



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

**2010/11**年中期业绩  
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

# 业绩摘要



# 二零二零/一一年中期业绩摘要

- ① 集团收入大幅增加18.8%，达人民币1,858.3百万元
- ② 非羽绒服的收入贡献增加，占总收入的7.0%
- ③ 毛利率上升4.4个百分点至37.9%
- ④ 本公司权益持有人应占净溢利跃升82.4%至人民币110.6百万元
- ⑤ 现金及现金等价物为人民币2,329.1百万元
- ⑥ 董事会建议宣派中期股息人民币6.5分
- ⑦ 本公司获选为年度中国「信誉企业」
- ⑧ 「波司登」品牌价值高达人民币180.16亿元#

# 财务回顾

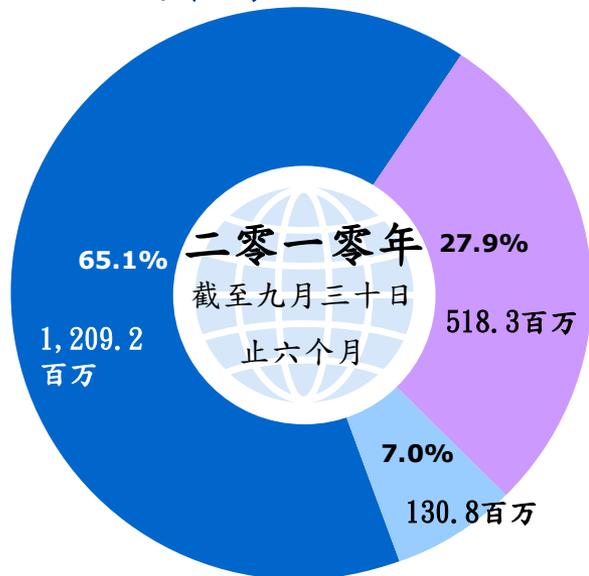


# 财务摘要

 (人民币百万元)	截至九月三十日止六个月		变动
	二零一零年	二零零九年	(%)
收入	1,858.3	1,564.9	18.8
毛利	704.3	524.9	34.2
毛利率(%)	37.9	33.5	4.4个百分点
经营溢利	84.0	30.5	175.7
经营溢利率(%)	4.5	1.9	2.6个百分点
除税前溢利	177.5	80.3	121.0
本公司权益持有人应占净溢利	110.6	60.6	82.4
净利润率(%)	5.9	3.9	2.0个百分点
每股盈利(人民币分)			
- 基本及摊薄	1.42	0.78	82.1
每股股息			
- 中期(人民币分)	6.5	3.8	71.1

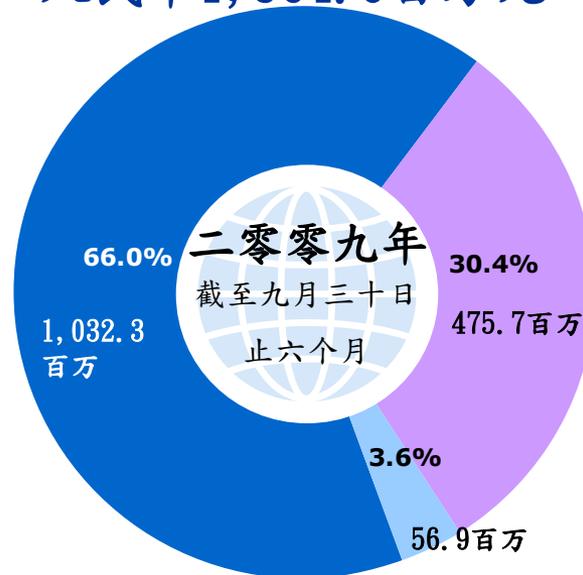
# 收入分析

收入：  
人民币1,858.3百万元



■ 品牌羽绒服

收入：  
人民币1,564.9百万元



■ 贴牌加工管理

■ 男装

● 分部业绩增长是由于：

品牌羽绒服：

- 销售淡季卖断销售法受市场欢迎

贴牌加工管理：

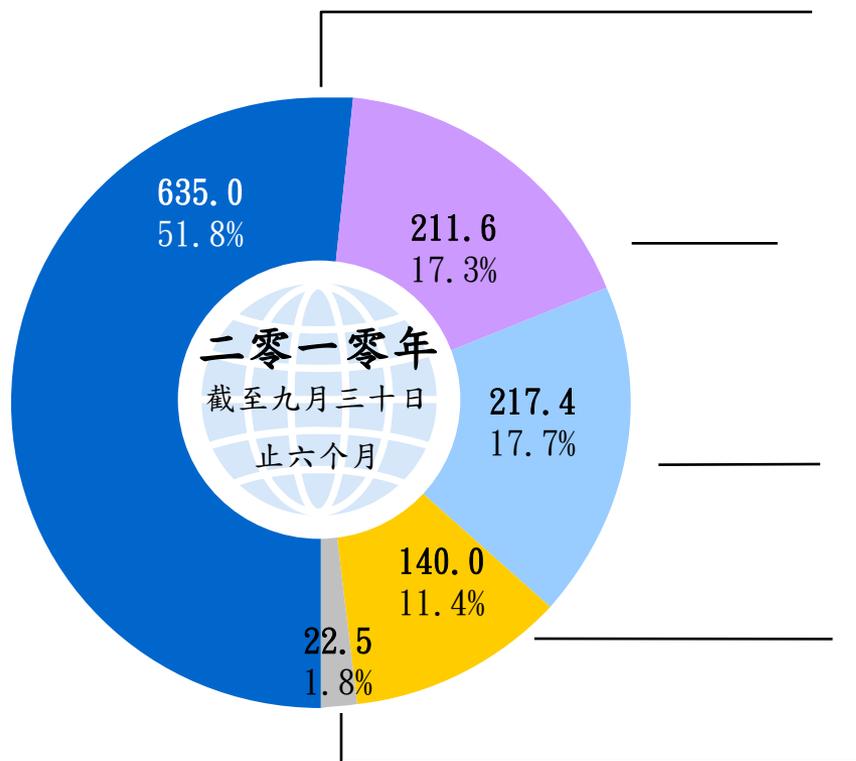
- 有效的销售计划控制销售淡季出售的存货数量及售价

男装：

- 自二零零九年五月收购男装业务起，首次完整录得期间收益，加上店铺数目增加以及成功的品牌推广让大众更为认识「波司登男装」

# 羽绒服收入分析

销售额\*：  
人民币1,226.5百万元



波司登  
▲ 24.7%

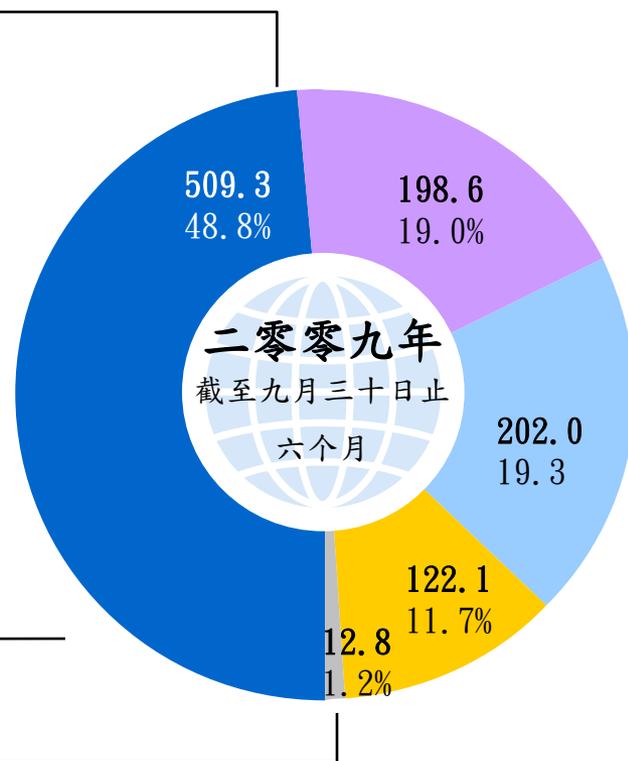
雪中飞  
▲ 6.5%

冰洁  
▲ 7.6%

康博  
▲ 14.7%

其他  
▲ 75.8%

销售额\*：  
人民币1,044.8百万元



\* 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九月三十日止六个月的 销售回扣，分别是人民币17.3百万元及人民币12.5百万元

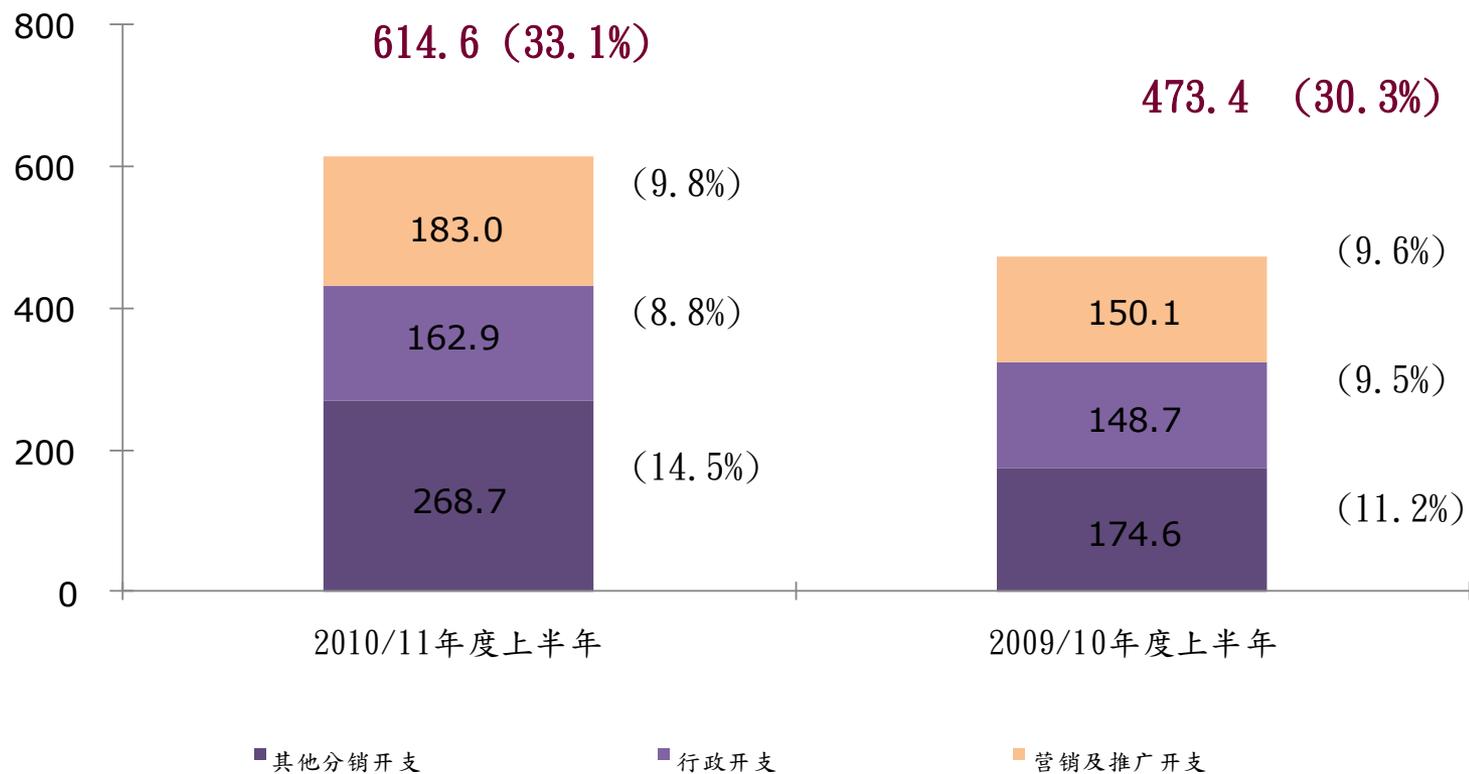
# 毛利率分析

截至九月三十日止六个月

	二零一零年 毛利率 (%)	二零零九年 毛利率 (%)	变动 (%百分点)
品牌羽绒服	46.0	39.2	6.8
贴牌加工管理	16.6	20.8	(4.2)
男装	48.0	37.8	10.2
本集团	37.9	33.5	4.4

# 营运开支

人民币百万元



# 存货

	于二零一零年 九月三十日	于二零一零年 三月三十一日	于二零零九年 九月三十日
(人民币千元)			
原材料	364,916	59,869	141,604
在制品	378,832	6,243	238,351
制成品	814,858	793,575	767,171
	1,558,606	859,687	1,147,126

- 高存货水平以应付十月至翌年二月的销售旺季

# 稳健的财务状况

	于二零一零年 九月三十日	于二零一零年 三月三十一日	于二零零九年 九月三十日
(人民币百万元)			
现金净额	2,729.1	3,469.5	2,058.2
可供出售金融资产	1,378.3	1,618.5	1,518.0
持有至到期之投资	-	400.0	570.0
流动比率	3.7	5.5	4.5
负债比率	0	0	0
营运现金流入/(流出)	(716.8)	1,605.2	(50.2)

- 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2,729.1百万元
  - 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4,107.4百万元，二零一零年三月总值为人民币5,488百万元

# 有效管理流动资金周转天数

截至六个月止

	二零一零年九月三十日	二零零九年九月三十日	变动
平均存货周转天数 <sup>(1)</sup>	191	176	+15
平均应收贸易帐款及票据周转天数 <sup>(2)</sup>	74	89	(15)
平均应付贸易账款及票据周转天数 <sup>(3)</sup>	104	97	+7

(1) 平均存货除以销售成本，再乘以365天/2

(2) 平均应收贸易账款及票据除以营业额，再乘以365天/2

(3) 平均应付贸易账款及票据除以销售成本，再乘以365天/2

# 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

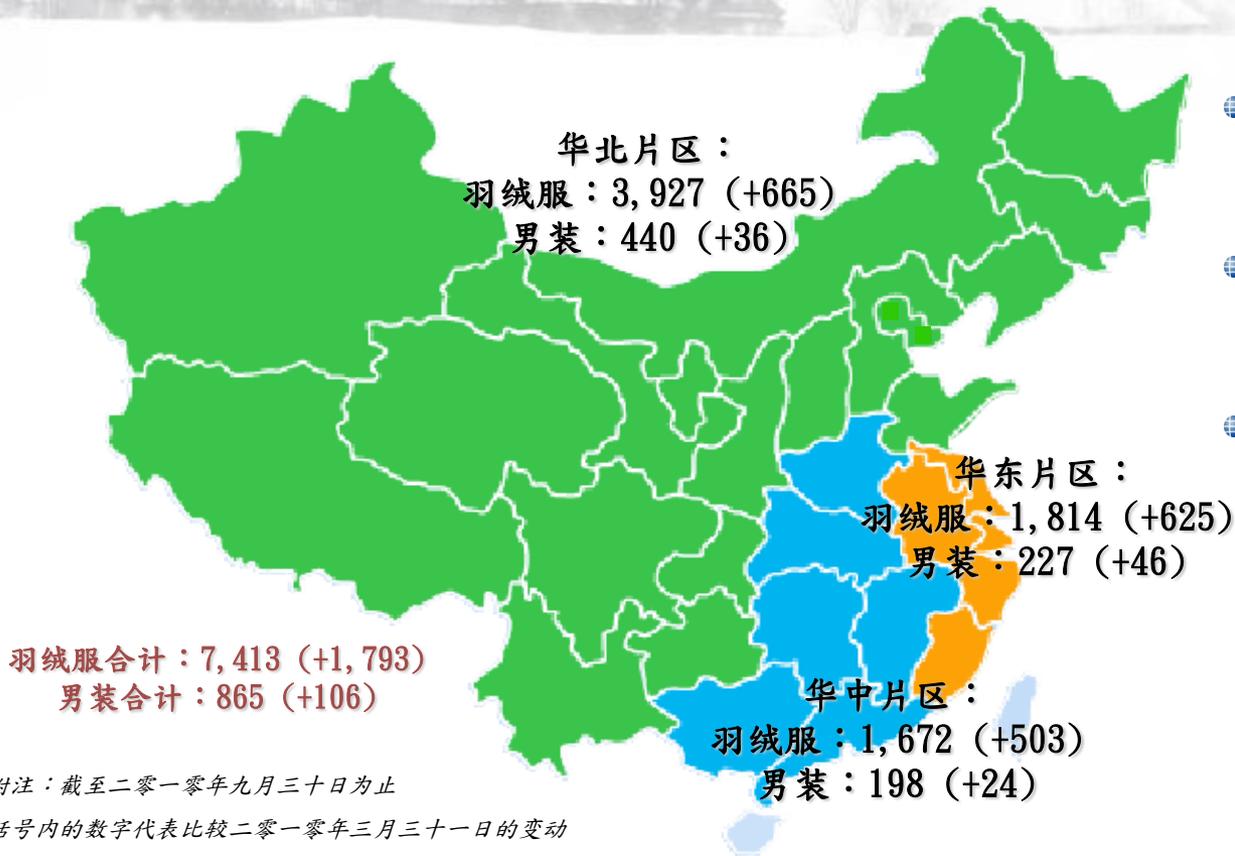
- 排名第二位，市场占有率为7.6%\*

- 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%\*

# 广泛的全国零售网络



- 羽绒服业务方面，本集团淘汰或重置表现不佳的经销商及零售网点，同时增加专卖店的数量
- 在全国各大城市开设大型旗舰店，提供更为舒适的购物环境，提升品牌认可度
- 「波司登男装」开始进军一线城市，并提升自营店比例

- 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

# 完善的销售渠道组合

## 增加自营网点以提高盈利率

	羽绒服			男装		
	于二零二零年 九月三十日	于二零二零年 三月三十一日	变动	于二零二零年 九月三十日	于二零二零年 三月三十一日	变动
<b>店铺类型</b>						
<b>专卖店</b>	<b>5,100</b>	<b>3,296</b>	<b>+1,804</b>	<b>470</b>	<b>433</b>	<b>+37</b>
-由本集团经营	48	7	+41	38	34	+4
-由第三方经销商经营/监督	5,052	3,289	+1,763	359	343	+16
-根据加盟协议经营	-	-	-	73	56	+17
<b>零售网点</b>	<b>2,313</b>	<b>2,324</b>	<b>-11</b>	<b>395</b>	<b>326</b>	<b>69</b>
-由本集团经营	939	988	-49	50	39	+11
-由第三方经销商经营/监督	1,374	1,336	+38	284	244	+40
-根据加盟协议经营	-	-	-	61	43	+18
<b>合计</b>	<b>7,413</b>	<b>5,620</b>	<b>+1,793</b>	<b>865</b>	<b>759</b>	<b>+106</b>

# 多品牌策略 - 羽绒服业务

- 本集团将「冰洁」品牌独立管理，品牌名称由「Bingjie」易名为「Bengen」，并重新定位为时尚潮流的品牌，围绕着18-30岁青春活力的男女。
- 把品牌重新定位后，表现令人满意，订单数目创新高。

波司登  
BOSIDENG



雪中飞  
SNOW FLYING



冰洁  
BENGEN



康博  
combo

## 多品牌策略 - 非羽绒服业务

- 「波司登男装」的表现一直理想，秋冬及春夏订货会录得的订单金额分别上升57.0%至人民币290百万元，及46.9%至人民币205百万元
- 「Rocawear」是街头潮流品牌，产品包括男装、女装和装饰品。首场时装发布会于九月在上海举行，而首家店铺将于年内开张。

Rocawear



波司登男装



Bosideng RICCI



# 开拓电子商务平台

- 羽绒服及男装的官方网上店，已分别于二零零八年十二月及二零一零年四月，于mall.taobao.com启用
- 约人民币560万元的羽绒服销售额来自网上商店



<http://shop.bosideng.com>



<http://shop60505543.taobao.com>



<http://bosideng.taobao.com>

# 有效的市场营销策略



电视和杂志



新品发布会



明星代言人



演唱会广告

# 未来计划及策略



# 开店计划

## 开店计划



适时在全国各大城市增加大型旗舰店的数量

继续整合优化销售渠道



预期在二零一一年度增加至约1,200个零售点

ROCAWEAR

计划于二零一三年前在大中华地区开设300家以上独立店铺或店中店



首个新品发布会成功于十一月十八日举行

# 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装品牌项目，采取收购、兼并或合作等方式扩张品牌及产品组合
- ◆ 务求令优质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



# 加强研发及推广，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，增加交流、学习与合作机会
- 增加非羽绒服产品并扩大业务，同时凭借出色的设计能力，巩固四季服装市场的领先地位
- 加强研发低碳环保产品

- 加大营销力度，针对性地采取多种灵活策略进行品牌宣传
- 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



谢谢!