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

**即时发布**

# 维他奶公布 2026/2027 年度上半年业绩

## 财务摘要

| 截至 2026 年 9 月 30 日止之 6 个月 | 2026/27 年度上半年<br>港币百万元 | 2025/26 年度上半年<br>港币百万元 | 变化 | 变动－撇除汇率影响 |
|---|---|---|---|---|
| 收入 | 3,337 | 3,227 | +3% | -1% |
| 毛利 | 1,733 | 1,648 | +5% | +1% |
| 毛利率 | 51.9% | 51.1% | +0.8 个百分点 | +0.9 个百分点 |
| 经营溢利 | 263 | 247 | +7% | +2% |
| 未计利息收入、融资成本、所得税、折旧及摊销费用前盈利（EBITDA） | 478 | 479 | 持平 | -4% |
| 本公司股权持有人应占溢利 | 185 | 172 | +8% | +3% |
| 每股基本盈利（港仙） | 18.2 | 16.2 | +12% | +8% |

**中国香港特别行政区，2026 年 11 月 20 日 –** 维他奶国际集团有限公司（「维他奶」或「公司」，连同其附属公司为「集团」，股份代号：00345）今日公布其截至 2026 年 9 月 30 日止之中期业绩（「中期财务期间」）。

于中期财务期间，集团收入增加 3%至港币 33.37 亿元，受惠于有利的外汇汇率变动。集团的毛利率稳定上升至 51.9%，主要受有利的外汇汇率变动、有效的原材料成本管理及营运效率改善所带动。本公司股权持有人应占溢利增加 8%至港币 1.85 亿元。

维他奶国际集团有限公司执行主席罗友礼先生今天于业绩发布会上表示：「我们将继续推进业务模式转型以提升表现，并重点加强中国内地业务。维他奶将进一步拓展零食渠道的市场

覆盖，同时改善表现下滑的传统零售业务的执行力。我们预期价格竞争加剧、油价高企、以及澳洲业务重组以重新聚焦常温产品，将对本财政年度下半年的盈利能力构成显著的负面影响。尽管如此，我们继续致力减低成本并以高效营运，为股东缔造可持续的长期回报。」

基于集团的财务表现及现金状况，董事会宣派中期股息每股普通股 4.0 港仙（去年中期财务期间：每股普通股 4.0 港仙），将于 2026 年 12 月 18 日派付。

**中国内地 –**
***以当地货币计算，收入轻微下跌，仍录得双位数的经营利润率；通过优化销售渠道组合及加强商业领导能力，提升销售表现。***

在中国内地，零食渠道按年实现双位数增长，充分印证消费者对于品牌的偏好持续提升，惟增长被传统零售渠道表现下滑所抵销。与此同时，尽管传统食品零售渠道的植物奶市场有所下滑，**维他奶**的豆奶及植物奶类产品的市场份额仍于中期财务期间录得增长。

为了在此竞争激烈的市场环境保持领先，维他奶持续强化内部领导力、执行力与创新能力，以赢取客户及把握新的增长机遇。同时，集团进一步丰富产品组合，推出**维他奶**茉莉花茶豆乳、**维他奶**咖啡拿铁味豆乳，以及**维他**大红袍手指柠檬柠檬茶，以创造更多元化的饮用场景。

透过积极的成本管理及提升经营效率，中国内地于中期财务期间将经营利润率扩大至 13%。

**香港业务（香港特别行政区[1]、澳门特别行政区[2]及出口）–**
***凭借强大的品牌传承，香港特别行政区的豆奶及植物奶饮品保持稳健的领先地位，惟该表现稍被澳门特别行政区的疲弱需求所抵销。***

香港业务于香港特别行政区维持市场领导地位，出口业务录得更强劲的表现。然而，澳门特别行政区业务表现较为疲弱，影响了整体的业绩增长。

凭借于香港特别行政区悠久的品牌传承与广泛的市场覆盖，配合有效的产品策略与卓越营运，维他奶于中期财务期间录得稳健表现。香港业务于非酒精饮品业务保持领先地位，主导豆奶及植物奶类产品的市场份额，并稳步拓展即饮茶类产品业务。

近期的产品创新在各个主要市场均获得正面回响，包括植物奶类别中的**维他奶**茉莉花茶豆乳、**维他奶**咖啡拿铁味豆乳及**维他奶钙思宝** 15 克蛋白质豆乳，以及茶类的**维他**大红袍手指柠檬柠

附註：

[1]「香港特别行政區」指中華人民共和國香港特别行政區。

[2]「澳門特别行政區」指中華人民共和國澳門特别行政區。

檬茶、**维他**新鲜茶及**维他**无糖茶。其中，无糖茶系列通过焕新的视觉形象及包装设计，有助提升消费者兴趣，并带动销售保持强劲的增长势头。

随着关税趋于稳定后，出口至美国的业务展现令人鼓舞的增长，受益于一系列受市场认可的产品创新及本地化市场推广活动。与此同时，维他天地业务复苏，主要由学校小食部表现提升及上课天数增加所带动。

澳门特别行政区方面，市场需求疲软，加上新进及现有竞争对手带来的价格压力加剧，影响业务表现。随着集团实施业务改善计划，调整定价并提高产品曝光度，当地业务已逐渐展现复苏迹象。

**澳洲及新西兰 –**
***植物奶市场已经成熟，而且价格竞争加剧，加上油价上升，导致以澳币计算的销售额下降及经营亏损上升。***

在澳洲，植物奶类产品市场已经成熟，而且竞争激烈，加上家庭消费态度审慎，令收入复苏步伐放缓。同时，新西兰的收入增长受外汇贬值所抵销。

于中期财务期间，毛利率有所上升，受益于净售价提升及原材料成本下降。然而，油价上升令包装及运输成本增加，加上外汇波动，阻碍经营溢利的复苏。集团优先投放资源于市场推广计划，支持品牌活动及包装改良，成功提升品牌知名度，并加深植物奶消费者对产品健康效益的认知。

**新加坡 –**
***豆腐及饮品需求强劲，带动收入录得强劲增长。***

豆腐及饮品需求强劲，成为新加坡业务增长的主要动力。当地销售势头向好，主要由该两类产品的销量增长所带动。以当地货币计算，总收入上升 9%，经营盈利能力亦有所提升。

**菲律宾（非综合入账合营公司）–**

集团与 Universal Robina Corporation 成立的合营公司将继续朝着实现长远增长潜力的方向迈进。随着菲律宾植物奶市场持续增长，配合强大的店内曝光度与卓越的执行力，集团有信心可扩大业务规模及提升市场覆盖率。

**###**

详情请参阅以下文件：

- 截至 2026 年 9 月 30 日止之中期业绩公告：
  按此

- 下载图片：
  按此




图片一： 维他奶管理层在新闻发布会上展示**维他奶钙思宝 15 克蛋白质豆乳（原味及朱古力口味）**。图为（左起）集团行政总裁陆博涛先生、执行主席罗友礼先生、执行副主席罗其美女士，及集团首席财务总监吴茵虹女士。




图片二： 维他奶推出**维他奶钙思宝 15 克蛋白质豆乳（原味及朱古力口味）**。

**关于维他奶**

维他奶国际集团有限公司是一间专注植物食品及饮品的生产及分销商，总部设于中国香港。自维他奶于 1940 年由罗桂祥博士创立以来，一直致力以各种高品质产品，以营养、美味及可持续发展作为开拓产品方针，从而推广可持续的营养，并重视社会责任及致力回馈社会。目前，维他奶旗下产品行销全球约 40 个市场，在中国 (包括中国内地及香港特别行政区)、澳洲、新加坡及菲律宾设有营运基地。

维他奶国际集团有限公司（00345.HK）在香港联合交易所主板上市，并获纳入多个指数类别，包括摩根士丹利资本国际指数（MSCI） 香港小型股指数、恒生综合指数及恒生可持续发展企业基准指数。

维他奶公司网站：www.vitasoy.com

**如欲查询更多资料，请联络：**

李卓桦 / 曾韵家
传讯部
维他奶国际集团有限公司
电话：+852 2468 9644
电邮：publicrelations@vitasoy.com

许鎏彤 / 许思雅
经理 / 企业公关部总监
爱德曼公关
电话：+852 2837 4774 / +852 2837 4721
电邮： natalie.hui@edelman.com / angela.hui@edelman.com