



維珍妮公佈 2020 財年業績
收入上升 1.2%至 63.4 億港元
純利及 EBITDA 分別增加 2.7%及 30.0%
至 290.0 億港元及 969.7 百萬港元

* * * * *

越南海防 VSIP 五廠大致投入營運 產能佈局完善
謹守「創新」精神「疫」境中尋機遇 迅速靈活迎接經濟復蘇

(2020年6月29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2020年3月31日止年度(「2020財年」或「年內」)的全年業績。

在2020財年，集團在嚴峻的經營環境下仍錄得收益港幣6,341.0百萬元(2019財年：港幣6,263.3百萬元)，按年上升1.2%。受惠於越南廠房產能及效率持續提升，息稅折舊及攤銷前利潤(EBITDA)增長30.0%至港幣969.7百萬元，EBITDA率顯著提升至15.3%(2019財年：分別約港幣745.9百萬元及11.9%)。同時，純利亦提升2.7%至港幣290.0百萬元，純利率為4.6%(2019財年：分別約港幣282.4百萬元及4.5%)。公司擁有人應佔每股基本盈利為23.7港仙(2019財年：23.1港仙)。

集團財務狀況穩健，除了穩定的營運現金流，亦擁有充裕的手頭現金及未提取銀行信貸總額。於2020年3月31日，兩者分別約港幣587.6百萬元及港幣2,571百萬元(2019年3月31日：分別為港幣466.4百萬元及港幣1,731百萬元)。

董事會維持與股東分享成果的承諾，已議決建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3.8港仙，全年總股息為7.8港仙(2019財年：7.6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：「在疫情爆發前，我們在中越兩地的產能佈局及IDM能力已為業務奠定穩定基礎。憑藉持續推動創新工藝，我們於年內成功開拓多個引領潮流的產品及鞏固與全球知名品牌夥伴的合作關係，更在「疫」境下善用現有技術及資源，開拓防疫產品、同時投入資源開發家居和健康概念產品，以及運動周邊產品等，在推動業務多元化發展之餘，亦提升抗風險能力。」

業務回顧

時尚外穿內衣 (Bra Top) 訂單倍增，與品牌建立更緊密關係，使客戶組合更均衡

胸圍及貼身內衣繼續是維珍妮的主要收入來源，貢獻港幣 5,061.4 百萬元（2019 財年：港幣 4,874.6 百萬元），按年增長 3.8%，佔整體收益約 79.8%。分部毛利為港幣 1,183.8 百萬元，毛利率改善至 23.4%（2019 財年：分別為港幣 1,070.3 百萬元及 22.0%）。

時尚外穿內衣 (Bra Top) 系列熱賣，令訂單倍增，不但成為此分部的主要增長動力，更重要的是與品牌建立更緊密的夥伴關係，使客戶組合更均衡。因此，縱使疫情於 3 月在全球大流行導致部分訂單的出貨時間延後，年內分部收益仍錄得增長。

胸杯及其他模壓產品業務穩定，為知名跨國科技公司生產用於電子產品的布料加工及其他配件

胸杯及其他模壓產品業務的收入為港幣 677.1 百萬元（2019 財年：港幣 530.9 百萬元），按年大幅增加 27.5%，佔總收入 10.7%。分部毛利及毛利率為港幣 144.2 百萬元及 21.3%（2019 財年：分別為港幣 111.6 百萬元及 21.0%）。

此分部的雙位數收入增長，主要源自用於消費電子產品的布料加工及其他配件的銷售倍增，此乃維珍妮近兩年積極在跨行業及跨產品線拓展業務的研發成果。2020 財年內，本集團不僅於現有虛擬實境(VR)科技夥伴的 VR 眼鏡配件訂單上錄得高雙位數增長，亦增添了一家知名跨國科技公司夥伴，除了 VR 眼鏡配件之餘，亦為其生產種類更廣泛的消費電子產品配件。而在胸杯方面的收入保持溫和增長，由於對外銷售的胸杯收入輕微上升。近年，集團保留大部份產能作自家生產胸圍成品之用，現時越南廠房的胸杯不但能完全自給自足，更可供應深圳廠房，同時有助加強成本控制。

國際運動及休閒品牌的運動服裝訂單數量增長

功能運動產品業務於年內貢獻收入港幣 602.5 百萬元（2019 財年：港幣 857.8 百萬元），按年減少 29.8%，佔集團總收入 9.5%。分部毛利為港幣 112.7 百萬元，而毛利率為 18.7%（2019 財年：分別為港幣 160.1 百萬元及 18.7%）。

集團自 19 財年下半年起實施優化品牌客戶及產品組合策略，旨在更有效分配研發及生產資源。在鞋履業務方面，在結束與另一個品牌的運動鞋業務後，集團於 2020 財年專注與一家美國休閒鞋履品牌夥伴的合作。至於在運動服裝業務上，集團同樣專注與優秀的國際知名品牌合作，以促進此業務平穩增長。憑藉卓越的無縫拼接工藝技術，維珍妮為國際運動及休閒品牌夥伴開發出革新產品，因此縱使退出與其他運動服裝客戶合作，運動服裝訂單數量依然錄得增長，成為集團另一業務增長點。

越南 VSIP 廠房朝全面投運邁進一大步，生產效益顯著提升並達到預期

年內，配備更多自動化生產設施的越南 D 及 E 廠正式開始生產，標誌著集團於越南海防市越南新加坡工業園(「VSIP」)內的廠房朝全面投運邁進一大步，使當地生產佔總收入的比例由去年約 60%擴大至 2020 財年約 73%。集團在越南 A 及 B 廠的運作日趨成熟，逾一年經驗的熟練員工比例已達 73%，推動生產效益顯著提升並達到預期。基於 A、B 廠房的成功運營經驗，集團因應需求調整 C、D 及 E 三廠的生產線配置，務求將效率及效益提升至最佳水平。

「疫」境中尋機遇，開源節流並全面檢視營運及生產流程，打穩根基迎接經濟復蘇

展望未來，預期 2019 冠狀病毒疫情為環球經濟帶來空前挑戰及更多不確定因素。因應疫情所帶來的衝擊，包括一系列的關店及政府措施影響，部份品牌夥伴於過去數月需暫時將若干訂單推遲，集團預期在封關措施過後，市場需要時間全面復原，而品牌夥伴很可能仍需時清理於疫情期間所積壓的存貨，因此集團預期 2021 財年的銷售將受到影響。

縱然前景未明，管理層仍深信機遇與挑戰並存。維珍妮將積極為品牌夥伴研發能創造需求的產品，務求在疫情穩定後即能迅速推出市場，迎接反彈的消費需求。而在中國，隨著疫情受控和逐步復工復產，消費意欲將進一步釋放，預計將迎來新一輪機遇。因此，中長線而言，集團有意投放更多資源拓展於中國市場，產品包括貼身內衣及功能運動產品。

在產能規劃方面，越南 VSIP 內的廠房已大致投入營運，而尚在深圳生產的鞋類產品將在疫情穩定後轉移至越南 E 廠，至於主要應用無縫針織機技術的越南興安省廠房在疫情影響下將稍延至 2021 年上半年投產。鑑於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增長，因此集團於 2020 財年上半年已表明暫無計劃再投資新生產設施，反而專注提升現有及即將落成設施的效率及效益。至於深圳廠房將繼續專注為品牌夥伴生產售予中國當地市場的產品，同時升級轉型，以支援集團跨行業及跨產品線業務開拓、用於消費電子產品的布料加工及其他配件業務。

此外，集團亦已投入開發防疫產品(包括布口罩及防護衣)、運動類周邊產品及健康類產品等。此舉不但可豐富產品組合、提升業務抗風險能力，更可善用現有技術及資源貢獻社區，達致三贏。自今年初起，集團已為現有品牌夥伴生產防疫產品，正申請符合國際規定的生產認證，並尋求與更多多元化的客戶合作，預期該等需求將持續增長。

在開源的同時，集團亦致力節流，尤其在疫情下於工資、原材料及營運上實施更嚴控的成本控制措施，如按實際訂單需求調整生產人員及員工的工作時間(包括於深圳廠房實行輪休制度)，並加強上游供應鏈管理，從而減低工資和其他周邊成本。明白到審慎的財務政策對於應對這場疫情同樣重要，集團會暫停不必要的固定資產投資，以降低資本開支及確保營運現金流充裕。除了穩定的營運現金流，集團亦擁有充裕的手頭現金及未提取銀行信貸總額，能抵禦市場風浪。

洪先生總結：「維珍妮於過去 20 多年經歷不同經濟週期的高低起伏，憑藉管理團隊的豐富經驗及遠大目光，面對眼前挑戰，我們相信集團能迎難而上，並利用當前機會多角度深入檢視內部

營運及生產流程，精簡架構及優化流程，以奠定更穩固的基礎。我們將為品牌夥伴開拓更多高增值及性價比的創新產品，冀在經濟復蘇時能夠迅速把握商機，並在行業整合中脫穎而出。」

- 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： maggie.au@sprg.com.hk
袁純藝	電話：(852) 2864 4853	電郵： fanny.yuen@sprg.com.hk
高文萱	電話：(852) 2114 2370	電郵： rachel.ko@sprg.com.hk