

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 45 年，一直以於香港提供上等優質時尚的傢俬為榮。於 2021 年 3 月 31 日，本集團在香港經營 23 個銷售點，涵蓋 5 條零售線—「歐化傢俬尊尚店」、「歐化傢俬」、「at•home」、「多眠樂」及「歐化寶」。「歐化傢俬」及「歐化傢俬尊尚店」致力以款式及質量提升顧客的家居生活水平，並提供多款具現代風格的傢俬產品，目標客戶為中至高端客戶群。「at•home」提供優質輕巧傢俬及家品，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」產品亦於其零售網絡包括百貨公司專櫃、限定店及展銷會分銷，以及批發予逾 200 家經銷商。此外，已設有數個網上購物平台以擴大市場覆蓋。

## 業績

儘管本年度的零售環境充滿挑戰，本集團的總收入上升至 234,500,000 港元（2020 年：218,900,000 港元）。毛利增加 13.8% 至 152,900,000 港元（2020 年：134,400,000 港元），而毛利率上升 3.8 個百分點至 65.2%（2020 年：61.4%），乃主要由於具有較高毛利率的「at•home」的貢獻有所增加。

零售分部收入為 217,000,000 港元（2020 年：198,600,000 港元），佔本集團總收入 92.5%（2020 年：90.7%）。於零售收入中，「歐化傢俬」及「歐化傢俬尊尚店」之合共銷售額為 151,400,000 港元（2020 年：153,700,000 港元），仍為主要收入來源，佔總零售收入 69.8%（2020 年：77.4%）。「at•home」之銷售額增加 68.0% 至 40,500,000 港元（2020 年：24,100,000 港元），佔總零售收入 18.7%（2020 年：12.1%）。

由於收入增加，以及因本集團實施良好及有效的成本控制措施，令經營成本下降，加上於本年度確認一次性其他收入，本集團於本年度錄得淨溢利 16,800,000 港元（2020 年：淨虧損 11,600,000 港元），而截至 2020 年 9 月 30 日止 6 個月則錄得淨虧損 1,000,000 港元，顯示本年度下半年轉虧為盈。息稅折舊及攤銷前盈利顯著上升至 35,200,000 港元（2020 年：2,500,000 港元）。

每股基本盈利為 2.10 港仙（2020 年：每股基本虧損 1.45 港仙）。本集團建議派付末期股息每股 0.63 港仙（2020 年：無）。

## 市場回顧

新冠病毒疫情正在給全球造成負面影響。儘管如此，於本年度，區域及全球股市保持抗跌力，再加上低利率環境，為香港物業市場建立了穩固的基礎。本港物業發展商繼續推出新住宅單位，而二手物業市場交易自年初開始持續回暖。在近期推出的疫苗接種計劃支持下，店鋪客流量略有改善，消費者信心正逐步回升。儘管失業率高企，本地消費氣氛，尤其是傢俬市場，已於本年度下半年重拾動力。另一方面，因為出於公共衛生考慮，消費者逗留在家的時間增加，消費者對傢俬及相關產品的需求變得更加複雜，這提供了更多的市場機會。

## 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。其提供種類廣泛、具現代風格的傢俬產品，為顧客打造理想的家居。本集團之「**歐化傢俬**」陳列室遍佈香港，目標客戶為中端至中高端收入客戶群。「**歐化傢俬尊尚店**」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。

另一條零售線「**at•home**」專門提供優質、時尚及精巧設計的傢俬。其以中端顧客為目標對象，特別傾向迎合年輕夫婦及新組成家庭的需要。

「**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，提升顧客的睡眠體驗。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，其設計以營造休閒和輕鬆的環境為主，突顯簡約生活模式。「**歐化寶**」產品亦於百貨公司專櫃、限定店及展銷會分銷，以擴大市場覆蓋。

#### ▪ 多元化的產品組合

本集團提供各種不同款式的傢俬產品，從真皮及布藝梳化、儲物櫃、餐桌、餐椅，以至衣櫃、茶几、角几及睡床，均為歐洲及亞洲國家之進口產品。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，包括 himolla、Malerba、Gamma、Cornelio Cappellini、Kristalia、Tonelli 及 Domicil 等國際品牌，當中大多數已與本集團建立了長遠合作關係。「**at•home**」主打各類特色及具特別功能之輕巧傢俬，以切合本地的細小居住空間，另外亦有售賣北歐風格潮流家品。

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、床，以及其他配套產品。本集團提供不同尺寸、承托度及特色之不同型號的床褥及枕頭，以滿足不同顧客之需要。

#### ■ 全方位零售銷售渠道

於 2021 年 3 月 31 日，本集團於香港設有 23 個銷售點。各零售線之銷售點數目如下：

零售線	銷售點數目
「歐化傢俬尊尚店」	1
「歐化傢俬」	4
「at • home」	5
「多眠樂」及「歐化寶」百貨公司專櫃及限定店	13
合計	<b>23</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，以中端至中高端收入客戶群為目標。該等位置均配套成熟，駐足其中使本集團能吸引大量人流及享有高品牌知名度。本集團於紅磡的旗艦店「歐化傢俬尊尚店」樓高 3 層，總樓面面積約為 21,700 平方呎。其陳列更為名貴以及富華麗設計、精工細作和工藝精湛的傢俬產品。高端品牌包括 Cornelio Cappellini、Malerba 及 Crystal Stone 在「歐化傢俬尊尚店」出售。

「at • home」店一般設於帶有傢俬主題的購物商場，並於該處之居民及顧客間之品牌知名度日益提高。同時，「多眠樂」專營店以及「歐化寶」百貨公司專櫃、限定店及展銷會均位於住宅區，以把握市場潛力。

於本年度，於旺角開設了 1 間「at • home」大型限定店，以及 3 間「歐化寶」限定店，分別於沙田、上水及屯門，以進一步擴大市場覆蓋。

#### ■ 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、環境時尚及優雅，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，以提升顧客購物體驗。各特定陳列區內之氛圍、佈置及傢俬的擺放，全部均由專業的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。銷售人員訓練有素，可因應顧客之個人需要提供意見。作為對本集團優質服務的認可，「歐化傢俬」於香港零售管理協會舉辦的優質服務計劃（前稱「神秘顧客計劃」）中榮獲 2020 年 4 月至 6 月及 2020 年 7 月至 9 月之「優質服務領袖季度獎（傢俱及居室用品組別）」（「季度服務領袖獎」）以及「2020 優質服務零售商（傢俱及居室用品組別）」，而「at • home」榮獲 2021 年 1 月至 3 月期間之季度服務領袖獎。

## ▪ 多元化市場推廣策略

本集團相信，品牌知名度對推動長遠增長及成功相當重要。為提高品牌知名度，本集團定期進行一系列推廣及宣傳活動，包括社交媒體互動、印刷廣告、電視覆蓋、戶外廣告牌及廣告，以及在合適的場地安排限定展覽。其亦舉行了各種宣傳活動，如季節優惠、週年優惠及清貨減價活動，並與銀行及其他金融機構合作進行推廣活動。

## 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、梳化床及梳化。憑藉其悠久歷史及優質產品，「**歐化寶**」自 2014 年起連續七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，負責電影院、酒店、示範單位、辦公室、員工宿舍及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。

## 前景

展望未來，世界各國經濟將繼續受到疫情的嚴重衝擊，宏觀經濟環境也將面臨挑戰。然而，中國整體經濟已迅速復甦，為本地經濟提供堅實支撐。雖然本地疫情仍時有零星爆發，但社交活動已逐漸恢復至相對正常，為零售市場提供了有利條件。許多行業領導者已表達意願，希望大規模疫苗接種將加快旅遊業的恢復和經濟復甦。人們普遍認為，零售及物業市場將呈現更明顯的復甦勢頭。因此，本集團對未來零售市場保持謹慎樂觀。

於疫情期間，消費者越來越多地使用網上平台購物。因應此情況，本集團將繼續加強其網上銷售平台，並通過手機應用程式或使用社交媒體展示及推廣其傢俬產品。同時，本集團亦將繼續優化其銷售網絡並加強其市場佔有率。由於近期宏觀環境仍不明朗，本集團將密切監察市場形勢，並作出調整以應對變化，致力實現長遠可持續增長。

## 財務回顧

### 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。於 2021 年 3 月 31 日，本集團之現金及現金等價物上升至 93,700,000 港元（2020 年：63,700,000 港元），主要以港元計值。於 2021 年 3 月 31 日，本集團並無任何銀行借款（2020 年：無），因此其負債比率為零（2020 年：零）。本集團擁有可動用銀行融資額度約 97,000,000 港元。本集團之現金狀況及可動用的銀

行融資額度，讓本集團能為未來發展及市場不確定性保持高度靈活性和持久性。  
 於 2021 年 3 月 31 日，本集團之流動資產及流動負債分別約為 162,700,000 港元（2020 年：118,000,000 港元）及 83,200,000 港元（2020 年：84,400,000 港元）。本集團流動比率及速動比率分別為 2.0（2020 年：1.4）及 1.4（2020 年：1.0）。

經考慮本集團於 2021 年 3 月 31 日之財務狀況，董事會認為本集團就營運及未來發展計劃擁有充足營運資金，以應對市場挑戰。

### 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 2021 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 2020 年 3 月 31 日 之實際用途 (百萬港元)
開設「 <i>at • home</i> 」零售店之資本支出、租賃按金及經常性費用	34.2	34.2
強化本集團之產品組合	24.2	24.2
增強「 <i>歐化寶</i> 」產品銷售渠道及品牌知名度	10.3	10.3
開設「 <i>歐化傢俬</i> 」零售店之資本支出及租賃按金	9.1	9.1
提升資訊科技系統	5.7	0.6
一般營運資金	9.1	9.1
<b>合計</b>	<b>92.6</b>	<b>87.5</b>