



中國國際航空股份有限公司
AIR CHINA LIMITED
(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：00753)

國航公佈 2019 年中期業績
核心競爭力不斷提升 業績保持行業領先

(2019年8月28日, 香港) 中國國際航空股份有限公司(「國航」或「公司」, 與其子公司合稱「本集團」)(股票編號: 香港: 00753; 倫敦: AIRC; 上海: 601111 ; 美國 ADR OTC: AIRYY), 今日公佈其截至 2019 年 6 月 30 日止六個月期間(「報告期」)之未經審核業績¹。

業績摘要

- 營業額為 672.45 億元(人民幣, 下同), 同比上升 1.55%
- 經營費用為 605.02 億元, 同比上升 1.56%
- 稅前利潤為 45.05 億元, 同比下降 10.01%
- 每股利潤 0.23 元, 同比下降 9.56%

2019 年上半年, 中國民航堅持「控總量、調結構」政策, 加大供給側結構性改革力度, 客運增速雖有所放緩, 但在全球範圍仍處於較高水平。本集團密切關注宏觀和行業變化, 緊盯市場動向, 及時有效地調整航線網絡; 持續提高資源配置水平, 優化生產組織, 飛機利用率、平均客座率均實現同比提升; 積極應對部分飛機停場, 統籌航線運力資源配置, 彌補運力缺口; 加強大項成本管控, 調整優化債務結構, 減少匯率波動影響。雖然面臨國際局勢複雜、油價和匯率波動等不利因素, 本報告期內業績仍保持行業領先優勢。

財務摘要

2019 年上半年, 本集團營業收入實現 653.13 億元, 同比上升 1.67%。其中, 航空運輸收入為人民幣 626.81 億元, 同比增長 1.15%。客運收入為 598.51 億元, 同比上升 5.20%。貨運收入為 28.30 億元, 同比下降 44.23%, 主要是國貨航不再納入合併範圍。

¹所有數據按國際財務報告準則計算

經營費用為 605.02 億元，同比上升 1.56%。期內匯兌淨損失為 1.19 億元，去年同期為匯兌淨損失 5.18 億元。

稅前利潤為 45.05 億元，同比下降 10.01%。

業務回顧

上半年，集團整體運力投入（ATK）為 183.19 億可用噸公里，同比增長 5.16%，完成運輸總周轉量（RTK）124.76 億收入噸公里，同比增長 4.55%。

上半年，集團運輸旅客 5,648 萬人次，同比增長 5.08%。客運運力(ASK) 達到 1,417.28 億可用座公里，同比增長 5.93%。其中國內、國際及地區航線同比分別增長 3.43%、8.80%和 16.78%。旅客周轉量(RPK)達到 1,147.84 億收入客公里，同比增長 6.60%。其中，國內、國際及地區航線同比分別增長 3.28%、10.95%和 18.61%。客座率為 80.99%，同比上升 0.51 個百分點。

上半年，本集團引進飛機 19 架，退出飛機 12 架，機隊總規模達到 676 架，平均機齡 6.81 年。公司推進全機隊優化運營，統籌航線運力資源配置，飛機日利用率提高 0.15 小時，效率提升及結構化增利近 4 億元。

航線網絡持續拓展，樞紐建設不斷推進

公司堅持四角菱形樞紐網絡戰略，國際國內航線網絡均衡發展。上半年，公司積極響應國家「一帶一路」倡議，北京樞紐開通北京-喀什等國內航線，北京-金邊等國際航線。優化調整北京-倫敦、北京-廣州等國際國內航線時刻和機型，北京樞紐航班波及聯程中轉持續優化。新開 11 個國家共 24 個站點經北京中轉國內全委託方式的行李直掛服務，覆蓋經北京國際中轉國內旅客總量的 96%。北京樞紐中轉聯程人數同比增長 11%，航班規模不斷擴大，樞紐商業價值穩步提升。上海國際門戶通過聯營合作，打造國內、國際更多網絡銜接；成都國際樞紐結合天府機場落成在即，佈局更廣航線網絡。深圳國際門戶開通「一帶一路」航線，助力粵港澳大灣區建設。截至 2019 年 6 月底，集團經營的客運航線條數達到 766 條，其中國內航線 605 條，國際航線 132 條，地區航線 29 條。公司通航國家及地區 41 個，通航城市 190 個，其中國內 120 個，國際 67 個，地區 3 個。公司還積極開展國際化合作，36 家合作夥伴為公司提供每週 15,436 班次代碼共享航班；通過與星空聯盟成員合作，將服務進一步拓展到全球 193 個國家的 1,317 個目的地。

把握市場營銷節奏，加快商業模式轉型

公司把握市場營銷節奏，提高投入與市場、產品與客戶的匹配度，平均客座率同比提升 0.51 個百分點。細化不同航線兩艙政策，兩艙收入同比增加 4.3%。通過 A350 新機型悅享經濟艙升艙等產品，附加服務產品累計實現銷售收入 1.6 億元，同比增長 73%。加快商業模式轉型，深度挖掘營銷創新。移動平台銷售功能與體驗雙提升，APP 用戶人數達 937 萬人，實現銷售收入 35.9 億元。擴大國航航旅生態圈，上線「現金+里程」支付方式，將里程消費滲透至更

多航旅場景中，提升旅客黏性。「鳳凰知音」會員總數達 6,009 萬人，貢獻收入同比增加 6.3%。

提升服務產品競爭力，品牌價值穩步增長

立足真情服務理念，切實提升旅客體驗；對標星空聯盟服務標準體系，推動星空聯盟數字化、「同一屋簷下」、行李樞紐中心等項目推進。推進機上座椅、娛樂系統、窄體機行李架、客艙燈光產品的優化升級；打通全流程服務信息流，上半年對 A320、B777 等 10 架飛機進行機上 WIFI 改造。全面推廣自助值機、全自助行李托運、人臉識別+自助登機等便捷履行產品。豐富中轉產品，拓展中轉引導服務和中轉休息室預訂渠道。創建機上文化娛樂場景，上半年為旅客提供超過 1,031 小時、覆蓋 28 種語言的機上娛樂節目。品牌建設持續落地，品牌價值穩步增長。透過北京世界園藝博覽會「夢之翼」展廳、北京 2022 年冬奧會「北京越野滑雪大獎賽」，助力品牌價值提升。品牌傳播屢獲大獎，榮獲「《公關周刊》全球榜單最佳企業品牌傳播獎」提名，為全球首次入圍該獎項航司；榮獲 2019 年亞太公關大獎「最佳 VR/AR」獎項、中國出海品牌卓越獎等國內外大獎。

深化戰略協同，加強聯營合作

公司持續深化與旗下成員航空公司的多品牌戰略協同，完善與大規模、多品牌運行相適應的安全審計及管理體系。統籌規劃國航系的基地佈局與市場佈局，完善戰略目標管理體系；加強國航係時刻資源共享、運力和市場協同，深化機務成本聯動。加強聯合採購，做實數據資產整合，不斷將國航系的戰略優勢轉化為經營優勢。深化與德國漢莎航空公司的聯營合作，就二級市場合作、休息室與高端服務協同等加強合作。全面啟動與加拿大航空公司的聯營合作，雙方在提升共飛航線收益品質、開展渠道和客戶整合、開展代碼共享合作等方面取得進展，聯營協同效應初步顯現。持續深化與美國聯合航空公司、新西蘭航空公司、新加坡航空公司等的協同聯營、雙邊或多邊合作，與星空聯盟 19 家、累計 36 家航企開展代碼共享合作。

展望

2019 年下半年，本集團將繼續堅持以習近平總書記對民航工作的重要指示精神為指引，堅持穩中求進的工作總基調，堅持高質量發展理念，矢志不渝建設世界一流航空運輸集團。本集團將進一步加強對安全工作的管理，進一步提升風險防控能力和盈利能力，進一步優化樞紐網絡和生產組織，進一步提升服務質量和旅客體驗，以優異的成績迎接建國 70 週年。

~完~

關於中國國際航空股份有限公司

中國國際航空股份有限公司是中國的載旗航空公司和中國居領先地位的航空客運、貨運及航空相關服務供貨商。國航的主要基地位於中國首都北京——中國的國內航空及國際航空的重要樞紐。公司還在北京、成都及其它地點提供航空相關服務，包括飛機維修、地面服務等。截至2019年6月30日，本集團共有飛機676架，平均機齡6.81年。經營的客運航線條數達到766條，其中國內航線605條，國際航線132條，地區航線29條。公司通航國家及地區41個，通航城市190個，其中國內120個，國際67個，地區3個。公司還積極開展國際化合作，36家合作夥伴為公司提供每週15,436班次代碼共享航班；通過與星空聯盟成員合作，將服務進一步拓展到全球193個國家的1,317個目的地。國航於2004年12月15日在香港和倫敦上市，股票代碼分別為00753和AIRC。2006年6月30日，國航一級美國存託憑證保薦項目設立，股票代碼為AIRYY。2006年8月18日，國航在上海證券交易所上市，股票代碼為601111。欲知更多詳情，請登陸國航網站www.airchina.com.cn。

前瞻性聲明

本新聞稿所包含的信息可能有一些對未來的預測和展望，以反映公司目前對未來事件及財務表現的看法。這些看法是根據特定假設而提出的，而這些假設將取決於各種不同的風險，並可能發生變化。我們不保證未來將會發生這些事件，也不保證這些預測將會實現，或者公司的假設正確無誤。實際結果可能會與這些預測值存在重大差異。

投資者關係及媒體垂詢：

中國國際航空股份有限公司

章悅/張琛

投資者關係

電話：(8610) 6146-2560/ 6146-2543

電郵 joycezhang@airchina.com/zhangchen2017@airchina.com

皓天財經集團有限公司

黃善謙/ 丁乙洋

電話：(852) 3970 2238 / (852) 3970 2255

傳真：(852) 2598 1588

電郵：airchina@wsfg.hk