



即時發佈

2019 年 11 月 29 日



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財年中期業績 宣佈派發中期股息每股1.64日圓 TOUR WORLD 產品家族、高爾夫球及服裝 收益分別增長 73%、54%及 53%

(2019 年 11 月 29 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 2019 年 9 月 30 日止六個月(「報告期內」)的綜合中期業績。

截至 2019 年 9 月 30 日止六個月，公司堅定地遵循其增長策略並取得顯著成就，公司相信這將繼續帶來令人滿意的業務進展和業績。

為了支持集團的增長戰略，特別是與美國業務有關的戰略，集團去年決定優化其球桿產品組合，以更加專注於超高端(BERES)及高端性能(TOUR WORLD)消費區間，並停止 Be ZEAL 家族產品的更新。因此，公司期內收益按固定匯率基準計減少 7.0%，直接原因為 Be ZEAL 重新定位帶來的一次性影響；而 TOUR WORLD 家族產品的收益增長 73.1%，再次印證集團針對快速增長的頂級性能消費區間所調整的產品定位和戰略意圖。

期內高爾夫球收益增長強勁，同比增長 53.5%，原因為產品綫的不斷豐富及在日本、韓國及中國更深入的經銷網絡。得益於集團服裝業務重整後推出的全新設計開發的產品系列，服裝銷售額增長 53.1%。非球桿類別的銷售額貢獻較上個財年同期的 18.5% 進一步提高至本期內的 23.7%。

地理區域方面，來自韓國的收益增長 51.4%，在增長率方面領先，其次是中國內地和歐洲，均增長 9.4%。由於集團球桿產品組合的上述調整，以及集團於 2020 財年下半年計劃推出新一代 BERES 而逐步淘汰 BERES 06，來自日本和北美的收益分別下降 21.7%和 22.7%。期內，集團在深入亞洲本土市場的同時，擴大在北美和歐洲成熟高爾夫市場的業務。集團在美國採用直接面向消費者的經銷模式，並實施了包括頂尖專業球手代言等有效的營銷策略，從而不斷提升 HONMA 高爾夫在該兩個市場的品牌形象和產品認知度。截至 2019 年 9 月 30 日止六個月內，集團在北美和歐洲的銷售點分別淨增加 25 個和 95 個。

集團毛利率較 2018 年同期下降 9.4 個百分點，原因是產品組合占比變化的負面影響(向高端性能型球桿和非球桿產品傾斜)，以及同樣導致收入減少的一次性和季節性影響。經營溢

本間高爾夫 - 2019/2020 財年中期業績

利淨額下降 72.5%，乃由於擴大經銷網絡涉及的前期投資以及用於推動主要市場和產品類別增長的品牌資產投入。

鑒於公司對增長戰略充滿信心，且賬面現金充裕，董事會宣佈派發中期股息每股 1.64 日圓，總計約 1,000 百萬日元，佔集團可分派溢利約 7.0%。

產品組合優化

HONMA 高爾夫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。公司專注於超高端及高端性能消費區間的產品，期內公司應用多項創新的專利技術設計，于 TOUR WORLD 家族下推出了首個技術提升系列—全新的 XP 系列，專為差點值介於 8 到 20 之間的熱忱型高爾夫球手而設。XP-1 於 2019 年 9 月面世，推動 TOUR WORLD 產品家族銷售額較截至 2018 年同期上升 73.1%。

2019 年 1 月，HONMA 高爾夫在日本及中國推出服裝系列，其中包括三條產品線，滿足高爾夫球手在球場內外的不同需求。期內服裝銷售額增長 53.1%，大部分銷售額來自 2019 年春/夏季服裝系列。

在北美及歐洲繼續執行增長戰略

期內，美國管理團隊開始執行直接面向消費者的經銷戰略，戰略的明確目標是接觸新一代熟悉互聯網的高爾夫球手。2019 年 10 月，HONMA US 正式開設旗艦店 HONMA House，截至 2019 年 11 月 29 日，在目標消費者頻繁出沒的地區開設了 13 家店中店。集團致力於在未來 18 至 24 個月內陸續在北美開設約 30 間高端店中店及 30 至 50 個零售樞紐。

在歐洲，HONMA 高爾夫持續擴充經銷網絡，開設 101 個新銷售點，令銷售點總數於 2019 年 9 月 30 日前增至 613 個。按固定匯率基準計銷售額增長 9.4%，TOUR WORLD 銷售較 2018 年同期增長 6.89 倍。

重塑 HONMA 品牌

為了面向熟悉網絡的年輕高爾夫球手，把 HONMA 高爾夫品牌重塑為充滿活力、引人入勝及國際化的高爾夫品牌，公司在提升數碼溝通方面採取了多項措施，加強線上業務能力及打造數字生態系統，為自然流量、轉換率及其他數位參與度指標帶來了每月雙位數的增長。

2019 年初，公司宣佈與 HONMA 高爾夫全球品牌大使 Justin Rose 簽訂長期合作關係。透過 Justin Rose 的國際影響力、傳媒報道及社交媒體關注，此重要里程碑即時提升了 HONMA 高爾夫於美國及歐洲的曝光率及關注度。

最近在美國進行的一項針對一千多名消費者的調查顯示，對 HONMA 高爾夫的品牌提示知名度已提高至 63%，其中近一半的受訪者將該品牌與在北美賽事的品牌曝光增加聯繫在一起。

全球銷售及經銷網絡

HONMA 高爾夫在各大型高爾夫產品公司中擁有最多數目的自營店。為盡可能滿足熱忱型高爾夫球愛好者的需求，部分 HONMA 高爾夫品牌自營店提供試打中心，配備高速攝像機及精度軟件，以捕捉相關揮桿數據。截至 2019 年 9 月 30 日，集團擁有 6 間試打中心。於 2019 年 9 月 30 日，集團有約 3,898 個銷售點，較 2018 年同期增加 283 個銷售點。

業務展望

展望未來，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：「我們將繼續憑藉 HONMA 高爾夫品牌的悠久歷史及雄厚實力、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。」

集團致力於優化 HONMA 高爾夫品牌價值並轉化為客戶忠誠度。為了全面抓住 HONMA 高爾夫在頂級及高端性能分部中特有的機遇，我們已實施多項品牌及營銷戰略，彰顯 HONMA 高爾夫品牌傳承的精神及著重頂級優質工藝及質量的核心價值。

在本土市場，集團將不斷鞏固超高端區間的領導地位，同時扎實打入快速增長的高端性能分部，進一步提升集團於本土市場市場份額。我們相信超高端區間在提升市場份額方面有很大的空間。集團計劃進一步豐富 TOUR WORLD 產品家族，在加入性能增強產品的同時，通過因 Justin Rose 加盟成為全球品牌大使而提升 HONMA 高爾夫在國際賽事的曝光率。

同時，透過更新的產品及經銷戰略，我們將進一步帶動北美市場增長，並計劃於未來 18 至 24 個月在北美開設約 30 間高端店中店及 30 至 50 間零售樞紐。隨著高爾夫球手的數目日益傾向於頂級性能產品，北美市場正持續回升。新推出的技術提升系列 XP 將極大地支持 HONMA 高爾夫在北美的增發展戰略。XP-1 於 2019 年 9 月正式推出，將成為未來北美銷售增長的關鍵增長動能。

集團亦將持續發展非球桿產品綫，為客戶提供完整高爾夫球生活方式。HONMA 高爾夫已推出兩個服裝系列，即 2019 年春/夏系列及 2019 年秋/冬系列，面向日本、中國及韓國的消費者。集團同時升級了在所有三個市場的服裝銷售團隊，並利用與 ITOCHU 的合作關係搭建了優質的長期供應商網絡。

此外，集團將持續實現產品創新及發展，以跟上產品供應的最新市場趨勢。集團將投入充裕的資源進行新產品開發，以確保實現這一目標。

關於本間高爾夫有限公司

本間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。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 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項運動，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

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 or

或訪問公司網站: <https://www.HONMAGolf.com>