

【請即時發放】



# 恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

恒安國際公佈二零一三年全年業績  
營業額首次突破 **200 億港元** 同比上升 **14.4%**  
股東應佔利潤為 **37.2 億港元** 派末期息每股 **1.0 港元**

## 財務摘要

截至十二月三十一日止年度	二零一三年 港幣千元	二零一二年 港幣千元	變動
收入	<b>21,186,368</b>	18,524,233	<b>+14.4%</b>
毛利	<b>9,559,460</b>	8,315,203	<b>+15.0%</b>
毛利率	<b>45.1%</b>	44.9%	<b>+0.2 百分點</b>
股東應佔利潤	<b>3,721,031</b>	3,518,705	<b>+5.8%</b>
每股基本盈利 (港元)	<b>3.024</b>	2.863	<b>+5.6%</b>
每股攤薄盈利 (港元)	<b>3.021</b>	2.861	<b>+5.6%</b>
每股中期股息 (港元)	<b>0.85</b>	0.75	<b>+13.3%</b>
每股末期股息 (港元)	<b>1.00</b>	0.95	<b>+5.3%</b>
每股全年股息 (港元)	<b>1.85</b>	1.70	<b>+8.8%</b>

(二零一四年三月二十五日 — 香港) — 恒安國際集團有限公司 (「恒安國際」或「公司」；股票編號：1044，連同其附屬公司統稱「集團」) 今天公佈截至二零一三年十二月三十一日止年度之全年業績。

截至二零一三年十二月三十一日止年度，集團錄得收入約港幣 21,186,368,000 元，較去年上升約 14.4%。股東應佔利潤約港幣 3,721,031,000 元，較去年上升約 5.8%。董事會宣佈派發截至二零一三年十二月三十一日止年度之末期股息每股港幣 1.00 元。連同中期股息每股港幣 0.85 元，集團全年共派息每股港幣 1.85 元。

回顧年內，受惠於產品組合優化和擴大規模效益的正面影響，加上本集團的成本控制措施得宜，抵銷了原材料價格輕微上漲的壓力及市場競爭加劇的負面影響，本集團全年的毛利率約為 45.1%，與去年相若。按收入的百分比計，分銷成本及行政費用上升，佔年度整體收入約 24.8% (二零一二年：22.3%)，這主要是因為年內加強推廣及品牌宣傳的力度和研發方面的投入所致。

談及集團的全年業績，恒安國際主席施文博先生表示：「二零一三年，歐美經濟逐步復甦。中國政府亦加緊推行多項措施，使經濟保持穩定增長。中國經濟增長及城鎮化進程持續，不但使城

鎮及農村居民收入增長，其生活質素及健康衛生意識也隨之而提升，推動優質個人及家庭衛生用品市場的發展。恒安作為中國個人及家庭衛生護理用品行業的領先企業，憑藉其雄厚業務基礎、品牌實力及規模優勢，並採取有效的成本控制措施，應對市場環境轉變，繼續掌握市場蓬勃的發展所帶來的機遇，實現業務平穩增長。」

### **紙巾業務**

二零一三年，紙巾業務銷售收入增長約 11.6%至約港幣 10,204,020,000 元，佔整體收入約 48.2%（二零一二年：49.4%）。年內，集團推出升級產品系列，並繼續發揮品牌和網路方面的優勢，推動紙巾銷售的增長。全年，國內紙巾銷售收入增長仍達到約 14.2%。然而較低利潤率的原紙出口業務因為激烈的市場價格競爭的影響而有雙位元數字跌幅，影響整體收入增長。

年內，紙巾業務的毛利率下降至約 34.1%（二零一二年：35.4%），反映生產成本隨著主要原材料造紙木漿價格於下半年輕微上升而增加，以及集團加大推廣和品牌宣傳的力度，使成本上升所致。隨著造紙木漿的全球供應從二零一四年起開始增加，管理層估計原材料成本壓力可望在二零一四年下半年有所紓緩。

二零一三年，本集團並無新增生產線，年度化產能約 900,000 噸。集團計畫在二零一四下半年及二零一五年分別增加年度化產能約 360,000 及 120,000 噸。隨著新增產能陸續投產，管理層考慮在鞏固內地銷售的同時，於二零一四年第二季度開始拓展海外市場，以增加銷售收入。

### **衛生巾業務**

二零一三年，衛生巾業務收入增長約 21.5%至約港幣 5,972,695,000 元，佔整體收入約 28.2%（二零一二年：26.5%）。衛生巾業務的毛利率約 66.3%（二零一二年：65.8%），與去年相若。年內原材料價格輕微上升和市場競爭加劇造成成本上升的壓力，但集團繼續提升中高檔產品銷售比例抵銷有關影響。未來本集團會繼續專注於產品創新、優化現有產品及增加中高檔產品銷售，以滿足消費者的需求。

### **紙尿褲業務**

二零一三年，紙尿褲業務收入上升約 9.4%至約港幣 2,938,186,000 元，佔整體收入約 13.9%（二零一二年：14.5%）。受到銷售管道內積壓的舊版本產品所拖累，集團於二零一二年的紙尿褲銷售表現並不理想。然而，隨著舊版本產品於本年第一季大致清理完畢，加上市場對升級版本產品反應正面，令紙尿褲業務銷售回復增長。

集團加強推廣及宣傳中高檔紙尿褲產品的效果顯著，加上於二零一三年第四季度推出新產品「拉拉褲」系列，使中高檔紙尿褲之銷售收入按年上升約 17.9%。然而，由於低檔紙尿褲的市場競爭仍然激烈，其銷售收入按年下降約 10.6%。因為毛利率較高的中高檔產品銷售比例增加，抵銷了年內原材料價格輕微上升的影響，因此本集團紙尿褲業務的毛利率上升至約 44.5%（二零一二年：42.9%）。

於年內，本集團按計劃強化現時銷售網路的管理，並積極拓展新興網路，進入多家母嬰店和拓展在「一號店」、「天貓」及「京東商城」等網上管道的銷售，使管道覆蓋更加全面。隨著採取上述措施，管理層有信心把握中國放寬「單獨二胎」政策及市場滲透率提升帶來的機遇，對紙尿褲業務增長長遠前景感到審慎樂觀。

### **零食業務**

二零一三年，零食業務整體收入上升約15.7%至約港幣1,604,655,000元，佔整體收入的約7.6%（二零一二年：7.5%）。由於年內主要原材料例如糖及棕櫚油等成本下降，故集團零食業務的毛利率上升至約42.3%（二零一二年：38.2%）。於二零一四年，本集團會繼續投放資源增加產品組合，以迎合消費者的不同口味，促進零食業務的銷售收入增長。

### **流動資金、財務資源及銀行貸款**

集團繼續保持財政穩健。於二零一三年十二月三十一日，集團共有現金及銀行存款、長期銀行存款和有限制銀行存款約為港幣20,438,069,000元。可換股債券負債部份及銀行貸款分別約為港幣5,227,130,000元及14,192,557,000元。於二零一三年十二月三十一日，集團的負債比率（按總貸款對比總股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準）約為117.5%；而淨負債比率（按總貸款減去現金及銀行存款及長期銀行存款對比股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準）約為負5.8%，處於淨現金狀況。

### **展望**

展望未來，施先生表示：「展望二零一四年，歐美國家經濟復甦在望，將有利全球貿易復甦及經濟發展，中國經濟亦將受惠。中國人民收入持續提升及城市化進程持續，繼續為中國個人衛生用品的發展奠下有利的基礎。中國於放寬『單獨二胎』政策，對嬰幼兒用品市場的好處將從二零一四年第四季度起逐步顯現。集團會繼續加強產品推廣和發展有潛力的市場，抓緊市場機遇，滿足日益擴大的市場需求。憑藉集團龐大的分銷網路及積極的擴展策略，本集團有信心能於持續平穩增長的中國經濟中，取得穩健的業務增長，並鞏固集團在國內行業的領先地位。」

- 完 -

### **公司背景**

恒安集團於一九八五年成立，主要於中國製造、分銷和出售個人衛生用品和零食產品。恒安國際的股份於一九九八年起在香港聯合交易所上市。集團自二零一一年六月起成為恒生指數成份股。

如有垂詢，請聯絡：

**iPR Ogilvy Ltd.**

丘倩瑜/ 謝紫筠/ 譚卓敏/ 廖安庭

電話：(852) 2136 6183/ 2136 6950/ 3920 7626/ 3920 7631

傳真：(852) 3170 6606

電郵：hengan@iprogilvy.com