



# 敏華控股有限公司 (1999.HK)

2021-2022財政年度中期業績發佈會

# 免責及前瞻聲明

- 本報告乃由敏華控股有限公司（「本公司」）編製，僅供參考用途。在未獲得本公司明確授權下，不得向任何人士複製或轉派本報告。
- 本公司或其各自的任何附屬公司、董事、僱員或顧問概無直接或間接就本報告所載全部資料（包括所有前瞻性陳述）的完整性及準確性作出任何聲明或保證。本報告所載資料應被視為就報告當時的情況而編製，未曾亦不會作出更新，以反映報告日期後可能出現的重大發展。
- 本報告載有反映本公司對未來的信念及期望的陳述。該等前瞻性陳述乃根據多項有關本公司營運的假設及本公司無法控制的因素作出，故實際結果可能與該等前瞻性陳述有重大差異。本公司概不負責修訂前瞻性陳述，以反映未來事件或狀況。
- 本公司明確表示概不就本報告的參與者、其僱主、實體、代理或其任何相關各方因使用本報告所載資料而招致或蒙受的任何損失承擔任何責任（疏忽或其他責任）。
- 本報告的材料及資料僅供參考用途，並不構成購買或出售任何證券或財務工具的要約或招攬，或提供任何投資服務或投資建議。

# 目錄

1 業績回顧

2 生產營運

3 市場策略

4 問答環節

纤薄扶手

—  
搭配名车级车线工艺  
打造时尚轻奢生活



饱满靠背

—  
完美贴合颈部和腰部  
让身体更放松

# 01 業績回顧



# 整體財務表現

	2022財年上半年 (百萬港元)	2021財年上半年 (百萬港元)	按年變動
總收入	10,357.9	6,868.0	50.8%
營業收入	10,214.5	6,636.9	53.9%
毛利	3,700.2	2,322.3	59.3%
毛利率 (%)	36.2%	35.0%	1.2個百分點
其他收入	143.5	231.1	-37.9%
銷售/管理費用佔收入比率 (%)	25.0%	22.6%	2.4個百分點
稅息折舊及攤銷前利潤率 (%)	15.9%	18.2%	-2.3個百分點
歸屬於母公司淨利潤	988.1	749.3	31.9%
淨利潤率 (%)	9.7%	11.3%	-1.6個百分點
基本每股盈利 (港仙)	25.0	19.7	26.5%
派息及比率 (%)	52.0% (13.0)	50.7% (10.0)	1.3個百分點

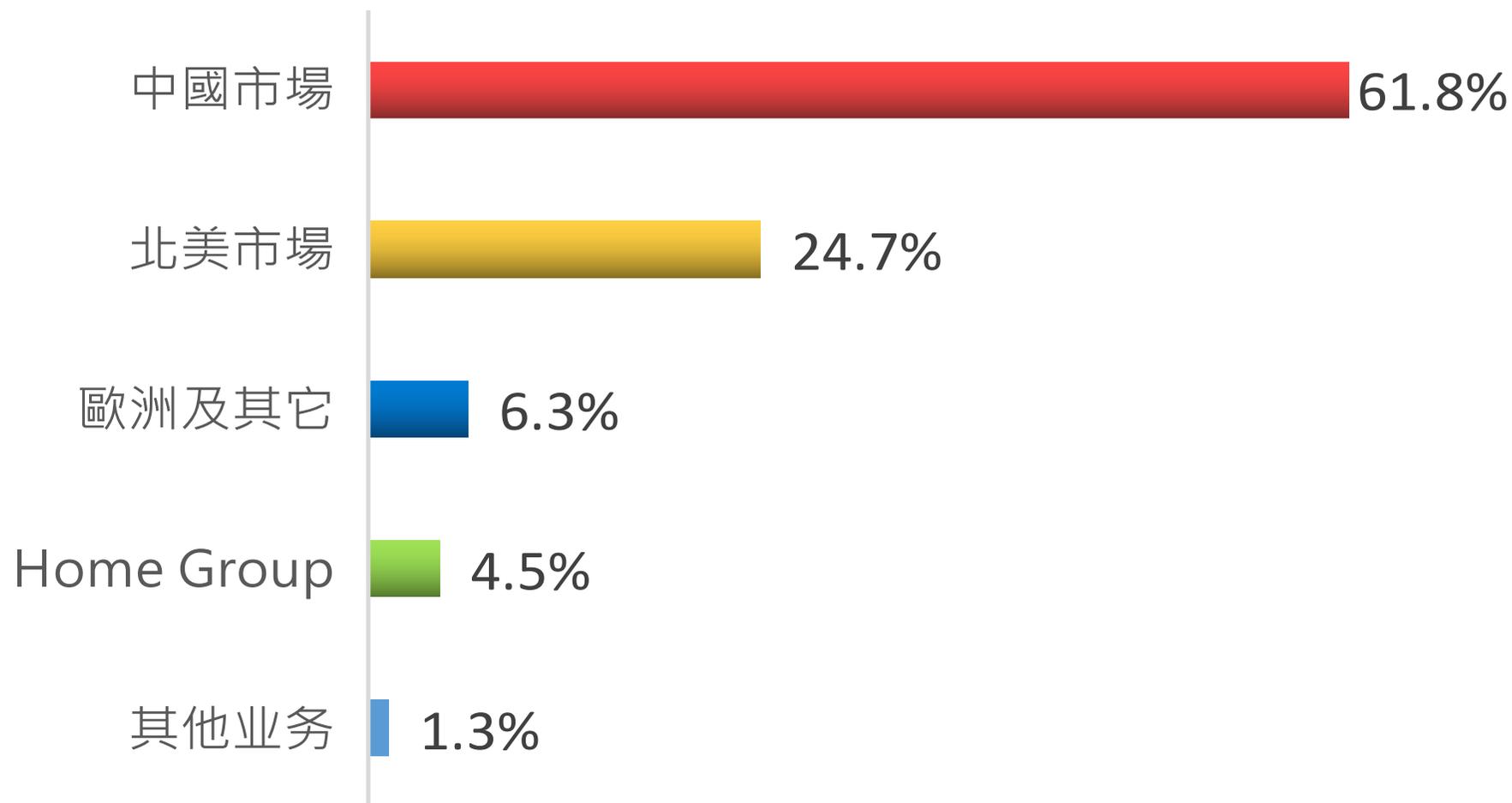
\* 淨利率下降1.6個百分點：主要受原材料上漲影響-7.8%（報告期綜合提價9%）合計影響1.2個百分點、海運費上升影響-3個百分點、內銷費用率下降0.6個百分點，有效稅率上升影響-0.3個百分點。

# 總收入構成分析

區域	2022財年上半年		2021財年上半年		按年變動
	(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比	
中國市場收入	6,399.6	61.8%	4,192.6	61.0%	52.6%
北美市場收入	2,562.3	24.7%	1,596.2	23.2%	60.5%
歐洲及其它海外市場收入	656.5	6.3%	346.6	5.0%	89.4%
Home Group收入	464.9	4.5%	333.2	4.9%	39.5%
其他營業收入	131.0	1.3%	168.2	2.4%	-22.1%
其他收入	143.5	1.4%	231.1	3.4%	-37.9%
合計	10,357.9	100%	6,868.0	100%	50.8%

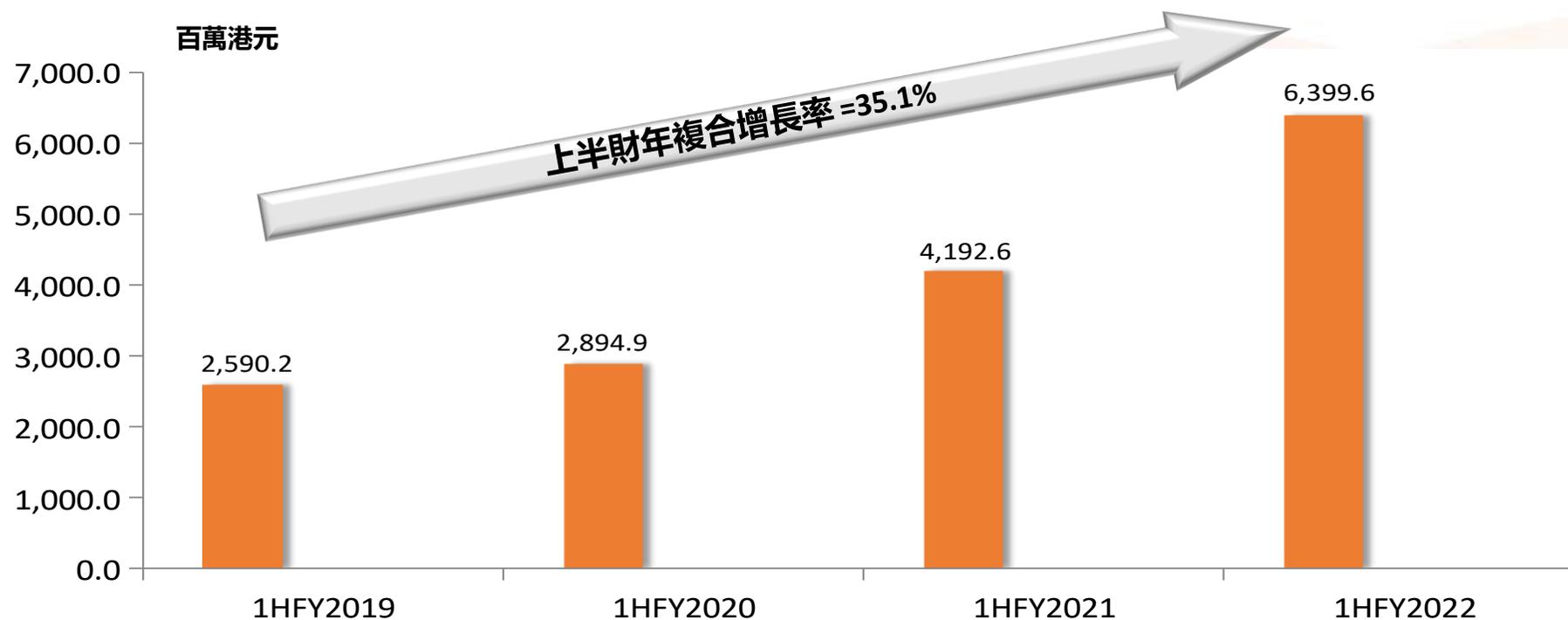
# 营业收入構成分析

## FY2021-2022上半财年营业收入構成分析



# 中國市場收入

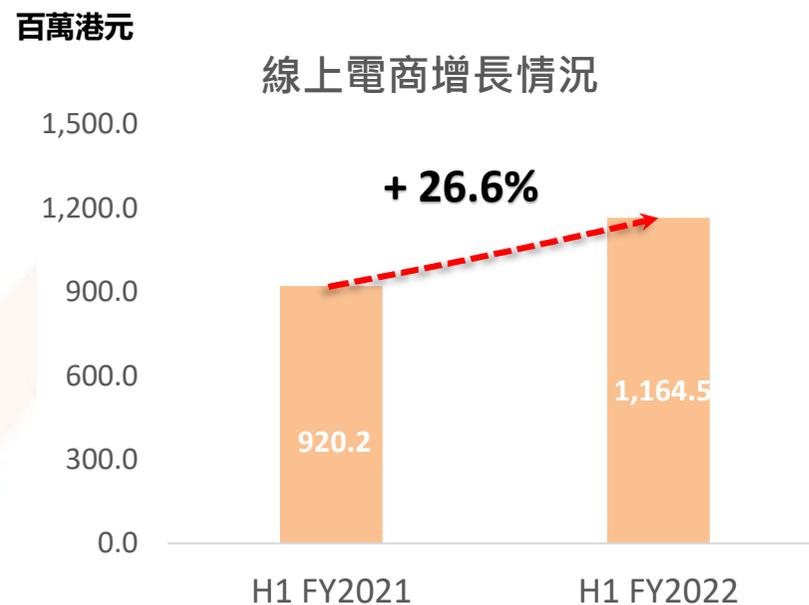
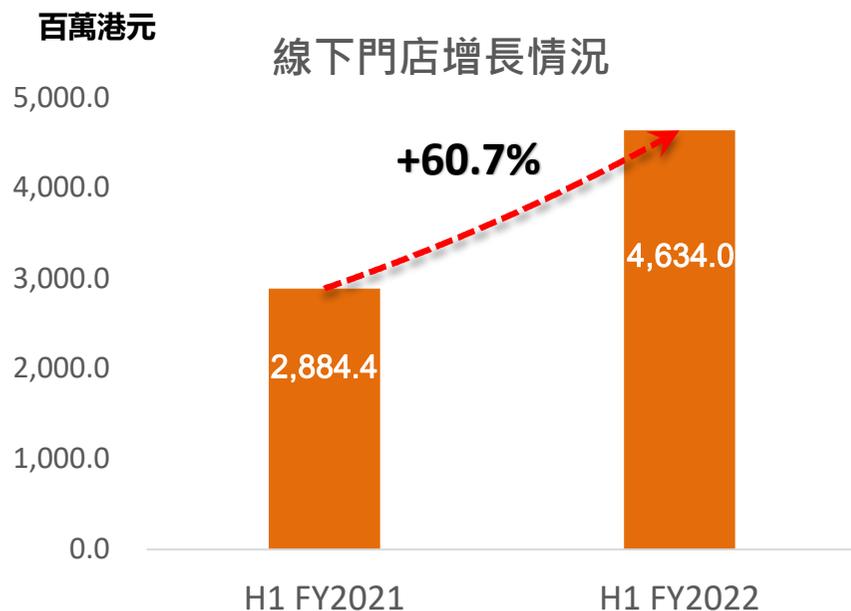
FY2022上半財年，中國市場業務逆勢增長52.6%，近4年复合增速达35%。



分析項目	2022財年上半年		2021財年上半年		按年變動	2020財年上半年		2019財年上半年	
	(百萬港元)	佔總金額	(百萬港元)	佔總金額		(百萬港元)	佔總金額	(百萬港元)	佔總金額
收入	6,399.6	61.8%	4,192.6	61.0%	52.6%	2,894.9	51.8%	2,590.2	47.2%

# 中國市場收入拆分—按渠道

H1FY2022中國區收入增長52.4%，電商增長26.6%，線下增長60.7%（撇除鐵架业务）



(百萬港幣)	2022財年H1		2021財年H1		同比變化
	金額	佔比	金額	佔比	
線下門店	4,634.0	79.9%	2,884.4	75.8%	60.7%
線上電商	1,164.5	20.1%	920.2	24.2%	26.6%
中國區收入合計 (不含鐵架)	5,798.5		3,804.6		52.4%

# 中國市場收入分拆——按品類

H1FY2022中國區收入增長52.4%，沙發增長47.7%，床墊增長68.2%（撇除鐵架業務）

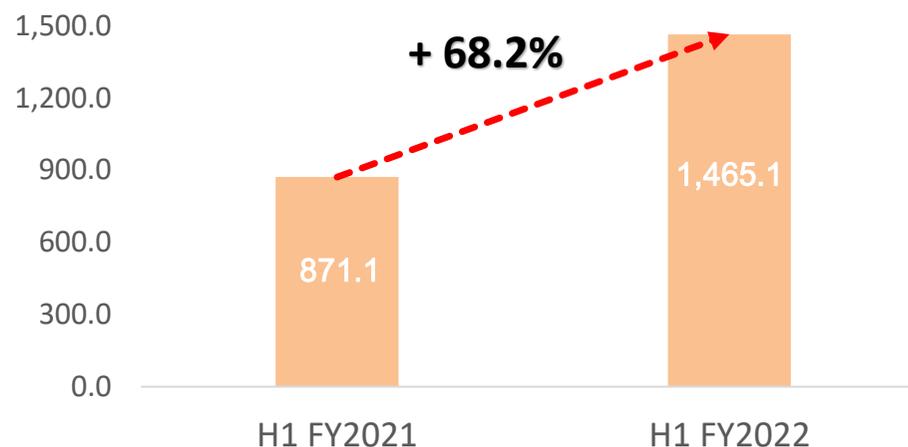
百萬港元

沙發業務增長情況



百萬港元

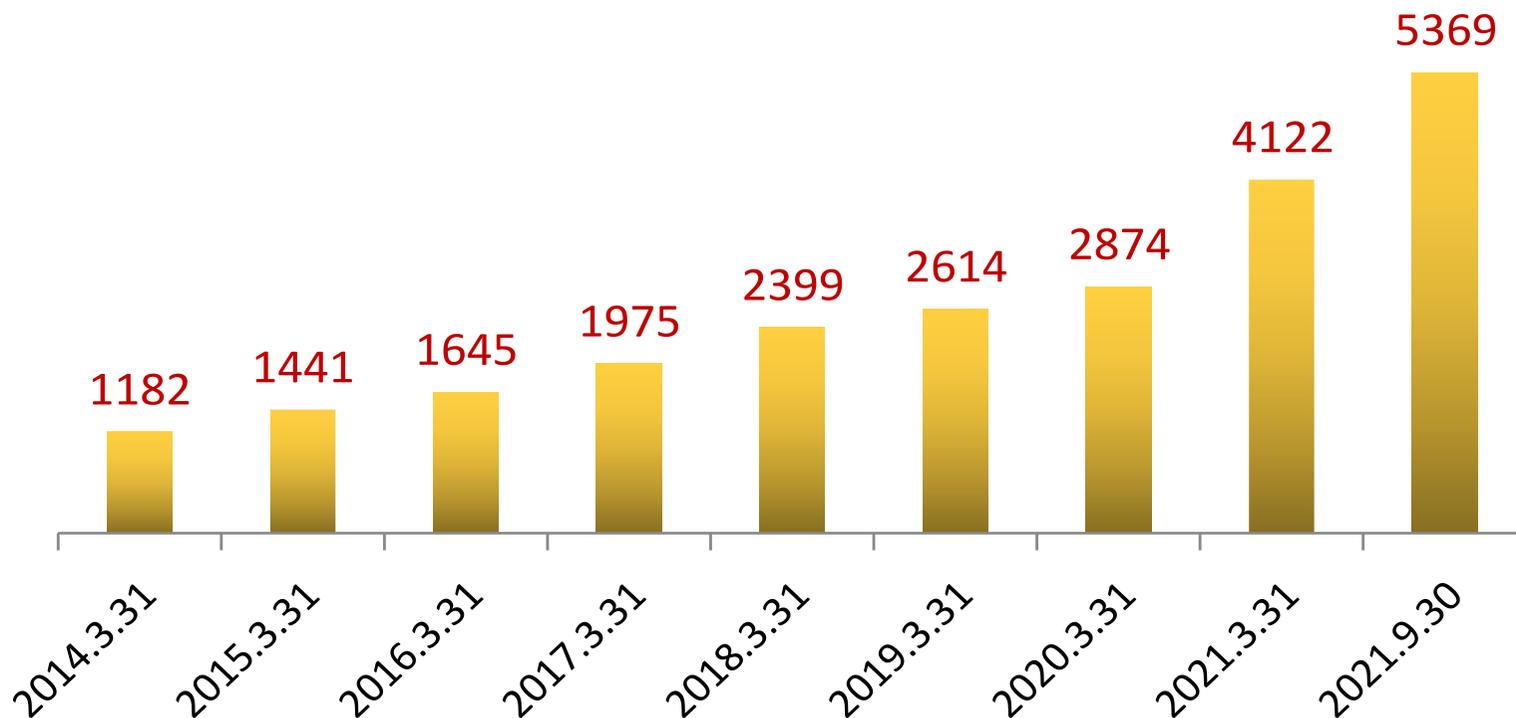
床墊業務增長情況



(百萬港幣)	2022財年H1		2021財年H1		同比变化
	金額	佔比	金額	佔比	
沙發	4,333.4	74.7%	2,933.5	77.1%	47.7%
床墊	1,465.1	25.3%	871.1	22.9%	68.2%
中國區收入合計 (不含鐵架)	5,798.5		3,804.6		52.4%

# 成功拓展中國市場門店1247間 (淨開店數)

截至2021.9.30門店數**5369**家

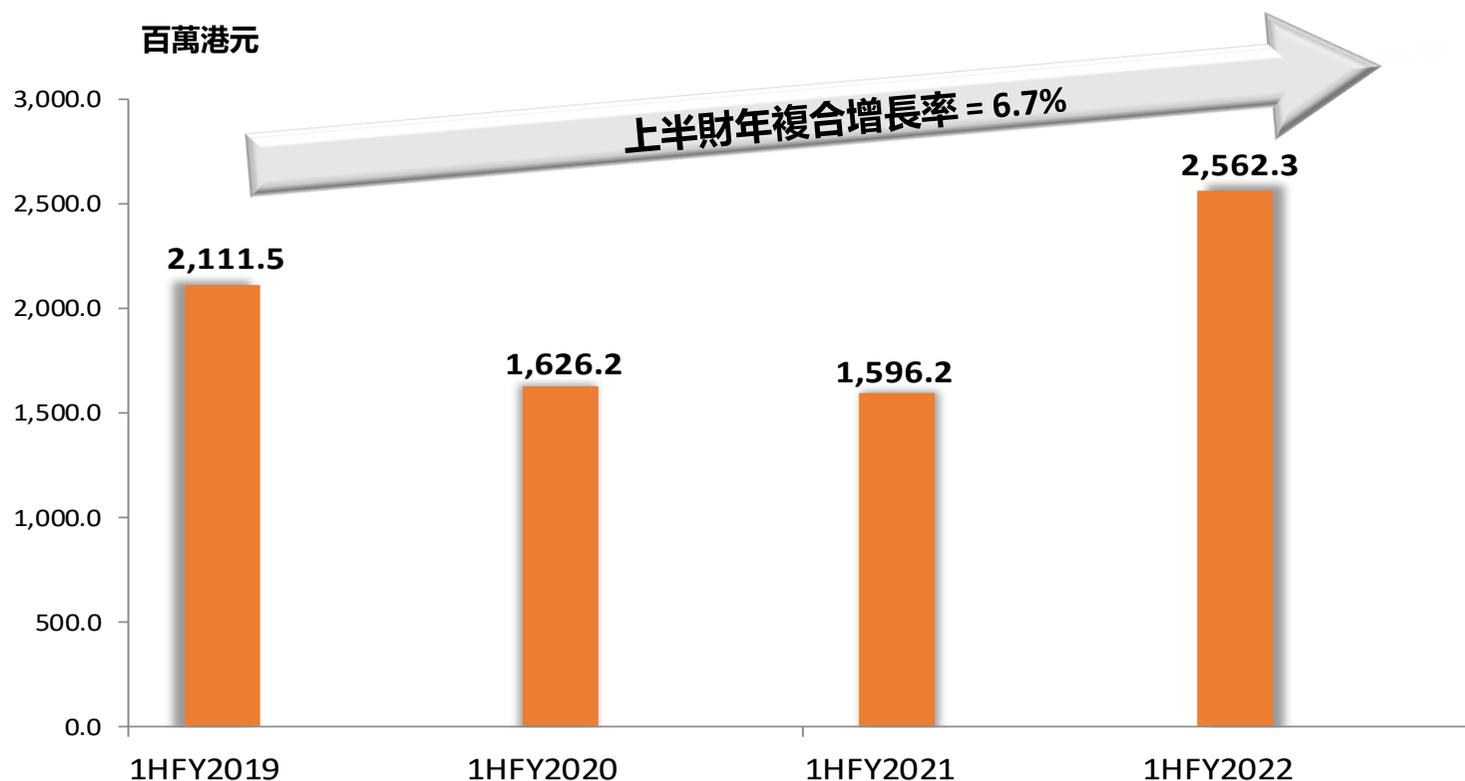


其中包含芝華仕貴族系列門店、芝華仕紳士系列門店、芝華仕時尚門店、芝華仕都市系列門店、芝華仕宜居布藝系列門店、芝華仕五星床墊系列門店、芝華仕智能床系列門店、伯爵、尼科萊蒂、意斯特、樂德飛翼等。

\*不含收購的格調和普麗尼門店。

# 北美市場收入

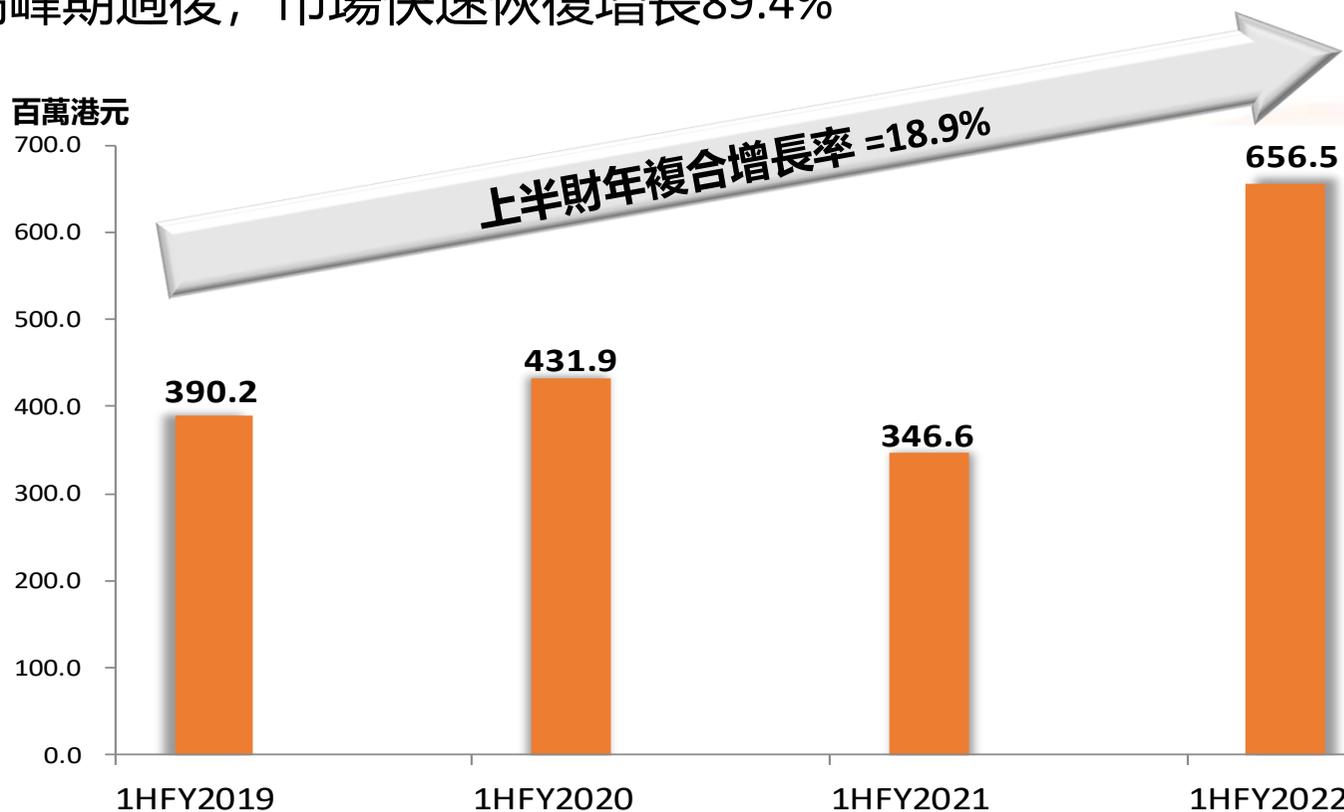
對美出口訂單在疫情後快速增長，綜合越南疫情影響後，整體增速達60.5%



分析項目	2022財年上半年		2021財年上半年		按年變動	2020財年上半年		2019財年上半年	
	(百萬港元)	佔總金額	(百萬港元)	佔總金額		(百萬港元)	佔總金額	(百萬港元)	佔總金額
收入	2,562.3	24.7%	1,596.2	23.2%	60.5%	1,626.2	29.1%	2,111.5	38.5%

# 歐洲及其它海外市場收入

歐洲疫情高峰期過後，市場快速恢復增長89.4%



分析項目	2022財年上半年		2021財年上半年		按年變動	2020財年上半年		2019財年上半年	
	(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比		(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比
收入	656.5	6.3%	346.6	5.0%	89.4%	431.9	7.7%	390.2	7.1%

# 集團毛利率分析

區域	1HFY2022	1HFY2021	變動比
中國市場業務	35.7%	36.8%	-1.1個百分點
北美市場業務	41.1%	32.0%	9.1個百分點
歐洲及其它海外市場業務	24.2%	22.8%	1.4個百分點
Home Group業務	25.6%	35.3%	-9.7個百分點
其他業務	67.1%	43.1%	24.0個百分點
合計	36.2%	35.0%	1.2個百分點

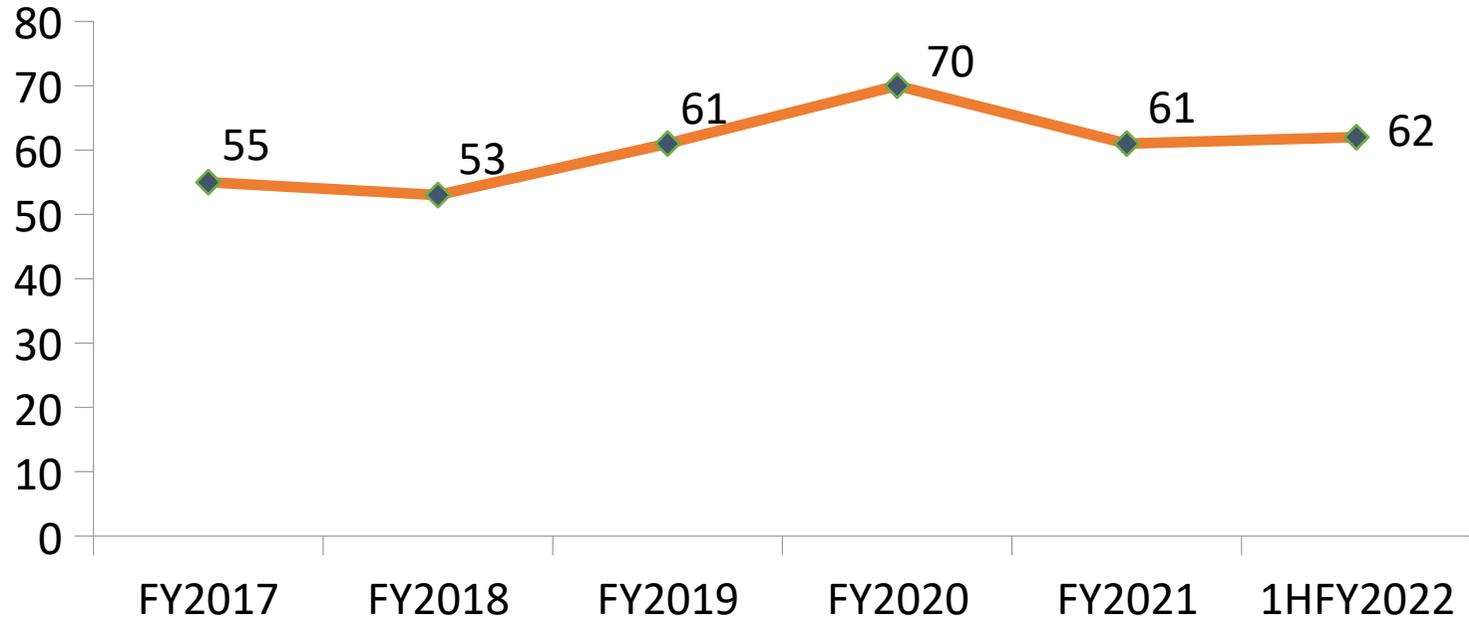
# 原材料成本及價格分析

主要原材料	2022財年上半年 加權平均單價變動(%)	原材料佔比
真皮	13.3%	19.4%
鋼材	21.2%	23.5%
木製品	20.1%	8.1%
布	2.1%	7.4%
包裝紙等其他	14.4%	7.9%
化學品	51.7%	10.9%

\* 單類原材料均價計算標準為採購總金額/採購總數量，為加權平均價格；  
原材料漲價對毛利率影響約計7.8%，本報告期合計提價兩次分別5%（針對部分商品和區域），綜合提價9%，考慮漲價因素後原材料上漲對毛利率影響約1.2個百分點。

# 庫存周轉天數分析

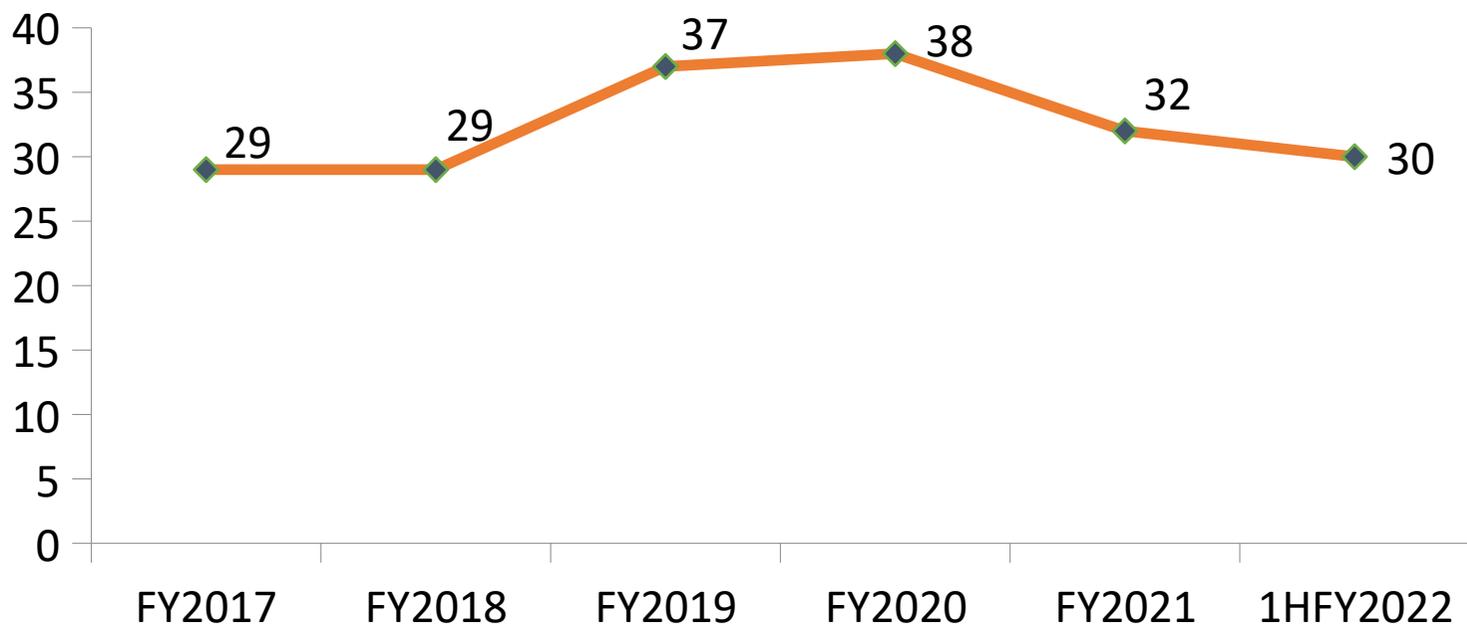
單位：天



指標	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	1HFY2022
庫存周轉天數	55	53	61	70	61	62

# 應收賬款周轉天數分析

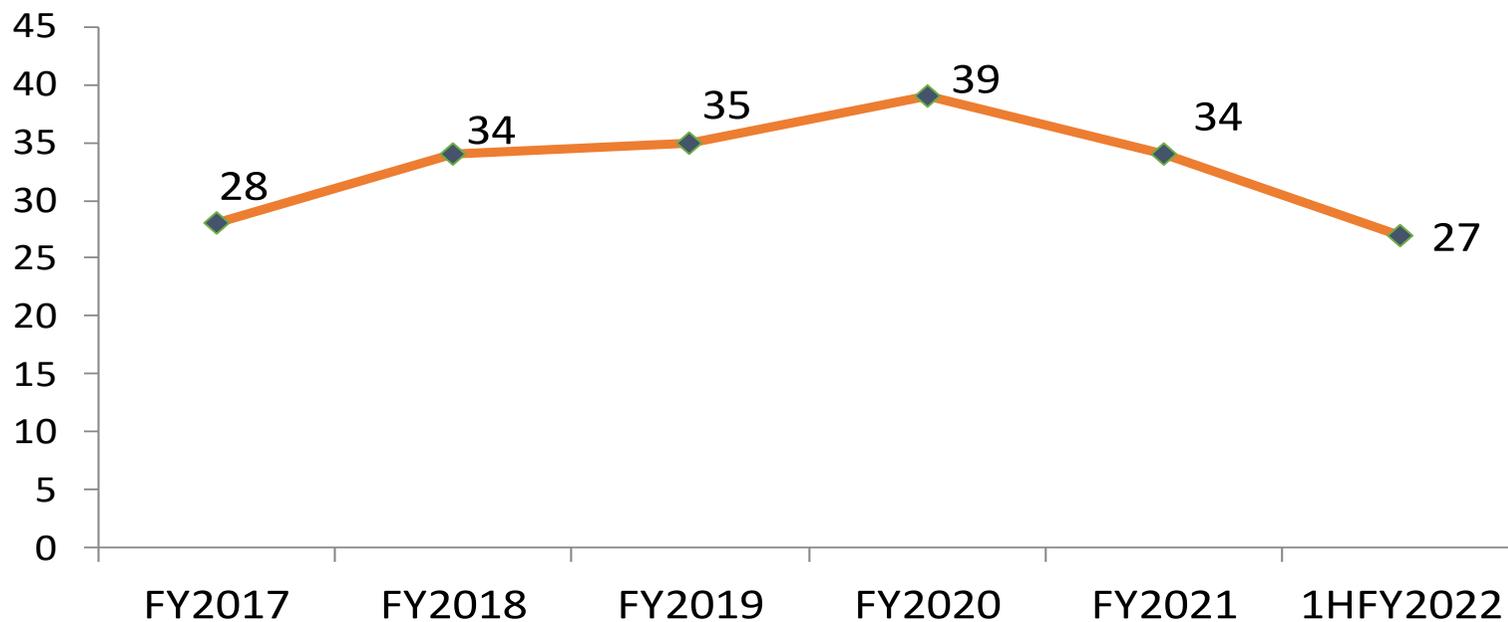
單位：天



指標	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	1HFY2022
應收賬款周轉天數	29	29	37	38	32	30

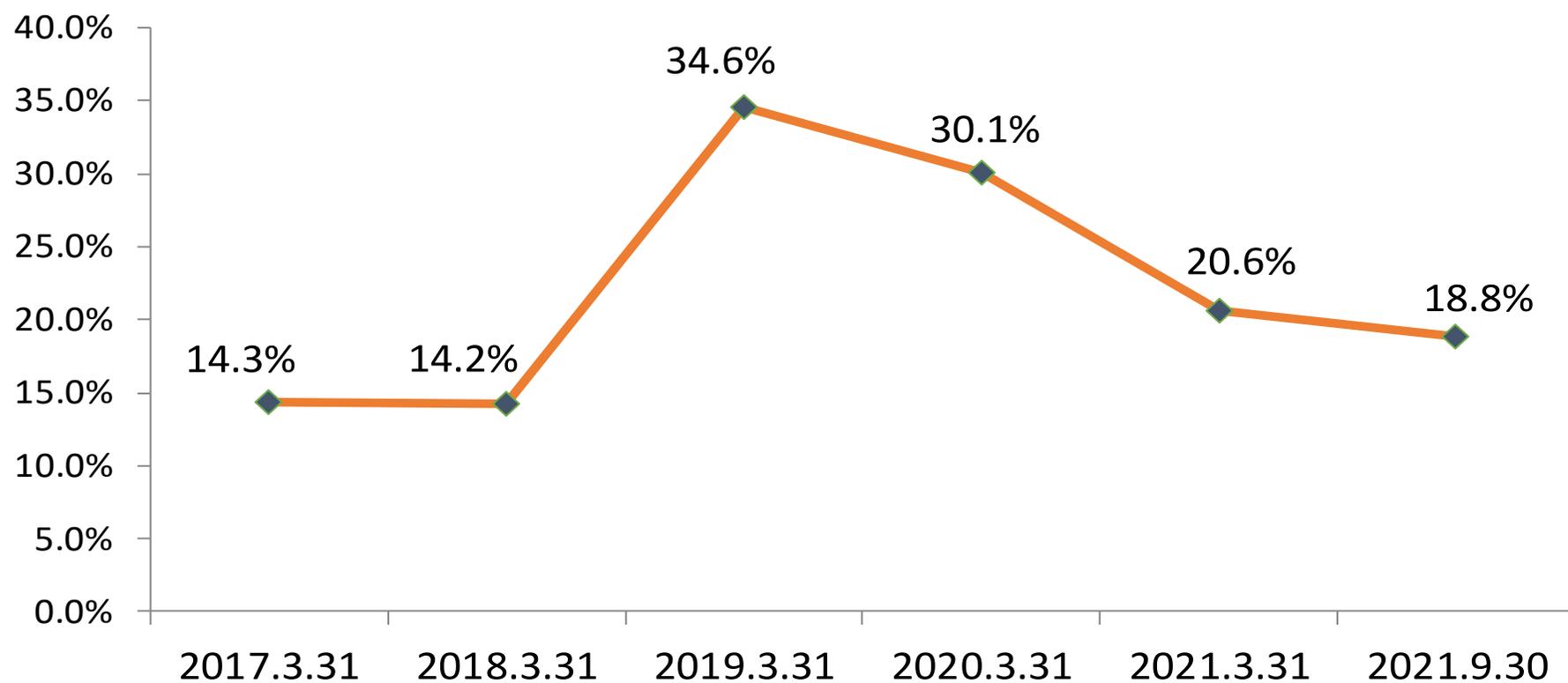
# 應付賬款周轉天數分析

單位：天



指標	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	1HFY2022
應付帳款周轉天數	28	34	35	39	34	27

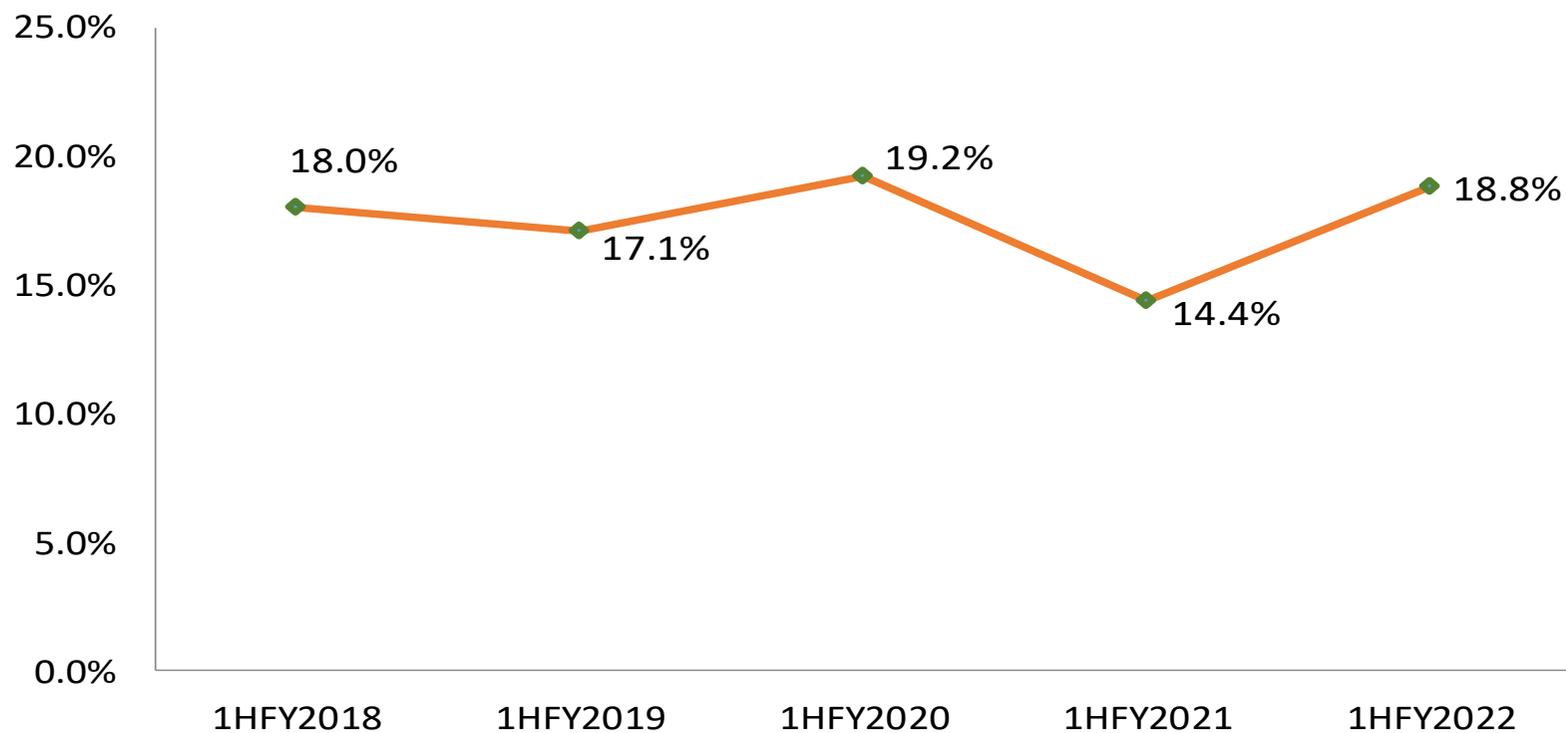
# 資產負債分析



	2017/03/31	2018/03/31	2019/03/31	2020/03/31	2021/03/31	2021/09/30
資產有息負債比	14.3%	14.2%	34.6%	30.1%	20.6%	<b>18.8%</b>

\* 資產有息負債比=銀行借款/資產

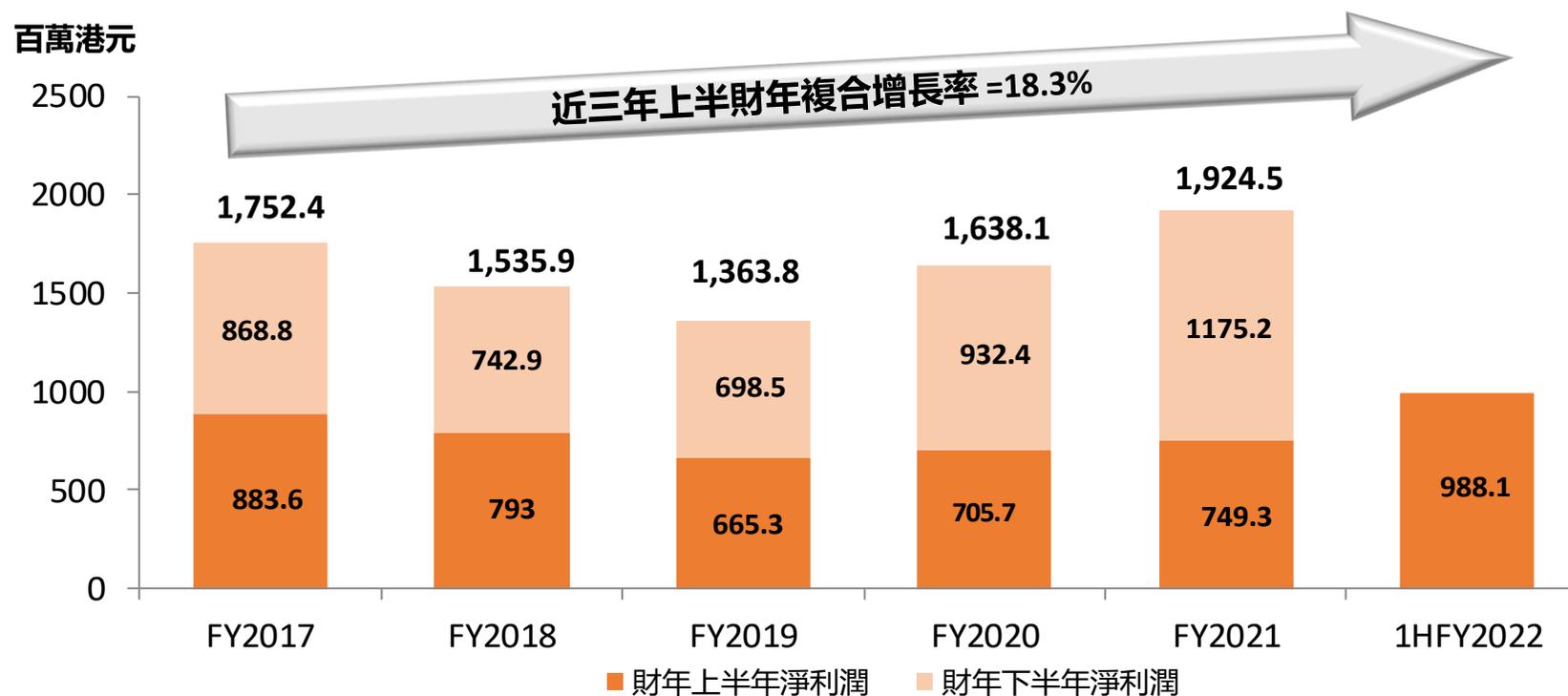
# 有效稅率分析



	1HFY2018	1HFY2019	1HFY2020	1HFY2021	1HFY2022
有效稅率	18.0%	17.1%	19.2%	14.4%	18.8%

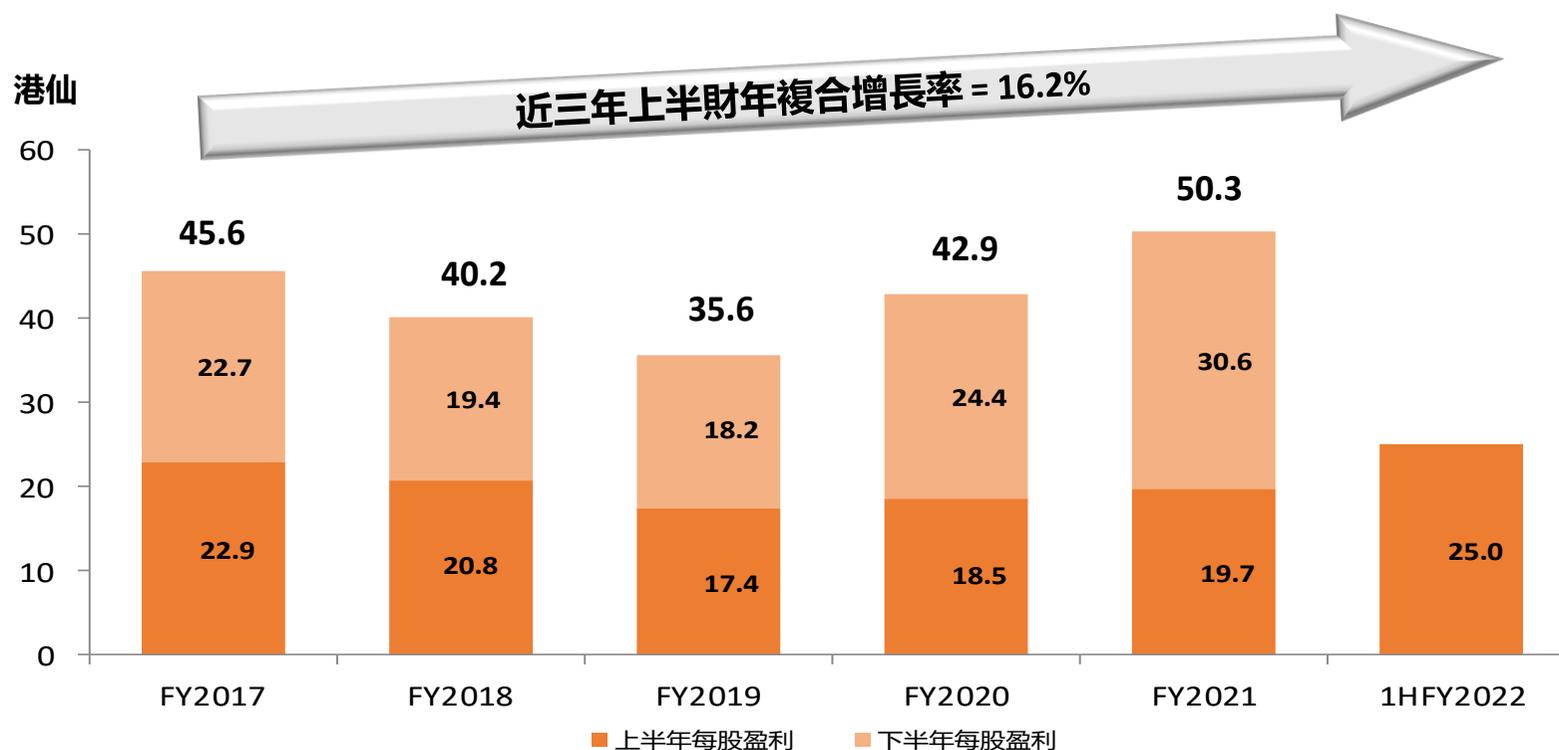
\*有效稅率指所得稅佔稅前利潤比率；有效稅率上升主要受澳門稅收優惠期結束帶來所得稅上升

# 歸屬於母公司淨利潤比較



	FY2017 (百萬港元)	FY2018 (百萬港元)	FY2019 (百萬港元)	FY2020 (百萬港元)	FY2021 (百萬港元)	1HFY2022 (百萬港元)
上半年淨利潤	883.6	793.0	665.3	705.7	749.3	988.1
下半年淨利潤	868.8	742.9	698.5	932.4	1,175.2	--
全年淨利潤	1,752.4	1,535.9	1,363.8	1,638.1	1,924.5	--

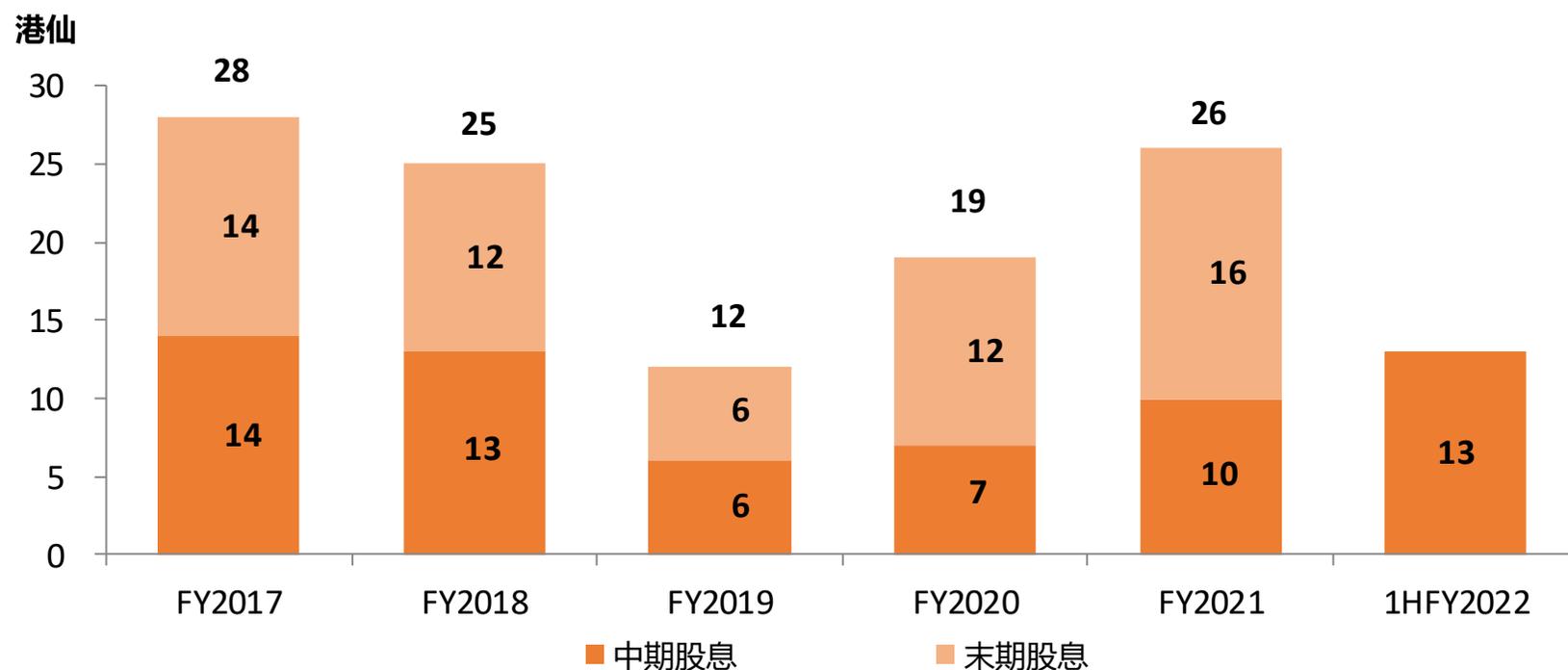
# 基本每股盈利比較



指標	FY2017 (港仙)	FY2018 (港仙)	FY2019 (港仙)	FY2020 (港仙)	FY2021 (港仙)	1HFY2022 (港仙)
上半年每股盈利	22.9	20.8	17.4	18.5	19.7	25.0
下半年每股盈利	22.7	19.4	18.2	24.4	30.6	--
全年每股盈利	45.6	40.2	35.6	42.9	50.3	--

註：公司於2015年1月及2016年8月進行紅股發行，對於以前年度的每股盈利進行了重述（假設各期間，紅股發行已完成）

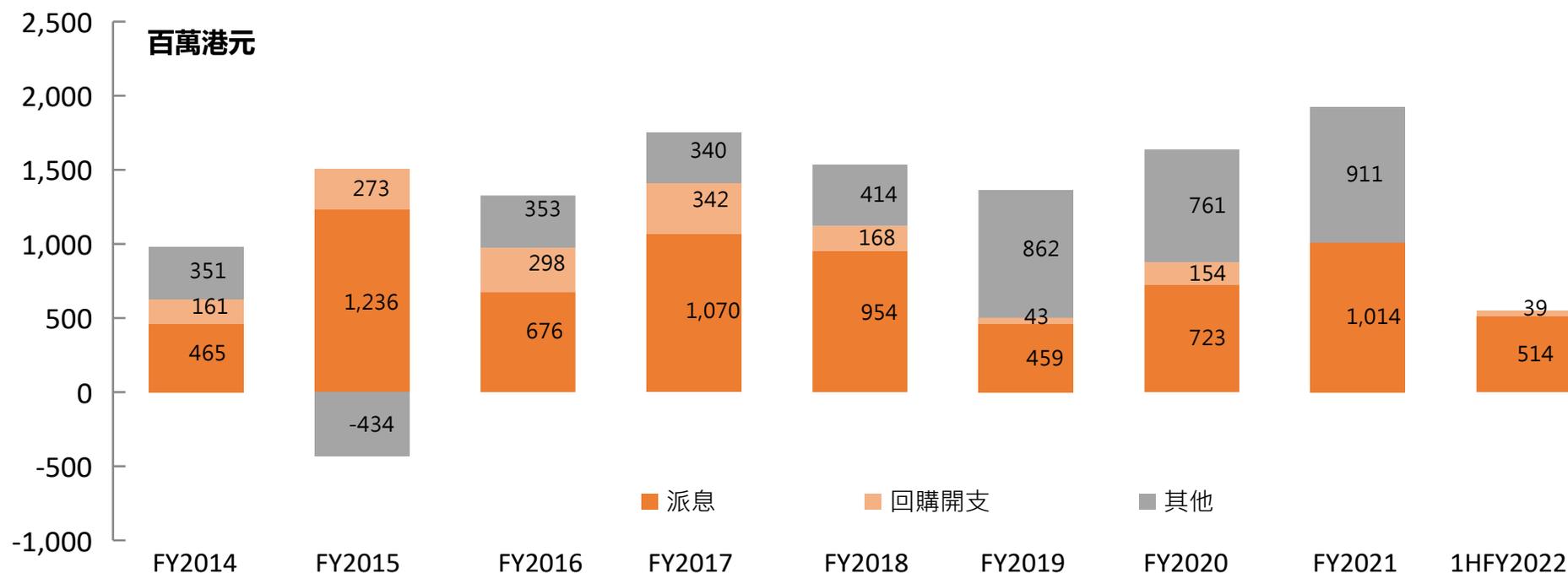
# 股息比較



指標	FY2017 (港仙)	FY2018 (港仙)	FY2019 (港仙)	FY2020 (港仙)	FY2021 (港仙)	1HFY2022 (港仙)
中期股息	14.0	13.0	6.0	7.0	10.0	13.0
末期股息	14.0	12.0	6.0	12.0	16.0	--
全年股息合計	28.0	25.0	12.0	19.0	26.0	--

註：公司於2015年1月及2016年8月進行紅股發行，對於以前年度的每股盈利進行了重述（假設各期間，紅股發行已完成）

# 股東回饋



(百萬港元)	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	1HFY2022
歸屬母公司淨利潤	977	1,075	1,327	1,752	1,536	1,364	1,638	1,925	988
應派息金額	465	1,236	676	1,070	954	459	723	1,014	514
回購開支	161	273	298	342	168	43	154	0	39
派息比率	48%	115%	51%	61%	62%	33.7%	44.1%	52.7%	52%
回饋股東比率	64.1%	140.4%	73.4%	80.6%	73.0%	36.8%	53.5%	52.7%	55.9%

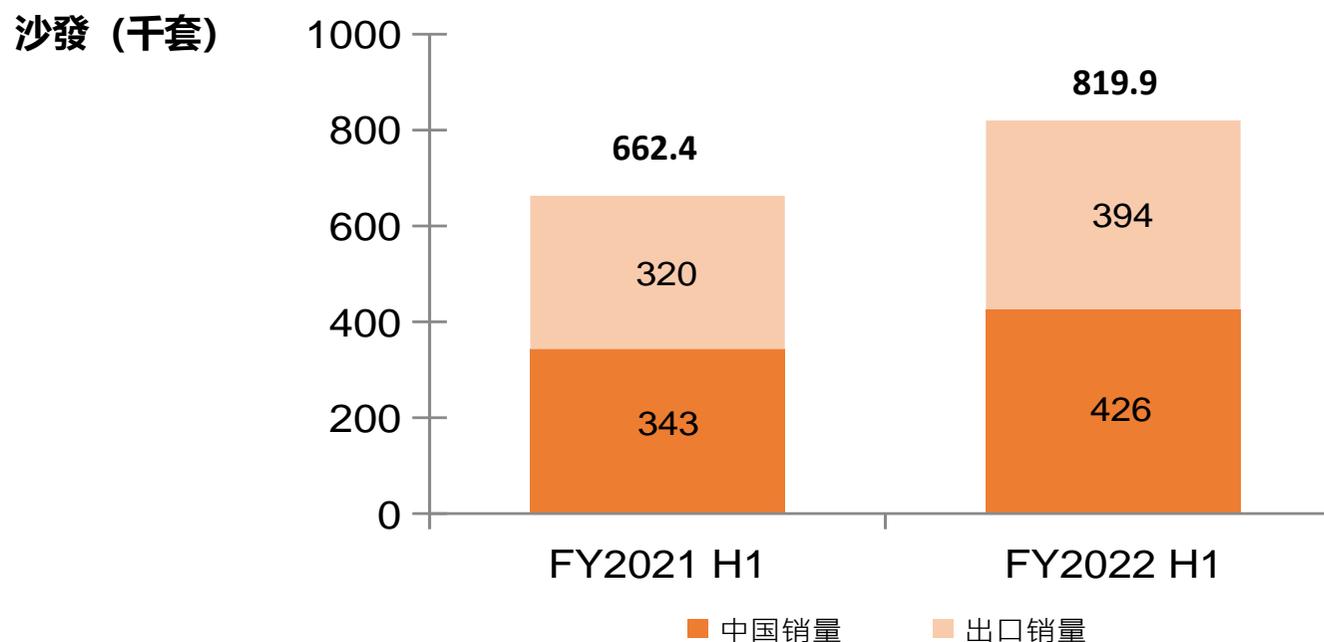
\*應派息金額以2021年9月30日總股本計算

## 02 生產運營



# 沙發銷量套數統計

全球銷量第一的功能沙發企業，FY2022上半財年總銷量82萬套沙發



銷量	中國區 (千套)	美國市場 (千套)	歐洲及其他市場 (千套)	合計 (千套)
<b>FY2022 上半財年</b>	425.8	340.2	53.9	<b>819.9</b>
<b>FY2021 上半財年</b>	342.5	274.8	45.1	<b>662.4</b>

# 中國市場產能佈局



圖生創意 stock.tuchong.com

產能佈局	設計最大產能 (萬套)	目前產能 (萬套)	已佔產能空間
總計	126	42.6*2	約67%

說明：工廠設計最大產能，指目前已規劃建設的工廠最大化鋪滿機器設備員工後所能提供的產能。

# 海外市場產能佈局

2018年投資



## 越南

產能：4200櫃/月  
目標市場：美國

2006建設



## 惠州-大亞灣

產能：2000櫃/月  
目標市場：海外市場（包含部分美國、歐洲及東南亞國家）

工廠	設計最大產能 (櫃/月)	目前可實現產能 (櫃/月)	已佔產能空間
越南	4200	3500	83%
大亞灣（供部分美國、 歐洲及其他）	2000	1600	80%

說明：工廠設計最大產能，指土地最大化利用建設工廠後生產所提供全部產能。

# 越南工廠逐步實現規模化生產

項目地：越南平陽省  
廠房面積：老廠房130,000 M<sup>2</sup>，  
新建廠房243,000 M<sup>2</sup>  
產能供給：美國市場  
設計產能：4200櫃/月

- 新廠房在2019年8月建設完成，目前已快速投入使用
- 零部件生產逐漸本地化（海綿發泡、電機生產、鐵架組裝）降低了運輸成本，提升了效率
- 人工生產效率已達大亞灣水平，產能利用率大幅提高，生產量遠超過去大亞灣出口北美量高達4200櫃/月。



原材料本地化



產品測試中心



嚴格QS控制

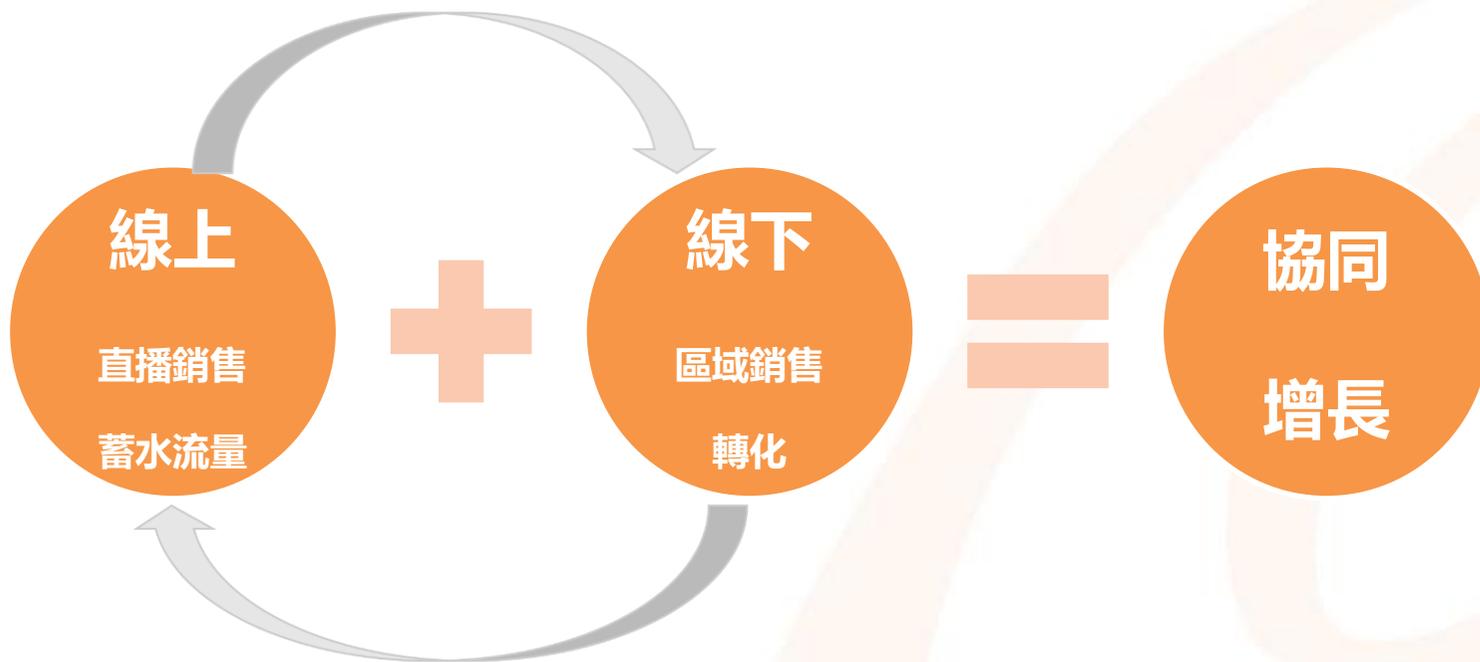
# 03 市場策略



# 中國市場拓展策略

## 線上下導流協同增長

積極擁抱渠道新變化，通過直播增強消費者曝光度和芝華仕品牌力，推動線上業務增長，同步蓄水線上流量赋能經銷商線下銷售。兩棲差異化發展互相賦能增長，實現銷售1+1大於2。



天王助力品牌總GMV突破

**2800萬+**

銷售額環比活動前增長**536%**↑

品牌自播單場銷額突破

**1290萬+**

自播爆發係數

**576%**

品牌自播互動量

**187萬+**

### 「芝華仕明星直播」

明星KOL同款沙發圈粉，熱點超話直播線上下聯動銷售

當日品牌GMV突破2800萬+，銷售額環比活動前增長536%，品牌自播單場銷售額破1290+萬

人群破圈

BROKEN

品牌圈粉突破**16萬+**

活動期間，芝華仕官方賬號粉絲

增長**16萬+**

平台新客破圈沉淀新客在交易人群中

占比**9%**

(超品牌過去2.5個月增粉總和)

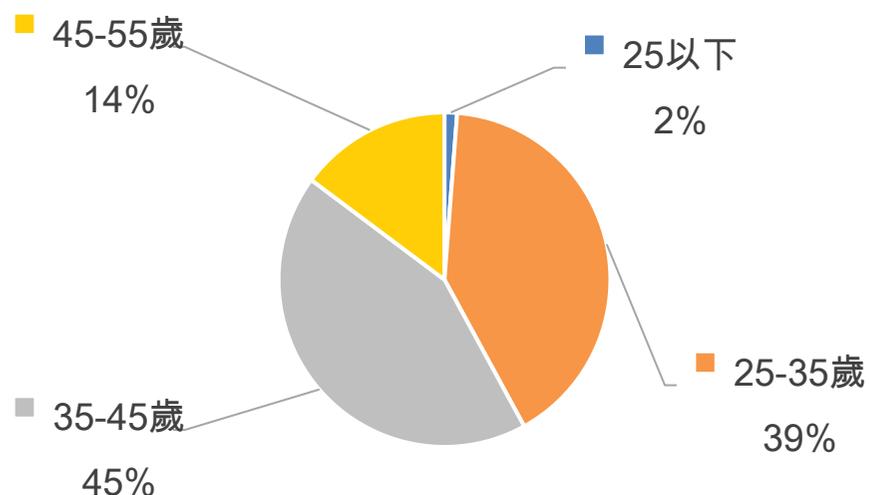


# 中國市場拓展策略

不斷加強研發投入推創新品，創造沙發年輕態小型化，快速提高認知度及滲透率

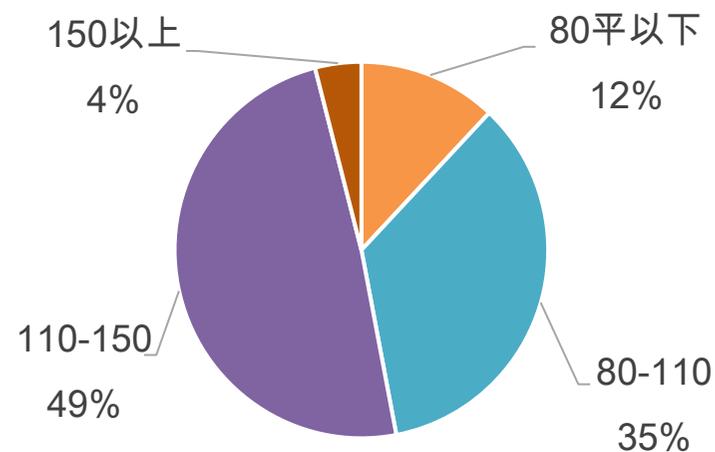
**\* 本年度產品購買進一步年輕化  
35歲以下人群提升佔比高達至41%**

意向客戶年齡段購買分析



**\* 功能沙發購買消費者戶型小型化  
中小戶型佔比提升至47%**

意向客戶戶型購買分析



\* 以上數據以2021.4.1-2021.9.30可獲取的線下門店購買意向客戶年齡段為統計基準。

# 中國市場拓展策略

搭建門店管理系統，賦能經銷商針對性提高體驗數、轉化率、客單價，促進單店生意額提升

## 佈局智慧新零售，打造敏華運營大中台

官方商城作為會員的載體，也是嫁接各類業務的平台。

01 商品購買  
產品  
服務  
分享

02 價格統一  
價格展示、查詢  
價格投訴

03 會員管理  
會員推薦  
個人中心  
權益查詢

04 積分商城  
禮品兌換  
服務兌換  
積分抽獎、遊戲等



05 留資 售後  
在線和400服務諮詢  
投訴建議

06 智能控制  
智能家居  
手機操作

07 VR設計  
VR觀看  
家具定制

08 會員互通  
同業合作  
平台會員權益互通  
積分互通



推出升級版門店CRM系統、深化VR系統，強化對經銷商支援力度及升級數位化零售；搭建敏華大中台體系，實現商品資料化和視覺化管理。

# 海外市場拓展策略

BOB'S DISCOUNT FURNITURE



HAVERTY'S FURNITURE

macy's

HAVERTY'S

ROOMS TO GO

Nebraska Furniture Mart



Parker House FURNITURE



COSTCO WHOLESALE

Leon's The BRICK

BIG LOTS!

Las Vegas Market

## 北美市場

- 完善產品線佈局，豐富海外市場產品線
- 降低越南工廠疫情影響，保障規穩定產能供給
- 開啟北美自主高端品牌“MW HOME”銷售推進，逐漸打開C端市場。
- 補充固定款Ch2沙發出口OEM業務

## 歐洲及其他海外市場

- 鞏固歐洲客戶網路
- 完善擴展產品線佈局，產品研發新增歐式現代等多樣化的產品風格
- 積極開拓新客戶，做好產品，更好滿足客戶需求

加強傢具研發水準，提高核心競爭力

積極參加海外傢具展

STEINHOFF INTERNATIONAL SOURCING AND LOGISTICS

Harvey Norman

Conforama En Suisse depuis 1976

ROSEN

XXXLutz

Fleming

IKEA

HABUFA

Em home

MIO

MANWAH

# 芝華仕品牌母公司敏華控股 連續三年蟬聯全球銷量第一的功能沙發企業

2020年敏華控股繼續蟬聯全球銷量第一的功能沙發企業

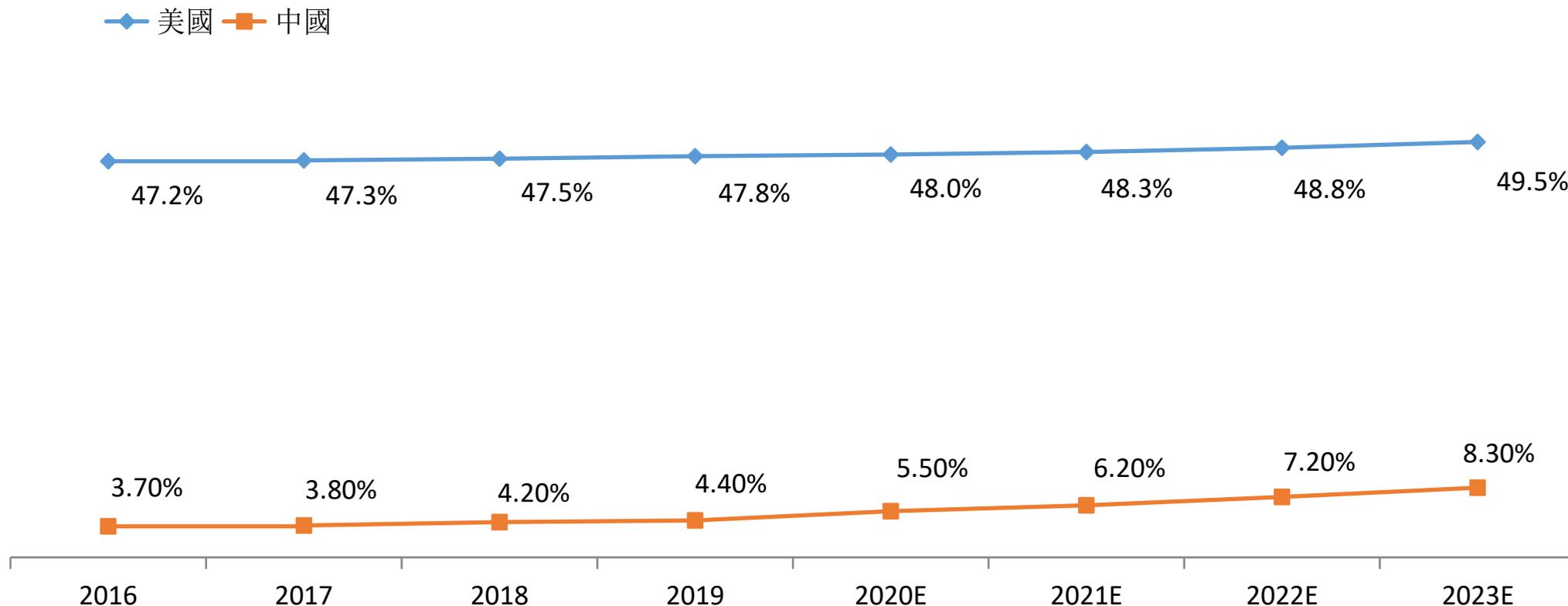
穩佔中國大陸功能沙發生產商龍頭地位，在美國功能沙發生產商中排名第三  
2020年中國市場佔有率進一步提升至59%（2019年50.1%）



來源：歐睿國際，基於Passport資料庫、2021年4月執行的案頭研究、零售網點到訪與行業訪談計算，2020自然年度銷售量為單位。

# 功能沙發佔整體沙發市場之份額

## 中美兩國市場功能沙發滲透率對比（按銷售量）



### 歐睿國際免責聲明:

- 這些關於美國及中國市場功能沙發的資訊，包含從歐睿國際委託報告中提取的資訊，同時此資訊也反映了來源於公共二手市場對市場規模、排名及表現的估計，以及主要行業參與者的意見及前景展望的貿易調查分析，主要作為市場分析工具。歐睿國際針對敏華控股有限公司是否值得投資及投資的可行性，以及敏華控股有限公司股票價值的研究不代表歐睿國際的意見。針對年報中列示數據的準確性，歐睿國際不作出任何陳述。
- 我們相信針對此資訊的數據來源是合適的，在提取及復制相關資訊過程中，我們給予了合理的關注。我們沒有理由相信，任何重要的資訊是虛假的或者存在誤導性的，以及被省略的事實導致資訊是虛假或存在誤導性的。年報中列示的資訊來源於美國及中國政府官方的年報，由歐睿國際編輯，我們並未進行獨立的驗證，因此針對資訊的準確性不作出任何陳述。

# 04 問答環節

