

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，並表明概不就因本公告全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容而引起的任何損失承擔任何責任。



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)

截至二零一二年三月三十一日止年度的年度業績

摘要

- 收入增加19.0%至約人民幣8,376.1百萬元
- 非羽絨服佔總收入的貢獻增至16.1%
- 毛利率提升3.1個百分點到50.0%
- 本公司權益持有人應佔淨溢利增加12.6%至約人民幣1,436.6百萬元
- 董事會建議就每股普通股支付末期股息港幣12.0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」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零一二年三月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零一一年三月三十一日止年度的比較數據如下：

合併綜合收益表

截至二零一二年三月三十一日止年度

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
收入	3	8,376,062	7,037,805
銷售成本		(4,187,428)	(3,738,436)
毛利		4,188,634	3,299,369
其他收入	4	46,319	19,617
分銷開支		(2,268,135)	(1,706,556)
行政開支		(337,398)	(207,239)
其他開支	4	(8,027)	(33,223)
經營溢利		1,621,393	1,371,968
融資收入		148,080	142,153
融資成本		(47,737)	(13,447)
融資收入淨額	6	100,343	128,706
除所得稅前溢利		1,721,736	1,500,674
所得稅開支	7	(270,991)	(228,678)
年度溢利		1,450,745	1,271,996
年內其他綜合收益			
匯兌差額－境外業務	6	13,557	(6,232)
可供出售金融資產的公允價值變動淨額	6	(18,075)	(29,407)
其他綜合收益的所得稅		2,023	3,447
年內其他綜合收益(扣除稅項)		(2,495)	(32,192)
年內綜合收益總額		1,448,250	1,239,804

截至三月三十一日止年度
附註 二零一二年 二零一一年
人民幣千元 人民幣千元

以下人士應佔溢利／(虧損)：

本公司權益股東	1,436,642	1,276,446
非控權股東權益	14,103	(4,450)

年內溢利	<u>1,450,745</u>	<u>1,271,996</u>
------	-------------------------	-------------------------

以下人士應佔綜合收益總額：

本公司權益股東	1,434,858	1,244,254
非控權股東權益	13,392	(4,450)

年內綜合收益總額	<u>1,448,250</u>	<u>1,239,804</u>
----------	-------------------------	-------------------------

每股盈利

9

— 基本(人民幣分)	<u>18.29</u>	<u>16.42</u>
------------	---------------------	---------------------

— 攤薄(人民幣分)	<u>18.29</u>	<u>16.42</u>
------------	---------------------	---------------------

合併資產負債表
於二零一二年三月三十一日

		於三月三十一日	
	附註	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		734,803	313,382
預付物業購置款項		118,502	—
預付租賃款項		33,853	31,203
無形資產	10	1,412,130	509,453
投資物業		17,821	—
遞延稅項資產		200,708	171,031
		2,517,817	1,025,069
流動資產			
存貨	11	1,398,861	1,214,783
貿易、票據及其他應收款項	12	1,251,657	1,046,527
應收關連方款項		88,275	97,127
預付原材料及服務供應商的款項		517,871	730,587
其他金融資產		755,000	—
可供出售金融資產		1,467,550	1,519,102
已抵押銀行存款		862,738	760,378
到期日超過三個月之定期存款		471,021	1,300,479
現金及現金等價物		1,906,951	1,417,629
		8,719,924	8,086,612

		於三月三十一日	
		二零一二年	二零一一年
		人民幣千元	人民幣千元
流動負債			
即期所得稅負債		215,462	199,254
計息借貸		1,740,662	586,880
貿易及其他應付款項	13	1,329,913	1,178,692
應付關連方款項		604	14,365
		<u>3,286,641</u>	<u>1,979,191</u>
淨流動資產		<u>5,433,283</u>	<u>6,107,421</u>
總資產減流動負債		<u>7,951,100</u>	<u>7,132,490</u>
非流動負債			
非流動其他應付款項	14	330,439	—
衍生金融負債	15	14,230	—
遞延稅項負債		254,729	165,759
		<u>599,398</u>	<u>165,759</u>
淨資產		<u>7,351,702</u>	<u>6,966,731</u>
權益			
股本		622	607
儲備		7,137,619	6,872,579
本公司權益股東應佔權益		<u>7,138,241</u>	<u>6,873,186</u>
非控權股東權益		<u>213,461</u>	<u>93,545</u>
權益總值		<u>7,351,702</u>	<u>6,966,731</u>

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」)於二零零六年七月十日根據開曼群島公司法第22章(一九六一年第三號法例，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」)產品及品牌男裝產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、營銷及分銷。

二零零七年十月十一日(「上市日期」)，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

本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」)頒佈之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」，包括所有適用的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)以及香港公司條例的披露規定編製，本財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露規定。

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。首次採納與本集團有關的該等變更導致本期及過往會計期間會計政策任何變動已反映於本財務報表，有關資料載於附註2(b)。

(b) 會計政策變更

國際會計準則理事會已發佈於本集團及本公司本會計期間首次生效的多項經修訂國際財務報告準則及一項新詮釋。其中與本集團財務報表有關的變更如下：

- 國際會計準則第24號(二零零九年經修訂)，*關連方披露*
- 國際財務報告準則(二零一零年)之改進

本集團並無應用本會計期間尚未生效之任何新訂準則或詮釋。

以上變更的影響披露如下：

- 國際會計準則第24號(二零零九年經修訂)修訂關連方的定義。因此，本集團已重新評估關連方的識別方法，並認為經修訂定義對本集團於當前及過往期間的關連方披露並無任何重大影響。
- 國際財務報告準則(二零一零年)綜合標準的改進，對國際財務報告準則第7號，金融工具：披露的披露規定作出多項修訂。該等修訂對本集團財務報表內金融工具的披露並無任何重大影響。

3 收益及分部報告

本集團按分部管理業務，分部以業務類別(產品及服務)區分。與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表現的呈報方式相同，本集團業務劃分為以下三類主要呈報分部。

- 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。
- 非羽絨服－非羽絨服分部從事採購及分銷四季服裝(包括品牌男裝、女裝、休閒裝及童裝)業務。

(a) 分部業績

	截至二零一二年三月三十一日止年度			
	羽絨服	貼牌加工管理	非羽絨服	本集團
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自外界客戶收入	6,119,492	909,389	1,347,181	8,376,062
分部間收入	—	—	21,699	21,699
呈報分部收入	<u>6,119,492</u>	<u>909,389</u>	<u>1,368,880</u>	<u>8,397,761</u>
呈報分部經營溢利	<u>1,280,177</u>	<u>125,459</u>	<u>314,050</u>	<u>1,719,686</u>
折舊	36,141	642	37,152	73,935

	截至二零一一年三月三十一日止年度			
	羽絨服	貼牌加工管理	非羽絨服	本集團
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自外界客戶收入	5,684,635	768,703	584,467	7,037,805
分部間收入	—	—	18,299	18,299
呈報分部收入	<u>5,684,635</u>	<u>768,703</u>	<u>602,766</u>	<u>7,056,104</u>
呈報分部經營溢利	<u>1,226,130</u>	<u>85,676</u>	<u>172,143</u>	<u>1,483,949</u>
折舊	24,732	224	18,255	43,211

(c) 地域資料

於二零一二年三月三十一日，除賬面值合共為人民幣262,128,000元(二零一一年三月三十一日：無)的土地與樓宇、在建工程及投資物業位於英國外，本集團全部物業、廠房及設備、投資物業以及無形資產均位於中國內地。

對於物業、廠房及設備以及投資物業，資產的地理位置乃基於其實質所在地點，而對於無形資產，資產的地理位置乃基於所分配的營運所在地點。

於二零一二年三月三十一日，本集團的歐洲業務尚未開始營運，故截至二零一二年三月三十一日止年度，除租金收入人民幣1,638,000元外，歐洲業務並無產生來自第三方的收入。

4 其他收入／(開支)

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
商標使用權收入	(i)	18,786	13,766
政府補貼	(ii)	24,342	5,851
出售附屬公司所得收益		3,191	—
其他收入		<u>46,319</u>	<u>19,617</u>
其他開支－捐款		<u>(8,027)</u>	<u>(33,223)</u>

(i) 商標使用權收入來自其他公司使用本集團品牌。

(ii) 截至二零一二年三月三十一日止年度，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24,342,000元(二零一一年：人民幣5,851,000元)。

5 按性質分類的開支

下列開支已計入銷售成本、分銷開支及行政開支：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	4,178,516	3,740,116
將存貨撥備／(撥回)至可變現淨值	8,912	(1,680)
折舊		
— 經營租賃出租物業	865	—
— 其他資產	73,070	43,211
攤銷	34,199	17,645
經營租賃費用	171,054	125,677
呆壞賬減值撥回	(9,814)	(51,529)
核數師薪酬	6,600	6,000

6 融資收入淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
於損益確認：		
持有至到期之投資利息收入	—	3,732
銀行存款利息收入	60,884	48,865
可供出售金融資產利息收入	76,239	89,556
其他金融資產利息收入	1,730	—
外匯收益淨額	9,227	—
	<hr/>	<hr/>
融資收入	148,080	142,153
	<hr/>	<hr/>
計息貸款利息	(24,629)	(1,666)
銀行費用	(20,989)	(9,542)
或然代價公允價值變動	(1,957)	—
衍生金融負債公允價值變動	(162)	—
外匯虧損淨額	—	(2,239)
	<hr/>	<hr/>
融資成本	(47,737)	(13,447)
	<hr/>	<hr/>
於損益確認的融資收入淨額	100,343	128,706
	<hr/>	<hr/>
於其他綜合收益確認：		
匯兌差額—境外業務	13,557	(6,232)
可供出售金融資產之公允價值變動淨額	(18,075)	(29,407)
於其他綜合收益確認的融資收入所得稅	2,023	3,447
	<hr/>	<hr/>
於其他綜合收益確認的融資收入淨額，除稅	(2,495)	(32,192)
	<hr/>	<hr/>

7 所得稅開支

(a) 損益中所得稅指：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項開支		
中國所得稅撥備	318,439	318,767
遞延稅項收益		
暫時性差異的產生	(47,448)	(90,089)
	<u>270,991</u>	<u>228,678</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規定，本集團毋須支付開曼群島及英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於本集團分別在美國(「美國」)及英國(「英國」)註冊成立的附屬公司Bosideng America Inc及Bosideng UK Limited於年內並無應課稅溢利須繳納任何美國或英國所得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iii) 由於迪暉有限公司、香港美滿有限公司、波司登國際服飾有限公司、長隆(香港)有限公司及洛卡(中國)有限公司於年內並無應課稅溢利須繳納任何香港利得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iv) 中國所得稅撥備以本集團的中國附屬公司估計應課稅收入的各有關稅率計算，有關稅率根據中國相關所得稅規則及規例釐定。

於二零零七年三月十六日，中國政府頒佈新企業所得稅法(「新稅法」)，將所有公司的所得稅稅率統一為25%。新稅法自二零零八年一月一日起生效。因此，本集團於中國成立的國內附屬公司自二零零八年起須按25%的稅率繳納所得稅，惟屬外資企業的本集團附屬公司根據新稅法自二零零八年一月一日開始的五年過渡期內繼續享有稅項豁免或適用所得稅率減半優惠，直至外資企業所得稅法先前所授予的免稅期屆滿為止。其後，該等附屬公司將按劃一稅率25%納稅。

(b) 以適用稅率計算的所得稅開支與會計溢利調節：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
除所得稅前溢利	1,721,736	1,500,674
以適用中國所得稅率25%計算的所得稅	430,434	375,168
並無確認為遞延稅項資產的稅務虧損	12,058	8,193
不可扣稅開支	24,028	25,892
中國業務的稅項減免影響	(195,109)	(215,797)
中國附屬公司未分配溢利的稅務影響	—	31,000
其他	(420)	4,222
所得稅開支	270,991	228,678

8 股息

(i) 年內應付本公司權益股東的股息：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
宣派及支付中期股息每股普通股人民幣3.8分 (二零一一年：中期股息每股普通股人民幣6.5分)	304,279	505,203
結算日後擬派末期股息每股普通股人民幣9.8分 (二零一一年：每股普通股人民幣6.8分)	780,717	528,520
結算日後擬不派特別股息 (二零一一年：每股普通股人民幣6.0分)	—	466,341
	<u>1,084,996</u>	<u>1,500,064</u>

結算日後擬派末期及特別股息並無確認為結算日負債。

(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：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	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 人民幣6.8分(二零一一年：末期股息每股普通股 人民幣8.8分)	528,520	683,967
年內已批准及支付的特別股息每股普通股人民幣6.0分 (二零一一年：無)	466,341	—
	<u>994,861</u>	<u>683,967</u>

9 每股盈利

每股基本盈利：

截至二零一二年三月三十一日止年度的每股基本及攤薄盈利乃根據年內本公司權益股東應佔溢利人民幣1,436,642,000元(二零一一年：人民幣1,276,446,000元)及截至二零一二年三月三十一日止年度的已發行普通股的加權平均股數7,854,046,000股(二零一一年：7,772,350,000股)計算。

普通股權益股東應佔溢利(基本及攤薄)：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
普通股權益股東應佔溢利：	<u>1,436,642</u>	<u>1,276,446</u>

普通股加權平均股數(千股)：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一一年
於四月一日已發行普通股	7,772,350	7,772,350
因業務合併所發行普通股的影响	95,669	—
因股份獎勵計劃所持庫存股份的影响	<u>(13,973)</u>	<u>—</u>
用以計算每股基本及攤薄盈利的普通股加權平均股數	<u>7,854,046</u>	<u>7,772,350</u>
每股基本及攤薄盈利(人民幣分)	18.29	16.42

由於發行予本集團一間附屬公司的非控權股東沽出認沽期權相關的潛在普通股具反攤薄作用，故截至二零一二年三月三十一日止年度，每股攤薄盈利等於每股基本盈利。

10 無形資產

	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：				
於二零一零年				
及二零一一年四月一日	292,741	352,769	—	645,510
添置	—	—	5,000	5,000
透過業務合併收購(附註16)	484,312	245,113	201,765	931,190
於二零一二年三月三十一日	<u>777,053</u>	<u>597,882</u>	<u>206,765</u>	<u>1,581,700</u>
攤銷及減值虧損：				
於二零一零年四月一日	—	(119,598)	—	(119,598)
年內攤銷費用	—	(16,459)	—	(16,459)
於二零一一年三月三十一日	—	(136,057)	—	(136,057)
年內攤銷費用	—	(29,225)	(4,288)	(33,513)
於二零一二年三月三十一日	<u>—</u>	<u>(165,282)</u>	<u>(4,288)</u>	<u>(169,570)</u>
賬面淨值：				
於二零一二年三月三十一日	<u>777,053</u>	<u>432,600</u>	<u>202,477</u>	<u>1,412,130</u>
於二零一一年三月三十一日	<u>292,741</u>	<u>216,712</u>	<u>—</u>	<u>509,453</u>

年內攤銷費用已計入合併綜合收益表的分銷開支內。

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。商譽賬面總值分配至以下現金產生單位(現金產生單位)。

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
男裝	292,741	292,741
女裝	<u>484,312</u>	<u>—</u>
	<u>777,053</u>	<u>292,741</u>

男裝的現金產生單位可收回金額在獨立估值師協助下基於使用價值及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。

女裝的現金產生單位可收回金額乃按公允價值減銷售成本釐定，而銷售成本由管理層採用二零一二年三月三十一日的市值基準估計。

11 存貨

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
原材料	97,719	117,214
在製品	67,742	22,666
製成品	<u>1,233,400</u>	<u>1,074,903</u>
	<u>1,398,861</u>	<u>1,214,783</u>

於二零一二年三月三十一日，以可變現淨值計算的存貨約為人民幣378,318,000元(二零一一年：人民幣414,584,000元)。

12 貿易、票據及其他應收款項

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	748,272	560,807
應收票據	101,693	82,077
	<u>849,965</u>	<u>642,884</u>
第三方其他應收款項：		
• 可抵扣增值稅	146,199	114,189
• 按金	185,486	108,104
• 支付僱員的預付款	9,376	3,963
• 託管賬戶存款	—	130,000
• 其他	60,631	47,387
	<u>1,251,657</u>	<u>1,046,527</u>

所有貿易、票據及其他應收款項預計會於一年內收回。

本集團一般給予客戶自發票日期起計介乎 30 日至 90 日的信貸期。

於二零一二年三月三十一日，已逾期但視為並無減值的貿易應收款項及應收票據約為人民幣74,304,000元(二零一一年：人民幣59,294,000元)，與近期並無拖欠記錄的數位獨立客戶有關。貿易應收款項及應收票據(扣除呆壞賬減值虧損)的賬齡分析如下：

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
信貸期內	775,661	583,590
逾期一至三個月內	69,741	51,121
逾期超過三個月但少於六個月	2,726	528
逾期超過六個月但少於十二個月	1,097	1,378
逾期一年以上	740	6,267
	<u>849,965</u>	<u>642,884</u>

貿易應收款項及應收票據的減值虧損撥備變動如下：

	本集團	
	截至三月三十一日止年度	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
年初	130,534	190,565
呆壞賬減值撥回	(9,814)	(51,529)
撇銷	(4,367)	(8,502)
年末	<u>116,353</u>	<u>130,534</u>

應收款項減值撥備的增設及發放已計入合併綜合收益表內的行政開支。撥備賬的扣除額一般在預期不可收回額外現金時撇銷。

於結算日面對的最大信貸風險乃上述披露的應收貿易款項及應收票據的賬面價值。

13 貿易及其他應付款項

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
貿易應付款項	450,623	333,429
其他應付款項及應計費用		
• 客戶按金	273,373	359,531
• 應計返利及佣金	198,994	165,141
• 應計廣告開支	21,119	52,424
• 應計薪金及福利	142,405	97,862
• 應付增值稅	65,151	23,771
• 就收購男裝應付代價	—	130,000
• 應付或然代價	96,099	—
• 應付股息	5,000	5,000
• 其他	77,149	11,534
	<u>1,329,913</u>	<u>1,178,692</u>

所有貿易及其他應付款項預計將於一年內清償。

貿易應付款項的賬齡分析如下：

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
於一個月內或按要求償還	203,869	108,326
於一個月後但於三個月內到期	246,754	225,103
	<u>450,623</u>	<u>333,429</u>

14 非流動其他應付款項

	本集團	
	於三月三十一日	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
應付或然代價(附註16)	94,968	—
以現金結算之沽出的認沽期權(附註15)	235,471	—
	<u>330,439</u>	<u>—</u>

15 授予非控權股東的沽出認沽期權

如附註16所述，本集團在收購後於二零一一年十一月四日向迪暉國際有限公司、迪暉有限公司的非控權股東及朗輝環球投資有限公司(「目標公司」)授出沽出認沽期權。認沽期權賦予非控權股東於二零一五年三月三十一日後以現金及可變股份數目為代價出售其所持目標公司全部權益的權利。行使認沽期權的代價視乎目標公司及彼等之附屬公司的淨利潤而定，總代價不得超過人民幣900,000,000元。

二零一二年三月三十一日，本集團將以現金結算之人民幣235,471,000元沽出認沽期權的贖回價現值入賬為非流動應付款項並相應減少其他儲備，亦將以股份結算之沽出認沽期權的公允價值入賬為人民幣14,230,000元的衍生金融負債並相應減少其他儲備。

16 業務合併

收購迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司

二零一一年十一月四日(「收購日期」)，本集團收購迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司(統稱「目標公司」) 70%的股份及投票權益，獲得對目標公司的控制權。目標公司及彼等之附屬公司(統稱「目標集團」)主要在中國市場從事「杰西」品牌女裝的研發、設計、原材料配送採購、外包生產、市場推廣及配送。

截至二零一二年三月三十一日止年度，目標集團向本集團貢獻的收益及溢利分別為人民幣169,561,000元及人民幣41,562,000元。假設已於二零一一年四月一日進行收購，管理層估計本集團截至二零一二年三月三十一日止年度的合併收益及合併溢利分別為人民幣8,524,571,000元及人民幣1,458,954,000元。計算合併收益及合併溢利時，管理層假定上述收購產生的公允價值調整(臨時釐定)與假設已於二零一一年四月一日進行收購所產生者相同。

本集團應付總代價包括現金代價人民幣147,500,000元、於收購日期發行235,000,000股新普通股(公允價值基於收市價每股2.16港元釐定)以及基於目標集團二零一二年三月三十一日至二零一五年三月三十一日的經調整淨利潤(定義見買賣協議(「買賣協議」))釐定並須於三年內償還的或然代價。收購日期應付或然代價的公允價值為人民幣189,110,000元。二零一二年三月三十一日，應付或然代價的公允價值增至人民幣191,067,000元，當中人民幣96,099,000元及人民幣94,968,000元分別計入本集團二零一二年三月三十一日合併資產負債表內的貿易及其他應付款項(附註13)及非流動其他應付款項(附註14)。

上述收購對本集團資產及負債有以下影響：

	收購前賬面值 人民幣千元	公允價值調整 人民幣千元	收購時確認 的價值 人民幣千元
物業、廠房及設備	989	—	989
無形資產(附註10)	—	446,878	446,878
存貨	47,106	—	47,106
貿易及其他應收款項	49,084	—	49,084
預付原材料及服務供應商的款項	3,746	—	3,746
可供出售金融資產	40,621	—	40,621
現金及現金等價物	51,508	—	51,508
貿易及其他應付款項	(135,229)	—	(135,229)
應付所得稅	(18,641)	—	(18,641)
遞延稅項資產／(負債)	3,853	(111,720)	(107,867)
	<u>43,037</u>	<u>335,158</u>	<u>378,195</u>
可識別資產淨值			378,195
收購產生的非控權股東權益			(113,458)
收購產生的商譽(附註10)			<u>484,312</u>
總代價			<u><u>749,049</u></u>
即：			
現金			147,592
配發新普通股			412,347
應付或然代價			<u>189,110</u>
			<u><u>749,049</u></u>
與收購有關的現金流出淨額分析：			
已付現金代價			147,592
減：已收購現金			<u>(51,508)</u>
收購產生的現金流出淨額			<u><u>96,084</u></u>

收購前賬面值根據收購前適用的國際財務報告準則釐定。收購時確認的資產、負債與或然負債價值為其估計公允價值。

收購時確認的商譽主要由於預期將目標公司併入本集團現有服裝業務會達致的協同效應所致。

17 結算日後事項

二零一二年三月三十一日後，本公司建議向本公司權益股東派付末期股息人民幣780,717,000元，相當於每股普通股人民幣9.8分。

管理層討論及分析

市場回顧

二零一一年，環球經濟復蘇步伐放緩，受歐債務之危機衝擊，世界經濟形勢漸趨不明朗。中國政府推出一系列宏觀政策，使物價漲幅趨穩、經濟發展步伐維持較為快速的增長。根據中國國家統計局的資料，二零一一年中國的國內生產總值達人民幣47.2萬億元，較去年增長9.2%，全年社會消費品零售總額達到人民幣18.4萬億元，同比增長17.1%。積極推動內部經濟結構轉型，擴大內需已成為中國近五年經濟發展的核心。隨著消費政策不斷完善，城鄉居民消費能力持續提高，消費市場日益擴張，為中國服裝行業帶來了新的契機，沿著產業升級方向，把握大發展的機遇時期，努力縮小與國際水平的差距，提高自身的競爭能力，已成為服裝行業發展的必然趨勢。

業務回顧

羽絨服板塊發展穩健鞏固行業龍頭地位

二零一一／二零一二年財政年度本集團的羽絨服業務持續穩健增長，全年錄得收入約人民幣6,119.5百萬元，較去年增長7.7%。根據中國行業企業信息發布中心及中國國家統計局的統計數據，「波司登」連續第十七年榮列國內羽絨服銷售第一。本集團的四大羽絨服品牌(包括「波司登」、「雪中飛」、「康博」及「冰潔」)於二零一一年的總市場份額為34.5%，在行業中繼續維持其絕對的領先地位。

回顧年內羽絨服業務的穩步增長主要有賴以下幾個方面：

高品牌知名度以及龐大的銷售網絡。四大羽絨服品牌定位不同的消費群體，本集團進一步拓展其各自的銷售渠道，使每個品牌能夠更加有效地覆蓋到目標客戶群。「康博」的大眾化產品更滲透到四五線城市，擴闊了客戶群。年內，本集團繼續把多品牌店分為單品牌店，以突出各羽絨服品牌的定位，提升品牌知名度。於二零一二年三月三十一日，羽絨服的銷售網點達到8,344個，比去年同期增加了765個，總銷售面積約為872,000平方米(二零一一年三月三十一日：約867,000平方米)。

成本的優勢。年內原材料和勞動成本仍然持續上漲，推動了行業成本和價格上升。本集團充分發揮規模效應，與供應商享有較好的議價能力，加上於上一財年集團利用充裕的現金流通過預付方式把部分原材料價格鎖定，使得原材料成本能夠優於市場價。本集團羽絨服平均單價的上升不但反映了成本的上升，也體現了品牌和產品的競爭力。因此，本集團羽絨服板塊毛利率能夠維持在較高的水平。

經驗豐富的銷售團隊。本集團憑藉超過二十年的銷售經驗，能準確識別銷售週期，根據天氣變化靈活調整銷售策略。有效營運及物流安排亦是實現靈活銷售計劃的保證。本集團有能力滿足短期內的強大銷售需求。

創新產品的推出。「波司登」突破傳統羽絨服概念，革新性地推出極富輕盈時尚及科技質感的「秋羽絨」、「紡記憶」羽絨服。「秋羽絨」基於輕羽絨理念，採用精湛的剪裁，設計出含絨量達90%，但僅重260克的羽絨。在色彩、面料和搭配上獨具匠心。「紡記憶」採用創新面科及縫製工藝，可在寒冷的季節有效維持體溫，並具良好

的時尚塑身性。兩大新品在江蘇國際服裝節、中國國際羽博會等專業展會上大放異彩，風靡全國市場，成為二零一一年秋冬成衣市場的時尚亮點。

羽絨服庫存控制改善。本報告期內，羽絨服的訂貨機制進展順利。截至財年底，約25%的羽絨服銷售以訂貨制進行，較上一財年的約12%有顯著提高。訂貨制的推行也積極地影響了適銷率，有效控制庫存，提升經營效益及推動分銷商的積極性。

非羽絨服業務發展邁向新台階

回顧年內，本集團繼續實施四季化多品牌的發展戰略，並對非羽絨服業務有了更清晰的要求和方向，進一步整合資源、優化產品組合。二零一一年十一月本集團完成了對知名女裝品牌「杰西」的收購。這項收購豐富了本集團的女裝產品項目，並為集團未來非羽絨板塊盈利提升提供重要的來源，非羽絨服的收入佔本集團總收入從去年的8.4%增長到16.1%。本集團將在「波司登男裝」和「杰西」女裝的基礎上，集中資源積極發展男裝和女裝業務板塊，致力於發掘更多符合集團發展方向的收購兼併項目，積極發展非羽絨服業務，提升盈利能力。

年內，本集團非羽絨服業務各主要品牌按計劃地順利拓展：

「波司登男裝」(Bosideng MAN)：「波司登男裝」是本集團非羽絨服業務的主要男裝品牌。「波司登男裝」於收購後經歷了兩年快速增長，於回顧期內品牌公司著重提升品牌形象、研發和分銷渠道，特別是加強銷售網絡建設，使致發展速度放緩。品牌公司關閉經營不達預期、位置不理想的店舖，同時在較佳的地點增設店舖。此外，為保證良性的銷售增長及維持健康的庫存水平，「波司登男裝」審慎地選擇經銷商。

截至二零一二年三月三十一日，「波司登男裝」共有901間店舖，較去年同期減少78間。品牌公司密切關注自營店及加盟店的營運表現，以監控分銷渠道質量及提升盈利能力。因此，該品牌銷售額錄得18.3%的增長。

此外，「波司登男裝」根據市場調研，深入了解成熟男性消費者對於版型越趨注重，因此，「波司登男裝」提出以版型作為男裝的核心，採取「精確版型＋原創設計」的路綫，引入著名的英國和香港設計團隊，建立了中國男裝體型數據庫，並採用三維立體剪裁工藝，充分依據中國男士特點，合體修身，美化體型，力求打造「版型最好的中國男裝」。「波司登男裝」秋冬款式具原創性和前沿設計感，充分體現了「波司登男裝」新的品牌口號：「品型兼優」。

「杰西」(「JESSIE」)：「杰西」品牌是本集團四季化服裝產品的主要女裝品牌。本集團與迪暉有限公司於二零一一年十月二十八日簽訂股權轉讓協議，據此本集團以暫定代價人民幣8.925億元(或會按協議規定調整，包括現金代價人民幣2.975億元及股份代價發行2.35億本公司股份)收購迪暉有限公司及朗輝環球投資有限公司各自70%的股權。

該品牌是國內知名的中高端女裝品牌，定位28歲至45歲的都市白領女性，產品兼具職業和休閒風格。「杰西」產品項目加盟本集團，強化了本集團的非羽絨板塊，更優化了集團的收入結構；同時，「杰西」也得到了集團的資金支持，並享受到了本集團的行業資源，實現快速的增長。由收購日期起直至二零一二年三月三十一日，「杰西」對本集團淨利潤的貢獻為人民幣41,562,000元。截至二零一二年三月

三十一日止財年，「杰西」應佔淨利潤按股權轉讓協議調整後為人民幣90,126,000元，超出協議的利潤保證。迪暉有限公司保證，截至二零一二年、二零一三年、二零一四年及二零一五年三月三十日止各四個財年，迪暉有限公司、朗暉環球投資有限公司及彼等附屬公司的淨利潤(稅後)分別不會少於人民幣85,000,000元、人民幣108,800,000、人民幣136,000,000元及人民幣165,920,000元。二零一一年十月，「杰西」擁有81家自營店和172家加盟店，截至二零一二年三月三十一日，「杰西」的網點已經增加至84家自營店和193家加盟店，合共277家門店。該品牌將繼續加大市場拓展力度，預期在三年內增加約200家店舖。

其他非羽絨服項目：集團旗下其他的非羽絨服項目如「摩高」(Mogao)、「威德羅」(VETALLO)及「瑞琦」(BOSIDENG RICCI)的發展均有序地進行。本集團將繼續密切關注各品牌項目的發展進度而作出適當的調整。

退出規模較小的非羽絨服項目

為配合長遠業務發展，本集團將集中資源發展具規模的收購合併項目。集團於二零一二年三月調整其業務架構，並退出部份規模較小的非羽絨品牌項目。於二零一二年三月十二日，集團將其持有上海蘭博星兒童用品有限公司(「蘭博星公司」)的51%股權轉讓予第三方，作價約人民幣1,040萬元，等同波司登於二零一一年注入的原始資本。蘭博星公司從事童裝及相關產品設計和品牌管理，旗下品牌包括「叮噹貓」、「大眼蛙」、「r100」和「M&Q」。另外，經過慎重考慮，本集團於二零一二年三月決定終止另一規模較小的非羽絨服業務「洛卡薇爾」(ROCAWEAR)的業務。

大型新品發佈會引領潮流

於二零一一年八月二十一日，「天陞麗景·夢幻九寨」—二零一一／二零一二波司登秋冬時尚發布會在四川九寨溝震撼上演，以「精靈之水」、「絢彩之林」和「天境風情」三大主題展示波司登的設計理念。發佈會採用戶外實景發佈形式，運用先進「裸眼

3D」技術引入服裝視覺展演，把波司登貼合消費者時尚需求的新品與九寨溝地夢幻般地景色完美結合，向經銷商演繹了波司登的不斷創新，並展示了數百款即將上市的羽絨服。

於二零一二年三月十日，「波司登男裝」以「時尚全球之旅」為發佈會主題展示二零一二年秋冬新品，演繹了「波司登男裝」的三大系列60多套秋冬服裝，向嘉賓及分銷商展示以版型為核心的男裝設計，完美演繹了「波司登男裝」的新口號：「品型兼優」。

二零一二年三月二十八日，波司登在D•PARK北京會所第一車間發佈「靜然」二零一一／二零一二秋冬中國防寒服流行趨勢，這也是波司登第16次唯一代表中國防寒服向世界發佈流行趨勢。同日，第20屆中國國際服裝服飾博覽會盛大開幕，「波司登」携「波司登男裝」、「瑞琦」、「冰潔」精彩亮相，加速向綜合多品牌服裝運營商的轉型。

於英國倫敦開設首家歐洲旗艦店

本集團於年內斥資2,005萬英鎊(約2.4億港元)購入位於倫敦中心地帶的一棟商業物業，以開設包括「波司登」羽絨服和「波司登男裝」的旗艦店，並在此設立本集團歐洲總部。這是波司登在歐洲的首家旗艦店，是本集團拓展國際市場的重要舉措，希望藉此提升「波司登」品牌的知名度和美譽度。

該物業位處倫敦市最繁華商業區(同時也是歐洲最大的商業區之一)——倫敦西區(WEST END)的核心地段，毗鄰英國首要的購物街——牛津街，該街每年吸引來自全球約3,000萬遊客到此觀光購物，是倫敦西區的購物中心，距離每年出入人流量相約2,400萬的邦德街(BOND STREET)地鐵出口僅20米，與建設中的倫敦地鐵新幹綫(CROSS RAIL)邦德街站隔街相望。本集團將斥資超過900萬英鎊將大樓建成倫

敦西區的地標性建築物，目前大樓正在改建中。本集團將善用物業優越的地理位置，透過外牆廣告進行品牌形象的推廣。項目預計將於二零一二年七月倫敦奧運會前竣工。

透過多種推廣模式實施有效市場營銷策略

針對旗下各品牌不同的風格和市場定位，本集團採取了多種靈活立體的推廣模式進行品牌宣傳。報告期內，除了投放電視廣告外，本集團還結合多方面的宣傳資源，通過在商業旺區開設高端旗艦店、舉行新品發佈會、贊助體育活動、聘請明星代言人、設立戶外廣告、網站、店內宣傳和產品展示、贊助藝人話題影片／演唱會及成立VIP俱樂部等組合策略，突顯本集團品牌理念和產品的獨特性，增加目標市場消費者對本集團產品的認知度。

優化店舖形象

繼集團旗艦店在國內各大城市商業旺區陸續亮相以來，其規模之大、廣闊舒適的購物環境，為集團樹立了良好的整體形象，令消費者滿意。集團關注零售終端形象的提升，聘請了國際知名零售商的管理團隊，對旗艦店進行改造。欲將本集團的旗艦店打造為國際化標準的零售終端。報告期內，集團以上海南京東路旗艦店為改造試點，從櫥窗、產品陳列、客戶服務等方面進行全面升級，店舖形象取得了顯著的提升。此外，「波司登男裝」在二零一二年的秋冬系列上，將會以商旅、雅仕、風尚三大主題調整店舖陳列，各主題櫥櫃按類別陳列，店舖效果直觀，成為所有加盟店的門店裝修準則。

提升ERP信息系統

本報告期內，本集團積極以網絡信息技術改造提升傳統產業，在訂單管理、物料清單、採購管理、供應商管理、原料檢測、生產製造、外發加工、成衣質檢、倉儲物流、營銷服務等環節全面導入ERP信息系統，打造出反應快速、執行有力的綜合供應鏈，降低庫存，提高物流周轉速度。報告期內，本集團對信息系統的基礎硬件調整和提升，引入成熟的系統開發平台對軟件系統架構進行了優化，提升系統穩性

和數據安全；不斷完善兩個分別適用於羽絨服產品和非羽絨服裝產品兩大板塊版本的ERP系統；強化系統的手機應用功能，實現了ERP數據通過手機短信方式通知，實現了系統監控異常情況的手機短信通知，以便相關人員能更為及時地獲取重要營運信息並迅速做出決策響應市場的變化。本集團終端的ERP信息系統覆蓋率超過90%。

著重電子商務發展

本報告期內，為大力發展電子商務，本集團單獨成立了電子商務公司。本集團電子商務的發展自二零零八年底開始起步到二零一一年實現每年兩倍的速度增長，並力爭在五年之內處於國內電子商務行業領先地位。通過三年堅實有效的運作，本集團已於電子商務平台建立一套網絡分銷體系，並通過互聯網培養出一批忠誠的平台商、分銷商及終端客戶。為解決各終端店舖由於受銷售及倉庫面積、經銷商授信額度、銷售補貨時間差、庫存退貨率考核和自身缺乏訂貨經驗等因素限制導致終端店舖貨品的款式、顏色、尺碼與消費者的需求存在差異，電子商務部門通過推出的「綫上綫下互動營銷」，來幫助終端店舖有效降低旺季銷售流單現象，提高消費者對終端店舖的信任度、提升終端店舖的服務質量，同時有效提高店舖營業收入、提高市場佔有率及銷售份額，並大大增強了各經銷商銷售積極性。本集團將不斷優化網

絡渠道管理系統及電子商務平台，根據網絡市場特點，逐步集結波司登旗下品牌入駐電子商務陣營，並通過積累的大量會員逐步為其他品牌提供在綫銷售服務，成為行業內領先的綜合類服裝電子商務平台。

物流的升級改善

為適應集團快速的發展和現代管理的需要，本集團在報告期內加大物流基礎設施的建設，在常熟建立了建築面積超過7萬平方米的物流中心，以解決集團採購、生產、銷售的物流需求，並在各個銷售區域配置第三方物流對接，處理包裝、送貨、配送，以提高訂單處理能力，為銷售的順暢提供強有力的保障。

社會責任和公益事業

本集團一直關注民生，長期從事科教文衛體活動、公益項目及環保事業，並由集團董事長高德康個人出資人民幣5,000萬元設立「德康博愛基金會」，幫貧濟困、助殘扶弱。「波司登」在「非典」、南方特大雪災、512汶川大地震、青海玉樹地震、台灣「莫拉克」颱風等重大災難中都慷慨解囊。「波司登」多年累計向各級慈善機構及社會各界捐款捐物已超人民幣5.34億元。鑒於此，今年「波司登」被民政局授予「中華慈善獎」。

「中華慈善獎」是國家民政部頒發的中國公益慈善領域最高政府獎項，旨在褒揚在賑災、扶老、助殘、救孤、濟困、助學、助醫以及支持文化藝術、環境保護等公益慈善領域做出突出貢獻的個人、機構及項目，為弘揚公益慈善精神、推動公益慈善事業發展發揮了重要作用。

零售網點

按網點類型劃分的零售網絡組成

網點類型	於二零一二年 三月三十一日			於二零一一年 三月三十一日			變動		
	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計
專賣店									
— 由本集團經營	67	69	136	51	47	98	16	22	38
— 根據加盟 協議經營	—	99	99	—	477	477	—	(378)	(378)
— 由第三方 經銷商經營	4,946	675	5,621	5,066	619	5,685	(120)	56	(64)
小計	5,013	843	5,856	5,117	1,143	6,260	(104)	(300)	(404)
寄售網點									
— 由本集團經營	1,094	360	1,454	1,062	59	1,121	32	301	333
— 根據加盟 協議經營	—	81	81	—	300	300	—	(219)	(219)
— 由第三方 經銷商經營	2,237	388	2,625	1,400	354	1,754	837	34	871
小計	3,331	829	4,160	2,462	713	3,175	869	116	985
合計	8,344	1,672	10,016	7,579	1,856	9,435	765	(184)	581

按地理位置劃分的零售網絡組成

銷售片區*	於二零一二年 三月三十一日			於二零一一年 三月三十一日			變動		
	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計	羽絨	非羽絨	合計
華北片區	4,582	863	5,445	4,052	898	4,950	530	(35)	495
華東片區	1,962	434	2,396	1,817	423	2,240	145	11	156
華中片區	1,800	375	2,175	1,710	535	2,245	90	(160)	(70)
合計	<u>8,344</u>	<u>1,672</u>	<u>10,016</u>	<u>7,579</u>	<u>1,856</u>	<u>9,435</u>	<u>765</u>	<u>(184)</u>	<u>581</u>

* 華北片區：北京、重慶、甘肅、貴州、河北、黑龍江、內蒙古、吉林、遼寧、寧夏、青海、陝西、山東、山西、四川、天津、西藏、新疆、雲南

華東片區：安徽、福建、江蘇、上海、浙江

華中片區：廣東、廣西、海南、河南、湖北、湖南、江西

財務回顧

收入

品牌羽絨服業務收入仍保持最大貢獻，佔本集團收入的73.1%，而餘下10.8%及16.1%來自貼牌加工管理業務及非羽絨服業務。去年，上述三項業務分別佔本集團收入80.7%、10.9%及8.4%。

截至二零一二年三月三十一日止年度，本集團收入約為人民幣8,376.1百萬元，同比增長19.0%，主要是由於本集團積極進行非羽絨服業務的擴張，提升非羽絨業務帶來的收入。本集團的品牌羽絨服業務、貼牌加工管理業務及非羽絨服業務的銷售增長分別為7.7%、18.3%及128.6%至約人民幣6,119.5百萬元、人民幣909.4百萬元及人民幣1,347.2百萬元。

以產品劃分的銷售分析

	截至三月三十一日止年度				
	二零一二年		二零一一年		變動 (百分比)
	(人民幣 百萬元)	佔總收入 百分比	(人民幣 百萬元)	佔總收入 百分比	
品牌羽絨服					
• 自營	1,844.6	22.0%	1,732.0	24.6%	6.5%
• 批發	4,268.6	51.0%	3,936.0	55.9%	8.5%
• 其他*	6.3	0.1%	11.7	0.2%	(46.2)%
羽絨服總收入	6,119.5	73.1%	5,679.7	80.7%	7.7%
貼牌加工管理	909.4	10.8%	768.7	10.9%	18.3%
非羽絨服					
• 自營	259.6	3.1%	100.6	1.4%	158.1%
• 批發	1,086.0	12.9%	488.8	7.0%	122.2%
• 其他#	1.6	0.1%	—	—	不適用
非羽絨服總收入	1,347.2	16.1%	589.4	8.4%	128.6%
總收入	8,376.1	100.0%	7,037.8	100.0%	19.0%

* 指主要與羽絨服產品有關的原材料的銷售

指租金收入

本集團大部份產品為批發形式出售的品牌羽絨服，佔本集團品牌羽絨服收入的69.8%，去年則佔69.3%。

本集團積極實施「四季化產品」的戰略以來，非羽絨服業務之貢獻持續上升，隨著「杰西」女裝項目及「摩高」休閒服項目的加入，截至二零一二年三月三十一日止年度非羽絨服收入佔本集團收入由去年8.4%（約人民幣589.4百萬元）大幅升至16.1%（約人民幣1,347.2百萬元）。

按品牌劃分羽絨服銷售的收入分析

品牌	截至三月三十一日止年度				
	二零一二年		二零一一年		變動 (百分比)
	(人民幣 百萬元)	佔品牌 羽絨服 銷售額 百分比	(人民幣 百萬元)	佔品牌 羽絨服 銷售額 百分比	
波司登	3,848.2	62.9%	3,554.2	62.6%	8.3%
雪中飛	1,222.4	20.0%	1,146.2	20.2%	6.6%
冰潔	468.2	7.7%	410.9	7.2%	13.9%
康博	580.2	9.5%	572.5	10.1%	1.3%
其他品牌	53.3	0.8%	40.7	0.7%	31.0%
其他	6.4	0.1%	11.7	0.2%	(45.3)%
小計	<u>6,178.7</u>	<u>101.0%</u>	<u>5,736.2</u>	<u>101.0%</u>	<u>7.7%</u>
銷售回扣	<u>(59.2)</u>	<u>(1.0)%</u>	<u>(56.5)</u>	<u>(1.0)%</u>	<u>4.8%</u>
羽絨服總收入	<u><u>6,119.5</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>	<u><u>5,679.7</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>	<u><u>7.7%</u></u>

按品牌劃分非羽絨服銷售的收入分析

品牌	截至三月三十一日止年度				
	二零一二年		二零一一年		變動 (百分比)
	(人民幣 百萬元)	佔品牌 非羽絨服 銷售額 百分比	(人民幣 百萬元)	佔品牌 非羽絨服 銷售額 百分比	
波司登男裝	691.2	51.3%	584.5	99.2%	18.3%
杰西	169.7	12.6%	–	不適用	不適用
摩高	381.1	28.3%	–	不適用	不適用
其他	105.2	7.8%	4.9	0.8%	2,046.9%
非羽絨服總收入	<u>1,347.2</u>	<u>100.0%</u>	<u>589.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>128.6%</u>

本集團核心品牌「波司登」品牌繼續為中高檔品牌，目標客戶為消費力較強及追求潮流時尚設計的人士，「雪中飛」品牌則旨在迎合富有活力的年輕顧客。「康博」及「冰潔」品牌服裝分別提供傳統男士羽絨服和色彩鮮艷的女士青春羽絨服，兩者均專注於大眾市場。在品牌定位的策略下，「波司登」品牌銷售收入仍然貢獻最大，銷售收入約人民幣3,848.2百萬元，佔品牌羽絨服總銷售的62.9%。「雪中飛」品牌的銷售收入約人民幣1,222.4百萬元，佔品牌羽絨服總銷售的20.0%。「康博」與「冰潔」產品的銷售收入分別錄得約人民幣580.2百萬元及人民幣468.2百萬元，分別佔品牌羽絨服總銷售的9.5%及7.7%。

「波司登男裝」是本集團「四季化服裝產品」的主要男裝品牌，銷售收入約人民幣691.2百萬元，佔非羽絨服總收入51.3%。本集團於二零一一年十一月完成收購「杰西」。「杰西」是國內知名的中高端女裝品牌，定位都市白領女性，產品兼具職業和休閒風格。本集團於二零一一年一月開始發展「摩高」品牌，定位20至30歲的年輕消費者，以打造人人買得起的時尚休閒服裝品牌為追求，為青年一族塑造快樂、健康、自然、率真的性質。「杰西」及「摩高」分別錄得約人民幣169.7百萬元及人民幣381.1百萬元收入，佔非羽絨服總收入12.6%及28.3%。

銷售成本及毛利

勞動力及原材料成本持續上升，但本集團及時反應，利用充裕的現金流向供應商及生產商預付款項，以降低原材料及加工成本，本集團銷售成本由去年約人民幣3,738.4百萬元(佔本集團總收入53.1%)上升至期內約人民幣4,187.4百萬元(佔總收入50.0%)。

回顧期內，品牌羽絨服、貼牌加工管理及非羽絨服業務的銷售利潤分別為54.7%、19.5%及49.3%，去年，品牌羽絨服、貼牌加工管理及非羽絨服業務的銷售利潤則分別為50.4%、16.7%及52.7%。

分銷開支

本集團的分銷開支主要包括廣告和宣傳費用、商場扣點費以及薪酬及福利，約達人民幣2,268.1百萬元，較去年約人民幣1,706.6百萬元上升32.9%。實際支出上升主要是由於自營店數目增加所致。就收入的百分比而言，分銷開支佔總收入的27.1%，較去年同期的24.2%微增2.9個百分點。

行政開支

本集團的行政開支主要包括薪酬及福利、差旅費及辦公室開支，約達人民幣337.4百萬元，較去年約人民幣207.2百萬元上升62.8%，主要是由於發展非羽絨服業務而增聘員工及增加辦公室開支所致。回顧年內，行政開支佔本集團收入4.0%，較去年同期的2.9%上升1.1個百分點。

經營溢利

回顧年內，本集團的經營溢利上升18.2%至約人民幣1,621.4百萬元。經營溢利率為19.4%，與去年同期19.5%相約，主要是由於本集團策略性地控制銷售及成本價格，以及集團成功擴展非羽絨服業務，以提升其佔整體銷售的比例。

融資收入

回顧年內，本集團的融資收入由去年同期約人民幣142.2百萬元上升約4.1%至約人民幣148.1百萬元。

融資開支及稅項

回顧年內，本集團的融資開支增加255.0%至約人民幣47.7百萬元，主要由於年內在向香港銀行以內存外貸方式借款以便資金調配之用。

截至二零一二年三月三十一日止年度，所得稅開支由約人民幣228.7百萬元增至約人民幣271.0百萬元。本集團四間主要在中國經營之附屬公司(為外商投資企業)自二零零八年一月一日起開始享有稅率減半，優惠期於二零一一年十二月三十一日屆滿。

末期股息

董事會建議支付截至二零一二年三月三十一日止年度的末期股息每股普通股港幣12.0仙(相等於約人民幣9.8分)。建議股息支付須待本公司股東於二零一二年八月二十八日或前後舉行的股東週年大會上批准。待股東批准後，建議末期股息將約於二零一二年九月十二日支付予二零一二年九月六日名列本公司股東名冊的股東。

流動資金及財務來源

本集團採取審慎的融資及理財政策，同時維持穩健的整體財務狀況。本集團的資金來源為經營活動產生的現金。

截至二零一二年三月三十一日止年度，本集團經營活動產生的現金淨值為約人民幣1,315.8百萬元，而截至二零一一年三月三十一日則約為人民幣49.5百萬元。於二零一二年三月三十一日的現金及現金等價物約為人民幣1,907.0百萬元，而於二零一一年三月三十一日則為約人民幣1,417.6百萬元。現金及現金等價物增加是由於原材料價格逐步回穩，集團減少就穩定原材料供應而作預付款的金額。

為使本集團可用現金儲備獲得最高回報，本集團擁有可供銷售金融資產，包括中國國內銀行的保本短期投資。可供出售金融資產預計(非保證)回報率介乎每年3.1%至6.8%。

於二零一二年三月三十一日，本集團的銀行借款約為人民幣1,740.7百萬元(二零一一年：人民幣586.9百萬元)。本集團的負債比率(債務總額／權益總額)為23.7%(二零一一年三月三十一日：8.4%)。

或然負債

於二零一二年三月三十一日，本集團並無重大或然負債。

資本承擔

於二零一二年三月三十一日，本集團有約人民幣241.2百萬元有關廠房、物業及設備的未結算資本承擔(二零一一年三月三十一日：人民幣231.9百萬元)。

經營租賃承擔

於二零一二年三月三十一日，本集團有不可撤銷經營租約承擔約人民幣432.4百萬元(二零一一年三月三十一日：約人民幣429.4百萬元)。

資產質押

於二零一二年三月三十一日，銀行存款約人民幣862.7百萬元已質押以就應付票據及信用證取得本集團銀行貸款及銀行融資(二零一一年三月三十一日：約人民幣760.4百萬元)。

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理財部門負責。本集團理財政策的主要目的之一是管理其於利率及外幣兌換率中所面對的波動。

外匯風險

本集團的業務經營主要位於中國，收入及開支均以人民幣計值。本集團的若干現金及銀行存款(包括本集團首次公開發售所得款項)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。港元或美元兌換有關實體各自功能貨幣的匯率的任何重大波動或會影響本集團的財務狀況。

於二零一二年三月三十一日，董事認為本集團的外匯風險並不重大。於回顧年內，本集團並無使用任何金融工具作對沖用途。

人力資源

截至二零一二年三月三十一日，本集團擁有全職員工約4,785人(二零一一年三月三十一日：2,690名全職員工)。截至二零一二年三月三十一日止的十二個月的員工成本(包括作為董事酬金的薪酬及其他津貼)約為人民幣553.6百萬元(二零一一年：約人民幣398.1百萬元)。員工成本上升主要由於集團非羽絨服裝業務拓展，增加了相應員工人數，其中包括「杰西」女裝及「摩高」休閒裝、擴充羽絨及非羽絨的自營專賣店、加強集團的設計、質量監控及營銷團隊人員。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、工作表現及服務年限，以及現行市場情況釐定。

為給員工營造一個舒適和諧的生活環境，本集團對員工宿舍公寓進行了全面改造。此次改造的公寓按照三星級賓館標準建設，房間電視、電話、網線、空調等各類設施一應俱全，並全部採取酒店式管理。改造工程於二零一零年六月正式完工並通過各項驗收檢測。凡被公司錄用、在常熟無自住房的外地大學畢業生、專業技術人員及管理人員均可申請入住，目前員工已全部入住。

為吸引及留用技術熟練和經驗豐富的員工，並鼓勵其致力於本集團業務的進一步發展及擴張，本集團亦採納股份計劃(「股份計劃」)以及購股權計劃(「購股權計劃」)。

截至二零一二年三月三十一日，本集團並未就購股權計劃授出任何購股權。

業務前景

展望未來，本集團保持審慎樂觀。通貨膨脹預期放緩，消費將繼續增長，對中國的國內生產總值的貢獻穩中有升。二零一二年服裝市場仍然擁有具大的上升空間。本集團將繼續保持以「波司登」品牌為首的羽絨服核心業務的穩健發展，整合品牌定位、設計、研發、銷售渠道等，以滿足各消費群體的不同需求；同時進一步推進四季化、多品牌化的戰略，透過擴展現有品牌，積極尋求併購目標，優化產品組合以繼續提高旗下非羽絨服業務佔整體盈利的比例，使「波司登」成為國際知名的多品牌服裝運營商。

專門團隊發展各羽絨品牌

為了在日益激烈的競爭中穩步發展，鞏固羽絨服行業中的領先地位，並進一步提升經營效率，本集團旗下的各羽絨服品牌將專注於各自的細分市場，從定位、設計、研發、銷售全面深入，不斷尋找市場空隙、提高產品的競爭力、開展針對性的營銷活動以更精準地捕捉消費群體、並提高服務質素。

加強設計研發能力，開發時尚低碳版圖

有想像力的創意設計才能成就優秀的品牌，有時尚引導力的品牌才能成為服裝產業轉型升級的領跑者。本集團將繼續擴大和加強其研究、設計及開發團隊。本集團亦計劃與國內外知名研究機構合作，開發及應用新型面料，提升產品競爭力和品牌價值。同時，本集團將為設計師創造、提供發展藝術潛質，激發其藝術靈感的空間和舞台，以及各種與國內外知名設計公司交流、學習與合作的機會，不斷提升其設計

能力，以鞏固本集團在全國防寒服市場的領先地位，同時還將逐步拓展到非羽絨服裝產品及業務領域，憑藉卓越的時尚創意設計能力進一步擴張本集團的四季化時尚版圖。

在低碳環保的生活年代，本集團力求研發創新綠色時尚環保低碳產品，在引領時尚、節省材料的同時，為環保和低碳生活出一份力。

強化市場推廣，有利營銷

在日益激烈的市場環境中，針對客戶需求，本集團將更進一步加強營銷力度、強化市場營銷策略，以有效地拓展市場、提升品牌價值，實現本集團業務的最大收益。根據旗下各品牌產品的風格和市場定位，本集團針對性地採取多種靈活立體的推廣模式進行品牌宣傳，全方位向消費者傳遞本集團各品牌定位和產品形象。

羽絨服業務除原有的媒體投放、戶外廣告、新品發佈會、聘請明星代言人、贊助體育活動、網站、店鋪宣傳和產品展示等推廣方式外，將更注重與消費者之間的互動，各銷售網點將舉行各種體驗、展示、優惠等活動，讓消費者與波司登一起「時尚換裝」。在本報告期內，被稱為「人氣女王」且頻頻刷新收視紀錄的青春偶像楊冪，與銷量紀錄同樣頻頻刷新的「冰潔」簽約，成為本集團旗下「冰潔」品牌新的形象代言人，楊冪以「跨界」服裝設計師的身份，所設計的冰潔「冪款」，更是成為銷售明

星款，受到潮流粉絲的追捧。「波司登男裝」則借助央視等高端媒體平台進行品牌宣傳，並在最新新品發佈會上攜手 1200 位嘉賓與著名音樂人王力宏共同體驗「時尚全球之旅」。

持續改善零售系統，優化店舖形象並優化零售網絡

本集團將繼續推進零售終端的升級，改造上海、北京、及其它主要城市的大型旗艦店，建立新的終端形象視覺系統，打造更具品味的終端形象。在合理佈局網點（包括網點類型配比和地理位置分佈）的同時，適時在全國各大城市增加旗艦店的數目，為消費者提供更為優越的購物環境，並在裝修、櫥窗、陳列、服務上，為消費者提供全方位的購物體驗。

本集團的羽絨服產品銷售渠道繼續進行優化整合，非羽絨服裝產品業務則以拓展市場為主線，其中，「波司登男裝」預期下一年度新店開張達 100 家，並且在直營店和加盟店的比例上有所提高；「杰西」預期於二零一五年之前增加 200 家店。

受惠於電子商務的普遍發展，本集團各品牌公司在迅速適應購物網絡化的趨勢，力爭給本公司錄得更高的銷售業績。

電子商務快速發展和信息化管理的有序進行

本集團緊跟網絡化發展的步伐，優化電子商務平台，為廣大消費者提供了更為便捷的購物方式，並適時體現線上線下的差異化銷售。本集團的電子商務已從羽絨服裝領域逐步擴展到非羽絨服服裝領域，本集團力爭錄得更高銷售業績。

本集團加強和完善企業信息化建設，拓展信息系統的應用面，深化信息系統的管理，從而實現信息的準確採集、數據的實時傳遞、職能的量化考核，優化企業管理

流程。本集團會將科學化的管理之路堅實有效的走下去，不斷的提高企業管理水平。

繼續推進非羽絨服業務的發展

在鞏固和保持羽絨服業務市場份額和良好業績的基礎上，本集團將在充分考慮市場環境的前提下，繼續推進和落實四季化、多品牌的發展戰略，有效提升非羽絨服裝產品業務佔集團盈利的比例。

本集團將全力驅動「波司登男裝」和「杰西」等優秀品牌，積極發掘更多有潛力的男裝、女裝收購項目，在一年四季迎合追求高質量產品的消費者。進一步充實「波司登」的品牌文化和提升「波司登」的品牌價值，從而實現「波司登」轉型為世界知名多品牌服裝運營商。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將分別由 (i) 二零一二年八月二十三日至二零一二年八月二十八日及 (ii) 二零一二年九月三日至二零一二年九月六日 (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) 確認有權出席應屆股東週年大會並於會上投票的資格及 (ii) 符合於二零一二年九月十二日獲派建議末期股息的資格，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) 二零一二年八月二十二日及 (ii) 二零一二年八月三十一日下午四時三十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

截至二零一二年三月三十一日止年度，本公司並無購買、出售或贖回本公司上市股份，惟股份獎勵計劃受託人根據股份獎勵計劃的規則及結算契約條款以總代價約

42.3 百萬港元於聯交所購買合共 28,096,000 股本公司股份則除外。

企業管治常規守則

董事認為，截至二零一二年三月三十一日止年度，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載的企業管治常規守則（「守則」），惟守則第 A.2.1 條有關規定董事局主席與行政總裁（「總裁」）的角色應分開及不應由同一個人擔任的規定則除外。董事會亦會繼續檢討及監察本公司的管治常規，以符合守則規定及保持本公司高水準的企業管治常規。

高德康先生是本公司董事局主席兼總裁，亦是本集團的創辦人。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總裁。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，而董事會有四名獨立非執行董事提出獨立見解，故董事會認為有足夠保障措施確保董事會權力平衡。

證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為其有關董事證券交易的行為守則。截至二零一二年三月三十一日止年度，已向所有董事作出個別查詢，而董事已確認彼等已遵從標準守則所載的一切相關規定。

審計委員會

根據上市規則3.21條及守則C3段，本公司已於二零零七年九月十五日成立本公司的審計委員會(「審計委員會」)，並訂有明文職權範圍。其主要職責為檢討及監督本集團的財務申報過程和內部監控程序、提名及監察外聘核數師及履行董事會委派的其他職責。本公司截至二零一二年三月三十一日止年度合併財務報表已經由審計委員會審閱及經畢馬威會計師事務所審核。審計委員會由三名獨立非執行董事魏偉峰先生(主席)、董炳根先生及蔣衡傑先生組成。

薪酬委員會

根據守則B1段，本公司的薪酬委員會(「薪酬委員會」)由本公司於二零零七年九月十五日成立，並訂有明文職權範圍。其主要職責是評估本公司董事和高級管理層的表现，並就彼等的薪酬待遇提出建議，以及評估本公司的退休計劃、業績評估制度以及獎金和佣金政策，並就此提出建議。薪酬委員會由五名成員組成，包括三名獨立非執行董事、一名非執行董事及一名執行董事(即高德康先生、沈敬武先生、董炳根先生、蔣衡傑先生和王耀先生(主席))。

於二零一二年三月二十八日，執行董事高德康先生不再擔任薪酬委員會主席，而獨立非執行董事王耀先生獲委任為薪酬委員會主席。

提名委員會

根據守則A.4.5段，本公司的提名委員會(「提名委員會」)由本公司於二零零七年九月十五日成立，並訂有明文職權範圍。其主要職責為向董事會建議填補董事會空缺

的候選人。提名委員會由三名成員組成，包括兩名獨立非執行董事和一名執行董事（即高德康先生（主席）、董炳根先生和蔣衡傑先生）。

年度業績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。截至二零一二年三月三十一日止年度的年報包括上市規則附錄十六需要的所有資料，亦會適時分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

致謝

本集團在本年度業績理想，有賴於全體員工的努力及廣大消費者對本集團產品的愛戴。本人謹在此向全體員工盡忠職守和出眾的表現，以及本公司股東、經銷商、客戶及供應商的長期支持深表謝意。

承董事會命
波司登國際控股有限公司
董事局主席兼行政總裁
高德康

香港，二零一二年六月二十八日

於本公告日期，本公司執行董事為高德康先生、梅冬女士、孔聖元博士、高妙琴女士、黃巧蓮女士及王韻蕾女士；非執行董事為沈敬武先生；獨立非執行董事為董炳根先生、蔣衡傑先生、王耀先生及魏偉峰先生。