



HONMA 高爾夫有限公司
(香港聯交所股份代號：6858)

HONMA 高爾夫公佈 2022/23 財政年度全年業績 保持堅韌業績和強勁現金流

(2023 年 6 月 21 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 2023 年 3 月 31 日止年度(「回顧期」)的全年業績。

財務亮點

回顧期內，儘管集團面臨多重不可預見的挑戰，HONMA 的財務表現仍保持堅韌。在「單品牌、多品類、聚焦亞洲市場」的發展戰略推動下，HONMA 在中國以外的主要市場實現穩健增長，並維持強勁且健康的現金流。

- 於回顧期內，儘管因中國採取居家隔離等 COVID-19 防疫措施，中國零售營運受到嚴重阻滯，但是，集團的年度收益仍按年增長 1.8% 至 29,495.0 百萬日圓(相當於 218.8 百萬美元)。
- 中國以外的市場繼續保持穩步同比收益增長，來自日本及韓國的收益分別增長 15.6% 和 3.8%。
- 毛利率和 EBITDA 利潤率分別錄得 50.8% 和 20.3%，保持穩健。
- 截至 2023 年 3 月 31 日，淨經營現金流為 3,675.9 百萬日圓(相當於 27.3 百萬美元)。淨現金為 6,794.8 百萬日圓(相當於 5,110 萬美元)，按年增長 0.6%。
- 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 2023 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 1,817.0 百萬日圓，佔集團回顧期內年度的可分派溢利約 55.8%。

亞洲主要市場呈現穩健銷售增長勢頭；對 HONMA 北美及歐洲的增長策略進行重整，提升該兩大市場的財務狀況

回顧期內，儘管全球經濟及政治的不確定性繼續存在，日元持續大幅貶值、中國零售業務中斷以及消費情緒疲軟等多重因素挑戰集團的業務表現，不過，大部分市場仍表現堅韌，銷售保持增長勢頭。

從地域上看，日本所有渠道及產品類別的銷售全面復甦，收益增加 15.6%。韓國受惠於參與高爾夫運動的人數持續增長及自 2022 年初以來新產品的成功推出，繼續實現增長，收益按年增長 3.8%。來自中國及北美的收益分別錄得 2.0% 及 3.2% 的同比增長。日本、韓國及中國市場佔集團收益總額 83.8%。

回顧期內，集團重新調整其在北美及歐洲的分銷策略，聚焦於規模較小但優質的客戶群，而這些客戶最能代表 HONMA 的品牌價值以及超高端和超性能消費細分市場。因此，期內集團在歐洲的銷售點減少 580 個至 35 個，而歐洲的收益在調整期內亦暫時減少 68.2%。

聚焦融合日本工藝和世界領先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

HONMA 的大部分收益仍是來自高爾夫球桿的銷售及分銷。截至 2023 年 3 月 31 日止年度，來自高爾夫球桿的收益佔集團總收益的 72.9%，達 21,512.9 百萬日圓。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。隨著 Beres Aizu 及 TW757 面世，集團持續滲透至超高端和超性能消費市場，截至 2023 年 3 月 31 日止年度，高爾夫球桿收益增加 3.2%。作為推動超性能細分市場滲透的策略之一，集團推出了多款針對主要市場的限定款超性能球桿產品，因此，來自區域限定球桿的收益較截至 2022 年 3 月 31 日止年度增長 18.3%。

加快發展日本的高爾夫球業務並進一步培育服裝業務，成為聚焦超高端和超性能細分市場的高爾夫生活方式企業

來自服裝及高爾夫球的收益分別佔集團總收益的 10.2% 及 10.0%。截至 2022 年 3 月 31 日止年度，高爾夫球總收益輕微下降 1.1% 至 2,942.3 百萬日圓，主要受原材料持續短缺所影響。儘管如此，來自日本的高爾夫球收益按年增長 26.4%，自 2017 財年以來的複合年增長率更高達 36.9%。該增長得益於集團進一步投入產品開發資源，推出擁有自有專利的高爾夫球，以滿足 HONMA 品牌定位及其運動用戶的偏好。

於 2019 年 1 月，HONMA 重新推出服裝業務，其中包括專業高球線及時尚運動線以滿足中國高爾夫球手在球場內外的不同需求。截至 2023 年 3 月 31 日止年度，服裝收益增長 1.5% 至 3,009.1 百萬日圓。回顧期內，中國市場的服裝零售活動受到嚴重打擊，主要是受 2023 年財年上半年多地實施長期居家隔離措施，以及 COVID-19 於財年下半年在全國爆發所影響。即便如此，集團仍積極拓展產品線、優化店舖營運及積極推行線上營銷活動，推動了餘下數月的銷售增長，帶動收益得以錄得平穩的同比增長。

重塑 HONMA 品牌及在新的零售空間及電子商務平台融入 360 度品牌體驗

集團實施了多項計劃以提升全球品牌定位及目標客戶傳訊。為了面向互聯網時代的年輕高爾夫球手，把 HONMA 品牌重塑為有活力及國際化的高爾夫品牌，集團徹底改造其全球網站及社交媒體平台，並在中國、日本及北美在內的主要市場優化其電子商務平台。憑藉豐富多樣的線上營銷和升級的客戶關係管理系統，電子商務的收益按年增長 24.9%。

集團聘用領先的設計及營銷公司翻新其零售空間，以在主要市場提供頂極的品牌體驗及量身訂製的消費者旅程。截至 2023 年 3 月 31 日止年度，集團分別在中國開設 18 間新自營店、在日本開設一間店舖及在亞洲其他地區開設四間店舖，這些新店均利用先進技術並統一採用新的零售視覺形象、設計理念及消費者體驗元素。集團亦使用相同的設計

理念在美國、日本及中國升級多間店中店，以在所有主要市場展現同樣的消費空間及品牌體驗。截至 2023 年 3 月 31 日，集團在亞洲合共經營 90 家自營店，並在全球設有 3,717 個第三方零售及批發銷售點。

未來展望

高爾夫市場競爭日趨多樣化，新產品、新場景層出不窮。為了在競爭激烈的市場中穩居領先地位，集團將繼續實施「單品牌、多品類、聚焦亞洲市場」的增長戰略，專注於亞洲本土市場和精湛的潮流產品，同時不斷探索和開發新的產品品類，以尋求新的可能性，滿足不斷變化的消費者需求。

HONMA 將繼續提高其品牌傳播、零售體驗及數字化能力，打造為高端高爾夫生活方式品牌，並成為全球高收入球手和熱忱型球手的選擇。同時，HONMA 將持續投資於生產和研發能力，升級零售網絡，提高營運效率，以促進高爾夫球杆和聚焦中國市場的服裝銷售增長。

HONMA 董事會主席、總裁兼執行董事劉建國先生表示：「我對 HONMA 在 2023 年及以後的業務發展非常樂觀。展望未來，作為一家領先的高爾夫企業，我們將繼續關注消費者的需求，致力承擔社會責任，將最高水平的精湛日本傳統工藝和創新技術應用於集團優質、高科技及具最佳性能的高爾夫產品中。」

-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志性品牌之一，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。

如有垂詢，請聯絡哲基傑訊：

裴琳 +852 3103 0118

王融融 +852 3103 0125

honmagolf@citigatedewerogerson.com