

01.09.2017 - 16:33 Uhr

Air China Limited legt Zwischenbericht für 2017 vor

Beijing (ots/PRNewswire) -

Air China Limited ("Air China" oder "Unternehmen", zusammen mit seinen Tochtergesellschaften "Gruppe" genannt) (HKEX: 00753; LSE: AIRC; SSE: 601111; ADR OTC: AIRYY), legt heute seinen Zwischenbericht für die sechs Monate mit Ende 30. Juni 2017 ("Zeitraum") vor.

Logo: https://mma.prnewswire.com/media/152745/air_china_logo.jpg

Wichtige Geschäfts-Eckdaten

- Der Umsatz lag 8,82 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 58,746 Mrd. RMB
- Die Betriebskosten lagen 15,12 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 52,939 Mrd. RMB
- Der Gewinn vor Steuern lag 2,67 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 5,174 Mrd. RMB
- Der Reingewinn lag 3,33 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 3,921 Mrd. RMB

In der ersten Jahreshälfte von 2017 verzeichnete der Passagierflugmarkt Chinas weiter eine hohe Nachfrage bei großem Angebot. Das Frachtgeschäft zeigte Anzeichen der Erholung, die Nachfrage nach Outbound-Reisen stieg weiter, der internationale Flugverkehr nahm stetig zu. Der Sitzladefaktor ist vor dem Hintergrund aggressiven Kapazitätseinsatzes bei höherer Effizienz stetig gestiegen. Die Gruppe hat Marktchancen genutzt, umsichtig ihre Geschäftstätigkeiten ausgeweitet, ihre Effizienz optimiert, ihren Ertrag gesteigert und ihr Kostenmanagement intensiviert, um ihren Wettbewerbsvorteil im Kerngeschäft weiter auszubauen. Trotz ungünstiger Faktoren, z. B. höheren Flugtreibstoffkosten, hat die Gruppe im Zeitraum solide Ergebnisse erzielt.

Wichtige Finanz-Eckdaten

Die Gruppe erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2017 einen Umsatz von 58,746 Mrd. RMB - 8,82 Prozent mehr als im selben Zeitraum des Vorjahres.

Die Flugpassagierumsätze lagen 8,02 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 51,052 Mrd. RMB. Die Luftfrachtumsätze lagen 19,65 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 4,487 Mrd. RMB.

Die Betriebskosten lagen 15,12 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 52,939 Mrd. RMB. Für die erste Jahreshälfte von 2016 waren 45,987 Mrd. RMB gemeldet worden. Die Flugtreibstoffkosten lagen 3,902 Mrd. RMB über dem Vorjahreswert - eine Steigerung um 40,11 Prozent gegenüber demselben Zeitraum des letzten Jahres, die vor allem auf höhere Preise für Flugtreibstoff zurückzuführen ist.

Der Reingewinn lag 3,33 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 3,921 Mrd. RMB. Während dieses Zeitraums erzielte die Gruppe nach einem Verlust von 1,698 Mrd. RMB im selben Zeitraum des Vorjahrs nun einen Wechselkursgewinn von 1,270 Mrd. RMB - zurückzuführen auf den Wertverlust des US-Dollars gegenüber dem Renminbi.

Geschäftsrückblick

In der ersten Jahreshälfte von 2017 lag die in angebotenen Tonnenkilometern (Available Tonne Kilometers, ATK) gemessene Kapazität des Unternehmens bei 17,142 Mrd. - 3,77 Prozent über dem Vorjahreswert. Der in verkauften Tonnenkilometern (Revenue Tonne Kilometers, RTK) gemessene Verkehr lag bei 12,092 Mrd. - 6,35 Prozent über dem Vorjahreswert.

Um seine Effizienz zu steigern, intensivierte das Unternehmen seine Kostenkontrolle. Es konzentrierte sich verstärkt auf strategische Synergien, optimierte die strukturelle Zusammensetzung seiner Ressourcen und hielt seine Kostenvorteile gegenüber Wettbewerbern aufrecht. Durch verstärkte interne und externe Koordination ergriff es die Gelegenheit zu einer Aktienplatzierung, schloss seine Sekundärplatzierung von A-Aktien ab und nahm dabei 11,2 Mrd. RMB ein.

Passagiere

In der ersten Jahreshälfte von 2017 beförderte die Gruppe insgesamt 49,20 Mio. Passagiere - 5 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Passagierkapazität, gemessen in angebotenen Sitzkilometern (Available Seat Kilometers, ASK) lag 4,94 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 118,992 Mrd. Die Kapazität für Inlands- und internationale Strecken lag 4,96 Prozent bzw. 6,41 Prozent über dem Vorjahreswert, während die Kapazität für Regionalstrecken 7,40 Prozent niedriger ausfiel. Der Gesamtpassagierverkehr, gemessen in verkauften Passagierkilometern (Revenue Passenger Kilometers, RPK) lag 6,53 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 96,415 Mrd. Der Verkehr auf Inlands- und internationalen Strecken lag 6,30 Prozent bzw. 8,47 Prozent über dem Vorjahreswert, während der Regionalverkehr 6,65 Prozent niedriger ausfiel. Der Sitzladefaktor lag 1,20 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert, bei 81,03 Prozent. Die Umsätze pro RPK lagen bei 0,53 RMB - 1,42 Prozent über dem Vorjahreswert.

Im der ersten Jahreshälfte von 2017 fügte die Gruppe 16 Flugzeuge hinzu (darunter zwei vom Typ "B787-9") und nahm elf Flugzeuge aus dem Programm - mit dem Ergebnis einer noch besseren Abstimmung von Flotte und Flugnetz. Insgesamt bestand die Flotte aus 628 Flugzeugen mit einem Durchschnittsalter von 6,53 Jahren. Während des Zeitraums hat die Gruppe umsichtig ihr Flugnetz ausgebaut und weiterentwickelt und dabei den Nutzen von Drehkreuz-Flugnetzen effektiv gesteigert. Auch hat sie fortlaufend ihr weltweites Flugnetz optimiert. In Koordination mit der nationalen strategischen Initiative "One Belt, One Road" und der Integration von Beijing, Tianjin und Hebei legte das Unternehmen internationale Strecken von Beijing nach Astana und Zürich sowie Inlandsstrecken von Beijing nach Zhengzhou und Shaoyang auf. Auch verknüpfte es 17 europäische Städte mit inländischen Städten - via Beijing, mit Through-Check-in-Gepäckservice -, was die Verbindungsfähigkeiten des Drehkreuzes Beijing weiter aufwertete. Darüber hinaus setzt das Unternehmen seine Entwicklung des Shanghai International Gateway und der regionalen Drehkreuze Chengdu und Shenzhen fort. Das Streckennetz wurde um neue Strecken (darunter wieder aufgelegte) wie z. B. Schanghai-Barcelona, Chengdu-Kaxgar, Hangzhou-Liupanshui, Hongkong-Yuncheng ergänzt. Am 30. Juni 2017 zählte das Unternehmen insgesamt 408 Passagierverkehrsstrecken über sechs Kontinente, darunter 287 inländische, 106 internationale und 15 regionale Strecken. Das Flugnetz des Unternehmens umfasst weltweit 39 Länder und Regionen sowie 184 Städte, darunter 115 inländische, 66 internationale und 3 regionale Städte. Die "Star Alliance" erweitert das Streckennetz des Unternehmens auf 1.307 Zielorte in 191 Ländern.

Das Unternehmen konnte sein Ertragsniveau deutlich steigern, hat das Tempo der Transformation seines Geschäftsmodells erhöht und den Wert seiner Kernmarke gesteigert. Die allmähliche Erholung im Bereich Geschäftsreisen, die in der ersten Jahreshälfte von 2017 zu beobachten war, veranlasste das Unternehmen, auf Inlandsstrecken wichtiger Märkte deutlich mehr Großraumflugzeuge einzusetzen. Den stetig zunehmenden Inlandsverkehr im Blick, hat das Unternehmen seine Preis-Prioritäts-Strategie effektiv umgesetzt und den Wettbewerbsvorteil seines branchenweit führenden Ertragsniveaus weiter ausgebaut. Durch die Optimierung seiner Preisstruktur für Premiumklassen und die Ausweitung der Kundenressourcen für Premiumklassen konnte das Unternehmen sowohl den Ertrag als auch den Umsatzbeitrag der Premiumklassen deutlich steigern: Die Inlands- und internationalen Umsätze lagen 22 bzw. 7 Prozent über den Vorjahreswerten.

Durch das innovative Geschäftsmodell des Unternehmens wurden Mobil-Apps bereits sechs Mal um Funktionen erweitert, die Passagieren zu einer noch angenehmeren Reiseerfahrung verhelfen sollen. Unter Anderem wurde eine Funktion eingeführt, mit der Passagiere sich nach verspätetem Fluggepäck erkundigen können. Im Zuge seines ständigen Bemühens um neue Einnahmequellen erzielte das Unternehmen mit Nebendienstleistungen, z. B. der Sitzplatzwahl oder dem Hochstufen des Boarding-Gate-Tickets, für die Gebühren erhoben werden, in der ersten Jahreshälfte von 2017 einen Umsatz, der 68 Prozent über dem des Vorjahreswerts lag. Insgesamt gab es 46,28 Mio. "Phoenix Miles"-Mitglieder, wobei die zunehmenden Aktivitäten zu einem Umsatzbeitrag führten, der 23 Prozent über dem des entsprechenden Vorjahreszeitraums lag. Nach dem plangemäßen Abschluss des Markenimage-Designs wird die Markenstrategie weiter vorangetrieben. In einer Marken-Kooperation mit der "2019 China Beijing World Garden Exhibition" wurde Air China zum höchstrangigen weltweiten Partner sowie einzigen Flugliniensponsor. Der Wert der Marke wurde fortlaufend gesteigert.

Frachtgeschäft

Der Welthandel erholte sich in der ersten Jahreshälfte von 2017 zunehmend; es gab verstärkt Anhaltspunkte für mehr Wachstum im internationalen Transportmarkt. Aufgrund des wirtschaftlichen Wandels in China fiel das Inlandswachstum jedoch relativ gering aus. Air China Cargo hat sein Geschäftsmodell vorausschauend umgestellt, hat sein Passagier- und Frachtgeschäft immer feiner aufeinander abgestimmt, um den Ladefaktor der Beiladefracht stetig zu verbessern. Die Streckenstruktur wurde optimiert, mit dem Ergebnis eines besseren Margenbeitrags. Durch Nutzung seines Vorteils bei Hauptstrecken, via Ressourcenteilung, wurden bei Neugeschäftsinitiativen gute Ergebnisse erzielt. Die verschiedenen Maßnahmen sollen die schwierigen Rahmenbedingungen für das Frachtgeschäft abfedern - mit dem Ziel, die Rentabilität zu halten.

In der ersten Jahreshälfte von 2017 lagen die angebotenen Frachttonnenkilometer (Available Freight Tonne Kilometers, AFTK) von Air China Cargo 1,90 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 6,408 Mrd. Die verkauften Frachttonnenkilometer (Revenue Freight Tonne Kilometers, RFTK) lagen bei 6,20 Prozent über dem Vorjahreswert, bei 3,531 Mrd. Der Fracht- und Post-Ladefaktor lag 2,23 Prozentpunkte höher, bei 55,09 Prozent. Der Frachtertrag belief sich auf 1,27 RMB, 12,66 Prozent über dem Vorjahreswert.

Ausblick

Chinas Wirtschaft wird stetig weiterwachsen, und auch der Markt der Zivilluftfahrt wird sein rasches Wachstum beibehalten. Das Unternehmen will strategische Chancen nutzen, ist sich aber auch bewusst, dass der Wettbewerb in der Branche, vor allem im internationalen Markt, immer intensiver wird, dass das Geschäftsumfeld komplexer wird, und dass weiterhin mit Ungewissheiten durch Ölpreisschwankungen und geopolitische Risiken zu rechnen ist. Während sich das Unternehmen den kommenden Chancen und Herausforderungen stellt, bleibt es auf sein Ziel konzentriert, eine "Airline mit überragendem Flugnetz und internationalen Wettbewerbsvorteilen" zu werden. Es will seine umsichtige Managementphilosophie beibehalten, Wandel durch Innovation vertiefen und seinen Wettbewerbsvorteil im internationalen Markt ausbauen - um Aktionären und Gesellschaft noch mehr Nutzen zu bieten.

Über Air China

Air China Limited (Air China) ist die nationale Fluggesellschaft Chinas und ein führender Anbieter von Passagier-, Luftfracht- und fluglinienbezogenen Dienstleistungen und Produkten in China. Ihr operativer Hauptsitz ist Beijing - sowohl für den Inlands- als auch internationalen Luftverkehr ein bedeutendes Drehkreuz in China. Air China bietet in Beijing, Chengdu und an anderen Orten auch fluglinienbezogene Dienstleistungen an, darunter Flugzeugwartung und Bodenabfertigung. Am 30. Juni 2017 unterhielt die Gruppe eine Flotte von 628 Flugzeugen mit einem Durchschnittsalter von 6,53 Jahren - das Unternehmen eine Flotte von 385 Flugzeugen mit einem Durchschnittsalter von 6,57 Jahren. Es wurden 408 Passagierverkehrsstrecken bedient, darunter 106 internationale, 15 regionale und 287 Inlandsstrecken. Das Flugnetz des Unternehmens deckte 39 Länder und Regionen weltweit

und 184 Städte ab, darunter 66 internationale, 3 regionale und 115 Städte im Inland. Die "Star Alliance" erweitert das Streckennetz des Unternehmens auf 1.307 Zielorte in 191 Ländern. Air China wurde am 15. Dezember 2004 unter den Kodizes "00753" bzw. "AIRC" an der Hong Kong Stock Exchange und der London Stock Exchange geführt. Am 18. August 2006 wurde Air China unter dem Code "601111" an der Shanghai Stock Exchange geführt. Weitere Informationen erhalten Sie auf der Website von Air China unter www.airchina.com.cn.

Safe-Harbor-Erklärung

Diese Pressemitteilung enthält Projektionen und zukunftsbezogene Aussagen, die die gegenwärtigen Ansichten des Unternehmens im Hinblick auf künftige Ereignisse und Finanzergebnisse widerspiegeln. Diese Ansichten basieren auf aktuellen Annahmen, die verschiedenen Risiken unterliegen und sich mit der Zeit ändern können. Es kann nicht garantiert werden, dass bestimmte künftige Ereignisse eintreten, bestimmte Projektionen erreicht oder die Annahmen des Unternehmens sich als richtig erweisen werden. Die tatsächlich erzielten Ergebnisse können sich wesentlich von den prognostizierten unterscheiden.

Kontakt:

Fan Heyun
Investor Relations
Senior Manager
Air China Limited
Tel. (8610) 6146-2799
fanheyun@airchina.com

Joyce Zhang
Tel. (8610) 6146-2560
joycezhang@airchina.com

Ruby Yim
FleishmanHillard
Tel. (852) 2530 0228
ruby.yim@fleishman.com

Hany Zhang
FleishmanHillard
Tel. (852) 2586 7827
hany.zhang@fleishman.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012057/100806298> abgerufen werden.