

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



HUABAO INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

華寶國際控股有限公司*

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00336)

截至二零一五年三月三十一日止年度 全年業績公告

財務摘要

對比上一財政年度：

- 營業額增加約2.1%至港幣4,326,486,000元
- 營運盈利減少約2.4%至港幣2,320,145,000元
- 本公司權益持有人應佔盈利增加約0.5%至港幣1,986,584,000元
- 每股基本盈利（「每股基本盈利」）增加約0.4%至港幣64.02仙
- 營運活動產生之淨現金增加約17.4%至港幣2,141,895,000元
- 銀行及庫存現金+增加約14.0%至港幣3,626,091,000元，淨現金#達港幣2,875,813,000元，增加約8.5%
- 董事會不建議就截至二零一五年三月三十一日止年度派發任何期末股息。連同年內已派發的中期及特別股息每股港幣31.72仙，全年合共派息率約50%

+ 「銀行及庫存現金」乃指「短期定期存款」加「現金及現金等價物」。

「淨現金」乃指「短期定期存款」加「現金及現金等價物」減「貸款」。

* 僅供識別

財務摘要表

	截至三月三十一日止年度		百分比變動
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元	
營業額	4,326,486	4,237,425	+2.1%
毛利	3,025,317	2,998,119	+0.9%
毛利率	69.9%	70.8%	
營運盈利	2,320,145	2,377,244	-2.4%
EBIT率	53.6%	56.1%	
除稅前盈利	2,386,247	2,417,245	-1.3%
本公司權益持有人應佔盈利	1,986,584	1,977,325	+0.5%
營運活動產生之淨現金	2,141,895	1,824,923	+17.4%
淨現金	2,875,813	2,651,614	+8.5%
每股盈利			
— 基本	64.02港仙	63.76港仙	+0.4%
— 攤薄	63.93港仙	63.72港仙	+0.3%
已付每股中期及特別股息 (附註8)	31.72港仙	11.56港仙	
每股期末及特別股息 (附註8)	— 港仙	17.49港仙	
全年股息分派率	50%	46%	

華寶國際控股有限公司（「本公司」或「華寶」）董事會（「董事會」）欣然公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零一五年三月三十一日止年度之經審核綜合業績連同比較數字。

綜合收益表

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
營業額	2	4,326,486	4,237,425
銷售成本	3	<u>(1,301,169)</u>	<u>(1,239,306)</u>
毛利		3,025,317	2,998,119
其他收入及其他收益 — 淨額	4	263,205	204,571
銷售及市場推廣開支	3	(204,650)	(169,936)
行政費用	3	<u>(763,727)</u>	<u>(655,510)</u>
營運盈利		2,320,145	2,377,244
財務收入		83,095	54,352
融資成本		<u>(13,988)</u>	<u>(11,997)</u>
財務收入—淨額	5	69,107	42,355
應佔聯營公司及共同控制實體之虧損		<u>(3,005)</u>	<u>(2,354)</u>
除稅前盈利		2,386,247	2,417,245
所得稅	6	<u>(391,054)</u>	<u>(420,381)</u>
本年度盈利		<u>1,995,193</u>	<u>1,996,864</u>
應佔：			
本公司權益持有人		1,986,584	1,977,325
非控制性權益		<u>8,609</u>	<u>19,539</u>
		<u>1,995,193</u>	<u>1,996,864</u>
年內本公司權益持有人應佔的每股盈利			
— 基本 (港仙)	7(a)	<u>64.02</u>	<u>63.76</u>
— 攤薄 (港仙)	7(b)	<u>63.93</u>	<u>63.72</u>
中期及期末股息	8	295,531	594,714
特別股息	8	<u>689,158</u>	<u>306,539</u>
		<u>984,689</u>	<u>901,253</u>

綜合全面收益表

截至三月三十一日止年度
二零一五年 二零一四年
港幣千元 港幣千元

本年度盈利	1,995,193	1,996,864
其他全面收益：		
可重新分類至損益的項目		
可供出售金融資產之除稅後的公允值變動	13,461	62,398
海外業務之貨幣換算差額	6,341	126,031
	<u>19,802</u>	<u>188,429</u>
本年度除稅後其他全面收益		
本年度除稅後全面收益總額	<u>2,014,995</u>	<u>2,185,293</u>
應佔全面收益總額：		
本公司權益持有人	2,006,322	2,157,918
非控制性權益	8,673	27,375
	<u>2,014,995</u>	<u>2,185,293</u>

綜合財務狀況表

	附註	於三月三十一日	
		二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		1,405,495	1,425,497
土地使用權		194,060	200,247
無形資產		2,897,367	2,931,430
於聯營公司之投資		227,795	239,044
於共同控制實體之投資		6,987	7,442
可供出售金融資產		225,217	154,504
遞延所得稅資產		65,194	66,208
		<u>5,022,115</u>	<u>5,024,372</u>
流動資產			
存貨		818,433	855,694
貿易及其他應收款項	9	1,309,693	1,341,399
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產		124,535	–
持作出售資產		–	5,196
短期定期存款		951,802	806,400
現金及現金等價物		2,674,289	2,375,345
		<u>5,878,752</u>	<u>5,384,034</u>
總資產		<u>10,900,867</u>	<u>10,408,406</u>
權益			
本公司權益持有人應佔股本及儲備			
股本		310,432	310,132
儲備		1,188,606	1,110,334
保留盈利			
– 擬派期末股息		–	325,329
– 擬派特別股息		–	217,092
– 其他		7,670,008	6,722,684
		<u>9,169,046</u>	<u>8,685,571</u>
非控制性權益		<u>234,796</u>	<u>314,658</u>
總權益		<u>9,403,842</u>	<u>9,000,229</u>
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		72,607	92,676
流動負債			
貸款	10	750,278	530,131
貿易及其他應付款項	11	562,030	652,094
當期所得稅負債		112,110	133,276
		<u>1,424,418</u>	<u>1,315,501</u>
總負債		<u>1,497,025</u>	<u>1,408,177</u>
總權益及負債		<u>10,900,867</u>	<u>10,408,406</u>
流動資產淨值		<u>4,454,334</u>	<u>4,068,533</u>
總資產減流動負債		<u>9,476,449</u>	<u>9,092,905</u>

綜合現金流量表

截至三月三十一日止年度
二零一五年 二零一四年
港幣千元 港幣千元

經營活動之現金流量		
營運產生之現金	2,582,464	2,245,508
已付所得稅	(440,569)	(420,585)
營運活動產生之現金淨額	2,141,895	1,824,923
投資活動的現金流量		
出售附屬公司所得款	-	15,993
注資聯營公司	-	(138,136)
新增可供出售金融資產	(52,558)	-
出售聯營公司所得款項	10,952	-
購入按公允價列賬在損益賬處理的金融資產	(95,877)	-
購入物業、機器及設備，土地使用權及無形資產	(154,179)	(161,946)
出售物業、機器及設備所得款項	375	233
存入短期定期存款	(144,425)	(361,229)
已收股息	3,089	843
已收利息	83,088	48,344
投資活動所用之現金淨額	(349,535)	(595,898)
融資活動的現金流量		
向股東支付股息	(1,565,695)	(776,719)
向非控制性權益收購附屬公司額外權益	(58,669)	(5,242)
非控制性權益持有人注資之所得款項	-	3,221
行駛購股權而發行的新股所得款項	9,271	-
回購股份	-	(13,937)
新增短期銀行借貸	290,150	65,131
償還短期銀行借貸	(65,150)	-
償還股東款項	(93,985)	(30,000)
已付利息	(13,489)	(13,030)
融資活動所用之現金淨額	(1,497,567)	(770,576)
現金及現金等價物增加淨額	294,793	458,449
於四月一日之現金及現金等價物	2,375,345	1,886,183
貨幣換算對現金及現金等價物的影響	4,151	30,713
於三月三十一日之現金及現金等價物	2,674,289	2,375,345

附註：

1. 編製基準

本公司綜合財務報表乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」），並按歷史成本法編制，且就重新計量之可供出售金融資產及以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產而作出修訂。

(a) 下列對準則之修訂及詮釋於二零一四年四月一日開始的財政年度首次強制應用，但現與本集團業務無關或無重大影響（雖然其可能會影響未來的交易和事項的會計記賬）：

- 香港會計準則第32號（修改）「金融工具：呈報」有關資產與負債的對銷（由二零一四年一月一日或之後開始的年度期間起生效）。
- 香港財務報告準則第10、12號及香港會計準則第27號（修改）「投資主體的合併」（由二零一四年一月一日或之後開始的年度期間起生效）。
- 香港會計準則第36號（修改）「資產減值」中有關可收回金額的披露（由二零一四年一月一日或之後開始的年度期間起生效）。
- 香港會計準則第39號（修改）「金融工具：確認及計量」－衍生工具的替代（由二零一四年一月一日或之後開始的年度期間起生效）。
- 香港（國際財務報告解釋委員會）－解釋公告第21號「徵費」（由二零一四年一月一日或之後開始的年度期間起生效）。

(b) 下列仍未生效而本集團亦無提早採納的準則及對現有準則的修改：

	之後開始的年度 期間起生效
香港會計準則第19號（修改）有關設定福利計劃	二零一四年七月一日
2012年度改進包括2010-2012年報告週期年度改進項目的變動	二零一四年七月一日
2013年度改進包括2011-2013年報告週期年度改進項目的變動	二零一四年七月一日
香港財務報告準則第14號「監管遞延賬目」	二零一六年一月一日
香港財務報告準則第11號（修改）「收購共同經營權益的會計法」	二零一六年一月一日
香港會計準則第16號及第38號（修改） 「折舊與攤銷的可接受方法的澄清」	二零一六年一月一日
香港會計準則第16號及第41號（修改）「生產性植物」	二零一六年一月一日
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號（修改） 「投資者與其聯營或合營企業之間的資產出售或注資」	二零一六年一月一日
香港會計準則第27號（修改）「獨立財務報表之權益表」	二零一六年一月一日
2014年度改進包括2012-2014週期年度改進項目的變動	二零一六年一月一日
香港財務報告準則第10號、香港財務報告準則第12號及 香港會計準則第28號（修改）「關於投資性主體； 應用合併的例外規定」	二零一六年一月一日
香港會計準則第1號（修改）「披露計劃」	二零一六年一月一日
香港財務報告準則第15號「客戶合同收入」	二零一七年一月一日
香港財務報告準則第9號「金融工具」	二零一八年一月一日

2. 營業額及分部資料

本集團的經營分為四項主要營運分部：

- (1) 食用香精香料；
- (2) 煙草薄片；
- (3) 新材料；及
- (4) 日用香精香料。

主要經營決策者明確為執行董事（「執行董事」），執行董事審閱本集團的內部報告以評估表現及分配資源。管理層按照此報告以決定營運分部。

執行董事從經營活動角度考慮業務及評估食用香精香料、煙草薄片、新材料及日用香精香料之分部業務表現。食用香精香料業務包括研發、生產及銷售食用香精香料產品。煙草薄片業務包括研發、生產及銷售造紙法煙草薄片產品。日用香精香料業務包括研發、生產及銷售日用香精香料產品。為配合本集團在新材料方面的業務發展，管理層決定在本報告期內呈列一個新的營運分部－新材料，此分部的業務包括研發、生產及銷售創新、具功能性等適用於煙草行業的新材料產品。執行董事根據營運盈利的計量評估營運分部的表現。

截至二零一五年三月三十一日止年度之分部資料呈列如下：

	截至二零一五年三月三十一日止年度						
	食用 香精香料 港幣千元	煙草薄片 港幣千元	新材料 港幣千元	日用 香精香料 港幣千元	分部總計 港幣千元	總部 港幣千元	總計 港幣千元
總營業額	3,229,796	974,301	86,769	85,075	4,375,941	-	4,375,941
分部間銷售	(20,697)	(28,727)	-	(31)	(49,455)	-	(49,455)
分部營業額—淨額	<u>3,209,099</u>	<u>945,574</u>	<u>86,769</u>	<u>85,044</u>	<u>4,326,486</u>	<u>-</u>	<u>4,326,486</u>
分部業績	1,898,165	417,891	15,311	10,654	2,342,021	(21,876)	2,320,145
財務收入							83,095
融資成本							(13,988)
財務收入—淨額							69,107
應佔聯營公司及 共同控制實體之虧損							(3,005)
除稅前盈利							2,386,247
所得稅							(391,054)
本年度盈利							<u>1,995,193</u>

	於二零一五年三月三十一日						
	食用 香精香料 港幣千元	煙草薄片 港幣千元	新材料 港幣千元	日用 香精香料 港幣千元	分部總計 港幣千元	總部 港幣千元	總計 港幣千元
分部資產	<u>7,204,941</u>	<u>3,353,107</u>	<u>161,573</u>	<u>164,299</u>	<u>10,883,920</u>	<u>16,947</u>	<u>10,900,867</u>

截至二零一四年三月三十一日止年度之分部資料呈列如下：

	截至二零一四年三月三十一日止年度						
	食用 香精香料 港幣千元	煙草薄片 港幣千元	新材料 港幣千元	日用 香精香料 港幣千元	分部總計 港幣千元	總部 港幣千元	總計 港幣千元
總營業額	3,143,885	1,070,170	21,003	84,688	4,319,746	-	4,319,746
分部間銷售	(81,969)	(339)	-	(13)	(82,321)	-	(82,321)
分部營業額—淨額	<u>3,061,916</u>	<u>1,069,831</u>	<u>21,003</u>	<u>84,675</u>	<u>4,237,425</u>	<u>-</u>	<u>4,237,425</u>
分部業績	1,981,437	422,683	(14,360)	7,760	2,397,520	(20,276)	2,377,244
財務收入							54,352
融資成本							(11,997)
財務收入—淨額							42,355
應佔聯營公司及 共同控制實體之虧損							(2,354)
除稅前盈利							2,417,245
所得稅							(420,381)
本年度盈利							<u>1,996,864</u>

	於二零一四年三月三十一日						
	食用 香精香料 港幣千元	煙草薄片 港幣千元	新材料 港幣千元	日用 香精香料 港幣千元	分部總計 港幣千元	總部 港幣千元	總計 港幣千元
分部資產	<u>6,708,824</u>	<u>3,353,762</u>	<u>147,477</u>	<u>167,256</u>	<u>10,377,319</u>	<u>31,087</u>	<u>10,408,406</u>

分部業績是代表各分部之盈利，當中並沒有包括未分類支出、融資成本及財務收入。此分部業績主要是為分配資源和評估各分部之表現而向主要經營決策者呈列的方式。

3. 按性質分類的開支

費用包括銷售成本、銷售及市場推廣開支及行政費用，並根據其性質（除附註(a)按照性質所單獨列示的「研究及發展開支」外，每項開支均不包括有關研究及發展的金額）分析如下：

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
折舊		124,596	126,367
攤銷		44,304	44,929
製成品及在製品存貨變動		8,873	82,542
已用原材料及消耗品		1,026,344	881,195
貿易應收款之減值（轉回）／撥備		(507)	386
租金		38,153	25,963
核數師酬金		8,360	8,188
差旅開支		49,443	33,954
僱員及福利開支		337,764	293,580
研究及發展開支	(a)	256,205	243,517
運輸開支		49,621	51,875
公共設施開支		84,368	106,562
汽車費用開支		21,237	19,764
維修費		25,217	15,610
廣告及宣傳費		43,518	17,473
辦公及通訊費		14,167	15,533
稅金		12,921	12,188
其他		124,962	85,126
		<u>2,269,546</u>	<u>2,064,752</u>
總銷售成本、銷售及 市場推廣開支和行政費用		<u>2,269,546</u>	<u>2,064,752</u>

(a) 研究及發展開支中包括的折舊、攤銷和僱員及福利開支列示如下：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
折舊	26,548	17,188
攤銷	886	4,596
僱員及福利開支	94,727	100,384

4. 其他收入及其他收益 — 淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
以公允值計量且其變動計入損益的 金融資產的公允值變動	28,658	—
出售聯營公司之收益	3,487	—
出售附屬公司之收益	2,180	—
政府津貼	229,442	172,891
匯兌(虧損)/收益 — 淨額	(5,549)	26,691
其他	4,987	4,989
	<u>263,205</u>	<u>204,571</u>

5. 財務收入及融資成本

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
財務收入		
利息收入 — 銀行存款	83,095	54,352
融資成本		
利息費用 — 銀行貸款及其他	(13,988)	(11,997)
財務收入 — 淨額	<u>69,107</u>	<u>42,355</u>

6. 所得稅

		截至三月三十一日止年度	
	附註	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
即期稅項			
— 香港所得稅	(a)	13,408	11,156
— 中國企業所得稅	(b)	400,000	412,481
— 德國企業所得稅	(c)	139	139
— 博茨瓦納企業所得稅	(d)	1,023	784
遞延所得稅		(23,516)	(4,179)
		<u>391,054</u>	<u>420,381</u>

- (a) 香港所得稅按本年度估計應課稅盈利以稅率16.5% (二零一四年：16.5%)撥備。
- (b) 中國企業所得稅撥備按本集團在中國大陸企業於本年度的盈利以其適用的稅率而定。
- (c) 德國企業所得稅按本年度估計應課稅盈利以稅率15% (二零一四年：15%)撥備。
- (d) 博茨瓦納企業所得稅按本年度估計應課稅盈利以稅率15% (二零一四年：15%)撥備。
- (e) 本集團於有關年度在其他司法權區並無取得應課所得稅收入，故無為其他司法權區的所得稅作出撥備。

7. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利乃根據本年度本公司權益持有人應佔盈利，除以年內已發行普通股的加權平均數目計算。

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
本公司股權持有人應佔盈利 (港幣千元)	<u>1,986,584</u>	<u>1,977,325</u>
已發行之普通股之加權平均數 (千計)	<u>3,103,145</u>	<u>3,101,359</u>
每股基本盈利 (每股港仙)	<u>64.02</u>	<u>63.76</u>

(b) 攤薄

每股攤薄盈利假設所有可攤薄的潛在普通股被轉換後，根據已發行普通股的加權平均股數計算。在截至二零一五年三月三十一日止年度，本公司有一類可攤薄的潛在普通股（購股權）。

至於購股權，假定所有具有攤薄效應的購股權均已被行使而對已發行股份的加權平均數進行調整。以假定所有已發行的具有攤薄效應的購股權行使時的股份數目，減去在行使該等購股權所取得的收益而計算股份的公允價值（釐定為本公司股份於年內的平均市價）可發行的股份數目，所得的差額加入於計算的分母。淨盈利無需調整。

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
本公司權益持有人應佔盈利 (港幣千元)	<u>1,986,584</u>	<u>1,977,325</u>
用以確定每股基本盈利的 普通股的加權平均數 (千計)	<u>3,103,145</u>	<u>3,101,359</u>
調整：行使購股權 (千計)	<u>4,170</u>	<u>1,671</u>
每股攤薄盈利的普通股的加權平均數 (千計)	<u>3,107,315</u>	<u>3,103,030</u>
每股攤薄盈利 (每股港仙)	<u>63.93</u>	<u>63.72</u>

8. 股息

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
已付每股中期股息港幣9.52仙(二零一四年：港幣8.68仙)	295,531	269,194
擬派每股期末股息港幣零仙(二零一四年：港幣10.49仙)	-	325,520
	295,531	594,714
已付每股特別股息港幣22.20仙(二零一四年：港幣9.88仙)	689,158	306,539
	984,689	901,253

於二零一五年六月二十三日舉行的董事局會議不建議派發任何期末股息。根據香港《公司條例》，二零一五年及二零一四年已派發的股息總額已在綜合收益表中披露。

9. 貿易及其他應收款項

	附註	於三月三十一日	
		二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
貿易應收款項	(a)	936,735	970,628
減：應收款項減值撥備		(7,044)	(7,787)
貿易應收款項－淨額		929,691	962,841
應收票據		224,940	241,334
預付款項及其他應收款項		106,060	89,706
員工墊款		13,473	10,321
其他		35,529	37,197
		1,309,693	1,341,399

所有貿易及其他應收款項乃於一年內或於通知時清還。故貿易及其他應收款項賬面值與公允值相若。

(a) 授予客戶的信貸期一般為0至180日。於二零一五年及二零一四年三月三十一日，貿易應收款項(包括關聯人士的貿易應收款項)根據發票日期的賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
0至90日	837,444	840,994
91至180日	47,365	86,909
181至360日	14,087	20,583
360日以上	37,839	22,142
	936,735	970,628

10. 貸款

	附註	於三月三十一日 二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
流動			
— 有抵押銀行貸款	(a)	15,150	15,131
— 無抵押銀行貸款	(b)	735,128	515,000
總貸款		<u>750,278</u>	<u>530,131</u>

(a) 有抵押銀行貸款乃由附屬公司永州山香香料有限公司所持有的位於湖南省的土地及樓宇作為抵押。該貸款以人民幣為單位，並需於一年內到期償還。於年內，該貸款平均利息為每年6.30厘。

(b) 無抵押銀行貸款需於一年內到期償還。於年內，該貸款平均利息為每年2.24厘（二零一四年：2.39厘）。

貸款乃金融負債被分類為「按攤銷成本計量的金融負債」。貸款的賬面值與公允值相若。

截至二零一五年三月三十一日止年度的銀行貸款利息開支為港幣13,878,000元（二零一四年：港幣11,932,000元）。

11. 貿易及其他應付款項

	附註	於三月三十一日 二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
貿易應付款項	(a)	394,759	446,029
非貿易應付關聯人士款項		—	93,985
應付股息		—	3,707
應付工資		70,723	46,632
其他應付稅項		39,378	7,663
應計開支		9,454	6,828
客戶預付款		2,345	2,383
其他應付款項		45,371	44,867
		<u>562,030</u>	<u>652,094</u>

貿易及其他應付款項的公允價值與其賬面值相若。

(a) 於二零一五年及二零一四年三月三十一日，貿易應付款項（包括關聯人士的貿易應付款項）根據發票日期的賬齡分析如下：

	於三月三十一日 二零一五年 港幣千元	二零一四年 港幣千元
0至90日	271,306	338,224
91至180日	88,508	59,860
181至360日	12,296	14,558
360日以上	22,649	33,387
	<u>394,759</u>	<u>446,029</u>

管理層討論及分析

行業概況

煙草行業

二零一四年，全國捲煙銷量達5,099萬箱，同比增加105萬箱，增速為約2.1%；在銷售收入方面，全行業銷售收入達到約人民幣13,590億元，同比增加人民幣1,116億元，增速為約8.9%。捲煙行業全年工商稅利總額亦跨越了人民幣10,000億元大關，達到人民幣10,518億元，同比增加人民幣958億元，增速達10.0%，圓滿完成了於二零一四年年初所提出的「保八爭十超萬億」的年度目標。

— 行業增速情況

儘管全國捲煙銷量在二零一四年仍然取得了增長，但這其中需要注意的是一直困擾著國內捲煙行業的高庫存壓力。二零一四年捲煙行業每月的庫存量均大於上年同期，尤其是自去年八月份以後，庫存更呈逐月上升趨勢。在二零一四年年末，捲煙行業工商庫存達到542萬箱，同比增加62萬箱，增幅高達12.9%，為近幾年來的最高峰值。

進入二零一五年，儘管庫存水平得到一定的控制，可是整體情況仍然不容樂觀。截至二零一五年第一季度末，全國捲煙工商庫存為431萬箱，較二零一四年年末有所下降，但仍高出二零一四年同期41萬箱。國家煙草專賣局（「國煙局」）就此嚴峻的形勢也做出了規劃，計劃在二零一五年上半年減緩生產捲煙200萬箱。

因此從統計資料來看，二零一五年第一季度煙草行業的產量和銷量資料都相應有所下滑，第一季度全國捲煙產量為1,333萬箱，同比減少67萬箱，降幅高達4.8%；在捲煙銷量方面，第一季度銷量為1,420萬箱，同比減少52萬箱，降幅亦達3.5%。捲煙產量和銷量如此程度的雙雙下滑，皆為行業近十年來首見。另外，第一季度捲煙銷售收入同比增幅僅3.1%，遠遠低於社會消費品零售總額的增幅水平(10.6%)。至於行業稅利方面，二零一五年第一季度累計實現稅利人民幣3,682.5億元，同比增加人民幣197.6億元，增幅僅5.7%，低於全年「保七爭八望九」的目標。而更為不容樂觀的是，為配合國煙局上半年去庫存的規劃，二零一五年第二季度還需要放緩生產捲煙130多萬箱。

— 煙葉庫存情況

除捲煙庫存壓力巨大外，煙葉庫存也面臨著頗為嚴峻的形勢。根據二零一四年十一月全國煙葉工作會議的資料顯示，截至當時，全國煙葉庫存水平已高達37.2個月，接近500萬噸的水平，嚴重超過煙葉「自然醇化」的最佳週期（合理水平為24至28個月），煙葉儲備佔壓資金達到人民幣3,500億元左右。國煙局因此對煙葉生產作出了三年調控規劃，烤煙收購計劃為二零一四年235萬噸、二零一五年225萬噸、二零一六215萬噸，用三年左右的時間將煙葉庫存調整到合理水平。

煙葉庫存高企的狀態，在一定程度上降低了煙草企業進一步使用再造煙葉（「煙草薄片」）等相對新型的煙草材料生產低焦油捲煙產品的積極性。同時，傳統的低焦油捲煙品牌受制於自身發展潛力的不足，抑制了低焦油捲煙行業整體的增長潛力。二零一五年第一季度，全國市場8毫克以下低焦油捲煙銷量為201萬箱，同比減少10萬箱，降幅為4.9%，呈現了持續下降的態勢。其中，6毫克以下低焦油捲煙銷量為27萬箱，雖然同比增加2萬箱，但增速明顯放緩。

— 行業短期所面臨的情況

在經歷了長期的快速發展後，中國的捲煙行業已逐漸進入了較為困難的階段，諸多不利的內外部因素都使行業面臨著不容樂觀的形勢。首先，國內綜合性控煙因素對捲煙消費影響加深，國家和地方相關控煙政策的陸續出台，社會輿論監督力度進一步加強，使控煙形勢和局面更加嚴峻複雜。這些趨勢和舉措將會限制捲煙消費環境，對捲煙消費行為有所抑制。其次，公務、禮品、團購用煙消費受到抑制，部份高檔捲煙消費行為發生變化和轉移。第三，二零一五年四月通過的廣告法修訂草案中對煙草廣告的進一步約束，也導致捲煙行銷傳播空間將進一步收窄，品牌宣傳和引導將更加受限。最後，由二零一五年五月上旬開始實施的新煙草稅收政策，相信也會造成捲煙零售價格的上調，並對吸煙者日常的購買行為產生一定程度的影響。

從資料來看，二零一五年第一季度全國有23個省區銷量均出現同比下降的情況，數目較去年同期增加9個省區；其中更有6個省區降幅超過10%。

一 應對措施及未來展望

為了應對各方面的不利因素，國煙局將會從五方面加強經濟運行調控，包括1) 減緩生產進度，有效消化庫存；2) 前移商業備貨，加大工業調撥，保穩稅利增幅；3) 均衡商業銷售，降低社會庫存；4) 加大對各煙草企業合作生產的促進力度；5) 加強精益管理，嚴控各環節費用。除在國內市場採取各種調控手段外，國煙局亦對海外的發展提出了明確的思路。中國煙草要以國家實施「一帶一路」戰略規劃為契機，堅持「走出去」的發展戰略，追趕領先的煙草跨國公司、煙機製造公司以及原輔材料生產大集團。從提高實體化運作水平完善基地建設、提高國際資本運作水平推進收購兼併（「併購」）重組、提高引進消化吸收再創新和集成創新水平提升煙機製造能力等方面入手，不斷加強中國煙草的國際競爭力。

在二零一五年年初的工作會議上，國煙局提出了全年的工作目標－繼續提高煙草行業的利稅總額、銷售收入、單箱均價和稅利、煙農戶均收入、種煙畝均收入、零售客戶的盈利以及境外市場的捲煙銷量，力爭在二零一五年全年實現工商稅利總額人民幣11,256億元，同比增速達到「保七爭八望九」的目標。相信在國煙局一系列舉措的調控下，煙葉和捲煙庫存的壓力將會得到逐步解決；同時，隨著國際化戰略的不斷實施，中國煙草行業能夠平穩地度過眼前的困難時期，走向下一個發展階段。（以上資料來源：《中國煙草》）

食品飲料行業概況

二零一四年，國內食品工業生產雖然保持了平穩增長，但增速卻繼續回落。根據國家統計局資料顯示，二零一四年37,000多家規模以上食品工業企業增加值同比增長約7.8%，增速比上年回落1.3個百分點；全國規模以上食品工業企業實現主營業務收入約人民幣10.9萬億元，同比增長約8.0%，但增幅比上年低5.1個百分點；而食品工業實現利潤總額約人民幣7,600億元，同比增長僅約1.2%，增幅比上年更大幅回落12.4個百分點。

近年來的全球食品產品正在發生著一系列的重大變革，其中主要體現在以下的幾個方面：

- 一 全球化：海外食品企業增速放緩（預計未來十年年均複合增長率（「年均複合增長率」）會下滑至3%），迫切尋求以中國為代表的發展中市場的增長契機，給予中國本土企業更多全球合作機會
- 一 專業化：產業結構進一步升級，在細分市場領域具有技術專長的專業化食品原料企業將會脫穎而出

- 本土化、區域化：食品品類、味道本土化、區域化程度進一步提升，需要更多本土化食品解決方案
- 個性化、定制化：下游消費者提出更多個性化需求，對食品及原料企業提出更多定制創新解決方案要求
- 健康、安全、天然化：消費者更加青睞「健康、安全、天然」產品，需求食品及原料企業提供相應方案
- 渠道重構，線上崛起：移動互聯時代來臨，線上渠道將逐漸崛起（二零一四年線上渠道份額約為3%，未來十年預計可達到11%的年均複合增長率），對傳統渠道造成壓力，迫使其提升效率

在食品香精香料行業，外資企業雖有優勢，但中國市場集中程度尚有較大提升空間，本土香精企業仍有大量的機會。首先，下游大中型食品企業數目眾多，且本土化程度較高，以目前國際香精巨頭的能力也難以完全覆蓋。其次，下游大型客戶往往會保持多家大中型香精供應商，以便降低風險。第三，眾多小型香精企業會逐步退出或融入大型香精企業。

從細分市場來看，鹹味香精、運動型飲料香精、果汁飲料香精預計在未來的一段期間內會是食品香精最具有潛力的細分產品。同時本土香精品牌在這幾個細分領域亦有相當的優勢，且預計未來還有繼續擴大的潛力。

煙草薄片及捲煙新材料行業

據瞭解，目前全國經國煙局批准的煙草薄片生產點共有14個，總產能達約16.5萬噸／年。隨著煙草薄片建設專案的不斷實施和竣工投產，國內捲煙企業陸續將煙草薄片應用於捲煙配方並且不斷增加其比例，國內煙草薄片的產量和使用量逐年提升，但同時行業競爭亦日趨激烈。煙草薄片的廣泛使用，使得客戶對其使用觀念亦發生了根本的轉變，對定制化、具有功能性的煙草薄片的要求越來越高。煙草薄片從以往被視為簡單的煙葉填充料，漸漸發展至成為今天中式捲煙中不可或缺的重要原料組成部份。據瞭解，目前幾乎國內所有捲煙品牌均有使用煙草薄片，使用的產品規格和程度不一，但使用量仍遠低於國際捲煙的水平。

過去一年，雲南、江蘇及安徽等地已取得國煙局許可的煙草薄片生產線陸續竣工並實現生產，目前在全部獲批的產能中僅剩下貴州一條生產線尚未竣工（本集團為該生產線的合資方），這些新投入運營的產能對市場帶來了很大的衝擊。另一方面，煙草薄片作為天然煙葉的替代品，其在捲煙中添加比例的提高會直接對天然煙葉的使用量造成影響，在目前天然煙葉庫存居高不下的情況下，煙草企業在捲煙中添加煙草薄片的積極性受到較大的衝擊。近年來各個煙草薄片企業都在推動技術進步工作，從而提升技術和品質、降低成本、提高安全性和解決環保問題等。過去一年，行業產能快速釋放，供求關係得到大幅緩解，預料下一步將出現更加嚴峻的競爭和價格壓力。

但從另一方面來看，鑒於煙草薄片產品在成本和焦油含量上的獨特優勢，國際主流的捲煙品牌對於煙草薄片的使用量基本都超過20%的添加水平，在某些發達國家或地區該添加比例甚至可以達到30-35%。而以中國煙草薄片行業的目前的總產量大致測算，國內捲煙的添加比例僅在5-8%左右，距離國際通常的水平還有很大的差距，提升空間巨大。另外，中國捲煙行業的產品結構仍在快速提升中，中高端產品的比重不斷提高。二零一四年，一類捲煙銷售約1,025萬箱，同比增長約16.8%；二類捲煙銷售約529萬箱，同比增長約19.0%；捲煙行業平均單箱銷售收入已達人民幣2.67萬元／箱，同比增幅為約6.7%。捲煙行業產品檔次的升級，將會對產品的更新提出更高的要求，這也會加大對捲煙新材料的使用需求。

新型膨脹煙梗方面，各煙草企業對該技術的興趣日益增加，投入和研究也逐步加大，而國煙局亦把膨脹煙梗技術列入了科技重點專案，預料未來將有可能在具備商業化生產能力後被廣泛使用。濾嘴及相關產品方面，目前產品主要以個性化、功能化以及適用於細支煙的濾嘴為主。相信隨著煙草企業捲煙產品規格的不斷提升，對特色濾嘴產品將會有更大的需求。（以上資料來源：《中國煙草》）

新型煙草製品（電子霧化煙）

新型煙草製品包括了電子煙、低溫捲煙等類型的產品，行業現階段呈現以下的一些特徵：起步較晚、銷量基數不大、增長較快、廠商數量多、集中度不高、監管不完善。目前，世界各大煙草公司都在加大產品研發力度，不斷推陳出新，大力開發潛在市場。

據統計，二零一四年全球電子煙市場已達到62.8億美元，預計至二零一九年，全球電子煙市場規模可增至185.2億美元，年均複合增長率可達31.0%。從區域來看，截止二零一四年，北美地區佔總體市場規模的約33.3%，西歐地區佔約27.9%，中歐和東歐地區佔約26.6%，亞太地區佔約8.1%。預計至二零一九年，北美和亞太地區的佔比將會有所提高，其中北美佔全球市場規模的46.5%，亞太佔14.0%。

就中國國內市場來說，據管理層所知，目前除本集團的SPV品牌外，尚無公開進行大規模宣傳的品牌和產品。但一些側面的參考資料，可以體現出國內消費者亦在持續提高相關行業的關注度。例如，二零一四年，淘寶商城和天貓商城電子煙類目的搜索點擊次數達到7,328萬次，相比二零一三年增長約82%；訪客數達到5,537萬人次，同比增長約74%；收藏人數達到465萬，同比增長約236%。

目前中國的珠三角地區還是主要的電子煙生產基地，但隨著公眾對電子煙產品品質和安全問題的日益關注，尤其是未來美國就電子煙監管的加強，對產品品質和安全提出了更高的要求，因此也導致部份電子煙廠商將生產地點開始向美國境內轉移，以保證產品符合上市條件。由於自動化程度、管理水平較高等因素，預計成本將有所降低。

由於電子煙產品的主要組成部份是煙油，該市場的繁榮亦吸引了各類企業投入電子煙煙油的生產，這其中包括了跨國煙葉公司、香精香料公司等。但是，目前對電子煙煙油的成分、功能、安全性等方面的擔憂日益顯現，預計未來美國食品及藥物管理局有可能會對電子煙煙油的生產做出相關規定，例如標注電子煙煙油成分、須在美國境內進行生產等，這可能會對生產商造成一定影響，也是未來電子煙煙油生產商面臨的重要考驗。

從產品的趨勢來看，消費者對於大型電子霧化器的興趣日益增加。通常這類產品具有較大的體積，使得它們可以擁有更大的能量輸出，進而能夠為消費者提供更為個性化的霧化感受。由於主力消費者開始更為青睞大型電子霧化器產品，使得其與一次性電子煙的競爭變得十分激烈。不過對於入門消費者來說，由於大型電子霧化器價格較為昂貴且具有較強的霧化能力，因此對於部份消費者來說體積和功效較小、價格更為便宜的一次性電子煙產品或許更為適合。根據研究機構的預測來看，目前美國境內已存在5,000-6,000家的電子煙商店，並且這個數字在一級和二級城市中還在增長。而在這些電子煙商店中，很多並不銷售那些具有全國知名度的品牌的一次性電子煙產品，而是銷售個性化程度很高的區域性品牌的大型電子霧化器產品。

另外一方面的行業變化趨勢體現在越來越多種的電子煙口味被推向市場，這其中包括薄荷、可樂、巧克力、清涼、西瓜、口香糖、葡萄、混合果味等各種味道。而電子煙廠商還在努力向市場推出更多的口味，以達到能夠吸引更多消費者的目的。據初步統計，市場上存在的電子煙口味應該超過3,000種，並且以每月超過300種新口味的增速增長。這說明了電子煙產品對消費者來說具有相當的吸引力，同時也滿足了消費者非常個性化的需求。預計在未來的五年時間，這樣的趨勢還將會持續，並使電子煙行業的規模得以不斷增大。(以上資料來源：TechNavio《2015－2019全球電子霧化煙市場》)

業績

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團實現銷售收入約港幣43.26億元，同比增長約2.1%；毛利率約為69.9%，比上一財政年度下降了約0.9個百分點；EBIT率達約53.6%，比上一財政年度下降了2.5個百分點。本公司權益持有人應佔盈利約為港幣19.87億元，比上一財政年度增長約0.5%。每股基本盈利港幣64.02仙，比上一財政年度增長約0.4%。

業務回顧及未來發展規劃

食用香精香料業務回顧

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團食用香精香料的銷售收入達到了港幣3,209,099,000元，較去年同期增長了約4.8%。食用香精香料板塊的EBIT率達約59.1%，較上一財政年度的約64.7%降低了5.6個百分點；EBITDA率達約61.8%，較上一財政年度的約67.4%降低了約5.6個百分點。食用香精香料的銷售收入維持了良好的增長速度，主要是由於食品飲料香精香料的增速加快所致。利潤率的下降主要是由於利潤率相對較低的食物飲料香精香料佔比加大，以及銷售和行政費用的增加所致。

本財政年度內，本集團煙用香精香料業務取得了各項成績。二零一四年四月，華芳煙用香料有限公司的「分子蒸餾精製天然香料」獲廣東省科技廳認定為「廣東省高新技術產品」。二零一四年八月，雲南天宏香精香料有限公司（「雲南天宏」）獲由雲南省企業聯合會、雲南省企業家協會聯合頒發「2014雲南民營企業100強」獎牌。二零一四年十月，華寶食用香精香料（上海）有限公司（「華寶上海」）通過中國品質認證中心針對「職業健康安全管理體系OHSAS 18001:2011」的審批並得到認證，是華寶上海首次申請並順利通過該項認證。二零一四年十一月，無錫華海香精香料有限公司的產品「功能性高檔天然香精香料」獲江蘇省科技廳頒發「高新技術產品認定證書」。二零一四年十二月，雲南天宏獲雲南中煙工業有限責任公司評為「A級香精香料供應商」。

就煙草行業來說，未來可能會出現如下的幾個趨勢：

- 從中國煙民結構來看，高忠誠度煙民群的老齡化意味著市場規模面臨著下滑的壓力，同時，煙民健康意識及降焦要求在不斷提高（煙民人數年均增長速度從二零零八至一零年的1.1%，微量下降至二零一二至一四年的0.5%）
- 從煙草企業客戶需求角度看，各品牌產品對進一步提升口味品質保障的要求在持續提高。另外，中國煙草行業也更明確地提出了「走出去」的國際化發展方向

- 從產品競爭格局角度看，在「大企業、大市場、大品牌」的行業戰略方針指導下，品牌集中度不斷提升，同時高檔煙的市場份額持續擴大。新型產品目前市場規模有限，但增速可觀，值得關注

而對於本集團而言，煙草相關業務是一個具有高收益的穩定業務，是盈利的主要來源。因此，針對以上的一些行業未來的趨勢，本集團將會聚焦重點客戶的需求，從產品供應商向多層次服務提供者轉型，注重技術升級與新產品發展，並採取四個層次的差異化服務戰略：

- 香原料供應服務：重點開展高附加值特色香原料的開發和生產，構建具有本集團特色的香原料體系
- 香精解決方案服務：繼續以高品質香精差異化產品與專業技術知識服務所有中國煙草客戶
- 基於捲煙整體味道（「整煙味道」）設計服務的特色原輔料：建立基於香精優勢的整煙味道集成設計能力，以特色薄片、和梗為起點，開發差異化特色原輔料解決方案
- 全方位合作服務：與中國煙草建立更深層次合作，把握中國煙草國際化的發展機遇，進一步加強與重點客戶全方位合作夥伴關係

為保障上述戰略目標的成功實施，本集團將會重點提高四大能力：

- 關鍵香原料的萃取／合成、量化生產和穩定採購能力
- 香精及解決方案開發與技術服務能力，包括：1) 調香技術等基礎開發；2) 應用技術與工藝能力；3) 技術服務能力
- 建立能夠掌握整煙味道設計的技術服務團隊
- 全面服務型的客戶需求洞察能力，尤其是需要建立銷售與技術服務團隊與研發生產後台之間有效的溝通協作機制

在食品飲料業務方面，面對複雜的經營環境，本集團依託「大客戶，大品牌」的發展策略，進一步優化客戶群體，在業務上取得了一定的成績。本財政年度內，上海華寶孔雀香精香料有限公司（「華寶孔雀」）成功拓展了億滋、百事等大型客戶；在天然香精產品的推廣上，為娃哈哈開發的樣品得到了客戶的肯定，並促進了後續合作的洽談；廣州華寶香精香料有限公司的休閒膨化及肉製品業務達到了預期的業務目標，對金鑼、盼盼等客戶的銷售得到了較明顯的提升；廣東省肇慶香料廠有限公司（「廣東肇慶」）的乙基麥芽酚小罐包裝產品在市場上繼續佔主導地位，於本財政年度內又採用了UV紫光鐳射打標新技術，在罐身上打上嵌入式標籤，有效地杜絕市面上的冒牌假貨；在出口業務方面，青島青大物產股份有限公司以辣椒紅提取物為主要出口產品，並以德國為首的歐洲國家為主要市場，務求鎖定在行業內較知名，對產品需求量較高的企業為優先客戶；廣東肇慶出口東南亞市場的銷售同比增長達雙位數，未來將積極配合本集團的國際業務部，努力開拓歐美、中東、非洲及南美等市場。

本財政年度內，食品及飲料業務各下屬企業取得了各種成績。二零一四年九月，華寶孔雀獲中國香料香精化妝品工業協會頒發「2014中國香料香精化妝品產業精品巡禮展『精品獎』」；二零一四年十月，獲中國焙烤食品糖製品工業協會冷凍食品專業委員會頒發「全國冷凍飲品原輔料優秀供應商」；二零一四年十一月，獲中國食品工業協會堅果炒貨專業委員會頒發「第三屆全國堅果炒貨科學技術進步獎二等獎」等獎項。廣東肇慶於二零一四年四月獲廣東省著名商標評審委員會頒發「廣東省著名商標證書」；二零一四年七月和九月，分別獲廣東省品質技術監督局頒發「廣東省採用國際標準產品認可證書」和獲肇慶市品質技術監督局頒發「廣東省企業二級計量保證體系合格證」等品質保證證書。

另外，本集團對於食品安全問題一直十分關注，始終堅持嚴格的品控管理。二零一四年七月，廣東肇慶「星湖」牌乙基麥芽酚產品經廣東省及相關部門審查確認，符合採用國際標準產品認可和標誌條件，再次獲得由廣東省品質技術監督局頒發的《採用國際標準產品標誌證書》，標誌著「星湖」牌乙基麥芽酚的產品品質達到國際水準。二零一四年九月，華寶孔雀通過Intertek天祥集團「FSSC 22000食品安全管理體系標準認證」審核，認定華寶孔雀滿足了該項認證全球性認可的標準，證明其已建立全面的管理體系，並充分滿足客戶及行業法規在食品安全方面的要求。

從食品飲料香精香料行業來看，其下游客戶乃食品、飲料等消費品企業，整體市場空間廣闊、需求剛性。同時，由於國內消費水平的不斷提高，市場對於高品質、個性化產品的需求越來越高，這也對食品飲料香精香料行業提出了更高的要求，業內企業面臨著良好的發展機會。

從中國食品飲料香精香料市場來看，雖然外資企業具有優勢，但市場集中程度尚有很大的提升空間，本土香精香料企業仍有豐富機會。目前食品飲料下游市場存在數目眾多的大中型企業，且本土化程度較高，即使國際香精巨頭現階段亦無法有能力對其完全覆蓋。另外，大型的香精香料企業通常會重點發展數十家大客戶，而眾多中小型香精香料企業在分散的下游中小客戶中有著大量的機會。同時，隨著產品生命週期變短、品質要求進一步提高、原料價格上漲以及研發投入加大，這些趨勢會導致規模較小的香精香料企業無力擴張，行業將經歷加速整合，眾多小型企業會逐步退出或融入大企業。本集團將利用自身在香精香料行業的技術優勢，結合本土企業在服務客戶方面靈活快速的反應能力，迅速擴大在國內市場的規模和影響力。

從具體的產品類型來說，食品飲料香精香料擁有多種高吸引力、低門檻的細分市場可供進入，包括運動型飲料香精、鹹味香精、果汁飲料香精、烘焙香精以及乳品飲料香精，這些都可以作為本集團下一步產品和市場的拓展重點。在這些細分產品中，下游市場的本土企業皆遠遠多於外資企業，並且預計未來本土供應商的數目亦會成增長的態勢，表明對於本土企業來說，打入這些細分市場具有較高的可行性。

綜合以上的市場分析，本集團的食品飲料香精香料業務將重點聚焦本土食品飲料產業和具有高吸引力的細分市場（如調味料、飲料、烘焙等）。針對本土大中型食品飲料企業，本集團將通過差異化渠道建設，為其提供定制化的解決方案：

- 做強大客戶直銷渠道，為大型本土食品飲料企業提供高度定制化的高品質食用香精等添加劑原料方案
- 通過提升經銷商的能力與效率，以及升級本集團自身技術服務能力，為中型本土食品飲料企業提供香精、添加劑和配料綜合應用配方的半成品技術解決方案
- 利用廣泛的經銷商網路和線上渠道，對其他分散的餐飲零售店和小型企業提供特色標準單品

本集團將以併購作為切入，打造卓越的渠道能力、系統研發平台、原料保障能力、技術人才保障能力，以確保食品飲料香精香料業務戰略的實施落地。

煙草薄片業務回顧

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團煙草薄片銷售收入達到了港幣945,574,000元，較上一個財政年度減少了約11.6%。板塊營運盈利達約港幣417,891,000元，較上一個財政年度減少了約1.1%；EBIT率達約44.2%，較上一個財政年度的約39.5%進一步提升了4.7個百分點。煙草薄片板塊的銷售收入的減少，主要是由於過去一年大批新的產能加入市場導致行業競爭激烈，及煙草企業由於煙葉庫存高企而導致使用煙草薄片的動力下降等原因。但由於本集團煙草薄片產品的品質依然處於行業領先地位，另外在成本控制方面亦取得了良好的效果，盈利能力得以繼續維持在較高水平。未來一段時間，行業供求關係的緩解以及大量的煙葉、捲煙庫存仍將對煙草薄片業務的發展造成很大的壓力，管理層對於該業務板塊持審慎的態度。但從長遠來看，煙草薄片行業具備繼續增長的空間，相信在國內煙草企業完成煙葉庫存的消化工作後，以及隨著更高檔次規格捲煙的不斷推出，煙草薄片行業還會迎來繼續的發展。

二零一四年九月，廣東省金葉科技開發有限公司（「廣東金葉」）獲汕頭市人民政府授予「大型工業骨幹培育企業」稱號，廣東金葉作為潮陽區001號「重點扶持保護企業」成為潮陽區唯一一家入選企業。獲此榮譽不僅充分體現了廣東金葉真抓實幹、爭創第一的企業精神，同時也體現了地方政府對廣東金葉生產經營工作的認可；二零一四年十二月，廣東金葉順利通過廣東中煙工業有限責任公司對煙用原料在基本經營資質、生產經營管理、創新技術能力及品質管制體系等五大類共六十五項的要求，獲頒「煙用材料供應商資質認證」，為未來更深層次的合作奠定了堅實的基礎；二零一五年二月，「造紙法再造煙葉高速高效清潔穩定生產關鍵技術」獲中國煙草總公司頒發「2014年度科學技術進步二等獎」，為當年煙草薄片行業最高獲獎水平。本財政年度內，廣東金葉參與了多項有關煙草薄片技術性的研究以及制定產品品質的工作，例如「造紙法再造煙葉專用制漿工藝技術研究與開發」、「造紙法再造煙葉工藝規範」及「再造煙葉使用物質許可及安全性評估的研究」等。

新材料業務回顧

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團新材料銷售收入達到了港幣86,769,000元，而上一個財政年度的有關銷售收入為港幣21,003,000元。板塊營運盈利達約港幣15,311,000元，而上一個財政年度則為營運虧損約港幣14,360,000元；本財政年度內新材料板塊的EBIT率達約17.6%。

近年來，為回應國煙局提出「捲煙上水平」總體規劃，推行捲煙減害降焦、穩定品質等要求，本集團於若干年前已開始籌備新材料板塊的部署，並於去年成立了捲煙煙氣傳質、新型梗粒處理、特種煙草薄片等技術平台，力求為客戶提供全方位、多樣化的解決方案。本財政年度內，捲煙煙氣傳質技術平台的相關產品率先取得了可喜的成績，完成了管理層初步的目標。目前新材料板塊的業務主要來自於口味型膠囊及相關產品，主要應用於幾個主要客戶的中高檔捲煙產品當中。下一步本集團將繼續加大對創新性膠囊技術的深化研究，提高產品的競爭能力。

於報告期內，本集團之干法煙草薄片技術通過了國煙局的項目鑒定，被認定為國內外首條具有自主知識產權的干法煙草薄片中試生產線及成套裝備，填補了行業空白，研究成果整體達到國際領先水平。本集團在新型梗粒處理技術平台及其相關產品上亦取得了一定的突破。研發團隊目前正在深化一項由微波和蒸汽協同處理的技術，在煙梗實現高效膨脹的同時，發生有效的微波化學反應，降低半纖維素含量，促進還原糖聚合產生香味成分，從而提高煙梗的柔韌性，進一步增強膨脹煙梗的工業可用性。根據客戶的用途和要求，新型煙梗將經過立體分切技術形成片狀、絲狀或顆粒狀等不同形態的產品。絲狀產品主要和煙葉絲摻配後組成配方煙絲，在煙條中使用；顆粒狀產品主要和醋纖複合後形成複合濾棒，在濾嘴中使用。產品具備脫除煙梗雜氣、促進捲煙增香補香、和降焦減害的主要功能。

日用香精香料業務回顧

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團日用香精香料的銷售收入達到了港幣85,044,000元，較上一個財政年度增加了約0.4%。板塊營運盈利約為港幣10,654,000元，較上一個財政年度大幅增加了約37.3%；EBIT率約為12.5%，比上一個財政年度的9.2%提高了3.3個百分點。

二零一四年是中國日化行業結構調整的一年。隨著外資日化巨頭業務出現不同程度下滑，其自身結構及未來發展策略面臨變化，中國國貨品牌的崛起帶動了本土企業的活躍，適者生存，行業迎來另一番氣象。廈門琥珀日化科技股份有限公司（「廈門琥珀」，前稱「廈門琥珀香料有限公司」）自數年前已著手洗滌類市場的佈局，並在過去幾年取得很好的成績。本財政年度內，以洗衣液為首的洗滌類業務再次取得不錯的增長，並首次取代消毒類產品成為銷售佔比最大的業務。

二零一五年四月，本集團建議將廈門琥珀的股份於全國股份轉讓系統掛牌，並已向有關部門遞交申請。緊接建議掛牌之後，本集團將繼續持有廈門琥珀51%股權，廈門琥珀將繼續為本集團間接擁有之非全資附屬公司，其業務將繼續由廈門琥珀單獨經營，其財務業績仍將繼續合併於本集團之財務報表內。

全國股份轉讓系統俗稱新三板，於二零一二年九月二十日成立，為全國性統一系統，主要為納入該系統之成員提供場外轉讓非上市公眾股份之交易平台。本集團認為，建議掛牌將有助本集團於廈門琥珀之現有投資價值得以資本化，為廈門琥珀之營運及日後擴展提供獨立集資平台，並提供機制以吸引並激勵廈門琥珀的管理層獨立負責其營運及財務表現。同時，未來廈門琥珀之業務表現將更具透明度。

下一步，廈門琥珀將就內部結構、銷售制度、管理方式等方面進行改善和提升。預計利用兩年的時間進行調整，加大開拓大客戶的力度，在每個區域明確目標大客戶進行發展，同時對小客戶進行整合。產品方面，廈門琥珀繼續以用量較大的洗滌類產品，包括洗衣液、沐浴露、香皂等作為切入點，未來會進一步涉足以天然用料為原料的芳香、熏香、日常用香等產品。研發方面將以香原料、提純、合成等領域為重點方向，加大設備及人員的投入。

電子霧化煙的最新發展

本集團自去年宣佈進入電子煙領域後，至目前取得了一系列的成績。在品牌建設方面，本集團的不含尼古丁電子煙品牌SPV（中文名稱：立場）是國內第一家進行大型的推廣活動的電子煙品牌。於二零一四年十月贊助了於上海舉辦的中國最具規模的電子音樂節之一—STORM風暴電音節，推出了第一代V系列即拋產品；於二零一五年六月，SPV公告了由馮紹峰先生主演的宣傳微電影《立場》；近日，SPV亦已贊助一部新聞系列劇節目，該節目被永久冠名為「立場新聞劇」等。

在產品開發方面，SPV於二零一四年十月向市場推出了第一代即拋產品，口味包括水果薄荷、碳燒咖啡味等；於二零一五年六月，SPV向市場全面推出了SPV第二代產品，目標推出的口味達近十種。第二代產品主要以夜光系列，車載系列為主，針對更廣的目標客戶群。

在渠道建設方面，除了在天貓上建立了品牌旗艦店為主要線上渠道外，下一步將探索與連鎖便利店展開合作和推廣。同時，亦有計劃建設SPV品牌自有專賣店。在國外方面，近期即將在美國開始第二代產品的初步銷售，以及與西班牙、俄羅斯、韓國等市場的經銷商展開了接觸，力爭在這些市場開始產品的銷售。

通過以上品牌建設、產品開發和渠道建設等各方面的工作部署，本集團希望在未來若干年內成為國內、國際領先的電子煙品牌和電子煙煙油供應商，成為本集團未來發展的增長引擎之一。

研發情況回顧

本集團非常注重不斷地提升自身的研發能力。於本財政年度內，本集團共投入研發費用港幣256,205,000元，比上一財政年度增加了港幣12,688,000元；而研發費用佔銷售收入的比例為約5.9%，比上一財政年度的約5.7%稍微提高。經過不斷投入，本集團已經建立了一支國內領先、具有國際水平的研發團隊；憑藉上海國家級企業技術中心、德國及美國等海外研發中心以及雲南、廣東及福建等地的專業化研發部門，本集團建立了一個從基礎研究到產品應用的垂直一體化研發平台。本集團的研發策略為始終以市場為原動力，注重技術創新，密切跟蹤國際行業的最新動向，加快對關鍵原料技術掌握，並開發出適合市場需求的產品和技術；逐步建立一支具有國際視野的團隊，打造一個技術系統集成平台，全面提升綜合研發實力。

未來發展策略

未來，本集團會堅持以「同心多元化」為業務組合發展戰略，將自身打造成為提升中國消費相關產業鏈生態系統的戰略投資控股集團。在香精香料板塊，本集團將著力提高香精香料相關技術，以此為基礎擴展食品香精香料業務，進而開拓添加劑與食品配料等衍生業務，形成本集團未來的大香精香料板塊。在煙草業務板塊，本集團會以煙的味道設計為差異化的切入點，將業務擴展至基於整煙味道設計方案的煙草重組原料和差異化原輔料，形成未來的煙用原輔料板塊。另外，本集團還將建立創新孵化平台，以創新組織與激勵機制，重點孵化基於核心能力的相關多元化新業務、新模式，成為未來加速增長的引擎。同時，本集團將強化海內外並購和投後管理整合的能力，並根據不同板塊及下屬公司的發展需求，打造多個資本平台，以差異化管控模式，建立與市場相適應的激勵和約束機制，發展成為在多個領域引領提升消費相關產業生態系統的「美好生活引領者」。

財務狀況回顧

截至二零一五年三月三十一日止年度的業績分析

銷售額

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團的銷售額達港幣4,326,486,000元，較上一財政年度的港幣4,237,425,000元增長了約2.1%。銷售額的增加，主要是由於食用香精香料的銷售收入於本財政年度增加了約4.8%，繼續穩步增長；以及新材料的銷售收入於本財政年度顯著增加了港幣65,766,000元。但由於本財政年度煙草薄片的銷售收入比上一財政年度下降了約11.6%，因而抵消了部分升幅。截至二零一五年三月三十一日止年度，食用香精香料的銷售額達港幣3,209,099,000元，佔總收入約74.2%；煙草薄片的銷售額達港幣945,574,000元，佔總收入約21.8%；新材料的銷售額達港幣86,769,000元，佔總收入約2.0%；日用香精香料的銷售額達港幣85,044,000元，佔總收入約2.0%。

銷售成本

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團的銷售成本為港幣1,301,169,000元，較上一財政年度的港幣1,239,306,000元增加了約5.0%。

毛利和毛利率

本集團的毛利由截至二零一四年三月三十一日止年度的港幣2,998,119,000元增加至截至二零一五年三月三十一日止年度的港幣3,025,317,000元，增長了約0.9%；毛利率為69.9%，較上一財政年度的70.8%下降了不足1個百分點。毛利率與上一財政年度相比大致穩定。

其他收入及其他收益－淨額

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團的其他收入及其他收益－淨額為港幣263,205,000元，較上一財政年度的港幣204,571,000元增加了港幣58,634,000元。其他收益的增加主要是由於以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產的公允價值上升及政府津貼的增加所致。

銷售及市場推廣開支

本集團的銷售及市場推廣開支主要包括差旅費、運輸成本、廣告及宣傳費用、薪金及辦公費用等。本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的銷售及市場推廣開支為港幣204,650,000元，較上年度的港幣169,936,000元增加約20.4%。於截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度的銷售及市場推廣開支所佔銷售總額的比例分別為約4.7%及4.0%。該比例的上升主要是由於本集團加大了如電子霧化煙等產品的銷售力度導致宣傳費用上升所致。

行政開支

本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的行政開支為港幣763,727,000元，較上一財政年度的港幣655,510,000元，增加了約16.5%。而行政開支所佔本財政年度的銷售總額的比例為約17.7%，較上一財政年度的15.5%增加了2.2個百分點。行政開支金額及佔銷售比例增加的原因是集團研發費用、員工薪酬及福利開支等費用的上升所致。

營運盈利

本集團營運盈利在截至二零一五年三月三十一日止年度為港幣2,320,145,000元，較上一財政年度的港幣2,377,244,000元，減少了約2.4%。而本集團的營運盈利率由上年度的約56.1%下降至本年度的約53.6%。營運盈利的減少及營運盈利率的下降主要是由於銷售收入的增長較慢但銷售和行政等開支增幅較高所致。

稅務開支

本集團的稅務開支在截至二零一五年三月三十一日止年度為港幣391,054,000元，較上一財政年度的港幣420,381,000元，減少了約7.0%。本年度所得稅稅率約為16.4%，比上一財政年度的約17.4%降低約1個百分點。稅務開支及所得稅稅率的下降主要是由於預期中國大陸子公司派發的股息比今年減少，因而預提有關的所得稅減少所致。

本公司權益持有人應佔盈利

本公司權益持有人應佔盈利在截至二零一五年三月三十一日止年度為港幣1,986,584,000元，較上一財政年度的港幣1,977,325,000元增加了約0.5%。

流動資產淨值和財務資源

於二零一五年三月三十一日，本集團的流動資產淨值港幣4,454,334,000元（二零一四年：港幣4,068,533,000元）。本集團主要透過經營業務提供營運資金，維持穩健財務狀況。於二零一五年三月三十一日，本集團的銀行及庫存現金為港幣3,626,091,000元（二零一四年：港幣3,181,745,000元），其中超過97%是以人民幣持有。本集團無持有任何外匯對沖產品、結構性投資產品及財務衍生工具。

銀行貸款及負債比率

於二零一五年三月三十一日，本集團的銀行借貸總額為港幣750,278,000元（二零一四年：港幣530,131,000元），全部於一年內到期償還。其中港幣735,128,000元為信用貸款，按銀行同業拆借息率作基礎。截至二零一五年三月三十一日止年度，該無抵押貸款的平均年息率為2.24厘（二零一四年：2.39厘）；而餘下的抵押貸款的平均年息率為6.30厘（二零一四年：6.30厘）。於二零一五年三月三十一日，本集團之負債比率（總債務（包括流動及非流動貸款）除以總權益，不含非控制性權益）為8.2%（二零一四年：6.1%）。

投資活動

本集團的投資活動主要與購買物業、機器及設備、金融資產投資和作為收購兼併活動的戰略性發展策略有關。截至二零一五年三月三十一日止年度，投資活動所用現金淨額為港幣349,535,000元，主要是用於新增金融資產、購入物業、機器及設備，以及存入短期銀行定期存款等。而截至二零一四年三月三十一日止年度，投資活動所用的現金淨額為港幣595,898,000元。

融資活動

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團融資活動所用現金淨額為港幣1,497,567,000元，主要用於向股東派發股息。而截至二零一四年三月三十一日止年度，融資活動所用的現金淨額為港幣770,576,000元。

應收賬週轉期

應收賬週轉期乃通過將有關財政年度年初及年末經扣除撥備的應收貿易賬款平均金額除以相應期間的營業總額再乘以360天計算。本集團一般給予客戶約0-180日的信貸期，根據客戶業務量的大小和業務關係時間長短而定。截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團的平均應收賬週轉期為79日，比較截至二零一四年三月三十一日止財政年度的76日上升了3日，基本穩定。

應付賬週轉期

應付賬週轉期乃通過將有關財政年度年初及年末的應付貿易賬款平均金額除以相應期間的銷售成本再乘以360天計算。供應商給予本集團的信貸期介乎零日至180日。截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團的平均應付賬週轉期為116日，比較截至二零一四年三月三十一日止財政年度的120日下降了4日，保持穩定。

存貨和存貨週轉期

本集團的存貨結餘於二零一五年三月三十一日為港幣818,433,000元（二零一四年：港幣855,694,000元）。在截至二零一五年三月三十一日止年度，存貨週轉期（將有關財政年度年初及年末的存貨平均結餘除以相應期間的銷售成本總額再乘以360天計算）為232日，較上一財政年度的226日增加了6日。本年度期末的存貨值比年初時減少了約港幣37,261,000元，但由於本財政年度的平均存貨值比去年的有所上升，因此存貨週轉期比去年有所增加。

外匯及匯率風險

本集團的主要業務均在中國，收入絕大部份業務都以人民幣結算，僅部份進口原料及設備以美元或歐元等外幣結算。預期人民幣並無重大貶值風險，因此本集團所承擔之匯率風險也較低。

資產抵押

於二零一五年三月三十一日，本集團的抵押貸款為人民幣12,000,000元（二零一四年：人民幣12,000,000元）。

資本承擔

於二零一五年三月三十一日，本集團就已訂約購買的物業、廠房、設備及可供出售金融資產之投資但並未於財務報表撥備的資本承擔約港幣274,175,000元（二零一四年：港幣44,709,000元），主要為高科技創新基金的投資約港幣193,520,000元。

或然負債

根據可供董事會查閱的資料，本集團於二零一五年三月三十一日並無任何重大的或然負債。

僱員及酬金政策

於二零一五年三月三十一日，本集團在中國大陸、香港、德國、美國、博茨瓦納及韓國共聘用員工約2,300人，比去年減少約200人，主要是由於下屬公司尤其是廣東金葉精簡了員工編制所致。本年度共發生員工成本（包括退休保險及強積金等）為港幣432,491,000元，比上財政年度的港幣393,964,000元增加了港幣38,527,000元。本年度員工成本的增加，主要是由於中國物價及生活水平的提高及以及集團加大對人才的投入所致。在員工薪酬及激勵機制方面，本集團根據市場化的原則擬定了一套薪酬制度，以吸引和穩定優秀人才，適應集團的長遠發展需要。薪酬制度一般包括固定底薪和績效薪酬，而高級管理層亦享有酌情花紅及購股權等激勵待遇。而該等激勵待遇亦將不時參照市場物價水平及其工作表現等指標作調整考慮。在董事薪酬方面，董事會亦將不時參照其職務及職責、市場基準和集團的表現等指標作調整考慮。

本集團高度重視人才建設。本集團通過外部招聘或內部推薦，建立了一套完善的招聘機制。在後備人才庫的建設方面，通過定期的內部招聘及培訓課程，持續強大後備人才庫，保證後備人才隊伍健康及有序成長，適時為集團注入新力量。集團各部門不定期的根據工作需求開展不同範疇的培訓活動，於本財政年度內，有記錄的培訓活動總計約25次。其中，為集團長遠發展儲備香精香料調香人才，於二零一四年三月至二零一五年二月間，集團於上海應用技術學院舉辦了調香員培訓，共約16位通過內部選拔的人才參與了該次培訓；為提高後備人才管理能力，及為集團長遠發展儲備人力資源，於二零一四年五月至二零一四年十一月間，集團分別於廣州和上海舉辦了第二屆後備人才培訓，共約25人參與了該次培訓；為幫助應屆大學生迅速瞭解本集團，並儘快融入企業文化及開始工作，於二零一四年七月，集團分別於上海及鷹潭舉辦了應屆大學生培訓共14天的課程；於二零一五年四月，本集團核心管理團隊參加由中歐國際工商學院訂制的戰略培訓，主題圍繞企業戰略思維，價值創造和投資決策等，集團主席率領核心管理團隊共38人將定時參與該為期約一年的培訓。

本集團亦一直重視企業文化建設。本集團有明確的願景並將其作為全體員工的奮鬥目標，倡導將企業發展與個人成長結合，實現企業與員工共同發展的理念。本集團多年來堅持客戶至上的核心價值觀，以為客戶創造最大價值為己任，並把它作為每個員工的行為準則。本集團通過內部月刊，不僅傳遞企業文化及信息，同時鼓勵員工寫作投稿，推動文化修養。另一方面，通過持續地舉辦體育比賽、拓展訓練等文體活動，豐富華寶員工的工餘生活，增強華寶人的凝聚力和對企業文化的認同感。本財政年度內，本集團舉辦了多次不同形式的工餘活動，讓員工在繁忙的工作後，得以舒展身心，促進員工之間的融合。

企業管治

遵守企業管治守則

於本財政年度內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」）之守則條文，並在適當的情況下採納守則條文所載之建議最佳常規，惟守則條文第A.2.1條及第A.4.1條除外：

守則條文第A.2.1條規定，主席與行政總裁的角色應有區分，且不應由一人同時兼任。本公司董事會主席兼執行董事朱林瑤女士自二零一三年四月九日起兼任首席執行官（「首席執行官」）職務。由於董事會定期舉行會議討論有關本集團業務營運的事項，故董事會認為有關安排將不會損害董事會與執行管理層之間之權責平衡，公司的規劃、策略的執行及決策的效率大致上將不會受到影響。

守則條文第A.4.1條規定，非執行董事之委任須有指定任期，並須接受重新選舉。本公司之獨立非執行董事（「獨立非執行董事」）及非執行董事並無指定任期，但須根據本公司之公司細則於其上次獲委任或重選後不遲於本公司隨後舉行之第三屆股東週年大會上輪值告退，並符合資格膺選連任。因此，本公司認為已採取充分措施，以確保本公司企業管治常規不比企業管治守則所載之規定寬鬆。

上市發行人董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為本公司董事進行本公司證券交易的操守準則。經向全體董事作出特定查詢後，本公司已收到全體董事之書面確認彼等在整個財政年度內已遵守標準守則所規定之標準。

期末股息

董事會不建議就截至二零一五年三月三十一日止年度派發任何期末股息（二零一四年：期末股息每股港幣10.49仙及特別股息每股港幣7.00仙）。

暫停辦理股份過戶登記手續 – 股東週年大會

為確定股東有權出席本公司訂於二零一五年八月六日舉行之股東週年大會（「股東週年大會」）並在會上投票，本公司將由二零一五年八月三日至二零一五年八月六日止（首尾兩日包括在內）暫停辦理股份過戶登記手續。所有填妥的過戶表格連同有關股票最遲須於二零一五年七月三十一日下午四時三十分前送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳登捷時有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。於二零一五年八月六日記錄於本公司股東名冊的股東均有權出席股東週年大會及於會上投票。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於截至二零一五年三月三十一日止年度內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

董事於競爭業務的權益

概無董事及其各自之緊密聯繫人（按上市規則定義）擁有與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的任何業務之權益。

審核委員會

董事會已根據上市規則成立了審核委員會，以履行檢討及監察本公司財務匯報程序及內部監控之職責。審核委員會委員目前由本公司所有獨立非執行董事，即丁寧寧博士、李祿兆先生、麻雲燕女士及胡志強先生組成。

審閱全年業績

本公司審核委員會已審閱本集團截至二零一五年三月三十一日止年度之經審核全年業績。

本集團的核數師，羅兵咸永道會計師事務所已就本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的業績公告中有關本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的綜合財務狀況表、綜合收益表、綜合全面收益表、綜合現金流量表及相關附註所列數字與本集團該財政年度的經審核綜合財務報表所載數字核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核證聘用準則而進行的核證聘用，因此羅兵咸永道會計師事務所並未對本業績公告發出任何核證。

刊登全年業績及年報

本業績公告登載於「披露易」網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.huabao.com.hk)。本公司之二零一四／一五年度之年報將於適當時候寄交股東及於上述網站內刊載。

承董事會命
華寶國際控股有限公司
主席兼首席執行官
朱林瑤

香港，二零一五年六月二十三日

於本公告日期，本公司董事會由四名執行董事包括朱林瑤女士(主席兼首席執行官)、夏利群先生、潘昭國先生、王光雨先生，一名非執行董事林嘉宇先生，以及四名獨立非執行董事丁寧寧博士、李祿兆先生、麻雲燕女士及胡志強先生組成。