

Publication : Ta Kung Pao (大公报)

Circulation : 250,000

Date : 25 May 2016

Section : B4

天韻自家品牌熱銷



板塊尋寶 贊華

剛除息的天韻國際(06836)在派成績表後，月初即獲主席兼控股股東楊自遠於市場增持，雖然僅涉及14萬已發行股本，但已反映公司管理層對前景充滿信心。再者，其上市後首份業績也相當不俗，未有愧對江東父老。

內地著名水果加工商天韻國際上市首份年度業績錄得總收入5.54億元(人民幣，下同)，按年增加23.7%；核心淨利為1.17億元，按年增長29%。若包括上市開支的純利則為9690萬元。業績造好主要因為集團兩大核心業務，包括原廠委託製造代工(OEM)銷售及自家品牌銷售之收入按年上升15%和99%，分別是3.72億元以及1億元。天韻的OEM活躍客戶由2014年底的38家，增加至2015年的41家。

今年陸續有美國和歐洲的零售企業和天韻合作，料OEM的收入和佔比仍會攀升。

集團去年以試水性質在天貓推出網上商店，銷售「果小懶」旗下加工水果產品，「食正」內地網購的增長勢頭強

勁之熱潮，至去年底再於微信設立新銷售渠道，又錄得驚人銷售量。

自家品牌在港熱銷為進一步催谷網上的銷售，天韻有意作出新嘗試，以批量定製加工品牌水果，可因應客戶口味對甜度等調製。按此走勢，電商的銷售收入能在今年達到3500萬元的目標。

自家品牌方面，集團的產品以「天同」品牌去年中開始在港的大型超市如惠康、吉之島以及O'Farm有售，現時在超過280家的全線惠康上架，據聞其在港的銷售更會拓展至7-11。

集團計劃在香港打響品牌後，再把自家產難遠銷至其他海外市場，如此看來，天韻的確「錢」途無限，值得趁低收集。

天韻國際(06836)

