

二零二一年六月廿八日

## 信佳 2020/21 年度營業額「疫」境創新高達 21 億港元 純利攀升 186.1%至 7,930 萬港元

信佳國際集團有限公司（「信佳」或「集團」）今日公布截至 2021 年 3 月 31 日止財政年度的全年業績。

年內營業額為 21.0 億港元（2019/20 年財政年度：約 16.2 億港元），較去年增加 30.1%。毛利相應增加 38.9%至 2.9 億港元，毛利率上升至 13.6%（2019/20 年財政年度：約 2.1 億港元及 12.8%），主要由於收入與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。股東應佔溢利為 7,930.0 萬港元（2019/20 年財政年度：2,770.0 萬港元），按年攀升 186.1%。純利率提升至 3.8%（2019/20 年財政年度：1.7%）。每股基本盈利為 27.96 港仙（2019/20 年財政年度：9.77 港仙）。

為與股東分享成果，董事建議派付末期股息每股 8.0 港仙（2019/20 年財政年度：每股 2.0 港仙）及特別股息每股 3.0 港仙（2019/20 年財政年度：無），連同早前派發的中期股息每股 6.0 港仙，全年股息為每股 17.0 港仙（2019/20 年財政年度：每股 8.0 港仙）。

信佳主席吳自豪博士表示：「年內，COVID-19 仍然肆虐全球，為各行各業帶來空前挑戰。然而，疫情亦造就了『宅經濟』及網上購物崛起，同時令反應迅速、適應力強和準備充足的企業能脫穎而出。我們的多元產品組合，以及在『疫』境下堅持研發新產品及佈局越南生產據點，令我們得以把握疫下新機遇，部分產品受惠於『宅在家』需求，帶動營業額創新高。」

### 業務回顧

電子產品業務仍為集團的主要收益來源，貢獻 17.0 億港元（2019/20 年財政年度：13.6 億港元）按年增加 24.3%，佔總銷售額 80.7%。

集團多年來堅持研發創新產品，縱使在疫情下亦不間斷，該等努力於這不平凡的一年迎來豐碩成果。疫情下在家工作及學習的熱潮持續，帶動多名業務夥伴對集團的專業音響器材訂單需求殷切，當中無線麥克風的訂單增長尤為強勁；加上消費者居家時間增加，娛樂方面的專業音響器材需求亦見明顯升幅，因此年內專業音響器材銷售錄得理想增長，亦建立了多元化的穩健客戶基礎。其他產品的訂單雖受疫情影響而延遲，然而部分於下半年已見起色。

市場方面，中國有效控制疫情推動經濟快速反彈。集團瞄準當地市場的龐大發展空間，成功於年內獲得內地市場更多訂單，主要為一般消費電子產品。新增的國內訂單已足夠填滿集團部分生產遷往越南後騰空出來的東莞廠房產能。

**寵物業務**貢獻收益約 4.1 億港元（2019/20 年財政年度：2.5 億港元），佔集團總收益 19.3%，較去年增加 62.0%，主要由於寵物培訓器材銷售額顯著增加所致。疫情下大眾「宅在家」的時間更長，寵物主有更多時間與寵物相處，刺激寵物相關用品的需求。

寵物糧食方面，為把握中國市場的龐大商機，集團於 2020 年 11 月初在國內最大電商平台開售國產寵糧品牌「趣味日記」，消費者反應熱烈，顯示國內市場對優質寵糧的需求殷切。為提高自家寵糧的品牌知名度及把握疫情下的網購趨勢，集團加強線上市場推廣及銷售，帶動中國內地及香港的寵物糧食業務雙雙錄得增長，當中子公司 Espetsso Limited 去年的營業額攀升逾 30%。集團另一網店 Happypaws 亦已於年內營運，提供網上寵物產品的零售和批發及線上獸醫諮詢等全方位服務。

## 展望

信佳已建立多元產品組合，在芸芸產品中，專業音響器材已成為信佳的專長之一，吸引了多名業務夥伴，預料該等產品的需求將持續。集團將繼續壯大研發團隊，務求為客戶開發更多能創造需求的產品，包括專業音響器材及近年與智能個人護理產品客戶開發的髮型造型產品，藉此為集團締造更大的利潤增長空間。其他產品的訂單及合作計劃亦已於下半年漸見起色，期望於來年回復正軌。

在市場方面，中國憑藉疫情最快受控成為全球經濟增長火車頭。為把握中國內循環政策的機遇，集團自去年開始著力拓展國內市場，已初見成效，未來將善用東莞廠房的產能，繼續拓展國內業務，以擴大客戶基礎和使市場分佈更均衡健康，提升抗風險能力。

同時，客戶亦意識到分散市場及供應鏈風險的重要，因此偏好擁有多區域產能佈局的合作夥伴，集團早於 2018 年已採取「中國加一」策略，於越南建立高度自動化廠房，滿足客戶對越南更具成本效益生產的殷切需求。因應該等需求持續增加，集團已連年拓展當地產能，現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新廠房以拓展當地產能，預計於 2021 年下半年投產。隨著現有廠房運作開始成熟，加上新廠房建成後的規模經濟，成本效益將能進一步彰顯。

寵物業務方面，由於「宅在家」已成新常態，集團相信此業務將會繼續受惠。集團一方面將透過線上市場推廣提升國產寵糧品牌「趣味日記」的知名度，另一方面會為「Brabanconne 爸媽寵」尋找其他地區的生產商，以分散供應風險。此外，集團亦會為網店搜羅更多品牌，以提供多元化的優質選擇，並陸續推出多項嶄新功能，務求完善用家體驗。

信佳執行董事兼首席科技總監吳民卓博士補充：「憑藉多元業務發展策略、前瞻性的多區域產能佈局、以及強大的創新及適應能力，我們於過去 30 年克服了貿易戰及疫情等不同挑戰，業務更達新高峰，因此對於把握新常態下的機遇充滿信心。我們將繼續密切關注宏觀經濟及市場趨勢，及時調整部署來迎接新常態。適逢 2021 年為集團成立 30 週年誌慶，我們將與各方攜手共進，帶領信佳業務更上一層樓，為客戶及股東創造最大價值。」

- 完 -