



**HONMA Golf Limited**  
**本間高爾夫有限公司**  
(股份編號: 6858)

**HONMA高爾夫公佈 2019/2020財年全年業績**  
**儘管受 COVID-19 影響 來自韓國、歐洲及高爾夫球的收益**  
**仍錄得雙位數增長**  
**2021 財年第一季度亞洲市場強勁復蘇**  
**宣派末期股息每股 1.50 日圓**

(2020年6月15日—香港) 高爾夫行業內最負盛名的標誌性品牌之一，本間高爾夫有限公司(「HONMA 高爾夫」或「公司」，連同附屬公司，總稱「集團」，股份編號：6858.HK) 公佈其截至2020年3月31日止年度(「期內」)的綜合全年業績。

COVID-19 疫情出現前，公司業務表現強勁，並預期能於年結時做出理想業績。然而疫情衝擊公司位於中國的供應商的生產基地，並影響了亞洲、北美及歐洲主要市場。導致全年收益(按可比匯率計)按年下調 13.9% 至 23,787.2 百萬日圓(相等於 217.5 百萬美元)。主要市場方面，韓國及歐洲市場分別按年增長 13.6%及 15.2%，再次證明集團的產品組合及品牌知名度強大穩健，且具抗逆力。撇除中國及日本的經濟於截至 2020 年 3 月 31 日止年度第四季大部份時間均受影響，全年收益增加 7.9%。

由於 COVID-19 影響了公司供應商的生產運作，且於 2019 年 12 月及 2020 年 1 月推出的兩款主要球桿產品的營銷和零售受阻，期內高爾夫球桿的收益減少 15.8%。儘管如此，北美和歐洲市場針對高端性能區間消費者的 TOUR WORLD 球桿家族增長卻十分亮眼，分別達到 51.6%和 73.3%。

高爾夫球桿業務佔集團總收益的 79%。而近年，HONMA 持續並加快發展高爾夫球的銷售，並重新推出服裝業務，為消費者提供更全面的高爾夫產品系列。儘管受到疫情負面影響，高爾夫球的收益依然按年上升 22.5%，服裝銷售額整體按年增長 0.7%，日本及韓國的服裝銷售分別按年增長 19.0%及 125.7%。

集團的毛利率按年下降 6.9 個百分點，主要由於 COVID-19 影響了產品的生命周期，公司兩款主要球桿產品的營銷活動未能於年底前全面展開。

儘管 COVID-19 對全球經濟和商業環境帶來挑戰，公司仍然保持經營盈利，稅前經營溢利為 405.1 百萬日圓。年內虧損淨額為 732.4 百萬日圓，其中包括一次性會計匯兌虧損淨額 574.2 百萬日圓。

董事會建議末期股息為每股 1.50 日圓，連同於 2019 年 9 月 2 日派發的每股 8.21 日圓的特別股息，及中期股息每股 1.64 日圓，派發股息總額將為每股 11.35 日圓，總派息比率為 49.4%。

### **重塑 HONMA 品牌**

為面向網絡時代的年輕高爾夫球手，集團把 HONMA 品牌重塑為有活力、貼近消費者的國際化高爾夫品牌，並圍繞重新定義的品牌打造端對端的數字生態系統，吸引頂級及高端性能分部的高爾夫球手，公司採取了多項措施改良全球品牌定位及傳播戰略，包括重整全球網站及社交媒體平台，HONMA 的線上平台自然流量、轉換率及其他線上參與度指標均實現每月增長。

集團亦開始升級其客戶關係管理（「CRM」）系統，並於日本、中國及美國等主要市場增添多個電子商務功能及面向消費者的定制工具，為消費者提供終極 360 度品牌體驗，強化與消費者的直接溝通，從而增加線上及線下的銷售額。

### **於北美及歐洲繼續執行增長戰略**

期間，公司於北美市場持續執行消費者直銷的經銷模式，在北美四十多個零售點安裝 HONMA 品牌陳列／定制裝置以提升店鋪形象。與此同時，集團起用流動試打貨車策略，將 HONMA 的完整試打體驗帶到高爾夫球手的主場。於 2020 年 1 月，公司擁有 9 架流動貨車，並將於 2020 年夏季增至 14 架。

此外，公司於 2019 年四月中旬推行全新的電商網站，透過社交媒體的精準定位及搜尋引擎優化來實行不同的線上營銷工作。截至 2020 年 3 月 31 日止年度，公司錄得 566,664 次的網站訪問量，平均訂單價值超過 1,000 美元。儘管受到 COVID-19 的影響，踏入 2020 年 4 月，電商的增長趨勢依然持續。2021 財年年初的強勁表現亦充分反映出 HONMA 於拓展北美市場的第二年，在品牌建設及提升消費者興趣方面均取得積極成效。公司有信心其策略有助 HONMA 在北美建立據點、提升品牌知名度及忠誠度，以及帶動高收益增長率的最佳機會。

歐洲方面，HONMA 持續擴大其經銷網絡，期內開設 68 個新銷售點（「銷售點」），令銷售點總數增至 2020 年 3 月 31 日的 540 個。

### **產品組合優化**

HONMA 持續致力應用嶄新科技及精湛日本工藝以設計、開發及製造一系列製作精美且性能卓越的高爾夫球桿。期內，HONMA 應用多項創新的專利技術設計及開發 TOUR WORLD 球桿產品家族的首個技術提升系列 - 全新的 XP 系列。TOUR WORLD 產品於北美及歐洲的銷售分別增加 51.6% 及 73.3%，再一次肯定了公司優化球桿產品組合的決策。

### **全球銷售及經銷網絡**

HONMA 在主要高爾夫產品公司中，經營最多數目的自營店。於 2020 年 3 月 31 日，集團擁有約 3,911 個銷售點，按年增加 177 個。其中 79 間為 HONMA 品牌自營店（6 間設有配備先進技術的試打中心）。

## 業務展望

展望將來，本間高爾夫有限公司董事長、總裁兼執行董事劉建國先生表示：「集團將繼續憑藉 HONMA 品牌的悠久歷史及雄厚實力、其不斷擴展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的企業。」

在截至 2021 年 3 月 31 日止年度，高爾夫行業將繼續面臨多重挑戰，包括持續爆發甚至有加劇風險的 COVID-19 疫情，該疫情已經造成並將繼續造成市場波動及經濟不穩定。

截至本新聞稿發佈日期，公司大部分暫時關閉的自營店已經重開，但多個國家（尤其是亞洲以外的市場）的零售合作夥伴仍處於關閉狀態。公司已看到已解除封鎖措施的市場對高爾夫的參與度已有所提高，預期高爾夫行業由 2020 年 7 月起將逐步回復到新常態。

集團有信心緩減 COVID-19 爆發造成的不利影響，同時保護雇員和團隊的健康及安全。同時集團認為，為了給中長期發展打下堅實基礎，截至 2021 年 3 月 31 日止年度將會是執行發展戰略的關鍵一年。

HONMA 將以鞏固頂級分部領導地位，同時紮實打入快速增長的高性能分部，全面抓住頂級及高端性能分部中特有的機遇，提升集團在本土市場，包括日本、韓國及中國的市場份額。於北美，HONMA 致力於未來 18 至 24 個月內，另外開設 30 至 40 間高端店中店及 20 至 30 間零售樞紐。

集團亦將發展非球桿產品線為客戶提供完整高爾夫球生活方式，並同時升級了在日本、中國及韓國的服飾銷售團隊，利用與伊藤忠的合作關係搭建了優質的長期供應商網絡。

集團將持續產品創新和發展以迎合最新市場趨勢，並投入大量資源進行新產品開發，以確保實現此目標。

## 關於 HONMA 高爾夫

HONMA 高爾夫成立於一九五九年，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超卓的代名詞。HONMA 高爾夫的產品於全球約 50 個國家售，主要在亞洲，亦遍及北美洲、歐洲及其他地區。公司於二零一六年十月六日在香港聯交所主板上市（股份編號：6858.HK）。作為唯一的垂直整合型高爾夫公司，HONMA 高爾夫擁有自主設計、開發及製造能力，於亞洲具有紮實的零售佈局，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持續發展具有優勢。眼下在以美國和日本為代表的高爾夫成熟市場更多球手重新投身該向運動，在新興及滲透率不足的高爾夫市場（如韓國和中國），民眾參與度持續上升，HONMA 高爾夫將在正面的行業氣候下獲益。

- 完 -

媒體垂詢:

偉達公共關係顧問

林貴珍

電話 : +852 2894 6211

張小潔

電話 : +852 2894 6258

電郵: [honma@hkstrategies.com](mailto:honma@hkstrategies.com)

本間高爾夫有限公司 - 2019/2020 財年全年業績

其他投資者關係查詢，請聯繫 HONMA 投資者關係部：  
電話: +86 21 6888 0123 電郵: [ir@honma.hk](mailto:ir@honma.hk) or  
或訪問公司網站: <https://www.honmagolf.com>