



新聞稿 – 即時發佈

維他奶 2009/2010 年度 各主要市場保持穩健業務增長

財務摘要

業績	截至 3 月 31 日 止年度之 綜合損益報表 (不包括 一次性撥備*)			截至 3 月 31 日 止年度之 綜合損益報表 (已包括 一次性撥備*)					
	2010	2009	%	一次性撥備*		2010	2009	%	
	港幣 百萬元	港幣 百萬元	變動	港幣 百萬元	港幣 百萬元	港幣 百萬元	港幣 百萬元	變動	
營業額	3,012	2,809	+7%	-	-	3,012	2,809	+7%	
毛利	1,498	1,314	+14%	-	(9)	1,498	1,305	+15%	
未計利息、稅項、 折舊及攤銷費用前盈利 (「EBITDA」)	483	431	+12%	-	(25)	483	406	+19%	
除稅前溢利	375	326	+15%	-	(25)	375	301	+25%	
除稅後溢利	301	265	+13%	-	(21)	301	244	+23%	
本公司股權持有人 應佔溢利	260	238	+9%	-	(21)	260	217	+20%	
每股基本盈利 (港仙)	25.6	23.5	+9%	-	(2.1)	25.6	21.4	+20%	
股息 (港仙)	26.6	21.8	+22%	-	-	26.6	21.8	+22%	

* 公司於 2008 / 2009 年度為香港員工過去五年半假期薪酬補償作出一次性撥備。

香港，2010年6月8日 — 以香港為基地的非碳酸飲料和食品製造、推廣及分銷商維他奶國際集團有限公司(聯交所代號：0345) (以下簡稱「維他奶」或「公司」)今天宣佈，其於2009 / 2010 年度的營業額保持穩健增長，全年銷售收入淨額上升 7%至港幣 30 億 1 千 2 百萬元。毛利及股權持有人應佔溢利分別為港幣 14 億 9 千 8 百萬元及港幣 2 億 6 千萬元，較上一年度分別增加 15%及 20%。由於有效的成本管理，加上上半年度原材料價格下降，公司總毛利率增長 3 個百分點至 50%。



新聞發佈

維他奶國際集團有限公司執行主席羅友禮先生表示：「今年，維他奶於香港成立 70 週年。一直以來，我們致力在產品創新、品牌建立及市場滲透的工作，生產高質素及健康的產品，不但贏得消費者的信任及支持，同時鞏固我們在各市場的地位。去年度，維他奶在香港的業務重點是透過提高品牌知名度及保持價格競爭力，以推動銷量；我們在建立品牌及開發產品的持續投資，成功為公司在中國內地、澳洲及新西蘭市場取得滿意成績。此外，北美洲的業務亦成功扭虧為盈，是十年內首次錄得盈利。我們相信各主要市場的穩健表現，將為公司的未來持續發展奠下穩固的基礎。」

公司每股基本盈利為港幣 25.6 仙。維他奶公司董事會建議派發末期股息每股港幣 13.4 仙，連同中期股息每股港幣 3.2 仙，令截至 2010 年 3 月 31 日止年度的全年股息總額達每股港幣 16.6 仙(2008/09 年度：每股港幣 11.8 仙，未包括特別股息)。

鑑於公司的業務表現及強健現金狀況，董事會另建議派發特別股息每股港幣 10.0 仙(2008/09 年度：每股港幣 10.0 仙)。

香港及澳門 – 激烈競爭下仍取得穩健增長

年內，香港及澳門業務的銷售收入淨額為港幣 14 億 7 千萬元，較上一年度上升 1%。為提高品牌知名度及刺激需求，公司為核心產品包括「維他奶」豆奶、「維他」檸檬茶、「維他」純蒸餾水及「山水」豆腐推出嶄新的市務推廣活動，並推出多款新產品和新包裝。澳門地區業務則錄得 16% 的強勁銷售增長。

雖然飲品業務錄得良好增長，但於 2009 年全港學校因人類豬型流感爆發而需停課，對公司的小食部業務及香港區的整體表現構成負面影響。

集團行政總裁黎信彥先生表示：「為與顧客共同分享維他奶成立 70 週年的喜悅，我們推出一套 360 度全方位的市場推廣計劃，包括多項廣告及顧客參與活動，重點在 70 款限量版『個個祝』『維他奶』產品。此策略成功地為維他奶打造了一個既有活力又年青的形象，強化了年輕一代對品牌的忠誠度。我們日後將繼續以品牌年輕化的策略，推動業務增長。」

中國內地 – 集團增長主要動力

去年度，中國內地業務持續保持高增長，銷售收入淨額上升 29% 至港幣 7 億 2 千 9 百萬元，成為維他奶的主要增長動力。

羅主席表示：「國內奶類行業復甦，令飲品市場的競爭更形激烈。我們致力產品開發，加上進取的宣傳推廣計劃，有效抵禦行家的減價壓力，並強化品牌在豆奶市場（尤其是華南



新聞發佈

地區)的領導地位。公司投資在教育消費者有關大豆營養的工作,亦漸見成效,成功刺激產品銷售。」

未來,維他奶將繼續專注在市場上品牌建立的工作,特別是在華東地區,逐步邁向關鍵銷售量的目標。「維他奶」黑豆奶及纖益豆奶推出後廣受消費者歡迎,公司將進一步加強產品開發能力,推出迎合顧客需要的新產品。

中國內地業務迅速發展,公司已在佛山南海開展興建新廠房項目,預期於下一財政年度投產,全面投產後,將可令華南地區之產能倍增。

澳洲及新西蘭 – 錄得強勁銷售額及品類增長

澳洲及新西蘭業務的銷售收入淨額取得 22%的強勁增長。「維他奶」品牌繼續成為當地豆奶和米奶市場的增長動力。黎先生表示:「我們將繼續投資在品牌、產品多元化和產能等方面,從而推動產品銷量,強化我們在市場的領導地位。」

北美洲 – 十年來首錄盈利

維他奶在北美洲業務的重組取得成功,十年以來首次錄得利潤,核心產品的市場份額及毛利率均見提升。年內,公司錄得港幣 8 百萬元之營運利潤,上一年度則虧損港幣 6 百萬元。

黎先生指:「我們會乘著良好的業務表現勢頭,集中發展 NASOYA 及 AZUMAYA 品牌的豆腐產品及從亞洲進口的飲品,同時亦會擴大主流及亞裔市場之客戶基礎。」

新加坡 – 推動整體品類增長

維他奶新加坡業務統一食品於當地超級市場及其他渠道銷售持續錄得增長,表現較競爭對手為佳。於本年度公司推出兩款含功能元素的新產品,進一步拓闊產品種類。

展望

羅主席總結:「展望未來,我們預期原材料價格持續波動及市場競爭更趨激烈,而歐洲局勢的發展亦帶來不明朗的經濟因素,這些都對營商環境帶來挑戰。公司將保持警覺性及採取不同策略來緩和成本壓力,亦會確保全球的生產設施有足夠生產力並高營運效率,為消費者生產更多產品。過去七十年來,董事會及各地業務伙伴對我們的鼓勵及鞭策,員工們鞠躬盡瘁的工作態度,以及各地消費者忠誠的支持,在此我致以衷心的感謝。維他奶昂然步入第八個十年,董事會承諾將繼續以出色的表現,回饋股東的支持。」



新聞發佈

####

維他奶國際集團有限公司於一九四零年成立，是香港最大的非碳酸飲品及食品製造及銷售商之一。集團在香港、中國內地、澳洲、美國及新加坡均設有生產設施。維他奶集團發展穩健，目前有逾 1,000 庫存單位的產品行銷全球 40 個國家。一直以來，維他奶成功建立「豆奶專家」的企業形象。集團現時是摩根士丹利資本國際香港小型企業指數、恒生綜合指數、恒生綜合小型股指數、恒生綜合行業指數 - 消費品製造業成份股之一。

維他奶公司網站：www.vitasoy.com

- 完 -

如欲查詢更多資料，請聯絡：

維他奶國際集團有限公司

公關經理龍敏兒

電話：(852) 2468 9644

傳真：(852) 2465 1008

電郵：publicrelations@vitasoy.com

凱旋先驅公共關係有限公司

客戶總監許思雅

電話：(852) 3141 8091

傳真：(852) 2510 8199

電郵：angela.hui@knprhk.com