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告之內容概不負責，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告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 2026 年 3 月 31 日止年度之
全年業績演示材料

中國旺旺控股有限公司及其附屬公司截至 2026 年 3 月 31 日止年度之全年業績演示材料可參閱以下附件。

承董事會命
中國旺旺控股有限公司
董事
黎康儀

香港，2026 年 6 月 30 日

於本公告日期，本公司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；非執行董事為楨春夫先生及鄭文憲先生；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琼女士。

中國旺旺
控股有限公司
WANT WANT CHINA
Holdings Limited

截至2026年3月31日止年度業績

2026年06月30日

免責聲明

本演示材料所載資料之用途為僅供閣下個人參考，該等資料如有變更，恕不另行通知。對於本演示材料所載資料的公平性、準確性、完整性或正確性，我們均無作出任何明示或隱含的聲明或保證，閣下亦不應對此加以依賴。我們無意提供，而閣下亦不應依賴本演示材料，為本公司之財務或經營狀況或前景的完整或全面分析。對於使用本演示材料所載資料或其內容或基於本演示材料所載資料而引致的任何損失或損害，本公司或其任何聯繫人士、顧問或代表概不承擔任何疏忽或其他責任。

本演示材料包含前瞻性陳述，該等陳述反映本公司對未來發展及財務狀況的現有看法。由於該等陳述涉及風險及不明確性，閣下不應過分依賴該等前瞻性陳述，而我們無法保證實際業績與該等前瞻性陳述相符。本公司亦不會有義務就新資訊、未來發展或其他原因而公開更新或對於任何前瞻性陳述作出修改。

本演示材料不構成購買或認購證券或其他金融工具的要約或邀請或投資意見的提供，而且其中任何部分均不得作為與該等證券或金融工具相關的任何合同、承諾或投資決定的基礎或加以依賴，且本演示材料亦不構成對本公司證券或金融工具的推薦意見。

資料說明

除另有說明，本演示資料呈現的財務資料涵蓋2025年4月1日至2026年3月31日（簡稱「FY25」），相關比較資料則涵蓋2024年4月1日至2025年3月31日（簡稱「FY24」）。

提醒讀者閱讀本演示資料時，應與本公司於2026年6月30日刊發的截至2026年3月31日止年度業績公告一併閱讀。

財務摘要

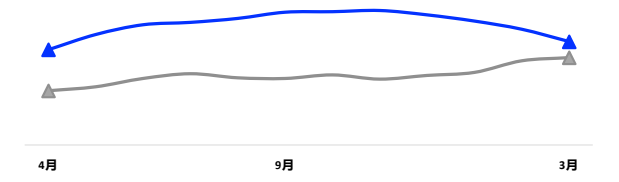
單位：人民幣百萬

	FY24	FY25	YOY	
收益	23,511	24,401	⬆ *3.8%*	✓ 銷量增長高個位數，新品佔比中雙位數 ✓ 三大品類均增長，其中休閒類雙位數增長 ✓ 零食量販與電商渠道為主要驅動力
毛利率	47.6%	46.3%	⬇*130bps*	✓ 主係全脂奶粉上升及銷售組合的影響
營運費用	6,035	6,891	⬆ *14.2%*	✓ 為推廣新品及新興渠道發展的階段性促銷推廣費用及用人費用↑
營運利潤	5,837	5,021	⬇ *14.0%*	✓ 主係營運費用↑
本公司權益持有人應佔利潤	4,336	3,837	⬇ *11.5%*	✓ 所得稅稅率23%

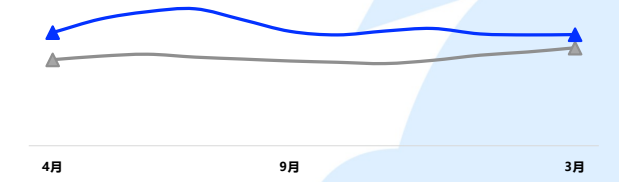
***新品收益佔比所指的新品，皆為過去5年內推出的新品（後文同，除另有所指）**

耗用成本趨勢

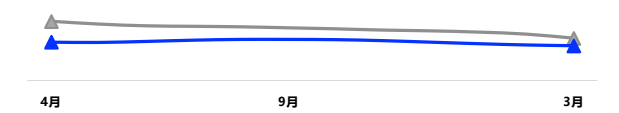
進口全脂奶粉 ⬆**中雙位數** 單位：人民幣



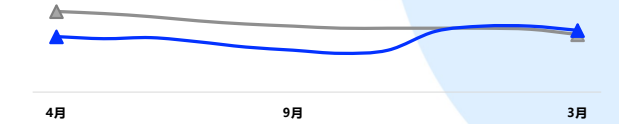
棕櫚油 ⬆**低雙位數** 單位：人民幣



白砂糖 ⬇**高個位數** 單位：人民幣



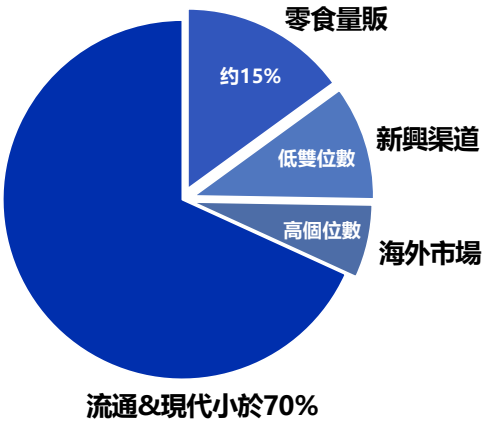
原紙 ⬇**低個位數** 單位：人民幣

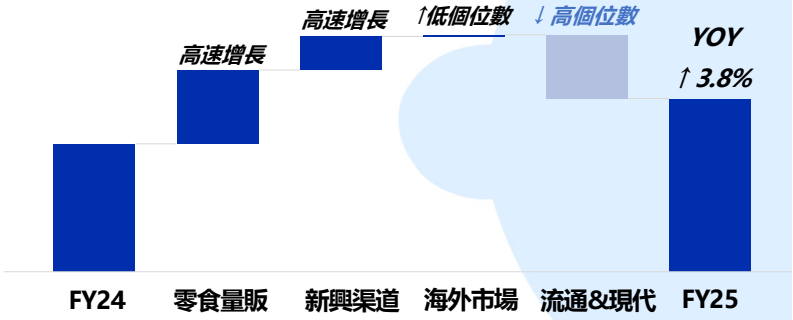


FY25 FY24

渠道多元化：零食量販和新興渠道成為重要增長引擎

渠道收益分佈及佔比

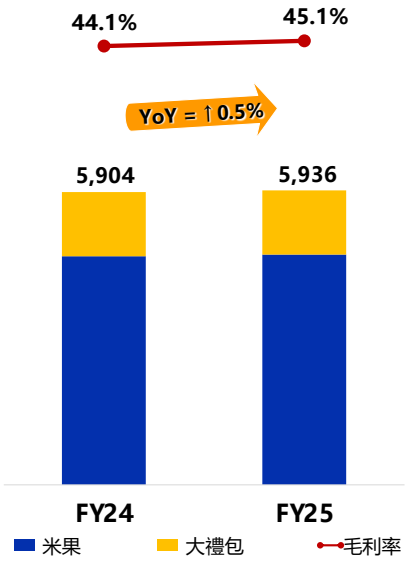




米果類

✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬

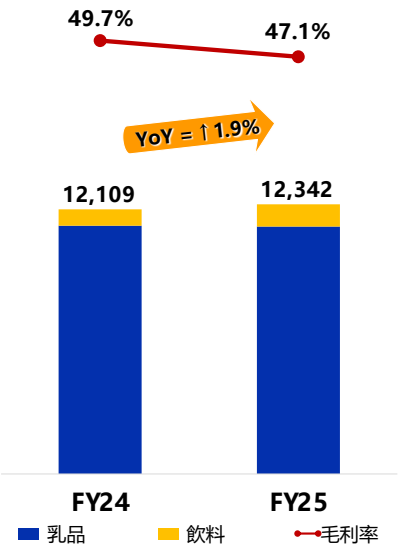


- 新品佔米果類收益比**雙位數**
- 新興渠道和零食量販是重要增長引擎

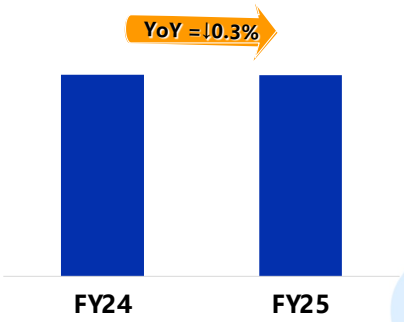
乳品及飲料類

✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬

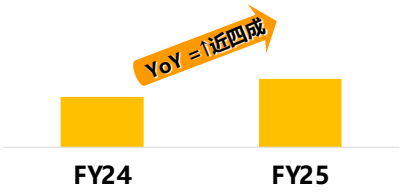


✓ 乳品小類收益



- 乳品新品佔乳品小類收益**中個位數**
- 新興渠道&零食量販均**高速增長**

✓ 飲料及其他收益

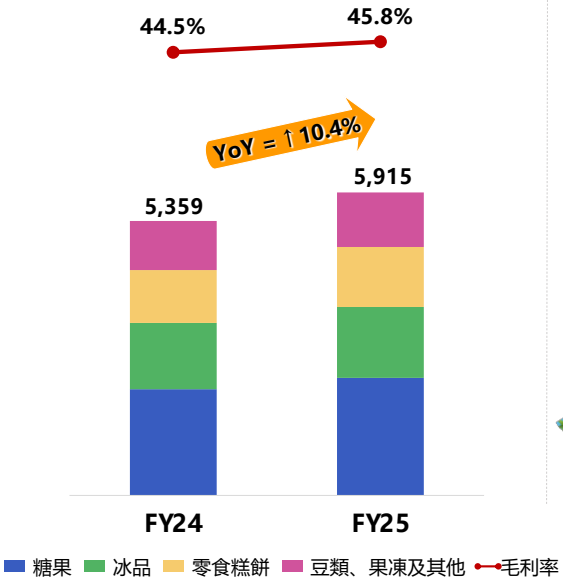


- 飲料新品佔飲料小類收益**超四成**
- 新興渠道&零食量販**高速增長**

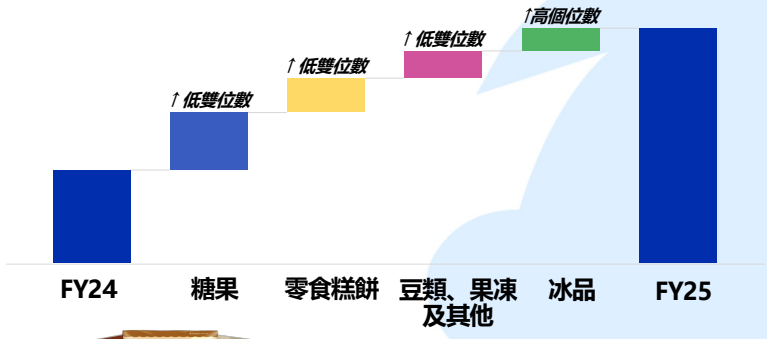
休閒食品類

✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬



✓ 休閒食品類各小類收益增長幅度

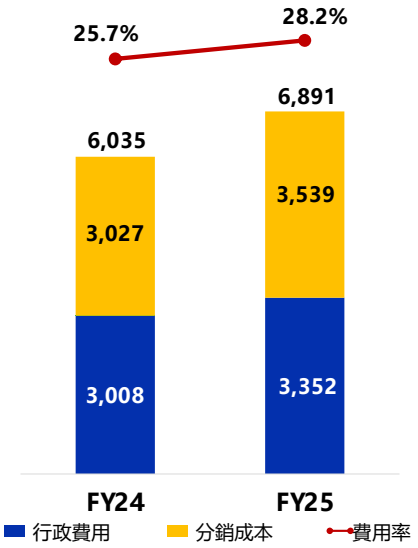


- 休閒新品佔休閒類收益比近**四分之一**
- 糖果小類收益**創新高**
- 新興渠道&零食量販**高速增長**

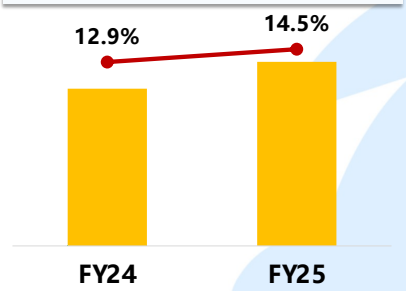
營業費用

✓ 營業費用分類

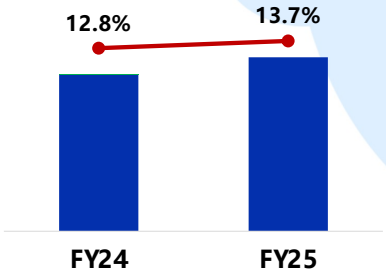
單位：人民幣百萬



✓ 分銷成本及佔收益百分點



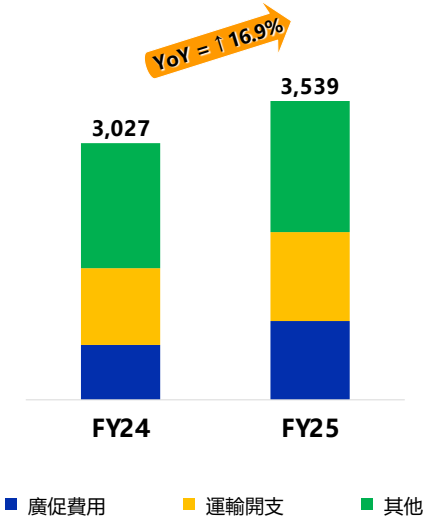
✓ 行政費用及佔收益百分點



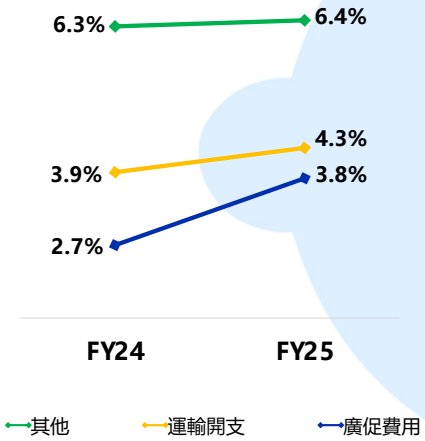
分銷成本

✓ 分銷成本分類

單位：人民幣百萬



✓ 分銷成本佔收益百分點



營運資本

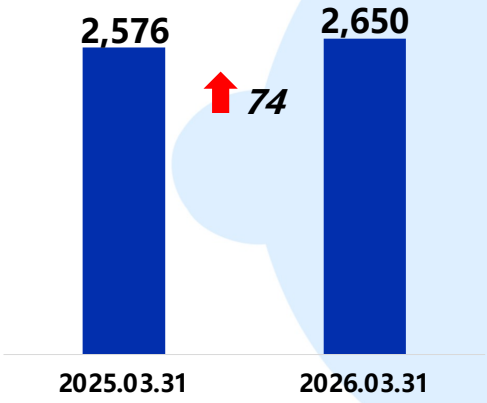
✓ 週轉天數（單位：天）

項目	2025.03.31	2026.03.31
存貨	74	73
貿易應收款	13	14
貿易應付款	(28)	(30)
現金循環週期	**59**	**57**

⬇ 2天

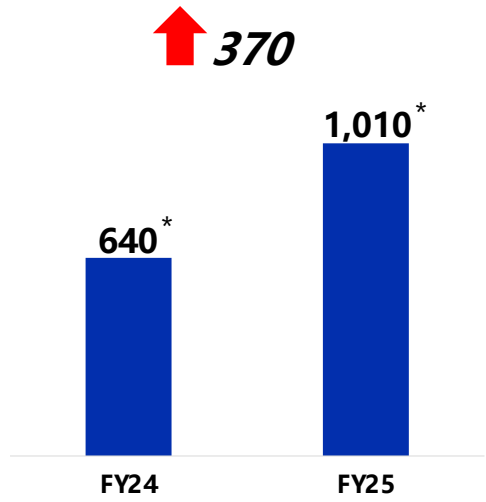
✓ 存貨金額

單位：人民幣百萬



資本性現金支出

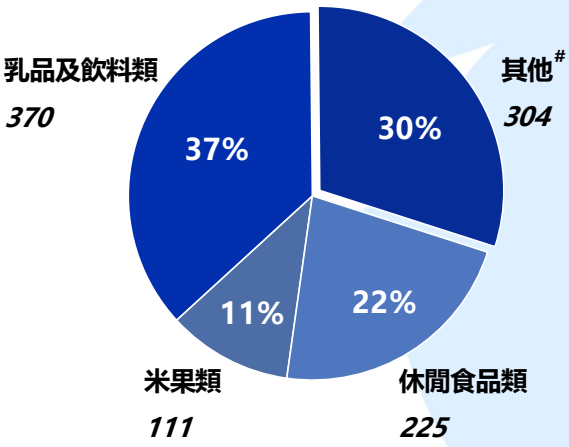
單位：人民幣百萬



*資本開支按實際現金支付金額統計

資本性現金支出分類

單位：人民幣百萬



#其他：主係供應鏈及管理類相關資產的投入

FY25 股息

單位：百萬

	FY24	FY25	YOY
本公司權益持有人應佔利潤（人民幣）	4,336	3,837	↓ 499
末期股息（美元）	***241***	***163***（擬派）	↓ ***78***
末期股息（約折合人民幣）	1,740	1,153	↓ 587
派息率	40%	30%	

乳品及飲料類

乳品及飲料類收益 ↑1.9%

乳品收益 ↓0.3%

- ✓ 零食量販、內容電商、即時零售等新興渠道的高速發展基本彌補了傳統市場及現代渠道的衰退
- ✓ 新品收益佔乳品收益比達中個位數。多款新品實現規模性增長

飲品收益 ↑近四成

- ✓ 新品佔飲料收益突破四成，主係推出AD鈣奶、果蔬汁等飲料
- ✓ 得益於電商、零食量販、OEM的良好表現
- ✓ 多元化營銷推廣如蘇超、電競賽事、音樂節助益品牌美譽度提升

米果類

米果類收益 ↑0.5%

- ✓ 新興及零食量販的高速增長彌補了傳統及現代商超的衰退影響
- ✓ 新品收益佔米果收益雙位數

2026財年：

- ✓ 豐富產品矩陣，拓寬消費人群：推出糯米類高端米果系列新品
- ✓ 延伸銷售渠道：打造喜鋪、寺廟、交通景區等定制化產品
- ✓ 多元化營銷推廣增進消費群體粘性

休閒食品類

休閒食品類收益 ↑10.4%

得益於各小類均衡成長

得益於零食量販和新興渠道的高速增長

✓ 冰品小類 ↑高個位數

✓ 果凍、豆類、膨化類 ↑雙位數

✓ 糖果小類 ↑雙位數，收益創新高

✓ 得益於新品增效及多元營銷活動，融合體育、遊戲IP有效觸及年輕群體

✓ 渠道擴增，深化婚慶市場，讓家有喜事場景與糖果深度結合

新品

✓ 新品在各渠道佔比都有雙位數

✓ 新品在三大類佔比均有雙位數

✓ 近五年新品收益佔集團收益達中雙位數佔比逐年提升

✓ 得益於組織改組後，強化了產品在消費渠道人群的定位

✓ 創新研發能力主力推出特色新品

✓ 多元營銷，有效連接細分品牌和目標客群

多元渠道發展

傳統渠道&現代渠道 ↓高個位數

- ✓ 受累於渠道裂變及購物習慣轉移的影響
- ✓ 透過資源精準投放，提升單店產出效率
- ✓ 強化渠道矩陣發展
- ✓ 積極開發多元化渠道

新興渠道 ↑雙位數

- ✓ 新興渠道收益佔集團總收益低雙位數
- ✓ 內容電商、社交電商、直播電商高速增長
- ✓ 即時零售高速增長
- ✓ OEM高速增長

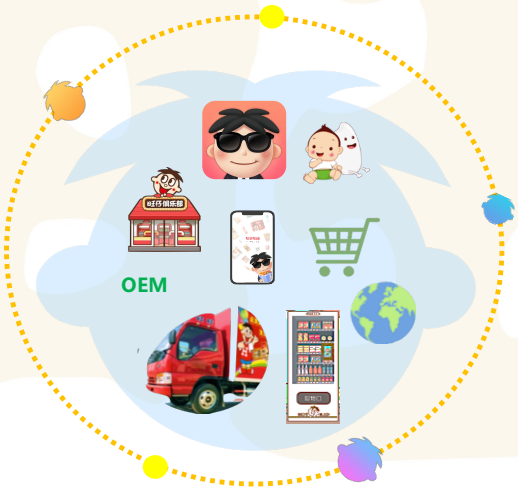
海外渠道 ↑低個位數

- ✓ 佔集團收益高個位數
- ✓ 亞太區域增長強勁
- ✓ 越南工廠生產能力助力深化海外市場佈局

- ✓ 零食量販收益已佔集團總收益中雙位數
- ✓ 合作SKU400+
- ✓ 三大類產品均在零食量販取得高速增長

展望

- ✓ 渠道多元化持續成為業績的穩定支撐
- ✓ 品牌營銷多元化組合滿足不同年齡的消費者需求



- ✓ 優化內外部組織架構，積極開發具數字化運營能力的客戶，激活傳統渠道活力
- ✓ 透由事業部成立，持續推進產品、行銷、渠道優化，提升策略精準度，強化核心競爭力

問與答

聯繫我們:

investor@want-want.com