調整前純利飆81% 中期息0.1元倍升

萬洲：下半年肉製品旺季 推動增長

萬洲國際（00288）主攻中國、美國及歐洲的肉製品行業，當中，中國生豬市場供應減少，均價上漲，消費品有效需求不足；美國飼料價格回落，豬價回升，肉類價差擴大；歐洲整體飼養成本下降，豬價由高位小幅回落。萬洲主席萬隆表示，主要受惠於美國豬肉業務的業績顯著改善，公司的利潤取得大幅增長。對於未來表現，萬洲執行董事兼行政總裁郭麗軍表示，下半年是肉製品旺季，目前總體肉質品銷售表現強勁，料三個區域的盈利均會實現增長。

大公報記者 李樂兒

萬洲國際公布截至今年6月底中期業績，期內收入按年下降6.3%至122.93億美元；經營利潤為11.4億美元，按年上升78.4%；生物公允價值調整前純利大升81.2%至6.94億美元；中期息每股0.1港元，增加一倍。

新興銷售渠道加大資源

期內，肉製品及豬肉銷量分別下降6%及10%，郭麗軍稱，公司正採取成本和價格監控的措施來應對銷售下降的問題。

萬洲執行董事兼河南雙匯投資發展總裁馬相傑表示，肉製品是萬洲核心業務，上半年銷售量下降主要由於中國消費疲軟，以及貨幣換算的不利影響。

馬相傑補充說，在中國的銷售方面，公司產品在會員超市和休閒零食類的連鎖便利店、電商三類銷售渠道上的增長速度快，其他傳統渠道的銷售佔比一直在下降，因此集團將會加大市場資源於新興的銷售渠道上，並會在傳統渠道上開拓新網點和加大客戶開發，以提振公司在中國地區的業務。

馬相傑強調，三個區域的肉製品盈利均實現同比增長，並創造了歷史最好的紀錄。而豬肉分部錄得經營利潤9.5億美元，扭虧為盈主要是由於美國及墨西哥的經營虧損減少4.91億美元，至虧損400萬美元。

料內地豬價明年初回落

談及下半年中國豬價的預判，根據萬洲的市場調研結果顯示，市場需求將會有所恢復，馬相傑稱有四點結論：第一，下半年平均豬價會高於上半年；第二，下半年豬價的走勢呈下降趨勢；第三，全年的平均豬價會高於去年；第四，明年初的豬價會明顯下降。

對於下半年的豬價趨勢，馬相傑相信，第三季度主要受到生豬二次育肥的影響，推高了短期豬價，因此第四季度將持續走低。而豬肉的消費，他預料下半年對比上半年將會有所回復，但並不明顯，由於整體的需求不足，豬價偏高，導致消費亦受到抑制。

至於雙匯早前表示將加快布局預製菜業務，馬相傑表示，上半年預製菜量約5000噸，大增約70%。他強調，預製菜是未來發展方向之一，但發展速度不會很快。

▲萬洲國際是中國最大型的肉類食品集團之一。

萬洲國際中期業績摘要

項目	金額	變幅
收入	122.93億美元	–6.3%
經營利潤	11.4億美元	+78.4%
純利	6.94億美元	+81.2%
中期息	0.1港元	+1倍

大公報製表

管理層言論重點

- 上半年中國生豬市場競爭激烈，消費者需求疲軟，飼料價格回落，生豬成本上漲
- 預期下半年中國平均豬價高於上半年，但走勢呈下降趨勢，全年平均豬價將高於去年
- 將加大市場資源向新興渠道投入，同時增加傳統渠道的網店和客戶開發
- 下半年是肉製品旺季，料中國、美國、歐洲三個地區的盈利均實現增長

◀萬洲國際主席萬隆表示，受惠於美國豬肉業務的業績改善，公司的利潤錄得大幅增長。

分拆史密斯菲爾德在美上市 未透露進程

市場關注

早前萬洲國際（00288）公布，建議分拆在美國及墨西哥經營的史密斯菲爾德食品（Smithfield Foods）業務，在美國紐約證券交易所或納斯達克證券市場上市。對於分拆進程，萬洲國際主席萬隆表示，由於美國證券法的限制，目前不方便披露更多信息。

萬洲國際於2013年以47億美元收購史密斯菲爾德食品，是當時中國公司對美國企業的最大收購之一。今年上半年，美國和墨西哥業務佔萬洲收入及經營利潤的54.3%及47.7%，其中，美國由於肉類價值上升帶動均價上揚，抵銷了銷量的下降，收入維持穩定。

上半年美國肉製品收入39.43億美元，按年跌0.1%；美國及墨西哥的豬肉收入減少10.7%至27.1億美元，因關閉美國加州的加工設施，並調整各地的屠宰量以改善經營效率，同時由於穀物銷售下跌，以及豬肉銷量下降所致，惟部分降幅被豬肉的平均售價上升所抵銷。

專注核心產業 無併購目標

談及未來併購方面，萬洲國際執行董事兼河南雙匯總裁馬相傑表示，暫無明確併購目標，不過整體將致力於發展核心產業肉製品。另外，他補充，上游生豬養殖將限產減產，目前將不會再擴大上游的養豬規模。

利郎降銷售目標 未來兩年續派特別息

【大公報訊】中國利郎（01234）公布，截至今年6月底止上半年錄得純利2.8億元（人民幣，下同），按年上升3.6%；中期息連特別息共派18港仙，按年維持不變。利郎副主席兼執行董事王聰星稱，派息主要根據盈利的保持、現金流的健康以及是否設有重大投資三方面判斷。他料，未來一兩年利郎將持續派發特別股息。另外，今年銷售增長目標由原來15%修正至10%，並將2024年全年淨增加門店目標，由原本的100至200家修訂為50至100家。

期內，利郎收入增長7.3%至16億元，毛利率則下跌1.8個百分點至50%。公司首席財務官岑嗣宗指，受大環境不景氣的影響，當下消費水平未達理想。他續指，修正銷售目標旨在確保經濟好轉後有足夠競爭力，若市場提前回暖，亦會通過快速的追單、補單來應對。此外，上半財年資本開支已達2000萬元，岑嗣宗表示將嚴格控制成本開支，包括重新制定廣告計劃、調整開店等，料今年全年資本開支為4000萬元，主要投放於物流配送系統的提升。

大馬首店半年內開幕

截至6月底，利郎於全國共有2709家零售店，淨增14家。利郎副主席兼行政總裁王良星表示，下半年將採取務實的開店策略，優先在省會及地級市優質購物中心優越的位置開店，並關閉低效店舖。

至於海外市場，集團戰略與投資部總監宋晨透露，半年內將在馬來西亞開設首間分店，目前公司的籌建已完成。不過由於國際形勢的波動，對於海外市場門店拓展，集團將保持謹慎態度。

此外，新零售業務收入大增37%，主要受惠於直播帶貨業務的布局，包括利用抖音、小紅書等熱門社交媒體平台。岑嗣宗指，「618」期間，利郎銷售排名位居天貓男裝行業第四位，同時已推出秋季單品為「雙11」電商節做準備，新零售業務的目標將於全年實現30%或以上的增長。

◀利郎今年下半年將採取務實的開店策略。左起為岑嗣宗、王良星、主席兼非執行董事王冬星、王聰星、宋晨。

港燈半年少賺3.6% 分派不變

【大公報訊】港燈（02638）公布截至今年6月底止中期業績，股份合訂單位持有人應佔溢利為9.47億元，按年跌3.6%；每股份合訂單位中期分派為15.94仙，按年持平。公司主席霍建寧表示，將致力在控制資本開支和必要投資之間取得平衡，逐步邁向零碳願景。

期內資本開支13.75億元，資金來源為營運業務所得現金及向外貸款。截至6月底，向外貸款為506.6億元，與去年底債務水平基本持平。

5年斥220億建減碳基礎設施

霍建寧指出，當前要務是推動2024至2028年度發展計劃下的各個項目，將推動公司的能源轉型進程至下一階段，不僅有助於善用資本開支，同時可確保向客戶提供安全、可靠和可負擔的電力供應。他透露，未來5年將投入220億元拓展減碳基礎設施和加強其他設施，包括興建一台新的380兆瓦燃氣聯合循環發電機組L13。

今年上半年天氣特別和暖，4月氣溫錄得歷史新高，加上閏年2月多出一天，令售電量按年增長1.8%。隨着全球燃料價格漸趨穩定，港燈淨電費得以下調，今年1月淨電費為每度電165.5仙，按年下調16%。

光大水務：市場競爭大 拓東南亞機遇

【大公報訊】光大水務（01857）昨公布截至今年6月底止中期業績，上半年錄得收入33.5億元，按年增長9%；純利5.81億元，按年下跌8%；中期息6.09仙，按年少派8.1%。光大水務執行董事兼總裁陶俊杰表示，現時內地水務行業市場參與者眾多，項目競爭大，集團將藉着在港上市優勢，號召共促「一帶一路」高質量發展倡議，積極摸索東南亞市場機遇。

▲光大水務上半年錄得純利5.81億元，按年跌8%。

回顧期內發展，光大水務上半年持續聚焦傳統業務與新興業務兩條發展賽道，推動輕重資產業務更好協同發展。其中，在河南水務市場取得重要突破，標誌着集團的工業廢水業務布局從單一的末端處理服務，逐步向全方位園區工業廢水處理服務延伸。

另外，光大水務的運營管理和工程建設在控本增效上均取得進一步進展。運營管理方面，上半年旗下6個項目的光伏發電設施投入運營，總裝機容量10.76兆瓦，預計每年可提供電力約1200萬千瓦時。

在工程建設方面，光大水務從招標採購、施工方案、現場管理、工程服務等方面入手，促進工程建設控本增效。

考慮到內地市場水務項目數量有限及競爭劇烈，陶俊杰認為，在港上市令該集團拓展「一帶一路」市場具備一定優勢，現時正加強海外拓展隊伍建設，完善海外業務拓展體系，期望能夠在泰國、印尼及馬來西亞等東南亞市場尋找到商機。

響應國策 提升污水收集效能

展望未來，有四大重點發展方向，一是促進項目產業化，二是提升污水收集效能，助力國家2025年再生水利用率達到25%的目標，三是極力探索鄉村建設方向，四是開創綠色低碳、高質量發展的新局面。

財經 Cafe

酒香四溢 茅台品鑒宴在港舉行

【大公報訊】飛天茅台維港薈聚品鑒宴日前在港舉辦，中國名優白酒品鑒董事長司馬志達致辭時表示，期望讓更多人領略茅台背後的深厚文化底蘊和精湛工藝，進一步加深茅台與香港乃至世界各地朋友的友誼與合作，共同推動中華優秀傳統文化的傳承與發展。

中國貴州茅台酒廠貿易（香港）執行董事總經理王華美、G70環球家族辦公室合夥人葛強、嘉華建材集團董事總經理及銀河娛樂集團執行董事徐應強、鳳凰衛視金石財經主持人及全國政協委員曾靜漪等嘉賓出席了本次品鑒宴。此次品鑒宴不僅展示了茅台酒的卓越品質，更通過豐富的文化交流和互動，進一步提升茅台品牌在香港及國際市場的知名度和影響力。

品鑒宴上，主辦方準備了多款茅台系列酒品，嘉賓們通過觀色、聞香、品味等步驟，逐一領略了茅台酒的獨特韻味。除了品酒，還通過用茅台烹製菜品、加入甜品等方式，讓現場嘉賓更加了解茅台酒。

據介紹，此次品鑒宴不僅加深了香港「茅粉」對茅台品牌的了解和喜愛，也為茅台在國際市場上的進一步拓展奠定了堅實基礎。茅台將繼續推進國際化戰略，加強與國際市場的交流與合作，讓茅台文化走向世界。

◀▲飛天茅台維港薈聚品鑒宴除了品酒，還以茅台加入甜品等。