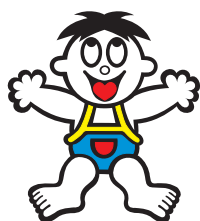


香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就因本公佈全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



WANT WANT CHINA HOLDINGS LIMITED 中國旺旺控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號：0151)

截至2025年9月30日止六個月中期業績公佈

財務摘要

	未經審核		
	截至9月30日止六個月		
主要收益表項目(人民幣千元，除特別註明外)	2025年	2024年	變動 %
收益	11,107,792	10,876,637	+2.1
毛利	5,131,748	5,141,311	-0.2
營運利潤	2,260,712	2,540,711	-11.0
本公司權益持有人應佔利潤	1,717,427	1,863,371	-7.8
每股基本及攤薄盈利(人民幣分)	14.55	15.78	-7.8
主要財務比率	%	%	個百分點
毛利率	46.2	47.3	-1.1
營運利潤率	20.4	23.4	-3.0
本公司權益持有人應佔利潤率	15.5	17.1	-1.6

中國旺旺控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)謹此公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「旺旺」)截至2025年9月30日止六個月(「2025財年上半年」)之未經審核中期簡明綜合業績，連同截至2024年9月30日止六個月(「2024財年上半年」)的比較數字如下：

中期簡明綜合收益表

截至2025年9月30日止六個月

	附註	截至9月30日止六個月	
		2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	11,107,792	10,876,637
銷貨成本		(5,976,044)	(5,735,326)
毛利		5,131,748	5,141,311
其他收益－淨額	5	154,409	145,436
其他收入		176,821	148,143
分銷成本		(1,549,858)	(1,368,803)
行政費用		(1,652,408)	(1,525,376)
營運利潤		2,260,712	2,540,711
融資收入		21,401	56,944
融資成本		(48,527)	(92,315)
融資成本－淨額		(27,126)	(35,371)
應佔聯營公司虧損		(4,464)	—
除所得稅前利潤	6	2,229,122	2,505,340
所得稅費用		(511,886)	(643,019)
期間利潤		1,717,236	1,862,321
應佔利潤：			
本公司權益持有人		1,717,427	1,863,371
非控制性權益		(191)	(1,050)
		1,717,236	1,862,321
本公司權益持有人應佔利潤的每股盈利		人民幣分	人民幣分
每股基本盈利	7	14.55	15.78
每股攤薄盈利	7	14.55	15.78

中期簡明綜合全面收益表

截至2025年9月30日止六個月

	截至9月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
期間利潤	<u>1,717,236</u>	<u>1,862,321</u>
其他全面收益／(虧損)		
其後可能會重新分類至損益之項目		
貨幣匯兌差額	10,830	(54,027)
其後將不會重新分類至損益之項目		
按公平值透過其他全面收益記賬的金融資產價值變動	<u>60,662</u>	<u>(17,269)</u>
期間其他全面收益／(虧損)	<u>71,492</u>	<u>(71,296)</u>
期間全面收益總額	<u><u>1,788,728</u></u>	<u><u>1,791,025</u></u>
應佔期間全面收益總額：		
本公司權益持有人	1,800,201	1,817,651
非控制性權益	<u>(11,473)</u>	<u>(26,626)</u>
	<u><u>1,788,728</u></u>	<u><u>1,791,025</u></u>

中期簡明綜合資產負債表

於2025年9月30日

	附註	2025年9月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年3月31日 人民幣千元 (經審核)
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		5,440,322	5,129,625
投資物業		28,070	27,064
無形資產		13,489	11,550
聯營公司投資		142,790	147,254
遞延所得稅資產		561,179	511,111
按公平值透過其他全面收益記賬的金融資產		283,005	220,408
使用權資產		974,865	1,001,953
長期銀行存款		3,541,000	7,091,000
總非流動資產		10,984,720	14,139,965
流動資產			
存貨		2,747,540	2,576,129
貿易應收款	9	960,113	792,994
預付款項、其他應收款及其他資產		1,181,728	1,356,164
現金及銀行存款		11,445,880	8,346,506
總流動資產		16,335,261	13,071,793
總資產		27,319,981	27,211,758

	附註	2025年9月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年3月31日 人民幣千元 (經審核)
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		1,784,464	1,784,464
儲備		16,051,568	15,962,790
小計		17,836,032	17,747,254
非控制性權益		(7,586)	3,887
總權益		17,828,446	17,751,141
負債			
非流動負債			
借款		700,178	500,155
租賃負債		94,713	119,314
遞延所得稅負債		107,124	195,691
其他非流動負債		107,154	109,904
總非流動負債		1,009,169	925,064
流動負債			
貿易應付款	10	1,008,250	920,152
應計費用及其他應付款		2,371,459	2,438,025
合約負債		614,887	1,117,121
當期所得稅負債		406,318	289,262
借款		3,966,210	3,654,594
租賃負債		115,242	116,399
總流動負債		8,482,366	8,535,553
總負債		9,491,535	9,460,617
總權益及負債		27,319,981	27,211,758

中期簡明綜合財務資料附註

2025年9月30日

1. 一般資料

中國旺旺控股有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)主要從事製造及分銷食品和飲料。本集團的活動主要在中華人民共和國(「中國」)進行，其產品亦銷往北美、東亞、東南亞及歐洲。本公司於2007年10月3日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為 Maples Corporate Services Limited, P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司自2008年3月26日起首次在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有註明外，本中期簡明綜合財務資料均以人民幣(「人民幣」)呈列。本中期簡明綜合財務資料已於2025年11月24日獲董事會批准刊發。

本中期簡明綜合財務資料已獲審閱但未經審核。

2. 編製基準

本截至2025年9月30日止六個月之中期簡明綜合財務資料已按照香港會計準則第34號中期財務報告(「香港會計準則第34號」)編製。中期簡明綜合財務資料不包括年度財務報表所要求的所有資料及披露，並應與本集團截至2025年3月31日止年度之年度綜合財務報表一併閱讀。

3 會計政策變更

編製中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與編製本集團截至2025年3月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者貫徹一致，惟就本期財務資料首次採用以下經修訂香港財務報告準則會計準則除外。

香港會計準則第21號之修訂 缺乏可兌換性

經修訂準則對中期簡明綜合財務資料並無重大財務影響。

4. 分部資料

執行董事為主要營運決策者。執行董事負責審閱本集團之內部報告，以評估表現和分配資源。管理層乃根據該等報告釐定營運分部。

執行董事從產品的角度考慮業務及根據除所得稅前利潤(不計對未分配成本、融資成本－淨額及應佔聯營公司虧損的分配)為基準計量的分部損益評估營運分部之表現。管理層評估米果、乳品及飲料、休閒食品和其他產品之表現。

本集團的營運主要以下列四個業務分部統籌，包括生產及銷售：

- 米果產品，包括糖衣燒米餅、鹹酥米餅及油炸小食、大禮包；
- 乳品及飲料，包括風味牛奶、常溫酸奶、乳酸飲料、即飲咖啡、果汁飲料、運動飲料、涼茶及奶粉；
- 休閒食品，包括糖果、冰品、零食糕餅和果凍、豆類、果仁和其他；及
- 其他產品，主要為酒類及其他食品。

本集團超過90%的收益及業務活動都是在中國進行。

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月分部資料如下：

	截至2025年9月30日止六個月(未經審核)				
	米果 人民幣千元	乳品及飲料 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部業績					
收益	<u>2,130,025</u>	<u>5,941,289</u>	<u>2,940,207</u>	<u>96,271</u>	<u>11,107,792</u>
收益確認時間 於某一個時間點	<u>2,130,025</u>	<u>5,941,289</u>	<u>2,940,207</u>	<u>96,271</u>	<u>11,107,792</u>
分部利潤／(虧損)	384,004	1,766,293	610,605	(31,254)	2,729,648
未分配成本					(468,936)
融資成本－淨額					(27,126)
應佔聯營公司虧損					(4,464)
除所得稅前利潤					2,229,122
所得稅費用					(511,886)
期間利潤					<u>1,717,236</u>
計入收益表之其他分部項目					
物業、機器及設備折舊	97,172	140,340	96,604	137	334,253
使用權資產折舊	17,999	41,353	19,388	4,339	83,079
投資物業折舊	—	—	—	221	221
物業、機器及設備、使用權資產以及 無形資產未分配折舊及攤銷					<u>10,891</u>
資本開支					
按分部劃分之資本開支	29,861	270,944	153,814	23,072	477,691
未分配資本開支					<u>184,297</u>
資本開支總額					<u>661,988</u>

於 2025 年 9 月 30 日的分部資產及負債如下：

	2025年9月30日(未經審核)				
	米果 人民幣千元	乳品及飲料 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部資產及負債					
分部資產	2,139,645	6,475,275	3,191,107	132,872	11,938,899
未分配資產					251,412
現金及銀行存款					11,445,880
長期銀行存款					3,541,000
聯營公司投資					142,790
總資產					27,319,981
分部負債	876,492	2,461,041	1,217,841	40,839	4,596,213
未分配負債					228,934
借款					4,666,388
總負債					9,491,535

截至2024年9月30日止六個月分部資料如下：

	截至2024年9月30日止六個月 (未經審核)				
	米果 人民幣千元	乳品及飲料 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部業績					
收益	<u>2,057,382</u>	<u>6,009,418</u>	<u>2,730,970</u>	<u>78,867</u>	<u>10,876,637</u>
收益確認時間					
於某一個時間點	<u>2,057,382</u>	<u>6,009,418</u>	<u>2,730,970</u>	<u>78,867</u>	<u>10,876,637</u>
分部利潤	363,047	2,017,934	585,639	2,390	2,969,010
未分配成本					(428,299)
融資成本－淨額					<u>(35,371)</u>
除所得稅前利潤					2,505,340
所得稅費用					<u>(643,019)</u>
期間利潤					<u>1,862,321</u>
計入收益表之其他分部項目					
物業、機器及設備折舊	107,255	154,615	105,412	208	367,490
使用權資產折舊	19,346	43,798	20,283	4,520	87,947
投資物業折舊	—	—	—	590	590
物業、機器及設備、使用權資產以及 無形資產未分配折舊及攤銷					<u>10,742</u>
資本開支					
按分部劃分之資本開支	40,779	27,765	52,203	16,411	137,158
未分配資本開支					<u>221,793</u>
資本開支總額					<u>358,951</u>

於 2025 年 3 月 31 日的分部資產及負債如下：

	2025年3月31日(經審核)				
	米果 人民幣千元	乳品及飲料 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部資產及負債					
分部資產	2,311,488	6,130,845	2,797,226	110,809	11,350,368
未分配資產					276,630
現金及銀行存款					8,346,506
長期銀行存款					7,091,000
聯營公司投資					147,254
總資產					27,211,758
分部負債	1,288,352	2,690,210	1,197,292	32,629	5,208,483
未分配負債					97,385
借款					4,154,749
總負債					9,460,617

5. 其他收益－淨額

	截至9月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
匯兌淨虧損	(8,341)	(42,456)
捐贈開支	(13,169)	(15,228)
出售物業、機器及設備虧損－淨額	(7,913)	(7,596)
長期銀行存款所得收入	156,114	180,702
其他	27,718	30,014
總計	154,409	145,436

6. 所得稅費用

	截至9月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
當期所得稅		
— 中國境內	497,552	565,370
— 香港特別行政區及其他地區	2,245	9,662
小計	499,797	575,032
遞延所得稅	12,089	67,987
總計	511,886	643,019

所得稅費用乃根據管理層對整個財政年度預期加權平均年度所得稅稅率作出的估計確認。

7. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利按本公司權益持有人應佔利潤除以期間已發行普通股之加權平均數計算。

	截至9月30日止六個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	1,717,427	1,863,371
已發行普通股加權平均數(千股)	11,803,071	11,811,945
每股基本盈利	人民幣14.55分	人民幣15.78分

(b) 攤薄

由於本公司並無潛在攤薄股份，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

8. 股息

截至2025年3月31日止年度末期股息人民幣1,711,423,000元已於2025年9月派付(截至2024年3月31日止年度：人民幣2,766,876,000元)。

董事會已議決不宣派截至2025年9月30日止六個月之中期股息(截至2024年9月30日止六個月：無)。

9. 貿易應收款

	2025年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 3月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款		
應收第三方	1,044,830	851,820
應收關聯方	18,653	16,455
小計	1,063,483	868,275
減：減值撥備	(103,370)	(75,281)
貿易應收款－淨額	960,113	792,994

本集團大部分銷售以款到發貨的方式進行，透過現代分銷渠道的信貸客戶一般獲授予60至90天(截至2025年3月31日止年度：60至90天)的信貸期。

於2025年9月30日及2025年3月31日，貿易應收款根據發票日期的賬齡分析如下：

	2025年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 3月31日 人民幣千元 (經審核)
60天內	839,223	490,631
61至90天	73,048	149,295
91至180天	29,120	146,781
181至365天	94,625	70,558
365天以上	27,467	11,010
總計	1,063,483	868,275

10. 貿易應付款

於2025年9月30日及2025年3月31日，貿易應付款(基於發票日期)的賬齡分析如下：

	2025年 9月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 3月31日 人民幣千元 (經審核)
60天內	911,650	857,443
61至180天	75,151	37,958
181至365天	7,684	17,731
365天以上	13,765	7,020
總計	<u>1,008,250</u>	<u>920,152</u>

管理層討論及分析

概覽

2025財年上半年，集團總收益為111.078億人民幣，較上一財年同期成長2.1%，銷量則同比上升近雙位數。其中，休閒食品類中的冰品小類獲得雙位數成長。2025財年上半年，集團在電商、OEM等新興渠道持續保持優良表現，新興渠道收益獲得雙位數的良好增長；同時，面對新零食系統的崛起，集團積極應對，主動推出針對零食量販渠道客戶所需的新品並大受消費者歡迎，充分彰顯出集團因應市場渠道快速變化的戰略成效。2025財年上半年集團海外收益同比達低個位數增長，其中日本、印非等區域增長勢頭良好。同時，在2025財年上半年，集團新品表現大放異彩，過去5年內推出的新品收益佔集團總收益比達中雙位數，成為集團收益成長重要引擎(後文新品收益佔比所指的新品，皆為過去5年內推出的新品，除特別說明外)。

未來，集團將持續優化內部組織，深入貫徹多元化戰略，協同各渠道發展，加強統籌海內外運營；提升內部協調能力與決策效率，增強集團可持續性成長動能。

2025財年上半年集團毛利率較上一財年同期下降1.1個百分點至46.2%。雖然白砂糖、明膠、原紙等部分大宗原材料及包裝材料單位耗用成本下降，但進口全脂奶粉與棕櫚油單位耗用成本的上升，抵消了前述下降的正向影響，仍使集團毛利率出現了下滑。同時，2025財年上半年，集團整體營業費用(分銷成本與行政費用合計，後文同)增加10.6%，主系集團自2024財年下半年內部組織優化改造，按產品類別分設各事業部後，增加新渠道及新產品之促銷推廣費用。綜合上述影響，2025財年上半年本公司權益持有人應佔利潤額同比下降7.8%至17.174億人民幣；權益持有人應佔利潤率15.5%，同比減少1.6個百分點。

經營綜述

2025財年上半年，集團持續貫徹多元化發展戰略，具體策略如下：

(一) 渠道的精耕及多元化發展

1. 傳統批發渠道及現代渠道：精耕與重構

2025財年上半年，佔集團收益比約80%的傳統批發和現代渠道的收益較上一財年同期衰退低個位數，其中零食量販收益較上一財年同期高速成長，佔集團收益比已達約15%。面對激烈競爭的快消食品市場，集團致力於傳統流通渠道的精細化運營與結構優化，通過對批發、商超、零食量販、社區小店等多元化終端的系統化管理，持續鞏固並拓展市場根基。

在傳統批發網絡方面，集團相關事業部通過深化渠道下沉策略，聚焦終端網點與客戶的存量維護與增量開拓，成功推動核心產品實現穩健增長，強化了基礎市場的覆蓋面與控制力。

在現代零售終端領域，集團深化與主要零食量販系統及傳統商超的戰略合作，通過精準的SKU規劃與場景化營銷，顯著提升了單點產出與市場滲透率，頭部渠道客戶的銷售貢獻尤為突出。

同時，集團針對社區店、母嬰店等專業及近場渠道實施分層運營策略，配備專業化市場與銷售團隊，有效提升了品牌觸達效率與終端動銷能力。線下體驗活動的開展，進一步激發了消費者的購買興趣，增強了用戶黏性。

2. 新興渠道的創新與發展：多元創新促增長

2025財年上半年，集團新興渠道取得優異表現，收益較上一財年同期成長達雙位數，新興渠道收益佔集團總收益比已逾10%。

集團捕捉渠道變革趨勢，積極佈局並深耕電商及新興渠道，形成了強大的增長新動能。在線上渠道，集團全面佈局如天貓、抖音、小紅書等主流電商平台及社交內容平台。通過構建自營旗艦店矩陣，並充分利用達人直播、內容種草等新型營銷方式，實現了線上銷售的跨越式增長，部分業務板塊的新興渠道銷售佔比已佔據主導地位，顯示出強大的渠道驅動力。在「樸樸超市」、「小象超市」等即時零售領域，集團快速切入並深化合作，收益實現迅猛增長，展現出對快速變化消費需求的卓越響應能力。在線下新興業態方面，集團積極拓展自動售貨機等智能零售終端網絡，並通過會員精細化運營，有效提升了用戶復購率，驗證了該模式的商業價值。此外，集團通過產品形態與消費場景的協同創新，成功開闢新的市場空間，並引發社交媒體廣泛關注。在特定渠道拓展上，成功進入專業零售網絡，並通過跨界活動，實現了品牌用戶群體的有效擴容。

3. 海外市場：持續精耕

2025財年上半年，集團海外市場收益實現低個位數同比成長，但海外市場銷量成長達到中個位數；海外市場收益佔集團總收益比為高個位數。日本、印非等區域得益於集團產品多元化和新品研發能力延續高增長勢頭，增長集中於糖果類、糕餅類等休閒類產品。美國、越南等市場，受關稅、供應鏈階段性調整等影響，收益出現下滑；集團將持續擴大越南生產基地產能投資，加速承接歐美貨需以對沖關稅風險。未來，集團將繼續深化海外市場佈局，通過優化產品設計創新、積極海外參展、協同整合線上線下營銷等策略提升產品曝光力度和品牌形象；集團將加速海外佈局電商等新興渠道、現代渠道和新零售，探索經銷商評估汰換等機制管理，推動本土化運營效率提升；亦將著力優化生產管理體系，縮短供應週期，強化提高供應鏈的敏捷性和抗風險能力。

(二) 跨界合作與聯名營銷的深化與實踐

在2025財年上半年，集團通過一系列戰略性跨界合作與聯名營銷，成功打破品牌邊界，實現了品牌形象的年輕化升級與消費場景的多元化滲透。

集團與知名體育聯盟「美國職業籃球聯盟」(NBA)的合作，將品牌融入潮玩文化與社交互動，實現了與年輕消費群體的深度鏈接。通過深度參與大型音樂節等活動，並結合產品特性，成功塑造了全新的即時消費場景，精準覆蓋目標客群，實現了品牌影響力的大幅提升。與知名美妝品牌、知名餐飲品牌的聯動，成功打破了品類邊界，實現了品牌曝光與銷售轉化的雙豐收，並有效提升了在各自目標客戶群體中的品牌滲透與好感度。此外，與其他知名IP(如天壇祈福裝、中郵文創定制款等)的聯名合作，有效提升了產品的文化附加值與禮品屬性，拓寬了消費場景。

(三) 品牌定位與產品創新的升級與成效

集團以清晰的品牌戰略為指導，通過持續的產品創新，不斷提升核心競爭力和市場吸引力。

在品牌定位方面，集團對各產品線進行了明確的差異化規劃。酒品業務確立了從派對場景到便捷體驗的多元品牌形象，並通過獲得國際獎項奠定了高端市場地位。糖果業務則成功平衡了潮玩屬性與國民經典的雙重定位，通過年輕化溝通保持品牌活力。健康食品業務聚焦於內在健康與外在美麗的細分賽道，確立了清晰的功能性品牌心智。乳飲業務通過明確「兒童專屬營養」的定位，精準切入細分市場。

在產品創新方面，集團系統推進健康化升級與功能化拓展，對如雪餅、仙貝等核心產品進行配方清潔化優化，並推出「低GI餅乾」、「靈芝五黑餅乾」，添加有葉黃素酯、益生菌的「QQ果匠軟糖」、「高鈣壓片奶糖」等符合現代健康趨勢的新品，滿足消費者對健康零食的需求。集團在口味與產品形態上亦不斷創新，開發差異化風味，並成功探索新的產品形態，例如：為邦德咖啡開發薄荷、輕椰等差異化口味，為O泡果奶創新推出汽水版「泡泡果奶」，切入新的品類市場。集團的爆品打造能力尤為突出，推出的新品如「膠原蛋白肽嫩杯」(低卡高含量)、「億菌卷」(含21億活性益生菌)等憑借明確的賣點獲得市場獎項認可；其中膠原蛋白肽嫩杯上市半年收益即突破千萬人民幣，在小紅書&抖音獲得超6,000萬曝光，在社交平台獲得巨大聲量。

2025財年上半年，集團通過傳統流通渠道的精細化深耕、電商與新興渠道的戰略性突破、跨界合作的多元化實踐以及品牌與產品的系統性創新，取得了顯著經營成效，部分渠道銷售收益同比大幅增長，貢獻度顯著提升；新興渠道已成為核心增長引擎；多個創新產品成為市場爆款。

未來，管理層將繼續堅持「渠道精細化」與「品牌差異化」的雙輪驅動戰略，持續優化渠道結構，加大產品研發與創新投入，並通過更具創意的營銷活動提升品牌價值，為集團實現可持續的高質量增長奠定堅實基礎。

收益

2025財年上半年，集團總收益為111.078億人民幣，較上一財年同期成長2.1%。集團產品保持均衡發展：乳品及飲料類佔總收益比約為53%，米果及休閒食品類佔比約為46%。2025財年上半年集團新品推出獲得長足發展，其收益佔集團收益比達中雙位數，2025財年當年推出之新品收益佔集團收益比亦已達低個位數；三大類產品新品快速發展，三大類新品收益佔三大類各自收益比率達近雙位數至雙位數。集團近年來大力推動新品發展，現已成集團收益成長不可或缺的組成部分。

米果類

2025財年上半年，米果大類收益同比成長3.5% (銷量成長為中個位數)，達到21.300億人民幣，在中國大陸境內全渠道實現成長，其中在新興渠道實現雙位數成長，在零食量販渠道實現高速成長。米果大類新品收益在2025財年上半年佔米果類收益比達到雙位數，集團憑借深厚研發能力，持續推進米果類產品創新升級，例如「辣人脆米餅」、「紅棗枸杞米餅」、「猴頭菇山藥米餅」及「Fix XBody多穀物空氣米脆」等新品，廣受消費者喜愛，市場表現不俗。未來，集團還將繼續推出如糯米類產品等新品，以期帶給消費者不一樣的口感體驗，保持集團米果類產品的市場領先地位。

2025財年下半年為米果類產品傳統銷售旺季，集團通過一系列的前期戰略部署，例如：組織管理細化；年節米果禮盒開發；「健康化、多樣化、場景化」的新品儲備；跟進多種形式的線上、線下宣傳造勢與推廣活動；採用內、外銷特色產品的交叉推廣與「全球覆蓋、區域聚焦」的市場策略，同步推進「全球一體化」戰略等，有信心在2025財年下半年實現經營績效的進一步提升。

乳品及飲料類

乳品及飲料類2025財年上半年收益59.413億人民幣，同比減少1.1%。主系旺仔牛奶收益衰退低個位數，但飲料及其他類收益較上一財年同期上升近四成。2025財年上半年，乳品及飲料類新品亦取得良好收益表現，其收益佔該品類收益比已近雙位數。

乳品小類收益在2025財年上半年出現低個位數的衰退，主因旺仔牛奶受制於乳品市場的整體低迷，其收益出現下降。但得益於集團對新興渠道和新零售業態的積極開拓，乳品小類在新興渠道與零食量販渠道的收益仍均實現高速成長。2025財年上半年，乳品類新品收益佔乳品小類收益中個位數，其中多個新品(如：優酪乳、巧克力牛奶、香蕉牛奶、每日喝牛奶、特濃牛奶)皆取得超千萬人民幣的收益。未來集團還將推出以有機純牛奶為主要原料的新品等，進一步拓展產品矩陣，瞄準高端乳品市場，帶給消費者更多選擇和體驗，增強品牌市場競爭力。

飲料小類在2025財年上半年實現收益增長近四成，銷量得到翻倍成長，歸功於其豐富的產品類別及在零食量販、電商、OEM等新興業態和渠道的翻倍增長。飲料小類新品表現突出，新品收益佔飲料小類收益比近5成，其中「旺旺AD鈣奶」在平淡的整體市場環境中異軍突起，短時間內即獲得近8,000萬人民幣的收益，其收益佔飲料小類新品收益約3成，表現優異；「旺旺乳酸菌飲品」亦深受消費者喜愛，其收益佔飲料小類新品收益達2成；除此之外，果蔬汁飲料、茶飲、「旺旺搖搖凍風味飲料」、功能飲料「勁爆」與「薈動」等產品，亦為消費者提供了豐富的口味和選項。除新品之外，2025財年上半年，集團在飲料類方面積極推進各項跨界合作與聯名活動，獲得良好的市場反饋，進一步擴大了產品知名度。

休閒食品類

2025財年上半年休閒食品類實現收益29.402億人民幣，較上一財年同期成長7.7%，銷量實現低雙位數成長。得益於休閒食品豐富多彩的產品及在傳統與新興渠道的全面發展，休閒食品類的新品收益在2025財年上半年佔休閒食品類收益近四分之一。

冰品小類得益於核心策略的推進與在新興的零食量販渠道的發揮，疊加2025財年上半年異常炎熱天氣影響，收益恢復成長且成長幅度達到中雙位數。其中「凍癡」產品推動「綠動未來有你一份力」活動，產生積極的社會意義。

糖果小類在2025財年上半年繼續保持穩健成長，其收益成長低個位數；得益於對零食量販、電商等新興業態和渠道的積極拓展，為迎合健康消費趨勢推出的全新升級產品，及打破傳統贊助的跨界營銷等措施，糖果小類在上述新興業態和新興渠道的收益皆達到雙位數成長。糖果小類新品剝皮軟糖「QQ果知」、功能性軟糖「QQ果匠」等，一經上市，即迅速贏得了消費者的廣泛喜愛，取得不俗收益表現。糖果小類在日本市場亦深受消費者歡迎，糖果新品「超QQ酸薯條軟糖」在日本市場獲得令人矚目的成績，其收益在2025財年上半年突破7,000萬人民幣。未來，糖果小類將延續多品類、多渠道策略，聚焦產品功能升級與年輕化互動，以應對市場競爭並挖掘收益的新增量。

與此同時，休閒食品類的零食糕餅小類和豆類、果凍及其他小類由於在電商、零食量販等新興渠道與新興業態的良好表現，琳琅滿目的新品上市，其收益在2025財年上半年亦保持增長趨勢，均達中個位數成長。

銷貨成本

2025財年上半年集團銷貨成本為59.760億人民幣，較上一財年同期上升4.2%。主系部分大宗原材料如進口全脂奶粉和棕櫚油單位耗用成本同比上升，但白砂糖、明膠、原紙等原材料及包裝材料的單位耗用成本繼續保持下降。

集團將不斷優化供應鏈及產線佈局，提高設備自動化程度，持續精益生產管理，以快速響應日益多元化的消費需求。

毛利

2025財年上半年集團毛利率為46.2%，較上一財年同期下降1.1個百分點。主系進口全脂奶粉和棕櫚油單位耗用成本上漲達到雙位數，但是白砂糖、明膠的單位耗用成本下降雙位數，原紙的單位耗用成本下降高個位數，部分彌補了進口全脂奶粉和棕櫚油上升的負面影響；此外，渠道多元化帶來的產品結構變動，使部分平均售價較低的針對特定渠道的產品銷售佔比上升，亦對毛利率下降有一定影響。受此雙重影響，2025財年上半年集團毛利額小幅下降0.2%，至51.317億人民幣。

米果類

2025財年上半年，米果類毛利率為43.1%，較上一財年同期上升1.3個百分點。主系平均售價較高的禮包類產品銷售佔比上升。集團將持續推出特色新口味產品、豐富產品規格，以鞏固米果類獲利能力。

乳品及飲料類

2025財年上半年乳品及飲料類毛利率為47.8%，較上一財年同期下降2.5個百分點。主系進口全脂奶粉單位耗用成本較上一財年同期有雙位數上漲，同時在特定渠道銷售的平均單位售價較低的產品收益佔比上升對該品類毛利率下降亦有影響。本財年，全球乳製品市場受國際貿易環境、匯率波動等因素影響，未來奶粉的使用價格趨勢不甚明朗，集團也在不斷完善多元化採購策略，精細庫存管理，亦可能在未來採取規避風險的市場手段，以保持乳品及飲料類良好的獲利能力。

休閒食品類

2025財年上半年休閒食品類毛利率為45.3%，較上一財年同期上升1.0個百分點。主系白砂糖、明膠等原材料與原紙等包裝材料的單位耗用成本較上一財年同期下降。

分銷成本

2025財年上半年分銷成本較2024財年同期上升13.2%，增加1.811億人民幣至15.499億人民幣；分銷成本佔收益比率為14.0%，較上一財年同期上升1.4個百分點。主系廣促費用佔收益比率達到3.4%，較上一財年同期上升1.0個百分點，主因集團在內部組織優化改造，按產品類別分設各事業部後，深度踐行年輕化戰略，圍繞「時尚、活力、文化共鳴」核心定位開展多維度跨界與聯名合作。儘管市場推廣投入大幅增加，但此舉有效觸達Z世代消費群體，顯著提升品牌在潮流文化領域的聲量。管理層堅信，當前構建的立體化品牌認知體系與消費者情感聯結，將為集團可持續發展奠定堅實基礎，未來有望轉化為持續增長動能。同時，2025財年上半年運輸費用佔收益比率為4.1%，較2024財年同期上升0.4個百分點。此外，包括用人費用在內的其他費用佔收益比率為6.5%，較上一財年同期持平。

行政費用

2025財年上半年行政費用較上一財年同期增加8.3%，至16.524億人民幣；行政費用佔收益比率為14.9%，較上一財年同期上升0.9個百分點。行政費用增加主系用人費用較上一財年同期增長達到雙位數，用人費用佔收益比較上一財年同期上升0.5個百分點，達7.2%。因集團為適應市場環境變化、激發組織活力，實施戰略性組織架構優化改造，按產品類別分設各事業部強化業務單元自主性，因事業部職能深化及專業化運營需求，相關崗位人員配置同步優化，使人力成本增長。

營運利潤

受毛利率下降，且集團整體營業費用增加低雙位數的綜合影響，2025財年上半年集團營運利潤較上一財年同期下降11.0%，減少2.800億人民幣至22.607億人民幣。營運利潤率20.4%，同比下降3.0個百分點。

融資成本

2025財年上半年集團融資成本4,853萬人民幣，較2024財年同期減少4,379萬人民幣，下降47.4%。融資成本減少主系本期平均借款餘額較上一財年同期減少及本期平均借款利率亦較上一財年同期下降。

所得稅費用

2025財年上半年集團所得稅費用5.119億人民幣，所得稅費用率23.0%，較上一財年同期下降2.7個百分點。所得稅費用率下降主系預提所得稅較上一財年同期有所降低，同時境內部分工廠享受高新技術企業優惠稅率所致。

本公司權益持有人應佔利潤

綜上，2025財年上半年本公司權益持有人應佔利潤較上一財年同期下降7.8%至17.174億人民幣，權益持有人應佔利潤率為15.5%，較上一財年同期下降1.6個百分點。

流動性與資本財力

現金與借款

本集團於2025年9月30日淨現金(現金及銀行存款(含長期銀行存款)減去借款)為103.205億人民幣，較2025年3月31日(112.828億人民幣)減少9.623億人民幣。

本集團營運所需資金及資本開支，主要來源於內部營運產生的現金流量及主要往來銀行提供的信貸額度。於2025年9月30日，本集團銀行存款(含長期銀行存款35.410億人民幣)餘額為149.869億人民幣(其中人民幣約佔96%，約為144.475億)，較2025年3月31日154.375億人民幣減少了4.506億人民幣。

本集團於2025年9月30日的總借款為46.664億人民幣，較2025年3月31日(41.547億人民幣)增加5.117億人民幣，主要為人民幣借款(佔借款總額約98%)。其中短期借款為39.662億人民幣，較2025年3月31日(36.546億人民幣)增加3.116億人民幣；長期借款為7.002億人民幣，較2025年3月31日(5.001億人民幣)增加了2.001億人民幣。於2025年9月30日，以固定利率計息的借款佔借款總額的100%。

本集團於2025年9月30日的淨權益負債率(扣除現金及銀行存款(含長期銀行定期存款)的總借款除以期末總權益(不含非控制性權益))為-0.58倍(2025年3月31日：-0.64倍)。本集團目前擁有充足的現金及銀行信貸額度，既能滿足本集團營運資金的需求，也能滿足將來投資機會的資金需求。管理層也會隨時針對國內外金融環境變化做出審慎財務安排及決定。

現金流量

2025財年上半年，本集團營運活動產生的現金淨流入為13.054億人民幣；融資活動產生的現金淨流出為12.686億人民幣，主系支付股息流出17.114億人民幣和借款淨流入5.123億人民幣；投資活動產生的現金淨流入為1.014億人民幣。最後，截止於2025年9月30日的現金及銀行存款為114.459億人民幣，加上長期銀行存款35.410億人民幣後合計為149.869億人民幣。

資本開支

2025財年上半年，本集團的資本開支為6.620億人民幣，較2024財年上半年的3.590億人民幣上升84%，增加了3.030億人民幣。本集團分別投入了大約2,986萬人民幣、2.709億人民幣和1.538億人民幣用於增加三大類產品(米果類、乳品及飲料類及休閒食品類)的生產廠房和設備，主系更新國內部分老舊廠房與生產設施以滿足未來集團成長所需。此外，另有部分用於資訊設施、包裝設施及其他固定資產等的投入。

上述資本開支的籌措主要來源於公司的內部現金流以及銀行信貸額度。

存貨分析

存貨主要包括米果類、乳品及飲料類、休閒食品類及其他類的製成品、運送中貨物和在製品，以及原材料和包裝材料。

下表列示了本集團截至2025年9月30日止六個月與截至2025年3月31日止年度的存貨週轉天數：

	截至2025年 9月30日 止六個月	截至2025年 3月31日 止年度
存貨周轉天數	<u>80</u>	<u>74</u>

存貨週轉天數較期初增加6天達80天，主系集團增加了部分生產備料所致。

於2025年9月30日存貨金額為27.475億人民幣，較2025年3月31日存貨金額25.761億人民幣增加1.714億人民幣。

貿易應收款

本集團的貿易應收款，指的是本集團對客戶賒銷產生的應收款項。本集團的賒銷期限通常是60天至90天。本集團對中國的大部份客戶以款到發貨的方式銷售產品。本集團只給予現代分銷渠道及部分新興渠道的信貸客戶提供賒銷，由他們將產品銷售給本集團的最終消費者。

下表列示了截至2025年9月30日止六個月與截至2025年3月31日止年度本集團的貿易應收款週轉天數：

	截至2025年 9月30日 止六個月	截至2025年 3月31日 止年度
貿易應收款周轉天數	<u>14</u>	<u>13</u>

貿易應付款

本集團的貿易應付款主要由賒購原材料產生。我們的供應商給予的信貸條件一般為30天至60天(從收到貨物及發票後的日期算起)。

下表列示了截至2025年9月30日止六個月與截至2025年3月31日止年度本集團的貿易應付款週轉天數：

	截至2025年 9月30日 止六個月	截至2025年 3月31日 止年度
貿易應付款周轉天數	<u>29</u>	<u>28</u>

資產抵押

於2025年9月30日，本集團並無任何資產抵押。

人力資源和員工薪酬

2025財年上半年本集團平均員工人數約為39,044人，較截止2025年3月31日止年度平均人數減少530人。2025財年上半年總薪酬為23.636億人民幣，較上一財年同期總薪酬增加1.473億人民幣，上升6.6%。員工的薪酬包括固定工資，佣金及津貼(如適用)，以及基於本集團及個人表現的年終獎勵。

本集團長期關注對員工的持續教育和培訓計劃並有相當資源投入，本集團經常在必要時給相關的工作人員提供外部及內部的培訓課程，以便不斷提升員工的專業知識與技能。

外匯風險

本集團呈列貨幣為人民幣，但本公司的功能貨幣仍為美元，而本集團90%以上經營活動在中國大陸地區，中國大陸地區附屬公司的功能貨幣為人民幣。本集團的外匯風險主要源自境外的原物料採購、設備採購和海外股利支付，及若干已確認資產或負債；以及以人民幣列值之附屬公司借貸，其功能貨幣為美元。

審核及風險管理委員會

審核及風險管理委員會由五名獨立非執行董事李國明先生(主席)、貝克偉博士、謝天仁先生、潘志強先生及江何佩琮女士組成。

本集團截至2025年9月30日止六個月之未經審核中期業績已由審核及風險管理委員會以及本公司外聘核數師安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

企業管治常規

截至2025年9月30日止六個月期間，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄C1企業管治守則(「企業管治守則」)第二部分所載的守則條文規定，惟偏離守則條文第C.2.1條及第F.1.3條除外。

根據守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。由於蔡衍明先生擔任主席兼行政總裁兩個職務，故本公司偏離此條文。蔡先生為本集團之創辦人，於食品及飲料行業擁有逾48年經驗。考慮到本集團目前之發展階段，董事會認為，由一人同時兼任主席與行政總裁，在實施並執行本集團的業務策略時，可為本公司提供強大而貫徹之領導。然而，本集團將不時按當時情況檢討架構。

守則條文第F.1.3條規定董事會主席應出席股東週年大會。由於本公司之執行董事及董事會主席蔡衍明先生於相關時間有其他重要事務處理而未能出席本公司於2025年8月26日舉行的股東週年大會(「2025年股東週年大會」)，故本公司偏離此條文。李國明先生，獨立非執行董事兼審核及風險管理委員會主席，因另有事務未能出席2025年股東週年大會。執行董事兼首席營運官蔡旺家先生主持了2025年股東週年大會，連同其他出席2025年股東週年大會的董事，均具備足夠的專業能力，能夠回答在2025年股東週年大會上提出的問題。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已就董事進行證券交易採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)。本公司已向董事作出特定查詢，並獲得所有董事確認，彼等於截至2025年9月30日止六個月期間已遵守標準守則所訂之標準。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於截至2025年9月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

承董事會命
中國旺旺控股有限公司
主席
蔡衍明

香港，2025年11月24日

於本公佈日期，執行董事為蔡衍明先生、蔡紹中先生、蔡旺家先生、黃永松先生、朱紀文先生、蔡明輝先生及黎康儀女士；非執行董事為禎春夫先生及鄭文憲先生；而獨立非執行董事為貝克偉博士、謝天仁先生、李國明先生、潘志強先生及江何佩琮女士。