

公司新聞

| 2019-04-03 | 成報 | B06 | 投資 | 時髦基金 | By 唐人
報章

天韻國際自家品牌增長驕人

天韻國際（6836）截至 12 月 31 日止年度自家品牌業務持續高速增長帶動盈利上升 19.3%至近 1.5 億元（人民幣·下同）擬派末股息每股 2.7 港仙，四川發展去年 10 月成為大股東後將充分發揮各自優勢，攜手帶領天韻國際打造成具規模的跨國性食品飲料產業。

年內，集團錄得收益、毛利及純利分別增長 26.2%、28.9%及 19.3%至 9.4 億元、2.63 億元及 1.5 億元。每股盈利增長 19.8%至 0.151 元。其中自家品牌業務繼續向好，收入更上升 49.7%至 4.82 億元，佔總收入 51.3%，構成集團重要分部收入。

集團繼續優化電商平台的運營，提升品牌形象。其中以線上銷售為主的「果小懶」產品系列，更成為當下年輕人歡迎的水果罐頭品牌之一，年內來自線上銷售收入達 7,180 萬元。

目前集團自家品牌產品地域覆蓋範圍覆蓋全國 24 省、直轄市及自治區。另外，集團亦積極延伸休閒食品和飲料的產品線，於內地及香港線上線下渠道同步推出，並且大受好評。另外，並成功研發出運動能量系列功能性飲料的專有配方，年內將按市場情況推出自有品牌的系列運動飲料，亦繼續在加拿大、歐洲、澳洲、新西蘭、日本等發達國家的地區挖掘更多優質客戶，提升國際市場的份額。年內，OEM 銷售額上升至 3.6 億元，佔總收入 38.5%。

健康意識抬頭新鮮水果商機無限，主席楊自遠表示，中國新鮮水果銷售在海內外一直擁有優勢，集團在此方面累積多年經驗。年內，集團繼續挑選小部分新鮮水果予中國鮮果批發商，所得收益逾 9,500 萬元。隨產品線進一步延伸至熱帶、亞熱帶地區，集團有意加大新鮮水果產品的銷售佔比及將新鮮水果級別逐步走向中高端化。

集團已成功轉型為消費品企業，隨實力不斷增強、研發、楊氏表示，預計未來三年將投資 10 億元於農業食品項目。生產力持續拓展覆蓋更廣闊的水果品種集團不斷完善生產設施以提高產量和生產效率。2018 年已有效增加亞熱帶地區的水果如加工橘子及現有加工水果產能，便利集團於中國中部就其自有品牌的產品的倉儲及運輸安排，往後發展更多亞熱帶地區的水果產品。

天韻國際現價市盈率不足 7.5 倍，周息率近 3.4 厘，基本因素不俗，1.3 元附近可續持有或加碼，中線目標先看 1.5 元，暫以 1.16 元技術止蝕。

■楊自遠表示，中國新鮮水果銷售在海內外一直擁有優勢，天·國際 在此方面累積多年經驗。

天韻增自家品牌銷售

天韻國際(6836)主席楊自遠(見圖)昨日與傳媒午宴時表示，去年 10 月引入四川發展國際為單一大股東後，雙方將會加強合作，例如進一步把四川土產芒果等水果製作罐藏食品。他們又會考慮在越南等其他地區設廠。天韻國際旗下以天同食品名義，銷售「果小懶」品牌。他表示，按 2018 年度計算，自家品牌銷售收入 4.823 億元人民幣，佔整體收入 51%，未來增加自家品牌。

引入歐技術製果凍食品他說，該公司已引入歐洲一間著名公司技術，生產毋須冷藏之新果凍食品，而投資額卻未有透露。至於電子商貿平台，楊自遠表示，公司是過去兩年才與阿里巴巴旗下天貓合作，透過其電子商貿平台銷售產品，成績理想，未來亦會加強多渠道銷售，包括電子商貿平台。