



# 敏華控股有限公司 (1999.HK)

## 2020財政年度業績發佈會

# 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 生產運營

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



# 一、整体財務表現

	2020財年 (百萬港元)	2019年財年 (百萬港元)	按年變動
收入	12,144.3	11,257.8	7.9%
毛利	4,417.7	3,837.1	15.1%
毛利率 (%)	36.4%	34.1%	+2.3個百分點
銷售/管理費用佔收入比率 (%)	21.6%	20.9%	+0.7個百分點
稅息折舊及攤銷前利潤率 (%)	21.7%	18.5%	+3.2個百分點
歸屬於母公司淨利潤	1,638.1	1,363.8	20.1%
淨利潤率 (%)	13.5%	12.1%	+1.4個百分點
基本每股盈利 (港仙)	42.89	35.62	20.4%
攤薄每股盈利 (港仙)	42.87	35.60	20.4%
派息及比率 (%)	44.3% (19.0)	33.7% (12.0)	+10.6個百分點

\*2020H1派息7港仙，派息率37.9%。2020H2派息12港仙，派息率49.2%，**下半財年派息率環比提升11.3個百分點。**

# 集團收入構成分析

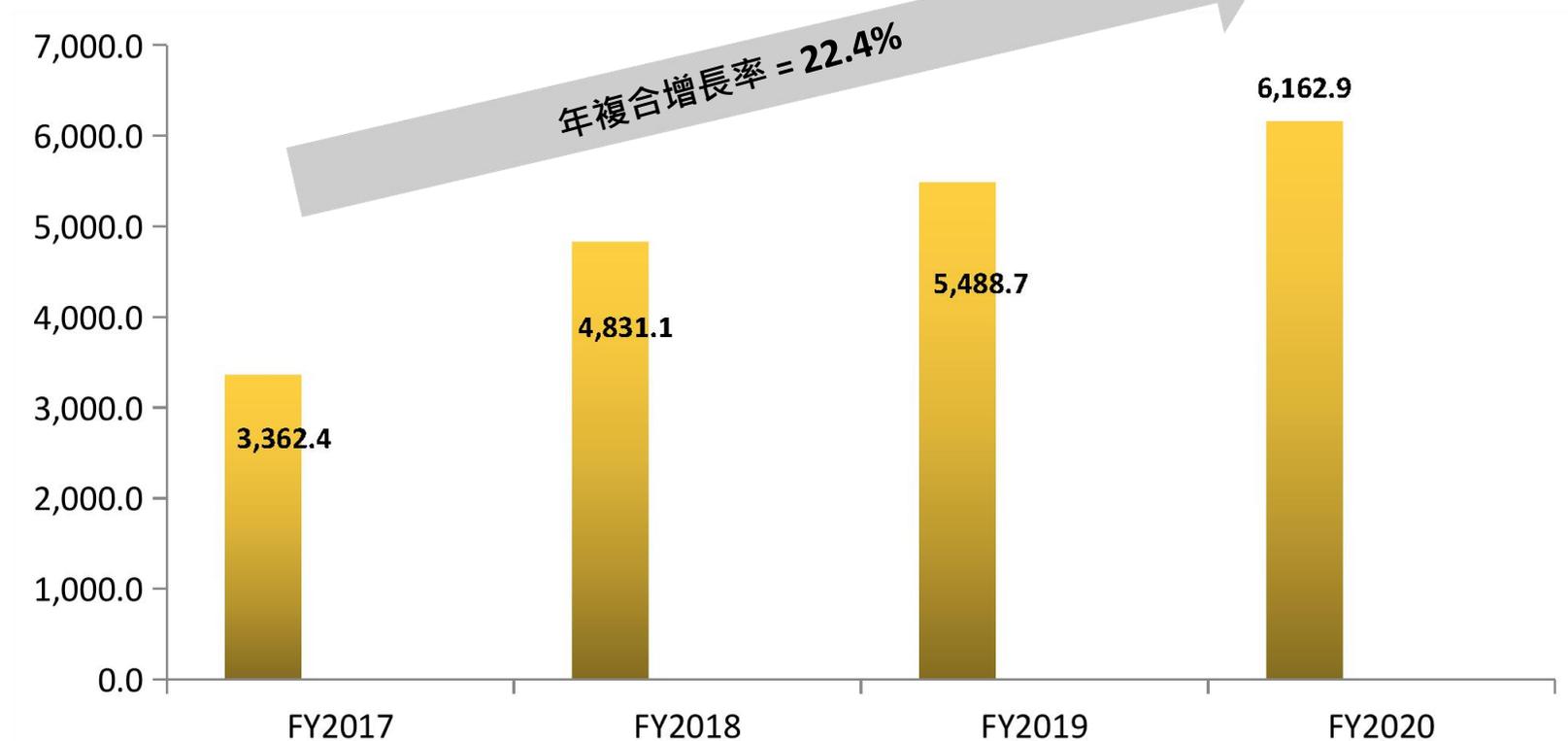
區域	2020財年		2019財年		按年變動
	(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比	
中國市場收入	6,162.9	50.7%	5,488.6	48.8%	12.1%
北美市場收入	3,507.9	28.9%	4,148.3	36.8%	-15.4%
歐洲及其它海外市場收入	937.6	7.7%	797.1	7.1%	17.6%
Home Group收入	744.1	6.1%	823.7	7.3%	-9.7%
其他業務收入	791.8	6.5%	--	--	--
合計	12,144.3	100%	11,257.8	100%	7.9%

# 集團毛利率分析

區域	2020財年	2019財年	按年變動
中國市場業務	39.8%	38.2%	+1.6個百分點
北美市場業務	34.2%	32.4%	+1.8個百分點
歐洲及其它海外市場業務	25.6%	24.3%	+1.3個百分點
Home Group業務	28.2%	24.9%	+3.3個百分點
其他業務	40.1%	--	--
合計	36.4%	34.1%	+2.3個百分點

\* 中國市場業務毛利包含沙發、床、鐵架，北美、歐洲市場毛利包含沙發及鐵架。

# 中國市場收入

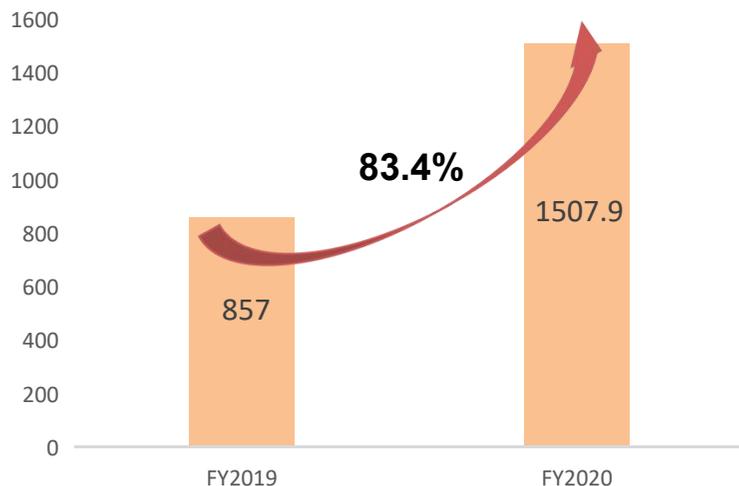


分析項目	2020財年		2019財年		按年變動	2018財年		2017財年	
	(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比		(百萬港元)	佔總金額之百分比	(百萬港元)	佔總金額之百分比
收入	6162.9	50.7%	5,488.6	48.8%	12.1%	4,831.1	48.2%	3,362.4	43.2%

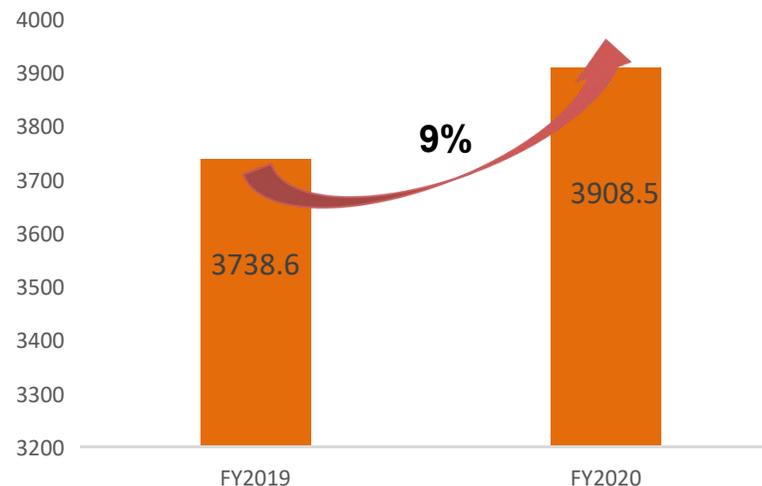
# 中國市場收入分拆

收入還原：中國區收入增長**22.8%**，電商增長**83.4%**，線下增長**9%**（撇除鐵架，人民幣口徑）

2020財年電商業務增長情況



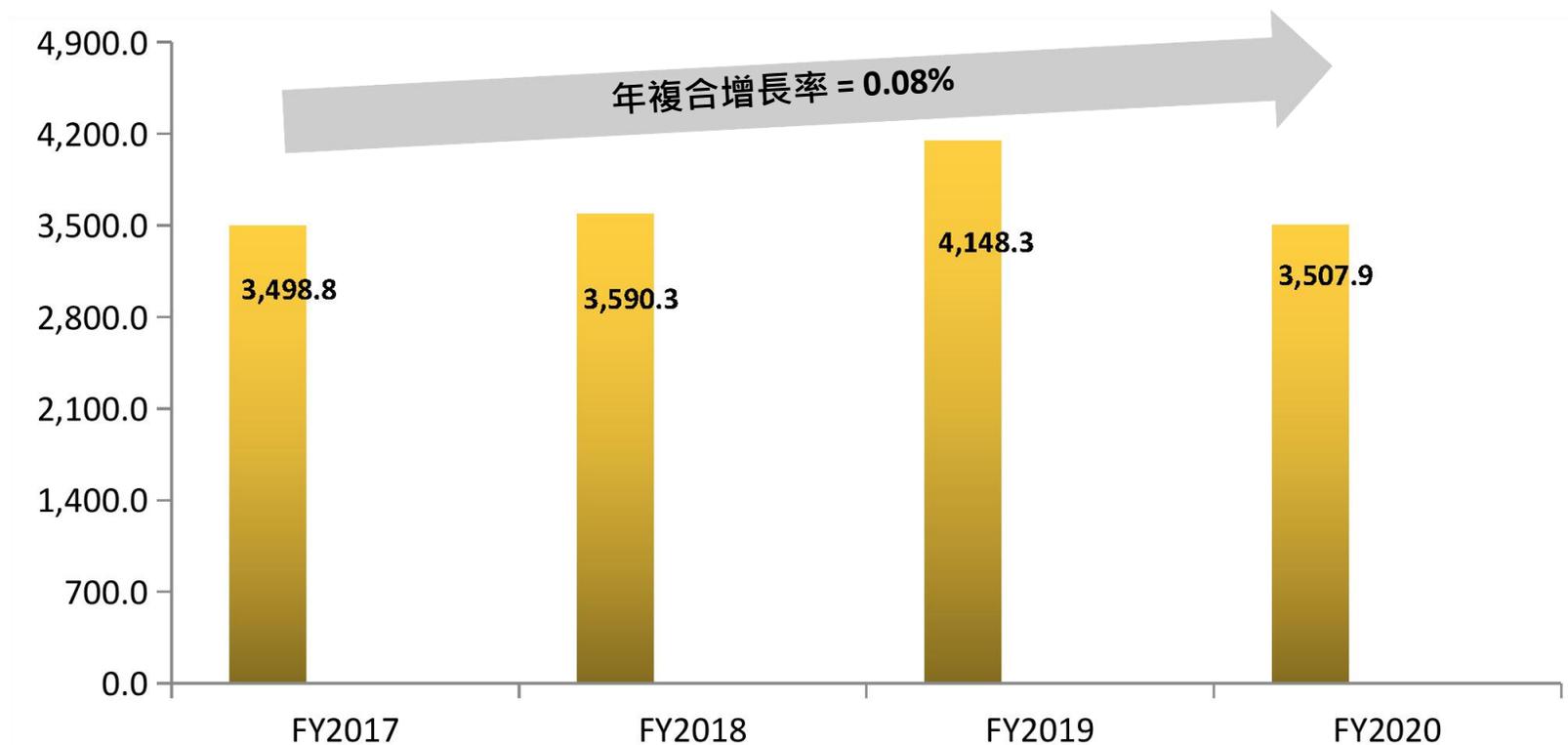
2020財年線下業務增長情況



(百萬港幣)	電商		線下門店		中國區收入 (不含鐵架)
	金額	佔比	金額	佔比	
2019財年	857.0	18.6%	3,738.6	81.4%	4,595.6
2020財年	1,507.9	27.8%	3,908.5	72.2%	5,416.4
增長 (港幣)	76.0%		4.5%		17.9%
增長 (人民幣)	<b>83.4%</b>		<b>9.0%</b>		<b>22.80%</b>

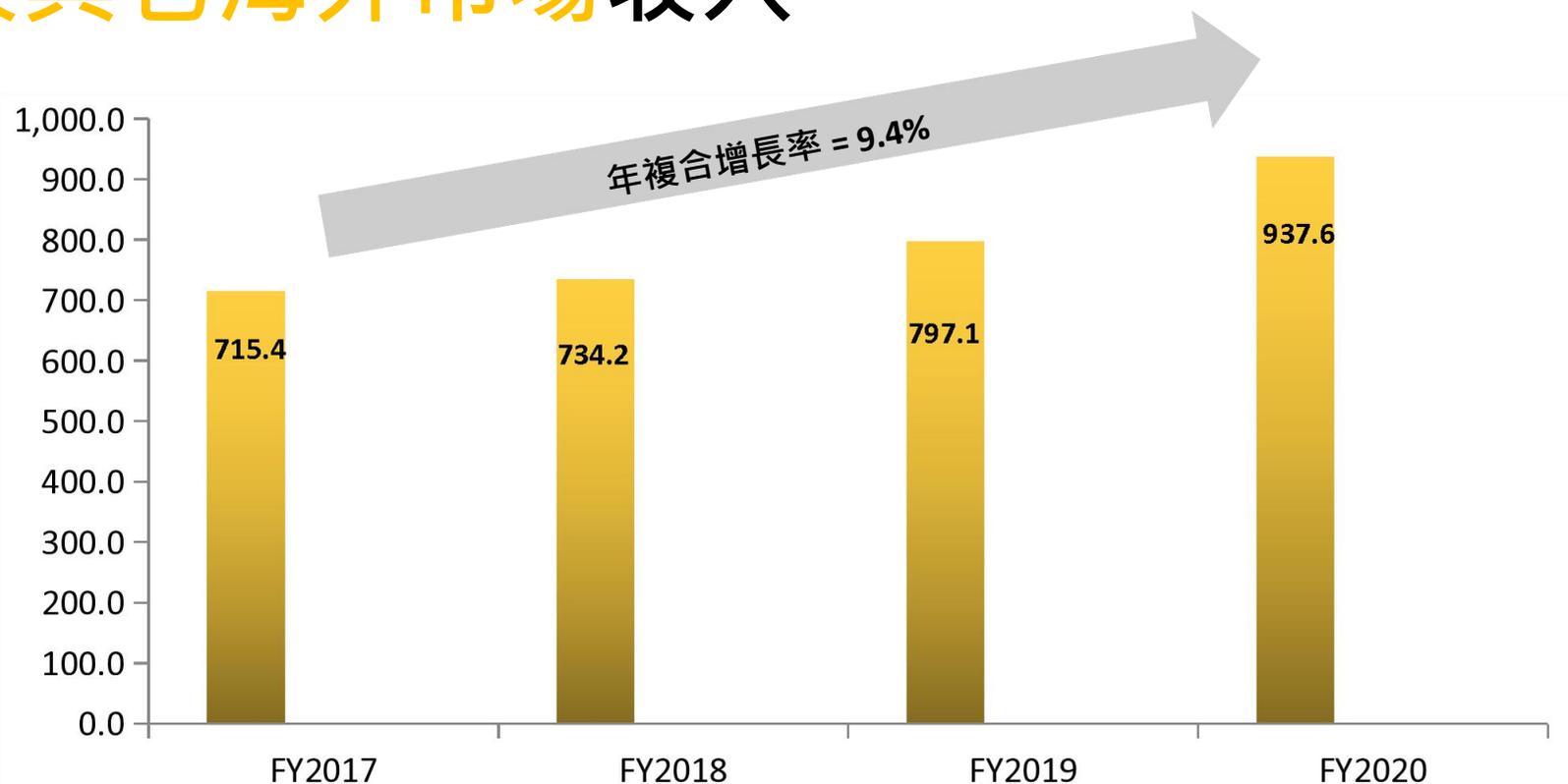
注：以上為除去鐵架業務後中國區核心收入人民幣還原口徑，2019/2020財年港幣兌人民幣匯率分別為0.857、0.8932

# 北美市場收入



分析項目	2020財年		2019財年		按年變動	2018財年		2017財年	
	(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	3,507.9	28.9%	4,148.3	36.8%	-15.4%	3,590.3	35.8%	3,498.8	45.0%

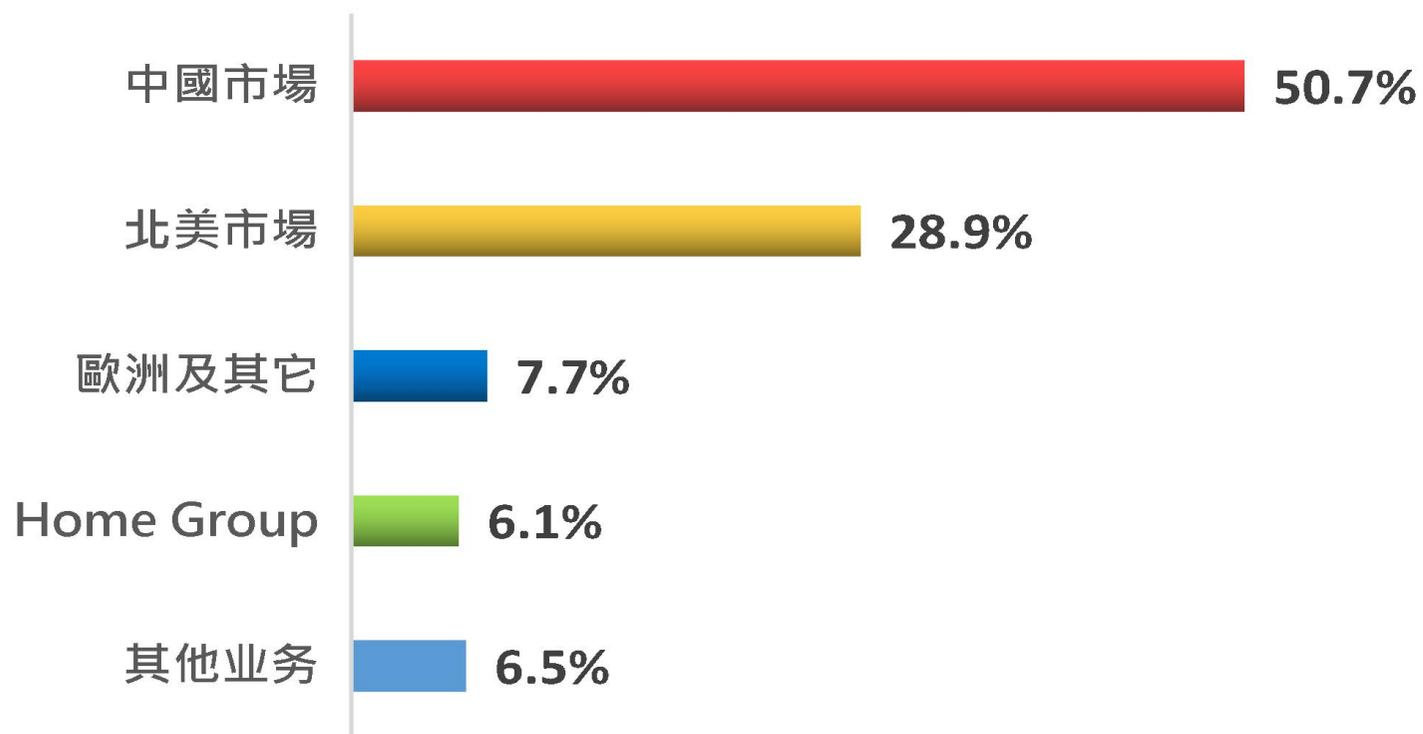
# 歐洲及其它海外市場收入



分析項目	2020財年		2019財年		按年變動	2018財年		2017財年	
	(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	937.6	7.7%	797.1	7.1%	17.6%	734.2	7.3%	715.4	9.2%

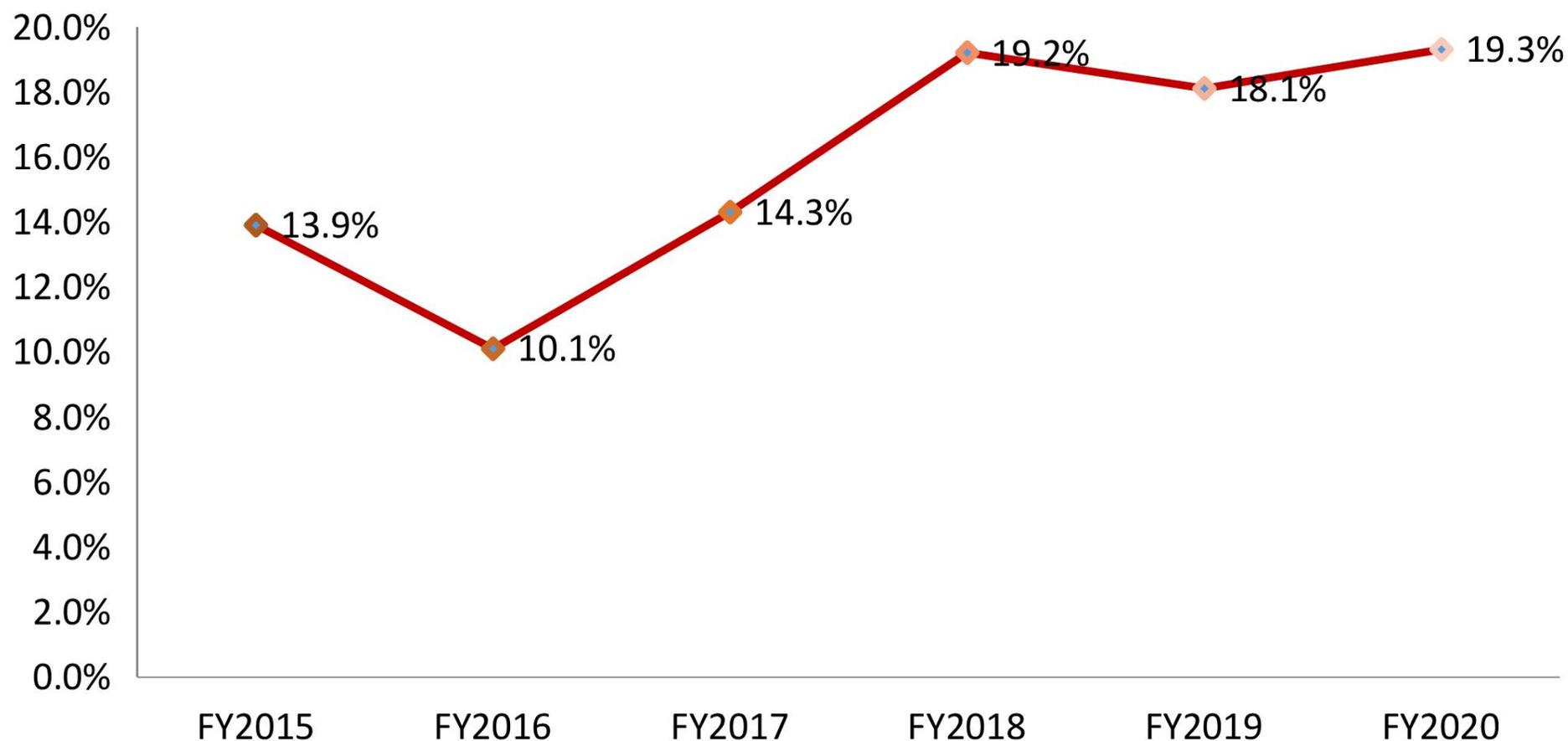
# 集團收入結構分析

## 2020財年收入結構分析



MANWA

# 有效稅率分析



	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020
有效稅率	13.9%	10.1%	14.3%	19.2%	18.1%	<b>19.3%</b>

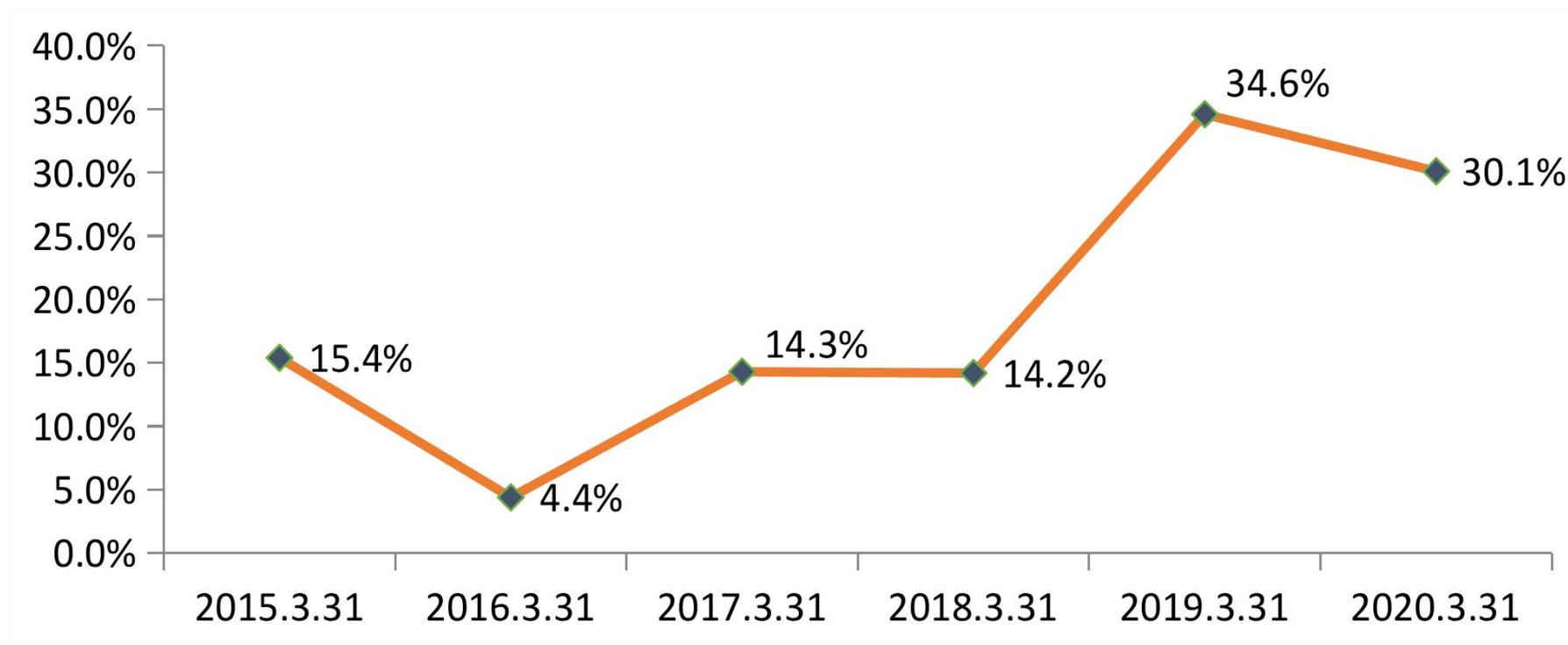
\*有效稅率指所得稅佔稅前利潤比率

# 原材料平均單價分析

主要原材料	2020財年平均單價變動(%)
真皮	-1.3%
鋼材	-25.4%
木制品	-8.1%
布	-2.0%
包裝紙	-21.9%
化學品	-27.4%

\* 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  
按照採購本幣口徑計算

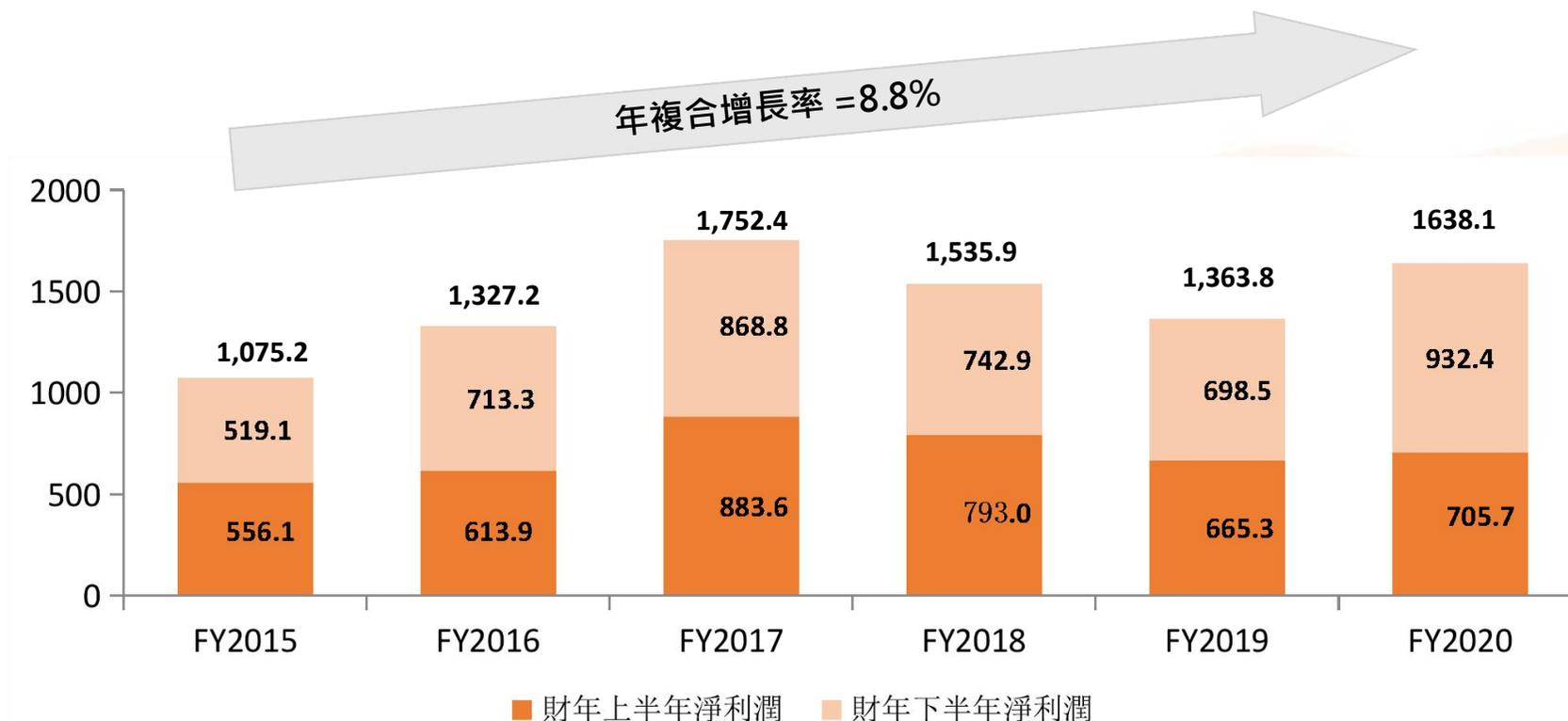
# 資產有息負債率比較



指標	2015/03/31	2016/03/31	2017/03/31	2018/03/31	2019/03/31	2020/03/31
資產負債比率*	15.4%	4.4%	14.3%	14.2%	34.6%	30.1%

\*資產有息負債比率=銀行借款/資產總額

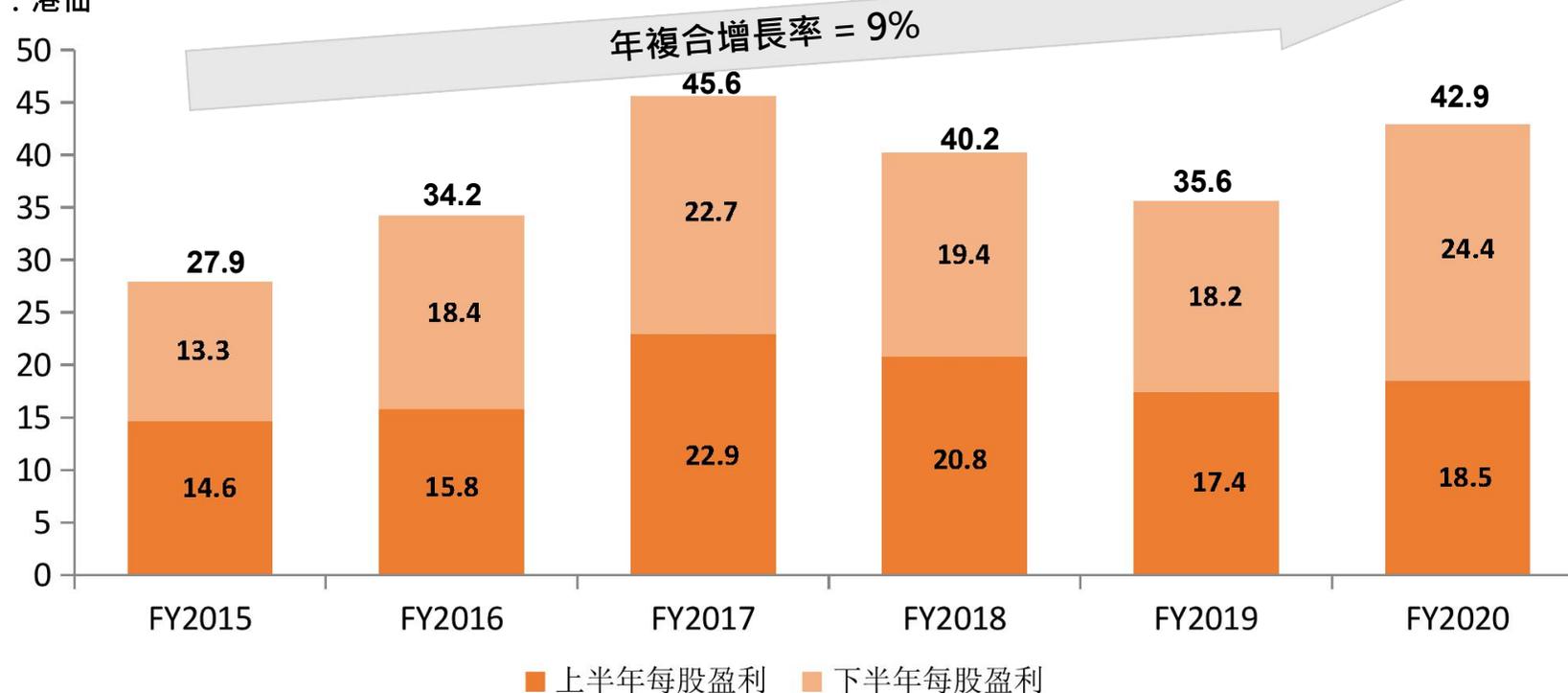
# 歸屬於母公司淨利潤比較



指標	FY2015 (百萬港元)	FY2016 (百萬港元)	FY2017 (百萬港元)	FY2018 (百萬港元)	FY2019 (百萬港元)	FY2020 (百萬港元)
上半年淨利潤	556.1	613.9	883.6	793.0	665.3	705.7
下半年淨利潤	519.1	713.3	868.8	742.9	698.5	932.4
全年淨利潤	1,075.2	1,327.2	1,752.4	1,535.9	1,363.8	1,638.1

# 基本每股盈利比較

單位：港仙

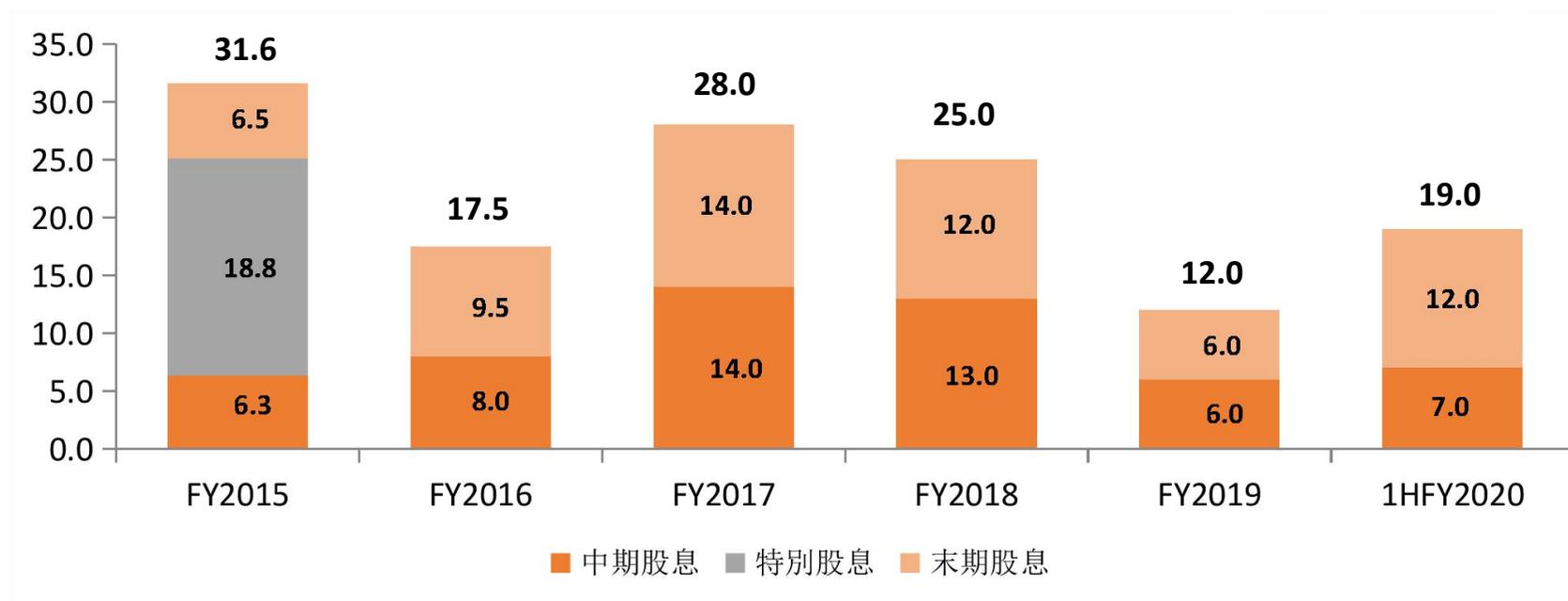


指標	FY2015 (港仙)	FY2016 (港仙)	FY2017 (港仙)	FY2018 (港仙)	FY2019 (港仙)	FY2020 (港仙)
上半年每股盈利	14.6	15.8	22.9	20.8	17.4	18.5
下半年每股盈利	13.3	18.4	22.7	19.4	18.2	24.4
全年每股盈利	27.9	34.2	45.6	40.2	35.6	42.9

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

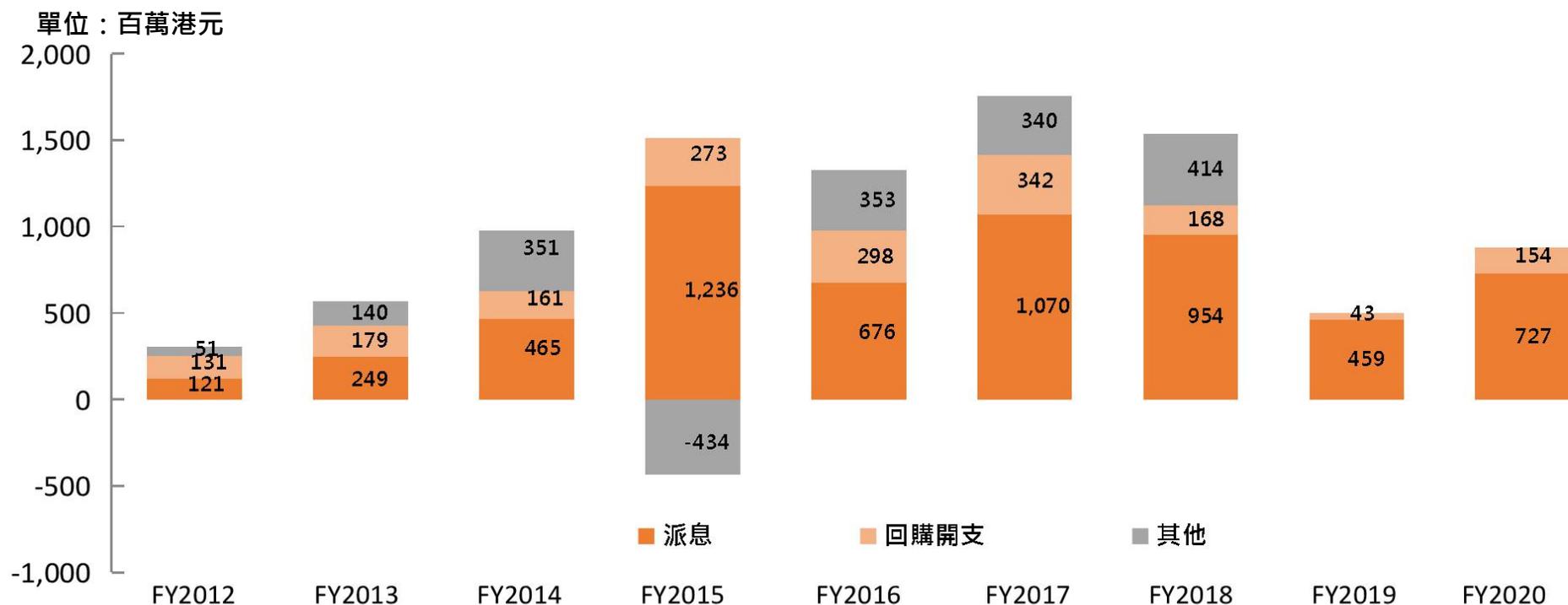
單位：港仙



指標	FY2015 (港仙)	FY2016 (港仙)	FY2017 (港仙)	FY2018 (港仙)	FY2019 (港仙)	FY2020 (港仙)
中期股息	6.3	8.0	14.0	13.0	6.0	7.0
末期股息	6.5	9.5	14.0	12.0	6.0	12.0
特別股息	18.8	--	--	--	--	--
全年股息合計	31.6	17.5	28.0	25.0	12.0	19.0

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）。

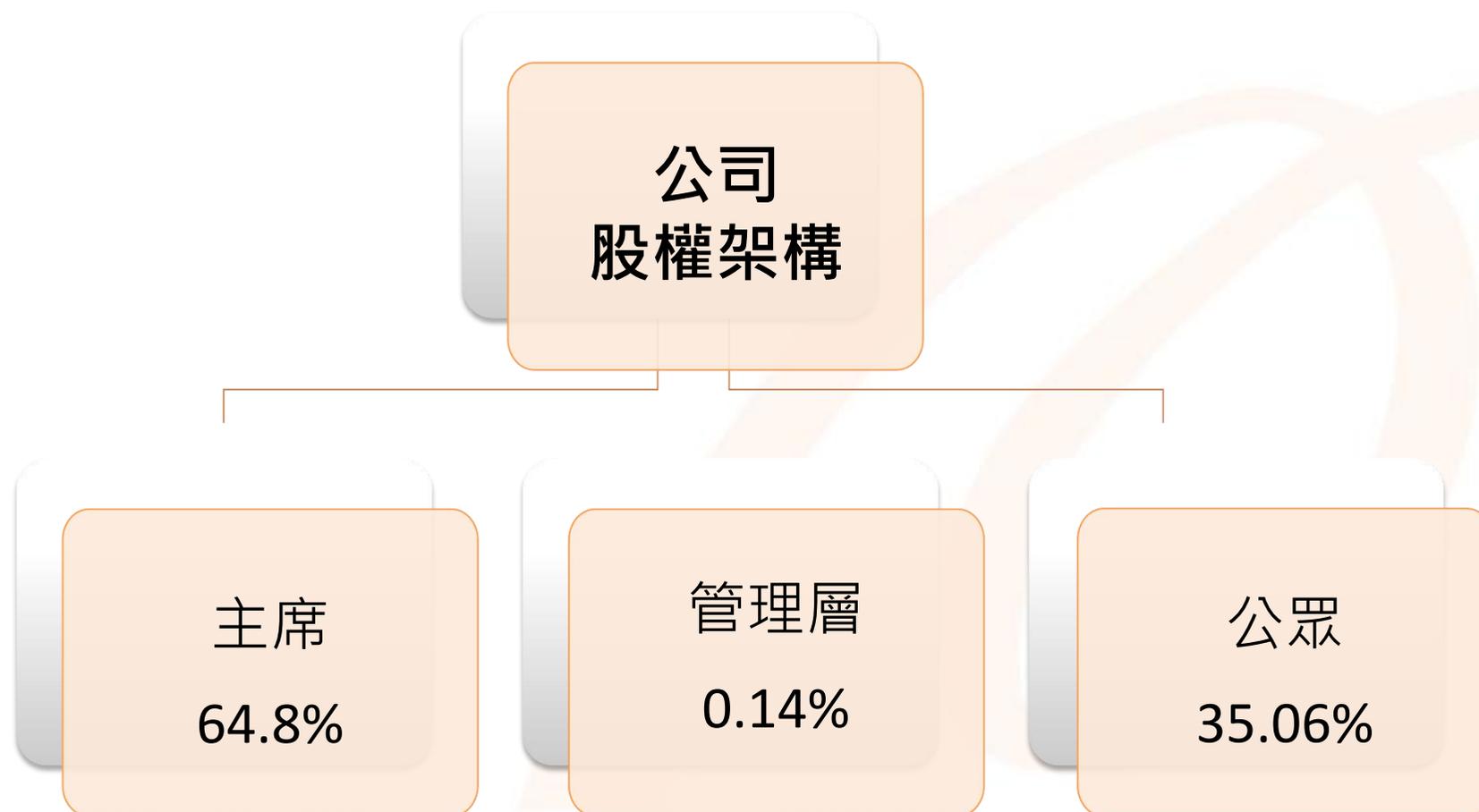
# 股東回饋



(百萬港元)	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020
歸屬母公司淨利潤	303	568	977	1,075	1,327	1,752	1,536	1,364	<b>1638</b>
應派息金額	121	249	465	1,236	676	1,070	954	459	<b>727</b>
回購開支	131	179	161	273	298	342	168	43	<b>154</b>
派息比率	40%	44%	48%	115%	51%	61%	62%	33.7%	<b>44.3%</b>
回饋股東比率	<b>83.2%</b>	<b>75.3%</b>	<b>64.1%</b>	<b>140.4%</b>	<b>73.4%</b>	<b>80.6%</b>	<b>73.0%</b>	<b>36.8%</b>	<b>53.8%</b>

\*派息金額以2019年9月30日及2020年3月31日總股本計算

# 股權架構



截至2020年3月31日，本公司已發行總股本為 3,795,940,000 股。

## 02 生產運營



# 運營管理精細化，為門店銷售賦能

為每一份原材料戴上「身份證」，每一道生產工序實現可視可控，運營高效精細化



引入WMS原材料管理系統和MES生產工序系統，讓每一個原料都戴上「身份證」，讓每一個生產流程都電子視覺化，實現內部管理量化可追溯，科技為生產賦能，大大提高內部運營管理效率。



引進門店VR系統，3D全方位立體場景展示，促進意向轉成交

通過引入VR系統，方便消費者根據自家戶型和裝修風格，電子化立體展示沙發購買效果，促進消費者購買轉化及門店成交率。

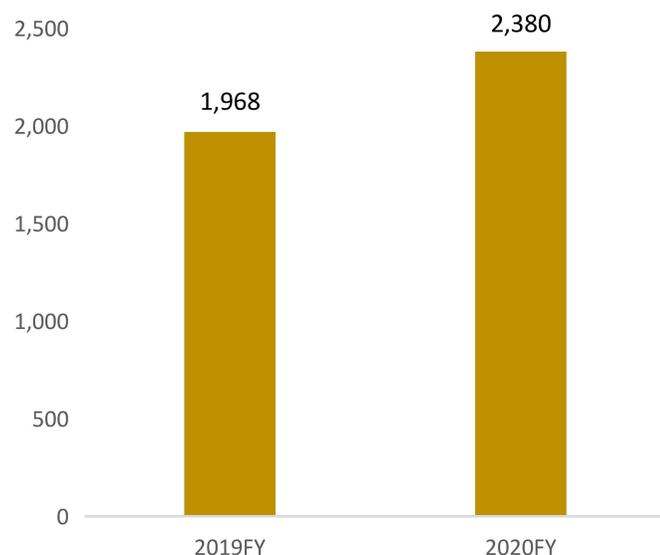


# 沙發總產能與實際銷量 (中國及越南工廠)

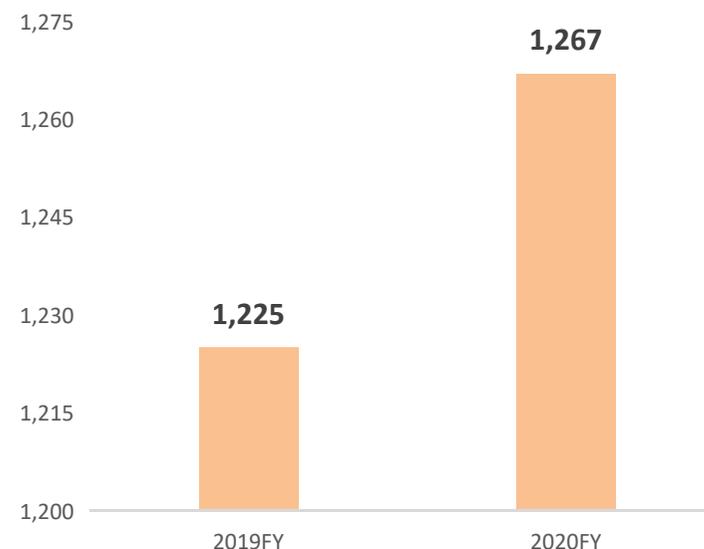
2020年最大產能 **238**萬套沙發

年實際銷量 **126.7**萬套沙發

沙發 (千套)



沙發 (千套)



	中國工廠及越南工廠最大產能(千套)	中國工廠及越南工廠實際年銷量(千套)
<b>2020财年</b>	<b>2,380</b>	<b>1,267</b>

\* 最大產能為工廠設計產能，隨著機器設備及工人數量增加，在現有實際產能基礎上可擴大產能。

# 越南工廠情況

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：3500~4000櫃/月

- 新廠房在2019年上半年建設完成，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
- 嚴控產品品質，與大亞灣工廠同品質出產
- 人員招聘進展順利，產能爬坡迅速，逐步達到規模化生產



原材料本地化



產品測試中心



嚴格QS控制

# 中國及越南生產戰略佈局

產能：約40萬套沙發  
目標市場：海外市場



惠州-大亞灣  
2006

產能：約達40萬套沙發  
目標市場：北方地區



吳江  
2012

產能：約800萬套鐵架  
目標市場：中國、美國、歐洲



天津  
2014

惠州-響水河  
2016

泰州  
2018

產能：約30萬套沙發  
目標市場：西南地區



越南  
2018

重慶  
2018



產能：約30萬套沙發及800萬套鐵架  
目標市場：華東、華中（沙發）  
中國、美國、歐洲（鐵架）



產能：約 18萬套沙發  
目標市場：華南地區



產能：計畫80萬套沙發  
目標市場：美國

註：上述產能的計算為2020年度計畫最大廠房生產能力，生產設備和員工將根據訂單情況進行實際產能調整。

# 歐洲生產戰略佈局



國家：立陶宛  
城市：克萊佩達  
廠房面積：12,500 M<sup>2</sup>  
佔地面積：39,000 M<sup>2</sup>



國家：立陶宛  
城市：庫卡  
廠房面積：6,000 M<sup>2</sup>  
佔地面積：26,000 M<sup>2</sup>



國家：烏克蘭  
城市：里弗內  
廠房面積：190,000 M<sup>2</sup>  
佔地面積：485,000 M<sup>2</sup>

國家：波蘭  
城市：尼濟察  
廠房面積：19,000 M<sup>2</sup>  
佔地面積：45,000 M<sup>2</sup>



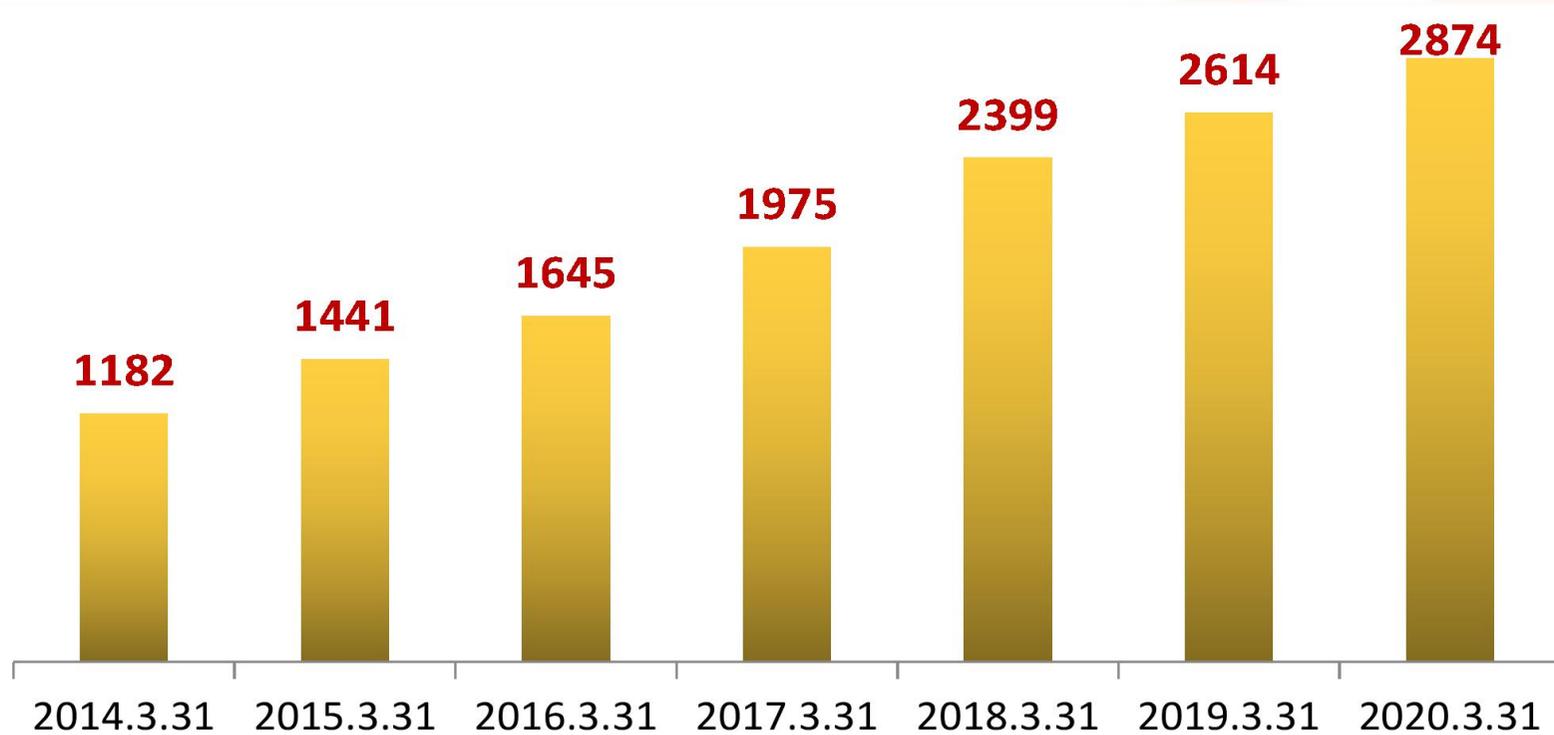
國家：愛沙尼亞  
城市：塔林  
廠房面積：15,900 M<sup>2</sup>  
佔地面積：27,000 M<sup>2</sup>

## 03 市場策略



# 成功拓展中國市場門店260間

截至2020.3.31門店數2874家



其中包含芝華仕貴族系列門店、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、伯恩名家、尼科萊蒂等

\*2018年5月前包括自營店

# 中國市場拓展策略

加速线下門店，積極拓寬及搶佔全方位市場

2019.3.31門店數	2020.3.31門店數
2614	2874

\*芝華仕店包含貴族店、時尚店、都市店、五星床墊等不同系列；



短視頻引流，線上+線下結合直播大力推廣

在直播及短視頻全面霸屏的時代，擁抱新風口。拓展直播及短視頻管道，合作薇婭、李佳琦直播，並合作眾多千萬大V。讓芝華仕沙發成功活躍於網紅爆款的列表，成為必買單品。累計觀看人數1.4億。

\*3.15芝華仕廠購直播日，超30萬人次觀看，疫情期間大力拉動銷售



V S



# 中國市場拓展策略

## 品類賽道擴充，傳統銷售向互聯網思維轉變

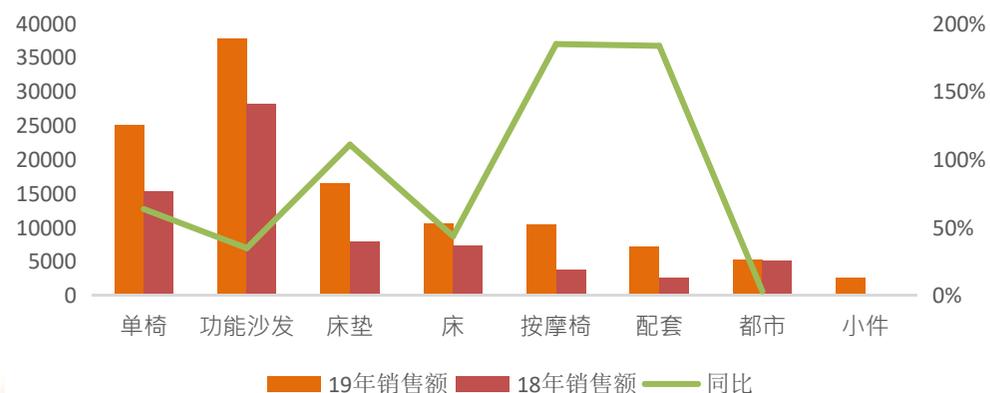
- 以功能沙發為矛，蓄積全網關注，提升品牌影響力。並以此全面打開傢俱新消費場景，擴充床墊、按摩椅、智慧床、家居小件市場。

## 全面打造芝華仕沙發的品牌影響力

- 布局全國機場安檢框，讓芝華仕品牌深入人心
- 累計曝光6億+，網路討論量500萬+

芝華仕活躍於各大社交媒體，被年輕人主動曬單分享，並與掃地機器、洗碗機一起成為年輕人最渴望擁有的家居產品。

### 2019年天貓多品類增長情況



# 中國市場拓展策略

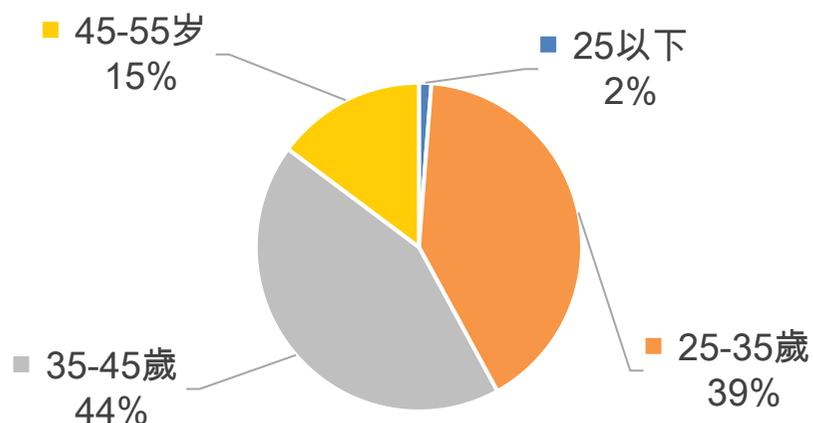
不斷研發新品，創造沙發年輕態

產品購買進一步年輕化  
功能沙發市場滲透率快速提升

打造市場最超值爆款，將日常傢俱消費轉向社交屬性品

創新性新品「貓貓單椅」、「窩趣沙發」等成為社交  
網紅曬單爆款！2020財年單品累計銷售66,398件。

意向客戶年齡段購買分析



\* 數據以2019.3-2020.3線下門店購買  
意向客戶年齡段為統計基準



# 海外市場拓展策略

BOB'S DISCOUNT FURNITURE

HAVERTYS FURNITURE

macy's

HAVERTYS

ROOMS TO GO

Nebraska Furniture Mart

Sofa Mart

Parker House FURNITURE

Sam's CLUB 山姆会员商店

COSTCO WHOLESALE

and more

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
- 進一步提升越南工廠生產效率，達到規模化生產
- 針對國外疫情後疲弱市場，開發性價比極高的產品刺激和滿足市場需求

## 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

加強傢具研發水平，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

## 繼續蟬聯全球銷量第一的功能沙發企業

2019年 敏華控股 蟬聯全球銷量第一的功能沙發企業

### 2019年全球五大功能沙發生產商 排名（按公司銷售量）

	公司名稱	銷售量（千套沙發）
1	敏華控股有限公司	1,253.0
2	La-Z-Boy Inc	1,023.2
3	Ashley Furniture Industries	800.4
4	Franklin Corporation	578.9
5	Jackson Furniture Industries	459.7

來源：沙利文，基於Passport資料庫、2020年4月執行的案頭研究、零售網點到訪與行業訪談計算，以2019年度銷售量為單位。

# 功能沙發生產商-美國市場排名

2019年 敏華 在美國功能沙發生產商中排名第二，市佔率10.8% ( 2018年10.7% )

2019年 芝華仕品牌 在美國功能沙發市場佔有10.8%的市場份額，排名第二

## 2019年美國五大功能沙發生產商排名 按公司市場佔有率(%)

	公司名稱	市場份額(%)
1	La-Z-Boy Inc	15.8%
2	<b>敏華控股有限公司</b>	<b>10.8%</b>
3	Ashley Furniture Industries	10.5%
4	Jackson Furniture Industries	7.9%
5	Franklin Corporation	6.6%
<b>TOP5</b>	<b>N/A</b>	<b>51.6%</b>

## 2019年美國十大功能沙發品牌排名 按品牌市場佔有率(%)

	品牌名稱	市場份額(%)
1	La-Z-Boy	15.8%
2	<b>Cheers (敏華控股)</b>	<b>10.8%</b>
3	Ashley Furniture	10.5%
4	Catnapper(Jackson Furniture)	7.8%
5	Franklin Corporation	6.6%
6	Klaussner	6.0%
7	Lane(HHG)	5.2%
8	Flexsteel Home Furniture	2.5%
9	Southern Motion	2.4%
10	Best Home Furnishings	2.3%
<b>TOP10</b>	<b>N/A</b>	<b>69.9%</b>

資料來源：沙利文，市場佔有率以銷售額為基礎計算

# 功能沙發生產商-中國大陸市場排名

穩佔中國大陸功能沙發生產商 龍頭地位，  
2019年市場佔有率進一步提升至50.1% ( 2018年45.3% )

**2019年中國大陸五大功能沙發生產商  
排名按公司市場佔有率(%)**

公司名稱	市場份額(%)
1 敏華控股有限公司	50.1%
2 顧家家居	11.4%
3 喜臨門家具	8.1%
4 左右家私	3.3%
5 富麗法雷爾家私	2.6%
TOP5 N/A	75.4%

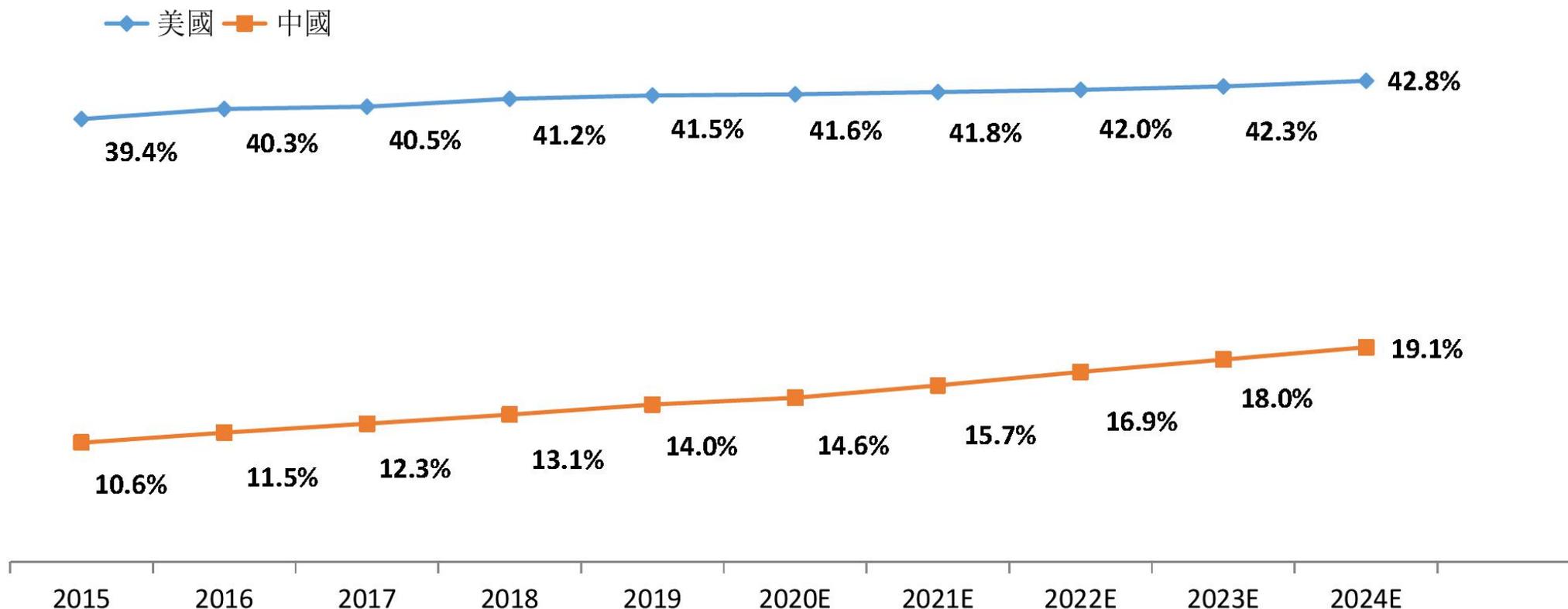
**2019年中國大陸五大功能沙發品牌  
排名按品牌市場佔有率(%)**

品牌名稱	市場份額(%)
1 Cheers(敏華控股有限公司)	50.1%
2 Natuzzi (顧家家居)	5.8%
3 La-Z-Boy(顧家家居)	5.6%
4 M&D (喜臨門家具)	5.2%
5 Farrell (富麗法雷爾家私)	2.6%
TOP5 N/A	69.3%

資料來源：沙利文，市場佔有率以銷售額為基礎計算

# 功能沙發佔整體沙發市場之份額

## 功能沙發佔整體沙發市場之份額



### 沙利文免責聲明：

- 這些關於美國及中國市場功能沙發的信息，包含從沙利文委託報告中提取的信息，同時此信息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。沙利文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沙利文的意見。針對年報中列示數據的準確性，沙利文不作出任何陳述。
- 我們相信針對此信息的數據來源是合適的，在提取及復制相關信息過程中，我們給予了合理的關注。我們沒有理由相信，任何重要的信息是虛假的或者存在誤導性的，以及被省略的事實導致信息是虛假或存在誤導性的。年報中列示的信息來源於美國及中國政府官方的年報，由沙利文編輯，我們並未進行獨立的驗證，因此針對信息的準確性不作出任何陳述。

## 04 問答環節

