



**HONMA 高爾夫有限公司**

(香港聯交所股份代號: 6858)

**HONMA 高爾夫公佈 2020/21 財年年度業績**  
**無懼疫情迎難而上**  
**中國及韓國業務錄得顯著增長 非球桿業務增長強勁**  
**宣派末期股息每股 1.7 日圓**

(2021年6月28日 – 香港) 逾60年歷史的高端高爾夫品牌，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2021年3月31日止(「回顧期」)年度的綜合業績。

**關鍵財務指標逆勢而上錄得顯著改善**

回顧期內，公司業務表現強勁復甦，成功抵禦新冠疫情對高爾夫行業及業務運營持續的負面影響，全部財務指標均取得了顯著改善。

公司全年收益錄得22,735.1百萬日圓(相當於208.2百萬美元)，按固定匯率基準同比輕微下降4.9%。值得一提的是，得益於高爾夫參與度以及消費意欲的空前增長，回顧期內中國、韓國及其他市場<sup>1</sup>的收益按固定匯率基準分別錄得98.2%、14.2%及13.4%的強勁增幅；剩餘市場的收入則因疫情影響出現下滑。公司近年來在非球桿業務的增長策略亦開始展現成效，期內高爾夫球和服飾業務按固定匯率基準分別實現20.2%和35.3%的收入增幅。同時，公司實現扭虧為盈，全年除稅前溢利顯著上升至2,420.3百萬日圓(相當於22.2百萬美元)，較上一年有顯著提升。毛利率在回顧期內穩定維持於50.3%。經營現金流大幅增加612.9%至3,982.8百萬日圓(相當於36.5百萬美元)。

董事會建議派發末期股息為每股1.7日圓，連同已派付的中期股息每股1.5日圓，年度的總股息將為每股3.2日圓，總派息比率為14.5%。

**HONMA 董事會主席、總裁兼執行董事劉建國先生表示：**「新冠疫情的爆發以及政府實施保持社交距離等應對措施導致零售行業放緩，為業務經營帶來了嚴峻挑戰，而年初

---

<sup>1</sup>“其他市場”指公司除去日本、韓國、中國內地和香港、美國和歐洲的其他市場

HONMA 推出兩款最新球桿產品的時間遺憾地與疫情爆發重合。在疫情中，公司的大多數零售門店均被迫採取了不同程度的關店。不過，隨著疫情相關限制放寬，全球範圍內消費意向及打球參與度提高，高爾夫行業也開始逐漸復甦。公司下半年業務反彈強勁，與上半年相比取得了顯著的銷售增長。HONMA 管理層對未來行業復甦的前景十分樂觀。」

### **中國及韓國市場錄得強勁增長**

按地理區域，受益於中國較快的疫情復甦且 HONMA 於疫情爆發前成功推出新產品，按固定匯率基準，中國（包括香港及澳門）的收益按年大幅增加 98.2% 至 5,512.0 百萬日圓。值得一提的是，中國對新冠疫情的有效控制及其強勁的復甦態勢為公司在該市場的業務增長奠定了堅實的基礎。另外，在後疫情時代，大眾追求健康生活方式的新趨勢帶動了中國消費者對高爾夫用品和服飾的需求。

HONMA 在另一個重要市場韓國連續第八年錄得雙位數增長，回顧期內收益增加 14.2% 至 6,383.4 百萬日圓。公司持續透過推出優質產品和密集的電視及社交媒體宣傳增加其韓國市場份額，提升 HONMA 品牌及產品知名度以及最終實現產品的銷售轉化。公司亦持續加大對本地業務的投入，在高爾夫球及服裝業務板塊推進直面消費者的銷售模式。

在其他區域市場錄得收益下降主要是由於新冠疫情在該等地區延綿不絕甚至加劇。按固定匯率基準計，回顧期內來自日本、北美及歐洲的收益分別下降 39.7%、25.8% 及 25.0%。

### **成功的產品戰略推動了高爾夫球桿和非球桿業務的財務增長**

回顧期內，受益於公司自 2019 年以來對非球桿業務板塊的投入，日本、韓國和中國的非球桿業務渠道持續擴張，產品進一步提升，高爾夫球、服裝及配飾收入增長良好，符合公司預期。HONMA 近年來加快推動高爾夫球業務，並重新推出了其品牌服裝線，以在超高端和超性能細分市場打造全面的高爾夫產品組合。

高爾夫球的收益在回顧期內按固定匯率基準增加了 20.6% 至 2,659.2 百萬日圓。隨著高爾夫球銷售收入在過去數年來持續錄得中雙位數增長，公司進一步優化產品開發資源，推出自主專利高爾夫球，以突顯 HONMA 品牌定位且滿足其球桿消費者的喜好和性能需求。

服裝的收益在回顧期內增加 35.3% 至 1,727.0 百萬日圓，期內推出了 2020 年秋冬系列和 2021 年春夏系列兩季服飾線。2019 年 1 月，HONMA 在亞洲本土市場重新推出了服裝系列，其中包括三條副綫，可滿足日本、中國和韓國高爾夫球手在球場內外的不同需求。

同時，HONMA 繼續專注於最能代表日本傳統工藝和創新技術的球桿產品，以吸引超高端和超性能細分市場的球手。公司在 2021 年 1 月推出 GS 系列，為 TOUR WORLD 家族的第二個球技提升系列，以充分挖掘其在超性能市場的增長潛力，而該細分市場亦是迄今為止大多數主要高爾夫市場中增長最快的分部。回顧期內，受新產品帶動，中國、韓國及世界其他市場<sup>1</sup>的高爾夫球桿銷售額合共增長 30.1%，其中中國市場球桿銷售按固定匯率基準增幅高達 125.6%，再次證明 HONMA 的強大品牌價值以及 HONMA 自 1959 年進入高爾夫行業以來應對經濟挑戰的能力。其他市場的高爾夫球桿業務則受當地政府應對疫情的步伐與舉措影響，發展受到阻滯。

### 電商流量和銷售轉化率飆升，成功賦能直面消費者模式

儘管全球零售業務面臨挑戰，HONMA 的 80 家自營店依然展現了增長韌性，回顧期內收益增長 12.2% 至 5,972.6 百萬日圓（約合 54.7 百萬美元）。儘管公司於日本、中國及世界其他地區的零售環境遭受了嚴峻挑戰，但得益於零售營運持續優化，其自營店的銷售額仍然保持穩健，單店銷售額顯著增長。此外，電商業務在回顧期內的銷售額錄得強勁增長，同期增長達 262%。

按固定匯率基準計，來自第三方零售商及批發商的收益則減少 9.8%，主要是由於公司的零售合作夥伴因停業期影響而減少存貨。在北美市場，HONMA 減緩了第三方店中店的開設，而繼續流動貨車的零售覆蓋，在疫情期間依然能夠將 HONMA 的試打體驗帶到目標消費球手的主場。

近年來，公司對電商渠道的長期投資帶來了積極的回報，有助於方便消費者瞭解及搜索 HONMA 產品、當地零售商或試打體驗。得益於此，當疫情期間消費者因居家限制轉為線上購物，公司能夠迅速應對其消費習慣的轉變。同時，公司對其在中國最大的電商平台天貓和京東的旗艦店進行了全面的視覺升級並加強了內容營銷，期內銷售額實現為同比的四倍，而公司在日本和北美地區的自營電商網站於期內實現銷售額亦翻倍。此外，HONMA 升級了 CRM 客戶關係管理系統，增添面向消費者的在綫定制界面，為消費者提供終極 360 度品牌體驗，強化 HONMA 與消費者的直接溝通，以更好地瞭解客戶需求和進一步提升客戶忠誠度，從而最終增加線上及線下銷售額。

### 重塑 HONMA 品牌

公司一直致力於提升和重塑 HONMA 品牌，通過優化零售店鋪的 360 度品牌體驗、舉辦專屬的客戶活動和實時更新數字化內容來持續增進與超高端和超性能分部新老客戶的溝通和互動，強化 HONMA 高端、有活力、現代及全球化的品牌形象。公司亦積極吸引千禧一代的年輕消費群體的關注，期內與六名日本女子高爾夫新星簽訂贊助合約，並在多個市場的與當地職業球手、教練以及網絡意見領袖進行合作。

---

<sup>1</sup>“其他市場”指公司除去日本、韓國、中國內地和香港、美國和歐洲的其他市場

此外，公司還透過社交媒體的再行銷及搜尋引擎優化來推進多項電子營銷工作，以帶動官方網站流量及鎖定潛在顧客，致力於在全球市場打造一个形象統一、充滿活力的信息發佈平台和品牌形象，以進一步助力迅猛發展的數字化營銷內容，延續其每月雙位數自然流量增長的勢頭。

## 未來展望

隨著亞洲、歐洲以至北美地區開始逐漸放寬新冠疫情的相關限制，全球範圍內對高爾夫的產品購買意欲和打球參與度復甦勢頭強勁。早前一度被壓抑的高爾夫消費需求得到釋放，新老高爾夫球手明顯增加，終端消費者和零售商的新訂單均有反彈，預計高爾夫行業將逐步進入新常態。

展望來年，公司將繼續執行其長期增長策略，憑藉 HONMA 的品牌歷史、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。面對新冠疫情帶來的不確定性，本公司將繼續採取積極行動以降低成本，最大化流動性並保障僱員的健康。

公司將會繼續優化 HONMA 品牌價值，並以此提升客戶忠誠度。以日本、中國、韓國、美國和歐洲的品牌旗舰店作為 HONMA 全新的消費者連接核心，並為第三方店中店、高爾夫球場店及線上電商平台導流。在地域方面，公司將巩固日本、韓國及中國等本土市場超高端細分領域的市場主導地位，並進一步提升快速增長的超性能分部市場份額。同時，在北美以升級產品和 DTC 經銷策略帶動增長。產品方面，公司將繼續發展非球桿產品線，為消費者提供全面的高爾夫生活方式體驗，並持續推進產品創新研發以迎合最新市場趨勢。

**HONMA 董事長劉建國先生**談道：「公司將於今年迎來 HONMA 成立六十三週年。我們欣喜地公佈又一年穩健及強勁的業績，即使是面對疫情的挑戰 HONMA 也始終迎難而上。基於後疫情時代的逐步復甦，公司將會密切關注外部挑戰的發展態勢，繼續審視我們既有的業務戰略，並採取必要行動以管控業務風險，且保障員工及團隊的健康與安全。同時，本公司將會繼續推動可持續發展，全力以赴為股東創造長期價值。」

-完-

## 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、服裝及配件。HONMA 高爾夫的產品於全球約 50 個國家出售，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 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。

如有垂詢，請聯絡哲基傑訊：

裴琳 +852 3103 0118

劉雯瑩 +852 3103 0115

[honmagolf@citigatedewerogerson.com](mailto:honmagolf@citigatedewerogerson.com)