



友和集團控股有限公司  
Yoho Group Holdings Limited

友和集團公佈 2022/23 年度中期業績  
經調整純利大幅增長 131.6%至 1,575 萬港元  
充分發揮 OMO 模式協同效應 線上平台業務將成新增長引擎

(香港訊，2022 年 11 月 24 日) – 香港電子商務平台翹楚友和集團控股有限公司（「友和集團」或「集團」；股份代號：2347）今天公佈集團截至 2022 年 9 月 30 日止六個月（「期內」）之中期業績。回顧期內，在新冠疫情反覆及環球政經局勢不明朗下，香港零售市場銷售表現仍然疲弱。面對複雜多變的宏觀環境，集團靈活調整市場營銷戰略，並在應對市場挑戰中展現出其 OMO 線上線下融合零售業務的強勁韌性。與此同時，作為香港領先的電子商務平台，集團充份受惠於疫情期間消費者購物行為的結構性變化，成功把握電子商務加速滲透的機遇，並於期內取得豐碩的業績成果。

#### 期內表現

期內，友和集團的表現繼續優於香港整體零售市場，總商品交易額<sup>1</sup>及收益分別達約 4.83 億港元及 4.48 億港元，較去年同期上升 27.2%及 30.0%。受益於集團總商品交易額的穩健增長及有效的成本控制，集團期內的經調整純利<sup>2</sup>大幅攀升 131.6%至約 1,575 萬港元。集團整體毛利率達約 15.1%，較去年同期上升 0.6 百分點。營運數據方面，集團於 2022 年 9 月 30 日的註冊會員數目進一步增加至約 876,000 名。期內，集團承接訂單數目<sup>3</sup>達約 257,000 份，較去年同期上升 19.6%；每張訂單的客單價<sup>4</sup>達約 1,880 港元，較去年同期上升 6.3%，反映友和電子商務平台（「平台」）的客戶群體不斷擴大及客戶信心持續提升。

#### 業務回顧

為全面發揮 OMO 模式的協同效應，使其無縫零售網絡更臻完善，集團於銅鑼灣恒隆中心設立了其全港最大旗艦店，並於 2022 年 10 月 7 日盛大啟業。門店佔地 12,000 平方呎，提供逾 24,000 項活躍存貨單位。目前集團的線下零售網絡現時已覆蓋九龍東、九龍西及香港島，為各區的現有及潛在顧客提供更優質的購物體驗。

此外，集團一直積極推動平台流量增長，增強其變現能力。憑藉完善的友和平台及其龐大的客戶群，集團計劃於截至 2023 年 3 月 31 日止財政年度正式推出線上平台業務（「3P 模式」），讓優質的第三方商戶（「商戶」）於平台上向顧客銷售產品，集團將就每宗已完成交易向商戶收取佣金。集團 3P 模式已於 2022 年 11 月 21 日正式試業，目前商戶於平台上主要供應集團自營電商業務（「1P 模式」）下並未提供且購買頻率較高的產品類型，並以提供較為優質的產品為主。隨著 3P 模式的推出，平台產品類別將由 5 項擴展至 12 項，新增類別包括美妝及護膚、健康及保健、家居、母嬰、寵物用品、葡萄酒及烈酒以及玩具。截止 2022 年 11 月 21 日，友和平台已吸引超過 130 名優質商戶加盟，新增超過 3,000 個 SKU，涵蓋 1,500 個品牌。隨著平台已成功引入 1,500 個品牌，集團預料 3P 模式下的 SKU 數量將實現快速增長。

#### 發展戰略

展望未來，友和集團將通過其 1P 模式、3P 模式及跨境電子商務業務三大增長引擎，持續推動整體發展。在 1P 模式方面，集團將致力透過自然增長搶佔更高市場佔有率，積極發掘龐大的潛在客戶群及提升現有用戶的複購率，並進一步加強存貨水平的寬度及深度。集團將積極從本地及海外市場引

1. 於特定財政期間的「總商品交易額」相當於該財政期間所有相關承接產品及服務訂單在扣減集團提供的折扣及藉轉換會員積分抵銷前的成交總額，而不管其產品及服務是否已派送、退回或取消，且包含其相關的運輸處理費及稅項。  
2. 經調整純利（作為非香港財務報告準則計量）界定為經(i)可轉換可贖回優先股公平值變動及(ii)與股份於 2022 年 6 月在香港聯合交易所有限公司主板上市有關的開支調整的期內溢利。  
3. 於特定財政期間的「承接訂單數目」包括於該財政期間向集團下達的訂單、顧客於零售店作出的訂單及透過第三方獎賞計劃的網上換購平台及第三方線上平台接獲的消費者訂單。  
4. 於特定財政期間的「客單價」按該財政期間總商品交易額除以承接訂單數目計算得出。

進更多熱門品牌，以維持更具優勢的產品供應。此外，集團計劃於 2023 年在新界東及新界西增設兩間大型零售店，以持續完善線下零售業務及加強物流部署，提高最後一哩派遞產品的效率，從而滿足快速增長的「快商務」需求。

在 3P 模式方面，集團將高效運用已具備的可觀網站流量及龐大客戶群，加速發展其線上平台業務。集團預料 1P 業務模式及 3P 業務模式將產生協同效應及實現雙向帶動流量。1P 模式下累積的營運資源有助集團吸引更多優質商戶加盟平台，並以迅速且具成本效益的方式豐富及補充平台上的產品組合，從而增強集團獲得新客戶及與現有用戶互動的能力。此外，3P 模式亦有助集團以輕資產策略擴闊收入來源，除了收取商戶佣金外，集團亦計劃於未來向商戶提供包括數碼廣告服務在內的其他增值服務，收入結構將更趨多元化，資金調配亦具更高效率及靈活性。

在跨境電子商務業務方面，集團將持續擴大營運規模，致力開展覆蓋中國全國的跨境電商業務，並以大灣區作為起點。集團預料跨境電商將為友和平台帶來新的流量來源，促進集團的有機增長。集團未來將就此成立中國業務專責團隊，並運用自行開發的系統完成整個跨境電商的交易過程，以減少對第三方平台的依賴。集團亦積極籌備與在中國消費市場具影響力的意見領袖展開合作、於微信平台開發官方小程序、於中國的主要電子商務門戶網站開設旗艦店等措施，以提高品牌國內知名度，吸引有意向知名零售商購買優質正貨的國內消費者。

友和集團主席兼行政總裁胡發枝先生表示：「回顧過去半年，宏觀經濟環境及香港零售市場格局均面對著複雜的變化及嚴峻的挑戰。在反覆波動的市場環境下，消費者的購物意慾及消費力無可避免地轉弱，但友和成功善用自身的相對優勢和業務靈活性，迅速調整戰略，主攻屬剛性需求的產品，於不明朗市況中仍能實現持續增長。儘管目前全球及香港經濟存在不確定性，但我們對公司未來半年的發展前景仍然樂觀。未來友和將高效運用穩健可靠的優勢、持續提升的盈利能力、充裕的現金流及健康的負債比率，穩步履行集團上市時定下的發展計劃，抓緊每個市場機遇，為股東創造更大的回報，為消費者提供更優質的購物體驗。」

請按此觀看友和集團 2022/23 年度中期業績撮要短片：<https://youtu.be/uxVxvwsb2LA>

- 完 -

### **有關友和集團控股有限公司 (股份代號：2347)**

友和集團控股有限公司是首間香港 B2C 電商在港交所主板成功上市，集團採用線上線下融合 (OMO) 模式，擁有超過 90 萬註冊會員和超過 229 萬每月活躍用戶，並提供多元化的產品組合，涵蓋逾 24,000 項 SKU (以電子產品及家庭電器為主)。根據弗若斯特沙利文的 2020/21 年數據，友和為香港最高線上零售銷售額以及網站流量的電子產品及家庭電器電子商務平台。

### **傳媒垂詢：**

#### **縱橫財經公關顧問有限公司**

蘇嘉麗 電話：(852) 2864 4826

馮靜儀 電話：(852) 2114 4939

李樂怡 電話：(852) 2864 4847

電郵：[heidi.so@sprg.com.hk](mailto:heidi.so@sprg.com.hk)

電郵：[phoenix.fung@sprg.com.hk](mailto:phoenix.fung@sprg.com.hk)

電郵：[yvonne.lee@sprg.com.hk](mailto:yvonne.lee@sprg.com.hk)