

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)

截至二零二二年九月三十日止九個月 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(「本集團」)截至二零二二年九月三十日止九個月(「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

主要營運數據(千公噸)	截至九月三十日止九個月	
	二零二二年	二零二一年
肉製品銷量	2,433	2,432
豬肉銷量	2,983	3,207

主要財務數據(百萬美元，另有說明除外)	截至九月三十日止九個月			
	二零二二年		二零二一年	
	生物公允 價值調整前	生物公允 價值調整後	生物公允 價值調整前	生物公允 價值調整後
收入	20,407	20,407	20,064	20,064
息稅折舊及攤銷前利潤	2,134	2,016	1,817	1,902
經營利潤	1,645	1,645	1,314	1,314
本公司擁有人應佔利潤	914	834	785	848
每股基本盈利(美分)	7.12	6.50	5.39	5.82

	於二零二二年 九月三十日	於二零二一年 十二月三十一日
總資產	19,824	19,411
本公司擁有人應佔權益	8,755	8,748

- 肉製品銷量持平；豬肉銷量下跌7.0%
- 收入上升1.7%；經營利潤上升25.2%
- 本公司擁有人應佔利潤(生物公允價值調整前)上升16.4%
- 每股基本盈利(生物公允價值調整前)上升32.1%

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情緊密相關。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）。於本期間，由於商品豬供應增加，中華人民共和國（「中國」）平均生豬價格為每公斤（「公斤」）人民幣17.24元（相等於約2.60美元），較截至二零二一年九月三十日止九個月（「比較期間」）的平均生豬價格下跌22.5%。於美利堅合眾國（「美國」），本期間的平均生豬價格上升3.8%至每公斤1.70美元，驅動因素是商品豬供應收緊及生產成本上升。於歐洲，歐盟成員國的平均白條價格於本期間上升18.3%至每公斤1.81歐元（相等於約1.92美元），此乃由於通脹壓力持續存在，加上商品豬供應縮減所致。

經營業績

	截至二零二二年九月三十日止九個月			
	肉製品 ⁽¹⁾	豬肉 ⁽²⁾	其他 ⁽³⁾	總計
	百萬美元			
收入				
中國	3,054	3,064	723	6,841
美國及墨西哥	6,623	4,808	63	11,494
歐洲	948	693	431	2,072
	<u>10,625</u>	<u>8,565</u>	<u>1,217</u>	<u>20,407</u>
經營利潤／（虧損）				
中國	712	59	4	775
美國及墨西哥	745	85	(47)	783
歐洲	74	(18)	31	87
	<u>1,531</u>	<u>126</u>	<u>(12)</u>	<u>1,645</u>

截至二零二一年九月三十日止九個月
肉製品⁽¹⁾ 豬肉⁽²⁾ 其他⁽³⁾ 總計
百萬美元

收入

中國	3,217	4,047	727	7,991
美國及墨西哥	5,948	4,115	69	10,132
歐洲	798	812	331	1,941
	<u>9,963</u>	<u>8,974</u>	<u>1,127</u>	<u>20,064</u>

經營利潤／(虧損)

中國	663	(55)	73	681
美國及墨西哥	524	23	(19)	528
歐洲	83	13	9	105
	<u>1,270</u>	<u>(19)</u>	<u>63</u>	<u>1,314</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。

肉製品

於本期間，我們肉製品的銷量與比較期間相比持平。於中國，銷量下跌1.5%，主要是由於消費市場放緩，以及疫情防控措施導致供應鏈受影響。於美國，銷量亦下跌1.3%，此乃因為勞動力及供應鏈的挑戰導致零售渠道銷量下降，但餐飲服務渠道自疫情中復甦令銷量增加，彌補了部分跌幅。反之而言，於歐洲的銷量上升12.9%，主要是由於收購所致。收入較比較期間上升6.6%。於中國，由於銷量下跌及貨幣影響不利，收入下降5.1%。於美國，我們在成本上漲的情況下把控價格，故收入上升11.3%。於歐洲，由於銷量及售價上升，收入上升18.8%。除收入上升外，我們的經營利潤亦上升20.6%。於中國，由於主要原材料成本下降，經營利潤上升7.4%，但部分升幅被銷售下跌及其他成本上升所抵銷。於美國，因價格管理得宜，故不僅抵銷了成本的通脹壓力，經營利潤上升42.2%。於歐洲，由於成本上漲及貨幣走弱的影響大於銷售提升，經營利潤下跌10.8%。

豬肉

於本期間，豬肉的銷量下跌7.0%。於中國，銷量下跌15.5%，主要是由於進口產品銷售減少所致。歐洲的銷量亦下跌20.4%，此乃由於商品豬供應收緊導致屠宰量降低。而美國及墨西哥的銷量則上升3.4%，此乃由於我們改善了產品組合及市場通道。本期間的收入下跌4.6%。中國的收入下跌24.3%是因為銷售量及銷售價格均較比較期間為低。歐洲的收入下跌14.7%是因為銷售價格提升僅抵銷了部分銷量減少的影響。反之而言，美國及墨西哥的收入則上升16.8%，此乃由於銷量及產品價值提高。於本期間，我們的經營利潤為1.26億美元（比較期間：經營虧損1,900萬美元）。於中國，轉虧為盈的主要原因是極端行情不再發生。相對於比較期間的急劇向下調整，生豬價格於本期間穩步上揚。於美國及墨西哥，經營利潤亦上升269.6%至8,500萬美元。此乃主要由於有力的定價策略、有利的產品組合及更佳的製造效率，抵銷了通脹的壓力。於歐洲，我們產生經營虧損1,800萬美元（比較期間：經營利潤1,300萬美元），此乃因為本期間的銷售減少，加上原材料及生產成本增加。

處置資產

於二零二二年十月三日，本集團與一名第三方訂立出售協議，以處置若干與開發及生產特製香料、調味料及醬料有關的資產，對價為5.875億美元（可根據出售協議的條款予以調整）（「出售Saratoga」）。出售Saratoga使本集團能夠釋放非核心資產的價值。我們預期出售Saratoga將於年內完成交易，並為本集團帶來處置收益。

展望

在經濟增長放緩、通脹攀升、貨幣政策分歧、地緣政治局勢緊張及全球應對疫情措施各異的環境下，二零二二年首九個月對全球諸多企業而言充滿挑戰。市場普遍認為該等不確定局面將於本年度餘下時間持續。於本期間，我們因受惠於較低的中國主要原材料成本及較好的美國本地消費需求而錄得穩健增長。儘管如此，空前的通脹環境正為我們的利潤空間帶來壓力，市場競爭亦日趨激烈。因此，我們的首要任務是透過正確的定價、理想的產品組合、最佳的成本控制措施及卓越的營運效率實現產品增值。同時，我們亦將增加市場投入，加快產業升級，並推廣蛋白多元發展策略。在各級及各區域管理團隊的共同努力下，本集團將繼續為消費者提供優質產品，保持行業領先地位，為股東、員工及社區創造價值。

審閱財務資料

本集團截至二零二二年九月三十日止九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，二零二二年十月二十五日

於本公告日期，本公司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；本公司非執行董事為焦樹閣先生；及本公司獨立非執行董事為黃明先生、劉展天先生及周暉女士。