

即時發佈

維他奶 2020/2021 年度全年業績

逆境中業務回升 重拾增長軌跡

財務摘要

截至 2021 年 3 月 31 日止 之 12 個月	2020/21 年度 港幣百萬元	2019/20 年度 港幣百萬元	變化	撇除匯率 影響變化
收入	7,520	7,233	+4%	+2%
毛利	3,954	3,851	+3%	+1%
未計利息收入、融資成本、所得 稅、折舊、攤銷費用及所佔 合營公司虧損前盈利 (「EBITDA」)	1,281	1,097	+17%	+15%
除稅前溢利	767	679	+13%	+11%
本公司股權持有人應佔溢利	548	536	+2%	+1%
每股基本盈利 (港仙)	51.5	50.4	+2%	N/A
每股中期股息 (港仙)	29.0	28.4	+2%	N/A

香港，2021年6月17日 — 維他奶國際集團有限公司 (聯交所代號：00345) 今日公佈其截至2021年3月31日止之全年業績。雖然環球經濟持續受2019新型冠狀病毒疫情困擾，維他奶繼續專注於業務基礎，並在中國內地業務增長的帶動下，於2020/2021財政年度收益錄得穩定增長。

去年度，公司收入按年上升4%至港幣75億2千萬元。公司股權持有人應佔溢利為港幣5億4千8百萬元，按年上升2%。溢利增加主要由於審慎的成本控制及在疫情期間，儘管香港收入下降亦維持對員工聘用而獲得的政府補貼所致。全年毛利率維持在53% (2019/2020財政年度: 53%)。若撇除政府補貼及在維持原有人力及其他開支的情況下，公司股權持有人應佔溢利下跌35%。

維他奶董事會建議派發末期股息每股普通股 29.0 港仙(2019/2020 財政年度末期股息:每股普通股 28.4 港仙)。連同中期股息每股普通股 3.8 港仙(2019/2020 財政年度中期股息:每股普通股 3.8 港仙)，2020/2021 財政年度的總股息將為每股普通股 32.8 港仙(2019/2020 財政年度總股息：每股普通股 32.2 港仙)。

面對市場環境的挑戰和不確定性，維他奶一直專注於加強其核心品牌的產品和致力提升營運效率。2020/2021 財政年度下半年，中國內地的市場需求強勁，推動該市場的業務復甦。不過，疫情下持續的封城措施，影響了香港、澳洲和菲律賓業務在提供隨時隨地購買飲用的商舖及食肆的銷售。新加坡業務的收入持平，雖然當地豆腐產品需求增加，但增幅受到因疫情而影響飲品和出口業務下跌所抵銷。

維他奶國際集團有限公司執行主席羅友禮先生今天於業績發佈會上表示：「去年全球經歷前所未有的不確定性，我們各個營運市場都面對著不同的挑戰，但我們秉持願景，繼續為消費者提供美味和營養的產品，並全力關注我們員工的健康及安全。我們逐步擴大業務規模，致力應對不斷變化的市場、技術和消費者的需求，及在財務表現和效率方面作出努力。」

維他奶繼續投資在基礎建設，並如期完成生產設施項目，位於廣東省東莞市的新廠房亦順利完工並投產。

在可持續發展目標方面，維他奶在環境、社會及管治評級獲得外部高度認可。公司首次入選道瓊斯可持續發展亞太指數，並繼續被納入恆生可持續發展企業指數。維他奶更連續第二年榮獲 Corporate Knights 所頒發的「全球 100 大可持續發展企業」，排名從去年第 90 位升至本年的第 62 位。此外，於 2020 年 6 月，摩根士丹利資本國際公司(MSCI)亦將維他奶的環境、社會及管治評級從「BBB」級上調到「A」級。維他奶以提供可持續發展、植物為本之營養的願景仍然是公司未來發展的穩固基礎。

中國內地業務 —

疫情後業務開始復甦 「維他奶」和「維他」兩品牌均見增長

隨着下半年度市場需求強勁，維他奶中國的收入重拾穩定增長軌跡，推動公司整體業績復甦。「維他奶」和「維他」品牌均有增長，帶動內地業務，以當地貨幣計算，收入和經營溢利均上升8%。由於人民幣升值，收入及經營溢利以港元計算分別增長11%及10%。

年內，維他奶中國推出全新「維他奶」燕麥奶，以進一步鞏固其在植物奶品類的市場地位。此外，中國內地業務持續發展基礎建設，隨着廣東省東莞新廠房投入運作，產能進一步提升，以支持業務增長。

展望 2021/2022 年度，中國內地的業務將專注於核心產品創新，輔以整合營銷推廣的活動，強化同店的執行力度和地域擴張，預期內地業務將繼續增長。

香港業務 —

疫情持續打擊維他天地及出口業務 保持核心品類領導地位及盈利

新冠疫情持續影響維他奶香港在提供隨時隨地購買飲用的商鋪、維他天地學校小賣部及出口的銷售。對比上一年度，維他奶香港全年收入下降12%，經營溢利則增加32%。

經營溢利的增長是由於具策略性的成本控制，及在收入下跌情況下維持員工聘用而獲得政府補貼。

超級市場和網上渠道的銷售均有上升。維他奶香港的核心植物奶和茶類產品均有增長，在兩大品類市場維持其領導地位。

維他奶香港於2021/2022財政年度將繼續嚴格執行成本改善措施，並透過「維他奶」及「維他」兩大品牌的全新推廣活動和產品創新，推動香港業務恢復強勁的收入增長。

澳洲及新西蘭業務 —

強勁核心業務及含多類植物的產品創新 以減低疫情的影響

維他奶澳洲及新西蘭業務的收入，以當地貨幣計算下跌1%。收入下跌亦由於在去年最後一個月(2020年3月)，存貨被消費者大量購入而影響本年度的增幅。持續封城措施嚴重影響當地餐飲及咖啡店業務，然而，維他奶強勁的核心業務表現及新推出的燕麥和杏仁的產品組合，得

以抵銷在餐飲業務的銷售下跌。前年當地乾旱仍然影響部份原材料的價格，加上投放更多資源在強化品牌價值方面，令經營溢利以當地貨幣計算下跌16%。

由於澳元升值，維他奶澳洲及新西蘭業務的收入和毛利，以港元計算分別增長5%和下降12%。展望未來，在全新植物為本的品牌宣傳活動帶動下，加上餐飲業逐步復甦，將有助維他奶澳洲及新西蘭業務的收入重拾增長。

新加坡 —

疫情影響出口豆腐及進口飲品業務

維他奶新加坡的收入以當地貨幣計算按年持平。疫情令進口飲品和出口豆腐業務下跌，因而抵銷當地豆腐業務的增長。由於疫情而要額外增加員工成本以維持當地生產，令維他奶新加坡的經營溢利以當地貨幣計算下跌 39%。另外，因封城措施延誤了原訂的產品創新項目，導致額外增加材料成本。

來年，維他奶新加坡將加速當地的豆腐業務，並繼續推動進口飲品組合。公司在疫情措施放緩下會重啟出口豆腐業務。

菲律賓 —

建立豆奶產品知名度 為市場復甦作準備

菲律賓的合營公司在極具挑戰的環境中繼續營運。受疫情而持續封城及限制措施所影響而導致一次性飲用產品銷售的下跌，亦抵銷部份家庭裝產品的增長。

菲律賓團隊將繼續專注於「維他奶」產品在家庭享用的推廣，及準備相關活動以推動業務未來增長。

總結

展望未來，羅先生表示：「雖然市場狀況仍然充滿不確定性和挑戰，但隨著植物為本的食品和飲品變得更加主流，我們對長期增長具有信心。我們將加快收入增長，並繼續投資在基礎設施和品牌價值，以確保在日益激烈的國際和本地競爭情況下，我們的品牌維持長遠增長。」

###

詳情請參閱以下文件：

截至二零二一年三月三十一日止之年度全年業績公告：[按此](#)

圖片下載：

[中國內地市場推出的「維他奶」燕麥奶](#)

[活動照片](#)

[產品](#)



圖片說明：維他奶管理層展示最新在中國內地市場推出的「維他奶」燕麥奶。圖為（左起）集團行政總裁陸博濤先生、執行主席羅友禮先生及集團首席財務總監吳茵虹女士。



圖片說明：全新「維他奶™ VitaOat™ 燕麥奶」將於香港市場發售。

關於維他奶

維他奶國際集團有限公司是一間專注植物食品及飲品的生產及分銷商，總部設於中國香港。自維他奶於 1940 年由羅桂祥博士創立以來，一直致力以各種高品質產品，以營養、美味及可持續發展作為開拓產品方針，從而推廣可持續的營養，並重視社會責任及致力回饋社會。目前，維他奶旗下產品行銷全球約 40 個市場，在中國香港、中國內地、澳洲、新加坡及菲律賓均設有生產營運基地。

維他奶國際集團有限公司(00345.HK)在香港聯合交易所主板上市，並獲納入多個指數類別，包括 MSCI 香港小型股指數、恒生港股通指數、恒生港股通大灣區指數及恒生可持續發展企業指數，亦為道瓊斯可持續發展亞太指數成份股之一。

維他奶公司網站：www.vitasoy.com

如欲查詢更多資料，請聯絡：

維他奶國際集團有限公司
龍敏兒
高級公關經理
電話：+852 2468 9644
電郵：publicrelations@vitasoy.com

愛德曼公關
許思雅 / 楊慧嫻
總監 / 高級經理
電話：+852 2837 4721 / 2837 4749
電郵：angela.hui@edelman.com /
carol.yeung@edelman.com