租賃負債時，本集團對具有合理類似特徵之租賃組合（例如在類似經濟環境下就類似類別之相關資產具有類似餘下租期之租賃）應用單一折現率；及
- c 當於初始應用國際財務報告準則第16號之日計量使用權資產時，本集團倚賴過往對於2019年3月31日之有償合約撥備作出之評估，作為替代進行減值檢討。

下表為於2019年3月31日經營租賃承擔與於2019年4月1日已確認租賃負債期初結餘之對賬：

	於2019年 4月1日 人民幣千元
於2019年3月31日之經營租賃承擔	203,663
減：與豁免資本化之租賃有關之承擔：	
— 短期租賃及餘下租期於2020年3月31日或之前到期之其他租賃	(191)
加：本集團認為合理確定將行使續租權之額外期間之租賃付款	34,358
減：未來利息開支總額	(15,228)
	222,602
餘下租賃付款之現值（使用於2019年4月1日之遞增借貸利率折現）	222,602
加：於2019年3月31日確認之融資租賃負債	—
	—
於2019年4月1日確認之租賃負債總額	222,602

先前分類為經營租賃之租賃，已如同自租賃開始日起一直應用國際財務報告準則第16號確認其相關之使用權資產，而非於2019年4月1日（國際財務報告準則第16號初始應用之日）使用相關遞增借貸利率折現。

下表概述採納國際財務報告準則第16號對本集團綜合財務狀況表之影響：

	於2019年 3月31日的 賬面值 人民幣千元	經營租賃 合約資本化 人民幣千元	於2019年 4月1日的 賬面值 人民幣千元
受採納國際財務報告準則第16號影響之 綜合財務狀況表項目：			
預付租賃款項	51,284	(51,284)	–
使用權資產	–	287,079	287,079
遞延稅項資產	576,467	2,218	578,685
非流動資產總值	3,944,547	238,013	4,182,560
按金、預付款項及其他應收款項	919,887	(22,067)	897,820
流動資產總值	11,138,157	(22,067)	11,116,090
租賃負債(流動)	–	87,914	87,914
流動負債	4,795,859	87,914	4,883,773
流動資產淨值	6,342,298	(109,981)	6,232,317
總資產減流動負債	10,286,845	128,032	10,414,877
租賃負債(非流動)	–	134,688	134,688
非流動負債總額	177,959	134,688	312,647
資產淨值	10,108,886	(6,656)	10,102,230
儲備	9,898,398	(6,632)	9,891,766
本公司權益股東應佔權益	9,899,201	(6,632)	9,892,569
非控權股東權益	209,685	(24)	209,661
權益總值	10,108,886	(6,656)	10,102,230

(iii) 對本集團財務業績及現金流量之影響

在於2019年4月1日初始確認使用權資產及租賃負債後，本集團（作為承租人）須確認租賃負債未償還結餘所產生的利息開支及使用權資產折舊，而非於租期內以直線法確認根據經營租賃所產生的租賃開支的過往政策。與倘於年內應用國際會計準則第17號所得的業績相比，此對本集團綜合損益表中呈報的年內溢利產生負面影響。

於現金流量表中，本集團（作為承租人）須將根據資本化租賃所支付的租金分為本金部分及利息部分。已付租金之本金部分乃分類為融資現金流出，類似於先前根據國際會計準則第17號將租賃分類為融資租賃的方式，而非根據國際會計準則第17號分類為經營租賃的經營現金流出。類似於本集團的其他利息付款，已付租金之利息部分乃於綜合現金流量表內分類為經營活動。儘管現金流量總額不受影響，但採納國際財務報告準則第16號導致綜合現金流量表內現金流量的呈列發生重大變動。

下表顯示採納國際財務報告準則第16號對本集團截至2020年3月31日止年度的財務業績及現金流量產生的估計影響，方法為對該等綜合財務報表中根據國際財務報告準則第16號所呈報的金額進行調整，以估算根據國際會計準則第17號本應確認的假設金額（倘該被取代之準則繼續適用於截至2020年3月31日止年度而非國際財務報告準則第16號），並將截至2020年3月31日止年度的該等假設金額與根據國際會計準則第17號編製的截至2019年3月31日止年度的實際相應金額進行比較。

			截至2019年 3月31日止 年度	
			假設根據 國際會計 準則第17號 作出的截至 2020年 3月31日止 年度的假設 金額	與根據 國際會計 準則第17號 呈報的 截至2019年 3月31日止 年度的 金額比較
			扣除： 假設根據 國際會計 準則第17號 有關經營租賃 的估計金額 (附註i)	
根據 國際財務 報告準則 第16號 呈報的金額 (A)	加回： 國際財務 報告準則 第16號折舊 及利息開支 (B)			
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營溢利	1,598,678	253,950	(272,402)	1,580,226
融資成本	(191,555)	33,797	-	(157,758)
除所得稅前溢利	1,599,913	287,747	(272,402)	1,615,258
年內溢利	1,195,276	287,747	(272,402)	1,210,621

受採納國際財務報告準則

第16號影響的截至2020年

3月31日止年度的

財務業績：

經營溢利	1,598,678	253,950	(272,402)	1,580,226	1,370,765
融資成本	(191,555)	33,797	-	(157,758)	(162,824)
除所得稅前溢利	1,599,913	287,747	(272,402)	1,615,258	1,394,478
年內溢利	1,195,276	287,747	(272,402)	1,210,621	1,005,560

截至2020年3月31日止年度			截至2019年 3月31日止 年度
假設根據 國際會計 準則第17號 作出的截至 2020年 3月31日止 年度的假設 金額		假設根據 國際會計 準則第17號 作出的截至 2020年 3月31日止 年度的假設 金額	與根據 國際會計 準則第17號 呈報的截至 2019年 3月31日止 年度的金額 比較
根據國際 財務報告 準則第16號 呈報的金額 (A)	有關經營租賃 的估計金額 (附註i及ii) (B)	(C)=(A)+(B)	人民幣千元
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元

受採納國際財務報告準則第16號影響的

截至2020年3月31日止年度的

綜合現金流量表項目：

經營產生的現金	1,829,695	(248,135)	1,581,560	1,868,694
經營活動產生的現金淨額	1,232,918	(248,135)	948,783	1,509,439
已付租金之本金部分	(248,135)	248,135	-	-
融資活動使用的現金淨額	(7,632)	248,135	240,503	(1,356,127)

(i) 「有關經營租賃的估計金額」指對截至2020年3月31日止年度與租賃有關的現金流量金額的估計，倘國際會計準則第17號於截至2020年3月31日止年度仍適用，則該等租賃將分類為經營租賃。該估計假設租金與現金流量之間並無差額，且倘國際會計準則第17號於截至2020年3月31日止年度仍適用，則於截至2020年3月31日止年度訂立的所有新租賃均將根據國際會計準則第17號分類為經營租賃。任何潛在淨稅務影響均忽略不計。

(ii) 於該影響表中，該等現金流出由融資重新分類至經營，以計算經營活動產生的現金淨額及融資活動使用的現金淨額的假設金額，猶如國際會計準則第17號仍適用。

(iv) 出租人會計處理

本集團作為經營租賃的出租人出租多項物業。適用於本集團（作為出租人）的會計政策與國際會計準則第17號項下的會計政策大致維持不變。

3 收入及分部報告

本集團按分部管理業務，而分部以業務類別（產品及服務）區分。以符合向本集團最高行政管理層內部呈報資料以便分配資源及評估業績表現的方式，本集團已識別下列四個主要經營分部。若干經營分部已合併以組成以下呈報分部。

- 羽絨服 — 羽絨服分部從事採購及分銷品牌羽絨服業務。
- 貼牌加工管理 — 貼牌加工管理分部從事採購及分銷貼牌加工產品業務。
- 女裝 — 女裝分部從事採購及分銷品牌女裝業務。
- 多元化服裝 — 多元化服裝分部從事採購及分銷四季化服裝，包括品牌男裝、校服及童裝。

(a) 收入劃分

客戶合約收入按主要產品或服務線劃分如下：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
屬國際財務報告準則第15號範圍內之客戶合約收入		
按主要產品服務線劃分		
— 銷售服裝	<u>12,177,606</u>	<u>10,368,538</u>
其他來源收入		
投資物業租金總額	<u>12,929</u>	<u>14,915</u>
綜合收入	<u><u>12,190,535</u></u>	<u><u>10,383,453</u></u>

本集團已將國際財務報告準則第15號第121段之實際權宜方法應用於其銷售合約，本集團有權於履行原訂預期期限為一年或以內的上述合約項下的餘下履約責任時收取收益。

(b) 分部業績

為評估分部業績表現及分配分部間資源，本集團最高行政管理層按下列基準監控來自各呈報分部的業績：

收入及開支按呈報分部賺取的銷售額及產生的開支分配至該等分部。

分部溢利指收入減銷售成本，包括銷售及分銷成本以及分部直接產生的行政開支。並非明確來自個別分部的項目（如未分配招待費用及顧問費用、融資收入、融資成本、政府補貼及未分配總部及企業開支）不列入分部溢利。

除收集有關分部溢利的分部資料外，管理層亦收取有關於報告期間於損益確認的無形資產攤銷費用及商譽減值虧損的分部資料。

由於並無定期向本集團最高行政管理層提交對分部資產及負債的計量，故並無呈列分部資產或負債資料。

截至2020年及2019年3月31日止年度，按收入確認時間劃分的客戶合約收益及為分配資源及評估分部表現而向本集團最高行政管理層提交有關本集團呈報分部的資料載列如下。

	截至2020年3月31日止年度				
	羽絨服 人民幣千元	貼牌 加工管理 人民幣千元	女裝 人民幣千元	多元化 服裝 人民幣千元	本集團 人民幣千元
按收入確認時間劃分 於時間點	<u>9,512,730</u>	<u>1,611,354</u>	<u>982,661</u>	<u>83,790</u>	<u>12,190,535</u>
來自外界客戶收入	<u>9,512,730</u>	<u>1,611,354</u>	<u>982,661</u>	<u>83,790</u>	<u>12,190,535</u>
分部間收入	<u>-</u>	<u>42,056</u>	<u>-</u>	<u>151,211</u>	<u>193,267</u>
呈報分部收入	<u><u>9,512,730</u></u>	<u><u>1,653,410</u></u>	<u><u>982,661</u></u>	<u><u>235,001</u></u>	<u><u>12,383,802</u></u>
呈報分部經營溢利	<u><u>1,523,714</u></u>	<u><u>206,835</u></u>	<u><u>81,523</u></u>	<u><u>33,563</u></u>	<u><u>1,845,635</u></u>
無形資產攤銷	-	-	(47,969)	-	(47,969)
商譽減值虧損	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(98,000)</u>	<u>-</u>	<u>(98,000)</u>
	截至2019年3月31日止年度				
	羽絨服 人民幣千元 (附註)	貼牌 加工管理 人民幣千元 (附註)	女裝 人民幣千元 (附註)	多元化 服裝 人民幣千元 (附註)	本集團 人民幣千元 (附註)
按收入確認時間劃分 於時間點	<u>7,657,505</u>	<u>1,368,226</u>	<u>1,201,831</u>	<u>155,891</u>	<u>10,383,453</u>
來自外界客戶收入	<u>7,657,505</u>	<u>1,368,226</u>	<u>1,201,831</u>	<u>155,891</u>	<u>10,383,453</u>
分部間收入	<u>1,494</u>	<u>133</u>	<u>-</u>	<u>67,310</u>	<u>68,937</u>
呈報分部收入	<u><u>7,658,999</u></u>	<u><u>1,368,359</u></u>	<u><u>1,201,831</u></u>	<u><u>223,201</u></u>	<u><u>10,452,390</u></u>
呈報分部經營溢利／(虧損)	<u><u>1,390,148</u></u>	<u><u>146,632</u></u>	<u><u>149,588</u></u>	<u><u>(108,617)</u></u>	<u><u>1,577,751</u></u>
無形資產攤銷	(69)	-	(55,528)	(672)	(56,269)
商譽減值虧損	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(43,000)</u>	<u>-</u>	<u>(43,000)</u>

附註：本集團已於2019年4月1日選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。

(c) 呈報分部收入及除所得稅前溢利對賬

	截至3月31日止年度	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
收入		
呈報分部收入	12,383,802	10,452,390
分部間收入對銷	<u>(193,267)</u>	<u>(68,937)</u>
綜合收入	<u>12,190,535</u>	<u>10,383,453</u>
	截至3月31日止年度	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前溢利		
呈報分部溢利	1,845,635	1,577,751
攤銷費用	(47,969)	(56,269)
政府補貼	157,074	84,177
減值虧損	(98,000)	(43,000)
融資收入	192,790	186,537
融資成本	(191,555)	(162,824)
未分配開支	<u>(258,062)</u>	<u>(191,894)</u>
除所得稅前綜合溢利	<u>1,599,913</u>	<u>1,394,478</u>

附註：本集團已選用經修改追溯方式初步應用國際財務報告準則第16號。根據此方式，比較資料不予重列。

4 其他收入

	附註	截至3月31日止年度	
		2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
商標使用權收入	(i)	26,811	3,585
政府補貼	(ii)	157,074	84,177
股息收入	(iii)	2,766	3,044
其他收入		<u>186,651</u>	<u>90,806</u>

- (i) 商標使用權收入來自其他實體使用本集團品牌。
- (ii) 截至2020年3月31日止年度，本集團對地方經濟發展的貢獻獲多個中國地方政府機關認可，獲得無條件酌情補貼人民幣157,074,000元(2019年：人民幣84,177,000元)。
- (iii) 截至2020年3月31日止年度的股息收入來自本集團對錦泓時裝集團股份有限公司(前稱維格娜絲時裝股份有限公司)(上海證券交易所，股票代碼：603518)(「錦泓集團」)的股權投資。截至2019年3月31日止年度的股息收入分別來自本集團對錦泓集團及Bosideng Industry Investment Fund S.P.(「Bosideng Fund」)的股權投資。

5 按性質分類的開支

下列開支已計入銷售成本、銷售及分銷開支以及行政開支：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	5,481,889	4,869,939
折舊 (附註)		
— 租出資產	5,658	6,236
— 自有物業、廠房及設備	286,974	163,856
— 使用權資產	265,781	—
攤銷費用		
— 無形資產	47,969	53,457
— 預付租賃款項	—	2,812
商譽減值虧損	98,000	43,000
與短期租賃、剩餘租期於2020年3月31日或之前屆滿之其他租賃及 租賃安排服務費相關之開支	60,147	—
先前分類為國際會計準則第17號項下經營租賃的租賃的 最低租賃款項總額 (附註)	—	189,535
未計入租賃負債計量的可變租賃款項	1,091,798	1,043,600
呆壞賬減值撥備	81,589	9,993
核數師薪酬	5,300	5,300

附註：本集團已使用經修訂追溯方式首次應用國際財務報告準則第16號，並於2019年4月1日調整期初餘額，以確認與租賃有關的使用權資產，該等租賃先前已根據國際會計準則第17號分類為經營租賃。於2019年4月1日首次確認使用權資產後，本集團（作為承租人）須確認使用權資產折舊，取代先前政策採用直線法按其租期確認經營租賃項下產生的租賃開支。根據此方式，比較資料不予重列。

6 融資收入淨額

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於損益確認：		
銀行存款利息收入	30,731	20,340
按攤銷成本計量的金融資產利息收入	78,410	118,577
分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具利息收入(重新歸入)	11,869	40,584
衍生金融負債公允價值變動	1,756	—
	<u>122,766</u>	<u>179,501</u>
並非按公允價值計入損益之金融資產之利息收入總額	122,766	179,501
分類為按公允價值計入損益之金融資產之已變現／未變現收益淨額	65,383	—
外匯收益淨額	4,641	7,036
	<u>69,724</u>	<u>7,036</u>
融資收入	<u>192,790</u>	<u>186,537</u>
計息借貸及已貼現票據利息	(65,544)	(64,596)
可換股債券利息(附註15)	(19,919)	—
出售分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具之 虧損(重新歸入)	(57,471)	(69,134)
銀行費用	(14,824)	(16,711)
遠期外幣合約虧損淨額	—	(8,167)
衍生金融負債公允價值變動	—	(2,289)
分類為按公允價值計入損益之金融資產之已變現／未變現虧損淨額	—	(1,927)
租賃負債利息開支	(33,797)	—
	<u>(191,555)</u>	<u>(162,824)</u>
融資成本	<u>(191,555)</u>	<u>(162,824)</u>
於損益確認的融資收入淨額	<u>1,235</u>	<u>23,713</u>

7 所得稅

(a) 損益內的所得稅指：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
即期稅項開支		
所得稅撥備	399,688	531,181
遞延稅項收益／(開支)		
暫時差異的產生及撥回	4,949	(142,263)
	<u>404,637</u>	<u>388,918</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島(「英屬處女群島」)的規則及規定，本集團毋需支付開曼群島及英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於Bosideng UK Limited及Bosideng Retail Limited於截至2020年及2019年3月31日止年度並無應課稅溢利須繳納任何英國所得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iii) 撥備涵蓋中國所得稅撥備及香港所得稅撥備。中國所得稅撥備以本集團各中國附屬公司估計應課稅收入的各自適用稅率計算，有關稅率根據中國相關所得稅規則及規例釐定。香港所得稅撥備基於截至2020年及2019年3月31日止年度估計應課稅香港溢利以香港利得稅率16.5%計算。

除上海波司登信息科技有限公司(中國國內一家軟件企業)及江蘇波司登供應鏈管理有限公司(中國國內一家企業，向本集團公司提供採購、生產規劃、訂單管理、存儲及物流管理以及相關服務)外，截至2020年3月31日止年度，於中國成立的所有內資公司標準所得稅率均為25%。該等公司自2016年起三年內作為高科技企業享有15%的優惠稅率。上海波司登信息科技有限公司及江蘇波司登供應鏈管理有限公司分別於2019年10月28日及2019年12月6日獲得續期的高科技企業證書，並自2019年1月1日起三年內享有15%的優惠稅率。

- (iv) 根據企業所得稅法(「企業所得稅法」)及其相關規例，本公司須繳納10%的預扣稅。本集團中國附屬公司賬簿及賬目中所記錄的留存盈利並無確認遞延稅項負債，而管理層估計將不會在可預見的將來將其分派至中國以外地區。

(b) 以適用稅率計算的所得稅與會計溢利對賬：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
除所得稅前溢利	<u>1,599,913</u>	<u>1,394,478</u>
以適用中國所得稅率25%計算的所得稅	399,978	348,620
未確認未動用稅務虧損及暫時差異之稅務影響，扣除動用數額	(31,096)	(2,701)
不可扣稅開支	25,380	22,011
中國業務的稅項減免影響	(18,281)	(22,640)
不同稅收管轄權下稅率差異的影響	21,776	19,245
自中國附屬公司撥備至海外公司的股息預扣稅	3,068	20,855
其他	<u>3,812</u>	<u>3,528</u>
所得稅	<u>404,637</u>	<u>388,918</u>

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2020年3月31日止年度的每股基本盈利乃根據截至2020年3月31日止年度本公司權益股東應佔溢利人民幣1,203,184,000元(2019年：人民幣981,316,000元)及截至2020年及2019年3月31日止年度的已發行普通股加權平均數按以下方式計算：

普通股加權平均數：

	截至3月31日止年度	
	2020年 千股	2019年 千股
於年初之已發行普通股	10,585,146	10,540,010
為股份獎勵計劃所購買庫存股份之影響	(7,958)	(41,475)
行使受限制股份之影響	34,342	34,563
行使購股權之影響	84,043	651
購回股份之影響	<u>(16,617)</u>	<u>—</u>
普通股加權平均數	<u>10,678,956</u>	<u>10,533,749</u>
每股基本盈利(人民幣分)	11.27	9.32

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃根據本公司權益股東應佔溢利人民幣1,203,184,000元(2019年：人民幣981,316,000元)及普通股加權平均數10,881,104,000股(2019年：10,699,242,000股)計算，並經就本公司股份支付計劃安排的影響作調整如下：

普通股加權平均數(攤薄)：

	截至3月31日止年度	
	2020年 千股	2019年 千股
普通股加權平均數(基本)	10,678,956	10,533,749
股份支付計劃安排的影響	<u>202,148</u>	<u>165,493</u>
普通股加權平均數(攤薄)	<u>10,881,104</u>	<u>10,699,242</u>
每股攤薄盈利(人民幣分)	11.06	9.17

發行予本集團一家附屬公司非控權權益股東的沽出認沽期權所涉的潛在普通股及2019年12月17日已發行可換股債券具有反攤薄影響(附註15)。

9 使用權資產

使用權資產按相關資產類別劃分的賬面淨值分析載列如下：

	租賃作		
	自用物業	土地使用權	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本：			
於2019年3月31日	—	—	—
初始應用國際財務報告準則第16號的影響(附註)	235,795	62,251	298,046
於2019年4月1日	235,795	62,251	298,046
添置	765,167	—	765,167
出售	(12,798)	—	(12,798)
於2020年3月31日	988,164	62,251	1,050,415
累計折舊：			
於2019年3月31日	—	—	—
初始應用國際財務報告準則第16號的影響(附註)	—	(10,967)	(10,967)
於2019年4月1日	—	(10,967)	(10,967)
年內費用	(262,969)	(2,812)	(265,781)
出售	9,019	—	9,019
於2020年3月31日	(253,950)	(13,779)	(267,729)
賬面淨值			
於2020年3月31日	734,214	48,472	782,686
於2019年4月1日	235,795	51,284	287,079

與在損益內確認的租賃有關的費用項目分析如下：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元 (附註)
按相關資產類別劃分的使用權資產的折舊費用：		
土地使用權(i)	2,812	2,812
租賃作自用物業(ii)	262,969	—
	265,781	2,812
租賃負債利息(附註6)	33,797	—
與短期租賃、剩餘租期於2020年3月31日或之前屆滿之其他租賃及 租賃安排服務費相關之開支	60,147	—
根據國際會計準則第17號先前分類為經營租賃的 租賃之最低租賃付款總額	—	189,535
未計入租賃負債計量的可變租賃款項	1,091,798	1,043,600

附註：本集團已使用經修訂追溯方式首次應用國際財務報告準則第16號，並於2019年4月1日調整期初餘額，以確認與租賃有關的使用權資產，該等租賃先前已根據國際會計準則第17號分類為經營租賃。於2019年4月1日首次確認使用權資產後，本集團（作為承租人）須確認使用權資產折舊，取代先前政策採用直線法按其租期確認經營租賃項下產生的租賃開支。根據此方式，比較資料不予重列。

截至2020年3月31日止年度，添置使用權資產為人民幣765,167,000元。該金額主要與根據新租賃協議應付的資本化租賃付款有關。

(i) 土地使用權

有關土地使用權的土地全部位於中國，授予時的租期為50年。

(ii) 租賃作自用物業

透過租賃協議，本集團已獲取使用其他物業作為其倉庫及零售店的權利。該等物業之初步租賃期限一般為2至9年。

部分租賃包括於合約期結束時選擇續租的權利。在可行的情況下，本集團盡量爭取該等可由本集團行使的續租選擇權，以增加營運靈活性。本集團於租賃開始日期評估是否合理確定行使續租選擇權。倘本集團無法合理確定行使續租選擇權，則於延長期間的日後租賃付款將不計入租賃負債的計量。由於本集團已合理確定會行使續租選擇權，因此具有續租權租賃的日後租賃付款已記錄為使用權資產，且無需承擔該等日後租賃付款的潛在風險。

10 無形資產及商譽

	商譽 人民幣千元	客戶關係 人民幣千元	商標 人民幣千元	總計 人民幣千元
成本：				
於2018年、2019年及2020年3月31日	1,708,151	648,822	633,795	2,990,768
攤銷及減值虧損：				
於2018年3月31日	(413,741)	(588,053)	(92,258)	(1,094,052)
年內攤銷費用	-	(21,768)	(31,689)	(53,457)
減值虧損	(43,000)	-	-	(43,000)
於2019年3月31日	(456,741)	(609,821)	(123,947)	(1,190,509)
年內攤銷費用	-	(16,280)	(31,689)	(47,969)
減值虧損	(98,000)	-	-	(98,000)
於2020年3月31日	(554,741)	(626,101)	(155,636)	(1,336,478)
賬面淨值：				
於2020年3月31日	<u>1,153,410</u>	<u>22,721</u>	<u>478,159</u>	<u>1,654,290</u>
於2019年3月31日	<u>1,251,410</u>	<u>39,001</u>	<u>509,848</u>	<u>1,800,259</u>

客戶關係及商標的年內攤銷費用已計入綜合損益及其他全面收益表的「銷售及分銷開支」內。

現金產生單位(包括商譽)減值測試

為進行減值測試，商譽分配至本集團各營運分部。分配至各現金產生單位(現金產生單位)的商譽的賬面總值如下：

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
總值		
男裝	292,741	292,741
女裝－杰西(JESSIE)品牌	484,312	484,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	525,137	525,137
女裝－天津女裝	405,961	405,961
	<u>1,708,151</u>	<u>1,708,151</u>
累計減值虧損		
男裝	(292,741)	(292,741)
女裝－杰西(JESSIE)品牌	(141,000)	(121,000)
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	(106,000)	(43,000)
女裝－天津女裝	(15,000)	—
	<u>(554,741)</u>	<u>(456,741)</u>
淨值		
男裝	—	—
女裝－杰西(JESSIE)品牌	343,312	363,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	419,137	482,137
女裝－天津女裝	390,961	405,961
	<u>1,153,410</u>	<u>1,251,410</u>

以上所述各現金產生單位的可收回金額基於使用價值估計及根據貼現持續使用現金產生單位而產生的未來現金流量而釐定。使用價值以基於管理層就減值檢討而批准之五年期財務預算所得的現金流量預測計算。超出五年期的現金流量採用3%的估計年增長率推算。所採用的貼現率為現金產生單位的具體加權平均資本成本，就風險溢價作出調整以反映與現金產生單位相關的特定風險。杰西品牌女裝現金產生單位、邦寶品牌女裝現金產生單位及天津女裝現金產生單位的使用價值的估計乃採用範圍介乎15.9%至16.7%的貼現率釐定。

截至2020年3月31日止年度，邦寶品牌女裝現金產生單位、杰西(JESSIE)品牌女裝現金產生單位及天津品牌女裝現金產生單位的業務表現不佳。根據使用貼現現金流量預測方法的評估，可收回金額分別為人民幣657,404,000元、人民幣716,502,000元及人民幣629,488,000元，分別比賬面值低人民幣63,000,000元、人民幣20,000,000元及人民幣15,000,000元。因此，截至2020年3月31日止年度損益中確認減值虧損總額人民幣98,000,000元。減值虧損全數分配至商譽。

11 存貨

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
原材料	446,180	510,380
在製品	15,946	17,838
製成品	2,263,788	1,402,912
	<u>2,725,914</u>	<u>1,931,130</u>

於銷售成本確認及計入損益的存貨金額分析如下：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
已售存貨賬面值	5,362,984	4,758,085
存貨撇減	118,905	111,854
	<u>5,481,889</u>	<u>4,869,939</u>

12 貿易應收款項及應收票據

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
貿易應收款項	1,254,898	1,017,232
應收票據	114,589	151,128
減：呆賬虧損撥備	(172,744)	(133,318)
	<u>1,196,743</u>	<u>1,035,042</u>

於2020年3月31日，來自客戶合約的貿易應收款項及應收票據的賬面總值為人民幣1,369,487,000元。

所有貿易應收款項及應收票據預計會於一年內收回。

於2020年3月31日，本集團向供應商背書合計人民幣167,299,000元（2019年3月31日：人民幣193,504,000元）的若干銀行承兌匯票，以按完全追索權基準償付等額貿易應付款項。其中，本集團已完全終止確認該等應收票據及應付供應商賬款人民幣87,927,000元（2019年3月31日：人民幣124,895,000元）。該等已終止確認銀行承兌匯票的到期日為自報告期末起計少於六個月內。本公司董事認為，本集團已轉移與該等票據擁有權相關的絕大部分風險及回報，並已履行其應付供應商賬款責任，根據中國相法規及規則，倘若發行銀行未能夠於到期日償付該等票據，本集團於該等應收票據項下的償付責任風險有限。本集團因持續參與背書票據而面臨的最大風險及購回該等背書票據的未折現現金流量，均相等於其賬面值。本集團認為票據發行銀行信貸質素良好，且發行銀行無法於到期日償付該等票據的可能性不大。

賬齡分析

於報告期末，貿易應收款項及應收票據根據發票日期（或收入確認日期（如較早））並扣除呆壞賬虧損撥備的賬齡分析如下：

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
信貸期	841,114	864,794
逾期一至三個月	270,393	114,604
逾期超過三個月但少於六個月	58,161	15,791
逾期超過六個月但少於十二個月	14,818	21,536
逾期一年以上	12,257	18,317
	<u>1,196,743</u>	<u>1,035,042</u>

貿易應收款項及應收票據一般自發票日期起計介乎30日至90日到期。

13 按金、預付款項及其他應收款項

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
按金	597,210	390,381
材料及加工費的預付款項	208,840	312,713
租金的預付款項	—	22,067
其他服務的預付款項	22,077	16,490
	<u>230,917</u>	<u>351,270</u>
第三方其他應收款項：		
— 可抵扣增值稅	96,252	63,684
— 支付僱員的預付款	34,786	36,437
— 應收欣悅發展有限公司（「欣悅」）及優諾（天津）服裝有限公司（「優諾」）前控股股東控制公司款項	—	13,398
— 應收經紀款項(i)	—	47,917
— 有關證券投資的應收利息	—	7,780
— 其他	11,662	9,020
	<u>142,700</u>	<u>178,236</u>
總計	<u>970,827</u>	<u>919,887</u>

(i) 應收經紀款項主要指出售其他金融資產但經紀尚未結算之應收款項。

14 貿易及其他應付款項

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
貿易應付款項	519,489	549,237
應付票據	1,310,192	666,486
	1,829,681	1,215,723
其他應付款項及應計費用		
— 客戶按金	234,898	244,264
— 合約負債	237,584	239,344
— 應付建設款項	170,015	138,234
— 應計廣告開支	122,981	34,983
— 應計薪金、福利及花紅	203,285	278,284
— 以現金結算之沽出認沽期權	42,798	52,674
— 應付增值稅及其他稅項	195,914	140,061
— 應付股息	5,000	5,000
— 應付附屬公司邦寶國際控股有限公司前控股股東之股息之即期部分	41,840	57,281
— 應付附屬公司欣悅及優諾前控股股東之股息	4,402	4,402
— 有關無歸屬受限制股份之應付款項	4,662	21,916
— 應付有關可換股債券之利息	5,590	—
— 應付經紀款項(i)	—	131,191
— 其他	142,656	136,304
	3,241,306	2,699,661

(i) 應付經紀款項主要指購買其他金融資產但尚未向經紀結付之應付款項。

所有貿易及其他應付款項預計將於一年內清償。

於報告期末，基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於一個月內	1,677,174	1,076,675
一至三個月	152,507	139,048
	1,829,681	1,215,723

15 可換股債券

	負債部分	權益部分	總計
於2019年3月31日	–	–	–
於發行可換股債券時	1,663,346	260,857	1,924,203
債券發行成本	(22,424)	(3,517)	(25,941)
年內實際利息開支	19,919	–	19,919
匯兌調整	15,644	3,236	18,880
	<u>1,676,485</u>	<u>260,576</u>	<u>1,937,061</u>
於2020年3月31日	<u>1,676,485</u>	<u>260,576</u>	<u>1,937,061</u>

負債部分

	於3月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
負債部分賬面值	1,676,485	–
減：一年內到期的應付利息 (附註14)	(5,590)	–
可換股債券 – 非即期部分	<u>1,670,895</u>	<u>–</u>

於2019年12月17日，根據日期為2019年12月4日的認購協議（「認購協議」），本公司發行於2024年12月17日到期本金額為275百萬美元的可換股債券（「可換股債券」）。可換股債券按每年1%的單票息計息，利息每半年支付一次。

可換股債券可根據認購協議的條款及條件轉換為本公司股份。債券持有人將可換股債券轉換為普通股的權利如下：

- 根據認購協議的條款及條件，在有贖回選擇權的前提下，債券持有人可以選擇在2020年1月27日至2024年12月7日（包括首尾兩天）的任何時間行使轉換權；
- 初始轉換價為每股4.91港元（可根據認購協議的條款及條件進行調整），固定匯率為7.8287港元兌1美元；及
- 行使轉換權將予發行的普通股數目，應以將予轉換的可換股債券的本金額除以在有關轉換日期生效的轉換價予以確定。

除非先前已贖回，對於尚未行使轉換權的可換股債券，將於2024年12月17日以未償還本金額加上應計但未支付利息贖回。

16 股息

- (i) 年內應付本公司權益股東的股息：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
宣派及支付中期股息每股普通股3.0港仙 (2019年：宣派及支付中期股息每股普通股2.0港仙)	292,151	189,150
報告期末後擬派末期股息每股普通股6.0港仙 (2019年：每股普通股6.0港仙)	589,315	562,764
	<u>881,466</u>	<u>751,914</u>

報告期末後擬派末期股息並無確認為報告期末負債。

- (ii) 年內已批准及支付的上一財政年度應付本公司權益股東股息：

	截至3月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
年內已批准及支付的上一財政年度末期股息每股普通股 6.0港仙(2019年：末期股息每股普通股3.5港仙)	576,775	326,667
年內已批准及支付的上一財政年度特別股息 (2019年：每股普通股2.5港仙)	-	233,334
	<u>576,775</u>	<u>560,001</u>

17 於報告期後未經調整之事項

- (a) 於2020年3月31日後，本公司董事會建議派發末期股息644,088,000港元(約人民幣589,315,000元)，相當於向本公司權益股東分配每股普通股6.0港仙(約人民幣5.5分)。
- (b) 於2020年4月23日，本集團董事會議決向身為本集團董事、高級管理層或僱員的合資格人員授予87,000,000股受限制股份及330,000,000份購股權。每份購股權賦予持有人有權認購本公司一股普通股。受限制股份及購股權的行使價分別為每股0.97港元及1.94港元。該等受限制股份的歸屬期最長為三年，該等購股權有效期為51個月，歸屬期最長為三年。

管理層討論與分析

2019/20財年是不平凡的一年。根據2020年1月17日，國家統計局公佈的2019年中國經濟運行數據顯示，在多方面外部因素的影響下，我國GDP增速逐年放緩。面對國內外風險挑戰明顯上升的複雜局面，2019年我國全年社會消費品零售總額同比增長8.0%，為近年來增速下降最快的一年。然而，2019年全年最終消費支出對經濟增長的貢獻率為57.8%，消費仍是中國經濟增長的第一拉動力。在全球經濟面臨周期性衰退風險的背景下，中國經濟憑藉強大韌性，始終保持總體平穩、穩中有進的態勢。中國經濟轉向高質量發展，結構不斷優化，令其在全球主要經濟體中繼續名列前茅。

從消費環境來看，隨著中國消費市場的持續蓬勃發展，中國消費者的行為也出現了一定的分化—由過去那種各消費群「普漲」的態勢，轉變為不同消費群體「個性化」和「差異化」的消費行為。這不僅體現為不同區域、不同消費階層的、不同消費理念的差異化，更體現在消費者對於對國產品牌認可度不斷提高。這給本土品牌帶來了諸多新的機會，也給各個行業板塊帶來了新的發展空間。

然而進入2020年，一場突如其來的新冠病毒疫情（「新冠疫情」）打亂了許多秩序。受其影響，2020年一季度，社會經濟三大需求均出現不同程度的下降，導致帶動經濟出現負增長，我國GDP同比下降6.8%，環比下降9.8%，其中，最終消費支出拉動GDP下降4.4個百分點。全國居民人均消費支出實際下降12.5%。

本集團作為中國羽絨服行業的領軍企業，肩負著重大的社會責任和時代使命。在2020年初新冠疫情在國內蔓延的危急時刻，本集團向抗疫英雄們捐贈總計15.1萬件總市場價值約人民幣3.0億元的高品質羽絨服，送給包括湖北武漢在內的新冠疫情較嚴重、氣溫較低的全國各大省市抗疫一線醫護工作者。

2019/20財年，是本集團戰略轉型、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、終端重塑，取得了卓越的業績成果。

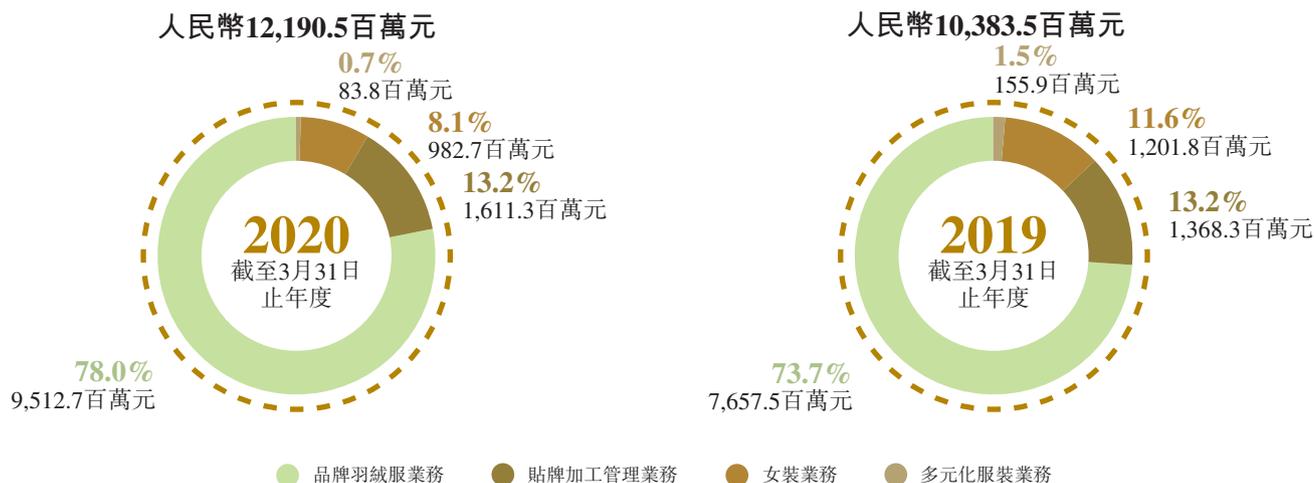
收入分析

於2019/20財年，本集團緊緊圍繞「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，贏得更多主流消費者的認可；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，整體經營業績實現遠高於行業水平的增長。

於本年度，本集團的收入為人民幣12,190.5百萬元，較去年同期上升約17.4%。繼上一財年收入突破百億大關並創歷史新高之後，2019/20財年再創歷史新高。品牌羽絨服業務、貼牌加工管理業務、女裝業務及多元化服裝業務為本集團的四大主營業務單元。

品牌羽絨服業務仍為本集團的最大收入來源，錄得收入約為人民幣9,512.7百萬元，佔總收入的78.0%，同比上升24.2%；貼牌加工管理業務錄得收入約為人民幣1,611.3百萬元，佔總收入的13.2%，同比上升17.8%；女裝業務錄得收入約為人民幣982.7百萬元，佔總收入的8.1%，同比下降18.2%；及多元化服裝業務錄得收入約為人民幣83.8百萬元，佔總收入的0.7%，同比下降46.2%。

按業務劃分之收入



品牌羽絨服業務：

於2019/20財年，本集團持續堅持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；推出豐富多彩的不同產品系列，調整店面形象等措施，吸引了一眾新時代的年輕消費者群體。於本年度，本集團品牌羽絨服業務項下的波司登品牌收入同比上升22.7%，達約人民幣8,403.3百萬元；整個品牌羽絨服業務板塊收入同比上升24.2%，達約人民幣9,512.7百萬元。

品牌建設

2019/20財年的品牌建設策略，進一步夯實「羽絨服專家」的發展戰略，聚焦專業設計、品質提升、科技創新等方面持續發力。同時，本集團的品牌建設從消費者需求出發，通過關鍵品牌舉措匹配主流人群生活場景及行為方式，進一步加深消費者對波司登的品牌及產品認知。

在品牌傳播升級方面，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知識產權（「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。

基於益普索(Ipsos)進行的波司登品牌健康度追蹤報告可知，目前波司登品牌認知及第一提及率均處於中國服裝行業領先地位，其中淨推薦值(NPS)高達52，品牌美譽度高達8.84。波司登持續保持60%中國消費者心目中首選的羽絨服專家品牌地位，各項品牌健康度指標均比往年有提升，波司登品牌在消費者心目中的認知更加正面積極。

根據艾媒金榜(iiMedia Ranking)發佈的2019年國牌系列第七批《中國服裝品牌排行榜top10》，波司登與雅戈爾、安踏及李寧等服飾品牌共同進入榜單，並以指數92.9位列冠軍。此次榜單是採用艾媒獨有的iiMeval大數據評價模型，結合品牌銷量、網絡口碑指數、線上關注熱度、品牌在行業的地位、發展潛力、國民認可度、分析師評價指數等多個維度針對品牌進行綜合評價與排名。

2019/20財年的品牌建設大事件按時序總結如下：

2019年4月起，持續深化競爭戰略，通過公關傳播在行業中持續發聲，為築高品牌勢能蓄勢。

2019年5月，參加「中國品牌日」活動及戛納電影節amfAR晚宴。

2019年8月，出征加拿大國際服裝展，進一步夯實了波司登的行業地位。

2019年9月19日，波司登作為「唯一登陸米蘭時裝周官方日程的中國羽絨服品牌」，聯手意大利國寶級星空藝術家驚艷亮相米蘭時裝周。

2019年10月30日，波司登打造服裝行業首個「高科技」服裝發佈會，推出全球頂配羽絨服「登峰」系列，進一步夯實波司登專家地位。

2019年11月27日，波司登聯手國際知名設計大師Jean Paul Gaultier (讓保羅•高緹耶，下稱「高緹耶」) 發佈聯名系列，成為首個與國際殿堂級設計大師合作的中國品牌。

2019年12月8日，波司登聯手著名設計大師Kenzō Takada (高田賢三) 與Ennio Capasa (埃尼奧•卡帕薩) 發佈聯名系列，為本年度的國際設計師聯名系列帶來嶄新的一筆。

2019年12月23日，波司登聯手天貓打造波司登超級品牌日，成為超品日首個品類品牌，活動傳播及引流效果顯著，當日銷售同時佔據男裝、女裝、童裝品類第一名。

2020年2月4日，隨著新冠疫情形勢的變化，波司登積極履行社會責任，為抗疫一線的醫務人員捐贈約15萬件總市場價值約3億元人民幣的波司登品牌高品質羽絨服，為抗疫工作提供有效保障，引發大眾好評及媒體熱議，並被中央電視台《新聞聯播》報道。波司登還緊急進行了生產線改造，在48小時內實現7條隔離衣生產流水線的復工轉產，日產防護用隔離衣超過2,000件，為戰「疫」一線的英雄們提供了必要的安全防護。

2020年2月16日，波司登首次登陸倫敦時裝周，再次展現中國品牌的匠心品質和民族自信，發佈會上各國嘉賓共同高呼「中國加油」，讓世界聽到中國的聲音，展現中國品牌的正能量。

訂單管理

於2019/20財年，本集團延續直營和批發訂貨完全分開的模式。直營門店單店訂貨、按照單店的銷售需求匹配貨品，後期按照銷售反應拉式下單、拉式生產。經銷商則根據各自不同的規模，採取不同的訂貨和返利的靈活模式。這樣極大地優化了對直營門店及經銷商訂貨結構的調控，保持穩定的理性訂貨。自2018年始，本集團對每年首次冬羽絨訂貨會的比例進行一定的管控；總體而言，訂貨會首次訂單比例不超過40%，而餘下的訂單部分則通過根據旺季市場實際反饋和需求進行補單。由於本集團業務的旺季時間並不十分長，超過60%的貨品補單需要足夠高效的供應鏈及快反能力支撐。2019年冬季，除首次訂貨，波司登品牌在旺季共完成6次補單，平均補單周期範圍在7-12天左右。

優質快反

優質快反的供應鏈作為本集團在行業持續勝出的核心競爭優勢，是維繫本集團高效健康持久發展的重點要素。根據目前商品運營的策略，本集團的每一批羽絨服產品訂單通過拉式補貨、快速上新及小單快反的形式支持更快的周轉時間，以實現優質快反；同時，本集團將持續根據市場終端數據反應，在銷售旺季進行滾動下單，實現優質快反供應。本次新冠疫情對本集團的供應鏈管理是一次考驗，但並沒有造成衝擊。本集團在疫情中順利啟動復產復工，例如隔離衣製造銷售等工作的開展，對抗擊疫情帶來一定作用。同時，本集團在疫情期間加大了對上游供應商的金融支持力度，利用本集團和金融機構的戰略合作關係，為上游客戶提供了供應鏈金融解決方案，從源頭上保障了整條供應鏈的穩定。

物流配送

基於全國一盤貨、線上線下融合共享理念，本集團的智能中央配送中心（「CDC」）服務全國所有線下直營、經銷門店及電商O2O業務。CDC不僅負責商品的入存鋪補退調及運輸配送，更肩負著部分數據管理的責任，能夠基於市場變化提前、有效配置商品資源，從而更快速、更精準響應消費者需求。通過採用獨特的物流管理系統，管理所有庫存，同時智能中央配送中心採取分佈式部署，在全國設置了華東、華北、青島、華中、西北、西南、東北、哈爾濱、烏魯木齊九大庫區。於2019/20財年，本集團延續「CDC直接分發至門店」的一級配送流程，實現全國所有門店的直接配送；這不僅能夠更快速地響應市場需求，更重要的是實現了貨品的全國共享。同時，配合著本集團自主研發的智能補貨系統，實現門店端的拉式補貨，讓好賣的貨不缺貨，從而提升銷售。實現全國所有門店的直接配送，希望借此可以降低存貨倉儲成本及更加有效管控安全庫存。

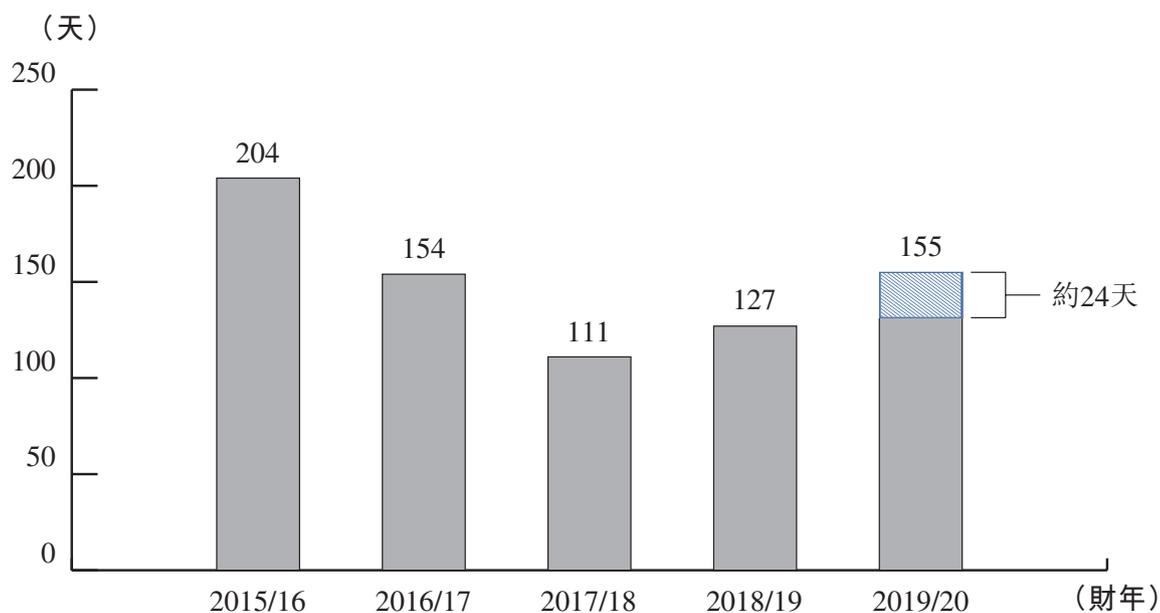
在2019/20財年旺季銷售中，近80%的訂單可實現當日下單次日送達，發貨效率得到穩定保障。其中，華東庫區是整個中央倉最大的配送中心，截止2020年3月31日，自動化程度約90%，日均處理能力達到「入庫50萬件+出庫50萬件」。

庫存管理

本集團致力於優化庫存管理，維持健康的庫存水平。通過嚴格執行生產和產品規劃，保持全部區域通過拉式補貨實現產銷結合；通過加強實時對終端零售數據的抓取及分析，根據匯總的銷售等數據調整與渠道及終端的互動，優化整體庫存管理；通過不斷推動零售精細化管理，從根本上提升整體運營效率。

2020年1月，新冠疫情突然來襲，本集團在2020年1月底至2020年3月底期間的銷售受到相當程度的直接影響，庫存管理也受到了一定的挑戰。根據過往5個財年本集團的銷售數據統計，每個財年春節後至3月31日期間羽絨服銷售收入佔到全年羽絨服銷售收入的約10%左右。2018年本集團開展戰略轉型以來，一直把庫存管理作為各個環節進行變革重塑的立根之本，庫存管理及快反供應鏈之間高效的有機結合亦是本集團管理層非常重視的工作板塊。由下圖可見，如果撇除新冠疫情對銷售帶來的直接影響，本集團在過去連續三個財年間，庫存周轉天數保持健康穩定，庫存管理與快反供應鏈管理匹配。

存貨周轉天數分析



■ 表示根據過往5個財年對春節到3月31日期間收入（主要包括羽絨服業務及女裝業務收入影響）預估所帶來的庫存周轉天數影響

數字化運營

本集團為提升小單快反和個性定製能力投資建設智能工廠。智能工廠實現了訂單接收、自動排版、自動鋪布、自動裁剪、自動充絨、半自動縫紉、自動吊掛的生產流程，提升了生產效率和客戶個性需求滿足能力。

同時，本集團持續推進新零售業務和數據中台建設，加強對消費者的數字化研究、商品數字化研究，提供線下門店、線上電商和微信小程序等多種觸達消費者方式，提升精準營銷能力和商品運營效率。

新零售運營

除重視淘寶等傳統平台電商，及開展高轉化率的直播電商，本集團亦更加注重與消費者情感鏈接的私域流量電商，我們認為新零售的趨勢不可阻擋。2019/20財年，本集團開始嘗試微信小程序離店銷售，其中波司登品牌小程序離店銷售超過人民幣7,000多萬元，2020年新冠疫情高峰期小程序日活最高超過200萬人次。截止2020年3月31日，波司登品牌擁有會員超過1,500萬人，擁有微信公眾號粉絲超過500萬人。上述會員人數較去年同比增長53.4%，其中30歲以下年輕消費者佔比為16.3%。會員銷售金額及會員復購銷售金額分別佔線下總銷售金額的67.8%及26.4%。

基於不斷擴大的私域流量池，本集團亦會進一步打造線下「門店+線上雲店」的店鋪增收模型，通過企業微信可與顧客進行個性化互動，為購物者提供便利便捷的購物體驗，以此持續提升會員銷售貢獻並，帶動線下渠道的進一步轉型。

產品研發

本集團一向非常注重產品的創新。產品的優化和拓展是波司登品牌發展的基石。

對於產品的研發思路，在保持與行業科技尖端技術、時尚潮流趨勢匹配的基礎上，本集團更注重與消費者之間的互動，和捕捉消費者不斷變化的喜好。在企劃案階段，通過深入進行消費者調研，後續根據商企需求來實現產品開發。在產品開發完成之後，以消費者角度出發，進行推廣及呈現方案的制定，形成系統性的文件進行下發。與此同時，本集團通過不同類型不同方式的培訓，確保每個系列產品特徵的推廣能力層層落實；在銷售推廣過程中，本集團要求設計師親自進行門店實訪和調研，通過與消費者的零距離接觸，收集第一手消費者反饋信息，後期進行不斷優化和改良。

2019/20年的產品系列，吸引了廣大消費者群體的眼球，令人耳目一新。波司登品牌羽絨服的重點新品系列包括：

米蘭時裝周系列

繼紐約時裝周後，波司登在藝術之都意大利米蘭再登國際時尚舞台，以「星空」主題帶來一場視覺盛宴，獲得國內外眾多明星大咖的一致好評。意大利星空藝術家奧塔維奧·法布里及其他時尚界明星等親臨現場，秀場同款一經推出，深受時尚人士喜愛。

「登峰」系列

該系列匯聚了波司登43年來專注羽絨服領域的積累，集眾多行業領先的設計理念、新興科技和創新工藝於一身。「登峰」系列以世界著名高峰為設計靈感，以核心款「珠峰款」為例：其採用北緯43°黃金羽絨帶稀有鵝絨、利用了新一代蜂巢立體充絨工藝，採取360度防風防水設計、並應用航天級保溫材料，最終歷經489道製作工序打造而成。

聯名設計師系列

高緹耶系列：經典與時尚交替，創意與專業並存，當高級定製設計遇上半世紀精工，演繹出全新羽絨服美學。2019年11月，波司登攜手法國殿堂級設計大師高提耶，推出聯名系列。作為愛馬仕前設計總監，高緹耶與波司登的組合吸引了時尚圈眾多頂級人士關注。眾多明星、時尚名媛、時尚產業先行者等明星及時尚界權威人士悉數到場。

高田賢三系列：2019年12月，波司登攜手國際時裝大師高田賢三，將專業工藝與藝術靈感相結合，讓東西方文化相互交融，再次讓羽絨服這件實用單品煥發出嶄新的藝術精神。高田賢三是全世界最具影響力的時尚設計大師之一。作為最早進入巴黎時尚界的東方設計師，他所創立的KENZO品牌迅速成為國際時尚界最受關注的品牌之一。在這次聯名中，高田賢三沿用了經典「虎頭」元素，並增加了「牡丹」的元素，致敬中國文化和中國品牌。

征服者系列

運用經典軍隊迷彩圖案，面料強化耐磨抗撕裂，完美體現征服者獨特的野性前衛氣質和探險精神。成為波司登又一極具代表性的暢銷系列，受到年輕消費者的廣泛認可。

傳奇系列

由意大利設計師打造的波司登品牌43週年特別紀念款，靈感源自「羽皇歸來」的新聞報導和「暢銷全球72國」地圖，以此「報紙圖案」和「地圖」作為其代表元素，同時全系列採用歐洲進口鵝絨、戶外裝備專業面料，向消費者傳遞品牌43年來專注高品質並不斷追求創新的精神。

輕暖羽絨系列

單件羽絨服輕至330克，為波司登歷史最輕羽絨服。材料方面，採用超輕柔膚面料及超細纖維20D面料，9,000米長紗線僅20克重量，棉質手感、親膚滑柔；工藝方面，採用防跑絨科技，先紵線後充絨，避免絨朵從針眼中鑽出。

倫敦時裝周產品

2020年2月，波司登品牌登陸倫敦時裝周，成為首個亮相倫敦時裝周的中國羽絨服品牌。與以往不同的是，波司登心系祖國，此次時裝秀場特別採用了中國紅的元素，並在現場打出「中國加油」的醒目標語。波司登用走心的方式引發了全球友人為中國加油的熱潮，網絡上一片熱議，國內外各大權威媒體更是爭相報道，紛紛給予肯定和好評。

多品牌策略

本集團在聚焦波司登品牌發展，重塑波司登為中高端功能性時代品牌的同時，持續圍繞「羽絨+」，繼續發展定位在中端市場的雪中飛品牌羽絨服業務、高性價比的冰潔品牌羽絨服業務，以提升整體市場份額。

雪中飛

於2019/20財年，雪中飛品牌收入約為人民幣498.2百萬元，同比上升37.8%。於本年度，雪中飛品牌創新變革線上分銷業務，實現了品牌的高速發展及遠高於行業的增速。流量提升方面，雪中飛品牌有效整合平台資源，創新統籌分銷流量，有效實現了各平台上品牌流量的快速提升；效率優化方面，根據數據驅動實現供應商和經銷商的資源精準配置，從而有助於供應鏈快速反應，精準下單、精準營銷等效率的提升；價值鏈整合方面，雪中飛品牌通過設計賦能，引導商品的品牌調性，共享商品拍攝圖庫，提升品牌的視覺效果，組建中央倉與分倉聯合供應模式，實現商品供應鏈條上的價值最大化。此外，雪中飛品牌與平台數據公司建立戰略合作關係，為分銷商在平台規則、活動規劃等方面提供服務，持續提升雪中飛的品牌勢能；據此，於本年度，雪中飛品牌的線上銷售份額提升顯著，線下業務持續走渠道下沉路線、聚焦經濟較好的三四線城市。對於現有直營門店，實行區域聚焦，有效把控規模；對於現有經銷門店，整合各方資源，優化模式創營收；通過大店佈局，打造標桿門店進行全國推廣。通過一系列有效的舉措，雪中飛品牌的線下業務亦保持了持續穩健的增長。

冰潔

於2019/20財年，冰潔品牌收入約為人民幣205.5百萬元，同比下降3.7%。相對於本集團的其他羽絨服品牌，冰潔品牌受經濟放緩和中低端服飾競爭加劇的挑戰所帶來的影響，轉型相對較慢。本年度冰潔品牌聚焦於渠道建設與經營模式的優化，在渠道建設方面，關閉代理商低效網點100多家，本年度整體店效有所提升；在經營模式方面，冰潔品牌力求改變代理商批發為主的傳統模式，通過品牌線上分銷模式增加產品覆蓋和人群覆蓋。品牌將進一步收縮代理商規模、增加直聯營比例、發力線上，搭建線上線下一體化的新零售體系。

按品牌劃分之羽絨服業務收入

截至3月31日止年度

品牌	2020年		2019年		變動
	估品牌羽絨服		估品牌羽絨服		
	人民幣百萬元	銷售額百分比	人民幣百萬元	銷售額百分比	
波司登	8,403.3	88.3%	6,849.2	89.5%	22.7%
雪中飛	498.2	5.2%	361.5	4.7%	37.8%
冰潔	205.5	2.2%	213.4	2.8%	-3.7%
其他品牌	-	0.0%	2.6	0.0%	-100.0%
其他	405.7	4.3%	230.8	3.0%	75.8%
品牌羽絨服業務總收入	<u>9,512.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>7,657.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>24.2%</u>

按銷售類別劃分之品牌羽絨服業務收入

截至3月31日止年度

銷售類別	2020年		2019年		變動
	估品牌羽絨服		估品牌羽絨服		
	人民幣百萬元	銷售額百分比	人民幣百萬元	銷售額百分比	
自營	5,628.3	59.2%	4,959.1	64.8%	13.5%
批發	3,478.7	36.6%	2,467.6	32.2%	41.0%
其他*	405.7	4.2%	230.8	3.0%	75.8%
品牌羽絨服業務總收入	<u>9,512.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>7,657.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>24.2%</u>

* 指與羽絨服產品有關的原材料銷售及其他授權費等收入

於2019/20財年，是本集團渠道規模得以大幅擴張、渠道結構得以進一步優化的一年。一方面，本集團通過收縮低效門店，開設符合品牌勢能定位的新型門店，大舉拓展了門店的數量；另一方面，持續致力於優化渠道結構，使得整體門店朝著主流消費渠道的方向進行遷移，本集團在購物中心及時尚百貨等核心商圈的終端門店的鋪設明顯增加。同時，通過持續加強並改良終端售點裝修形象、改進貨品陳列、優化銷售人員激勵機制的多種靈活方法，帶動終端售點的銷售積極性。於2020年3月31日，本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%。在本集團品牌羽絨服業務的總零售網點中，約有26.8%位於一、二線城市（即北上廣深及省會城市），約有73.2%位於三線及以下的城市。

按羽絨服品牌劃分之零售網絡

於2020年3月31日	波司登		雪中飛		冰潔		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
專賣店								
本集團經營	1,026	+270	13	-11	21	-5	1,060	+254
第三方經銷商經營	<u>1,901</u>	<u>+97</u>	<u>191</u>	<u>+8</u>	<u>229</u>	<u>-109</u>	<u>2,321</u>	<u>-4</u>
小計	<u>2,927</u>	<u>+367</u>	<u>204</u>	<u>-3</u>	<u>250</u>	<u>-114</u>	<u>3,381</u>	<u>+250</u>
寄售網點								
本集團經營	598	+25	182	-29	21	-17	801	-21
第三方經銷商經營	<u>286</u>	<u>-24</u>	<u>113</u>	<u>+52</u>	<u>285</u>	<u>-19</u>	<u>684</u>	<u>+9</u>
小計	<u>884</u>	<u>+1</u>	<u>295</u>	<u>+23</u>	<u>306</u>	<u>-36</u>	<u>1,485</u>	<u>-12</u>
合計	<u>3,811</u>	<u>+368</u>	<u>499</u>	<u>+20</u>	<u>556</u>	<u>-150</u>	<u>4,866</u>	<u>+238</u>

變動：與2019年3月31日相比

羽絨服業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 3月31日	於2019年 3月31日	變動
華東	1,708	1,662	+46
華中	1,050	1,073	-23
華北	455	402	+53
東北	511	461	+50
西北	561	543	+18
西南	581	487	+94
合計	4,866	4,628	+238

地區

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東
 華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南
 華北：北京、天津、河北
 東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古
 西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西
 西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

貼牌加工管理業務：

於2019/20財年，本集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣1,611.3百萬元，佔本集團收入的13.2%，較去年同期上升17.8%，貼牌加工管理業務收入實現了3年翻一番的戰略目標。貼牌加工管理業務收入來自前五大客戶的收入約佔貼牌加工管理業務的85.6%。

於本年度，儘管面臨著中美貿易戰摩擦及各種不確定因素的影響，貼牌加工業務板塊依然在逆市中取得亮麗成績。其通過持續深化與核心客戶的關係，提供原始設計製造（「原始設計製造」）管理業務設計支持，使得核心客戶合作業務規模持續增長；通過持之以恆提供的多方位支持，提升了客戶的黏性；對合作的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，提升了本集團貼牌加工管理業務的競爭力。通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，使得貼牌加工管理業務的毛利率亦上升2.2個百分點至18.5%。

與此同時，貼牌加工管理業務團隊為滿足客戶對生產佈局的需求，持續擴展越南等東南亞地區產能，利用本集團「羽絨服專家」的生產管理經驗，快速提升新增產能的品質管理和訂單生產過程管控，有效應對未來政策變動所帶來的不確定性的影響，同時也保障了未來貼牌加工管理業務的持續增長。

女裝業務：

於2019/20財年，本集團的女裝業務收入約人民幣982.7百萬元，收入較去年同期下降18.2%，女裝業務佔本集團總收入比重為8.1%。各女裝品牌的收入分佈如下：

品牌	按品牌劃分之女裝業務收入				
	截至3月31日止年度				
	2020年		2019年		變動
估女裝業務 人民幣百萬元	銷售額百分比	估女裝業務 人民幣百萬元	銷售額百分比		
杰西	333.5	33.9%	412.4	34.3%	-19.1%
邦寶	315.9	32.2%	361.6	30.1%	-12.6%
柯利亞諾	183.6	18.7%	226.1	18.8%	-18.8%
柯羅芭	149.7	15.2%	193.5	16.1%	-22.6%
其他品牌	0.0	0.0%	8.2	0.7%	-100.0%
女裝業務總收入	<u>982.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,201.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>-18.2%</u>

銷售類別	按銷售類別劃分之女裝業務收入				
	截至3月31日止年度				
	2020年		2019年		變動
估女裝業務 人民幣百萬元	銷售額百分比	估女裝業務 人民幣百萬元	銷售額百分比		
自營	906.2	92.2%	1,086.9	90.4%	-16.6%
批發	76.5	7.8%	114.9	9.6%	-33.4%
女裝業務總收入	<u>982.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,201.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>-18.2%</u>

時尚女裝 – 杰西(JESSIE)

於2019/20財年，杰西女裝進一步加大品牌推廣力度，通過聯袂意大利設計顧問團隊驚艷亮相深圳時裝周，成功打造本屆深圳時裝周最受矚目的國際範大秀，引發央視、新華社、VOGUE、時尚芭莎等權威時尚媒體持續報道。

於本年度，杰西女裝聚焦重點區域重點店舖，持續提升營銷質量，針對重要節點、重大活動，創新開展裙裝節、大衣節、羽絨季等VIP主題營銷活動，確保重點店舖經營穩定；同時，杰西女裝亦非常重視數字化銷售，推動數智化建設賦能終端，精準開發杰西品牌搭配APP，根據上貨計劃將當季產品形象片、場景搭配、街拍、陳列等導入平板電腦，促進終端員工與顧客的有效互動，有效提升了客戶體驗和終端零售能力。

在提升線下店舖運營質量的同時，杰西女裝還積極開展會員營銷及促進線上線下融合，持續提升會員的忠誠度和黏性，截至2019年末，僅直營體系VIP會員人數已超過25萬名，為品牌的發展及業務的穩定增長打下堅實的基礎。

然而，鑑於新冠疫情對消費衝擊巨大，杰西女裝在2020年第一季度的銷售受到一定程度的影響。加之受經濟大環境及消費力疲軟影響，本年度杰西收入下降19.1%至約為人民幣333.5百萬元。其中自營和批發業務收入分別下降18.7%和20.9%至約人民幣270.9百萬元及人民幣62.6百萬元。

面對新冠疫情，杰西及時調整管理、運營策略，通過開展微銷、直播（騰訊看點、抖音和微商城等平台）、短視頻推廣活動，形成線上、線下協同銷售，對外協調商場進行降保底、降扣點、免費用，配合商場復工營業。在多措並舉下，杰西女裝從2020年3月開始初步恢復銷售，整體經營狀況持續好轉。

時尚女裝 – 邦寶(BUOU BUOU)

於2019/20財年，邦寶女裝面臨競品同質化嚴重、線下傳統百貨商場客流銳減、經銷渠道客戶業績下滑等問題，制定了一系列整改的方針和措施。其中包括對產品研發體系的整改，以及引入新零售措施進行積極引流等。

產品研發層面，本年度邦寶女裝團隊將線上線下的研發體系進行內部拆分，組建單獨的線上研發部。通過線上大數據分析，精準設計線上專供款以迎合線上主流客層。全年邦寶品牌線上專供款的銷售額佔比較去年同期提升了24%。

新零售層面，本年度邦寶品牌全面加強電商及微銷與線下銷售的互動管理，完善線上線下客流互引，借助大數據對顧客進行精準畫像，採用直播、小視頻等新促銷手段，對不同客層進行精準推送。由此，邦寶品牌線上銷售佔比由截至2019年3月31日止年度的9.3%提升到2019/20財年的15.7%；

然而，由於新冠疫情的衝擊，邦寶女裝在2020年第一季度的銷售受到了一定程度的影響，本年度邦寶收入約為人民幣315.9百萬元，較上年下降12.6%。其中自營和批發業務收入分別下降7.3%和61.4%至約人民幣302.1百萬元及人民幣13.8百萬元。

面對新冠疫情，邦寶女裝積極應對，及時與各商場洽談扣點、保底、費用的減免，以降低營運成本，通過短視頻、直播等自媒體形式增大產品曝光度，以提高產品銷售機會，採用拼團、秒殺、送券、抽獎等營銷策略吸引新老VIP客人線上消費，以增加VIP客人品牌黏性。在多舉並措下，邦寶女裝從2020年3月開始銷售逐漸恢復。

時尚女裝 – 柯利亞諾(KOREANO)及柯羅芭(KLOVA)

於2019/20財年，柯利亞諾及柯羅芭兩個品牌在高端定製活動取得良好的銷售業績和消費者反饋的同時，持續優化供應鏈小單快反的能力和效率，逐步提升會員服務質量。本年度，這兩個品牌非常注重終端品牌形象的建設，亦非常重視對銷售渠道優勝劣汰的梳理，以此為下一財年的優質渠道及同店的提升夯實基礎；同時，積極佈局電商，試點柯利亞諾天貓旗艦店及唯品會平台運營等。

然而，鑑於新冠疫情的衝擊，柯利亞諾及柯羅芭在2020年第一季度的銷售受到在一定程度上的影響。本年度，柯利亞諾及柯羅芭收入約為人民幣333.3百萬元，較上年下降20.6%。

面對新冠疫情，柯利亞諾及柯羅芭積極調整管理、運營策略，在協調並推動租金、保底店舖相關扣點、各項費用進行一定減免的同時，確保店舖結算正常，督促應收賬款的及時收回，保障運營資金存量安全。此外，快速推進電商、直播業務，形成線上、線下協同銷售；積極做好防疫工作，快速追趕20夏、20秋冬產品產能及交期，配合各店舖的復工復銷。

在多方面措施高效配合併協同下，柯利亞諾及柯羅芭從2020年3月開始初步恢復銷售，仍然堅持一貫穩定的價格策略；利用各商場VIP直播平台，擴大各店舖輻射半徑，邀約老顧客，吸納優質新顧客；佈局微信商城及匹配激勵機制，整體經營狀況持續好轉。

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%。在本集團女裝業務的總零售網點中，約有60.5%位於一、二線城市（即北上廣深及省會城市），約有39.5%位於三線及以下的城市。

按女裝品牌劃分之零售網絡

於2020年3月31日	杰西		邦寶		柯利亞諾		柯羅芭		其他		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
專賣店												
本集團經營	3	-1	15	-3	-	-	-	-	-	-	18	-4
第三方經銷商經營	20	-3	9	-	-	-	-	-	-	-	29	-3
小計	23	-4	24	-3	-	-	-	-	-	-	47	-7
寄售網點												
本集團經營	107	-10	112	-5	81	+2	55	-7	-	-1	355	-21
第三方經銷商經營	75	+5	22	-6	-	-	-	-	-	-	97	-1
小計	182	-5	134	-11	81	+2	55	-7	-	-1	452	-22
合計	205	-9	158	-14	81	+2	55	-7	-	-1	499	-29

變動：與2019年3月31日相比

女裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 3月31日	於2019年 3月31日	變動
華東	64	72	-8
華中	156	163	-7
華北	50	55	-5
東北	64	62	+2
西北	100	106	-6
西南	65	70	-5
合計	499	528	-29

地區

華東	： 江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東
華中	： 湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南
華北	： 北京、天津、河北
東北	： 遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古
西北	： 新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西
西南	： 四川、西藏、重慶、雲南、貴州

多元化服裝業務：

在2019/20財年，本集團的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%。在戰略轉型的第二年，本集團堅持「聚焦主航道、收縮多元化」的整體戰略不動搖，多元化服裝業務佔本集團總收入比重下降至0.7%。本年度，各多元化服裝品牌的收入分佈如下：

按品牌劃分之多元化服裝業務收入

截至3月31日止年度

品牌	2020年		2019年		變動
	人民幣百萬元	估多元化 服裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	估多元化 服裝業務 銷售額百分比	
颯美特校服	36.5	43.6%	22.7	14.6%	60.8%
其他品牌及其他	47.3	56.4%	133.2	85.4%	-64.5%
多元化服裝業務總收入	83.8	100.0%	155.9	100.0%	-46.2%

按銷售類別劃分之多元化服裝業務收入

截至3月31日止年度

銷售類別	2020年		2019年		變動
	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售百分比	
自營	37.9	45.2%	29.7	19.1%	27.6%
批發	33.0	39.4%	109.2	70.0%	-69.8%
其他*	12.9	15.4%	17.0	10.9%	-24.1%
多元化服裝業務總收入	83.8	100.0%	155.9	100.0%	-46.2%

* 指來自租金收入

校服業務 – 颯美特

於2019/20財年，多元化業務板塊項下的校服業務仍以颯美特品牌進行運營。當前，颯美特服務超過200所學校，年供應量超過百萬件。

颯美特執著於品牌專業與理念，榮獲中國質量誠信AAA級優秀企業、建國70週年·中國校服發展突出貢獻企業等榮譽，颯美特品牌以踐行社會責任為己任，多次走進汶川、甘肅等貧困校區組織公益捐贈活動，用行動踐行一份社會責任。

颯美特品牌校服以學生安全為己任，視產品質量為品牌生命。通過制定嚴格的供應鏈體系及檢驗流程，實現各個環節的快速響應和高效運轉，持續為消費者提供「健康、安全、舒適、時尚」的校服。

業務發展方面，颯美特構建的生態體驗店是校服行業內線下零售新模式，以多元化的互動展現空間，開闢了品牌線下新零售勢能，為解決區域周邊學校的服務體驗問題及經營合作商關係做出良好鋪墊。同時，打破服育文化只在校園內體現的壁壘，為每個對校園文化身懷期待的學生、家長、學校提供親身體驗校服產品的機會和零距離的服務，贏得眾多學校訂單，同時以優質體驗店作為標桿覆蓋全國核心區域。

童裝業務

於2019/20財年，本集團主要與日本品牌*Petit main*進行合作。在業務拓展方面，通過不斷聚焦，重點培養線上平台的發展。*Petit main*在2018年8月入駐天貓品牌旗艦店以來，取得了一定的行業排名，得到廣泛關注。

男裝業務及居家業務

本集團於截至2019年3月31日止年度開始對多元化服裝業務板塊項下的男裝業務及居家服務業務進行全面縮減。故這兩個業務單元在過去的兩年內有大幅收縮。

多元化服裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 3月31日	於2019年 3月31日	變動
華東	7	9	-2
華中	-	-	-
華北	-	1	-1
東北	-	2	-2
西北	-	2	-2
西南	26	28	-2
合計	33	42	-9

地區

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

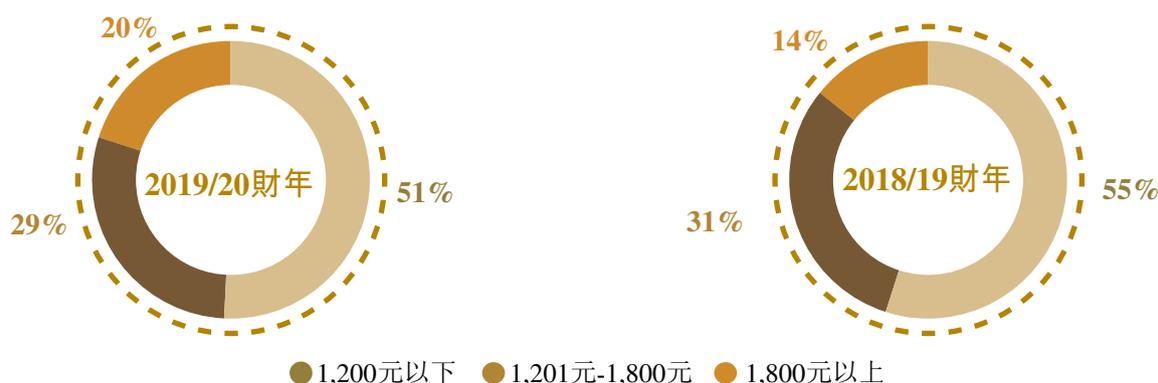
西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

線上銷售

在2019/20財年，本集團的線上銷售業務得以大力發展，並取得了亮麗的業績。例如，波司登羽絨服品牌，在重要電商節慶表現方面，在天貓雙11銷售額位列服飾行業第2名，雙12銷售額位列服飾行業第2名，年貨節銷售額位列服飾行業第1名，天貓超級品牌日銷售額位列服飾行業第1名；在直播表現方面，雙11直播銷售額位列服飾行業第1名，雙12直播銷售額位列服飾行業第1名，2019年作為首個進入李佳琦直播間的服飾大牌，在2019年12月波司登超級品牌日與李佳琦帶貨合作，單場效能在人民幣600萬元左右。

於2019/20財年，本集團非常注重線上的品牌建設、注重線上線下新零售的整合、注重會員的維護及拓展。在品牌建設方面，通過品牌大型公關事件，線上線下聯合發聲；同時，整合天貓平台資源，打造波司登超級品牌日。通過全渠道品牌勢能的不斷提高，中高價位段產品（吊牌價在人民幣1,800元或以上）的收入佔比在過去三年裡不斷提升。在線上線下新零售整合方面，目前已實現線上線下會員、數據、庫存O2O一體化的梳理，線下門店有超100家實現線上線下直播同步。在會員的維護和拓展方面，2019年天貓旗艦店實現新增會員近200萬人，粉絲超500萬人；現階段用戶的結構中，30歲以下的年輕新生消費群體穩步提升；通過系統整合，目前本集團主品牌已實現線上線下會員數據、權益、積分一體化運營。

在過去的兩個財年，波司登品牌羽絨服天貓旗艦店吊牌價位段成交金額如下表所示：



於2019/20財年，本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於本年度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，分別佔到品牌羽絨服業務、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。

毛利

於2019/20財年，本集團毛利由去年同期的人民幣5,513.5百萬元增加21.7%至人民幣6,708.6百萬元。伴隨成功的品牌重塑及產品拓展，毛利率較去年同期的53.1%提升1.9個百分點至55.0%。

品牌羽絨服業務毛利率增加2.4個百分點至59.8%，主要由於在過去的一年裡，一方面隨著波司登品牌勢能的不斷提升，產品的平均售價亦相應提升；另一方面，本集團持續推出諸多不同系列的產品，極大豐富了高品質、高單價的產品組合，提升高毛利產品佔比，優化了產品結構。這與本集團持續「聚焦主航道、聚焦主品牌」戰略方針、堅持波司登品牌的重塑和升級、堅持打造「全球熱銷的羽絨服專家」戰略路線密不可分。貼牌加工管理業務的毛利率略有上升2.2個百分點至18.5%，由於通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，提高生產效率，以及優化訂單結構，高毛利訂單的佔比提升三種因素構成。女裝業務的毛利率較去年同期略有下降1.1個百分點至74.4%，主要由於新冠疫情期間冬季高毛利產品銷售受阻所致。

經營溢利

於2019/20財年，本集團的經營溢利上升16.6%至約人民幣1,598.7百萬元，經營溢利率為13.1%，較去年同期的經營溢利率基本持平。

分銷開支

於2019/20財年，本集團的分銷開支主要包括廣告和宣傳費用、百貨公司扣點費、使用權資產折舊費、或有租金以及銷售僱員開支，約達人民幣4,276.4百萬元，較去年同期的約人民幣3,439.9百萬元增加24.3%，分銷開支佔本集團總收入由去年同期的33.1%上升2.0個百分點至35.1%。分銷開支上升，主要由於本集團在本年度加強對品牌羽絨服業務（特別是波司登品牌）的品牌建設及渠道建設，以及本年度人員增加導致工資支出上升所致。

行政開支

於2019/20財年，本集團的行政開支主要包括薪酬及福利、折舊及顧問費，約達人民幣853.0百萬元，較去年約人民幣729.1百萬元增加17.0%，行政開支佔本集團總收入與去年同期比率基本持平，為7.0%。

融資收入

於2019/20財年，本集團的融資收入由約人民幣186.5百萬元上漲3.4%至約人民幣192.8百萬元，主要由於本集團的銀行利息收入有所增加；及受外幣匯率波動影響，本集團在2019/20財年的外匯收益較上年同期減少。

融資開支

於2019/20財年，本集團的融資開支本集團的融資開支約人民幣191.6百萬元，較上年度上升約人民幣28.7百萬元，主要由於本年度首次生效的一項新國際財務報告準則（國際財務報告準則第16號－租賃），及可換股債券發行產生的利息費用等因素的影響所致。

首次生效的國際財務報告準則第16號－租賃，要求企業將大部分租賃（選擇簡化處理的短期租賃、低價值資產租賃、可變租賃或租賃安排服務費除外）確認使用權資產和租賃負債，並分別確認使用權資產折舊和利息費用，本年度因租賃產生的利息費用約為人民幣33.8百萬元。

本集團在2019年12月份發行了票面利率1%，2024年12月到期的本金總額275,000,000美元的可換股債券（「可換股債券」）。由於「國際會計準則第32號－金融工具列報」要求可換股債券的利息支出，需按照實際利率法計算，實際利率以按照發行可換股債券時市場上與之相類似但沒有換股權的公司債券的市場利率為基礎確定，因此本公司按照實際利率為4.3%確認發行日到2020年3月31日應承擔的可換股債券的利息費用為人民幣19.9百萬元。

為把握時尚及服裝行業相關的投資機會，並將未完全投資的現金資產投資於高流動性的投資產品，本集團曾於截至2018年3月31日止年度投入產業基金美金9,800萬元以擴大中短期投資收入。由於受到市場風險影響，產業基金持有的債券、股票等金融資產產生了一定的損失，本集團於截至2019年3月31日止年度開始贖回基金，並於截止2019年9月30日完成全部的贖回。

稅項

於2019/20財年，所得稅開支由約人民幣388.9百萬元上升至約人民幣404.6百萬元，實際稅率約為25.3%，與25%的標準中國所得稅稅率相若。

股息

董事會建議派發本年度的末期股息為每股本公司的普通股（「股份」）6.0港仙（相等於約人民幣5.5分）。建議股息須待本公司股東大會於2020年8月21日或前後舉行的股東週年大會（「股東週年大會」）上批准。待股東批准後，建議股息將於2020年9月15日或前後支付予2020年8月26日名列本公司股東名冊的股東。

流動資金及財務來源

於本年度，本集團經營活動所得的現金淨值約為人民幣1,232.9百萬元，於2020年3月31日的現金及現金等價物約為人民幣4,206.6百萬元。

於2020年3月31日，現金及現金等價物指貨幣單位的分佈如下：

	人民幣千元
人民幣	3,055,857
美元	1,064,141
英鎊	9,912
港元	75,352
日圓	169
歐元	1,140
總計	<u>4,206,571</u>

為使本集團可用現金儲備獲得較高回報，本集團已投資其他金融資產，包括中國國內銀行的保本短期投資及其他金融證券。於銀行的短期投資預計（非保證）回報率介乎每年1.3%至6.1%。其他金融證券指朔明德投資有限公司持有的交易股票及債券。於2020年3月31日，本集團的銀行借款約為人民幣817.8百萬元（2019年3月31日：約人民幣1,627.7百萬元），可換股債券負債部分賬面值約為人民幣1,676.5百萬元（2019年3月31日：無）及本集團的負債比率（即：債務總額／權益總額）為24.0%（2019年3月31日：16.1%）。

本集團預期可與借貸人取得新借貸，以取代於可見的將來到期的現有借貸，如不可行，本集團有充裕的現金和可供出售的資產以滿足償還借貸的要求。

根據一般授權發行可換股債券

於2019年12月4日，本公司（作為發行人）與Citigroup Global Markets Limited及中國國際金融香港證券有限公司（作為管理人）（統稱「管理人」）訂立認購協議（「認購協議」），據此，管理人已同意個別（但並非共同）認購（或促使認購人認購並支付）可換股債券（「認購事項」）。

假設按初步轉換價每股股份4.91港元（「轉換價」）悉數轉換可換股債券，則可換股債券可轉換為438,470,977股股份（「轉換股份」），相當於2019年12月5日（本公司公告日期）本公司已發行股本約4.05%及經因可換股債券獲悉數轉換而發行轉換股份所擴大之本公司已發行股本約3.89%。轉換股份的總面值約為4,384.7美元，而股份於釐定發行條款當日的市價為3.85港元。轉換股份將根據本公司股東於2019年8月26日通過的普通決議案授予董事的一般授權獲發行。根據可換股債券的條款及條件，可換股債券的利息將每滿半年支付一次，自2020年6月17日起，分別於每年的6月17日及12月17日支付。

認購事項於2019年12月17日完成。可換股債券的發行總額為275,000,000美元，及認購事項所得款項淨額約為271,000,000美元。因此，每股轉換股份的淨價約為0.62美元。董事認為，發行可換股債券可以較低融資成本為本公司提供額外資金，以償還現有短期債務，繼而優化其融資結構並為本公司的一般企業及業務用途提供資金。

於2020年3月31日，尚無可換股債券轉換為新的股份。

有關可換股債券的進一步詳情，請參閱本公司日期分別為2019年12月5日及2019年12月17日的公告。

持有重大投資、重大收購事項及出售附屬公司以及就資本資產重大投資的未來計劃

於本年度，本集團該無持有重大投資或重大收購事項及出售附屬公司。於2020年3月31日，本集團並無重大投資或資本資產收購，或收購或出售附屬公司的未來計劃。

或然負債

於2020年3月31日，本集團並無重大或然負債。

資本承擔

於2020年3月31日，本集團有約人民幣32.3百萬元有關廠房、物業及設備的未結算資本承擔（2019年3月31日：人民幣20.0百萬元）。

資產質押

於2020年3月31日，銀行存款約人民幣414.4百萬元已抵押予銀行作為備用信用證、銀行借貸及應付票據及信用證融資用（2019年3月31日：約人民幣679.3百萬元）。

財務管理及理財政策

本集團的財務風險管理由本集團總部的財務中心負責。本集團採取審慎的融資及理財政策，通過優先考慮防範風險並保持穩健的現金管理策略。本集團於本年度的資金來源主要為經營活動產生的現金、銀行借款及／或發行債券。本集團理財政策的主要目的是在確保流動性的基礎上適當提升資金的綜合收益水平。

外匯風險

本集團的業務經營主要位於中國，本集團附屬公司的收入及開支均以人民幣計值，因此本集團選擇人民幣作為呈報貨幣。本集團的部分現金及銀行存款乃以港元或美元計值，本公司及其若干海外附屬公司均選擇以美元作為功能貨幣。港元、美元及英鎊或者兌換有關實體各自功能貨幣的匯率的任何重大波動或會對本集團造成一定影響。

面對著貨幣市場不穩定性，本集團將適時利用遠期外匯合約及外幣掉期以盡量減低匯率變動帶來之風險。

人力資源

截至2020年3月31日，本集團擁有7,801名全職員工（2019年3月31日：6,409名全職員工），同比增加1,392人。本年度的員工成本（包括作為董事酬金的薪酬、其他津貼以及按股權結算基於股份交易的開支）約為人民幣1,308.4百萬元（2019年3月31日：約人民幣1,193.4百萬元）。於本年度，本集團在品牌羽絨服的營銷團隊和終端店舖人員方面加強團隊力量，增加相關高素質人員。

本集團的薪酬及花紅政策主要是根據每位員工的崗位責任、工作表現及服務年期，以及現行市場情況釐定。為本集團僱員提供舒適、和諧的生活環境，倘非本地大學畢業生、專業技術人員及管理人員在常熟沒有住所，一經錄用，本集團為他們提供配備酒店式管理服務的員工宿舍。

未來發展

2020年開局較為動蕩。自2008年國際金融危機以來，世界經濟一直處於深度調整期，復甦前景持續低迷，在很大程度上抑制了世界經濟的總需求。近年來中國經濟增長速度放緩，而最近兩年的中美貿易摩擦給中國經濟帶來不少負面影響，加大了中國經濟下行的壓力。在此背景下，新冠疫情給中國乃至世界經濟造成了進一步意想不到的衝擊。我們始終相信中國經濟有強大的韌性和後勁，疫情並不會影響經濟的長期向好和高質量發展的基本面。

然而，我們也清晰地看到，新冠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。在畢馬威的研究報告中，我們看到，中國品牌知名度很高，總體上逐年上升，達到81.2%；中國品牌的信任度比2018年平均提高了2.9個百分點（2019年達到73.7%）；消費者對中國產品和品牌體驗的認知逐年提高，從2018年到2019年，產品和品牌體驗因素的感知平均增長7.9個百分點。也就是說，儘管市場和行業都出現一定的變化，但是這帶給我們了更多的機會和挑戰。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。

羽絨服業務：持續圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」定位，以顧客為原點，於本年度打造品牌效率，提升**奔實波司登**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。

在品牌建設層面，本集團將更加注重品牌的經營效率，更加注重傳播、推廣內容及品銷結合升級；在渠道和門店建設層面，本集團將把提升門店經營效率作為未來一年的核心工作，完善線上線下經營一體化、發力戰略市場、拓展戰略渠道、精細化門店經營；在產品建設層面，本集團將著重提升商品經營效率，著重商品結構的開發和產品品質的提升、著重商渠匹配等；在客戶關係管理方面，本集團將精準會員經營、重視拓客拉新、加強離線銷售新模式探索等。

貼牌加工管理業務：本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；通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；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：經過過去幾年的戰略轉型，女裝業務平台初步形成。展望未來，本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余，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。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將分別由(i)2020年8月18日至2020年8月21日及(ii)2020年8月27日至2020年8月31日(包括首尾兩日)，暫停辦理股份過戶登記手續，上述期間將不辦理股份過戶。為(i)確認有權出席股東週年大會並於會上投票的資格及(ii)符合於2020年9月15日或前後獲派建議股息的資格，股東須將所有正式填妥的過戶文件連同有關股票分別於(i)2020年8月17日及(ii)2020年8月26日下午4時30分之前送達本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於本年度，根據於2011年9月23日採納的股份獎勵計劃(「2011年股份獎勵計劃」)的規則及結算契約條款，股份獎勵計劃受託人以總代價約89.4百萬港元於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)購買合共25,200,000股股份。

另外，於本年度，本公司以總代價約291.2百萬港元在聯交所回購本公司之已發行股份合共123,000,000股股份。所有回購股份已於本年度內註銷。回購股份之詳情如下：

月份	回購股份之數目	每股最高價格 (港元)	每股最低價格 (港元)	總代價 (港元)
2019年12月	25,000,000	3.23	2.80	74,812,740
2020年1月	18,000,000	2.84	2.65	50,100,860
2020年2月	20,000,000	2.60	2.33	49,432,100
2020年3月	60,000,000	2.22	1.60	116,819,220

除上文所披露者外，於本年度本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

企業管治守則

董事認為，截至本年度，本公司一直遵守聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄14所載的企業管治守則(「守則」)，惟守則第A.2.1條有關規定主席與首席執行官(「首席執行官」)的角色應分開及不應由同一個人擔任的規定除外。

高德康先生是本集團的創辦人、董事局主席(「主席」)及本公司首席執行官。董事會相信，鑑於角色特殊，高德康先生的經驗及其於中國羽絨服行業所建立的良好聲譽以及高德康先生在本公司策略發展的重要性，故須由同一人擔任董事局主席兼首席執行官。這雙重角色有助提供強大而貫徹一致的市場領導，對本公司有效率的業務規劃和決策至為重要。由於所有主要決策均會諮詢董事會及有關委員會成員，而董事會有獨立非執行董事提出獨立見解，董事會認為有足夠保障措施確保董事會權力平衡。

審計委員會

本公司的審計委員會已與管理層審閱本集團採用的會計原則及慣例，亦已與本集團的核數師畢馬威會計師事務所就審計、內部監控及財務報告事宜進行討論，當中包括審閱本集團本年度的綜合全年業績。

核數師

本集團核數師畢馬威會計師事務所(執業會計師)已就此初步公告所載之本集團本年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註的財務數字與本集團於本年度的綜合財務報表所載的金額作比較，並核對一致。畢馬威會計師事務所就此所進行的工作並不構成根據香港會計師公會頒佈的香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港核證委聘準則項下的審計、審閱或其他委聘保證，因此核數師並無發表任何保證意見。

股東週年大會上將提呈一項決議案以續聘畢馬威會計師事務所為本集團核數師。

期後事項

由於2011年股份獎勵計劃已屆滿，本公司已於2020年4月23日採納新股份獎勵計劃，旨在透過獎勵股份表彰及獎勵若干合資格人士(包括本集團董事及核心經營管理團隊)所作出的貢獻及激勵他們為本集團的增長及發展效力(「股份獎勵計劃」)。

此外，於2020年4月23日，本集團議決分別根據股份獎勵計劃及本公司於2017年8月25日採納的購股權計劃授出87,000,000股獎勵股份及330,000,000份購股權(統稱「新授出」)。有關新授出的進一步詳情載於本公司日期為2020年4月23日的公告。

除上文所披露者外，本年度後概無發生重大事項。

年度業績及年報於聯交所及本公司網頁發佈

本公告將在聯交所網頁(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網頁(<http://company.bosideng.com>)發佈。本年度的年報包括上市規則附錄16要求的所有資料，亦會適時分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

承董事會命
波司登國際控股有限公司
董事局主席
高德康

香港，2020年6月23日

於本公告日期，本公司執行董事為高德康先生、梅冬女士、黃巧蓮女士、芮勁松先生及高曉東先生；獨立非執行董事為董炳根先生、王耀先生及魏偉峰博士。