



KIN YAT HOLDINGS LIMITED

建溢集團有限公司

website: <http://www.kinyat.com.hk>

(Incorporated in Bermuda with limited liability)

(Stock Code: 638)

[即時發佈]

## 建溢集團有限公司

公佈二零二二年三月三十一日止年度業績

儘管面對 COVID-19 變種病毒

電機業務分類溢利按年升 27.4%至 71 百萬港元

### 財務摘要：

- 營業額按年下跌14.0%至2,316,315,000港元 (二零二一年：2,693,865,000港元)。
- 整體毛利按年下跌23.2%至245,532,000港元 (二零二一年：319,645,000港元)。
- 毛利率按年下跌1.3個百分點至10.6%。
- 權益持有人應佔本集團溢利按年下跌45.1%至56,858,000港元 (二零二一年：103,626,000港元)。

香港，二零二二年六月二十九日 — 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」) 公佈截至二零二二年三月三十一日止財政年度 (「年內」) 之經審核綜合業績。年內，本集團有策略地減少電器及電子產品業務分類的主要客戶訂單，成功將本集團的業務轉型。在該主要客戶的最後一批訂單於本年度第三季度交付後，先前被佔用的產能已經釋放，使本集團能夠開拓其他行業及利基市場，促進電子產品業務分類的增長策略由以量取勝過渡至以利潤率取勝。因此，本集團的營業額由約2,693,865,000港元按年 (「按年」) 減少14.0%至約2,316,315,000港元。

除收入減少外，由於供應鏈長期受阻，以及間中實施封鎖及生產受阻，加上人民幣升值，均使本集團整體毛利受壓。整體毛利率由11.9%減少1.3個百分點至10.6%，而毛利則由319,645,000港元減少23.2%至245,532,000港元。由於毛利的減少，由於毛利減少，故本集團致力於控制成本。在間接開支中，由於本年度並無確認發展中物業之減值虧損，因此行政開支按年減少。然而，由於油價不斷上漲以及2019新型冠狀病毒病疫情引發全球物流瓶頸，導致向客戶交付產品的運輸成本有所增加，因此，銷售及分銷開支錄得有所上升。此外，其他收入及收益亦大幅減少，主要是由於並無與2019新型冠狀病毒病疫情有關的若干補助及補貼，加上本年度確認的投資物業之公平值虧損。因此，本公司權益持有人應佔溢利由約103,626,000港元按年減少45.1%至56,858,000港元。本年度每股基本盈利為12.95港仙 (二零二一年：23.61港仙)。

### 電器及電子產品業務分類 (「電子產品業務分類」)

本年度對本集團的電子產品業務分類而言可謂新開始。為擴大利潤率及將集中的風險分散，本集團由二零一九年開始減少集中於單一客戶。於本年度年底，本集團與該主要客戶的服務合約已圓滿完成，並騰出所需的產能去開拓利潤較高的新行業及客戶。因此，即使於短期內機械人行業分類的收入有所減少，但相信這項策略能夠產生長線效益。總括而言，本業務分類於本年度的對外營業額減少 22.7%至 1,267,957,000 港元 (二零二一年：1,639,837,000 港元)，而本業務分類依然是本集團整體營業額的主要貢獻分類，佔本集團營業額 54.7% (二零二一年：60.9%)。

本集團亦透過調整客戶組合去為其他產品類別騰出額外產能及資源。2019 新型冠狀病毒病疫情迫使普羅大眾改變生活及工作習慣，「宅」經濟不斷發展，繼而帶動對本集團的少兒產品及嬰兒護理產品的需求增加。隨著人們的可支配收入增加以及父母愈來愈愛護子女，亦使嬰兒及兒童護理產品的支出增長。除少兒產品及嬰兒護理產品行業分類的亮眼表現外，於本年度本集團繼續受惠於新興的智能家居趨勢。受 2019 新型冠狀病毒病疫情傳播所帶動，加上本集團的強大研究與開發 (「研發」) 及物聯網 (「物聯網」) 實力，本集團成功推出嶄新家居產品，並為智慧產品行業分類獲得新客戶。

另一方面，消費者愈漸注重健康亦使以保健為賣點的電器出現強勁增長。本集團將醫療行業分類視為產品多元化及未來發展的新方向。因此，本行業分類一直積極探索與不同客戶合作開展新項目的可能性。於本年度，本業務分類確認多個新項目，有關新項目定於截至二零二三年三月三十一日止財政年度開始量產。

放眼未來，本集團認為減少依靠單一客戶能釋放更多資源，使本業務分類能夠探索嶄新產品及市場，並將其定位由以數量帶動轉型至以利潤率帶動。特別是，本集團將繼續部署更多資源發掘新產品及市場。此舉包括逐步傾向少兒產品及嬰兒護理產品，並利用設於馬來西亞的廠房或其他海外機構去發掘全新海外市場。另外，由於智慧家居科技興起意味出現對更優質新產品的渴求，這些產品的售價及利潤更高，因此本集團亦致力透過進一步投資物聯網以加強研發實力。憑藉其技術專長及生產優勢，本集團亦將探索自家品牌產品的潛力。

### 電機業務分類 (「電機業務分類」)

即使 Delta 及 Omicron 變種病毒出現，但大多數發達國家，特別在美國與歐洲等地，仍然成功恢復正常運作，而普羅大眾亦逐漸恢復正常消費。不過，2019 新型冠狀病毒病在少數地區死灰復燃而引致邊境及工廠暫時關閉，妨礙原材料供應及貨物運輸。面對空前的直接成本壓力，包括銅價持續上漲，本集團的電機業務分類已經主動與客戶聯絡，成功在困難重重之下轉嫁成本上漲壓力。然而，礙於前景未明，客戶下訂時普遍保持謹慎，於本年度的銷量輕微下降。因此，本年度的對外營業額為 1,044,052,000 港元 (二零二一年：1,048,551,000 港元)，按年微跌 0.4%。毛利率則微升，業務分類溢利則按年升 27.4%至 71,350,000 港元 (二零二一年：55,994,000 港元)。

隨著全球經濟復甦，本業務分類一直乘勢獲取新客戶開拓多元化的收入來源。於本年，電機業務分類已招募新研發人員參與這個產品系列及類別的長期發展，有關產品的單價及利潤率較其他標準電機相對高。這顯示出電機業務分類能夠利用長期業務關係及行業知識去把握商機，進一步滿足客戶所需，從長遠而言甚至能擴大收入來源及利潤。

展望未來，電機業務分類將密切監視原材料的價格，並積極與供應商協商，以合理價格維持足夠存貨。為滿足客戶的需求，電機業務分類也將確保準時交付，並於有需要時調整其售價，以保持利潤率及競爭力。本集團致力維繫新客戶，特別是電機業務分類自去年起增加派駐歐洲市場的銷售及營銷人員，積極拓展歐洲市場業務，除此以外，本集團亦將繼續發掘不同渠道去進一步豐富客戶組合，鞏固收入來源。同時，本分類將繼續投資研發，開發更先進的高產值產品，同時與現有客戶合作，發掘其他產品，提高客戶的黏著度及訂單量。

**建溢集團主席兼行政總裁鄭楚傑先生**表示：「即使Delta及Omicron變種病毒出現，但大多數發達國家仍然成功恢復正常運作，而普羅大眾亦逐漸恢復正常消費。為了抓住即將到來的市場反彈，本集團將繼續致力於採取審慎的措施，通過以下策略把握市場機會：

- (1) 逐步擴大客戶組合以滿足客戶需求;
- (2) 透過密切監察營運資金及採取嚴格的成本控制去維持財務狀況穩健;
- (3) 繼續謹慎評估於緬甸的投資計劃以及其他可行選項，以擴大業務範圍，在長遠而言進一步提供多地區的生產解決方案，及;
- (4) 投資更多於產品改造及高增值產品的研發，藉此提高核心競爭力。

透過採取上述策略，相信本集團做足準備去譜寫旅程的新篇，為其持份者締造更高價值。」

- 完 -

