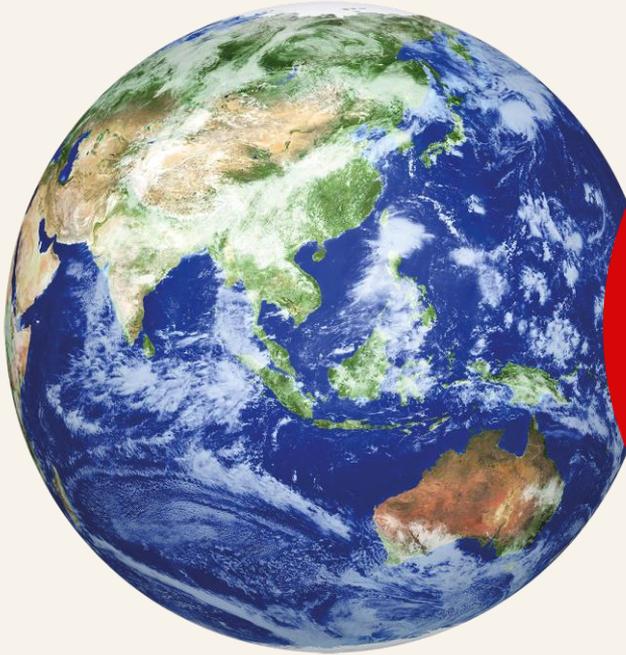


Planting Goodness Everyday



財務回顧

吳茵虹
集團首席財務總監

免責聲明

本簡報除了過往業績之外，亦包含有關維他奶集團營運及業務的前瞻性陳述。這些前瞻性陳述代表維他奶集團對未來狀況的預期及看法，並包括一些已知及未知的風險及不明朗因素，這些風險及因素可能導致實際業績、表現或狀況與有關陳述所表達或暗示的有重大差異。

維他奶國際集團有限公司



正面盈利預告

(於2022年10月26日發布)

- 預計本財年上半年股權持有人應佔溢利介乎港幣140,000,000元至港幣150,000,000元, 去年同期溢利為港幣 3,300 萬元
- 主要原因是本集團中國內地業務在本財年上半年的淨利潤大幅增加
- 獲得有關2019冠狀病毒病的政府補貼為港幣5,900萬元, 而去年同期的政府補貼則為港幣 400萬元



財務表現

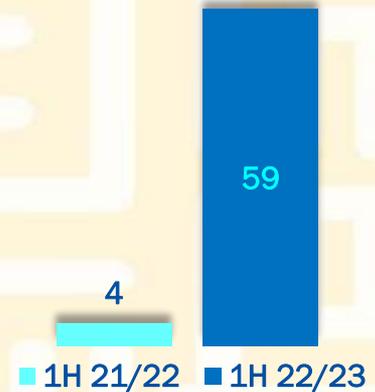
港幣百萬元	22/23上半年	YoY	撇除匯率變動影響
收入	3,642	+1%	+4%
毛利	1,738	+1%	+4%
毛利率	47.7%	-0.2百分點	-0.3百分點
息稅折舊攤銷前利潤	473	+48%	+50%
股權持有人應佔溢利	142	+332%	+291%

撇除政府補貼後財務表現

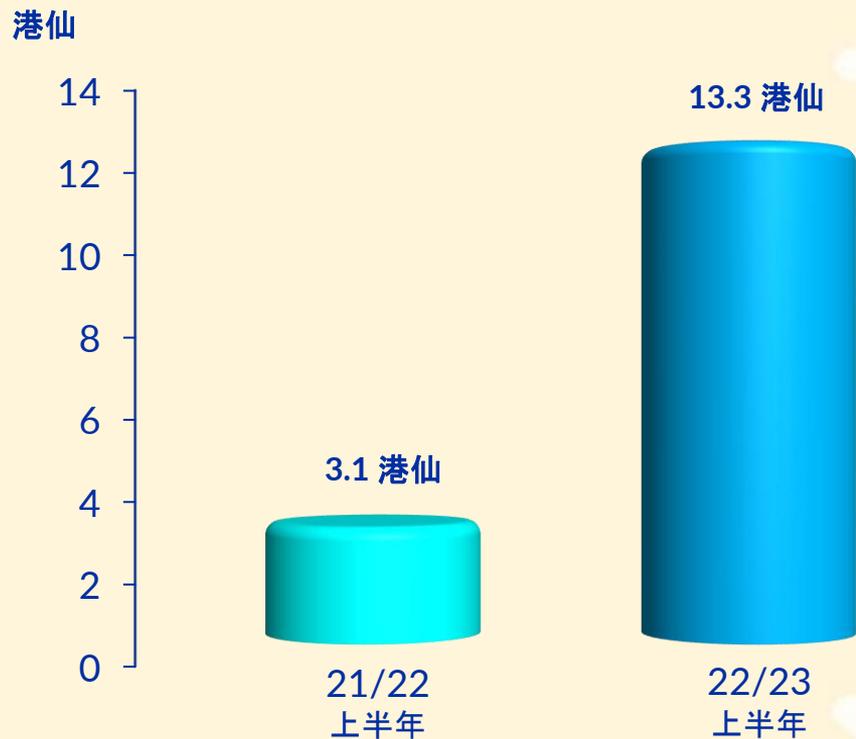
港幣百萬元	22/23 上半年	YoY	撇除政 府補貼	YoY
毛利	1,738	+0.6%	1,729	+0.2%
經營溢利	212	+399%	153	+297%
股權持有人應佔溢利	142	+332%	83	+187%

HKD'M

有關2019冠狀病毒病的
政府補貼



每股基本盈利

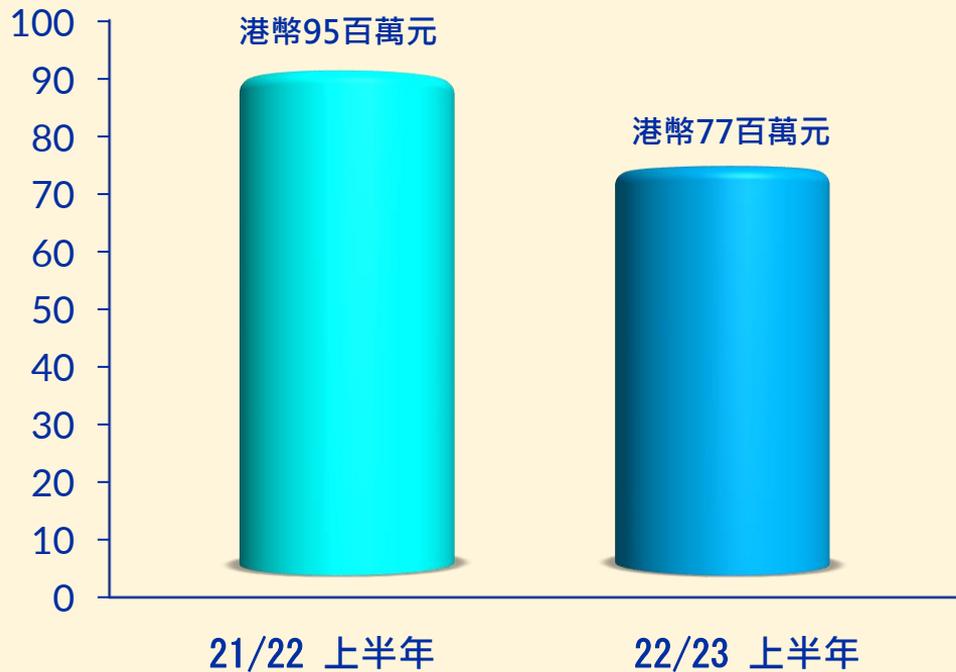


股息

每股 1.3 港仙

資本支出

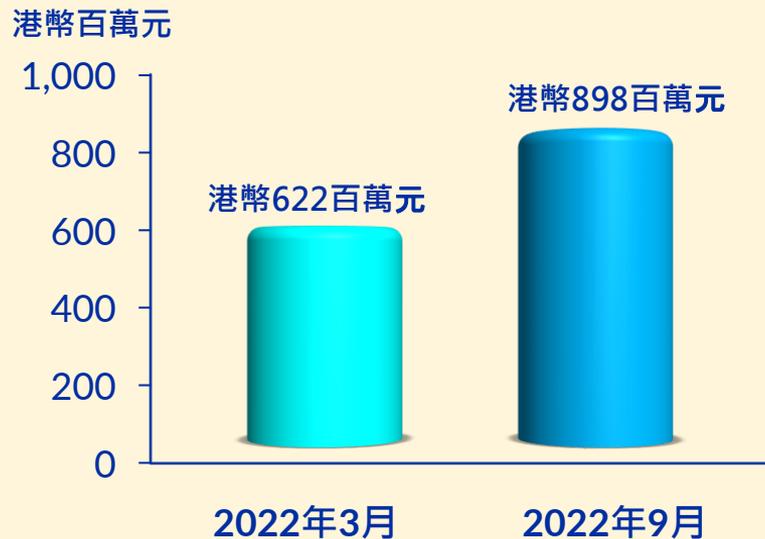
港幣百萬元



-19%

財務狀況

現金

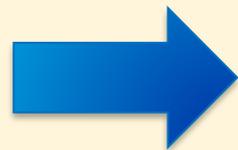


銀行借貸



負債比率

26%



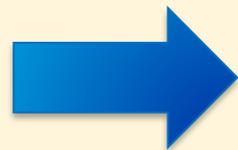
26%

2022年3月

2022年9月

資本回報率

8%



13%

2021年9月

2022年9月

業務回顧及展望

羅友禮
執行主席

2022/23 財政年度上半年的增長和盈利能力

- 集團收入以港元計算 +1%，按固定匯率基準計算 +4%
- 經營溢利為收入的 6%。股權持有人應佔溢利增長+332%
- 廣泛基礎的增長
- 中國內地收入-1% (以人民幣計算 +4%)，溢利1.39億港元
- 除了正在發展其商業模式的新加坡，所有其他市場均告增長
- 核心產品組合表現出色，加上迎合市場趨勢的創新產品
- 繼續加強組織的人才和優化流程



展望2022/23 財政年度下半年

- 下半年維持收入增長
- 確保按年的盈利能力

- 與去年同期相比，中國內地正增長穩定且錄得盈利
- 逐步提升店內執行力和地域的擴張
- 迎合市場趨勢的創新為「維他奶」和「維他」增添額外規模

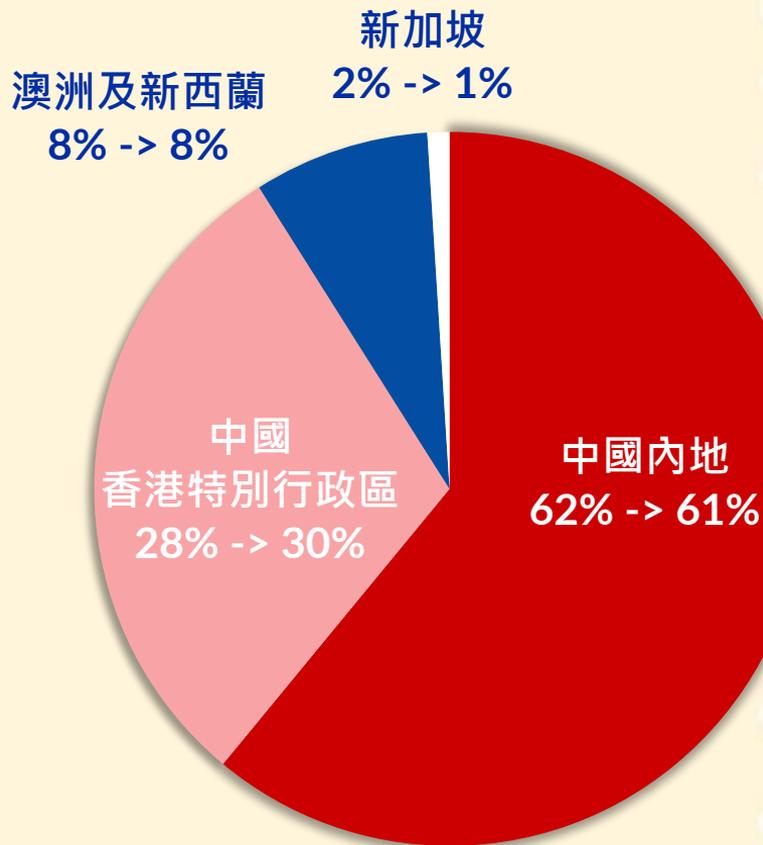
- 香港特別行政區、澳洲和菲律賓的業務持續增長
- 新加坡將在豆腐商品化的環境下，繼續擴大飲品規模
- 隨著以植物為基礎的趨勢成為主流，我們對公司的長期增長軌跡充滿信心



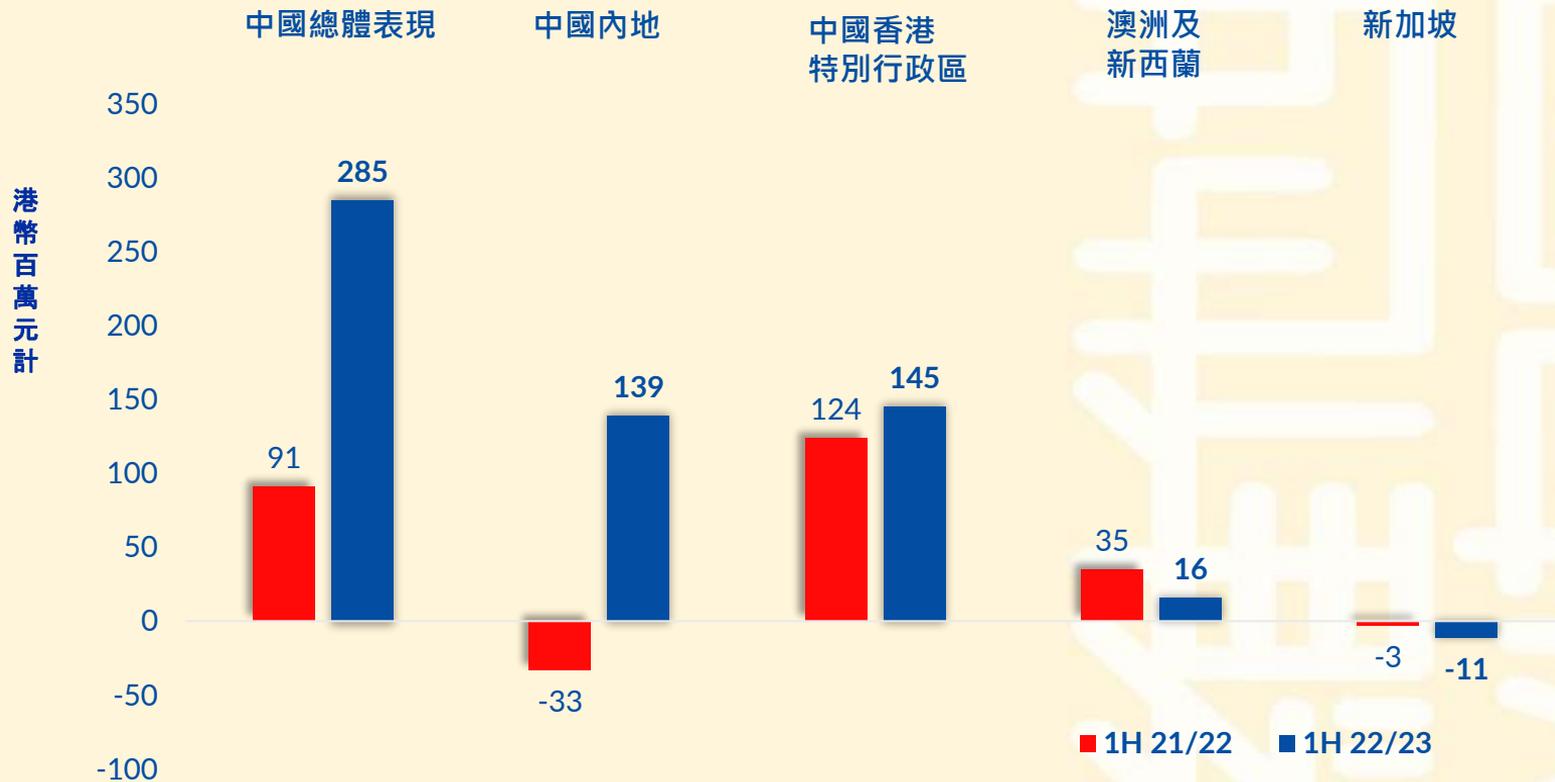
各市場業務之表現 - 2022/23財政年度上半年度

	中國總體表現	中國內地	中國 香港特別行政區	澳洲及 新西蘭	新加坡
<u>收入</u>					
以港元計	+1%	-1%	+6%	平穩	-18%
以當地貨幣計		+4%		+8%	-16%
<u>經營溢利</u>					
以港元計	+211%	不適用	+17%	-53%	-216%
以當地貨幣計		不適用		-50%	-225%

各業務佔集團總收入之分佈 - 2022/23 財政年度上半年度



各業務佔集團經營溢利 – 2022/23 財政年度上半年度



中國



中國整體業務

收入: 港幣32億8千9百萬 ↑1%

經營溢利 : 港幣2億8千5百萬 ↑211%

中國內地

收入: 港幣 22億1千6百萬 ↓1% (人民幣↑4%)

經營溢利 : 港幣1億3千9百萬 (不適用)



中國香港特別行政區

收入: 港幣 10億7千3百萬 ↑6%

經營溢利 : 港幣1億4千5百萬 ↑17%



中國內地

收入: 港幣22億1千6百萬↓1% (人民幣↑4%)

經營溢利: 港幣1億3千9百萬 不適用

- 「維他奶」和「維他」兩個品牌均有盈利增長
- 繼續專注於執行力及跟進成功藍圖，以持續提高生產力
- 在各主要場合與美食渠道作多重合作推廣



創新

新產品有助業務增長

VitaOat



「維他」氣泡茶



展望未來

- 持續專注於執行力
- 推動核心產品組合，以及燕麥奶和氣泡茶在創新方面的成功
- 在地域上加快提供核心和熱門新品



中國香港特別行政區

收入: 港幣10億7千3百萬 ↑6%

經營溢利: 港幣1億4千5百萬 ↑17% (撇除補貼因素↓25%)

- 透過品牌和推廣活動推動增長
- 透過新產品「維他奶」新鮮植物奶+及推出 高鈣高蛋白豆奶以擴展「鈣思寶」系列, 加速「維他奶」在植物奶的領先地位
- 通過「維他」新鮮茶錄得額外增長



澳洲及新西蘭



<p>Org Coconut Yog Van Bean 70 per 100g</p> <p>01 84 822919 00116</p>	<p>Vitasoy Greek Soy Yogurt Plain 450g \$1.29 per 100g</p> <p>01 A1 B2 S4 230434 02343</p> <p>5⁸⁰ ea</p>	<p>Vitasoy Greek Soy Yogurt Vanilla 450g \$1.29 per 100g</p> <p>01 A1 B2 S4 229911 02350</p> <p>5⁸⁰ ea</p>	<p>urt Plain 140g</p> <p>01 02305</p> <p>2⁷⁰ ea</p>	<p>Vitasoy Greek Soy Yogurt Vanilla 140g \$1.93 per 100g</p> <p>01 A1 B2 S4 230622 02336</p> <p>2⁷⁰</p>	<p>Vitasoy Greek Soy Yogurt Strbrerry 140g \$1.93 per 100g</p> <p>01 A1 B2 S4 230157 02312</p> <p>2⁷⁰</p>	<p>Vitasoy Greek Soy Yogurt M/p 140g \$1.93 per 100g</p> <p>01 A1 B2 S4 232038 02329</p> <p>2⁷⁰</p>
---	--	--	---	---	---	---



澳洲及新西蘭

收入: 港幣3億2百萬 (澳元↑8%)

經營溢利: 港幣 1千6百萬 ↓53% (澳元↓50%)

- 上半年度表現強勁，各領域均有增長
- 燕麥奶提供額外增長，維持在分部市場的領先地位
- “Let’s grow a better world”推廣活動持續收到正面迴響



創新 - 「維他奶」乳酪

- 推出希臘式大豆乳酪
- 原味及果味口味
- 消費者令人鼓勵的迴響及營養師的支持



新加坡



新加坡

收入: 港幣 5千1百萬 ↓18% (坡元 ↓16%)

經營(虧損): 港幣(1千1百萬) ↓216% (坡元 ↓225%)

- 豆腐品類價格越來越低，日趨商品化
- 重設豆腐業務模式，減低經營成本，加快本地飲品的規模
- Vitasoy Plant + 植物奶日漸增加在冷凍貨架的銷售



菲律賓

SO DELICIOUS
SO GOOD
FOR YOU!



ASC Ref No. V142N111921VS

維他奶



Vitasoy
The Soy Experts

維他奶擴大在菲律賓的規模

- 維他奶銷售加速增長，主要由單包裝業務 / 人流改善所推動
- 持續推動在家飲用的產品，加強與飲用場合的聯繫
- 通過推出 杏仁奶 和 燕麥奶擴展植物奶的業務



ASC Ref No. V144N111921VS

目標推動增長

Vitasoy International Holdings Ltd.
維他奶國際集團有限公司

新公司網站將於12月1日推出

We're here to advance the world's transformation towards a sustainable future, through the amazing power of plants.

scroll
↓

For investors



總結我們的展望

- 下半年維持收入增長
- 確保按年的盈利能力

- 與去年同期相比，中國內地正增長穩定且錄得盈利
- 逐步提升店內執行力和地域的擴張
- 迎合市場趨勢的創新為「維他奶」和「維他」增添額外規模

- 香港特別行政區、澳洲和菲律賓的業務持續增長
- 新加坡將在豆腐商品化的環境下繼續擴大飲品規模
- 隨著以植物為基礎的趨勢成為主流，我們對公司的長期增長軌跡充滿信心



問答環節

