

二零二零年十一月廿六日

信佳 2020/21 年中期業績「疫」境創新高 營業額及純利分別達 9 億港元及 2,900 萬港元

信佳國際集團有限公司（「信佳」或「集團」）今日公佈截至 2020 年 9 月 30 日止六個月的中期業績。

回顧期內，營業額為 906,000,000 港元（2019/20 年上半年：879,800,000 港元），較去年同期增加 3.0%。毛利增加 3.5% 至 122,400,000 港元（2019/20 年上半年：118,300,000 港元）。毛利率回升至 13.5%（2019/20 年上半年：13.4%），主要由於在收入增加的同時，越南的產能同步提升，加上有效的成本控制措施，令成本效益彰顯。股東應佔溢利增加 5.8% 至 29,100,000 港元（2019/20 年上半年：27,500,000 港元）。純利率為 3.2%（2019/20 年上半年：3.1%）。每股基本盈利為 10.25 港仙（2019/20 年上半年：9.68 港仙）。

為與股東分享成果，董事會議決宣派中期股息每股 6.0 港仙（2019/20 年上半年：中期股息每股 6.0 港仙）。

信佳主席吳自豪博士表示：「儘管 COVID-19 爆發為全球營商環境帶來嚴峻挑戰，惟危中有機，疫情下衍生出一系列『宅在家』需求，我們部分產品因而受惠，整體業務亦重回正軌。有賴信佳一直多元產品組合，以及在『疫』境下繼續研發新產品及佈局越南生產據點的努力，令我們得以靈活應對挑戰，使期內營業額按年微增，與上一個財年的下半年相比增幅更為顯著。在這艱難時期，集團業績創下歷史新高，成績令人鼓舞，十分感謝業務夥伴及股東一直以來的支持，並由衷感謝全體員工的貢獻。」

業務回顧

電子產品為集團的核心業務，在期內繼續帶來穩定收益，貢獻銷售額 722,600,000 港元（2019/20 年上半年：740,300,000 港元），按年減少 2.4%，佔總銷售額 79.8%。

COVID-19 掀起在家遙距工作及學習的熱潮，惠及集團的專業音響器材銷售，當中以無線麥克風的訂單增長尤為顯著。疫情下令消費者留在家居時間較以往長，針對娛樂的專業音響器材需求亦有明顯增幅。預料該熱潮將能延續，相關電子產品的需求將拾級而上。此外，專業音響器材客戶群包括多名業務夥伴，集團相信有助建立更健康的收入組合。

其他產品方面，隨著客戶逐漸適應疫情下的新常態，早前延遲的訂單亦陸續恢復。雖然仍有部份訂單受疫情影響而延期，但部分已計劃於下半年恢復出貨，期望可帶動業務回復更佳表現。

寵物業務於期內的銷售額為 183,400,000 港元 (2019/20 年上半年: 139,500,000 港元)，按年增加 31.5%，佔總銷售額 20.2%。此分部收入增加，主要由於寵物培訓器材客戶於疫情下銷售仍然繼續保持增長，以及為滿足疫情下寵物相關用品陡增的趨勢，故於本財年上半年補充存貨。寵物糧食方面，隨著產自比利時的自家寵糧品牌「Brabanconne 爸媽寵」在 2019 年底恢復進口中國，以及集團靈活安排線上市場推廣活動，提高自家寵糧的品牌知名度，因此於中港兩地的寵糧業務均錄得增長。

展望

2021 年將至，市場正逐漸適應後疫情時期的新常態，部份客戶的訂單及合作計劃已計劃於下半年重啟，將可帶動業務回復增長。為配合客戶在經濟復甦時能即時推出新產品以迎接反彈的需求，集團在疫情下仍堅持為客戶研發創新產品。相關努力已開始收獲成果，研發項目在疫情下顯著增加，並獲客戶青睞，包括專業音響及與智能個人護理產品客戶新開發的髮型造型產品，有望為集團帶來更大的利潤增長空間，再次印證信佳轉型至解決方案供應商的決定正確。

在眾多市場之中，中國是疫情最快受控的國家之一，同時也是疫情後經濟恢復較快的市場。集團看好內地市場發展空間，因此於過去半年加大市場拓展力度，逐步提高國內訂單的佔比，有助抵禦疫情對業務的影響之餘，同時擴大客戶基礎和使市場分佈更均衡健康，提升抗風險能力。

有見受中美貿易戰影響的美國業務夥伴、其他現有和新客戶對越南更具成本效益生產的需求持續殷切，集團正於越南北寧省桂武三工業區工業園內建設超過三萬平方米的高度自動化廠房，預計於 2021 年投入運作。新廠房建成後，集團可進一步資本化當地業務，以降低生產成本。而部分生產遷往越南後，東莞廠房騰空出來的產能可支援集團拓展國內業務的計劃，以把握中國內循環政策的機遇。集團將同步提升中越兩地廠房的營運效率，以創造更高效益。

寵物業務方面，為把握中國寵物食用品市場的龐大商機，集團的國產寵糧品牌「趣味日記」已於 11 月初在國內最大電商平台開業，正好趕上疫情爆發後首個「雙十一」購物節的列車，反應熱烈，顯示國內市場對優質寵糧的需求殷切。未來，集團會加強線上推廣，以提升新品牌的知名度。此外，在家遙距工作的新常態亦變相增加人與寵物的相處時間，刺激寵物相關用品的需求，預計將繼續惠及集團的寵物業務。

信佳執行董事兼首席科技總監吳民卓博士補充：「經過 COVID-19 一役，客戶更重視多區域市場及產能佈局以分散風險。我們深信機遇與挑戰並存，憑藉信佳一直多元業務發展策略及多區域產能佈局，集團得以抵禦市場風浪，保持業務穩健發展。我們將繼續把握新商機，帶領信佳再攀業務高峰，為客戶及股東締造長遠價值。」

— 完 —