

# 專題題目:會計與商業管理案例-以香港崇光百貨有限公司為例

學生:張家慧、黃珮欣、楊琇文、吳欣枚、呂芳瑜、王姿婷

## 摘要

摘要內文:

利福國際集團有限公司在 2004 年成功於香港聯合交易所主板上市，為一高檔百貨公司。透過當前全球和香港的經濟分析及利福國際公司財務分析，我們發現香港零售業倚重於遊客，消費力容易受到全球經濟影響。

關鍵詞:公司治理、策略規劃、財務預測

## 目錄

一、引言 .....	1
二、當前經濟狀況分析 .....	1
(一)PEST 分析 .....	1
1.Political(政治).....	1
2.Economic(經濟).....	1
3.Social(社會).....	2
4.Technological(科技).....	2
(二)SWOT 分析 .....	3
(三)五力分析 .....	3
三、財務狀況分析 .....	4
(一)營業收入分析 .....	4
(二)營運能力分析 .....	6
(三)獲利能力分析 .....	7
(四)償債能力分析 .....	9
(五)現金流量分析 .....	11
四、策略分析 .....	12
(一)當前發展策略 .....	12
(二)STP 分析 .....	12
1.市場區隔(Segmenting).....	12
2.目標選擇(Targeting) .....	12
3.品牌定位(Positioning).....	12
(三)4P 分析 .....	13
五、策略與實施計畫 .....	13
六、財務預測 .....	15
七、公司治理慣例回顧 .....	17
八、參考文獻 .....	18

## 一、引言

全球知名的沃爾瑪、亞馬遜等零售商，因為經營網路電商，其方便、快速的購物流程，吸引不少民眾「跨境」消費。互聯網中隱含的無限商機，在競爭激烈的同業市場中，直接壓縮利福國際營收的成長空間。面對新時代的挑戰，利福國際集團有限公司急需實施創新策略，以因應快速改變的競爭環境。

本計劃書以利福國際集團有限公司 2016 至 2018 年的公司年報為依據，對其現有的財務、策略計劃進行分析，並根據分析結果提出建議策略，並對其未來三年財務狀況進行預測。

## 二、當前經濟狀況分析

經濟狀況可以分為宏觀和微觀兩部分，宏觀主要是指整個中國的經濟環境、香港市場的環境，而微觀是指利福國際公司的經濟狀況。

### (一)PEST 分析

#### 1.Political(政治)

去年年底，香港行政長官與發改委主任簽署《國家發展和改革委員會與香港特別行政區政府關於支持香港全面參與和助力「一帶一路」建設的安排》(以下簡稱為《安排》)，奠定了香港在「一帶一路」倡議上以香港所長貢獻國家所需的關鍵定位。《安排》中的六大重點領域分別為金融與投資、基礎建設與航運服務、經貿交流與合作、民心相通、推動粵港澳大灣區建設以及加強對接合作與爭議解決服務。秉承香港的獨特優勢和面對的機遇和挑戰，香港制訂了五個「一帶一路」的策略重點，包括(一)加強政策聯通、(二)充分利用香港優勢、(三)用好香港專業服務中心的地位、(四)促進項目參與，以及(五)建立夥伴合作，以推動與內地和「一帶一路」相關國家及地區夥伴的協作。

#### 2.Economic(經濟)

香港經濟繼 2017 年全面轉強後，在 2018 年第一季保持蓬勃。環球投資和貿易向好，帶動亞洲生產及貿易活動擴張，為香港的出口帶來強勁的外部需求，整體貨物出口在第一季強勢增長。訪港旅遊業強勢復甦及環球金融市場活動活躍更帶來額外的推動作用。內部需求，由於勞工市場情況理想，刺激消費意欲向好，私人消費開支顯著增長，受惠於機器及設備購置顯著擴張，整體投資開支溫和增長。

### 3.Social(社會)

香港地理位置優越，交通方便，擁有世界三大天然良港之一的維多利亞港。維多利亞港是天然的深水港，港口水域廣闊，有利船隻航行，是香港的重要港口。再加上香港為自由港，奉行自由貿易政策，一般進出香港的貨品毋需繳付關稅，且簡便的通關作業，也縮短貨物進出口的時間，是個重要的轉口港。

香港素有「購物天堂」一稱，且除了菸草及酒類商品外其他商品皆免稅，商品種類眾多，且交通方便，因此觀光客都喜歡訪港購物。

### 4.Technological(科技)

香港政府在 2018 至 2019 年度財政預算案確立四大發展範疇，包括生物科技、人工智慧、智慧城市及金融科技。生物科技方面，香港在科技領域表現優秀，研究方面屢見突破，驅動本地生物科技行業不斷發展，競爭力強勁。金融科技方面，香港作為國際金融中心，資訊及通訊科技領域發展成熟，加上擁有有利初創企業的生態系統，本地金融科技行業近年因此大幅增長。人工智慧，2018 年 5 月，阿裡巴巴宣佈將通過香港創業者基金與商湯科技和香港科技園公司合作推出一個非營利的人工實驗室，用來推動香港的人工智慧產業發展。智慧城市，香港是全球人口密度最高的城市之一，同時又配備世界級的資訊及通訊科技基建和互聯網連接，因此是許多智慧城市應用技術的理想試驗場。為了跟上全球趨勢，把香港建設成世界級的智慧城市，政府於 2017 年 12 月公佈《香港智慧城市藍圖》，勾劃未來 5 年的發展計劃。

## (二)SWOT 分析

利福國際主要是經營生活時尚百貨店及其他零售業務以及物業發展和物業投資，通過年報，瞭解到利福國際內部能力。

本計劃書運用 SWOT 分析法，分析出利福國際目前所處各種環境因素，即外部環境因素和內部能力因素，如圖 1 所示：

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 門店位置優越 (銅鑼灣崇光是香港的地標)</li> <li>• 品牌知名度高，品牌效應強， 一站式購物概念</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 以實體經濟（零售業）為主， 電商平台競爭力不足</li> <li>• 負債率過高</li> </ul>				
<table border="1"> <tr> <td data-bbox="555 804 753 875">優勢 (S)</td> <td data-bbox="753 804 944 875">劣勢 (W)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 875 753 943">機會 (O)</td> <td data-bbox="753 875 944 943">威脅 (T)</td> </tr> </table>	優勢 (S)	劣勢 (W)	機會 (O)	威脅 (T)	
優勢 (S)	劣勢 (W)				
機會 (O)	威脅 (T)				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開通廣州到香港的高鐵路線， 帶來購物人潮</li> <li>• 經濟繁榮，促使購物能力提高</li> <li>• 互聯網發展迅速，可尋機發展 線上業務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 網購電商盛行，改變消費習慣</li> <li>• 中美貿易關係緊張，英國脫歐 風險</li> <li>• 新創公司的出現，搶佔市佔率</li> </ul>				

圖 1 SWOT 分析圖

## (三)五力分析

邁克爾·波特 (Michael Porter) 於 80 年代提出物理分析模型運用 SWOT 分析模型，用競爭戰略的分析方法，有效的分析客戶的競爭環境。本文使用五力分析法來分析利福國際目前遇到的競爭環境。

表 1 五力分析

供應商的議價能力	必需品議價能力低，而奢侈品議價能力高（奢侈品的質量和特色將影響供應商的議價能力）
消費者的議價能力	集團在提供服務中可分為大宗和零售；其中在給海外公司提供大宗服務時，議價能力高；而在零售方面，議價能力低
新進入者的威脅	各種新創公司的出現，分割市佔率（微商店鋪的出現）
替代品的威脅	網絡發展迅速，可以影響零售行業的發展
現有競爭者的競爭	競爭者開展網路銷售，爭先搶佔市佔率，導致競爭激烈

### 三、財務狀況分析

說明：①以公司 2016 至 2018 年的財務報表數據為依據

②所對比的行業類別為恆生業務類之百貨商城類

#### (一)營業收入分析

1.按地區分：（單位：億港元）

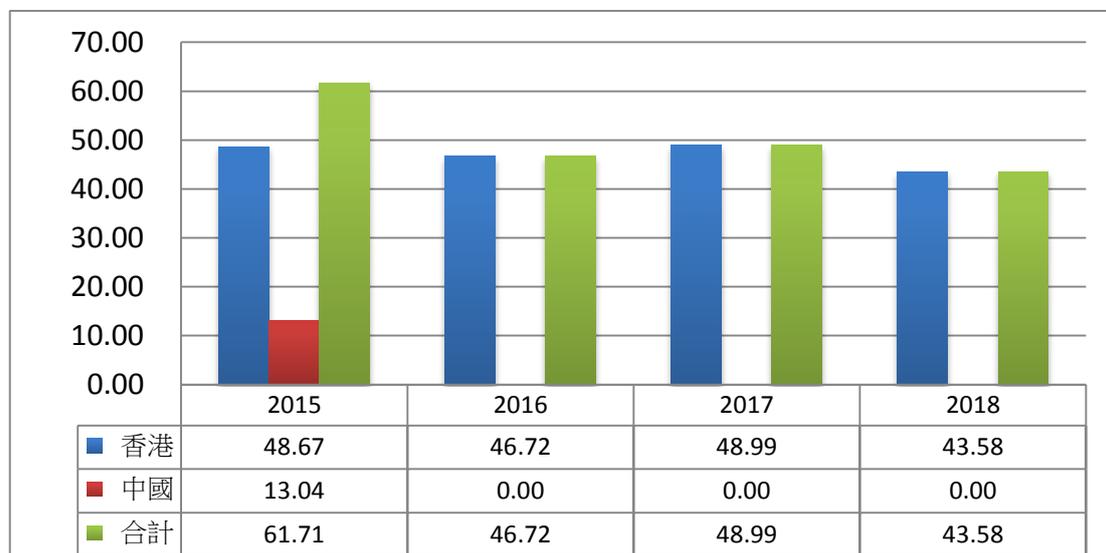


圖 2 2015 至 2018 年利福國際不同地區營業收入

利福國際公司營業收入有下降的趨勢，收入主要來自於香港分部，專注於崇光尖沙咀及崇光銅鑼灣的經營與業務發展。2016 年分拆利福中國，利福中國不再為利福國際的附屬公司。

## 2.按業務分：

表 2 2016 至 2018 年利福國際不同業務營業收入構成占比（%）

收入構成 \ 年份	2016	2017	2018
貨品銷售-直接銷售	60	59	36
特許專櫃銷售收入	38	39	48
來自「銷售後訂單」銷售之收益	0	0	12
服務收入	1	1	3
租金收入	1	1	1
合計	100	100	100

註：服務收入指來自特許專櫃及客戶使用集團之產品展示和廣告設施及宣傳活動的收入。租金收入指租戶租賃本集團的百貨店位置之租金收入。

## 3.營業收入同比增長情況：

表 3 2016 至 2018 年利福國際不同業務營業收入同比增長情況（%）

營業收入 \ 年份	2016	2017	2018
貨品銷售-直接銷售	-16.24	2.85	-45.88
特許專櫃銷售收入	-31.25	8.13	10.21
來自「銷售後訂單」銷售之收益	-	-	-
服務收入	-48.76	1.61	98.41
租金收入	-67.83	6.52	-18.37

註：2018 年沒有來自「銷售後訂單」銷售之收益收入同比增長率，主要是由於表 2 該欄在 2017 年分母值為 0。

公司經營業務的收入主要來源於貨品銷售-直接銷售和特許專櫃銷售收入，小部分來自於售後訂單銷售收益、服務收入和租金收入。其中，在 2016 年期間，受總體經濟景氣不佳及行業競爭的影響，公司多項業務營收都處於負增長狀態，而貨品銷售-直接銷售業務的營收狀況相對較佳。

在 2017 年期間，受經濟景氣好轉及公司大舉投入經營的影響，特許專櫃的銷售收入同比上一年增長幅度達到 8.13%，租金收入也有 6.52% 的增幅，營業收入再次進入正

向增長階段。但 2018 年由於在中美貿易糾紛及股市調整的陰霾下，香港地區經濟增長於 2018 年下半年放緩所影響，貨品銷售-直接銷售業務的營收同比大幅下滑，公司的產品結構有所調整，在經戰略調整與多元化經營下，特許專櫃收入和服務收入同比增長較快。

## (二)營運能力分析

存貨周轉率是衡量企業銷售能力及存貨管理水準的綜合性指標，越高代表公司對存貨的管理能力越強；應收帳款周轉率說明一定期間內公司應收帳款轉為現金的平均次數，應收帳款周轉率越高，說明其收回越快。反之，說明營運資金過多呆滯在應收帳款上，影響正常資金周轉及償債能力。

表 4 2016 至 2018 年利福國際主要周轉率指標（次）

年份 營運能力指標	2016	2017	2018
存貨周轉率	35.63	58.59	27.51
應收帳款周轉率	68.03	62.04	45.10
應付帳款周轉率	9.15	10.82	8.07
流動資產周轉率	0.38	0.46	0.43
固定資產周轉率	0.81	0.86	0.75
總資產周轉率	0.19	0.23	0.21

計算公式如下：存貨週轉率=銷貨成本/平均存貨

應收帳款週轉率=銷貨淨額/平均應收帳款

應付帳款週轉率=銷貨淨額/平均應付帳款

固定資產週轉率=銷貨收入淨額/平均固定資產

總資產週轉率=銷貨收入總額/平均資產總額

從表 4 可以看出，除了應收帳款周轉率以外，公司的存貨周轉率、流動資產周轉率、固定資產周轉率、總資產周轉率和應付帳款周轉率在 2016 至 2017 年期間都有所增長，在 2018 年期間各項周轉率指標都有降低的趨勢。

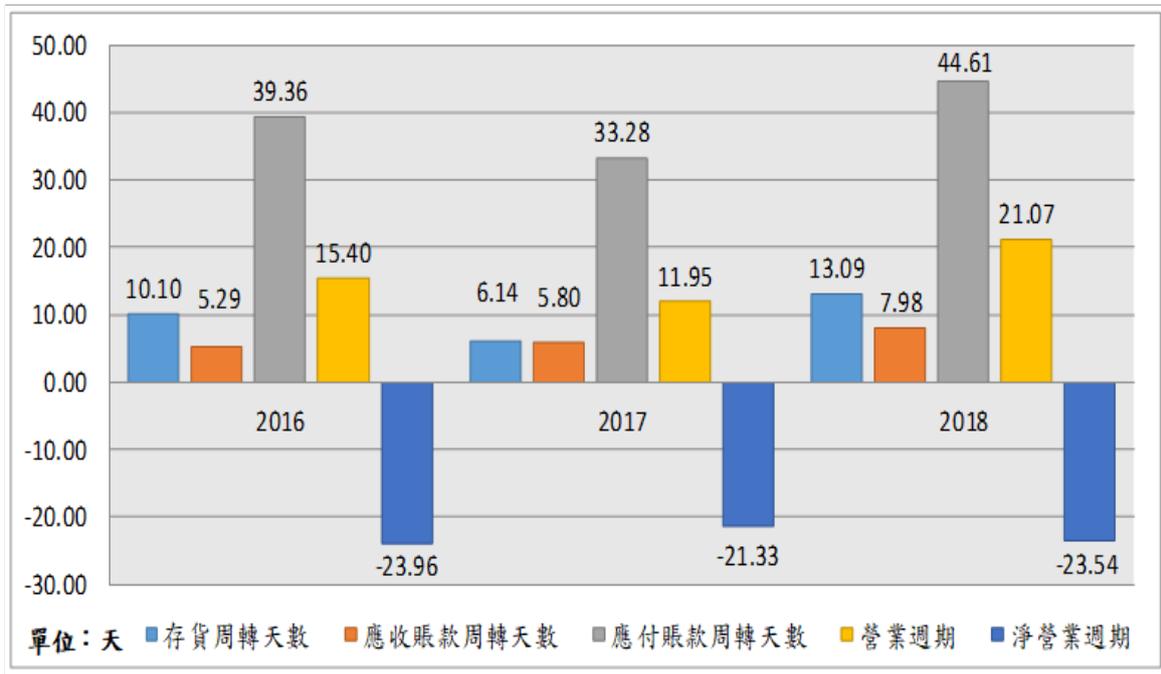


圖 3 2016 至 2018 年利福國際周轉與營業天數情況

計算公式如下：營業週期=應收帳款周轉天數+存貨周轉天數

淨營業週期=(應收帳款周轉天數+存貨周轉天數)-應付帳款周轉天數

從圖 3 可以看出，公司應付帳款周轉天數均高於存貨與應收帳款周轉天數，進而使得淨營業週期總體呈現負成長趨勢。近三年應付帳款周轉天數有所增加，表明公司應付帳款付現的周轉速度放緩，供應商放寬了向公司融通資金的天數。但公司近三年的應收帳款周轉天數都在增加，其放寬了對消費者的付款期限，在帳款的回收與支付方面存在一定的周轉風險，需關注短期流動資金不足問題對公司經營的影響。

### (三)獲利能力分析

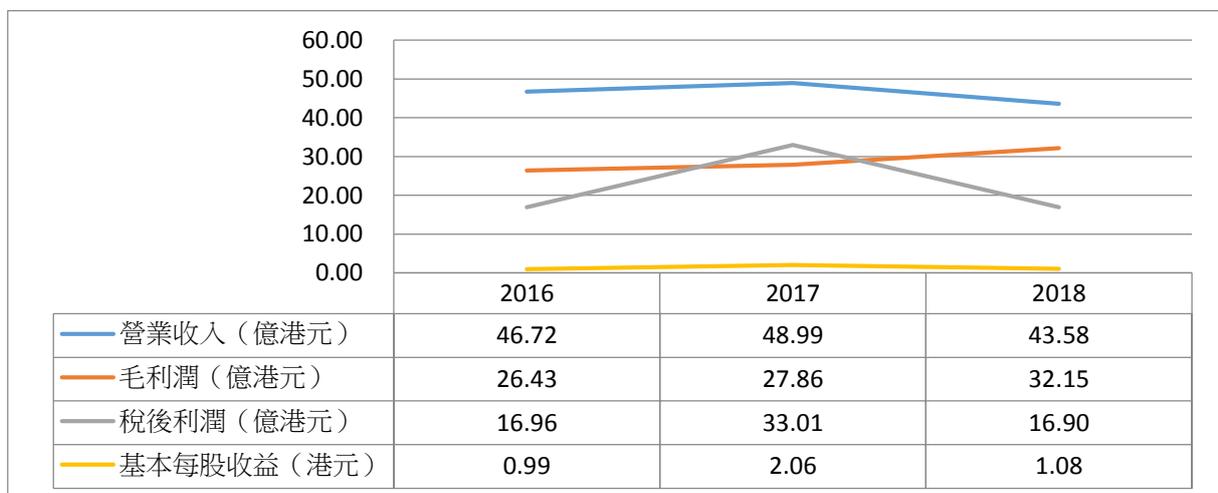


圖 4 2016 至 2018 年利福國際主要獲利指標

表 5 2016 至 2018 年利福國際與行業主要獲利指標對比

主要財務指標對比		年份		
		2016	2017	2018
營業收入	行業平均	23.06	25.69	29.75
	利福國際	46.72	48.99	43.58
基本每股收益 EPS	行業平均	0.28	0.72	0.46
	利福國際	0.99	2.06	1.08
銷售毛利率 (%)	行業平均	44.59	50.76	48.69
	利福國際	56.57	56.88	73.78
銷售淨利率 (%)	行業平均	-69.34	5.33	4.38
	利福國際	36.30	67.39	38.78
淨資產收益率 ROE (%)	行業平均	4.20	9.10	0.56
	利福國際	24.52	111.94	49.63

計算公式如下：基本每股收益(EPS)=(稅後淨利-當年特別股股利)/加權平均流通在外普通股股數

銷售毛利率=銷貨毛利/營業收入

銷售淨利率=稅後利潤/營業收入

淨資產收益率(ROE)=稅後淨利/平均股東權益

2016 年為全球經濟動盪不安的一年，政局不明朗、中國經濟增長持續放緩以及美元強勢的影響下，中港商業活動和消費需求備受打擊，全球貿易停滯不前及金融市場的不穩均打擊了消費者信心，削減了對奢侈品及優質必需品的消費慾望。面對疲弱的零售環境，公司多項財務指標表現不佳，主要是由於崇光銅鑼灣店的翻新工程（於 2014 年下半年展開，並於 2016 年年底大致完成），相關的物業裝修折舊支出亦較高。

2017 年環球經濟，金融及物業市場均表現理想，本地就業市場強韌以及美元疲弱，大大提振了香港消費者信心及訪港旅遊業，從圖 4 看出公司的營利狀況有了較大改善。2017 年由於物業重估收益以及營業外收入增加因此稅後利潤比毛利潤高。

做為深耕香港零售業務的供應商，利福國際 2018 年的淨利潤為 16.9 億港元，呈現大幅下滑，下降原因主要是投資物業收入的減少，尖沙咀崇光百貨的額外租金增加，導致銷售成本增加。2017 年年底投入運作的 LED 廣告螢幕，亦是導致成本有所增加的原

因。從表 5 可以得知利福國際公司，與行業平均比較之下，各項指標都比行業平均表現好，由此可以看出，公司的盈利狀況在整個零售行業中佔據一定的優勢，獲利能力相對較佳。

#### (四)償債能力分析

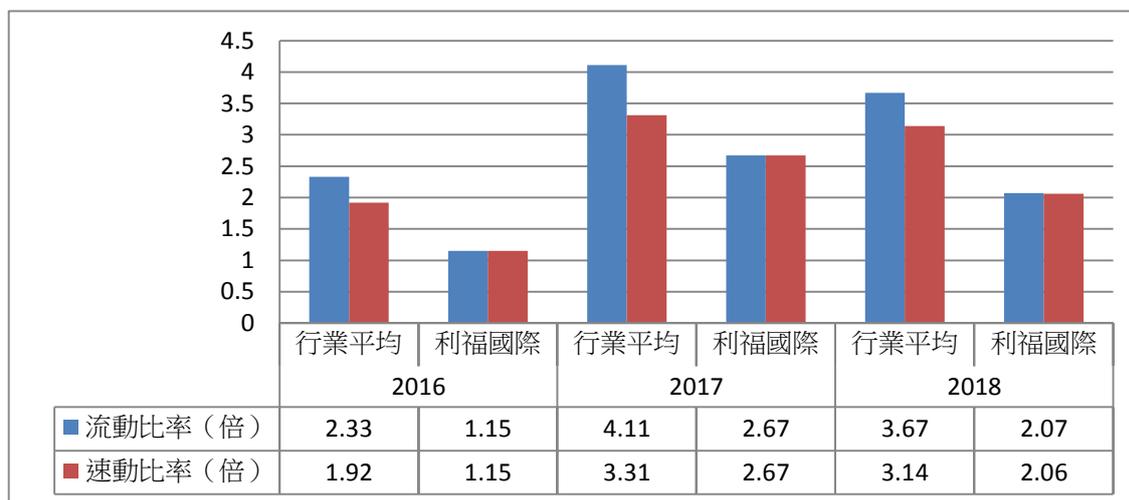


圖 5 2016 至 2018 年利福國際與行業償債比率對比

計算公式如下：流動比率=流動資產/流動負債

速動比率=(流動資產-存貨)/流動負債

由圖 5 可以看出，利福國際的流動比率與速動比率雖都大於 1 但低於行業均值，表明公司仍有改善空間。

表 6 2016 至 2018 年利福國際與行業資產負債狀況對比

資產負債狀況		年份	2016	2017	2018
資產總計	行業平均		211.17	216.32	205.68
	利福國際		112.75	125.57	135.05
負債總計	行業平均		186.69	175.87	176.36
	利福國際		66.85	71.1	83.55
資產負債率	行業平均		88.41%	81.30%	85.74%
	利福國際		59.29%	56.62%	61.87%

計算公式如下：資產負債率=負債總額/資產總額

從表 6 可知，近三年利福國際的資產與負債均高於行業平均，資產負債率近 9 成。公司主要通過舉債來經營。

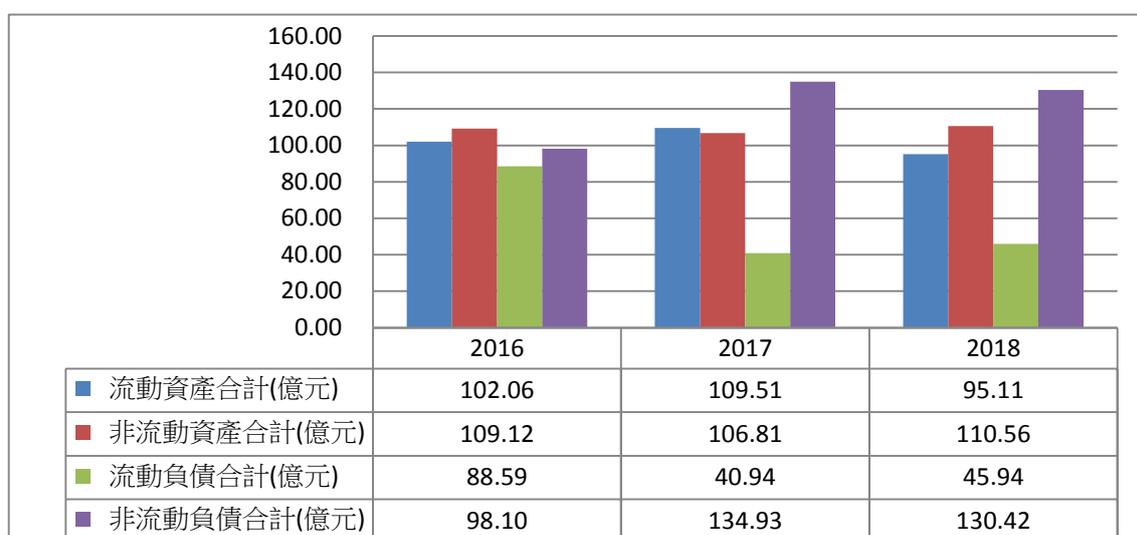


圖 6 2016 至 2018 年利福國際資產與負債構成

從圖 6 可以看出，2016 至 2018 年期間公司的流動資產與流動負債都有所減少，公司銀行現金及定期存款大幅減少，主要是由於本公司在 2018 年以現金回購股份所致。而非流動資產與非流動負債都有所增加，特別是非流動負債，主要是由於公司一年後到期的債券及遞延稅項負債的增加。

表 7 2016 至 2018 年利福國際資本結構度量指標

資本結構度量指標 \ 年份	2016	2017	2018
歸屬母公司股東的權益／全部投入資本(%)	18.09	26.56	20.72
帶息債務／全部投入資本(%)	81.91	73.44	79.28

計算公式如下：全部投入資本=帶息債務+歸屬母公司股東的權益

由表 7 可知 2016 至 2018 年期間，雖然公司歸屬母公司股東的權益/全部投入資本的比例有所增加至 20% 左右，帶息債務/全部資本投入資本的比例有所降低，但仍接近於 80%，公司資本結構通過舉債來經營。

## (五)現金流量分析

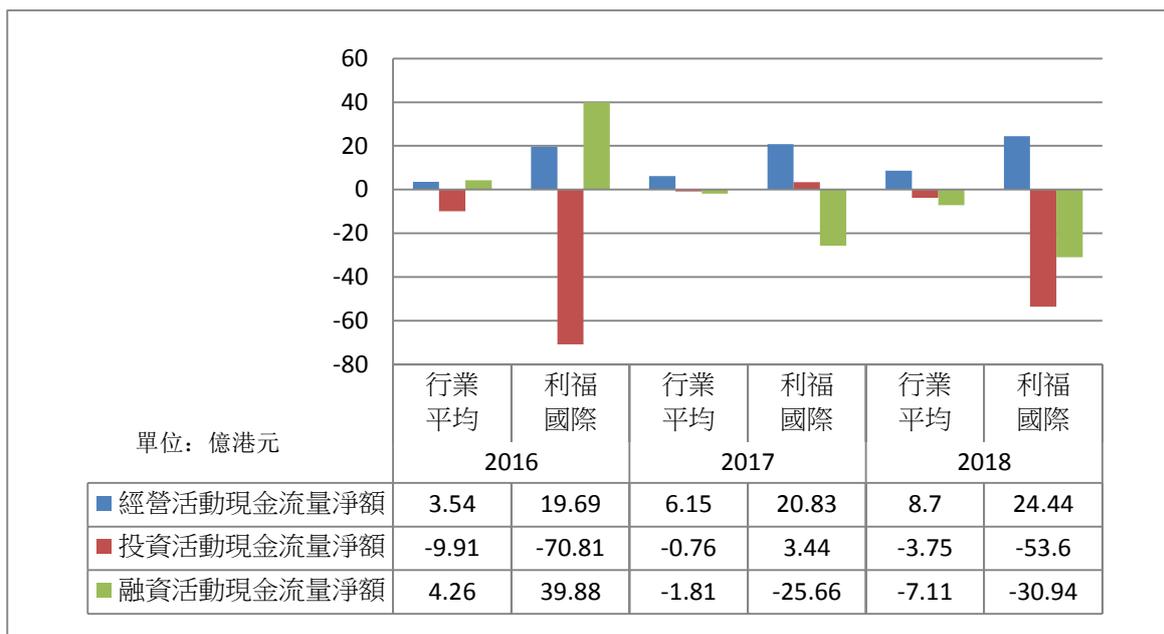


圖 7 2016 至 2018 年利福國際與行業現金流對比

從圖 7 得出，利福國際公司 2016 年受經營業績下滑的影響，公司投資活動的現金流出較多，主要因為公司參與政府招標，斥資 73.88 億港元買了塊地皮，導致當年的投資淨額為-70.81 億港元，產生了大量的流動負債。此外，公司為了給客戶提供更好購物體驗，銅鑼灣崇光完成其大部份翻新計畫，融資活動帶來一部分現金流入；由於門店主要的翻新工程於 2017 年接近尾聲，加上在十月份已推出的銅鑼灣崇光旗艦店外牆啟用大型戶外全高清 LED 廣告螢幕 CVISION，使得當年度經營活動與投資活動的現金流入比例有所提高，融資活動的現金流出較多是因為公司贖回債券、償還銀行貸款，這與公司改善經營狀況、擴大經營規模有關。2018 年公司的現金流出集中在投資和融資活動兩部分，投資活動流出較多是因為贖回債券及償還銀行貸款，融資活動流出較多是因為購回股份及派付股息。

然而，公司的現金流流動情況與同行業相比變動較大，如何改善公司經營、投資與融資現金流量的配比結構，進而降低公司經營的財務風險，成為發展策略制定應該考慮的重點。

由財報分析結果得知，公司資本結構主要以長期負債為主，還款壓力較大，與行業平均比較之下，利福國際的獲利能力較佳，但呈現不穩情況，如何提升利潤率為公司努力的目標。在經營、投資、融資現金流的合理分配上仍有改善空間，經營上存在一定的

債務風險。對此公司應繼續優化融資模式，在不影響自有公司股權比例的情況下，適當降低債務融資比例，提高股權融資的比例，降低融資風險。

## 四、策略分析

### (一)當前發展策略

從 2016 年至今，利福國際集團結合市場的經濟發展趨勢，實施了以下策略方法：

- 1.業務進入中國大陸市場，吸引更多的消費者。
- 2.開展五月及十一月的標誌性「感謝周」周年活動，提高知名度。
- 3.集團把握消費增長的機遇，引進銷售宣傳活動及簡便的電子付款服務來提高銷售生產力和效益。
- 4.在銅鑼灣崇光外牆啟用大型戶外全高清 LED 廣告螢幕 CVISION，加強公司作為香港主要地標之一的標誌性旗艦店之地位。
- 5.使用「SOGO 崇光」商標的獨家專用特許權，以進行其經營百貨店的業務活動。

### (二)STP 分析

#### 1.市場區隔(Segmenting)

地理位置：銅鑼灣、尖沙咀集中了時代廣場、海港城、The one 和崇光百貨等購物商場，讓消費者能快速方便地消費，成為旅客及本地消費者首選的購物地點。

行為變數：偏好日系品牌的族群。

#### 2.目標選擇(Targeting)

以女性消費者為主。以化妝品及護膚產品的銷售，來吸引女性顧客。

#### 3.品牌定位(Positioning)

確立為香港最大型的日式百貨、龍頭地標，憑藉種類繁多的精選產品及品牌，崇光尖沙咀成為尖沙咀區內旅客及本地消費者首選的購物熱點。品質服務與顧客的雙向溝通，愉快的購物環境及顧客滿意的售後服務，作為首要的服務目的。

### (三)4P 分析

#### 1. 產品(Product)

歐陸名牌男女時裝、首飾精品、皮具系列、家庭電器、家居用品及超級市場等，從日常必需品到奢侈品以及個人護理服務，利福國際朝向多品牌商品與商品線整合的經營策略，提供顧客便利且豐富的購物選擇，充份滿足不同層面顧客的需求。

#### 2. 價格(Price)

利福國際的中高價位不僅包含百貨精品還有舒適的購物環境跟良好的服務品質，在定價策略上採高低定價(High-Low pricing)法，運用價格策略先調高價格，再使用促銷打折策略，提升消費者購買意願。

#### 3. 通路(Place)

崇光尖沙咀及崇光銅鑼灣兩家百貨，是消費者購買或取得產品或服務的管道；手機應用程式、電郵推廣及短訊是與會員們的溝通管道。

#### 4. 促銷(Promotion)

在感謝周的推廣宣傳上，強化客戶忠誠度，以提高百貨客流量，也會配合節慶日來舉辦促銷活動，還會不定期舉辦特殊主題活動促銷像是舉辦藝術展或是以環保氣氛、減廢措施向顧客推廣促銷資訊，利用環保購物來結合文化藝術，讓顧客參與活動創作分享他們的作品並發展潛在客戶族群。

## 五、策略與實施計畫

### (一)增加客群

#### 1. 打造第三生活空間

對不同客群提供客製化的特色服務，例如：引進電影院、室內遊樂場、健身房，主題餐廳，讓任何年齡層的消費者都可以吃喝玩樂一整天。

#### 2. 體驗店鋪進駐

提供更完整的體驗服務來拉近消費者的心，例如：美髮沙龍，因為利福國際熱銷的是化妝品與護膚品，顧客可以消費完後再來換個整體造型。

#### 3. 與各國觀光單位合作

在百貨公司中庭廣場打造以各國美食為主題的推廣會，例如：台灣的在地小吃，台南的棺材板和宜蘭的三星蔥餅，期望讓更多香港民眾能體驗臺灣在地美食，不僅吸引人潮駐

足參觀，也藉此與當地消費者互動。

## (二)增加服務品質

### 1.提升 app 服務

例如：走到指定範圍內手機就會自動搜尋商家資訊，接著 app 頁面就會跳出優惠訊息。

### 2.使用智慧百貨

例如：結合 QR code，一掃商品 QR 碼就可立即瞭解商品資訊，外加語音介紹能夠輕鬆自在的觀看商品不因銷售員的推銷而有壓力。

### 3.打造虛擬實境

引進虛擬試衣間，消費者站在螢幕前只要點選喜歡的款式，衣服影像就會重疊在身上，讓顧客能有更多選擇。

## (三)加強電商服務

### 1.自建電商平台

自行主導行銷、廣告活動就能避免在綜合電商平台同時和其他供應商的同類商品比較，造成價格一目了然的窘境，更容易貼近消費者的購物情境，凸顯產品與品牌的特色。

### 2.與互聯網公司合作

大型電商平台因品牌知名度所建立出來的交易信用，或提供送修、退換貨等服務，備受消費者信賴，可以利用大型電商所帶來的曝光率與網路流量，來提升銷貨與知名度。

## (四)改善融資結構

降低直接融資舉債比例，提高股權融資：公司可以考慮自身正常營運活動所需現金流量的同時，參考同行業的標竿企業優化資金的運作，讓現金流發揮最佳效用。

## 六、財務預測



圖 8 近五年利福國際主要宏觀經濟指標

由圖 8 可以看出，2015 至 2016 年香港恒生綜合股價指數報酬率跟香港居民總收入同比增長率都有所下降，2016 至 2017 年有所增長，2017 至 2018 有所下降，因此我們可以判斷出 2016 年、2018 年經濟景氣相對於 2017 年是比較不好的。

表 8 2016 至 2018 年利福國際主要損益變動表

	2016	2017	2018
營業收入（億港元）	46.72	48.99	43.58
銷售成本(億港元)	20.29	21.12	11.43
營業收入同比增長（%）	-24.29	4.80	-11.04
銷售成本同比增長（%）	-17.65	4.09	-45.88

由表 8 可以看出，營業收入跟銷售成本兩者的同比增長率都是 2016 至 2017 上升，2017 至 2018 下降，跟上圖經濟景氣變動是一樣的，所以我們得出公司損益受景氣影響變動幅度大。

表 9 2019 至 2020 年主要宏觀經濟指標預測

	2018	2019	2020	2021
GDP（%）	6.60	6.32	6.10	---
社會消費品零售（%）	8.98	8.45	8.90	---

資料來源：同花順數據庫-中國宏觀經濟年度預測

根據同花順數據庫—中國宏觀經濟年度預測，2019年GDP跟消費品零售都下降，但我們相信透過建議策略的實施，公司依然可以以2%的成長率增加營業收入。在2020年的預測中，雖然GDP略有下降，但社會消費品零售有上升的趨勢，所以我們認為策略持續實施在2020至2021年經濟會有上升的趨勢，因此以4%的成長率來做預測。

## (一)主營業務收入預測

假設前提：香港現有貸款利率、稅率、物價水準、匯率、政府政策均不變。

以同花順宏觀經濟年度預測來估計利福國際公司2019年仍會以2%成長率增加營業收入，而2020至2021年景氣有變好的趨勢，則以4%成長率來預測。

表 10 2018 至 2021 年利福國際主要業務收入預估表

營業收入 \ 年份	2018	2019	2020	2021
貨品銷售-直接銷售	1,562,484	1,593,73	1,657,483	1,723,782
特許專櫃銷售收入	2,095,041	2,136,942	2,222,419	2,311,316
來自「銷售後訂單」銷售之收益	535,326	546,033	567,874	590,589
服務收入	125,470	127,979	133,099	138,423
租金收入	39,689	40,483	42,102	43,786

(單位：千港元)

## (二)成本費用預測

假設前提：香港現有的貸款利率、稅率、物價水準、匯率、政府政策均不變利福國際的費用率與成本率均保持一致。

以同花順宏觀經濟年度預測，2019年的成本費用率與營業收入同樣以2%的成長率來預測，2020年和2021年也同樣以4%成長率來預測。

表 11 2018 至 2021 年利福國際主要成本費用預估表

	2018	2019	2020	2021
銷售成本	1,142,74	1,165,603	1,212,227	1,260,716
銷售費用	721,950	736,389	796,478	765,845
管理費用	137,485	140,235	145,844	151,678
財務費用	282,187	287,831	299,344	311,318

(單位：千港元)

### (三)營業利潤預測

根據以上營業收入和營業成本的預測，得出未來三年的營業利潤。

表 12 2018 至 2021 年利福國際主要成本費用預估表

	2018	2019	2020	2021
營業收入	4,358,010	4,445,170	4,622,977	4,807,896
銷售成本及費用	2,284,370	2,330,057	2,423,260	2,520,190
營業利潤	2,073,640	2,115,113	2,199,717	2,287,706

(單位：千港元)

所以我們相信透過建議策略實施，即使景氣不好，公司利潤仍會持續往上增長。

## 七、公司治理慣例回顧

董事會包含審核委員會、薪酬委員會以及提名委員會，除了制訂公司策略方向、訂立公司長遠目標、監控管理層表現、保障及提高公司與其股東之利益，以及審閱、批准及監控年度預算、並對業績作考評。但身處於競爭激烈的市場中，利福國際未來發展需要更加完善內部控制制度，讓投資者更加瞭解公司動向，為此，我們向利福國際提出如下建議：

1. 加強對公司董監事、管理人員的栽培，我們認為公司董監事、管理人員也需要持續學習來保持服務水準以提升公司盈利能力，保障投資者利益。
2. 為加強內部管理透明度，建議固定每年實行內部控制考核及自我評價，並對考核結果進行檢討、改進。

3. 為更完善董事會及管理階層對公司運作所作決策，制定相關獎懲制度，如：要求主席率與參與率，以利促進公司的發展與保障相關利害人的權益。

## 八、參考文獻

1. 香港特別行政區政府(2018)。二零一八年第一季經濟報告，取自：  
[https://www.hkeconomy.gov.hk/tc/pdf/er\\_c\\_18q1.pdf](https://www.hkeconomy.gov.hk/tc/pdf/er_c_18q1.pdf)
2. 一帶一路香港(2017)。二零一八年施政報告(節錄)，取自：  
[https://www.beltandroad.gov.hk/pa2018\\_tc.html](https://www.beltandroad.gov.hk/pa2018_tc.html)
3. 利福國際集團有限公司(2016)。二零一六年年報，取自：  
[http://media.lifestylehk.com.hk/2017032920200100032761225\\_tc.pdf](http://media.lifestylehk.com.hk/2017032920200100032761225_tc.pdf)
4. 利福國際集團有限公司(2017)。二零一七年年報，取自：  
[http://media.lifestylehk.com.hk/2018032819320200103090911\\_tc.pdf](http://media.lifestylehk.com.hk/2018032819320200103090911_tc.pdf)
5. 利福國際集團有限公司(2018)。二零一八年年報，取自：  
[http://media.lifestylehk.com.hk/2019032519250100103435923\\_tc.pdf](http://media.lifestylehk.com.hk/2019032519250100103435923_tc.pdf)
6. 香港貿發局研究(2018)。香港創新及科技業概況，取自：  
<http://m.hktdc.com/business-news/article/>
7. 香港政府統計處(2019)。零售業銷貨額按月統計調查報告，取自：  
<https://www.statistics.gov.hk/pub/B10800032019MM02B0100.pdf>
8. TheNewsLens 關鍵評論：香港(2017)。面對網購時代，香港零售業態度消極？取自：  
<https://hk.thenewslens.com/article/84528>
9. 香港財華網(2018)。“年度回購狂人”利福國際：金融投資是我的強項！取自：  
[https://www.finet.hk/newscenter/news\\_content/5bd6c356e4b07dd09951dffa](https://www.finet.hk/newscenter/news_content/5bd6c356e4b07dd09951dffa)
10. 每日頭條(2017)。老牌百貨人流回升 香港零售最差時期真的過去了？取自：  
<https://kknews.cc/zh-tw/finance/lp82kzg.html>
11. 人民網(2017)。香港“雙十一”氣氛漸濃 傳統零售業尋求變革，取自：  
<http://industry.people.com.cn/BIG5/n1/2017/1112/c413883-29641168.html>
12. 時尚品牌網 ChinaSSPP.com(2018)。利福國際重續“Sogo 崇光”香港使用權20年，取自：  
<http://m.chinasspp.com/news/detail/431277.html>

13.香港財華網 (2019)。盈利 16%，負債率近九成，利福國際能否逆勢成長？取自：  
[https://www.finet.hk/Newscenter/news\\_content/5c8b77bebde0b3135ea44a12](https://www.finet.hk/Newscenter/news_content/5c8b77bebde0b3135ea44a12)

13. 東方日報 (2019)。利福國際料零售業務繼續受壓，取自：  
[https://orientaldaily.on.cc/cnt/finance/20190501/00202\\_010.html](https://orientaldaily.on.cc/cnt/finance/20190501/00202_010.html)

14.同花順 iFind 數據庫，取自：<http://www.51ifind.com/>