

【新聞稿—即時發佈】



天韵國際控股有限公司  
Tianyun International Holdings Limited  
(股份代號：6836.HK)

公佈 2017 年中期業績

收入漲 11.6% 宣派中期股息每股 1.6 港仙

雙線發展策略進一步突破 天韵國際成功轉型為擁有自家品牌的加工水果產品企業  
鞏固於中國消費品升級行業的領先地位

業績摘要

截至6月30日止六個月 (百萬人民幣)	2017年	2016年	變化
收益	343.3	307.6	+11.6%
經調整毛利*	92.7	90.6	+2.3%
經調整純利*	58.3	52.8	+10.4%
自家品牌業務收益	138.7	90.1	+53.9%
中期股息(每股港仙)	1.6	1.6	-

\*不包括非經常性開支。

(2017年8月29日，香港) 中國領先的品牌加工水果產品銷售商及製造商天韵國際控股有限公司(「天韵國際」及其附屬公司統稱「集團」)(股份代號:6836.HK) 公佈截至2017年6月30日止六個月(「回顧期」)業績。回顧期內，集團努力開拓業務，不斷拓寬線上線下經營模式，使得銷售成績穩中有進，業績持續提升，成功實現收入同比兩位數增長，錄得收益及經調整毛利分別增長11.6%及2.3%至人民幣343.3百萬元及人民幣92.7百萬元。回顧期內，集團繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工(OEM)並行的雙線發展策略，其中自家品牌業務的收入大幅上升53.9%至人民幣138.7百萬元，使其佔集團總收益佔比由去年同期的29.3%提升至40.4%，與OEM業務的收入貢獻相約，令集團成功轉型為擁有自家品牌的加工水果產品企業，進一步鞏固我們於中國消費品升級行業的領先地位。

董事會建議向股東宣派截至2017年6月30日止六個月之中期股息每股1.6港仙以回饋股東的支持。

自家品牌產品銷售進一步突破

回顧期內，集團繼續大力發展及鞏固自家品牌，包括「天同時代」、「繽果時代」以及「果小懶」等系列，收益穩定增長，發展勢頭強勁。回顧期內，來自自家品牌業務的收入同比增長 53.9%，至人民幣

138.7 百萬元，佔集團總收益佔比提升至 40.4%，成績令人鼓舞。今年上半年，集團積極參與各類展銷會，包括第 42 屆日本國際食品與飲料展，第 96 屆全國春季糖酒商品交易會及 2017 PLMA 國際自有品牌採購展，開發具有潛力的銷售渠道、不斷拓寬銷售網絡，藉此提高自家品牌知名度。亮相各國展銷會令集團品牌得到了眾多商家、客戶的廣泛關注，同時吸引來自多個國家和地區的商戶洽商前來交流合作，有利推動集團的自家品牌邁向更廣闊的國際市場。

### 持續推動電商發展 網上銷售節節攀升

2016 年起，為迎合 80、90 後一代年輕消費者的消費習慣，集團大力投放資源發展線上銷售渠道，在互聯網進行營銷及推廣，利用新媒體來精準營銷。期內，集團主力發展微商等電商平台，亦專門成立「電商調查部」，管控微信銷售團隊。同時還為線上會員提供特別福利，包括銷售限量的新水果產品品種及產品定制等。回顧期內，集團錄得來自線上銷售已超越 2016 年全年的線上銷售收入，並大幅攀升至人民幣 32.5 百萬元，約佔加工水果產品期內總收入的 11.0%。

### 深化銷售渠道鋪設 推動產品的深層滲透

集團一直重視並不遺餘力地拓展較為成熟的傳統線下銷售渠道，渠道鋪設取得積極進展。回顧期內，集團自家品牌繼續採用新分銷系統，並與經銷商共同舉辦促銷活動及為潛在的目標客戶提供免費品嘗的產品。成功的營銷模式令集團的分銷商數目由去年年底的 126 個躍升至 160 個，而自家品牌產品的銷售網絡更覆蓋全國 21 個省、直轄市及自治區，使集團的產品更有效地滲透全國升級消費品市場。此外，集團以「天同時代」品牌的產品亦成功拓展海外市場，目前已進入香港及澳門市場，先後登陸超過 1,300 間惠康、7-11 便利店、AEON、綠盈坊有機店以及華潤萬家的 VanGo 便利店的銷售網點。

### 冀通過收購促成全方位協同效果

集團作為中國馳名的食品加工商，一直致力為廣大消費者提供安全、營養、美味及便捷的加工水果產品。為加快業務的發展，集團冀通過收購促成品牌、產品、種類、渠道及產能等全方位協同效應。

就品牌方面，集團未來亦將繼續以自家品牌業務及 OEM 業務雙線並行的發展策略，以進一步鞏固集團的市場領導地位。集團將繼續推動「續果時代」、「果小懶」、「天同時代」和「果三十」的品牌和產品宣傳，除了加快鋪建國內及港澳地區的線下銷售網絡，亦將更積極參與世界各地的大型食品相關展銷會及博覽會，強化品牌國際化形象。

就產品及產品種類方面，集團已推出不同口味和多元化的新產品以把握市場需求，其中包括「續果時代」冰糖燉梨及一罐一碼紅包獎賞水果產品等系列。集團已經開發及正在開發多種新的加工水果產品，其中包括不含反式脂肪並與水果冰激凌相似的純水果休閒食品以及水果啫喱等。集團將繼續推出新款自家品牌休閒食品，以滿足及契合不同消費群體尤其是年輕消費者的口味及需求。同時，集團將通過引入更多水果種類及持續開發新產品，以拓展集團的加工水果產品供應鏈。

就渠道方面，電商發展將是未來一大重點。集團將以精準營銷方式在微商、天貓商城等電商平台大力推廣自家品牌產品，期望結合品牌與科技，促進更深層的線上線下聯動，建立更全面更高效的加工食品 O2O 市場，為集團注入新的發展動力。同時，集團將積極尋找業內合作機遇，在合作能夠把整體營運效率最大化及產生協同效益的前提下，物色有潛力的併購機會。集團正積極收購一間位於亞熱帶地區

並從事生產及銷售加工水果包括橘子的企業，現階段準備工作進展理想，並計劃在年底前盡快完成。

就產能方面，集團不斷完善生產設施以提高生產效率和產量，現已完成 1 號和 2 號生產車間的生產線的升級改造，進一步提升生產自動化水平和效率，而 3 號和 4 號生產車間亦已經於去年正式投產，集團亦在積極推動 5 號和 6 號生產車間的設計工作。回顧期內，集團的設計產能已達到每年 84,000 噸。集團亦一直緊守《中國食品安全法》和《中國食品安全法實施條例》等條例，引入了更先進的質量監控設備，務求進一步提高產品成份安全水平及食品生產安全水平，進一步增強集團的競爭力。

**集團主席兼行政總裁楊自遠先生**表示：「我為集團於2017年上半年成功憑藉自家品牌產品銷售進一步突破轉型為中國升級消費品領先企業感到喜悅和驕傲。我們有信心隨著中國經濟發展企穩，國內消費升級的趨勢更見明朗，加上中國消費者追求健康的意識不斷提高，更多人開始意識到水果罐頭和新鮮水果一樣健康和營養，為行業帶來全新機遇。集團將繼續本著生產健康安全食品的最高宗旨，為廣大消費者提供安全、營養、美味及便捷的加工水果產品。而就集團的整體發展，我們會平衡中國與國際業務各種益處，期望爭取於中短期內躍身為國內行業的龍頭企業之一，為股東和投資者帶來長期、可持續及穩定的投資回報。」

-完-

#### **關於天韻國際控股有限公司 (股份代號: 6836.HK)**

天韻國際控股有限公司（「本公司」）集團「統稱（及其附屬公司）」主要從事(i) 生產及銷售包裝於金屬罐、塑料杯及玻璃瓶的加工水果產品及(ii)新鮮水果買賣。加工水果產品以原廠委託製造代工銷售及自家品牌的方式出售。2015年7月7日，集團於香港聯合交易所有限公司主板成功上市，進一步鞏固我們於中國加工水果產品行業的領先地位。

集團致力於為客戶提供健康安全的產品，作為國內外資質認證最為齊全的食品企業之一，時刻緊貼嚴格的國際生產標準，並就生產設施、質量監控及管理獲授BRC(A+)、IFS 食品（高級）、FDA、HALAL、SC、KOSHER、BSCI 及ISO22000 認證，集團還通過多個英國及美國超市內部的食品生產標準審核。同時，在國內，集團作為「同線、同標、同質」工程出口食品企業，供應國內市場和供應國際市場的產品達到相同的品質水準。自2016 年起，集團自家品牌的優質加工水果產品繼續獲得市場的高度認可，並獲國家級機構頒授「中國罐頭產品品質證明標誌」的榮譽及資格，成為中國加工水果行業內第一家亦是目前唯一一家水果加工商能夠在其生產產品貼上「零添加防腐劑」標誌並在中國銷售。

欲瞭解更多集團詳情，請瀏覽集團網站 [www.tianyuninternational.com](http://www.tianyuninternational.com)

本新聞稿由達博思傳訊顧問有限公司代行

如有任何媒體查詢，歡迎聯絡：

陳鎧瑤 (Joanne Chan)	電話：(852)3679 3671	電郵：jchan@lbs-comm.com
傅寶琳 (Pauline Fu)	電話：(852)3752 2674	電郵：pfu@lbs-comm.com