



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

友和集團公佈 2023/24 財年中期業績
中期純利大幅攀升 921.2%至約 1,030 萬港元 穩步推進三大核心業務發展

(香港訊, 2023年11月23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2023年9月30日止六個月(「報告期」或「23/24年上半年」)的未經審核簡明綜合中期業績。回顧報告期內, 全球經濟復甦步伐遜於預期, 香港房地產及股票市場受高利率環境影響表現乏力, 本地零售規模遠未恢復至疫情前水平。在經濟前景未見明朗下, 消費者對大額支出更趨謹慎。此外, 香港居民復甦式外遊、北上消費熱潮, 以及內地旅客消費模式由購物轉向深度旅遊等因素, 均為本地零售業的復甦之路增添了障礙。鑑於外部環境動蕩, 集團於報告期內策略性地放緩發展步伐, 聚焦實現其自營模式(「1P業務模式」)及商戶加盟模式(「3P業務模式」)的穩步發展, 並成功保持穩健的盈利能力, 展現出良好的業務韌性。

財務回顧

於23/24年上半年, 集團的整體銷售無可避免地受到全球經濟環境波動及本地消費情緒低迷所拖累, 總商品交易額¹及收益分別達約4.35億港元及3.96億港元, 較去年同期分別減少約10.0%及11.6%; 毛利達約5,890萬港元; 毛利率約為14.9%。儘管零售市道疲弱為集團帶來短期的銷售壓力, 但集團秉持著實現可持續盈利的思維, 實行嚴謹有效的營運資金管理政策, 使其在逆市中持續盈利並保持健康的財務表現。報告期內, 集團純利較去年同期大幅增加約921.2%至約1,030萬港元。營運數據方面, 友和電子商務平台(「友和平台」)於2023年9月30日的註冊會員數目進一步增加至約105萬名; 23/24年上半年集團承接訂單數目²達約235,000份; 客單價³則達約1,849港元。

業務回顧及展望

1P 業務

鑑於報告期內香港營商環境充滿挑戰及高度不確定性, 集團重新調整了發展戰略, 著力進一步強化其核心競爭力。憑藉其作為香港 B2C 電子商務龍頭企業的地位, 友和積極發揮沉澱多年的供應鏈優勢, 持續完善產品組合, 以迎合不斷變化的消費者需求及市場趨勢。此外, 集團投入了大量資源繼續完善客戶的線上購物體驗, 包括進一步改進友和平台的用戶界面設計及功能、提高物流效率及配送速度, 及提升售後服務及客戶支持工作的質量, 藉此推動消費者由線下轉向線上購物的結構性轉變。

於23/24財年, 友和將繼續以「線上為主, 線下為輔」的方針為消費者提供最佳的無縫 OMO 購物體驗。在線上方面, 集團將以用戶主導的思維, 持續完善友和平台的功能。在線下方面, 集團將繼續評估於新界東及新界西增設兩間零售店的可行性, 惟市場不明朗因素持續, 集團將密切關注市場趨勢及消費者行為轉變, 確保其經營策略與市場動態保持一致。

與此同時, 集團正積極計劃其手機應用程式(「友和 APP」)的開發, 並期望於不久的將來推出。隨著3P業務模式的推出, 集團目前的存貨單位(「SKU」)數目已達約46,000個, 多元化的產品組合將大幅提高顧客瀏覽及購物的頻率, 為友和 APP 的推出提供了一個良好的基礎。此外, 集團正積極尋求策略性收購以獲得更多的增長機會, 其收購目標包括但不限於電子商務平台、上下游公司或品牌, 從而迅速擴大其運營規模、鞏固客戶基礎、提高供應鏈效率, 並發揮成本優化與業務整合的協同效應。

3P 業務

於報告期內, 友和憑藉其健康穩健的財務基礎, 成功以更具彈性的佣金制度吸引眾多優質第三方商戶進駐友和平台, 同時使商戶能夠對產品採用更具競爭力的定價策略。截至2023年9月30日, 已有逾440個註冊商戶進駐友和平台, 引入約20,000個SKU。集團亦策略性邀請聲譽良好的商戶在友和平台上開設

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. 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。

3. 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。

旗艦店，為消費者提供正品保證，進一步增強消費者的購物信心。此外，該等商戶均擁有穩定客戶群及較高市場知名度，故其旗艦店有助引流新客源至友和平台。

展望將來，集團的 1P 業務模式和 3P 業務模式將繼續互為補充，以進一步擴大其產品種類及品牌覆蓋面，從而形成雙引擎的增長策略。集團預視 3P 業務模式短期內仍會處於「爬坡期」的發展階段，集團將積極引進更多優質商家，尤其是提供美容及護膚產品、生活用品、保健產品、家居必需品及電子電器配套產品的商戶，以豐富友和平台上的產品種類，為消費者提供更廣泛的產品選擇，亦為其開創更多附加銷售及交叉銷售機會。

此外，友和將專注於向極具潛力的商戶推廣數碼廣告服務。憑藉其強大的數據分析能力及對消費者行為的洞察，為商戶提供精準的營銷服務，提高商戶訂單轉化率。集團亦計劃於不久的將來向主要商戶提供全面配送服務，通過由其管理儲存、包裝和配送幫助商戶實現降本增效，並藉此實施精細化管理及提升整體用戶體驗。

跨境

鑑於香港與大灣區內的城市在文化、語言及生活方式方面均具有一定相似性，故集團將大灣區視作其進軍內地市場的首選地。儘管內地電子商務行業由知名電子商務巨頭主導且競爭激烈，但內地客戶對從香港進口的優質商品需求殷切，加上大灣區內並未有主要的香港電子商務參與者，市場發展空間仍然龐大。集團將鎖定內地富裕中產階層為目標顧客，利用其強大的供應鏈能力引進優質海外產品及獨家分銷品牌以搶佔市場份額。

於 23/24 財年，友和的發展重點仍將為其 1P 業務模式及 3P 業務模式，集團計劃在未來幾年間投入資源建立專門的中國業務團隊，集中了解當地市場動態、客戶喜好及新興趨勢，並實施本地化營銷策略。集團預計友和平台上的 SKU 數目將繼續呈爆發式增長，預料於 23/24 財年底友和平台上將提供 6 萬個非重複 SKU，豐富的產品選擇將能全面滿足大灣區消費者群體的多樣化需求。

友和集團主席兼行政總裁胡發枝先生表示：「當前全球經濟及香港零售業仍面臨諸多挑戰，高息環境及消費者習慣的轉變阻礙了市場的快速反彈，使零售業的增長前景可能未如年初通關時那般樂觀。面對市場的高度不確定性，包括友和在內的眾多零售商正採取更為謹慎的業務策略，並適度放緩擴張步伐。在報告期內，集團迅速調整了發展方向，側重於鞏固自身核心競爭力及強化客戶體驗。儘管目前市況疲弱，我們相信香港的零售業仍擁有廣闊的發展空間。我們將通過靈活且高效的業務策略來應對當前的經濟波動，繼續穩步推進集團三大核心業務的發展，在瞬息萬變的市場中把握每一個增長機遇。」

請按此觀看友和集團 2023/24 財年中期業績撮要短片：<https://youtu.be/v2gCzQZKfcU>

- 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，擁有接近 105 萬註冊會員，並提供多元化的產品組合，自營電商業務及線上平台業務合共提供超過 46,000 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

司徒可雯 電話：(852) 2864 4859

電郵：heidi.so@sprg.com.hk

電郵：phoenix.fung@sprg.com.hk

電郵：holly.szeto@sprg.com.hk