



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 年中期業績

收益增長 44.1%至 90.7 百萬美元

以美容產品為推廣新重點，美容產品貢獻收益激增逾 1.2 倍

收益創中期新高推動扭虧為盈，溢利達 1.6 百萬美元

財務亮點

千美元	截止 6 月 30 日六個月		
	2023	2022	變動
收益	90,657	62,905	+44.1%
• 時裝與生活時尚產品	19,040	26,813	-29.0%
• 美容產品	69,833	31,507	+121.6%
• 娛樂產品	1,179	3,878	-69.6%
毛利	28,182	21,778	+29.4%
期內溢利/(虧損)	1,563	(2,264)	負轉正
電商平台的活躍客戶總數	796,000	570,000	+39.6%
平均訂單金額(美元)	78.9	63.4	+24.4%
獲取每名新客戶成本(美元)	9.6	12.0	-20.0%

(2023 年 8 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 6 月 30 日止六個月(「期內」)之未經審核中期業績。

期內，集團收益同比大幅增長 44.1%至約 90.7 百萬美元(前期：62.9 百萬美元)，主要由於 YesStyle 平台和 AsianBeautyWholesale (ABW) 平台銷售的美容產品錄得 121.6%的強勁增長，不僅創下集團上半年收入的歷史新高，同時扭轉 2021 年和 2022 年的虧損，實現溢利約 1.6 百萬美元(前期：虧損 2.3 百萬美元)。

YesStyle 平台

YesStyle 平台收益增長 32.0%至 71.5 百萬美元 (前期 : 54.1 百萬美元) , 佔總收入的 78.8% , 主要受美容產品銷售增長帶動。自 2023 年 1 月起 , YesStyle 平台推出新的「首頁」及「以美容產品為重點」的推廣策略 , 驅動高端美妝分部發展 ; 並透過多項營銷計劃 , 進一步促進美容產品銷售。此外 , 集團加強與 Amorepacific Corporation 及 CJ Olive Young Corporation 這兩間受歡迎的企業合作 , 將 Amorepacific Corporation 旗下另一個品牌 espoir 及 CJ Olive Young Corporation 旗下另外五個品牌 , 分別是 IDEAL FOR MEN、fillimilli、colorgram、ROUND A'ROUND 及 BIOHEAL BOH 引入電商平台。

AsianBeautyWholesale (ABW)

ABW 於期內保持快速增長。與去年同期比較 , 客戶數量增長約 174.8% , 加上訂單數量及平均訂單金額分別上升約 212.7%及 34.3% , 期內 ABW 收益同比增長 317.4%至約 17.4 百萬美元。強勁增長的另一重要原因 , 是 ABW 為更多尋求在全球採購亞洲美容產品的企業提供 B2B 服務。

YesStyle 意見領袖計畫

期內 , YesStyle 意見領袖計畫錄得強勁增長 , 獨特意見領袖總數增至約 311,000 人 , 較 2022 年 12 月增長約 11.4%。由意見領袖轉介所產生的收益約為 15.8 百萬美元(前期 : 9.3 百萬美元) , 同比增長約 68.7% , 佔 YesStyle 平台收益的比例增至約 22.1% (前期 : 17.3%)。

YesAsia

期內 , YesAsia 產生的收益同比下降約 69.6% , 主要由於期內沒有熱門新發產品。

客戶關係管理系統 (CRM)

為最大程度拓展並為現有客戶提供更大價值 , YesAsia 策略地引入客戶關係管理 (CRM) 系統。期內 , 客戶關係管理系統帶來的收益約為 11.5 百萬美元(前期 : 5.6 百萬美元)。此外 , YesStyle 會員計劃人數於 2023 年 6 月 30 日達到約 9,749,000 , 較 2022 年 12 月 31 日的 8,272,000 名增長約 17.9%。

成本節約措施

鑑於集團大力推動收益增長 , 期內開支隨銷售增長相應上升。一如以往 , 集團持續監測開支增長。期內 , 銷售開支(不包括付款手續費)約為 8.8 百萬美元(前期 : 7.5 百萬美元) , 增幅為 18.6% , 低於期內 44.1% 的收益增長率。

此外 , 期內行政員工成本降至約 8.1 百萬美元 (前期 : 9.1 百萬美元) , 同比下降約 10.6%。

展望

結麗控股創辦人兼行政總裁劉國柱先生表示 : 「非常高興在上半年取得亮麗業績 , 尤其是在美容產品板塊實現高速增長。美容產業是大眾生活不可或缺的部分 , 也是文化輸出的一種。當前 , 韓國美容產品風

靡全球，全賴產品質量與文化魅力相結合，驅動全球K-Beauty市場蓬勃發展。對集團而言，這個機遇不容忽視，亦是致勝的關鍵。

收益持續上升的同時，我們致力提升營運效能，不斷簡化流程及優化日常運作。除了引入客戶關係管理系統，我們在2022年10月踏出重要一步，在智慧機械人倉庫部署161部自主移動機械人(AMRs)。有關的戰略舉措讓我們在訂單量上升的同時取得更大的成本效益，為未來幾年發展打下基礎。

縱使電商行業仍然波動，特別是從疫情走向復常的這段時期。然而，我們早已預料隨著防疫措施解除，大眾會更傾向外出。因此，我們作出具前瞻性的部署，確保集團走在正確的道路上，掌握市場脈搏、發掘機遇。在我們轉變策略的同時，我們很高興地向各位宣告，集團在2023年上半年取得長足發展。在今年餘下時間及未來日子，我們會堅定不移地推行業務戰略，追求穩健增長並提升盈利能力。」

- 完 -

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：YesAsia，一間銷售娛樂產品之電子商務零售平台；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；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