

請即時發放



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

波司登公佈2018/19財政年度中期業績
收入和經營溢利分別上升**16.4%**和**62.1%**

聚焦主航道 收縮多元化 帶動收入穩步上升

財務摘要

人民幣千元	截至9月30日止六個月		變動
	2018年	2017年	
收入	3,444,181	2,959,143	+16.4%
毛利	1,455,405	1,187,921	+22.5%
經營溢利	354,932	218,959	+62.1%
權益持有人應佔溢利	251,164	174,506	+43.9%
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	2.38	1.65	+44.2%
- 攤薄	2.36	1.65	+43.0%
中期股息（港仙）	2.0	1.5	+33.3%

（2018年11月29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」；股份編號：3998，連同其附屬公司「集團」）宣佈截至2018年9月30日止六個月（「期內」）未經審核中期業績。

財務回顧

集團採取「聚焦主航道、聚焦主品牌、收縮多元化」的整體戰略方針，加強消費者對波司登的認知度及品牌影響力，帶動期內品牌羽絨服及集團的總收入穩步上升。截至2018年9月30日止六個月，集團收入為人民幣3,444.2百萬元，較去年同期上升16.4%。品牌羽絨服仍為集團最大收入來源，佔總收入51.5%。至於貼牌加工管理業務及女裝業務分別佔總收入的32.1%及15.6%，多元化業務則大幅收縮至佔總收入0.8%。

經營溢利大幅上升62.1%至人民幣354.9百萬元，經營溢利率增加2.9個百分點至10.3%。毛利按年升22.5%，至人民幣1,455.4百萬元，毛利率增加2.2個百分點至42.3%。公司權益持有人應佔溢利上升43.9%至約人民幣251.2百萬元。每股基本盈利為人民幣2.38分。董事會建議派發中期股息每股普通股2.0港仙。

業務回顧

品牌羽絨服業務

於過去六個月，集團透過品牌重塑、品牌建設及品牌推廣，激活品牌價值，同時完善渠道結構、改良店面形象、調整貨架陳列，並優化銷售人員結構，為提振終端銷售效率打下堅實基礎。

回顧期內，集團重新梳理品牌戰略與定位，聚焦核心主營業務，並以波司登品牌為核心，展開一系列品牌建設工作。期內的羽絨服業務收入為人民幣1,772.5百萬元，較去年上升19.5%，其中品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比更上升24.1%至人民幣1,557.1百萬元。

另一方面，經過過去數年的努力，集團的庫存已保持在健康水平。集團將繼續嚴格執行生產和產品規劃，保持部分區域拉式補貨，盡量避免不必要的庫存累積。同時，供應鏈優質快反是維繫高效健康持久發展的核心，因此集團將持續根據市場終端數據反應，在銷售旺季進行滾動下單，實現15天優質快反供應。

在物流配送方面，集團的智能物流配送中心直接輻射全國，不僅負責商品的運輸配送，更肩負著部分數據中心的智能管理，為消費者的需求進行精準配置，為商品的運營提供決策依據，實現「消費者在哪裡，我們就在哪裡」的目標。

隨著消費者喜好不斷變化升級，波司登的產品研發亦不斷推陳出新，以體現羽絨服專家地位。其中「泡芙輕暖系列」為期內新推出產品，選用面料比普通面料輕60%，羽絨選用含絨量高達90%的高蓬鬆度大朵白鵝絨，更輕更保暖。又與多名國際知名設計師合作，推出聯名款的「設計師系列」，在9月份舉辦的紐約時裝周上，波司登走秀款式吸引眾多國際明星追捧。另外，波司登與漫威開始全新合作，推出「漫威系列」羽絨服，以吸引更多漫威迷關注，拓展新的消費人群。而「高端戶外系列」繼2017年首推的極寒系列大受歡迎，期內繼續推出更為高端的戶外系列。

隨著集團品牌重塑的戰略部署，集團在購物中心及時尚百貨的渠道涉足明顯增加，於2018年9月30日，集團羽絨服業務的零售網點總數較2018年3月31日淨增加93家至4,559家，包括自營零售網點1,569家，及第三方經銷商經營的零售網點2,990家。

貼牌加工管理業務

回顧期內，貼牌加工管理業務板塊聚焦核心客戶需求，實現從單純的貼牌加工管理到原始設計製造的不斷升級，提升了客戶黏性，使得原有客戶的實際訂單總量較上一財年同期有明顯增長；同時針對性地開發生產資源，加強品質管理和訂單生產過程管控，提升了貼牌加工管理業務的競爭力。期內貼牌加工管理業務收入約人民幣 1,106.9 百萬元，按年上升 63.5%。

女裝業務

集團的女裝業務版塊進一步整合發展，女裝各品牌的協同效應逐步呈現。期內，女裝業務收入約人民幣538.8百萬元，較去年同期升6.6%，旗下杰西、柯利亞諾和柯羅芭等三個主要女裝品牌均保持良好平穩增長勢頭。

其中，柯利亞諾及柯羅芭兩個時尚女裝品牌，均專注於自營業務，不設任何批發業務。截至2018年9月30日止六個月，柯利亞諾及柯羅芭的自營收入分別為人民幣82.0百萬元及101.4百萬元，按年分別增長24.5%及19.8%。

童裝業務

兒童業務板塊基本確立了以兒童服裝業務為核心，兒童用品業務為輔助的多品牌、多元化業務運作模式，致力於成為中國領先的國際兒童品牌專業運營商。期內，集團和童裝團隊成立了合資公司，開始選取優秀的國際兒童品牌合作線上運營。截至2018年9月30日，已經簽約開展合作的品牌有：日本Petit main、韓國HAPPYLAND，以及代運營的Kappa Kids等。

線上銷售

集團繼續大力拓展線上的羽絨服及女裝銷售業務，截至2018年9月30日，旗下各品牌線上銷售收入達到人民幣178.3百萬元。其中，品牌羽絨服業務及女裝業務期內網絡銷售收入分別約人民幣137.6百萬元及33.4百萬元，較去年同期分別增長73.4%及21.8%。

未來發展

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生表示：「今年以來，集團實施的品牌重塑、聚焦主航道、聚焦主品牌的戰略舉措，能夠與消費者的消費習慣喜好及市場發展方向緊密連接，並互相產生協同作用，因而取得了較好的業績。未來，隨著新戰略的有效實施，消費者對波司登品牌的認知將會不斷增強，產品品類的價值也將不斷得以釋放。集團將堅守『波司登溫暖全世界』的使命，致力於成為全球消費者首選的羽絨服品牌。」

集團對不同業務有以下不同的發展策略：

品牌羽絨服業務：集團將堅持「聚焦主航道，收縮多元化」戰略，繼續圍繞品牌定位持續發力，加強品牌公關及宣傳推廣力度，鞏固專家地位。於產品拓展層面，着重加強原創設計，提升產品品質。於渠道優化層面，將逐步提升主流及高端渠道佔比。於終端建設層面，將更關注會員年輕化、消費者體驗提升，以及零售運營模式的創新。

貼牌加工管理業務：合理規劃和利用淡季的產能是集團貼牌加工管理業務一貫的發展戰略。展望未來，集團將繼續加強與核心客戶的溝通，維護長期及穩定的戰略合作關係，持續保持對現有工廠設備的優化及加快自動化、智能化改造，並拓展與東南亞及海外工廠合作，以便為貼牌加工管理業務的穩定高速發展保駕護航。

時尚女裝業務：集團將繼續整合杰西、邦寶、柯利亞諾及柯羅芭四個自有女裝品牌之間的資源，以進一步擴大協同效應，繼續致力於提升女裝業務的內在運營和管理效率，通過加強品牌經營、優化渠道建設、提高銷售效率等措施，增強女裝業務的有機增長。

- 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。

集團在加強羽絨服專業化運營的同時，積極把握時尚女裝服裝行業的發展機會，目前集團的女裝品牌包括杰西女裝、邦寶女裝、柯利亞諾女裝及柯羅芭女裝。

如有垂詢，請聯絡：

波司登國際控股有限公司：

陳皓

電話：(852) 2866 6693

電郵：chenhao@bosideng.com

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 劉碧思 / 黃景怡 / 林諾沂

電話：(852) 2136 6952 / 2136 6953 / 2136 6176 / 3920 7648

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com