



HONMA 高尔夫有限公司

(香港联交所股份代号: 6858)

HONMA 高尔夫公布截至 2021 年 9 月 30 日止六个月 录得强劲的 2021/22 财年中期业绩

- 中期收益 11,872 百万日元，分别较 2020 财年及 2019 财年同期上升 31.1% 及 12.1%
- 集团的税息折旧及摊销前利润与去年同期相比增加 4.6 倍至 2,635 百万日元
- 中期股息每股 1.5 日元

(2021 年 11 月 26 日 – 香港) 逾 60 年历史的标志性高尔夫品牌，HONMA 高尔夫有限公司 (“HONMA”或“公司”，连同附属公司，总称“集团”，股份编号：6858.HK)，欣然宣布其截至 2021 年 9 月 30 日止六个月 (“回顾期”) 的中期业绩。

创纪录的销售增长推动了所有财务指标的显著提升

回顾期内，集团在主要市场及全线产品类别中的强劲增势，令关键财务指标取得明显的提升。

回顾期内公司的净收益为 11,872.0 百万日元 (相当于 106.8 百万美元)，分别较去年同期及 2019 年同期大幅上升 31.1% 及 12.1%，反映集团的业务已从新冠疫情的负面影响中完全恢复。

按地理区域，日本及中国市场引领销售增长，其收益分别上升 105.9% 及 54.0%，而北美、欧洲及世界其他市场¹的收益亦录得双位数增幅。

集团的所有产品类别收益均录得双位数甚至三位数的增长，其中服装及高尔夫球杆销售大放异彩，分别较去年同期飙升 151.3% 及 23.9%。凭借集团的全球团队努力不懈及全情投入地推进产品组合增长战略，集团得以加快发展超性能高尔夫球杆及非球杆类别产品。

回顾期内，尽管供应链阻力颇大，集团毛利率仍上升 4.1 个百分点至 55.3%。

回顾期内除税前溢利从去年同期录得的 431.4 百万日元亏损大幅回升至 1,746.5 百万日元 (相当于 15.7 百万美元)。经营现金流量维持稳健，与去年同期相比显著扩大 43.7%

¹ “其他市场”指公司除日本、韩国、中国内地和香港、美国和欧洲以外之其他市场

至 3,702.4 百万日元 (相当于 33.3 百万美元)。

董事会建议派发截至 2021 年 9 月 30 日止六个月的中期股息为每股 1.5 日元，总金额约 908.5 百万日元，总派息比率为 67.3%。

大部分市场均呈强劲且高速增长势头

按地理区域，日本市场增势最为突出，所有渠道及产品类别销售的全面复苏推动该市场收益大幅增加 105.9%至 3,821.6 百万日元 (相当于 34.4 百万美元)。另外，集团坚持拓展零售市场及优化产品组合带动了另一个本土市场中国的表现持续强劲，收益按年增长 54.0%至 3,624.7 百万日元 (相当于 32.6 百万美元)。

来自北美、欧洲及世界其他市场的收益同样实现了大幅增长，涨幅分别达 40.7%、29.2%及 30.0%。鉴于各地政府订立的社交距离措施逐步放宽，HONMA 重启了其北美和欧洲的分销网络，并分别于两地增加 100 个及 37 个销售点，借着这些市场中打球参与度的不断提升以进一步增强品牌知名度。

然而，因意料之外的零部件短缺，韩国的收益于回顾期内下降 31.0%至 2,149.8 百万日元 (相当于 19.3 百万美元)。不过截至公告日期，此限制已得到大幅缓解，并将于 2021 年 12 月恢复货运。

所有产品类别火力全开，全线收益呈双位数甚至三位数增长

受惠于坚持不懈的产品开发及扩大市场版图，集团的所有产品类别均实现出色的销售增长。集团透过 HONMA 品牌高尔夫球杆、高尔夫球、服装及其他配件，为消费者带来完整全面的高尔夫生活体验。

HONMA 持续专注于最能代表日本传统工艺和创新技术的球杆产品，以吸引超高端和超性能细分市场的高尔夫球手。于 2021 年 1 月，HONMA 推出球杆产品家族的第二个性能提升系列 - 全新 GS 系列，专为差点值介于八到二十之间的热忱型球手而设。随着集团更深入拓展超性能细分市场，高尔夫球杆销售额较去年同期上升 23.9%至 8,719.4 百万日元 (相当于 78.5 百万美元)，占集团的总收益 73.4%，再次证明 HONMA 强大的品牌价值以及 HONMA 自 1959 年进入高尔夫行业以来应对经济挑战的能力。

除了球杆产品，HONMA 亦一直致力促进亚洲本土市场的非球杆产品业务，作为增长战略的重要支柱。

回顾期内，受惠于持续投资于产品开发，加上优化商品策划及零售经营业务，服装业务的收益显著飙升 151.3%至 1,259.3 百万日元 (相当于 11.3 百万美元)，占总收益的 10.6%。而服装收益占比更已超过分别占总收益 9.7% 及 6.2% 的高尔夫球及配件产品，

为服装业务自 2019 年春季重新推出以来首次成为集团的第二大产品类别。

高尔夫球的收益稳步增长 24.3%至 1,153.7 百万日元 (相当于 10.4 百万美元)，并以 41.1% 的复合年增长率延续六年来的辉煌成绩。集团进一步发挥领先的研发能力，推出以金字塔产品战略为核心的球类产品，同时不断提升消费者认知及市场份额。

电商销售及同店销售额激增，进一步促进零售业务发展

回顾期内，集团继续透过更优越的店铺位置、优化的商品视觉设计及陈列，扩大 HONMA 的零售业务，为消费者带来更优越的购物体验。

HONMA 为各大型高尔夫品牌中经营自营店数目最多的公司，为消费者提供 HONMA 品牌及产品的 360 度体验。截至报告期末，集团拥有 77 间 HONMA 品牌自营店，较六个月前略微减少 3 间，然而其销售额增长 34.6% 至 3,516.1 百万日元 (相当于 31.6 百万美元)，反映同店销售显著增长。

第三方零售商及批发商的零售运营在疫情过后逐步趋稳，该渠道收益上升 29.7%至 8,355.9 百万日元 (相当于 75.2 百万美元)。尤其是来自日本零售合作伙伴的销售增加 265.3%，大部分零售商结束了漫长的疫情停业，重新开门营业。回顾期末，集团的销售点增加了 182 个至 4,117 个。

值得一提的是，集团来自电商的销售于回顾期内激增 99%。集团目前在中国、日本、韩国和美国经营电商业务，期内均录得创纪录的销售业绩，其中来自中国的销售增长达 114.9%。在最近的 2021 年中国“双十一”电商促销活动中，HONMA 天猫和京东旗舰店的总成交额与去年同期相比升逾一倍。不断提速的数字营销，特别是由专门的电商团队实行的内容营销和全渠道营销助力了强劲的增长。集团认为消费者行为和商业环境急速的变化将进一步推动数字化转型和电商业务的持续发展。

重塑 HONMA 品牌

集团进一步提升 HONMA 的全球品牌定位及传讯，通过优化零售店铺的 360 度品牌体验、举办专属的客户活动和实时更新数字化内容来持续加强与超高端和超性能分部新老客户的沟通和互动，把 HONMA 品牌重塑为具有活力、时尚及国际化的高端高尔夫品牌。同时，HONMA 一直通过定期更新其全球网站和社交媒体平台，积极与热衷互联网的年轻高尔夫球手互动。

通过近年来的不断努力，HONMA 在全球高尔夫界的品牌知名度和认可度不断提升。2021 年 9 月，CNN Living Golf 在其东京奥运会系列节目中对 HONMA 进行了专题报导，向观众展示 HONMA 品牌在 60 多年来对高端高尔夫球杆制作工艺的极致追求奉献。

未来展望

随着各地政府就新冠疫情的相关限制逐步放宽，整体高尔夫行业无论在打球参与度或产品购买意欲上都获得快速增长。集团预期高尔夫球活动需求殷切，既有新参与高尔夫运动的球手，也有重投运动的球手，终端消费者及零售商的新订单数量均显著增加。集团亦预期整体高尔夫行业将逐步适应新常态。

展望未来，集团将继续遵循长期增长战略，凭借 HONMA 的品牌历史、不断扩大的销售网络、配合创新技术及传统日本工艺，打造引领全球高尔夫生活方式的品牌。面对疫情带来的不确定性，集团将继续以积极行动优化成本，尽力保持流动性及保障雇员的健康。

集团将继续努力将品牌价值转化为客户忠诚度，其自营店将作为 HONMA 独家品牌体验接触消费者的枢纽，而第三方零售商的 HONMA 店中店、高尔夫球场店及线上电子商务平台则带动客户流量。集团在巩固超高端细分市场领导地位的同时，将致力于打入快速增长的超性能细分市场，进一步提升集团在亚洲本土市场如日本、韩国及中国的市场份额。同时，集团亦将通过有针对性的产品战略和直面消费者的分销战略，致力在北美和欧洲市场实现持续增长。产品方面，集团将继续大力发展非球杆产品业务，为消费者提供全面的高尔夫生活体验，并持续进行产品创新研发以迎合最新市场趋势。

HONMA 董事会主席、总裁兼执行董事刘建国先生表示：“我们留意到近年全球高尔夫运动参与度以及消费者购买高尔夫产品的兴趣都显著增加。HONMA 的全球团队把握这一机遇，在大多数市场和所有产品业务中都取得了优秀的业绩。尽管挑战依然存在，尤其是疫情持续影响物流和供应链，且多地呈现通胀压力，但我们坚信集团能克服外部压力，稳步推进我们的长期增长战略。”

-完-

关于 HONMA 高尔夫

HONMA 高尔夫成立于一九五九年，是高尔夫行业内最负盛名的标志性品牌之一，是精湛工艺、追求卓越性能及产品质量无与伦比的代名词，揉合先进创新科技及日本传统工艺，为全球高尔夫球手提供高端、高技术及性能卓越的高尔夫球杆、高尔夫球、服装及配件。HONMA 高尔夫的产品于全球约 50 个国家出售，主要在亚洲，亦遍及北美洲、欧洲及其他地区。公司于二零一六年十月六日在香港联交所主板上市（股份编号：6858.HK）。作为唯一的垂直整合型高尔夫公司，HONMA 拥有自主设计、开发及制造能力，于亚洲具有扎实的零售布局，并提供多种高尔夫球杆及高尔夫相关产品，使 HONMA 高尔夫在亚洲及其他地区享有持续发展的优势。目前以美国和日本为代表的高尔夫成熟市场得到更多球手重新投身该项运动，而如韩国和中国等新兴及渗透率不足的高尔夫市场的民众参与度亦持续上升，HONMA 高尔夫将在正面的行业前景下获益。

如有垂询，请联络哲基杰讯：

裴琳 +852 3103 0118

刘雯莞 +852 3103 0115

honmagolf@citigatedewerogerson.com