

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，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

# 波司登 BOSIDENG

## 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2020年9月30日止六個月之中期業績

#### 摘要

- 收入增加5.1%至約人民幣4,661.1百萬元。
- 毛利率提升4.3個百分點至47.8%。
- 經營溢利率提升3.5個百分點至14.3%。
- 本公司權益股東應佔溢利上升41.8%至約人民幣486.0百萬元。
- 董事會宣派中期股息每股普通股3.5港仙。

#### 中期業績

波司登國際控股有限公司（「本公司」）的董事（「董事」）會（「董事會」）公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至2020年9月30日止六個月的未經審核綜合中期業績連同2019年同期的未經審核比較數據。該等中期財務報表未經審核，但已由核數師畢馬威會計師事務所及本公司審計委員會審閱。

## 簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2020年9月30日止六個月－未經審核

	附註	截至2020年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元
收入	6	<b>4,661,116</b>	4,436,283
銷售成本		<u>(2,433,774)</u>	<u>(2,506,671)</u>
<b>毛利</b>		<b>2,227,342</b>	1,929,612
其他收入	7	<b>46,235</b>	50,885
銷售及分銷開支		<b>(1,208,974)</b>	(1,119,010)
行政開支		<b>(390,342)</b>	(335,755)
有關商譽及無形資產的減值虧損		–	(48,000)
其他開支		<b>(7,897)</b>	(10)
<b>經營溢利</b>		<b>666,364</b>	477,722
融資收入		<b>103,701</b>	109,333
融資成本		<b>(122,349)</b>	(100,814)
<b>融資(成本)／收入淨額</b>	9	<b>(18,648)</b>	8,519
<b>除稅前溢利</b>		<b>647,716</b>	486,241
所得稅	10	<b>(156,361)</b>	(125,772)
<b>期內溢利</b>		<b>491,355</b>	360,469

	截至2020年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元
期內其他全面收益：		
不會重新分類至損益之項目：		
按公允價值計入其他全面收益		
(「按公允價值計入其他全面收益」) 之股權投資		
－ 公允價值儲備變動淨值 (不得重新歸入)	<u>(6,397)</u>	<u>(61,463)</u>
	<b>(6,397)</b>	<b>(61,463)</b>
其後或會重新分類至損益之項目：		
外幣換算差額－境外業務	<b>37,360</b>	(29,932)
其他金融資產：公允價值儲備變動淨值 (重新歸入)	<u>—</u>	<u>11,332</u>
	<b>37,360</b>	<b>(18,600)</b>
期內其他全面收益 (扣除稅項)	<u><b>30,963</b></u>	<u><b>(80,063)</b></u>
期內全面收益總額	<u><b>522,318</b></u>	<u><b>280,406</b></u>

	<i>附註</i>	截至2020年 9月30日 止六個月 人民幣千元	截至2019年 9月30日 止六個月 人民幣千元
以下人士應佔溢利：			
本公司權益股東		486,031	342,664
非控權股東權益		<u>5,324</u>	<u>17,805</u>
<b>期內溢利</b>		<b><u>491,355</u></b>	<b><u>360,469</u></b>
以下人士應佔全面收益總額：			
本公司權益股東		516,994	262,601
非控權股東權益		<u>5,324</u>	<u>17,805</u>
<b>期內全面收益總額</b>		<b><u>522,318</u></b>	<b><u>280,406</u></b>
<b>每股盈利</b>	<i>11</i>		
— 基本 (人民幣分)		<u>4.54</u>	<u>3.23</u>
— 攤薄 (人民幣分)		<u>4.51</u>	<u>3.19</u>

## 簡明綜合財務狀況表

於2020年9月30日－未經審核

	附註	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		1,426,680	1,390,404
使用權資產		688,246	782,686
無形資產及商譽	12	1,635,981	1,654,290
投資物業		262,761	271,203
預付款項		95,822	99,152
其他金融資產	16	140,030	148,868
遞延稅項資產		565,161	562,512
		<u>4,814,681</u>	<u>4,909,115</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	13	2,604,951	2,725,914
貿易應收款項及應收票據	14	3,816,916	1,196,743
按金、預付款項及其他應收款項	15	1,477,975	970,827
應收關連方款項		34,719	96,824
其他金融資產	16	3,204,488	3,272,759
已抵押銀行存款		314,804	414,391
到期日超過三個月之定期存款		554,500	153,500
現金及現金等價物		1,717,606	3,638,680
		<u>13,725,959</u>	<u>12,469,638</u>
<b>流動負債</b>			
即期所得稅負債		473,267	364,803
計息借貸		631,283	817,841
租賃負債		239,792	260,825
貿易、票據及其他應付款項	17	4,546,210	3,241,306
應付關連方款項		47,180	4,831
衍生金融負債		533	533
		<u>5,938,265</u>	<u>4,690,139</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>7,787,694</u>	<u>7,779,499</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>12,602,375</u>	<u>12,688,614</u>

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	139,458	139,807
租賃負債	394,134	475,287
可換股債券	1,631,355	1,670,895
非流動其他應付款項	69,687	—
	<u>2,234,634</u>	<u>2,285,989</u>
<b>資產淨值</b>	<u>10,367,741</u>	<u>10,402,625</u>
<b>資本及儲備</b>		
股本	808	806
儲備	10,189,000	10,212,707
<b>本公司權益股東應佔權益</b>	<u>10,189,808</u>	<u>10,213,513</u>
<b>非控權股東權益</b>	<u>177,933</u>	<u>189,112</u>
<b>權益總額</b>	<u>10,367,741</u>	<u>10,402,625</u>

## 未經審核簡明綜合中期財務報表附註

### 1 報告實體及公司資料

波司登國際控股有限公司（「本公司」）於2006年7月10日根據開曼群島公司法第22章（1961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」）產品及非羽絨服產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、營銷及分銷。

2007年10月11日，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

本公司以3月31日為財政年度結算日。中期財務報告乃根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）的適用披露規定編製，包括遵守國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際會計準則（「國際會計準則」）第34號中期財務報告，已於2020年11月26日獲授權刊發。

中期財務報告乃根據截至2020年3月31日止年度之年度財務報表所採納之相同會計政策編製，惟預期將於截至2021年3月31日止年度之年度財務報表內反映之會計政策變動除外。該等會計政策變動詳情載於附註3。

編製符合國際會計準則第34號的中期財務報告時，管理層須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及年度至今所申報的資產與負債、收入及開支金額。實際結果可能有別於該等估計。

本中期財務報告包括簡明綜合財務報表及經甄選的解釋附註。該等附註包括對理解本集團自截至2020年3月31日止年度之年度財務報表以來的財務狀況及表現變動而言屬重大性質的事件及交易的闡釋。簡明綜合中期財務報表及有關附註並不包括根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製的全套財務報表所要求的全部資料。

中期財務報告未經審核，但已由本公司審計委員會審閱。中期財務報告亦已由畢馬威會計師事務所根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港審閱工作準則第2410號公司獨立核數師對中期財務資料的審閱進行審閱。

中期財務報告所載有關截至2020年3月31日止財政年度的財務資料屬比較資料，故並不屬本公司該財政年度的法定年度綜合財務報表，但摘錄自該等財務報表。截至2020年3月31日止年度之年度財務報表可於本公司註冊辦事處查閱。核數師於2020年6月23日的報告中對該等財務報表發表無保留意見。

### 3 會計政策變更

本集團已於當前會計期間的財務報表內應用下列由國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則修訂本：

- 國際財務報告準則第3號(修訂本)，*業務的定義*
- 國際財務報告準則第16號(修訂本)，*新冠肺炎疫情相關租金減免*

國際財務報告準則第3號(修訂本)對本中期財務資料中本集團於當前或先前期間的業績及財務狀況的編製或呈列方式並無造成重大影響。採納國際財務報告準則第16號(修訂本)的影響討論如下：

#### 國際財務報告準則第16號(修訂本)，*新冠肺炎疫情相關租金減免*

該修訂本提供一項實際權宜方法，允許承租人豁免評估的規定，不評估直接由新冠肺炎疫情產生的若干合資格租金減免(「**新冠肺炎疫情相關租金減免**」)是否屬租賃修訂，而以該等租金減免並非租賃修訂的方式入賬。

本集團已選擇提早採納該修訂本，並將該實際權宜方法用於本集團於中期報告期內獲取的所有合資格的新冠肺炎疫情相關租金減免。因此，已獲得的租金減免已於觸發上述付款的事件或條件發生之期間在損益確認為負值的可變租賃款項。此對於2020年4月1日權益的期初結餘並無影響。

### 4 經營季節性

本集團的羽絨服裝分部易受季節性波動影響。因此財政年度下半年的銷量及收入通常遠高於上半年。

### 5 財務風險管理

本集團的財務風險管理目標及策略與2019/20年年度財務報表所披露者一致。

### 6 收入及分部報告

本集團按分部管理業務，而分部以業務類別(產品及服務)區分。以符合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業績表現的方式，本集團已識別下列四個主要經營分部。若干經營分部已合併以組成以下呈報分部：

- 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。
- 女裝 — 女裝分部從事採購及分銷品牌女裝業務。
- 多元化服裝 — 多元化服裝分部從事採購及分銷四季化服裝業務，包括品牌男裝、校服及童裝。

(a) 收入劃分

客戶合約收入按主要產品或服務線劃分如下：

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
屬國際財務報告準則第15號範圍內之客戶合約收入		
按主要產品或服務線劃分		
— 銷售服裝	4,656,376	4,430,786
其他來源收入		
投資物業租金總額	<u>4,740</u>	<u>5,497</u>
綜合收入	<u><b>4,661,116</b></u>	<u><b>4,436,283</b></u>

按收入確認時間劃分的客戶合約收入披露於附註6(b)。

本集團已將國際財務報告準則第15號第121段之實際權宜方法應用於其銷售合約，本集團有權於履行原訂預期期限為一年或以內的合約項下的餘下履約責任時收取收益。

(b) 分部業績

期內，按收入確認時間劃分的客戶合約收入及為分配資源及評估分部表現而向本集團最高行政管理層提交有關本集團呈報分部的資料載列如下：

	截至2020年9月30日止六個月				
	羽絨服	貼牌	女裝	多元化	本集團
	人民幣千元	加工管理 人民幣千元	人民幣千元	服裝 人民幣千元	
按收入確認時間劃分 於時間點	2,988,665	1,228,688	412,446	31,317	4,661,116
來自外界客戶收入	2,988,665	1,228,688	412,446	31,317	4,661,116
分部間收入	<u>9,242</u>	<u>3,651</u>	<u>-</u>	<u>5,920</u>	<u>18,813</u>
呈報分部收入	<u><u>2,997,907</u></u>	<u><u>1,232,339</u></u>	<u><u>412,446</u></u>	<u><u>37,237</u></u>	<u><u>4,679,929</u></u>
呈報分部經營溢利	<u><u>474,216</u></u>	<u><u>174,040</u></u>	<u><u>74,993</u></u>	<u><u>(13,629)</u></u>	<u><u>709,620</u></u>
無形資產攤銷	-	-	(18,309)	-	(18,309)
商譽減值虧損	-	-	-	-	-
	截至2019年9月30日止六個月				
	羽絨服	貼牌	女裝	多元化	本集團
	人民幣千元	加工管理 人民幣千元	人民幣千元	服裝 人民幣千元	
按收入確認時間劃分 於時間點	2,532,984	1,348,837	505,903	48,559	4,436,283
來自外界客戶收入	2,532,984	1,348,837	505,903	48,559	4,436,283
分部間收入	<u>-</u>	<u>24,765</u>	<u>-</u>	<u>107,164</u>	<u>131,929</u>
呈報分部收入	<u><u>2,532,984</u></u>	<u><u>1,373,602</u></u>	<u><u>505,903</u></u>	<u><u>155,723</u></u>	<u><u>4,568,212</u></u>
呈報分部經營溢利	<u><u>307,444</u></u>	<u><u>165,085</u></u>	<u><u>56,777</u></u>	<u><u>68,238</u></u>	<u><u>597,544</u></u>
無形資產攤銷	-	-	(26,726)	-	(26,726)
商譽減值虧損	-	-	(48,000)	-	(48,000)

(c) 呈報分部收入及除所得稅前溢利對賬

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收入		
呈報分部收入	4,679,929	4,568,212
分部間收入對銷	<u>(18,813)</u>	<u>(131,929)</u>
綜合收入	<u><b>4,661,116</b></u>	<u><b>4,436,283</b></u>

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
除所得稅前溢利		
呈報分部溢利	709,620	597,544
攤銷費用	(18,309)	(26,726)
政府補貼	25,344	36,224
減值虧損	-	(48,000)
融資收入	103,701	109,333
融資成本	(122,349)	(100,814)
未分配開支	<u>(50,291)</u>	<u>(81,320)</u>
除所得稅前綜合溢利	<u><b>647,716</b></u>	<u><b>486,241</b></u>

7 其他收入

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
商標使用權收入(i)	20,891	14,661
政府補貼(ii)	<u>25,344</u>	<u>36,224</u>
其他收入	<u><b>46,235</b></u>	<u><b>50,885</b></u>

(i) 商標使用權收入來自其他實體使用本集團品牌。

(ii) 截至2020年9月30日止六個月，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25,344,000元（截至2019年9月30日止六個月：人民幣36,224,000元）。

## 8 按性質分類的開支

下列開支已計入銷售成本、銷售及分銷開支以及行政開支。

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於銷售成本中確認為開支的存貨成本	2,433,774	2,506,671
折舊		
— 租出資產	978	2,740
— 自有物業、廠房及設備	192,956	150,773
— 使用權資產	146,084	80,253
攤銷費用		
— 無形資產	18,309	26,726
有關商譽及無形資產的減值虧損	—	48,000
豁免國際財務報告準則第16號項下資本化的短期租賃的租賃費用	25,482	18,364
可變租賃款項	109,796	190,608
呆壞賬減值撥備	16,542	18,913

## 9 融資(成本)／收入淨額

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於損益確認：		
銀行存款利息收入	24,240	11,874
按攤銷成本計量的金融資產利息收入	53,197	52,627
分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具利息收入(重新歸入)	—	11,869
並非按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」) 之金融資產之利息收入總額	77,437	76,370
分類為按公允價值計入損益之金融資產之已變現／未變現收益淨額	26,264	26,970
外匯收益淨額	—	5,993
融資收入	103,701	109,333
計息借貸及已貼現票據利息	(32,493)	(29,276)
可換股債券利息	(35,378)	—
出售分類為按公允價值計入其他全面收益之債務工具之虧損 (重新歸入)	—	(57,471)
銀行費用	(5,141)	(5,530)
租賃負債利息開支	(17,060)	(8,537)
外匯虧損淨額	(32,277)	—
融資成本	(122,349)	(100,814)
於損益確認的融資(成本)／收入淨額	(18,648)	8,519

## 10 所得稅

損益內的所得稅指：

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
<b>即期稅項開支</b>		
所得稅撥備	157,227	158,161
<b>遞延稅項收益</b>		
暫時差異的產生	(866)	(32,389)
	<b>156,361</b>	<b>125,772</b>

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島（「英屬處女群島」）的規則及規定，本集團毋需支付開曼群島或英屬處女群島任何所得稅。
- (ii) 由於Bosideng UK Limited及Bosideng Retail Limited於期內並無應課稅溢利須繳納任何英國所得稅，故並無作出稅項撥備。
- (iii) 撥備涵蓋中國所得稅撥備及香港所得稅撥備。中國所得稅撥備以本集團各中國附屬公司估計應課稅收入的各自適用稅率計算，有關稅率根據中國相關所得稅規則及規例釐定。香港所得稅撥備就期內估計應課稅香港溢利以香港利得稅率16.5%（截至2019年9月30日止六個月：16.5%）計算。

截至2020年9月30日止六個月，於中國成立的所有內資公司標準所得稅率均為25%，惟上海波司登信息科技有限公司（中國國內一家軟件企業）及江蘇波司登供應鏈管理有限公司（中國國內一家企業，向本集團公司提供採購、生產規劃、訂單管理、存儲及物流管理以及相關服務）。各公司自2019年起三年內作為高科技企業享有15%的優惠稅率。

- (iv) 根據企業所得稅法（「企業所得稅法」）及其相關規例，非中國居民企業自2008年1月1日起就累計盈利應收中國居民企業的股息除非按稅務條約或協議減少，否則須按10%的稅率繳納預扣稅。根據中國大陸與香港特別行政區訂立的稅務安排，身為中國居民企業的「實益擁有人」並持有其25%或以上股權的合資格香港稅務居民有權享有5%的經調減股息預扣稅率。

## 11 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

截至2020年9月30日止六個月的每股基本盈利乃根據本公司普通權益股東應佔溢利人民幣486,031,000元（截至2019年9月30日止六個月：人民幣342,664,000元）及中期期間的已發行普通股加權平均數10,694,446,000股（截至2019年9月30日止六個月：10,621,882,000股）計算。

### (b) 每股攤薄盈利

截至2020年9月30日止六個月的每股攤薄盈利乃根據本公司權益股東應佔溢利人民幣486,031,000元（截至2019年9月30日止六個月：人民幣342,664,000元）及普通股加權平均數10,774,424,000股（截至2019年9月30日止六個月：10,746,896,000股）計算，並經就本公司股份支付計劃安排作調整。發行予本集團一家附屬公司非控權權益股東的沽出認沽期權所涉的潛在普通股及於2019年12月17日發行的可換股債券屬反攤薄。

## 12 無形資產及商譽

	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2020年3月31日及2020年9月30日	1,708,151	648,822	633,795	2,990,768
攤銷及減值虧損：				
於2020年3月31日	(554,741)	(626,101)	(155,636)	(1,336,478)
期內攤銷費用	—	(2,463)	(15,846)	(18,309)
減值虧損	—	—	—	—
於2020年9月30日	<u>(554,741)</u>	<u>(628,564)</u>	<u>(171,482)</u>	<u>(1,354,787)</u>
賬面淨值：				
於2020年9月30日	<u>1,153,410</u>	<u>20,258</u>	<u>462,313</u>	<u>1,635,981</u>
於2020年3月31日	<u>1,153,410</u>	<u>22,721</u>	<u>478,159</u>	<u>1,654,290</u>

客戶關係及商標的期內攤銷費用已計入簡明綜合損益及其他全面收益表的「銷售及分銷開支」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。分配至各現金產生單位的商譽的賬面總值如下：

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
<b>總值</b>		
男裝	292,741	292,741
女裝－杰西(JESSIE)品牌	484,312	484,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	525,137	525,137
女裝－天津女裝	405,961	405,961
	<u>1,708,151</u>	<u>1,708,151</u>
<b>累計減值虧損</b>		
男裝	(292,741)	(292,741)
女裝－杰西(JESSIE)品牌	(141,000)	(141,000)
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	(106,000)	(106,000)
女裝－天津女裝	(15,000)	(15,000)
	<u>(554,741)</u>	<u>(554,741)</u>
<b>淨值</b>		
男裝	–	–
女裝－杰西(JESSIE)品牌	343,312	343,312
女裝－邦寶(BUOU BUOU)品牌	419,137	419,137
女裝－天津女裝	390,961	390,961
	<u>1,153,410</u>	<u>1,153,410</u>

## 13 存貨

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
原材料	657,290	446,180
在製品	22,887	15,946
製成品	1,924,774	2,263,788
	<u>2,604,951</u>	<u>2,725,914</u>

## 14 貿易應收款項及應收票據

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
貿易應收款項	3,937,119	1,254,898
應收票據	69,083	114,589
減：呆賬撥備	(189,286)	(172,744)
	<u>3,816,916</u>	<u>1,196,743</u>

於2020年9月30日，來自客戶合約的貿易應收款項及應收票據的賬面總值為人民幣4,006,202,000元。

所有貿易應收款項及應收票據預計會於一年內收回。

於2020年9月30日，本集團向供應商背書合計人民幣106,950,000元（2020年3月31日：人民幣167,299,000元）的若干銀行承兌匯票，以按完全追索權基準償付等額貿易應付款項。其中，本集團已完全終止確認該等應收票據及應付供應商賬款人民幣87,598,000元（2020年3月31日：人民幣87,927,000元）。該等已終止確認銀行承兌匯票的到期日為自報告期末起計少於六個月內。本公司董事認為，本集團已轉移與該等票據擁有權相關的絕大部分風險及回報，並已履行其應付供應商賬款責任，根據相關中國規則及法規，倘若發行銀行未能夠於到期日償付該等票據，本集團於該等應收票據項下的償付責任風險有限。本集團於背書票據的持續涉及所產生的最高風險及購回該等背書票據的未貼現現金流量相等於其賬面值。本集團認為票據發行銀行信貸質素良好，且發行銀行無法於到期日償付該等票據的可能性不大。

### 賬齡分析

於報告期末，貿易應收款項及應收票據根據發票日期（或收入確認日期（如較早））並扣除呆壞賬虧損撥備的賬齡分析如下：

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
信貸期	3,533,068	841,114
逾期一至三個月	109,420	270,393
逾期超過三個月但少於六個月	95,129	58,161
逾期超過六個月但少於十二個月	67,850	14,818
逾期一年以上	11,449	12,257
	<u>3,816,916</u>	<u>1,196,743</u>

## 15 按金、預付款項及其他應收款項

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
按金	660,859	597,210
材料及加工費的預付款項	424,805	208,840
其他服務的預付款項	161,856	22,077
	586,661	230,917
第三方其他應收款項：		
— 可抵扣增值稅	140,314	96,252
— 支付僱員的預付款	79,086	34,786
— 其他	11,055	11,662
	230,455	142,700
總計	1,477,975	970,827

## 16 其他金融資產

	附註	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
<b>非流動</b>			
指定為按公允價值計入其他全面收益之股本證券 (不得重新歸入)	(b)	109,682	118,211
按攤銷成本計量之金融資產	(a)	30,348	30,657
		140,030	148,868
<b>流動</b>			
按攤銷成本計量之金融資產	(a)	1,532,468	2,713,161
分類為按公允價值計入損益之金融資產	(c)	1,672,020	559,598
		3,204,488	3,272,759
總計		3,344,518	3,421,627

- (a) 按攤銷成本計量之金融資產為於中國國內銀行的保本短期投資。該等投資的預計(但非保證)回報率介乎每年1.82%至3.9%(2020年3月31日:1.3%至6.12%)。

期內，於銀行的投資利息收入人民幣53,197,000元於融資收入內確認(截至2019年9月30日止六個月：人民幣52,627,000元)。

- (b) 於2018年2月9日，朔明德投資有限公司（「朔明德」，本集團的附屬公司）認購12,184,230股錦泓時裝集團股份有限公司（前稱為維格娜絲時裝股份有限公司）（上海證券交易所股票代碼：603518）（「錦泓集團」）的非公開發行股份，金額為人民幣224,921,000元。本集團將其於錦泓集團的投資指定為按公允價值計入其他全面收益（不得重新歸入），原因是該投資被視作長期投資而非持作買賣以獲得短期收益。截至2020年9月30日止六個月並無就此投資獲得股息（截至2019年9月30日止六個月：無）。

期內，該投資的公允價值變動（扣除稅項後）人民幣6,397,000元於其他全面收益內確認為虧損（截至2019年9月30日止六個月：人民幣61,463,000元）。

- (c) 分類為按公允價值計入損益之金融資產指上市股權投資及於銀行的短期投資。

**(i) 上市股權投資**

本集團持有之上市股權投資（於錦泓集團之投資除外）分類為按公允價值計入損益，原因是本集團計劃不選擇不可撤回地根據國際財務報告準則第9號指定為按公允價值計入其他全面收益（並無重新歸入），故該等投資已分類為按公允價值計入損益。

期內，除於錦泓集團的投資外，本集團並無持有任何上市股權投資，因此，公允價值變動並無於損益內確認（截至2019年9月30日止六個月：收益人民幣13,653,000元）。

**(ii) 於銀行的短期投資**

沒有本金及利息擔保、於銀行的短期投資分類為按公允價值計入損益。期內，該等投資之已變現／未變現收益淨額人民幣26,264,000元於融資收入內確認為收益（截至2019年9月30日止六個月：已變現／未變現收益淨額人民幣16,776,000元）。

## 17 貿易、票據及其他應付款項

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
貿易應付款項	677,558	519,489
應付票據	2,500,296	1,310,192
	<b>3,177,854</b>	1,829,681
其他應付款項及應計費用		
— 客戶按金	223,690	234,898
— 合約負債	171,911	237,584
— 應付建設款項	184,948	170,015
— 應計廣告開支	91,151	122,981
— 應計薪金、福利及花紅	213,536	203,285
— 以現金結算之沽出認沽期權	42,798	42,798
— 應付增值稅及其他稅項	263,742	195,914
— 應付股息	5,000	5,000
— 應付附屬公司邦寶國際控股有限公司前控股股東之股息	40,261	41,840
— 應付附屬公司欣悅及優諾前控股股東之股息	—	4,402
— 有關無歸屬受限制股份之應付款項	12,405	4,662
— 有關可換股債券之應付利息	5,373	5,590
— 其他	113,541	142,656
	<b>4,546,210</b>	3,241,306

所有貿易及其他應付款項預計將於一年內清償。

於報告期末，基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於2020年 9月30日 人民幣千元	於2020年 3月31日 人民幣千元
於一個月內	2,962,776	1,677,174
一至三個月	215,078	152,507
	<b>3,177,854</b>	1,829,681

## 18 股本、儲備及股息

### (a) 股息

- (i) 各中期期間應付本公司權益股東的股息

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於中期期間後宣派及派付的中期股息每股普通股3.5港仙 (2019年：中期股息每股普通股3.0港仙)	<u>320,169</u>	<u>292,151</u>

於報告期末中期股息並無確認為負債。

- (ii) 中期期間已批准及支付的以往財政年度應付本公司權益股東股息

	截至9月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
期內已批准及支付的上一財政年度末期股息 每股普通股6.0港仙 (2019年：末期股息每股普通股6.0港仙)	<u>569,914</u>	<u>562,764</u>

擬派末期股息與已支付股息之間的差額乃由於港元兌人民幣匯率波動所致。

### (b) 購買本身股份

本公司於中期期間並無在聯交所購回其本身任何普通股。

## 19 於報告期後未經調整之事件

- (a) 2020年9月30日後，本公司董事會建議向本公司權益股東派付中期股息377,135,000港元（約人民幣320,169,000元），即每股普通股3.5港仙（約人民幣3.0分）。
- (b) 於2020年10月23日，本公司董事會議決向本集團合資格獨立顧問Wise Triumph Group Limited授出100,000,000份購股權。每份購股權賦予持有人權利認購一股本公司普通股。購股權的行使價為每股3.41港元。該等購股權有效期為48個月及歸屬期最高達三年。
- (c) 於2020年10月23日，波司登羽絨服裝有限公司（為本公司之全資附屬公司）與波司登股份有限公司（由高德康先生所最終控制的公司）訂立協議，以收購蘇州波司登物流有限公司（其成立之唯一目的就是持有若干物業、土地的土地使用權及建於該土地上的建築物），代價總數為人民幣559,817,000元，其乃經考慮艾華迪資產評估（北京）有限公司作出的評估值而釐定。

## 管理層討論與分析

2020年是極端艱難的一年，是充滿巨大不確定性的一年。年初以來，新冠肺炎疫情爆發並蔓延改變了世界經濟格局，也深刻影響著全球產業價值鏈的重構。畢馬威中國發佈2020年第三季度《中國經濟觀察》報告指出，新冠肺炎疫情對世界經濟造成了重大衝擊，世界經濟面臨大蕭條以來最大的挑戰。在此背景下，中國疫情防控和復工復產走在世界前列，主要經濟指標也從一季度的歷史低位持續回升，內需潛力不斷釋放，以國內循環為主、國際國內互促的雙循環發展新格局正加快形成。

但是從需求端看，儘管投資需求對經濟增長的貢獻優勢明顯，但是消費需求依然相對偏弱。作為受疫情影響較大的消費業和服務業，具有聚集性、接觸性的消費活動仍然在復蘇當中。數據顯示，今年1-8月社會消費品零售總額下降8.6%，全國服裝零售累計同比下滑16.9%。

在面臨如此壓力和挑戰的背景下，本集團並沒有因為外部不利因素而影響奮鬥的激情和信心。品牌經營的本質是順應顧客認知，創造顧客價值，管理層和全體員工堅守創業初心，堅持品牌引領，持續發揚「不怕困難、不怕委屈、自強不息、敢於創新、追求卓越、永爭第一」的企業精神，創新顧客價值，形成有效供給，擁抱數字經濟，佈局全渠道新零售，取得了逆市持續增長的優異成績。

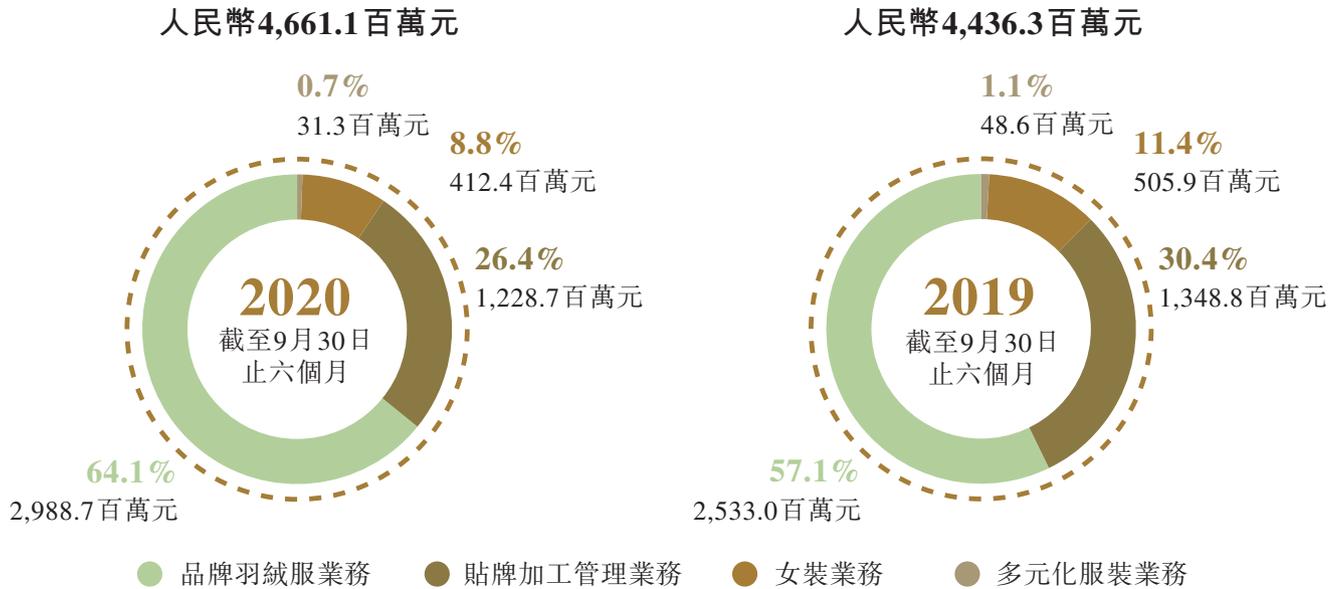
## 收入分析

2020/21財年上半年，本集團依然緊緊圍繞「品牌、產品、渠道、終端」多方位進行系統性建設。在牢牢抓住品牌升級、零售升級、產品領先、優質快反這「四項核心競爭力」的同時，積極梳理及建立組織、機制、文化、人才建設系統，以及數字化信息系統這「兩項保障體系」，並取得了階段性成效。

截至2020年9月30日止六個月，本集團的收入約為人民幣4,661.1百萬元，較去年同期上升約5.1%。品牌羽絨服業務、貼牌加工管理業務、女裝業務及多元化服裝業務為本集團的四大業務單元。

品牌羽絨服業務仍為本集團的最大收入來源，錄得收入約為人民幣2,988.7百萬元，佔總收入的64.1%，同比上升18.0%；貼牌加工管理業務錄得收入約為人民幣1,228.7百萬元，佔總收入的26.4%，同比下降8.9%；女裝業務錄得收入約為人民幣412.4百萬元，佔總收入的8.8%，同比下降18.5%；多元化服裝業務錄得收入約為人民幣31.3百萬元，佔總收入的0.7%，同比下降35.6%。

## 按業務劃分之收入



### 品牌羽絨服業務：

2020/21財年上半年，本集團努力克服新冠肺炎疫情帶來的市場變化和不利影響，持續打造品牌引領的發展模式，圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」的品牌定位，有序推進各項工作。在顧客認知方面，波司登作為羽絨服專家的消費者認知持續升級，獲得時代主流消費人群的認可；門店經營方面，「戰京滬」取得階段性成果，渠道質量和門店形象有了質的提升，降租增效取得實質進展，單店精細化運營成效顯著；商品經營方面，產品開發更加精準，產品結構更加合理，商渠匹配有所提升，商品一體化經營模式有效落地；品牌經營方面，品牌傳播有效發力，公關認知顯著提升，品銷結合更加緊密，並通過成本管控確保了投入效益最大化；顧客經營方面，社群運營和拓客質量持續改善。

截至2020年9月30日止六個月，本集團品牌羽絨服業務項下的波司登品牌收入同比上升19.7%，達約人民幣2,725.8百萬元；整個品牌羽絨服業務板塊收入同比上升18.0%，達約人民幣2,988.7百萬元。

## 品牌建設

2020/21財年上半年，持續深挖波司登「大品牌、好品質、羽絨服代名詞」的品牌資產價值，堅持品牌引領，激活品牌力量和打造可持續創新，通過整合營銷、公關傳播、內容創新、媒介優化等舉措進一步強化品牌力，通過品牌势能與美譽度的提升助推經營業績的提升。

品銷結合作為本財年重要策略之一，經過2020/21財年上半年的貫徹實施取得了階段性的成果。根據品銷結合的策略，品牌傳播更加聚焦主推產品的展現和線上線下門店的導流。基於產品上市周期和主推產品設定傳播規劃和內容，使傳播內容與消費者產生共鳴。通過代言人明星大片、明星街拍、產品植入、時尚博主和意見領袖(KOLs)對產品進行充分展示。同時在資源版塊更聚焦種草平台，通過抖音、小紅書等新媒體平台為線上線下門店進行充分引流，促進成交轉化，提升銷售業績。

整體而言，在2020/21財年上半年的銷售淡季，波司登品牌建設大事件總結如下：

- 2020年5月，波司登助力2020珠峰高程測量登頂行動，完美詮釋登峰精神，向世界展現中國品牌的專業實力；
- 2020年5月，天貓官方發佈的《2020「國貨之光」中國品牌榜》中，波司登榮獲高端市場影響力品牌；
- 2020年8月，由上海報業集團·界面新聞主辦的2020界面新消費論壇中，波司登脫穎而出，斬獲「2020年安心獎年度服飾企業」大獎；及
- 2020年9月，波司登作為唯一的紡織服裝品牌亮相中國品牌日晚會，積極踐行品牌強國戰略，彰顯品牌實力與企業精神，品牌升級獲得業績權威及廣大消費者的認可。

## 商品運營

訂單管理方面，2020/21財年上半年，本集團延續直營和批發訂貨完全分開的模式。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。經銷商則根據各自不同的規模，採取不同的訂貨和返利的靈活模式。這樣極大地優化了對直營門店及經銷商訂貨結構的調控，保持穩定的理性訂貨。自2018年始，本集團對每年首次冬羽絨訂貨會的比例進行一定的管控；在本財年，訂貨會首次訂單比例繼續下降到不超過30%，而餘下的訂單部分則根據旺季市場實際反饋和需求進行補單。對於旺季時間只有三至四個月周期的本集團而言，超過70%的貨品補單需要足夠高效的供應鏈及快反能力支撐。

庫存管理方面，本集團致力於持續優化庫存，維持健康的庫存水平。通過嚴格執行生產和產品規劃，保持全部區域通過拉式補貨實現產銷結合；通過加強實時對終端零售數據的抓取及分析，根據匯總的銷售等數據調整與渠道及終端的互動，優化整體庫存管理；通過不斷推動零售精細化管理，從根本上提升整體運營效率。

## 供應鏈管理

優質快反的供應鏈作為本集團在行業持續勝出的核心競爭優勢，是維繫本集團高效健康持久發展的重點要素。根據目前商品運營的策略，本集團的每一批羽絨服產品訂單通過拉式補貨、快速上新及小單快反的形式支持更快的周轉時間，以實現優質快反；同時，本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，實現優質快反供應。

本次新冠肺炎疫情對本集團的供應鏈管理是一次檢驗，本集團在做好疫情防控的提前下，順利啟動復工復產，迅速開展原材料採購、隔離衣製造、發放等工作，積極抗擊新冠肺炎疫情。同時，本集團在疫情期間加大了對上游供應商的金融支持力度，利用本集團和金融機構的戰略合作關係，為上游供應商提供了供應鏈金融解決方案，從源頭上保障了整條供應鏈的穩定。

供應鏈數字化創新方面，數據中台基於企業數據，串聯供應鏈各環節。通過產銷協同打通前端銷售、中端庫存與後端供應鏈生產外包的流程，一方面提升供應鏈對前端銷售的快反供應能力，及時匹配消費端需求；另一方面與核心供應商實現數據對接，提升原輔材料倉庫的精細化運營能力，有利於原輔材料的及時供應和庫存控制。

## 物流配送

基於全國一盤貨、線上線下融合共享理念，本集團的智能配送中心（「CDC」）服務全國所有線下直營、經銷門店及電商。CDC不僅負責商品的入存鋪補退調及運輸配送，更肩負著部分數據管理的責任，能夠基於市場變化提前、有效配置商品資源，從而更快速、更精準響應消費者需求。通過獨特的物流管理系統管理所有庫存，同時智能配送中心採取分佈式部署，在全國設置了華東、華北、青島、華中、西北、西南、東北、哈爾濱、烏魯木齊九大庫區。於2020/21財年上半年，本集團延續「CDC直接分發至門店」的一級配送流程，實現全國所有門店的直接配送；這不僅能夠更快速地響應市場需求，更重要的是實現了貨品的全國共享。同時，配合著本集團自主研發的智能補貨系統及實現門店端的拉式補貨，讓好賣的貨不缺貨，從而提升銷售。實現全國所有門店的直接配送，借此降低存貨倉儲成本及更加有效管控安全庫存。

## 數字化運營

數字化信息系統運營為本集團兩項重點保障體系之一，2020/21財年是本集團數字化戰略落地的第一年，新冠肺炎疫情後更加快了數字化轉型發展的步伐。

2020/21財年上半年，本集團與阿里雲達成「數智化轉型時尚先鋒」戰略合作，利用阿里巴巴數據中台的技術和經驗，打通全渠道數據，在消費者研究、精準營銷、商品一體化運營、導購運營等方面進行創新和探索。一方面，通過精準的人群圈選，不斷提升線上營銷的精準度，實現消費者與商品洞察，在天貓618年中大促、88會員節等線上活動中迭代和優化，支持了電商總成交額(GMV)的持續提升；另一方面，在線下門店通過精準的人群圈選，進行短信觸達和社交媒體投放，消費者引流到店比例和質量有了明顯提升。同時，通過對過往銷售貨品和渠道進行大數據標籤聚類，將分析結果應用於2020年新款的首次鋪貨，明顯提升了商品與門店渠道的匹配度，對產品的動銷率和適銷度產生了積極影響。

## 新零售運營

2020/21財年上半年，本集團利用企業微信建立與顧客更加便捷的溝通橋樑，2020/21上半財年實現新增企業微信好友達到800萬，微信公眾號粉絲累計超過550萬，較上財年末增長超過50%，註冊會員數達1,965萬，較上財年末增長超過30%；從消費結構看，30歲以下年輕消費者佔比約為20%，較上財年末有明顯增長。會員銷售金額及會員復購銷售金額分別佔線下總銷售金額的約63.9%及36.8%。

新零售數字化創新方面，基於豐富的顧客資產積累，利用阿里數據中台建立顧客標籤，以高質量的數字化內容觸達消費者，通過離店小程序形成銷售。同時為每名導購建立企業微信的導購營銷助手，使用數據中台為終端導購匹配互動內容模板，輔助導購維護好顧客關係。

## 產品研發

本集團一向非常注重產品的創新。產品的優化和拓展是波司登品牌發展的基石。

2020/21財年上半年本集團更加注重產品設計和消費者喜好的結合，運用消費者視角思維模式，針對系列產品的消費群體做到深入研究，精準開發。新產品開發主要分為四個場景，運動代表時尚，商務代表品質，戶外代表專業，及休閒主要圍繞當下流行趨勢做熱銷產品；設計師加入當下流行元素做產品設計。通過「市場調研、趨勢分析、設計企劃、產品開發、訂貨會反饋、銷售反饋、總結復盤」一系列科學客觀有條理的設計流程，為廣大消費者呈現一批又一批的全新产品。

2020/21財年上半年主要銷售的產品系列包括：

### 城市戶外主題系列

由意大利設計師主導，亮彩治愈色系帶來朝氣活力的視覺衝擊，結合適於亞洲年輕人的潮流廓形，打造全新感覺的工裝風格產品。同時，系列採用600+蓬鬆度高品質鵝絨，為消費者帶來更為保暖舒適的穿著體驗。主題產品由楊冪、陳偉霆代言推廣，受到年輕消費群體的關注與喜愛。

### 時尚運動主題系列

以動感海岸線「保護那片蔚藍」為設計靈感，結合時尚配色及3D流線版型，為主題產品注入年輕朝氣的風格元素。同時，秉承匠心精神升級鎖絨工藝，解決鑽絨煩惱，讓消費者穿著更為舒適。主題產品由楊冪、陳偉霆代言推廣，受到年輕消費群體的關注與喜愛。

### 經典商務系列

採用俐落廓形、高端面料、精緻工藝和百搭款式，輕鬆應對都市通勤、社交、商旅等多重場景。

## 輕暖羽絨系列

輕暖羽絨系列單件羽絨服輕至330克，為波司登歷史最輕羽絨服。材料方面，採用超輕柔膚面料，棉質手感、親膚滑柔；工藝方面，採用防跑絨科技，先紉線後充絨，避免絨朵從針眼中鑽出。

## 多品牌策略

在主要聚焦波司登主品牌發展的戰略方向下，本集團持續圍繞「羽絨+」，繼續發展定位在中端市場的雪中飛品牌羽絨服業務、高性價比的冰潔品牌羽絨服業務，以提升整體市場份額。

## 雪中飛

2020/21財年上半年，雪中飛品牌收入約為人民幣102.7百萬元，同比上升5.2%。雪中飛品牌近幾年一直積極拓展線上渠道，聚焦普惠羽絨賽道，創新變革線上分銷業務，整合上下游資源，通過供應模式的迭代優化，持續向市場推出高性價比的產品、優質的服務，通過不斷升級自身數字化的運營能力來不斷提升品牌力進而促進銷售的提升；在保持核心平台天貓及唯品會銷售額穩定增長的同時，積極佈局直播渠道；2020/21財年上半年，雪中飛品牌在快手及抖音平台的服飾銷售排名位列前五，深受廣泛消費者群體的喜愛。線下業務方面，通過全面梳理線下直營渠道，優化直營渠道的經營效率，強化品牌與渠道的匹配程度，同時，加大對線下經銷商的優勝劣汰，強化經銷商經營政策，線下業務發展平穩。

## 冰潔

2020/21財年上半年，冰潔品牌收入約為人民幣108.6百萬元，同比上升2.1%。2020/21上半財年，冰潔品牌聚焦庫存去化，通過線下門店精細化零售管理，線上發力唯品會渠道，以及加強直播體系建設等措施，突破新冠肺炎疫情對強調高性價比羽絨服市場的影響，為旺季銷售繼續深耕線上、收縮代理，做精終端運營夯實了基礎。

### 按品牌劃分之品牌羽絨服業務收入

品牌	截至9月30日止六個月				變動
	2020年		2019年		
	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	2,725.8	91.2%	2,276.7	89.9%	19.7%
雪中飛	102.7	3.4%	97.6	3.8%	5.2%
冰潔	108.6	3.7%	106.4	4.2%	2.1%
其他	51.6	1.7%	52.3	2.1%	-1.4%
品牌羽絨服業務總收入	<u>2,988.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,533.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>18.0%</u>

## 按銷售類別劃分之品牌羽絨服業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月				
	2020年		2019年		變動
	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	
自營	1,108.9	37.1%	453.9	17.9%	144.3%
批發	1,828.2	61.2%	2,027.0	80.0%	-9.8%
其他*	51.6	1.7%	52.1	2.1%	-0.9%
品牌羽絨服業務總收入	<u>2,988.7</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,533.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>18.0%</u>

\* 指與羽絨服產品有關的原材料銷售及其他授權費等收入

鑑於2020年初新冠肺炎疫情的影響，本集團於本財年進行了相應的渠道策略調整，「控風險、保增長」是本財年主要的發展思路。線下方面，本集團保持了更加謹慎的態度對渠道進行優化和升級，通過在主流商圈新開形象店、大店，同時關閉低效區域的低效門店，使得門店結構繼續朝著時代主流消費渠道的方向進行遷移。新增門店主要集中為自營零售網點，同時重點加強自營零售網點運營效率的提升，具體措施包括強調單店精細化運營、降租增效及店長導購的銷售能力等。線上方面，本集團積極推動新零售運營與數字化轉型，在精準營銷、商品一體化運營等方面取得顯著性突破。截至2020年9月30日止六個月的期間內，自營銷售收入（含線下與線上）同比大幅上升144.3%，佔品牌羽絨服銷售額的百分比由上年同期的17.9%上升至37.1%。

於2020年9月30日，本集團品牌羽絨服業務的零售網點總數較2020年3月31日淨減少202家至4,664家；其中自營零售網點淨增加19家至1,880家，第三方經銷商經營的零售網點淨減少221家至2,784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約40.3%和59.7%。在本集團品牌羽絨服業務的總零售網點中，約有26.9%位於一、二線城市（即北上廣深及省會城市），約有73.1%位於三線及以下的城市。

按羽絨服品牌劃分之零售網絡

於2020年9月30日	波司登		雪中飛		冰潔		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
<b>專賣店</b>								
本集團經營	1,086	+60	6	-7	19	-2	1,111	+51
第三方經銷商經營	1,823	-78	159	-32	197	-32	2,179	-142
小計	2,909	-18	165	-39	216	-34	3,290	-91
<b>寄售網點</b>								
本集團經營	579	-19	101	-81	89	+68	769	-32
第三方經銷商經營	292	+6	81	-32	232	-53	605	-79
小計	871	-13	182	-113	321	+15	1,374	-111
<b>合計</b>	<b>3,780</b>	<b>-31</b>	<b>347</b>	<b>-152</b>	<b>537</b>	<b>-19</b>	<b>4,664</b>	<b>-202</b>

變動：與2020年3月31日相比

## 品牌羽絨服業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 9月30日	於2020年 3月31日	變動
華東	1,644	1,708	-64
華中	971	1,050	-79
華北	439	455	-16
東北	535	511	+24
西北	510	561	-51
西南	565	581	-16
合計	<u>4,664</u>	<u>4,866</u>	<u>-202</u>

### 地區

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

### 貼牌加工管理業務：

2020/21財年上半年，本集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣1,228.7百萬元，佔本集團收入的26.4%，較去年同期下降8.9%。貼牌加工管理業務收入來自前五大客戶的收入約佔貼牌加工管理業務的85.8%。

2020/21財年上半年，貼牌加工管理業務面臨著史無前例的壓力和挑戰。受歐美疫情影響，各大服飾品牌店舖自疫情開始紛紛閉店，導致銷售受到較為嚴重的影響，部分客戶批量地取消或延遲了訂單。面對如此困境，貼牌加工管理業務團隊積極提升核心客戶的粘性，有效地拓展了新的客戶資源，並對應增加了部分訂單；同時，亦把握疫情機會，出口了一些防疫物資；因此，貼牌加工管理業務的整體下降幅度遠優於行業整體下降水平。通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，貼牌加工管理業務的毛利率亦上升3.8個百分點至約18.1%。

與此同時，貼牌加工業務團隊為滿足客戶對生產佈局的需求，持續擴展越南等東南亞地區產能，利用本集團「全球熱銷的羽絨服專家」的生產管理經驗，快速提升新增產能的品質管理和訂單生產過程管控，有效應對未來政策變動所帶來的不確定性的影響，同時也保障了未來貼牌加工管理業務的持續增長。

### 女裝業務：

本集團經營四個中高端女裝品牌，迎合客戶不同場合的著裝需求。四個品牌經過15至30年的品牌沉澱，呈現出豐富的產品層次和特有的差異化的風格定位。杰西女裝風格簡約、流暢，突顯知性女人的自信、獨立；邦寶女裝風格優雅、浪漫、注重細節，彰顯女人味；柯利亞諾及柯羅芭追求藝術、低調奢華，滿足客戶追求個性、極致的穿著體驗。在競爭激烈、集中度相對較低的女裝市場中，本集團的女裝業務憑藉深厚的品牌積累、成熟的營銷策略及不斷優化的設計開發，擁有廣大忠實優質的顧客群體。

2020/21財年上半年，本集團的女裝業務收入約人民幣412.4百萬元，收入較去年同期下降18.5%，女裝業務佔本集團總收入比重為8.8%。各女裝品牌的收入分佈如下：

#### 按品牌劃分之女裝業務收入

品牌	截至9月30日止六個月					變動
	2020年		2019年		變動	
	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比		
杰西	133.9	32.5%	184.3	36.4%	-27.3%	
邦寶	107.3	26.0%	151.9	30.0%	-29.4%	
柯利亞諾	78.6	19.1%	76.3	15.1%	3.0%	
柯羅芭	92.6	22.4%	93.4	18.5%	-0.8%	
女裝業務總收入	<u>412.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>505.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>-18.5%</u>	

## 按銷售類別劃分之女裝業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月				
	2020年		2019年		變動
	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔女裝業務 銷售額百分比	
自營	366.8	88.9%	426.1	84.2%	-13.9%
批發	45.6	11.1%	79.8	15.8%	-42.8%
女裝業務總收入	<u>412.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>505.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>-18.5%</u>

### 杰西(JESSIE)

2020/21財年上半年，面對突如其來的新冠肺炎疫情及複雜多變的經濟環境，杰西女裝加強數字化營銷佈局，通過與網紅合作進行主題直播，利用微商城、微信公眾號會員中心、朋友圈等渠道多維度推動數字化營銷，並通過數字信息化手段促進與核心消費群體有效連接，逐步增加品牌專屬私域流量。

為應對新冠肺炎疫情可能造成的庫存風險，杰西女裝在強化存貨處理的同時，嚴控商品採購規模，取得明顯實效。然而，鑑於新冠疫情對消費行業衝擊巨大，整體女裝行業在過去的半年裏表現相對疲軟，杰西女裝在2020/21財年上半年的銷售受到一定程度的影響，收入同比下降27.3%至約為人民幣133.9百萬元。其中自營和批發業務收入分別下降22.8%和38.4%至約人民幣100.8百萬元及人民幣33.1百萬元。

面對疫情，杰西女裝保持積極應對的態度。通過成立「賦能與增長」項目組，直營、培訓、企劃推廣、陳列等幾個部門聯動，從終端揀貨落地、商品重組融合、產品價值塑造與推廣等環節優化營運管理體系，持續推動終端落地轉化。與此同時，杰西女裝亦在推動設計與營銷部門的緊密協同，有望通過設計與市場營銷的充分融合，提高產品創新度和適銷性。

### 邦寶(BUOU BUOU)

2020/21財年上半年，邦寶女裝同樣受到新冠肺炎疫情的嚴重影響，面對競品同質化嚴重、線下傳統百貨商場客流銳減等問題，該團隊制定了一系列調整優化的方針和措施，其中包括拓展線上渠道，關閉經營效率低下的店舖等。

產品研發層面，在2020/21財年上半年，邦寶女裝團隊積極尋找設計靈感的突破，通過引進新的設計總監以提升商品競爭力，並通過線上大數據分析，精準設計線上專供款以迎合線上主流客層。新零售層面，邦寶女裝團隊持續加強線上與線下的互動管理，通過微商城等不同的營銷手段與客戶間產生聯動及消費粘性，以最大限度的彌補因線下閉店或縮短營業時間導致的銷售缺口。

儘管如此，由於新冠肺炎疫情的衝擊，邦寶女裝在過去的六個月中的銷售還是受到了一定程度的影響。2020/21財年上半年邦寶收入約為人民幣107.3百萬元，同比下降29.4%。其中自營和批發業務收入分別同比下降24.7%和51.8%至約人民幣94.8百萬元及約人民幣12.5百萬元。

面對疫情，邦寶女裝積極應對，通過與各商場洽談扣點、保底、租金費用減免等方式，以降低營運成本。在銷售策略方面，持續突出線上及線下銷售互動的良好模式，在優化線下渠道的同時，希望通過更加豐富多元的線上新零售模式，如直播、短視頻等方式，推動2020/21財年下半年業績的回暖和增長。

#### *柯利亞諾(KOREANO)及柯羅芭(KLOVA)*

柯利亞諾及柯羅芭兩個品牌憑藉三十年的品牌沉澱，穩定與成熟的渠道運營能力，廣泛會員客群的忠誠與認同，良好的產品設計與開發能力等優勢，呈現了疫情時期後業績迅速回升的表現和趨勢。2020/21財年上半年，柯利亞諾及柯羅芭收入約為人民幣171.2百萬元，同比增長0.9%。

疫情之後，柯利亞諾及柯羅芭兩個品牌還通過多種方式提升綜合管控能力。供應鏈端以組織調整、標準建立、效能優化作為核心提升點，確保品質向上為基礎，提高交期的及時性，落實新品交期、售罄率的分組考核激勵機制。財務管理一方面降本節支，嚴格控制各項採購付款、費用支出，關閉低效虧損店舖；另一方面洽談減免大部分保底網點的保底額度，聚焦提升現有網點的店效。

營銷策略方面，兩個品牌仍然堅持穩定的價格策略和全直營的營銷模式，包括注重產品設計和品質，注重消費者體驗，附加增值服務和售後服務；2020/21財年上半年，這兩個品牌繼續通過各商場自有直播平台，邀約老顧客，吸納優質新顧客；通過推出積分兌換、主題月買贈等大型活動，提升會員客群活躍度，促進各網點銷售的快速復蘇；同時推進高端定製活動，持續優化定製產品、流程、交期和售後，加強消費體驗。

於2020年9月30日，本集團女裝業務的零售網點總數較2020年3月31日淨下降30家至469家；自營零售網點淨下降24家至349家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少6家至120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74.4%和25.6%。在本集團女裝業務的總零售網點中，約有66.7%位於一、二線城市（即北上廣深及省會城市），約有33.3%位於三線及以下的城市。

### 按女裝品牌劃分之零售網絡

於2020年9月30日	杰西		邦寶		柯利亞諾		柯羅芭		合計	
	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動	店數	變動
<b>專賣店</b>										
本集團經營	1	-2	12	-3	-	-	-	-	13	-5
第三方經銷商經營	19	-1	10	+1	-	-	-	-	29	-
小計	20	-3	22	-2	-	-	-	-	42	-5
<b>寄售網點</b>										
本集團經營	106	-1	103	-9	72	-9	55	-	336	-19
第三方經銷商經營	71	-4	20	-2	-	-	-	-	91	-6
小計	177	-5	123	-11	72	-9	55	-	427	-25
<b>合計</b>	<b>197</b>	<b>-8</b>	<b>145</b>	<b>-13</b>	<b>72</b>	<b>-9</b>	<b>55</b>	<b>-</b>	<b>469</b>	<b>-30</b>

變動：與2020年3月31日相比

## 女裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 9月30日	於2020年 3月31日	變動
華東	59	64	-5
華中	154	156	-2
華北	45	50	-5
東北	59	64	-5
西北	89	100	-11
西南	63	65	-2
合計	<b>469</b>	<b>499</b>	<b>-30</b>

### 地區

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

### 多元化服裝業務

在2020/21財年上半年，本集團的多元化服裝業務收入約人民幣31.3百萬元，較去年同期減少35.6%。隨著本集團持續貫穿「聚焦主航道、收縮多元化」的整體戰略不動搖，多元化服裝業務佔本集團總收入比重下降至0.7%。2020/21上半財年，各多元化服裝品牌的收入分佈如下：

## 按品牌劃分之多元化服裝業務收入

品牌	截至9月30日止六個月				
	2020年		2019年		變動
	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	
颯美特校服	12.4	39.6%	7.2	14.8%	72.2%
其他品牌及其他	18.9	60.4%	41.4	85.2%	-54.3%
多元化服裝業務總收入	<u>31.3</u>	<u>100.0%</u>	<u>48.6</u>	<u>100.0%</u>	<u>-35.6%</u>

## 按銷售類別劃分之多元化服裝業務收入

銷售類別	截至9月30日止六個月				
	2020年		2019年		變動
	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售額百分比	人民幣百萬元	佔多元化 服裝業務 銷售百分比	
自營	15.2	48.6%	10.3	21.2%	47.6%
批發	11.3	36.1%	32.8	67.5%	-65.5%
其他*	4.8	15.3%	5.5	11.3%	-12.7%
多元化服裝業務總收入	<u>31.3</u>	<u>100.0%</u>	<u>48.6</u>	<u>100.0%</u>	<u>-35.6%</u>

\* 指來自租金收入

### 校服業務 — 颯美特

2020/21財年上半年，多元化服裝業務板塊項下的校服業務仍以颯美特品牌進行運營。颯美特堅持為學生提供安全、舒適、時尚、功能的校服產品，期待為每個孩子披上逐夢行裝是颯美特品牌的使命。當前，颯美特服務的學校超過300所，學生近30萬人，年供應量超過百萬件。

疫情期間，*颯美特*品牌團隊主動出擊、精確施策，通過優質的產品及完善的售後服務不斷深耕市場，教育集團及區域標桿名校拓展取得突破，並通過主動出擊參展點亮疫情下品牌聚焦度，通過提升柔性快反能力提升服務時效，通過在線銷售模式減少疫情影響，通過差異化專屬園服設計擴大市場覆蓋率等措施，取得了顯著的業績增長。2020/21上半財年，*颯美特*校服業務合同簽約訂單較去年同期增長76%，營業收入約為人民幣12.4百萬元，較去年同期增長72.2%。

### **童裝業務**

2020/21財年上半年，本集團主要與日本品牌*Petit main*進行合作。在業務拓展方面，通過與日方合資公司的合作及產品開發，不斷聚焦，重點培養線上平台的發展。

### **男裝業務及居家業務**

本集團自2018/19財年，開始對多元化服裝業務板塊項下的男裝業務及居家服業務進行全面縮減。故這兩個業務單元在過去的兩年半內有大幅收縮。

## 多元化服裝業務按地區劃分之零售網絡

	於2020年 9月30日	於2020年 3月31日	變動
華東	6	7	-1
華中	-	-	-
華北	-	-	-
東北	-	-	-
西北	-	-	-
西南	-	26	-26
合計	<u>6</u>	<u>33</u>	<u>-27</u>

### 地區

華東：江蘇、安徽、浙江、上海、福建、山東

華中：湖北、湖南、河南、江西、廣東、廣西、海南

華北：北京、天津、河北

東北：遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古

西北：新疆、甘肅、青海、陝西、寧夏、山西

西南：四川、西藏、重慶、雲南、貴州

### 線上銷售

在2020/21財年上半年，本集團的線上業務拓展明顯，並取得了非常亮麗的成績。2020/21上半年，線上奧萊渠道發力明顯，其中唯品會及天貓奧萊店兩個平台的業績呈現高速增長態勢。

同時，在2020/21財年上半年，本集團與阿里巴巴增強了戰略合作。通過合作，在訪客拓展方面，品牌的優質產品有更多機會展現給平台的優質消費者；在數據支持方面，通過獲取多維度的數據支持以及市場趨勢分析，給銷售決策提供更多及時可靠的數據支持；在創新工具優先應用方面，通過天貓新品創新中心，天貓品牌營銷中心，直播虛擬主播等創新工具應用，進一步拉伸本集團線上業務開展的多元性和豐富性。同時，和阿里巴巴共建的數據中台也給予線上業務團隊精準營銷提供了幫助和支持。

直播渠道經歷了前幾年的發展，目前已經成為行業熱點以及線上銷售增長的手段。本集團一方面通過強化與頭部達人的直播合作，提升單場產出；另一方面通過提升天貓官方旗艦店直播間的直播運營能力，提高自播產出。

本集團亦非常注重線上的品牌建設、線上線下新零售的整合、會員的維護及拓展。在品牌建設方面，通過品牌大型公關事件，線上線下聯合發聲；在會員的維護和拓展方面，截至2020年9月30日止六個月，天貓旗艦店實現新增會員約90萬人，會員總數約275萬人，粉絲超735萬人，30歲以下的年輕新生消費群體佔比穩步提升。

在2020/21財年上半年，本集團旗下全品牌線上銷售收入達到約人民幣537.7百萬元，同比上升76.4%。品牌羽絨服業務及女裝業務期內線上銷售的收入分別約為人民幣489.7百萬元及人民幣42.6百萬元，分別佔到品牌羽絨服業務、女裝業務收入的16.4%及10.3%。按銷售類別劃分，線上銷售的自營和批發收入分別約為人民幣249.5百萬元及人民幣288.2百萬元。

## 毛利

2020/21財年上半年，本集團毛利由去年同期的約人民幣1,929.6百萬元增加15.4%至約人民幣2,227.3百萬元，毛利率較去年同期的43.5%提升4.3個百分點至47.8%。

品牌羽絨服業務毛利率增加3.5個百分點至56.4%，主要由於在2020/21財年上半年，波司登品牌自營門店的銷售收入佔比顯著提升，對品牌羽絨服業務板塊的毛利率提升有比較明顯的幫助；同時，本集團加大了對羽絨等原材料成本的控制。貼牌加工管理業務通過各種措施嚴格控制成本與費用支出，也導致該板塊的毛利率增加3.8個百分點至18.1%。女裝業務的毛利率較去年同期下降3.2個百分點至73.6%，主要由於後疫情期間去化庫存產品銷售所致。

## 經營溢利

2020/21財年上半年，本集團的經營溢利上升39.5%至約人民幣666.4百萬元，經營溢利率為14.3%，較去年同期的10.8%增加3.5個百分點，主要由於品牌羽絨服和貼牌加工管理業務的貢獻。

## 分銷開支

2020/21財年上半年，本集團的分銷開支主要包括廣告和宣傳費用、百貨公司扣點費、使用權資產折舊費、或有租金以及銷售僱員開支，約達人民幣1,209.0百萬元，較去年同期的約人民幣1,119.0百萬元上升8.0%，分銷開支佔本集團總收入由去年同期的25.2%略上升0.7個百分點至25.9%。分銷開支上升，主要由於本集團在上半財年加強對品牌羽絨服業務的直營渠道建設，使用權資產折舊和裝修費用增加，以及上半財年直營渠道銷售僱員增加導致工資支出上升所致。

## 行政開支

本集團的行政開支主要包括薪酬及福利、折舊及顧問費，在2020/21財年上半年約達人民幣390.3百萬元，較去年約人民幣335.8百萬元上升16.2%，主要由於期內新授出員工購股權產生的股份支付款項。行政開支佔本集團總收入由去年同期的7.6%略上升0.8個百分點至8.4%。

## 融資收入

回顧2020/21財年上半年，本集團的融資收入由約人民幣109.3百萬元下降5.1%至約人民幣103.7百萬元，主要由於本集團的銀行利息及理財收入有所減少；受外幣匯率波動影響，本集團在2020/21財年上半年的外匯收益較上年同期減少。

## 融資成本

回顧2020/21財年上半年，本集團的融資成本約為人民幣122.3百萬元，較去年同期上升約21.4%。融資成本上升主要是由於本集團期內(i)貼牌加工管理業務的匯兌損失；(ii)採納國際財務報告準則(國際財務報告準則第16號－租賃)而增加因租賃產生的利息費用；(iii)於2019年12月發行可換股債券產生利息支出；及(iv)因期內償還部分銀行貸款導致借款利息下降等綜合因素所致。

## 稅項

2020/21財年上半年，所得稅開支由約人民幣125.8百萬元上升至約人民幣156.4百萬元，實際稅率約為24.1%，與25%的標準中國所得稅稅率相若。

## 股息

董事會建議派發截至2020年9月30日止六個月中期股息每股普通股港幣3.5仙(相等於約人民幣3.0分)。中期股息將於2021年1月12日或前後支付於2020年12月23日名列本公司股東名冊的股東。

## 流動資金及財務來源

截至2020年9月30日止六個月，本集團經營活動所用的現金淨值約為人民幣689.5百萬元，於2020年9月30日的現金及現金等價物約為人民幣1,717.6百萬元。

於2020年9月30日，現金及現金等價物按貨幣單位的分佈如下：

	人民幣千元
人民幣	1,353,278
美元	164,750
英鎊	7,966
港元	190,897
日圓	124
歐元	591
<b>總計</b>	<b><u>1,717,606</u></b>

為使本集團可用現金儲備獲得較高回報，本集團已投資其他金融資產，包括中國國內銀行的保本或低風險短期投資及其他金融證券。於銀行的保本或低風險短期投資預計（非保證）回報率介乎每年1.8%至3.9%。其他金融證券指朔明德投資有限公司（本公司之間接全資附屬公司）持有的股票。於2020年9月30日，本集團的銀行借款約為人民幣631.3百萬元（2020年3月31日：約人民幣817.8百萬元），可換股債券負債部分賬面值約為人民幣1,636.7百萬元（2020年3月31日：約人民幣1,676.5百萬元）。本集團的負債比率（即：債務總額／權益總額）為21.9%（2020年3月31日：24.0%）。

本集團預期可與借貸人取得新借貸，以取代於可見的將來將會到期的現有借貸，如不可行，本集團有充裕的現金和可供出售的資產以滿足償還借貸的要求。

## 重大收購事項及出售附屬公司以及就資本資產重大投資的未來計劃

截至2020年9月30日止六個月，本集團概無重大收購或出售附屬公司。

於2020年9月30日，除於2020年10月進行的收購事項（定義見下文）外，本集團並無重大投資或資本資產收購的未來計劃。

## 或然負債

於2020年9月30日，本集團並無重大或然負債。

## 資本承擔

於2020年9月30日，本集團有約人民幣4.8百萬元有關廠房、物業及設備的未結算資本承擔(2020年3月31日：人民幣32.3百萬元)。

## 資產質押

於2020年9月30日，銀行存款約人民幣314.8百萬元已抵押予銀行作為備用信用證、銀行借貸及應付票據及信用證融資用(2020年3月31日：約人民幣414.4百萬元)。

## 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財務管理中心負責。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及銀行借款。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，本集團附屬公司的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、美元、日圓及英鎊或者兌換有關實體各自功能貨幣的匯率的任何重大波動或會對本集團造成重大影響。

面對著貨幣市場不穩定性，本集團將適時利用遠期外匯合約及外幣掉期以盡量減低匯率變動帶來之風險。

## 人力資源

截至2020年9月30日，本集團擁有8,029名全職員工(2019年9月30日：6,975名全職員工)，同比增加1,054人。截至2020年9月30日止六個月的員工成本(包括作為董事酬金的薪酬、其他津貼以及按股權結算基於股份交易的開支)約為人民幣600.5百萬元(截至2019年9月30日止六個月：約人民幣512.0百萬元)。2020/21財年上半年，本集團在品牌羽絨服的營銷團隊和終端店舖人員方面加強團隊力量，增加相關高素質人員。

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、工作表現及服務年期，以及現行市場情況釐定。為本集團僱員提供舒適、和諧的生活環境，倘非本地大學畢業生、專業技術人員及管理人員在常熟沒有住所，一經錄用，本集團為他們提供配備酒店式管理服務的員工宿舍。

## 未來發展

2020年初以來，新冠肺炎疫情爆發並蔓延，對全球經濟形勢造成了巨大衝擊；中美關係及美國大選亦為原本動蕩的環境披上一層不確定的面紗，加劇了經濟區域化趨勢。在此背景下，今年1-8月我國社會消費品零售總額下降8.6%，我國服裝零售累計同比下滑16.9%，但中國化危為機，危中尋機，有效控制了疫情，迅速調整了狀態，促進經濟復蘇與國際合作，開啟了雙循環新發展格局經濟發展的新篇章。同時，疫情雖然給一些中小型企業帶來一定的創傷，但是行業龍頭的恢復及上升力量卻愈加凸顯。後疫情時期，擁有強大品牌價值的頭部品牌，具有更快速的復蘇力和更強勁的競爭力。

**品牌羽絨服業務：**圍繞「全球熱銷的羽絨服專家」定位，以顧客價值為原點，以品牌力量引領產品、零售、供應鏈等多方面共同發力，打造品牌效益年；通過渠道結構升級、聚焦門店提質增效，帶動旺季銷售的熱潮，讓波司登贏得時代主流消費人群青睞，持續保持品牌領先地位。同時佈局中端雪中飛品牌、高性價比冰潔品牌，主動出擊，穩固基礎市場，拓展市場份額。

在品牌建設層面，本集團將在銷售旺季通過品牌大事件持續向市場發聲，持續鞏固並提升波司登品牌勢能，通過傳播、推廣內容及品銷結合加強品牌建設的效益；在渠道和門店建設層面，本集團將通過完善線上線下經營一體化、發力戰略市場、拓展戰略渠道、精細化門店經營、激發店長導購，持續提升門店經營效益；在產品建設層面，本集團將通過加強產品開發與市場需求的有機結合，加強商渠匹配力度等舉措，持續提升商品經營效益；在客戶關係管理方面，本集團將通過創新的直播等方式，持續廣泛擴大會員基數，通過收集會員的精準畫像及消費習慣等多方面信息，加強拓客拉新、加強離線銷售等新模式探索等。

**貼牌加工管理業務：**本集團將持續拓展貼牌加工管理業務的客戶基礎，均衡分佈北美、歐洲及亞太地區的客戶市場資源，有效降低風險；通過持續佈局東南亞，開發更多具備價格競爭力的生產資源，以應對不確定的風險；通過不斷提升國內及東南亞工廠的自動化水平及技術能力，提升綜合效率。

**時尚女裝業務：**展望未來，本集團將重塑團隊思維，積極鼓勵各個女裝品牌把握特有的優勢進行業務拓展，亦希望通過女裝各個品牌間資源共享，擴大品牌間的協同效應。通過對女裝各品牌的產品力、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，從而實現女裝業務復蘇和健康良性增長。

## 暫停辦理股份過戶登記

本公司將由2020年12月21日至2020年12月23日（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，此段期間將不辦理股份過戶。為符合於2021年1月12日或前後獲派建議中期股息的資格，股東須將所有正式填妥的過戶文件於2020年12月18日下午4時30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2020年9月30日止六個月，根據於2020年4月23日採納的股份獎勵計劃（「**股份獎勵計劃**」）的規則及結算契約條款，股份獎勵計劃受託人以總代價約43.7百萬港元於香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）購買合共19,340,000股股份。

除上文所披露者外，截至2020年9月30日止六個月內，本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 企業管治守則及企業管治報告

董事認為，截至2020年9月30日止六個月，本公司一直遵守上市規則附錄14所載的企業管治守則（「**守則**」）的守則條文，惟守則第A.2.1條有關規定主席與首席執行官（「**首席執行官**」）的角色應分開及不應由同一個人擔任的規定則除外。

高德康先生是本公司主席兼首席執行官以及本集團的創辦人。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，故須由同一人擔任主席兼首席執行官。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。由於本集團所有主要決策均會諮詢董事會及有關委員會成員，而董事會有三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。

## 期後事項

### 收購蘇州波司登物流有限公司全部股權

於2020年10月23日，波司登羽絨服裝有限公司（本公司之全資附屬公司）作為買方（「**買方**」）與波司登股份有限公司（一家由高德康先生（本公司之主席、首席執行官兼控股股東）唯一最終實益擁有的公司）作為賣方（「**賣方**」）訂立股權轉讓協議，據此，賣方同意出售，而買方同意收購蘇州波司登物流有限公司（「**目標公司**」）的全部股權，代價為人民幣559,817,100元（「**收購事項**」）。於本公告日期，收購事項已完成，目標公司由本集團全資擁有。

有關收購事項的進一步詳情，請參閱本公司日期分別為2020年10月23日及2020年11月2日的公告。

### 授出購股權

於2020年10月23日，本公司向本集團合資格獨立顧問Wise Triumph Group Limited授出100,000,000份購股權。有關授出購股權的進一步詳情，請參閱本公司日期為2020年10月23日的公告。

除上文所披露者外，自2020年9月30日後至本公告日期止並無重大事件發生。

### 中期業績及中期報告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。載有上市規則附錄16所需所有資料的截至2020年9月30日止六個月的中期報告，將適時分派予股東及於聯交所及本公司網頁上發佈。

承董事會命  
波司登國際控股有限公司  
董事局主席  
高德康

香港，2020年11月26日

於本公告日期，執行董事為高德康先生、梅冬女士、黃巧蓮女士、芮勁松先生及高曉東先生；獨立非執行董事為董炳根先生、王耀先生及魏偉峰博士。