

谭慧妍：天韵水果代工有特色

来源：证券市场周刊-港股脉搏 作者：谭慧妍 2016-10-20 21:27:16

总结上星期，港股累挫 618 点或 2.6%，收报 23,233 点；国指则跌 322 点或 3.2%，收报 9,601 点。市场回调反复偏淡，恒指跌穿 10 天、20 及 50 天平均线，现于 23,000 点底部发展，走势下试前底 22,700 点。北水南下持续减少，因为前六个港股通交易日的日均净流入金额约 18.5 亿元，现已缩减逾九成。

共和党总统候选人特朗普(Donald Trump)胜选机会略低，愈接近美国总统大选，投资者趋审慎，港股向上动力削弱。统计局上周五公布消费物价指数(CPI)及生产物价指数(PPI)。9 月份 CPI 按年上升 1.9%，升幅比 8 月份高于 0.6%。保险资金正在准备，预期在今年 12 月或明年 1 月投入港股，基金比较喜爱收集一些股价稳定，股息收入具吸引力及潜在投资价值的股票。

天韵国际(06836.HK)受惠于以上经济指数上升，中期业绩良好，截至 2016 年 6 月底止，纯利按年增加约 2,670 万元(人民币，下同)或 76.3%，至约 6,170 万元，纯利率达 20.1%；收益增至约 3.08 亿元，增加约 5,390 万元或 21.3%；毛利增至约 9,420 万元，增加 1,790 万元或 23.5%，毛利率达 32.5%。每股盈利 0.0617 元，中期息 0.016 港元。

公司持有现金及现金等价物约 2.1 亿元。天韵国际主要从事生产及销售包装于金属罐、塑料杯及玻璃瓶的加工水果产品及新鲜水果买卖，加工水果产品以原厂委托制造代工销售及自家品牌的方式出售。生产设施、质量监控及管理获授 BRIC(A)、IFS 食品(高级)、HALAL、QS、KOSHER 及 ISO22000 认证。

积极发展自家品牌

该公司认真对待产品，成为第一家亦是唯一因「零添加防腐剂」而获授「中国罐头产品质量证明标志」的水果加工商。发达国家对加工水果产品需求持续增长，倾向于增加中国采购，而原厂委托制造代工客户数目由 33 个增加至 39 个。

公司积极发展自家品牌产品销售战略及线上销售，通过微信电商平台，销售 2016 年开拓的新品牌「果三十」及自家品牌「果小懒」与「天同时代」产品。微商平台的销售渠道发展潜力乐观，线下销售方面采用分销商系统覆盖全国 21 个省、直辖市及自治区。「天同品牌」拓阔海外市场，已经进军香港惠康、7-11 便利店、吉之岛等大型零售点，提升品牌的曝光率及知名度，有助销量。

最近该公司主席兼控股股东杨自远在市场上增持股份，股权由约 44.62%增至约 44.67%。表示管理层对公司前途有信心。股价近一个月在 0.8 港元徘徊，市盈率约 6.3 倍，市账率 1.4 倍亦吸引，笔者建议在现价买入，目标价 1 港元至 1.5 港元。

<http://hkstock.cnfol.com/shichangfenxi/20161020/23663851.shtml>

天韵国际：2016 年中期业绩纯利大增

来源：腾讯证券 作者：微博 2016-10-20 20:50:04

天韵国际公布 2016 年中期业绩纯利大增 76.3%至约人民币 6,170 万元自家品牌业务收益同比增长逾八成中期股息每股 1.6 港仙。

(2016 年 8 月 24 日—香港)中国领先的加工水果产品制造商天韵国际控股有限公司(「天韵国际」及其附属公司统称「集团」)(股份代号：6836)公布截至 2016 年 6 月 30 日止六个月(「期内」)业绩。期内，集团录得收益约人民币 307.6 百万元(2015 同期：约人民币 253.7 百万元)，同比增长 21.3%；毛利增至约人民币 94.2 百万元(2015 同期：约人民币 76.3 百万元)，同比增长 23.5%。期内纯利录得约人民币 61.7 百万元，较 2015 年同期约人民币 35.0 百万元大增 76.3%。如不包括一次性上市开支，经调整纯利由约人民币 51.0 百万元增至约人民币 61.7 百万元，同比增长 21.0%。董事会建议派发中期股息每股 1.6 港仙。

集团收入及纯利的增加主要由于自家品牌业务收入大增所致。期内，集团自家品牌销售额较去年同期飙升 80.9%至约人民币 90.1 百万元。自家品牌业务维持喜人涨势，有赖集团以多管齐下的方式促进业务发展，包括：(i) 2015 年 1 月起采用的新分销系统令分销商数目持续增加，目前分销商数目达到 97 名，旗下自家品牌产品覆盖中国 21 个省、直辖市及自治区；(ii) 积极开拓海外市场，目前已成功打入香港市场，天同品牌产品自去年 7 月起先后进驻合共超过 1,000 间店，包括惠康、7-11 便利店、吉之岛、绿盈坊有机店以及 OK 便利店；(iii) 积极开拓在线销售渠道，集团的微信电商平台于期内发展迅速。此外，集团原厂委托制造代工销售额亦录得 7.7%的同比稳步增长至约人民币 170.6 百万元，活跃客户数目由 33 个增加至 39 个。

天韵国际主席兼行政总裁杨自远先生表示：「上半年，集团继续奉行两大核心业务并行的双线发展策略，同时积极开拓在线、线下的销售渠道，及拓展业务范围至海外地区。在集团上下不懈的努力下，成功在充满挑战的经营环境中再创佳绩，我们的优质产品更再次获得国家认可，成为业内第一家亦是唯一一家因『零添加防腐剂』而获授『中国罐头产品质量证明标志』的水果加工商。」

同时，杨主席补充到：「鉴于国内外消费者对优质加工水果产品的需求有增无减，我们未来将着力巩固自家品牌业务，下半年除了引入部份热带水果品种、研发养生产品以丰富产品线外，集团亦计划推出线上个性化订制产品，拓展多元化服务。展望未来，集团将把握产业整合的大机遇，致力于物色优质并购项目、扩充产能，从而提升长远竞争力及盈利能力，为股东带来更理想的回报。」

有关天韵国际控股有限公司(股份代号：6836)天韵国际控股有限公司主要从事 (i) 生产及销售包装于金属罐、塑料杯及玻璃瓶内的加工水果产品及 (ii) 新鲜水果买卖。加工水果产品以原厂委托制造代工销售及自家品牌的方式出售。于 2015 年 7 月 7 日，集团于香港联合交易所有限公司主板成功上市，进一步巩固其于中国加工水果产品行业的领先地位。