[即時發放]

中糧肉食 2018 年收入人民幣 71.7 億元

* * * * *

豬肉消費呈品牌化趨勢
推動品牌生鮮豬肉及肉製品業務逆勢上升

主要運營資料	截至 12 月 31 日止年度		同比增長
	2018 年	2017 年	
生豬出欄量(千頭)	**2,550**	2,226	**14.5%**
生鮮豬肉銷量(千噸)	**190**	172	**10.6%**
其中：品牌生鮮豬肉銷量(千噸)	**43**	33	**32.2%**
品牌業務收入佔比[(1)]	**17.48%**	15.58%	**1.9 個百分點**

(1) 指品牌生鮮豬肉及肉製品業務的收入除以集團收入。

(2019 年 3 月 26 日，香港訊) - 中國知名的全產業鏈肉類生產運營商**中糧肉食控股有限公司**(「**中糧肉食**」或「**公司**」及連同其附屬公司「**集團**」，股份代號：**01610**)公佈其截至 2018 年 12 月 31 日止年度經審計之全年業績。

2018年，整體行業及市場環境在激流中度過。生豬價格上半年下跌，下半年季節性回升，非洲豬瘟發生後產銷區有所分化，全年生豬均價處於周期底部，同比下降約20%。受非洲豬瘟影響，2019年2月，全國生豬存欄及能繁母豬存欄量降至近十年最低水平。這些因素加速行業汰弱留強，同時消費升級亦提高了消費者對食品安全及品質的需求，使豬肉消費呈現品牌化趨勢。高端品牌豬肉價格仍然堅挺，產品質素及消費體驗兼備的優質企業將受惠於在行業的轉型和升級，獲得更高的品牌溢價及客戶忠誠度。

縱然面對複雜的外部環境，**中糧肉食**於年內聚焦運營提升和品牌建設，使核心業務持續增長，品牌業務迅猛發展。核心業務的增長，在生豬養殖業務方面，可見於生豬出欄量同比增長14.5%，而生鮮豬肉業務的分部業績，創歷史新高，達人民幣 107 百萬元，同比增長 18.8%。生鮮豬肉的銷量同比增長 10.6%，達 190 千噸，當中品牌生鮮豬肉的銷量同比增長更快，大幅增長 32.2%達 43 千噸，帶動品牌生鮮豬肉的收入佔比生鮮豬肉的總收入，與 2017 年相比提高了 5.6 個百分點至 30.8%，可見集團的***家佳康***品牌豬肉備受市場喜愛。

- 續 -

集團業務覆蓋全產業鏈存在重大戰略優勢。除生鮮豬肉業務實現規模及盈利雙增長外，肉製品業務年內有超卓的表現，分部業績同比增長約 16 倍，幾近生鮮豬肉的分部業績，為集團 2018 年業績提供重大貢獻。

豬價大跌致生豬養殖業務的業績出現重大虧損，在肉製品及生鮮豬肉這兩項業務有效抵銷了部份負面影響下，集團 2018 年收入錄得同比增長 3%，達人民幣 71.7 億元，生物資產公允價值調整前虧損為人民幣 2.17 億元，2017 年同比相關溢利為人民幣 4.97 億元。

生豬養殖業務：戰略性儲備產能　提升生產管理水平

中糧肉食在行情下行期，集團戰略性儲備產能，提升生產管理水平。年內生豬出欄量同比增長 14.5%至 2,550 千頭，生豬養殖產能達 4,089 千頭，同比提升 17.1%。截至 2018 年底，集團已形成飼料產能 900 千噸，飼料自給率由去年同期的 43.9%進一步提升至 55.9%，2019 年有望提升至 65%以上。同時，集團透過加強與中糧集團原料採購團隊的信息共享，低價建立玉米、豆粕庫存。

為應對非洲豬瘟疫情，集團致力建設高標準的養殖場土建和設備，採用「母豬區+保育育肥區」兩點式佈局，拉開防疫間距，並在場外設有配套的生豬轉運站、車輛清洗消毒站，以加強疫病防控力度、提高生物安全等級，保障養殖生產體系平穩運行。

生鮮豬肉業務：量利齊升 分部業績、品牌業務再創新高

2018 年，生鮮豬肉業務實現規模及盈利雙增長，分部業績創新高。***家佳康***品牌豬肉品牌終端數量增至 1,877 個，同比增長 15.2%。

此外，集團生鮮豬肉分部產能利用率已達 89.1%，同比提升 7.9 個百分點，其中湖北武漢屠宰產能 50 萬頭的工廠已連續六年滿產，市場基礎良好，現正積極推進華北及東北產能佈局，其中於湖北黃岡開工建設年屠宰產能 100 萬頭的新廠，計劃於 2019 年下半年試產，全面覆蓋華中市場。

為抓住消費趨勢變化，**中糧肉食**與新零售渠道深度合作。盒裝豬肉銷量同比大增 76.9%達 18 百萬盒，並已進駐某知名中高端生鮮企業的全國 53 家門店，安全、新鮮、便捷、精分割的產品特質深受消費者歡迎。以「優脂健康新生活」為賣點的「亞麻籽」高端盒裝豬肉系列新品自推出後獲良好市場反響，銷量穩步增長。

- 續 -

肉製品業務：完善產能佈局　培育明星單品

繼成功打造「芝心腸」、「嚼真棒」等暢銷明星單品後，**中糧肉食**繼續深挖客戶需求、了解市場空缺，年內共上市新品 53 款，新品銷量突破千噸，產品組合進一步優化。年內，廣東鶴山工廠完成搬遷後續工作。為聚焦進口牛肉深加工業務及餐飲客戶服務，江蘇東台新工廠正式投產。產能佈局的完善為肉製品業務渠道轉型奠定了良好基礎，餐飲渠道銷量同比增長 119.8%，帶動分部銷量同比增長 16.8%至 12.5 千噸。

進口業務：持續推進工貿結合業務模式　牛肉銷售大幅增長

肉類進口分部在積極應對國內生豬價格下行、美國豬肉和牛肉關稅增加、巴西雞肉「反傾銷」調查、人民幣貶值等問題下，實現分部銷量 93 千噸，同比增長 8.6%；分部收入人民幣 2,316 百萬元，同比增長 20.9%。憑藉準確的行情判斷，集團年內實現低成本建倉，並採取背對背簽約及高周轉舉措降低風險。同時，**中糧肉食**繼續深化全品類、多國別的採購體系，擴大進口來源，降低採購風險。

集團持續推進工貿結合業務模式，實現牛肉銷量大幅增長。牛肉銷量同比大增 81.7%達 38 千噸。肉類進口分部持續進行區域和渠道深耕，牛肉終端型（餐飲、企業客戶、零售）業務收入同比增長 90.7%達 980 百萬元。高端零售及餐飲客戶開發亦取得成效，實現冰鮮牛肉進口常態化，提升產品溢價，增加客戶黏性。

展望

中國豬肉業年內正經歷結構性改革，**中糧肉食**在汰弱留強的市場下，整體經營業績繼續保持平穩增長。2019 年，**中糧肉食**將承前啟後繼續推進戰略佈局，以高自供飼料比例降低經營風險及養殖成本；同時著力提高防疫等級，保障養殖生產體系平穩運行；而且，全面推進北方擴產方案，覆蓋華中市場。集團並會深挖市場需求，培育具競爭性的明星單品，把握豬肉消費品牌化的黃金機遇，將高品質生豬轉化為高溢價豬肉品牌產品。未來，**中糧肉食**將繼續秉持『引領行業安全標準、保障國民肉食安全』的經營理念，為股東創造更豐碩的可持續回報。

- 完 -

有關中糧肉食控股有限公司（股份代號：01610）

中糧肉食為世界 500 強中糧集團從事肉類生產經營業務的主要平台，為中國領先的全產業鏈肉類生產運營商，公司規模增長迅速，旗下兩大品牌「*家佳康*」及「*萬威客*」享譽全國。

中糧肉食備有垂直整合的豬肉食品產業鏈，業務包括飼料生產、生豬養殖、屠宰、生鮮豬肉和肉製品生產、經銷和銷售以及冷凍肉類（包括豬肉、牛肉、禽肉及羊肉）產品進口分銷。集團獨特的定位使其受益於中國豬肉行業的現有趨勢，包括行業逐步整合向大規模生豬養殖場發展的趨勢、消費者對安全優質產品的需求日益增加的趨勢及符合日益嚴格的環保規定的需要。集團品質監控嚴謹，獲頒 ISO9001、ISO22000、HACCP 等國際認證，同時專注提升科技水平，與丹麥、美國、加拿大、日本等國專家聯合進行技術研發，提升生產效率。集團成立以來，深受國家及海外支持及肯定，除了 2012-2015 年榮獲中國奧運體育代表團選定為唯一肉類食品供應商，進一步於 2018 年 8 月成為中國航天事業合作夥伴，更獲得多家國際領先投資者支持，奠定行業龍頭地位。

新聞垂詢：
縱橫財經公關顧問（中國）有限公司
李凱琳小姐　　電話：(852) 2864 4837
陸華胄小姐　　電話：(852) 2114 4963
萬梓呈小姐　　電話：(852) 2864 4854
方　雋先生　　電話：(852) 2864 4899
電郵：　sprg-cofocmeat@sprg.com.hk