

记者 | 蓝丽琦

编辑 |

主打沙发产品的敏华控股（001999.HK）今年中期业绩营收出现下滑。

11月15日，敏华控股发布中期业绩报告，在第二、三季度共六个月的报告期内，公司实现总收益95.33亿港元（约合人民币86.33亿元），同比下降8.00%；权益拥有人应占溢利10.92亿港元（约合人民币9.89亿元），同比增长10.50%；整体毛利率由去年同期的36.20%上升至38.80%。

截止今年9月末，敏华控股总资产为190.20亿港元（约合人民币172.24亿元），相比3月末缩减7.32%。

公司官网显示，这家成立于1992年的软体家居企业总部位于香港新界沙田区，在美国、英国等区域和城市设有多家子公司、分公司及关联公司，走的是内、外销并行的销售模式。

从地域收入来看，中国市场为第一主力，报告期内收入占比超过六成；北美市场为第二主力，收入占比接近三成，且这两大市场都是主推业务沙发。

财报显示，敏华控股报告期内沙发产品实现营收67.08亿港元（约合人民币60.75亿元），同比下滑5%，占总营收比例超过70%，为公司核心业务。

以床垫、智能家居为主的其他产品板块，实现营收22.40亿港元（约合人民币20.28亿元），同比下滑12.5%，占总营收比例接近1/4，为公司第二核心业务。

酒店及租赁业务、子公司Home集团业务占比较少，且营收下滑幅度均超过40%。其中Home集团也是主营沙发业务，但其只针对欧洲市场销售。

相比之下，沙发营收下滑较少，主要得益于北美市场稳定的销售情况。与去年同期相似，敏华控股在北美市场的沙发业务收入在24.60亿港元（约合人民币22.28亿元）上下浮动；中国市场的沙发收入则下滑了约10%左右。

敏华控股在财报中表示，目前公司业务已经由出口代工为主逐渐转变为品牌销售为

主的商业模式。查看公司的官网可发现，目前正在大力推旗下三个品牌：芝华仕CH EERS、尼科莱蒂NICOLETTI、名华轩Morewell。

芝华仕作为敏华控股旗下认知度最高的功能沙发品牌，在刚结束的双十一大促中，全网销售额实现12.8亿元，在天猫平台的功能沙发和皮沙发行业排名中位列第一，在京东平台的客厅家居行业中位列第一。

截止11月16日，在天猫平台的芝华仕官方旗舰店中，销量最高的一款沙发原价在1500元以上，平台显示其月销量超过五千单。购买页面显示，芝华仕的双十一促销活动仍在继续，此款沙发的券后价在7200元以上，折扣力度接近六折。

敏华控股也在财报中透露，在传统天猫、京东等电商平台持续发力，并积极推动直播销售模式，通过短视频推广、自有店铺直播、与头部主播深度合作等实现了品牌影响力的增长。

除此之外，敏华控股的线下扩张也未停歇。财报显示，报告期内，专卖店铺数目净增长约260间，截止9月末共有6230间品牌专卖店。

值得注意的是，敏华控股计划未来继续推进功能沙发的生产，将在智能制造、数位化管理等方面加大投入，实现生产过程自动化一体式作业。

公司官网显示，敏华控股在全球已有12个沙发生产基地，亚洲占7个，欧洲有5个。此外，公司还在最新发布的财报中透露，2018年收购的越南工厂已于今年投产。

敏华控股表示，目前欧美市场（尤其是美国）仍是功能沙发的主要消费市场，中国市场方面则处于低渗透度、高增长潜力时期。