

二零二一年十一月二十五日

## 信佳 2021/22 年中期業績穩步增長 多區域產能佈局助客戶分散供應鏈風險

新一代全方位電子解決方案供應商及擁有寵物食品用品業務的信佳國際集團有限公司(「信佳」或「集團」)今日公佈截至 2021 年 9 月 30 日止六個月的中期業績。

回顧期內，營業額較去年同期增加 10.7%至 1,003,300,000 港元 (2020/21 年上半年：906,000,000 港元)，主要由於寵物培訓器材銷量持續上升。毛利增加 10.0%至 134,700,000 港元 (2020/21 年上半年：122,400,000 港元)。毛利率為 13.4% (2020/21 年上半年：13.5%)。股東應佔溢利為 29,100,000 港元 (2020/21 年上半年：29,100,000 港元)。純利率為 2.9% (2020/21 年上半年：3.2%)。每股基本盈利為 10.22 港仙 (2020/21 年上半年：10.25 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 (2020/21 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：「回顧期內，COVID-19 疫情隨著疫苗接種比例上升而逐步受控，環球市場亦開始陸續出現復蘇跡象。然而，期內全球物料供應緊張加劇，國際海運週期大幅延長和集裝箱艙位的嚴重緊缺干擾正常市場運作。儘管如此，信佳憑藉多元產品組合及卓越的產品研發能力，得以繼續受惠於大眾『宅在家』需求。此外，我們在疫情下繼續完善越南生產據點佈局，滿足不同客戶在後疫情時代下，冀分散供應鏈風險，對多區域產能及生產線的殷切需求，使期內營業額錄得平穩增長。」

### 業務回顧

電子產品為集團的核心業務，在回顧期內繼續是收益主要來源。期內銷售額為 768,700,000 港元 (2020/21 年上半年：722,600,000 港元)，按年增加 6.4%，佔總銷售額 76.6%。

COVID-19 令「宅在家」和在家工作變成新常態，大眾留家時間越來越長，衍生對各項家電的龐大需求，熱潮到後疫情時期亦未有減退，帶動集團相關電子產品銷量穩步上升。其中專業音響器材的需求在上個財政年度下半年創新高，熱情持續至本財政年度上半年，惟需求較高位回落。值得注意的是，消費者越見重視專業音響器材的質素，集團已建立多元客戶組合，而專業音響器材種類繁多，相信有關產品在未來仍會繼續受市場青睞。

其他產品方面，大部份需求有所改善，此前積壓或取消的訂單亦陸續恢復，進一步推動集團的電子產品業務保持平穩發展。

儘管疫情無可避免擾亂了全球生產物料供應鏈及航運物流服務，幸而信佳一直與不同業務夥伴保持緊密合作，加上一直積極開拓不同地區的供應商，大大減輕因原材料供應緊張造成的負面影響。此外，集團於二零二零年年底開拓中國內地的訂單，充分善用東莞廠房產能。

**寵物業務**於期內的銷售額為 234,600,000 港元（2020/21 年上半年：183,400,000 港元），按年增加 27.9%，佔總銷售額 23.4%。銷售額增加乃由於在後疫情時代下，大眾已習慣於「宅在家」的生活狀態，寵物主人便有更多時間與寵物相處，刺激寵物培訓器材銷量持續上升，帶動相關訂單持續增加所致。

寵物糧食方面，集團於去年年底在國內最大電商平台開售國產寵糧品牌「趣味日記」，銷量繼續錄得理想增長。後疫情時期寵物主人已習慣網購，故集團繼續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繼續錄得增長。

## 展望

疫情已徹底改變大眾的生活方式，一方面為「後疫情」時代帶來不少新商機，但外圍經濟亦同時充斥著不少挑戰，包括國際海運受疫情持續影響而仍未完全恢復正常，及環球物料供應緊張等。儘管如此，因集團已與大部分客戶建立長期夥伴關係，能在緊密溝通下協助客戶解決航運問題，部份客戶選擇以空運出貨，而現時航運已有舒緩，集團期望不久將來航運業能加快重回正常軌道。

此外，在經歷過貿易戰和 COVID-19 等重大事件後，更多客戶意識到分散市場及減低供應鏈風險的重要性，故對於合作夥伴是否擁有多區域產能佈局更為重視。集團早於二零一八年已採取「中國加一」策略，於越南建立的高度自動化廠房，而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亦已於今年十月份正式投入運作，以滿足客戶對越南更具生產成本效益的殷切需求。

同時，為把握中國內循環政策帶來的機遇，集團自去年開始著力拓展國內市場，目前接單情況穩定，未來將繼續善用東莞廠房的產能，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。集團將同步提升中國內地和越南兩地廠房的營運效率，並將兩地的生產線靈活配合，相信將有助進一步鞏固成本效益，並更有效地分散地緣政治風險。

信佳執行董事兼首席科技總監吳民卓博士補充：「憑藉多元化業務發展策略、前瞻性的多區域產能佈局，及強大的創新能力，我們有信心在面對客戶的需求轉變同時，業務亦能繼續保持穩定地發展。未來，集團將繼續拓展國內外市場及客戶基礎，冀分散風險及提升成本效益，同時亦會致力研發更多創新科技和產品，以助集團達致可持續增長，並為股東創造長遠價值。」

- 完 -