



雷蛇 2020 年收益首度突破 10 亿美元 创下新里程碑

全年业绩扭亏为盈 超乎预期

透过#GoGreenWithRazer 计划重点关注环境及可持续发展 冀超额完成目标

中國，2021 年 3 月 24 日 – 全球玩家生活方式潮流品牌雷蛇™ (“雷蛇” 或 “公司” ，连同其附属公司统称 “集团” ，港交所股份代号：1337) 公布截至 2020 年 12 月 31 日止全年度 (“2020 年全年”) 业绩。

雷蛇联合创始人兼 CEO 陈民亮表示：“2020 年雷蛇年度业绩表现超卓，在实现盈利方面迎来转折点。尽管新型冠状病毒 (COVID-19) 疫情为全球市场带来不明朗因素，雷蛇本年度收益首次突破 10 亿美元，创下新的里程碑，而按公认会计原则基准计已扭亏为盈，超乎所有预期，印证了我们拥有的品牌优势，涵盖硬件、软件及服务的生态系统中具吸引力的产品及服务，以及强大的执行能力。我们计划延续这增长势头及经营实力至 2021 年，我们将会继续寻求于 2021 年后实现巨大的收益增长及保持盈利。”

他续指：“在 2020 年，除了交出亮丽的全年业绩之外，我们在环境、社会及企业管治 (“ESG”) 方面依然在全球企业中保持领导地位。作为全球最大的年轻一代和千禧世代品牌之一，我们不仅全面遵守香港联交所规定的环境、社会及管治标准，并且把标准定得更高，致力于在#GoGreenWithRazer (#一起雷蛇绿) 约章的指引下，为打造可持续发展的未来制定蓝图并做出贡献。”

2020 年全年业绩摘要

集团

- 收益创历来新高，达 12.1 亿美元，同比增长 48.0%，受惠于强劲需求、硬件业务市场份额增长和服务业务的持续高速增长。
- 毛利率提升至 22.3%，受惠于硬件业务利润率提升以及高利润率的服务业务对本集团的贡献增加。
- 按公认会计原则基准计，净利润扭亏为盈达 0.8 百万美元，表现胜预期，由强劲的收益增长加上生产力改善措施所带动。
- 经营活动现金流转正，达 1.5 亿美元，由稳健经营利润、有效管理营运资金及严格控制现金支出所带动。



- 无负债并且所持现金增至逾6.0亿美元，属业内表现最稳健的资产负债表之一。

核心业务

硬件

- 收益同比增长51.8%至10.8亿美元。
- 外设业务在鼠标、键盘及耳机等核心类别取得强劲增长。
- 核心外设业务在美国、欧洲、亚太地区及中国的游戏外设市场保持领先地位，在竞争中大幅提升市场份额¹。
- 笔记本产品业务在美国高端游戏笔记本市场保持领导地位，同时在美国以外的新市场中获得更多市场份额²。
- 尽管年初因新型冠状病毒疫情受短暂影响，笔记本产品业务受消费者压抑的需求带动，自5月起加速增长，同比取得强劲的双位数增长。
- 集团进一步拓展移动/云游戏、主机游戏、直播产品及电竞椅等增长领域。

软件

- 总用户数目同比增长53.8%至近1.23亿个，每月活跃用户增长超过68.2%。有关增长主要源于游戏、电竞及直播活动增加，推动我们的软件产品平台强劲增长。
- 雷蛇继续专注于加强用户体验，并提高用户对雷蛇生态系统的忠诚度。
 - 在9月，Razer Cortex雷游电脑版通过推出Squad Rewards排行榜挑战，在用户活跃度及参与度方面取得巨大增长，用户可通过排行榜挑战与朋友组成战队，根据游戏时间赚取Razer Silver忠诚积分奖励。
 - Razer Chroma™ RGB继续拓展其连接设备计划，与WD Black、Seagate、Twinkly及Yeelight建立新合作伙伴关系，硬件合作伙伴关系总数超过50个。

服务

- 雷蛇亦为年轻一代、千禧世代及Z世代提供支付服务。
- 服务业务（包括Razer Gold及Razer Fintech）继续扩大，同比增长66.8%至1.3亿美元。

^{1,2} 内部资料及市场研究



- 毛利率为43.8%，对集团的毛利贡献由2019年的19.4%增加到20.8%。

Razer Gold

- 总支付交易规模（「TPV」）同比增长102.4%，由通过Razer Gold平台进行的交易宗数增加所带动。
- 进一步扩张业务版图，共增加160万个渠道接触点，其中包括中东及北非地区。超过130个国家的用户现在可以从逾500万个渠道接触点购买Razer Gold。
- 继续巩固Razer Gold作为内容合作伙伴首选的地位，涵盖逾34,000款数码娱乐内容，并新增多款热门游戏，例如《Apex英雄》、《决胜时刻现代战争》、《原神》与《RO仙境传说》，以及其他新内容如MeMe直播应用程序等。

Razer Fintech

- 总支付交易规模高达43亿美元，同比增长104.4%。
- 线上电商、消费零售及饮食行业接入的新商户数量同比增长约191.0%，超过50,000个，从而带动上述增长。
- 此外，新型冠状病毒疫情导致的封锁措施也推动了线上购物和数码娱乐消费活动的大幅增长。

环境、社会及管治 (ESG)

- 全面遵守香港联交所的环境、社会及管治指引。
- 集团将超越指引涵盖的范围，透过#GoGreenWithRazer（#一起雷蛇绿）计划重点关注环境及可持续发展。
- 可持续发展方案将集中在四大范畴：
 - 绿色组织：承诺于2021年底前使用再生及可回收物料，于2025年前使用可再生能源，并于2030年前实现碳中和。
 - 绿色产品：目标是于2022年前通过碳消费标签体现消费者透明度；于2025年前，雷蛇的所有产品可经雷蛇进行回收；于2030年前，雷蛇的所有产品将使用再生或可回收物料。
 - 绿色社区：透过多种启发性活动教育粉丝，例如与Conservation International合作举办Sneki Sneki活动，拯救100万棵树。



- 绿色投资：支持并投资于环保及可持续发展初创企业，涉及范畴包括可再生能源、减碳、塑料管理与水资源解决方案。

展望

雷蛇将继续在新型冠状病毒疫情的大环境下密切监察市场情况，我们推动进一步巨大的收益增长及持续的盈利能力的举措包括：

- **巨大的收益增长：**
 - 推出新硬件产品
 - 扩大软件平台用户群
 - 进一步投资以拓展快速增长的服务业务
- **持续的盈利能力：**
 - 提高硬件利润率
 - 稳健经营开支管理
 - 提升较高利润率的硬件及服务业务的收益比重
- **现金运用：**
 - 投资于研发新的硬件产品及新的服务
 - 持续的股份回购
 - 投资/并购活动

详情请参阅集团根据《香港联合交易所有限公司证券上市规则》发布的2020年全年业绩公告。如欲了解更多有关我们在环境、社会及管治方面的工作详情，可浏览网站：<http://www.razer.com/go-green>。



关于 Razer (雷蛇)

Razer (雷蛇) 是全球领先的玩家生活方式潮流品牌。

Razer 三头蛇徽标是全球游戏及电竞领域最广为人知的 LOGO 之一。粉丝遍布各大洲的 Razer 设计并打造了全球最大的专为玩家提供硬件、软件和服务的一体化生态系统。

屡获殊荣的 Razer 硬件产品包括高性能游戏外设及 Razer Blade 灵刃系列游戏笔记本电脑。

Razer 的软件平台拥有超过 1.25 亿名注册用户，其中包括物联网平台 Razer Synapse 雷云、Razer Chroma RGB 幻彩灯光技术系统以及游戏优化及启动程序 Razer Cortex 雷游。

Razer 亦为游戏玩家，包括年轻一代、千禧世代和 Z 世代提供支付服务。Razer Gold 是全球最大的游戏支付服务之一，而 Razer Fintech 在新兴市场提供金融科技服务。

Razer 创立于 2005 年，双总部分别设于美国加州尔湾 (Irvine) 及新加坡，在全球各地拥有 17 个办事处，在美国、欧洲和中国被誉为领先的游戏品牌，Razer 现已在香港联合交易所主板上市 (股票代码：1337)。

媒体查询

RAZER

Canny Lo

Canny.lo@razer.com

+852 9836 7249

FINSBURY GLOVER HERING

Evonne Xiao

Evonne.Xiao@fgh.com

+852 9681 9865

Razer - 「始于玩家，赋予玩家」

###