

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。本公司股份自 2018 年 1 月起在香港聯合交易所有限公司主板上市。

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 2025 年 3 月 31 日，本集團以專注於傢俬產品的商標名稱「歐化傢俬尊尚店」、「歐化傢俬」及「at•home」，以及專注於床褥及床上用品的「歐化寶」及「斯林百蘭」於香港經營合共 24 個銷售點。

「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。

「歐化寶」針對大眾市場，提供床褥、枕頭、梳化床、梳化以及其他配套產品，其產品於「歐化寶」專營店及百貨公司專櫃分銷。

本集團為「斯林百蘭」及「Vono」的港澳獨家代理。「斯林百蘭」為英國知名床褥品牌，為家庭及酒店提供優質床褥，針對高端市場，而另一英國床褥品牌「Vono」則針對大眾市場。除床褥外，該兩個品牌均亦提供枕頭及床上用品。

此外，本集團還為「歐化傢俬」、「at•home」及「歐化寶」設有網上購物平台，以擴大市場覆蓋及收入。

業績

在市場環境充滿挑戰及消費氣氛低迷的背景下，於截至 2025 年 3 月 31 日止年度（「本年度」）本集團的總收入不可避免地減少至 153,000,000 港元（2024 年：171,600,000 港元）。毛利為[88,300,000]港元（2024 年：99,700,000 港元）。

零售分部收入為 145,100,000 港元（2024 年：155,100,000 港元），佔本集團總收入 94.8%（2024 年：90.4%）。「歐化傢俬」及「歐化傢俬尊尚店」之零售收入合共為 70,800,000 港元（2024 年：78,000,000 港元），仍為主要收入來源，佔總零售收入 48.8%（2024 年：50.3%）。「at•home」之零售收入為 37,600,000 港元（2024 年：35,200,000 港元），佔總零售收入 25.9%（2024 年：22.7%）。「斯林百蘭」及「歐化寶」之零售收入合共為 36,700,000 港元（2024 年：41,900,000 港元），佔總零售收入 25.3%（2024 年：27.0%）。

由於總收入下降及物業、廠房及設備以及使用權資產減值虧損合共為 16,100,000 港元（2024 年：5,200,000 港元），本集團於本年度錄得淨虧損 41,000,000 港元（2024 年：25,000,000 港元）。每股基本虧損為 5.13 港仙（2024 年：3.13 港仙）。

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。

英國品牌「**斯林百蘭**」擁有超過 100 年歷史，以高端客戶為目標，致力提供優質床褥，讓客戶享受更佳、更健康的睡眠，而由同一供應商擁有之另一英國床褥品牌「**Vono**」以大眾市場為目標。「**斯林百蘭**」及「**Vono**」產品通過「**歐化傢俬**」、「**at•home**」及「**歐化寶**」的門店以及「**斯林百蘭**」的百貨公司專櫃進行分銷。

「**歐化寶**」為自家品牌，其自 2014 年起連續 11 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」。「**歐化寶**」的產品主打大眾市場顧客，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。「**歐化寶**」產品透過「**歐化寶**」店分銷，該等店舖一般規模較小，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「**at•home**」店及百貨公司專櫃分銷，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、Gamma、MIDJ、egoitaliano 及 MALERBA 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，另外亦有售賣別緻家品。

本集團亦專注於床褥及床上用品，覆蓋高端及大眾市場。「**斯林百蘭**」主要提供床褥，其獨特的睡姿彈簧系統能夠增強身體的舒適度及承托。此外，本集團以自有品牌「**歐化寶**」提供床褥、枕頭、梳化、梳化床、床，以及其他配套產品。透過提供不同尺寸、承托度及特色之不同型號的床褥及枕頭，本集團致力滿足不同顧客之需要。

■ 全方位零售銷售渠道

於 2025 年 3 月 31 日，本集團於香港設有 24 個銷售點，各零售線之商店數目如下：

	銷售點數目
傢俬產品	
「歐化傢俬尊尚店」	1
「歐化傢俬」	2
「at • home」	5
床褥及床上用品	
「斯林百蘭」店及百貨公司專櫃	9
「歐化寶」店及百貨公司專櫃	7
合計	24

「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，其品牌知名度於居民及顧客間日益提高。同時，「歐化寶」店及百貨公司專櫃均位於住宅區，以把握市場潛力。於本年度，本集團於沙田開設了一間「斯林百蘭」店，以及分別於荃灣、啟德及鰂魚涌開設了「斯林百蘭」百貨公司專櫃。

■ 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。作為對其優質服務的認可，於香港零售管理協會舉辦的優質服務計劃中，「歐化傢俬」榮獲 2024 年 10 月至 12 月之「優質服務領袖季度獎（傢俱及居室用品組別）」。

■ 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，並與銀行及其他公司合作進行推廣活動。

批發業務

本集團透過香港及澳門逾 100 家經銷商經營批發業務，涵蓋其自家品牌「**歐化寶**」之床褥、梳化床及梳化，以及英國品牌「**斯林百蘭**」及「**Vono**」之床褥及床上用品。

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，主要負責與戲院、酒店、示範單位、及員工宿舍相關的企業顧客之傢俬相關項目。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，並提供代為與傢俬製造商協調之服務。

前景

展望未來，宏觀經濟形勢仍充滿不確定性，且經營環境將繼續充滿挑戰。預期短期內本地物業市場及零售氣氛將持續受壓，故消費者對傢俬產品的支出將持謹慎態度。憑藉全面的產品組合及明確的市場細化，本集團將致力優化產品種類並加大推廣力度。由於傢俬市場尚未全面復甦，本集團將繼續採取審慎的成本管理，在多變的環境下保持營運靈活性。

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重大變動。於 2025 年 3 月 31 日，本集團之現金及現金等價物為 27,300,000 港元（2024 年：43,400,000 港元），主要以港元計值。於 2025 年 3 月 31 日，本集團並無任何銀行借款（2024 年：無），因此其負債比率為零（2024 年：零）。本集團之現金狀況促使本集團能為未來發展及市場不確定性保持靈活性和持久性。

於 2025 年 3 月 31 日，本集團之流動資產及流動負債分別約為 76,700,000 港元（2024 年：105,700,000 港元）及 52,100,000 港元（2024 年：65,000,000 港元）。本集團流動比率及速動比率分別為 1.5（2024 年：1.6）及 0.9（2024 年：1.0）。

經考慮本集團於 2025 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。