

【請即時發放】



恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

恒安國際公佈二零一七年年中期業績

整體公司權益持有人應佔利潤增至人民幣 18.54 億元
派中期息每股人民幣 0.95 元

*** **

電商銷售強勁 恆安特色阿米巴經營策略漸見成效

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		變動
	二零一七年 人民幣千元	二零一六年 人民幣千元	
*收入	9,562,746	9,577,341	-0.2%
*毛利率	48.6%	48.1%	+0.5 個百分點
*經營利潤	2,616,808	2,301,451	+13.7%
*公司權益持有人應佔利潤	1,853,935	1,627,500	+13.9%
整體公司權益持有人應佔利潤	1,853,935	1,635,040	+13.4%
整體每股基本盈利（人民幣）	1.539	1.346	+14.3%
每股中期股息（人民幣）	0.95	0.85	+11.8%

註：*持續經營業務

（二零一七年八月二十四日 — 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」）今天公佈截至二零一七年六月三十日止之中期業績。

回顧期內，恒安集團在銷售系統實施「平台化小團隊經營」模式（即恒安特色的亞米巴），於二零一七年四月底完成佈局及全面實施，成效亦已在第二季逐步反映。在銷售結構的調整期間，集團整體銷售略為受到影響，加上個人衛生用品市場競爭激烈，二零一七年六月三十日止六個月，集團錄得持續經營業務收入約人民幣 9,562,746,000 元（二零一六年上半年：人民幣 9,577,341,000 元），較去年同期輕微下降約 0.2%。

期內集團積極優化產品組合，擴大規模效益，抵銷了市場競爭持續加劇及造紙木漿價格於今年上升帶來的負面影響，期內毛利率上升至約 48.6%（二零一六年上半年：48.1%）。按收入的百分比計，分銷成本及行政費用佔期內收入的比例下降至約 25.8%（二零一六年上半年：26.8%），主要因為「平台化小團隊經營」的實施，有效管控銷售渠道的推廣與促銷費用及員工費用下降。整體公司權益持有人應佔利潤上升約 13.4%至約人民幣 1,853,935,000 元（二零一六年上半年：人民幣 1,635,040,000 元）。董事會宣佈派發中期股息每股人民幣 0.95 元（二零一六年上半年：人民幣 0.85 元）。

談及集團的中期業績，恒安國際主席施文博先生表示：「回顧二零一七年上半年，中國經濟保持穩定增長，根據中國國家統計局的資料，上半年中國國內生產總值同比增長 6.9%，優於市場預期及官方所訂的 6.5% 增長目標。內地零售市場景氣亦有所回溫，上半年社會消費品零售按年增 10.4%，增速比第一季度加快 0.4 個百分點。集團已於二零一七年四月底完成佈局及全面實施『平台化小團隊經營』經營模式，成效亦已在第二季逐步反映。」

衛生巾業務

隨著中國城市化率不斷提高，國內女性社會地位和經濟地位的不斷提高，女性對自身健康的關注和需求也不斷增加，促使衛生巾市場穩定發展。

集團於期內繼續積極優化產品組合，如針對女性應用需求的甜睡褲系列，並得到良好的市場反應，加上得益於強勁的電商銷售，業務保持穩定增長。期內，衛生巾業務銷售增長約 7.2% 至約人民幣 3,439,616,000 元，佔集團收入的約 36.0%（二零一六年上半年：33.5%）。

二零一七年上半年，主要衛生巾原材料石油化工產品（如無紡布），的價格持續下降，再加上產品組合優化所帶來的效益，衛生巾業務的毛利率上升到約 72.1%（二零一六年上半年：71.8%）。

未來，集團將推出更多全新產品及升級產品，深入發展中高檔及高檔產品市場，以鞏固現有消費群體及開拓新目標顧客。同時，集團將繼續利用網店及微商等電商渠道進行更有效益的銷售，並適時推出電商專項品牌，進一步擴大集團於個人衛生用品的電商市場份額，預期二零一七年下半年的銷售將會持續穩定增長。

紙巾業務

國民衛生教育及收入水平持續提升，加上中國生活用紙人均消費量仍然落後於發達國家，國內紙巾市場增長潛力巨大。二零一七年上半年，電商渠道的銷售增長速度加快，有助抵銷「平台化小團隊」調整期間放緩的銷售及紙巾行業競爭激烈的影響。期內，紙巾業務收入輕微上升約 0.1% 至約人民幣 4,569,685,000 元，約佔集團收入的 47.8%（二零一六年上半年：47.7%）。

期內，紙巾原料造紙木漿價格明顯持續上升，加上市場競爭激烈，故毛利率較去年同期輕微下降至約 35.3%（二零一六年上半年：37.7%）。下半年，集團將推出多項全新高端產品，再配合「平台化小團隊經營」的正面成效，以抵銷造紙原材料價格上升的壓力。

集團年內的年度化產能約為 1,260,000 噸，預計二零一七年第四季或二零一八年上半年將產能提升到約 1,430,000 噸。集團會因應未來的市場情況及銷售表現決定未來增加產能的速度。

集團預計於下半年推出多項全新產品，包括知名動畫人物小黃人主題紙巾系列及心相印代言人田馥甄定製版心相印系列，並加強推廣簡單輕巧的「超迷你」濕紙巾系列，朝開拓年輕化市場戰略方向前進。另一方面，集團將繼續配合電商市場的消費習慣，推出電商專項產品，相信紙巾銷售能保持穩定增長。

紙尿褲業務

在中國消費者可支配收入及對生活質素的要求不斷提升的推動下，紙尿褲產品的需求持續增長。儘管中國紙尿褲市場近年發展迅速，但與已開發國家相比，市場滲透率仍低，故此中國紙尿褲行業仍是一個極具潛力的龐大市場。

期內，紙尿褲市場競爭非常激烈，集團策略性地加大紙尿褲業務在電商渠道及母嬰店的投入，分別集中銷售電商及母嬰專項產品，銷售效果已逐步在期內改善。其中，紙尿褲電商渠道的銷售達到同比三位數增長，有效緩和集團紙尿褲整體銷售額的跌幅。截至二零一七年六月三十日止六個月，紙尿褲業務收入下降約 **6.2%** 至約人民幣 **1,001,198,000** 元，約佔集團持續經營業務收入的 **10.5%**（二零一六年上半年：**11.1%**）。

期內，主要紙尿褲原材料石油化工產品（如高分子），的價格上升，再加上市場競爭激烈，毛利率下降至 **46.5%**（二零一六年上半年：**49.8%**）。集團將繼續加強推廣高端品牌「Q•MO」及持續優化現有中高端產品，以改善毛利率。

中國於 2016 年全面實施的「二孩政策」，全國人口及出生率將有所增加，將帶動中國紙尿褲市場的長遠發展。集團將續以中高檔及高檔市場為長遠發展目標，致力升級現有產品及推出全新產品，加強母嬰店及網上銷售渠道的投入，把握此龐大的潛在市場。另一方面，集團繼續專注生產及開發安全及優質的紙尿褲，善用其獲國內外權威機認證的優勢，進一步加強認受性及提升競爭力，務求在激烈的市場競爭中，以優質產品突圍而出。

電商策略

為配合個人及衛生用品消費習慣的改變，本集團已從產品類型、銷售模式、及產品推廣方面逐漸加快發展網店及微商等電子銷售渠道。於回顧期內，集團的電商銷售錄得非常理想的增長，各個主要業務的銷售均因此得益。截至二零一七年六月三十日，電商渠道營業額達約人民幣 **8.4** 億元，比去年同期上升逾 **160%**。電商對整體銷售額貢獻亦上升至約 **8.8%**（二零一六年上半年：**3.3%**）。

網上銷售渠道亦是個人衛生用品行業的大趨勢，集團的銷售渠道改革及倉庫調整，將更有效提升電商渠道的效益，達到高效率配送貨品並節省分銷成本。下半年為電商渠道銷售的旺季，集團對於下半年的電商渠道營業額充滿信心，並將透過高效配送及適時促銷，把握年底電商渠道旺季的時機。

恒安特色的阿米巴

於二零一七年一月開始並於全國佈局的「平台化小團隊經營」經營策略，打破本集團原有的管理模式，轉變為充分授權的扁平化、平台化服務模式。此「平台化小團隊經營」的全國佈局已於四月底全面完成。經過四個月的調整期，「平台化小團隊經營」在提升銷售及改善費用率上的效益已於五月及六月逐步反映。今年集團上半年的費用率同比亦改善約 **1%**。同時，全國的銷售小團隊更能滿足各地域性消費者的需要。

未來，集團將為「平台化小團隊經營」提供更多經營及分銷上的支援，務求在改善銷售增長及費用率方面取得更理想的效果。集團亦將按小團隊的消費者反饋報告，謹慎構思產品銷售及開發方向。

收購皇城集團

於二零一七年六月五日，集團宣佈收購馬來西亞證交所主板上市公司皇城集團(股份代號為 7203)合共 8,000 萬股，銷售股份佔皇城股本權益約 50.45%。是次交易作價為 9,120 萬元馬幣(相當於約人民幣 1.46 億元)。於二零一七年七月十九日完成無條件強制收購要約後，集團合共擁有皇城集團 80,003,000 股，佔皇城股東權益約 50.45%。

皇城及其附屬公司主要從事投資控股以及生產及加工纖維製品，包括成人及嬰兒紙尿褲、衛生巾和紙巾產品、棉製品及加工紙。收購乃為集團在境外擴展業務營運及將收入來源多元化發展的計劃其中一環。集團將會利用其豐富的行業經驗與皇城現有管理團隊合作發展皇城集團，並善用皇城集團的現有網絡，將集團的產品推向東南亞地區。

外匯風險

本集團大部份收入是以人民幣結算，而部份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匯以支付該等貿易款項或將國內附屬公司的利潤匯到國外控股公司方面遇到很大的困難。

於二零一七年六月三十日，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。於二零一七年六月三十日，集團的共有現金及銀行存款、長期銀行存款和有限制銀行存款約人民幣 20,899,942,000 元(二零一六年十二月三十一日：人民幣 16,649,499,000 元)，可換股債券負債部份約人民幣 465,764,000 元(二零一六年十二月三十一日：人民幣 472,719,000 元)，中期票據(熊貓債)及境內債券共約人民幣 2,989,554,000 元(二零一六年十二月三十一日：人民幣 2,987,987,000 元)及銀行貸款共約人民幣 16,419,578,000 元(二零一六年十二月三十一日：人民幣 12,455,274,000 元)。

集團於二零一六年下半年成功註冊人民幣 50 億元的中期票據(熊貓債)及人民幣 57.5 億元的境內公司債券，並於二零一六年九月分別完成發行第一期三年期人民幣二十億元的熊貓債及首期五年十億元的境內公司債券，票面利率分別為每年 3.24%及 3.3%。

另外，集團於期內成功註冊人民幣 50 億元的超短期融資券。集團可於接納註冊通知書日期起兩年有效期內，分批發行超短融。首批超短融之建議本金額預期將約為人民幣 10 億元(金額待臨近發行時由本集團作最終決定)。

集團於二零一三年六月發行可換股債券所籌到的資金淨額約人民幣 43.28 億元。於二零一六年六月二十七日，集團已贖回部份可換股債券負債，而餘額約人民幣 4.66 億元將於二零一八年六月二十七日償還。

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 1.0%至 4.4%之間（二零一七年上半年：0.3%至 4.6%之間）。

於二零一七年六月三十日，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 130.2%（二零一六年十二月三十一日：108.1%）；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 6.7%（二零一六年十二月三十一日：負 4.9%），因此集團處於淨現金狀況。

期內，集團的資本性開支約為人民幣 330,603,000 元。於二零一七年六月三十日，集團並沒有重大或然負債。

展望

展望二零一七年下半年，施文博主席表示：「中國居民收入水平持續提高以及消費觀念升級，將推動消費者對個人衛生用品的需求，有利市場的長遠發展。」

「為把握市場發展機遇及提升自身競爭力，集團將繼續提升營運效率，靈活因應市場環境優化產品組合，推出全新產品及升級產品，以迎合各消費者的需要；並密切關注原材料價格的趨勢，以提升整體毛利率。憑藉品牌實力和高水平的企業管治，以及遍佈全國的分銷網路，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，推動業務穩健增長，為股東創造更高的價值。」

- 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。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

劉麗恩/ 羅雅婷/ 陸詠詩/ 蕭杏藍/ 蔡可人

電話：(852) 2136 6952/ 2136 6181/ 2169 0467/2169 0646/ 3920 7645

傳真：(852) 3170 6606

電郵：hengang@iprogilvy.com