

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的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



WH Group Limited
萬洲國際有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：288)

截至二零二二年三月三十一日止三個月
未經審核綜合季度業績

萬洲國際有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二二年三月三十一日止三個月(「二零二二年三個月」或「本期間」)未經審核的綜合業績。本公司自願發出本公告，以加強良好企業管治，並進一步提升本公司的透明度和問責性。

摘要

	二零二二年 三個月		二零二一年 三個月	
主要營運數據				
肉製品銷量(千公噸)		828		838
豬肉銷量(千公噸)		1,033		1,012
	二零二二年三個月		二零二一年三個月	
	生物公允價值 調整前的業績	生物公允價值 調整後的業績	生物公允價值 調整前的業績	生物公允價值 調整後的業績
	百萬美元		百萬美元	
	(另有說明除外)		(另有說明除外)	
主要財務數據				
收入	6,555	6,555	6,610	6,610
息稅折舊及攤銷前利潤	848	1,083	672	958
經營利潤	642	642	501	501
本公司擁有人應佔利潤	395	579	293	511
每股基本盈利(美仙)	3.08	4.51	1.99	3.47
			於二零二二年 三月三十一日	於二零二一年 十二月三十一日
			百萬美元	百萬美元
總資產			20,855	19,411
本公司擁有人應佔權益			9,306	8,748

- 肉製品銷量下跌1.2%，豬肉銷量上升2.1%。
- 收入下跌0.8%；經營利潤上升28.1%。
- 本公司擁有人應佔利潤(生物公允價值調整前)上升34.8%。
- 每股基本盈利(生物公允價值調整前)上升54.8%。

行業概覽

作為全球最大的豬肉企業，我們的業務與各經營所在地的生豬行業緊密相關。供需情況決定生豬和豬肉價格的變動，從而影響我們的投入（成本）和產出（銷售）。在本期間內，由於生豬供應持續復甦，中華人民共和國（「中國」）平均生豬價格為每公斤（「公斤」）人民幣14.02元（相等於約2.17美元），較截至二零二一年三月三十一日止三個月（「二零二一年三個月」或「比較期間」）的平均生豬價格下跌56.1%。至於美利堅合眾國（「美國」），由於供應偏緊、需求旺盛以及通脹壓力，驅動本期間內的平均生豬價格及豬肉價值分別上升15.3%至每公斤1.51美元及10.6%至每公斤2.22美元。至於歐洲，歐盟成員國的平均白條價格於本期間內為每公斤1.50歐元（相等於約1.68美元），較比較期間上升5.2%，原因是投入成本高企及出口低迷，促使養殖戶縮減供應。

經營業績

	肉製品 ⁽¹⁾	豬肉 ⁽²⁾	其他 ⁽³⁾	總計
	百萬美元			
二零二二年三個月				
收入				
中國	1,061	939	200	2,200
美國及墨西哥 ⁽⁴⁾	2,233	1,479	16	3,728
歐洲	287	212	128	627
	<u>3,581</u>	<u>2,630</u>	<u>344</u>	<u>6,555</u>
經營利潤／（虧損）				
中國	276	21	6	303
美國及墨西哥 ⁽⁴⁾	302	50	(11)	341
歐洲	18	(26)	6	(2)
	<u>596</u>	<u>45</u>	<u>1</u>	<u>642</u>

	肉製品 ⁽¹⁾	豬肉 ⁽²⁾	其他 ⁽³⁾	總計
--	--------------------	-------------------	-------------------	----

百萬美元

二零二一年三個月

收入

中國	1,092	1,523	231	2,846
美國	1,916	1,251	6	3,173
歐洲	231	266	94	591
	<u>3,239</u>	<u>3,040</u>	<u>331</u>	<u>6,610</u>

經營利潤／(虧損)

中國	220	50	21	291
美國	194	7	(20)	181
歐洲	28	5	(4)	29
	<u>442</u>	<u>62</u>	<u>(3)</u>	<u>501</u>

附註：

- (1) 肉製品指生產、批發及零售包裝肉製產品。
- (2) 豬肉指生豬養殖、生豬屠宰，以至批發及零售生鮮和冷凍豬肉。
- (3) 其他指配套業務，並包括本部開支。
- (4) 墨西哥的收入及經營利潤因一家合營企業的持股權於二零二一年七月有所增加而納入本期間之合併範圍(比較期間：不適用)。

肉製品

於本期間內，肉製品的銷量為82.8萬公噸，較比較期間下跌1.2%。於中國，銷量下跌2.5%的主要原因是低原料成本環境下，大眾產品的競爭加劇，加上疫情防控措施影響市場運作。於美國，由於本期間及比較期間的復活節時點存在差異，銷量下跌3.5%。歐洲的銷量上升20.7%，乃因自然增長及整合一項新收購業務所致。由於美國及歐洲的增長超過中國的下跌，本期間的肉製品收入增加10.6%。除收入上升以外，經營利潤亦提升34.8%。於中國，肉類價格保持低位，致使我們受惠於有利的原材料成本，經營利潤較比較期間上升25.5%。於美國，儘管成本及開支上漲，在強勁消費的支持下，經營利潤大幅上升55.7%。於歐洲，我們受原材料及燃動力成本飆升的負面影響，經營利潤則下跌35.7%。

豬肉

於本期間內，豬肉銷量上升2.1%至103.3萬公噸。於中國，由於屠宰量增加但進口量下跌，銷量上升6.6%。於美國及墨西哥，銷量上升4.8%，此乃由於我們於本期間合併在墨西哥的業務。於歐洲，我們基於市場行情重新平衡產出，故銷量下跌18.9%。於本期間，主要因為中國的豬肉價格大幅下調，收入與比較期間相比下跌13.5%。豬肉總經營利潤亦下跌27.4%。於中國，銷售進口豬肉的貢獻降低，致使經營利潤下跌58.0%。於歐洲，我們產生經營虧損2,600萬美元(比較期間：經營利潤500萬美元)。利潤下跌主要是由於大宗商品和能源價格上漲導致生產成本高昂以及需求疲弱所致。反之而言，美國及墨西哥的經營利潤於本期間則較比較期間高出六倍。此乃主要由於美國生豬及豬肉價格的上升，超過了飼料成本的增加，以及其他成本和開支的普遍性通脹所致。而美國產品組合及加工程度的改善亦提升了我們的盈利能力。

前景

作為全球領先的豬肉企業，本公司擁有垂直一體化的產業鏈，業務遍及廣泛的地域。我們亦是以品牌肉製品為核心業務的消費品公司。二零二二年，我們預期非洲豬瘟及新冠病毒對本集團所產生的負面影響將會逐步減弱，惟全面的通貨膨脹壓力會帶來新的挑戰。因此，除了保障我們的員工及動物免遭疫情影響，我們將繼續完善我們的一體化產業鏈以應對大宗商品價格飛漲；提高智能化、自動化及信息化程度以改善生產效率和增加成本效益；擴大經營地域及引入蛋白多樣化以加速增長；調整我們的產品組合以最大程度提升附加值；並促進營銷創新以擴大銷售規模。我們相信，我們的努力將為消費者提供優質產品，始終保持我們的行業領導地位，並為公司的股東和僱員，以及社區創造價值。

審閱財務資料

本集團截至二零二二年三月三十一日止三個月的財務資料並未經審核，惟已經由董事會審核委員會審閱。

承董事會命
萬洲國際有限公司
主席
萬隆

香港，二零二二年四月二十六日

於本公告日期，執行董事為萬隆先生、郭麗軍先生、萬宏偉先生、*Charles Shane SMITH*先生及馬相傑先生；非執行董事為焦樹閣先生；及獨立非執行董事為黃明先生、李港衛先生及劉展天先生。