



[即時發佈]

建溢集團有限公司

公佈二零二三年九月三十日止六個月之中期業績

* * *

加大延攬客戶力度，以重新實現收入增長及提高生產使用率

進一步整合生產基地，提升營運效率及盈利空間

財務摘要：

- 整體營業額按年減少20.8%至552,266,000港元（二零二三年財政年度上半年：697,224,000港元）
- 整體毛利（不包括減值）按年下降15.4%至74,811,000港元（二零二三年財政年度上半年：88,448,000港元）
- 毛利率維持在13.5%的水平（二零二三年財政年度上半年：12.7%）
- 本公司股東應佔溢利大幅提升至36,725,000港元（二零二三年財政年度上半年：股東應佔本集團虧損為155,607,000港元）
- 每股基本盈利為8.37港仙（二零二三年財政年度上半年：每股基本虧損為35.45港仙）

香港，二零二三年十一月二十九日—主要從事機械人、電機及智慧產品製造之**建溢集團有限公司（00638.HK）**（「本公司」）連同其附屬公司（統稱「本集團」），公佈截至二零二三年九月三十日止六個月（「期內」或「二零二四年財政年度上半年」）之未經審核簡明綜合業績。整體而言，期內雖然全球進入後新型冠狀病毒時代，但經營環境仍然充滿挑戰。地緣政治事件、通脹及利率持續上升，加上不同資產類別的回報惡化以及儲備自新型冠狀病毒時期起持續減少，均導致消費者的保守主義情緒日益高漲，全球市場的產品銷售速度緩慢。使情況變得更為複雜是，先前供應鏈中斷導致相對較高的渠道庫存，迫使品牌商專注於減少庫存，而非下新訂單及投資新產品開發。因此，本集團的訂單量顯著受壓，期內整體營業額由約697,224,000港元按年減少20.8%至約552,266,000港元。

鑑於訂單所面對的壓力，本集團致力改善其生產計劃、精簡其營運及減少間接開銷，以保持營運效率及利潤率。由於改善成本控制及人民幣（「人民幣」）貶值，於期內整體毛利率（不包括減值）按年減少15.4%至74,811,000港元，而毛利率基本維持於13.5%（二零二三年財政年度上半年：12.7%），部分抵銷規模經濟惡化的影響。在房地產發展業務分類及製造業務分類於二零二四年財政年度上半年並無產生非經常性及非現金減值虧損的情況下，以及在計入期內出售物業、廠房及設備及使用權資產的一次性收益後，本公司權益持有人應佔期內溢利大幅提升至36,725,000港元，而二零二三年財政年度上半年權益持有人應佔虧損為155,607,000港元。期內每股基本盈利（「每股基本盈利」）為8.37港仙（二零二三年財政年度上半年：每股基本虧損為35.45港仙）。

電器及電子產品業務分類（「電子產品分類」）

期內，商業環境仍然動盪不安及難以預測。高通脹、利率上升、高能源成本以及地緣政治不確定性均以驚人速度削弱消費者情緒及需求，品牌合作夥伴在高庫存情況下大幅削減訂單。此舉導致本業務分類的銷售額急速下降，尤其是歐洲及美國市場。隨著訂單量下降，生產使用率亦受影響，導致邊際效益下滑及利潤率轉差。雖然本業務分類在最近一個季度出現復蘇跡象，但訂單尚未完全恢復至以往水平。因此，本業務分類的對外營業額於期內減少25.6%至約231,320,000港元（二零二三年財政年度上半年：310,919,000港元），佔本集團整體收益的41.9%（二零二三年財政年度上半年：44.6%）。雖然本集團已即時採取控制成本及精簡措施以削減經常開支，但銷售下跌的速度仍遠比預期快。鑑於市場後期出現復蘇而保留生產基礎設施的決定及持續相關成本，在計入期內出售物業、廠房及設備及使用權資產的一次性收益後，期內整體業務分類的溢利按年增長314.1%，由18,897,000港元增至78,250,000港元。

就行業分類而言，少兒產品及嬰兒護理產品行業分類已呈現逐步復蘇跡象，需求穩步回升。雖然品牌商對開發新型號持審慎態度，但整體全球嬰兒產品市場出現回升，庫存回復正常的水平促使客戶重新下新訂單。另一方面，保健業務持續展示其增長潛力。儘管營運上處於低產量及低收入基礎，但該行業分類在引入新型號產品方面獲得客戶踴躍查詢及討論，包括前述提及獨特的醫療產品。本集團視此為產品多元化及長期增長的良機，並有意利用其於物聯網的專業知識及經驗，為其客戶創造更先進及具增值效益的保健產品。

展望財政年度下半年，即年度的傳統淡季，本業務分類將採取謹慎方法評估其客戶的訂單，以具策略的方式規劃其生產活動。此舉使本業務分類可以最低營運成本經營，並確保取得最佳效率及成本效益。除生產計劃外，本業務分類亦繼續關注於成本控制，以保持目前的利潤率水平應對淡季所帶來的挑戰。擴大客戶群組是本業務分類另一個關鍵目標。透過針對不斷增長的行業，本業務分類旨在吸納新客戶及進一步增加多元化其收入來源。特別是，本業務分類將向新開發的保健業務分配更多資源以配合其潛在增長。本集團亦會通過提供優質服務及支援促進現有客戶關係，提升忠誠度、加強訂單的可預見性，以及物色項目合作的新機會。

另一方面，為應對客戶對多元化及靈活生產模式日益增長的需求，本業務分類擬逐步擴充其位於馬來西亞的產能。此策略性擴充將有助本業務分類滿足客戶需求，同時為本業務分類於地區市場提供穩健基礎，有助獲取新客戶及新訂單量。總體而言，本業務分類致力於審慎管理財務、針對性擴大市場、管理現有關係以及革新產品及製造。此等策略將為本集團帶來長期增長及盈利，並有助日後取得成功。

電機業務分類 (「電機分類」)

期內，本業務分類繼續觀察到先前供應鏈中斷帶來的長尾效應。於疫情期間，由於物流成本上升，品牌合作夥伴累積大量庫存，但疫情過後，利率及通脹率高企、投資回報低以及經濟前景的可見度有限，使整體消費者情緒上仍然疲弱。這導致產品吞吐量放緩、品牌合作夥伴減少或延遲新訂單，以及押後推出新產品。因此，本業務分類在整體上於所有行業的銷售額均按年下跌，而期內的對外營業額亦按年減少 16.9% 至 319,956,000 港元 (二零二三年財政年度上半年：384,987,000 港元)。鑑於訂單減少，本業務分類進一步調整其生產計劃及庫存水平以更好地管理其成本及滿足客戶需求。期內，本業務分類亦受惠於原材料價格輕微下跌及人民幣貶值。然而，使用率受銷售量下降顯著影響，導致邊際效益明顯下滑。儘管盡力控制成本及整合資源，期內的業務分類溢利下降至 152,000 港元 (二零二三年財政年度上半年：33,413,000 港元)。

從更正面角度而言，儘管宏觀環境充滿挑戰，本業務分類於期內來自電子駐車制動器電機的貢獻有所改善，收入按年增長約 30%。此情況反映本業務分類的技術優勢及創新解決方案，以及主要參與者的市場認受性不斷提高。由於電子駐車制動器通常對其零件有更高要求，從而獲得較佳利潤率，尤其是當電子駐車制動器於市場上取得一定牽引力及訂單時。

面對艱難的消費市場，本業務分類將透過實施一系列成本控制措施以保持審慎，包括密切監控庫存水平、整合不同地點的生產設施、提高員工使用率等。本業務分類亦將保持其生產靈活性，以滿足不斷變化的市場需求及不確定性增加。過往，本業務分類採用以產量為主導的方法生產同質產品，並以具競爭力的價格出售，以快速建立市場地位。然而，近期承接訂單的經驗進一步加強對研發投資的需求。因此，本業務分類開始為其若干獨特及新客戶共同開發產品，包括售價及利潤率較佳的齒輪箱及大型電機等。展望財政年度下半年，本業務分類將繼續投資研發，並尋求利用其成功的往績記錄與多個品牌 (尤其是電動汽車行業) 實現進一步合作機會。此舉不僅可為本業務分類帶來額外收入來源，更可提高其客戶的訂單穩定性、可預見性及粘附性。在其製造架構方面，本業務分類將繼續推行「中國加一」長遠擴張計劃，與現有客戶就海外擴張的需要進行密切溝通。憑藉其完善的馬來西亞生產設施，本業務分類亦將於地區市場發掘更多潛在客戶，開拓新應用，同時分散其國家及行業特定風險。

房地產發展業務分類

期內，本業務分類繼續持有獨山經濟開發區兩項住宅物業發展項目，即 *劍橋皇家* 及 *蒙蘇里花園*。

儘管中國政府採取一系列刺激措施，但陷入困擾的物業市場復蘇跡象不大。在疲弱的市況下，本業務分類於期內錄得虧損 2,496,000 港元 (二零二三年財政年度上半年：193,975,000 港元)。虧損大幅減少乃主要由於並無錄得於本公司二零二三年中期報告所披露有關因本集團決定終止進一步發展擱置期數 (即 *蒙蘇里花園* 項目第 1B、1C 及 1D 期) 而產生之一次性撇減虧損。

劍橋皇家

該項目的總地盤面積約為 83,166 平方米，分為兩期。截至二零二三年九月三十日，第一期的竣工待售住宅物業的總建築面積 (「總建築面積」) 為 35,338 平方米，包含 116 個別墅單位，而在嚴峻的經濟環境下，第二期的發展正重新考慮及計劃中。期內，售出 1 個別墅單位，截至二零二三年九月三十日之已售出別墅總數為 49 個。

蒙蘇里花園

該項目的總地盤面積約為 66,666 平方米，本業務分類現時正完成其第 1A 期發展，當中包含合共 460 個公寓，總建築面積為 64,427 平方米。截至二零二三年九月三十日，第 1A 期 460 個公寓單位中有約 61% 已訂約出售。然而，由於本業務分類尚未收到該項目的最終合規證書，故此已訂約的銷售尚未能於期內確認為收入。

考慮到前景黯淡，本業務分類於上個財政年度已停止對擱置期數進一步發展。擱置期數地盤包括一幅面積為 45,869 平方米之土地，而將予開發物業之總建築面積為 275,867 平方米。就有關入賬決定，擱置期數所產生的全部財務、發展及建築成本 (不包括相關土地，其價值乃按照由獨立估值師所進行相關估值予以評估及估價) 已於上個財政年度全數撇銷，並預期不會對本業務分類的未來表現有進一步的成本影響。鑑於近期的銷售表現，本業務分類將繼續完成 *蒙蘇里花園* 1A 期餘下的小規模建築工程及配套設施，並爭取取得相關最終合規證書。誠如本公司二零二三年年報所述，本業務分類將繼續努力向個別最終用戶出售餘下物業單位，同時探索以合理代價變現整個項目的可能性。

建溢集團主席兼行政總裁鄭楚傑先生表示：「展望主要市場的表現，本集團預期下半年將充滿挑戰，但於二零二四年及往後將逐步復蘇，本集團將採取以下措施，進一步拓展其客戶覆蓋，以捕捉隨後經濟復甦所帶來的機遇：

- (1) 積極接觸現有客戶以獲取訂單；
- (2) 加大延攬客戶的力度，以期重新實現收入增長及提高生產使用率；
- (3) 繼續投放更多資源於其電子駐車制動器電機，以及來自少兒及嬰兒護理產品行業及保健行業的其他新產品，以提高利潤率；
- (4) 審慎管理其營運資金，並繼續採取嚴格的成本控制措施，保留現金以防未來出現任何不確定因素；
- (5) 定期檢討其資產組合，並密切關注其非核心資源的變現機會，以便為未來的研發投資及市場滲透整合資。

透過採取上述策略，本集團已作好準備重新出發，未來為持份者締造更長遠價值。」

財務摘要

截至九月三十日止六個月

二零二三年
千港元

二零二二年
千港元

分類收益：			
電器及電子產品		231,320	310,919
電機		319,956	384,987
房地產開發		990	1,318
銷售成本 – 減值			
房地產開發 - 發展中物業及持作出售之竣工物業減值		--	(187,919)
本公司權益持有人應佔期內溢利 / (虧損)		36,725	(155,607)
分類業績：			
電器及電子產品		78,250	18,897
電機		152	33,413
房地產開發		(2,496)	(193,975)
每股盈利 / (虧損)	- 基本	8.37 港仙	(35.45) 港仙
	- 攤薄	8.37 港仙	(35.45) 港仙

有關建溢集團有限公司

建溢集團有限公司(00638.HK) 以科技引領生產，建構智造型工業企業。集團專注製造高端電器及電子產品，包括機械人、少兒產品及嬰兒護理產品、智能產品及保健產品，以及多樣化的電機驅動器和相關產品。集團亦於中華人民共和國貴州省參與若干房地產開發項目。

此新聞稿由金通策略有限公司代建溢集團有限公司發佈。

如有查詢，請聯絡：



DLK Advisory 金通策略

pr@dlkadvisory.com

電話：+852 2857 7101

傳真：+852 2857 7103