

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 2025 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 2025 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，2025 年 6 月 24 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；非執行董事為禎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琮女士。



中國旺旺

控股有限公司
WANT WANT CHINA
Holdings Limited

截至2025年3月31日
止年度業績

2025年06月24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2024年4月1日至2025年3月31日（簡稱「FY24」），相關比較資料則涵蓋2023年4月1日至2024年3月31日（簡稱「FY23」）。

提醒讀者閱讀本演示資料時，應與本公司於2025年6月24日刊發的截至2025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

	FY23	FY24	YOY
收益	23,586	23,511	↓ 0.3%
毛利率	46.6%	47.6%	↑ 100bps
營運利潤	5,610	5,837	↑ 4.1%
融資成本-淨額	205	98	↓ 52.2%
本公司權益持有人應佔利潤	3,990	4,336	↑ 8.6%

- ✓ 受累於冰品、禮包
因天氣及市場環境影響造成的衰退
- ✓ 乳品及飲料類 ↑ 低個位數
- ✓ 新興渠道與海外市場 ↑ 雙位數
- ✓ 主要原物料及包裝材料成本 ↓
- ✓ 主系海外人民幣借款利息費用 ↓

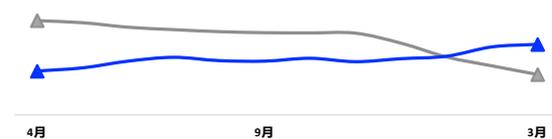
毛利率影響因素分析



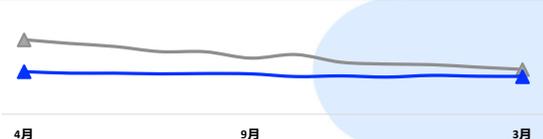
毛利率上升主系原物料及包裝材料成本 ↓



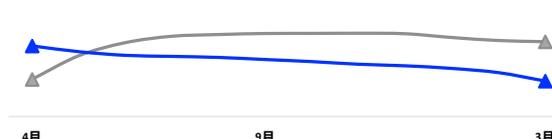
進口全脂奶粉 ↓ 高個位數 單位：人民幣



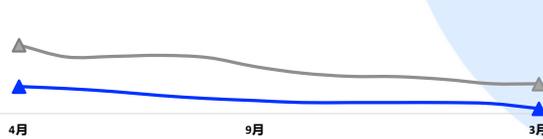
鐵皮 ↓ 高個位數 單位：人民幣



白砂糖 ↓ 中個位數 單位：人民幣



原紙 ↓ 高個位數 單位：人民幣



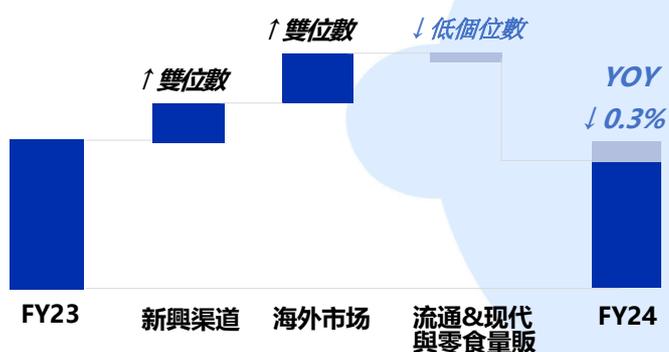
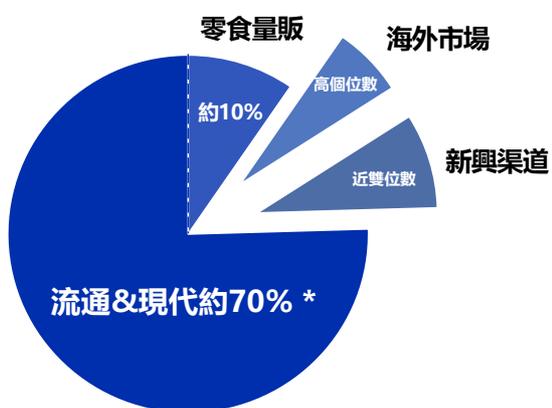
FY24 ▲

FY23 ▲

渠道多元化：海外市場和新興渠道成為重要增長引擎



渠道收益分佈及佔比



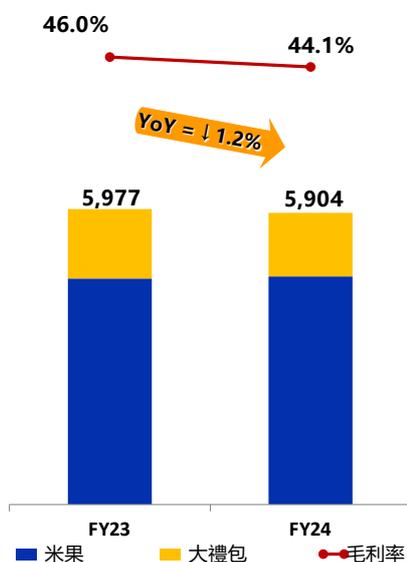
* 不包含零食量販

米果類



✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬



✓ 米果收益 (剔除大禮包)

- 得益於品牌競爭策略奏效
- 得益於海外市場推進



✓ 大禮包收益

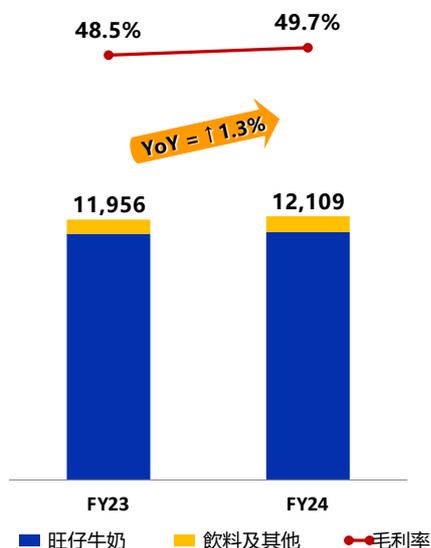




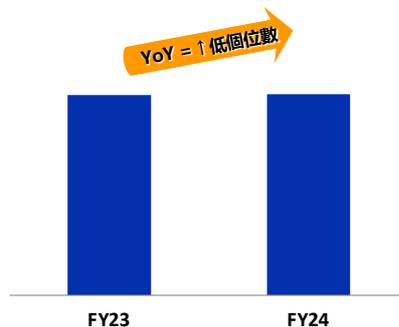
乳品及飲料類

✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬

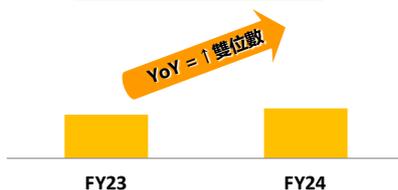


✓ 旺仔牛奶收益



• O泡果奶收益 ↑ 雙位數

✓ 飲料及其他收益

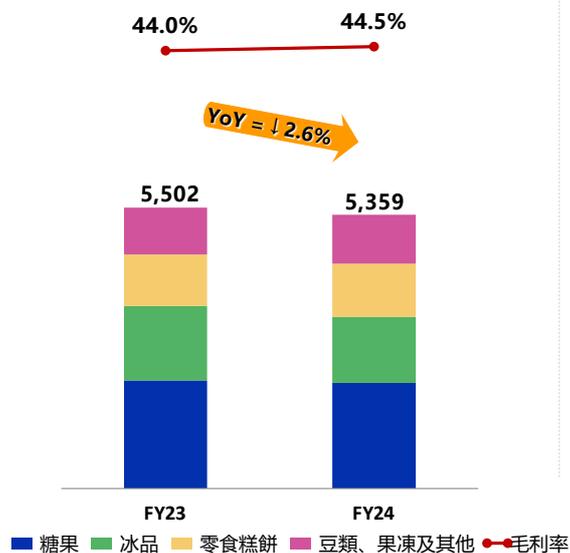


7

休閒食品類

✓ 收益分類和毛利率

單位：人民幣百萬



• 海外市場保持快速增長勢頭



• 浪味仙、泡芙、黑白配創新高

✓ 冰品收益



✓ 冰品下半年收益

• 得益於組織及策略調整，下半年收益顯著修復



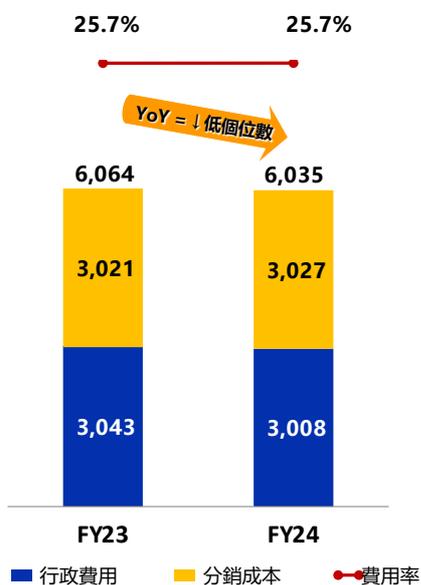
8



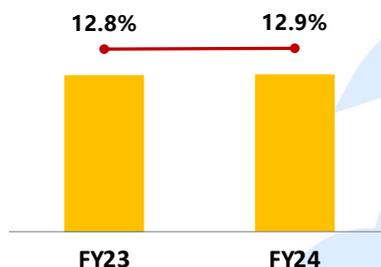
營業費用

✓ 營業費用分類

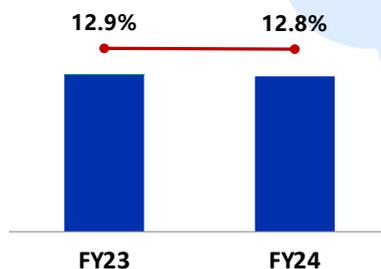
單位：人民幣百萬



✓ 分銷成本及佔收益百分點



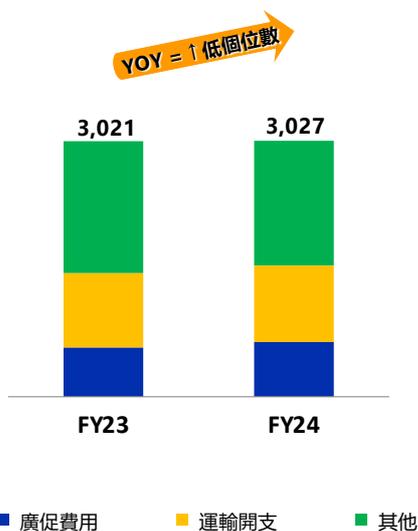
✓ 行政費用及佔收益百分點



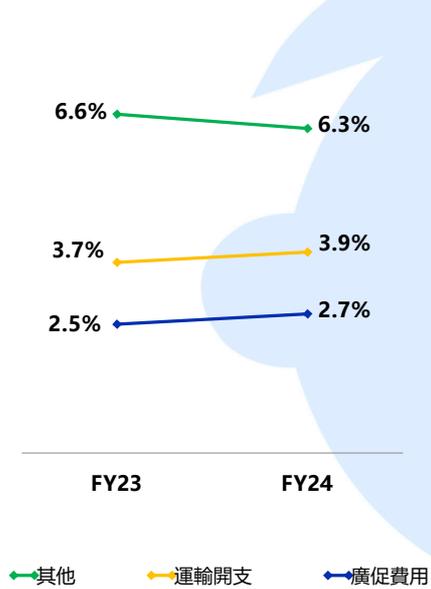
分銷成本

✓ 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)

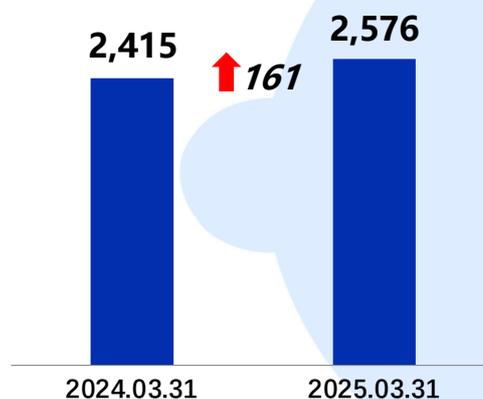
項目	2024.03.31	2025.03.31
存貨	81	74 *
貿易應收款	13	13
貿易應付款	(29)	(28)
現金循環週期	65	59

↓ 6天

* 存貨週轉天數較2023財年減少7天, 主系供應鏈及營運資本效率的提升

✓ 存貨金額

單位: 人民幣百萬



11

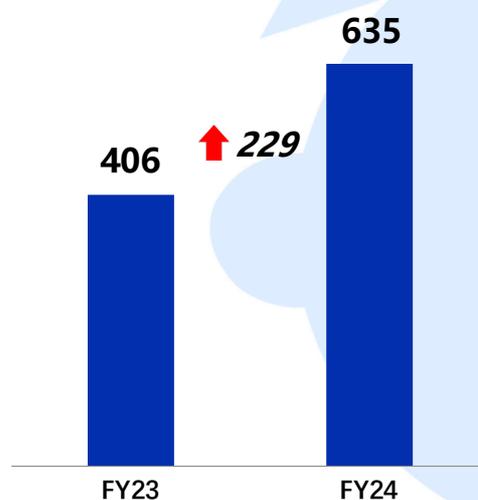
現金與借款

單位: 人民幣百萬

項目	2024.03.31	2025.03.31	YOY
現金及銀行存款 + 長期銀行存款	16,006	15,438	↓ 568
- 借款總額	5,351	4,155	↓ 1,196
人民幣借款	5,092	3,996	↓ 1,096
佔比	95%	96%	
美元借款	123	-	123
佔比	2%	0%	
淨現金	10,655	11,283	↑ 628

資本開支

單位: 人民幣百萬



12

FY24 股息 + 股份回購



單位：百萬美元

	FY23	FY24	YOY
末期股息	390	241 (擬派)	
股份回購	41	5	
股息+股份回購合計	431 (約30.80億人民幣)	246 (約17.75億人民幣)	↓ 43%

13



中國旺旺

控股有限公司

WANT WANT CHINA
Holdings Limited

營運概述

FY24



乳品及飲料類



乳品及飲料類收益 ↑ 1.3%

渠道多元化滲透拉動

內容電商、OEM 高速增长

與零食量販深度合作

多款新品 ↑ 產品矩陣發展

創意主題營銷助力收益增長

旺仔牛奶「56民族罐」返場，激發消費者收藏願望



配合奧運推出「運動版旺仔」，廣受消費者好評



米果類



米果類收益 ↓ 1.2%

大禮包：受春節期間消費疲軟影響致收益 ↓ 高個位數

米果（剔除大禮包）收益上升 ↑ 低個位數，銷量 ↑ 中個位數

海外市場、內容電商 米果 ↑ 雙位數

糯米、健康穀物系列新品滿足消費者個性需求





休閒食品類



休閒食品類收益 ↓ 2.6%

- 1H冰品收益因天氣及銷售節奏原因衰退
- 2H因業務組織調整與終端精耕，取得恢復性增長



掃碼100%中獎活動激發消費者熱情



黑白配、浪味仙、泡芙，收益 **創新高**
海外市場糖果類產品及其他休閒零食均顯著增長



集團推出三大系列新品：冰爆力、鏗鏘冰、果茶冰

多元渠道發展



現代渠道 渠道裂變多樣化致來客量 ↓

- ✓ 渠道裂變多樣、消費轉移
- ✓ 精準投放資源，↑ 客流與轉化購買



傳統渠道 與零食量販深度合作

- ✓ 多元營銷模式使零食量販高速增長
- ✓ 零食量販收益在集團佔比約10%
- ✓ 有效彌補消費習慣遷移造成傳統零售流失



新興渠道 ↑ 雙位數

- ✓ 短視頻及多品牌矩陣 ↑ 內容電商 高速增長
- ✓ 生產線多樣與研發優勢 ↑ OEM 高速增長
- ✓ 拓展特殊渠道作為銷售點擴張



海外市場 ↑ 雙位數

- ✓ 三大類收益均實現增長
- ✓ 近三年複合增長
- ✓ 因地制宜開發個性化新產品
- ✓ 開拓主流市場、發展OEM代工



聯繫我們：

investor@want-want.com