



## 維珍妮公佈 2019 財年業績 收入上升 6.7%至 62.6 億港元 純利增加 17.6%至 2.8 億港元

\* \* \* \* \*

越南產能佈局日臻完善 優化品牌及產品組合大致完成  
為長遠業務發展打穩根基

(2019年6月25日，香港訊) — 全球領先的貼身內衣創新設計製造商(「IDM」)維珍妮國際(控股)有限公司(「維珍妮」或「公司」，連同附屬公司，統稱「集團」)(股份代號：2199)公佈截至2019年3月31日止年度(「2019財年」或「年內」)的全年業績。

憑藉獨特的創新技術，集團於年內成功為不同品牌夥伴開發出多款深受市場歡迎的舒適產品，帶動銷售穩步上揚。於2019財年，集團錄得收入總額港幣6,263.3百萬元(2018財年：港幣5,868.0百萬元)，按年上升6.7%。受惠於越南廠房效率持續改善，毛利增長8.8%至港幣1,314.9百萬元(2018財年：港幣1,233.9百萬元)，毛利率溫和提升至21.4%(2018財年：21.0%)。稅息折舊及攤銷前利潤(「EBITDA」)為745.9百萬元(2018財年：港幣609.8百萬元)，按年增長22.3%，EBITDA率提升至11.9%(2018財年：10.4%)。純利亦增長17.6%至港幣282.4百萬元(2018財年：港幣240.2百萬元)，純利率為4.5%(2018財年：4.1%)。

為與股東分享成果，董事會決議宣派末期股息每股4.0港仙。連同已派付的中期股息每股3.6港仙，全年股息總額為7.6港仙(2018財年：6.3港仙)，貫徹分派財政年度純利不少於30%的股息政策。

維珍妮主席、首席執行官兼執行董事洪游奕先生表示：「過去一年，中美貿易談判為環球經濟及貿易局勢帶來不少挑戰。然而，我們早於數年前已籌劃在越南策略性地擴產，自2016年首間越南廠房開始營運，經過三年多的耕耘，維珍妮於越南的佈局逐漸完善，有助我們於環球貿易局勢不穩下，仍然推動業務穩健發展，並滿足品牌夥伴對中國以外生產基地的殷切訂單需求。越南的第三間廠房於年內正式投入營運，亦開始為集團的業務增長帶來貢獻。」

### 業務回顧

#### 創新產品獲好評，加強與品牌夥伴的關係，使訂單穩健增長

胸圍及貼身內衣繼續構成維珍妮的主要收入來源，貢獻港幣4,874.6百萬元(2018財年：港幣4,728.6百萬元)，按年增長3.1%，佔整體收入77.8%。分部毛利為港幣1,070.3百萬元，而毛利率為22.0%(2018財年：分別為港幣1,008.9百萬元及21.3%)。

年內,胸圍及貼身內衣分部得以維持穩定增長,部分貢獻來自一名主要品牌夥伴與集團合作引進的新產品系列獲得消費者好評。同時,集團持續加強與數名主要國際品牌夥伴的合作關係,雙方關係日益牢固,反映在穩健增長的訂單上。

由於集團維持保留大部分胸杯供越南廠房內部生產胸圍成品的策略,因此銷售胸杯及其他模壓產品予品牌夥伴所獲得的收入維持穩定,年內該分部產生收入港幣 530.9 百萬元(2018 財年:港幣 524.7 百萬元),按年增加 1.2%。分部毛利為港幣 111.6 百萬元,毛利率為 21.0%(2018 財年:分別為港幣 110.3 百萬元及 21.0%)。

### **運動服裝產品銷售錄得強勁的雙位數增長**

功能運動產品業務貢獻收入港幣 857.8 百萬元(2018 財年:港幣 614.8 百萬元),按年增加 39.5%,佔集團總收入 13.7%。毛利為港幣 160.1 百萬元,而毛利率為 18.7%(2018 財年:分別為港幣 114.7 百萬元及 18.7%)。其中在鞋履產品方面,維珍妮去年獲得一名美國年輕休閒鞋履品牌夥伴,帶動銷售額增長,有助部分抵銷於年內策略性終止與一名客戶合作導致的訂單減少。另一方面,運動服裝產品的銷售則錄得強勁的雙位數增長。

### **越南廠房生產效益逐漸顯現**

年內,集團於越南海防市越南新加坡工業園(「VSIP」)內的 A、B、C 廠同時營運。於財年末,集團於越南合共擁有約 30,000 名員工。當中 A、B 兩廠經過兩、三年運作已趨成熟,熟練員工比例不斷擴大,生產效益逐漸顯現。於回顧財年初開始營運的 C 廠產能亦正逐漸提升,帶動生產規模增長。

年內,越南廠房的產量已佔集團總收入約 60%,較上一個財年約 40%顯著提升,並預計於接下來的財年進一步擴大。除了正在營運的三間廠房的效率提升之外,擁有更多自動化設施的 D 廠及 E 廠(分別於 2019 年 6 月及 9 月投產),以及將於 2020 年下半年投產、應用無縫針織機技術的越南興安省廠房,均有助集團進一步擴充越南的產能。

至於深圳廠房作為集團的研發中心及生產基地,將繼續開發及生產高技術含量的產品,以及跨行業產品。為配合品牌夥伴致力開拓中國市場的發展策略,深圳廠房亦專注為該等品牌生產內銷予中國本地市場的產品。於 2019 年 3 月 31 日,該廠約有 10,000 名員工。

### **越南六廠將於 2020 年全部落成,足以帶動產能於未來兩三年穩健提升**

於產能規劃方面,集團於未來三年的主要目標為深度優化管理,適當調整深圳越南兩地資源分配,以集中提升生產及營運效率,最終提升盈利能力。集團於過去幾年在越南佈局所建立的五間海防廠房及興安廠房將於 2020 年全部落成,管理層預計現已營運及即將投產的生產設施將足以帶動產能未來兩、三年的穩健提升。在此大前提下,集團暫無計劃於 2019 及 2020 年投資額外生產設施,但集團於海防市 VSIP 內擁有土地儲備,可應付長遠發展。集團將繼續留意市場發展,在優化越南及深圳廠房的產能時考慮各種因素,包括成本競爭力、政策、技術要求及品牌夥伴的要求,亦會適當調節後者的生產規模。

來年，維珍妮的另一主要目標是在達致收益穩步增長之餘加強盈利能力，同時提升效益。為配合此目標，集團將延續慎選品牌夥伴及產品組合的策略，專注於現有組合，以維持健康的訂單。

為此，除了持續在產品創新上努力之外，集團於過去兩年亦投放更多精力於工藝標準化以及生產流程自動化。未來的生產設備及技術開發將更著重以自動化概念為主導，為提升生產效率及靈活性鋪路。對外，集團將加強供應鏈管理，以締造健康具競爭力的合作模式，藉此從中受惠。

洪先生總結：「憑藉深圳及越南兩大策略生產據點，以及備受國際知名品牌夥伴青睞的創新技術，我們將與品牌夥伴攜手開創行業領先的嶄新產品，藉此鞏固維珍妮在貼身內衣行業的領先地位，同時在功能運動產品上拓展新機遇。我們將致力執行以上策略，以穩健、審慎的發展方針，帶領維珍妮邁向業務發展的新里程碑，最終為品牌夥伴及股東創造價值。」

- 完 -

#### **有關維珍妮國際（控股）有限公司**

維珍妮國際（控股）有限公司於 1998 年在香港創立，是全球領先的貼身內衣製造商。透過採用創新設計製造（IDM）業務模式，維珍妮為國際知名品牌夥伴提供多種貼身內衣及功能運動類產品，包括胸圍、運動胸圍、內褲、塑身內衣、胸杯、功能運動服裝及鞋履產品等。集團擁有兩大策略據點——中國深圳的研發及生產基地，以及越南自集團於 2016 年擴產後成為重要的生產基地。

#### **傳媒垂詢：**

##### 縱橫財經公關顧問有限公司

區美馨	電話：(852) 2864 4815	電郵： <a href="mailto:maggie.au@sprg.com.hk">maggie.au@sprg.com.hk</a>
袁純藝	電話：(852) 2864 4853	電郵： <a href="mailto:fanny.yuen@sprg.com.hk">fanny.yuen@sprg.com.hk</a>
劉煒情	電話：(852) 2114 4987	電郵： <a href="mailto:adrianna.lau@sprg.com.hk">adrianna.lau@sprg.com.hk</a>