

【請即時發放】



恒安國際集團有限公司

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

恒安國際公佈二零零九年中期業績
股東應佔盈利增長約 **54.0%**至約港幣 **9 億 6 千 7 佰萬元**

* * *

主要業務保持增長
經營效益提升 毛利率改善

財務摘要

截至六月三十日止六個月	二零零九年 港幣千元	二零零八年 港幣千元	轉變 (%)
營業額	5,112,692	3,755,917	36.1
毛利	2,301,949	1,471,802	56.4
毛利率(%)	45.0%	39.2%	5.8 百分點
股東應佔盈利	966,744	627,572	54.0
每股基本盈利	82.4 港仙	54.9 港仙	50.1
每股中期股息	50.0 港仙	32.0 港仙	56.3

(二零零九年九月二日 — 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」) 今天公佈其二零零九年中期業績。截至二零零九年六月三十日止六個月，集團營業額約為港幣 5,112,692,000 元，較去年同期增加約 36.1%。股東應佔盈利約港幣 966,744,000 元，較去年同期增長約 54.0%。每股基本盈利約為 82.4 港仙 (二零零八年上半年：54.9 港仙)。

董事會議決派發中期股息每股 50 港仙(二零零八年上半年：32 港仙)。

回顧期內，儘管中國經濟增長放緩，然而衛生用品作為生活必需品之一，其銷售並沒有受到重大影響，集團的主要業務均保持增長。二零零九年上半年的整體毛利率較去年同期上升約 5.8 個百分點至約 45.0% (二零零八年上半年：39.2%)，主要反映原材料價格從去年第三季起回落，令生產成本下降所致。與此同時，集團繼續保持力度，積極優化產品組合，逐步增加產能以擴大規模效益，縮短工作流程及提高效率，以進一步提高經營效益。

期內，集團的分銷成本及管理費用合共佔營業額的比例增加至約 22.0% (二零零八年上半年：20.8%)，上升的主要原因是由於期內員工成本上漲及於去年同期有匯兌收益而期內則有匯兌虧損所致。

談及集團之中期業績，恒安國際主席施文博先生表示：「受惠於整體生活水平提高，人民衛生意識加強，國內消費者對個人衛生用品需求不斷上升，使這些產品的產量和消費量持續增長。中國生活用紙的人均消費量相對其他先進發達的歐美國家仍然偏低，繼續提供龐大的增長潛力，為集團帶來發展新機遇。」

紙巾業務

內地人均收入持續上升，使消費者對優質紙巾產品的需求不斷增長。截至二零零九年六月三十日止六個月，集團紙巾業務銷售額上升約 21.3%至約港幣 2,203,564,000 元，佔集團整體銷售額約 43.1%。

回顧期內，集團繼續主要生產及銷售毛利率較高的紙巾產品，包括盒裝紙巾、手帕紙及濕紙巾，其銷售額合共約佔紙巾業務銷售額的 65.9%（二零零八年上半年：70.4%）。受惠於主要原材料木漿價格回落，紙巾業務的生產成本有所下降，集團的紙巾業務毛利率上升至約 41.4%（二零零八年上半年：29.6%）。此外，集團在去年第四季度和本年上半年內以較低價格增加木漿的庫存量，使集團免受下半年木漿價格波動的影響。於二零零九年六月三十日，集團共有約 19 萬噸木漿的庫存量，足以使用至約二零一零年一月份。

隨著集團福建廠房第二期及湖南廠房第二期於去年相繼投產，集團的年產能已於去年底達至 36 萬噸，使集團更能滿足市場的需求。

衛生巾業務

回顧期內，集團衛生巾業務繼續獲得理想增長，銷售額上升約 26.3%至約港幣 1,190,582,000 元，佔集團整體銷售額約 23.3%。集團的「七度空間」衛生巾產品銷售保持增長，約佔集團衛生巾業務銷售額的 57.0%（二零零八年上半年：46.0%）。主要原材料石油化工產品及絨毛木漿的價格較去年同期有所下降，加上中高檔產品的銷售比例有所提升，使集團衛生巾業務的整體毛利率提升至約 59.3%（二零零八年上半年：58.7%）。

紙尿褲業務

受到環球經濟氣氛疲弱所影響，消費者的消費模式轉趨謹慎，內地的二、三線城市的居民平均收入較低，對中高檔紙尿褲的需求增長有所放緩。此外，由於集團已超過十二個月未有向市場全面推出新產品，因此，於回顧期內，集團的紙尿褲業務銷售額增長速度未有達到預期，較去年同期上升約 10.0%至約港幣 990,067,000 元，約佔總銷售額的 19.4%。

集團已於本年四月份於個別地區試銷新產品「超能吸」系列，取得良好反應。因此集團已於七月份開始在全國推行這新產品，預期能為集團於下半年帶來理想的銷售收入。

受惠於紙尿褲主要原材料石油化工產品及絨毛木漿的價格下跌，加上集團持續加強內部成本控制及優化產品結構，令紙尿褲業務的毛利率上升至約 37.0%的水平（二零零八年上半年：35.7%）。

零食業務

集團於去年十一月收購內地零食製造商親親食品集團有限公司（「親親食品」），作為集團進軍零食業務的第一步。二零零九年上半年，集團致力透過整合親親食品之物流及運輸管理，逐步體現協同效益。

回顧期內，雖然受到金融海嘯的影響，但是親親食品的整體表現合乎預期。營業額約為港幣 482,440,000 元，佔集團整體銷售額約 9.4%。因原材料價格於期內下跌，加上協同效益初步體現，故毛利率在二零零九年上半年達到約 38.2%。

目前，親親食品在全國 28 個省份擁有約 30,000 個銷售網點。

展望

全球經濟逐步回暖，中國經濟持續上升，為中國快速消費品行業提供良好的發展基調。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，繼續研發及推出優質的紙巾產品，以迎合不同層面的需要。集團將繼續擴充產能，預期在二零零九年及二零一零年年底，年產能將分別提升至約 42 萬噸及約 54 萬噸。

衛生巾業務方面，集團將會繼續優化產品組合，因應市場的需求，提升中高端品牌如「安爾樂」及「七度空間」產品的銷售，又會加強品牌宣傳，以爭取更大的市場佔有率。集團亦會擴充產能，滿足市場的需求。

紙尿褲業務方面，除「超能吸」系列外，集團亦會繼續透過優化產品組合、改良原有生產技術，以推動業務發展。同時，集團將繼續增加紙尿褲產能，以及加大新產品的研發投入，以應付市場的需求。

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、供應鏈分銷網絡及品牌管理等方面與現有的個人衛生產品業務實現更大的協同效益，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。

施先生總結道：「未來，集團將貫徹以質取勝的經營方針，透過不斷提升技術，改善產品品質及優化產品組合，抓緊市場的機遇。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，從而鞏固集團在個人衛生用品行業的領先地位，並確保業務穩健增長，為股東創造更高的價值。」

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。今天，恒安國際主要於中國製造、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。

如有垂詢，請聯絡：

iPR Ogilvy Ltd.

劉錦穎/ 謝紫筠/ 丘倩瑜

電話：(852) 2136 6176/ 2136 6950/ 2136 6183

傳真：(852) 3170 6606

電郵：robby.lau@iprogilvy.com/ karen.tse@iprogilvy.com/ charis.yau@iprogilvy.com