



維珍妮公佈 19/20 財年中期業績  
收益升 2.1%至港幣 31.3 億元 純利增長 5.8%至港幣 1.4 億元

\* \* \* \* \*

越南五廠房全面投入營運 產能佈局更臻完善  
專注提升現有及即將落成廠房效率 以推動利潤增長

財務摘要

截至 9 月 30 日止六個月

	2019 (港幣千元)	2018 (港幣千元)	變動
收入	3,128,701	3,062,917	+2.1%
毛利	703,700	658,084	+6.9%
息稅折舊及攤銷前利潤 (EBITDA)	441,793	361,055	+22.4%
公司擁有人應佔溢利	141,423	133,722	+5.8%
毛利率 (%)	22.5%	21.5%	+1.0 百分點
息稅折舊及攤銷前利潤率	14.1%	11.8%	+2.3 百分點
純利率 (%)	4.5%	4.4%	+0.1 百分點
每股基本盈利 (港仙)	11.6	10.9	+6.4%
每股股息 (港仙)	3.8	3.6	+5.6%

(2019 年 11 月 26 日，香港訊) — 全球領先的貼身內衣創新設計製造商 (Innovative Design Manufacturer, 「IDM」) 維珍妮國際 (控股) 有限公司 (「維珍妮」或「公司」，連同其附屬公司，統稱「集團」) (股份代號：2199) 公布截至 2019 年 9 月 30 日止 6 個月 (「2020 財年上半年」或「期內」) 的未經審核中期業績。

於 2020 財年上半年，集團錄得收入總額港幣 3,128.7 百萬元 (2019 財年上半年：港幣 3,062.9 百萬元)，按年上升 2.1%。受惠於越南廠房產能及效率的持續提升，毛利增長 6.9%至港幣 703.7 百萬元 (2019 財年上半年：港幣 658.1 百萬元)，毛利率溫和提升至 22.5% (2019 財年上半年：21.5%)。EBITDA 增長 22.4%至港幣 441.8 百萬元 (2019 財年上半年：港幣 361.1 百萬元)，EBITDA 率提升至 14.1% (2019 財年上半年：11.8%)。純利增長 5.8%至港幣 141.4 百萬元 (2019 財年上半年：港幣 133.7 百萬元)，而純利率為 4.5% (2019 財年上半年：4.4%)。公司擁有人應佔每股基本盈利為 11.6 港仙 (2019 財年上半年：10.9 港仙)。

為與股東分享成果，董事會決議宣派截至 2019 年 9 月 30 日止 6 個月的中期股息每股普通股 3.8 港仙 (2019 財年上半年：3.6 港仙)，並繼續維持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：「縱然面對複雜多變的營商環境，維珍妮仍然堅持優化越南產能佈局。建基於在越南逾三年的廠房營運經驗，加上越南 D 及 E 廠於今年上半財年正式投運，我們於越南的產能佈局更臻完善，有助把握不同地域品牌夥伴對越南及中國生產線的需求。此外，我們於期內開拓多個引領潮流並深受消費者歡迎的產品系列，成功鞏固與全球知名品牌夥伴的合作關係。同時集團於 19 財年下半年採取優化品牌及產品組合的策略，以求在推動業務發展及優化利潤之間取得合理平衡，此等舉措均有助令客戶組合更均衡。我們樂見多個品牌夥伴對來年訂單需求仍然殷切，因此於本財年下半年將致力提升越南廠房的生產規模及效率。」

## 業務回顧

### 創新產品廣受好評，與品牌夥伴建立更緊密關係，客戶組合更趨均衡

胸圍及貼身內衣產品仍為集團的主要收益來源，期內收益按年上升 8.7%至港幣 2,580.3 百萬元（2019 財年上半年：港幣 2,372.9 百萬元），佔集團總收益約 82.5%（2019 財年上半年：77.5%）。分部毛利為港幣 590.3 百萬元，而毛利率改善至 22.9%（2019 財年上半年：分別為港幣 521.2 百萬元及 22.0%）。

期內，維珍妮為長期品牌合作夥伴的經典內衣系列重新升級上市，市場反應熱烈，進一步鞏固雙方合作關係。同時，集團憑藉領導潮流的工藝技術，成功為一個主要品牌夥伴開發一系列廣受好評的貼身內衣產品，令訂單倍增，並與此品牌夥伴建立更緊密的合作關係，為達致更均衡的客戶組合邁進一大步。此外，無鋼圈內衣產品及時尚外穿內衣 (Bra Top)市場需求尤其強勁，使有關訂單錄得顯著升幅。

至於胸杯及其他模壓產品方面，集團近年一直策略性地保留大部份胸杯產能以供應予自家生產胸圍成品之用，隨著集團已於越南建立了胸杯的生產能力及產能，當地胸杯可自給自足，因此更有效控制原材料成本。然而，集團最大的品牌夥伴對胸杯訂單上升，加上集團成功開拓用於高科技電子產品的布料加工及其他配件業務，亦錄得不俗收益，令胸杯及其他模壓產品分部的收入增長 34.0%至港幣 345.6 百萬元（2019 財年上半年：港幣 258.0 百萬元），佔總收益 11.0%（2019 財年上半年：8.4%）。分部毛利及毛利率分別為港幣 74.7 百萬元及 21.6%（2019 財年上半年：分別為港幣 55.2 百萬元及 21.4%）。

### 創新開發技術獲認可 推動功能運動產品長遠發展

功能性運動類產品業務於期內貢獻收入港幣 202.8 百萬元（2019 財年上半年：港幣 432.0 百萬元），佔總收入 6.5%（2019 財年上半年：14.1%）。分部毛利為港幣 38.7 百萬元，而毛利率為 19.1%（2019 財年上半年：分別為港幣 81.7 百萬元及 18.9%）。

自 19 財年下半年起，集團實施優化品牌客戶及產品組合策略，以更有效分配研發及生產資源為目標，在兩名鞋履品牌夥伴中，終止與其中一名在運動鞋業務的合作，以及退出與部分訂單較小及效益較低的運動服裝客戶合作，令此分部收入於本財年上半年減少。然而，隨著集團專注與美國休閒鞋履品牌夥伴的合作，令相關業務穩步壯大，有助抵銷終止該運動鞋業務所導致的部分收益損失。

此外，集團策略性地專注於國際運動及休閒品牌夥伴，旨在培養該等關係，從而促進運動服裝業務。憑藉強勁及創新的開發能力，集團把革新的無縫拼接工藝技術應用至運動服裝產品上，引領潮流的產品獲得該等品牌夥伴認同。因此，縱使退出與其他運動服裝客戶合作，集團的運動服裝訂單數量仍錄得顯著增長。功能運動服裝產品仍然是集團未來業務增長的重點之一，維珍妮擁有強大、優秀且集中的客戶基礎，未來將繼續推動此分部業務的增長。

### 越南廠房佈局大致完成 生產效益日益彰顯

期內，越南及深圳廠房的生產分別佔集團總收入約 65%及 35%，來自越南廠房的貢獻較去年同期佔 53%顯著提升，而且預計會進一步擴大。

集團在越南已累積了三年的廠房營運經驗，當中歷史最長的 A 及 B 廠運作日趨成熟，推動生產效益逐步提高，帶動越南廠房生產線的利潤水平穩步提升。繼 C 廠於去年開始營運，配備更多自動化生產設施的 D 及 E 廠亦於期內正式投入營運，集團於越南海防市越南新加坡工業園（「VSIP」）內的廠房佈局已大致完成。集團正逐步調整 C、D 及 E 三廠的生產線配置，使其更趨完善。

於 2019 年 9 月 30 日，集團於越南共有約 34,000 名員工，當中 A、B 兩廠逾一年經驗的熟練員工比例達 68%，至於擔當研發中心及生產基地的深圳廠房約有 9,500 名員工。

### **適當調整越南及深圳兩地產能分配，專注加強現有廠房的整體管理以提升效率及效益**

雖然環球經濟仍存隱憂，但縱觀上半財年的業務發展及品牌夥伴中短期的業務拓展計劃，管理層對未來業務增長及擴展計劃仍然樂觀。

在產能規劃方面，越南海防 VSIP 內的廠房已全部投入營運，至於主要應用無縫針織機技術的越南興安省廠房定於 2020 年下半年投產。因此，維珍妮於越南擴產的第一期投資已基本落成。鑑於繼續在現有廠房擴大生產線及改善生產效率將足以推動中短期內顯著增長，集團未來兩年無打算再投資新的生產設施，而是專注提升現有及即將落成的設施的效率及效益。觀乎越南 A 廠的效率已顯著提升並達到預期水平，集團會將 A 廠的成功運營經驗套用至新廠房。至 2020 年 4 月前，集團計劃在海防 VSIP 增聘約 4,000 名員工以達致滿產，隨著新廠房的發展及招聘逐漸穩定，整體效益將能顯著提升，有助提升集團的盈利能力至最佳水平。

於產能配置方面，集團將配合品牌夥伴在不同地域的業務拓展，適當調整越南及深圳兩地的產能分配。現時，品牌夥伴出口至美國的訂單大致已轉移至越南生產，而目前尚在深圳生產的鞋類產品，亦已落實於 2020 年 3 月遷往越南 E 廠。憑藉獨特技術及創新工藝，管理層有信心繼續穩步壯大鞋類業務。

在目前中美貿易戰的局勢下，管理層相應調整深圳廠房的定位，將專注於配合品牌夥伴開拓中國市場的發展策略，為該等品牌於中國生產售予當地市場的產品。同時，由於集團已開始製造跨行業及跨產品線開拓、用於高科技電子產品的布料加工及其他配件，因此深圳廠房亦將升級轉型。

在品牌及產品組合上，集團在鞏固與現有優質品牌夥伴的關係之餘，亦會推動客戶比例更加平衡。貼身內衣業務仍是集團發展的核心，但同時集團亦將繼續開拓功能性運動產品。除了產品創新，集團近年亦投放更多資源於工藝標準化及生產流程自動化。未來，集團的生產設備及技術開發將以自動化為主導，為提升生產效率及靈活性鋪路。同時，集團將繼續加強上游供應鏈管理，以更有效控制原材料成本。

洪先生總結：「展望未來，維珍妮將秉承穩健的發展策略，短期內專注在現有及即將落成的產能基礎上，並透過加強整體管理，以全力提升生產效率，從而帶動利潤達致最佳水平。我們相信集團過去數年在越南擴產的耕耘成果將全面彰顯，帶領維珍妮開拓業務新里程，為品牌夥伴及股東締造長遠價值。」

- 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  
袁純藝 電話：(852) 2864 4853  
高文萱 電話：(852) 2114 2370

電郵：[maggie.au@sprg.com.hk](mailto:maggie.au@sprg.com.hk)  
電郵：[fanny.yuen@sprg.com.hk](mailto:fanny.yuen@sprg.com.hk)  
電郵：[rachel.ko@sprg.com.hk](mailto:rachel.ko@sprg.com.hk)