

【新聞稿—即時發佈】



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

公佈 2018 年中期業績
成功轉型為消費品牌企業 並錄得穩定及連續的增長
多元化產品戰略鞏固市場領先地位

業績摘要

截至6月30日止 六個月 (百萬人民幣)	2018年	2017年	變化
收益	439.3	343.3	+28.0%
毛利	122.1	92.8	+31.6%
純利	67.5	52.3	+29.1%
自家品牌業務收益	209.5	138.7	+51.0%
每股盈利（人民幣分）	6.90	5.35	+29.0%
中期股息（每股普通股港仙）	1.7	1.6	+6.3%

(2018年8月28日，香港) 中國領先的品牌加工水果產品銷售商及製造商天韻國際控股有限公司(「天韻國際」及其附屬公司統稱「集團」)(股份代號:6836.HK) 公佈截至2018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，積極拓展銷售渠道，向市場推出更豐富的产品系列，銷售業績及品牌知名度進一步提升。

集團繼續奉行自家品牌業務及原廠委托製造代工(OEM)並行的雙線發展策略，期內集團的收益，毛利及純利分別增長28.0%，31.6% 及29.1%至人民幣439.3百萬元，人民幣122.1百萬元及人民幣67.5百萬元，其中自家品牌業務的收入更上升51.0%至人民幣209.5百萬元。自家品牌業務佔集團總收益的佔比進一步提升至47.7%。集團的自家品牌業務分部於歷史上首次成為佔比最大的業務分部。於回顧期內，集團榮獲「2017 年度臨沂市市長質量獎」的榮譽稱號和「2018年度中國罐藏食品領先品牌」等多項榮譽，更憑藉出眾的品牌價值影響力再次榮登 2018 年中國品牌價值榜單，自家品牌市場佔有率與消費者認同度的穩步提及將進一步鞏固集團於升級消費品行業領先的市場地位。

精準品牌發展策略 品牌知名度穩步提升

回顧期內，自家品牌業務發展勢頭強勁，來自自家品牌業務的收入更同比增長 51.0%至人民幣 209.5 百萬元。集團積極參加各類展銷會，開拓更多優秀分銷商和商超渠道，成功強化與分銷商的互動和合作，獨家地區分銷商的數目已擴充至 204 個，並成功進駐包括大潤發、華潤萬家等門店數量較多的大型連鎖超市。同時，集團亦加大力度推廣集團的品牌和產品優勢，結合地域市場特徵舉辦形式豐富的促銷活動，推出不同包裝系列產品，以滿足不同目標客戶群的需求。集團的一系列品牌發展策略，緊跟消費升級的市場趨勢，有利於加快集團在國內市場的發展步伐。

把握電商發展新機遇 挖掘更多優質 OEM 客戶

在消費升級的驅動下，線上線下融合成爲品牌發展的主流趨勢。回顧期內，來自線上銷售的收入增加至人民幣 35.2 百萬元，佔集團自家品牌業務的收入約 16.8%。集團通過升級產品包裝，更新網店頁面和舉辦各類獎賞活動等線上銷售策略，提升線上自家品牌形象，贏得了良好的產品口碑，並推動了線上銷售的增長。集團亦將利用現有的鮮果銷售優勢，積極關注鮮果電商的發展趨勢，積極尋求鮮果相關的知名合作夥伴，增加鮮果種類和互換流通，以豐富消費者對於多元化鮮果品類的需求。

期內集團 OEM 業務穩步發展，受中美貿易戰影響很小，發達國家對「中國製造」的加工水果產品需求依然旺盛，集團將繼續在加拿大，歐洲等地區挖掘更多優質客戶，提升國際市場的份額。

產品種類多元化發展 提升核心競爭力

集團一直致力於改善產能、品牌和渠道，以適應不斷變化的市場並加快業務的發展。面對不斷增長的市場需求，集團繼續推進生產設施的完善和提升，推行精細化管理，推動去季節化生產戰略，以提高生產效率及產量。而 5 號及 6 號生產車間的籌備工作繼續積極推進。

就品牌方面，集團重視提升產品品質，努力維護優質安全、健康可口、營養豐富的良好產品口碑，升級產品包裝，注入更多時尚、休閒元素，同時加強與各地分銷商的合作，推行全方位的營銷活動，提升自家產品知名度。集團亦通過推出多種新產品以穩固品牌地位。集團成功開發的不含脂肪並與冰激凌相似的純水果休閒食品，發明專利申請已經獲得批准。另外，集團研發的功能性飲料及不同口味的健康布丁系列也會根據市場情況陸續推出。豐富的產品種類有利於提升集團的品牌影響力和品牌價值。集團未來將以打造自家品牌爲重心，通過更有針對性的品牌戰略，進一步鞏固集團的市場領先地位。

就渠道方面，集團將繼續布局線上線下的雙綫發展模式，集團積極拓展商超等各渠道分銷商，目前自家品牌產品地域覆蓋範圍已進一步覆蓋全國 24 個省、直轄市及自治區。線上銷售方面，集團通過優化微商和天貓等電商平臺的運營，更新店鋪頁面，提升品牌形象。同時集團仍在積極尋找合作機遇，致力於加強集團的品牌知名度及延伸休閒食品和飲料的產品綫，並希望擁有在境外境內加工水果的能力，降低因國際貿易糾紛而產生的稅務風險。

集團主席兼行政總裁楊自遠先生表示：「2018年上半年集團自家品牌的發展取得了亮眼的成績，品牌知名度和美譽度都得到了進一步提升，我為集團在中國升級消費品行業的進一步突破感到喜悅和驕傲。隨著消費者不斷尋求新口味和不同口味的體驗，集團不斷推陳出新，推出多款口味和種類的新產品以迎合市場需求。其中，集團全新研發的純水果休閒食品將於2018年第四季正式投放國內、香港及澳門市場。這款革命性產品為健康休閒食品，不含任何脂肪，並可在常溫下運輸及儲存，具備方便運輸儲存、冷凍數小時後口感鬆軟類似冰淇淋、並保留水果原汁原味及原有營養等多項優勢。同時，集團擁有多項在進行中的或已經基本完成開發的新產品，比如不同口味的健康布丁系列，這些創新的休閒食品會按市場情況陸續推出，以滿足及契合不同年齡層的消費者口味及需求。」

「當前，中國政府高度重視食品安全，把食品安全提升到國家戰略高度進行謀劃，作為有高度社會責任感的企業，我們將繼續以食品安全為發展宗旨。而品質消費是食品消費升級的重要方向，我們將加大產品創新力度，努力豐富產品種類，為廣大消費者提供安全、營養、美味及便捷的加工水果產。面對市場新機遇，我們將推出更切合市場需要的業務策略，深入挖掘各類銷售渠道，期望成為中國內地以及國際水果製品的龍頭企業之一，為股東和廣大投資者帶來可持續的穩定投資回報。」

-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托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「同綫、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志」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」標志並在中國銷售。

欲瞭解更多集團詳情，請瀏覽集團網站 www.tianyuninternational.com

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