



維珍妮下半年訂單超越疫前水平
帶動 2021 財年全年收入及經調整純利分別達約 59.7 億港元及 1.75 億港元

* * * * *

有信心延續強勁增長勢頭，再創業務新高峰

(2021年6月30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2021年3月31日止年度全年業績。

年內，集團在嚴峻的經營環境下，仍錄得收益港幣 5,974.3 百萬元(2020 財年：港幣 6,341.0 百萬元)，比 2020 財年僅減少約 5.8%，有賴下半年核心業務的訂單強勢反彈，使整體收益較上半年大幅增加 37.3%。收入下降令毛利減少 14.1%至約港幣 1238.0 百萬元，毛利率為 20.7% (2020 財年：分別約港幣 1,440.7 百萬元及 22.7%)。全賴全體同事上下一心、加上開源節流，息稅折舊及攤銷前利潤(EBITDA)為港幣 820.6 百萬元，EBITDA 率為 13.7% (2020 財年：分別約港幣 969.7 百萬元及 15.3%)。在經營去槓桿化下，加上因精簡產能及人力資源導致錄得兩筆一次性開支，純利約港幣 125.5 百萬元，純利率為 2.1% (2020 財年：分別約港幣 290.0 百萬元及 4.6%)。公司擁有人應佔每股基本盈利為 10.3 港仙(2020 財年：23.7 港仙)。撇除上述一次性開支項目，純利則按年下降 39.6%至約港幣 175.3 百萬元，純利率為 2.9%。

董事會議決建議就2021財年宣派末期股息每股3.3港仙(2020財年：每股4.0港仙，連同中期股息每股3.8港仙，總股息為7.8港仙)，貫徹分派財政年度純利不少於30%的股息政策，同時建議派發特別股息每股1.5港仙，以答謝股東在過去嚴峻一年仍與集團風雨同路。

維珍妮主席、首席執行官兼執行董事洪游奕先生表示：「在嚴峻的市場環境挑戰下，我們致力維持業務穩定發展。我們擁有多元化的產品組合，而在芸芸產品中，運動相關產品因疫下運動風盛行，因而展現強韌增長；另外，舒適的家居型產品、以及近年跨行業及跨產品線業務開拓的消費電子類產品，亦受惠於『宅在家』趨勢。我們亦積極開源，包括開拓布口罩業務及發展中國市場，藉此擴大收入來源及分散市場風險。更令人鼓舞的是，核心業務訂單於下半年隨著品牌合作夥伴重拾正軌而強勢反彈，令回顧年度得以達致維持業務穩定發展的首要目標。」

運動胸圍新增數名國際知名零售及運動品牌合作夥伴，銷售按年增逾三成

胸圍及貼身內衣產品仍為主要收益來源，貢獻港幣3968.1百萬元(2020財年:港幣5,061.4百萬元)，比去年減少約21.6%，佔總收益約66.4%。分部毛利為港幣835.4百萬元，毛利率為21.1%(2020財年:分別為港幣1,183.8百萬元及23.4%)。分部收益下降，主要由於本財年首季歐美品牌合作夥伴因防疫措施縮減或延遲訂單，當中傳統胸圍及貼身內衣業務影響較大。

然而疫下運動蔚然成風，加上獲得幾名新國際知名零售及運動品牌合作夥伴的青睞，帶動運動胸圍產品表現強韌，銷售較去年增加超過三成。此外，「宅在家」亦使舒適的家居外穿內衣(bra top)及胸圍產品需求增加。在中國國內市場，集團亦新增數名新興電商品牌合作夥伴，使客戶組合更均衡。因此，下半年此分部訂單已見大幅回升，相關收益亦較上半年攀升60.9%。

疫情下「宅在家」刺激針對娛樂的消費電子產品布料加工及其他配件銷售按年飆升近六成

胸杯及其他模壓產品業務的收入為港幣567.7百萬元(2020財年:港幣677.1百萬元)，按年下跌約16.2%，佔總收入9.5%。分部毛利及毛利率為港幣128.3百萬元及22.6%(2020財年:分別為港幣144.2百萬元及21.3%)。

胸杯的表現雖與胸圍及貼身內衣同受疫情拖累，但下半年較上半年亦相應展現44.3%的強勁反彈。維珍妮近年積極推動拓展跨行業及跨產品線業務的努力獲得成果。疫情下大眾「宅在家」的時間增加，對娛樂性的消費電子類產品需求殷切，惠及集團為知名跨國科技夥伴生產的消費電子產品布料加工及其他配件的銷售較去年飆升近六成。

疫下運動風刺激功能運動產品業務收入按年漲三成

功能運動產品業務於年內貢獻收入港幣788.8百萬元(2020財年:港幣602.5百萬元)，按年增長30.9%，佔集團總收入13.2%。分部毛利為港幣136.8百萬元，而毛利率為17.3%(2020財年:分別為港幣112.7百萬元及18.7%)。

此分部收入增加，主要由於運動產品大行其道，在「疫」市下表現出強韌增長。此外，疫情爆發令運動意識加強，而「在家工作」模式日漸普及，加上多國實施旅遊限制，令市場對舒適、適合居家、輕運動的產品需求殷切，帶動運動鞋及運動服裝業務齊頭並進。

在運動鞋方面，美國休閒鞋履品牌合作夥伴於年內保持雙位數增長。至於在運動服裝業務上，憑藉卓越的工藝技術，維珍妮持續為國際品牌合作夥伴開發出革新產品，因此錄得理想表現。年內亦新增國內運動品牌及新興電商品牌合作夥伴，豐富了此子分部的客戶組合。

防疫產品短短一年貢獻逾一成收入，彰顯靈活變通

防疫產品為疫情下應運而生的新業務板塊，開拓短短一年已貢獻收入港幣649.6百萬元，佔總收入10.9%。分部毛利為港幣137.4百萬元，毛利率為21.2%。此業務帶來不俗收益貢獻，彰顯集團在艱難經營環境下展現靈活變通的能力，並得以善用原本在艱難時期閒置的產能。

越南產值提升至約78%，善用產能，及全面檢視內部架構組織及營運模式，提高營運效益

年內，集團於越南海防市越南新加坡工業園內的廠房佈局已大致完成。面對上半年歐美訂單減少或延期，集團迅速應變，為客戶開發及生產布口罩產品，令產能得以善用，有助抵銷疫情對傳統胸圍及貼身內衣業務的影響。幸而受惠於運動胸圍及舒適居家類胸圍產品的理想增長，集團核心業務逐漸回復正常，因此自7月起恢復招聘，下半年的產值已逐步回歸正常水平。截至2021年3月31日，越南生產佔總收入的比例由2020財年約73%擴大至約78%。

為提升中越兩地廠房的營運效益，集團於年內全面檢視內部架構組織及營運模式，精簡人力資源，並退租部分深圳廠房，在節省經營開支之餘，長遠亦有望改善產能配置。隨著越南的生產漸趨純熟，效率持續提升，同時集團因應不斷增加的訂單需求，在現有廠房增加生產線以更有效利用廠房規模，因此於越南的整體產能將進一步增加。

市場增長勢頭強韌：訂單增長創高峰，全速前進，推動維珍妮再攀高峰

隨著疫苗接種率提升，全球疫情有望逐漸受控，從而提振經濟復甦的信心。經此一「疫」，擁有多區域產能佈局及強大IDM實力的維珍妮得以與國際品牌構建更緊密穩固的夥伴關係。管理層認為疫情帶來的挑戰已基本過去，業務增長勢頭將延續至2022財年，因此對集團來年業務更上一層樓充滿信心。

在產品方面，隨著品牌合作夥伴已適應後疫情時代的新常態，集團的核心胸圍及貼身內衣產品訂單快速反彈，而且更勝往年。運動類產品的增長勢頭仍然強勁，當中以運動胸圍尤甚，由於消費者已習慣在家活動，因此產品仍以舒適為主；然而隨著疫情受控，消費者開始復工，舒適及外觀設計兼備的創新產品需求亦與日俱增。至於消費電子產品布料加工及其他配件業務受惠於後疫情時代的生活模式轉變，此業務理想增長勢頭於來年亦將持續，集團將繼續以創新帶動加強有關高附加值業務。隨著胸圍及運動胸圍的訂單回復增長，集團已按需求重新調整生產線以支持該等核心業務之發展，有信心增長勢頭能夠持續。

疫情帶來的另一巨變是銷售渠道，集團將加緊與新興線上品牌及渠道的探索與合作，為未來增長做好準備。有見網購胸圍需簡化尺碼以便消費者更容易選擇合身產品，因此舒適的家居型產品銷情往往較佳，而這正是維珍妮的專長，因此能快速滿足品牌合作夥伴的需要。

為滿足現有國際品牌合作夥伴殷切的訂單需要，集團將繼續完善越南產能佈局，包括提升海防廠房產能的效率及效益，並在現有廠房增加生產線以提升產能。主要應用無縫針織機技術的越南興安省廠房一期已於2021年4月正式投產，相信隨著產能增加，將可應付不斷增加的業務需求。

管理層留意到疫情重塑了全球市場佈局,同時明白到多元發展市場的重要。中國作為疫情最快受控、經濟復甦最快的國家,成為各大品牌的兵家必爭之地。管理層瞄準中國市場的廣闊前景,自去年起致力於國內開拓新品牌合作夥伴及新營銷渠道如電商。憑藉過去多年來在產品創新和品質上的堅持與成就於行內建立的良好聲譽,集團在國內業務發展有成,於短短不足一年已迅速建立一定基礎,未來將加強國內的業務佈局,包括團隊建設及生產支援。

集團的深圳廠房近年一直面對招工困難和成本上漲等問題,為配合國際品牌合作夥伴大力發展中國的策略,以及集團自身在國內的最新業務發展所需,集團深諳必須優化中國生產佈局,經過審慎研究,集團有意把中國內地的生產基地遷往大灣區內的廣東省肇慶新區高新技術產業園,以全力應付中國市場對創新內衣及運動服裝等產品的殷切需求,而越南生產基地則繼續供應各大國際品牌合作夥伴於中國以外的海外需求。集團正在規劃肇慶新廠房的發展細節,將適時公佈最新進展。

經歷疫情後,集團深明優化內控風險的重要性,因此於人力資源、原材料及運營等調配上將更精確謹慎。面對原材料來年繼續上漲的趨勢,集團將透過適當擴大供應渠道、優化生產流程、進一步推行自動化、提升工藝技術效益等措施,多管齊下控制整體成本,以維持盈利能力。

管理層亦深明疫情時有反覆,集團必須積極尋求對策以便應對。為使生產規劃更靈活,及確保即使越南或深圳再度爆發疫情而實施社區封鎖措施,亦可應付訂單需求,集團積極優化業務流程同時推行數碼化升級,打通及分析端對端業務環節信息,在製造端壓縮生產週期、提高產品質量、提升營運效益,在管理端提升需求洞察敏銳度和對市場需求的反應速度,藉此確保業務營運保持平穩。

洪先生總結:「我們樂見訂單增長維持強勁勢頭甚至屢創高峰,對來年業務保持樂觀的看法,並將繼續發揮創新設計製造的獨特優勢,以及多年來於貼身內衣與功能運動產品領域的行業領導地位,緊握市場機遇,推動維珍妮業務健康穩定發展。集團正處於發展史上最好的軌道,我們熱切期待亦有信心集團能夠延續強勁的增長勢頭,帶領維珍妮繼往開來,再創業務新高峰,為品牌合作夥伴及股東締造長遠可持續價值。」

- 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合作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、鞋履及防疫產品如布口罩。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

電郵:fanny.yuen@sprg.com.hk

電郵:rachel.ko@sprg.com.hk