

致：財經版編輯

【請即時發放】



(股份代號：3386)

宣佈截至 2014 年 6 月 30 日止之中期業績
收入增長 27.4%至人民幣 16.24 億元
公司擁有人應佔溢利大幅增加 47.7%至約人民幣 1.79 億元

財務摘要	截至 6 月 30 日止六個月(人民幣 百萬元)		
	2014 年 (未經審核)	2013 年 (經審核)	變化(%)
收入	1,623.9	1,274.7	+27.4%
毛利	579.5	473.4	+22.4%
毛利率	35.7%	37.1%	-1.4 個百分點
公司擁有人應佔溢利	179.1	121.2	+47.7%
純利率	11.0%	9.5%	+1.5 個百分點
每股基本盈利	人民幣 0.14 元	人民幣 0.13 元	+7.7%

[香港訊，2014 年 8 月 27 日] 中國最大的瓷磚公司—東鵬控股股份有限公司（「東鵬控股」或「公司」，連同其附屬公司，統稱「集團」，股份代號：3386），今天宣佈截至 2014 年 6 月 30 日止（「期內」）之中期業績。

2014 年上半年，集團憑藉直銷及第三方分銷的雙重銷售模式，持續實現高效的擴張策略，進一步提高其品牌知名度、擴大客戶基礎及為客戶提供一流的客戶服務，鞏固了其市場領導地位。期內，集團的收入達約人民幣 16.24 億元，同比顯著增長 27.4% (2013 年上半年：約為人民幣 12.75 億元)。收益增長主要得益於高端釉面磚和衛浴產品銷售增加。

期內，集團錄得毛利約人民幣 5.80 億元，同比增長 22.4% (2013 年上半年：約人民幣 4.73 億元)，毛利率為 35.7% (2013 年上半年：37.1%)，略微下降 1.4 個百分點。期內，公司擁有人應佔溢利較 2013 年同期大幅增長 47.7%，達約人民幣 1.79 億元 (2013 年上半年：約人民幣 1.21 億元)。

~續~

業務回顧

業務摘要	截至 6 月 30 日止 (人民幣 百萬元)				
	收入		變化	佔總營業額比例	
	2014 年 (未經審核)	2013 年 (經審核)	%	2014 年	2013 年
瓷磚產品 - 拋光磚	647.6	621.8	+4.1%	39.9%	48.8%
瓷磚產品 - 釉面磚	754.5	596.9	+26.4%	46.4%	46.8%
小計	1,402.1	1,218.7	+15.1%	86.3%	95.6%
衛浴產品	221.8	56.0	+295.8%	13.7%	4.4%
總收入	1,623.9	1,274.7	+27.4%		

瓷磚產品

集團的瓷磚產品業務主要包括拋光磚產品和釉面磚產品的銷售。期內，釉面磚產品的收益則較去年同期顯著上升26.4%至約人民幣7.55億元(2013年上半年：人民幣5.97億元)；而拋光磚產品的收入較去年同期上升4.1%至約人民幣6.48億元(2013年上半年：人民幣6.22億元)。

期內，集團持續增加銷售及營銷力度，推動了整體瓷磚產品業務實現顯著增長。2014年上半年，集團的銷售渠道相較於2013年底淨增加216家零售門店(包括自營及由第三方擁有)至1,825家，覆蓋至全國所有省份的超過600個城市。與此同時，集團繼續投入大量資源進行技術創新、新產品設計及開發，於期內合共推出19個新產品系列，包括拋釉磚新產品系列—伊朗白玉系列、卡布奇諾系列及山水石系列，以及拋光磚新產品系列—亞光面至尊洞石系列及世界洞石系列。此外，集團亦積極擴充及多樣化瓷片產品至大眾市場產品，推動銷售穩步上升，而仿古磚產品的銷售亦持續增長，在房地產項目中的使用有所增加。

衛浴產品

集團通過於2013年5月收購東鵬潔具，令衛浴產品業務顯著提升，業務收入較去年同期大幅增長295.8%至約人民幣2.22億元(2013年上半年：人民幣5,604萬元)。2014年7月，集團通過收購Innoci之62%股權，以進一步拓展中高端衛浴產品市場。憑藉Innoci經驗豐富的精英產品設計團隊的設計能力及品牌定位，結合集團的產能、分銷管道及物流優勢，將為集團開拓現代時尚及高端設計的市場注入新動力，推動衛浴產品業務的長期穩定發展。

利用在線銷售平台

由於客戶的購物習慣不斷變化，集團已加大在線銷售投入。於2014年上半年，集團已透過多家知名互聯網門戶(包括齊家網、CityTogo.com、美樂樂、一起裝修網、土巴兔裝修網等)在全國開展在線銷售活動。該等在線銷售活動令集團迅速接觸客戶及獲取新的市場份額。為作說明，就集團與齊家網的戰略合作而言，集團計劃在中國開設11個省級體驗中心，其中5個已經開業，另外6個中心正在進行裝修工程。此外，截至2014年6月30日止六個月，集團與齊家網舉行合共14次營銷活動，每次活動都極為成功，參加人數逾1,200人。

展望未來，集團將繼續致力在其瓷磚業務及衛浴產品業務之間實現更大的協同效應，並把握Innoci品牌的高端和時尚定位，以提高「東鵬」品牌知名度及鞏固其於中國瓷磚市場的市場領導地位。集團在繼續加大交叉銷售、強化經銷商管理，優化產品組合及提高經營效率之同時，亦將分配更多資源開發在線銷售渠道，以把握在線消費者市場的巨大商機，並在實體店及網店之間建立積極聯繫。

東鵬控股主席何新明先生表示：「隨著中國經濟於2014年下半年保持平穩增長，加上中國的家居裝飾及裝修市場與房地產市場相比波動性通常較小，集團相信持續城鎮化、人均可支配收入增加、房屋翻新及升級需求的上升將繼續促進2014年下半年中國家居裝飾及裝修市場的發展。憑藉集團長期以來建立的卓越品牌，出色的營運、營銷和物流效率，及於上市後直接進入資本市場的優勢，東鵬將積極擴展業務及完善全國性銷售網絡，為股東帶來最大的回報。」

- 完 -

關於東鵬控股股份有限公司

東鵬控股是中國最大的瓷磚公司，並擁有高端瓷磚分部最大的市場份額。東鵬控股以「東鵬」品牌設計、開發、生產、推廣及銷售品種繁多的瓷磚產品和衛浴產品。在中國 500 大最有價值品牌當中，「東鵬」品牌連續八年獲世界品牌實驗室認可為行內最有價值品牌。東鵬控股於中國各地 600 個城市擁有 1,825 家零售門店，產品銷往全球 66 個國家。憑藉其強大的產品創新和開發能力、先進的 SAP 系統和廣泛的全國性銷售網絡，東鵬控股將繼續增強品牌知名度、優化銷售網路，加強產品組合並擴展衛浴產品業務，進一步鞏固其領先市場地位。