



波司登国际控股有限公司

3998.HK

2012/13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

- 财务摘要
- 业务回顾
- 发展计划

财务摘要

财务回顾

(人民币百万元)	截至3月31日止年度		变化
	2013	2012	(%)
收入	9,324.5	8,376.1	11.3
毛利	4,720.5	4,188.6	12.7
经营溢利	1,271.7	1,621.4	(21.6)
除所得税前溢利	1,456.9	1,721.7	(15.4)
本公司权益持有人应占溢利	1,078.7	1,436.6	(24.9)
每股盈利(人民币分)			
- 基本及摊薄	13.55	18.29	(25.9)
每股股息(分)			
- 中期	人民币4.9/港币6.0*	人民币3.8	28.9
- 末期	人民币5.2/港币6.5#	人民币9.8	(46.9)
- 全年	人民币10.1/港币12.5	人民币13.6	(25.7)

盈利比率			
	截至3月31日止年度		变化
	2013	2012	
毛利率(%)	50.6	50.0	0.6百分点
经营溢利率(%)	13.6	19.4	(5.8百分点)
净利率(%)	11.6	17.2	(5.6百分点)
有效税率(%)	27.8	15.7	12.1百分点

*按中国人民银行于2012年11月23日之汇率计算

#按中国人民银行于2013年6月19日之汇率计算

收入分析

收入：人民币9,324.5百万元



品牌羽绒服

贴牌加工管理

非羽绒服

收入：人民币8,376.1百万元



品牌羽绒服：

- 销量增长推动收入上升15.9%

贴牌加工管理：

- 持续善用集团资源，于淡季时期加强贴牌加工管理业务

非羽绒服：

- 由于内需疲软，集团关掉部分经营状况不佳的店铺，收入减少5.3%

收入按品牌划分

羽绒服业务

收入：
人民币7,093.7百万元

收入：
人民币6,119.5百万元

(人民币百万元)



(占羽绒服收入的百分比)

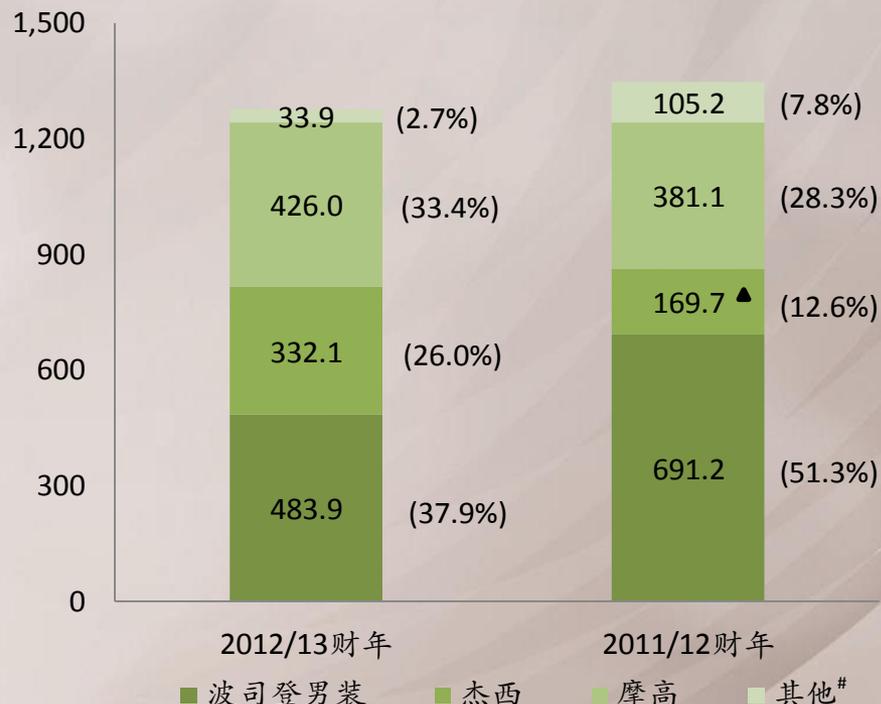
*指主要与羽绒服产品有关的原材料销售

非羽绒服业务

收入：
人民币1,275.9百万元

收入：
人民币1,347.2百万元

(人民币百万元)



(占非羽绒服收入的百分比)

租金收入及其他授权费等的收入

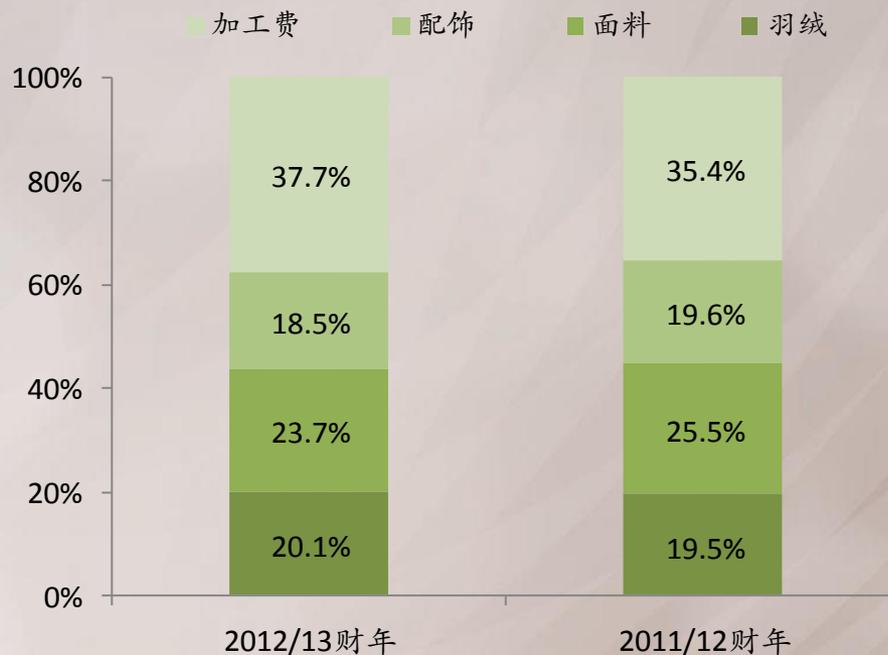
▲ 集团于2011年11月收购杰西，因此对集团只有五个月的收入贡献

毛利率分析及销售成本构成

毛利率分析



品牌羽绒服业务销售成本构成



羽绒服:

- 受惠于严格的成本控制措施及集团在采购时享有的经济效益，微升0.8个百分点

贴牌加工管理:

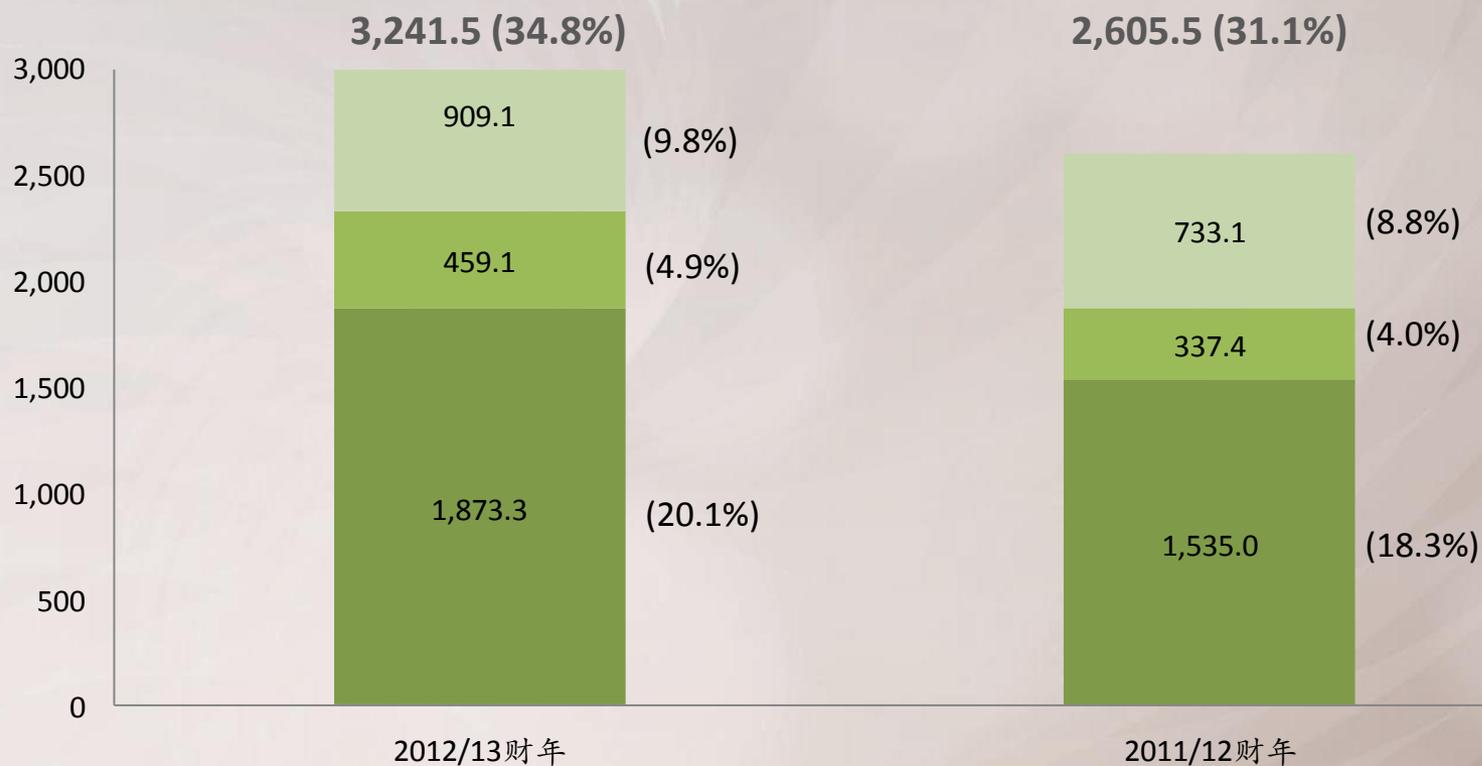
- 微升1.4个百分点

非羽绒服:

- 毛利率的变化主要是由于波司登男装计提存货准备

营运开支

(人民币百万元)



■ 其他分销开支

■ 行政开支

■ 广告及推广开支

(占总收入的百分比)

存货

	于2013年3月31日	于2012年3月31日	变化
(人民币千元)			
原材料	153,948	97,719	+57.5%
在制品	98,478	67,742	+45.4%
制成品	1,718,567	1,233,400	+39.3%
合共	1,970,993	1,398,861	+40.9%

- 自2013年初，集团于生产淡季为下一财年生产约2百万件（约占2013财年销量的9.2%）羽绒服，以降低生产成本

营运资金管理

	截至3月31日止年度		变化
	2013	2012	
平均存货周转天数 ⁽¹⁾	134	114	+20
平均应收贸易账款及票据周转天数 ⁽²⁾	36	33	+3
平均应付贸易账款及票据周转天数 ⁽³⁾	40	35	+5

(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

稳健的财务表现

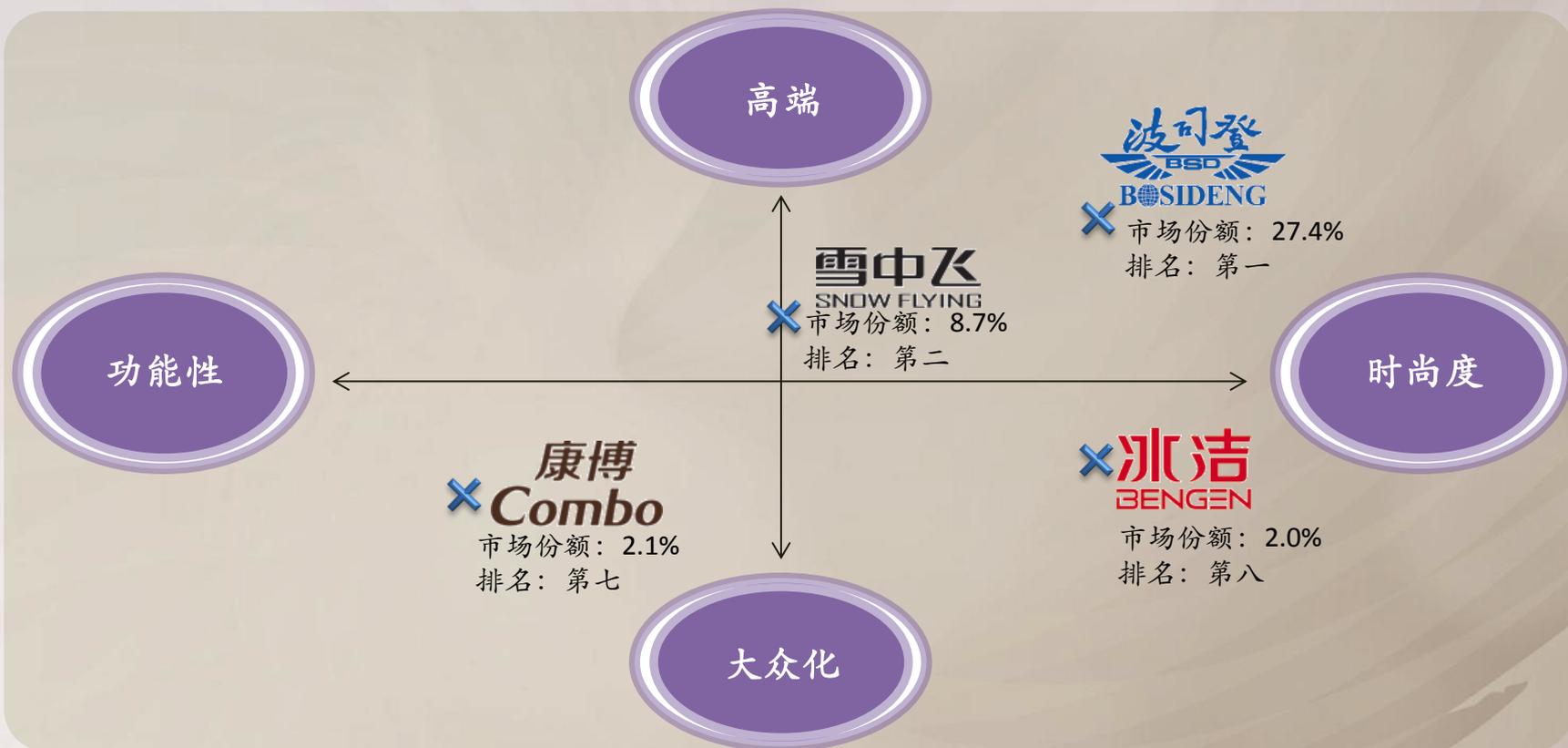
	于2013年3月31日	于2012年3月31日
(人民币百万元)		
现金	3,581.4	3,240.7
银行借款	(2,656.1)	(1,740.7)
可供出售金融资产/其他金融资产	2,102.8	2,222.6
流动比率(倍)	2.7	2.7
负债比率(%)	36.5%	23.7%
营运现金流入	658.8	1,315.8

- 采取审慎的融资及理财政策，维持健康的财务状况：
 - 现金约为人民币3,581.4百万元
 - 银行借款约为人民币2,656.1百万元
- 现金、可供出售金融资产/其他金融资产及银行借款总值人民币3,028.1百万元，相对于2012年3月31日及2012年9月30日总值分别为人民币3,722.6百万元及人民币2,065.8百万元

业务回顾

羽绒服业务-分品牌经营

- 收入增长15.9%，平均单价提升约5.6%，销量增长达9.6%
- 总市场份额由2011年的34.5%上升至2012年的40.1%*
- 分品牌独立运作模式将所有销售点改为单品牌店，此举有效提升品牌知名度和产品差异化，同时扩大消费群体



*根据中国行业企业信息发布中心

羽绒服业务-零售网络细分

于2013年3月31日	波司登	雪中飞	康博	冰洁	其他*	合计
专卖店						
由本集团经营	62	238	22	--	--	322
由第三方经销商经营	3,023	1,026	499	827	193	5,568
小计	3,085	1,264	521	827	193	5,890
寄售网点#						
由本集团经营	1,074	963	735	1	2	2,775
由第三方经销商经营	943	602	1,300	944	555	4,344
小计	2,017	1,565	2,035	945	557	7,119
合计	5,102	2,829	2,556	1,772	750	13,009

*其他包括上羽及冰飞

#寄售网点主要为位于百货公司的柜位，一般在羽绒服销售旺季期间设置，以配合羽绒服产品季节性的特点

- 于2013年3月31日，羽绒服业务共有零售网点13,009个
- 羽绒服销售网点增加4,665个或55.9%，主要由于销售管道的拆分，原来的多品牌变为单品牌店，羽绒服业务总销售面积增加至1,037,000平方米(截至2012年3月31日止为872,000平方米)

羽绒服业务-四季化产品

- 已在羽绒服品牌下开发及推出的四季化产品款式达到932件，目前这些产品在约50家具有区域代表性的旗舰店中销售，以提高收入，特别是在淡季时提升店铺效率
- 四季化产品的市场反应良好，销售额达到约人民币5,920万元



非羽绒服业务-零售网络细分

于2013年3月31日	波司登男装	杰西	摩高	瑞奇	合计
专卖店					
由本集团经营	24	3	--	22	49
根据加盟协议经营	119	--	--	--	119
由第三方经销商经营	252	53	186	--	491
小计	395	56	186	22	659
寄售网点					
由本集团经营	99	120	209	--	428
根据加盟协议经营	86	--	--	--	86
由第三方经销商经营	175	78	--	--	253
小计	360	198	209	--	767
合计	755	254	395	22	1,426

- 「波司登男装」共有755家销售网点，较去年减少了146家
- 「杰西」共有254家销售网点，较去年减少了23家。「杰西」拥有123家自营网点和131家分销网点，自营点比例增加到48.4%以上
- 「摩高」共有395家销售网点，较去年减少了37家

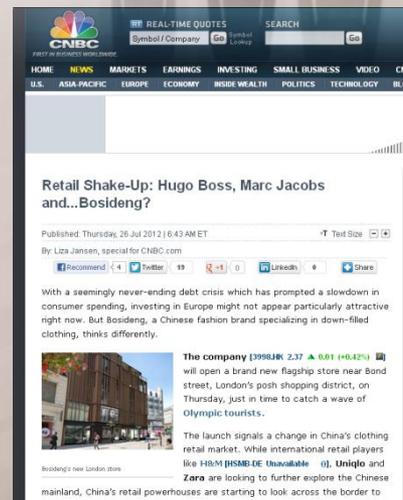
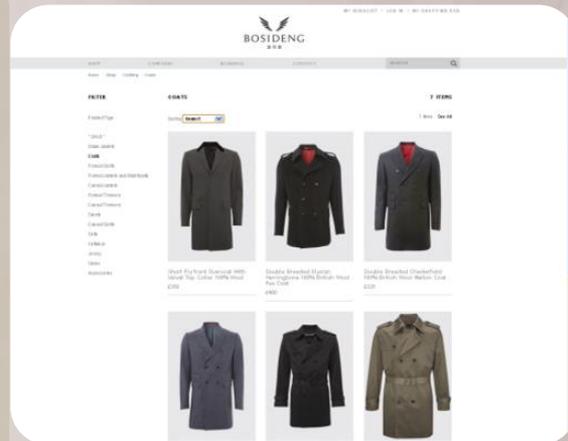
非羽绒服业务

- 「杰西」收入录得人民币332.1百万元，占非羽绒服销售额的26.0%
- 「波司登男装」收入录得人民币483.9百万元，按年下跌30%，占非羽绒服销售额的37.9%
- 「摩高」收入录得人民币426.0百万元，比去年增长11.8%，占非羽绒服销售额的33.4%



伦敦旗舰店的隆重开业

- 本集团位于欧洲的首间旗舰店于2012年7月26日在伦敦开始试业，并于2012年10月12日正式开业
- 男装产品大部份均于欧洲制造，并由来自英国的著名设计师Nick Holland及Ash Gangotra合作设计
- 旗舰店位于伦敦西部 (West End) 的中心区域，是知名高端奢侈品品牌的集中地，亦是欧洲最大的商业区
- 波司登伦敦店的开业得到了世界各大媒体的关注，也得到了中英政府的支持
- 荣获由英国驻华商会主办英国商业大奖的「年度中国投资者奖」
- 于2012年12月开设电子商务，通过营销网站www.bosidenglondon.com增加销量，并扩大到英国各地的消费群体



电子商务的发展

- 2013财年电子商务业务的收入达到人民币346.7百万元，较去年增长76.7%，占总收入的3.7%
- 本集团的网路销售体系分为三类：天猫的官方旗舰店、淘宝的授权销售点、第三方电子商务交易平台的网路代理商（包括天猫、京东商城、亚马逊、当当网、拍拍网、唯品会、以及优购等）
- 网上商店为偏远地区、线下产品不全的区域作了有效的补充



<http://bosideng.tmall.com>



360buy
<http://bosideng.jd.com/>

发展计划

「3+1」策略

核心业务：
羽绒服



多品牌化

- 拓展不同档位的品牌
- 继续收购优秀的男女装品牌
- 提升非羽绒服业务占集团净利润的比例

四季化

- 推出与羽绒服配搭的基本款服装和配饰
- 不断了解市场及消费者需求，持续完善产品定位及商品风格
- 从现有单一羽绒服品类成功延伸到其他系列化品类

国际化

- 「中国品牌、本土设计、全球采购、当地化行销」
- 引入海外领先的技术和经验，以优化波司登经营管理模式

成为世界知名的综合服装品牌运营商

领先的多品牌综合经营商

通过寻找具有良好品牌形象和增长潜力的非羽绒服品牌，扩大品牌和产品组合

收购方面的考虑因素

改善收入结构	品牌声誉以及潜在增长	管理专长	竞争优势	互补适宜性
<ul style="list-style-type: none"> 即时的收益贡献，使收入多元化 	<ul style="list-style-type: none"> 确保所收购的品牌具有良好的品牌声誉和形象 处在发展阶段、仍具有强大的增长潜力 	<ul style="list-style-type: none"> 经验丰富的、兢兢业业、团结的管理团队，通过股票交易收购后与集团的管理层具有相同的利益，能为其他波司登品牌提供专业指导 在最初阶段就购买大部分股权，保留核心管理层团队 	<ul style="list-style-type: none"> 通过创新、质量和客户服务实现的可持续的竞争优势 	<ul style="list-style-type: none"> 不干扰所购公司的日常经营活动 加强其他产品团队的专业力，以及提供针对不同顾客群的产品组合



协同效应

优先渠道	财务支持	资源共享	多元化的产品组合
<ul style="list-style-type: none"> 利用波司登的资源进入更好的销售渠道和更佳的店铺地段，加速每个品牌扩张计划的实施 	<ul style="list-style-type: none"> 利用集团强大的财务地位，实现和加快扩张计划的实施 	<ul style="list-style-type: none"> 利用集团在购买方面的规模经济效应，减少行政管理费用，例如营销和原材料方面 	<ul style="list-style-type: none"> 利用每个品牌的优势来整合风格定位，通过各种不同功能和风格的产品生产线降低集团商品的季节性

成为多品牌综合经营商，满足不同年龄层及购买力的客户群，以及满足对不同服装品类的需求

谢谢!