

Growing Nutrition Since 1940

2024/25財政年度全年業績
2025年6月24日



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



Vitasoy

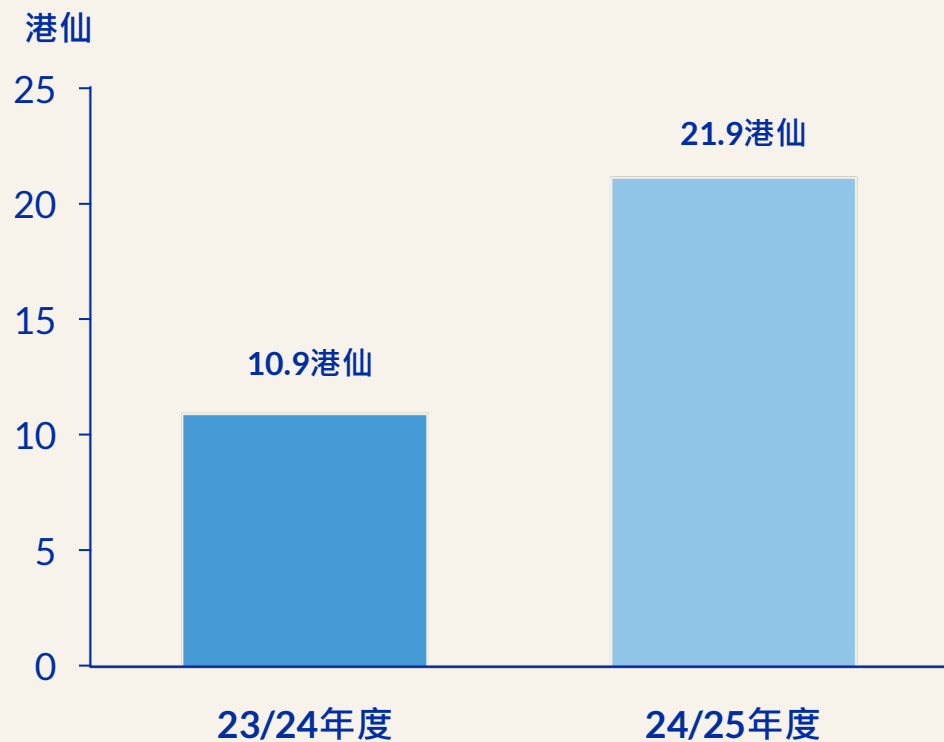
24/25年度下半年 - 財務表現

港幣百萬元	24/25上半年	YoY	24/25下半年	YoY	撇除匯率變動
收入	3,443	+2%	2,831	持平	+1%
毛利	1,777	+4%	1,441	+3%	+4%
毛利率	51.6%	+1.1百分點	50.9%	+1.4百分點	+1.3百分點
經營溢利	257	+50%	107	+641%	+601%
息稅折舊攤銷前利潤	496	+18%	340	+29%	+30%
股權持有人應佔溢利	171	+5%	64	N.A.	N.A.

全年財務表現

港幣百萬元	24/25年度	YoY	撇除匯率變動
收入	6,274	+1%	+1%
毛利	3,218	+3%	+4%
毛利率	51.3%	+1.3百分點	+1.2百分點
經營溢利	364	+96%	+97%
息稅折舊攤銷前利潤	836	+22%	+23%
股權持有人應佔溢利	235	+102%	+102%

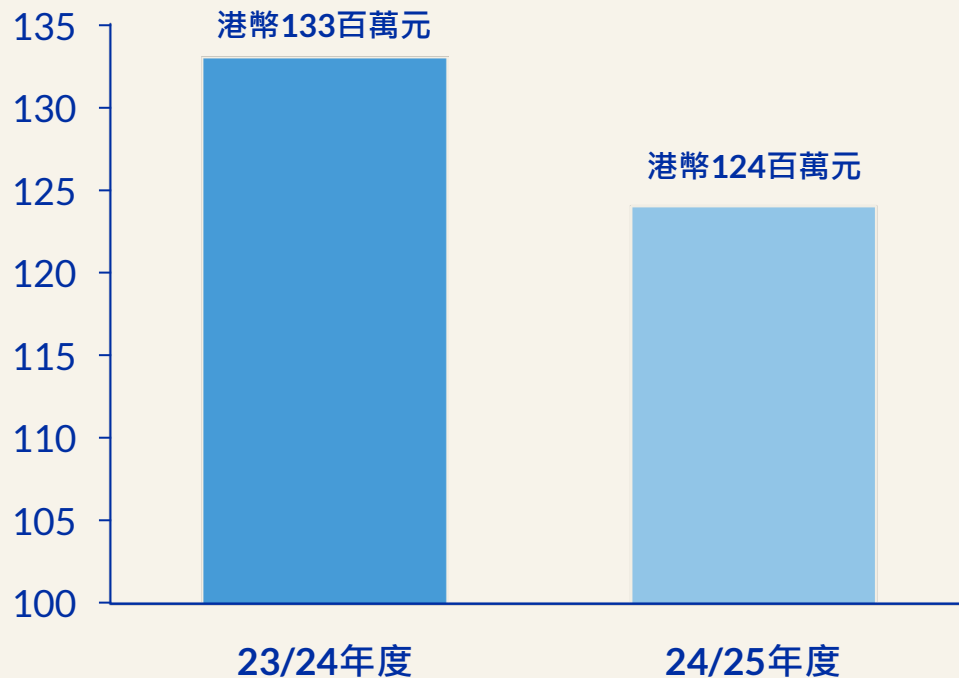
每股基本盈利



增長 102%

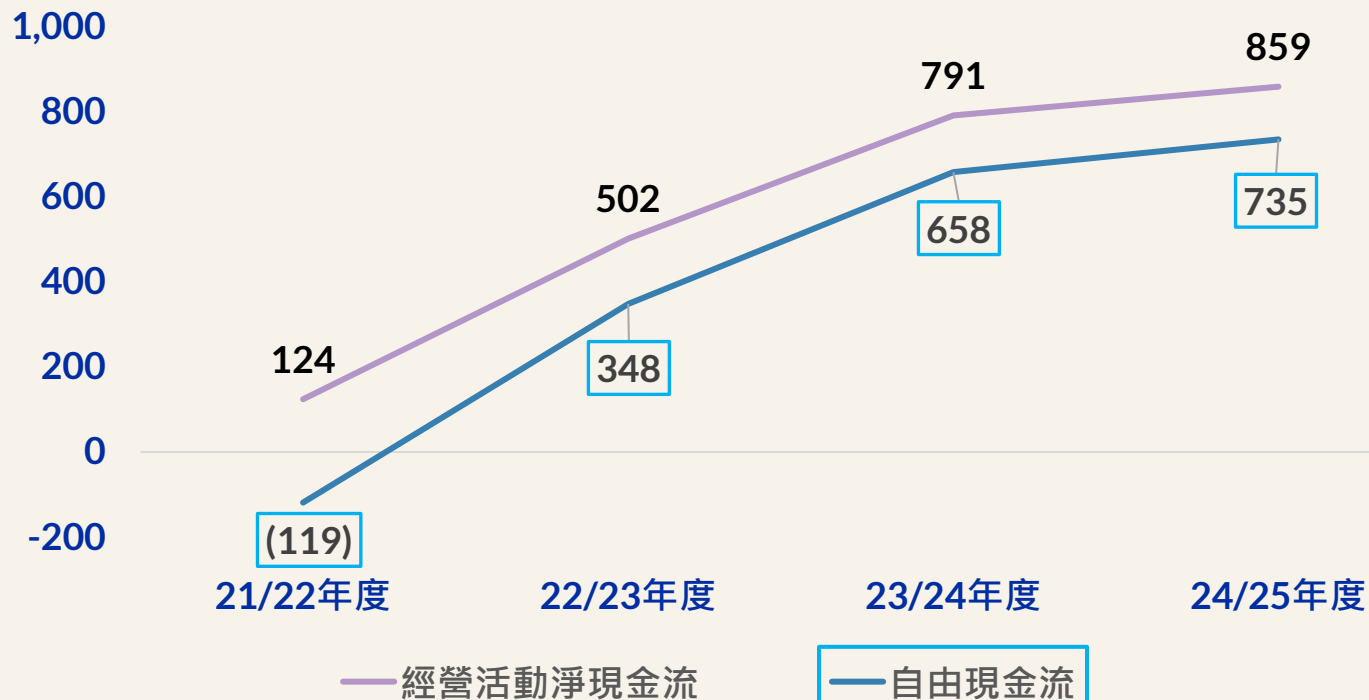
資本支出

港幣百萬元



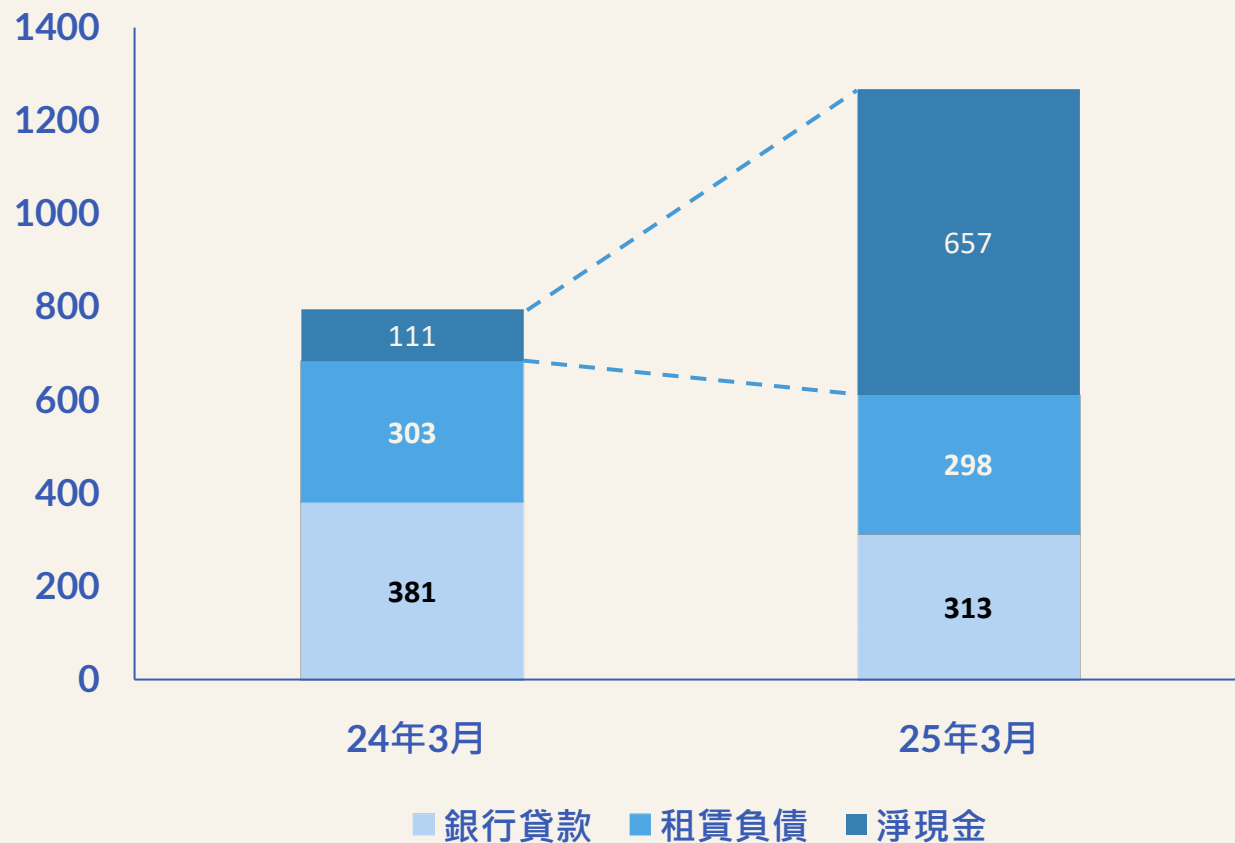
自由現金流持續改善

港幣百萬元



淨現金上升

港幣百萬元



主要比率

	2024年3月	2025年3月
負債比率	23%	20%
負債比率 (不包括租賃負債)	13%	10%
資本回報率	21%	25%
股息	每股7.7港仙	每股14.2港仙

*負債比率為減去現金及銀行存款前的比率

業務回顧及展望

羅友禮
集團執行主席



銷售額溫和增長，盈利接近翻倍

收入+1%

- 以人民幣計算，中國內地於下半年收入改善，較去年同期增長2%
- 香港業務及澳洲市場持續穩健增長
- 持續提升商業執行力，配合產品創新

經營溢利+96% (撇除匯率影響+97%)

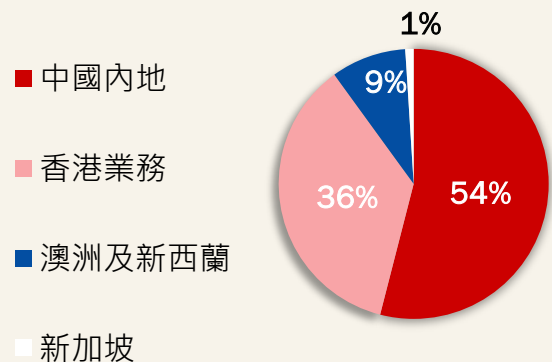
- 以人民幣計算，中國內地+42%，經營溢利率現為收入的9%
- 香港業務+24%，經營溢利率現為收入的12%
- 其他市場的盈利能力均有所改善
- 持續專注於提升結構性及營運效率

展望2025/26財政年度

- 在更具挑戰的市場環境下，我們專注於維持業務規模及盈利能力
- 在市場放緩的環境下，中國內地致力維持規模，同時保持盈利能力
- 香港業務繼續專注於強勁核心業務及創新產品
- 我們將在通縮環境中維持價格競爭力
- 澳洲和東南亞市場將持續實現收入增長，同時減少虧損
- 擁有「本地採購-生產-銷售」的市場競爭優勢
- 雖然短期宏觀經濟情勢放緩，我們對長期增長潛力充滿信心

各業務收入- 2024/25 財政年度

增長%	集團 整體表現	中國 整體表現	中國內地	中國 香港業務	澳洲及 新西蘭	新加坡
撇除匯率影響	+1%	+1%	+1%	+2%	+5%	-1%
以港元計	+1%	+1%	持平	+2%	+3%	-1%

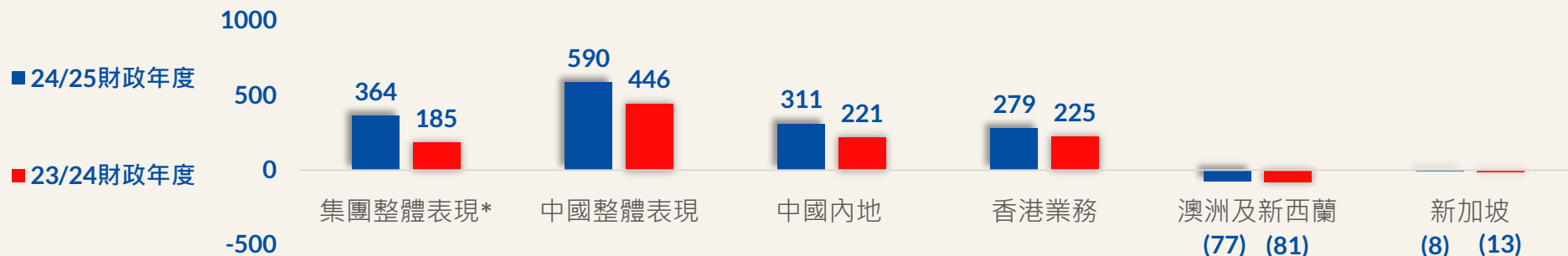


	2024/25財政年度	2023/24財政年度
中國內地	54%	54%
香港業務	36%	36%
澳洲及新西蘭	9%	8%
新加坡	1%	2%

各業務經營溢利 – 2024/25 財政年度

增長%	集團 整體表現*	中國 整體表現	中國內地	中國 香港業務	澳洲及 新西蘭	新加坡
撇除匯率影響	+97%	+33%	+42%	+24%	改善 4%	改善 40%
以港元計	+96%	+33%	+41%	+24%	改善 5%	改善 40%

港幣百萬元



*集團整體表現包括未分配之總公司及企業費用

中國

果然好喝
美好一刻

为我 为你 維他奶



新



中國整體業務

收入: 港幣56億2千4百萬元 ↑1% (↑1%*)

經營溢利: 港幣5億9千萬元 ↑33% (↑33%*)

中國內地

收入: 港幣33億6千3百萬元 持平(↑1%*)
經營溢利: 港幣3億1千1百萬元 ↑41% (↑42%*)



香港業務

收入: 港幣22億6千1百萬元 ↑2%
經營溢利: 港幣2億7千9百萬元 ↑24%

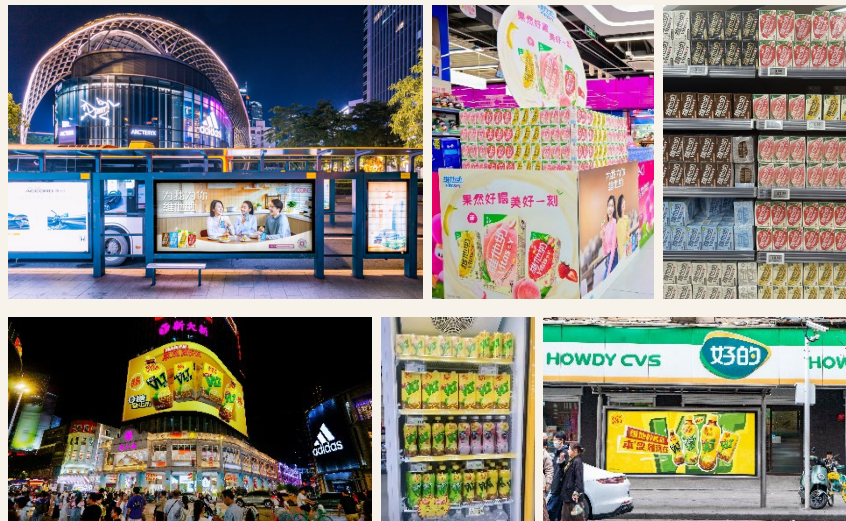


*撇除匯率影響

中國內地

收入: 港幣33億6千3百萬元 持平(↑1%*)
經營溢利: 港幣3億1千1百萬元 ↑41% (↑42%*)

- 「維他奶」及「維他」銷售額與銷量均錄得增長
- 「維他」茶類定價策略更具競爭力
- 創新產品帶來額外收入 (「維他奶」低糖香蕉豆奶及草莓豆奶、「維他」零糖檸檬茶)
- 持續專注提升效率 (採購、經營開支), 加速達成盈利目標



*撇除匯率影響

展望未來

- 專注於維持業務規模及盈利能力
- 增長必須依靠提高市場佔有率
- 維持價格競爭力
- 持續提升核心產品組合在各渠道及地區的供應



核心系列矚目創新產品



「維他奶」低糖白桃豆奶



「維他」鴨屎香檸檬茶

香港業務

收入: 港幣22億6千1百萬元 ↑2%
經營溢利: 港幣2億7千9百萬元 ↑24%

- 維持「維他奶」及「維他」的核心優勢，同時透過產品組合創新帶動增長
- 經營溢利改善主要受惠於銷量提升、銷售價格及原材料價格利好



澳洲及新西蘭

Vitasoy®



澳洲及新西蘭

收入:港幣5億4千4百萬元↑3% (↑5%*)

經營(虧損):港幣(7千7百萬元) 改善 5% (4%*)

- 植物性產品的市場需求持續增長
- 乳酪銷量增加
- 生產問題全面解決後，恢復市場推廣及銷售活動
- 經營虧損收窄



*撇除匯率影響

新加坡



新加坡

收入: 港幣1億6百萬元 ↓1% (↓1%*)

經營(虧損):港幣(8百萬元) 改善40% (40%*)

- 出口業務增長抵銷了進口飲品銷售疲軟的影響
- 透過結構性成本效益措施(採購、經營支出)，較去年大幅收窄經營虧損



*撇除匯率影響

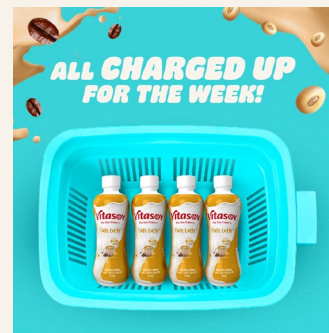
菲律賓



**SARAPRISINGLY
GOOD!**

維他奶於菲律賓規模擴大

- 單包裝業務在新口味推廣活動的帶動下，持續錄得強勁增長
- 新杏仁和燕麥產品錄得增長



Growing
Nutrition Since
1940



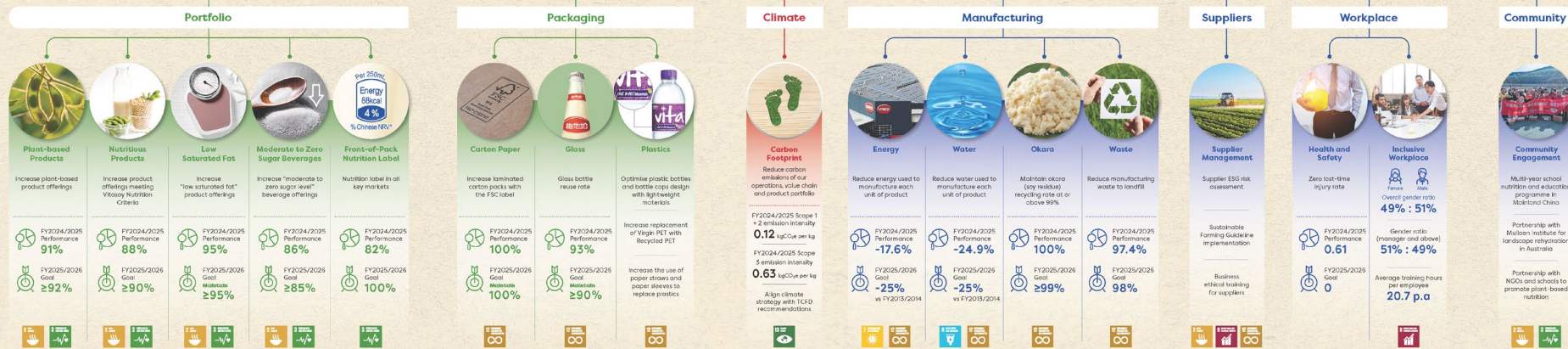
第11份可持續發展報告



我們的可持續發展框架

VITASOY SUSTAINABILITY FRAMEWORK

Refer to Sustainability Report for KPI definitions



2025/26 目標 – “生產適當的產品”

2025/26 關鍵績效指標及目標

產品組合	2024/25 結果	2025/26 目標
以植物為本的食品及飲品	91%	≥92%
符合維他奶營養標準*的產品（食品 and 飲品）	88%	≥90%
符合低飽和脂肪目標的產品（食品 and 飲品）	95%	維持≥95%
糖：中至零糖度飲品	86%	≥85%
在所有主要市場的產品包裝正面具有標籤 	82%	100%
產品包裝		
紙盒包裝採用FSC 認證的紙	100%	維持100%
玻璃樽回收率	93%	維持≥90%

*維他奶營養標準代表了我們用於評估產品營養價值的標準



2025/26 目標 – “採用適當的生產方式”

2025/26 關鍵績效指標及目標

生產	2024/25 結果	2025/26 目標
減少製造每件產品的用水量 (對比2013/14基準年用水量：5.076公斤 / 1公斤)	-24.9%	-25%
減少製造每件產品的能源用量 (2013/14基準年能源用量：0.396千瓦時 / 1公斤) * 能源 = 燃料 + 電力	-17.6%	-25%
豆渣回收率	100%	≥99%
減少生產過程所製造的廢棄物送往堆填區	97.4%	>98%
工作環境		
零損時工傷率	0.61	0



展望未來 - 2030/31目標

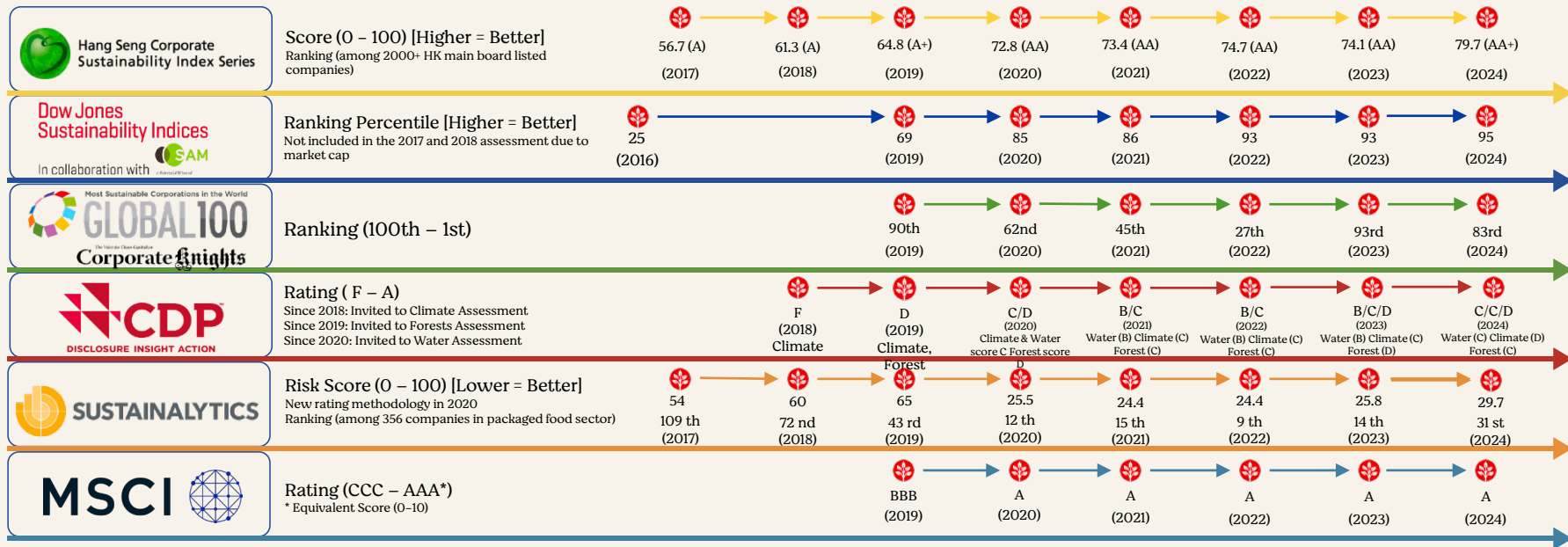
產品組合	目標
以植物為本的食品及飲品	92%
符合維他奶營養標準的產品	90%
符合低飽和脂肪目標的產品（食品 and 飲品）	95%
糖：低糖或無添加糖產品	80%
在所有主要市場的產品包裝正面具有標籤	100%

產品包裝	目標
紙盒包裝採用FSC 認證的紙	維持100%
玻璃樽回收率	維持≥90%

生產	目標
減少製造每件產品的用水量 (對比2023/24 基準年用水量 - 3.80 升 / 公斤)	-10% (3.42 升/公斤)
減少製造每件產品的能源用量 (vs 2023/24基準年能源用量 - 0.33 千瓦時 / 公斤)	-10% (0.30 千瓦時/公斤)
減少生產過程所製造的廢棄物送往堆填	維持 ≥98% 減少廢物堆填比例

工作環境	目標
零損時工傷率	0

ESG評級的進展



總結

收入+1%

- 以人民幣計算，中國內地於財政年度下半年收入改善
- 香港業務及澳洲市場持續穩健增長
- 我們持續提升商業執行力，配合產品創新

經營溢利+96% (撇除滙率影響+97%)

- 以人民幣計算，中國內地的經營溢利+42%，現佔收入的9%
- 香港業務的經營溢利+24%，現佔收入的12%
- 由於我們持續專注於結構性及營運效率，其他地區的盈利能力均有所改善

儘管短期宏觀經濟情勢放緩，我們對長期增長潛力充滿信心



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

Growing Nutrition
Since 1940

問答環節

