

【請即時發放】



恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

恒安國際公佈二零一五年全年業績

業務錄得平穩增長 淨利潤增加至 **40.5** 億港元
末期派息每股 **1.15** 港元

*** **

財務摘要

	截至十二月三十一日止年度		變動
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元	
收入	24,450,468	23,830,778	+2.6%
毛利率	47.6%	46.1%	+1.5 百分點
經營利潤	6,151,002	5,750,058	+7.0%
公司權益持有人應佔利潤	4,050,869	3,915,818	+3.4%
每股基本收益 (港元)	3.314	3.188	+4.0%
每股攤薄收益 (港元)	3.308	3.184	+3.9%
每股中期股息 (港元)	0.95	0.85	
每股末期股息 (港元)	1.15	1.15	
每股全年股息 (港元)	2.10	2.00	+5.0%

(二零一五年三月二十二日 — 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」) 今天公佈截至二零一五年十二月三十一日止年度之全年業績。

截至二零一五年十二月三十一日止年度，受到市場競爭激烈的影響，加上部份分銷商仍存在現金流緊絀和存貨過多的情況下，集團錄得收入約港幣 24,450,468,000 元 (二零一四年：港幣 23,830,778,000 元)，較去年僅上升約 2.6%。經營利潤增加約 7.0% 至約港幣 6,151,002,000 元 (二零一四年：港幣 5,750,058,000 元)。年內，由於人民幣兌港元及美元貶值，集團錄得匯兌虧損約港幣 429,238,000 元 (二零一四年：港幣 132,264,000 元)。股東應佔利潤約港幣 4,050,869,000 元 (二零一四年：港幣 3,915,818,000 元)，較去年上升約 3.4%。董事會宣佈派發截至二零一五年十二月三十一日止年度之末期股息每股港幣 1.15 元 (二零一四年：港幣 1.15 元)。

年內，受惠於產品組合優化、擴大規模效益，及原材料價格下跌的正面影響，抵銷了市場競爭持續加劇之負面影響，本集團全年的毛利率上升至約 **47.6%**（二零一四年：**46.1%**）。按收入的百分比計，分銷成本及行政費用佔年內整體收入下跌至約 **25.3%**（二零一四年：**26.9%**），主要是因為年內石油價格大幅調整，和物流與倉庫管理改革使運輸倉庫費用下跌，及集團在一些新興的母嬰店和網上銷售渠道減少採用分銷商服務而自行經營，使推廣促銷費下跌的結果。

恒安國際主席施文博先生表示：「回顧二零一五年，全球經濟微弱復甦。美國經濟溫和擴張，歐元區經濟緩慢復甦，但新興市場整體經濟增長則進一步放緩。儘管中國人民銀行於年內繼續推行各項定向寬鬆政策，中國全年經濟增速持續減慢。根據中國國家統計局公佈的資料顯示，二零一五年中國國民生產總值按年上升約 **6.9%**至約人民幣 **676,708** 億元。作為中國領先的個人及家庭衛生用品企業，恒安憑藉其規模優勢及有效的成本控制措施，積極應對經濟緩慢增長的挑戰，繼續實現平穩增長。」

衛生巾業務

衛生巾業務的銷售收入增長約 **3.4%** 至約港幣 **7,683,399,000** 元，佔集團整體收入約 **31.4%**（二零一四年：**31.2%**）。受惠於產品組合優化所帶來的效益，以及主要原材料石油化工產品的價格繼續下跌，衛生巾業務的毛利率上升至約 **72.6%**（二零一四年：**68.5%**）。

踏入二零一六年，隨著集團的新產品及升級產品受到歡迎，加上分銷商的存貨逐漸回到合理水平，集團預期銷售的表現將有所改善，第一季度銷售增長已優於二零一五年的增長。集團會繼續拓展新興的網上銷售渠道，專注於產品創新、優化產品組合及增加中高檔及高檔產品銷售，以滿足市場的需求轉變。

紙巾業務

中國生活用紙人均消費量仍然落後於發達國家，意味市場潛力巨大。然而，整體行業產能過剩，競爭加劇及人民幣貶值持續影響集團紙業的增長速度。因此，紙巾業務收入輕微下跌約 **0.5%**至約港幣 **10,800,191,000** 元，佔整體收入約 **44.2%**（二零一四年：**45.6%**）。若撇除毛利率較低的原紙銷售業務(主要用作出口)，則國內產品銷售輕微增長約 **1.5%**。

因為用於生產紙巾的造紙木漿之價格下跌，抵銷因市場競爭激烈，加大推廣促銷及品牌宣傳的力度的負面影響，故毛利率較去年上升至約 **35.6%**（二零一四年：**34.5%**）。

隨著多個新包裝優質系列產品逐漸受到市場接受，集團預期國內銷售於二零一六年會改善，而第一季度整體銷售已回復正增長。

集團年內的年度化產能約為 **1,020,000** 噸，預計二零一六年下半年或二零一七年上半年增加至約 **1,140,000** 噸。集團會因應未來的市場情況及銷售表現決定未來增加多少產能。此外，集團未來會繼續拓展新興的網上銷售渠道。

紙尿褲業務

雖然有大量生產商投入市場，導致競爭加劇，但隨着中國放寬二孩政策，加上生活水平改善，預期紙尿褲的市場滲透將會持續增長。

年內，集團繼續加強中高檔紙尿褲產品的推廣力度，並積極拓展及進入新興的母嬰店和網上銷售渠道。中高檔紙尿褲產品銷售上升約 21.9%，顯示市場對較高檔次產品的需求不斷提升。但由於低檔紙尿褲（即：紙尿片）和中檔紙尿褲的市場競爭依然激烈，加上部份分銷商現金流緊絀及存貨過多，和人民幣貶值，其銷售收入分別按年下降約 22.6%及 16.1%。因此，截至二零一五年十二月三十一日止年度，紙尿褲產品整體收入輕微下降約 1.6%至約港幣 3,044,739,000 元，佔集團整體收入約 12.5%（二零一四年：13.0%）。

集團於年內的產品組合優化繼續見效，加上主要原材料石油化工產品的價格保持下跌，毛利率上升至約 49.3%（二零一四年：45.3%）。集團計劃於二零一六年繼續強化中高檔產品的促銷推廣，和拓展母嬰店與網上銷售渠道，期望增加紙尿褲業務的長期銷售增長。因此，第一季度銷售表現已優於二零一五年的銷售表現。

零食業務

由於集團的零食產品並非生活必需品，故銷售受到經濟增長放緩所影響。年內，零食業務銷售收入下降約 17.4%至約港幣 1,267,144,000 元，約佔集團整體收入的 5.2%（二零一四年：6.4%）。主要原材料如棕櫚油及包裝物料等成本下降，有效抵銷市場競爭激烈的負面影響，因此該業務的毛利率維持穩定達到約 42.2%（二零一四年：42.4%）。

隨著國民生活質素提升，集團相信零食業務長遠仍會保持穩定發展。於二零一六年，集團會繼續投入資源豐富其產品組合，以迎合不同顧客的口味，從而促進零食業務的收入增長。集團計劃分拆零食業務上市，有關工作正在進行中，預期可於二零一六年內完成。

滙兌虧損及外滙風險

年內，因人民幣兌港元及美元貶值，所以在香港公司的應收國內附屬公司人民幣股息產生滙兌虧損合共約港幣 227,653,000 元。此外，香港和澳門公司有人民幣存款，而國內公司有淨美元貸款，所以也產生滙兌虧損合共約港幣 102,654,000 元。集團已採取適當措施，大幅減低於香港及澳門公司的人民幣資產，而國內公司則有淨美元存款。因此預期於二零一六年因人民幣可能貶值而產生的滙兌虧損將較二零一五年的減少。

本集團大部分收入是以人民幣結算，而部分原材料是從外國進口並以美元支付的。本集團從沒有在取得足夠的外滙以支付該等貿易款項或將國內附屬公司的利潤滙到國外控股公司方面遇到很大的困難。

於二零一五年十二月三十一日，除了與某些大型商業銀行訂立的遠期匯率掉期合約及利率掉期合約外，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。

流動資金、財務資源及銀行貸款

集團保持穩健的財政狀況。於二零一五年十二月三十一日，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港幣 18,783,978,000 元（二零一四年十二月三十一日：港幣 22,432,839,000 元），可換股債券負債部份約港幣 5,558,495,000 元（二零一四年十二月三十一日：港幣 5,390,267,000 元），及銀行貸款共約港幣 11,573,518,000 元（二零一四年十二月三十一日：港幣 15,164,387,000 元）。

於二零一三年六月發行的可換股債券所籌到的資金淨額約港幣 53.24 億元，已經用於償還銀行貸款約港幣 37.51 億元，投資於附屬公司約港幣 4.42 億元，購回本公司股份約港幣 3.02 億元，支付股息約港幣 5.51 億元，放為定期存款約 1.16 億元及撥作為一般營運資金用途約港幣 1.62 億元。

可換股債券的年利息率固定為 2.7%，而銀行貸款的年利息率浮動在約 0.3%至 5.2%之間（二零一四年：1.1%至 5.2%之間）。

於二零一五年十二月三十一日，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）下跌至約 98.3%（二零一四年：116.5%），因年內集團償還了部份銀行貸款；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 9.3%（二零一四年：負 10.4%），因集團處於淨現金狀況。

年內，集團的資本性開支約港幣 1,375,339,000 元。於二零一五年十二月三十一日，集團並沒有重大或然負債。

展望

展望二零一六年，施文博主席表示：「全球經濟仍將充滿挑戰，中國經濟進入適度增長的新常態。儘管如此，隨著中國人均收入不斷上升，城市化進程加快及消費者的個人衛生意識提升，將為個人衛生用品市場的發展繼續提供正面支持。」

「為更好配合市場整合及產品銷售結構改變，未來集團將繼續加強產品組合優化的工作，保持產品的市場佔有率。同時，集團亦會致力改善產品質素和管理效率，從而加強品牌影響力、提高利潤率及整體競爭力。集團將繼續密切關注原材料價格的趨勢，因應市場轉變優化產品組合，進一步提升毛利率。集團有信心繼續保持在國內個人衛生用品行業的領導地位，確保業務穩健增長。」

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 & Mather

譚寶瑩/ 陸詠詩/ 廖安庭/ 陳熹楠/ 陳穎彤

電話：(852) 2136 6182/ 2169 0467/ 3920 7631/ 3920 7651/ 3920 7678

傳真：(852) 3170 6606

電郵：hengan@iprogilvy.com