



波司登國際控股有限公司

Bosideng International  
Holdings Limited

二零零九/一零年全年业绩  
企业推介



# 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

- 业绩摘要
- 财务回顾
- 业务回顾
- 未来计划及策略
- 问答环节

# LIVE WITH HUMOR

「幽默」如果说是幽默的话，那么幽默就是钻石级别的无可比拟的魅力。

「幽默」IF SILVER & GOLDEN THEN HUMOR IS THE PRESTIGE CHARM LIKE DIAMOND.

## 业绩摘要



# 二零零九/一零年全年业绩摘要

「波司登」从一九九五年至二零零九年已连续十五年成为国内羽绒服行业第一品牌\*

旗下四大核心羽绒服品牌的国内市场占有率合共为**38.0%\***

「波司登」品牌价值高达人民币**162.2亿元#**

营业额按年大幅增加**34.2%**，达人民币**5,738.1**百万元

毛利率上升**4.8**个百分点至**50.3%**

集团年度权益持有人应占净溢利上升**44.2%**至人民币**1,078.6**百万元

董事会欣然建议宣派末期股息人民币**8.8**分

\* 根据中国行业企业信息发布中心及中国国家统计局

# 根据北京名牌资产评估有限公司睿富全球排行榜

# 财务回顾



# 财务摘要

| (人民币百万元)   | 截至三月三十一日止年度    |         | 变动       |
|------------|----------------|---------|----------|
|            | 二零一零年          | 二零零九年   | (%)      |
| 收入         | <b>5,738.1</b> | 4,275.1 | +34.2    |
| 毛利         | <b>2,886.6</b> | 1,945.0 | +48.4    |
| 毛利率(%)     | <b>50.3</b>    | 45.5    | +4.8个百分点 |
| 经营溢利       | <b>1,205.5</b> | 679.8   | +77.3    |
| 除税前溢利      | <b>1,277.4</b> | 776.1   | +64.6    |
| 权益持有人应占溢利  | <b>1,078.6</b> | 748.3   | +44.2    |
| 每股盈利(人民币分) |                |         |          |
| — 基本及摊薄    | <b>13.88</b>   | 9.51    | +46.0    |
| 每股股息       |                |         |          |
| — 末期(人民币分) | <b>8.8</b>     | 8.0     | +10.0    |
| — 全年(人民币分) | <b>12.6</b>    | 11.8    | +6.8     |

# 收入分析

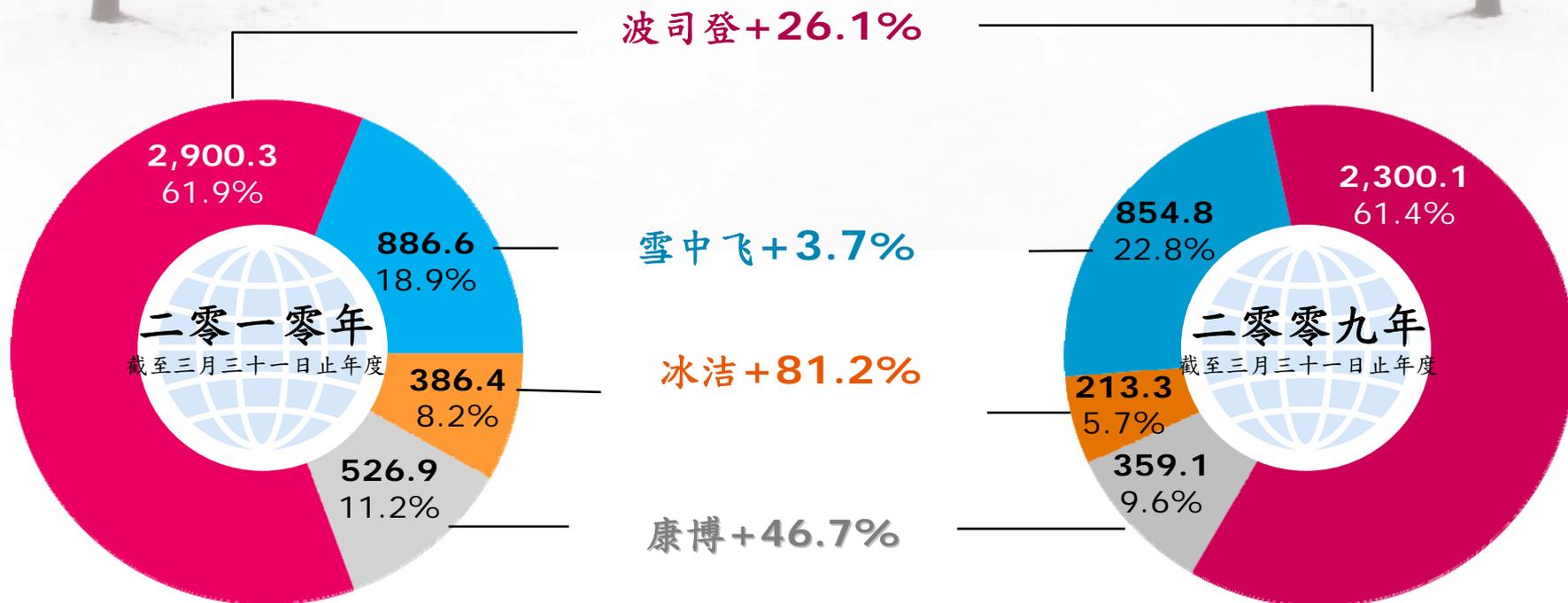
|          | 截至三月三十一日止年度 |          |         |          | 变动<br>(%) |
|----------|-------------|----------|---------|----------|-----------|
|          | 二零一零        |          | 二零零九    |          |           |
| (人民币百万元) | 收入          | 收入贡献 (%) | 收入      | 收入贡献 (%) |           |
| 品牌羽绒服    | 4,688.9     | 81.7     | 3,747.6 | 87.7     | +25.1     |
| 贴牌加工管理   | 646.8       | 11.3     | 527.5   | 12.3     | +22.6     |
| 男装       | 402.4       | 7.0      | -       | 不适用      | 不适用       |
| 总收入      | 5,738.1     | 100.0    | 4,275.1 | 100.0    | +34.2     |

- 于回顾期内，品牌羽绒服业务及贴牌加工管理业务的部分业绩由人民币4,275.1百万元升至人民币5,335.7百万元。
- 分部业绩得以改善，主要由于：
  - 羽绒服：
    - 销售渠道及品牌羽绒服销售组合进一步优化，从而提高销售额及毛利率
    - 销售计划有效控制存货于淡季时的售价
  - 贴牌加工管理：
    - 在淡季时给充分利用集团的资源及消费意欲在全球金融危机后开始复苏
  - 男装：
    - 「波司登男装」业务贡献

# 羽绒服收入分析

销售额\*：  
人民币**4,688.9**百万元

销售额\*：  
人民币**3,747.6**百万元



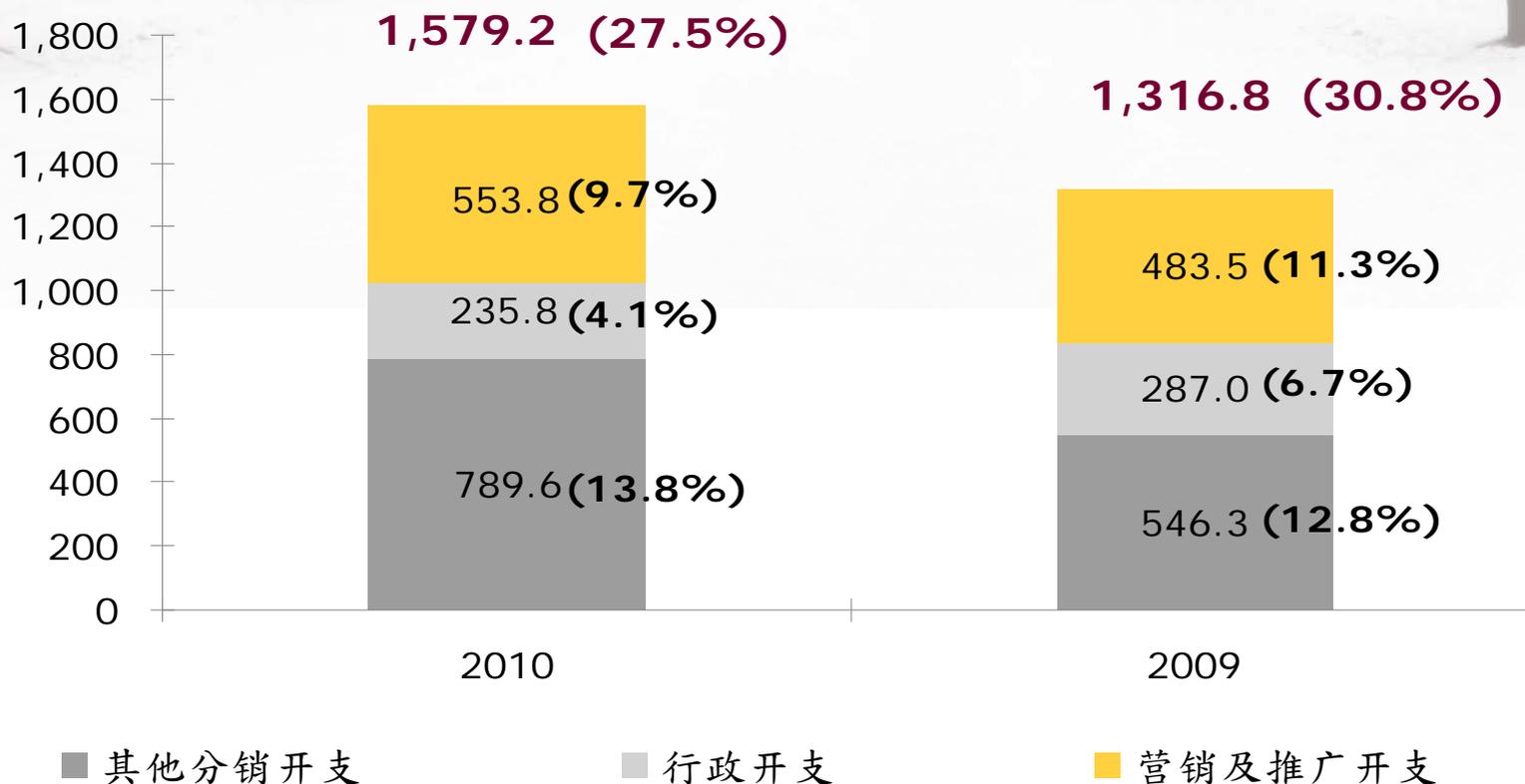
• 销售回扣未从羽绒服总收入或各品牌收入中扣除  
截至二零一零年及二零零九年三月三十一日止年度的销售回扣，分别是人民币36.7百万元及人民币13.0百万元

# 毛利率分析

|        | 截至三月三十一日止年度      |                  |             |
|--------|------------------|------------------|-------------|
|        | 二零一零年<br>毛利率 (%) | 二零零九年<br>毛利率 (%) | 变动<br>(百分点) |
| 品牌羽绒服  | 54.1             | 49.3             | +4.8        |
| 贴牌加工管理 | 22.0             | 18.3             | +3.7        |
| 男装     | 51.4             | 不适用              | 不适用         |
| 本集团    | 50.3             | 45.5             | +4.8        |

# 营运开支

人民幣百萬元



# 存货

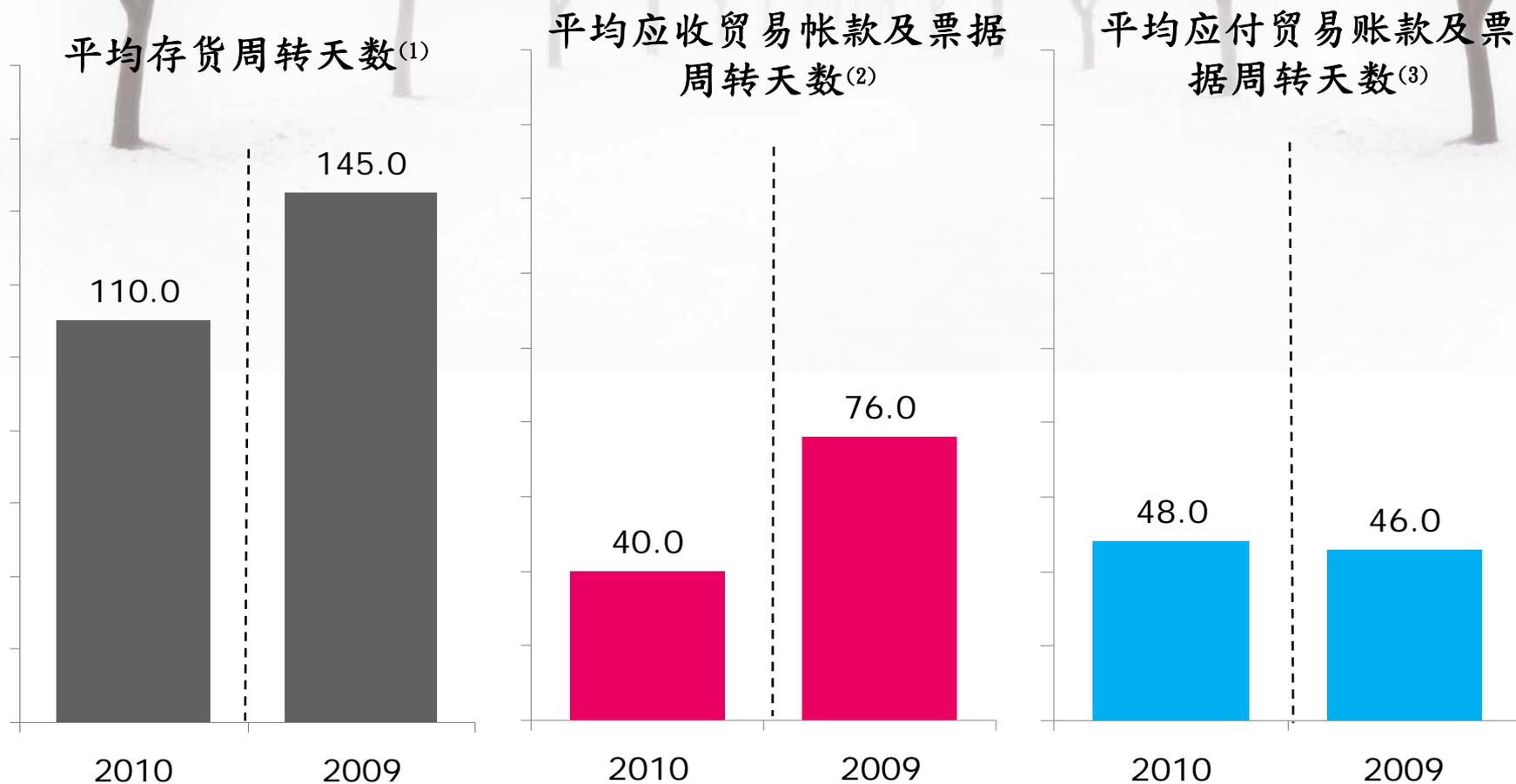
|          | 于二零一零年<br>三月三十一日 | 于二零零九年<br>三月三十一日 | 变动(%) |
|----------|------------------|------------------|-------|
| (人民币百万元) |                  |                  |       |
| 原材料      | 59.9             | 30.0             | +99.6 |
| 在制品      | 6.2              | 4.0              | +56.9 |
| 制成品      | 793.6            | 822.8            | -3.6  |
|          | 859.7            | 856.8            | +0.3  |

## 稳健的财务状况

|             | 于二零一零年<br>三月三十一日 | 于二零零九年<br>三月三十一日 | 变动(%) |
|-------------|------------------|------------------|-------|
| (人民币百万元)    |                  |                  |       |
| 现金净额        | 3,469.5          | 4,898.9          | -29.2 |
| 可供出售金融资产    | 1,618.5          | -                | -     |
| 持有至到期之投资    | 400.0            | 570.0            | -29.8 |
| 流动比率        | 5.5              | 10.1             | -4.6  |
| 负债比率        | 0                | 0                | -     |
| 营运现金流入/(流出) | 1,605.2          | 1,424.4          | +12.6 |

- 采取审慎的融资及理财政策，同时维持稳健的财务状况
  - 现金净额约为人民币3,469.5百万元
  - 并无未偿还贷款及银行借款
- 现金净额、可供出售金融资产及持有至到期之投资总值人民币5,488.0百万元，二零零九年三月总值为人民币5,468.9百万元

# 有效管理流动资金周转天数



- (1) 平均存货除以销售成本，再乘以365天  
(2) 平均应收贸易账款及票据除以营业额，再乘以365天  
(3) 平均应付贸易账款及票据除以销售成本，再乘以365天

# 业务回顾



# 稳居市场龙头地位

- 从一九九五年起已连续十五年成为国内羽绒服行业第一品牌
- 市场占有率达24.9%\*，为最接近的竞争对手之市占率逾3倍

- 排名第二位，市场占有率为7.6%\*

- 排名分别为第七位和第八位，市场占有率分别为2.9%及2.6%\*



四大核心羽绒服品牌的总市场占有率为38.0%\*

\* 资料来源：二零零九年中国行业企业信息发布中心刊发的报告

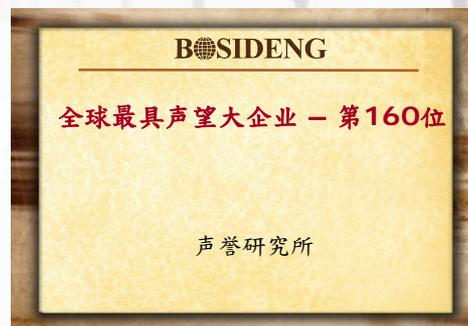
# 强劲品牌价值



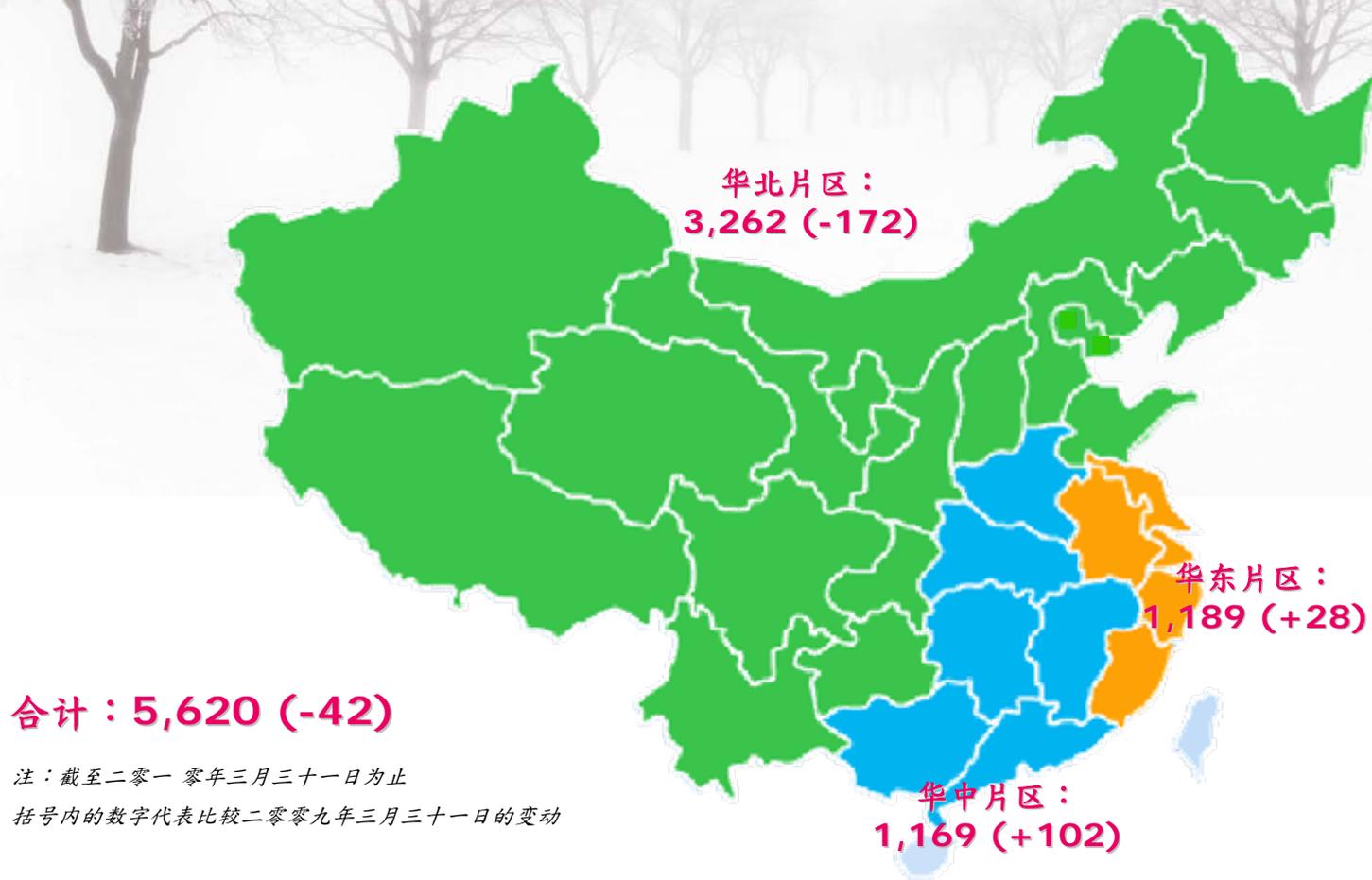
- 于国内具影响力的消费品牌研究-「中国最有价值品牌」中，「波司登」及「雪中飞」分别以品牌价值人民币162.2亿元及人民币51.09亿元位列第13位及第44位
- 「波司登」的排名为众内地服装品牌中最高，品牌价值亦为紧接其后的服装品牌之约两倍

|     | 2009            |      | 2008            |      |
|-----|-----------------|------|-----------------|------|
|     | 品牌价值<br>(人民币亿元) | 排名   | 品牌价值<br>(人民币亿元) | 排名   |
| 波司登 | 162.20          | 第13位 | 160.60          | 第13位 |
| 雪中飞 | 51.09           | 第44位 | -               | -    |

# 奖项及认可



# 广泛的全国零售网络



- 华北片区：东北三省、山西、陕西、新疆、四川、重庆、内蒙古、甘肃、宁夏、西藏、云南、贵州、山东、北京、天津、河北、青海
- 华东片区：江苏、浙江、上海、安徽、福建
- 华中片区：河南、湖南、湖北、江西、广东、广西

# 店铺分布

## ● 增加自营网點以提高毛利率

| 店铺类型           | 羽绒服               |                   |      | 男装               |                  |     |
|----------------|-------------------|-------------------|------|------------------|------------------|-----|
|                | 截至二零一零年<br>三月三十一日 | 截至二零零九年<br>三月三十一日 | 变动   | 于二零一零年三<br>月三十一日 | 于二零零九年三<br>月三十一日 | 变动  |
| <b>专卖店</b>     | <b>3,296</b>      | 3,860             | -564 | <b>433</b>       | 369*             | +64 |
| - 由本集团经营       | <b>7</b>          | 31                | -24  | <b>34</b>        | 2*               | +32 |
| - 由第三方经销商经营/监督 | <b>3,289</b>      | 3,829             | -540 | <b>399</b>       | 367*             | +32 |
| <b>寄售网点</b>    | <b>2,324</b>      | 1,802             | +522 | <b>326</b>       | 291*             | +35 |
| - 由本集团经营       | <b>988</b>        | 694               | +294 | <b>39</b>        | 10*              | +29 |
| - 由第三方经销商经营/监督 | <b>1,336</b>      | 1,108             | +228 | <b>287</b>       | 281*             | +6  |
| <b>合计</b>      | <b>5,620</b>      | 5,662             | -42  | <b>759</b>       | 660              | +99 |

\* 于二零零九年三月三十一日的比较数据，因二零零九年五月前，波司登男装业务并非本集团的一部分

## 多品牌策略 — 羽绒服

- 羽绒服：核心品牌「波司登」定位为中国羽绒服市场第一高端品牌
- 第二大品牌「雪中飞」定位为休闲运动羽绒服主要品牌
  - 「康博」主要提供基本款式，并以男装为主
  - 「冰洁」定位为年轻、时尚、活力、亲和的潮流品牌



## 多品牌策略 — 非羽绒服

- 「波司登男装」包括休闲装、商务休闲装及正装
- 「Rocawear」是来自美国的街头潮流品牌，产品风格为流行、个性，并包括男装、女装和装饰品
- 「BOSIDENG VOGUE」产品以时尚、休闲风格为主



# 有效的市场营销策略



电视和杂志



中国国际服饰博览会



明星代言人



演唱会广告

# 大型旗舰店提升品牌形象

- 将店铺装修风格统一，形成标准化的店面装潢与货品陈列
- 在国内各大城市的商业旺区开设大型旗舰店，为消费者提供更为广阔及舒适的购物环境，有效提升集团整体形象



上海南京东路旗舰店



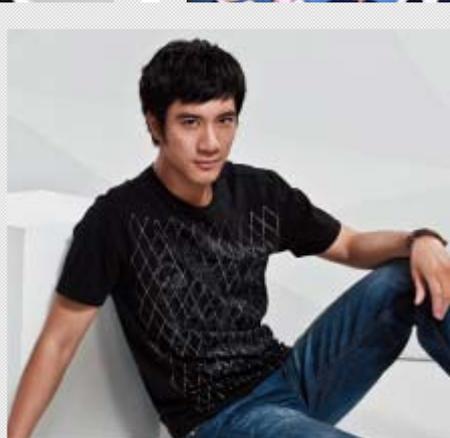
# 男装业务

- 于2009年5月收购男装业务，作为「波司登」品牌由「单季产品」走向「四季化服装产品」的第一步
- 「波司登男装」品牌发展取得成果，年内荣获「2009年度品牌成长大奖」及「2009年度最佳创意大奖」

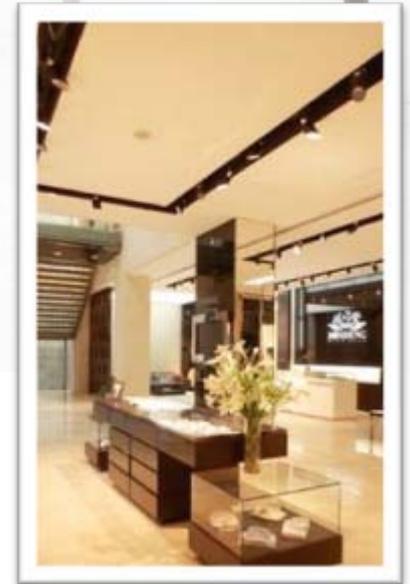


# 积极进行品牌推广及市场营销

- 邀请著名歌手王力宏先生出任代言人，并于「鸟巢」举行签约仪式
- 以「精致商务」、「简约办公」及「Cool休闲」三大系列表现「品位生活」的理念
- 于2009年9月举行2010春夏新品发布会，并于2010年3月的「中国国际服装服饰博览会」推出全新秋冬系列，获得一致好评



## 加强完善销售网络



- 截至2010年3月31日止年度，「波司登男装」于中国共有759个零售点，其中34间为自营专卖店

# 未来计划及策略



# 整合及拓展零售网络

 加大对店铺形象建设的投入，聘请知名店铺设计师为集团打造更具品位的终端形象，并适时在全国各大城市增加大型旗舰店数量

 通过「生活馆模式」展出波司登品牌全系列产品，为消费者提供全方位的购物体验

 羽绒服产品渠道继续进行整合优化，非羽绒服产品业务则以拓展市场为主线

 「波司登男装」在全国的零售网点数目预期在2011年达到1,100个

 「Rocawear」品牌业务计划于2013年前于大中华区开设300家以上独立店及店中店

 「BOSIDENG VOGUE」将陆续增加零售网点



# 推进非羽绒服业务发展

- ◆ 发展包括「波司登男装」在内的非羽绒服业务
- ◆ 积极寻找具有高发展潜力、声誉良好的非羽绒服品牌项目，采取收购、兼并或合作等方式扩张品牌及产品组合
- 务求令产品能在一年四季服务于不同消费群，令「波司登」成为世界知名综合服装品牌运营商



**BOSIDENG VOGUE**



**波司登男装**



**Rocawear**

# 全面整合品牌风格

在未来三至五年继续提升旗下非羽绒服业务占整体销售的比例

驱动「雪中飞」、「康博」、「冰洁」等优势品牌独立成长

使「波司登」成为世界知名综合服装品牌运营商

实行多品牌四季化产品战略，全面整合旗下品牌风格定位，以满足各层次消费者需求

## 拓展版图、强化设计以提升品牌价值

- 继续扩大和加强研究、设计及开发团队
- 与国内外知名研究机构合作，进行交流、学习与合作机会
- 提升设计能力，巩固防寒服市场领先地位，并进一步扩张四季化版图

- 加大营销力度，针对性地采取多种灵活立体推广模式进行品牌宣传
- 更注重与消费者之间的互动，举行各种体验、展示、优惠等活动

- 将电子商务扩展到非羽绒服产品领域，为消费者提供更方便快捷的购物方式
- 加强企业信息化建设，提升企业管理水平



问答环节

