



HONMA 高爾夫有限公司

(香港聯交所股份代號：6858)

HONMA 高爾夫公佈 2023/24 財政年度全年業績

保持穩定淨利潤增長和強勁現金流

(2024年6月28日 – 香港) 享譽世界的頂級高爾夫品牌，HONMA 高爾夫有限公司(「HONMA」或「公司」，連同附屬公司，總稱「集團」，股份編號：6858.HK)，欣然宣佈其截至2024年3月31日止年度(「回顧期」)的全年業績。

財務亮點

- 受全球經濟形勢不確定性和零售情緒的負面影響，集團的收入同比減少 11.1% 至 26,222.9 百萬日圓(相當於 182.6 百萬美元)。
- 儘管如此，得益於集團堅持獨特的品牌和定價策略，並持續優化渠道，集團毛利率同比增加 0.4 個百分點至 51.2%。
- 集團的 EBITDA 同比顯著增加 22.0% 至 7,285 百萬日圓(相當於 50.7 百萬美元)。淨利潤同比增長 48.3%；淨利率同比增加 7.4 個百分點。
- 截至 2024 年 3 月 31 日止年度，經營現金流淨額保持充裕，為 5,416.1 百萬日圓(相當於 37.7 百萬美元)，而且過去六年經營現金流淨額的複合年增長率(CAGR) 達 18.7%。
- 董事會建議末期股息為每股 1.5 日圓，連同中期股息每股 1.5 日圓，截至 2024 年 3 月 31 日止年度的總股息將為每股 3.0 日圓，派付的總股息將為 1,816.9 百萬日圓，佔集團回顧期內年度的可分派溢利約 37.6%。

主要成就

截至 2024 年 3 月 31 日止年度，HONMA 在堅持「單品牌、多品類及專注亞洲」的增長戰略的同時，保持財務穩健和現金流充裕。儘管銷售出現短期波動，HONMA 通過提高運營效率，優化亞洲分銷網絡，實現了穩固的盈利改善。因此，在回顧期內，HONMA 不僅在直營渠道和核心產品類別中繼續實現了正面的銷售增長，還實現了強勁的淨利潤、淨利率和經營現金流的提升，再次證明了公司在波動的經濟大環境下仍能展現出優秀的管理能力和業務的韌性。

專注於高利潤的直營渠道，實現高質量的增長

回顧期內，直營渠道的表現繼續強勁，截至2024年3月31日止年度，直營渠道收入從 10,217.0 百萬日圓同比增長 7.2% 至 10,952.2 百萬日圓，主要得益於日本和中國內地的直營銷售增長，分別增長了 16.0% 和 15.7%。此外，直營渠道毛利率同比增加 7.0 個百分點

至**56.8%**。

在各大型高爾夫公司中，**HONMA**擁有最多數目的自營店。自營店為客戶提供**360度**的**HONMA**品牌體驗，讓消費者對**HONMA**品牌及產品有直觀的感受和互動。於**2024年3月31日**，集團於亞洲設有**95間HONMA**品牌自營店，期間淨增加了**5間**自營店。集團計劃持續更新自營店的設計、視覺陳列及消費者體驗，呈現統一的品牌形象及完善的消費者體驗。

同時，通過更好地專注於各個市場上更為優質的零售商，**HONMA**戰略性地重新佈局其批發渠道。因此，來自第三方零售商及批發商的收入同比減少**20.8%**。截至回顧期止年度，在歐洲和美國的渠道優化工作已經基本完成，但在本土市場（日本、韓國和中國（包括香港和澳門））的優化工作仍在進行中。

顯著的電子商務增長，公域私域全覆蓋，收入同比增長 17.4%，

建立一個強大而活躍的數字生態系統，已成為**HONMA**增長戰略的關鍵部分。上一回顧期內，電子商務收入同比增長**17.4%**。線上營銷的急速發展為品牌的自然訪問流量及用戶停留時長、客戶的消費轉換率等帶來良好的增長。

此外，為了提升客戶忠誠度，集團於中國升級客戶關係管理（**CRM**）系統，以覆蓋所有的銷售觸點，並通過精細化的運營、提供優厚的福利以提升客戶忠誠度。集團的**CRM**系統升級後，新會員數量持續增長，中國的總會員數同比增長**43.7%**，購買轉化率和回購率也一齊實現了良好的增長。

客戶活動向來是 **HONMA** 重要的客戶觸達場景，亦是提升品牌知名度及消費者互動的重要一環。回顧期內，**HONMA** 在各主要市場共舉辦 **3,564** 場客戶活動，大部分於高爾夫球場進行，且在場配有專業調杆師及銷售員。雖然客戶活動的總數略有減少，但單場活動的平均參與度和銷售轉化率均有所提高。

針對超高端和超性能細分市場的獨特產品定位

於最新開發的、專為富裕的熱忱型高爾夫球手而設的 **BERES** 及 **TOUR WORLD** 產品中，**HONMA** 應用了多項創新的專利技術設計。

隨著 **BERES 09** 及 **BeZEAL 3** 於 **2024** 年初面世，截至 **2024** 年 **3** 月 **31** 日止年度，**BERES** 系列球桿在日本的收入同比上升 **19.6%**，**BeZEAL 3** 在多地的收入同比增加 **6.0** 倍，再次證明 **HONMA** 強大的品牌價值、在行業中的獨特產品定位以及對其消費者的深入理解。

服飾業務快速增長，毛利率大幅提升

截至 **2024** 年 **3** 月 **31** 日止年度，服飾收入同比增長 **4.9%** 至 **3,157.5** 百萬日圓，毛利率同比增加 **16.8** 個百分點達 **43.5%**。儘管中國大陸消費者信心疲弱，但服飾收入仍繼續

其增長勢頭，錄得 23.2%的同比增長，毛利率達 62.0%。

重塑 HONMA 品牌，打造 360 度品牌體驗

HONMA 啟動多項計劃改善全球品牌定位及與目標消費者的溝通。為了迎合熟悉網絡的年輕高爾夫球手，HONMA 已重塑為充滿活力、價值鮮明及高端專業的高爾夫生活方式品牌。HONMA 持續升級全球網站及社交媒體平台，在所有電子平台上作出定期及頻繁的視覺及內容更新，持續提高其品牌和產品在年輕高爾夫球手中的知名度及吸引力。

HONMA 聘用領先的設計及營銷公司來翻新其零售空間，以在主要市場提供終極的品牌體驗及量身訂製的消費者旅程。截至 2024 年 3 月 31 日止年度，HONMA 利用先進技術統一採用新的零售視覺形象、設計理念及消費者體驗元素，在中國開設 14 間新店舖，在日本開設 1 間新店舖，並在亞洲其他地區開設 2 間新店舖。此外，HONMA 亦使用相同的設計理念在美國、日本及中國升級多間店中店，以在所有主要市場呈現完整一致的消費空間及體驗。

業務展望

展望未來，HONMA 將繼續執行其增長策略，憑藉 HONMA 的品牌歷史、其不斷优化的經銷網絡及創新技術加上傳統日本工藝，打造引領全球高爾夫生活方式品牌。HONMA 將持續強化 HONMA 品牌價值並轉化為客戶忠誠度；不斷鞏固超高端細分市場領導地位，同時紮實打入快速增長的超性能細分市場，進一步提升集團在本土市場的市場份額；基于產品迭代及經銷策略，在北美及歐洲實現可持續增長；發展非球桿產品線為客戶提供全面的高爾夫生活體驗；持續產品創新和發展以迎合最新市場趨勢。

HONMA 董事會主席、總裁兼執行董事劉建國先生表示：「我們在 2024 財年的表現展現了我們在面對充滿挑戰的市場環境時的韌性和戰略前瞻性。通過專注於高利潤渠道、產品創新和數字化轉型，我們不僅加強了財務實力，還擴大了市場影響力，在本土市場的核心高爾夫人群中提升了市場滲透率。此外，我們持續專注於優化分銷渠道，以確保業務持續改善。展望未來，我們將充分發揮品牌傳承和創新能力，促進可持續業務發展，並致力為持份者創造卓越價值。」

-完-

關於 HONMA 高爾夫

HONMA 高爾夫成立於 1959 年，是高爾夫行業內最負盛名的標誌性品牌之一，是精湛工藝、追求卓越性能及產品質量無與倫比的代名詞，揉合先進創新科技及日本傳統工藝，為全球高爾夫球手提供高端、高技術及性能卓越的高爾夫球桿、高爾夫球、服飾及配件。

作為唯一的垂直整合型高爾夫公司，HONMA 擁有自主設計、開發及製造能力，於亞洲具有扎實的零售佈局，並提供多種高爾夫球桿及高爾夫相關產品，使 HONMA 高爾夫在

亞洲及其他地區享有持續發展的優勢。目前以美國和日本為代表的高爾夫成熟市場得到更多球手重新投身該項運動，而如韓國和中國等新興及滲透率不足的高爾夫市場的民眾參與度亦持續上升，HONMA高爾夫將在正面的行業前景下獲益。

在過去幾年中，HONMA積極重塑品牌，為了吸引互聯網時代的年輕消費群體，HONMA致力於將品牌重塑為充滿活力、與時共進及國際化的高爾夫品牌。集團通過保留由一名資深球員和五名被高爾夫行業視為後起之秀的女球員組成的TEAM HONMA，繼續擴大其在亞洲的巡迴賽事影響力，並與主要亞洲市場的教練和品牌大使合作。集團還在日本和中國的零售分銷網絡和電子商務方面進行了重大投資，以為忠實消費者和年輕高爾夫球手提供統一且優化的消費體驗和旅程。

如有垂詢，請聯絡哲基傑訊：

王融融 +852 3103 0125

honmagolf@citigatedewerogerson.com