

歐化國際有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）乃一家主要由歐洲進口優質傢俬的領先零售商。本公司之股份自2018年1月起在香港聯合交易所有限公司主板上市（「首次公開招股」）。

本集團成立超過40年，一直以於香港提供上等優質時尚的傢俬為榮。於2019年3月31日，本集團擁有多條零售線－「歐化傢俬尊尚店」、「歐化傢俬」、「at • home」及「多眠樂」，在香港經營20個銷售點，包括18間店舖以及2個百貨公司專櫃。「歐化傢俬」致力把生活居所打造成理想家居，並提供多款具現代風格的傢俬產品，目標客戶為中高端收入客戶群。「at • home」為近期新增的零售線，專門提供優質輕巧傢俬，以迎合現代家庭細小之居住空間。另一方面，「多眠樂」提供本集團自家品牌「歐化寶」之床褥、枕頭、梳化床、梳化以及其他配套產品，針對大眾市場。「歐化寶」產品也於其他零售網絡如展銷會分銷，以及批發予逾200家經銷商。此外，並設有數個網上購物平台以擴大市場覆蓋。

## 市場回顧

於截至2019年3月31日止年度（「本年度」），本集團經歷多個市場挑戰。中美貿易戰爆發後，股市動盪致使本地消費市場氣氛一直疲弱。由於利率上升以及貿易緊張局勢導致中國經濟前景不甚樂觀，住宅物業價格增長放緩。股票與物業市場雙雙低迷影響市場此前的正面氣氛，導致消費者支出減少。同時，住宅物業市場淡靜亦影響了傢俬的整體需求。

近期，原已競爭激烈的傢俬市場變得更為複雜，對產品質素更為關注。隨著年輕夫婦自然結合以及年輕單身住戶的出現，消費者偏好變化更為迅速。作為個人品味的一種表達並且更加著重具美學元素的消費生活方式，市場需求已轉向更為現代及時尚化的優質輕巧傢俬。

## 財務回顧

### 整體回顧

由於消費市場氣氛減弱，於本年度本集團之總收入不可避免地下跌至243,000,000港元（2018年：258,600,000港元）。零售分部收入為226,800,000港元（2018年：239,300,000港元），仍然為主要收入來源，佔本集團總收入93.3%（2018年：92.6%）。毛利下跌至152,300,000港元（2018年：163,900,000港元）。毛利率為62.7%（2018年：63.4%）。

本年度的息稅折舊及攤銷前利潤為6,000,000港元（2018年：21,300,000港元），而本年度上半年則錄得息稅折舊及攤銷前虧損800,000港元，反映在營運層面於本年度下半年已取得轉虧為盈。本年度之淨虧損收窄至4,000,000港元（2018年：純利8,500,000港元），而本年度上半年則錄得淨虧損7,200,000港元作比較。此淨虧損主要是由於本年度之收入下跌以及新店之租金支出及營運費用增加所致。

### 資本架構、流動資金及財務資源

資本架構於本年度並無變動。本集團於2019年3月31日之現金及現金等價物為59,500,000港元（2018年3月31日：83,400,000港元），主要以港元計值。於2019年3月31日，本集團之銀行借款大幅下降至4,000,000港元（2018年3月31日：19,800,000港元），因此權益負債比率（以借款總額除以權益總額計算）下降至3.6%（2018年3月31日：17.1%）。本集團亦擁有未動用銀行融資額度約79,300,000港元。充裕的流動資金，加上可動用但未使用的銀行融資額度，均讓本集團能為未來發展保持高度靈活性。

於2019年3月31日，本集團之流動資產及流動負債分別約為126,200,000港元（2018年3月31日：146,000,000港元）及56,000,000港元（2018年3月31日：56,700,000港元）。本集團流動比率及速動比率分別為2.3（2018年3月31日：2.6）及1.4（2018年3月31日：1.8）。

經考慮本集團於2019年3月31日之財務狀況，董事會認為，本集團擁有充足營運資金，以應付其營運及未來發展計劃所需。

## 所得款項用途

於2018年1月之首次公開招股，上市所得款項淨額約為92,600,000港元。所得款項淨額截至2019年3月31日之使用情況分析如下：

	所得款項淨額 之分配用途 百萬港元	所得款項淨額 於截至2019年 3月31日 之實際用途 百萬港元
開設「 <b>at • home</b> 」零售店之資本支出、 租賃按金及經常性費用	34.2	20.8
強化本集團之產品組	24.2	13.7
增強「 <b>歐化寶</b> 」產品銷售渠道及品牌知名度	10.3	3.2
開設多一家「 <b>歐化傢俬</b> 」零售店之資本支出 及租賃按金	9.1	8.5
提升資訊科技系統	5.7	-
一般營運資	9.1	9.1
<b>合計</b>	<b>92.6</b>	<b>55.3</b>

## 業務回顧

### 零售業務

- **高效的市場細化**

本集團基於其對市場細分之深切了解，界定及辨識目標顧客的特徵，從而制定產品及市場推廣策略，以滿足顧客的特定偏好。

「**歐化傢俬**」是本集團的核心零售品牌。其致力提供優質、時尚及名貴的傢俬，為顧客打造理想的家居。本集團於香港各區設有「**歐化傢俬**」陳列室，為中高端收入目標客戶群提供種類廣泛、具現代風格的傢俬產品。於本年度，「**歐化傢俬**」的升級版－「**歐化傢俬尊尚店**」成功推出市場，提供高端品牌傢俬產品及歐洲名貴訂造傢具，其目標客戶為追求優越生活方式的高端客戶。

於本年度，本集團開設名為「**at • home**」的新零售線，專門提供優質、實用及精巧設計的傢俬。新零售線以中端顧客為目標對象，特別傾向迎合香港年輕夫婦及小型家庭的需要。

「**歐化寶**」的產品主要針對大眾市場顧客，以合理價錢滿足大眾對優質床褥、枕頭及其他配套產品之需求，提升其睡眠體驗。為方便零售「**歐化寶**」產品，本集團經營多間「**多眠樂**」專營店。該等專營店一般規模較小，其設計以營造休閒放鬆的環境為主，突顯簡約生活模式。

- **多元化的產品組合**

本集團提供各種不同款式的傢俬產品，從真皮梳化、儲物櫃、餐桌、餐椅，以至衣櫃、茶几、角几及睡床；均為歐洲及亞洲各國之進口產品。本集團於「**歐化傢俬尊尚店**」及「**歐化傢俬**」陳列室以及「**at • home**」店銷售超過50個傢俬品牌，當中包括與本集團建立了長遠合作關係之國際品牌，如Himolla、Gamma、Nicolettihome、Kristalia及Domicil。「**at • home**」主打各類特色及具特別功能之輕巧傢俬，以切合香港的細小居住空間，另外亦有售賣丹麥潮流家品。

本集團亦透過其自家品牌「**歐化寶**」提供床褥、枕頭、梳化、梳化床、電動床，以及其他配套產品如床褥保護套及床墊。本集團提供不同型號、不同尺寸及不同承托度之床褥，以滿足不同顧客之需要。

- **全方位零售銷售渠道**

於2019年3月31日，本集團於香港設有20個銷售點（2018年3月31日：16個）。各零售線之商店數目如下：

零售線	銷售點數目
「歐化傢俬尊尚店」	1
「歐化傢俬」	6
「 <b>at · home</b> 」	3
「多眠樂」及百貨公司專櫃	10
合計	<b>20</b>

「歐化傢俬」陳列室均策略性地設於高尚住宅區或大型購物中心，以中高端收入客戶群為目標。該等位置均配套成熟，人流暢旺，駐足其中使本集團能吸引大量人流及享有高品牌知名度。於本年度，本集團於紅磡新開設「**歐化傢俬尊尚店**」，其為一個總樓面面積約21,700平方呎、樓高3層的店鋪。該店鋪是本集團最大的旗艦店鋪，陳列更為名貴以及精工細作、工藝精湛的傢俬產品。一些高端品牌包括Cornelio Cappellini及Crystal Stone在「**歐化傢俬尊尚店**」出售。

於本年度，新零售線「**at · home**」誕生，其首三間店鋪策略性地開設於荃灣愉景新城，沙田HomeSquare以及銅鑼灣利園三期，深受區內居民及購物人士歡迎。於本年度，新增了兩間「多眠樂」專營店，分別位於黃大仙及何文田，進一步加強其市場據點。

- **優質顧客購物體驗**

「歐化傢俬尊尚店」及「歐化傢俬」陳列室面積寬敞、環境時尚及舒適，能讓本集團陳列出其種類繁多之產品，並能讓顧客觸摸及感受傢俬實物、色調及質感，提升顧客購物體驗。各特定陳列區內之氛圍、佈置及傢俬的擺放，全部均由商品展示團隊度身設計，以營造和諧及有如置身家居般之舒適感覺。銷售團隊經完善培訓，可因應顧客之購物需要提供意見。作為對本集團優質服務的認可，本集團於香港零售管理協會舉辦的「2018神秘顧客計劃」中獲選為其中一家「季度服務領袖（傢俱及居室用品組別）」。此外，本集團之員工於香港零售管理協會舉辦的「2018年傑出服務獎」中榮獲「優質服務之星」。

- **多元化市場推廣策略**

本公司相信，品牌知名度對推動長遠增長及成功相當重要。為提高品牌認知度，本集團定期進行一系列推廣及宣傳活動，包括電視廣告、印刷廣告、戶外廣告、社交媒體互動。其亦舉行各種宣傳活動，如季節優惠、週年優惠及清貨減價活動，並與銀行及其他知名機構如「亞洲萬里通」合作進行推廣活動及獎賞計劃。

## **批發業務**

本集團亦經營批發業務，其透過於香港及澳門逾200家經銷商，批發其自家品牌「歐化寶」之床褥、枕頭、梳化床及梳化。憑藉其悠久歷史及優質產品，「歐化寶」自2014年起連續五年獲得由香港中華廠商聯合會及香港品牌發展局舉辦之「香港名牌標識計劃」授予「香港名牌標識」。

## **工程項目**

為配合零售及批發業務，本集團設有工程項目分部，負責辦公室、電影院、酒店、大專院校等企業顧客為主之傢俬相關項目。該分部為企業顧客提供之服務涵蓋規劃與設計、採購訂製傢俬至最終安裝，並提供代為諮詢及與傢俬製造商協調之服務。

## 展望

本集團認為，營商環境在短期內仍將充滿挑戰。貿易緊張局勢及本地社會問題對經濟及消費氣氛的影響難以評估。另一方面，隨著中國經濟國內生產總值繼續趨向上升、可能持續的低利率環境以及高剛性的本地物業需求，本集團對長遠前景保持審慎樂觀。本集團仍將致力於謹慎控制庫存及開支水平，以提高營運效率以及磨礪其競爭優勢。同時，本集團將在適當時繼續尋找具潛力的位置以擴大其零售網絡。

為應對瞬息萬變的市場趨勢，本集團將透過引入創新產品以及致力發展不同銷售渠道，繼續提升其自主品牌的市場區別。「**歐化傢俬尊尚店**」內已設立一個集中於意大利訂製傢俬的專區以把握超豪華、訂製傢俬需求產生的機遇；「**at • home**」內售賣更多丹麥潮流傢俬及家品，以滿足於細小居住空間融合設計與功能的需求。本集團預期小型公寓將是未來住宅單位供應的重點。隨著消費者對「**at • home**」的正面反應，本集團計劃進一步發展其線下和線上網絡。憑藉該等策略方向，本集團可通過於高端及中端領域內之擴充以鞏固市場地位，保持長遠可持續增長。