



JS 环球生活有限公司

JS GLOBAL LIFESTYLE COMPANY LIMITED

Global

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

2020年中期业绩发布演示材料

絕密

2020年8月



JS 环球生活有限公司（「本公司」）的潜在投资者、分析员及股东以及本文件的其他接收者请注意，本文件及与简报一并作出的任何口头讨论仅供您参考之用，不得直接或间接向其他人士转送、发表、分发、发布或散布本简报的任何部份。

本简报及相应的讨论可能包含涉及风险和不确定因素的前瞻性说明。这些说明的表述通常会使用前瞻性的字眼，例如相信、期望、预期、预计、计划、预测、目标、可能、将会，或者某些行动可能或预期会在将来产生结果等等。阁下不应过分倚赖此等仅适用于本简报发表日的前瞻性说明。这些前瞻性的说明基于来自本公司以及其他我们相信来源可靠的资料。

请务必注意，简报内容未经审核或独立查证。我们不会就简报所载任何事宜作出任何陈述及保证，并明确表示不会承担有关责任。我们无法保证简报所载资料于现时或将来属准确或完整，因此该等资料不应被倚赖。对于因使用本简报所载任何资料及数据而引致或与之有关的任何损失，我们概不承担任何法律责任。

本简报并非亦无意直接或间接地发表、分发、发布或散布到其他司法管辖区，因此举将受到限制、违法或违反法律或法规要求。

本简报并不构成任何适用法律下的公开要约，或者要约出售或购买任何证券或其他金融工具的任何要约招揽或与该等证券或工具有关的任何建议。

若您出席本简报会或阅读有关的简报资料，将被视为已同意本简报所载的条款、义务和限制。

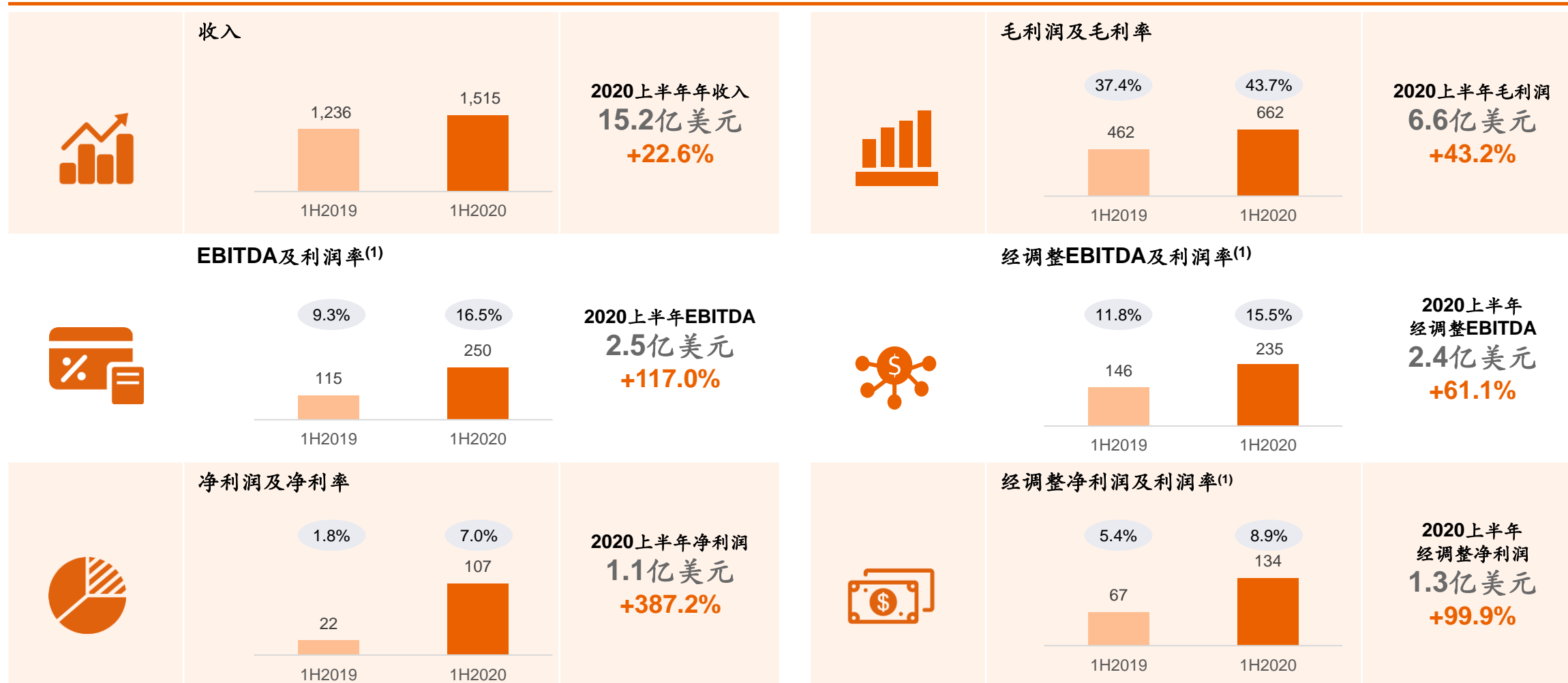
1	2020上半年财务更新	3
2	2020上半年业务更新	11
3	策略及展望	22

1. 2020上半年财务更新



2020上半年主要财务指标

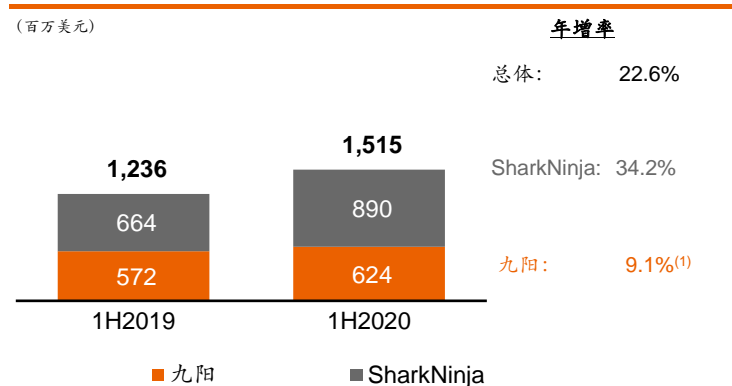
货币单位：百万美元



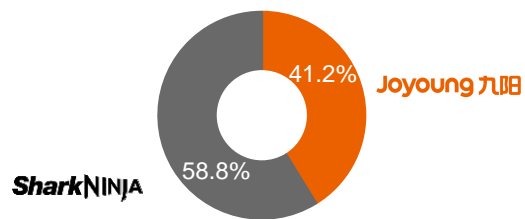
(1) EBITDA, 净利润调整项及EBITDA调整项为未经审计数据

收入细分及增长驱动因素

按分部划分



2020上半年收入按分部划分

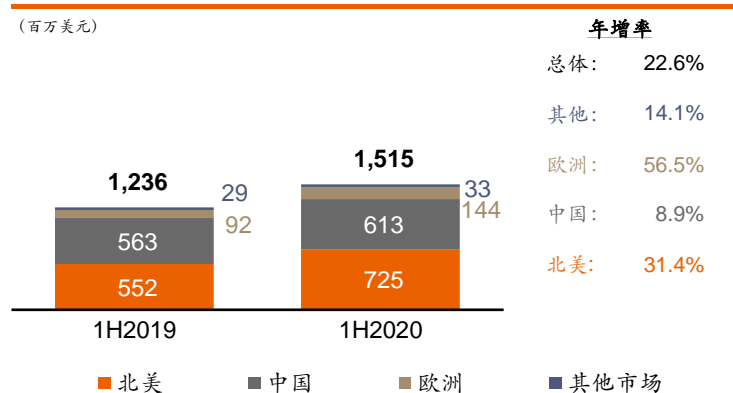


分析说明:

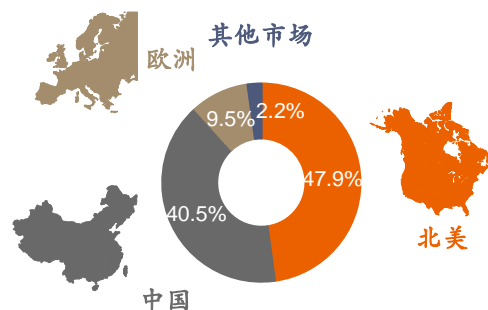
- SharkNinja分部的增长主要来源于2019年下半年及2020年上半年新品的强劲表现、欧洲和日本市场的快速增长以及清洁电器和烹饪电器需求的强劲增长
- 九阳分部的增长主要来源于线上渠道的增长、多项新品推出（如SKY系列、萌潮系列产品等）以及核心品类的主销价位段拓宽，有效对接消费者需求

(1) 九阳分部按人民币口径收入增长将高于现有水平，主要由于期内人民币相对于美元贬值所致

按区域划分



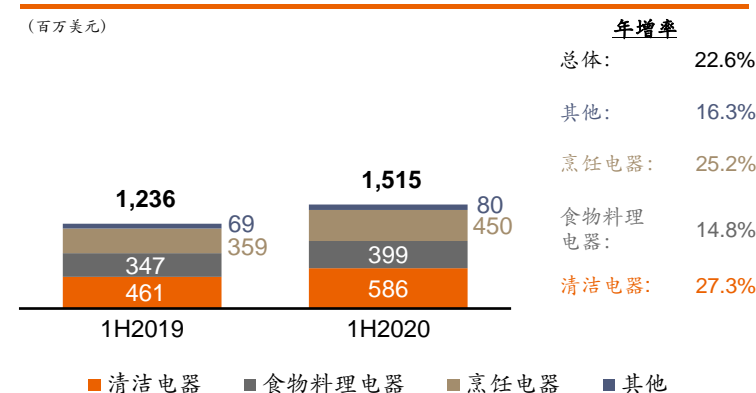
2020上半年收入按区域划分



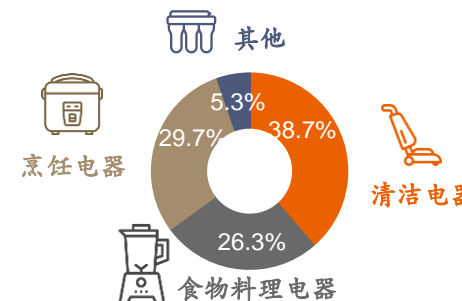
分析说明:

- 美国市场销售保持强劲，主要由于2019年下半年及2020年上半年新品的强劲表现。同时，公司上半年把握“居家多”市场契机，通过现有产品及新品成功投放，有效满足消费者对于清洁及烹饪电器的需求
- 中国市场的稳健增长主要来源于线上渠道的布局、新品推出及核心品类的主销价位段拓宽
- 欧洲市场的强劲增长主要来源于英国市场的高速增长

按产品类别划分



2020上半年收入按产品类别划分

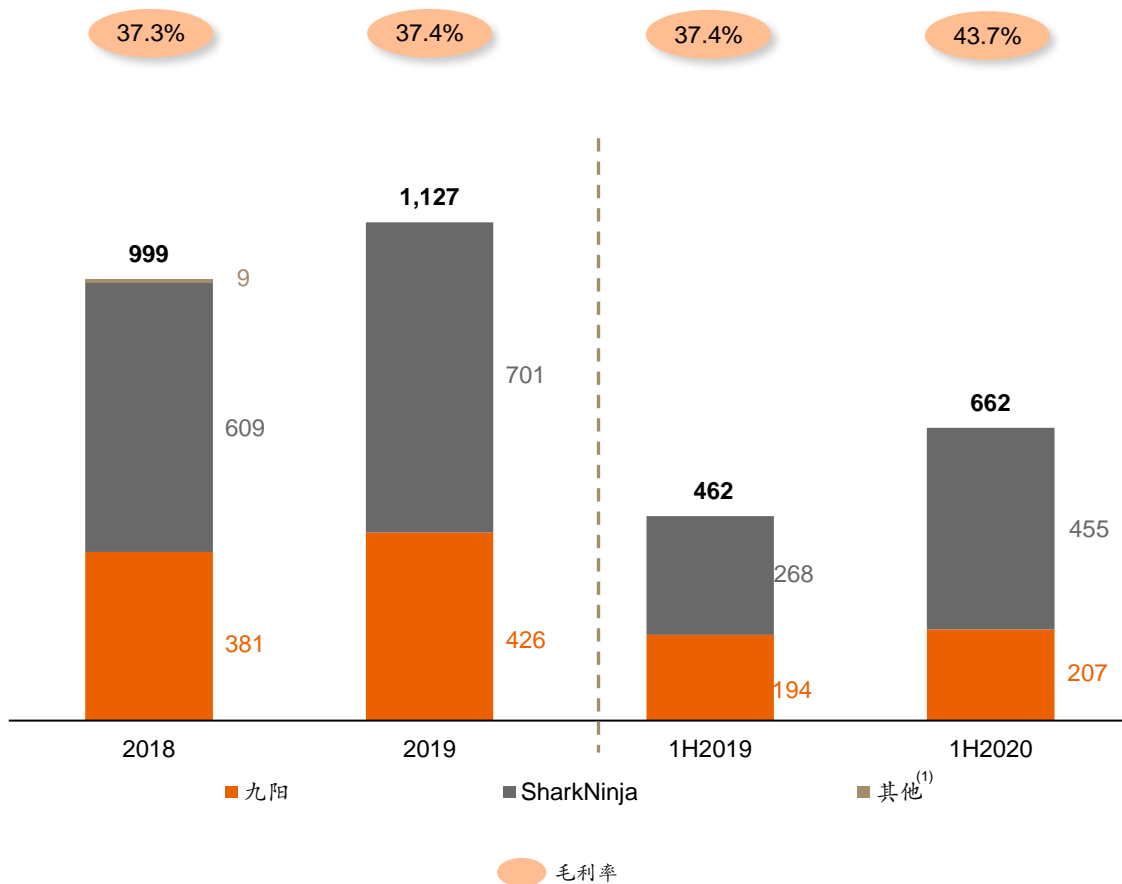


分析说明:

- 烹饪电器的强劲增长主要受益于2019年下半年新品的强劲表现及疫情期间需求增长
- 清洁电器的增长主要来源于市场对2019年四季度推出的扫地机器人产品的青睐，同时疫情促进消费者对整体清洁电器的需求加速增长
- 食物料理电器的增长主要来源于创新产品及技术的下沉，并进入主销价格段

毛利按业务分部

(百万美元)



集团于2020年上半年的毛利及毛利率均表现出强劲增长，其中毛利同比增长43.2%，毛利率同比提升6.3个百分点至43.7%，主要由于：

1. 公司的部分吸尘器、扫地机器人及空气炸锅产品获关税豁免，并于2020上半年就过往年度的关税费用确认38.1百万美元的关税退税；及
2. 北美及欧洲市场产品组合优化，尤其是高毛利的扫地机器人的推出带动整体毛利提升
3. 市场对SharkNinja的产品需求增加，按原价出售（而非推广价）的产品占比收入上升

九阳分部的毛利率由2019年上半年的33.9%略微下降至2020年上半年的33.1%，主要由于产品组合变化影响

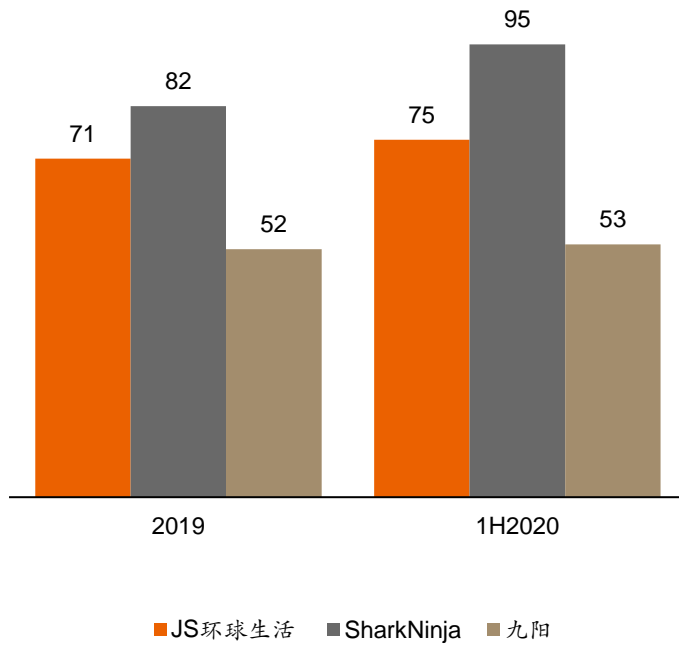
SharkNinja分部毛利率由2019年上半年的40.4%提升至2020年上半年的51.1%，主要得益于欧美市场收入的高速增长、产品组合优化及关税退税带来的正面影响⁽²⁾

(1) 其他业务分部主要包括九阳豆业，集团已于2018年11月向一名关联方出售集团于九阳豆业的大部分股权，其后不再以附属公司综合入账，且不再设置其他分部
 (2) 若别除于2020年上半年就过往年度的关税费用确认约38.1百万美元关税退税的影响，毛利率将为41.2%

营运资金管理

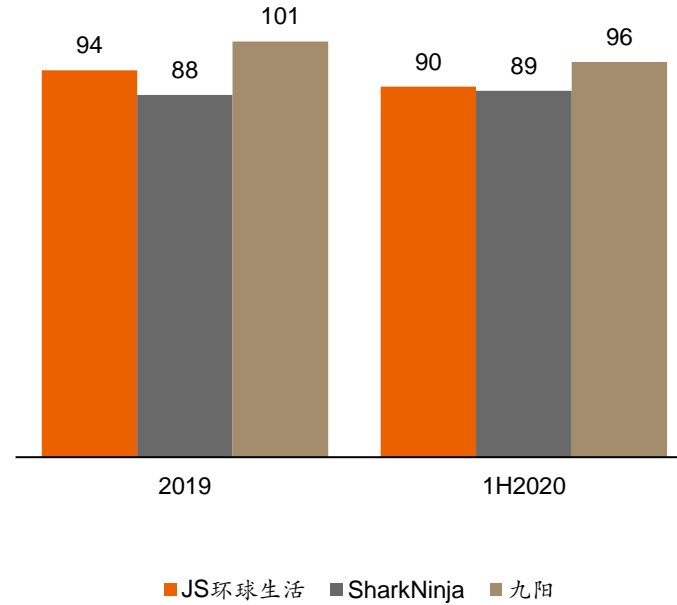
平均存货周转天数⁽¹⁾

(天)



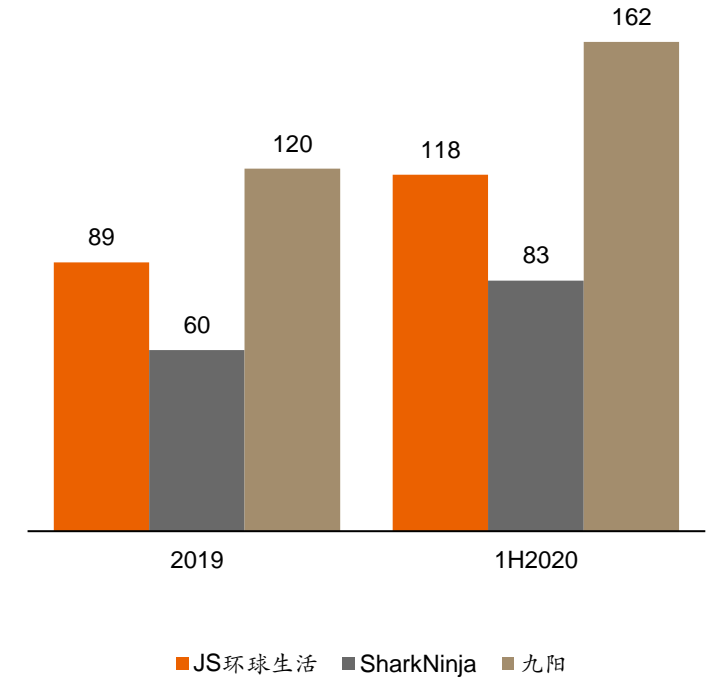
平均应收账款及应收票据周转天数⁽²⁾

(天)



平均应付账款及应付票据周转天数⁽³⁾

(天)



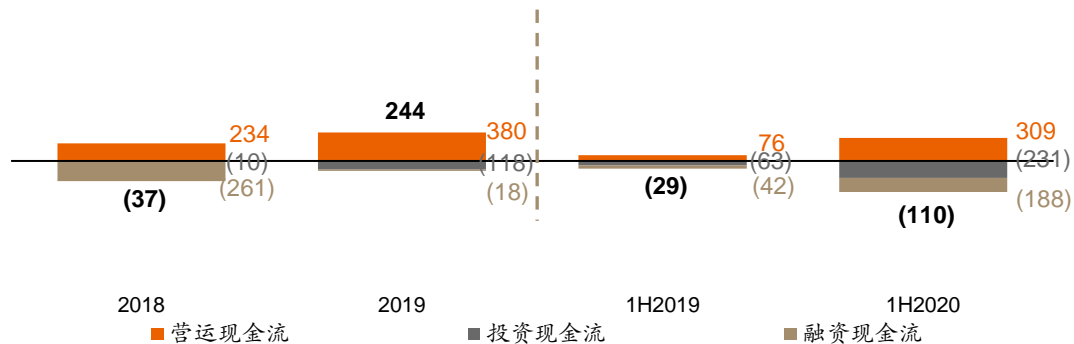
(1) 平均存货周转天数等于平均存货除以销售成本再乘以期内天数，平均存货等于期初存货加期末存货，再除以二

(2) 平均应收账款及应收票据周转天数等于平均应收账款及应收票据除以收入再乘以期内天数，平均应收账款及应收票据等于期内应收账款及应收票据（扣除减值）加期末应收账款及应收票据，再除以二

(3) 平均应付账款及应付票据周转天数等于平均应付账款及应付票据除以销售成本，再乘以期内天数，平均应付账款及应付票据等于期初的应付账款及应付票据（扣除减值后）加上期末的的应付账款及应付票据，再除以二

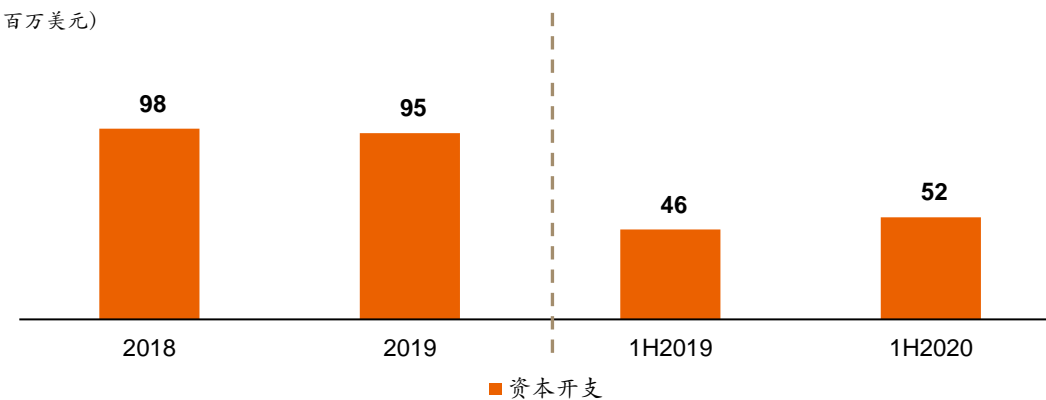
现金流

(百万美元)



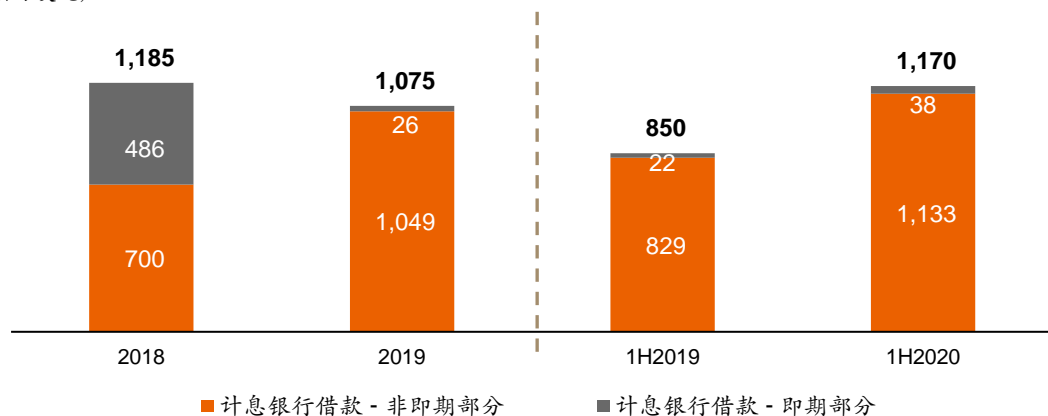
资本开支

(百万美元)

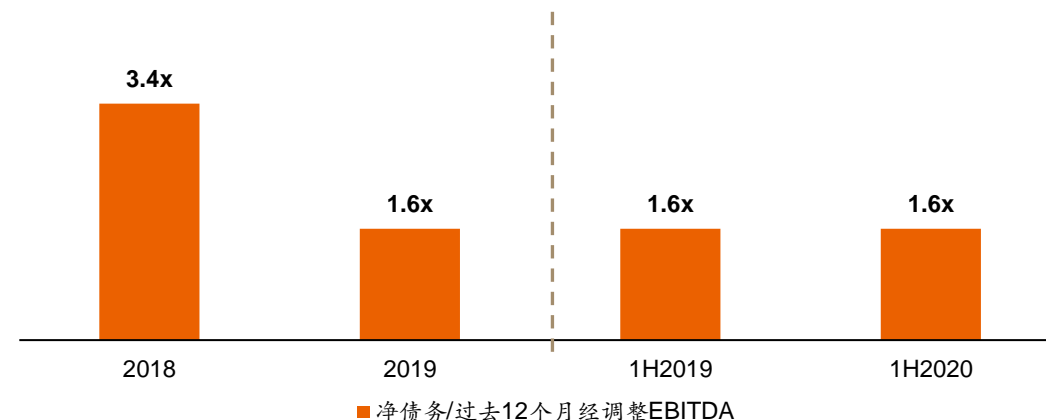


债务情况及到期情况

(百万美元)



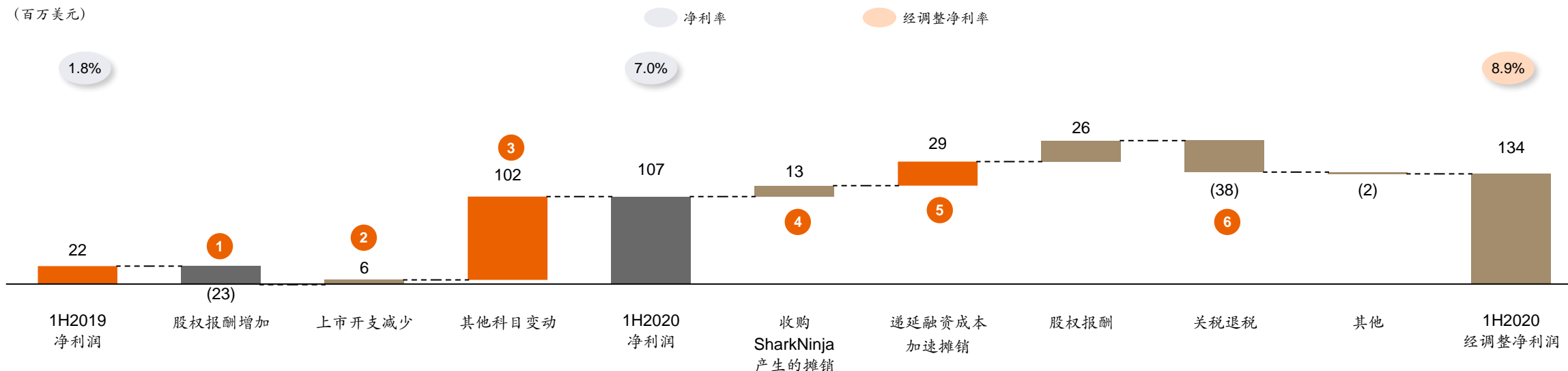
杠杆比例 (1)



公司于2020年3月完成对部分现有债务的低成本再融资置换工作，有效降低综合财务成本

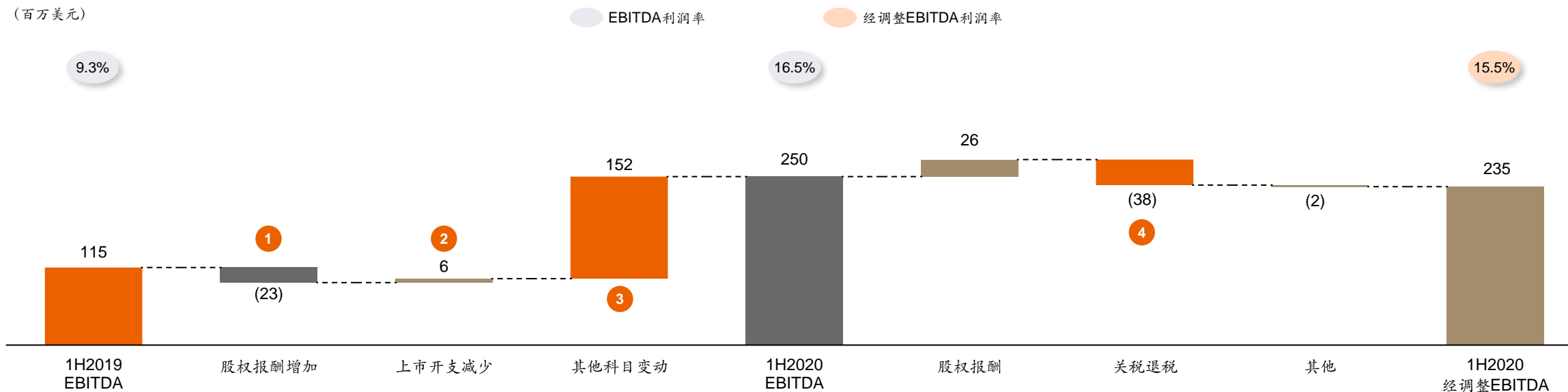
(1) 过去12个月调整EBITDA为未经审计数据；净债务计算方法为：计息银行借款总额 + 租赁负债总额 - 现金及现金等价物 - 用于担保银行借款及票据开具的已抵押存款

1H2019 - 1H2020 净利润调整情况



- 1 股权报酬由2019年上半年的2.9百万美元增加至2020年上半年的25.5百万美元，主要由于公司自2019年10月起采纳的受限制股份单位计划所致
- 2 2019年上半年公司录得5.8百万美元的上市开支，主要由于本公司的港交所上市项目所致。该项支出于2020年上半年为零
- 3 2019年上半年与2020年上半年相比，影响净利润的其他因素（除股权报酬及上市开支变动影响外）主要包括毛利增长199.6百万美元，并受销售及分销开支的增加（40.4百万美元）及行政开支的增加（41.2百万美元）部分抵消，以及其他科目变动
- 4 包括由于收购SharkNinja产生的无形资产（收购日根据公允价值确认的SharkNinja拥有的专利和零售商关系）和递延融资成本摊销
- 5 包括公司于2020年3月完成对部分现有债务的低成本再融资置换工作所产生的递延融资成本摊销
- 6 包括公司于2020年上半年就过去年度的关税费用确认38.1百万美元的关税退税

1H2019 – 1H2020 EBITDA调整情况



- 1 股权报酬由2019年上半年的2.9百万美元增加至2020年上半年的25.5百万美元，主要由于主要由于公司自2019年10月起采纳的受限制股份单位计划所致
- 2 2019年上半年公司录得5.8百万美元的上市开支，主要由于本公司的港交所上市项目所致。该项支出于2020年上半年为零
- 3 2019年上半年与2020年上半年相比，影响EBITDA的其他因素（除股权报酬及上市开支影响外）主要包括毛利增长199.6百万美元，并受销售及分销开支的增加及行政开支的增加部分抵消，以及其他科目变动
- 4 包括公司于2020上半年就过去年度的关税费用确认38.1百万美元的关税退税



2. 2020上半年业务更新



JS环球生活是专注于小家电市场的全球领先品牌



全球小家电市场排行榜

	1H2020零售额 (十亿美元)	1H2020 市场份额
公司A	6.3	13.3%
公司B	3.6	7.5%
公司C	3.4	7.2%
公司D	2.5	5.3%
公司E	2.5	5.3%
JS环球生活	2.4	5.1%
公司F	2.2	4.6%

专注小家电的企业（2020年上半年收入50%+来自于小家电）⁽¹⁾

JS环球生活建立的竞争地位将持续巩固并提升全球领导力



2020年上半年全球前十大品牌占有~56.2%的市场份额



2020年上半年JS环球生活位居全球小家电行业**第六**



专注于小家电品牌⁽¹⁾ 排行榜**第三**



创新能力

- 强大的全球研发平台
- 成功的开创了多个品类



供应链管理

- 具有高度灵活性的全球供应链体系
- 高效的产品品质和成本控制



销售渠道

- 在中美两个最大市场具有广泛覆盖的线下线上销售网络
- 全渠道战略更好整合资源、服务消费者



品牌影响力

- 在中美市场拥有深厚品牌积淀，具备全球品牌影响力
- 聚焦中高端市场，持续增强的品牌力使JS Global拥有强大的定价能力、驾驭高端化趋势

注：行业数据根据弗若斯特沙利文行业报告；市场规模、市场份额及排名数据以零售额计
(1) 2020年上半年超过50%的年营业收入来源于小家电板块

2020上半年业务重点回顾

强劲的美国市场销售业绩

- 美国市场销售保持强劲，主要由于2019年下半年及2020年上半年新品的强劲表现。同时，公司上半年把握“居家多”市场契机，通过现有产品及新品成功投放（包括Ninja Foodi系列新品、Advanced Navigation 扫地机器人、Shark VACMOP 吸拖一体机等），有效满足消费者对于清洁及烹饪电器的需求



强劲的中国市场销售业绩

- 九阳分部销售收入增长达9.1%，主要来源于线上渠道的增长、多项新品推出（如SKY系列、萌潮系列产品等）以及核心品类的价格带拓宽，有效对接消费者需求
- 强劲的618销售表现，其中包括Shark中国在618期间实现天猫、京东两大平台的拖把品类销售第一



国际市场强劲增长

- 欧洲市场销售以56.5%的年增率高速增长，主要源于英国市场的强劲增长。此外，公司于期内成功进驻德国市场
- 其他国际市场销售以14.1%的年增率增长，主要由日本市场的总体销售增长驱动



新品表现亮眼

- SharkNinja于2019年下半年及2020年上半年推出的新品（包括Ninja Foodi系列的进一步扩充、Advanced Navigation 扫地机器人、Shark VACMOP 吸拖一体机及其他产品）持续获得极佳的消费者反馈
- 九阳旗下成功推出SKY系列、萌潮系列新品，成功吸引年轻消费者和注重生活质量的消费者群体，并成功进入主销价位段



有效应对贸易战导致的关税费用增加，维持稳定毛利率

- 公司的部分吸尘器、扫地机器人及空气炸锅产品获关税豁免，并于2020上半年就过去年度的关税费用确认38.1百万美元的关税退税
- 因应关税环境的不确定性，公司持续开发东南亚产能，并继续优化跨地区协同效应，进一步提升JS全球的供应链及产能的灵活度



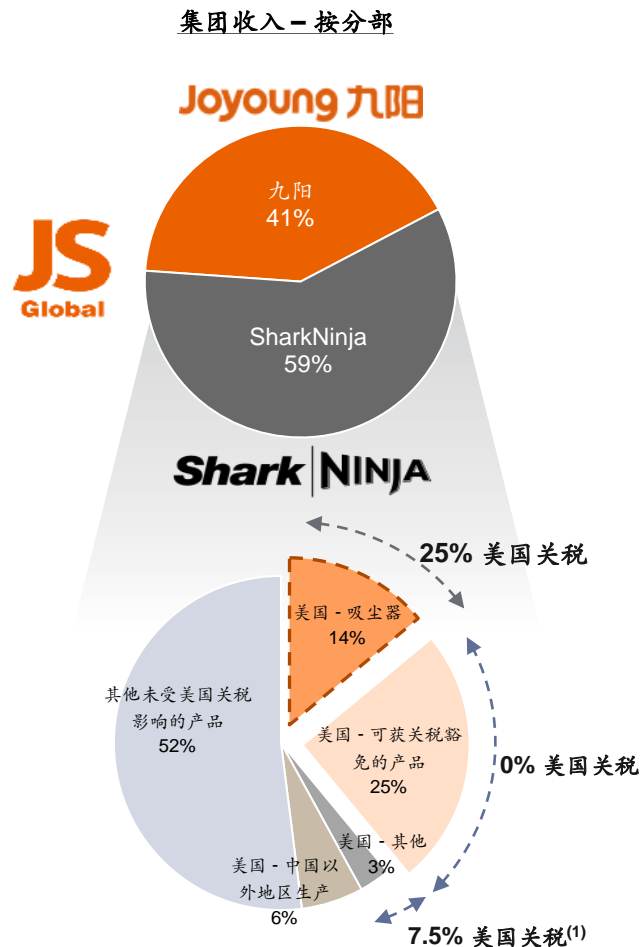
业务协同

- 基于Foodi协同开发的成功经验，SharkNinja和九阳持续在加热电器领域深化合作，推出包括Grill系列、DZ系列双栏空气炸锅、SF系列蒸汽空气炸锅、电动拖把系列等新品
- 庞大的全球采购网络扩大JS环球生活的供应商基础
- 通过SharkNinja和九阳的合并采购形成规模经济，强化与供应商的议价能力，有效降低期内生产成本
- 成功的业务协同策略，实现Shark中国和Ninja Foodi系列的强劲业绩增长



美国关税对业务的影响

- 2020年上半年受25%美国关税影响的产品占比JS环球生活收入约8%（占比SharkNinja同期收入约14%）
- 2020年上半年合资格而豁免25%美国关税的产品占比JS环球生活收入约15%（占比SharkNinja同期收入约25%）



2020年关税应对策略



公司于2020年上半年持续扩展越南生产规模，并于泰国开始投入生产

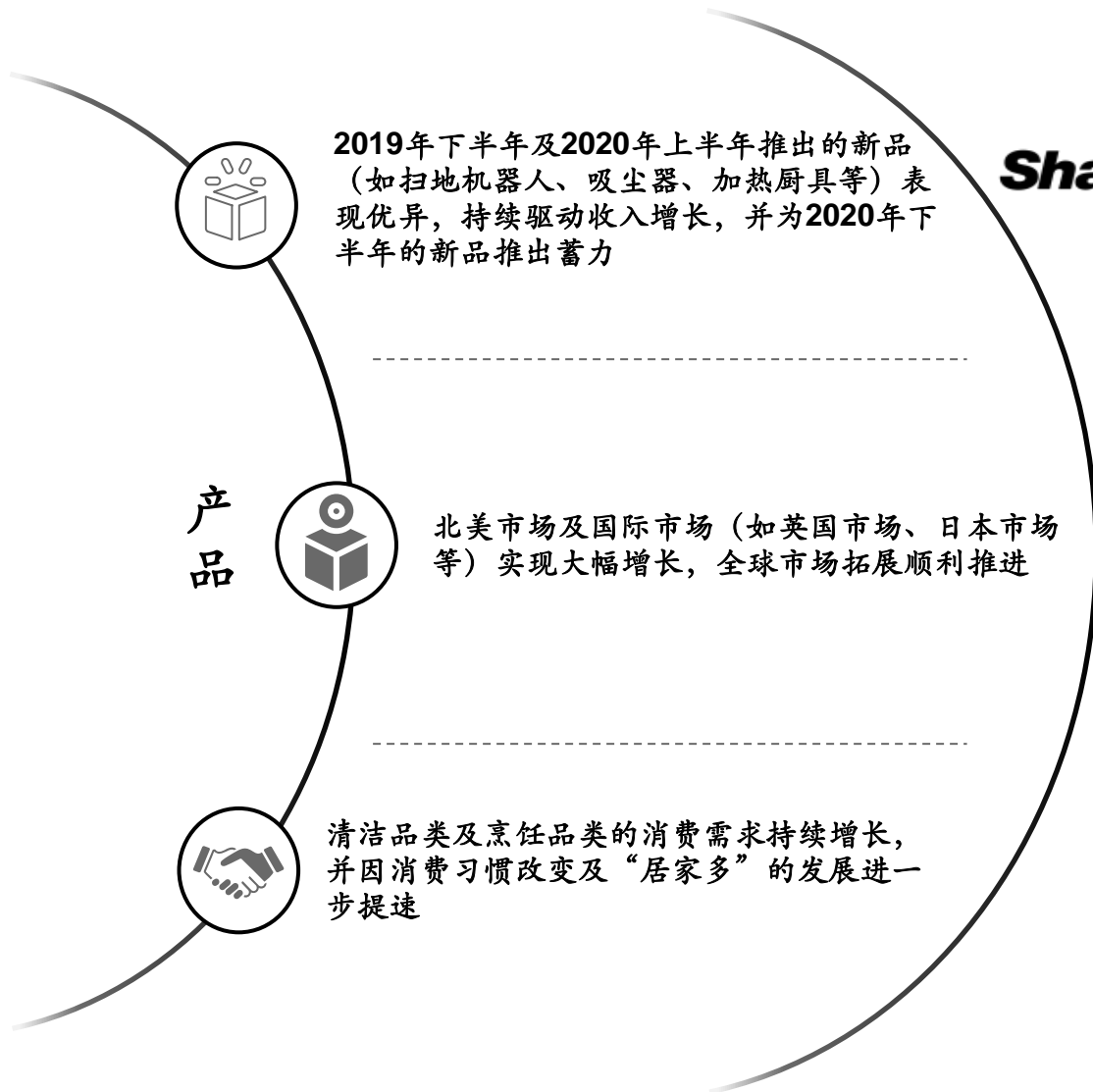


就公司认为符合301条款豁免标准的产品争取关税返还

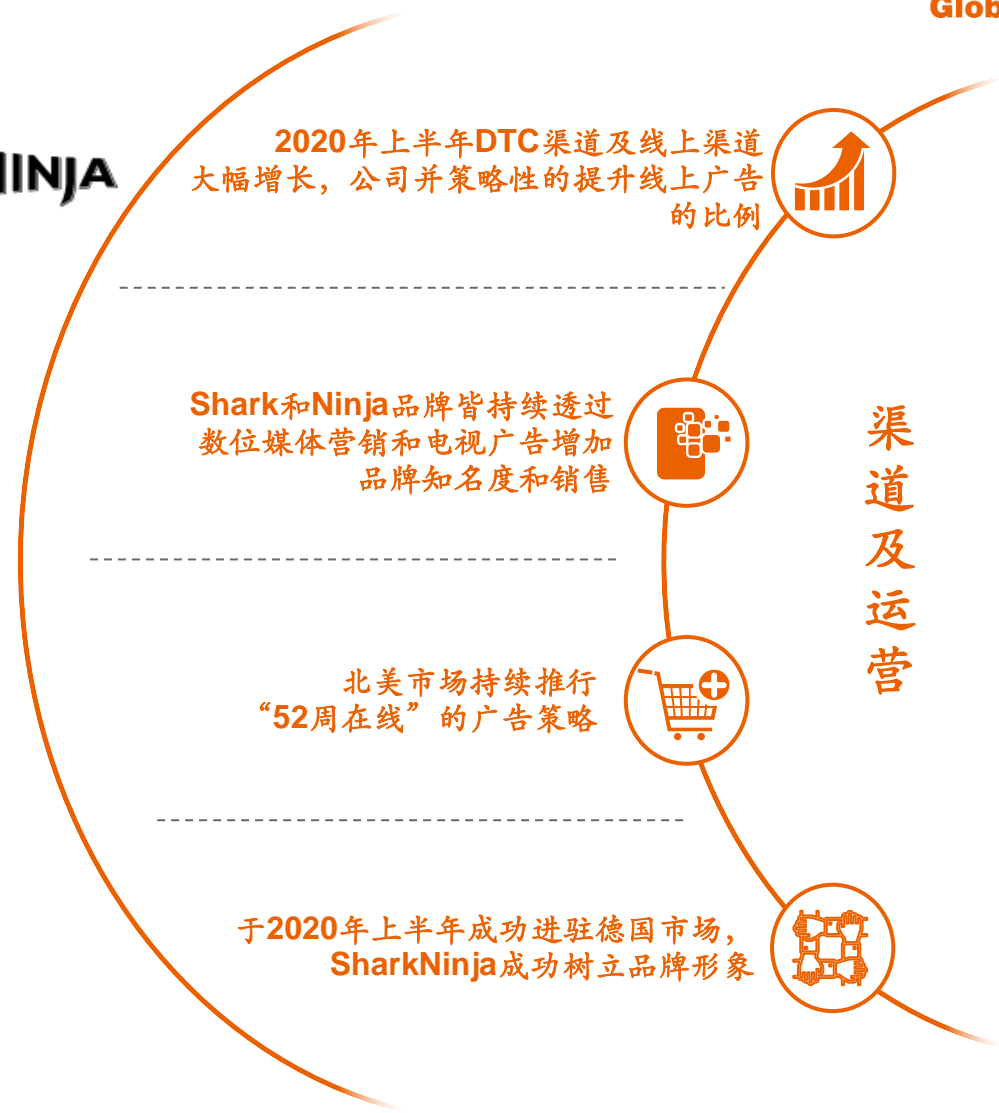


优化零售商的分配以增加受豁免关税产品的占比

(1) 根据美国贸易代表办公室，该4a清单的额外关税自2020年2月14日起由15%降为7.5%



Shark | NINJA



SharkNinja分部 – 2019及2020上半年新品概览

2020上半年热销产品概览

NINJA Foodi系列				Shark 扫地机器人		Shark 有绳及无绳吸尘器		
								
Foodi 数位空气烤箱	Foodi 室内烧烤炉	Foodi 加热调理机	Foodi Deluxe (8夸脱)	Advanced Navigation 扫地机器人 (附带自动清空功能)	Advanced Navigation 扫地机器人	无绳吸尘器	有绳吸尘器 附带自动刷头 清理科技	VACMOP 吸拖一体机

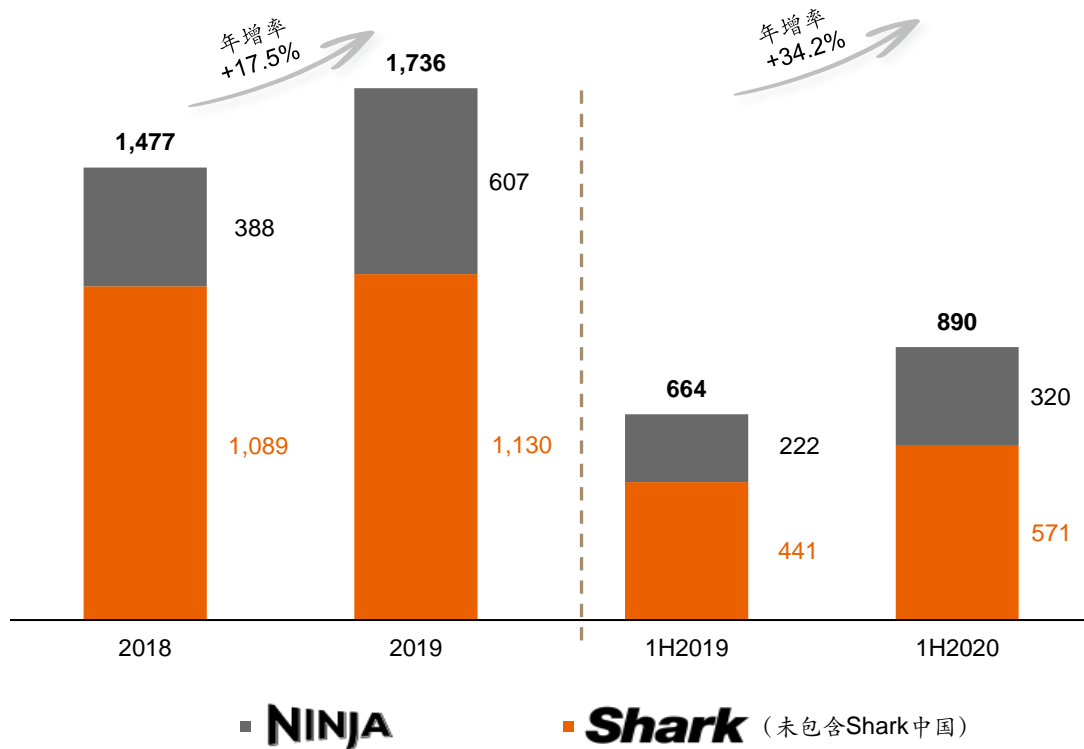
2020下半年新品概览

Shark					
	WandVac System 吸尘器	配备Vertex科技的无绳吸尘器	配备Vertex科技的有绳吸尘器	AI Robot 人工智能扫地机器人系列	
NINJA					
	Foodi Smart XL Grill 智能大型烤箱	Foodi XL Pro Air Oven 大型空气烤箱	Foodi 2-Basket Air Fryer 双栏空气炸锅	Foodi NeverStick Premium 永不粘 锅具系列	Foodi Power Pitcher System 搅拌机

SharkNinja分部 - 收入及毛利

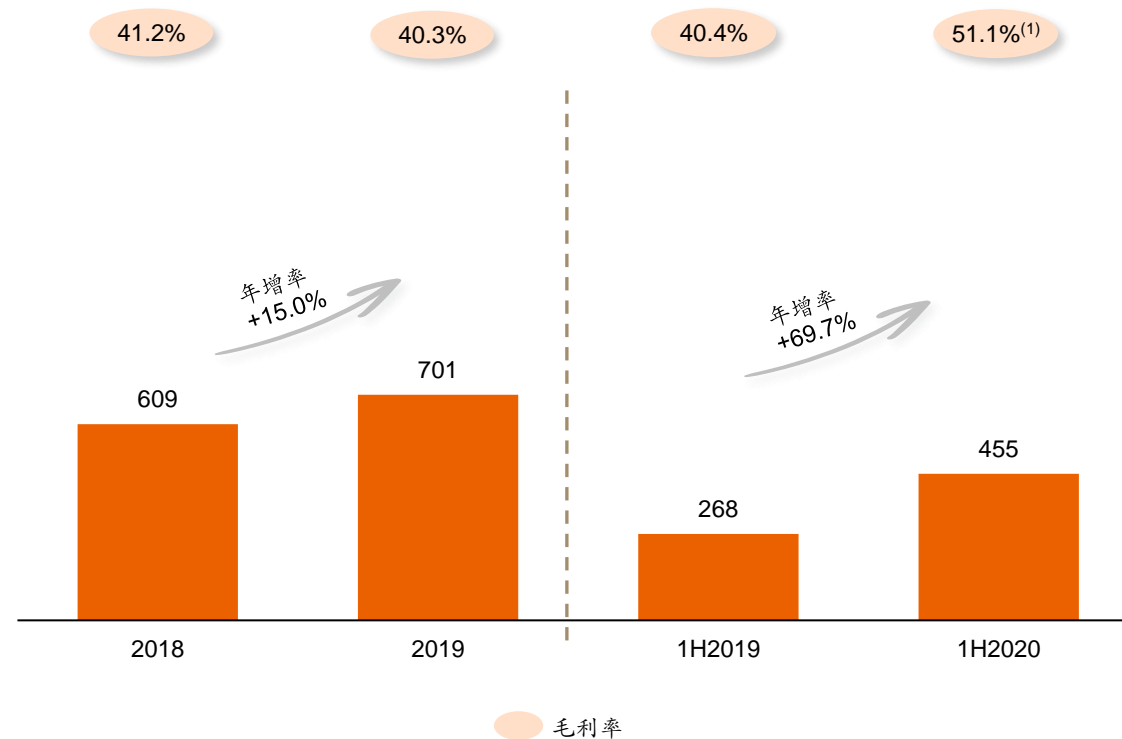
收入 - 按品牌

(百万美元)



毛利

(百万美元)



(1) 若剔除于2020年上半年就过往年度的关税费用确认38.1百万美元的关税退税影响，毛利率将为46.9%

Joyoung 九阳

产品



SKY系列持续推出创新产品，获得良好的市场反馈，并已成功进入主销价位段



跨界IP合作更加多样化，产品更加系列化，增加新时代消费者对国民品牌的关注度



把握“居家多”契机，九阳烘培类产品、早餐机等受到广大消费者青睐

发挥电商渠道优势，把握增长契机



线上、线下建立全面的直播体系，包括明星直播、KOL直播、Boss直播、店铺自播、员工/导购员自播等多种模式融合，提高品牌曝光频次



渠道及运营

积极开拓新兴市场渠道，包括线下高端品牌店及线上新品类旗舰店，并通过数据化运营实现O2O融合发展



持续推进数字化和新零售运营，全力建立新渠道、培养新用户及吸引新粉丝，实现全面数字化转型



2020年上半年新品聚焦及渠道创新

萌潮系列 - 跨界IP合作更加多样化, 产品更加系列化



明星及KOL代言



线上线下建立全面直播体系, 包括明星直播、KOL直播、Boss直播等

SKY系列 - 持续创新, 成功进入主销价位段

S - 多功能蒸气饭煲



S160



S1

K - 豆浆机



K150



K2S



K350

Y - 破壁机



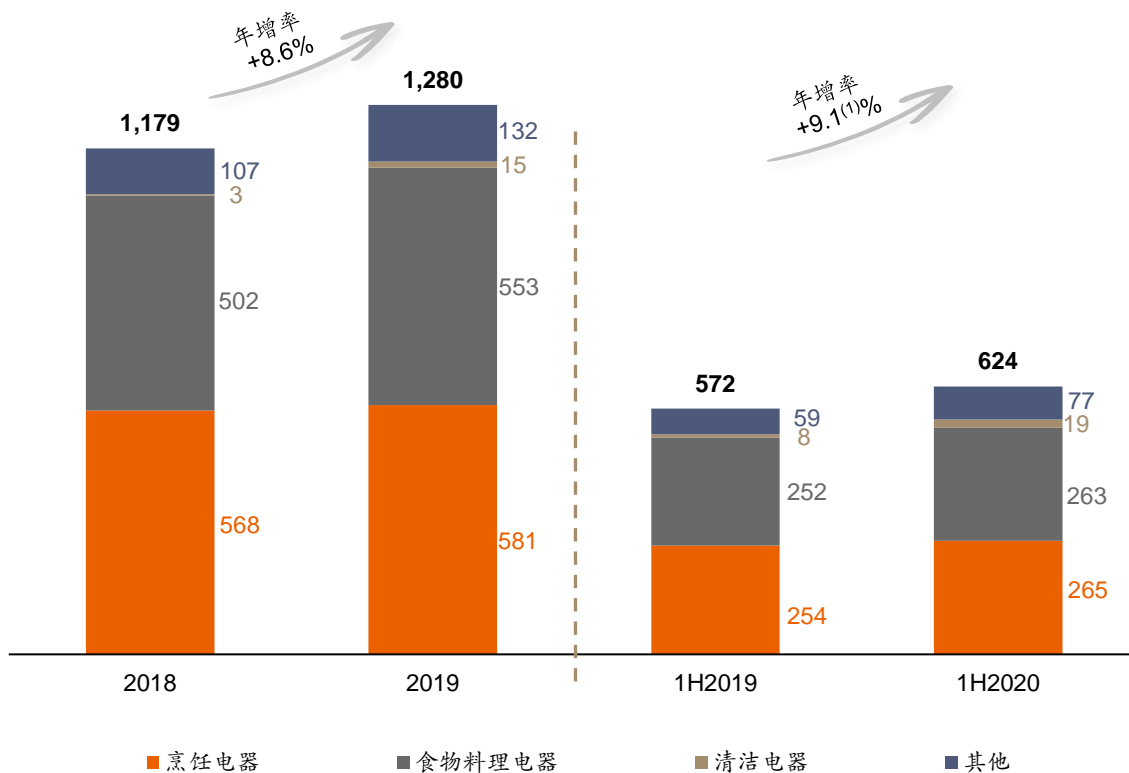
Y1



Y3

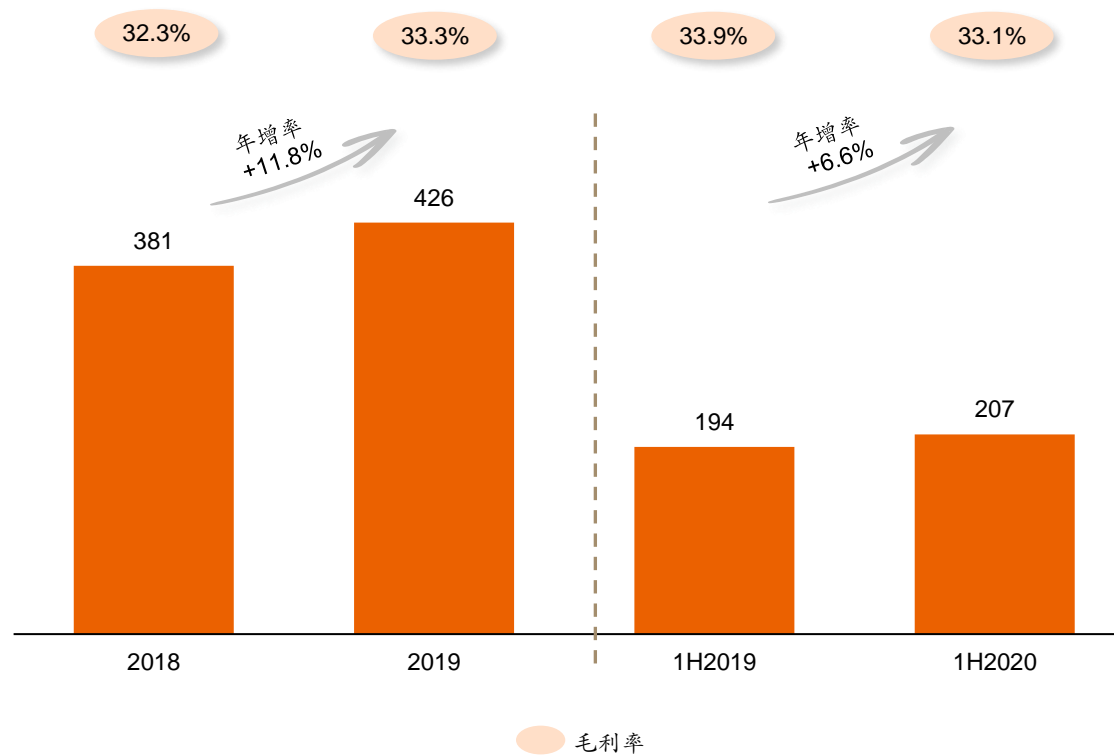
收入 - 按产品类别划分

(百万美元)



毛利

(百万美元)



(1) 九阳分部按人民币口径收入增长将高于现有水平，主要由于期内使用的人民币兑换美元平均汇率相比去年同期贬值所致

业务协同



产品品类逐渐丰富

■ 基于Foodi协同开发的成功经验，SharkNinja和九阳持续在加热电器领域深化合作，推出包括Grill系列、DZ系列双栏空气炸锅、SF系列蒸汽空气炸锅、电动拖把系列等新品，持续丰富品类，有效触达更广泛的市场



SharkNinja和九阳工程管理团队推动双方进一步合作的计划，包括设计评估、资源共享及新项目的快速开发

■ 全球研发中心覆盖中国、美国和英国



借助与中国现有、新建立及拓展中的采购关系网络，扩大供应商基础



通过SharkNinja和九阳的合并采购形成规模经济，强化与供应商的议价能力，有效降低生产成本

中国合资企业更新



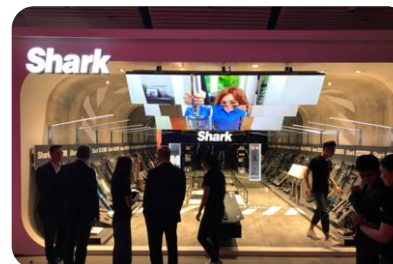
持续巩固蒸汽拖把**冠军**地位，2020年618期间实现**天猫、京东**两大平台的**拖把品类第一**



618两大平台销售冠军，获媒体广泛关注



建立首个行业折叠吸尘器技术规范



品牌传播聚焦核心城市及渠道



导购演示，增强购物体验

3. 策略及展望





Joyoung 九阳

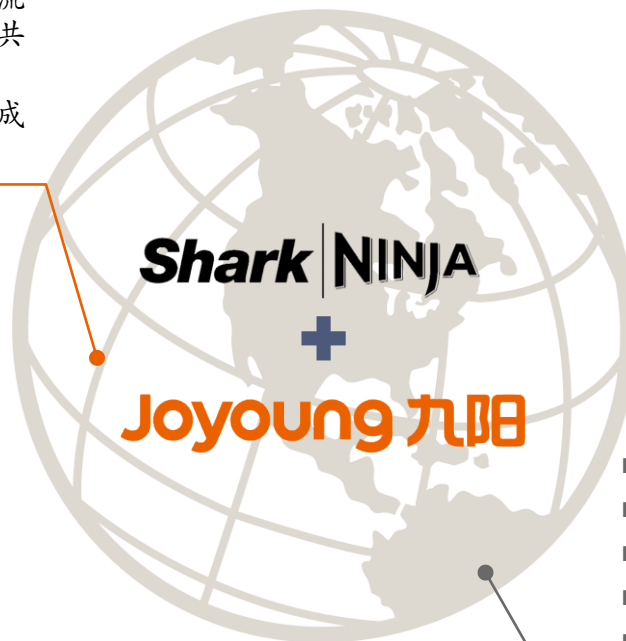
- 产能方面，公司及上下游供应商的产能均已于第二季度完全恢复
- 销售方面，九阳线下门店已恢复营业，然而消费习惯的改变因疫情有所提速，目前线下客流主要聚集于Shopping Mall “九阳之家”类的新零售门店业态；此外，公司通过全民直播（KOC）举办“宅居免疫大挑战”获得亿级传播量，深挖消费者喜好，应对线下业务所受之不利影响
- 需求方面，在“后疫情时代”的背景下，消费者对于厨房电器的需求及兴趣有所提升。此外，强化的卫生意识使消费者对深度清洁产品的需求增加

Shark NINJA

- 我们的供应链因疫情影响而平均有4-6周的中断，然而由于公司普遍备有约2个月的存货，有效降低大部分产品在供应链端所受的影响
- 我们有效发挥全渠道的分销能力，在部分销售由线下转移到线上渠道的背景下，借助我们与北美各大零售商（如沃尔玛、亚马逊和塔吉特）的良好关系针对此消费行为变化快速做出零售策略的调整
- 随着疫情在欧美地区的扩散，相较于外出用餐，消费者更加倾向于在家用餐，且对卫生条件的要求提升，而公司许多的产品线（如烹饪电器、清洁电器等）皆能精准对接消费者需求，深挖“宅经济”的增长契机

业务协同

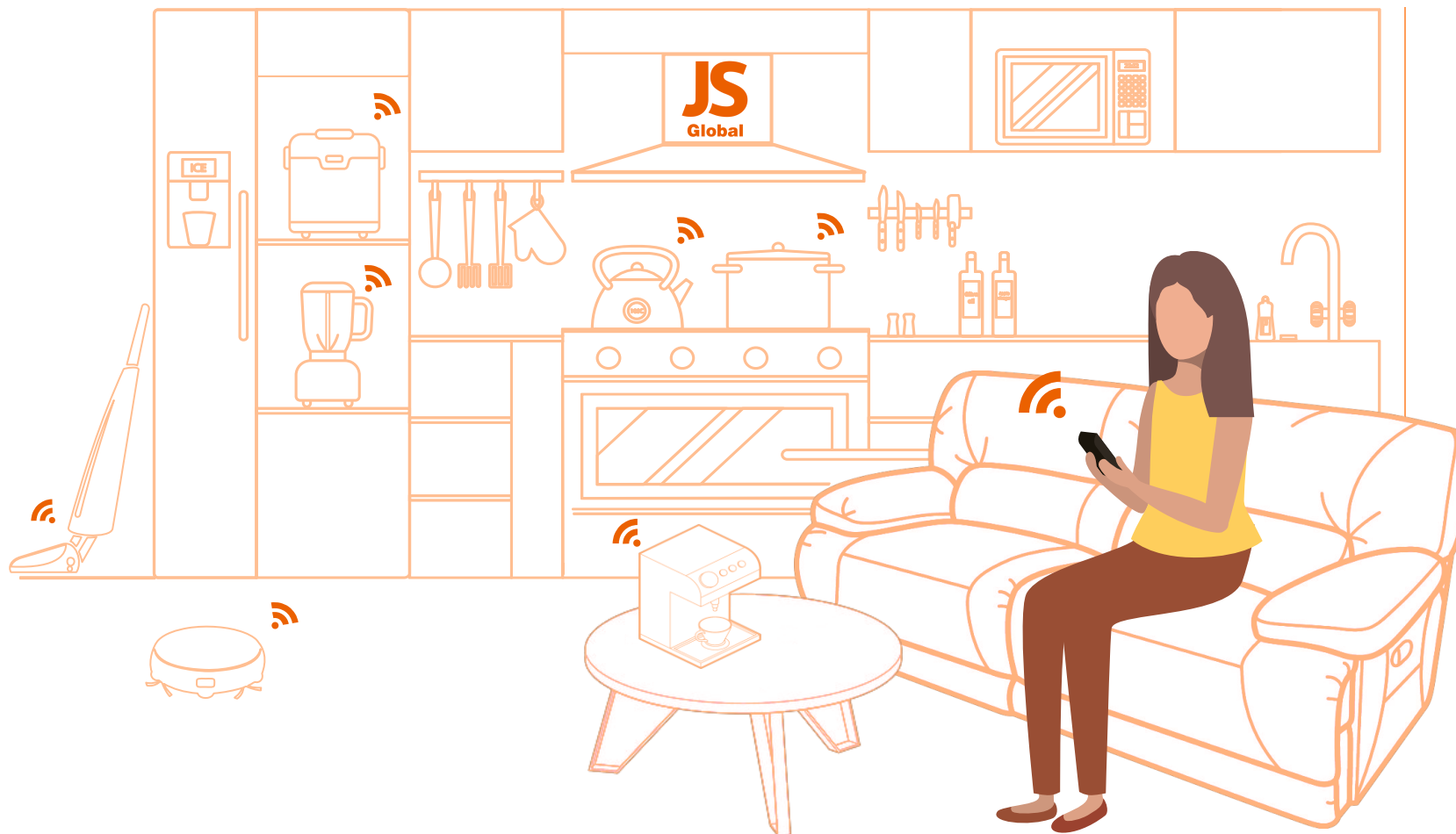
- 有效利用跨部门团队发掘的节流契机，利用合并采购和供应商共享增加议价能力
- 强化工程团队协同，以有效达成设计标准化及额外的规模效应



中国合资企业

- 产品更加本土化、系列化和轻量化
- 巩固蒸汽拖把行业的冠军地位
- 品牌渠道双驱动，线上线下融合发展
- 打造数字化全域营销，把握直播风口
- 线下以终端为核心，导购为第一生产力，整合商圈实现样板突破

“通过革命性创新及设计驱动型智能家居产品提高全球家庭每日生活品质”



JS
Global