[即时发布]

日清食品有限公司
NISSIN FOODS COMPANY LIMITED

(于香港注册成立的有限公司)

股份代号：1475

日清食品公布 2022 年全年业绩
坚持高端化策略推动业务增长

收入增加 4.1%至 4,025.0 百万港元
纯利增加 4.2%至 316.5 百万港元

财务摘要	截至 12 月 31 日止年度		
	2022 年	2021 年	变化
收入（百万港元）	**4,025.0**	3,866.3	+4.1%
毛利（百万港元）	**1,294.6**	1,227.3	+5.5%
纯利（百万港元）	**316.5**	303.8	+4.2%
每股基本盈利（港仙）	**30.32**	28.74	+5.5%
每股股息（港仙）	**15.16**	14.56	+4.1%

摘要

- 年内收入上升的主要原因为高档方便面全年销量录得自然增长。
- 财务状况稳健，董事会建议派付末期股息每股 15.16 港仙。
- 收购珠海市金海岸永南食品有限公司（「珠海永南」）之剩余29.55%股权，使集团可更灵活地部署位于中国内地的产能，以应对市场需求及不断变化的营商环境，进而提高整体收入及盈利能力。

(2023年3月27日，香港讯) **日清食品有限公司**（「日清食品」或「公司」，连同其附属公司统称「集团」；股份代号：1475）今天公布截至2022年12月31日止年度之全年业绩。

集团收入由2021年同期的3,866.3百万港元按年增加4.1%至4,025.0百万港元。公司拥有人应占溢利按年增加4.2%至316.5百万港元（2021年：303.8百万港元），相当于纯利率7.9%（2021年: 7.9%）。集团的每股基本盈利增加5.5%至30.32港仙（2021年：28.74港仙）。

董事会建议派付末期股息每股15.16港仙（2021年：14.56港仙），派息率为50.0%（2021年：50.7%）。

<u>香港业务</u>

来自香港业务的收入按年增加7.4%至1,575.2百万港元（2021年：1,466.2百万港元），主要由于实行价格调整及高档袋装方便面的销量增长，惟部分收入被分销业务下降所抵销。就分部业绩而言，香港业务录得收入120.0百万港元（2021年：123.5百万港元），主要由于全年物流和仓储成本持续上升所致。来自香港业务的收入占集团总收入39.1（2021年：37.9%）。

由于上半年原材料价格飙升，集团分两个阶段调整产品出厂价格，此举有助缓解因生产成本及原材料成本攀升而面临的压力。而在方便面业务方面，旗舰品牌「合味道」及「出前一丁」在品质升级后广受消费者欢迎，产品销量亦有所增长。为丰富其方便面组合，日清食品旗下的「拉王」、「日清U.F.O.」、「福」及「公仔」品牌亦推出了不同新口味。此外，秉承创新创意的宗旨，集团推出了适用于「合味道」标准装的全新W形杯盖设计，让杯盖与杯身有更佳的连接，更加方便消费者食用。另外，2022年7月，日清食品在香港于微信小程序推出了「日清食品体验馆」会员计划，有助集团保留现有客户、促进产品销售及加深了解消费者的喜好。

非面类业务方面，集团的冷冻食品业务于激烈的竞争中实现可观增长。「KAGOME」业务及谷物麦片于东南亚新兴市场获得市场积极反馈，尤其是谷物麦片，其在台湾及新加坡的销量于年内录得大幅增长。另外，鲜切蔬菜业务的需求在2022年期间亦呈上升趋势。

<u>中国内地业务</u>

中国内地业务收入由2021年的2,400.2百万港元按年增加2.1%（按当地汇率：6.2%）至2022年的2,499.8百万港元，主要受惠于地域扩张及杯装方便面销量增加，但部分收入被分销业务下降所抵销。分部业绩按年微升4.8%至313.5百万港元（2021年：299.1百万港元），主要受惠于方便面业务的稳定表现，惟部份被人民币外汇汇率的负面影响所抵销。来自中国内地业务的收入占集团总收入60.9%（2021年：62.1%）。

年内，日清食品继续于中国内地实行地域业务扩张策略，在中国西部及北部地区开拓了一些新市场，而方便面业务亦于复杂的营商环境中保持销量增长。另外，集团再次与一部日本动画合作推出「合味道」限量版联乘包装。同时，香港制造「出前一丁」品牌的新单品亦于中国内地上市，为消费者提供更多优质选择。此外，日清食品亦于中国内地推出适用于「合味道」标准装的全新W形杯盖设计，以及在微信平台推出「日清食品体验馆」小程序。在中国内地，「日清食品体验馆」更是一个电子商务平台。

集团于2022年11月收购珠海永南之剩余29.55%股权，令集团得以巩固其控股权。收购事项让集团更灵活地部署位于中国内地的产能，以应对市场需求及不断变化的营商环境，进而提高整体收入及盈利能力。

尽管集团于上海的合营分销业务表现于年内无可避免地受封城影响，集团亦把握疫情席卷所产生的机遇，并扩大产品类别以涵盖冷冻及冷藏食品，以及通过其上海合营公司的分销网络及地区销售渠道推广冷冻意粉及拉面，从而令冷冻食品的销量大幅提升。此外，受惠于中国内地消费者的健康意识不断提高，使「KAGOME」 蔬菜及果汁以及谷物麦片产品销售取得更强劲的增长动力。

<u>未来展望</u>

集团对各地区的长期业务发展持审慎乐观的态度，并将继续探索在此竞争激烈的环境下能有效减轻成本压力之策略。随着中国内地的人均消费增加，城乡居民人均收入差距缩小，消费者的消费持续增长。有见及此，集团亦计划随防疫措施解除及消费者的流动性恢复后，在零售店及交通枢纽等人流密集地点扩大与消费者的联系。此外，集团亦将继续扩展其业务版图、渗透其他地区市场，同时开拓更多销售渠道。放眼香港市场，集团冀望香港与内地通关后旅游业将会复苏，有助重振本地经济，从而进一步提升消费者的购买力及消费意愿。

此外，为进一步巩固整体竞争力，集团一直积极于厂房推行自动化、机器人及智能技术以实现数字化，旨在提高营运效率和生产力，以及提升产品质量及客户体验。

日清食品执行董事、董事长兼首席执行官安藤清隆先生表示：「三年疫情充满挑战，亦使集团的业务经历了严峻的考验，惟凭着我们的迅速应对一一迎刃而解，并汲取到宝贵的经验，足证集团所实施的灵活营运、灵活管理的策略正确及极具韧性。

踏入2023年，随着防疫措施解除，经济有望明显反弹。凭借我们在中国内地及香港的坚实业务基础，以及长久以来所建立的丰富及多元化的产品组合，日清食品将坚持高端化策略，以优质食品为顾客带来满足和享受的体验，同时实现集团持续及长期增长。」

- 完 -

有关日清食品有限公司

日清食品有限公司（「集团」；股份编号：1475）为一间在中国内地及香港知名的食品公司，旗下众多品牌不仅知名度高，且广受顾客喜爱，并为香港最大的方便面公司。集团于 1984 年正式于香港设立营业据点。集团主要生产及销售两个核心企业品牌「日清」及「公仔」，以及多元化的家庭食品品牌组合，出品具标志性和优质的方便面、冷冻食品及其他食品。集团五个旗舰品牌「合味道」、「出前一丁」、「公仔面」、「公仔点心」及「福」在香港亦是其各自食品类别中最受欢迎的选择。中国内地市场方面，集团以创新技术推出「ECO 杯」概念，销售活动主要集中在中国内地的一线及二线城市。

日清食品被纳入 8 项恒生指数，包括恒生综合指数、恒生消费品制造及服务业指数、恒生港股通指数、恒生港股通中小型股指数、恒生港股通小型股指数、恒生港股通中国内地公司指数、恒生港股通非 AH 股公司指数及恒生小型股（可投资）指数。日清食品现可通过沪港通及深港通下港股通进行交易。详情请浏览 www.nissingroup.com.hk。

新闻垂询：
日清食品有限公司
公共关系部
王惠芳 / 谭美虹
电邮: pr@nissinfoods.com.hk

投资者垂询：
日清食品有限公司
投资者关系部
山崎 真护 / 殷惠芬
电邮: ir@nissinfoods.com.hk

纵横财经公关顾问有限公司
李惠儿 电话: （852）2864 4834
方雅洁 电话: （852）2114 4987
萧晓晴 电话: （852）2864 4861
sprg_nissin@sprg.com.hk