



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

友和集團公佈 2023/24 全年業績
純利逆市飆升約 2.5 倍達約 2,230 萬港元
核心業務穩步發展 AI 技術締造智能購物體驗

(香港訊, 2024年6月27日) – 香港電子商務平台翹楚友和集團控股有限公司(「友和」或「集團」; 股份代號: 2347) 今天公佈截至 2024年3月31日止年度(「年內」)的經審核綜合財務業績。回顧年內, 儘管疫情陰霾消散, 但香港零售業仍面對極具挑戰的營商環境。全球經濟不明朗、中國經濟復甦乏力及持續高利率等因素共同削弱了本地消費信心及購買力。此外, 港人北上消費的顯著趨勢亦導致香港消費力外流, 內地遊客消費模式的轉變使香港零售格局更趨複雜。年內, 友和不可避免地受到疲弱的消費情緒影響, 然而憑藉其靈活的 OMO 零售模式、精準的市場策略及高效的存貨管理, 集團於 23/24 財年成功維持穩定的營運表現。

財務回顧

年內, 受不利的外部市場環境影響, 集團全年總商品交易額¹及收益分別達約9.26億港元及8.41億港元, 按年錄得輕微下跌。但隨著集團適時調整業務策略以應對不斷變化的商業環境, 使其23/24財年下半年的營運表現大幅回升, 總商品交易額¹及收益較去年下半年分別上升約10.2%和約9.3%, 有效抵銷集團於23/24財年上半年所承受的較大銷售壓力。為應對零售景氣低迷, 集團於年內加大促銷力度, 並策略性提升若干較低利潤的高需求產品的銷售, 導致毛利率下降至14.5%。然而, 集團預計未來毛利率將穩定在相若水平。此外, 憑藉靈活的成本結構和嚴格的成本控制, 集團年內純利逆市飆升約253.9%至約2,230萬港元, 經調整純利²同步增加至約2,340萬港元, 突顯了集團有效應對市場波動的能力。

營運數據方面, 截至2024年3月31日, 友和電子商務平台(「友和平台」)註冊會員數目突破110萬名。年內, 集團承接訂單數目³達約475,000份, 客單價⁴保持行業領先水平達1,948港元, 反映集團持續提升的核心競爭力。此外, 考慮到年內集團股價未能充分反映其內在價值及未來增長潛力, 集團於23/24財年合共回購約2.2百萬股股份, 同時經全面評估集團良好的業務韌性、未來業務增長需求、及投資者的派息期望後, 董事會議決宣佈派發末期股息每股0.030港元。

業務回顧

Yoho AI Assistant 重磅上線, 全面革新電商體驗

於23/24財年, 友和於AI技術與零售體驗的融合方面邁出重要一步, 正式於友和平台上推出個人AI購物助手 Yoho AI Assistant, 為打造融合個性化、專業化、便捷化、效率化及成本效益五大要素的購物體驗建立了堅實基礎。Yoho AI Assistant旨在協助客戶購物全流程的所有需要, 包括產品信息匯總、個性化產品搜索、產品比較、價格比較、產品評論匯總、產品推薦、24/7客戶服務及購物提醒。集團正分階段推出所有功能, 以使用戶逐步適應並從每個新功能中受益, 從而提升整體購物體驗。

自營模式(「1P業務」)

年內, 1P業務繼續為友和重要的貢獻分部, 為應對消費者趨向保守的消費趨勢, 集團將營銷重點調整至一般被視作必需品且需求較缺乏彈性的大型家電上, 成功使集團維持具韌性的銷售表現。大型電器年內收入按年增長約29.2%至約1.81億港元。同時, 友和於23/24財年積極增強核心優勢, 持續優化友和平台及擴大其會員基礎, 同時通過與第三方供應商合作, 實現中午前下達的特定訂單可享有「即日達」服務, 進一步提升其物流能力, 為零售業的復甦做好準備。

商戶加盟模式(「3P業務」)

年內, 集團加大資源發展其商戶加盟業務, 持續升級友和平台的功能及設置, 並推出了一系列針對性營銷活動, 如閃購、實體店展示及主題產品展銷會等, 成功推動銷售佣金收入顯著增長, 商戶數量及SKU種類均錄大幅提升。截至2024年3月31日, 友和平台已吸引約620個商家, 提供超過30,000個SKU。該增長拓寬了集團產品線, 並開闢了眾多交叉銷售機會。此外, 集團於年內與玩具、家居、健康及保健等多個領域的知名品牌建立了戰略合作關係, 相信品牌的忠實客戶群及其顯著市場影響力有助提高為友和平台吸納新客戶, 並豐富整體生態系統。

1. 於特定財政年度的「總商品交易額」相當於該財政年度所有相關承接產品及服務訂單在扣減我們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)可轉換回贖回優先股公平價值變動(ii)與於2022年6月10日, 股份在聯交所主板上市有關的開支, (iii)控股股東已償付以股份為基礎的付款及(iv)授予本公司董事及若干僱員的購股權調整的年內溢利。

3. 於特定財政年度的「承接訂單數目」包括於該財政年度向我們下達的訂單、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. 於特定財政年度的「客單價」按該財政年度總商品交易額除以承接訂單數目計算得出。

發展戰略

1P 業務

1P業務於中短期內將仍是集團的主要收益來源。儘管香港零售市場正處於調整階段，但集團1P業務所在的電子電器領域具有明顯優勢，當中包括涵蓋全球知名品牌、多樣化的產品系列以及正品保證。儘管商業環境動盪，但電子商務的進一步滲透及市場份額的提升將為友和提供廣闊的發展空間及巨大增長機會。

隨著Yoho AI Assistant正式上線，友和已準備就緒將人工智能技術無縫融入零售體驗。集團擬利用友和平台上的龐大數據進行進階大數據分析，提高對消費者偏好及消費行為的了解，同時完善客戶服務及促進人工智能驅動的互動式購物體驗。與此同時，集團正穩步推進友和手機應用程序的開發，望能提供更個性化及互動性的智能購物體驗。此外，集團亦正積極探尋與現有業務高度協同的收購合併機會，相信於不久將來將向市場公佈具體計劃。

3P 業務

3P業務是友和未來發展的重要組成部分，預計其在未來數年將大幅推動總商品交易額的增長，並帶來龐大的附加及交叉銷售機會，與1P業務產生協同效應，推動整體客流量及交易量。目前，3P業務的貢獻尚未顯著，主要由於集團於客戶心中重新定位需循序漸進，客戶需時適應在友和平台上購買電子電器以外的更多產品。為加速轉型，集團將繼續大力投資推廣3P業務，致力加強對知名品牌的招募，並與高潛力商戶合作實施創新促銷活動，以優化訂單轉化率並提高客戶留存率。此外，集團亦將通過向特定商戶提供廣告服務及引入第三方物流服務來加強營運上的支持，激勵其擴大在友和平台上的商業活動。預料措施將有助商家擴大業務規模、提高集團的訂單管理效率、加強與商戶的關係、並建立新的盈利收入來源。

跨境電商業務

目前，集團的跨境業務仍處於發展初期，內地及國際訂單對整體業務的貢獻非常有限。然而，隨著友和的OMO模式完全成熟，集團計劃在其他地區市場複製其成功的業務模式。集團將首先把重點放於大灣區城市，因其與香港的文化及生活方式上高度契合，集團能高效利用現有資源快速識別及滿足當地消費者的需求。

儘管中國內地由知名電商巨頭主導的競爭激烈，但其廣闊的消費市場為集團的增長提供了充裕的空間，友和將致力提供優質進口產品及獨家品牌產品來脫穎而出。目前，集團正組建一支專注於中國市場的專業團隊，以制訂及執行本地化戰略，力爭在中短期內大幅增加內地訂單量。此外，集團亦正研究東南亞市場擴張的可能性，惟計劃仍處於探索階段，任何具體進展將適時向市場公佈。

友和主席兼行政總裁胡發枝先生表示：「年內，宏觀經濟復甦節奏未見明朗，友和的增長步伐不可避免地受外部環境拖累，但我們迅速調整經營策略，將資源集中於核心發展項目，積極控制各項成本。穩中求進的策略令我們成功在動盪市況中穩步推進業務發展，並取得不俗的營運表現。於23/24財年，我們更正式推出Yoho AI Assistant，率先利用AI技術賦能零售體驗及提升營運效率，奠定了友和電商藍圖的重要里程碑。展望來年，在多個零售新趨勢的綜合影響下，我們預視香港零售業仍需經歷一段調整期，行業的洗牌將更為激烈。友和會積極把握行業的整合期，致力於1P業務取得更高的市場份額、加快推動3P業務進入投資收成期、確立大灣區及東南亞市場的具體發展路徑，從而為所有持份者創造更長遠豐厚的可持續價值。」

請按此觀看友和集團2023/24年度全年業績撮要短片：<https://youtu.be/TE0N0hRHEkg>

- 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（2347.HK）是首間於港交所主板成功上市的香港 B2C 電商。集團採用線上線下融合（OMO）零售模式，主要通過其友和電子商務平台（<https://www.yohohongkong.com>）進行 B2C 銷售，並設有三間過萬呎線下門店。集團目前擁有超過 110 萬註冊會員，提供涵蓋 100,000 項 SKU 的多元化產品組合，產品分類包括電子電器、美妝及護膚、健康及保健、家居、母嬰、寵物用品、葡萄酒及烈酒、玩具等。於 2024 年，友和正式推出 Yoho AI Assistant，致力為廣大消費者締造 AI 智能購物新體驗。根據弗若斯特沙利文的 2020/21 年數據，友和為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
司徒可雯 電話：(852) 2864 4859
劉黎迺 電話：(852) 2114 4170

電郵：heidi.so@sprg.com.hk
電郵：phoenix.fung@sprg.com.hk
電郵：holly.szeto@sprg.com.hk
電郵：grace.liu@sprg.com.hk