

| 2017-03-28 | 阿思達克財經新聞

<http://www.aastocks.com/tc/stocks/news/aafn-content/NOW.793381/latest-news>

《公司業績》天韻國際控股(06836.HK)全年純利 1.3 億人民幣升 32.9% 末期息 2.5 港仙

天韻國際控股(06836.HK) 公佈截至去年 12 月底止全年業績，純利 1.29 億元人民幣(下同)，按年升 32.87%；每股盈利 12.93 分；派末期息 2.5 港仙。

期內，營業額 6.53 億元，按年升 18.04%；毛利 1.99 億元，按年升 15.92%。

| 2017-03-28 | 財華香港網

http://www.finet.hk/Newscenter/news_detail/58d9168ee4b0d1966a28a65e

天韵國際控股(06836-HK)年度多賺 32.9% 擬派每股 0.025 港元

天韵國際控股(06836-HK)公告稱，截至 2016 年 12 月 31 日止年度收 益增加 18.1%至 6.53 億人民幣(單位.下同)，主要由於自家品牌產品銷售額由截至 2015 年 12 月 31 日止年度的約 1 億增至截至 2016 年 12 月 31 日止年度的 1.87 億，相當於增長 87.3%；及原廠委託製造代工銷售額由截至 2015 年 12 月 31 日止年度的約 3.72 億增至截至 2016 年 12 月 31 日止年度的約 3.82，相當於增長 2.8%。

報告期內，公司權益持有人應佔溢利增加 32.9%至 1.28 億；基本每股盈利 12.93 分；擬派末期股息每股 0.025 港元。

| 2017-03-28 |東網 Money18

http://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/finance/20170327/bkn-20170327213500189-0327_00842_001.html

天韵國際去年多賺 **33%** 派息 **2.5** 仙

天韵國際控股(06836)公佈，截至 2016 年 12 月 31 日止年度全年業績，期內收入 **6.53** 億元人民幣(下同)，按年增加 **18%**，在毛利增加下，錄得溢利 **1.28** 億元，按年增加 **33%**，每股盈利 **12.93** 分，擬派末期息每股 **0.025** 港元。

| 2017-03-28 | 華富財經

<https://www.quamnet.com/newscontent.action?articleId=5131138>

天韵國際(06836)去年純利 1.29 億人民幣升 33% 末期息 2.5 港仙

天韵國際(06836)公佈截至 2016 年 12 月 31 日止全度業績：

股東應佔溢利：1.29 億元人民幣，同比升 32.87%

每股基本盈利：12.93 分人民幣

股息：末期息 2.5 港仙，同比減少 16.67%

| 2017-03-28 | 匯港資訊

http://www.infocastfn.com/fn/ajax/news/newsDetail?newsId=2823702&locale=zh_TW

天韵國際(06836)去年純利 1.29 億人民幣升 33% 末期息 2.5 港仙

天韵國際(06836)公佈截至 2016 年 12 月 31 日止全度業績：

股東應佔溢利：1.29 億元人民幣，同比升 32.87%

每股基本盈利：12.93 分人民幣

股息：末期息 2.5 港仙，同比減少 16.67%

| 2017-03-28 |東方財富網

<http://finance.eastmoney.com/news/1354,20170327724002255.html>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 | 搜狐

<http://mt.sohu.com/20170327/n485071279.shtml>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 |騰訊

<http://stock.qq.com/a/20170327/044772.htm>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 | 新浪財經

<http://finance.sina.com.cn/roll/2017-03-27/doc-ifycsukm3856227.shtml>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 | 智通財經網

<http://www.zhitongcaijing.com/content/detail/49317.html>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 | 和訊網

<http://hk.stock.hexun.com/2017-03-27/188639805.html>

天韵國際控股(06836)年度淨利增長 32.9%至 1.29 億元 每股派息 2.5 港仙

天韵國際控股(06836)發佈 2016 年業績，總收益上升 18.1%至人民幣 6.53 億元(單位下同)，毛利增長 15.9%至 1.99 億元，權益持有人應占溢利增長 32.9%至 1.29 億元;每股基本盈利 12.93 分，宣派末期股息為每股 0.025 港元，股息收益率達到 5.6%。

公告稱，該集團於 2016 年繼續奉行自家品牌業務及原廠委託製造代工並行的雙線發展策略，自家品牌業務的收入更是大幅上升 87.3%至 1.88 億元。

集團自 2015 年起著力鞏固自家品牌產品業務，擁有“果小懶”、“天同時代”、“繽果時代”及新推出的“果三十”等品牌。除了研發新產品以豐富產品線外，集團採用線上、線下並行的雙軌銷售策略，帶動自家品牌產品收益於 2016 年大幅增長 87.3%，占集團出售加工水果產品總收益的 28.8%。

由於線下市場始終較為成熟，集團在發展線上銷售的同時，不斷拓展線下銷售網絡的佈點。回顧年度，集團自家品牌業務繼續採用新分銷系統，而地區獨家分銷商和地區連鎖超市分銷商數目則由 2015 年年報日期的 86 個躍升到公告日期的 126 個，產品覆蓋全中國 20 個省、直轄市及自治區。

此外，集團以“天同時代”品牌的產品拓展海外市場，目前該品牌已成功進入香港市場，先後登陸合共超過 1,000 個銷售點，包括惠康、7-11 便利店、吉之島、綠盈坊有機店、華潤萬家的 VanGO 便利店，以及 OK 便利店。為提升品牌於香港的曝光率及知名度，集團於 2016 年 7 月開始分別於香港無線電視(TVB)巴士的路訊通(Roadshow)及港鐵(MTR)上投放廣告，並積極參加香港美食博覽會、工展會及舉行街頭試食等多項推廣活動，將品牌的天然無添加優良品質概念逐步滲透至香港的消費群體。

據悉，該集團一貫以高品質、符合國際食品最高安全標準、與國際知名品牌長期合作、卓越的客戶服務，創新產品等競爭優勢于原廠委託製造代工(OEM)業務獲得國際市場的讚譽，同時不斷吸引新的國際知名品牌食品客戶，逐步成為國內水果加工 OEM 的行業巨頭。

目前，集團的 OEM 客戶群覆蓋加拿大、美國、英國、德國、荷蘭、智利、澳大利亞、紐西蘭、日本、馬來西亞及南非等五大洲市場，於 2016 年訂購產品的活躍 OEM 客戶數目增加至 44 個，而回顧年度集團 OEM 業務繼續平穩增長，總銷售額同比增加 2.8%至 3.82 億元。

集團成功控制所有 OEM 客戶的貢獻分佈，使之更平均，有效降低過於依賴單一客戶的風險。于回顧年度，五大客戶占集團總收益由 2015 年的 38.0% 減少至 2016 年的 28.2%。

| 2017-03-28 | 鉅亨網

<http://news.cnyes.com/news/id/3762793>

天韵國際控股(06836-HK)年度多賺 32.9% 擬派每股 0.025 港元

天韵國際控股(06836-HK)公告稱，截至 2016 年 12 月 31 日止年度收 益增加 18.1%至 6.53 億人民?(單位.下同)，主要由於自家品牌?品銷售額由截至 2015 年 12 月 31 日止年度的約 1 億增至截至 2016 年 12 月 31 日止年度的 1.87 億，相當於增長 87.3%；及原廠委託製造代工銷售額由截至 2015 年 12 月 31 日止年度的約 3.72 億增至截至 2016 年 12 月 31 日止年度的約 3.82，相當於增長 2.8%。

報告期?，公司權益持有人應佔溢利增加 32.9%至 1.28 億；基本每股盈利 12.93 分；擬派末期股息每股 0.025 港元。

| 2017-03-28 | PChome 股市

<http://stock.pchome.com.tw/news/cat6/20170327/990010000000793381.html>

《公司業績》天韻國際控股(06836.HK)全年純利 1.3 億人民幣升 32.9% 末期息 2.5 港仙

天韻國際控股(06836.HK)公佈截至去年 12 月底止全年業績，純利 1.29 億元人民幣(下同)，按年升 32.87%；每股盈利 12.93 分；派末期息 2.5 港仙。

期內，營業額 6.53 億元，按年升 18.04%；毛利 1.99 億元，按年升 15.92%。