



新聞發佈

新聞稿

[即時發佈]

維他奶艱鉅環境中業務報升
持續投資以助發展

財務摘要

	截至 3 月 31 日止年度		% 變動
	2011年 港幣百萬元 (已審核)	2010年 港幣百萬元 (已審核)	
營業額	3,329	3,012	+11%
毛利	1,651	1,498	+10%
未計利息、稅項、折舊及攤銷費用前盈利 (「EBITDA」)	537	483	+11%
除稅前溢利	419	375	+12%
除稅後溢利	331	301	+10%
本公司股權持有人應佔溢利	284	260	+9%
每股基本盈利 (港仙)	27.9	25.6	+9%
每股中期股息 (港仙)	3.2	3.2	+0%
每股末期股息 (港仙)	15.1	13.4	+13%
每股全年股息 (港仙)	18.3	16.6	+10%
特別股息 (港仙)	-	10.0	N/A

香港，2011年6月14日 — 以香港為基地的非碳酸飲品和食品製造、推廣及分銷商維他奶國際集團有限公司(以下簡稱「維他奶」或「集團」)(聯交所代號：0345)今天宣佈，截至2011年3月31日止，其銷售收入淨額較上一年度穩健增長11%，達港幣33億2千9百萬元。

集團毛利上升10%至港幣16億5千1百萬元，股權持有人應佔溢利上升9%達港幣2億8千4百萬元。面對商品價格和經營成本不斷上升，維他奶透過提高生產效率及有效之成本管理，將毛利率維持在50%的水平。

維他奶國際集團有限公司執行主席羅友禮先生表示：「集團業務表現良好及持續增長，有賴創新產品及湊效的市務推廣活動，以刺激產品需求及強化品牌價值，並維持在各主要市場之領導地位。中國內地及澳洲/新西蘭市場之銷量增長強勁；香港業務優於行業整體表



新聞發佈

現，北美業務則維持其增長動力。然而，新加坡業務卻因當地經營環境困難而影響表現。在推動業務增長及發展之際，我們亦繼續投資及擴充產能，以應付世界各地對我們產品日益增加的需求。年內，我們在香港、中國內地和澳洲的產能擴充項目經已開展，為未來的增長建立穩健的基礎。」

年內，集團每股基本盈利為港幣 27.9 仙。維他奶集團董事會建議派發末期股息每股港幣 15.1 仙，連同中期股息每股港幣 3.2 仙，令截至 2011 年 3 月 31 日止年度的全年股息總額達每股港幣 18.3 仙(2009/10 年度：每股港幣 16.6 仙，未計特別股息)。全年股息之增幅與集團整體銷售額及盈利之升幅相若。鑑於集團為未來之業務增長而投資產能建設，董事會建議保持集團之現金水平，2010/11 年度不派發特別股息（2009/10 年度特別股息：每股普通股港幣 10.0 仙）。

香港及澳門 一經營環境充滿挑戰，業務表現穩定，優於本地同業

香港業務之銷售收入淨額較上一年度平穩上升 4%，至港幣 15 億 3 千萬元，增幅較本地整體非酒精類飲品行業的表現為佳。年內，維他奶善用其強勁的品牌價值及創新之市務推廣活動，繼續擴大其市場佔有率。新產品如膠樽裝「VITAPOP」清新果味飲品系列及「維他奶」有機黑豆奶，深獲消費者歡迎，刺激銷量增長。

出口業務表現突出，收入上升 11%；澳門業務之銷售收入亦躍升 23%。另外，維他天地服務有限公司小食部數目增加，進一步擴大其市場佔有率。

集團行政總裁黎信彥先生表示：「面對通脹壓力和商品價格上漲所帶來的挑戰，我們將專注提升產能及善用資產、發揮創新能力及推出多元化的包裝設計，以加強我們增長的競爭優勢。」

中國內地 一雖受產能限制，品牌認知度提升，帶動銷售強勁增長

維他奶中國沿用其成功之重點增長策略，在銷售收入淨額和市場份額方面錄得強勁表現。雖受到華南地區之產能限制，但銷售收入淨額增加 17%，達港幣 8 億 5 千 4 百萬元。

年內，維他奶中國專注於提升品牌形象及消費者教育，革新全線系列產品的包裝設計，並在 125 毫升產品的包裝印上「喜羊羊與灰太狼」圖案，廣受兒童歡迎。

黎先生指出：「我們位於廣東南海的新廠房將於下半年投產，屆時將有助舒緩產能限制之情況，並將令我們在華南地區之生產力倍增。此外，亦會進一步開拓廣東及鄰近省份之市場。我們會繼續推廣品牌形象，及更積極教育消費者有關健康飲食的重要性。」



澳洲及新西蘭 — 銷售及品類增長強勁，受惠於營運效益及外匯上升因素

「維他奶」品牌在澳洲及新西蘭市場一直推動品類增長。維他奶澳洲之銷售收入淨額上升 28%至港幣 4 億 4 千 5 百萬元，經營溢利上升 60%至港幣 9 千萬元。扣除澳元升值的因素，銷售淨額及經營溢利則分別增加 16%及 45%。

黎先生表示：「年內，我們加強在市場之領先地位、擴大分銷網絡，及推行提升經營效率的項目。此外，維他奶推出的『維他奶』Cafe for Barista 豆奶，在戶外咖啡市場建立穩固地位。未來一年，我們將會加強與消費者之溝通及推出創新產品。本年內完成的產能擴充項目將令產量倍增，有助集團抓緊新商機。」

北美洲 — 重點業務策略，成功維持盈利增長

維他奶美國集中發展其核心業務，包括 NASOYA 和 AZUMAYA 品牌，以及進口之亞洲進口飲品。年內，銷售額及盈利均見上升。銷售收入淨額上升 7%至港幣 4 億 3 千 4 百萬元，而經營溢利則增加 52%。增長動力來自各核心產品銷售上升，特別是高級品牌 NASOYA。新產品如 NASOYA TofuPlus (豆腐) 和 Super Hummus (豆製沾醬) 成功帶動品類和品牌的銷售。

黎先生指：「我們將加強產品種類和開發新包裝，在強大的市務及銷售隊伍帶領下，利用社交媒體活動加強品牌與消費者之聯繫。同時，我們亦會專注生產效率以提升產能。」

新加坡 — 經營環境嚴峻，業務表現平穩

集團位於新加坡的全資附屬公司 — 統一食品的銷售收入淨額上升 5%至港幣 6 千 6 百萬元。雖然在食肆、濕貨市場及出口業務錄得增長，但超級市場和批發渠道之銷售卻下跌，在撇除新加坡幣升值因素後，銷售收入淨額接年下跌 3%。另外，經營成本上漲及政府撤銷補助，亦進一步影響經營溢利。未來，集團將集中在食品餐飲渠道之宣傳，以推動銷售增長。

展望

集團執行主席羅友禮先生表示：「今年將會是維他奶未來發展之重要階段。我們會加強銷售及推廣的隊伍和項目，以配合香港、中國內地和澳洲業務產能擴充帶來之額外產量。儘管集團面對商品價格波動及市場競爭帶來之挑戰，我們會致力帶動品類的增長，並透過產品及推廣方面的創新來發展品牌價值，亦繼續投資人力資源，務求為股東帶來最大回報及成為消費者及顧客之夥伴首選。」



新聞發佈

關於維他奶

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。公司在香港、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「豆品專家」的企業形象。公司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

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