

全年业绩表现卓越 亚洲品牌 2 年财测不变

(吉隆坡 4 日讯) 尽管新财年首季是传统上最弱季度，但亚洲品牌 (AsiaBrn, 7722, 主板消费产品股) 凭着 2013 财年的卓越表现，成功让分析员暂时维持其 2014 与 2015 财年盈利预测 (分别为 3380 万令吉及 4100 万令吉)。

肯纳格投资研究分析员表示：“去年 12

月杪，亚洲品牌在收购子公司 (拥有 Anakku 与 Audrey 业务) 后，巩固了集团业绩，激励现财年末季营业额猛弹 156.6%。”

基于上述理由，2013 财年末季净利也按年狂飙 224.8%，至 1030 万令吉，把全年净利推高至 1720 万令吉，占该证券行全年预测 (1560 万令吉) 的

110.3%，归功于营运开支减少。

合并协同作用更显著

对于亚洲品牌的前景，分析员说：“该集团在扩大后的合并协同作用将会更显著，因为新业务将有望辅助与加强该集团的产品类型、增加客户与供应商数量，以及避免重复资源。

“同时，该集团正在进行的削减债务计划进展顺利，踏入 2014 财年，我们预计该集团可从近期的私下配售活动，以及脱售非核心与无收入资产中获利。”

另外，分析员也看好该集团规划实行的“精明供应商合作伙伴计划” (SVPP)，可助其轻型资产商业模式一臂之力。

综合上述因素，该证券行维持给予亚洲品牌的“超越大市”评级，目标价也维持在每股 4.00 令吉。

亚洲品牌业绩

截至 3 月份财年	2013	2014 预测	2015 预测
营业额 (令吉)	1.889 亿	3.899 亿	4.434 亿
净利 (令吉)	1710 万	3380 万	4100 万
每股盈利 (仙)	33.2	47.0	57.0
本益比 (倍)	14.7	7.5	6.1
净负债 (倍)	1.0	0.5	0.4
周息率 (%)	1.4	1.4	5.7

资料来源：肯纳格投资研究

