



HONMA 高尔夫有限公司

(香港联交所股份代号: 6858)

HONMA 高尔夫公布 2020/21 财年年度业绩
无惧疫情迎难而上
中国及韩国业务录得显著增长 非球杆业务增长强劲
宣派末期股息每股 1.7 日元

(2021年6月28日 – 香港) 逾60年历史的高端高尔夫品牌，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3月31日止 (“回顾期”) 年度的综合业绩。

关键财务指标逆势而上录得显著改善

回顾期内，公司业务表现强劲复苏，成功抵御新冠疫情对高尔夫行业及业务运营持续的负面影响，全部财务指标均取得了显著改善。

公司全年收益录得22,735.1百万日元 (相当于208.2百万美元)，按固定汇率基准同比轻微下降4.9%。值得一提的是，得益于高尔夫参与度以及消费意欲的空前增长，回顾期内中国、韩国及其他市场¹的收益按固定汇率基准分别录得98.2%、14.2%及13.4%的强劲增幅；剩余市场的收入则因疫情影响出现下滑。公司近年来在非球杆业务的增长策略亦开始展现成效，期内高尔夫球和服饰业务按固定汇率基准分别实现20.2%和35.3%的收入增幅。同时，公司实现扭亏为盈，全年除税前溢利显著上升至2,420.3百万日元 (相当于22.2百万美元)，较上一年有显著提升。毛利率在回顾期内稳定维持于50.3%。经营现金流大幅增加612.9%至3,982.8百万日元 (相当于36.5百万美元)。

董事会建议派发末期股息为每股1.7日元，连同已派付的中期股息每股1.5日元，年度的总股息将为每股3.2日元，总派息比率为14.5%。

HONMA 董事会主席、总裁兼执行董事刘建国先生表示：“新冠疫情的爆发以及政府实

¹“其他市场”指公司除去日本、韩国、中国内地和香港、美国和欧洲的其他市场

施保持社交距离等应对措施导致零售行业放缓，为业务经营带来了严峻挑战，而年初 HONMA 推出两款最新球杆产品的时间遗憾地与疫情爆发重合。在疫情中，公司的大多数零售门店均被迫采取了不同程度的关店。不过，随着疫情相关限制放宽，全球范围内消费意向及打球参与度提高，高尔夫行业也开始逐渐复苏。公司下半年业务反弹强劲，与上半年相比取得了显著的销售增长。HONMA 管理层对未来行业复苏的前景十分乐观。”

中国及韩国市场录得强劲增长

按地理区域，受益于中国较快的疫情复苏且 HONMA 于疫情爆发前成功推出新产品，按固定汇率基准，中国（包括香港及澳门）的收益按年大幅增加 98.2%至 5,512.0 百万日元。值得一提的是，中国对新冠疫情的有效控制及其强劲的复苏态势为公司在该市场的业务增长奠定了坚实的基础。另外，在后疫情时代，大众追求健康生活方式的新趋势带动了消费者对中国消费者对高尔夫用品和服饰的需求。

HONMA 在另一个重要市场韩国连续第八年录得双位数增长，回顾期内收益增加 14.2%至 6,383.4 百万日元。公司持续透过推出优质产品和密集的电视及社交媒体宣传增加其韩国市场份额，提升 HONMA 品牌及产品知名度以及最终实现产品的销售转化。公司亦持续加大对本地业务的投入，在高尔夫球及服装业务板块推进直面消费者的销售模式。

在其他区域市场录得收益下降主要是由于新冠疫情在该等地区延绵不绝甚至加剧。按固定汇率基准计，回顾期内来自日本、北美及欧洲的收益分别下降 39.7%、25.8%及 25.0%。

成功的产品战略推动了高尔夫球杆和非球杆业务的财务增长

回顾期内，受益于公司自 2019 年以来对非球杆业务板块的投入，日本、韩国和中国的非球杆业务渠道持续扩张，产品进一步提升，高尔夫球、服装及配饰收入增长良好，符合公司预期。HONMA 近年来加快推动高尔夫球业务，并重新推出了其品牌服装线，以在超高端和超性能细分市场打造全面的高尔夫产品组合。

高尔夫球的收益在回顾期内按固定汇率基准增加了 20.6%至 2,659.2 百万日元。随着高尔夫球销售收入在过去数年来持续录得中双位数增长，公司进一步优化产品开发资源，推出自主专利高尔夫球，以突显 HONMA 品牌定位且满足其球杆消费者的喜好和性能需求。

服装的收益在回顾期内增加 35.3%至 1,727.0 百万日元，期内推出了 2020 年秋冬系列和 2021 年春夏系列两季服饰线。2019 年 1 月，HONMA 在亚洲本土市场重新推出了

服装系列，其中包括三条副线，可满足日本、中国和韩国高尔夫球手在球场内外的不同需求。

同时，HONMA 继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球手。公司在 2021 年 1 月推出 GS 系列，为 TOUR WORLD 家族的第二个球技提升系列，以充分挖掘其在超性能市场的增长潜力，而该细分市场亦是迄今为止大多数主要高尔夫市场中增长最快的分部。回顾期内，受新产品带动，中国、韩国及世界其他市场¹的高尔夫球杆销售额合共增长 30.1%，其中中国市场球杆销售按固定汇率基准增幅高达 125.6%，再次证明 HONMA 的强大品牌价值以及 HONMA 自 1959 年进入高尔夫行业以来应对经济挑战的能力。其他市场的高尔夫球杆业务则受当地政府应对疫情的步伐与举措影响，发展受到阻滞。

电商流量和销售转化率飙升，成功赋能直面消费者模式

尽管全球零售业务面临挑战，HONMA 的 80 家自营店依然展现了增长韧性，回顾期内收益增长 12.2% 至 5,972.6 百万日元（约合 54.7 百万美元）。尽管公司于日本、中国及世界其他地区的零售环境遭受了严峻挑战，但得益于零售营运持续优化，其自营店的销售额仍然保持稳健，单店销售额显著增长。此外，电商业务在回顾期内的销售额录得强劲增长，同期增长达 262%。

按固定汇率基准计，来自第三方零售商及批发商的收益则减少 9.8%，主要是由于公司的零售合作伙伴因停业期影响而减少存货。在北美市场，HONMA 减缓了第三方店中店的开设，而继续流动货车的零售覆盖，在疫情期间依然能够将 HONMA 的试打体验带到目标消费球手的主场。

近年来，公司对电商渠道的长期投资带来了积极的回报，有助于方便消费者了解及搜索 HONMA 产品、当地零售商或试打体验。得益于此，当疫情期间消费者因居家限制转为线上购物，公司能够迅速应对其消费习惯的转变。同时，公司对其在中国最大的电商平台天猫和京东的旗舰店进行了全面的视觉升级并加强了内容营销，期内销售额实现为同比的四倍，而公司在日本和北美地区的自营电商网站于期内实现销售额亦翻倍。此外，HONMA 升级了 CRM 客户关系管理系统，增添面向消费者的在线定制界面，为消费者提供终极 360 度品牌体验，强化 HONMA 与消费者的直接沟通，以更好地了解客户需求和进一步提升客户忠诚度，从而最终增加线上及线下销售额。

重塑 HONMA 品牌

¹“其他市场”指公司除去日本、韩国、中国内地和香港、美国和欧洲的其他市场

公司一直致力于提升和重塑 HONMA 品牌，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增进与超高端和超性能分部新老客户的沟通和互动，强化 HONMA 高端、有活力、现代及全球化的品牌形象。公司亦积极吸引千禧一代的年轻消费群体的关注，期内与六名日本女子高尔夫新星签订赞助合约，并在多个市场的与当地职业球手、教练以及网络意见领袖进行合作。

此外，公司还透过社交媒体的再营销及搜寻引擎优化来推进多项电子营销工作，以带动官方网站流量及锁定潜在顾客，致力于在全球市场打造一个形象统一、充满活力的信息发布平台和品牌形象，以进一步助力迅猛发展的数字化营销内容，延续其每月双位数自然流量增长的势头。

未来展望

随着亚洲、欧洲以至北美地区开始逐渐放宽新冠疫情的相关限制，全球范围内对高尔夫的产品购买意欲和打球参与度复苏势头强劲。早前一度被压抑的高尔夫消费需求得到释放，新老高尔夫球手明显增加，终端消费者和零售商的新订单均有反弹，预计高尔夫行业将逐步进入新常态。

展望来年，公司将继续执行其长期增长策略，凭借 HONMA 的品牌历史、不断扩展的经销网络及创新技术加上传统日本工艺，打造引领全球高尔夫生活方式的企业。面对新冠疫情带来的不确定性，本公司将继续采取积极行动以降低成本，最大化流动性并保障雇员的健康。

公司将会继续优化 HONMA 品牌价值，并以此提升客户忠诚度。以日本、中国、韩国、美国和欧洲的品牌旗舰店作为 HONMA 全新的消费者连接核心，并为第三方店中店、高尔夫球场店及线上电商平台导流。在地域方面，公司将巩固日本、韩国及中国等本土市场超高端细分领域的市场主导地位，并进一步提升快速增长的超性能分部市场份额。同时，在北美以升级产品和 DTC 经销策略带动增长。产品方面，公司将继续发展非球杆产品线，为消费者提供全面的高尔夫生活方式体验，并持续推进产品创新研发以迎合最新市场趋势。

HONMA 董事长刘建国先生谈道：“公司将于今年迎来 HONMA 成立六十三周年。我们欣喜地公布又一年稳健及强劲的业绩，即使是面对疫情的挑战 HONMA 也始终迎难而上。基于后疫情时代的逐步复苏，公司将会密切关注外部挑战的发展态势，继续审视我们既有的业务战略，并采取必要行动以管控业务风险，且保障员工及团队的健康与安全。同时，本公司将会继续推动可持续发展，全力以赴为股东创造长期价值。”

-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