

請即時發放



波司登公佈2021/22財年全年業績

堅守「聚焦主航道、聚焦主品牌」戰略方向
實現品牌羽絨服業務的穩定及高品質增長
收入和權益股東應佔溢利按年分別上升**20.0%**和**20.6%**

財務摘要

人民幣千元	截至3月31日止年度		
	2022年	2021年	變動
收入	16,213,608	13,516,513	+20.0%
毛利	9,737,179	7,924,266	+22.9%
經營溢利	2,568,847	2,224,606	+15.5%
年內溢利	2,058,772	1,704,966	+20.8%
權益股東應佔溢利	2,062,323	1,709,566	+20.6%
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	19.14	15.98	+19.8%
- 攤薄	18.78	15.77	+19.1%
每股股息（港仙）			
- 末期	13.5	10.0	+35.0%
- 中期	4.5	3.5	+28.6%
- 全年	18.0	13.5	+33.3%

（2022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」；股份代號：3998，連同其附屬公司「集團」）宣佈截至2022年3月31日止年度（「本財年」）全年業績。

財務回顧

回顧年內，堅定「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方向，明確波司登「全球領先的羽絨服專家」品牌定位，持續夯實「品牌引領、產品領先、渠道升級、優質快反」四項核心競爭力和「組織/機制/文化/人才、數位化經營」兩項保障體系，在行業整體趨勢下行的背景下，實現品牌羽絨服業務的穩定、高品質增長，彰顯企業發展韌性。

截至本財年，集團收入為約人民幣16,213.6百萬元，較去年同期上升約20.0%，創歷年新高。品牌羽絨服業務仍為集團的最大收入來源，佔總收入的81.6%。貼牌加工管理業務及女裝業務分別佔總收入的11.7%及5.6%，多元化服裝業務佔總收入1.1%。

年內，經營溢利上升15.5%至約人民幣2,568.8百萬元，經營溢利率為15.8%。伴隨成功的品牌升級和產品升級，毛利率较去年同期的58.6%提升1.5個百分點至60.1%。本公司權益股東應佔溢利上升20.6%至約人民幣2,062.3百萬元。每股基本盈利為人民幣19.14分。董事會建議派發末期股息每股普通股13.5港仙（2020/21財年：10.0港仙）。

業務回顧

品牌羽絨服業務

回顧年內，集團立足「全球領先的羽絨服專家」品牌定位，聚焦打造渠道領先、商品領先、形象領先、零售領先、用戶經營領先。品牌羽絨服業務收入同比上升21.4%，約達人民幣13,223.0百萬元，其中品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比上升16.3%，約達人民幣11,617.7百萬元。

品牌建設方面，持續深挖波司登「大品牌、好品質、羽絨服代名詞」的消費者心智資源，通過不斷推出的品牌事件，創新傳播內容和傳播方式；通過不斷加深消費者對品牌的認知度和美譽度，助力品牌建設及業績提升。根據國際五大品牌價值評估權威機構之一 Brand Finance 公佈的「2022 全球最具價值服飾品牌排行榜 50 強(Brand Finance Apparel 50 2021)」，波司登品牌再度入選，並提升名次至第 48 名。

商品運營方面，集團直營門店單店訂貨、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。經銷商則採取不同的訂貨和返利的靈活模式，經銷商首次訂貨比例保持較低佔比，餘下訂單部分則根據旺季市場的實際反饋進行補單。截至 2022 年 3 月 31 日，本年度庫存周轉天數同比下降 25 天。

供應鏈管理方面，本集團在資源整合、柔性快反、品質卓越及成本領先進行了系統性的創新升級。儘管在 2021 年面對外部疫情、限電限產等挑戰和考驗，本集團依然通過多方面前置佈局、戰略規劃及共生協同抵禦該等風險。

數字化運營方面，集團全面制訂了 IT 產品下線、升級、整合、重構、新建三年實施計劃，最終實現辦公移動化、業務在線化、運營數字化、決策智能化的目標，為集團數字化轉型提供強有力的技術解決工具或方案。

新零售運營方面，持續利用企業微信建立與顧客更加便捷的溝通橋樑，實現新增會員 610 萬，企業微信好友 250 萬，波司登品牌微信公眾號粉絲累計超過 630 萬，抖音官方賬號粉絲累計超過 490 萬。

物流配送方面，集團一方面，利用自研的 ICC、OPC 系統（庫存計算中心、訂單處理中心）先進的演算法，確保快遞公司第一時間攬收、並最快速度配送到消費者；另一方面，通過先進物流資訊科技系統，結合高度自動化的物流設備，最大化提升自動化設備效率，並以最快速度交付承運商攬收。

產品研發方面，集團結合消費者喜好及認知模式，對不同產品系列進行鏈接消費者的精準開發，年內，波司登城市多功能夾克榮獲 ISPO Award 全球設計大獎，複合結構露營羽絨服和零壓力羽絨泡芙分別獲得 ISPO 全球設計獎和紅點設計獎。

渠道建設方面，集團持續優化渠道品質，提升渠道效率，一方面關注「2+13」這 15 個一線及新一線城市的鎖定，另一方面通過「關小店、開大店」的方式，在購物中心、時尚商圈和城市的核心地帶鋪設更多更高質量的門店。另外，集團加強多層級市場的佈局，來打開當地市場的銷售。於 2022 年 3 月 31 日，集團羽絨服業務的零售網點總數較上一財年底淨減少 341 家至 3,809 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 45.3%和 54.7%。

貼牌加工管理業務

在本財年，儘管受到全球疫情影響，貼牌加工管理業務依然保持穩定且健康的發展，主要由於以下四點：第一、核心客戶保持較高業績增長；第二、團隊積極開拓優質新客戶；第三、海外生產佈局成效突顯；及第四、推行靈活的管理機制。年內，集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣 1,901.3 百萬元，佔總收入的 11.7%，較去年上升 23.8%。儘管通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，但由於 2021/22 財年期間全球疫情的影響，對供應鏈成本、運輸費用等均產生一定影響，使得貼牌加工管理業務的毛利率下降 1.0 個百分點至 18.6%。

女裝業務

集團的女裝業務通過豐富層次的產品形象和品牌定位，贏得了中國女性消費者的青睞。年內，女裝業務收入約人民幣 903.7 百萬元，較去年同期小幅下降 4.5%，佔總收入比重為 5.6%。於 2022 年 3 月 31 日，集團女裝業務的零售網點總數較去年同期淨下降 15 家至 462 家；自營零售網點淨增加 10 家至 364 家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少 25 家至 98 家。在總零售網點中，約 61.7%位於一、二線城市（即北上廣深及省會城市），約 38.3%位於三線及以下的城市。

多元化服裝業務

多元化服裝業務板塊收入約人民幣 185.6 百萬元，較去年同期增加 28.3%。隨著集團持續貫穿「聚焦主航道、收縮多元化」的整體戰略，男裝、內衣居家等業務佔集團總收入比重持續下降，但集團於 2016 年開始發展的校服業務在本財年持續錄得較大的增長，因此總體多元化服裝業務佔集團總收入比重保持在 1.1%。年內，**妮美特**品牌校服合同簽約訂單較去年同期增長 80.5%，營業收入約為人民幣 160.6 百萬元，較去年同期增長 80.9%。

線上銷售

線上銷售渠道一直是集團重點關注且予以大力發展的渠道，自 2018 年集團戰略轉型以來，其一直呈現高質量增長態勢。本財年，集團旗下全品牌線上銷售收入達到約人民幣 4,024.8 百萬元，同比上升 12.3%。其中，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 3,931.0 百萬元及人民幣 85.9 百萬元，分別佔到品牌羽絨服業務、女裝業務收入的 29.7%及 9.5%。

未來發展

波司登董事局主席兼總裁高德康先生表示：「儘管在 2022 年波司登遇到了疫情等多方面的挑戰，但是我們相信從長遠的角度看，後疫情時代，中國經濟將得以有序復蘇。而作為中國羽絨服行業的龍頭企業，波司登將在變化和挑戰中不斷彰顯發展韌性；一方面，集團將持續與時俱進、擁抱時代變化，通過不斷持續打造企業核心競爭力；另一方面，面對外部環境的複雜性和不確定性，集團也將堅定『波司登溫暖全世界』的初心使命不動搖，堅定『成為全球最受尊敬的時尚功能服飾集團』的戰略願景不動搖，堅持『聚焦主航道，聚焦主品牌』的戰略方向不動搖。集團將對標更高標準，全力攻堅克難、勇攀高峰，努力坐實全球領先地位。」

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： 聚焦羽絨服主航道，打造主業核心競爭力，引領羽絨服行業發展。做實波司登「全球領先的羽絨服專家」品牌定位，發力專業引領，建立領先認知，從單一銷售規模領先，到品牌綜合性全球領先；同時，做實以門店為中心的大零售、大商品業務流程戰略變革項目。統籌布局發展雪中飛、冰潔品牌羽絨服，雪中飛要成為互聯網時代消費者信賴的普惠服飾品牌運營商，成為高性價比羽絨服第一品牌。通過波司登、雪中飛、冰潔各品牌的差异化定位，實現羽絨服市場全面覆蓋，真正做强羽絨服核心主業，提升市場佔有率。

貼牌加工管理業務： 致力「成為中高端國際品牌功能服飾OEM/ODM專家」，在存量業務挖潛、增量業務突破，持續提升經營質量和盈利能力等方面持續發力。持續深化與現有核心客戶良好且穩定合作的基礎，拓展新的客戶資源。同時加速布局海外生產資源，優化提升服務能力。

女裝業務： 更加重視品牌女裝業務的健康發展，調整優化賦能，理清發展方向和業務模式，推動女裝各個品牌之間資源共享，擴大品牌間的協同效應。通過對各女裝品牌的產品力、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健康良性增長。

多元化服裝業務： 颯美特校服品牌圍繞“國際高端校服專家”的定位，提升品牌影響力，打造產品核心競爭力，優化業務結構，挖掘市場增量。

- 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。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 / 趙文慧 / 鄧經書

電話：(852) 2136 6952 / 3920 7659 / 3920 7655

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com