



HONMA 高爾夫有限公司

(香港聯交所股份代號：6858)

HONMA 高爾夫公佈 2023/24 財政年度中期業績

保持穩定淨利潤增長和強勁現金流

(2023 年 11 月 24 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 9 月 30 日止六個月(「回顧期」)的未經審核綜合中期業績。

財務亮點

- 由於市場競爭加劇以及經濟增長放緩導致消費者消費意願變化，集團總收入為 13,194.8 百萬日圓(相當於約 93.9 百萬美元)，較 2022/23 財年上半年同比下降 11.6%。
- 淨利潤較 2022/23 財年上半年同比增長 7.8%至 3,329.5 百萬日圓(相當於 23.7 百萬美元)；淨利率同比增加 4.6 個百分點至 25.2%。
- 經營現金流淨額十分充裕為 3,251.3 百萬日圓(相當於 23.1 百萬美元)。
- 董事會建議派發中期股息每股 1.5 日圓，佔集團截至 2023 年 9 月 30 日止六個月可分派溢利約 27.3%。

主要成就

截至 2023 年 9 月 30 日止六個月，面對頗具挑戰性的市場環境，公司繼續堅定執行其增長戰略，同時透過優化分銷渠道和零售運營以保持財務穩健和現金流充裕。

因此，在回顧期內，公司不僅推動了服飾業務和自營渠道的銷售增長，還實現了強勁的淨利潤增長和淨利率提升，印證了公司在波動的大環境下仍能展現出優秀的管理能力和業務的韌性。

日本市場穩步增長，中國和韓國市場有所調整

從地域上看，集團主要市場與去年同期相比錄得不同的銷售情況。來自日本及香港的銷售收入分別同比增長 5.6 %及 11.2%，主要得益於消費者需求的強勁反彈，成功的營銷策略推動 HONMA 品牌及產品知名度提升，以及多款新產品的成功發售。另一方面，中國內地地區因整體經濟及零售市場大幅放緩，銷售收入同比下跌 13.0%。韓國銷售收入亦同比下滑 7.0%，主要原因是在 2024 年第一季度推出新產品前，集團決定對分銷網絡進行優化調整。

服飾收益持續增長，高爾夫球桿收益受中國市場影響

產品方面，集團繼續積極推動服飾業務增長，並將集團在中國的服飾業務渠道重心轉為自營店。回顧期內，集團全球服飾業務收益同比增加 2.1%，其中，中國服飾業務收益同比增長達 21.4%，抵禦了中國消費者信心疲弱的負面影響。

然而，回顧期內，高爾夫球桿的收益同比下降 12.5%，主要因中國高爾夫球桿銷售額同比下降 26.3%；日本高爾夫球桿表現突出，收益同比顯著增加 20.1%。另外，由於越來越多的年輕球手青睞個性化的球桿設計，來自特別限定款球桿的收益同比增長 34.5%。

高爾夫球的銷售額保持穩定，回顧期內，儘管因為應對過去幾年日元貶值而上調了零售價格，高爾夫球收益僅同比微跌 2.2%。

通過升級自營店擴大零售業務，同時在北美及歐洲繼續進行渠道調整

渠道來看，集團繼續保有全渠道佈局的銷售及經銷網絡，使其能夠在目標市場接觸廣泛的客戶群。

回顧期內，自營店的業績繼續保持強勁，同比穩定增長 13.2%，主要得益於日本及中國分別錄得 30.7%及 23.6%的強勁增長。不過，來自第三方零售商及批發商的收益同比下跌 22.5%，主要由於中國服飾業務向自營店的渠道轉移以及宏觀環境頗具挑戰。

北美及歐洲繼續享有最大的高爾夫球手人口，惟市場狀況均有所不同。截至 2023 年 9 月 30 日止六個月，集團繼續重整其於北美及歐洲的經銷策略，削減經銷商客戶數量，將重點聚焦在最優質且最能傳達 HONMA 品牌的客戶，以觸達當地的超高端和超性能消費群體。同時，集團繼續優化其於該兩個市場的組織架構及成本，以在經濟不確定性的情況下保證穩健的近期至中期增長。

於有關策略調整後，集團於截至 2023 年 9 月 30 日止六個月於北美開設 6 個銷售點及關閉 116 個銷售點，因此於二零二三年九月三十日將其於北美的銷售點總數減少至 235 個。回顧期內，集團在歐洲重新開設 45 個新銷售點，達總數 80 個銷售點。

致力超高端和超性能細分市場：專注於最能代表日本工藝和世界標準創新技術的球桿產品

回顧期內，集團進一步加強並專注於超高端和超性能細分市場的產品供應，以提高市場滲透率。集團調整產品策略後，在 TOUR WORLD 球桿家族下增設了針對雙差點球手的揮桿提升球桿系列，對其標誌性的 BERES 球桿家族則升級採用了兼具現代感和藝術性的桿面設計和工藝，以迎合當今高爾夫球手的需求。

HONMA 持續致力應用嶄新科技及精湛日本工藝，以設計、開發及製造外觀精美且性能卓越的全系列高爾夫球桿。在最近的 BERES AIZU 及 TW757 球桿上 HONMA 應用了

多項創新的專利技術進行設計開發，分別針對富裕球手和熱忱型球手的不同需求。公司計劃在 2024 年推出下一代 BERES 以及 TOUR WORLD 家族下的多款新品。

重塑 HONMA 品牌，打造 360 度品牌體驗

HONMA 通過多措并舉以提升全球品牌知名度及與目標消費者的溝通。爲了吸引互聯網時代的年輕消費群體，HONMA 致力於將品牌重塑為充滿活力、與時共進及國際化的高爾夫品牌。HONMA 重新改版全球網站，并重整社交媒體平台，在所有電子平台上作出定期及頻繁的多媒體內容更新，持續提高其品牌和產品在年輕高爾夫球手中的知名度及吸引力。HONMA 通過主動刊發和轉載的各類線上內容快速提升了訪問流量，在消費轉換率、跳出率及頁面停留時間等其他線上指標也呈現出不俗增長。

HONMA 聘用領先的設計及營銷公司來翻新其零售空間，以在主要市場提供高端的品牌體驗及量身訂制消費者旅程。截至 2023 年 9 月 30 日止六個月，HONMA 利用先進技術統一採用新的零售視覺形象、設計理念及消費者體驗元素，在中國及亞洲其他地區分別開設 11 間及 1 間新店鋪。HONMA 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，以在所有主要市場最終呈現相同的零售空間及消費者體驗。

業務展望

展望未來，集團將繼續執行其長遠增長策略，憑藉 HONMA 的品牌歷史、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。

集團還將通過多項品牌及營銷策略，優化 HONMA 品牌價值並轉化為客戶忠誠度；鞏固超高端細分市場領導地位，同時扎實打入快速增長的超性能細分市場，進一步提升集團在亞洲本土市場的市場份額；根據更新產品及經銷策略，在北美及歐洲實現可持續增長；發展非球桿產品線為消費者提供全面的高爾夫生活體驗；以及繼續產品創新和發展以迎合最新市場趨勢。

HONMA 董事會主席、總裁兼執行董事劉建國先生表示：「儘管下半財年仍有多種挑戰，但我們有信心應對這些不確定因素帶來的不利影響，抓住增長機遇的同時保證現金流，優化運營效率，為我們的品牌、產品、分銷渠道、員工和供應鏈的中長期發展奠定堅實的基礎。我們將竭力促進可持續業務發展，並致力為全體股東創造長期價值。」

-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、服飾及配件。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