



(於香港註冊成立的有限公司)

股份代號：1475

日清食品公布 2022 年全年業績 堅持高端化策略推動業務增長

收入增加 4.1% 至 4,025.0 百萬港元
純利增加 4.2% 至 316.5 百萬港元

財務摘要	截至 12 月 31 日止年度		
	2022 年	2021 年	變化
收入（百萬港元）	4,025.0	3,866.3	+4.1%
毛利（百萬港元）	1,294.6	1,227.3	+5.5%
純利（百萬港元）	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

- ◆ 年內收入上升的主要原因為高檔即食麵全年銷量錄得自然增長。
- ◆ 財務狀況穩健，董事會建議派付末期股息每股 15.16 港仙。
- ◆ 收購珠海市金海岸永南食品有限公司（「珠海永南」）之剩餘 29.55% 股權，使集團可更靈活地部署位於中國內地的產能，以應對市場需求及不斷變化的營商環境，進而提高整體收入及盈利能力。

(2023年3月27日，香港訊) 日清食品有限公司（「日清食品」或「公司」，連同其附屬公司統稱「集團」；股份代號：1475）今天公布截至2022年12月31日止年度之全年業績。

集團收入由2021年同期的3,866.3百萬港元按年增加4.1%至4,025.0百萬港元。公司擁有人應佔溢利按年增加4.2%至316.5百萬港元（2021年：303.8百萬港元），相當於純利率7.9%（2021年：7.9%）。集團的每股基本盈利增加5.5%至30.32港仙（2021年：28.74港仙）。

董事會建議派付末期股息每股15.16港仙（2021年：14.56港仙），派息率為50.0%（2021年：50.7%）。

香港業務

來自香港業務的收入按年增加7.4%至1,575.2百萬港元（2021年：1,466.2百萬港元），主要由於實行價格調整及高檔袋裝即食麵的銷量增長，惟部分收入被分銷業務下降所抵銷。就分部業績而言，香港業務錄得收入120.0百萬港元（2021年：123.5百萬港元），主要由於全年物流和倉儲成本持續上升所致。來自香港業務的收入佔集團總收入39.1（2021年：37.9%）。

由於上半年原材料價格飆升，集團分兩個階段調整產品出廠價格，此舉有助緩解因生產成本及原材料成本攀升而面臨的壓力。而在即食麵業務方面，旗艦品牌「合味道」及「出前一丁」在品質升級後廣受消費者歡迎，產品銷量亦有所增長。為豐富其即食麵組合，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，秉承創新創意的宗旨，集團推出了適用於「合味道」標準裝的全新W形杯蓋設計，讓杯蓋與杯身有更佳的連接，更加方便消費者食用。另外，2022年7月，日清食品在香港於微信小程序推出了「日清食品體驗館」會員計劃，有助集團保留現有客戶、促進產品銷售及加深了解消費者的喜好。

非麵類業務方面，集團的冷凍食品業務於激烈的競爭中實現可觀增長。「KAGOME」業務及穀物麥片於東南亞新興市場獲得市場積極反饋，尤其是穀物麥片，其在台灣及新加坡的銷量於年內錄得大幅增長。另外，鮮切蔬菜業務的需求在2022年期間亦呈上升趨勢。

中國內地業務

中國內地業務收入由2021年的2,400.2百萬港元按年增加2.1%(按當地匯率:6.2%)至2022年的2,499.8百萬港元，主要受惠於地域擴張及杯裝即食麵銷量增加，但部分收入被分銷業務下降所抵銷。分部業績按年微升4.8%至313.5百萬港元(2021年:299.1百萬港元)，主要受惠於即食麵業務的穩定表現，惟部份被人民幣外匯匯率的負面影響所抵銷。來自中國內地業務的收入佔集團總收入60.9%(2021年:62.1%)。

年內，日清食品繼續於中國內地實行地域業務擴張策略，在中國西部及北部地區開拓了一些新市場，而即食麵業務亦於複雜的營商環境中保持銷量增長。另外，集團再次與一部日本動畫合作推出「合味道」限量版聯乘包裝。同時，香港製造「出前一丁」品牌的新單品亦於中國內地上市，為消費者提供更多優質選擇。此外，日清食品亦於中國內地推出適用於「合味道」標準裝的全新W形杯蓋設計，以及在微信平臺推出「日清食品體驗館」小程序。在中國內地，「日清食品體驗館」更是一個電子商務平台。

集團於2022年11月收購珠海永南之剩餘29.55%股權，令集團得以鞏固其控股權。收購事項讓集團更靈活地部署位於中國內地的產能，以應對市場需求及不斷變化的營商環境，進而提高整體收入及盈利能力。

儘管集團於上海的合營分銷業務表現於年內無可避免地受封城影響，集團亦把握疫情席捲所產生的機遇，並擴大產品類別以涵蓋冷凍及冷藏食品，以及通過其上海合營公司的分銷網絡及地區銷售渠道推廣冷凍意粉及拉麵，從而令冷凍食品的銷量大幅提升。此外，受惠於中國內地消費者的健康意識不斷提高，使「KAGOME」蔬菜及果汁以及穀物麥片產品銷售取得更強勁的增長動力。

未來展望

集團對各地區的長期業務發展持審慎樂觀的態度，並將繼續探索在此競爭激烈的環境下能有效減輕成本壓力之策略。隨著中國內地的人均消費增加，城鄉居民人均收入差距縮小，消費者的消費持續增長。有見及此，集團亦計劃隨防疫措施解除及消費者的流動性恢復後，在零售店及交通樞紐等人流密集地點擴大與消費者的聯繫。此外，集團亦將繼續擴展其業務版圖、滲透其他地區市場，同時開拓更多銷售渠道。放眼香港市場，集團冀望香港與內地通關後旅遊業將會復甦，有助重振本地經濟，從而進一步提升消費者的購買力及消費意願。

此外，為進一步鞏固整體競爭力，集團一直積極於廠房推行自動化、機器人及智能技術以實現數字化，旨在提高營運效率和生產力，以及提升產品質量及客戶體驗。

日清食品執行董事、董事長兼首席執行官安藤清隆先生表示：「三年疫情充滿挑戰，亦使集團的業務經歷了嚴峻的考驗，惟憑著我們的迅速應對一一迎刃而解，並汲取到寶貴的經驗，足證集團所實施的靈活營運、靈活管理的策略正確及極具韌性。」

踏入2023年，隨著防疫措施解除，經濟有望明顯反彈。憑藉我們在中國內地及香港的堅實業務基礎，以及長久以來所建立的豐富及多元化的產品組合，日清食品將堅持高端化策略，以優質食品為顧客帶來滿足和享受的體驗，同時實現集團持續及長期增長。」

- 完 -

有關日清食品有限公司

日清食品有限公司（「集團」；股份編號：1475）為一間在中國內地及香港知名的食品公司，旗下眾多品牌不僅知名度高，且廣受顧客喜愛，並為香港最大的即食麵公司。集團於 1984 年正式於香港設立營業據點。集團主要生產及銷售兩個核心企業品牌「日清」及「公仔」，以及多元化的家庭食品品牌組合，出品具標誌性和優質的即食麵、冷凍食品及其他食品。集團五個旗艦品牌「合味道」、「出前一丁」、「公仔麵」、「公仔點心」及「福」在香港亦是其各自食品類別中最受歡迎的選擇。中國內地市場方面，集團以創新技術推出「ECO 杯」概念，銷售活動主要集中在中國內地的一線及二線城市。

日清食品被納入 8 項恒生指數，包括恒生綜合指數、恒生消費品製造及服務業指數、恒生港股通指數、恒生港股通中小型股指數、恒生港股通小型股指數、恒生港股通中國內地公司指數、恒生港股通非 AH 股公司指數及恒生小型股（可投資）指數。日清食品現可通過滬港通及深港通下港股通進行交易。詳情請瀏覽 www.nissingroup.com.hk。

新聞垂詢：

日清食品有限公司

公共關係部

王惠芳 / 譚美虹

電郵: pr@nissinfoods.com.hk

投資者垂詢：

日清食品有限公司

投資者關係部

山崎 真護 / 殷惠芬

電郵: ir@nissinfoods.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司

李惠兒

電話: (852) 2864 4834

方雅洁

電話: (852) 2114 4987

蕭曉晴

電話: (852) 2864 4861

sprg_nissin@sprg.com.hk