



## 喆麗控股有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號：2209.HK)

### 公布 2023 年全年業績

收益升 56.6% 達創新高的 2 億美元，美容產品收入大升逾 1.3 倍

全年扭虧為盈，溢利達 7.6 百萬美元

擬分派末期息每股 5 港仙

#### 2023 年財務亮點

千美元	截至 12 月 31 日止年度		變動
	2023	2022	
收益	201,339	128,592	+56.6%
• 時裝與生活時尚產品	35,213	51,967	-32.2%
• 美容產品	162,230	69,568	+133.2%
• 娛樂產品	2,718	5,308	-48.8%
毛利	62,698	42,726	+46.7%
年度溢利/ (虧損)	7,572	(6,782)	負轉正
建議每股末期息 (港仙)	5.0	不派息	不適用
電商平台客戶數量	1,445,000	1,020,000	+41.7%
平均訂單金額 (美元)	80.5	77.0	+4.5%
獲取每名新客戶成本 (美元)	10.3	12.2	-15.6%

(2024 年 3 月 28 日 – 香港) 喆麗控股有限公司 (「喆麗控股」，連同其附屬公司統稱「集團」；股份代號：2209.HK)，欣然公布其截至 2023 年 12 月 31 日止年度 (「年內」) 之經審核全年業績。

2023 年，集團收益達到創紀錄的 201.3 百萬美元 (2022 年：128.6 百萬美元)，按年升 56.6%。受惠於擴大與韓國美妝品牌合作，美容產品收益貢獻增長 133.2% 至 162.2 百萬美元 (2022 年：69.6 百萬美元)。毛利由去年的 42.7 百萬美元按年增長 46.7% 至年內的 62.7 百萬美元。由於收益快速增長以及成本得到嚴格控制，集團年內扭虧為盈，錄得溢利 7.6 百萬美元 (2022 年：虧損 6.8 百萬美元)。為答謝股東一直以來的支持，集團建議派發末期股息每股 5 港仙 (2022 年：不派息)，派息比率達 33.8%。

## **2023 年營運亮點**

### **企業對消費者 ( B2C ) 平台 ( YesStyle 平台 )**

YesStyle 平台收益按年升 44.3%至 158.7 百萬美元 ( 2022 年：109.9 百萬美元 )，主要受訂單量上升約 52.3%所帶動。年內，平台在歐盟、加拿大及英國的訂單量分別增長 136.8%、117.5%及 77.2%。

在 2023 年 1 月，YesStyle 推出新的「首頁」及「以美容產品為重點」的推廣策略，並成為北美及歐洲領先的亞洲美容產品購物平台之一。根據 SimilarWeb 及 Semrush 的數據，YesStyle 在美國最高瀏覽量的美容產品網站中分別位列第 10 及第 6 名。

### **企業對企業 ( B2B ) 平台 ( AsianBeautyWholesale )**

年內，韓國美妝產品在全球人氣上升，AsianBeautyWholesale (「ABW」) 保持快速增長。受惠於顧客人數、訂單數目及平均訂單金額分別上升 90.1%、143.4%及 38.6%，ABW 的收益大升 234.4%至 38.8 百萬美元 ( 2022 年：11.6 百萬美元 )。

### **產品**

2023 年，集團繼續加強在韓國美妝產品市場的競爭優勢，與 78 個具潛力的韓國美妝品牌合作，進一步完善產品組合，同時下架 60 個表現欠佳的品牌。在 2023 年 12 月 31 日，YesStyle 與 448 個韓國美妝品牌合作 ( 2022 年：430 個 )。

年內，本集團積極鞏固與韓國美妝客戶的合作。本集團獲 LG 集團旗下知名的南韓消費品企業 LG H&H Co., Ltd.授權分銷對方額外 14 個品牌。同時，本集團進一步鞏固與 Amorepacific Corporation 及 CJ Olive Young Corporation 這兩個受歡迎的韓國美妝企業的合作，分別引入前者旗下的 espoir，以及後者旗下的 IDEAL FOR MEN, fillimilli, colorgram, ROUND A'ROUND 及 BIOHEAL。

### **YesStyle 意見領袖計畫**

年內，YesStyle 意見領袖計畫錄得強勁增長。2023 年，由意見領袖轉介所產生的收益上升 84.6%至約 40.4 百萬美元 ( 2022 年：21.9 百萬美元 )，佔 YesStyle 平台收益的比例增至約 25.5% ( 2022 年：19.9% )，反映計劃持續取得令人滿意的成果。

在 2023 年底，獨特意見領袖總數增至約 333,000 人，較 2022 年底的 279,000 人增加 54,000 人。本集團繼續與意見領袖合作，製作有趣視頻及帖子並發放到不同平台，包括 Instagram、TikTok 及 YouTube，增加 YesStyle 平台曝光度及轉介收益。其中，YesStyle 在 TikTok 的意見領袖總數保持快速增長，由 2022 年底的約 44,000 人增至 2023 年底的 72,000 人。

## 客戶關係管理系統 ( CRM )

本集團繼續透過客戶關係管理系統進行精準營銷，以及在特別日子及旺季的促銷活動。在 2023 年，本集團透過分析消費者的導入點及對產品喜好，提升網站體驗。年內，客戶關係管理系統帶來的收益約為 26.0 百萬美元 ( 2022 年：14.9 百萬美元 )，按年增長 74.7%。此外，YesStyle 會員計劃人數於 2023 年 12 月 31 日達到約 11,617,000 名，較 2022 年 12 月 31 日的 8,272,000 名增長約 40.4%。

## 成本節約措施

年內，鑑於費用得到嚴格控制，銷售開支及行政開支增長遠低於收益增長。銷售開支 ( 不包括支付網關費用 ) 達 18.7 百萬美元 ( 2022 年：15.7 百萬美元 )，按年升 19.3%。支付網關費用按年升 54.6%，與收益增長一致。

此外，行政開支按年減少 3.6% 減少至 29.6 百萬美元 ( 2022 年：30.7 百萬美元 )，主要由於智能機械人倉庫投入運作，使用權資產折舊、物業、廠房及設備折舊和差餉及管理費減少所致。

由於自主移動機械人 ( AMR ) 系統不斷完善，本集團處理訂單的效率進一步提升，不但能夠滿足訂單量增長，並在營運上減省成本。2023 年，外包倉庫勞工及倉庫工資佔收益比例為 3.5% ( 2022 年：5.2% )，在 AMR 系統的助力下，全年減省了 3.4 百萬美元或 32.5% 開支。

## 展望

喆麗控股創辦人兼行政總裁劉國柱先生表示：「非常榮幸與大家分享我們在 2023 年的豐碩成果。全賴團隊的不懈努力，我們實現了快速的業務增長，取得讓人振奮的財務表現。作為 20 多年前首批進入電子商貿行業的企業，我們堅信勇於求變是實現可持續發展的關鍵。近年，我們留意到韓國美妝產品在歐洲及美國市場的人氣不斷上升，於是積極加強與韓國美妝品牌的合作，成功把握機遇並取得令人鼓舞的業績增長。」

「展望未來，我們會繼續專注歐洲及美國的韓國美妝產品市場。我們會致力與來自南韓的新興品牌合作，在旗下電商平台引入更多高質素產品。同時，我們會積極提升營運效能，爭取更高利潤。在 AMR 倉庫的基礎上，我們也計劃在海外市場建立多個倉存設施，提升效率並實現更強的業務協同效應。」

## 關於喆麗控股有限公司

喆麗控股成立於 1997 年，為一間總部駐於香港的電子商務平台。集團主要從事採購亞洲時裝與生活時尚、美容及娛樂產品，使命是成為連接亞洲產品與全球客戶的「首選」電子商務門戶。集團運營三大電子商務平台：YesStyle，一間 B2C 電子商務平台，提供日益流行的亞洲美容、時尚和生活方式產品，特別是韓國美容產品；YesAsia，一間銷售娛樂產品之電子商務零售平台；以及 AsianBeautyWholesale，一間提供亞洲美容產品的 B2B 平台。

本新聞稿由金通策略代喆麗控股有限公司發佈

如有疑問，請垂詢：



**DLK Advisory 金通策略**

Tel: +852 2857 7101

Fax: +852 2857 7103

Email: [pr@dlkadvisory.com](mailto:pr@dlkadvisory.com)