

【即時發佈】



XINGDA INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
興達國際控股有限公司

興達國際公佈 2025 年中期業績

2025 年中期錄得本公司擁有人應佔溢利人民幣 1.99 億元

* * *

海外市場需求旺盛，銷量同比增長 10.8%至 180,600 噸

（2025 年 8 月 29 日，香港訊）世界領先子午輪胎鋼簾線生產商之一**興達國際控股有限公司**（「興達」或「集團」）（股份代號：1899.HK）今日公佈截至二零二五年六月三十日止六個月未經審核之半年業績。

二零二五年上半年，中國經濟總體延續穩中向好發展態勢。受汽車行業「內捲式」競爭持續加劇的影響，汽車產業鏈上下游的發展均受到挑戰，集團業務也因此受影響。報告期內，集團收益錄得同比下降 8.1%至人民幣 56.6 億元；毛利錄得人民幣 11.21 億元，毛利率為 19.8%，同比上漲 0.2 個百分點；擁有人應佔溢利同比上升 3.5%至人民幣 1.99 億元；每股基本盈利同比上漲 0.6%達到人民幣 10.37 分。集團建議本年度不派發中期股息。

報告期內，子午輪胎鋼簾線行業競爭內捲，興達業務總體發展受影響。集團錄得總銷量同比下降 5.0%至 688,900 噸。其中，貨車用子午輪胎鋼簾線銷售量同比下降 4.9%至 367,400 噸，主要由於國內下游市場需求下滑及子午輪胎鋼簾線行業競爭所致；客車用子午輪胎鋼簾線銷售量同比上升 1.5%至 195,000 噸，主要由於海外輪胎生產商訂單上漲；子午輪胎鋼簾線的總銷售量同比下降 2.8%至 562,400 噸。除子午輪胎鋼簾線外，胎圈鋼絲的銷售量下降 17.3%至 68,600 噸；膠管鋼絲及其他鋼絲的銷售量下降 8.5%至 57,900 噸。

從地域來看，國內輪胎生產商需求有所下降，海外市場需求依舊旺盛。中國市場

方面，二零二五上半年子午輪胎鋼簾線銷售量減少 8.1%至 381,800 噸，主要由於期內輪胎生產商需求減少及子午輪胎鋼簾線行業內捲。海外市場方面，主要由於海外輪胎生產商的訂單持續增長，子午輪胎鋼簾線銷售量同比上升 10.8%至 180,600 噸。期內，國內及海外市場分別佔總銷售量 67.9%及 32.1%。

產能方面，於二零二五年六月三十日，集團子午輪胎鋼簾線年產能增長 5.5%至 1,317,000 噸。其中，江蘇廠房的年產能及山東廠房的年產能分別達至 890,000 噸及 348,000 噸，較大支撐國內銷量。泰國廠房的年產能達到 79,000 噸。胎圈鋼絲年產能達到 173,000 噸，膠管鋼絲及其他鋼絲達至 131,000 噸。受到國內子午輪胎市場需求減弱所影響，整體廠房使用率下降至 83%。因山東省濟寧市之廠房於二零二四年十二月順利投產，目前尚處於產量爬升的初期階段。該廠區規劃具有前瞻性，現有產能及使用空間相對充裕，為後續市場需求復甦及訂單增長預留了充足彈性。回顧期內，新投產的濟寧廠房為整體廠房使用率下降的其中之一因素，倘不計及上述濟寧廠房的產能使用情況，則本集團的整體子午輪胎鋼簾線使用率及總計使用率分別調整為 85%及 85%。

展望二零二五年下半年，集團仍持審慎樂觀態度。一方面，中國政府將陸續出台刺激消費的補貼政策，國家統計局也表示對下半年中國消費市場充滿樂觀。另一方面，發改委就《中華人民共和國價格法修正草案（徵求意見稿）》向社會公開徵求意見，該意見稿提出將完善低價傾銷的認定標準、治理「內捲式」競爭，進一步促進行業的良性競爭，子午輪胎鋼簾線行業有望相應受益。同時，集團也注意到，西藏雅魯藏布江下游水電工程於近期正式啟動，該工程將通過產業鏈傳導效應拉動上游產業——鋼簾線的需求擴張，行業和集團將收穫長期利好因素。海外市場需求方面，因國際形勢和關稅政策的不確定性，集團將密切留意並根據海外市場變化調整戰略部署，積極擴張歐美、東南亞和印度的海外市場。未來，興達致力於優化全球產能佈局、持續推進技術與產品創新，延續二零二五全年的發展重點，投入綠色產品的創新和生產，為客戶提供高質量的產品與解決方案。

~ 完 ~

有關興達國際控股有限公司

集團主要業務為製造及分銷子午輪胎的主要骨架原料，包括用以強化子午輪胎胎壁的鋼簾線及將輪胎固定在輪圈上的胎圈鋼絲。憑藉集團先進的生產技術、強大的研發能力及嚴謹的品質監控，集團成功於中國建立鞏固的業務基礎，是中國最大的子午輪胎鋼簾線生產商之一。集團的客戶包括國內十大子午輪胎生產商及全球著名輪胎生產商。興達的總部及主要生產基地位於中國江蘇省，總建築面積約達 567,000 平方米。

媒體垂詢：

九富（香港）財訊公關集團有限公司

賀銀妹女士 電話：86 13521318017

徐中睿先生 電話：852 3468 8673

電郵：xingda.list@everbloom.com.cn