

[即時發佈]



Health and Happiness (H&H) International Holdings Limited

健合 (H&H) 國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

二零一八年全年業績公佈

*總收入上升 25.2%達人民幣 10,132.5 百萬元；經調整可比全年純利增長 9.5%達 RMB1,323.0 百萬元

*中國嬰幼兒配方奶粉業務增長 21.3%，益生菌增長 33.6%，拉動嬰幼兒營養及護理用品銷售增長

*成人營養及護理用品在澳新和中國地區的主動銷售分別上升 13.7%與 63.2%

財務摘要

除另標示外均以人民幣百萬元計算	截至十二月三十一日止十二個月		%變動
	二零一八年	二零一七年	
收入	10,132.5	8,095.3	25.2%
毛利	6,739.7	5,265.6	28.0%
經調整 EBITDA ¹	2,480.7	2,245.5	10.5%
經調整可比純利 ²	1,323.0	1,208.4	9.5%
經調整可比每股基本盈利	人民幣 2.07 元	人民幣 1.91 元	8.4%
建議每股普通股股息	港幣 0.48 元	-	-

(二零一九年三月十九日，香港) 全球領先優質健康產品供應商 - 健合(H&H)國際控股有限公司(「健合集團」或本「公司」，及其附屬公司統稱本「集團」；股份代號：1112) - 公佈截至二零一八年十二月三十一日止之全年業績。

於回顧年內，本集團各項業務均表現強勁。儘管年內總體經濟環境增添不穩，本集團的嬰幼兒營養及護理用品(BNC)與成人營養及護理用品(ANC)兩大核心業務分部的收入仍錄得雙位數字增長，並維持穩健的盈利能力。

於截至二零一八年十二月三十一日止年度，總收入達人民幣 10,132.5 百萬元，同比增長 25.2%，嬰幼兒營養及護理用品分部與成人營養及護理用品分部分別佔總收入約 58.1%與 41.9%。回顧年內的經調整可比 EBITDA 為人民幣 2,480.7 百萬元，年度同比增加 10.5%。經調整可比純利為人民幣 1,323.0 百萬元，較前一年度上升 9.5%。

嬰幼兒營養及護理用品分部，包括本集團之嬰幼兒配方奶粉、益生菌與嬰幼兒護理用品，所得收入較去年

¹EBITDA 指扣除利息、所得稅開支、折舊及攤銷前盈利。截至二零一八年十二月三十一日止年度的 EBITDA 為人民幣 2,158.6 百萬元(二零一七年：人民幣 2,060.4 百萬元)。經調整可比 EBITDA=EBITDA+截至二零一八年十二月三十一日止年度的非經常性虧損人民幣 16.2 百萬元(二零一七年：人民幣 94.7 百萬元)+截至二零一八年十二月三十一日止年度的非現金虧損人民幣 305.9 百萬元(二零一七年：人民幣 90.4 百萬元)

²截至二零一八年十二月三十一日止年度的純利為人民幣 843.1 百萬元(二零一七年：人民幣 928.5 百萬元)。經調整可比純利=純利+EBITDA 調整項目人民幣 322.1 百萬元(二零一七年：人民幣 185.1 百萬元)+其他非經常性虧損人民幣 123.8 百萬元(二零一七年：人民幣 28.3 百萬元)+其他非現金虧損人民幣 34.0 百萬元(二零一七年：人民幣 66.5 百萬元)

同期增加 **25.8%**，於二零一八年達人民幣 **5,888.3** 百萬元。儘管包括中國出生率下降、經濟增長轉弱，以及更嚴格的註冊制等若干挑戰導致主要品牌間的競爭加劇，中國嬰幼兒配方奶粉分部仍然是嬰幼兒營養及護理用品業務最大的貢獻來源。本集團的高端定位、有效品牌及營銷舉措，以及銷售管道投資，使本集團的嬰幼兒配方奶粉業務於二零一八年增長 **21.3%**。本集團 **Biostime** 及 **Healthy Times** 品牌的嬰幼兒配方奶粉產品的銷售額分別增長 **18.9%**與 **171.8%**。

根據獨立市場研究公司尼爾森 (Nielsen) 的數據顯示，本集團 **Biostime** 與 **Healthy Times** 旗下之高端與超高端系列持有的中國市場份額於截至二零一八年十二月三十一日止十二個月上升至 **5.8%**，因此，本集團在中國的整體嬰幼兒配方奶粉市場份額於截至二零一八年十二月三十一日止十二個月上升至 **5.9%**。

本集團亦把握有機嬰幼兒配方奶粉市場高速增長的機遇。根據尼爾森的數據顯示，該市場於二零一八年增長 **42.4%**。具體而言，本集團藉較早前在中國及美國市場推出的 **Healthy Times** 品牌，繼續擴大該品牌旗下嬰幼兒配方奶粉產品的品牌知名度。與此同時，本集團委任一名受推崇的中國明星擔任 **Healthy Times** 的品牌大使，同時推廣有機及天然原材料對嬰幼兒的益處。

本集團的益生菌產品分部亦繼續展現強勁的銷售增長動力，並於二零一八年在香港及法國市場推出新益生菌產品。此分部所得收入達人民幣 **1,044.6** 百萬元，較去年同期增加 **33.6%**，主要受惠於全面的品牌及營銷活動，以及消費者對益生菌產品持續不斷的龐大需求。

於二零一八年，其他嬰幼兒產品的銷售額亦錄得快速增長，主要受惠於 **Dodie** 品牌產品於法國本土市場及中國市場的銷售表現。於法國，本集團借助 **Dodie** 成立六十周年的契機，推出新款配飾系列、新品牌活動及新嬰幼兒個人護理系列，大獲消費者好評。於二零一八年，本集團亦提升 **Dodie** 高端紙尿褲在中國的滲透率，以把握近期紙尿褲市場高端化所湧現的商機。本集團亦委任中國奧運金牌跳水選手郭晶晶為品牌大使，以及於中國線上及線下平臺進行全面營銷活動以支撐此營銷表現。

於二零一八年，本集團 **Swisse** 品牌所營運的成人營養及護理用品分部的收入持續上升，達 **859.0** 百萬澳元，按經貨幣調整可比基準計算較去年同期增加 **30.3%**。澳洲及新西蘭與中國市場的主動銷售分別增加 **13.7%**及 **63.2%**。上述業績主要受惠於中國市場的蓬勃增長，貢獻 **Swisse** 二零一八年總銷量的 **35.6%**，而 **Swisse** 於澳洲本土市場的銷售表現則超過行業水準，使市場份額增加。

在中國市場，**Swisse** 的收入增長（尤其是於跨境電子商務分部的收入），主要受創新營銷活動及與各關鍵意見領袖的合作所帶動。**Swisse** 於二零一八年十一月在天貓舉行的雙十一購物狂歡節中，勇奪最受歡迎健康品牌及跨行業最受歡迎進口品牌，期間推出的新品系列於中國跨境電子商務市場大獲好評。

於二零一八年，**Swisse** 亦擴大在中國的一般貿易業務，成功於國家市場監督管理總局（「市場監管總局」）註冊其暢銷的 **Ultiboost** 鈣+維他命 **D** 產品，是中國新「藍帽子」備案程式下首款獲批的澳洲製造維生素、草本及礦物充劑（**VHMS**）產品。同時，本集團借助更全面的產品系列及規模更大的網絡，繼續拓展並深化在新美妝品管道等中國線下分銷管道的滲透率，以進一步提升 **Swisse** 的品牌知名度。

根據獨立市場研究公司 **IRI** 的研究數據，於截至二零一八年十二月三十一日止十二個月，**Swisse** 進一步提升在澳洲維生素、草本及礦物補充劑市場的領導地位，市場份額為 **18.6%**。**Swisse** 亦在中國的線上維生素、草本及礦物補充劑市場佔據領導地位。

展望將來，本集將持續實施「高端優質、驗證有效、令人嚮往」（**PPA**）的經營模式，並舉辦創意營銷活動及明星代言，以在本地及全球市場積極傳達品牌形象。於二零一九年，本集團預期中國嬰幼兒配方奶粉市場的競爭仍然十分激烈。然而，隨著高端化趨勢持續，本集團相信可借助在高端及超高端分部的領導優勢，鞏固其領先的市場地位。

為了在中國線上及線下嬰幼兒配方奶粉市場白熱化的競爭中領先同業，本集團將繼續投資品牌及營銷活動，推出新產品類別，同時深化分銷網絡並加強與中國主要客戶的策略夥伴關係。本集團亦將在包括澳洲的海

外市場中，繼續拓展成人營養及護理用品的產品類別，集團近期才在澳洲推出 **Biostime** 的有機嬰幼兒配方奶粉產品及益生菌產品。

本集團的成人營養及護理用品業務的前景仍然十分看好，此乃由於消費者健康意識的提高及愈來愈多年輕消費者接觸此類產品。為把握該等商機，本集團將推出新品、舉行創意營銷及品牌活動，並在銷售管道繼續投資，進一步提升 **Swisse** 品牌在中國線上及線下市場，以及其他全球市場的知名度。本集團目前也正預備就數項 **Swisse** 產品提交備案文件，以促進其在中國一般貿易業務的拓展。

除現有之嬰幼兒營養及護理用品和成人營養及護理用品的品牌外，本集團亦尋求擴展新產品類別，包括有機嬰兒食品、嬰幼兒配方羊奶粉及成人天然美容品類。於二零一八年九月，本集團完成收購法國有機嬰兒食品品牌 **Good Goût**，得以進一步獲取有機嬰兒食品分部在法國、中國及其他國際市場的強勁增長勢頭，捕捉消費者對驗證有效和高端嬰幼兒營養及護理產品不斷增長的需求。為支持日後嬰幼兒配方奶粉相關產品系列的擴張活動，本集團近期已收購一間獲中國國家認證認可監督管理委員會許可的澳洲工廠，其擁有生產嬰幼兒配方羊奶粉的資質能力。此次收購將使本集團能在中國涉足其他增長迅速的嬰幼兒配方奶粉分部。

此外，隨著收購 **Aurelia Probiotic Skincare**，本集團正進軍全球高端及天然美容分部。此超高端護膚品牌結合可持續獲得的生物有機植物成分與益生菌。此次收購將進一步完善集團的成人營養及護理用品業務的護理分部。

集團主席羅飛先生表示：「我們展望新品牌及新產品類別以更進一步擴展我們的業務，同時也將繼續投入現有且快速增長的嬰幼兒營養及護理用品與成人營養及護理用品品牌。如此將促進健合集團進一步向成為全球優質健康產品供應商的目標邁進，同時為我們的股東帶來穩固的增長與回報。」

- 完 -

關於健合(H&H)國際控股有限公司

健合集團為全球優質健康產品供應商。產品系列包括高端兒童益生菌沖劑、嬰幼兒配方奶粉、乾製嬰幼兒食品，及嬰幼兒護理用品。集團亦持有澳洲維生素及草本和礦物補充劑市場領導者 **Swisse Wellness Group Pty Ltd** 100%的股權。健合集團於二零一零年在香港聯交所主板上市。

若有垂詢，請聯絡：

博譽顧問集團

Matthew Schultz / Henry Chow

電話：(852) 3978 5321 / (852) 3978 5323

電郵：matt.schultz@think-alliance.com / henry.chow@think-alliance.com