

【請即時發放】



# 恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

恒安國際公佈二零零八年全年業績  
股東應佔盈利增長約 **33.0%**至約港幣 **13.4 億元**

\* \* \*

衛生用品業務持續增長  
拓展零食業務 發展成為快速消費品領先企業

## 財務摘要

截至十二月三十一日止年度	二零零八年 港幣千元	二零零七年 港幣千元	轉變 (%)
營業額	8,001,545	5,686,972	40.7%
毛利	3,202,546	2,276,244	40.7%
毛利率(%)	40.0%	40.0%	
股東應佔盈利	1,340,914	1,008,157	33.0%
每股基本盈利 (港幣)	1.172 元	0.924 元	26.8%
每股攤薄盈利 (港幣)	1.152 元	0.924 元	24.7%
每股末期股息	40.0 港仙	32.0 港仙	18.8

(二零零九年三月十八日 — 香港) – 恒安國際集團有限公司 (「恒安國際」或「本公司」；股票編號：1044，連同其附屬公司統稱「集團」) 今天公佈其二零零八年全年業績。截至二零零八年十二月三十一日止年度，集團錄得營業額約港幣 8,001,545,000 元，較去年增加約 40.7%。股東應佔盈利較去年增長約 33.0%至約港幣 1,340,914,000 元。每股基本盈利及每股攤薄盈利分別約港幣 1.172 元(二零零七年：港幣 0.924 元)及港幣 1.152 元(二零零七年：港幣 0.924 元)。

董事會建議派發末期股息每股 40.0 港仙(二零零七年：32.0 港仙)。連同中期股息每股 32.0 港仙，集團全年共派息每股 72.0 港仙(二零零七年：60.0 港仙)。

談及集團的全年業績，恒安國際主席施文博先生表示：「本年度內，美國次按危機演化為金融海嘯，嚴重打擊全球經濟及消費。年內，中國經濟環境相對穩定，衛生用品作為日常生活必需品，需求仍得以保持，加上本集團業務基礎強勁，品牌知名度甚高，在國內個人及家庭衛生護理用品行業穩佔領先地位。因此，本集團營業額及盈利均持續錄得強勁增長。集團透過提升紙巾產品售價、優化產品組合、有效的採購策略、減短工作流程及減少原材料廢棄率等多項提升生產效能的措施，進一步抵銷本年首三個季度原材料成本上漲的壓力。」

## 紙巾業務

內地人均收入穩步上揚，帶動市場對優質紙巾產品的需求。然而中國生活用紙的消費量相對其他先進發達的歐美國家仍然偏低，為市場提供龐大的增長潛力。中國政府嚴格執行環保法規，也加快市場的整合，為集團帶來新機遇。二零零八年度，集團紙巾業務的銷售額上升約 49.9%至約港幣 3,874,924,000 元，約佔集團整體銷售額的 48.4%。

年內，集團繼續以生產毛利率較高的紙巾產品為主，包括盒裝紙巾、手帕紙及濕紙巾。這類產品的銷售額合共佔紙巾業務總銷售額的 68.7% (二零零七年：71.4%)。

應付日益殷切的市場需求，集團繼續擴充產能。隨著福建廠房第二期及湖南廠房第二期分別於二零零八年四月及十二月相繼投產，於二零零八年底，集團年產能已達 36 萬噸。

集團紙巾業務的毛利率約 31.6% (二零零七年：31.5%)，與去年相若，主要是因為集團自二零零八年三月起調高產品售價 5%至 10%，加上受惠於原材料的價格從二零零八年第四季起開始回落，抵銷了第一至第三季度原材料價格上升的影響。

## 衛生巾業務

隨著國內消費者生活水平及衛生意識不斷提高，使個人衛生巾的需求量持續上升。作為國內領先的大型個人衛生用品生產商，集團二零零八年在衛生巾業務表現令人鼓舞，銷售額約達港幣 2,015,580,000 元，增長約 31.0%，約佔集團總銷售額的 25.2%。集團仍然以生產中高檔次產品為主，其中「七度空間」系列產品繼續深受市場歡迎，約佔集團衛生巾業務總銷售額的 50.0% (二零零七年：40.9%)。

儘管二零零八年第一至第三季度衛生巾的主要原材料石油化工產品和絨毛木漿的價格持續高企，然而集團成功通過加強控制成本，增加高毛利率產品的比例，並且受惠於原材料的價格從第四季度開始下跌，使全年毛利率上升至約 57.9%。(二零零七年：56.9%)

## 紙尿褲業務

中國經濟發展迅速，國民生活水平日益提高，嬰兒紙尿褲產品漸趨普及。然而相比其他發達國家，市場滲透率仍然相對偏低，市場發展潛力龐大。年內，紙尿褲業務的銷售額約港幣 1,873,526,000 元，上升約 37.7%，約佔總銷售額的 23.4%。

受惠於紙尿褲主要原材料石油化工產品及木漿的價格於年內第四季度開始下跌，加上集團持續加強內部成本控制及優化產品結構，使紙尿褲業務的毛利率上升至約35.3%的水平 (二零零七年：33.3%)。

## 零食業務

中國內地經濟發展蓬勃，為零食業提供龐大的發展潛力。有見及此，集團於二零零八年十一月二十八日以總代價約港幣2.6億元，收購內地零食製造商親親食品集團有限公司（「親親食品」）的51%權益，作為集團進軍零食業務的第一步。

年內，親親食品的營業額約港幣 843,635,000 元，股東應佔盈利約港幣 53,307,000 元。但由於該業務從收購日計起，僅有一個月的業績入帳，因此年內對集團的盈利貢獻較少。

## 展望

全球經濟放緩，對各行業的經營環境影響存在眾多不明朗因素。然而，隨著中國整體生活水平提高及人民衛生意識不斷加強，加上城市化和市場化進程加快，集團對個人護理及衛生用品市場的前景仍然審慎樂觀。

紙巾業務方面，集團將因應市場的需求，繼續研發及推出更多優質的紙巾產品，進一步豐富產品組合，以迎合市場不同的需要。為滿足市場的需求，集團計劃於二零零九年進一步擴大產能，預期二零零九年年底前，年產能將提升6萬噸至42萬噸。

衛生巾業務方面，中高端品牌如「安爾樂」及「七度空間」產品繼續廣受市場青睞。集團將積極生產更多毛利率較高的中高檔產品，並加強品牌宣傳，進一步提高市場佔有率。

紙尿褲業務方面，集團會抓緊市場進入快速成長期的機遇，優化產品組合，推出更具競爭力的新產品，同時改進原有生產技術及增加新的生產線以加強生產力。

零食業務方面，本集團今年將專注整合親親食品業務，藉以在物流、分銷網絡及品牌管理等方面與現有業務產生協同效益。有見親親食品往績斐然及未來前景樂觀，本集團相信是次收購將會提升本集團整體業務表現，並鞏固其盈利基礎。集團希望於未來將零食業務發展成為第四大業務。

施先生總結說：「二零零九年，環球市場形勢將更為嚴峻，經營環境挑戰與機遇並存。為了鞏固領先的市場地位，集團將不斷引入新技術，提升產品品質。與此同時，集團會積極拓展銷售網絡，加大宣傳及促銷活動的力度，提升集團的品牌影響力及進一步擴大市場佔有率。透過委任獨立管理顧問，集團致力優化管理水平、提高營運效率及加強自身競爭優勢。本集團已蓄勢待發，銳意抓緊未來的市場機遇，擴大發展規模，確保業務穩健增長，並為股東創造更高的價值。」

- 完 -

## 公司背景

恒安國際由一九八五年開始從事衛生用品業務，由一間生產商發展成為今天以客戶為本，集生產、銷售及市場推廣於一身的快速消費品企業。恒安國際現為中國最具規模的紙巾、衛生巾、嬰兒紙尿褲、成人紙尿褲及潔膚產品生產商之一，亦有在香港從事分銷膠布、浣腸劑及急救用品等產品。此外，集團也為中國領先的零食製造商之一。

如有垂詢，請聯絡：

**iPR Ogilvy Ltd.**

洪淑雅/ 袁承欣/ 丘倩瑜

電話：(852) 2136 6956/ 3170 6609/ 2136 6183

傳真：(852) 3170 6606

電郵：evan.hung@iprogilvy.com/ stephanie.yuen@iprogilvy.com/ charis.yau@iprogilvy.com