

香港聯合交易所有限公司及證券及期貨事務監察委員會對本申請版本的內容概不負責，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申請版本全部或任何部分內容而產生或依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

的申請版本

警告

本申請版本乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向華潤飲料(控股)有限公司(「本公司」)、本公司的聯席保薦人、顧問及包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、本公司的聯席保薦人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行任何發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其任何補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本文件並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《聯交所證券上市規則》作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券並非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國《證券法》(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資訊的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

本申請版本不會向於美國的人士刊發或分發，當中所述證券並無亦不會根據1933年美國《證券法》登記，且在根據1933年美國《證券法》辦理登記手續或取得豁免前不得於美國發售或出售。不會於美國公開發售證券。

本申請版本及當中所載資料均非於美國或任何其他禁止進行有關要約或銷售的司法權區出售或招攬購買任何證券的要約。本申請版本並非於禁止其分發或發送的司法權區編製，亦不會於該地分發或發送。

於本公司招股章程根據香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》送呈香港公司註冊處處長登記前，不會向香港公眾人士提出要約或邀請。倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定。該文件的文本將於發售期內向公眾人士派發。

重要提示

倘閣下對本文件任何內容有任何疑問，應徵詢獨立專業意見。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]項下的[編纂]數量：[編纂]股股份(視乎[編纂]行使與否而定)

[編纂]數量：[編纂]股股份(可予重新分配)

[編纂]數量：[編纂]股股份(可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定)

最高[編纂]：每股股份[編纂]港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%香港聯交所交易費(須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還)

面值：每股股份0.0000005美元

[編纂]：[編纂]

聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]

(按英文字母排序)

BofA SECURITIES 

 中銀國際
BOC INTERNATIONAL

 中信證券

 UBS 瑞銀集團

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表明概不就因本文件全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈香港公司註冊處處長及展示文件」所列文件，已遵照香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[編纂]由[編纂](為其本身及代表[編纂])與我們於[編纂]協議。預期[編纂]為[編纂](香港時間)或前後，惟無論如何不遲於[編纂](香港時間)。<[編纂]將不超過[編纂]港元，且目前預期不低於每股[編纂][編纂]港元。倘[編纂](為其本身及代表[編纂])與我們因任何理由截至[編纂](香港時間)仍未協議[編纂]，[編纂]將不會進行並告失效。

[編纂]的申請人或須於申請時(視乎申請渠道而定)就每股[編纂]支付最高[編纂][編纂]港元，連同1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%香港聯交所交易費，倘最終釐定的[編纂]低於[編纂]港元，則可予退還。

[編纂](為其本身及代表[編纂])在認為合適的情況下可在取得我們同意後，於截止遞交[編纂]申請當日上午前隨時將[編纂]數量及/或指示[編纂]下調至低於本文件所述者(即[編纂]港元至[編纂]港元)。在此情況下，調低[編纂]數量及/或指示[編纂]的通告將在本公司網站www.crbeverage.com及香港聯交所網站www.hkexnews.hk刊登。進一步詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」。

有意[編纂]作出[編纂]決定前，應仔細考慮本文件所載全部資料，包括本文件「風險因素」所載風險因素。倘於[編纂]上午八時正前發生若干事項，[編纂](為其本身及代表[編纂])可終止[編纂]項下[編纂]的責任。請參閱本文件「[編纂]」。

[編纂]並無且不會根據[編纂]或美國任何州證券法登記，且僅可(a)根據[編纂][編纂]，或在豁免遵守[編纂]登記規定的情況下，或於不受[編纂]登記規定約束的交易中，在美國境內向「[編纂][編纂]及[編纂]」，及(b)根據[編纂][編纂]在美國境外以離岸[編纂]方式[編纂]及[編纂]。

[編纂]

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

致有意投資者的重要通告

本公司僅就[編纂]及[編纂]刊發本文件，本文件並不屬於出售或招攬認購或購買除[編纂]以外任何證券的要約。本文件不得用作亦不屬於在任何其他司法權區或任何其他情況下作出的出售或招攬認購或購買任何證券的要約。我們概無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區[編纂][編纂]或派發本文件。在其他司法權區派發本文件和[編纂]及出售[編纂]須受限制，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管部門登記或獲其授權准許或獲得豁免，否則不得進行有關活動。

閣下應僅根據本文件所載資料作出[編纂]決定。我們並無授權任何人士向閣下提供與本文件所載數據不符的數據。閣下不得將任何並非載於本文件的數據或聲明視為已獲我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或[編纂]、我們或彼等各自的任何董事或顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。我們網站www.crbeverage.com所載數據並不屬於本文件的一部分。

| | 頁次 |
|--------------------|-----|
| 預期時間表..... | iii |
| 目錄..... | vii |
| 概要..... | 1 |
| 釋義..... | 14 |
| 技術詞彙表..... | 25 |
| 前瞻性陳述..... | 29 |
| 風險因素..... | 31 |
| 豁免嚴格遵守上市規則..... | 63 |
| 有關本文件及[編纂]的資料..... | 67 |

目 錄

| | |
|---------------------------------|-------|
| 董事及參與[編纂]的各方 | 71 |
| 公司資料 | 76 |
| 行業概覽 | 78 |
| 監管概覽 | 91 |
| 歷史、發展及公司架構 | 116 |
| 業務 | 125 |
| 關連交易 | 217 |
| 董事及高級管理層 | 236 |
| 與控股股東的關係 | 254 |
| 主要股東 | 264 |
| 股本 | 267 |
| 財務資料 | 270 |
| 未來計劃及[編纂]用途 | 319 |
| [編纂] | 323 |
| [編纂]的架構 | 335 |
| 如何申請[編纂] | 347 |
| 附錄一 — 會計師報告 | I-1 |
| 附錄二 — 未經審計[編纂]財務資料 | II-1 |
| 附錄三 — 本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要 | III-1 |
| 附錄四 — 法定及一般資料 | IV-1 |
| 附錄五 — 送呈香港公司註冊處處長及展示文件 | V-1 |

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載數據的概覽。作為概要，其並不包含可能對閣下屬重要的所有信息，且其全部內容受本文件全文限制，請結合本文件全文一起閱讀。閣下在決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件。

任何投資均存在風險。投資[編纂]的部分特定風險載列於本文件「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前，應仔細閱讀該節。

我們是誰

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者。根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。歷經40年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計）。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌。我們的發展路徑與國際即飲軟飲行業龍頭企業類似，從具有市場領先地位的核心品類擴張至其他品類，推動我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。我們以包裝飲用水為核心、創新佈局更多飲料品類，不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，展示了我們在包裝飲用水及飲料產品方面的領導地位。

根據灼識諮詢報告，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速及淨利潤增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）均排名前二。以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。舉例來說，我們戰略性地佈局中大規格包裝飲用水，於往績記錄期間，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。憑藉我們在包裝飲用水市場已建立的深入人心的「健康、安全、專業」的品牌形象、覆蓋全國的銷售網絡和產能佈局等寶貴資產，我們戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，在中國前十大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的飲料產品零售額增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）為最高。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二。

我們的控股股東之一華潤集團是一家總部位於香港的領先國有企業集團，於2023年位列《財富》世界五百強排名第74位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團所屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成分股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位。我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有緊密契合的企業文化。受益於彼此之間在銷售渠道、數

概 要

字化、原材料採購、工程管理及ESG舉措等多領域的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。我們積極踐行社會責任，堅持「誠信出良品，責任出精品」的質量價值觀。於2019年，「怡寶」品牌成為「中國國家隊官方飲用水」，為70餘支中國國家運動隊提供安全健康的包裝飲用水及飲料產品，提供專業、健康的補給。我們以「你我的怡寶」作為品牌口號，以「安全、健康、美好的生活」為品牌精神內涵，持續為消費者提供健康和優質的產品，推動「怡寶」成為深受信賴、廣為人知的國民品牌。

我們的商業模式

我們致力於為消費者提供優質的即飲軟飲產品，倡導健康、積極的生活方式。為此，我們密切關注生活方式的轉變和消費需求的發展，積極開展產品研發，以不斷豐富我們的產品種類。我們以體育營銷為重點的營銷策略一直是我們品牌成長的關鍵組成部分。自2013年起，我們一直與馬拉松等體育賽事合作。自2019年起，我們成為TEAM CHINA／中國國家隊合作夥伴，強化了我們「健康、安全、專業」的品牌形象。截至最後實際可行日期，我們主要擁有「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等13個品牌的產品組合，共計56個SKU。我們多樣化的產品組合覆蓋中國即飲軟飲市場的核心品類，如包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料等。經過多年的努力，我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，即以我們作為中國飲用純淨水市場第一品牌的「怡寶」品牌為核心，創新佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位。下圖列示截至最後實際可行日期我們的包裝飲用水及飲料產品。



我們主要通過覆蓋全國的銷售及經銷網絡銷售產品產生收入。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。根據灼識諮詢報告，於2023年，從區域分佈來看，我們的包裝飲用水產品在中國6大省份（即廣東、湖南、四川、海南、廣西及湖北）的包裝飲用水市場中佔有最高的市場份額。根據灼識諮詢報告，於2023年，該6大省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約30%，使該等省份成為包裝飲用水消費的核心市場。這些核心市場的領導地位展現了我們強大的市場競爭力，並將持續拓展到其他市場。根據灼識諮詢報告，於2023年，我們亦在中國另外17個省份的包裝飲用水市場中名列前

概 要

三，該17個省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約60%。與覆蓋全國的銷售網絡相匹配，我們亦策略性地部署了綜合產能佈局，實施了嚴格的質量管理體系，並建立了覆蓋全國的數字化的供應鏈管理能力。

競爭優勢及業務策略

我們的優勢

我們相信我們的業務成功及領先的市場地位由以下主要優勢所支撐：

- 我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者，增長勢頭強勁、盈利持續提升；
- 我們策略性地推行體育營銷以傳遞我們「健康、安全、專業」的品牌形象，通過多元化營銷全方位觸達更廣泛的消費人群；
- 我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇；
- 堅持「精耕細作，決勝終端」，我們建立了覆蓋全國的強管控、高效率的全面銷售及經銷網絡；
- 我們建立了與覆蓋全國的銷售網絡有效協同的綜合產能佈局，持續推動降本增效；
- 秉持「品牌基石，責任為先」的理念，我們彰顯企業擔當，積極推動綠色可持續發展；及
- 我們由具有遠見卓識的管理團隊領導，並得到了股東的強大戰略支持。

我們的戰略

我們計劃實施以下戰略：

- 提升渠道效率、加速全渠道擴張；
- 擴張及優化產能，提高供應鏈效率；
- 堅持體育營銷策略，強化品牌知名度，加強與消費者的互動；
- 加快拓展新產品品類，加強研發投入；
- 整合產業價值鏈並探索潛在收購，利用市場機會助力業務增長；
- 推動科技創新和數字化轉型，提升運營效率；及
- 堅持不懈地吸引、培養和留住頂尖人才，推動組織進步。

概 要

我們的品牌和產品

下表載列於所示期間我們按產品品類劃分的收入：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------------------|---------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 包裝飲用水產品 | 10,817,805 | 95.4 | 11,905,738 | 94.3 | 12,446,560 | 92.1 |
| 小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾ | 6,922,561 | 61.0 | 7,484,417 | 59.3 | 7,715,685 | 57.1 |
| 中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾ | 3,469,225 | 30.6 | 3,962,285 | 31.4 | 4,242,914 | 31.4 |
| 桶裝水產品 ⁽³⁾ | 426,019 | 3.8 | 459,036 | 3.6 | 487,961 | 3.6 |
| 飲料產品 | 522,076 | 4.6 | 717,038 | 5.7 | 1,068,168 | 7.9 |
| 合計 | 11,339,881 | 100.0 | 12,622,776 | 100.0 | 13,514,728 | 100.0 |

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

截至最後實際可行日期，我們擁有13個品牌的產品組合，包括合共56個SKU。下表載列截至最後實際可行日期我們按品牌和產品品類劃分的主要產品的若干主要資料：

| 產品品類 | 品牌 | 描述 | 品牌上市時間 | 單瓶容量 | 終端客戶建議零售價 | SKU數量 |
|------------------------------|----------------|-------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| 包裝飲用水產品 | 怡寶 | 瓶裝／桶裝 飲用純淨水 | 1990年代 | 350毫升、400毫升、 555毫升、1.18升、 1.55升、2.08升、 4.5升、6升、 12.8升及18.9升 | 人民幣1.5元至 人民幣23元 | 10 |
| | | 瓶裝飲用純淨水 及飲用天然水 | | 520毫升及5升 | 不適用 ⁽¹⁾ | 3 |
| | 怡寶露 | 玻璃瓶裝高端 天然礦泉水 | 2022年 | 350毫升及750毫升 | 人民幣15.0元至 人民幣30.0元 | 2 |
| | 本優 | 瓶裝天然礦泉水 | 2023年 | 350毫升及555毫升 | 人民幣1.5元至 人民幣2.0元 | 2 |
| | 加林山 | 桶裝天然礦泉水及 飲用純淨水 | 2010年 | 18.9升 | 人民幣18.0元至 人民幣22.0元 | 2 |
| FEEL氣泡 蘇打水 ⁽²⁾ | 罐裝／瓶裝氣泡 蘇打水 | 2022年 | 330毫升及480毫升 | 人民幣3.0元至 人民幣4.0元 | 4 | |

概 要

| 產品品類 | 品牌 | 描述 | 品牌上市時間 | 單瓶容量 | 終端客戶建議零售價 | SKU數量 |
|--------------|---------------------|--------|----------------------|-----------------------------|---------------------|-------|
| 茶飲料產品..... | 至本清潤 ⁽³⁾ | 草本植物飲料 | 2021年 | 310毫升、450毫升、 1升及1.5升 | 人民幣3.0元至 人民幣8.5元 | 8 |
| | 佐味茶事 | 無糖茶飲料 | 2019年 | 430毫升 | 人民幣5.0元 | 3 |
| | 午後奶茶 | 奶茶飲料 | 2011年 ⁽⁴⁾ | 430毫升及500毫升 | 人民幣4.0元至 人民幣5.0元 | 3 |
| 果汁類飲料產品..... | 蜜水系列 | 風味水 | 2018年 | 350毫升及480毫升 | 人民幣4.0元至 人民幣5.0元 | 5 |
| | 假日系列 | 低濃度果汁 | 2019年 | 440毫升及1.5升 | 人民幣4.0元至 人民幣8.5元 | 5 |
| | 源自世界的廚房 | 低濃度果汁 | 2022年 | 500毫升 | 人民幣5.0元 | 1 |
| 其他產品..... | 魔力 | 運動飲料 | 2011年 ⁽⁴⁾ | 500毫升 | 人民幣5.0元 | 3 |
| | 火咖 | 咖啡飲料 | 2011年 ⁽⁴⁾ | 180毫升、260毫升、 280毫升及440毫升 | 人民幣3.5元至 人民幣6.0元 | 5 |

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，我們的「怡寶」品牌下若干瓶裝水SKU不進行零售。
- (2) 我們在「FEEL」品牌下擁有兩個碳酸飲料SKU，分別為330毫升及480毫升的青檸味罐裝及瓶裝氣泡蘇打水。
- (3) 我們在「至本清潤」品牌下擁有一個果汁類飲料SKU，為450毫升的「至本清潤」酸梅湯。
- (4) 「午後奶茶」、「魔力」及「火咖」品牌的推出時間指我們與「麒麟」品牌建立戰略合作關係並開始將其作為我們產品組合的一部分銷售該等產品的時間。

請參閱「業務 — 我們的產品及品牌」。

我們的銷售網絡

我們已建立廣泛的銷售網絡，觸達眾多消費者，提高我們的品牌聲譽並夯實我們的競爭優勢。經過多年努力，我們已建立起由經銷商及次級經銷商組成的全面經銷商網絡，使我們能夠有效地接觸到廣泛的消費者群體並覆蓋我們所有的銷售渠道，包括傳統渠道、現代渠道、餐飲渠道、特通渠道、電商渠道及其他渠道。我們亦與全國知名商超、連鎖便利店及電商平台等若干客戶保持直營關係。下表載列我們於所示期間按客戶貢獻劃分的收益明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|----------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 經銷 | 9,963,166 | 87.9 | 11,098,215 | 87.9 | 11,785,382 | 87.2 |
| 直營 | 1,376,715 | 12.1 | 1,524,561 | 12.1 | 1,729,346 | 12.8 |
| 合計 | 11,339,881 | 100.0 | 12,622,776 | 100.0 | 13,514,728 | 100.0 |

概 要

我們根據產品定位、生產成本、市場競爭以及銷售網絡中經銷商及直營客戶的合理利潤水平等各種因素為產品定價。我們向經銷商及直營客戶提供我們產品的建議零售價。我們的經銷商及直營客戶不得採取任何可能嚴重擾亂我們產品零售價的行動。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

營銷及品牌推广

我們採用多方位的營銷策略，旨在與受眾建立聯繫，並以有意義、有影響力的方式推廣我們的品牌，如體育營銷、綜藝節目營銷及在途營銷舉措，使我們能夠在消費者的日常生活中保持強大的影響力。我們已制定以體育營銷為重點的營銷策略，以配合產品消費場景與體育賽事之間的重疊與關聯。我們一直通過與TEAM CHINA／中國國家隊、頂級體育賽事、馬拉松賽事、其他大眾體育賽事及全國性體育頻道（如CCTV-5）合作，積極倡導全民運動和全民健康。我們的多元化營銷策略使我們能夠有效地傳播我們的品牌價值，在多個平台上與我們的消費者互動，並推動業務增長。請參閱「業務－營銷及品牌」。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶是購買和經銷我們產品的經銷商及我們的直營客戶。於2021年、2022年及2023年，除客戶E（其為我們的直營客戶）外，我們的前五大客戶均為我們的經銷商。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。於2021年、2022年及2023年，來自我們前五大客戶的收入分別佔該等有關期間總收入的20.7%、18.2%及17.6%。於2021年、2022年及2023年，來自最大客戶的收入分別佔該等有關期間總收入的8.4%、7.3%及7.1%。

我們的生產

截至2023年12月31日，我們在中國擁有12家已投產的自有工廠及34家合作生產夥伴，生產包裝飲用水及飲料產品。截至2023年12月31日，我們的已投產自有工廠和合作生產夥伴的包裝飲用水及飲料產品年標準產能合計為18.8百萬公噸，而我們的包裝飲用水及飲料產品2023年的實際年總產量為13.5百萬公噸。我們擁有自動化、先進及高效的生產能力，與我們的全國銷售網絡無縫對接。截至2023年12月31日，我們擁有47條自有生產線及81條由我們的合作生產夥伴擁有的生產線，其中許多一體化高速生產線從歐洲引進。我們亦引進世界領先的無菌生產線來生產我們的飲料產品。請參閱「業務－我們的生產」。

原材料及包裝材料

我們用於生產產品的原材料及包裝材料主要包括PET、紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及白糖。其中，PET用於製造瓶子，是我們的主要原材料及包裝材料。於2021年、2022年及2023年，PET採購額分別為人民幣1,665.2百萬元、人民幣2,165.6百萬元及人民幣1,992.7百萬元，分別佔同期我們採購總額的約21.8%、25.2%及23.6%。

概 要

供應商

我們的主要供應商為原材料及包裝材料供應商、物流服務、營銷服務及倉儲服務提供商及我們的合作生產夥伴。於往績記錄期間，我們最大的供應商華潤化學將於我們[編纂]後成為我們的關連人士(定義見上市規則第十四A章)。請參閱「關連交易」。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，向我們最大供應商的採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的7.0%、9.7%及11.0%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，向我們前五大供應商的合計採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的31.0%、33.5%及33.2%。

質量控制

我們非常重視產品質量，我們認為這對我們的業務的可持續增長至關重要。我們在整個運營過程的不同階段開展各種質量檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢查、微生物測試及重量檢查，以確保我們的產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。我們實施專有的「華潤怡寶全價值鏈食品安全與質量管理體系」(一種SPM體系)，並在多年來的運行過程中不斷仔細完善，以全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。請參閱「業務－質量控制」。

競爭格局

根據灼識諮詢報告，按零售額計，中國即飲軟飲市場預計到2028年將擴大至人民幣12,032億元。中國即飲軟飲市場相對集中，按2023年零售額計，前五大企業貢獻的市場份額為42.6%，預計將繼續上升。根據灼識諮詢報告，按2023年零售額計，我們在中國即飲軟飲市場排名第五。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。按零售額計，該市場於2023年佔中國即飲軟飲市場的23.6%，預計到2028年將增至26.1%。中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年的58.6%。按零售額計，飲用純淨水是中國包裝飲用水市場最大的細分市場，於2023年達到人民幣1,206億元，佔中國包裝飲用水市場的56.1%。預計該細分市場將持續增長，到2028年零售額將達到人民幣1,798億元，佔中國包裝飲用水市場的57.2%。按零售額計，我們於2023年在中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年我們在包裝飲用水市場及飲用純淨水市場的市場份額分別為18.4%及32.7%。請參閱「行業概覽」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定投資我們的股份前，應仔細閱讀該節的全部內容。我們認為我們面臨的最重大風險包括但不限於以下各項：(i)我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績；(ii)我們在高度競爭的市場中運營；(iii)產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響；(iv)我們可能無法有效管理和發展我們的經銷網絡和其他銷售渠道，並有效維持我們與客戶的業務關係或管理我們的客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響；及(v)有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響。

歷史財務資料概要

下表呈列摘錄自本文件附錄一會計師報告所載我們截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的合併損益及其他綜合收益表及合併現金流量表以及我們截至2021年、2022年及2023年12月31日的合併財務狀況表的合併財務數據概要。以下數據及討論應與我們的合併財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀。

合併損益表的主要項目

下表載列於所示期間我們的合併損益表中若干主要項目：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 收入 | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |
| 銷售成本 | (6,368,515) | (7,363,672) | (7,479,514) |
| 毛利 | 4,971,366 | 5,259,104 | 6,035,214 |
| 其他收入 | 295,956 | 340,172 | 367,246 |
| 其他收益及虧損 | (10,577) | (3,187) | (14,622) |
| 預期信貸虧損模式下的減值虧損 (扣除撥回) | 9,480 | (27,222) | (3,817) |
| 經銷及銷售費用 | (3,756,727) | (3,877,617) | (4,086,510) |
| 行政開支 | (253,238) | (265,029) | (300,562) |
| 研發成本 | (48,979) | (49,179) | (61,510) |
| 財務成本 | (1,782) | (1,617) | (42,516) |
| [編纂]開支 | – | – | (14,490) |
| 稅前利潤 | 1,205,499 | 1,375,425 | 1,878,433 |
| 所得稅開支 | (347,358) | (386,704) | (547,063) |
| 年內利潤 | 858,141 | 988,721 | 1,331,370 |

請參閱「財務資料－合併損益表的主要組成部分」。

概 要

合併財務狀況表的經選定項目

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表的經選定資料：

| | 截至12月31日 | | |
|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 流動資產合計 | 7,199,084 | 7,630,494 | 5,557,977 |
| 非流動資產合計 | 1,889,356 | 2,974,350 | 7,443,777 |
| 總資產 | 9,088,440 | 10,604,844 | 13,001,754 |
| 流動負債合計 | 4,185,842 | 4,329,442 | 5,188,357 |
| 非流動負債合計 | 318,627 | 379,624 | 440,624 |
| 負債合計 | 4,504,469 | 4,709,066 | 5,628,981 |
| 流動資產淨值 | 3,013,242 | 3,301,052 | 369,620 |
| 權益合計 | 4,583,971 | 5,895,778 | 7,372,773 |

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣3,301.1百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元，主要是由於：(i)應收同系子公司款項減少人民幣3,536.6百萬元及長期定期銀行存款增加人民幣1,577.1百萬元的綜合影響；及(ii)與我們的建設項目及部分採購有關的貿易及其他應付款項增加。

截至2021年12月31日及2022年12月31日，我們的流動資產淨值保持相對穩定，分別為人民幣3,013.2百萬元及人民幣3,301.1百萬元，主要由於與活期存款有關的現金及現金等價物增加，部分被應收同系子公司款項減少所抵銷。

合併現金流量表概要

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 經營活動所得現金淨額 | 827,192 | 844,929 | 1,718,183 |
| 投資活動所得(所用)現金淨額 | 681,954 | 1,222 | (2,090,451) |
| 融資活動所用現金淨額 | (19,467) | (21,201) | (60,598) |
| 現金及現金等價物淨增加(減少) | 1,489,679 | 824,950 | (432,866) |
| 年初現金及現金等價物 | 191,662 | 1,682,810 | 2,507,631 |
| 外匯匯率變動的影響 | 1,469 | (129) | (67) |
| 年末現金及現金等價物 | 1,682,810 | 2,507,631 | 2,074,698 |

請參閱「財務資料－流動性及資本資源－現金流量」。

概 要

經選定財務比率

| | 截至12月31日或截至該日止年度 | | |
|------------------------------|------------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 毛利率 ⁽¹⁾ | 43.8% | 41.7% | 44.7% |
| 淨利潤率 ⁽²⁾ | 7.6% | 7.8% | 9.9% |
| 總資產回報率 ⁽³⁾ | 10.1% | 10.0% | 11.3% |
| 權益回報率 ⁽⁴⁾ | 20.7% | 18.9% | 20.1% |
| 投入資本回報率 ⁽⁵⁾ | 15.5% | 14.6% | 16.9% |
| 流動比率 ⁽⁶⁾ | 1.72倍 | 1.76倍 | 1.07倍 |
| 速動比率 ⁽⁷⁾ | 1.62倍 | 1.63倍 | 1.00倍 |
| 槓桿比率 ⁽⁸⁾ | 0.7% | 0.5% | 0.5% |

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以年內收入再乘以100%。
- (2) 淨利潤率等於年內利潤除以年內收入再乘以100%。
- (3) 總資產回報率等於年內利潤除以年初及年末總資產結餘平均值再乘以100%。
- (4) 權益回報率等於年內利潤除以期初及期末權益總額結餘平均值再乘以100%。
- (5) 投入資本回報率等於營業利潤乘以1減實際所得稅率的差，除以投入資本，再乘以100%。
- (6) 流動比率等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於截至同日的流動資產總值減存貨再除以流動負債總額。
- (8) 槓桿比率等於截至同日的計息債務總額（包括租賃負債）除以權益總額再乘以100%。

請參閱「財務資料－經選定財務比率」。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）及Plateau分別擁有本公司60%及40%的權益。

華潤集團（飲料）由華潤創業全資擁有，而華潤創業則由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Dong Yi女士通過其全資擁有的公司Plateau Holding Limited擁有Plateau Investment Limited的100%股權。

緊隨[編纂]完成後，華潤集團（飲料）及Plateau將分別擁有本公司經擴大股本的約[編纂]%及[編纂]%(假設[編纂]未獲行使)。因此，華潤（集團）、華潤集團（華創）、華潤創業、華潤集團（飲料）、Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau於[編纂]後將成為我們的控股股東。請參閱「與控股股東的關係」。

我們已與控股股東的若干聯繫人訂立並預期將於[編纂]後繼續進行若干交易，根據上市規則第十四A章，該等交易將構成不獲豁免的持續關連交易。請參閱「關連交易」。

概 要

[編纂]前投資

於2022年8月5日，Plateau以1,000百萬美元的對價收購了本公司400股股份。請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]前投資」。

[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]的中位數)，經扣除我們有關[編纂]的[編纂]及其他估計開支，並假設[編纂]並無獲行使，我們估計將會從[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]百萬港元。根據我們的策略，我們擬將[編纂][編纂]的下述金額用作下述用途：

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於戰略性擴張和優化產能，以提高整體供應鏈效率；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於加速銷售渠道擴張及提升渠道效率；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於進行銷售和營銷活動，增強品牌活力，強化品牌形象，提升銷售表現；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於增強我們的產品研發能力，以持續拓展新的產品品類和單品；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於數字化升級，包括提升我們在銷售、運營、生產和物流等領域的數字化能力，從而提高我們的運營效率；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，用於進行潛在投資及併購的機會；及
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]百萬港元，作為營運資金及作一般公司用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

近期發展及無重大不利變動

於2024年4月，經2024年4月21日舉行的董事會會議批准，本公司基於我們截至2023年12月31日的合併保留利潤，向現有股東宣派股息人民幣25億元(「股息」)，惟須待[編纂]完成後，方可作實。於滿足適用法律及法規的規定後，該等股息的大部分預計將於[編纂]後的約12個月後支付。我們將於[編纂]後的年報中披露支付股息的詳情。截至2023年12月31日，我們的合併保留利潤為人民幣64億元。我們擬動用自有現金資源([編纂][編纂]除外)支付股息。截至2023年12月31日，我們的現金及現金等價物及定期銀行存款結餘為人民幣59億元。除股息外，我們於[編纂]前的餘下合併保留利潤(代表截至2023年12月31日超過60%的合併保留利潤)將留存用於企業發展或[編纂]後與新股東共享。

概 要

截至最後實際可行日期，我們擁有13個品牌的產品組合，包括合共56個SKU。董事確認，直至本文件日期，自2023年12月31日（即我們最新經審計的財務報表日期）以來，我們的財務或[編纂]狀況或前景並無重大不利變動，且自2023年12月31日起，無任何事件將對本文件附錄一所載會計師報告的資料產生重大影響。

[編纂]統計數據

下表統計數據基於假設：(i)[編纂]已完成及[編纂]股股份已根據[編纂]發行；及(ii)[編纂]未獲行使。

| | 基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元 | 基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元 |
|------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 股份[編纂] ⁽¹⁾ | [編纂] 百萬港元 | [編纂] 百萬港元 |
| 每股未經審計[編纂]經調整合併 有形資產淨值 ⁽²⁾ | [編纂]港元] | [編纂]港元] |

附註：

- (1) [編纂]乃基於緊隨[編纂]完成後預期將發行的[編纂]股股份（假設[編纂]未獲行使）計算。
- (2) 未經審計[編纂]經調整每股有形資產淨值乃經作出本文件附錄二所述調整後得出。

股息政策

本公司是一家根據開曼群島法律以存續方式註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的支付和金額將取決於能否從我們的子公司獲得股息。於往績記錄期間，本公司並無宣派或支付任何股息。我們過往的股息分派記錄不可作為決定我們未來宣派或支付的股息水平的參考或依據。我們目前並無預設的股息支付率。股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或派付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。除我們合法可供分派的利潤及儲備外，不會宣派或支付任何股息。無法保證任何年份將宣派或分派任何金額的股息。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們預計將產生約人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）的[編纂]開支，包括：(i)[編纂]相關費用人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）；及(ii)非[編纂]相關費用人民幣[編纂]（[編纂]百萬港元），進一步分類為：(a)法律顧問及會計師費用人民幣[編纂]（[編纂]百萬港元）；及(b)其他費用人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元），假設[編纂]未獲行使，及基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]的中位數）預計將於綜合損益表內扣除，其中約人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）已於綜合損益表內扣除，約人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）預計將於綜合損益表內扣除，而約人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）預計將予資本化並於[編纂]完成後從權益中扣除。[編纂]開支預計將佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），且[編纂]未獲行使。）上述[編纂]開支為最新實際估計數字，僅供參考，實際金額可能與此估計有所差別。

申請於聯交所[編纂]

我們已向香港聯交所申請批准我們根據[編纂]將予發行的股份[編纂]及[編纂]，理由是（其中包括）我們符合上市規則第8.05(1)條的利潤測試，當中參考：(i)我們截至2023年12月31日止年度的股東應佔利潤超過35百萬港元；及(ii)我們截至2022年12月31日止兩個年度的股東應佔利潤超過45百萬港元。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干技術詞彙於本文件「技術詞彙表」中解釋。

| | | |
|-------------------|---|----------------------------------------------------|
| 「會計師報告」 | 指 | 本集團的會計師報告，其全文載於本文件附錄一 |
| 「聯屬人士」 | 指 | 直接或間接控制該特定人士或直接或間接受該特定人士控制或與該特定人士受直接或間接共同控制的任何其他人士 |
| 「會財局」 | 指 | 會計及財務匯報局 |
| 「聯繫人」 | 指 | 具有上市規則所賦予的涵義 |
| 「董事會」 | 指 | 本公司董事會 |
| 「營業日」 | 指 | 香港銀行通常開放為公眾辦理一般銀行業務的日子（星期六、星期日或香港公眾假期除外） |
| 「英屬維爾京群島」 | 指 | 英屬維爾京群島 |
| 「《開曼公司法》」或「《公司法》」 | 指 | 《開曼群島公司法》第22章（1961年第3號法例，經綜合及修訂），經不時修訂、補充或以其他方式修改 |

[編纂]

| | | |
|--------|---|-----------------------------------------------------|
| 「怡寶長沙」 | 指 | 華潤怡寶飲料（長沙）有限公司，一家於2012年10月17日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一 |
| 「怡寶成都」 | 指 | 華潤怡寶飲料（成都）有限公司，一家於2014年9月1日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一 |

釋 義

| | | |
|-------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------|
| 「怡寶中國」 | 指 | 華潤怡寶飲料(中國)有限公司，一家於1996年8月1日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一 |
| 「怡寶中國投資」 | 指 | 華潤怡寶飲料(中國)投資有限公司，一家於2011年8月26日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一 |
| 「怡寶控股」 | 指 | 華潤怡寶飲料(控股)有限公司，一家於2009年11月23日在香港註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一 |
| 「中國」 | 指 | 中華人民共和國，但就本文件而言，且僅作地區參考，除文義所指外，本文件中對「中國」之提述均不包括香港、澳門特別行政區及台灣 |
| 「灼識諮詢」或「行業顧問」 | 指 | 灼識企業管理諮詢(上海)有限公司，本公司的行業顧問 |
| 「灼識諮詢調查」 | 指 | 灼識諮詢於2023年9月對2,000名消費者進行的一項消費者調查，除其他標準外，該等消費者均年滿18歲、在當前城市居住一年以上且有經常飲用包裝飲用水的習慣 |
| 「《公司條例》」 | 指 | 香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改 |
| 「《公司(清盤及雜項條文)條例》」 | 指 | 香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改 |

釋 義

| | | |
|----------|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 「本公司」 | 指 | 華潤飲料(控股)有限公司(前稱華潤麒麟飲料(大中華)有限公司及華潤飲料(大中華)有限公司)，一家於1995年7月4日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業有限公司，並於2024年4月16日遷冊至開曼群島 |
| 「關連人士」 | 指 | 具有上市規則所賦予的涵義 |
| 「關連交易」 | 指 | 具有上市規則所賦予的涵義 |
| 「控股股東」 | 指 | 具有上市規則所賦予的涵義，指華潤(集團)、華潤集團(華創)、華潤創業、華潤集團(飲料)、Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau(視乎文義而定) |
| 「華潤啤酒」 | 指 | 華潤啤酒(控股)有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：0291) |
| 「華潤化學」 | 指 | 華潤化學材料科技股份有限公司，一家在中國註冊成立的公司，為華潤集團的子公司，其於深圳證券交易所上市(股份代號：301090) |
| 「華潤集團」 | 指 | 華潤(集團)及其控股公司以及彼等的子公司(另有明確界定者除外) |
| 「華潤(集團)」 | 指 | 華潤(集團)有限公司，一家於1983年7月8日在香港註冊成立的有限公司，為中國華潤有限公司的間接全資子公司，亦為我們的控股股東之一 |
| 「華潤置地」 | 指 | 華潤置地有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：1109) |

釋 義

| | | |
|------------|---|----------------------------------------------------------------------------|
| 「華潤萬象生活」 | 指 | 華潤萬象生活有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：1209) |
| 「華潤電力」 | 指 | 華潤電力控股有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：0836) |
| 「華潤創業」 | 指 | 華潤創業有限公司，一家於2015年7月28日在香港註冊成立的有限公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一 |
| 「華潤集團(飲料)」 | 指 | 華潤集團(飲料)有限公司，一家於2007年4月3日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一 |
| 「華潤集團(華創)」 | 指 | 華潤集團(華創)有限公司，一家於2015年7月8日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一 |
| 「中國證監會」 | 指 | 中國證券監督管理委員會 |
| 「董事」 | 指 | 本公司董事 |
| 「企業所得稅法」 | 指 | 中華人民共和國企業所得稅法，經不時修訂、補充或以其他方式修改 |
| 「ESG」 | 指 | 環境、社會及企業管治 |

[編纂]

釋 義

「極端情況」 指 在八號或以上颱風信號由三號或以下颱風信號取代之前，香港任何政府當局因公共交通服務受嚴重影響受阻、廣泛地區水浸、嚴重山泥傾瀉、大規模停電或任何其他惡劣情況而宣佈發生的「極端情況」

[編纂]

「本集團」或「我們」 指 本公司及其子公司（或按文義所指本公司及其任何一間或多間子公司）

「《新上市申請人指南》」 指 聯交所頒佈的《新上市申請人指南》（經不時修訂、補充或以其他方式修改）

[編纂]

「港元」 指 香港法定貨幣，分別為港元及港仙

「香港財務報告準則」 指 香港財務報告準則

[編纂]

釋 義

[編纂]

「香港」 指 中國香港特別行政區

[編纂]

「[編纂]」

[編纂]

「香港聯交所」或「聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有
限公司的全資子公司

[編纂]

釋 義

[編纂]

「獨立第三方」 指 據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，獨立於本公司或並非本公司關連人士的人士或公司及彼等各自的最終實益擁有人

[編纂]

釋 義

[編纂]

| | | |
|------------|---|------------------------------------------------|
| 「聯席保薦人」 | 指 | 「董事及參與[編纂]的各方」一節所列的聯席保薦人 |
| 「麒麟」 | 指 | 麒麟控股株式會社，一家在全球範圍內運營的啤酒、飲料及健康科學與製藥的跨國公司，及本公司前股東 |
| 「最後實際可行日期」 | 指 | 2024年4月15日，即本文件刊發前為確定其中所載若干資料的最後實際可行日期 |

[編纂]

| | | |
|--------|---|--------------------------------------|
| 「上市規則」 | 指 | 香港聯合交易所有限公司證券上市規則（經不時修訂） |
| 「澳門」 | 指 | 中國澳門特別行政區 |
| 「主板」 | 指 | 聯交所營運之股票市場（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM並與其並行運作 |

釋 義

| | | |
|----------------------------------------|---|------------------------------------------------|
| 「《大綱及細則》」或 「《組織章程大綱及 細則》」或「《細則》」 | 指 | 本公司的《組織章程大綱及／或細則》(經修訂及重述)，將於[編纂]生效，其概要載於本文件附錄三 |
| 「財政部」 | 指 | 中華人民共和國財政部 |
| 「商務部」 | 指 | 中華人民共和國商務部 |
| 「發改委」 | 指 | 中華人民共和國國家發展和改革委員會 |

[編纂]

| | | |
|-----------|---|---------------------------------------------------------------|
| 「Plateau」 | 指 | Plateau Consumer Limited，一家於2022年1月12日在開曼群島註冊成立的公司，為我們的控股股東之一 |
|-----------|---|---------------------------------------------------------------|

釋 義

[編纂]

「省」 指 中國各省，或按文義所指，省級自治區或由中國中央政府直接管轄的直轄市

[編纂]

「人民幣」 指 中國法定貨幣人民幣

[編纂]

「國家外匯管理局」 指 國家外匯管理局

「證券及期貨條例」 指 香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「證券法」 指 中華人民共和國證券法，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「證監會」 指 香港證券及期貨事務監察委員會

「股份」 指 本公司股本中每股面值0.0000005美元的普通股

「股東」 指 股份持有人

「國家稅務總局」 指 中國國家稅務總局

釋 義

| | | |
|----------|---|--------------------|
| 「國務院」 | 指 | 中華人民共和國國務院 |
| 「子公司」 | 指 | 具有《公司條例》第15條所賦予的涵義 |
| 「往績記錄期間」 | 指 | 截至2023年12月31日止三個年度 |

[編纂]

| | | |
|------|---|-------------------------|
| 「美國」 | 指 | 美利堅合眾國、其領土、屬地及受其管轄的所有地區 |
| 「美元」 | 指 | 美國法定貨幣美元 |

[編纂]

| | | |
|-----|---|-----|
| 「%」 | 指 | 百分比 |
|-----|---|-----|

在本文件，除非文義另有所指，否則「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」及「主要股東」等詞彙具有上市規則所賦予的涵義。

除非另有說明或文義另有所指，否則本文件內所有數據均為截至本文件日期之數據。

本文件所提述的中國實體、中國法律或法規及中國政府機關的英文名稱為其中文名稱的譯名，僅供識別。如有任何歧義，概以中文名稱為準。

本文件所載若干金額及百分比數字均已約整。因此，若干表格所載合計數據未必為前述數據之算術總和。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本文件所用若干技術詞彙的解釋。因此，該等詞彙及其涵義未必與該等詞彙的標準行業涵義或用法一致。

| | | |
|------------|---|-----------------------------------------------------------|
| 「AI」 | 指 | 人工智能 |
| 「氨基酸」 | 指 | 一種構成蛋白質基本結構單元的有機化合物 |
| 「App」 | 指 | 移動應用程序，即設計為在智能手機、平板電腦或其他移動設備上運行的應用程序 |
| 「飲料產品」 | 指 | 我們的飲料產品，就本文件而言，指除包裝飲用水以外的即飲軟飲，包括茶飲料、果汁類飲料及其他即飲軟飲等 |
| 「複合年增長率」 | 指 | 複合年增長率 |
| 「無菌冷灌裝工藝」 | 指 | 一種允許在無菌條件下冷灌裝產品且無需將產品長時間暴露在高溫下亦無需添加防腐劑的技術 |
| 「合作生產夥伴」 | 指 | 建立合作夥伴關係以有效滿足市場需求的生產工廠（包括代工廠） |
| 「COVID-19」 | 指 | 2019冠狀病毒病疫情，一種由最新發現的冠狀病毒（重症急性呼吸綜合徵冠狀病毒2，SARS-CoV-2）引起的傳染病 |
| 「膳食纖維」 | 指 | 一種源自植物的食物，不能被人體消化酶完全消化，是人體必需的营养物質 |
| 「東部地區」 | 指 | 我們的銷售區域，包括上海市、江蘇省、浙江省、安徽省、河南省及湖北省 |
| 「電解質」 | 指 | 人體內的陽離子、陰離子，是人體必需的营养物質 |

技術詞彙表

| | | |
|-------------|---|----------------------------------------------------|
| 「FSSC22000」 | 指 | FSSC22000食品安全管理體系，國際通行的體系，包含完整的認證方案，為整個食品供應鏈提供認證模式 |
| 「GDP」 | 指 | 國內生產總值 |
| 「GMP」 | 指 | 良好生產規範標準，確保產品始終按其預期用途及產品規格所要求的質量標準生產及控制的質量保證 |
| 「IP」 | 指 | 知識產權 |
| 「ISO22000」 | 指 | ISO22000食品安全管理體系，是國際標準化組織實施的國際通行的食品安全管理體系 |
| 「ISO9001」 | 指 | ISO9001質量管理體系，是國際標準化組織實施的國際通行的質量管理體系 |
| 「IT」 | 指 | 信息技術 |
| 「KA」 | 指 | 大客戶 |
| 「L」或「升」 | 指 | 液體容量的公制單位，等於1,000毫升 |
| 「偏硅酸」 | 指 | 一種易被人體吸收且能有效地維持人體電解質平衡和生理機能的物質 |
| 「ml」或「毫升」 | 指 | 液體容積的公制單位，等於千分之一升 |
| 「PET」 | 指 | 聚對苯二甲酸乙二醇酯，可用於塑料瓶的吹塑成型 |
| 「山梨酸鉀」 | 指 | 一種用作食品防腐劑的化學品 |
| 「PTS」 | 指 | 產品跟蹤系統 |

技術詞彙表

| | | |
|------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 「PVC」 | 指 | 聚氯乙炔，一種多用途的熱塑聚合物，通常用於製造包括水管等各種其他產品 |
| 「RTD」 | 指 | 即飲 |
| 「研發」 | 指 | 研究及開發 |
| 「SKU」 | 指 | 最低庫存單位的首字母縮寫，可購買的每種不同產品和服務的唯一標識 |
| 「南部地區」 | 指 | 我們的銷售區域，包括廣東省、廣西壯族自治區及海南省 |
| 「西南地區」 | 指 | 我們的銷售區域，包括重慶市、四川省、貴州省、雲南省及陝西省 |
| 「SPM」 | 指 | 供應、生產及營銷 |
| 「TEAM CHINA／ 中國國家隊」 | 指 | 是包含各運動項目國家隊與綜合性運動會中國體育代表團的集體形象和統一稱謂 |
| 「三線及以下城市」 | 指 | 除北京、上海、廣州、深圳、成都、西安、武漢、蘇州、鄭州、重慶、杭州、南京、天津、長沙、東莞、寧波、合肥、昆明、青島、佛山、瀋陽、濟南、無錫、廈門、福州、溫州、金華、哈爾濱、大連、貴陽、南寧、泉州、石家莊、長春、南昌、惠州、常州、嘉興、徐州、南通、太原、保定、珠海、中山、台州、臨沂、濰坊、紹興及煙台外的中國所有城市 |
| 「公噸」 | 指 | 等於1,000千克的質量單位 |
| 「5S」 | 指 | 整理、整頓、清掃、清潔及素養，一種組織、清潔、發展及維持高效工作環境的方法論 |

技術詞彙表

「十三五規劃」 指 概述中國於2016年至2020年的政府政策及優先事項的框架及路線圖

前瞻性陳述

本文件載有前瞻性陳述。本文件所載除過往事實陳述以外的一切陳述，包括但不限於關於我們的未來財務狀況、策略、計劃、宗旨、目的、目標及我們參與或正尋求參與的市場的未來發展，以及上下文包含「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「擬」、「將會」、「可能會」、「計劃」、「認為」、「預料」、「尋求」、「應」、「可」、「將」、「繼續」等詞語或類似措詞或反義措詞的陳述，均為前瞻性陳述。該等前瞻性陳述涉及已知及未知的風險、不確定因素及其他因素，其中部分風險及因素超出我們所能控制的範圍，可能會導致我們的實際業績、表現或成就或行業業績，與前瞻性陳述所表述或隱含的任何未來業績、表現或成就存在重大差異。該等前瞻性陳述基於我們對現時及未來業務策略和未來所處經營環境作出的多項假設而編製。可能會導致我們的實際表現或成就與前瞻性陳述所載者存在重大差異的重要因素包括下列各項：

- 我們成功執行業務計劃及策略的能力；
- 我們經營和擬擴展業務所在行業及市場的未來發展、趨勢及情況；
- 我們運營所在司法權區的整體政治及經濟狀況；
- 我們的業務經營及前景；
- 我們的資本開支計劃；
- 天氣、自然災害及氣候變化；
- 我們的競爭對手的行動及發展；
- 我們的財務狀況及表現；
- 資本市場發展；
- 我們的股息政策；
- 有關我們業務及業務計劃各方面的中國中央及地方政府及其他相關司法權區法律、規則及規定和有關政府部門規則、規定及政策的任何變更；及
- 我們可能尋求的各種商機。

前 瞻 性 陳 述

可能會導致實際表現或成就出現重大差異的其他因素，包括但不限於本文件「風險因素」及其他章節所論述者。我們謹提醒閣下不宜過分倚賴僅反映管理層截至本文件刊發日期的意見的前瞻性陳述。我們並無責任因出現新數據、未來發生事件或其他理由而更新或修訂任何前瞻性陳述。鑒於該等風險、不確定因素及假設，本文件所論述的前瞻性事件未必會發生。本節所載警告聲明適用於本文件所載全部前瞻性陳述。

風險因素

閣下於投資股份前，應審慎考慮本文件所載的所有資料，包括下文所述的風險及不確定因素。該等風險可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們股份的[編纂]價可能因任何該等風險而大幅下跌，而閣下可能會損失全部或部分投資。閣下應特別注意，我們是一家以存續方式於開曼群島註冊成立的公司且我們的絕大部分業務均在中國進行。有關中國法律及監管環境的更多信息，請參閱「監管概覽」。

該等因素為可能發生或可能不會發生的或然事件，而我們無法就任何該等或然事件發生的可能性發表意見。除非另有說明，否則所提供的資料為截至最後實際可行日期的資料，於此日期之後將不會更新，並受「前瞻性陳述」中的警示聲明所規限。

與我們的業務及行業有關的風險

我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績。

我們的成功在很大程度上取決於消費者的品味、偏好及消費習慣以及我們提供滿足不斷變化的消費者需求的產品的能力，而消費者品味、偏好及消費習慣的變化往往難以預測。由於包括人口結構特征的變化、社會趨勢、消費者生活方式和消費模式的變化、對產品健康影響的擔憂或看法、對產品原材料及包裝材料的原產地或來源的擔憂、媒體與公眾輿論及經濟環境等各種因素影響，消費者對包裝飲用水和飲料的需求不斷變化。

此外，由於旅行、度假及休閒活動模式的變化以及電子商務及其他購物方式的加速發展，消費行為正在迅速演變。如果我們無法在消費者所需的地點及時間滿足其對產品的需求，或如果我們無法應對經銷渠道（包括電子商務）的變化，我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

如果我們不能有效地預測和應對即飲軟飲不斷變化的趨勢和消費者對即飲軟飲的偏好，我們的銷售和增長可能會受到不利影響。實現增長取決於我們能否成功開發、推出及營銷創新型新產品。新產品存在固有風險，包括市場及消費者接受度的不確定

風險因素

性或對我們現有產品供應的潛在影響。我們亦可能須增加新產品開發的開支。成功的創新取決於我們能否精準地預測消費者的接受程度，以及獲得、保護及維持必要的知識產權。否則可能會損害我們的競爭地位並對我們的銷售、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們在高度競爭的市場中運營。

我們身處中國的即飲軟飲行業，該行業現在並將持續保持高度競爭。我們面臨來自現有競爭對手及新行業進入者的激烈競爭。我們的部分競爭對手已在多個品類建立了市場地位，並擁有更多的財務、研發、營銷及其他資源。因此，他們可更靈活地適應不斷變化的市場趨勢或推出更好的產品以滿足不斷變化的消費者需求。他們也可能在即飲軟飲業務的生產及其他方面取得我們可能無法成功應對的技術進步。我們亦與一些較小的品牌競爭，其可能更具創新性，能夠更好地將新產品推向市場，並更有效、更迅速地進入和服務利基市場。我們亦與其他市場參與者就獲取合作生產夥伴的委託加工服務而進行競爭。此外，我們可能面臨來自華潤集團內包裝飲用水和飲料產品的其他生產商的競爭。儘管我們認為目前華潤集團內部實體並無重大競爭風險，但我們無法確保相關實體日後不會進入我們目前經營的市場或開發針對與我們類似的客戶群體或經銷渠道的產品。

此外，我們的競爭對手可能通過合併、收購及整合獲得市場份額。他們亦可能使用不合理或掠奪性定價，甚至可能從事損害我們聲譽的活動。倘我們無法有效應對，我們的聲譽、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

競爭壓力可能導致我們降低向客戶收取的價格，或限制我們提高價格的能力，這可能會減弱我們的盈利能力，尤其是在原材料或其他成本增加的情況下。該等壓力亦可能增加營銷成本，連同店內廣告、插播廣告及其他營銷費用。競爭壓力亦可能導致我們的渠道及產品組合從利潤更高的方向轉移。倘我們未能持續加強營銷及創新能力以維持消費者興趣、品牌忠誠度、市場份額及盈利能力以保持競爭力，則我們的業務可能會受到不利影響。

風險因素

產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們業務的成功部分取決於我們能否維持消費者對我們所有包裝飲用水產品及飲料產品的安全性及質量的信心。我們已制定各種質量及安全標準以及質量控制系統，該質量控制系統的有效性取決於其設計以及其執行的有效性。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何與重大產品責任風險有關的產品責任索賠或事件，而有關責任（無論單獨或總體而言）對本集團而言屬重大。我們的質量控制系統可能未必始終有效，或我們可能無法及時識別質量控制系統中的任何缺陷。我們未能發現或預防或有效回應的任何產品質量或食品安全問題可能導致責任索賠、聲譽受損及相關部門的處罰，這可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

任何未能或被認為未能符合我們的質量或安全標準，包括產品受到污染及其他事故、未按規範生產，或貼錯標籤的指控（無論是實際發生或被認為是）均可能發生在我們或我們的合作生產夥伴、客戶或供應商的營運中。這可能導致重大業務中斷，包括耗時且代價高昂的生產中斷、產品召回、市場撤回、產品責任索賠及負面報導，亦可能導致產品存貨損毀、因產品在一段時間內無法供應而導致銷售損失、適用監管機構的罰款以及高於預期的退貨率。此外，我們可能須就原材料及包裝材料受污染、產品質量及食品安全問題產生的損失與我們的原材料及包裝材料供應商、合作生產夥伴及客戶進行磋商或提起訴訟。該等訴訟可能會導致大量成本，這可能會進一步影響我們的銷售、盈利能力及前景。

此外，虛假、無根據或名義上的責任索賠或有限的召回可能會導致負面報導，而有關我們產品中的成分或包裝材料中的物質被認為存在或可能存在負面健康影響的相關不利公眾輿論、第三方研究或其他指控（無論是否有效）可能導致新增政府法律法規、對我們採取實際或可能不利的法律行動，以及消費者對我們產品產生負面看法，任何一種情況均可能導致對我們產品的需求減少或導致更改產品設計，這可能會導致成本高昂、耗時並降低產品的吸引力。

任一或所有該等事件均可能導致消費者喪失信心及信任，可能損害與我們品牌相關的商譽，可能導致消費者選擇其他產品，並可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

風險因素

我們可能無法有效管理和發展我們的經銷網絡和其他銷售渠道，並有效維持我們與客戶的業務關係或管理我們的客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。

維持高效的經銷網絡使我們的包裝飲用水及飲料產品順利交付予消費者，而我們的經銷商在擴大我們的地理覆蓋範圍及推動包裝飲用水及飲料產品的銷售方面發揮著重要作用。一般而言，我們的經銷商向我們購買產品，將其轉售予次級經銷商及終端客戶。於往績記錄期間，經銷商的採購佔我們銷售額的絕大部分。於2021年、2022年及2023年，我們的經銷商貢獻的收入分別佔我們總收入的87.9%、87.9%及87.2%。請參閱「業務－我們的銷售網絡－經銷」。

未能與我們的現有經銷商維持業務關係，在失去現有經銷商後未能與新經銷商建立關係，以及無法管理及擴大經銷商的經銷覆蓋範圍可能對我們的經銷網絡造成不利影響，進而對我們的業務以及我們的品牌、經營業績及財務狀況造成不利影響。我們拓展經銷網絡覆蓋範圍的能力亦受相關監管規定、競爭格局以及消費者品味、偏好及消費習慣變化的影響。未能有效應對此類變化可能會對我們的業務及前景造成不利影響。

此外，倘我們的經銷商未能有效營銷及銷售我們的包裝飲用水及飲料產品，我們的市場聲譽可能受損，而我們發展業務的能力可能也會受到不利影響。此外，我們可能無法成功管理經銷商的行為，我們也未必能夠成功發現或防止我們的任何經銷商不遵守我們現有經銷協議條款的情況。經銷商的任何違規行為可能對我們的品牌及與其他經銷商的关系造成負面影響。

在某些情況下，我們的經銷商可能會將我們的產品出售給我們對其日常業務活動的監控有限或無法監控的次級經銷商。我們可能無法準確追蹤我們產品的次級經銷商的銷售及存貨水平，這可能導致我們對銷售趨勢的預測不準確，並影響我們有效及時制定及調整營銷及產品策略的能力。截至最後實際可行日期，我們與超過2,800家次級經銷商訂立了三方協議。此外，我們的經銷網絡亦涵蓋我們與之並無合同關係的其他次級經銷商。我們的次級經銷商並無與我們進行任何採購、付款或其他直接交易。倘我們的次級經銷商未能及時經銷我們的產品，或已與我們簽訂三方協議的次級經銷商未能遵守有關協議條款，則可能會影響我們的銷售及損害我們品牌的聲譽，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

風險因素

此外，我們亦直接向客戶銷售產品，主要包括向知名商超、連鎖便利店及電商平台等KA客戶進行直營。於2021年、2022年及2023年，我們的直營客戶貢獻的收入分別佔我們總收入的12.1%、12.1%及12.8%。請參閱「業務－我們的銷售網絡－直營」。未能與我們的直營客戶維持業務關係或未能與新的直營客戶建立關係，可能會對我們的品牌、經營業績及財務狀況造成不利影響。

此外，於往績記錄期間，在我們的直營中，通過線上銷售渠道產生的銷售額一直在顯著增長。隨著電子商務及社交媒體平台日益普及，我們可能會面臨線下及線上銷售渠道之間的競爭及競食。倘我們未能平衡線上及線下銷售渠道之間的營銷工作或優化產品組合及定價策略，或未能有效管理該等渠道的整合，則該等渠道之間的競爭及競食可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。此外，於往績記錄期間，我們直接向第三方電商平台及通過第三方電商平台向消費者銷售若干產品。因此，倘電商平台出現任何重大中斷，我們通過線上渠道的銷售及品牌形象可能會受到不利影響。倘我們未能有效管理線上銷售的持續及有效發展，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響。

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料種類為PET（用於製造瓶子）。我們的其他原材料及包裝材料主要包括奶粉、糖、紙箱、瓶蓋及標籤。於2021年、2022年及2023年，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣3,722.8百萬元、人民幣4,576.8百萬元及人民幣4,507.6百萬元，分別佔我們總銷售成本的約58.5%、62.2%及60.3%。鑒於原材料及包裝材料成本預計將繼續佔我們銷售成本的一大部分，原材料及包裝材料價格的任何大幅上漲均可能對我們的利潤率造成重大不利影響。我們所使用的原材料及包裝材料受制於我們無法控制的各種因素（如商品價格波動、供需變化、物流及加工成本、通貨膨脹以及政府法規及政策）導致的價格波動，我們不確定我們是否能夠將任何此類價格上漲轉嫁予我們的客戶。

此外，倘所有或大量原材料及包裝材料供應商無法或不願意滿足我們的要求，我們可能會面臨原材料及包裝材料短缺或成本增加的情況。我們的原材料及包裝材料供應商可能因各種原因而無法滿足我們的需求，包括自然災害、天氣、生產問題、流行病、農作物歉收、罷工、運輸中斷或政府監管。更換原材料及包裝材料供應商可能成本高昂且耗時。倘我們無法及時獲得數量足夠、質量令人滿意或價格可接受的原材料及包裝材料，我們的產量、產品質量及利潤率可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們的業務受季節性影響，這可能會導致我們的經營業績出現波動。

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年第二及第三季度主要因天氣轉暖而迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該等季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。請參閱「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－特定因素－天氣及季節性」。

於一個財政年度期間，銷量亦可能因其他原因而波動，包括新產品推出以及營銷及推廣活動的時機。此外，天氣及平均溫度的變化可能會導致對我們產品的需求有所波動。例如，反季或異常的天氣可能會擾亂我們的運營並損害我們的財務表現。請參閱「一天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響」。

由於該等波動，同一財年內不同期間、不同財政年度的相同期間或不同財政年度之間的銷售額及經營業績的對比未必能反映我們的表現。我們於任何特定季度或半年度的業績未必能反映整個財政年度的業績。我們未來的財務狀況及經營業績可能於全年持續波動。投資者不應依賴中期業績作為本集團預期全年業績的指標。

我們產品的有效營銷和推廣對於我們產品的成功至關重要。不當的營銷活動將影響我們的聲譽，並可能導致行政處罰，這可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們經營的成功取決於我們銷售及營銷活動的有效性。我們在銷售及營銷活動中投入了大量的資金，以提高品牌知名度及推廣新產品。於2021年、2022年及2023年，我們產生的經銷及銷售費用分別為人民幣3,756.7百萬元、人民幣3,877.6百萬元及人民幣4,086.5百萬元，分別佔我們總收入的33.1%、30.7%及30.2%。然而，我們無法完全保證與合作夥伴在營銷活動中的合作不會終止，在此情況下，我們的銷售及營銷活動、業務運營及財務表現可能會受到不利影響。此外，倘我們的銷售及營銷計劃包含不當內容，我們的聲譽可能會受損，這可能會導致行政處罰。因此，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響。

風險因素

尤其是，就新產品而言，我們可能進行推廣活動，並在產品推出後產生大量銷售及營銷開支，以刺激消費者需求，這可能會影響我們的盈利能力。競爭壓力亦可能限制我們隨後提高新產品價格的能力。我們可能無法成功推出任何新產品，同時在產品推出後即刻維持及提高盈利能力，或根本無法推出。

此外，我們可能須制定及採用新的營銷策略，以迎合不斷演變的市場趨勢及不斷變化的消費者偏好。未能制定有效的營銷策略以迎合不斷改變的市場趨勢及消費者偏好，可能會導致不必要的經銷及銷售費用，這可能會對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

我們與生產設備、設施、技術和其他運營方面相關的投資、維護或升級可能無法成功實施，這可能對我們的業務增長產生重大不利影響。

我們持續維護現有生產設備及設施，通過升級現有設備及設施來擴大生產能力、購買新設備及建設新設施，並改進生產技術，以確保我們業務的順利運營及推動業務增長。

尤其是，隨著我們業務的增長，我們可能需要通過各種措施（包括新建工廠及擴建現有工廠）來擴大我們的產能。請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。我們的新工廠可能未能及時準備就緒，我們的產能亦可能無法成功擴大。多項因素可能會延遲我們的擴張計劃或增加我們的成本，包括：(i) 未能籌集足夠資金以建立及維持營運資金以在新工廠經營業務；(ii) 未能及時從相關政府部門取得環境及監管批文、許可證或牌照；(iii) 未能為我們的工廠找到新選址；(iv) 建築材料及生產設備短缺或延遲交付或價格上漲，以及影響施工進度的各種其他因素，導致我們新建工廠或擴建現有工廠的延遲交付；及(v) 技術變革、產能擴張或其他因市況變化而須對我們的新工廠計劃作出的變動。

此外，倘日後市場需求下降，我們可能無法收回建設任何新工廠或擴建任何現有工廠及維持擴大產能所產生的成本。我們任何擴張計劃的延遲或取消亦可能使我們與多個對手方（包括但不限於總承包商及分包商、設備供應商、融資方及相關政府部門）發生糾紛。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

風險因素

此外，我們分配人力及其他資源以管理該等業務。該等投資、維護及升級可能無法成功進行，或無法於短期內產生正現金流量或盈利回報。該等投資、維護及升級可能因技術或行業標準的更新而失效或過時，這可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響。

反常或異常天氣、自然災害(如風暴、地震、火災、乾旱或洪水)或長期氣候變化可能會給我們和我們的合作生產夥伴以及供應商的生產設施帶來實際風險，損害我們的生產能力，擾亂我們的供應鏈和經銷。特別是，它們可能會加劇原材料及包裝材料、能源和燃料商品價格的波動，並有可能擾亂原材料及包裝材料、能源和燃料的供應，從而對我們生產產品的能力造成不利影響。此外，天氣或平均溫度的變化可能會導致對我們產品的需求波動，這可能會對我們的業務及財務業績產生負面影響。有關水資源短缺的風險，請參閱「水資源短缺和質量低下可能會對我們的業務產生不利影響」。

此外，對氣候變化(包括全球變暖)的擔憂已引發了針對低碳發展及綠色製造的立法及監管舉措。適用於我們的相關法律或法規(例如《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國水污染防治法》《關於進一步加強塑膠污染治理的意見》(發改環資[2020]80號))的變動或不斷演變的詮釋可能導致我們的合規成本、資本開支及其他財務責任增加，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

如果我們的第三方服務提供商和業務合作夥伴，包括我們的合作生產夥伴，不能令人滿意地履行其承諾和責任，我們的業務和財務業績可能會受到不利影響。

在開展業務時，我們就若干服務依賴與第三方(包括合作生產夥伴、原材料及包裝材料供應商、客戶、物流服務提供商、推廣服務提供商、供水商及其他第三方)的關係以支持我們運營的關鍵要素。該等第三方面臨與我們類似的風險，即與業務中斷、系統故障及僱員失誤以及網絡安全及數據保護有關的風險，亦面臨其自身的法律、監管及市場風險。

風險因素

我們的第三方服務提供商及業務合作夥伴可能無法及時並根據協定條款或適用法律履行其各自的承諾及責任。此外，儘管我們已制定風險評估以及選擇、管理及監控我們與第三方服務提供商及業務合作夥伴的關係的程序，但我們可能無法控制其業務運營或管治及合規制度、慣例及程序，這增加了我們的財務、法律、聲譽及運營風險。倘我們無法有效管理我們與第三方服務提供商及業務合作夥伴的關係，或我們的第三方服務提供商或業務合作夥伴因任何原因未能令人滿意地履行其承諾及責任，則我們的業務、經營業績及財務狀況將受到影響。在與第三方的現有合同到期時，我們可能無法按對我們有利的商業條款續簽該等合同或及時找到合適的替代者，這種情況可能會對我們的業務造成不利影響。

尤其是，我們與幫助我們生產的多家合作生產夥伴保持長期合作關係。於2021年、2022年及2023年，來自我們合作生產夥伴的產品分別佔我們產品總產量的約68.1%、68.9%及66.9%。一般而言，我們面臨與我們的合作生產夥伴生產相關的諸多風險，包括對交付時間表的控制減少及由於我們無法控制的原因（包括意外事故及其他不可預測事件）導致合作生產夥伴出現財務困難或運營中斷。未能有效管理上述任何風險可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

此外，我們的主要供應商數量有限。於2021年、2022年及2023年，我們向前五大供應商的採購額分別約為人民幣24億元、人民幣29億元及人民幣28億元，分別佔我們總採購額的約31.0%、33.5%及33.2%。請參閱「業務－供應鏈管理－供應商」。倘我們目前的主要供應商決定終止與我們的業務關係，或倘我們目前的主要供應商提供的貨品及服務未能符合我們的標準，或倘我們目前的服務、設備或原材料及包裝材料供應因任何原因而中斷，則我們可能無法及時或根本無法輕易地切換至其他合資格供應商。倘發生該等事件，我們的業務、經營業績和財務狀況可能會受到不利影響。

我們可能面臨產能不足的問題，這或會阻礙我們滿足客戶需求的能力並損害我們的發展前景。

截至2023年12月31日，我們在中國擁有12家已投產的自有工廠。請參閱「業務－我們的生產－生產工廠－我們的自有工廠」。此外，截至同日，我們與34家合作生產夥伴進行委託加工合作。倘日後我們的任何工廠或合作生產夥伴的工廠生產中斷，尤其是在我們的部分或全部產品需求旺盛的時期，我們可能無法滿足對我們產品的整體需求，或對我們任何產品的特定需求。在該等情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

風險因素

我們工廠的中斷可能對我們的業務產生重大不利影響。此外，我們的合作生產夥伴或供應商的工廠或我們客戶的設施亦可能會發生中斷。造成中斷的原因有很多，包括火災、自然災害、天氣、水資源短缺、生產或分配問題、疾病、廣泛傳播的疾病、罷工、人工短缺、運輸或供應中斷、合同糾紛、政府監管及行動、網絡安全攻擊、戰爭或恐怖主義。

尤其是，有效的供應鏈管理及高效的生產是我們業務成功的關鍵。我們供應鏈的任何延遲或中斷均可能對我們履行與客戶合同責任的能力產生不利影響。同時，我們的生產流程十分複雜。生產過程中可能因我們無法控制的各種原因而出現問題，包括原材料及包裝材料的質量缺陷、缺乏生產條件或因自然災害或其他災難性事件而暫停生產、勞工問題、停電、技術或機械問題。未能有效管理上述任何一項均可能中斷我們的生產流程及產品交付，從而損害我們的業務及聲譽。

此外，當對我們產品的實際需求超過預測需求時，我們亦可能遇到產能不足的問題。倘我們無法及時有效地解決產能不足的問題，我們的產品生產可能會受到不利影響，從而可能使我們的業務、經營業績及財務狀況受到不利影響。

我們的業務和運營成果可能會因物流服務提供商的任何交貨延誤、貨物處理不當或運輸成本增加而受到負面影響。

於往績記錄期間，我們的大部分產品運輸由物流服務提供商提供。於2021年、2022年及2023年，我們的物流服務開支分別為人民幣911.1百萬元、人民幣1,123.4百萬元及人民幣1,046.3百萬元，分別佔相同年度我們總收入的8.0%、8.9%及7.7%。我們的大部分產品通過陸運、鐵運或水運交付。我們的物流服務提供商提供的服務可能因不可預見的事件而延后、暫停或取消，這可能會延遲或中斷我們產品的銷售或交付，或導致我們的成本增加。交付延遲可能因我們無法控制的各種原因而發生，包括我們的物流服務提供商操作不當、勞資糾紛或罷工、發生意外事件、爆發疫情、地震及其他自然災害以及戰爭或恐怖主義行為。與物流服務提供商的糾紛或與彼等的合同關係終止亦可能導致產品延遲交付或成本增加。我們可能無法按商業上可接受的條款維持或重續與現有物流服務提供商的合同關係，或者根本不能維持或重續，或我們將能找到合適的替代提供商。此外，我們的物流服務提供商提供的運輸服務未必能夠始終令客戶滿意。任何延遲交付、產品損壞或其他相關問題均可能導致產品召回、產品責任及我們的聲譽受損，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

風險因素

同時，我們的物流服務提供商的運輸成本受我們無法控制的因素影響，包括燃料價格波動、道路通行費及過橋費增加以及運輸法規的變化。物流服務提供商的服務成本增加可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們未能充分管理庫存可能會導致庫存陳舊。

維持最佳庫存水平對我們業務的成功至關重要。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的庫存結餘分別為人民幣414.1百萬元、人民幣588.1百萬元及人民幣377.4百萬元。於2021年、2022年及2023年，我們的庫存週轉天數分別為19.1天、24.8天及23.6天。未能充分管理庫存風險可能導致庫存陳舊、庫存價值下降或庫存撇銷。此外，與包裝飲用水產品比較，我們的飲料產品因保質期相對較短，因此面臨的庫存陳舊風險更高。

就原材料及包裝材料而言，我們通常維持安全庫存並採用多種採購方式。對於製成品，我們針對旺季和淡季實施不同的備貨策略。請參閱「業務－庫存管理」。然而，我們未必能夠準確預測相關趨勢及事件並始終維持充足的庫存水平。市場對我們所銷售產品的需求意外下降可能導致庫存過多，而我們可能通過提供折扣或進行推廣活動以處置滯銷庫存，這可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。同時，庫存不足可能導致我們失去銷售機會，而我們的經營業績亦可能受到不利影響。

任何涉及我們的品牌、客戶、合作生產夥伴、原材料及包裝材料乃至整個即飲軟飲行業的負面輿論都會損害我們的聲譽，這可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們的成功取決於我們為現有及新產品以及我們的企業聲譽建立及維持品牌形象的能力。我們的廣告、營銷及推廣計劃未必能夠對我們的品牌形象或消費者對我們產品的偏好及需求產生預期的影響。尤其是，我們的合作關係可能會因與我們合作或支持的組織及賽事有關的個人或實體的實際或被指控的不當行為而受到負面報導。

有關產品安全、質量及／或成分含量問題、我們的環境影響及我們營運的可持續發展的申索，或產品污染的指控，即使是虛假或毫無根據的，均可能損害我們的品牌形象，並可能導致消費者選擇替代產品。倘我們或我們的僱員、合作生產夥伴、客戶、供應商、物流服務提供商或其他業務合作夥伴未能保持我們的產品質量，採取或被認為採取不道德、非法或對社會不負責任的方式（包括在產品的採購、內容或銷售、客戶的服務和待遇或客戶數據的使用方面），消費者對我們產品的需求亦可能大幅減少。

風險因素

此外，我們的品牌形象或產品質量認知及食品安全可能受到訴訟、媒體不利報導、一般研究及監管或其他政府查詢以及影響即飲軟飲行業的擬議或新立法的不利影響。在社交媒體或社交網站上發佈有關本公司或我們任何品牌的負面帖子或評論，即使是不準確或惡意的，也可能產生負面宣傳，從而損害我們的品牌或本公司的聲譽。損害消費者信任的商業事件，無論是孤立的還是經常性的，也無論是源自我們還是我們的合作生產夥伴、客戶、供應商、物流服務提供商或其他業務合作夥伴，都可能會嚴重降低品牌價值或可能引發對我們產品的抵制，並可能會對消費者對我們產品的需求以及我們的聲譽及經營業績產生負面影響。倘該等事件通過社交媒體或數字媒體迅速傳播（包括出於惡意原因），則可能會加劇該等事件的影響或導致訴訟或其他程序。

此外，與整個即飲軟飲行業或在該行業經營的其他公司有關的負面輿論可能會導致消費者對我們品牌的負面看法並影響消費者對我們產品的需求，而我們的業務及前景可能會因此受到重大不利影響。

對業務、產品、技術、產能或專有技術的擴張、收購或投資可能會讓我們面臨風險和不確定性。

於往績記錄期間，我們於2022年通過增資的方式持有華潤怡寶飲料（宜興）有限公司70%的股權，並於2023年上半年通過增資的方式持有河源市碧優選飲用水有限公司79%的股權。請參閱本文件附錄一會計師報告附註30。此外，我們於2024年收購了一家前合作生產夥伴的70%股權。請參閱本文件附錄一會計師報告附註38。

我們計劃持續積極尋求戰略機會以收購或投資我們認為將有利於我們產品開發、研發能力、技術及經銷網絡的業務、產品、技術、產能或專有技術。我們可能無法按預期成功執行我們的擴張及收購計劃並完成相關交易。

我們通過收購及投資實現增長的能力取決於我們識別及結合適當目標以及按合理條款獲得必要融資的能力。尤其是，收購可能涉及重大風險及不確定因素，包括但不限於：(i)難以將所收購的公司、人員、設備、設施或產品（如適用）整合至我們的業務，尤其是不同的生產及質量管理以及其他業務職能；(ii)延遲實現或無法實現收購及投資的利益及協同效應；(iii)分散我們管理層對其他業務的時間及注意力；(iv)整合成本高於預期；或(v)難以挽留所收購業務的關鍵員工。

風險因素

同時，我們可能無法實現預期的投資效益或回報並及時收回該等投資。收購亦可能令我們產生債務或須攤銷所購無形資產，從而會損害我們的經營業績。我們亦可能在所收購業務中發現於內部控制、數據充分完整性、服務質量、監管合規以及責任方面存在收購前未能發現的缺陷。我們可能因此而遭受處罰、捲入訴訟或承擔其他責任。在整合所收購業務或產品方面的任何困難或與該等業務或產品有關的意外處罰、訴訟或責任可能對我們的業務、經營業績及或財務狀況產生不利影響。

未能有效管理我們未來的增長的情形都可能對我們的業務運營和前景產生重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的收入有所增長。於2021年、2022年及2023年，我們的收入分別為人民幣11,339.9百萬元、人民幣12,622.8百萬元及人民幣13,514.7百萬元。然而，這僅反映我們的過往表現，並不代表我們未來的表現。我們增長的可持續性取決於若干因素，其中許多因素超出我們的控制範圍，包括不斷變化的消費者偏好和需求、競爭、監管演變以及經濟狀況的變化。倘我們無法有效管理我們的業務增長並根據需要進一步擴大我們的業務，我們可能無法按時或在我們的預算範圍內成功實施必要的戰略以促進我們的業務前景，或者根本不能實施。因此，我們未必能夠維持過往所實現的增長。倘未能有效管理我們的未來增長，可能會對我們的業務營運及前景造成重大不利影響。

我們於往績記錄期間獲得政府補助及稅收優惠待遇，任何政府補助或稅收優惠待遇的終止或相關政策的任何變化可能對我們的財務表現及經營業績產生不利影響。

於往績記錄期間，我們根據相關稅收優惠政策獲得政府補助及稅收優惠待遇。然而，我們日後可能無法繼續享有類似的政府補助及優惠稅收待遇。於2021年、2022年及2023年，我們分別確認政府補助人民幣82.9百萬元、人民幣87.8百萬元及人民幣61.3百萬元。於往績記錄期間，我們有一家子公司合資格享有稅收優惠。請參閱「財務資料－合併損益表的主要組成部分－其他收入」及「財務資料－合併損益表的主要組成部分－所得稅開支」。倘我們不再收取或受益於政府補助或享有稅收優惠待遇，我們的財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

風險因素

我們面臨貿易應收款項的相關信用風險。

我們的貿易應收款項主要來自我們產品的信用銷售。我們通常在客戶付款後向其交付產品，同時向若干直營客戶授予不超過90天的信貸期。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的貿易應收款項結餘（信貸虧損撥備前）分別為人民幣277.8百萬元、人民幣270.6百萬元及人民幣267.3百萬元，代表我們截至各日期與貿易應收款項有關的信用風險的最大風險敞口。於2022年及2023年，我們分別通過損益確認預期信用虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）人民幣27.2百萬元及人民幣3.8百萬元。我們未必能夠及時收回客戶款項，這可能導致我們的貿易應收款項週轉緩慢並限制我們的營運資金資源。於2021年、2022年及2023年，我們的貿易應收款項週轉天數分別為8.3天、7.9天及7.3天。請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干組成部分的說明－貿易及其他應收款項」。倘我們未能及時收到客戶付款，我們的現金流量及財務狀況可能會受到不利影響。此外，倘我們決定就該等付款提出申索，因客戶拖欠付款而產生的糾紛亦可能對我們而言屬耗時及成本高昂，且我們未必能勝訴，在此情況下，我們的流動資金、業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

我們在研發方面的開發與投資工作未必會產生預期成果。

我們一直致力於升級和改進現有的包裝飲用水及其他飲料產品，推出新產品並探索新的產品品類。於2021年、2022年及2023年，我們的研發成本分別為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元及人民幣61.5百萬元。日後我們在研發活動方面的工作未必會取得成功，我們推出新產品或新包裝也未必會受消費者青睞，或者我們的競爭對手可能會先於我們開發出若干新產品。隨著市場趨勢及消費者品味、偏好及消費習慣的演變，我們無法保證在研發方面的投資將能始終產生預期成果，或根本無法產生預期成果，若無法產生預期成果，可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

風險因素

我們可能無法挽留或及時招聘我們經營所需的高級管理層成員或其他關鍵人員。

我們業務的成功在一定程度上取決於我們高級管理層成員及其他擁有中國即飲軟飲行業的行業專長、專業知識或經驗的關鍵人員的能力及貢獻。請參閱「董事及高級管理層」。任何有關人員的離職可能會對我們維持及發展業務的能力造成不利影響。此外，我們的關鍵人員可能會加入競爭對手或開設競爭業務，或不會遵守僱傭合同的條款及條件。由於在我們業內對技術人員及資深人才的競爭激烈，失去任何關鍵人員或未能及時為我們未來業務發展招聘有關人員均可能對我們的業務產生不利影響。

我們的員工、客戶或其他第三方犯下的任何欺詐、賄賂或其他不當行為都可能使我們蒙受經濟損失和聲譽損失。

我們可能會面臨員工、客戶或其他第三方的欺詐、賄賂或其他不當行為，這可能使我們蒙受經濟損失及遭受政府部門處罰。儘管我們為監察運營及確保整體合規而設計了內部控制程序，但我們的內部控制程序可能無法及時識別所有不合規行為、可疑交易、欺詐、貪污、賄賂或其他不當行為或防止或阻止該等情況。我們的風險管理系統及內部控制能力受限於我們可用的信息及風險管理工具或技術。我們實施及維持嚴格內部控制的能力可能會受到我們業務規模及業務範圍擴張的影響。倘發生任何損害我們利益的第三方的不當行為，可能會產生關於我們的負面報道並使我們的聲譽受損，甚至因該等不當行為而面臨訴訟及其他法律程序以及行政或刑事處罰，從而對我們的業務及經營業績產生不利影響。

我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查。

我們越來越多地依賴信息技術（「IT」）系統來處理、傳輸及存儲有關我們經營的信息。我們的員工與我們的合作生產夥伴、供應商、客戶及消費者之間很大一部分溝通依賴於IT。我們的IT系統面臨我們無法控制的各種風險，包括自然災害、通訊故障、電力中斷、電腦病毒、黑客及其他安全問題。我們IT系統的任何該等中斷都可能干擾我們的經營並對我們的生產及履行銷售訂單的能力產生負面影響，從而可能會對我們的業務及經營業績產生不利影響。

風險因素

此外，我們為經營的多個品牌開展電子商務，其中包括向部分客戶直接銷售，因此在向其提供產品的過程中處理他們的個人信息。中國有關隱私及數據保護的法律法規通常複雜且不斷演變。倘我們未能遵守適用的數據保護及信息安全法律，或未能解決任何數據隱私及保護問題，則有關實際或被指稱未遵守相關法律或未解決有關問題可能會損害我們的聲譽、影響我們的品牌形象，並可能使我們面臨重大的法律、經濟及經營後果。倘我們的網絡安全受到威脅、有關資料被盜取或被未經授權人士獲取或不當使用，我們可能會面臨客戶及有關部門提起訴訟及其他法律程序。任何有關訴訟均可能分散管理層的注意力，導致重大經濟損失及開支，並對消費者關於我們品牌的認知產生負面影響。

另外，我們可能不時實施、修改及升級我們的IT系統及程序，以支持我們的增長及業務發展。該等修改及升級需要投資，且可能無法實現預期的投資效益或回報，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們可能無法充分保護我們的知識產權，並且可能會面臨第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險。

我們相信，我們的商標、專利及其他知識產權對我們的成功至關重要。我們可能受第三方侵犯知識產權。例如，第三方可能在未經我們事先授權的情況下抄襲或以其他方式取得及使用我們的知識產權。

尤其是，我們可能面臨產品被侵權的風險。我們無法完全保證市場上不會出現未經我們授權使用我們知識產權的情況。侵權者可能會未經我們授權使用我們的知識產權生產相關產品。該等情形通常很難被及時發現或完全禁止。該等事件的發生可能對我們的聲譽及品牌造成不利影響。我們的聲譽及品牌對我們的盈利能力及競爭力至關重要，任何由於產品被侵權所導致的聲譽或品牌受損均可能對我們的盈利能力及競爭力造成不利影響。

我們實施或捍衛知識產權的措施未必一直成功。我們或會就第三方的任何侵權提出法律訴訟以保障對知識產權的擁有權，此舉可能產生大量成本且耗費時間，且其結果或為未知數。倘我們未能充分保護或保障知識產權，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會受到不利影響。

風險因素

同時，我們面臨在經營過程中遭第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險。就任何該等索賠進行抗辯可能成本高昂且耗時，且其任何不利判決可能使我們承擔責任，或使我們面臨禁止提供及營銷相關品牌或產品的禁令或其他不利後果，從而擾亂我們的業務運營、損害我們的聲譽及品牌，並對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們與「麒麟」品牌就若干飲料產品的IP合作續簽存在不確定性。

2011年，根據與「麒麟」品牌訂立的戰略合作，本公司名稱變更為華潤麒麟飲料（大中華）有限公司，隨後我們相繼引進了「午後奶茶」、「火咖」及「源自世界的廚房」作為我們產品組合的一部分。本集團銷售相關產品產生的收入分別佔我們2021年、2022年及2023年總收入的2.0%、1.5%及1.4%。2022年2月，麒麟與Plateau簽訂股份購買協議，將其持有的華潤麒麟飲料（大中華）有限公司40%的股權全部轉讓予Plateau，並於2022年8月完成相關轉讓。請參閱「歷史、發展及公司架構－本公司的主要股權變動－麒麟向Plateau轉讓股份」。我們與「麒麟」品牌的IP合作預期於2025年屆滿，我們或會再考慮IP合作的相關安排，視乎結果而言，我們的產品組合可能會發生變化。

我們可能會面臨訴訟和其他法律程序，並且可能並不總是能成功地針對此類索賠或訴訟為自己辯護。

我們可能在日常業務經營過程中涉及與（其中包括）產品或其他類型的責任、勞資糾紛、合同糾紛或知識產權糾紛有關的訴訟及其他法律程序，這可能對我們的財務狀況產生不利影響。該等行為亦可能使我們面臨不利報道，從而可能對我們的品牌、聲譽及客戶對我們產品的偏好產生不利影響。倘我們日後涉及任何訴訟或其他法律程序，該等法律程序的結果可能難以確定，亦可能產生法律開支，且達致的和解或結果或會對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們面臨與第三方付款有關的各種風險。

於往績記錄期間，我們的大部分客戶（單獨或統稱「**相關客戶**」）通過不屬於相應買賣協議項下合約方的賬戶與我們結算付款（「**第三方付款安排**」）。請參閱「業務－我們的銷售網絡－**第三方付款安排**」。自2024年初起，我們開始整改第三方付款安排並要求我們的客戶簽訂我們經修訂的買賣協議。根據經修訂的買賣協議，我們僅允許(i)直接來自客戶賬戶的付款或(ii)（如並非直接來自客戶賬戶）通過以下賬戶向我們付款：(a)對於個體工商戶／個人獨資企業而言，有關個體工商戶／個人獨資企業的實際控制人（或其配偶）；或(b)對於公司實體而言，其同一公司集團內的子公司，或根據與商業

風險因素

銀行或授權金融機構訂立的融資安排與本集團進行結算的法定代表人及／或實際控制人。截至最後實際可行日期，我們已對大部分第三方付款安排作出整改。我們面臨與該等第三方付款安排有關的各種風險，包括：(i)並非合同約定債務人的第三方付款人可能向我們追索退還資金；(ii)因為我們對第三方付款人所用資金的來源及用途了解有限所帶來潛在的風險；及(iii)第三方付款人的清盤人可能提出的申索。倘第三方付款人或其清盤人提出任何申索，或就任何第三方付款向我們提起或提出法律訴訟，我們可能須增加財務及管理資源以應對該等申索或法律訴訟，而我們的財務狀況及經營業績可能因此受到不利影響。

我們的保險範圍可能不足以彌補我們潛在的責任或損失。

我們投購的保險覆蓋與我們生產有關的潛在產品責任及潛在安全問題。此外，我們已購買若干財產相關保險，覆蓋我們的樓宇、設施、機器、車輛、設備、存貨及其他資產。請參閱「業務－保險」。我們的保險可能無法為所有與我們業務運營相關的風險提供足夠保障。如果出現保單保障範圍以外的重大損失及責任，我們可能需要承擔保險不足以彌補的損失部分。因此，我們可能承擔高昂的成本，這可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們的運營需要各種批准、牌照和許可，若未能獲得或更新這些批准、牌照和許可，則可能對我們的業務和經營業績產生不利影響。

根據中國法律及法規，我們須持有經營所需的各種批准、牌照和許可。例如，根據中國法律的相關規定，若我們直接從江河、湖泊或者地下取用水資源的，我們須在取水前取得取水許可證及定期更新有關取水許可證，並定期支付取水費用。同時，根據《中華人民共和國礦產資源法》，我們在進行任何與礦泉水有關的採礦活動前須取得採礦許可證，並繳納相關礦產資源稅，而採礦許可證僅限於特定地理區域及時間段，可於屆滿後續期。我們能否繼續進行採礦活動取決於我們向相關中國監管機構續簽採礦許可證的能力。此外，由於我們建設自己的生產設施，我們須遵守有關建設項目的

風險因素

土地使用權、建設許可及批准記錄備案以及竣工驗收記錄備案、環境影響評估及污染物的排放等方面的規定。如果我們未能取得相關批准、牌照和許可並完成相關手續，我們可能無法開展業務運營和拓展的某些活動，同時我們的業務、經營業績和前景可能會受到不利影響。

我們亦須遵守有關生產及銷售程序的適用消防安全、衛生或食品安全標準。我們用於生產及銷售的場所須接受監管機構檢查，以符合中國相關法律法規。請參閱「監管概覽」。未通過該等檢查或維持或更新我們的批准、牌照及許可，可能令我們面臨罰款及使我們的部分或所有生產活動暫時或永久停業，且可能擾亂我們的業務運營，並對我們的業務及經營業績產生重大影響。請參閱「業務－牌照、批准及許可證」。

我們可能面臨與勞資關係、勞資糾紛、人工短缺、人工成本增加及勞工法合規有關的風險。

包裝飲用水及飲料產品的生產及銷售屬勞動密集型，而我們的成功部分取決於我們僱用、培訓、挽留及激勵員工的能力。勞資關係的任何惡化均可能引發勞資糾紛，從而可能擾亂我們的生產及經營，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。

儘管我們盡力為員工提供安全良好的工作環境以避免職業傷害，但我們仍可能會面臨有關工作場所安全或員工職業傷害的責任索賠、負面報道及政府調查或干預，尤其是如果我們的員工、第三方服務提供商或其他方在我們的設施內或產品運輸期間發生人身傷亡。相關事件可能導致我們的勞資關係惡化，使我們的品牌和聲譽受損。

此外，隨著中國經濟的增長，預期社會平均工資將會增加，而人工短缺及人口老齡化的趨勢可能進一步導致人工成本增加。人工成本的任何重大增加均可能對我們的盈利能力、經營業績及財務狀況產生不利影響。此外，我們可能需要增加總薪酬以持續招聘到實現我們業務目標所需的經驗豐富的人員。長期人工短缺或人工成本上漲可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

在中國經營的企業須參與多項政府規定的員工福利計劃，包括若干社會保險、住房公積金及其他福利付款責任。中國地方政府對員工福利計劃的要求及實施並不統一，相關政府部門可能會檢查僱主是否已足額支付應繳的員工福利款項，未能按規定足額繳納的僱主可能會被處以滯納金、罰款及／或其他處罰。於往績紀錄期間，我們

風險因素

通過第三方人力資源機構為若干員工繳納社會保險或住房公積金，主要因為彼等更願意在各自的居住地繳納社會保險及住房公積金，以便在當地使用該等福利。我們若干員工的供款計算方式可能與當地要求存在差異，但我們對此積極做出了有關整改。據我們的中國法律顧問告知：(i)截至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守與社保及住房公積金有關的適用法律及法規；及(ii)於往績記錄期間，我們因上述社會保險、住房公積金相關的問題而受到相關人力資源和社會福利政府機關及住房公積金政府機關重大行政處罰的風險極低。

水資源短缺和質量低下可能會對我們的業務產生不利影響。

我們產品的品質及數量依賴於優質穩定的水資源。然而，污染、地質變化、自然災害、氣候及其他環境變化等我們無法控制的各種因素可能會對我們水資源的品質和水量產生負面影響，並可能增加水淨化及處理成本或限制我們的運營。倘我們的水資源變得稀缺或水質惡化，可能會導致我們的生產成本增加或面臨生產限制。未能有效管理上述有關水資源短缺及水質不佳的風險可能會對我們的業務、財務表現及前景產生負面影響。

我們面臨與流行病和其他疾病爆發以及包括戰爭和恐怖主義行為在內的事件相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的運營。

我們的業務面臨與爆發大規模流行病或全球性流行病（如禽流感、豬流感、嚴重急性呼吸道綜合征(SARS)、中東呼吸系統綜合征冠狀病毒(MERS-CoV)、COVID-19)或其他事件（如戰爭、恐怖主義行為、環境事故、電力短缺或通訊中斷）有關的風險。上述任何事件的發生均可能損害全球及區域的整體經濟，擾亂即飲軟飲行業及我們的運營，並對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

風險因素

我們的業務受到中國複雜且不斷變化的法律法規的約束。我們的運營中任何不遵守各種法律法規的行為都可能導致我們受到政府當局的罰款和處罰。

我們須遵守中國政府就食品安全、環境保護、健康、消防安全及其他安全、數據保護及隱私、物業及勞工實施的各項法律法規。由於該等法律法規複雜且不斷演化，不遵守現有及將來適用的法律法規可能使我們承擔成本或責任（包括經濟損失及罰款）、生產能力受影響、業務運營被暫停及財務表現整體受到影響。倘不遵守該等法律法規，我們可能會面臨法律、財務及運營後果以及不利報道，從而可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。請參閱「我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查」。

例如，中國即飲軟飲行業生產商須遵守中國食品安全法律法規。該等食品安全法律法規規定，所有從事食品及飲料生產的企業須取得食品生產許可證。該等法律法規同時列明有關食品及食品添加劑、包裝及容器的安全標準，包裝上須披露的資料，以及有關食品生產及選址、用作運輸與銷售食品的設施及設備的規定。近年來，中國政府一直在加強對食品安全的監管，根據新修訂的《中華人民共和國食品安全法》及《中華人民共和國食品安全法實施條例》，食品生產經營者應當依照適用法律、法規和食品安全標準從事生產經營活動，建立健全食品安全管理制度，採取有效措施預防和控制食品安全風險，從而確保所生產食品的安全。這可能會增加包括我們在內的中國即飲軟飲企業的合規成本。未能遵守中國食品安全相關法律法規可能會遭致責令改正、罰款、沒收違法所得、責令停產停業、吊銷食品生產及經營許可證，以及在極端情況下追究刑事責任。請參閱「監管概覽－食品相關法規」。倘中國政府進一步修改有關食品安全的法規，我們的生產、銷售及經銷費用可能會增加，且我們未必能夠將該等額外成本成功轉嫁至我們的客戶，這可能會對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生不利影響。

我們須遵守日益寬泛、全面的中國環境法律法規，旨在監管對空氣、土地及水的排放及其影響。我們的運營可能會產生異味、噪音或排放出其他污染物。未能遵守任何環境法律法規或該等法律法規的任何未來變化均可能導致對我們工廠附近的員工或

風險因素

其他人士造成所謂的傷害。為符合環境合規、補救或補償要求而產生的重大成本或中國政府機構或法院對運營施加的處罰或限制，可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。請參閱「業務－牌照、批准及許可證」。

對可持續發展問題（包括氣候變化）的日益關注可能會引發出台旨在減少或減輕溫室氣體潛在影響的新訂或經修訂的法律法規，限制工業用水或增加工業用水的成本（出於對當地水資源短缺的考慮），或增加對某些可持續發展指標（例如回收利用）的強制性報告。倘我們未能遵守適用的環境合規要求或未能達到可持續發展指標，我們的業務運營及聲譽可能會受到不利影響。有關氣候變化及水資源短缺的風險，請參閱「一天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響」。

我們的某些自有及租賃物業未能遵守中國物業相關法律和法規，可能會對我們的業務產生不利影響。

根據適用的中國行政法規，租賃協議的出租人及承租人須於租賃協議簽訂後30日內向相關政府部門備案。截至最後實際可行日期，我們租賃的75處物業的租賃協議尚未按照中國法律法規的規定向當地房屋管理部門備案。據我們的中國法律顧問告知，倘我們及業主未能按相關主管部門的要求登記有關租賃協議，我們可能會因每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

截至最後實際可行日期，我們的部分自有或租賃物業存在瑕疵。截至同日，相關出租人尚未向我們提供六處租賃物業（佔我們租賃物業總建築面積的約4.90%）的所有權證或其他類似證明。該等租賃物業用作辦公室。因此，該等出租人可能未必有權將相關不動產出租予我們。據我們的中國法律顧問告知，倘任何該等租約被視為無效且我們必須搬遷，我們有權要求適用的出租人退還預付租金，並就業權缺陷造成的損失向我們作出彌償。截至同日，有54處租賃物業不符合其規定用途，其中52處用作辦公室，兩處用作倉庫。

此外，截至最後實際可行日期，就我們的若干自有物業而言，我們尚未根據中國法律取得所有相關物業所有產權證、土地使用權證或其他建築相關許可證。請參閱「業務－物業－自有物業」。此外，截至同日，我們其中一間工廠約422平方米的倉儲設施缺乏必要的土地使用許可證及建築文件，其主要功能為儲存雜項物品。

風險因素

倘我們因上述任何情況而受到第三方或政府部門的質疑，我們可能會被處以罰款，亦可能被迫搬遷（視情況而定），因此，我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

華潤集團其他成員公司對「華潤」品牌的不當使用可能使我們面臨聲譽風險。

由於我們與華潤集團的成員公司共享若干商標名稱（如「華潤」）（詳情載於「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.知識產權－(a)商標」），倘該等其他實體或彼等各自的董事、管理人員或其他員工採取的行動損害有關品牌名稱或企業形象，或倘任何重大負面報道與任何該等實體或人士有關（例如，由於對任何有關實體或人士的不法行為或腐敗行為的監管調查或其所涉及的其他法律程序），我們的品牌形象及聲譽以及市場價值或會受到不利影響。對該等事宜的負面觀感或報道，即使與看似孤立的事件有關以及無論是否屬實，亦可能會削弱現有和潛在客戶對我們的信任及信心，並損害我們的聲譽，從而可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

與在中國經營業務有關的風險

中國經濟或中國即飲軟飲行業的任何政策變化均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們幾乎所有的業務運營及資產均位於中國大陸。因此，我們的財務狀況及經營業績受中國經濟、政治及法律發展的影響。過去數十年，中國經濟經歷了顯著增長，中國政府已實施多項措施鼓勵經濟發展及引導資源配置。其中一些措施有利於中國的整體經濟，但可能未必會對我們產生正面影響。

由於我們的收入來自在中國的包裝飲用水及飲料產品的銷售，我們的業務成功取決於中國即飲軟飲行業的狀況及增長，而中國即飲軟飲行業的狀況及增長則取決於中國宏觀經濟狀況及個人收入水平。未來中國經濟或消費者支出的任何不穩定性均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成影響。此外，中國即飲軟飲市場可能會受到中國不斷變化的經營狀況的影響。尤其是，在中國市場進一步開放後對外國產品降低

風險因素

關稅及更多國際品牌進入可能會加劇中國即飲軟飲市場的競爭。該市場的發展亦可能受到不斷變化的監管環境及政府政策以及其他我們無法控制的因素的影響。未能有效管理該等風險可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

非居民企業間接轉讓中國居民企業股權的稅負需要根據屆時生效的法律法規確定，並可能會對我們的業務以及我們進行合併、收購或其他投資的能力產生負面影響。

於2015年2月3日，中國國家稅務總局（「國家稅務總局」）發佈《關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》（「7號文」）。7號文規定了有關非居民企業間接轉讓中國居民企業財產（包括股權）（「中國應課稅財產」）的全面指引，並強化中國稅務機關對此的審查。例如，當非居民企業轉讓直接或間接持有若干中國應課稅財產的海外控股公司的股權時，倘中國稅務機關認為轉讓並無除規避企業所得稅以外的任何合理商業用途，7號文允許中國稅務機關將該間接轉讓中國應課稅財產重新分類為直接轉讓，並按10%的稅率向非居民企業徵收中國企業所得稅。在下列情況下，7號文豁免該稅項，例如(i)非居民企業通過在公開市場購買或出售海外上市控股公司股份自間接轉讓中國應課稅財產取得收入，及(ii)非居民企業轉讓其直接持有的中國應課稅財產且適用稅收協定或安排豁免就該轉讓徵收中國企業所得稅。7號文項下的任何豁免是否適用於本公司股東轉讓我們的股份需要根據屆時生效的法律法規確定。倘中國稅務機關就該等活動徵收中國企業所得稅，則閣下投資於股份的價值或會受到不利影響。

根據企業所得稅(EIT)法，我們可能被視為中國稅收居民，並須就我們的全球收入繳納中國稅項。

根據企業所得稅法，按照中國以外司法權區的法律成立的企業，只要其「實際管理機構」位於中國境內，則可能被視為中國稅收居民。企業所得稅法補充條例將「實際管理機構」解釋為對企業的業務、人事、財務及財產行使實質管理或控制的機構。2009年4月，中國國家稅務總局發佈了通知，進一步明確了企業是否於中國境內設有「實際管理機構」的標準。由於我們大部分管理層成員現時位於中國且當中許多成員未來可能仍留在中國，我們及我們的非中國子公司或會被視為中國稅收居民，而這可能會帶來多項不利稅項後果。我們可能須就我們的全球應納稅所得額按25%的稅率繳納企業所得稅以及承擔中國企業所得稅申報責任。我們源自中國境外的任何收入（如於中國境外持有的發售所得款項利息）將可能須按25%的稅率繳納中國企業所得稅。

風險因素

儘管企業所得稅法規定，「合資格居民企業」之間的股息收入豁免繳納中國企業所得稅，但倘我們被視為中國稅收居民，尚不確定本公司及我們的非中國子公司是否將合資格獲得該項豁免。此外，倘我們根據中國法律被視為中國稅收居民，則出售股份變現的資本收益及我們派付予非中國居民股東的股息可能被視為源自中國境內的收入。因此，我們派付予非中國居民股東的股息及該等股東轉讓股份可能須繳納中國所得稅。受任何適用稅收協定的條文所規限，非中國居民企業股東的該項收入將按10%的稅率（就非中國居民個人股東而言，可能按20%的稅率）繳稅。倘我們須就派付予閣下的股息繳納預扣中國所得稅，或倘閣下須就轉讓我們的股份繳納中國所得稅，則閣下投資於股份的價值或會受到重大不利影響。

我們的中國子公司向我們（作為控股公司）支付的任何股息均需繳納中國預扣稅。

我們依靠中國子公司向我們作出的分派來滿足資金需求，包括向股東支付股息及償還我們可能產生的任何債務。根據企業所得稅法及其實施條例，(i)倘若直接控股公司並非中國居民企業亦無於中國設立任何企業或經營地點，或(ii)倘若直接控股公司於中國設有企業或經營地點但相關收入實際上並非與企業或經營地點有關連，則外商投資企業向其位於中國境外的直接控股公司分派來自中國的利潤時，適用10%的預扣稅。根據香港與中國大陸的特別安排，倘香港居民企業於緊接取得中國公司股息前12個月內始終直接擁有該公司逾25%股權，則該稅率可能調低至5%。此外，根據國家稅務總局於2009年2月發佈的稅收通知，倘離岸安排的主要目的為取得稅務優惠待遇，中國稅務機關可酌情調整相關離岸實體享有的稅率。中國稅務機關可能未必會認定5%的稅率適用於我們的香港子公司自中國子公司收取的股息，中國稅務機關亦有可能於未來對該等股息徵收更高的預扣稅率。根據國家稅務總局頒佈並於2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，非居民納稅人自行判斷符合享受稅收協定待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受稅收協定待遇，同時按照相關規定歸集和留存相關備查文件，並接受稅務機關後續備案管理。

風險因素

有關外幣兌換的政策和法規可能會影響我們的外匯交易，包括向我們的股份持有人支付股息以及我們以外幣融資的能力。

人民幣兌換為外幣應遵守相關法律法規。我們以人民幣收取絕大部分收入，並進行若干以外幣計值的交易。根據現行中國外匯條例，經常賬戶項目（包括利潤分派、利息支付以及貿易及服務相關外匯交易）的付款可在遵守若干程序規定的情況下以外幣支付，而無須經國家外匯管理局事先批准。具體而言，根據相關現有外匯法律法規，未經國家外匯管理局事先批准，我們中國子公司的經營所得現金可用於向本公司支付股息，但我們須出示該等交易的書面憑證並在於中國境內擁有開展外匯業務許可證的指定外匯銀行辦理該等交易。然而，有關貨幣兌換的法律、法規及政府政策通常複雜且不斷變化。倘我們無法通過外匯監管系統獲得足夠的外幣來滿足我們的外幣需求，我們可能無法以外幣向股東支付股息。我們資本賬戶下的外匯交易須遵守相關外匯條例及政策，並可能需要獲得國家外匯管理局或其地方分支機構的批准。該等條例可能會影響我們通過股權融資獲得外匯的能力，或為資本支出獲得外匯的能力。

人民幣幣值波動可能對我們的財務業績產生不利影響，並對我們股東的任何股息支付產生影響（如有）。

人民幣、港元、美元及其他貨幣之間的匯率波動不可預測，並可能受經濟及政治發展等多項因素影響。於2021年，我們確認匯兌虧損淨額人民幣2.2百萬元，而於2022年及2023年，我們分別確認匯兌收益淨額人民幣2.8百萬元及人民幣0.9百萬元。概不保證日後人民幣兌港元或美元不會大幅升值或貶值。難以預測市場力量日後如何影響人民幣與外幣之間的匯率。

人民幣的重估可能會對 閣下的投資產生不利影響。例如，倘我們需要將從[編纂]收取的港元兌換為人民幣以供運營，則人民幣兌港元的升值將對我們從兌換中收取的人民幣金額產生不利影響。相反，倘我們決定將人民幣兌換為港元以支付我們股份的任何股息或用於其他業務目的，則港元兌人民幣升值將對我們可用的港元金額產生負面影響。因此，匯率波動可能會對 閣下的股份投資產生不利影響。

風險因素

閣下在向我們、我們的董事和高級管理人員送達法律程序文件以及執行針對我們、我們的董事和高級管理人員的外國判決時可能會遇到困難。

我們為一家以存續方式於開曼群島註冊成立的公司，而我們絕大部分資產位於中國境內。我們的大多數董事及高級管理人員居住於中國，他們的大部分資產亦位於中國境內。

另一司法權區倘與中國訂有協定，有關法院判決受到相互認可或執行。於2006年7月14日，香港與中國大陸訂立《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》（「**2006年安排**」），據此，在這兩個司法權區相互認可和執行判決成為可能，前提是判決由這兩個司法權區的終審法院裁決，且當事人以書面方式明確對法院作出選擇。

於2019年1月18日，中國最高人民法院與香港簽訂《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》（「**2019年安排**」），該安排於2024年1月29日生效。與2006年安排相比，2019年安排尋求建立一個雙邊法律機制，就香港與中國大陸相互認可及執行根據香港及中國法律對民商事案件的判決提供更清晰明確的規範。2019年安排適用於香港及中國法院在該安排開始日期或之後作出的判決。2006年安排於2019年安排生效日期後被取代。然而，2006年安排將仍適用於在2019年安排生效前所訂立的「書面法院選擇協議」（定義見2006年安排）。由於2019年安排在相對近期生效，其實施及詮釋仍處於發展狀態。

倘若 閣下未與其他當事人就唯一司法權區達成一致，則可能難以或不可能在該等司法權區互相執行判決。因此， 閣下可能難以執行針對我們、我們的董事或高級管理成員的境外判決。

風險因素

我們可能須就我們未來的發售向中國證監會取得備案，我們無法預測我們能否完成該等備案。

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「境外上市試行辦法」）及五項相關指引，於2023年3月31日生效。根據境外上市試行辦法，中國境內公司在境外發行上市後，在同一境外市場發行後續證券或在其他境外市場發行上市（「未來發行」）的，應當向中國證監會辦理備案手續並報告相關信息。請參閱「監管概覽－境外上市」。

基於上文所述，就建議[編纂]後的未來發行而言，我們須遵守中國證監會的備案程序。目前尚不確定我們能否或我們將需要多長時間完成未來發行相關的備案程序。根據中國法律，我們日後可能受限於中國其他政府部門的批准、備案或其他規定。未能完成相關程序可能會對未來發行造成不利影響。

與[編纂]有關的風險

我們的股份之前沒有公開市場，並且我們的股份可能不會形成或維持活躍的[編纂]市場。

於[編纂]前，我們的股份並無公開市場。股份的[編纂]及[編纂]將由[編纂]（代表[編纂]）與我們磋商而定。[編纂]可能與[編纂]後我們股份的市價有所不同。

此外，儘管我們已申請股份於聯交所[編纂]，但(i)我們的股份可能未必會形成一個活躍的[編纂]市場，(ii)即使形成活躍的交易市場，其未必將於[編纂]完成後維持下去，或(iii)我們股份的市價可能會跌至低於[編纂]。閣下未必能以對閣下具吸引力的價格轉售股份，或根本無法轉售。

我們股份的價格和[編纂]量可能會波動，這可能會給投資者帶來重大損失。

我們股份的價格及[編纂]量可能會波動。我們股份的市價可能會因（其中包括）以下因素而大幅及迅速波動，其中部分因素超出我們的控制範圍：(i)我們經營業績的實際或預期變動；(ii)主要原材料及包裝材料供應商流失；(iii)證券分析師對我們財務表現的估計或市場對我們財務表現的看法發生變化；(iv)我們就重大收購事項作出的公

風險因素

告；(v)高級管理人員或其他關鍵人員的加入或離職；(vi)股市價格及成交量的波動；(vii)監管或法律發展動態，包括捲入訴訟；(viii)[編纂]量波動或解除對我們流通在外股份的禁售或其他轉讓限制或我們出售額外股份；及(ix)整體經濟、政治及股市狀況。

此外，股市及於聯交所上市且在中國擁有大量業務及資產的其他公司的股份，近幾年經歷了價格上漲及成交量波動，其中部分與該等公司的經營業績無關或不成比例。該等廣泛的市場及行業波動可能對我們股份的市價造成重大不利影響。

我們無法保證將來會宣派和分派任何股息。

作為一家控股公司，我們未來宣派股息的能力將取決於能否從我們的運營子公司收到股息（如有）。股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或派付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。因此，我們無法保證於未來何時、是否或以何種形式就股份派付股息以及派息金額。請參閱「財務資料－股息政策」。

如果[編纂]高於每股有形資產淨值，閣下將立即遭受重大股權稀釋，並且如果我們將來發行額外股份，閣下的股權可能會遭受進一步稀釋。

我們股份的初步[編纂]高於我們於緊接[編纂]前向現有股東發行的流通在外股份的每股有形資產淨值。因此，[編纂]中的股份買家將面臨[編纂]有形資產淨值的即時稀釋。此外，我們可能考慮於日後發售及發行額外股份或股本相關證券，以籌集額外資金、為收購提供資金或作其他用途。倘我們日後以低於每股有形資產淨值的價格發行額外股份，則股份買家可能面臨每股有形資產淨值的進一步稀釋。

風險因素

未來在公開市場上出售或預期出售大量我們的股份可能會對我們的股份價格以及我們未來籌集額外資金的能力產生重大不利影響。

倘股份或其他有關股份的證券日後於公開市場遭大量出售，或發行新股或其他證券，或預期可能發生該等出售或發行，我們股份的市價可能會因而下跌。未來出售或預期出售大量證券（包括任何未來發售）均可能對我們於某一特定時間按有利於我們的條款籌集資金的能力造成重大不利影響。此外，股東的持股量或會在我們並非按比例向現有股東發行額外股份時被稀釋。我們所發行的新股或股本掛鈎證券亦可能附有較股份優先的權利和特權。

我們的控股股東能夠對我們施加重大影響。

緊隨[編纂]完成（假設[編纂]未獲行使）後，華潤集團（飲料）及Plateau將分別擁有本公司經擴大股本的約[編纂]%及[編纂]%。我們的控股股東將有能力對我們施加重大影響，包括與提名及選舉董事、業務策略、股息及其他分派以及重大公司活動（包括證券發售、收購或投資）有關的事宜。控股股東的利益可能與其他股東的利益不一致。

倘禁售期滿後Plateau的股份質押被強制執行，其可能不再為本公司的控股股東。

截至最後實際可行日期，根據Plateau與某銀團訂立的貸款協議，Plateau持有的全部本公司股份（佔本公司已發行股本總額的40%）須進行質押（「股份質押」）。請參閱「主要股東－Plateau的股份質押」。於2023年10月11日，中國銀行（香港）有限公司（「中銀香港」）（作為擔保代理行代表銀團）已向本公司發出承諾函，據此，(a)自本文件日期起至[編纂]後六個月期間（「首六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(a)條的規定，中銀香港不會強制執行股份質押，以致Plateau於本公司的持股量有任何變動；及(b)於首六個月屆滿之日起計六個月期間（「第二個六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(b)條的規定，中銀香港不會強制執行股份質押，以致Plateau不再為本公司控股股東。倘中銀香港於第二個六個月屆滿後執行股份質押，導致Plateau的持股低於本公司已發行股本總額的30%，Plateau將不再為本公司股東或控股股東。在該情況下，本公司的股權結構將會發生變化。

風險因素

根據開曼群島法律保護閣下的利益可能會遇到困難。

本公司的公司事務受本公司《組織章程大綱及細則》以及開曼群島的《公司法》與普通法管治。根據開曼群島法律，股東對董事採取行動的權利、少數股東採取的行動及董事對我們的誠信責任很大程度上受開曼群島普通法管治。開曼群島普通法部分源自開曼群島較有限的司法先例和英國普通法，對開曼群島法院具說服力但不具約束力及權威。有關保障少數股東權益的開曼群島法例在若干方面與其他司法權區法例不同。該等差異意味著對少數股東的補償或會不如其他司法權區法律下的補償。

本文件中有關中國和全球經濟以及我們所在行業的事實、預測和統計數據可能並不完全可靠。

本文件中有關中國、全球經濟及我們經營所在行業的若干事實、預測及統計數據乃從多個來源獲得，包括我們認為可靠的政府官方出版物。然而，我們無法保證該等來源的質量或可靠性。我們、[編纂]及我們或其各自的聯屬人士或顧問均未曾驗證該等事實、預測及統計數據，亦未曾確認自該等來源獲得的相關經濟假設。由於可能有缺陷或無效的收集方法或已公佈資料與市場慣例之間的差異以及其他問題，本文件中有關中國、全球經濟及我們經營所在行業的統計數據可能會不準確或無法與其他經濟體的統計數據進行比較，因此閣下不應過度倚賴。有鑒於此，我們不會就從各項來源取得的該等事實、預測及統計數據的準確性作出任何聲明。另外，該等事實、預測及統計數據涉及風險及不明朗因素，可能因各種因素而發生變化，故閣下不應過度倚賴。此外，我們無法保證該等事實、預測及統計數據乃依據相同的基準或以相同的準確度陳述或擬備。因此，閣下不應過分依賴本文件所載的行業事實、預測及統計數據。

本文件中包含的前瞻性陳述存在風險和不確定性。

本文件載有若干前瞻性陳述及資料，並使用前瞻性詞彙，如「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「有意」、「將會」、「可能會」、「計劃」、「認為」、「預料」、「尋求」、「應」、「可」、「將」、「繼續」及其他類似表述。務請閣下注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素，任何或全部該等假設或會被證實為不準確，前瞻性陳述亦可能不準確。鑒於該等及其他風險以及不確定因素，於本文件中加入前瞻性陳述不應被視作我們將達成計劃及目標的聲明或保證，而該等前瞻性陳述應與各項重要

風險因素

因素（包括本節所述者）一併考慮。根據上市規則的規定，我們無意公開更新本文件內的前瞻性陳述或對其作出修訂，不論是否由於有新資料、未來事件或其他原因。因此，閣下不應過分依賴任何前瞻性資料。本文件的所有前瞻性陳述須參考本警示性聲明。

閣下應仔細閱讀整份文件，我們提醒 閣下不要依賴新聞文章或其他媒體中有關我們或[編纂]的任何資料。

於本文件刊發前，報章及媒體曾對我們及[編纂]作出報道，包括但不限於有關我們及[編纂]的若干財務資料、預測、行業比較、估值及／或其他前瞻性資料。我們並無授權於報章或媒體披露任何有關資料，亦不對該等媒體報道或前瞻性陳述的準確性或完整性承擔任何責任。我們對媒體發佈的任何資料的適當性、準確性、完整性或可靠性不會發表任何聲明。倘本文件以外的刊物中出現的任何相關資料與本文件所載資料不一致或相衝突，我們概不負責，因此 閣下不應依賴任何該等資料。閣下在決定是否購買我們的股份時，應僅依賴本文件所載的資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已向香港聯交所申請豁免嚴格遵守以下上市規則的相關條文。

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，本公司須有足夠的管理層留駐香港，即一般情況下至少須有兩名執行董事常居於香港。鑒於(i)我們的業務運營主要在中國建立、管理及經營且將繼續主要以中國為基地；(ii)本集團全部執行董事及高級管理團隊主要居於中國且將繼續居於中國；及(iii)本集團的管理及營運主要由負責本集團整體管理、企業戰略、規劃、業務發展及業務監控的本公司執行董事監督，因此我們目前及預期於可預見將來不會根據上市規則第8.12條的規定在香港派駐足夠的管理層人員。

因此，我們已向香港聯交所申請，且香港聯交所[已批准]我們豁免嚴格遵守上市規則第8.12條的規定，惟須遵守以下條件以維持與香港聯交所定期有效溝通：

- (i) **授權代表**：我們已根據上市規則第3.05條委任張偉通先生（「張先生」）及鍾明輝先生（「鍾先生」）為我們的授權代表（「授權代表」）。授權代表將作為我們與香港聯交所的主要溝通渠道。各授權代表均已確認可隨時透過電話、傳真及電郵聯絡，以迅速處理聯交所的查詢。本公司已向聯交所提供兩名授權代表的聯絡詳情，並將就本公司授權代表的任何變動於切實可行情況下盡快知會聯交所。因此，我們的授權代表將能夠在合理時間內與聯交所的相關成員會面，討論與本公司有關的任何事宜。有關授權代表的進一步履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層」；
- (ii) **董事**：倘香港聯交所擬就任何事宜與我們的董事聯繫，各授權代表將有一切必要途徑可隨時迅速聯繫所有董事（包括獨立非執行董事）。為方便與聯交所溝通，我們已向授權代表及聯交所提供各董事的聯絡詳情（包括其手機號碼、辦公室電話號碼、電郵地址及傳真號碼（如適用））。倘任何董事預期

豁免嚴格遵守上市規則

出差或因其他原因不在辦公室，其將向授權代表提供其住宿地點的電話號碼。據我們所知及所悉，每名並非常居香港的董事均擁有或可申請到訪香港的有效旅行證件，並可於聯交所要求後的合理期間內與聯交所會面；

- (iii) **合規顧問**：根據上市規則第3A.19條，我們已委任浩德融資有限公司為我們的合規顧問（「合規顧問」）。除授權代表外，合規顧問將（其中包括）向我們提供有關上市規則項下持續義務的專業建議，及自[編纂]起至我們根據上市規則第13.46條就緊隨[編纂]後首個完整財政年度發佈財務業績當日期間，作為我們與香港聯交所的另一溝通渠道。當授權代表無法聯繫時，合規顧問將作為與聯交所的額外及替代溝通渠道，而其代表將隨時回答香港聯交所的查詢。

- (iv) **公司秘書**：我們已委任常居香港的鍾先生為我們的公司秘書。鍾先生將通過各種渠道與董事及高級管理層成員保持緊密聯繫。

有關非豁免持續關連交易的豁免

我們已訂立若干構成上市規則第十四A章項下非豁免持續關連交易的交易並預期於[編纂]後繼續進行該等交易。因此，我們已根據上市規則第十四A章就我們與關連人士之間的若干持續關連交易向香港聯交所申請，且香港聯交所[已授出]相關豁免。請參閱「關連交易」。

豁免嚴格遵守上市規則

[編纂]

豁免嚴格遵守上市規則

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

有關我們董事的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

董事

| 姓名 | 地址 | 國籍 |
|----|----|----|
|----|----|----|

執行董事

| | | |
|-------|-----------------------------------|----|
| 張偉通先生 | 中國廣東省深圳市福田區 金田路1013號銀莊大廈銀星閣19H | 中國 |
|-------|-----------------------------------|----|

| | | |
|------|----------------------------|----|
| 馮晶女士 | 中國廣東省深圳市南山區 半島城邦三期6棟28C | 中國 |
|------|----------------------------|----|

| | | |
|------|--------------------------------------------|----|
| 吳霞女士 | 中國江西省南昌市高新開發區高新七路999 號萬科四季花城嘉蘭苑7棟E座601室 | 中國 |
|------|--------------------------------------------|----|

非執行董事

| | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 林國龍先生 | 中國廣東省深圳市羅湖區北環大道1028號 華潤銀湖藍山1-1-16B | 中國 |
|-------|---------------------------------------|----|

| | | |
|-------|---------------------------------|----|
| 孫永強先生 | 中國北京市海淀區學府樹家園3號樓 15層一單元1801室 | 中國 |
|-------|---------------------------------|----|

| | | |
|------|-------------------------------------|----|
| 肖寧先生 | 中國廣東省深圳市南山區蛇口工業九路28 號22棟22單元401室 | 中國 |
|------|-------------------------------------|----|

董事及參與[編纂]的各方

| | | |
|------|--------------------------------|----|
| 曹越女士 | 中國北京市東城區東直門外大街 海晟名苑4號樓1602室 | 中國 |
|------|--------------------------------|----|

| | | |
|------|----------------------------------|----|
| 趙典博士 | 中國北京市朝陽區雙橋東路 12號院13號樓1單元1003室 | 中國 |
|------|----------------------------------|----|

獨立非執行董事

| | | |
|-------|------------------|----|
| 周永健博士 | 香港半山區蒲魯賢徑9號寶園9A室 | 英國 |
|-------|------------------|----|

| | | |
|-------|--------------------------------------|------|
| 李引泉先生 | 香港尖沙咀柯士甸道西9號 Grand Austin 3座20樓C室 | 中國香港 |
|-------|--------------------------------------|------|

| | | |
|------|--------------------------|----|
| 姚洋博士 | 北京市海淀區遠大園 五區3號樓二單元10D | 中國 |
|------|--------------------------|----|

| | | |
|-------|------------------------------------|------|
| 鄭寶川女士 | 香港薄扶林 域多利道550號 碧瑤灣41座2樓4102室 | 中國香港 |
|-------|------------------------------------|------|

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

聯席保薦人
(按英文字母排序)

中銀國際亞洲有限公司
香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信證券(香港)有限公司
香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited
香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

UBS Securities Hong Kong Limited
香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

[編纂]、[編纂]、[編纂]、
[編纂]及[編纂]
(按英文字母排序)

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]

申報會計師和獨立核數師

德勤•關黃陳方會計師行
香港
金鐘道88號
太古廣場一期35樓

本公司法律顧問

有關香港法例及美國法律：
高偉紳律師行
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈27樓

有關中國法律：
競天公誠律師事務所
中國
北京市
朝陽區
建國路77號
華貿中心3號寫字樓34層

有關開曼群島法律：
衡力斯律師事務所
香港
皇后大道中99號
中環中心3501室

聯席保薦人及[編纂]的法律顧問

有關香港法例及美國法律：
普衡律師事務所
香港
中環
花園道1號
中銀大廈22樓

董事及參與[編纂]的各方

有關中國法律：
中倫律師事務所
中國
上海市
浦東新區
世紀大道8號
國金中心二期
6/10/11/16/17層

行業顧問

灼識企業管理諮詢(上海)有限公司
中國
上海市
靜安區
普濟路88號
靜安國際中心B座10樓

[編纂]

公司資料

| | |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 註冊辦事處 | 4th Floor, Harbour Place P.O. Box 10240 Grand Cayman KY1-1002 Cayman Islands |
| 總部及中國主要營業地點 | 中國廣東省深圳市南山區朗山路22號深圳 高新技術產業園區（北區） |
| 香港主要營業地點 | 香港灣仔港灣道26號 華潤大廈37樓 |
| 公司網站 | www.crbeverage.com (本網站所載資料並不構成本文件的一部分) |
| 公司秘書 | 鍾明輝先生 |
| 授權代表 | 張偉通先生 鍾明輝先生 |
| 審核委員會 | 姚洋博士（主席） 林國龍先生 曹越女士 周永健博士 李引泉先生 鄭寶川女士 |
| 提名委員會 | 張偉通先生（主席） 趙典博士 李引泉先生 姚洋博士 鄭寶川女士 |
| 薪酬與考核委員會 | 李引泉先生（主席） 孫永強先生 曹越女士 周永健博士 鄭寶川女士 |

公司資料

戰略與投資委員會

曹越女士(主席)
馮晶女士
吳霞女士
肖寧先生
趙典博士
姚洋博士

合規顧問

浩德融資有限公司
香港中環永和街21號

[編纂]

主要往來銀行

中國銀行股份有限公司深圳蛇口網谷支行
中國廣東省
深圳市南山區
招商街道蛇口工業七路
華采花園一樓

招商銀行深圳新時代支行
中國廣東省
深圳市南山區
太子路1號
新時代廣場1層

中國建設銀行股份有限公司深圳東湖支行
中國廣東省
深圳市羅湖區
太寧路28號

三菱日聯銀行香港分行
香港干諾道中1號
友邦金融中心8樓

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自不同的政府官方刊物、公開市場研究的可得來源及獨立供應商的其他來源，以及灼識諮詢編製的獨立行業報告（「灼識諮詢報告」）。我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製灼識諮詢報告。我們、任何聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、彼等任何相關董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方均未獨立核實來自政府官方來源的資料，且概不就其準確性發表任何聲明。

中國即飲軟飲市場概覽

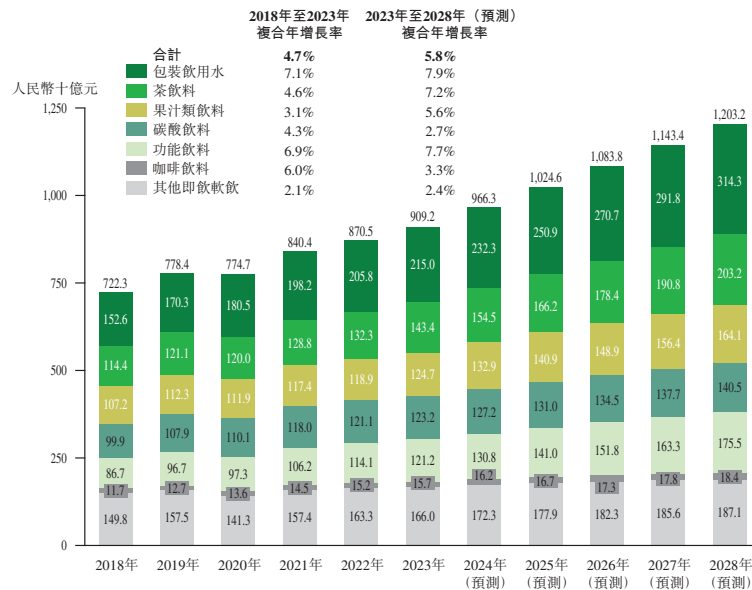
概覽

即飲軟飲指即飲型非酒精飲料產品，不包括固體飲料、乳製品和現制飲料。中國是全球最大的即飲軟飲市場之一。中國的即飲軟飲產品主要分為：(i)包裝飲用水；(ii)茶飲料；(iii)碳酸飲料；(iv)果汁類飲料；(v)功能飲料；(vi)咖啡飲料；及(vii)其他即飲軟飲，如蛋白飲料。根據灼識諮詢報告，2023年按零售額計的中國即飲軟飲市場規模達人民幣9,092億元，2018年至2023年的複合年增長率為4.7%。

受城鎮化率提升、可支配收入增長、持續產品創新、市場細分化以及銷售渠道多元化的推動，到2028年，中國即飲軟飲市場按零售額計的規模預計將增加至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。

按零售額計，包裝飲用水是最大的品類，2023年的市場規模為人民幣2,150億元，預計2023年至2028年的複合年增長率為7.9%，是所有即飲軟飲品類中增長最快的品類。下圖載列按產品品類劃分的中國即飲軟飲市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按產品品類劃分的中國即飲軟飲市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

附註：

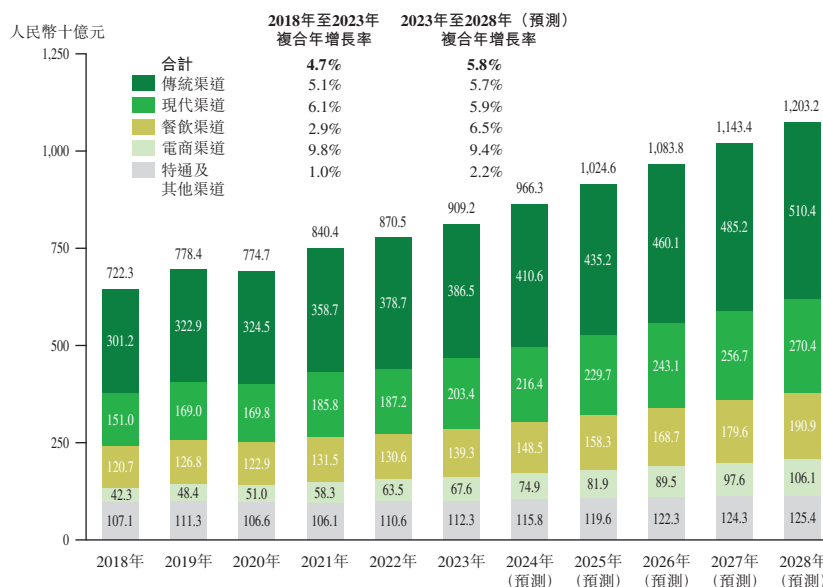
- (1) 茶飲料包括：(i)無糖茶及飲料；(ii)草本植物飲料（如菊花茶、陳皮茶及冬瓜茶等含糖茶飲料）；及(iii)其他含糖茶飲料（如檸檬茶及奶茶）。
- (2) 果汁類飲料包括：(i)純果汁(100%)；(ii)中濃度果汁（25%≤果汁濃度<100%）；(iii)低濃度果汁（10%≤果汁濃度<25%）；及(iv)風味水（5%≤果汁濃度<10%）。

銷售渠道

中國即飲軟飲市場主要銷售渠道包括：(i)傳統渠道，主要指小型非連鎖雜貨店及送水站，通常由個體商販或家庭擁有及經營；(ii)現代渠道，主要包括大型超市、商超及連鎖便利店；(iii)餐飲渠道，主要指餐廳及其他餐飲服務提供商；(iv)電商渠道，主要指線上銷售平台；及(v)其他渠道，主要包括航空公司、火車站、加油站、高速公路服務區、酒店及運動場館等特通渠道，以及其他零售渠道。

傳統渠道和現代渠道的特點是網點多、覆蓋面廣、觸手可及。因此，即飲軟飲企業利用這些渠道作為主要渠道，以接觸更為廣泛的消費者群體。下圖載列按銷售渠道劃分的中國即飲軟飲市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按銷售渠道劃分的中國即飲軟飲市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

行業驅動因素及未來趨勢

預計中國即飲軟飲市場將由以下驅動因素推動，並呈現以下趨勢：

- **即飲軟飲的購買力及人均消費量增加。**中國的城鎮化率提升及人均可支配收入增加持續提升消費者對即飲軟飲的購買力，從而進一步推動中國即飲軟飲市場的增長。同時，2023年中國人均即飲軟飲消費量（124.7升）仍遠低於美國（402.2升）、日本（195.7升）及香港（172.3升）等發達市場，這表明中國即飲軟飲市場具有巨大的增長潛力。
- **銷售渠道多元化。**傳統渠道及現代渠道憑藉其獨特的消費者參與機會及在滿足消費場景中不可或缺的作用，繼續主導中國即飲軟飲的銷售，而多元化及新興銷售渠道（包括電商渠道及餐飲渠道）則改善了消費者的購買體驗，並受到越來越多消費者的青睞。此外，配送服務的發展幫助現代及傳統渠道擴展其覆蓋面，並滿足消費者對方便快捷的期望。即飲軟飲市場多元化銷售渠道的發展預期將促進消費者對即飲軟飲產品的購買，從而逐步釋放各線城市的市場潛力。
- **健康意識不斷增強。**與許多其他國家類似，近年來，中國消費者在食品及飲料消費方面的健康意識不斷提高。零／低糖、零／低卡、無添加、草本基、植物基及功效等健康概念在中國即飲軟飲市場日益流行。該等趨勢將繼續推動若干產品品類的增長，例如包裝飲用水及無糖飲料，使其較其他品類的飲料更受歡迎。
- **推出新產品以不斷滿足消費者需求。**中國的頭部即飲軟飲企業不斷豐富其產品供應，並擴大其在各種即飲軟飲品類的覆蓋範圍，以迎合不斷變化的消費者需求及消費場景。尤其是，包裝飲用水與其他即飲軟飲之間的界限逐漸模糊，延伸出風味水、氣泡蘇打水及其他品類的具有豐富口味、充足口感及多樣功能的飲品，以滿足消費者的健康、口味及營養偏好。
- **提高環境、社會及管治意識。**中國社會期望即飲軟飲公司對可持續發展及社會責任作出更多貢獻。作出更多有關承諾，如採用可持續包裝材料、實施水資源管理系統、專注於社區共建以及投資於減碳運營的公司，其發展與中國社會對環境、社會及管治的價值觀及期望能夠保持一致。

行業概覽

中國包裝飲用水市場概覽

概覽

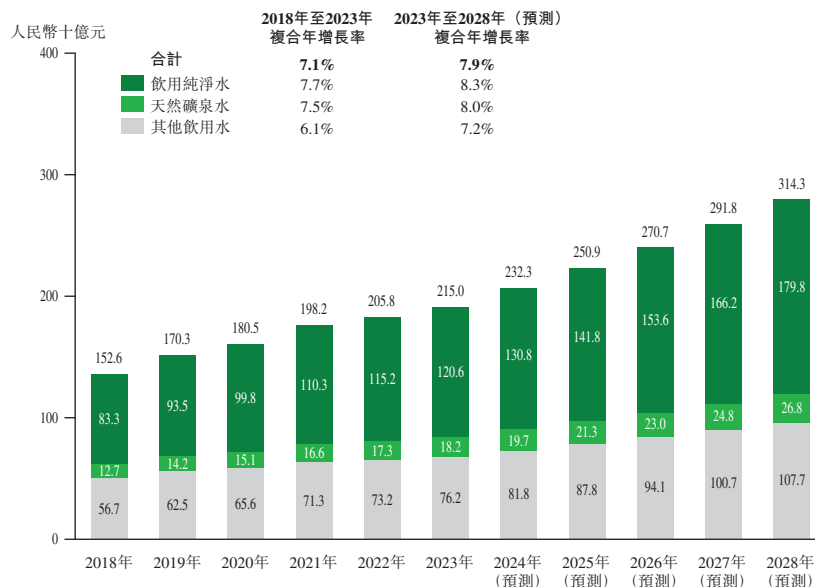
根據中國相關國家標準(GB/T 10789-2015)，包裝飲用水被界定為包括：(i)飲用純淨水，以直接來源於地表、地下或公共供水系統的水為水源，並透過蒸餾、電滲析、離子交換和反滲透等工藝進行適當淨化；(ii)天然礦泉水，從地下深處自然湧出或鑽探採集，含有一定量的礦物質和微量元素；及(iii)其他飲用水。包裝飲用水產品具有高頻剛需、全年齡段、大眾消費等特點。

市場規模

根據灼識諮詢報告，2023年按零售額計的中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。按零售額計，該市場佔中國即飲軟飲的份額在2023年為23.6%，預計到2028年仍將保持其領先地位。

下圖載列按細分市場劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按細分市場劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

按零售額計，飲用純淨水是中國包裝飲用水市場最大的細分市場，於2023年達到人民幣1,206億元，佔中國包裝飲用水市場的56.1%。預計該細分市場將持續增長，到2028年零售額將達到人民幣1,798億元，佔中國包裝飲用水市場的57.2%。由於飲用純淨水具有生產擴張快、物流成本低及內在質量與健康和 safety 相關等特點，預計未來五年飲用純淨水仍將保持其突出地位，且預期增長率將高於包裝飲用水市場的所有其他細分市場。

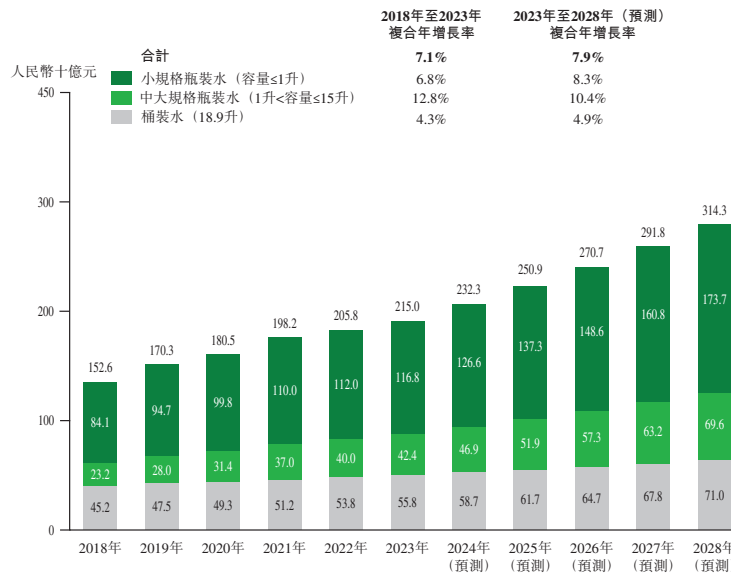
以下為飲用純淨水細分市場的若干觀察結果及特徵：

- 過去十年，美國包裝飲用水市場約一半的零售額來自飲用純淨水。具有與美國包裝飲用水市場相似的屬性，包括包裝飲用水市場細分、水資源和公共供水系統等方面，預計於可見將來飲用純淨水仍將是中國包裝飲用水市場的最大細分市場。
- 大多數世界頭部包裝飲用水企業將飲用純淨水視為其核心產品。
- 與其他類型的包裝飲用水相比，飲用純淨水的產能約束較小，同時具有快速批量生產以及較低的物流成本等優勢。
- 飲用純淨水的固有品質（例如其與健康及安全的關聯）吸引了許多偏好健康補水的中國消費者。除即飲消費場景外，其純度使其可用於泡茶、煮飯及其他家庭用途。作為一個以長壽著稱的地區，香港自1903年開始出現飲用純淨水產品，引領東亞地區的飲用純淨水消費。
- 鑒於中國飲用純淨水細分市場有大量小型及區域性企業，該細分市場存在大量行業整合機會。截至2023年12月31日，中國有超過15,000家飲用純淨水生產商。

按包裝規格劃分，根據灼識諮詢報告，中國的包裝飲用水一般分為以下幾種：(i) 小規格瓶裝水（容量≤1升），主要適用於即飲場景；(ii) 中大規格瓶裝水（1升<容量≤15升），主要適用於家庭、餐飲及外出等消費場景；及(iii) 桶裝水，一般規格為18.9升（5加侖）。下圖載列按包裝規格劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

行業概覽

按包裝規格劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））

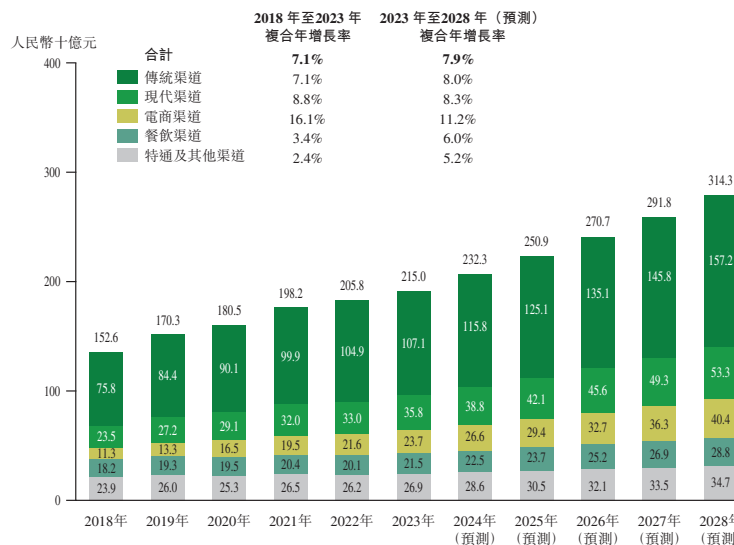


資料來源：灼識諮詢報告

銷售渠道

中國包裝飲用水市場的銷售渠道與中國即飲軟飲市場的銷售渠道相似，其中包裝飲用水企業利用傳統渠道及現代渠道作為主要渠道，以接觸廣泛的消費者群體。下圖載列按銷售渠道劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按銷售渠道劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

行業驅動因素及發展趨勢

預計中國包裝飲用水市場將由以下驅動因素推動，並呈現以下趨勢：

- **飲水安全意識的提升。**由於對自來水水質的關注日益提升，消費者對用水安全的意識日益增強，預期對包裝飲用水產品的需求將會持續增加。具體而言，2018年包裝飲用水消費量佔中國居民整體飲用水攝入量的11.5%，2023年上升至14.4%，遠低於美國(59.7%)及香港(22.7%)等發達市場，預計2028年將進一步上升至18.9%。
- **更偏向於健康補水。**近年來，與常見的高卡路里飲料相比，許多消費者更青睞包裝飲用水或低卡飲料。例如，在中國即飲軟飲市場，包裝飲用水的零售額佔比預計從2018年的21.1%上升至2028年的26.1%，而含糖碳酸飲料的零售額佔比預計將從2018年的10.9%下降到2028年的7.9%。
- **日益豐富的家庭消費場景。**在城鎮化率提升和家庭規模小型化的背景下，泡茶、煮飯及佐餐等家庭消費場景應運而生，並越來越受歡迎。消費者在不同的消費場景下對飲用水的包裝類型和規格提出了不同的要求。尤其是，中大規格瓶裝水有望取代被認為存在安全及質量問題的自來水。此外，配送服務的發展有助於提升購買的可及性和便利性，促進中大規格瓶裝水的消費。按2018年零售額計，中大規格瓶裝水佔中國包裝飲用水市場的15.2%，於2023年上升至19.7%，預計到2028年將達到22.2%。隨著消費場景變得更加多樣化，預計包裝飲用水的消費頻率將會增加，從而進一步推動該市場的增長。
- **與體育運動及健身鍛煉的關聯。**隨著中國消費者越來越注重鍛煉和健康的生活方式，於「十三五」期間，中國經常健身鍛煉的人口比例達到總人口的37.2%，預計到2030年上升至40%或以上。鑒於包裝飲用水與體育運動及健身鍛煉密切的關聯性，體育運動（尤其是外出鍛煉）預計將推動包裝飲用水市場的增長。
- **產品類型多元化。**該市場頭部企業已推出各種不同產品品類，並開發出不同價格水平的各種包裝類型，旨在迎合消費者更加多樣化的需求並覆蓋更廣闊的消費者群體。

行業概覽

競爭格局

中國即飲軟飲市場

中國即飲軟飲市場相對集中，按零售額計，前五大企業於2023年的總市場份額為42.6%，且預期將繼續上升。頭部企業將憑藉良好的品牌知名度、現有銷售渠道、全面的產品組合及研發能力維持並提高其市場份額。此外，全球知名即飲軟飲公司已證實，核心品類內的市場領導者可以輕鬆地利用其現有基礎設施快速確立在其他品類中的領先地位。

根據灼識諮詢報告，本公司在2023年中國即飲軟飲市場零售額排名第五。

2023年中國即飲軟飲市場前五大公司（按零售額計）

| 公司／集團名稱 | 2023年零售總額 (以人民幣十億元計) | 市場份額 |
|--------------------|-------------------------|--------|
| 公司A ⁽¹⁾ | 94.4 | 10.4% |
| 公司B ⁽²⁾ | 87.7 | 9.6% |
| 公司C ⁽³⁾ | 87.5 | 9.6% |
| 公司D ⁽⁴⁾ | 75.4 | 8.3% |
| 本公司 | 42.3 | 4.7% |
| 前5名小計 | 387.4 | 42.6% |
| 合計 | 909.2 | 100.0% |

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司A於1987年在中國浙江省成立，為一家專注於多個行業（包括食品及即飲軟飲、設備、物流等）的非上市公司。
- (2) 公司B於1958年在中國台灣成立，為一家上市食品及即飲軟飲公司。
- (3) 公司C於1996年在中國浙江省成立，為一家上市即飲軟飲公司。
- (4) 公司D於1892年在美國成立，為一家上市即飲軟飲公司。

中國包裝飲用水市場

中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年的58.6%。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，本公司在2023年中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。

行業概覽

2023年中國包裝飲用水市場前五大公司（按零售額計）

| 公司／集團名稱 | 2023年零售總額 (以人民幣十億元計) | 市場份額 |
|--------------------|-------------------------|--------|
| 公司C | 50.7 | 23.6% |
| 本公司 | 39.6 | 18.4% |
| 公司E ⁽¹⁾ | 13.2 | 6.1% |
| 公司A | 12.0 | 5.6% |
| 公司B | 10.5 | 4.9% |
| 前5名小計 | 126.0 | 58.6% |
| 合計 | 215.0 | 100.0% |

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司E於1992年在中國廣東省成立，為一家非上市即飲軟飲公司。

按零售額計，飲用純淨水是2023年中國包裝飲用水市場中最大的細分市場。本公司於2023年的零售額為人民幣395億元，是第二大企業的近四倍，超過排名第二至第五的純淨水公司零售額總和。

2023年中國飲用純淨水市場前五大公司（按零售額計）

| 公司／集團名稱 | 2023年零售總額 (以人民幣十億元計) | 市場份額 |
|--------------------|-------------------------|--------|
| 本公司 | 39.5 | 32.7% |
| 公司A | 10.8 | 8.9% |
| 公司F ⁽¹⁾ | 7.4 | 6.1% |
| 公司E | 4.4 | 3.7% |
| 公司B | 3.2 | 2.6% |
| 前5名小計 | 65.2 | 54.1% |
| 合計 | 120.6 | 100.0% |

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司F於2006年在中國北京成立，為一家非上市飲料公司。

行業概覽

中國菊花茶飲料市場

中國茶飲料行業競爭激烈，領先的即飲軟飲公司不斷探索茶飲料的子細分市場，尋找新的增長機會。菊花茶飲料是一種草本植物飲料，因其健康元素和清新口感而受到消費者的喜愛。

根據灼識諮詢報告，中國菊花茶飲料市場經歷了快速增長，從2018年的人民幣10億元增長到2023年的人民幣20億元，複合年增長率為14.1%，預計到2028年將進一步增長到人民幣39億元，2023年至2028年的複合年增長率為14.8%，顯著高於整體茶飲料市場的增長速度。

按零售額計，本公司於2023年在中國菊花茶飲料市場排名第一。

2023年中國菊花茶飲料市場前五大公司（按零售額計）

| 公司／集團名稱 | 2023年零售總額 (以人民幣百萬元計) | 市場份額(%) |
|--------------------|-------------------------|---------|
| 本公司 | 756.4 | 38.5% |
| 公司G ⁽¹⁾ | 184.3 | 9.4% |
| 公司H ⁽²⁾ | 157.8 | 8.0% |
| 公司I ⁽³⁾ | 114.1 | 5.8% |
| 公司J ⁽⁴⁾ | 47.3 | 2.4% |
| 前5名小計 | 1,260.0 | 64.1% |
| 合計 | 1,967.1 | 100.0% |

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司G於1993年在中國廣東省成立，為一家非上市即飲軟飲公司。
- (2) 公司H於1940年在中國香港成立，為一家上市食品及即飲軟飲公司。
- (3) 公司I於1992年在中國福建省成立，為一家非上市食品及即飲軟飲公司。
- (4) 公司J於1997年在中國廣東省成立，為一家涉足多個行業的上市公司，包括即飲軟飲、藥品及醫療設備等。

行業概覽

准入門檻

中國即飲軟飲市場的新市場進入者面臨多項門檻，包括與以下各項有關的門檻：

- **產品質量及食品安全。**產品質量及食品安全是消費者重點關注的問題。優質可靠的水源管理是企業確保其產品質量的穩定性及卓越性並符合相關標準的必要條件。這需要大量投入、專業知識及經驗。建立消費者對產品質量的信任亦至關重要。新市場進入者或小規模企業可能缺乏實現上述目標的相關資源。
- **品牌形象及知名度。**品牌形象及知名度會影響消費者的購買決策。維持具吸引力、值得信賴及專業的品牌形象是吸引消費者(尤其是年輕消費者)注意力的關鍵。廣告、營銷活動(如體育營銷)、公共關係及社交媒體均為提高品牌知名度的重要手段，且需要大量投入，尤其是在與成熟品牌競爭的情況下。品牌形象及知名度需要長期的沉澱，因此，新市場進入者在短期內建立品牌知名度的難度日益提升。
- **強大的銷售及經銷網絡。**鑒於中國即飲軟飲市場廣而深，層級多，對中國大型銷售及經銷網絡的管控能力至關重要。部分頭部企業亦已建立具有強大營銷能力的自有銷售團隊。新市場進入者可能無法在短時間內獲得該等能力或擁有該等經驗豐富的銷售團隊。
- **強大的生產能力及供應鏈管理能力。**頭部企業一般會深入參與上游業務，包括採用先進的生產技術，並維持從生產到倉儲及物流的端到端交付體系，幫助其降低成本及提高效率，從而提高盈利能力。新市場進入者難以在短時間內達成相關合規先決條件、投產並建立起倉儲物流能力。
- **研發能力、原材料及產品配方。**創新可使即飲軟飲企業脫穎而出並保持競爭力，這需要對研發活動進行大量投資，以推出新品牌、新口味、新包裝、新規格及新技術，滿足消費者不斷變化的需求。此外，原材料及產品配方會極大地影響產品的口味及消費者的體驗及認可度，且通常需要多年的開發及改進才能達到最佳效果。新市場進入者可能不具備必要的研發能力及原材料及產品配方方面的經驗積累。

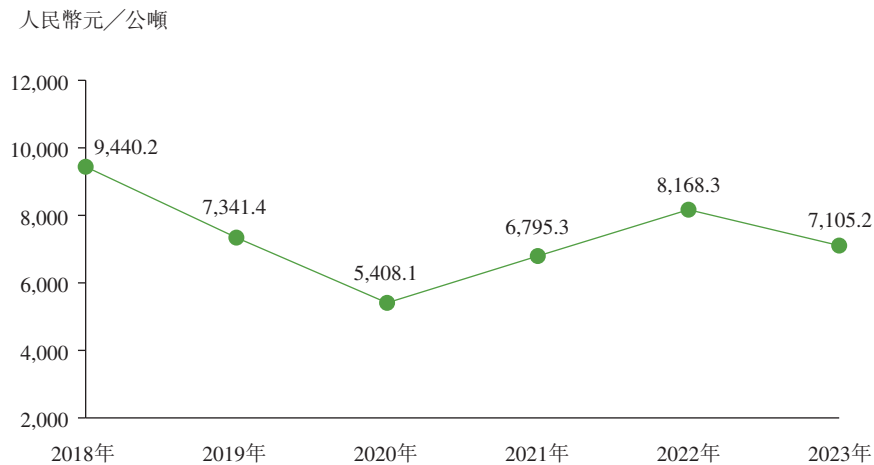
行業概覽

- **數字化運營能力。**業內領先企業通常可以利用其強大的數據分析和深入的消費者洞察能力來優化運營流程並推動業務決策。數字化亦應用於採購、生產及物流等各個業務運營流程，以提高運營效率。新市場進入者可能沒有足夠的資金和數據在短時間內建立數字化運營。
- **資本投入。**生產設備設施、銷售渠道建設、產品研發及品牌營銷均涉及大量資本投入。資金有限的新市場進入者將難以與成熟企業競爭。

原材料

瓶級PET是包裝飲用水產品的主要原材料之一。下圖載列於所示期間中國瓶級PET的平均價格：

瓶級PET平均價格（2018年至2023年）



資料來源：灼識諮詢報告

瓶級PET價格與原油價格高度相關。瓶級PET的價格由2018年的每公噸人民幣9,440.2元下跌至2020年的每公噸人民幣5,408.1元，價格下降與原油價格下跌及受COVID-19疫情影響下游需求下降一致。於2021年，隨著COVID-19影響減弱，下游需求有所恢復，價格出現反彈。於2022年，由於地緣政治因素導致原油價格上漲，瓶級PET價格進一步上漲至每公噸人民幣8,168.3元。瓶級PET價格於2023年有所下降。

行業概覽

行業資料來源

我們已委聘獨立市場研究顧問灼識諮詢對中國即飲軟飲市場進行分析並編製報告，以供本文件使用，該報告由我們委託進行，費用為人民幣1,398,800元。灼識諮詢根據政府機構及非政府組織發佈的數據及其一手及二手研究編製其報告。灼識諮詢利用各種資源進行一手及二手研究。一手研究涉及採訪主要行業專家及領先行業企業，而二手研究則涉及分析來自各種公開數據來源的數據，如國家統計局及國際貨幣基金組織等。本文件所引述的灼識諮詢調查乃於2023年9月進行，調查對象為2,000名18歲以上且經常飲用包裝飲用水的消費者。

由於無法合理預見的事件或事件組合，包括但不限於政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行動，灼識諮詢報告所載的預測及假設本身存在不確定性。可能導致實際結果出現重大差異的具體因素包括(其中包括)中國即飲軟飲市場的固有風險、社會及經濟因素、供應風險、監管風險及環境問題、勞工風險、融資風險、不可抗力或不可預見的事件。

除另有說明外，本節所載所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。董事經採取合理審慎措施後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無重大不利變動而令有關資料存有重大保留意見、相互抵觸或對有關資料造成影響。

監管概覽

食品相關法規

食品安全

2009年2月28日，全國人民代表大會常務委員會（「全國人大常委會」）頒佈《中華人民共和國食品安全法》（「**食品安全法**」），該法於2009年6月1日生效，並於2021年4月29日由全國人大常委會作最新修訂。2009年7月20日，國務院頒佈《中華人民共和國食品安全法實施條例》（「**食品安全法實施條例**」），該條例於2019年10月11日由國務院作最新修訂並於2019年12月1日生效。根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，食品生產經營者應當依照法律、法規和食品安全標準從事生產經營活動，建立健全食品安全管理制度，採取有效措施預防和控制食品安全風險，保證食品安全。

根據《食品安全法》，食品安全相關的監督職責由國務院及相關部門承擔。國務院設立食品安全委員會，國務院食品安全監督管理部門對食品生產經營活動實施監督管理，國務院衛生行政部門組織開展食品安全風險監測和風險評估，會同國務院食品安全監督管理部門制定並公佈食品安全國家標準，國務院標準化行政部門提供國家標準編號。食品安全標準是強制執行的標準。除食品安全標準外，不得制定其他食品強制性標準。國務院其他有關部門承擔有關食品安全工作。

此外，中國已建立食品安全追溯制度。根據上述相關法律法規，食品生產經營者應當建立食品安全全程追溯體系，依照規定如實記錄並保存進貨查驗、出廠檢驗、食品銷售等信息，保證食品可追溯。國務院食品安全監督管理部門會同國務院農業行政等有關部門建立食品安全全程追溯協作機制。

監管概覽

食品生產及經營許可

2020年1月2日，國家市場監督管理總局（「**國家市場監督管理總局**」）頒佈了於2020年3月1日生效的《食品生產許可管理辦法》（「**食品生產許可管理辦法**」）。《食品生產許可管理辦法》規定，食品生產許可實行一企一證原則，即每一個食品生產者從事食品生產活動，應當取得一個食品生產證。市場監督管理部門對食品生產實施分類許可，國家市場監督管理總局負責制定食品生產許可審查通則和細則，並可以根據監督管理工作的需要對食品類別進行調整。

2023年6月15日，國家市場監督管理總局發佈《食品經營許可和備案管理辦法》，該辦法於2023年12月1日起正式施行。按照《食品經營許可和備案管理辦法》規定，國家市場監督管理總局負責指導全國食品經營許可和備案管理工作。在中國境內從事食品銷售和餐飲服務活動，應當依法取得食品經營許可，惟若干法定情況除外。僅銷售預包裝食品的，應當報所在地縣級以上地方市場監督管理部門備案。食品經營者在不同經營場所從事食品經營活動的，應當依法分別取得食品經營許可或進行備案。申請食品經營許可，應當按照食品經營主體業態和經營項目分類提出。

根據《**食品安全法**》《**食品安全法實施條例**》《**食品生產許可管理辦法**》及《**食品經營許可和備案管理辦法**》，中國對食品生產經營以及食品添加劑實行許可制度。從事食品生產、銷售以及餐飲服務的企業，應當依法取得許可。食品生產經營許可的有效期為5年，食品生產經營者的生產經營條件發生變化，不再符合食品生產經營要求的，食品生產經營者應當立即採取整改措施；需要重新辦理許可手續的，應當依法辦理。對直接接觸食品的包裝材料等具有較高風險的食品相關產品，按照國家有關工業產品生產許可證管理的規定實施生產許可。食品生產經營者未取得食品生產經營許可而從事食品生產經營活動，或者未取得食品添加劑生產許可從事食品添加劑生產活動時，將被沒收違法所得和違法生產經營的食品、食品添加劑以及用於違法生產經營的工具、設備、原料等物品；此外，還將面臨著罰款、責令停產停業、拘留、追究刑事處罰的風險。

監管概覽

2017年12月26日，國家食品藥品監督管理總局（現為國家市場監督管理總局）發佈關於《飲料生產許可審查《細則》（2017年版）》的公告，該《細則》自發佈之日起施行。該等細則適用於飲料生產許可審查工作，僅有包裝場地、工序、設備，沒有合理的設備佈局和工藝流程的，不授予生產許可。

《飲料生產許可審查細則（2017年版）》規定，實施食品生產許可管理的飲料產品，是指經過定量包裝、可直接飲用或用水沖調飲用、乙醇含量不超過質量分數0.5%的製品。飲料產品指《飲料通則》（GB/T 10789）涵蓋的產品，具體包括：包裝飲用水、碳酸飲料（汽水）、茶（類）飲料、果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料和其他飲料類。實施食品生產許可管理的包裝飲用水，是指密封於符合食品安全標準和相關規定的包裝材料及容器中，可供直接飲用的水。包裝飲用水生產許可類別編號0601，包括：飲用天然礦泉水、飲用純淨水、飲用天然泉水、飲用天然水、其他飲用水。

食品召回制度

根據《食品安全法》規定，國家建立食品召回制度。食品生產者發現其生產的食品不符合食品安全標準或者有證據證明可能危害人體健康的，應當立即停止生產，召回已經上市銷售的食品，通知相關生產經營者和消費者，並記錄召回和通知情況。

2015年3月11日，國家食品藥品監督管理總局（現為國家市場監督管理總局）制定了《食品召回管理辦法》，並於2020年10月23日對此作出最新修訂。按照《食品召回管理辦法》規定，國家市場監督管理總局負責指導全國不安全食品停止生產經營、召回和處置的監督管理工作。食品生產經營者應當依法承擔食品安全第一責任人的義務，建立相關健全管理制度，收集、分析食品安全信息，依法履行不安全食品的停止生產經營、召回和處置義務。食品生產經營者發現其生產經營的食品屬於不安全食品的，應當立即停止生產經營，採取通知或者公告的方式告知相關食品生產經營者停止生產經營、消費者停止食用，並採取必要的措施防控食品安全風險。

食品生產經營者存在違反有關不安全食品停止生產經營、召回和處置的規定時，將面臨由市場監督管理部門給予警告、處以罰款及其他處罰的風險。

監管概覽

食品標識管理

根據《食品安全法》規定，預包裝食品的包裝上應當有標籤。標籤應當標明下列事項：(1)名稱、規格、淨含量、生產日期；(2)成分或者配料表；(3)生產者的名稱、地址、聯繫方式；(4)保質期；(5)產品標準代號；(6)貯存條件；(7)所使用的食品添加劑在國家標準中的通用名稱；(8)生產許可證編號；及(9)法律、法規或者食品安全標準規定的應當標明的其他事項。食品經營者應當按照食品標籤標示的警示標識、警示說明或者注意事項的要求銷售食品。

為更好貫徹《食品安全法》的相關規定，中華人民共和國衛生部（現為中華人民共和國國家衛生健康委員會）於2011年4月20日發佈GB 7718-2011《食品安全國家標準預包裝食品標籤通則》，該通則自2012年4月20日起正式實施。中華人民共和國國家衛生和計劃生育委員會（現為中華人民共和國國家衛生健康委員會）於2014年12月24日發佈GB 19298-2014《食品安全國家標準包裝飲用水》，該規則自2015年5月24日起施行，其中關於包裝飲用水的標籤標識要求自2016年1月1日起正式實施。

取水相關法律法規

天然水取水管理

1988年1月21日，全國人大常委會制定《中華人民共和國水法》（「水法」），並於2016年7月2日由全國人大常委會作出最新修訂。根據《水法》，中國對水資源依法實行取水許可制度和有償使用制度。但是，農村集體經濟組織及其成員使用本集體經濟組織的水塘、水庫中的水的除外。國務院水行政主管部門負責全國取水許可制度和水資源有償使用制度的組織實施。

中華人民共和國水利部於2008年4月9日公佈實施《取水許可管理辦法》，並於2017年12月22日對《取水許可管理辦法》作出最新修訂。國務院於2006年2月21日公佈《取水許可和水資源費徵收管理條例》，於2017年3月1日對《取水許可和水資源費徵收管理條例》作出最新修訂並於當日施行。按照《取水許可管理辦法》以及《取水許可和水資源費徵收管理條例》規定，取水是指利用取水工程或者設施直接從江河、湖泊或者地

監管概覽

下取用水資源。取用水資源的單位和個人，除根據規定不需要申請領取取水許可證的情形外，都應當申請領取取水許可證，並繳納水資源費。取水單位或者個人應當按照經批准的年度取水計劃取水。超計劃或者超定額取水的，對超計劃或者超定額部分累進收取水資源費。同一申請人申請取用多種水源的，經統一審批後，取水審批機關應當區分不同的水源，分別核發取水許可證。取水許可證有效期限一般為5年，最長不超過10年。有效期屆滿，需要延續的，取水單位或者個人應當在有效期屆滿45日前向原審批機關提出申請，原審批機關應當在有效期屆滿前，作出是否准予延續的決定。

礦泉水採礦管理

1998年1月19日，國務院法制辦公室發佈《關於勘查、開採礦泉水、地下熱水行政管理適用法律有關問題的覆函》，表明礦泉水和地下熱水均具有礦產資源和水資源的雙重屬性。礦泉水和地下熱水的勘查、開發、利用、保護和管理，適用《中華人民共和國礦產資源法》、《中華人民共和國礦產資源法實施細則》和《礦產資源補償費徵收管理規定》。

根據全國人大常委會於2009年8月27日最新修訂的《中華人民共和國礦產資源法》、國務院於1994年3月26日公佈並施行的《中華人民共和國礦產資源法實施細則》以及國務院於1997年7月3日最新修訂的《礦產資源補償費徵收管理規定》，中國對礦產資源的勘查、開採實行許可證制度。勘查、開採礦產資源，必須依法分別申請登記，領取勘查許可證、採礦許可證，並經批准取得探礦權、採礦權。從事礦產資源勘查和開採的，必須符合規定的資質條件。開採礦產資源，必須按照國家有關規定繳納資源稅和資源補償費。

監管概覽

網上零售業務

2018年8月31日，全國人大常委會公佈《中華人民共和國電子商務法》（「**電子商務法**」），並於2019年1月1日起正式施行。《電子商務法》規定，「電子商務」是指通過互聯網等信息網絡銷售商品或提供服務的經營活動。電子商務經營者應當依法辦理市場主體登記。但是，個人銷售自產農副產品、家庭手工業產品、個人利用自己的技能從事依法無須取得許可的便民勞務活動和零星小額交易活動，以及依照法律、行政法規不需要進行登記的除外。電子商務經營者從事經營活動，應當依法取得相關行政許可，電子商務經營者未取得相關行政許可從事經營活動時，將面臨由市場監督管理部門責令限期改正、處以罰款、責令停業整頓的風險。

商品進出口

1994年5月12日，全國人大常委會公佈《中華人民共和國對外貿易法》，該法於2022年12月30日由全國人大常委會作出最新修訂，並於當日起正式施行。《中華人民共和國對外貿易法》規定，國務院對外貿易主管部門主管全國對外貿易工作。國務院對外貿易主管部門會同國務院其他有關部門，制定、調整並公佈限制或者禁止進出口的貨物、技術目錄。另外，國務院對外貿易主管部門或者由其會同國務院其他有關部門，經國務院批准，可以在法律規定的範圍內，臨時決定限制或者禁止上述限制或者禁止進出口的貨物、技術目錄以外的特定貨物、技術的進出口。同時，中華人民共和國商務部業務系統統一平台發佈公示通知，根據全國人大常委會2022年12月30日公佈的《關於修改〈中華人民共和國對外貿易法〉的決定》，2022年12月30日起從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者無需辦理備案登記。

中華人民共和國海關總署於2021年11月19日公佈並於2022年1月1日正式施行的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》中載明，報關單位是指按照該等規定在海關備案的進出口貨物收發貨人、報關企業。進出口貨物收發貨人、報關企業申請備案的，應當取得市場主體資格。報關單位備案長期有效。根據中華人民共和國海關總

監管概覽

署於2021年4月12日頒佈並於2022年1月1日生效的《中華人民共和國進出口食品安全管理辦法》，出口食品生產企業應當向住所地海關申請備案，且出口食品生產企業應當保證出口食品包裝和運輸方式符合食品安全規定。

產品質量及產品責任

1993年2月22日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國產品質量法》（「**產品質量法**」），該法生效於1993年9月1日，並於2018年12月29日由全國人大常委會作出最新修訂，當日起正式施行。《產品質量法》規定，生產者應當對其生產的產品質量負責；銷售者應當採取措施，保證銷售產品的質量。國務院市場監督管理部門主管全國產品質量監督工作。國務院有關部門在各自的職責範圍內負責產品質量監督工作。法律對產品質量的監督部門另有規定的，依照有關法律的規定執行。國家對產品質量實行以抽查為主要方式的監督檢查制度，進行監督抽查的產品質量不合格的，由實施監督抽查的市場監督管理部門責令其生產者、銷售者限期改正。逾期不改正的，由省級或以上人民政府市場監督管理部門予以公告；公告後經複查仍不合格的，責令停業，限期整頓；整頓期滿後經複查產品質量仍不合格的，吊銷營業執照。任何人或企業生產、銷售的產品存在質量問題的，將面臨由相關部門責令停止生產或銷售、沒收違法生產及銷售產品、處以罰款、沒收違法所得、吊銷營業執照甚至追究刑事責任的風險。

2020年5月28日，全國人民代表大會頒佈《中華人民共和國民法典》（「**民法典**」）並於2021年1月1日起生效。根據《民法典》，因產品存在缺陷造成他人損害的，生產者應當承擔侵權責任。產品投入流通後發現存在缺陷的，生產者、銷售者應當及時採取停止銷售、警示、召回等補救措施。未及時採取補救措施或者補救措施不力造成損害擴大的，生產者及銷售者也應當承擔侵權責任。

監管概覽

消費者權益保護

1993年10月31日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國消費者權益保護法》（「**消費者權益保護法**」），該法於1994年1月1日正式生效。2013年10月25日，全國人大常委會對《消費者權益保護法》作出最新修訂，最新修訂版於2014年3月15日起正式施行。2024年3月15日，國務院頒佈《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》，該條例將於2024年7月1日起正式生效。

根據《消費者權益保護法》，消費者在購買、使用商品和接受服務時享有人身、財產安全不受損害的權利。消費者有權要求經營者提供的商品和服務符合保障人身、財產安全的要求。經營者在與消費者進行交易時，應當遵循自願、平等、公平、誠實信用的原則。如消費者因購買、使用商品或者接受服務受到人身、財產損害的，享有依法獲得賠償的權利。

廣告宣傳

1994年10月27日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國廣告法》（「**廣告法**」），該法於2021年4月29日最新修訂。根據《廣告法》，廣告不得包含任何虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙和誤導消費者。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。發佈虛假廣告的，由市場監督管理部門責令停止發佈廣告，責令廣告主在相應範圍內消除影響，並處以罰款。所發佈的虛假廣告使購買商品或接受服務的消費者的合法權益受到損害的，廣告主依法承擔民事責任。

反不正當競爭

《中華人民共和國反不正當競爭法》（「**反不正當競爭法**」）由全國人大常委會於1993年9月2日頒佈，於2019年4月23日最新修訂。《反不正當競爭法》規定，經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。經營者不得對其商品的性能、功能、質量、銷售狀況、用戶評價、曾獲榮譽等作虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者。

監管概覽

知識產權保護

商標

全國人大常委會於1982年8月23日頒佈《中華人民共和國商標法》（「商標法」）並於1983年3月1日正式施行，該法由全國人大常委會於2019年4月23日作出最新修訂，最新版本自2019年11月1日起生效。國務院於2002年8月3日頒佈《中華人民共和國商標法實施條例》（「商標法實施條例」）並於2002年9月15日正式施行，該實施條例由國務院於2014年4月29日作出最新修訂，最新版本自2014年5月1日起生效。註冊商標受《民法典》《商標法》和《商標法實施條例》等相關法律法規保護。

根據《商標法》及《商標法實施條例》，國家知識產權局商標局主管全國商標註冊和管理的工作。經國家知識產權局商標局核准註冊的商標為註冊商標，包括商品商標、服務商標和集體商標、證明商標。法律、行政法規規定必須使用註冊商標的商品，必須申請商標註冊，未經核准註冊的，不得在市場銷售。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算，但因商標局撤銷註冊商標的情形除外。註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，商標註冊人應當按照規定辦理續展手續。每次續展註冊的有效期為十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算。期滿未辦理續展手續的，註銷其註冊商標。

專利

全國人大常委會於1984年3月12日頒佈《中華人民共和國專利法》（「專利法」）並於1985年4月1日正式施行，該法由全國人大常委會於2020年10月17日作出最新修訂，最新版本自2021年6月1日起生效。國務院於2002年8月2日頒佈《中華人民共和國專利法實施細則》（「專利法實施細則」）並於2002年9月15日正式施行，該實施條例由國務院於2023年12月11日作出最新修訂並於2024年1月20日生效。專利受《民法典》《專利法》和《專利法實施細則》等相關法律法規保護。

監管概覽

根據《專利法》及《專利法實施細則》，國務院專利行政部門負責管理全國的專利工作；統一受理和審查專利申請，依法授予專利權。發明、實用新型以及外觀專利可以依法申請專利。發明專利權的期限為二十年，實用新型專利權的期限為十年，外觀設計專利權的期限為十五年，均自申請日起計算，但專利權沒有按照規定繳納年費或者專利權人以書面聲明放棄其專利權的情形除外。

著作權

1990年9月7日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國著作權法》（「**著作權法**」）並於1991年6月1日正式施行，該法由全國人大常委會於2020年11月11日作出最新修訂，最新版本於2021年6月1日生效。1991年5月30日，國務院頒佈《中華人民共和國著作權法實施條例》（「**著作權法實施條例**」）並於1991年6月1日正式施行，該實施條例由國務院於2013年1月30日作出最新修訂，自2013年3月1日起生效。著作權受《民法典》《著作權法》和《著作權法實施條例》等相關法律法規保護。由國家著作權主管部門負責全國的著作權管理工作。

域名

域名受《互聯網域名管理辦法》保護，該辦法由中華人民共和國工業和信息化部於2017年8月24日公佈並於2017年11月1日生效。根據《互聯網域名管理辦法》規定，域名註冊服務原則上實行「先申請先註冊」，註冊成功後，申請人正式持有該域名。

與外匯相關的法律法規

國務院於1996年1月29日頒佈《中華人民共和國外匯管理條例》（「**外匯管理條例**」），該條例由國務院於2008年8月5日作出最新修訂並於當日生效。根據《外匯管理條例》，國務院外匯管理部門依法監督管理全國的外匯市場，並對外匯市場交易的幣種和形式進行規定。除法律法規另有規定外，中國境內禁止外幣流通，並不得以外幣計價結算。外匯分為經常項目外匯與資本項目外匯。經常項目（例如支付股息及利息）外匯收入，可以按照規定保留或者賣給經營結匯、售匯業務的金融機構；經常項目外匯

監管概覽

支出，應當按照國務院外匯管理部門關於付匯與購匯的管理規定，憑有效單證以自有外匯支付或者向經營結匯、售匯業務的金融機構購匯支付。資本項目（例如直接股權投資）外匯及結匯資金，應當按照有關主管部門及外匯管理機關批准的用途使用，外匯管理機關有權對資本項目外匯及結匯資金使用和賬戶變動情況進行監督檢查。

國家外匯管理局於2015年3月30日發佈《關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》，於2015年6月1日生效。根據該通知規定，外商投資企業外匯資本金意願結匯是指外商投資企業資本金賬戶中經外匯局辦理貨幣出資權益確認（或經銀行辦理貨幣出資入賬登記）的外匯資本金可根據企業的實際經營需要在銀行辦理結匯。外商投資企業外匯資本金實行意願結匯，比例暫定為100%。在實行外匯資本金意願結匯的同時，外商投資企業仍可選擇按照支付結匯制使用其外匯資本金。

2016年6月9日，國家外匯管理局發佈《關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》。該通知規定境內機構資本項目外匯收入意願結匯所得人民幣資金納入結匯待支付賬戶管理，同時境內機構的資本項目外匯收入及其結匯所得人民幣資金的使用應在經營範圍內遵循真實、自用原則。

2019年10月23日，國家外匯管理局發佈《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》。按照該通知規定，非投資性外商投資企業資本金境內股權投資限制被取消，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施（負面清單）且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行境內股權投資。允許試點地區符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項下收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

監管概覽

根據國家外匯管理局於2020年4月10日發佈的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》規定，全國推廣資本項目收入支付便利化改革，在確保資金使用真實合規並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下，允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。經辦銀行應遵循審慎展業原則管控相關業務風險，按相關要求進行事後抽查。

環境保護

《中華人民共和國環境保護法》於1989年12月26日頒佈，於2014年4月24日作出最新修訂並自2015年1月1日起生效。根據《中華人民共和國環境保護法》，建設項目中防治污染的設施，必須與主體工程同時設計、同時施工、同時投產使用。防治污染的設施應當符合經批准的環境影響評價文件的要求，不得擅自拆除或者閒置。

《中華人民共和國環境影響評價法》首次頒佈於2002年10月28日，並經過全國人大常委會2次修訂，最新版本於2018年12月29日頒佈並生效。依據該法規定，國家根據建設項目對環境的影響程度，對建設項目的環境影響評價實行分類管理。建設項目的環境影響評價分類管理名錄，由國務院生態環境主管部門制定並公佈，建設單位按照目錄規定編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填報環境影響登記表。建設項目的環境影響報告書、報告表，由建設單位按照國務院的規定報有審批權的生態環境主管部門審批。國家對環境影響登記表實行備案管理。建設項目的環境影響評價文件未依法經審批部門審查或者審查後未予批准的，建設單位不得開工建設。

監管概覽

《中華人民共和國水污染防治法》經全國人大常委會於2017年6月27日進行最新修訂，並於2018年1月1日正式施行。該法規定，排放水污染物，不得超過規定的水污染物排放標準和重點水污染物排放總量控制指標。直接或者間接向水體排放工業廢水和醫療污水以及其他按照規定應當取得排污許可證方可排放的廢水、污水的企業事業單位和其他生產經營者，應當取得排污許可證。排污許可證應當明確排放水污染物的種類、濃度、總量和排放去向等要求。排污許可的具體辦法由國務院規定。此外，根據中華人民共和國住房和城鄉建設部於2015年1月22日頒佈，於2022年12月1日最新修訂並於2023年2月1日生效的《城鎮污水排入排水管網許可管理辦法》，從事工業、建築、餐飲、醫療等活動的企業事業單位和個體工商戶向城鎮設施排放污水必須申請領取污水排入排水管網許可證。

1987年9月5日，全國人大常委會頒發《中華人民共和國大氣污染防治法》（「**大氣污染防治法**」），於1988年6月1日正式施行。2018年10月26日，全國人大常委會對《大氣污染防治法》作出最新修訂並於當日生效。根據該法，國家對重點大氣污染物排放實行總量控制。任何人或企業違反《大氣污染防治法》規定，將面臨被有關主管部門責令改正、處以罰款、責令停產整治甚至追究刑事責任的風險。此外，排放大氣污染物造成損害的，還應當依法承擔侵權責任。

國家發改委、生態環境部於2020年1月16日發佈《關於進一步加強塑料污染治理的意見》，並自當日起生效。根據《關於進一步加強塑料污染治理的意見》，加強塑料污染治理的主要目標為，至2020年，率先在部分地區、部分領域禁止、限制部分塑料製品的生產、銷售和使用；至2022年，在塑料污染問題突出領域和電商、快遞、外賣等新興領域，形成一批可複製、可推廣的塑料減量和綠色物流模式；到2025年，塑料污染應得到有效控制。

監管概覽

2024年4月1日，中華人民共和國生態環境部（「生態環境部」）頒佈《排污許可管理辦法》，並將於2024年7月1日起正式施行。《排污許可管理辦法》規定，根據污染物產生量、排放量、對環境的影響程度等因素，對企業事業單位和其他生產經營者實行排污許可重點管理、簡化管理和排污登記管理。實行排污許可重點管理、簡化管理的排污單位具體範圍，依照固定污染源排污許可分類管理名錄規定執行。依照法律規定實行排污許可管理的排污單位，應當依法申請取得排污許可證，並按照規定排放污染物；未取得排污許可證的，不得排放污染物。依法需要填報排污登記表的排污登記單位，應當在全國排污許可證管理信息平台進行排污登記。

除前述《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國水污染防治法》《大氣污染防治法》《排污許可管理辦法》以及《關於進一步加強塑料污染治理的意見》外，我們在環境保護方面所遵循的相關法律法規還包括《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法（2020修訂）》《建設項目環境保護管理條例（2017修訂）》《建設項目環境影響評價分類管理目錄》《排污許可管理條例》等。

安全生產

2002年6月29日，全國人大常委會制定並公佈《中華人民共和國安全生產法》（「安全生產法」），該法於2021年6月10日作出最新修訂，並於2021年9月1日起生效。按照《安全生產法》的規定，國家實行生產安全事故責任追究制度。生產經營單位必須執行依法制定的保障安全生產的國家標準或行業標準，並提供符合法律、行政規章及國家或行業標準要求的安全生產條件。生產經營單位應當在有較大危險因素的生產經營場所和有關設施、設備上，設置明顯的安全警示標識。安全設備的設計、製造、安裝、使用、檢測、維修、改造和報廢，須符合國家或行業標準。

監管概覽

勞動法律法規

勞動法及勞動合同法

1994年7月5日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國勞動法》，2018年12月29日，全國人大常委會對該法作出最新修訂，並於當日生效。根據《中華人民共和國勞動法》，國家實行勞動者每日工作時間不超過八小時、平均每週工作時間不超過四十四小時的工時制度；企業經勞動行政部門批准，可以實行其他工作和休息辦法。國家實行最低工資保障制度，用人單位支付勞動者的工資不得低於當地最低工資標準。用人單位必須建立、健全勞動安全衛生制度，嚴格執行國家勞動安全衛生規程和標準，對勞動者進行勞動安全衛生教育，防止勞動過程中的事故，減少職業危害。

《中華人民共和國勞動合同法》由全國人大常委會於2007年6月29日首次頒佈、於2012年12月28日作出最新修訂並於2013年7月1日正式施行。根據《中華人民共和國勞動合同法》，用人單位應當依法建立和完善勞動規章制度，保障勞動者享有勞動權利、履行勞動義務。用人單位與勞動者建立勞動關係時，應當訂立書面勞動合同。用人單位應當按照勞動合同約定和國家規定，向勞動者及時足額支付勞動報酬。此外，用人單位應當嚴格執行勞動定額標準，不得強迫或者變相強迫勞動者加班。用人單位安排加班的，應當按照國家有關規定向勞動者支付加班費。

社會保險與住房公積金相關法律法規

全國人大常委會於2010年10月28日頒佈《中華人民共和國社會保險法》，於2018年12月29日作出最新修訂並於當日生效。《中華人民共和國社會保險法》規定，國家建立基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險等社會保險制度，工傷保險費、生育保險由用人單位繳納，基本養老保險基金、基本醫療保險費、失業保險費由用人單位及個人共同繳納。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由相關主管部門責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

監管概覽

根據國務院頒佈的《住房公積金管理條例(2019修訂)》，單位應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續。每個職工只能有一個住房公積金賬戶。職工和單位住房公積金的繳存比例均不得低於職工上一年度月平均工資的5%；有條件的城市，可以適當提高繳存比例。單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

外商投資相關法律法規

所有中國境內企業均須遵守全國人大常委會於1993年頒佈並於2018年修訂的《中華人民共和國公司法》(「**公司法**」)。**《公司法》**規管公司的設立、公司架構及公司管理，亦適用於外商投資企業。有關外商投資的法律另有規定的，適用其規定。**《公司法》**於2023年12月最新修訂並將於2024年7月1日起生效。

2019年3月15日，全國人民代表大會頒佈《中華人民共和國外商投資法》(「**外商投資法**」)，於2020年1月1日生效。2021年12月27日，發改委及商務部頒佈了《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》(「**負面清單**」)，該負面清單於2022年1月1日生效。

根據外商投資法及負面清單，中國對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。負面清單規定限制投資的領域，外國投資者在該等領域進行投資須符合負面清單規定的條件；負面清單以外的領域，按照內外資一致的原則實施管理。

2019年12月30日，商務部及國家市場監督管理總局聯合頒佈《外商投資信息報告辦法》，該辦法於2020年1月1日起正式施行。根據《外商投資信息報告辦法》，外國投

監管概覽

資者或者外商投資企業應當通過企業登記系統以及國家企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。

根據發改委和商務部於2020年12月19日頒佈並於2021年1月18日生效的《外商投資安全審查辦法》，發改委下設外商投資安全審查工作機制辦公室，由發改委和商務部牽頭，承擔外商投資安全審查的日常工作。

根據中國證監會等六個監管部門於2006年8月8日聯合公佈、2006年9月8日起施行，並於2009年6月22日最新修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》，外國投資者進行以下併購時須取得相應的批准，(i)外國投資者購買境內非外商投資企的股權或認購境內公司增資，使該境內公司變更設立為外商投資企業；或(ii)外國投資者設立外商投資企業，並通過該企業協議購買境內企業資產且運營該資產；或(iii)外國投資者協議購買境內企業資產，並以該資產投資設立外商投資企業運營該資產。併購當事人應以資產評估機構對擬轉讓的股權價值或擬出售資產的評估結果作為確定交易價格的依據。禁止以明顯低於評估結果的價格轉讓股權或出售資產，變相向境外轉移資本。此外，外國投資者併購境內企業，導致以國有資產投資形成的股權變更或國有資產產權轉移時，應當符合國有資產管理的有關規定。外國投資者在中國境內依法設立的投資性公司併購境內企業，亦適用該規定。

稅收

企業所得稅

《中華人民共和國企業所得稅法》(「**企業所得稅法**」)由全國人民代表大會在2007年3月16日首次頒佈、並由全國人大常委會於2018年12月29日作出最新修訂並於同日生效。《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(「**企業所得稅法實施條例**」)由國務院於2007年12月6日首次發佈，並由國務院在2019年4月23日作出最新修訂並於同日生效。根據《企業所得稅法》以及《企業所得稅法實施條例》規定，企業分為居民企業和非居民企業。居民企業應當就其來源於中國境內、境外的所得繳納企業所得稅。非居民企業在中國境內設立機構、場所的，應當就其所設機構、場所取得的來源於中國境內

監管概覽

的所得，以及發生在中國境外但與其所設機構、場所有實際聯繫的所得，繳納企業所得稅。「所得」包括銷售貨物所得、提供勞務所得、轉讓財產所得、股息紅利等權益性投資所得、利息所得、租金所得、特許權使用費所得、接受捐贈所得和其他所得。企業所得稅的稅率為25%，但非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，適用稅率為20%。

《關於境外註冊中資控股企業依據實際管理機構標準認定為居民企業有關問題的通知》由國家稅務總局於2009年4月22日頒佈，在2017年12月29日被部分修訂。境外中資企業同時符合以下條件的，應判定其為實際管理機構在中國境內的居民企業，並實施相應的稅收管理，就其來源於中國境內、境外的所得徵收企業所得稅：(i)企業負責實施日常生產經營管理運作的高層管理人員及其高層管理部門履行職責的場所主要位於中國境內；(ii)企業的財務決策(如借款、放款、融資、財務風險管理等)和人事決策(如任命、解聘和薪酬等)由位於中國境內的機構或人員決定，或需要得到位於中國境內的機構或人員批准；(iii)企業的主要財產、會計賬簿、公司印章、董事會和股東會議紀要檔案等位於或存放於中國境內；(iv)企業1/2(含1/2)以上有投票權的董事或高層管理人員經常居住於中國境內。

增值稅

《中華人民共和國增值稅暫行條例》由國務院於1993年12月13日頒佈，經過3次修訂，最新修訂版本於2017年11月19日公佈並正式實施。按照規定，在中國境內銷售貨物或者提供加工、修理修配勞務以及進口貨物的單位和個人，為增值稅的納稅人，應當繳納增值稅。

根據《中華人民共和國增值稅暫行條例》、財政部及國家稅務總局於2018年4月4日發佈並於2018年5月1日生效的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》(財

監管概覽

稅[2018]32號)及財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日頒佈並於2019年4月1日生效的《財政部、稅務總局、海關總署關於深化增值稅改革有關政策的公告》，一般納稅人的適用增值稅稅率分別為13%、9%和6%，小規模納稅人的適用增值稅稅率為3%。

股息及稅收

規管中國境內外商投資企業股息分配的主要法律、規則及法規是外商投資法及其實施條例，以及《公司法》。根據該等要求，外商投資企業僅可自其根據中國會計準則及法規確定的累計利潤(如有)中支付股息。中國公司每年須提取其各自累計稅後利潤(如有)的至少10%作為一定的資本儲備基金，直至該等儲備基金的累計額達到企業註冊資本的50%為止。中國公司不得分配任何利潤，直至過往財年的任何虧損被彌補為止。前一財年留存利潤可與本財年可分配利潤可一併分配。

根據《企業所得稅法》以及《企業所得稅法實施條例》規定，對於向在中國境內未設立機構或場所，或雖設立機構或場所但相關收入與其所設機構或場所並無實際聯繫的非居民企業股東宣派的股息(若該等股息來自中國境內)，一般適用10%的企業所得稅稅率，除非任何該等非居民企業股東的註冊司法權區與中國訂立稅收協議，對優惠扣繳安排作出規定。

境外上市

2023年2月17日，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，該辦法於2023年3月31日生效。依照該辦法規定，中國證監會依法對境內企業境外發行上市活動實施監督管理。境內企業直接境外發行上市的，由發行人向中國證監會備案。境內企業間接境外發行上市的，發行人應當指定一家主要境內運營實體為境內責任人，向中國證監會備案。對於境內企業間接境外發行上市的認定，遵循實質重於形式的原則，當發行人同時符合下列情形時，將被認定為境內企業間接境外發行上市：(i)境內企業最近一個會計年度的營業收入、利潤總額、總資產或者淨資產，任一指標佔發行人同期經審計合併財務報表相關數據的比例超過50%；及(ii)經營活動的主要環節在境內開展或者主要場所位於境內，或者負責經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於境內。

監管概覽

境內企業未履行備案程序，或者存在不得在境外發行上市的情形，在境外發行上市的，由中國證監會責令改正，給予警告，並處以罰款。

《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》規定，對直接負責的主管人員和其他直接責任人員給予警告，並處人民幣500,000元以上人民幣500萬元以下的罰款。不得在境外發行上市的情形包括：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資的；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)境內企業或者其控股股東、實際控制人最近3年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；(v)控股股東或者受控股股東、實際控制人支配的股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。

由中國證監會、財政部、國家保密局、國家檔案局於2023年2月24日發佈、2023年3月31日生效的《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》規定，境內企業境外發行上市活動中，境內企業以及提供相應服務的證券公司、證券服務機構應當建立健全保密和檔案工作制度，採取必要措施落實保密和檔案管理責任，不得洩露國家秘密和國家機關工作秘密。「境內企業」包括直接境外發行上市的境內股份公司和間接境外發行上市主體的境內運營實體。

監管概覽

網絡安全與數據保護

中國網絡安全與數據安全保護的法律主要由《中華人民共和國網絡安全法》（「**網絡安全法**」）、《中華人民共和國個人信息保護法》（「**個人信息保護法**」）和《中華人民共和國數據安全法》（「**數據安全法**」）組成，並與《關鍵信息基礎設施安全保護條例》（「**關基保護條例**」）一併為維護中國網絡安全、數據安全和保護個人信息權益提供了基礎制度保障。在所述法律之外，2015年11月1日起施行的《中華人民共和國刑法修正案（九）》，2019年1月1日起施行的《電子商務法》，2021年1月1日生效的《民法典》等法律均從不同角度對網絡安全和數據保護提出行業監管要求；同時，諸多部門規章也不斷細化各類別數據的處理規則。

2016年11月7日，全國人大常委會頒佈《網絡安全法》，其自2017年6月1日生效。作為首部針對網絡安全和數據保護領域的綱領性法律，《網絡安全法》涵蓋的範圍十分廣泛。在網絡運營安全方面，《網絡安全法》要求包括互聯網信息服務提供商在內的網絡運營者依照法律、法規的規定和國家及行業標準的強制性要求，採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。在關鍵信息基礎設施保護方面，《網絡安全法》確立了關鍵信息基礎設施需要額外保護的基礎原則，並在此基礎上對關鍵信息基礎設施運營者涉及的可能影響國家安全的網絡產品和服務採購活動提出了國家安全審查要求，明確了關鍵信息基礎設施運營者在中國境內收集和產生的個人信息和重要數據應當在境內存儲，因業務需要而出境則需要通過數據出境安全評估的原則性要求。在個人信息保護方面，《網絡安全法》闡述了個人信息保護的基本原則及規定，如有關收集、使用、處理、儲存及披露個人信息的要求，而互聯網信息服務提供商應當採取技術及其他必要措施，以確保所收集個人信息的安全，防止個人信息洩露、毀損或丟失。

監管概覽

2021年6月10日，全國人大常委會頒佈《數據安全法》並自2021年9月1日生效。相較於《網絡安全法》，《數據安全法》著重規管數據流動安全。《數據安全法》根據數據對經濟和社會發展的重要性和非法使用數據對國家安全、公共利益或個人、組織利益的潛在危害，建立基於數據類別和安全級別的數據保護體系。在數據類別方面，《數據安全法》明確了重要數據類別及其處理者義務，重要數據處理者應當明確數據安全負責人，設立管理機構負責數據安全工作，且有關數據處理者應當對其數據處理活動定期開展風險評估，並向有關監管部門提交評估報告。在數據流動方面，《數據安全法》將關鍵信息基礎設施運營者之外的其他數據處理者出境重要數據亦納入數據出境的特別監管程序，並限制存儲於中國境內的數據未經批准向境外司法或執法機構提供。對於有關維護國家安全、利益和履行國際義務的數據，受中國出口管制。《數據安全法》進一步強調和規定國家將建立數據安全審查制度，對影響或者可能影響國家安全的數據處理活動進行國家安全審查。《數據安全法》規定，違反《數據安全法》的行為可能導致相關單位或個人受到警告、罰款、停業整頓、吊銷許可證或營業執照，及／或甚至追究刑事責任。

2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《個人信息保護法》，其自2021年11月1日起生效。《個人信息保護法》旨在保護個人信息權利及權益、規範個人信息的處理、保障個人信息依法有序、自由流動，以及促進個人信息的合理使用。《個人信息保護法》建立了個人信息處理的全面規則體系，包括處理個人信息必須具備明確、合理的目的，敏感信息處理須得到額外保護，個人信息的對外提供和委託處理需要簽署專門協議以保障安全，個人信息的保存、刪除、公開和自動化決策應當遵守專門規則，個人信息的處理者應當具備適當的組織保障、制度保障和技術措施保障。《個人信息保護法》針對個人信息出境提供了四條合規路徑，分別為通過國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）組織的數據出境安全評估、簽署並向省級網信部門備案《個人信息出境標準合同》、申請《個人信息保護認證》以及遵照中國締結或者參加的國際條約或協定。違反

監管概覽

《個人信息保護法》的規定處理個人信息或未履行相關個人信息保護義務的行為將導致相關單位受到警告、罰款、停業整頓、吊銷業務許可和營業執照，及／或甚至追究刑事責任。

針對三部綱領性法律均提及的與國家安全、公共利益及個人權益密切相關的數據處理活動，《關基保護條例》、《網絡安全審查辦法》、《數據出境安全評估辦法》及《個人信息出境標準合同辦法》等規定陸續出台，從數據處理者身份、數據類型和特殊數據處理活動等方面加強數據監管。

2021年7月30日，國務院頒佈《關基保護條例》並於2021年9月1日生效。根據《關基保護條例》，關鍵信息基礎設施是指公共通信和信息服務、能源、交通、水利、金融、公共服務、電子政務、國防相關科技行業的，以及其他一旦遭到破壞或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要網絡設施、信息系統等。《關基保護條例》規定，前述重要行業和領域的主管部門、監督管理部門是負責關鍵信息基礎設施安全保護工作的部門，該等機構將根據認定規則負責組織認定本行業、本領域的關鍵信息基礎設施，及時將認定結果通知運營者，並通報國務院公安部門。被認定為關鍵信息基礎設施運營者後，其將承擔嚴格的運營者責任。

2021年12月28日，國家安全部等多個部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，並於2022年2月15日生效。《網絡安全審查辦法》規定關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當由網信辦設立的網絡安全審查辦公室進行嚴格的網絡安全審查。此外，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。如果網絡產品和服務、數據處理活動或海外上市行為影響或可能影響國家安全，網絡安全審查辦公室報中央網絡安全和信息化委員會批准後，可依照《網絡安全審查辦

監管概覽

法》的規定進行網絡安全審查。根據《網絡安全審查辦法》，任何違規行為須根據《網絡安全法》及《數據安全法》進行處罰，包括政府執法行動和調查、罰款、處罰、暫停違規經營等。

2024年3月22日，網信辦頒佈《促進和規範數據跨境流動規定》，並自公佈之日起施行。《促進和規範數據跨境流動規定》對此前網信辦施行的《數據出境安全評估辦法》以及《個人信息出境標準合同辦法》進行了更新，明確了重要數據出境安全評估申報標準，提出未被相關部門、地區告知或者公開發佈為重要數據的，數據處理者不需要作為重要數據申報數據出境安全評估。

《促進和規範數據跨境流動規定》規定了免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證的數據出境活動條件：(i)國際貿易、跨境運輸、學術合作、跨國生產製造和市場營銷等活動中收集和產生的數據向境外提供，不包含個人信息或者重要數據的；(ii)在境外收集和產生的個人信息傳輸至境內處理後向境外提供，處理過程中沒有引入境內個人信息或者重要數據的；(iii)為訂立、履行個人作為一方當事人的合同，確需向境外提供個人信息的；(iv)按照依法制定的勞動規章制度和依法簽訂的集體合同實施跨境人力資源管理，確需向境外提供員工個人信息的；(v)緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全，確需向境外提供個人信息的；(vi)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供不滿10萬人個人信息(不含敏感個人信息)的。

《促進和規範數據跨境流動規定》設立自由貿易試驗區負面清單制度。提出自由貿易試驗區在國家數據分類分級保護制度框架下，可以自行制定區內負面清單，將其納入個人信息出境標準合同及個人信息保護認證。前述負面清單經省級網絡安全和信息化

監管概覽

化委員會批准後，報國家網信部門、國家數據管理部門備案。自由貿易試驗區內數據處理者向境外提供負面清單外的數據，可以免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證。

《促進和規範數據跨境流動規定》明確了應當申報數據出境安全評估的兩類數據出境活動條件：(i)關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據；(ii)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據，或者自當年1月1日起累計向境外提供100萬人以上個人信息(不含敏感個人信息)或者1萬人以上敏感個人信息。同時，《促進和規範數據跨境流動規定》明確了應當訂立個人信息出境標準合同或者通過個人信息保護認證的數據出境活動條件，即關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供10萬人以上、不滿100萬人個人信息(不含敏感個人信息)同時不滿1萬人敏感個人信息。

歷史、發展及公司架構

歷史及發展

概覽

我們的歷史可追溯至20世紀80年代，即怡寶中國的前身中國龍環有限公司（「蛇口龍環」）設立之時。當時蛇口龍環由貴陽刺梨產品開發公司、招商局蛇口工業區供水公司（「蛇口供水」）及環亞股份有限公司共同成立，由尹英先生擔任第一任董事長。於1992年，「怡寶」和「C'estbon」商標由香港招商局發展有限公司轉讓予蛇口龍環。於1996年，本公司與蛇口供水就運營怡寶中國訂立合作協議，據此本公司及蛇口供水分別持有怡寶中國67.25%及32.75%的股權，而蛇口龍環的業務隨後由怡寶中國承繼。於1999年，本公司收購蛇口供水持有的怡寶中國餘下32.75%股權，據此怡寶中國成為本公司的全資子公司，並由本公司當時的唯一股東華潤（集團）委派黃鐵鷹先生擔任怡寶中國董事長。自此，怡寶中國的業務快速發展，推出了多品類的包裝飲用水及飲料產品。

本公司於1995年7月4日於英屬維爾京群島註冊成立為有限公司，並一直擔任本集團所有運營子公司的控股公司。於2024年4月16日，本公司由英屬維爾京群島遷冊至開曼群島。

在我們多元化的品牌組合下，我們不斷開發和提供各種優質包裝飲用水產品和飲料產品。根據灼識諮詢報告，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業。

發展里程碑

下表載列我們業務發展的主要里程碑：

| 年份 | 事件 |
|-------------|------------------------------------------|
| 20世紀80年代.. | 我們的前身蛇口龍環成立。 |
| 1998年 | 我們獲邀請為「瓶裝飲用純淨水」國家標準的主要發起和起草單位之一。 |
| 2001年 | 我們升級「怡寶」品牌純淨水產品的包裝。 |
| 2007年 | 我們採取「西進、東擴、北伐」的綜合性全國擴張戰略，以建立全國性的銷售和經銷網絡。 |

歷史、發展及公司架構

| 年份 | 事件 |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| | 我們發起「百所圖書館計劃」，一項長期、可持續的鄉村振興類型的志願服務項目，涉及向教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館。 |
| 2009年 | 我們前瞻性推出了4.5升包裝飲用水。 |
| 2011年 | 我們推出包括「午後奶茶」、「火咖」及「魔力」飲料產品。 |
| 2018年 | 我們推出了風味水品牌「蜜水系列」。 |
| 2019年 | 我們成為TEAM CHINA／中國國家隊的首個合作夥伴，並與第七屆世界軍人運動會合作，強化了我們「健康、安全、專業」的品牌形象。我們的產品成為「國家隊運動員的選擇」。 |
| | 我們推出果汁類飲料品牌「假日系列」。 |
| 2021年 | 我們推出中國草本植物飲料品牌「至本清潤」。 |
| | 我們助力70餘支國家隊日常訓練備戰補給及東京奧運會中國隊飲用水保障，並成為第十四屆全國運動會官方指定用水提供方。 |
| 2022年 | 我們優化產品組合，推出高端天然礦泉水品牌「怡寶露」、氣泡蘇打水品牌「FEEL」及果汁類飲料品牌「源自世界的廚房」等新產品。 |
| | 我們繼續擴大及完善我們的產能，包括開始建設宜興工廠及武夷山工廠在內的自有工廠，並就萬綠湖工廠訂立建設協議。 |
| 2023年 | 我們繼續擴大我們的產品組合，推出「橙橙假日」、「至本清潤」檸檬茶、「本優」瓶裝天然礦泉水及520毫升「怡寶」飲用天然水等新產品。 |
| | 我們的自有工廠（包括宜興工廠、碧優選工廠和南寧工廠（二期））陸續投產，生產能力持續穩步提升。 |
| 2024年 | 我們與中國足球協會超級聯賽建立冠名合作 |

歷史、發展及公司架構

本公司的主要股權變動

本公司的註冊成立

本公司於1995年7月4日於英屬維爾京群島註冊成立為英屬維爾京群島商業有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。於註冊成立後，本公司向華潤創業的全資子公司Rui Jun Investments Limited發行及配發一股股份，對價為1.00美元。

於1995年10月13日，該一股已發行股份由Rui Jun Investments Limited轉讓予華潤創業啤酒有限公司（現稱華潤雪花啤酒有限公司），對價為1.00美元，該股股份隨後於2007年5月31日轉讓予華潤集團（飲料），對價為1.00美元。於2011年1月18日，本公司向華潤集團（飲料）進一步發行及配發599股股份，對價為599美元。

向麒麟配發股份

於2011年8月19日，本公司向麒麟發行及配發400股股份，對價為474.7百萬美元，該對價乃經麒麟與我們公平磋商釐定，綜合考慮了投資時機、本公司及麒麟在大中華區的非酒精飲料業務的歷史及預期未來表現，以及本公司與麒麟之間的潛在業務合作及戰略聯盟。因此，本公司分別由華潤集團（飲料）及麒麟擁有60%及40%的權益。

麒麟為一家於東京證券交易所上市的日本公司，主要從事啤酒及飲料業務，並於全球多個行業（如食品、飲料、健康科學與製藥）的多個被投資公司持有少數股權投資。除於本公司的少數股權投資外，麒麟亦自2011年起與本集團有業務合作。具體而言，(i) 怡寶控股獲麒麟授權，可在中國大陸、香港及澳門生產、推廣及經銷具有麒麟知識產權的若干飲料產品，以及向其子公司及合作生產夥伴轉授該等知識產權，以代表本集團在中國生產及經銷。因此，我們推出了一系列與「麒麟」品牌合作的新產品，如「午後奶茶」、「火咖」及「源自世界的廚房」等，合作期限至2025年，並可經本公司與麒麟雙方共同同意續期；及(ii) 怡寶控股獲授予於香港及澳門進口、營銷、推廣、銷售、經銷及轉銷麒麟生產的若干飲料產品的獨家專有權利。截至2023年12月31日止三個年度，本集團銷售上述麒麟相關產品產生的收入分別佔2.0%、1.5%及1.4%。

歷史、發展及公司架構

麒麟向Plateau轉讓股份

於2022年8月5日，Plateau以1,000百萬美元的對價收購麒麟持有的全部400股股份（「**2022年股份轉讓**」），該對價乃參考投資的時機、我們的業務前景及可比公司的估值等多種因素，經公平磋商後釐定。包括華潤集團（飲料）及Plateau在內的各方於2022年4月8日訂立股東協議（「**股東協議**」）。請參閱「-[編纂]前投資」。於2022年股份轉讓完成後，本公司仍由華潤集團（飲料）持有60%的權益，及由Plateau持有40%的權益。

遷冊

於2024年4月16日，本公司由英屬維爾京群島遷冊至開曼群島。

股份拆細

於2024年4月21日，我們的股東議決（其中包括）將當時每股面值1.00美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000股每股面值0.0000005美元的股份（「**股份拆細**」），股份拆細完成後，華潤集團（飲料）及Plateau分別持有1,200,000,000股及800,000,000股每股面值0.0000005美元的股份。

由於股份拆細，本公司的法定股本變為50,000美元，分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的普通股，其中2,000,000,000股普通股已發行及繳足股款。

我們的主要子公司

於往績記錄期間，我們有五家主要子公司對我們的經營業績作出重大貢獻。下表載列我們截至最後實際可行日期的主要子公司的詳情：

| 編號 | 主要 子公司名稱 | 註冊 成立地點 | 註冊 成立日期 | 註冊資本／ 已發行股本 | 本集團 應佔權益 | 主營業務 |
|----|-------------|------------|-----------------|----------------------|-------------|-------------------------|
| 1. | 怡寶控股 | 香港 | 2009年 11月23日 | 771,483,694.42 港元 | 100% | 在香港及澳門銷售包裝飲用水及飲料產品、投資控股 |
| 2. | 怡寶中國投資 | 中國 | 2011年 8月26日 | 83,290,359.29美元 | 100% | 投資控股 |

歷史、發展及公司架構

| 編號 | 主要 子公司名稱 | 註冊 成立地點 | 註冊 成立日期 | 註冊資本／ 已發行股本 | 本集團 應佔權益 | 主營業務 |
|----|-------------|------------|-----------------|---------------------|-------------|--------------------|
| 3. | 怡寶中國 | 中國 | 1996年 8月1日 | 人民幣 650,000,000元 | 100% | 在中國生產及銷售包裝飲用水及飲料產品 |
| 4. | 怡寶長沙 | 中國 | 2012年 10月17日 | 20,000,000美元 | 100% | 在中國生產包裝飲用水及飲料產品 |
| 5. | 怡寶成都 | 中國 | 2014年 9月1日 | 人民幣 166,670,000元 | 100% | 在中國生產包裝飲用水及飲料產品 |

重大收購、出售及合併事項

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無重大收購、出售或合併事項。

[編纂]前投資

概覽

於2022年2月16日，Plateau（「[編纂]前投資者」）與麒麟訂立股份購買協議，據此，Plateau同意以1,000百萬美元的對價購買麒麟持有的全部400股普通股。有關Plateau的投資（「[編纂]前投資」）詳情載列如下：

[編纂]前投資者名稱..... Plateau

已付對價金額..... 1,000百萬美元

已付對價釐定基準..... 對價乃經參考投資時機、我們的業務前景及可比公司估值等多種因素後，由麒麟（作為賣方）與Plateau（作為買方）公平磋商釐定。

投資協議日期..... 2022年2月16日

歷史、發展及公司架構

對價結算日期 2022年8月5日

每股股份成本⁽¹⁾ 1.25美元

[編纂]折讓⁽²⁾ [編纂]%

自[編纂]前投資產生的
戰略裨益 我們認為，本公司可從對[編纂]前投資中獲
益，原因是Plateau可從非管理層角度向我們提
供有關本集團發展戰略的專業意見，且[編纂]
前投資顯示Plateau對本集團業務的信心，並作
為對本集團表現、優勢及前景的認可。

附註：

- (1) 按對價除以股份拆細後Plateau持有的股份數量計算。於2024年4月21日，我們的股東議決（其中包括）當時每股面值1.00美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000股每股面值0.0000005美元的股份。請參閱「— 本公司的主要股權變動 — 股份拆細」。
- (2) 按假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數）計算。

禁售

Plateau[已向]香港聯交所承諾遵守上市規則第10.07(1)條的規定。

Plateau的權利

根據股東協議，Plateau擁有若干[編纂]前投資者慣常獲授予的特殊權利，包括但不限於董事委任權、出售股份的優先購買權及隨售權、知情權及撤資權。股東協議（包括上述Plateau的特殊權利）將於[編纂]時終止。於2024年4月21日，股東協議的所有訂約方訂立補充協議，據此，Plateau的撤資權將於緊接本公司就[編纂]首次提交[編纂]前自動終止，惟如此終止的撤資權將在以下較早時間自動恢復：(i)本公司的[編纂]被適用的證券交易所拒絕或退回，且本公司已決定不就有關拒絕或退回的決定提出上訴；(ii)本公司的[編纂]經股東一致同意後被暫停、撤銷或確定無法完成；或(iii)本公司因任何理由不能於2025年11月1日前[編纂]。

歷史、發展及公司架構

有關Plateau的資料

Plateau是一家主要從事投資控股的機構。Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Plateau Investment Limited由Plateau Holding Limited全資擁有，而Plateau Holding Limited由Dong Yi女士全資擁有。除於Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人權益外，Dong Yi女士亦透過其全資擁有的公司Plateau Capital Limited及Plateau Group Limited（各自均為Plateau Consumer Fund, L.P.的有限合夥人，並不對其行使管理控制權）持有Plateau Consumer Fund, L.P.合計2.65%的有限合夥權益。Plateau Consumer Fund, L.P.的最大有限合夥人銘宇有限公司持有其約36.8%的有限合夥權益，銘宇有限公司為在香港註冊成立的投資控股公司，由中國銀行股份有限公司（一家於香港聯交所（股份代號：3988）及上海證券交易所（股份代號：601988）上市的公司）間接全資擁有。截至最後實際可行日期，除銘宇有限公司外，概無其他有限合夥人持有Plateau Consumer Fund, L.P.的30%或以上有限合夥權益。

對[編纂]前投資指引遵守情況

基於(i)[編纂]前投資的對價已不可撤銷地於我們就[編纂]向聯交所首次提交[編纂]日期前超過28個完整日結算；(ii)授予[編纂]前投資者的撤資權已於緊接本公司或他人代表本公司[編纂]提交[編纂]時自動終止；及(iii)根據[編纂]前投資的條款授予[編纂]前投資者的所有其他特殊權利將於[編纂]時自動終止，聯席保薦人認為，[編纂]前投資符合聯交所發佈的《新上市申請人指南》項下的第4.2章。

公眾持股量

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），華潤集團（飲料）及Plateau持有的2,000,000,000股股份（約佔[編纂]後我們已發行股份總數的[編纂]%）就上市規則第8.08條而言將不被視為公眾持股量的一部分，因為該等股份由我們的控股股東持有。鑒於上文所述，本公司於[編纂]完成後的公眾持股量（假設[編纂]未獲行使）將為[編纂]%

業 務

概覽

我們的使命

引領行業發展、為大眾提供安全、健康、美好的生活體驗。

我們的願景

做優、做強、成為世界一流綜合飲料企業。

我們是誰

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者。根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。歷經40年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計）。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌。我們採取了與國際即飲軟飲行業龍頭企業類似的發展路徑，從具有市場領先地位的核心品類擴張至其他品類，推動我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。我們以包裝飲用水為核心、創新佈局更多飲料品類，不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，展示了我們在包裝飲用水及飲料產品方面的領導地位。

根據灼識諮詢報告，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速及淨利潤增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）均排名前二。以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。舉例來說，我們前瞻性地佈局中大規格包裝飲用水，於往績記錄期間，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。憑藉我們在包裝飲用水市場已建立的深入人心的「健康、安全、專業」的品牌形象、覆蓋全國的銷售網絡和產能佈局等寶貴資產，我們戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，在中國前十大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的飲料產品零售額增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）為最高。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門

業 務

產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等多個核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二。

我們的控股股東之一華潤集團是一家總部位於香港的領先國有企業集團，於2023年位列《財富》世界五百強排名第74位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團所屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成分股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位。我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念。受益於彼此之間在銷售渠道、數字化、原材料採購、工程管理及ESG舉措等多領域的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。我們積極踐行社會責任，堅持「誠信出良品，責任出精品」的質量價值觀。於2019年，「怡寶」品牌成為「中國國家隊官方飲用水」，為70餘支中國國家運動隊提供安全健康的包裝飲用水及飲料產品，提供專業、健康的補給。我們以「你我的怡寶」作為品牌口號，以「安全、健康、美好的生活」為品牌精神內涵，持續為消費者提供健康和優質的產品，推動「怡寶」成為深受信賴、深入人心的國民品牌。

於往績記錄期間，我們實現了收入的強勁增長、盈利水平的不斷提高及現金流的持續穩健。我們良好的財務表現與我們深入人心的品牌形象、高度契合消費場景的營銷策略、不斷研發創新以擴大產品組合、覆蓋全國的銷售及經銷網絡、與銷售網絡協同的綜合產能佈局息息相關。我們的收入由2021年的人民幣11,339.9百萬元增加至2023年的人民幣13,514.7百萬元，於2021年至2023年的年均複合增長率為9.2%。同時，我們通過擴大自有產能控制生產成本，不斷優化供應鏈並提升數字化能力。我們亦採用更環保輕便的包裝材料、升級設備提升生產效率並向產業價值鏈的上游延伸（如自主完成注塑吹瓶等），並通過全面的渠道覆蓋、銷售渠道的優化整合、物流倉儲效率的提升及運輸成本的優化，持續提升銷售效率。通過上述舉措，在收入強勁增長的同時，我們的盈利能力、運營效率以及現金流創造能力亦得到持續改善。我們的期內利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加至2023年的人民幣1,331.4百萬元，於2021年至2023年的年均複合增長率為24.6%。同時，我們的淨利潤率由2021年的7.6%上升2022年的7.8%，並進一步至2023年的9.9%。我們的經營活動所得現金淨額由2021年的人民幣827.2百萬元增加至2023年的人民幣1,718.2百萬元，於2021年至2023年的年均複合增長率為44.1%。

業 務

我們的市場機遇

作為中國包裝飲用水行業的開創者及中國即飲軟飲行業的領導者，憑藉我們強大的品牌知名度、全面的產品組合及廣泛的全國銷售網絡，我們有能力鞏固我們的市場領導地位並抓住新興機遇。

根據灼識諮詢報告，於2023年，中國即飲軟飲市場的零售額達到人民幣9,092億元。在中國城鎮化進程加快和人均可支配收入增加的推動下，消費者對即飲軟飲產品的購買力將不斷增強，預計到2028年中國即飲軟飲市場將擴大至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。隨著食品及飲料消費的健康意識不斷提高，若干產品品類（如包裝飲用水及無糖飲料）較其他類型的即飲軟飲產品更受歡迎。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，包裝飲用水是中國即飲軟飲市場中規模最大的品類，於2023年達到人民幣2,150億元；按複合年增長率計，包裝飲用水亦是中國即飲軟飲市場中增速最快的品類，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，並預計在2023年至2028年加速至7.9%，在2028年達到零售額人民幣3,143億元。根據灼識諮詢報告，按零售額計，飲用純淨水是包裝飲用水市場中規模最大的細分市場，中國包裝飲用水市場佔比為56.1%；按複合年增長率計，飲用純淨水亦是中國包裝飲用水市場中增長最快的細分市場，2018至2023年的複合年增長率為7.7%，並預計在2023年至2028年加速至8.3%，按零售額計2028年中國包裝飲用水市場佔比將提升至57.2%。作為中國包裝飲用水的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者，我們受益於所處行業的廣闊的市場規模和成長空間，為我們的業務持續增長、業績表現長青構築了堅實基礎。

此外，即飲軟飲龍頭企業一直在不斷豐富其產品供應，並擴大其各種品類的覆蓋範圍，以滿足消費者在口味、規格及消費場景方面不斷變化的需求。特別是，包裝飲用水和飲料產品之間的界限正變得越來越模糊，並出現風味水、氣泡蘇打水和其他類型的具有複雜口味、豐富口感和多種益處的飲料產品。除了對品牌和產品的需求不斷增長和多樣化外，中國社會對ESG的意識顯著提高。即飲軟飲企業通過採用可持續包裝材料等減碳舉措、實行水資源管理系統、促進社區共建等行動，表現出更堅定的承諾，使其發展戰略與社會價值觀及對ESG的期望保持一致。

業 務

我們的商業模式

我們致力於為消費者提供優質的即飲軟飲產品，倡導健康、積極的生活方式。為此，我們密切關注生活方式的轉變和消費需求的發展，積極開展產品研發，以不斷豐富我們的產品種類。我們以體育營銷為重點的營銷策略一直是我們品牌成長的關鍵組成部分。自2013年起，我們一直與馬拉松等體育賽事深度合作。自2019年起，我們成為TEAM CHINA／中國國家隊合作夥伴，強化了我們「健康、安全、專業」的品牌形象。截至最後實際可行日期，我們擁有「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等13個品牌的產品組合，共計56個SKU。我們多樣化的產品組合覆蓋中國即飲軟飲市場的核心品類，如包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料等。經過多年的努力，我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，即以我們作為中國飲用純淨水市場第一品牌的「怡寶」品牌為核心，創新佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位。下圖列示截至最後實際可行日期我們的包裝飲用水及飲料產品。



我們主要通過覆蓋全國的銷售及經銷網絡銷售產品產生收入。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。根據灼識諮詢報告，於2023年，從區域分佈來看，我們的包裝飲用水產品在中國6大省份（即廣東、湖南、四川、海南、廣西及湖北）的包裝飲用水市場中佔有最高的市場份額。根據灼識諮詢報告，於2023年，該6大省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約30%，使該等省份成為包裝飲用水消費的核心市場。這些核心市場的領導地位展現了我們強大的市場競爭力，並將持續拓展到其他市場。根據灼識諮詢報告，於2023年，我們亦在中國另外17個省份的包裝飲用水市場中名列前三，該17個省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約60%。與覆蓋全國的銷售網絡相匹配，我們亦策略性地部署了綜合產能佈局，實施了嚴格的质量管理體系，並建立了覆蓋全國的數字化的供應鏈管理能力。

業 務

我們的主要榮譽

我們對社會及環境責任的承諾，加上我們創新的營銷策略及技術進步，得到了社會各界的廣泛認可和讚譽。於2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會期間，我們保障了中國國家隊的包裝飲用水和飲料產品的穩定補給，並分別收到了參加這兩次奧運會的中國體育代表團的感謝信。於2021年，作為第十四屆全運會包裝飲用水官方供應商，我們的專業補給和服務廣受認可，例如收到我們作為其鑽石級別合作夥伴的香港體育代表團的感謝信。於2022年，我們榮獲由共青團中央和中央文明辦頒發的「第六屆中國青年志願服務項目大賽銀獎」，彰顯我們對社會公益事業的奉獻與承諾。於2023年，我們的公益項目「鄉村振興音樂教室」榮獲《新週刊》頒發的「2023年美好公益大會•年度美好發聲獎項」，我們的公益項目「百圖計劃」在《南方週末》主辦的2023築夢者公益大會上榮獲「2023年度公益進取獎」。

我們的競爭優勢

我們相信，我們的業務成功及領先的市場地位乃由以下主要優勢所支撐。該等優勢緊密互連、彼此促進，令我們在激烈的市場競爭中具有可持續的、有凝聚力的核心能力。

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者，增長勢頭強勁、盈利持續提升

我們是中國包裝飲用水行業的開創者。以1990年「怡寶」牌包裝蒸餾水在廣東深圳問世為起點，「怡寶」是中國行業內最早完成商標註冊以及中國包裝飲用水市場最具知名度和美譽度的品牌之一。此外，根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一，我們也是中國即飲軟飲行業中最早突破千萬公噸年產量的企業之一。憑藉我們在中國即飲軟飲行業的悠久歷史及領先地位，我們積極參與中國包裝飲用水行業標準的制定。1998年，在組織制定「瓶裝飲用純淨水」國家標準時，我們有幸獲邀請為主要發起和起草單位之一。我們也在多個行業協會擔任要職，印證了我們在業內的領導地位和影響力，以及對中國包裝飲用水市場蓬勃發展至今的開創性貢獻。請參閱「一 獎項及認可」。

業 務

我們是中國即飲軟飲市場的領導者。根據灼識諮詢報告，自2014年至2023年，按包裝飲用水的零售額計，我們已連續10年位居前兩名的位置。於2023年，我們在包裝飲用水市場的市場份額達到18.4%。自2012年至2023年，我們連續12年在中國飲用純淨水市場保持排名第一。於2023年，我們「怡寶」品牌飲用純淨水產品的零售額達到了人民幣395億元，市場份額達32.7%，約為排名第二企業的四倍，且超過排名第二至第五企業的總和，確立了我們在中國飲用純淨水市場的第一品牌地位。於2023年，我們售出逾146億瓶「怡寶」品牌水產品。「怡寶」品牌也是中國即飲軟飲市場中2023年零售額超過人民幣300億元的僅有的七個品牌之一。憑藉其標誌性的「小綠瓶」設計，「怡寶」品牌已在中國消費者心目中深深紮根。我們採取了與國際即飲軟飲行業龍頭企業類似的發展路徑，從具有市場領先地位的核心品類擴張至其他品類，推動我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。我們以包裝飲用水為核心、創新佈局更多飲料品類。因此，我們已成功打造多個知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二。

憑藉零售額規模優勢、領先的市場份額以及強大的品牌知名度，我們不斷增強我們的產品供應並擴大品類覆蓋範圍，以滿足消費者在口味、規格及消費場景方面不斷變化的需求，展現了強勁的增長勢頭，並持續提升盈利能力。根據灼識諮詢報告，自2021年至2023年，中國包裝飲用水行業的複合年增長率為4.1%，於同期，我們包裝飲用水產品的複合年增長率達到7.4%。此外，根據同一數據來源，同期我們飲料產品零售額以38.6%的複合年增長率增長，遠超行業平均水平的4.0%及其他頭部企業的增速。自2021年至2023年，我們的利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加至2023年的人民幣1,331.4百萬元，於2021年至2023年的年均複合增長率為24.6%。同時，我們的淨利潤率由2021年的7.6%上升2022年的7.8%，並進一步至2023年的9.9%。根據灼識諮詢報告，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速（以2021至2023年的年均複合增速計）及淨利潤增速（以2021至2023年的年均複合增速計）均排名前二。

業 務

我們戰略性地推行體育營銷以傳遞我們「健康、安全、專業」的品牌形象，通過多元化營銷全方位觸達更廣泛的消費人群

自我們的「怡寶」品牌旗下首個包裝飲用水產品問世以來，我們一直戰略性地側重並利用包裝飲用水消費場景與體育活動的高度契合性，持續推行體育營銷策略。體育賽事擁有廣泛的受眾群體，覆蓋多樣的傳播渠道並能夠向受眾傳達積極正面的品牌形象。國務院於2014年發佈《關於加快發展體育產業促進體育消費的若干意見》，將全民健身上升為國家戰略，提倡消費者更加關注健康積極的生活方式。對此，我們戰略性地推行體育營銷這一策略，向更廣泛的消費者群體有效傳達我們的品牌理念。

自2012年以來，我們已與各項備受推崇的國際及國內體育賽事建立合作夥伴關係，成功建立我們的綜合體育營銷梯隊，有效觸達全年齡段及不同地域的消費者群體。作為我們體育營銷的戰略重心，我們與TEAM CHINA／中國國家隊建立了戰略合作夥伴關係。此外，我們榮幸擔任第十四屆全運會的官方供應商並冠名中國足球協會超級聯賽（「**中超聯賽**」）。除頂級體育賽事外，我們積極參與全國馬拉松、校園跑賽事、全國和美鄉村籃球大賽（村BA）和「玄奘之路」戈壁挑戰賽等大眾體育賽事，鞏固和擴大我們觸達的消費者群體。請參閱「一 營銷及品牌推廣」。

與TEAM CHINA／中國國家隊的合作

我們自2019年起成為了TEAM CHINA／中國國家隊合作夥伴。經過多輪評審和篩選，我們的「怡寶」品牌成功成為了「中國國家隊官方飲用水」，滿足專業運動員對補水的嚴格要求及幫助他們保持最佳競技狀態。我們在2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會等重大體育賽事為TEAM CHINA／中國國家隊提供支持，以推廣我們的品牌及產品。我們持續為70餘支中國國家運動隊提供專業健康的包裝飲用水及飲料產品。從日常備戰到重大世界及國家級體育賽事，我們的產品陪伴在TEAM CHINA／中國國家隊運動員日常生活、訓練和參賽的方方面面。我們對TEAM CHINA／中國國家隊的大力支持，得到多個中國國家運動隊的認可與好評，收到多封感謝信。與TEAM CHINA／中國國家隊的合作，賦予我們的品牌更豐富的體育內涵，彰顯我們對產品質量的嚴格要求，同時亦顯著提升了消費者對我們的品牌認知。

業 務

與馬拉松等體育賽事及埃魯德•基普喬格的深度合作

在中國包裝飲用水行業中，我們率先在馬拉松賽事中建立了強大的影響力。根據灼識諮詢報告，於2023年，中國共舉辦了622場馬拉松賽事（含半馬），參賽和觀賽總人數合計約3,800萬人次。截至最後實際可行日期，我們是中國包裝飲用水企業中與最多A類馬拉松賽事合作的企業。2013年至今，我們在組織及合作各項馬拉松賽事方面積累了豐富的經驗和專業知識，成為了多個城市馬拉松賽事的首選合作夥伴。我們的合作夥伴關係亦幫助馬拉松比賽成長為全民參與的熱點項目。於2023年，馬拉松奧運冠軍埃魯德•基普喬格先生成為我們的馬拉松推廣大使。通過與馬拉松賽事以及基普喬格先生的深度合作，我們將我們的品牌與體育賽事實現強聯繫，為我們的即飲軟飲產品建立更廣泛的長期客群基礎。

與中超聯賽的冠名合作

我們的「怡寶」品牌包裝飲用水於2023年成為中國足球協會超級聯賽的官方飲用水，並於2024年2月與中國足球協會超級聯賽建立冠名合作。中超聯賽是中國最高水準的職業足球聯賽。以中超體育賽事為例，2023年，中超聯賽比賽舉辦場次240場，現場觀賽、電視直播及網絡轉播觀看總人數約3.8億人次，受眾群體廣泛。中超聯賽賽季的長週期及廣泛覆蓋，以及中國足球協會不同聯賽、賽區的廣泛覆蓋有利於進一步提升我們在中國各個線級城市的市場認知度。

我們的體育營銷梯隊使我們的品牌通過多個傳播渠道觸達廣泛的受眾群體，與消費者建立了全面有效的聯繫。我們充滿活力的體育營銷策略使我們能夠不斷地有效提高我們的品牌認知度和認可度，推動「健康、安全、專業」的品牌形象更加深入人心，引領健康、積極的生活方式。

我們「健康、安全、專業」的品牌形象與消費者建立深度共鳴。我們對產品的高質量承諾和創新精神與體育賽事積極健康的形象和不斷挑戰自我、超越自我的體育精神不謀而合，使我們提供的多元化產品與消費者不斷增長的運動及健康消費需求深度契合。我們已連續18年開展客戶與消費者滿意度評估工作，滿意度持續保持良好的趨勢。根據灼識諮詢調查，在中國包裝飲用水品牌中，我們的「怡寶」品牌在品牌滿意度及複購率方面排名第一，在品牌提及率方面排名第二。特別地，在年輕消費者群體

業 務

(18-35歲)中，「怡寶」品牌的品牌滿意度和品牌提及率高於在全年齡段人群的平均水平。我們對消費者滿意度的不懈追求獲得了多項獎項的認可，其中包括凱度消費者指數於2022年頒發的「消費者十年之選－飛躍增長獎」。

此外，我們通過多元化的營銷方式吸引更廣泛的消費者，為我們的品牌創造新的潛力。一方面，我們通過與多樣化的綜藝節目開展營銷合作提高我們的品牌在年輕人群體中的認知；另一方面，我們通過多場景、廣泛覆蓋的在途營銷，如在公交車、地鐵、高鐵、機場、電梯及大型戶外廣告牌上進行宣傳及廣告投放，讓產品觸達不同線級城市的消費者群體。請參閱「－營銷及品牌推廣－綜藝節目營銷及在途營銷」。

我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇

根據灼識諮詢報告，包裝飲用水是中國即飲軟飲市場最大的產品品類，具有必需消費品屬性，主要滿足消費者基礎飲用需求。受城鎮化進程加快、可支配收入持續增長和消費水平提升、持續產品創新與市場細分化以及銷售渠道多元化的推動，包裝飲用水市場規模將持續提升。在持續鞏固和發展我們的「怡寶」品牌作為中國飲用純淨水第一品牌的同時，為把握中國包裝飲用水市場的持續增長機遇，我們通過豐富水種、拓展產品規格等方式，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣。作為瓶裝飲用純淨水行業標準及國家標準的制定者之一，結合對不同消費場景下包裝飲用水發展趨勢的深刻理解，我們不斷推出多種規格的包裝飲用水產品，覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多個消費場景。我們主張「好水不分水種」，已相應拓展天然礦泉水、飲用天然水、氣泡蘇打水等產品，戰略佈局優質水源。於往績記錄期間，我們推出了「怡寶露」高端天然礦泉水、「本優」天然礦泉水、「FEEL」氣泡蘇打水及「怡寶」520ml飲用天然水，完成了飲用純淨水、天然礦泉水及飲用天然水三大主流水種佈局。

業 務

包裝飲用水產品的規模提升、多元化佈局是我們業務發展的核心驅動力之一。我們包裝飲用水業務產品開發戰略的一個成功案例為推出中大規格包裝飲用水產品。通過我們對消費者習慣及需求的精準洞察，我們於2009年前瞻性地推出4.5升的包裝飲用水產品，並隨後通過推出多款其他中大規格包裝飲用水產品，豐富了我們的SKU種類。自2020年起，我們在全國範圍的居民社區中積極開展中大規格包裝飲用水的產品推廣活動，並聯合經銷商實施多種推廣策略、提供多種配送模式。我們也積極與餐飲渠道開展合作，推廣中大規格包裝飲用水產品用於湯底等烹調用途。於往績記錄期間，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。

我們的飲料產品收入於往績記錄期間取得了令人矚目的增長，成功打造了我們業務發展的第二增長曲線。通過利用我們在包裝飲用水業務的強大品牌知名度、廣泛的銷售及經銷網絡和產能佈局，我們戰略性地進入了中國飲料行業中具有可觀增長空間的多個核心品類。我們圍繞包裝飲用水產品建立飲料產品矩陣，以滿足廣大消費者多元化的消費需求。於2021年、2022年及2023年，我們的飲料產品收入佔我們總收入的比例分別為4.6%、5.7%及7.9%，我們的飲料產品收入於2023年超過人民幣10億元。我們成功打造出多款爆款產品，在中國即飲軟飲行業的若干核心品類均實現領先地位，例如包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料產品等。根據灼識諮詢報告，於2023年，除「怡寶」外，我們另有五個飲料產品品牌（即「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」、「火咖」及「午後奶茶」）零售額均超過人民幣1億元。我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，即以我們作為中國飲用純淨水市場第一品牌的「怡寶」品牌為核心，創新佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位。該戰略發展格局已經並將持續推動我們的收入增長，提高我們的盈利能力和運營效率。於往績記錄期間，我們的飲料產品收入及銷量的複合年增長率均超過40%，實現了令人矚目的、遠超行業平均增速的業績表現。

業 務

我們在飲料產品開發方面重要的成功之一是開發及推出「至本清潤」菊花茶。在廣東省，菊花茶歷來被認為是具有清涼去火、溫潤滋補功效的健康飲料，結合這一認知和該地區的消費習慣，我們戰略性地在茶飲料這一大品類中選擇了開發菊花茶這一子細分市場，以「經典滋味•記憶中的味道」的中式茶飲作為產品定位，打造受眾群體廣、口味清甜的暢銷單品。我們精選杭白菊及黃冰糖等優質原材料、結合現代飲料生產工藝，採用具有傳統美學、「國潮」風格的包裝設計，開發出「至本清潤」菊花茶產品。「至本清潤」菊花茶於2021年8月上市，於2023年零售額已達到人民幣756.4百萬元。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，「至本清潤」在中國菊花茶飲料市場排名第一，市場份額為38.5%。藉助「至本清潤」菊花茶的熱度，我們於2023年及2024年順勢推出「至本清潤」檸檬茶產品和酸梅湯產品，進一步豐富了我們的產品組合，鞏固了我們「至本清潤」品牌在飲料市場的市場地位。

我們極為重視研發創新，不斷推出不同創新產品以及對現有產品進行升級優化，進一步豐富產品矩陣。因此，我們持續深化佈局茶飲料、果汁類飲料、運動飲料等具有廣闊市場潛力的核心品類，鞏固多品類發展格局。截至2023年12月31日，我們擁有一支由60名人員組成的研發團隊，其中18名持有碩士學位，31名擁有工程師職稱，我們的大部分研發團隊均擁有多多年食品和飲料行業的經驗。於往績記錄期間，我們建立了感官及微生物耐熱菌領域的研究體系，並新增感官研究室、茶研究室和咖啡研究室，進一步擴大我們的研發能力。根據灼識諮詢報告，我們率先推出6升、12.8升大包裝飲用水以滿足家庭消費場景的需求，並成功推出「佐味茶事」綠茶、「源自世界的廚房」海鹽荔枝、「怡寶露」高端包裝飲用水及「FEEL」氣泡蘇打水等創新產品，持續豐富我們在具有市場潛力的核心品類的產品佈局。

堅持「精耕細作，決勝終端」，我們建立了覆蓋全國的強管控、高效率的全面銷售及經銷網絡

我們的區域擴張策略

以1990年「怡寶」牌包裝蒸餾水在廣東深圳問世為起點，我們以廣東省為大本營，在華南地區及鄰近省份的包裝飲用水市場逐步建立起領先優勢。根據灼識諮詢報告，我們在廣東、湖南、四川、海南、廣西等5個省份連續多年穩居包裝飲用水市場零售額排名第一。依託這些佔有領先優勢的省份作為根據地，我們於近年策略性地將長

業 務

江沿岸市場作為我們區域擴張的重點方向，並已取得顯著成效。長江沿岸市場包括上海、江蘇、安徽、湖北、重慶、四川、西藏等7個省市，面積約2.2百萬平方公里，佔全國的23.1%，人口佔比24.8%，於2023年GDP佔比29.4%，按2023年零售額計，2023年長江沿岸市場的包裝飲用水市場份額約30%。根據灼識諮詢報告，在長江沿岸市場的7個省市中，按2023年零售額計，我們的包裝飲用水產品在2個省份（四川、湖北）排名第一、5個省份或直轄市（上海、江蘇、安徽、重慶、西藏）排名第二。

我們戰略性地利用華南地區及長江沿岸市場人口稠密、經濟發達的先發優勢和強大影響力，持續深化在我們佔據領先地位的市場中的銷售網絡的覆蓋範圍，深耕在華北、華東沿海及全國其他地區的市場增長空間。在每個區域市場，我們均採取首先在重點區域快速實現領先優勢、建立根據地，再進一步輻射周邊更廣闊範圍的擴張策略，取得了良好效果。舉例而言，為全面開拓北方市場，我們首先在北京、遼寧、陝西建立起較強優勢，再以其作為根據地輻射周邊省份，分別帶動北部市場（北京、天津、河北及山西）、東北市場（黑龍江、吉林及遼寧）及西北市場（陝西、內蒙古、甘肅、寧夏、青海及新疆）2023年實現銷量快速提升，分別錄得16.0%、20.9%及31.7%的銷量同比增幅。

同時，我們積極踐行「粵港澳大灣區」戰略，藉助華潤集團的品牌影響力及自身銷售實力有效拓展港澳市場。根據灼識諮詢報告，我們是2023年香港包裝飲用水市場零售額最高的中國大陸企業。於2023年，我們在香港地區的銷量同比增長157.0%。與香港的主要零售運營商建立合作，在「怡寶」品牌的包裝飲用水產品的帶動下，將「至本清潤」、「蜜水檸檬」、「佐味茶事」等多個品牌的飲料產品同步引入香港市場。

我們的銷售渠道策略

秉承我們「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們高度重視終端零售網點，特別是有潛力成為行業內具有示範效應和影響力的戰略性網點。我們採取全國統一的銷售渠道策略，例如「百城千店示範街」活動、「集體鋪市」活動及「綠地行動」活動，擴張我們產品覆蓋的終端零售網點。我們通過完成客情維護、市場調研、終端陳列及定期商用冷藏展示櫃檢查等工作，持續提升我們在零售網點的影響力。為進一步加大對零售網點的支持力度，我們增加了商用冷藏展示櫃的投放力度，2023年我們商

業 務

用冷藏展示櫃的投放量為2021年的兩倍多。該策略方法促使零售網點的經營者貢獻更多資源以展示和銷售我們的產品，從而吸引更多的用戶、塑造更好的消費體驗。根據灼識諮詢報告，於2023年，以平均每個零售網點的包裝飲用水產品的零售額計，我們在行業中排名第一。我們持續加深與終端零售網點的合作關係，為多品類擴張打下了堅實基礎。舉例而言，在銷售我們的包裝飲用水的零售網點中，同時銷售我們的包裝飲用水及飲料產品的零售網點數量佔比，從2021年的50.6%提升到2023年的67.1%。

我們重視並積極拓展新興銷售渠道。自2014年以來，我們加快在線業務的發展與投入，已完成對中國主流電商平台的全覆蓋，同時積極與實時電商合作，實現30分鐘到家業務的快速發展。於往績記錄期間，我們通過電商渠道實現的收入快速增長，2021年至2023年的複合年增長率為34.0%，並於2023年電商渠道收入達到人民幣709.8百萬元。我們採取了多元化的銷售策略，引入內容種草、直播帶貨等銷售手段，在新媒體平台進行營銷推廣。我們通過銷售和營銷部門無縫協作，精準把握消費者畫像，動態完善市場策略並提升我們的銷售額。舉例而言，通過精準捕捉年輕客戶的嘗試新事物的心態，我們特別針對年輕客戶集中的電商渠道開發了350毫升小規格的蜜水檸檬，滿足便攜及性價比需求，一經推出即成為2023年夏季抖音平台果汁類飲料品類銷量第一的爆品，於2023年，通過電商渠道實現的銷量佔「蜜水系列」總銷量的25%。此外，為進一步滲透至家庭市場，我們以「蜜蜂店」為載體拓展至小區銷售場景，選用低成本及可組裝式的設備，探索重點城市小區消費場景的產品適配及運營模式。此外，在全國範圍內與第三方智能終端零售設備運營商合作，位置主要集中在學校、醫院、工廠、旅遊景區及交通樞紐，以持續提升我們品牌認知、產品銷售和網絡覆蓋。

業 務

我們強大且專注的銷售團隊和有效的管理系統為我們強大的經銷網絡提供有力支持

我們成功構建了穩定發展、互利共贏、價值共享的強大經銷商網絡。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。我們積極探索增量市場，提高對下沉市場銷售終端的滲透。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們累計所覆蓋的零售網點中位於國內三線及以下城市的佔比分別為51.2%、54.6%及55.9%，佔比持續增長，展現了我們在下沉市場強大的渠道開拓能力。我們擁有一支強大而專注的銷售團隊，截至2023年12月31日，我們擁有超過8,700名一線銷售人員。根據灼識諮詢報告，以團隊規模和銷售效率衡量，我們是中國即飲軟飲行業內自有銷售團隊最為強大的企業之一。

我們認為，由我們自有的銷售人員主導零售網點的服務和維護運營對我們的銷售渠道策略至關重要，可在快消品行業提供高效的動員能力。我們擁有敬業且經驗豐富的銷售團隊，其中銷售人員平均擁有超過6年經驗、銷售管理團隊平均擁有超過18年相關經驗。我們的一線銷售人員與各零售網點的經營者保持密切溝通，通過定期實地考察及全方位支援(包括維護、管理及指導)培養及維護合作夥伴關係。通過準確了解零售網點的競爭格局、消費者偏好、產品定價及渠道庫存狀況，以及通過全流程追溯管理系統收集渠道庫存情況和產品的流通信息，以促進高效的生產調度，我們的銷售團隊能夠有效地構建結構良好的銷售網絡，提高不同品類產品(尤其是我們快速發展的飲料產品)的市場滲透，增強對渠道的影響力和客戶黏性。

我們已制定全面及高效的經銷商管理及合作機制，主要包括招投標程序、區域劃分原則、訂單及結算管理、業務目標制定及評估、營銷支持及培訓課程等，以提升我們的經銷網絡管理水平及效率。我們已實施CRM-SUP系統(客戶關係管理支持系統)以持續優化一線銷售團隊的效率。該創新系統將整個工作流程簡化為一個標準化的在線操作系統，可通過手持設備方便地進行管理。CRM-SUP系統有效地協助我們處理關鍵業務流程，包括規劃業務訪問、處理訂單、安排推廣及監督績效，從而顯著提高我們的運營效率及戰略決策。請參閱「— 信息技術」。於往績記錄期間，平均而言，我們每位一線銷售人員根據實際業務需求拜訪及維護零售網點數量持續提升。

業 務

我們建立了與覆蓋全國的銷售網絡有效協同的綜合產能佈局，持續推動降本增效

我們建立了與全國銷售網絡無縫協同的綜合產能佈局。截至2023年12月31日，我們在全國擁有12家已投產的自有工廠及34家合作生產夥伴，從事包裝飲用水產品及飲料產品的生產。我們的生產工廠戰略性地佈局於中國人口密集的19個省及直轄市，實現半徑300至500公里內一線城市及新一線城市全覆蓋。我們為工廠選址時遵循「1+N」的模式，通常包括在我們於每個地區的大型工廠附近設置數家衛星生產工廠。這種模式使得我們的產能佈局緊密圍繞核心市場，實現產地銷售以降低運輸半徑及運輸成本，同時實現了靈活且有效的生產供應，以滿足不斷變化的市場需求。

我們強大的生產能力使我們可以滿足即飲軟飲產品不同種類、規格及品類的多樣化生產要求。於2023年，我們的包裝飲用水及飲料產品總產量合計達到13.5百萬公噸，日產能最高可達440萬箱，屬於行業領先水平。我們戰略性地重視擁有優質水資源的區域市場，使我們能夠為消費者提供安全、健康、優質的產品，並確保產品能夠達到或超越國家標準規定。我們積極進行戰略開發以獲取廣東省萬綠湖、福建省武夷山及湖北省丹江口等優質水源建設或擴大我們的生產工廠。此外，我們通過「三大中心」（生產中心、運營中心、營銷中心）之間的合作，動態匹配產銷關係，逐步由以銷定產模式轉變為產銷動態平衡模式，助力我們更好地把握進一步豐富產品組合、滿足消費者需求和改善消費者體驗的重大機遇。

在確定不同區域市場的生產工廠選址時，我們會戰略性地評估是建設自有工廠或是與合作生產夥伴進行合作，以實現規模擴張和生產效率的無縫結合，並持續優化成本管控效率。在成熟市場、具有長期增長潛力的市場或擁有優質水源或供水充足的地區，我們戰略性地建設自有工廠，以提高我們的產能及運營效率。於往績記錄期間，我們的已投產自有工廠產能持續提升，於2023年年產量超過4.4百萬公噸，相比2021年增加16.5%。為進一步提升我們自有工廠的產能及生產效率，我們已為工廠引進先進的設備。此外，我們與合作生產夥伴建立了緊密的業務關係，使我們能夠匹配充足的

業 務

產能以滿足市場需求。我們已與合作生產夥伴訂立排他性安排，以按照我們指定的技術及質量控制標準生產包裝飲用水產品。通過戰略性的自有生產設施佈局及對合作生產夥伴的深度掌控，我們通過充分利用產能佈局的運輸半徑，逐步確立了區域市場優勢，提高了市場份額並優化了物流能力，實現了有效的成本管控。

自成立以來，我們始終注重產品的質量和安全性，率先採用先進的生產技術和水源管理措施。我們制定了覆蓋產品整個價值鏈（適用於我們的自有工廠及合作生產夥伴）的統一質量標準。我們嚴格遵守與食品安全及質量管理相關的準則、規範及實施標準，所有參與包裝飲用水生產的生產工廠均已獲得FSSC22000/ISO22000食品安全管理體系認證。此外，我們的總部實驗室於2015年獲得了中國合格評定國家認可委員會(CNAS)的認可。作為華潤集團旗下專門的即飲軟飲企業，我們積極踐行社會責任，堅持「誠信出良品，責任出精品」的質量價值觀。基於對消費者需求的充分了解，我們不斷提升質量管理能力，創造價值，從而保障我們的可持續發展。請參閱「一 質量控制」。

我們亦建立了數字化的供應鏈管理能力，從而提高了我們生產及運輸效率，同時確保了業務的穩步擴張。舉例而言，面對歷史期間地緣政治因素導致的PET價格高漲，我們通過人工智能輔助原材料及包裝材料管理系統幫助我們在原材料及包裝材料採購過程中獲得價格優勢。相關技術已獲得國家發明專利，並獲得「華潤集團2022年智數優秀項目」。另外，我們通過IT系統實現對原材料及包裝材料及製成品的準確溯源，以掌控存貨統計、追蹤銷售情況，確保產品質量安全；我們還通過IT系統計劃訂單統籌、優化物流配送解決方案等，大幅提升運營效率。憑藉與合作生產夥伴的緊密合作，我們積極向產業價值鏈的上游進行延伸，降本增效項目如自主完成注塑環節、瓶型優化及將套標替換為貼標等在2023年加速落地，有效提升了我們的盈利水平。

業 務

秉持「品牌基石，責任為先」的理念，我們彰顯企業擔當，積極推動綠色可持續發展

作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們與華潤集團及其旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念，以堅定不移地踐行社會責任和推動福利事業發展而聞名。秉承「品牌基石，責任為先」的理念，我們積極配合國家政策、踐行社會責任、促進社會福祉。作為一家在企業社會責任方面處於領先地位的企業，我們建立了一套健全的管理體系。自2014年以來，我們始終恪守承諾，每年都會發佈企業社會責任（「CSR」）報告，這標誌著我們十年來持之以恆的責任感。我們通過各種溝通渠道與利益相關方積極互動，將消費者及員工的期望融入我們的CSR價值鏈。

我們致力於踐行社會責任，為更廣泛的社區作出積極貢獻。多年來，我們一直支持慈善事業，積極參與公益活動。我們通過各種舉措彰顯我們對社會責任的承諾，例如「百所圖書館計劃」（簡稱「百圖計劃」），其旨在為教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館，是一個長期、可持續的鄉村振興類志願服務計劃。「百圖計劃」於2007年啟動，截至2023年12月31日已連續開展17年，深入至全國20個省份、五個自治區和三個直轄市，累計捐贈落成公益圖書館240所，募集圖書超百萬冊，受益兒童過百萬，得到了社會各界的廣泛認可和讚譽。作為對我們努力的認可，「百圖計劃」榮獲第六屆中國青年志願服務項目大賽銀獎。2023年，「百圖計劃」在《南方週末》主辦的2023築夢者公益大會上榮獲「年度公益進取獎」。此外，我們亦建立「救災公益快速響應機制」，通過捐贈物資及志願者工作，積極參與地震、洪水和其他災害的受災地區的救災工作。請參閱「一環境、社會及管治事宜－社區參與」。

業 務

此外，我們致力於實現碳達峰及碳中和（「雙碳」）目標，並堅持綠色發展的原則。2022年，我們推出了雙碳管理策略，包括碳足跡核查、產品碳足跡及碳中和實施計劃。特別是在日常業務過程中，我們主動實施環保政策及措施。我們亦利用廣泛的宣傳及品牌知名度，積極推動環保宣傳，為可持續發展作出貢獻。我們的努力獲得了多個獎項的認可，包括中國飲料工業協會於2023年授予的「2022中國飲料行業實踐社會責任優秀企業」。請參閱「一 環境、社會及管治事宜 一 環境及社會事宜」。

通過參與社會公益活動、推動綠色發展，我們向公眾傳遞我們積極踐行社會責任的堅定決心，這些行動也有效地提升了社會各界人士對我們企業形象和品牌的認知度，有助於打造互信、共贏的生態系統，促進了我們與利益相關方的良性互動和可持續發展。

我們由具有遠見卓識的管理團隊領導，並得到了股東的強大戰略支持

具有遠見卓識的管理團隊是我們贏得競爭的關鍵。我們的高級管理層在快消品及即飲軟飲行業平均擁有10年以上的工作經驗，竭力提供高質量的包裝飲用水和飲料產品，為公眾帶來安全、健康和美好的生活體驗，並致力於利用他們的商業智慧、豐富經驗以及敏銳的市場洞察力，帶領團隊實現穩定和可持續的業務增長，請參閱「董事及高級管理層」。

優秀可靠的員工是我們成功的基礎。我們建立了完備且富有成效的人力資源管理體系，包括與業務戰略相適配的幹部選拔流程、系統化的分層分類人才培養模式、有效驅動業務發展的全員績效管理方法、有競爭力的薪酬分配與多元激勵機制，以塑造可持續發展的組織能力。我們尤其注重人才梯隊建設，持續推動中基層管理人員輪崗歷練，加速年輕人才的成長發展，加大專業技術領域的人才引進，致力於打造一支高素質專業化的員工隊伍。我們的人才發展體系充分彰顯了「尊重人的價值、開發人的潛能、升華人的心靈」的理念，源源不斷的員工在這裡實現了自己的人生夢想。

業 務

我們得益於股東的強大戰略支持。我們的控股股東之一華潤(集團)是一家總部位於香港的領先國有企業集團，於2023年位列《財富》世界五百強排名第74位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團所屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成份股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位，且我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念。受益於彼此之間在銷售渠道、數字化、原材料採購、工程管理和ESG舉措等多方面的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。舉例而言，我們的包裝飲用水及飲料產品通過華潤萬家遍佈全國的商超進行銷售，增加品牌曝光和消費者觸達。我們亦與中國主要的PET材料供應商華潤化學建立了長期合作關係，以優化產品成本結構，向消費者提供安全、標準、高質量的產品。請參閱「關連交易」。

我們的戰略

提升渠道效率、加速全渠道擴張

秉承「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們將有效管理和拓展銷售渠道視為企業持久發展的關鍵。為了鞏固我們的市場領導地位，我們將在持續加強及拓展銷售渠道的同時，堅持不懈地完善我們的全面銷售網絡。

- 我們計劃進一步發揮我們在傳統渠道的優勢。我們將利用現有優勢，繼續致力於積極適應銷售渠道不斷變化的趨勢，提高一線銷售團隊的能力和效率，從而進一步激發我們傳統渠道的積極性，提升運營效率。我們的戰略包括持續推動區域擴張、提升經銷質量、提高對下沉市場零售網點的滲透、增加銷售終端的曝光率、在戰略性零售網點加強不同品類的產品陳列及設備擺放及提高產品銷量和品牌知名度，從而持續提高我們的品牌聲量和市場滲透。

業 務

- 我們將加強銷售渠道拓展，完善全面銷售網絡，最大限度地覆蓋消費者。我們將進一步探索電商渠道的機遇，擴大用戶覆蓋，並繼續通過智能終端零售設備、餐飲、航空、酒店等多樣化渠道深入觸達消費者，拓展線下市場。我們將因地制宜地探索各區域和渠道的發展策略，為我們的產品尋求新的銷售增量。

擴張及優化產能，提高供應鏈效率

我們的目標是提高我們的產能和優化供應鏈效率，以加強我們的業務運營。憑藉我們現有的生產線及全面的物流網絡，我們旨在擴張自有工廠以優化我們的產能，並延伸我們在產業價值鏈中的覆蓋範圍，從而提高我們生產的穩定性及效率。

- 我們擬戰略性建設自有工廠，擴大及改善現有工廠，以確保生產安全、效率及可擴展性，實現降本增效。我們將繼續通過「1+N」模式優化產能佈局。
- 我們計劃擴大及延伸自有生產線，使其覆蓋整個產業價值鏈，尤其是注塑吹瓶等創造價值較高的環節，以提高我們的利潤率。我們亦計劃進一步引進先進的生產設備，以提升自動化水平和規模經濟效益。
- 我們將利用集水陸鐵運輸於一體的綜合性物流網絡，提升自有倉儲庫容能力並投入自動化和智能化倉儲建設。該等措施將提升運營效率，實現有效的成本控制。
- 我們將繼續優化水資源和能源資源的管理和利用效率，積極助力「雙碳」目標的實現。我們經優化的包裝材料和包裝方式體現了環保和可持續發展的理念，同時也實現了降本增效。
- 我們計劃通過積極識別及獲取更多的天然水及天然礦泉水水源，擴大我們的優質水源，從而豐富我們的水產品種類，擴大我們的市場份額。

業 務

堅持體育營銷策略，強化品牌知名度，加強與消費者的互動

我們堅信品牌建設與產品銷售相結合，致力於通過我們全面的營銷策略增強品牌活力、知名度和美譽度，強化品牌及擴大我們的消費者覆蓋面，從而提高我們的銷售額。

- 我們將體育營銷視為我們經營策略不可或缺的一部分，以助力我們的市場擴張。通過與TEAM CHINA／中國國家隊、馬拉松及中超聯賽等賽事合作，鞏固我們作為體育營銷領導者的品牌形象，彰顯我們對卓越和高質量的承諾。憑藉我們與頂級體育賽事合作的經驗，我們計劃通過實施主題營銷活動來建立一個強大的「怡寶」體育營銷矩陣。策略性地把握國際性、全國性大型賽事的寶貴契機，以及加強與大眾體育賽事的合作，進一步擴大我們品牌的知名度及認知度，加強與消費者的溝通以及鞏固消費者基礎。
- 我們計劃優化我們的營銷資源，實現品牌知名度與銷量的協同增長。我們立足長遠，不斷適應市場新趨勢，提升品牌推廣效益，促進銷售增長。利用在線渠道的快速傳播能力以及在途營銷的廣泛影響力和強大曝光率，我們將引領廣告及推廣的新趨勢，不斷創新營銷活動形式及內容。
- 我們將進一步打造一支高質素的售後服務和客戶支持團隊，以提供令客戶滿意的服務。我們將密切關注消費者的反饋和需求，不斷改進我們的產品和服務，在消費者中樹立良好的口碑。我們還計劃推出直接面向消費者的在線銷售平台和會員系統，以加強與消費者的互動和參與。

加快拓展新產品品類，加強研發投入

我們計劃通過擴大產品種類和提高產品質量來鞏固我們的領先地位。憑藉深耕銷售終端所累積的深刻消費者洞察及行業領先的研發能力，我們將繼續秉承「客戶至上」的原則，為我們的消費者提供豐富的優質產品。

業 務

- 我們致力於通過擴大我們的產品矩陣，提升我們的品牌定位及消費者認可。我們旨在豐富包裝飲用水產品及擴充水種，以滿足更廣泛的消費者需求。此外，我們的目標是進一步滲透市場潛力巨大的飲料品類，包括茶飲料、果汁類飲料、碳酸飲料和運動飲料等。
- 我們擬持續提高我們對消費者需求的了解。通過積極開展全面研究和利用技術創新，我們將能夠以創新、實用的方式，滿足消費者對於產品安全、營養、健康及口味的需求。

整合產業價值鏈並探索潛在收購，利用市場機會助力業務增長

我們的目標是通過整合產業價值鏈和尋找潛在收購對象來抓住市場機遇。我們的增長戰略包括兩個方面：一是有機增長，二是收購產業價值鏈上有價值的資產或品牌。我們致力於在國內及海外尋找及整合具有戰略意義的潛在合作和收購目標。我們將在仔細篩選和評估後，考慮兼併和收購優質即飲軟飲行業產業鏈企業，以釋放增長潛力。除於2024年1月作為我們生產擴張計劃的一部分收購武漢華新達飲品技術有限公司（我們的合作生產夥伴之一）外，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發現任何主要目標以進行合夥、兼併或收購或訂立該等相關協議。

推動科技創新和數字化轉型，提升運營效率

我們重視科技創新和數字化轉型，以提升運營效率。我們的目標是在銷售、運營、生產和物流領域建立數字化基礎設施，從而推動採購、運輸和生產流程的智能化。通過整合尖端技術和數字系統，我們努力建立一個互聯、智能和高效的管理系統。這種方法使我們能夠實現運營和管理的可視化，從而提高運營效率。我們對數字化創新和轉型的承諾，彰顯了我們對卓越運營的執著追求。

業 務

堅持不懈地吸引、培養和留住頂尖人才，推動組織進步

人力資源是我們的核心競爭力之一，因此我們致力於加強人力資源管理，擴大人才儲備，確保留住關鍵人才。我們計劃完善招聘和培訓體系，吸引具有良好教育背景、技術專長和全球視野的高素質人才。我們已經建立並將不斷完善人才選拔和晉升機制，為員工提供具有競爭力的薪酬和全面的福利保障。我們致力於建立專業高效的管理體系，鼓勵員工充分發揮創造力，保持核心團隊的積極性和穩定性，及時進行組織調整，不斷提高運營效率。

我們的產品及品牌

我們致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在我們多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲，主要包括「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等品牌。我們精心打造了一系列市場領先的產品組合，主要分為兩類：包裝飲用水產品和飲料產品，在中國消費者中得到廣泛認可。截至最後實際可行日期，我們的產品組合合計包括13個品牌及56個SKU。

下表載列於所示期間我們按產品品類劃分的收入：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------------------|---------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 包裝飲用水產品 | 10,817,805 | 95.4 | 11,905,738 | 94.3 | 12,446,560 | 92.1 |
| 小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾ | 6,922,561 | 61.0 | 7,484,417 | 59.3 | 7,715,685 | 57.1 |
| 中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾ | 3,469,225 | 30.6 | 3,962,285 | 31.4 | 4,242,914 | 31.4 |
| 桶裝水產品 ⁽³⁾ | 426,019 | 3.8 | 459,036 | 3.6 | 487,961 | 3.6 |
| 飲料產品 | 522,076 | 4.6 | 717,038 | 5.7 | 1,068,168 | 7.9 |
| 合計 | 11,339,881 | 100.0 | 12,622,776 | 100.0 | 13,514,728 | 100.0 |

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

業 務

下表載列截至最後實際可行日期我們按品牌和產品品類劃分的主要產品的若干主要資料：

| 產品品類 | 品牌 | 描述 | 品牌上市時間 | 單瓶容量 | 終端客戶建議零售價 | SKU數量 |
|--------------|------------------------------|-------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------|
| 包裝飲用水產品..... | 怡寶 | 瓶裝／桶裝 飲用純淨水 | 1990年代 | 350毫升、400毫升、 555毫升、1.18升、 1.55升、2.08升、 4.5升、6升、 12.8升及18.9升 | 人民幣1.5元至 人民幣23元 | 10 |
| | | 瓶裝飲用純淨水 及飲用天然水 | | 520毫升及5升 | 不適用 ⁽¹⁾ | 3 |
| | 怡寶露 | 玻璃瓶裝高端 天然礦泉水 | 2022年 | 350毫升及750毫升 | 人民幣15.0元至 人民幣30.0元 | 2 |
| | 本優 | 瓶裝天然礦泉水 | 2023年 | 350毫升及555毫升 | 人民幣1.5元至 人民幣2.0元 | 2 |
| | 加林山 | 桶裝天然礦泉水及 飲用純淨水 | 2010年 | 18.9升 | 人民幣18.0元至 人民幣22.0元 | 2 |
| 茶飲料產品..... | FEEL氣泡 蘇打水 ⁽²⁾ | 罐裝／瓶裝氣泡 蘇打水 | 2022年 | 330毫升及480毫升 | 人民幣3.0元至 人民幣4.0元 | 4 |
| | 至本清潤 ⁽³⁾ | 草本植物飲料 | 2021年 | 310毫升、450毫升、 1升及1.5升 | 人民幣3.0元至 人民幣8.5元 | 8 |
| | 佐味茶事 午後奶茶 | 無糖茶飲料 奶茶飲料 | 2019年 2011年 ⁽⁴⁾ | 430毫升 430毫升及500毫升 | 人民幣5.0元 人民幣4.0元至 人民幣5.0元 | 3 3 |
| 果汁類飲料產品..... | 蜜水系列 | 風味水 | 2018年 | 350毫升及480毫升 | 人民幣4.0元至 人民幣5.0元 | 5 |
| | 假日系列 | 低濃度果汁 | 2019年 | 440毫升及1.5升 | 人民幣4.0元至 人民幣8.5元 | 5 |
| | 源自世界 的廚房 | 低濃度果汁 | 2022年 | 500毫升 | 人民幣5.0元 | 1 |
| 其他產品..... | 魔力 | 運動飲料 | 2011年 ⁽⁴⁾ | 500毫升 | 人民幣5.0元 | 3 |
| | 火咖 | 咖啡飲料 | 2011年 ⁽⁴⁾ | 180毫升、260毫升、 280毫升及440毫升 | 人民幣3.5元至 人民幣6.0元 | 5 |

業 務

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，我們的「怡寶」品牌下若干瓶裝水SKU不進行零售。
- (2) 我們在「FEEL」品牌下擁有兩個碳酸飲料SKU，分別為330毫升及480毫升的青檸味罐裝及瓶裝氣泡蘇打水。
- (3) 我們在「至本清潤」品牌下擁有一個果汁類飲料SKU，為450毫升的「至本清潤」酸梅湯。
- (4) 「午後奶茶」、「魔力」及「火咖」品牌的推出時間指我們與「麒麟」品牌建立戰略合作關係並開始將其作為我們產品組合的一部分銷售該等產品的時間。

包裝飲用水產品

我們以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年我們在中國包裝飲用水市場排名第二，並在中國飲用純淨水市場排名第一。截至2023年12月31日，我們的包裝飲用水產品包括「怡寶」、「怡寶露」、「本優」及「FEEL」品牌下的瓶裝水產品以及「怡寶」和「加林山」品牌下的桶裝水產品。

瓶裝水

怡寶

我們於上世紀90年代推出「怡寶」品牌，是中國最早專業化生產包裝飲用水的龍頭企業之一。與我們的品牌主張「你我的怡寶」一致，我們致力於為消費者提供包裝飲用水，以滿足消費者的日常補水及在體育活動中有效補充水分的需求。我們也是瓶裝飲用純淨水國家標準的主要發起和起草單位之一。「怡寶」產品採用先進的生產技術，確保淨化純度比中國國家標準更加嚴格。經過數十年對產品研發和品控的努力，「怡寶」已成為中國包裝飲用水市場的先行者，也是中國最受歡迎的包裝飲用水品牌之一。

我們的小規格瓶裝水產品一直是「怡寶」品牌的旗艦產品，深受中國消費者青睞。自2001年推出以來，「小綠瓶」的經典形象幫助我們迅速獲得市場認可，並在包裝飲用水市場上獲得可觀的市場份額，為我們樹立品牌地位及聲譽作出重大貢獻。為迎合個人消費者、家庭及辦公場所不斷增長的用水需求，我們擴大了產品線，推出超過

業 務

1升的中大規格瓶裝水產品。該戰略性擴展乃為直接應對中國消費者習慣的動態變化及市場對此類產品日益增長的需求。此舉是由於消費者飲水安全的意識不斷提高以及在各種家庭飲水場景中更加青睞包裝飲用水。我們分別於2020年及2021年推出6升及12.8升規格的包裝飲用水，以滿足多元消費場景。我們亦於2023年及2024年推出有著不同包裝規格及水種的包裝飲用水產品的新SKU，以進一步豐富我們的產品種類。我們的「怡寶」瓶裝水產品系列包括不同規格選擇，專為各種飲用場景及消費需求而設計。

下圖載列我們的「怡寶」瓶裝水產品：

個人便攜飲用場景 (1升以下)



家庭、餐飲及戶外場景 (1升以上)



怡寶露

「怡寶露」於2022年推出，是我們推向高端包裝飲用水市場的高端天然礦泉水品牌，專為高端商務場所、酒吧、星級酒店，高級餐廳和咖啡廳等高端消費場景量身定制。「怡寶露」的產品取自地下120米深處的加林山水源地，偏硅酸含量穩定、水質優良，以自然純淨的形象來彰顯產品的簡約與品質。

業 務

「怡寶露」包裝採用設計優雅的玻璃瓶，瓶型自然流線的造型，結合了露滴圓潤的自然形態。瓶身正面印有中文「露」字及法文「L'eau」字樣，結合中外文化意象，加持多元藝術的魅力，提升品牌氣質。截至2023年12月31日，我們擁有兩個「怡寶露」SKU，即350毫升及750毫升的兩種規格選項。下圖列示我們的「怡寶露」產品：



怡寶露 (350毫升)



怡寶露 (750毫升)

本優

本優是一款天然礦泉水品牌，以不超過人民幣2.0元的實惠建議零售價提供清新、優質的日常飲水體驗。其簡約時尚、具有親近感的設計靈感源自大自然中的陽光和水滴元素。其品牌名稱亦完美融入瓶身設計之中，採用與傳統環繞式標籤不同的設計，展現其優雅之美。截至2023年12月31日，我們有兩個本優SKU，即350毫升及555毫升的兩種規格選項。下圖列示我們的本優產品：



本優 (350毫升)



本優 (555毫升)

業 務

FEEL

「FEEL」於2022年推出，是一款零糖、零脂肪、零熱量、零山梨酸鉀，暢爽無憂的氣泡蘇打水產品，為消費者帶來清爽口感。「FEEL」品牌旨在為消費者提供可在任何場合享用的健康飲品。截至2023年12月31日，「FEEL」有兩個氣泡蘇打水SKU，分別為330毫升及480毫升。下圖列示我們「FEEL」產品：



FEEL (330毫升)



FEEL (480毫升)

桶裝水

怡寶桶裝水

我們旗艦品牌「怡寶」旗下推出的桶裝純淨水產品「怡寶桶裝水」旨在滿足家庭和辦公場所對大規格飲用水產品日益增長的需求。截至2023年12月31日，我們擁有一個「怡寶桶裝水」SKU，即18.9升。下圖列示我們的「怡寶桶裝水」產品：



18.9升

怡寶桶裝水

業 務

加林山

「加林山」於2010年推出，是我們專為滿足大量補水需要而提供的便捷且可持續的補水解決方案的標桿產品。我們的加林山桶裝水採用天然礦泉水生產。我們亦擁有加林山品牌下的子品牌「永隆」，銷售桶裝純淨水。截至2023年12月31日，我們擁有兩個加林山品牌下的SKU，即18.9升桶裝規格的天然礦泉水及飲用純淨水。下圖列示我們的加林山產品：



18.9升

加林山桶裝水(天然礦泉水)



18.9升

永隆桶裝水(純淨水)

飲料產品

近年來，我們通過在產品組合中引入飲料產品（如茶飲料產品及果汁類飲料產品），不斷豐富不同品牌下的產品組合，以滿足消費者不斷變化的偏好。於往績記錄期間，我們推出的產品包括但不限於「至本清潤」下的茶飲料、「佐味茶事」下的新口味無糖茶飲料及「假日系列」下的新口味果汁類飲料。

茶飲料

我們目前有三個品牌的茶飲料產品，包括「至本清潤」草本植物飲料、「佐味茶事」無糖茶飲料以及「午後奶茶」其他茶飲料。

「至本清潤」

「至本清潤」於2021年推出，是一個中式草本植物飲料品牌，致力於向崇尚健康養生的消費者傳達中式經典以及東方生活美學。「至本清潤」產品專為不同年齡段的廣大消費者群體在不同季節和場景飲用而設計。「至本清潤」產品以中國傳統地方經典風味為基礎研發而成，旨在幫助消費者發掘中國草本植物飲料清新甘甜的口感，呼應其「經典滋味•記憶中的味道」的市場定位。

業 務

截至2023年12月31日，我們擁有七個「至本清潤」SKU，包括各種規格的「至本清潤」菊花茶及「至本清潤」檸檬茶。根據灼識諮詢報告，「至本清潤」系列產品於2021年8月上市後，銷量迅速上升並在一年內零售額超過億元。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，「至本清潤」在中國菊花茶飲料市場排名第一，市場份額為38.5%。「至本清潤」菊花茶採用杭白菊和黃冰糖精心調配而成，具有甘甜和花香。

我們通過推出新口味和不同規格選擇不斷擴大產品組合，以滿足多元的消費者需求。2023年2月，我們選擇推出了一種新口味—「至本清潤」檸檬茶，這是一款獨特的混合茶飲，選用雲南省的大葉種紅茶，並注入檸檬汁。為了開拓相對空白的市場，我們於2023年推出了大包裝菊花茶及檸檬茶。同年，我們推出了310毫升的小規格「至本清潤」菊花茶和檸檬茶，以滿足消費者對線上購物的偏好。透過提供多種包裝規格，我們的「至本清潤」產品可滿足更廣泛的消費場景，從而迎合更廣泛的消費者口味和偏好。基於我們「至本清潤」品牌的成功打造，我們在2024年3月推出了「至本清潤」酸梅湯，進一步拓寬了我們的飲料產品矩陣。下圖列示我們的「至本清潤」產品：



業 務

佐味茶事

「佐味茶事」於2019年推出，以「零糖也好喝」為主張，其目標人群是注重健康同時追求精緻口感的年輕消費者。作為無糖茶品牌，「佐味茶事」融合茶湯原有風味與零糖、零脂肪、含膳食纖維的健康屬性，提供健康好喝的無糖茶選擇，適合在工作、用餐或休閒時飲用。

截至2023年12月31日，我們擁有三個「佐味茶事」SKU：「佐味茶事」烏龍茶、「佐味茶事」紅茶及「佐味茶事」綠茶。下圖列示我們的「佐味茶事」產品：



430毫升
「佐味茶事」烏龍茶



430毫升
「佐味茶事」紅茶



430毫升
「佐味茶事」綠茶

業 務

午後奶茶

2011年，為了豐富我們的產品組合，迎合飲料市場更大的消費者群體，我們與「麒麟」品牌建立戰略合作，此後開始銷售「午後奶茶」作為我們的產品組合的一部分。「午後奶茶」系列以其柔滑度和奶香為特色，旨在為消費者提供高品質和健康的奶茶選擇。「午後奶茶」產品採用紅茶與進口奶源精製而成，脂肪含量低且不含反式脂肪酸。

截至2023年12月31日，我們擁有三個「午後奶茶」SKU：「午後奶茶」經典原味、「午後奶茶」巧克力口味及「午後奶茶願事之茗」。下圖列示我們的「午後奶茶」產品：



500毫升

「午後奶茶」經典原味



500毫升

「午後奶茶」巧克力口味



430毫升

「午後奶茶」願事之茗

果汁類飲料

我們目前有三個品牌的果汁類飲料產品，即「蜜水系列」、「假日系列」及「源自世界的廚房」。其中，蜜水系列、假日系列為我們果汁類飲料的主要品牌。

「蜜水系列」

「蜜水系列」創立於2018年，是一款定位於年輕消費者的健康果汁類飲料，專為工作、休閒及其他娛樂時刻而設計的風味水品牌。秉承其「用心配才對味」的品牌口號，「蜜水系列」產品優選地中海水果汁與蜂蜜低溫調配，達到每瓶5%的足量果汁。我們的「蜜水系列」產品採用無菌冷灌裝工藝生產，其中的果汁原料採用冷鏈運輸，從而保留了果汁和蜂蜜混合的新鮮口感。

業 務

截至2023年12月31日，我們擁有五個「蜜水系列」SKU：350毫升及480毫升的蜜水檸檬、蜜水白柚、蜜水百香及蜜水の橙。下圖列示我們的「蜜水系列」產品：



350毫升及480毫升
蜜水檸檬



480毫升
蜜水白柚



480毫升
蜜水百香



480毫升
蜜水の橙

「假日系列」

我們的果汁類飲料品牌「假日系列」創立於2019年，是一款老少皆宜、美味可口的低濃度果汁類飲料。「假日系列」適用於各種場合和情景，包括戶外、工作和學習，以及朋友和家庭聚會，通過傳遞「美好假日時光」的品牌主張，建立品牌「歡樂、放鬆、愜意」的形象。我們的「假日系列」產品選用來自優質產地的果汁原料，進一步通過無菌冷灌裝工藝製成，能夠保留果汁的原汁原味，並為消費者帶來香甜可口的飲用體驗。

截至2023年12月31日，我們擁有五個「假日系列」SKU：用博巴爾(boba)葡萄汁製成的440毫升及1.5升的葡萄假日、用橙汁製成的440毫升及1.5升的橙橙假日以及用白桃汁製成的440毫升的桃桃假日。下圖列示我們的「假日系列」產品：



440毫升 1.5升
葡萄假日



440毫升
桃桃假日



440毫升 1.5升
橙橙假日

業 務

其他飲料

魔力

繼於2011年與「麒麟」品牌開始戰略合作後，我們開始將「魔力」產品納入品牌矩陣，此後於2014年「魔力」成為我們的自有飲料產品品牌。「魔力」是一款運動飲料品牌，為運動愛好者提供可靠的能量補給來源，以「隨時補充水分和電解質」為品牌主張。「魔力」專為熱衷於運動並尋求健康飲品的人士而設。截至2023年12月31日，我們擁有三個「魔力」品牌SKU：「魔力」維他命檸檬味、「魔力」氨基酸西柚味及「魔力」電解質椰子水味（電解質飲料）。下圖列示我們的「魔力」產品：



500毫升

「魔力」維他命檸檬味



500毫升

「魔力」氨基酸西柚味



500毫升

「魔力」電解質椰子水味

火咖

2011年，我們與「麒麟」品牌開始戰略合作，並且將「火咖」納入品牌矩陣。該合作將「直火烘焙」這一咖啡製作方式納入我們的產品組合，這種生產工藝可令咖啡豆釋放固有香氣。截至2023年12月31日，我們擁有五個「火咖」SKU，包括意式香濃拿鐵、意式倍醇拿鐵、意式拿鐵咖啡、美式冰咖啡及奶泡拿鐵。下圖列示我們的「火咖」產品：



180毫升

意式香濃拿鐵



280毫升

意式倍醇拿鐵



440毫升

意式拿鐵咖啡



440毫升

美式冰咖啡



260毫升

奶泡拿鐵

業 務

我們的銷售網絡

我們已建立廣泛的銷售網絡，觸達眾多消費者，提高我們的品牌聲譽並夯實我們的競爭優勢。經過多年努力，截至最後實際可行日期，我們已建立起一個由經銷商及次級經銷商組成的全面經銷商網絡，使我們能夠有效地接觸到廣泛的消費者群體。我們亦與全國知名商超、連鎖便利店及電商平台等若干客戶保持直營關係。下表載列我們於所示期間按客戶貢獻劃分的收益明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 經銷 | 9,963,166 | 87.9 | 11,098,215 | 87.9 | 11,785,382 | 87.2 |
| 直營 | 1,376,715 | 12.1 | 1,524,561 | 12.1 | 1,729,346 | 12.8 |
| 合計 | 11,339,881 | 100.0 | 12,622,776 | 100.0 | 13,514,728 | 100.0 |

我們在中國擁有遍佈全國的經銷商網絡，覆蓋我們所有的銷售渠道，包括傳統渠道、現代渠道、餐飲渠道、特通渠道、電商渠道及其他渠道。我們的直營覆蓋除傳統渠道之外的大部分銷售渠道。有關銷售渠道的定義，請參閱「行業概覽－銷售渠道」。憑藉強大的傳統渠道經銷能力，我們建立了一個深入滲透的銷售和經銷網絡。基於在傳統渠道的競爭優勢，我們進一步拓展了其他渠道，包括現代渠道、餐飲渠道、特通渠道和電商渠道。於往績記錄期間，我們的大部分收益來自傳統渠道，其餘則主要來自現代渠道。

業 務

截至2023年12月31日，我們擁有一支強大而專注的前線自有銷售團隊，由超過8,700名銷售人員組成，於往績記錄期間累計覆蓋中國逾兩百萬個零售網點。為保持與零售網點的緊密聯繫及溝通，我們要求銷售人員根據實際業務需求拜訪及維護更多的零售網點。我們的銷售人員平均擁有超過六年的經驗，而我們的銷售管理人員平均擁有超過18年的經驗。為進一步加強我們在全國範圍內的銷售及營銷協作能力，我們聯合各業務部門開展「集體鋪市」行動。這一戰略舉措旨在讓我們的銷售團隊全面了解市場，從而消除潛在盲點，擴大市場覆蓋範圍。同時，我們亦為其他非營銷部門的僱員提供了一個深入了解我們銷售業務的機會，從而培養一支更具凝聚力及有見識的員工隊伍。

經銷

截至2023年12月31日，我們與超過1,000家經銷商合作。我們實施嚴格的篩選及評估機制，定期拜訪我們的經銷商，以關注彼等的表現。下表載列截至所示日期我們按經銷商負責銷售區域所在地劃分的中國經銷商數量明細：

| | 截至12月31日 | | | | | |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 數量 | % | 數量 | % | 數量 | % |
| 南部地區..... | 195 | 18.0 | 187 | 17.6 | 195 | 18.3 |
| 東部地區..... | 119 | 11.0 | 125 | 11.8 | 136 | 12.7 |
| 西南地區..... | 349 | 32.1 | 312 | 29.5 | 285 | 26.7 |
| 其他地區..... | 423 | 38.9 | 436 | 41.1 | 452 | 42.3 |
| 合計 | 1,086 | 100.0 | 1,060 | 100.0 | 1,068 | 100.0 |

* 其他地區指(i)除東部地區、南部地區及西南地區以外的中國大陸地區，及(ii)香港和澳門。

業 務

我們與經銷商的安排

我們採用經銷模式並通過經銷商銷售我們的產品。我們允許經銷商根據業務需要向次級經銷商銷售他們的產品。請參閱「我們的銷售網絡－經銷－次級經銷商」。我們通常與經銷商訂立標準經銷協議，該等協議本質上為購銷協議。我們於往績記錄期間使用的標準經銷協議的主要條款載列如下：

- **期限。**經銷協議的期限通常為一年。
- **經銷區域。**我們通常為經銷商劃分經銷區域。
- **銷售及績效目標。**為了激勵經銷商達成或超額達成月度及年度銷售目標及促進新產品的銷售，我們根據我們的激勵計劃釐定激勵金額。我們並無設定最低採購要求。
- **定價及物流政策。**向經銷商收取的採購價格因成本及物流而異。我們的經銷商可以自行提貨或要求我們安排將產品運送到經銷商與我們協定的地點。我們亦向經銷商提供建議零售價。
- **付款。**我們通常要求經銷商在產品交付前付款，並會在考慮合作歷史及信用狀況評估等因素後，按個案基準授出信貸期。
- **風險轉移。**風險於我們的經銷商或承運商提貨後轉移。
- **存貨。**經銷商須根據我們的指引保持合理的產品存貨水平，以避免庫存短缺。
- **儲存。**我們要求經銷商提供妥善的儲存倉庫及場地，以保護我們的產品免受高溫、水、蟲害、有毒物質、異味物質和其他任何有害物質的損害，並確保我們的產品適合人類健康食用，符合《食品安全法》及相關法規的要求。
- **退貨安排。**除非產品質量問題是由我們造成的，否則我們通常不允許經銷商向我們退回產品。對於因這一原因退回的產品，我們會向經銷商退款或做沖賬處理。根據灼識諮詢報告，我們的產品退貨安排符合行業慣例。
- **終止。**我們有權終止與違反經銷協議的經銷商的合同。我們在經銷協議中列出了可能導致違約的幾種情況，例如經銷商連續三次未能按指定時間交付產品或未能達到協議規定的業績目標。

業 務

經銷商管理

為更好實現「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們已建立全面高效的經銷商管理及合作機制，包括招標程序、區域覆蓋範圍釐定、訂單及結算管理、業務目標制定及評估、營銷支持、培訓及評估以及庫存管理。我們的DMS系統進一步增強了我們的經銷商管理及合作機制，該系統旨在幫助我們有效管理與經銷商的合作關係。請參閱「一 信息技術」。

我們與經銷商建立了穩固的互信及長期合作關係。我們通過品牌建設、產品銷售、銷售渠道開發、市場情報及其他推廣支持為我們的經銷商提供一系列支持。例如，我們鼓勵我們的銷售團隊每週拜訪經銷商，協助產品陳列佈置及銷售訂單維護。我們亦邀請經銷商積極參與我們的推廣及營銷活動。

我們甄選潛在經銷商的標準主要包括資質及執照、聲譽、市場覆蓋範圍、行業經驗、財務狀況、倉儲能力、人員配置、管理能力及滲透零售網點的能力。我們的銷售團隊定期拜訪我們的經銷商並審查彼等的業績以維持我們經銷系統的高效運作。我們的銷售團隊亦根據多項標準對經銷商進行評估，主要包括其銷售表現、庫存水平、陳舊存貨管理、均衡提貨執行、推廣活動的協調，以及經銷網絡發展及擴大方面的合作情況。

此外，我們有一系列管理政策來管理我們的經銷商：

- **安全庫存管理。**我們要求經銷商維持相關產品的安全庫存水平，以向其客戶供應產品，確保產品供應穩定及有效應對自然災害等突發狀況。我們向經銷商提供DMS系統，以記錄庫存水平及其他相關信息，並與經銷商保持定期溝通。
- **均衡提貨管理。**為保持產品供應穩定，並減少市場投機行為，我們要求經銷商每月應按照其已購買產品的指定比例進行均衡提貨。
- **價格折扣。**倘經銷商主動參與我們的銷售推廣活動，我們可能會給予彼等一定的價格折扣。

我們相信，我們的標準協議以及經銷商管理政策使我們能夠充分激勵經銷商積極營銷並銷售我們的產品，使我們對經銷網絡擁有充分的控制力。

業 務

經銷商變動

下表載列於所示期間的經銷商總數及其變動：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 期初經銷商數量 | 1,114 | 1,086 | 1,060 |
| 期間內新增經銷商數量 ⁽¹⁾ | 109 | 155 | 173 |
| 期間內已終止經銷商數量 ⁽²⁾ | 137 | 181 | 165 |
| 期末經銷商數量 | 1,086 | 1,060 | 1,068 |

附註：

- (1) 新增經銷商指於特定期間與我們訂立經銷協議及／或在我們的系統中開設新賬戶的經銷商。
- (2) 已終止經銷商指於特定期間不再與我們訂立經銷協議的經銷商及／或關閉其在我們系統中的賬戶的經銷商。

於往績記錄期間，我們積極尋求與我們的業務策略無縫匹配的最佳經銷商管理方法。我們與新的經銷商建立業務關係的主要原因是常規替換原有經銷商及擴大市場覆蓋面。於2021年、2022年及2023年，我們分別與109家、155家及173家經銷商建立了業務關係。我們與經銷商終止業務關係，主要與經銷商的銷售業績欠佳、未能遵守我們的經銷商管理政策，或經銷商因其經營變更或其他自身原因而要求終止有關。於2021年、2022年及2023年，我們分別與137家、181家及165家經銷商終止了業務關係。於往績記錄期間各年末的經銷商數量保持相對穩定。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與該等終止經銷商並無重大未解決糾紛或訴訟。對於已終止與我們業務關係的經銷商，倘彼等仍有剩餘存貨，除質量問題外，我們將不接受產品退貨（經銷協議已訂明）；而是通常與其他經銷商協調以接管其剩餘存貨（如有）。

業 務

獨立性分析

我們制定並實行政策，以防止現有僱員為我們的任何經銷商工作或擁有其股權。此外，我們的內部控制政策確保我們的經銷商享有平等對待。據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們的所有經銷商均為獨立第三方。於往績記錄期間，我們的經銷商與我們之間並無僱傭、融資或親屬關係，惟極少數經銷商或彼等各自的實益擁有人（視情況而定）為我們的前僱員除外，而該等經銷商或彼等各自的實益擁有人於往績記錄期間各期產生的收入不超過我們當期總收入的0.5%。我們對所有經銷商實施相同的管理政策，而我們與該等經銷商的交易定價乃基於適用於我們與其他經銷商交易之相同因素。

次級經銷商

為更好地滲透地方市場，我們允許經銷商通過次級經銷商營銷及銷售我們的包裝飲用水產品及飲料產品。我們選擇性地與經銷商及其各自的次級經銷商訂立三方協議。截至最後實際可行日期，我們與超過2,800家次級經銷商訂立了三方協議。我們計劃加強與該等次級經銷商的溝通，以獲取有關地方市場的市場情報。我們的內部銷售團隊成員可能不時訪問該等次級經銷商及其零售網點，並向彼等提供支持及指導。我們於往績記錄期間使用的標準三方協議的主要條款載列如下：

- *期限*。三方協議的期限通常為六個月。
- *產品供應*。次級經銷商根據其與經銷商之間另行訂立的安排向經銷商而非向我們採購產品。
- *銷售及績效目標*。經銷商根據我們的整體銷售獎勵政策，通過對次級經銷商的銷售及表現進行評估及檢查，確定次級經銷商的相關獎勵金額。經銷商亦負責向次級經銷商結算銷售獎勵。

業 務

- **定價政策。**三方協議通常會規定：(i)次級經銷商向經銷商訂貨的價格；及(ii)建議零售價。
- **付款。**我們的次級經銷商通常於交付產品前向相關經銷商付款。
- **存貨。**次級經銷商須根據我們的指引維持合理的產品存貨水平，以避免庫存短缺。
- **營運支持。**我們為次級經銷商提供營運支持，包括營銷及推廣。
- **營運要求。**次級經銷商須遵守我們的管理政策。我們要求次級經銷商於收到訂單後48小時內向終端客戶交付我們的產品。
- **終止。**我們有權終止與違反三方協議的次級經銷商的合同。我們在三方協議中列出了可能導致違約的若干情況，例如產品安全問題及次級經銷商未能達到我們的倉儲及物流標準的情況等。

低渠道擁堵風險

我們認為，我們的銷售與實際客戶需求相符，因此我們的產品在經銷網絡中的渠道擁堵風險較低，理由是(i)我們密切監控經銷商以及訂立三方協議的次級經銷商的存貨水平，並要求彼等定期向我們報告並保持合理的存貨水平。請參閱「一 庫存管理」；(ii)我們通常要求在向經銷商交付產品前全額付款，且不會設定最低採購要求。我們認為，該等安排可鼓勵經銷商根據實際銷售預測訂購產品；及(iii)我們一般不允許經銷商退貨(質量問題除外)。此外，我們的銷售團隊須定期拜訪經銷商以了解其存貨水平並與彼等討論其銷售策略及預期市場需求。我們的銷售團隊亦須定期查看經銷商及與我們訂立三方協議的次級經銷商的銷售業績及存貨水平。我們的銷售團隊亦不時拜訪零售網點，以查看其銷售業績及存貨水平。我們根據銷售團隊收集的市場情報持續優化我們的銷售策略，以適應不斷變化的市場動態。我們根據相關銷售策略相應調整經銷商的管理政策。

業 務

直營

我們的直營客戶主要包括全國知名商超、連鎖便利店、餐廳、航空公司、加油站及電商平台等KA客戶。我們認為，我們的直營有助我們鞏固並提高市場份額，同時更有效地滲透至地方性市場。

我們的直營通常根據購銷安排進行。我們與直營客戶建立購銷關係，並在彼等接受送達的產品時確認收入。我們僅與少數直營客戶訂立寄售安排。除收入確認外，該兩項商業安排大致相似。在寄售安排下，我們則於終端消費者完成向直營客戶購買產品時確認收入。

截至2023年12月31日，我們的產品銷往150多名KA客戶及七家電商平台。於2021年、2022年及2023年，來自直營客戶的收入分別為人民幣1,376.7百萬元、人民幣1,524.6百萬元及人民幣1,729.3百萬元，分別佔同期我們總收入的約12.1%、12.1%及12.8%。於往績記錄期間，我們與兩名直營客戶訂有寄售安排。於2021年、2022年及2023年，寄售安排下的直營客戶產生的收入分別佔我們總收入的0.0%、0.5%及0.6%。截至2023年12月31日，寄售安排下的直營客戶存貨佔我們總存貨的0.3%。

於往績記錄期間，我們的直營協議的主要條款通常包括：

- *期限*。我們的直營協議期限通常超過一年。
- *最低採購要求*。我們通常不設最低採購要求。
- *定價政策*。我們以我們與直營客戶共同協議的價格帶，向直營客戶銷售產品。
- *付款*。我們通常在直營客戶向我們付款前向他們交付產品，亦要求若干直營客戶在交付產品前付款。我們通常授予直營客戶不超過90天的信貸期。

業 務

- *物流*。我們負責安排運送產品至我們與直營客戶協定的地點。
- *退換貨安排*。因產品質量問題或物流過程中發生損壞等原因，我們可根據協議接受直營客戶的退換貨。
- *終止*。如對方違反協議，而未於合理時限內糾正違反行為，則另一方有權終止與對方的合同。

銷售渠道之間的協調

我們通常從總體發展角度進行審視，以管理運營並優化對不同渠道和平台的資源投放。經銷商在其指定地區以外進行任何銷售，或未經我們事先授權而在不同銷售渠道進行任何銷售，均視作競食行為。為盡量減少經銷商和銷售渠道之間的競食行為，我們通常採取以下措施：

- 我們通常為經銷商劃分經銷區域；
- 我們對同一批次的產品採用箱碼標籤系統，以防止同類產品互相競食。箱碼標籤包括生產工廠及生產日期的標識。該系統使我們能夠區分產品並增強可追溯性，尤其是在發現跨區域和跨渠道銷售活動的情況下；
- 我們對不同銷售渠道的產品定價政策進行統一管理，並提供建議零售價；

業 務

- 我們要求經銷商、與我們簽訂三方協議的次級經銷商和僱員報告發現的競食行為；及
- 我們已設立團隊，負責對經銷商或與我們簽訂三方協議的次級經銷商的違規行為（如競食）進行監督和管理。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要是購買和經銷我們產品的經銷商及直營客戶。於2021年、2022年及2023年，除客戶E（其為我們的直營客戶）外，我們的前五大客戶均為我們的經銷商。請參閱「我們的銷售網絡」。於2021年、2022年及2023年，來自我們前五大客戶的收入分別佔各期間總收入的20.7%、18.2%及17.6%。於2021年、2022年及2023年，來自最大客戶的收入分別佔各期間總收入的8.4%、7.3%及7.1%。

下表載列我們於往績記錄期間前五大客戶的詳情：

截至2021年12月31日止年度

| | 客戶 | 主營業務 | 客戶採購的 產品／服務 | 銷售金額 | 佔收入總額 | 與我們開始業務 關係的年份 |
|----|-----|--------------------------------|----------------|------------------|-------------|------------------|
| | | | | (人民幣千元) | 百分比 | |
| 1. | 公司T | 飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售 | 水及飲料 | 948,797 | 8.4 | 2013年 |
| 2. | 客戶B | 一般商品銷售及 物流服務 | 水及飲料 | 416,868 | 3.7 | 2014年 |
| 3. | 客戶C | 食品、飲料及 煙草製品批發 | 水及飲料 | 405,049 | 3.6 | 2014年 |
| 4. | 客戶D | 預包裝食品銷售 | 水及飲料 | 316,363 | 2.8 | 2016年 |
| 5. | 客戶E | 食品業務經營 | 水及飲料 | 256,741 | 2.3 | 2018年 |
| | 合計 | | | 2,343,818 | 20.7 | |

業 務

截至2022年12月31日止年度

| | 客戶 | 主營業務 | 客戶採購的 產品／服務 | 銷售金額 | 佔收入總額 百分比 | 與我們開始業務 關係的年份 |
|----|-----|--------------------------------|----------------|------------------|--------------|------------------|
| | | | | (人民幣千元) | % | |
| 1. | 公司T | 飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售 | 水及飲料 | 922,660 | 7.3 | 2013年 |
| 2. | 客戶C | 食品、飲料及 煙草製品批發 | 水及飲料 | 383,303 | 3.0 | 2014年 |
| 3. | 客戶D | 預包裝食品銷售 | 水及飲料 | 370,489 | 2.9 | 2016年 |
| 4. | 客戶B | 一般商品銷售及 物流服務 | 水及飲料 | 324,863 | 2.6 | 2014年 |
| 5. | 客戶F | 預包裝食品批發及零售 | 水及飲料 | 294,800 | 2.3 | 2017年 |
| | 合計 | | | 2,296,116 | 18.2 | |

截至2023年12月31日止年度

| | 客戶 | 主營業務 | 客戶採購的 產品／服務 | 銷售金額 | 佔收入總額 百分比 | 與我們開始業務 關係的年份 |
|----|-----|--------------------------------|----------------|------------------|--------------|------------------|
| | | | | (人民幣千元) | % | |
| 1. | 公司T | 飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售 | 水及飲料 | 957,460 | 7.1 | 2013年 |
| 2. | 客戶C | 食品、飲料及 煙草製品批發 | 水及飲料 | 373,907 | 2.8 | 2014年 |
| 3. | 客戶B | 一般商品銷售及 物流服務 | 水及飲料 | 363,031 | 2.7 | 2014年 |
| 4. | 客戶D | 預包裝食品銷售 | 水及飲料 | 358,418 | 2.7 | 2016年 |
| 5. | 客戶F | 預包裝食品批發及零售 | 水及飲料 | 331,396 | 2.5 | 2017年 |
| | 合計 | | | 2,384,212 | 17.6 | |

截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等聯繫人或我們的任何股東（擁有或據董事所知擁有我們5%以上的已發行股本）均未在我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

業 務

第三方付款安排

有關第三方付款安排的背景及影響

於往績記錄期間，我們的大部分客戶（單獨或統稱「**相關客戶**」）通過不屬於相應買賣協議項下合約方的賬戶與我們結算付款（「**第三方付款安排**」）。我們通常要求相關客戶及其指定的第三方付款人向我們提供書面委託確認書，確認指定的第三方付款人已獲相關客戶授權與我們結算付款（「**書面委託書**」）。於2021年、2022年及2023年，第三方付款總額約佔我們從所有客戶收到的付款總額的一半。於往績記錄期間，概無個別相關客戶對我們的收入作出重大貢獻。

於往績記錄期間，相關客戶主要包括個體工商戶、個人獨資企業或中小型企業形式的客戶。據我們所知，指定第三方付款人主要包括與相關客戶關聯的人士，例如相關客戶的法定代表人、業務經營者、股東、配偶、其他親屬、僱員或聯屬實體，或在少數情況下，根據與相關客戶的融資安排向我們支付款項的金融機構。根據灼識諮詢報告，為方便及靈活起見，中國即飲軟飲行業的企業通過第三方付款人向其供應商或賣方就購買飲料產品結算付款是一種相對常見的商業慣例。根據相關客戶的陳述及據董事所知，相關客戶採用第三方付款安排主要由於內部營運及財務管理慣例或為方便起見。

於往績記錄期間，我們實施內部控制措施以監控及管理第三方付款安排。我們要求相關客戶向我們提供相關信息，其中包括有關第三方付款人的身份及其賬戶信息。我們通常要求相關客戶及指定第三方付款人使用我們的標準格式委託書，當中列明：(i)指定第三方付款人獲相關客戶授權，因此可代表相關客戶向我們結算付款；(ii)指定第三方付款人的付款應被視為相關客戶的付款；及(iii)相關客戶及指定第三方付款人承諾，與第三方付款安排有關或因其產生的任何糾紛或法律責任，由相關客戶（而非本集團）負責，並不得牽涉本集團，且應由相關客戶及指定第三方付款人直接解決。當我們引入客戶時，我們會有「了解我們的客戶」的程序。此外，為確保第三方付款安排為真實交易而訂立，僅在指定第三方付款人的資料與相應書面委託書中的資料相符的情況

業 務

下，我們的財務人員方可認可相關客戶的指定第三方付款人的付款以及我們的業務人員方可向相關客戶發送我們的產品。此外，我們亦定期與客戶會面，以了解其業務性質、業務模式及所有權情況。基於上文所述，我們的董事認為，就我們所知，於往績記錄期間的第三方付款安排在所有重大方面已完整準確地記錄在我們的會計賬簿及記錄中。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無向任何相關客戶或指定第三方付款人提供任何折讓、佣金、折扣或其他利益以促使或激勵第三方付款安排。就我們所知，於往績記錄期間，相關付款乃基於真實的相關交易及有效合同關係而作出。我們向相關客戶提供的定價及付款條款與未參與第三方付款安排的客戶一致。就我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因參與第三方付款安排而遭受任何調查、查詢、被處以罰款或被徵收附加費。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因第三方付款安排而遭遇任何退款要求、實際或待決爭議或分歧。

據我們的中國法律顧問告知，鑒於上述者，(i)於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的第三方付款安排並未違反或違背中國適用法律或法規的強制性要求；及(ii)就提供上述經正式簽立的書面委託書的相關客戶及其指定的第三方付款人而言，本集團被認定有責任根據第三方付款安排向相關客戶或其指定的第三方付款人退還資金的風險較低。

基於上文所述，董事確認就彼等所知，基於已實施的了解客戶程序及內部控制措施，(i)於往績記錄期間，相關付款乃基於真實的相關交易及有效合同關係而作出，及(ii)概無發生商業賄賂、洗錢、逃稅事件，亦不存在與本集團有關第三方付款安排的現有或潛在糾紛的情況。基於上文所述，並考慮到(i)本集團於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無因第三方付款安排而遭受任何與洗錢有關的處罰、制裁或調查；及(ii)根據《中華人民共和國反洗錢法》，處理第三方付款安排項下結算的金融機構須對其所有客戶進行反洗錢審查，從而大幅降低相關風險，我們的中國法律顧問認為，第三方付款安排被視為構成《中華人民共和國刑法》第191條規定的以掩蓋或隱瞞所得或收益的來源和性質為目的的洗錢罪的風險較低。

於往績記錄期間，就董事所深知及根據公開可獲得的資料，除華潤集團的若干成員公司透過其他指定的集團成員公司作出付款外，所有其他相關客戶及根據第三方付款安排結算付款的指定第三方付款人均為獨立第三方。

業 務

自2024年初起，我們開始整改第三方付款安排並要求我們的客戶簽訂我們經修訂的買賣協議。根據經修訂的買賣協議，我們僅允許(i)直接來自客戶賬戶的付款或(ii) (如並非直接來自客戶賬戶) 通過以下賬戶向我們付款：(a)對於個體工商戶／個人獨資企業而言，有關個體工商戶／個人獨資企業的實際控制人(或其配偶)；或(b)對於公司實體而言，其同一公司集團內的子公司，或根據與商業銀行或授權金融機構訂立的融資安排與本集團進行結算的法定代表人及／或實際控制人。該等獲准向我們付款的各方須與相關客戶訂立相同買賣協議並成為我們的訂約方。我們經修訂的買賣協議包括各訂約方的詳細資料及付款責任。截至最後實際可行日期，我們已對大部分第三方付款安排作出整改。誠如我們的中國法律顧問所告知，在正式簽立經修訂買賣協議並承擔其項下的付款責任後，並非我們客戶的付款人亦已就彼等根據經修訂買賣協議所作出的付款承擔合約義務，而本集團被認定有責任退還該等付款的風險很低。我們的董事認為，第三方付款安排的整改並未亦不會對本集團造成任何重大不利影響。

加強第三方付款安排的內部控制措施

為保障我們的利益免受與第三方付款安排相關的風險的侵害，自2024年初起，我們已系統性且顯著地加強並實施了各種內部控制措施以整改第三方付款安排。我們整改第三方付款安排的努力包括(其中包括)：

- (i) 我們開始實施第三方付款安排整改措施，並告知我們所有僱員上述經加強的內部控制措施；
- (ii) 我們修訂了買賣協議的標準格式並要求所有獲准向我們結算付款的訂約方訂立經修訂的買賣協議，其中包括該等訂約方的詳細資料及付款責任(詳情如上文所述)；及
- (iii) 為防止欺詐或洗錢活動，我們進一步加強了我們的了解客戶程序，以全面了解相關客戶，包括根據我們的記錄核實付款詳情以確認付款乃根據協議作出。此外，我們的銷售團隊將定期與客戶舉行會議，以深入了解其業務運營，從而降低參與欺詐或洗錢活動的風險。

業 務

根據對上述措施實施情況的審查，我們的董事認為該等措施在防範與第三方付款安排相關的風險方面屬有效及充分，且我們的董事日後將監督該等措施的有效性。

營銷及品牌推廣

我們以「安全、健康、美好的生活」為品牌精神內涵，以及「健康、安全、專業」作為品牌形象，努力為消費者提供優質的即飲軟飲產品。我們採用多方位的營銷策略，旨在與受眾建立聯繫，並以有意義、有影響力的方式推廣我們的品牌，如體育營銷、綜藝節目營銷及在途營銷舉措，使我們能夠在消費者的日常生活中保持強大的影響力。我們的多樣化營銷策略使我們能夠有效地傳播我們的品牌價值，在多個平台上與我們的受眾互動，並推動業務增長。

我們擁有專業的資深營銷團隊。位於總部的營銷部門負責營銷策略、品牌運營和營銷渠道推廣。我們亦已在各銷售大區設立銷售及營銷團隊，以執行我們的營銷策略。

體育營銷

我們已制訂以體育營銷為重點的營銷策略，以配合產品消費場景與體育賽事之間的重疊與關聯。我們一直通過與TEAM CHINA／中國國家隊、頂級體育賽事、馬拉松賽事、其他大眾體育賽事及全國性體育頻道（如CCTV-5）合作，積極倡導全民運動和全民健康。我們自2019年起成為TEAM CHINA／中國國家隊的合作夥伴，為TEAM CHINA／中國國家隊運動員提供包裝飲用水、運動飲料和其他飲料產品。「怡寶」包裝飲用水亦已成為「中國國家隊官方飲用水」。憑藉我們卓越的生產工藝、生產管理和產品質量，我們的產品順利通過多輪審評篩選，滿足專業運動員的嚴格飲用要求，幫助TEAM CHINA／中國國家隊的運動員們保持最佳競技狀態。我們在2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會等重大體育賽事為TEAM CHINA／中國國家隊提供支持，以推廣我們的品牌及產品。我們為每日備戰及訓練以及參與全球級及國家級體育賽事的超過70支國家體育隊伍持續提供專業健康的包裝飲用水和飲料產品。

我們亦與多個國際和國內知名的專業級體育賽事建立了合作夥伴關係。我們曾與環法自行車賽及第七屆世界軍人運動會合作，我們亦為一系列備受矚目的體育聯賽及賽事提供補水支持，其中包括中國足球協會超級聯賽（中超聯賽）、中國女子籃球聯賽、中國男子三人籃球超級聯賽、世界田徑鑽石聯賽廈門站及國際冰聯女子冰球世錦賽（甲級A組）。特別地，我們於2024年2月成為中國頂級職業足球聯賽中超聯賽的冠名合作夥伴。2023年，中超聯賽舉辦了240場比賽，現場觀賽、電視轉播和網絡直播累計吸引觀眾約3.8億人次。賽季的長週期以及中國足球協會不同聯賽、賽區的廣泛覆蓋也有利於我們在中國的市場認知度。

業 務

我們為多項馬拉松賽事提供包裝飲用水及飲料產品。根據灼識諮詢報告，中國於2023年共舉辦622場馬拉松賽事（包括半程馬拉松），參與人數及現場觀眾約3,800萬人次。根據灼識諮詢報告，我們是與馬拉松賽事合作的中國包裝飲用水品牌的先行者，與大多數中國馬拉松A類賽事合作。於2023年，馬拉松奧運冠軍埃魯德·基普喬格（Eliud Kipchoge）成為我們的馬拉松推廣大使。我們自2013年起在超過45個城市中合作了超過1,000場跑步賽事。我們通過與馬拉松賽事及基普喬格先生的緊密合作關係，建立了我們品牌與體育賽事之間的強大聯繫，從而助力我們的包裝飲用水和飲料產品觸達更廣大的客戶群體。

我們亦積極與多項大眾體育賽事進行合作，助力「健康中國2030規劃綱要」落地。我們連續6屆成為「玄奘之路」戈壁挑戰賽的鑽石級合作夥伴，陪伴參賽者們一同穿越戈壁。我們與全國多所大學聯合舉辦「逐夢相伴」主題校園跑活動，鼓勵學生踴躍參與到5公里校園跑、輪胎挑戰、劃船機挑戰、保齡球挑戰、排球挑戰等多項活動。2023年，我們成為村BA的公益合作夥伴以積極推動鄉村籃球發展，該賽事覆蓋我們銷售大區，全方位呈現了我們的產品及品牌形象。

綜藝節目營銷及在途營銷

我們亦致力通過綜藝節目等多樣化營銷辦法，吸引更廣泛的消費者，為品牌打造新的發展空間。例如，我們與「我們戀愛吧第三季」合作並成為「歡樂喜劇人老友記」和「嗨唱轉起來」第二季等綜藝節目的獨家冠名合作夥伴。我們亦與「舞蹈風暴」第二季及「2020年央視中秋晚會」等節目建立產品合作。此外，我們連續三年與央視綜藝節目「你好生活」合作。一個值得注意的例子是「你好生活」團隊前往貴州山區，在當地學校任教之時，我們通過「百圖計劃」，聯同該節目向學校捐獻一間圖書館。我們亦在機場、公交車、地鐵、高鐵、電梯及大型戶外廣告牌上開展宣傳及投放廣告等在途營銷活動全面覆蓋在途消費者。此外，我們還在全國性和地區性電視網絡等媒體上投放廣告。2023年，我們加大在途營銷力度，在公交車、機場、電梯和其他交通繁忙地點或高峰時段增加了宣傳及廣告頻率，提升了我們產品的曝光度。

業 務

我們在飲料產品的推廣中注重線上線下的整合營銷。以「蜜水系列」為例，我們在2021年推廣新產品蜜水の橙時，於第二及第三季度的銷售旺季開展「一瓶一碼」推廣活動，消費者可掃描「蜜水系列」瓶蓋內的二維碼兌換獎品，這次活動讓我們與消費者建立線上和線下聯繫。根據灼識諮詢報告，截至該活動收官，「蜜水系列」產品的消費者掃碼率高達14.4%，該參與率遠高於業內同類活動的平均水平。在線上營銷方面，為快速提升飲料品牌「假日系列」及「蜜水系列」的品牌知名度，我們合作了兩檔浪漫題材綜藝節目「怦然心動20歲」和「相遇的夏天」第一季和第二季，兩檔節目都取得了優異的收視率成績，其中「怦然心動20歲」第二季的話題總閱讀量突破73億，「相遇的夏天」全網總播放量突破9億。此外，為提升我們飲料品牌「至本清潤」的品牌知名度，我們與「只此青綠」舞蹈詩劇合作，開展一系列相關的營銷活動。通過實施覆蓋所有銷售渠道的高效營銷策略，根據灼識諮詢報告，我們擁有「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」等五個2023年零售額超過人民幣1億元的飲料品牌。

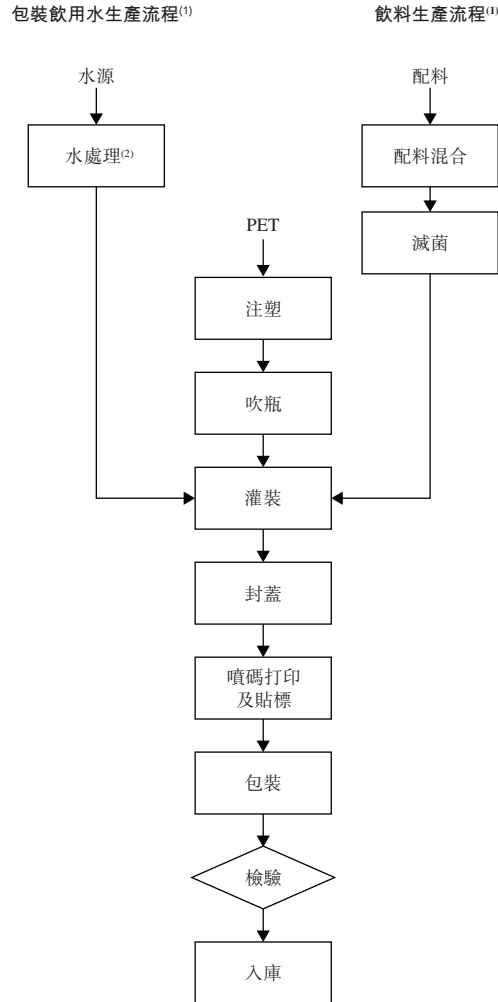
我們的生產

截至2023年12月31日，我們在中國擁有12家已投產的自有工廠及34家合作生產夥伴，生產包裝飲用水及飲料產品。截至2023年12月31日，我們的已投產自有工廠及合作生產夥伴的包裝飲用水及飲料產品年標準產能合計達到18.8百萬公噸，而我們的包裝飲用水及飲料產品2023年的年實際總產量為13.5百萬公噸。我們擁有自動化、先進及高效的生產能力，與我們的全國銷售網絡無縫對接。截至2023年12月31日，我們擁有47條自有生產線及81條由我們的合作生產夥伴擁有的生產線，其中許多一體化高速生產線從歐洲引進。我們亦引進世界領先的無菌生產線來生產我們的飲料產品。

業 務

生產流程

下圖載列我們主要包裝飲用水產品及飲料產品生產流程的關鍵步驟：



附註：

- (1) 我們使用不同的生產線生產包裝飲用水產品及飲料產品。
- (2) 我們於水處理階段採用不同程序生產飲用純淨水、天然礦泉水及其他飲用水。飲用純淨水需要經過深度淨化流程。

我們包裝飲用水產品的生產流程從水處理開始，而飲料產品的生產流程則從混合配料開始，隨後對混合物進行滅菌。在這些初始步驟之後，我們的大部分產品均須經過包括注塑、吹瓶、灌裝、封蓋、貼標及包裝等一系列流程。

業 務

生產工廠

我們的生產工廠(包括自有工廠及合作生產夥伴工廠)地理位置優越，覆蓋中國人口最密集及最富裕的省份。我們工廠的地理位置分佈能夠覆蓋全國各地，快速響應消費者的需求。在決定工廠選址時，我們戰略性地選擇在相對成熟的區域市場或具有優質或豐富水源的地區建廠，以便集中資源滿足不斷增加的市場需求。隨著市場規模持續增長，我們亦更為注重產品組合多元化需求、運輸供應半徑及區域發展戰略等因素。我們一般遵循「1+N」模式佈局我們的工廠，通常包括在每個地區的大型工廠附近佈局數個衛星工廠(包括建設我們的自有工廠及從我們的合作生產夥伴中選擇工廠)，從而優化整體運輸及供應效率並實現有效的成本控制。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的年產能分別為16.9百萬公噸、17.6百萬公噸及18.8百萬公噸，其中已投產自有工廠的標準年產能分別為5.4百萬公噸、5.7百萬公噸及6.7百萬公噸，而我們的合作生產夥伴的可用年產能分別為11.5百萬公噸、12.0百萬公噸及12.0百萬公噸。

下表載列於往績記錄期間按生產商及產品品類劃分的實際產量明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (千公噸) | | |
| 包裝飲用水產品 | | | |
| 已投產自有工廠生產 | 3,721 | 3,894 | 4,263 |
| 合作生產夥伴生產 | 8,180 | 8,963 | 9,019 |
| | 11,901 | 12,858 | 13,282 |
| 飲料產品 | | | |
| 已投產自有工廠生產 | 122 | 168 | 216 |
| 合作生產夥伴生產 | 21 | 26 | 51 |
| | 143 | 194 | 267 |
| 合計 | 12,044 | 13,052 | 13,549 |

下表載列於所示期間我們已投產自有工廠的標準產能、產量及利用率詳情：

截至12月31日止年度

| 生產工廠 | 2021年 | | | 2022年 | | | 2023年 | | |
|----------------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------------|---------------------|------------------------|----------------------|---------------------|
| | 標準產能 | 實際產量 | 利用率 (%) | 標準產能 | 實際產量 | 利用率 (%) | 標準產能 | 實際產量 | 利用率 (%) |
| | | | | (千公噸，百分比除外) | | | | | |
| 肇慶工廠 ⁽¹⁾ | | | | | | | | | |
| — 包裝飲用水..... | 399.2 | 372.4 | 93.3 | 399.2 | 373.0 | 93.4 | 336.6 ⁽²⁾ | 325.3 | 96.6 |
| — 飲料 | 114.8 | 58.2 | 50.7 | 164.0 | 93.7 | 57.2 | 253.9 ⁽³⁾ | 144.1 | 56.7 |
| 上海工廠 ⁽¹⁾ | | | | | | | | | |
| — 包裝飲用水..... | 157.8 | 93.5 | 59.2 | 157.8 | 73.4 | 46.5 ⁽⁴⁾ | 157.8 | 93.7 | 59.4 |
| — 飲料 | 115.3 | 64.2 | 55.7 | 115.3 | 74.5 | 64.6 | 115.3 | 72.1 | 62.5 |
| 加林山工廠..... | 78.9 | 47.5 | 60.2 | 78.9 | 42.7 | 54.1 | 78.9 | 16.6 | 21.0 ⁽⁵⁾ |
| 永隆工廠..... | 161.2 | 88.1 | 54.6 | 161.2 | 82.7 | 51.3 | 161.2 | 77.4 | 48.0 |
| 深圳工廠..... | 552.4 | 424.4 | 76.8 | 590.1 | 366.5 | 62.1 ⁽⁴⁾ | 581.4 | 388.5 | 66.8 |
| 江門工廠..... | 882.5 | 556.6 | 63.1 | 882.5 | 579.3 | 65.6 | 888.2 | 519.7 ⁽⁶⁾ | 58.5 ⁽⁶⁾ |
| 長沙工廠..... | 819.1 | 632.3 | 77.2 | 819.1 | 724.6 | 88.5 | 819.1 | 655.5 ⁽⁶⁾ | 80.0 ⁽⁶⁾ |
| 六安工廠..... | 625.2 | 379.5 | 60.7 | 781.6 | 494.7 | 63.3 | 1,021.6 ⁽⁷⁾ | 640.8 ⁽⁷⁾ | 62.7 |
| 南寧工廠..... | 563.1 | 429.9 | 76.3 | 563.1 | 429.3 | 76.2 | 645.6 ⁽⁸⁾ | 436.0 | 67.5 |
| 成都工廠..... | 973.7 | 696.6 | 71.5 | 973.7 | 728.2 | 74.8 | 973.7 | 809.2 | 83.1 |
| 宜興工廠 ⁽⁹⁾ | — | — | — | — | — | — | 519.1 | 252.3 | 48.6 |
| 碧優選工廠 ⁽⁹⁾ | — | — | — | — | — | — | 196.4 | 47.6 | 24.2 |
| 合計 | 5,443.4 | 3,843.4 | 70.6 | 5,686.7 | 4,062.7 | 71.4 | 6,749.0 | 4,478.9 | 66.4 |

業 務

附註：

- (1) 肇慶工廠和上海工廠生產包裝飲用水產品及飲料產品，其餘工廠僅生產包裝飲用水產品。
- (2) 於2023年，肇慶工廠包裝飲用水生產線的標準產能有所減少，主要是由於對若干生產線生產的產品進行了調整而導致生產線生產速度的差異所致。
- (3) 於2023年，肇慶工廠飲料生產線的標準產能有所增加，主要是由於新生產線自2022年7月起投入營運所致。
- (4) 於2022年，上海工廠及深圳工廠包裝飲用水生產線的利用率及實際產量均有所下降，主要是由於我們根據銷售和庫存水平調整了產量。
- (5) 於2023年，加林山工廠的利用率及實際產量有所減少，主要是由於其中一條生產線自2023年3月至8月停產，以進行由飲用純淨水生產轉為礦泉水生產的設備升級。
- (6) 於2023年，江門工廠及長沙工廠的利用率及實際產量均有所下降，主要是由於同期的設備維護及升級。
- (7) 於2023年，六安工廠的標準產能及實際產量均有所增加，主要是由於新生產線自2022年7月起投入營運所致。
- (8) 於2023年，南寧工廠的標準產能有所增加，主要是由於新生產線自2023年起投入運營所致。
- (9) 宜興工廠和碧優選工廠的部分生產線於2023年投入營運。

業 務

我們的合作生產夥伴

我們與合作生產夥伴合作主要是為了快速且以具成本效益的方式用較低成本及較短準備時間擴展到新的區域市場。在選擇合作生產夥伴時，我們會仔細考慮其質量、產能、財務狀況、業界聲譽及供貨成本。

我們通常與我們的合作生產夥伴就我們的包裝飲用水生產建立獨家合作關係，此舉有助於提高我們的生產效率。在這種獨家合作模式下，我們通常無須為我們的合作生產夥伴投資建設生產線或工廠，且我們的合作生產夥伴僅可根據我們指定的技術及質量控制標準生產我們的包裝飲用水產品。我們要求合作生產夥伴對其工廠擁有統一的管理標準，包括工廠結構、責任分配、運營標準、監督和評估標準。我們亦要求合作生產夥伴具備相應的專業能力以支持其各級工廠的生產。此外，我們亦評估合作生產夥伴的財務狀況，並要求彼等擁有足夠的營運資金，並表現出穩定的流動性、盈利能力及增長性。我們審慎管理及監察合作生產夥伴的表現，並要求彼等遵守我們的內部指引及政策。倘我們的合作生產夥伴未能符合我們的內部指引及政策，我們可能會停止與其合作。我們與合作生產夥伴保持相對長期關係。截至2023年12月31日，我們與28家合作生產夥伴進行包裝飲用水的生產合作，平均合作時長約為九年。有關合作生產夥伴的質量控制措施的更多資料，請參閱「質量控制－生產流程質量控制」及「質量控制－製成品、物流和倉儲質量控制」。

下文載列與我們代表性的合作生產夥伴就包裝飲用水產品訂立的標準協議主要條款：

- *期限*。我們與合作生產夥伴的標準協議期限通常為兩至三年。
- *相關各方的主要權利及義務*。我們在發送給合作生產夥伴的每個生產計劃中規定品類、單價、數量、交付時間表及其他詳細條目。我們的合作生產夥伴則負責按計劃生產規定的品類和數量的合格產品入庫，並根據我們的需求安排交付及裝運。
- *無最低採購量*。我們採用階梯式定價系統，一般不規定最低採購量。

業 務

- *付款及交付*。我們負責及時向將合格產品交付至我們所在地的合作生產夥伴支付加工費。
- *排他性*。我們有一項排他性條款，規定我們的包裝飲用水產品合作生產夥伴在未獲得我們事先書面批准的情況下，不得生產或儲存並非我們的產品組合的產品。
- *進一步分包*。未經我們授權，不得進一步分包。
- *合格產品*。我們在交付時僅接受合格產品，而不合格產品則由合作生產夥伴負責銷毀。
- *終止*。在合作生產夥伴延遲交付、不符合要求的交付、產品不合格、投訴或調查及洩露機密資料等情況下，我們有權通知他們並終止合同。

就飲料生產而言，我們與合作生產夥伴合作以補充我們自身的產能。截至2023年12月31日，我們與六名合作生產夥伴就飲料生產進行合作。我們重視合作生產夥伴的知識及技能，並相信彼等的技術熟練程度可對我們產品的質量及一致性作出貢獻。我們與我們的合作生產夥伴在飲料生產方面保持非獨家關係，並採取嚴格措施保護我們的知識產權及商業秘密。我們的合作協議明確界定了各方在保護該等資產方面的責任。此外，我們委託我們的合作生產夥伴在關鍵工廠位置安裝監控設施並進行日常管理。我們的現場質量控制人員會進行定期檢查，以確保彼等嚴格監督生產活動並遵守我們的生產標準。

我們的生產擴張計劃

我們計劃將增加自建產能的比例並優化與合作生產夥伴的合作模式。截至最後實際可行日期，我們營運中的已投產自有工廠的標準年產能為12.4百萬公噸。通過增加在自有工廠生產的產品比例，我們預計可以進一步提高我們的運營效率及優化我們的成本結構。我們亦爭取通過建設大型工廠來強化我們的全國產能佈局。此外，我們還計劃將注塑環節引入我們的工廠，以覆蓋整個生產價值鏈。作為生產擴張的一部分，我們於2024年1月收購了武漢華新達飲品技術有限公司，該公司是我們的前合作生產夥

業 務

伴之一。這一戰略性收購使我們的已投產自有工廠的包裝飲用水產能增加了一百萬公噸，並促進了我們的成本結構優化。請參閱本文件附錄一會計師報告附註38。

下表載列自2023年12月31日以來我們工廠的擴張情況以及2025年之前的擴張計劃的若干詳情。除以下項目外，我們計劃於2026年及2027年繼續擴大自有產能。

| 工廠 | 產品品類 | (預計)標準 年產能增加 <small>(千公噸)</small> | (預計)全部生產線 投產時間 | 預計總投資額 <small>(人民幣百萬元)</small> |
|----------------------------|-------|-----------------------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| 新建工廠 | | | | |
| 宜興工廠 ⁽¹⁾ | 包裝飲用水 | 1,950 | 2024年第三季度 | 1,612.5 |
| | 飲料 | 250 | | |
| 萬綠湖工廠 | 包裝飲用水 | 1,970 | 2024年第三季度 | 1,070.0 |
| 碧優選工廠 ⁽²⁾ | 包裝飲用水 | 950 | 2024年第一季度 | 397.1 |
| 武夷山工廠 | 包裝飲用水 | 730 | 2024年第三季度 | 374.5 |
| 浙江工廠 | 包裝飲用水 | 1,060 | 2025年 | 601.7 |
| 擴建工廠 | | | | |
| 長沙工廠 ⁽²⁾ | 包裝飲用水 | 600 | 2024年第一季度 | 627.3 |
| 成都工廠 | 包裝飲用水 | 900 | 2024年第三季度 | 628.5 |
| | 飲料 | 100 | | |

附註：

- (1) 我們宜興工廠的部分生產線於2023年開始生產。
- (2) 截至2024年3月31日，碧優選工廠及長沙工廠的全部生產線已開始生產。

我們的生產設備

我們從國際知名公司購買大部分生產線，並且不斷引進先進生產線，以擴大我們的產能，同時提升生產技術。憑藉我們高質量的生產設備，我們能夠不斷提升我們的產能。請參閱「一 研發 — 生產研發」。我們定期檢查及維護生產設備。我們亦建立了一套完善的設備管理體系，以確保生產線設備的維護。為確保生產安全及效率，我們亦在關鍵生產設備上安裝了自動檢測裝置，以減少生產人員的工作量。

業 務

供應鏈管理

水源管理

我們相信，擁有安全的水源是我們業務營運的支柱。我們使用符合國家飲用水標準的水源生產產品。用於生產我們的產品的水源全部來自符合人體飲用水標準的水源。為確保水源的最高質量，不論採用何種輸送方法，我們均已實施嚴格的質量管理體系，對我們水源的質量進行監控及維護。請參閱「－ 質量控制 － 水質控制」。

於往績記錄期間，我們飲用純淨水產品及飲料產品的水源主要採購自滿足國家衛生飲用標準的專業供水系統。在到達我們的生產工廠之前，水源通常需嚴格按照既定要求及標準進行一系列全面的測試、處理及加工，從而確保輸送給消費者的產品安全、清潔、適合飲用及使用。

我們與符合國家衛生飲用標準的合作專業供水系統達成供水安排。供水安排的主要條款通常包括：

- *期限*。協議通常無特定到期日。
- *購水量*。我們根據實際產量及銷售需求向專業供水系統訂購。我們通常不會與專業供水系統協定最低採購量。
- *付款*。單位購買價應根據相關地方監管機構頒佈的水費及調整（如有）釐定。供水費用按供水量乘以單位購買價計算。我們通常按月與專業供水系統結算。
- *信貸期*。專業供水系統授予的信貸期通常不超過一個月。
- *交付*。專業供水系統通常負責將取自水源的水通過管道輸送至我們的生產工廠。
- *角色及責任*。專業供水系統負責確保供水質量符合根據供水安排協定的水質要求及定期維護輸送管道。

業 務

我們已前瞻性地作出戰略佈局以獲取廣東省加林山、廣東省萬綠湖、福建省武夷山及湖北省丹江口等中國知名優質水源。我們選擇有關水源地的標準包括水質、水量、周邊環境、與我們現有產品開發計劃的兼容性及整體成本。於2010年，我們於廣東省加林山獲取了首個天然礦泉水水源地，用於生產「怡寶露」牌天然礦泉水產品、「本優」牌天然礦泉水產品及「加林山」牌桶裝水。潛在天然礦泉水水源地的水質必須符合一項或多項飲用天然礦泉水指標。此外，我們已採取一系列與天然礦泉水生產相關的水源保護措施，包括監測水土流失情況、恢復重建受損土壤及植被、設立環保採礦管理基金及與當地政府部門合作。我們亦於萬綠湖（廣東省的一個湖區）獲取了第一個天然水水源。

下表載列截至最後實際可行日期我們於相應水源地的製水廠的詳情：

| 工廠 | 地點 | 產品品類 | 水源類型 | 獲批每年 最大取水量 (千公噸) |
|------------|--------|-------|------|------------------------|
| 加林山工廠..... | 廣東省加林山 | 包裝飲用水 | 地下水 | 56.0 ⁽¹⁾ |
| 永隆工廠..... | 廣東省加林山 | 包裝飲用水 | 地下水 | 117.0 ⁽¹⁾ |
| 碧優選工廠..... | 廣東省萬綠湖 | 包裝飲用水 | 地表水 | 不適用 ⁽²⁾ |

附註：

- (1) 於往績記錄期間，加林山工廠及永隆工廠的實際每年取水量均低於各工廠相應的獲批每年最大取水量。
- (2) 碧優選工廠與專業供水系統簽訂合同。根據雙方合同約定，合同期限為兩年，日供水量不低於6,000立方米。我們按月結算供水費，供水費根據單位購買價及實際供水量計算。

業 務

取水及採礦許可證

截至最後實際可行日期，我們已就天然礦泉水產品取水和生產取得必要的取水許可證及採礦許可證，包括兩張採礦許可證及兩張取水許可證。據我們的中國法律顧問告知，我們須根據相關法律法規就我們的採礦及取水活動繳納礦產資源稅（僅適用於天然礦泉水）。我們根據當地政府的要求按年支付資源稅。我們的取水及採礦許可證的主要條款通常包括：

- *許可證的獲許可單位*。取水許可證或採礦許可證的獲許可單位，通常為各許可證中列明的具體工廠實體法人。
- *期限、屆滿及續期*。各取水許可證的有效期通常為五年，而我們兩個採礦許可證的有效期分別為十年及十七年，且獲許可單位有義務在地方政府批准的情況下於屆滿時或屆滿前續期有關許可證。
- *最大取水量*。各取水許可證均列明最大取水量（通常以每年的取水量表示）。

原材料及包裝材料

我們用於生產產品的原材料及包裝材料主要包括PET、紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及白糖。其中，PET用於製造瓶子，是我們的主要原材料及包裝材料。於2021年、2022年及2023年，PET採購額分別為人民幣1,665.2百萬元、人民幣2,165.6百萬元及人民幣1,992.7百萬元，分別佔同期我們採購總額的約21.8%、25.2%及23.6%。

我們通常每年或按需集中採購原材料及包裝材料，以充分利用我們的規模經濟效益，增強我們的議價能力，並從潛在供應商獲得更具競爭力的採購價格。我們的大部分原材料及包裝材料均能夠在中國較為容易地獲得，且我們從我們工廠附近地區的供應商採購原材料及包裝材料。對於關鍵原材料及包裝材料，我們與多名供應商合作，以減少與之相關的集中度風險。於往績記錄期間，我們並未經歷任何原材料及包裝材料供應的重大短缺，且我們供應商提供的原材料及包裝材料並未出現任何重大質量問題。

我們原材料及包裝材料的潛在價格可能因包括全球及國內經濟狀況、政府法規、供需動態及地緣政治狀況等因素產生波動。儘管我們對若干材料的議價能力可能因該等我們無法控制的因素而受到一定程度的限制，但我們的採購及供應能力卻仍然保持穩定。我們針對不同種類的原材料採取不同的採購策略，並不斷調整方法以確保供應

業 務

的穩定性和及時性。例如，採購PET、糖和奶粉時，我們根據市場調研及分析，採取綜合採購策略，價低時按照合適的比例提前採購從而鎖定材料價格，價格上漲時則擇機採購。針對關鍵包裝材料，如紙箱、瓶蓋及標籤等，我們根據年度採購金額採納採購定價調整機制，以減輕價格大幅波動對我們或我們的供應商造成的影響。這種積極主動的方法確保了我們能夠應對定價風險和供應短缺。此外，我們利用AI技術升級了我們的專有大宗物料管理系統。該綜合系統形成了對原材料的全流程閉環管理（包括物料採購需求預測、招標發佈、原材料配送、庫存管理及盤點對賬）。通過數據建模、AI算法及與業務、財務及法務IT系統的無縫集成，該原材料管理系統實現了最優交付路徑設計、最低採購成本中標、庫存實時跟蹤、需求缺口預警及應付賬款和合同的自動化生成等功能。請參閱「— 信息技術」。

然而，我們可能無法有效獲得有利的價格以使我們免受價格波動的風險或將增加的成本轉嫁予我們的客戶。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響」。

供應商

我們已與我們的主要供應商維持穩定及長期的關係。我們向質量控制及採購部門通過嚴格評估流程選定的合資格供應商採購原材料及包裝材料。我們在評估過程中會考慮多項因素，包括但不限於各供應商的背景、聲譽、行業經驗及財務狀況，最重要的是其供應產品的質量及價格。我們定期參與行業協會的學術研討，進行市場研究並進行產品抽樣及實地考察，為新產品的開發做好更充分的準備。我們每年對主要合資格供應商進行現場檢查，並每年對合資格供應商進行評估。有關我們供應鏈質量控制的更多資料，請參閱「— 質量控制」。

我們的主要供應商為原材料及包裝材料供應商、物流服務、營銷服務及倉儲服務提供商及我們的合作生產夥伴。於往績記錄期間，我們最大的供應商華潤化學將於[編纂]後成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章）。請參閱「關連交易」。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，向我們最大供應商的採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的7.0%、9.7%及11.0%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，向我們前五大供應商的合計採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的31.0%、33.5%及33.2%。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間前五大供應商的詳情：

截至2021年12月31日止年度

| | 供應商 | 主營業務 | 供應商提供的 產品／服務 | 採購金額 <i>(人民幣千元)</i> | 佔採購總額 百分比 % | 與我們開始業務 關係的年份 |
|----|-----------|----------------------------|-----------------|------------------------|-------------------|------------------|
| 1. | 華潤化學 | 礦產品、建築材料及 化學產品批發 | PET | 536,522 | 7.0 | 2013年 |
| 2. | 公司T | 飲用水、飲料、PET瓶及 PET瓶坯生產及銷售 | 製造服務 | 509,853 | 6.7 | 2016年 |
| 3. | 供應商B | 塑膠產品製造商 | PET | 471,663 | 6.2 | 2013年 |
| 4. | 供應商C | 塑膠零件及其他 塑膠產品製造 | 製造服務 | 452,810 | 5.9 | 2013年 |
| 5. | 供應商D | 化學材料製造商 | PET | 397,301 | 5.2 | 2019年 |
| | 合計 | | | 2,368,149 | 31.0 | |

截至2022年12月31日止年度

| | 供應商 | 主營業務 | 供應商提供的 產品／服務 | 採購金額 <i>(人民幣千元)</i> | 佔採購總額 百分比 % | 與我們開始業務 關係的年份 |
|----|-----------|----------------------------|-----------------|------------------------|-------------------|------------------|
| 1. | 華潤化學 | 礦產品、建築材料及 化學產品批發 | PET | 833,354 | 9.7 | 2013年 |
| 2. | 供應商B | 塑膠產品製造商 | PET | 723,038 | 8.4 | 2013年 |
| 3. | 公司T | 飲用水、飲料、PET瓶及 PET瓶坯生產及銷售 | 製造服務 | 497,725 | 5.8 | 2016年 |
| 4. | 供應商C | 塑膠零件及 其他塑膠產品製造 | 製造服務 | 483,583 | 5.6 | 2013年 |
| 5. | 供應商E | 食品及飲料包裝生產 | PET及製造服務 | 342,794 | 4.0 | 2012年 |
| | 合計 | | | 2,880,494 | 33.5 | |

業 務

截至2023年12月31日止年度

| 供應商 | 主營業務 | 供應商提供的 產品／服務 | 採購金額 <i>(人民幣千元)</i> | 佔採購總額 百分比 % | 與我們開始業務 關係的年份 |
|---------|----------------------------|-----------------|------------------------|-------------------|------------------|
| 1. 華潤化學 | 礦產品、建築材料和 化學產品批發 | PET | 929,029 | 11.0 | 2013年 |
| 2. 供應商B | 塑膠產品製造商 | PET | 596,579 | 7.1 | 2013年 |
| 3. 供應商C | 塑膠零件及 其他塑膠產品製造商 | 製造服務 | 471,743 | 5.6 | 2013年 |
| 4. 公司T | 飲用水、飲料、PET瓶及 PET瓶坯生產及銷售 | 製造服務 | 440,279 | 5.2 | 2016年 |
| 5. 供應商E | 食品及飲料包裝生產 | PET及製造服務 | 367,022 | 4.3 | 2012年 |
| 合計 | | | 2,804,652 | 33.2 | |

截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或我們的任何股東（擁有或據董事所知擁有我們已發行股本的5%以上）於我們的前五大供應商（華潤化學除外）中擁有任何權益，有關詳情已披露在「關連交易」。

客戶與供應商重疊

於往績記錄期間，公司T（於往績記錄期間各期間我們的前五大客戶之一）亦是我們於往績記錄期間各期間最大的客戶。公司T連同其受控實體為一個提供經銷、包裝飲用水及物流服務的企業集團，公司T的相關集團成員於往績記錄期間擔任我們的經銷商、合作生產夥伴及第三方物流服務提供商。於往績記錄期間，與客戶B（於往績記錄期間各期間我們的前五大客戶之一）受同一控制權的一家公司亦為我們提供物流服務。根據灼識諮詢報告，一個企業集團的一家公司從某一實體接受貨物或服務，而該企業集團的其他子公司向同一實體提供服務的情況在業內並不罕見。我們與該等重疊客

業 務

戶及供應商之間的銷售及採購條款的磋商乃按個別基準訂立，而銷售及採購既不相互關聯，亦不互為條件。我們的董事確認，我們與重疊客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按一般商業條款及公平原則進行。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，來自公司T的收入分別為人民幣948.8百萬元、人民幣922.7百萬元及人民幣957.5百萬元，分別佔同期我們總收入的約8.4%、7.3%及7.1%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，公司T應佔採購金額分別為人民幣509.9百萬元、人民幣497.7百萬元及人民幣440.3百萬元，分別佔同期我們採購總額的約6.7%、5.8%及5.2%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，來自客戶B的收入分別為人民幣416.9百萬元、人民幣324.9百萬元及人民幣363.0百萬元，分別佔同期我們總收入的約3.7%、2.6%及2.7%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，客戶B的同一控制權下的前述公司應佔採購金額分別為人民幣47.7百萬元、人民幣31.6百萬元及人民幣8.3百萬元，分別佔同期我們採購總額的約0.6%、0.4%及0.1%。

質量控制

我們非常重視產品質量，我們認為這對我們的業務的可持續增長至關重要。我們在整個運營過程的不同階段開展各種質量檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢查、微生物測試及重量檢查，以確保我們的產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。

我們實施專有的「華潤怡寶全價值鏈食品安全與質量管理體系」(一種SPM體系)，並在多年來的運行過程中不斷完善，以全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。2007年，我們結合原創的SPM質量管理理念對工廠ISO9001體系文件進行全面修訂。2013年，我們引入FSSC22000/ISO22000食品安全管理體系標準，完善了食品安全相關管理要求。2013年正式全面實施SPM體系，該體系榮獲中國輕工業聯合會頒發的2011年度輕工企業管理現代化創新成果獎。2014年，我們根據業務擴張的需要，增加了一系列與新工廠建設相關的管理要求，並組織制定了全面的質量控制計劃，在每個建設階段均制定了詳細的建設流程，作為質量控制的檢查點。通過落實有關新工廠建設要求，我們國內所有的工廠均實現了標準廠房佈局的快速複製，有效滿足了我們對快速發展的需求。2018年，SPM體系整體升級至2.0版本，確保全國工廠持續穩定提供優質安全的產品。

業 務

截至2023年12月31日，我們擁有由227名質量控制專業人員組成的專門質量控制團隊，其中142名專業人員駐於我們的自有工廠，及85名專業人員駐於總部。在這85名專業人員中，約80%擁有十年以上食品及飲料行業管理經驗。我們的合作生產夥伴亦有447名質量控制專業人員。通過統一的標準、流程及控制方法，我們的質量控制可確保我們自有工廠及合作生產夥伴工廠所生產的產品質量的一致性和安全性。此外，我們還提供各種培訓和內部認證計劃，以幫助我們的專業人員發展，並積極招募外部專家以加強我們的人才儲備並推動供應鏈轉型。此外，我們的IT可進一步增強我們的質量控制系統。例如，我們的質量管理系統（「**QMS系統**」）有助於我們從總部到工廠的質量管理機制的實施。請參閱「－ 信息技術」。此外，我們已與業內頂級的生產設備、原材料及物流供應商建立長期深入的合作關係，旨在提升我們的生產及供應鏈效率、質量管理及成本控制能力。

水質控制

我們已對所有水源採用嚴格的質量管理措施，各類水質必須符合相應的國家標準及規定。我們每年在進入我們工廠的管道接駁點對專業供水系統供應的水進行取樣檢測。我們亦自專業供水系統取得全面檢測報告或自行進行檢測，以評估其水質。對於天然水，於生產前，我們對水源進行至少三次水質檢驗，以確保水質符合必要的標準。我們會定期對天然水水源進行微生物和全面的水源質量檢驗。就天然礦泉水而言，我們每年在汛期和旱季採集樣品，然後將樣品送交經認證的第三方檢驗機構進行檢測。對於所有水源，我們的工廠須根據規定的質量控制計劃監控水源質量。請參閱「－ 供應鏈管理－ 水源管理」。

產品開發質量控制

我們的產品開發質量控制始於產品開發的初始階段。我們的質量控制部門與我們的研發團隊密切合作，以評估每種配方及生產工藝的有效性、穩定性及安全性以及擬推出包裝飲用水或飲料產品的原材料及包裝材料是否符合相關法律法規及行業標準。請參閱「－ 研發－ 產品研發」。

業 務

供應鏈質量控制

我們認為，原材料及包裝材料對我們的產品質量至關重要。我們的供應鏈質量控制系統利用SPM體系涵蓋的以下三個方面確保材料質量：(i)新供應商開發；(ii)定期監控及監督；及(iii)定期供應商績效評估。我們有一套嚴格的供應商甄選流程，主要包括需求預測、資質評估、現場生產及產品質量評估。我們亦不斷加強對供應商的動態管理，確保基於績效考量及時選擇及汰換供應商。對於現有供應商，我們每月對其產品質量、交付及時性及其配套服務的效率和效果進行評估，並根據月度考核情況作出詳細的年度評級考核報告，對供應鏈作出相應調整，終止與在月度考核中屢次表現欠佳的供應商的業務關係。

我們根據原材料及包裝材料質量控制的內部指引，通過年度審查、產品抽樣和異常情況處理，定期對供應商的表現進行監控和評估。根據內部指引，我們對原材料及包裝材料的外觀、規格和功能進行驗收，並對隨機抽取的樣品進行測試。如果樣品未能通過我們的測試，我們將會向供應商退回整批原材料及包裝材料。倘供應商屢次未能通過我們的驗收測試，我們將依據我們的內部制度視乎不合規情況的嚴重程度進行適當處理，如終止供應關係，或將該供應商完全排除在我們的潛在供應商名單之外。

此外，我們在供應鏈管理流程中設立反腐敗機制，要求供應商簽署「陽光宣言」，其中載列禁止的腐敗和反競爭行為，並要求參與採購活動的人員提供廉潔承諾書，以確保相互遵守反賄賂、反勒索及反洩露商業機密的規定。

生產流程質量控制

我們已建立完善的生產流程質量控制體系，通過SPM體系全面管理我們自有工廠及合作生產夥伴工廠的各個生產階段，包括水處理、注塑、吹瓶、灌裝、封蓋、貼標、包裝、成品儲存及產品出貨。每個生產階段均有具體的控制要求，並輔以相應的原材料及包裝材料及工藝指標檢測標準。我們亦採用感官分析、理化評估和微生物檢測等各種檢測手段，確保生產過程和最終產品的質量指標符合我們的質量控制標準。

業 務

各工廠在新生產線建設、原材料及包裝材料驗收、生產、產品儲存和出庫管理等方面都必須遵循這些規定的標準。我們的總部質量環境安全部(QEHS)設有專門的生產質量監督模塊，涉及工廠一級的質量審核、檢查和抽查。該模塊推動SPM標準的有效實施，並對與生產流程相關的質量風險進行有針對性的診斷。監督的主要方面包括文件執行、流程符合性、異物、異味、微生物風險的預防和控制、現場5S和GMP執行、改進項目實施、產品抽樣、流程穩定性評估和質量異常管理。這些綜合措施有助於不斷改進我們工廠的質量控制。

為確保質量控制體系的有效實施，我們指派質量控制人員在整個生產過程中進行定期檢查和質量監控，以確保我們的生產符合國家和行業生產標準以及內部生產指引。根據產品安全要求，我們的所有員工在生產過程中都必須遵守嚴格的衛生標準，而我們在生產過程中使用的設備和機械必須根據各自的功能遵守特定的消毒程序和標準。

製成品、物流和倉儲質量控制

我們的市場質量控制適用於我們的自有工廠和合作生產夥伴工廠生產的產品。通過SPM體系賦能，我們的市場質量控制涵蓋了製成品從儲存、交付到最終銷售的整個生命週期，以確保我們的產品在良好的條件下儲存、交付和銷售。我們的產品在出庫前必須經過質量檢驗。同時，產品發貨時，我們會要求我們的物流服務提供商嚴格遵守相關運輸質量要求，以確保我們的產品在適當的條件下運輸。

我們實施嚴格的市場質量控制制度，明確了倉儲和物流質量控制要求，並將質量要求納入標準經銷協議及與選定次級經銷商訂立的三方協議的合同條款，以確保在全國銷售網絡中有效實施。

我們通過對銷售人員開展質量專題培訓，對經銷商發放質量意識材料及發佈質量風險預警材料等舉措監督市場質量，從而宣貫公司的質量管理要求和提升僱員的質量意識。我們亦定期進行市場質量巡查，並組織我們全國的銷售網絡開展自我評估，以監督質量管理要求的執行落地及推動其進行改善。為確保產品質量的一致性和持續改

業 務

進產品質量，我們在整個產品生命週期內採用全面的監控系統，以發現潛在的質量隱患。該系統包括對市場上銷售的產品開展隨機抽樣檢查，隨後在我們的總部檢測中心和第三方檢測機構進行檢測。該等樣品的檢測結果與相應生產工廠的績效評估掛鉤，從而激勵我們的生產人員密切關注產品質量監控。

產品退回和召回

經銷商在收到我們的產品後一般不能退貨。根據經銷協議，我們會就我們所造成的產品質量問題，對有關產品作出退款或沖賬，在這種情況下，我們將負責產品退換貨所產生的費用。

我們在線上和線下都設立了處理投訴和諮詢的機制，包括熱線電話及其他反饋渠道。在處理消費者的投訴時，我們專門的客戶服務團隊人員及時與消費者溝通和聯繫，並在必要時啟動質量調查程序。我們的客戶服務團隊會記錄所有諮詢、反饋和投訴，以及調查或解決措施的結果。

我們亦制定了產品召回程序，以確保符合食品安全相關法律法規要求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們在銷售運營過程中沒有發生任何重大事故，亦沒有因已售產品而引致任何重大人身或財產損失或賠償索償；(ii)我們沒有受到中國政府當局有關產品質量或食品安全的任何重大行政或其他處罰；(iii)我們沒有被任何政府當局勒令進行任何可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的強制性產品回收；(iv)於往績記錄期間，我們沒有，無論單獨或總體而言，遭受任何重大產品責任索賠或任何與重大產品責任風險相關的事件；及(v)我們沒有收到消費者有關產品質量的任何重大投訴。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響」。

定價

我們根據產品定位、生產成本、市場競爭以及銷售網絡中經銷商及直營客戶的合理利潤水平等各種因素為產品定價。我們向經銷商及直營客戶提供我們產品的建議零售價。我們的經銷商及直營客戶不得採取任何可能嚴重擾亂我們產品零售價的行動。請參閱「－我們的銷售網絡」。

業 務

季節性

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年天氣轉暖的第二及第三季度迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該等季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。請參閱「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－特定因素－天氣及季節性」。

物流

我們的物流安排主要由：(i)經銷商自提安排；及(ii)第三方物流服務提供商提供支持。

我們根據物流服務提供商的企業實力、運營能力、系統建設能力、合作往績記錄、價格及經營規模，通過集中採購及招標流程選擇物流服務提供商。我們與第三方物流服務提供商的安排使我們能夠快速高效地運送產品、減低資本投資及降低因交通事故、送貨延誤或丟失而承擔責任的風險。我們的物流服務提供商確認收到要交付的產品後，有關產品運輸及交付的風險即轉移至物流服務提供商。

庫存管理

我們的庫存主要包括：(i)原材料和消耗品，主要包括PET、包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水產品和飲料產品。我們的庫存水平乃根據銷售和生產計劃而定。此外，經過四十年的經營，我們認為我們已經與相關市場的上游原材料及包裝材料供應商建立牢固的關係。我們會基於業務需求儲備若干原材料及包裝材料，以應對原材料及包裝材料價格的大幅波動。於往績記錄期間，我們並無出現任何重大短缺或庫存陳舊的情況。請參閱「－供應鏈管理－原材料及包裝材料」。此外，我們計劃進一步擴大產品供應，從而使原材料及包裝材料品類多元化，以降低若干原材料及包裝材料價格波動的風險。

我們注重優化庫存管理，並在各生產工廠制定及實施嚴格的庫存管理機制。所有庫存均在我們的生產工廠的倉庫或租賃倉庫中使用托盤存儲。按照分區管理的要求，對庫存物資進行分類、分配到指定區域，並定期盤點，確保賬目與實際庫存相符。我

業 務

們的倉庫工作人員按照區域編號及標識符劃分存儲區域。不同類別、規格、價值的存貨按照技術存儲要求分開存儲，杜絕相互混雜的可能。庫存擺放按照整齊排列、易於視覺識別的原則進行標準化。我們的庫存管理機制考慮到我們經銷商網絡的庫存統計數據，亦考慮到我們的原材料及消耗品的庫存水平，涵蓋採購、物料供應、物料接收及退貨、庫存盤點及報廢。

憑藉嚴格有效的庫存管理機制，於2021年、2022年及2023年，我們的庫存週轉天數分別為19.1天、24.8天及23.6天。請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干組成部分的說明－存貨」。

信息技術

我們的技術進步不斷促進我們的業務增長。我們在業務運營的各個階段（包括原材料及包裝材料供應、生產、運營和物流）運用多項IT系統。我們利用專有的IT，有效規範我們的運營，管理採購、銷售和經銷、質量控制、庫存管理及物流、財務報告及人力資源職能，從而提高管理及運營效率。舉例而言，在原材料及包裝材料管理方面，我們已將專有的人工智能算法全面納入我們的大宗物料管理系統，以協助管理採購、簽約、審批及分發，為我們的原材料及包裝材料管理流程提供科學、高效、精準的人工智能賦能輔助並有助於更好地控制原材料及包裝材料成本。大宗物料管理系統採購模型算法亦於2023年獲國家發明專利。截至2023年12月31日，我們擁有九個自主開發IT系統。下表呈列我們的若干主要IT系統（其中大部分為自主開發）：

| IT系統 | 推出年份 | 功能描述 |
|-------------------------|-------|-------------------------------------------------|
| 企業資源規劃系統 (ERP) | 2013年 | 該系統整合採購、生產、銷售及財務的資源，並處理採購、庫存、生產、計劃、訂單、物流及財務的數據。 |
| 商業智能系統(BI)... | 2013年 | 該系統生成有關全國供應鏈及銷售數據的分析報告，確保及時而標準地提供運營見解。 |

業 務

| IT系統 | 推出年份 | 功能描述 |
|------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------|
| 終端客戶關係管理 支持系統 (CRM-SUP)..... | 2014年 | 該系統可有效地規劃門店拜訪路線、管理陳列計劃、處理訂單、執行推廣、監督業績及收集終端市場的競爭產品數據。 |
| 質量管理系統 (QMS)..... | 2017年 | 該系統管理與產品和材料檢驗相關的數據和記錄，賦能數字化質量控制流程，促進從總部到工廠的兩級質量管理。 |
| 渠道經銷管理系統 (DMS)..... | 2017年 | 該系統集成了線上訂單和經銷渠道的管理，並支持銷售渠道的訂購、庫存和訂單分配管理。 |
| 大宗物料管理系統 .. | 2018年 | 該系統有效管理從採購到簽約、審批及分配原材料及包裝材料的流程，並充分利用人工智能算法為管理流程提供決策支持。 |
| 產品追溯系統 (PTS)..... | 2019年 | 該系統可實現端對端的產品信息收集及供應鏈可追溯性，提高運營效率並支持產品召回及防偽工作。 |
| 供應商關係管理系統 (SRM)..... | 2022年 | 該系統可有效協作及管理我們的供應商的運營。 |

我們的IT系統由IT團隊維護。截至2023年12月31日，我們專業的IT團隊由33名人員組成。我們的業務運營取決於我們的IT能力和IT基礎設施的可靠性。為確保重要IT系統和設施持續穩定運行，我們的IT團隊會執行系統檢查、數據備份、系統維護，並維護備用系統及應急硬件組件。請參閱「風險因素 – 我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的IT系統並無出現任何重大故障或失靈而對我們的整體業務運營造成重大不利影響。

業 務

研發

我們重視研發，持續推出多元化及創新產品，同時升級及優化現有產品，我們認為研發對於保持我們在中國即飲軟飲市場的競爭優勢至關重要。我們在研發方面的不懈努力幫助我們滿足消費者的需求和要求。於往績記錄期間，我們的研發重點是繼續升級及改進現有的包裝飲用水及飲料產品、推出新產品及探索新產品品類。

研發團隊

截至2023年12月31日，我們擁有一支由60名人員組成的研發團隊，其中18名持有碩士學位，31名擁有工程師職稱，研發團隊大多數人員擁有多數食品及飲料行業的經驗。於2023年，我們新增感官研究室、茶研究室和咖啡研究室，進一步擴大了我們的能力。我們亦採用先進的研發設備，涵蓋飲料應用及基礎研究的各個領域。

於2021年、2022年及2023年，我們的研發成本分別為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元及人民幣61.5百萬元。我們的研發開支於有關開支產生期間確認為費用。

產品研發

我們認為產品研發對我們的成功及可持續增長至關重要。我們不斷努力開發新產品，以增強及豐富我們的產品矩陣體現了我們對創新的承諾。我們採用先進的綜合研發管理流程，結合多個部門的力量，以迅速應對不斷變化的市場。每個產品研發項目均遵循以下若干關鍵步驟：

- *概念設計*。銷售及營銷團隊提出創新產品概念並進行市場研究，以收集相關市場信息，如市場需求、目標消費者及競爭產品。我們還收集消費者對我們提出的產品概念的反饋。我們根據市場研究報告評估項目的可行性，並確定項目是否可以進行。

業 務

- *產品設計及開發*。產品設計及開發主要包括功能性成分及口味研究與設計、原材料及包裝材料研發、視覺設計及包裝研究，以及合作生產夥伴物色及商討。
- *工業實現*。擬定產品基於多種因素進行測試，例如含量及配方的穩定性、包裝及瓶型設計的運輸及儲存測試、第三方生產檢驗及加工合規性。
- *產品推出*。原材料及包裝材料及配方均記錄在我們的ERP系統中，而質量控制團隊為推出的產品制定相關質量控制計劃。環境及安全團隊驗證技術標準，之後我們開始小規模生產，包括產品試驗及消費者反饋收集，隨後是最終產品推出。

生產研發

為保持我們在行業的領先地位，並提高產品的質量和安全性，我們不斷改進生產技術，升級設備，以提高生產力、優化運營效率並實現生產流程的模塊化。例如，我們針對包裝飲用水產品的關鍵質控微生物銅綠假單胞菌檢測創新研發了快速檢測技術，有效優化了我們的交付程序。該技術獲得了國家發明專利(ZL201910582662.7)，並轉化為中國飲料工業協會團體標準(TCBIA 011-2024)。我們的研發團隊負責提升及開發生產技術，我們亦與第三方機構合作進行行業先進生產技術的研究。

我們亦不斷優化我們的包裝技術，以降低運輸成本並提高運輸效率。於2022年，我們為高效運輸大規格瓶裝水而設計的專利托盤獲國家實用新型專利。該托盤設計新穎，上表面有多個底槽托，下表面有多個錐形凹槽。這些凹槽為瓶頸提供了空間，增大了大規格或桶裝水桶身的受力面積，減少了桶身或瓶頸在運輸及堆放過程中受壓變形的風險，從而降低了破損的概率。

業 務

競爭

根據灼識諮詢報告，按零售額計，中國即飲軟飲市場預計到2028年將擴大至人民幣12,032億元。中國即飲軟飲市場相對集中，按2023年零售額計，前五大企業貢獻的市場份額為42.6%，且預計將繼續上升。預計頭部企業將憑藉成熟的品牌知名度、銷售渠道佈局、全面的產品組合及研發能力維持並增加其市場份額。根據灼識諮詢報告，按零售額計，於2023年，我們在中國即飲軟飲市場排名第五。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。按2023年零售額計，該市場佔中國即飲軟飲市場的23.6%，預計到2028年將增至26.1%。中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年的58.6%。按零售額計，我們於2023年在中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。根據灼識諮詢報告，按零售額計，我們於2023年在包裝飲用水市場及飲用純淨水市場的市場份額分別為18.4%及32.7%。

就中國即飲軟飲市場的其他細分市場而言，於2023年，按零售額計，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一。

請參閱「行業概覽」。

知識產權

知識產權是我們成功和競爭力的關鍵，主要包括我們使用的商標、版權、專利和域名。截至2023年12月31日，我們在中國擁有1,039項註冊商標、80項專利、62項已登記著作權及六個域名。有關重大知識產權的更多詳情，請參閱「附錄四 – 法定及一般資料 – B.有關我們業務的進一步資料 – 2.知識產權」。

我們積極管理知識產權。我們的法務部門定期監控我們的知識產權。我們在得悉知識產權可能受侵犯時立即採取行動。例如，我們對公共商標註冊平台進行例行檢查，以確保我們的商標不被他人侵犯。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉(i)我們侵犯第三方擁有的任何知識產權，或(ii)任何第三方侵犯我們擁有的任何知識產權，無論是單獨或總體而言，都有可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因任何嚴重侵犯任何人士的知識產權而面臨任何威脅或未決爭議、訴訟或法律程序。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能無法充分保護我們的知識產權，並且可能會面臨第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險」。

在處理侵犯本公司知識產權的事件時，我們通過內外部渠道發現有關仿冒產品的事件及其他涉及我們產品侵權行為，包括：(i)我們遍佈全國的銷售人員；(ii)我們的法務部門人員進行市場研究；(iii)我們委託的知識產權專家或法律顧問積極進行調查；及(iv)消費者通過我們的客戶服務熱線進行投訴及舉報。在發現侵權事件後，我們將收集支持性信息，評估是否存在侵權行為，並分析維權的可行性及我們可採取的方法。根據不同的產品侵權及具體情況，我們在知識產權專家或法律顧問的支持下，通過有針對性的方式維護我們的權利，包括但不限於提起行政投訴、訴訟及公安報案。

僱員

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們分別有11,725名、10,884名及10,970名全職僱員，其中大部分位於中國大陸。下表載列我們於往績記錄期間按職能劃分的僱員人數：

| 職能 | 截至2023年12月31日 | |
|---------------|---------------|--------------------|
| | 僱員人數 | 佔僱員總數 的百分比 % |
| 銷售及市場推廣 | 8,797 | 80.2 |
| 行政 | 347 | 3.2 |
| 研發 | 60 | 0.5 |
| 生產 | 1,766 | 16.1 |
| 合計 | 10,970 | 100.0 |

業 務

於往績記錄期間，我們通過校園招聘、招聘會、招聘機構及內外部推薦招聘員工。為了在所有僱傭實踐中提供公平和平等的機會，我們已採取政策和程序來確保公平的甄選及招聘過程。作為留存策略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪金、全面的保險計劃及以績效為基礎的獎勵計劃，該等計劃通常基於僱員個人的表現及我們業務的整體表現。

我們為新入職員工提供有關我們的企業文化、業務及行業的新員工培訓，以提高彼等對本公司的了解及履行職責的能力。我們亦定期向僱員提供度身訂造的內部培訓課程，以提高彼等的技術技能或安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為若干僱員提供管理技能培訓機會，以幫助彼等過渡至管理職位。

根據中國法律法規的要求，除本文件所披露者外，我們還為僱員參加由地方政府管理的各種僱員社會保障計劃，包括養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險、失業保險及住房公積金。

截至2023年12月31日，我們已在中國成立工會，以維護我們僱員的合法權益。我們認為，我們與僱員總體上保持良好的工作關係，於往績記錄期間，我們並無遇到任何重大勞資糾紛。

職業健康與安全

我們須遵守有關僱員健康及安全的中國法律及法規。我們非常重視僱員的職業健康與安全（「OHS」）管理。我們成立了環境、健康與安全（「EHS」）委員會，制定並發佈了一系列內部管理政策和指引，如《怡寶EHS管理體系手冊》、《職業健康管理》、《聽力保護》及《個人防護用品管理規定》，並將EHS績效與僱員績效考核掛鉤，持續推進生產安全管理體系建設。我們定期評估我們的設備及生產設施，以確保其安全地支持我們的營運。我們亦定期及每年對僱員進行OHS宣傳教育培訓，以不時加強僱員對安全程序和事故預防的意識及知識。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何涉及人身傷害或財產損失的重大事故，且我們並無因任何重大事故而遭受任何重大申索、訴訟、處罰或紀律處分。

業 務

保險

我們投購保險以涵蓋與我們生產有關的潛在產品責任及潛在安全問題。此外，我們已購買若干財產相關保險，涵蓋我們的建築物、設施、機器、車輛、設備、存貨及其他資產。我們不時審查保單以確保其保障範圍足夠。我們認為，我們現有的保險範圍足以滿足現有業務，並符合中國的行業慣例。然而，我們可能面對超出我們保險範圍的索賠及責任。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的保險範圍可能不足以彌補我們潛在的責任或損失」一節。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提出亦無遭受任何對我們而言屬重大的保險申索。

環境、社會及管治事宜

願景與ESG策略

ESG責任被視為長期核心策略，對我們為利益相關方創造可持續價值的能力至關重要。我們以「引領行業發展，為大眾提供安全、健康、美好的生活體驗」為使命，將可持續發展理念融入我們的商業決策及日常營運中，致力於實現可持續發展的企業目標。

ESG管治

我們知悉ESG相關風險會對我們的業務產生影響。因此，為了更好地管理ESG相關事宜，我們已設立以董事會為核心的ESG架構，持續監督我們的CSR與可持續發展實踐，涵蓋以下層面：(i) ESG事宜的適當風險管治，包括氣候相關風險及重要性分析；(ii) 識別主要利益相關方及與彼等接洽的溝通渠道；(iii) ESG策略制定程序；及(iv) 審閱關鍵績效指標、相關衡量及緩解措施。我們承諾於[編纂]後遵守ESG報告規定，且我們相信我們的ESG相關事宜的政策乃根據上市規則附錄C2所載標準制定。

我們現行ESG架構的主要職責與分工如下：

- **治理層**。由董事會承擔監督職責，聽取企業文化與社會責任指導委員會工作匯報，監督並評估公司ESG工作的開展進度並提供建議。

業 務

- **統籌層**。企業文化與社會責任指導委員會負責戰略的制定與實施以及前瞻性目標設定等工作，協調並監督ESG相關工作實施與目標達成。
- **執行層**。執行層由各職能部門、業務中心、銷售大區、工廠等組成，負責推進ESG工作落地。

我們認為，了解內部及外部利益相關方的意見及觀點將有助於推進我們的ESG管理。因此，我們構建常態化的利益相關方溝通參與機制，通過多種渠道與利益相關方進行積極的溝通，以了解並更好地管理利益相關方關注的重大性議題，持續加強企業的可持續發展能力。

我們意識到我們的業務將受到環境及社會相關風險的影響，因此，我們開展重要性分析以識別相關風險及其潛在影響，並更全面地了解各種ESG議題。透過本公司管理層的判斷，參考知名外部機構提供的重要性圖譜，以及第三方ESG顧問的意見，我們已確定與我們業務高度相關的重大ESG議題。

環境及社會議題

環境

我們遵循《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國水法》及《中華人民共和國大氣污染防治法》等法律法規，並制定《緊急響應處理方案》、《污水排放管理規定》及《怡寶溫室氣體管理制度》等內部制度。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因未遵守中華人民共和國環境法而受到任何重大罰款或處罰，亦未因違反中華人民共和國環境法而受到任何重大行政處罰。

我們亦啟動雙碳管理工作，對本公司及所選取的下屬九家已投產自有工廠開展碳足跡盤查，並完成由第三方認證機構進行的溫室氣體數據核查認證工作，同時編製我們的碳中和預測報告以及路線圖。

業 務

此外，我們結合並踐行國家提出的「3060目標」，即於2030年實現碳達峰，2060年實現碳中和，設立了華潤怡寶「2030碳達峰、2055碳中和」的戰略目標，並制定了短期、中期、長期的碳中和路徑及實施舉措，推動企業實現綠色低碳轉型。短期內我們將努力減少化石能源的使用，並提高生產設備能源效率，以降低碳排放。在中期階段，我們承諾在持續加大力度推廣可再生能源的同時，對設備進行電氣化改造。長期來看，我們將採用更加綠色的包裝材料，並優化運輸方式，以實現碳中和的長期目標。

我們知悉在營運過程中可能帶來的各種環境影響，我們基於我們的業務性質及碳核查結果，結合2°C（溫度升高控制在2°C以內）和1.5°C（溫度升高控制在1.5°C以內）的情景的預測結果，設定碳中和目標和其他環境目標。我們制定了兩個碳中和目標：(i) 保守減排方案：2030年實現碳達峰，2055年實現碳中和；及(ii) 積極減排方案：2030年實現碳達峰，2050年實現碳中和。

水資源管理

我們堅持水足跡全生命週期管理，管理生產用水，通過優化生產工藝、改造水處理系統等方式，實現水資源的高效利用。我們在珠海雷公石壁水源地修建引水渠，引導水井周邊積水流出，避免積水滲入到地下水中。水渠建成後，我們已開展多次水井微生物檢測，均符合生態環境要求。我們在廠區建設清淨下水收集池，對生產廢水進行收集和處理，廢水水質達到中水回用標準，並將其用於綠地灌溉、道路清洗，實現廢水回收複用。於2021年至2023年，我們的重複用水量分別為每年102.13萬公噸、115.66萬公噸及128.89萬公噸。同時，為提倡節約用水防止不必要的浪費，我們通過開展節水宣傳活動、在工作場所張貼節水標語及節水提醒等方式，增強僱員節水意識。

綠色包裝

我們在確保產品安全和消費者體驗的前提下不斷實踐綠色包裝，積極推廣新材料、新設計、新技術、新設備和新工藝，實施節材、節能改造技術的應用，並通過材料採購、減少使用和設計更改來最大限度地減少包裝材料的影響，盡量減少一次性包裝廢物。目前塑料和紙是我們產品的主要包裝材料。考慮到塑料難以自然分解的特性，自2023年起，我們的標籤採用定向聚丙烯(OPP)材料取代PVC材料，該材料更為

業 務

安全、環保、易回收。同時，我們優化瓶子的包裝設計，以盡量減少塑料包裝材料的總用量。我們已完成對350ml、400ml、555ml、1.18L、1.55L及2.08L水產品的包裝優化。2021年起，我們將瓶裝水瓶蓋、瓶身賦碼整合為瓶身統一賦碼，減少噴碼機的使用數量，有效減少電力、油墨等能源和原材料的消耗。同時，我們推進無紙化辦公並持續降低紙質文件使用。

能源管理

我們致力於推動節能減排和清潔能源的使用，優化工藝佈局和規劃光伏發電等新能源項目，購買和使用清潔能源，代替化石燃料的使用，並通過改造生產工藝設備，降低能源使用強度。截至2023年12月31日，我們已發起新立項光伏發電項目十個，並且在2022年購買綠電至少165萬千瓦時及在2023年購買綠電442萬千瓦時。我們通過節能設備改造，降低能源使用強度。在物流方面，我們搭建物流信息管理平台，通過數據可視化管理，合理優化物流運輸路線。此外，我們積極推動綠色物流、鐵路運輸、水路運輸電動化、零碳化及推進雙層帶板運輸，降低運輸數量，減少燃油消耗。

排放物管理

基於政府核發的污染物排放登記許可證，我們制定《環境監測與測量管理規定》及《污水排放管理規定》等制度，並定期監測排放物，確保所有污染物排放合規合法。我們每天都會對生產廢水進行檢測，並每年委託外部專業的第三方機構進行檢測，以《污水綜合排放標準》的最高要求落實廢水處置，確保廢水排放合規。我們亦十分關注噪聲污染對人體健康的影響，在部分工廠和生產車間採取了降噪措施，將噪聲由86dB下降至76.8dB。

業 務

保護生物多樣性

我們遵循《中華人民共和國噪聲污染防治法》，並制定《華潤怡寶生態保護管理指南》，旨在減少生產建設活動中盡可能避免對生態環境造成干擾和污染，在工廠選址時充分考慮並評估對環境及生物多樣性的潛在影響，在生產過程中注意污染防治工作，保持周界生態平衡。生產建設期間，我們積極採取多元化綜合整治措施，以預防和減少項目生命週期各階段對環境和生態系統造成的不良影響。

氣候變化及應對

我們知悉全球氣候變化對經濟及社會發展的不利影響。氣候變化對我們業務造成的主要風險包括物理風險和轉型風險，其中，物理風險主要來自於暴雨等極端天氣或洪澇及乾旱等自然災害可能對我們造成物理影響的風險，上述情況可能干擾或中斷物流運輸及生產運維，洪澇及其他水資源影響因素亦有可能對我們的產品生產成本造成負面影響，對此，我們已制定如《緊急響應處理方案》等應對物理氣候風險的管控政策和應急措施，最大限度地降低業務中斷的風險及影響。此外，全球範圍的低碳轉型政策和市場偏好，亦有可能給我們造成額外的政策合規成本和技術轉型投資成本。對此，我們亦已採取設定減碳目標及實施減碳措施的策略，以應對轉型風險。

環保宣傳

我們重視向公眾宣傳循環再生可持續發展理念，開展塑料瓶循環再生公眾教育。我們啟動了「寶貝重塑計劃」，通過創建「可持續花園」工廠、在社區開展塑料瓶回收和互動共創活動，以及展示塑料瓶再生製成的頗具設計感和時尚感的物品等，讓公眾直觀了解塑料瓶循環再生全過程，推動全社會參與塑料瓶的循環再生。憑藉「寶貝重塑計劃」，我們獲評2023「繡花精神」之行業榜樣，並收錄至南風窗「讓社會更美好的100個創新案例」案例集。2023年，為響應「全國低碳日」和「世界環境日」等活動，我們同步開展「綠色低碳」宣傳周活動，覆蓋員工1萬餘人次，增強員工綠色低碳意識。

業 務

社會

員工權益與福祉

- **合規僱傭。**我們堅信人才是我們發展的重要資源。我們在所有重大方面均遵循《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《禁止使用童工規定》及《中華人民共和國未成年人保護法》等法律法規，制定《勞動合同及用工管理辦法》、《員工入職離職管理辦法》及《薪酬福利管理辦法》等內部制度，持續規範僱傭慣例與流程，禁止招用童工、禁止騷擾／虐待員工並反對強迫勞動。我們在與員工簽訂勞動合同時明確勞資雙方的權利和義務，並通過設置公開申訴渠道、開展內部審計等方式，及時掌握是否存在強制勞工相關問題，以協助我們保障員工權益。截至2023年12月31日，本公司未發現存在使用童工或強制勞工的情況。
- **人才留存與發展。**我們致力投資培訓及職業發展項目，構建覆蓋經營管理、營銷、技能、科技等人才的分層分類培養體系，亦持續優化崗位職級體系，修訂並完善包括《員工培訓管理辦法》及《員工晉升、調動、免職管理規定》在內的一系列培訓與晉升制度，為員工職業發展提供組織保障。於往績記錄期間，我們在員工培訓領域的投入超過人民幣2,000萬元，培訓累計超過19萬人次。此外，為加強員工職業健康與安全管理，我們根據崗位特質和員工水平匹配安全生產教育活動，落實安全生產專項培訓工作。於2023年，本公司安全生產培訓覆蓋率100%，累計培訓超過370,000學時。
- **多元、平等與包容。**我們堅持「以人為本」的發展戰略，注重員工的個人發展及福利，促進多樣性及平等機會。我們承諾不因員工的民族、性別、年齡、背景、宗教信仰等個體差異而影響錄用，堅持保障農民工和殘疾人平等就業機會，推動吸納退役軍人及女性就業，支持所有員工實現個人職業發展。我們的員工來自20多個民族，分佈全國且行業背景多元。截至2023年12月31日，女性員工佔我們員工總數的36%以上。

業 務

- **員工關愛與福祉。**我們嚴格執行及監督員工關愛制度，不僅為員工提供公平且有競爭力的薪酬福利體系，亦提供多方面資金和資源以保障員工身心健康。我們通過多元化的文體活動豐富員工業餘生活，亦設立「員工互助基金」對遭受重大疾病、重大意外事故的員工家庭及時發放救助款。截至2023年12月31日，該項目共資助超過190個員工家庭，發放基金超人民幣500萬元。

社區參與

我們致力於履行社會責任，為更廣泛的社區做出貢獻。多年來，我們一直致力於慈善公益事業，積極參與慈善活動，並採取以下措施踐行我們的社會責任。

- **「百所圖書館計劃」：**簡稱「百圖計劃」，該計劃旨在為教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館，是一項長週期、可持續的鄉村振興類志願服務項目。「百圖計劃」於2007年啟動，截至2023年12月31日已連續開展17年，深入至全國20個省份、五個自治區和三個直轄市，累計捐贈落成公益圖書館240所，募集圖書超百萬冊，受益兒童過百萬，得到了社會各界的廣泛認可和讚譽。「百圖計劃」於2022年榮獲「第六屆中國青年志願服務項目大賽銀獎」，於2023年榮獲《南方週末》築夢者公益大會「年度公益進取獎」，同年「鄉村振興音樂教室項目」榮獲「2023新週刊美好公益大會之年度美好發聲」，以表彰我們的努力。
- **積極馳援救災救助：**依託「救災公益快速響應機制」，我們積極投身公益事業，特別是在賑災方面，且我們有一套完善的救災應急方案，包括向地震、洪水和其他災害的受災地區捐贈物資。例如，於2022年，我們已向四川雅安、阿壩、廣東清遠、韶關等地震、洪澇災區以及全國範圍內其他有保供需求的城市累計捐贈超過5.8萬箱純淨水、飲料及所需物資。截至2023年12月31日，本公司參與全國地震、洪澇等災害救援超過200次，捐贈超42萬箱包裝飲用水及飲料，致力在災害發生時將安全的飲用水送到需要的人手中，並聯合社會各界持續助力慈善事業，切實履行社會責任。

業 務

- **持續踐行公益服務：**於2022年年初成立「怡寶+X」公益同心圓項目，旨在積極推動公益服務之平台共建、資源共拓與成效共用。依託華潤怡寶義工隊，我們開展低碳環保等多種志願服務活動。此外，我們通過公益服務活動與社區互動等形式為戶外工作者、高考學子免費發放飲用水。

物業

我們的公司總部位於中國廣東省深圳市。截至最後實際可行日期，我們的所有生產廠房均位於中國。

截至最後實際可行日期，我們持有或租賃的物業的賬面值均不佔我們綜合資產總額的15%或以上。根據《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條的規定，無須按《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段所述，將所有土地或樓宇的權益納入估值報告內。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國使用20幅總面積約為1,764,191.92平方米的土地以及總建築面積約為588,467.005平方米的樓宇，主要用作生產及倉儲用途。截至最後實際可行日期，我們擁有的總建築面積約為546,722.31平方米的7處樓宇正在興建中。

截至最後實際可行日期，我們尚未就永隆工廠一塊總面積約8,703.03平方米的土地（「永隆土地」）（佔我們所擁有土地的0.49%）取得土地使用權證。因此，我們尚未就建於其上、總建築面積約為5,437.80平方米的樓宇（「永隆樓宇」）取得房屋所有權證及建設工程規劃施工許可證。該等業權的瑕疵屬歷史遺留問題，因為我們於2010年向第三方公司收購了永隆工廠（包括永隆土地及永隆樓宇），當時整個工廠建在臨時建設用地上。臨時建設用地的原授權於2015年6月到期後，我們接到政府相關部門的通知，要求我們歸還永隆土地並將其恢復原狀，自此我們一直和相關政府部門保持溝通以解決該等瑕疵。據我們的中國法律顧問告知，我們可能面臨以下風險：(i)被要求整改有關事件、拆除永隆土地上的樓宇及設施以及恢復原狀；及(ii)因違反相關法律法規被罰款。

業 務

我們已與相關政府主管部門進行溝通，確認：(i)我們取得永隆土地的土地使用權不存在法律上的障礙，及(ii)倘若我們在與相關政府部門確定取得土地使用權的方案並實施之前維持永隆樓宇的現狀，我們被要求拆除永隆樓宇並將其恢復原狀的風險甚微。截至最後實際可行日期，我們並無因上述永隆土地及永隆樓宇的瑕疵而受到相關政府主管部門的處罰。基於上述，中國法律顧問認為，在根據相關政府部門的要求最終確定取得土地使用權的方案並實施之前，若永隆土地及永隆樓宇能夠維持現狀，則我們受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

董事認為，永隆土地及永隆樓宇的瑕疵不會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響，理由如下：(i)由於我們近年進行了策略性產能擴充，故永隆工廠於往績記錄期間僅供應用於內部生產且貢獻的產量甚微；(ii)倘我們被勒令暫停永隆土地的生產活動，通過調整其他工廠的生產計劃以及與合作生產夥伴進行合作，我們的一般生產活動不會受到重大干擾；及(iii)鑒於我們的產品種類繁多以及在開發新產品方面作出的努力，永隆工廠任何單一SKU的暫時停產不會對我們的業務營運造成重大不利影響。

為防止日後再次發生類似事件，我們已制定並實施預防及補救措施，以確保我們日後遵守有關取得必要證書的法規或完成我們使用不動產的相關手續：(i)我們計劃向高級管理層提供有關使用不動產的適用法律及監管規定的定期培訓；(ii)於開始營運或收購新工廠前，指定人士須確保已取得所有必要批准及許可證；及(iii)在整個建設及生產階段，我們及我們的工廠將與當地監管機構保持積極聯繫，以確保我們的營運（包括生產、建設及相關設施）始終遵守監管規定。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃80幢樓宇，總建築面積約為20,395.85平方米，主要用作辦公用途。請參閱「風險因素－我們的某些自有及租賃物業未能遵守中國物業相關法律和法規，可能會對我們的業務產生不利影響」。

業 務

牌照、批准及許可證

我們須持有各種牌照、批准及許可證以經營業務。我們的重要牌照及許可證包括食品生產許可證及食品經營許可證（或備案）。我們已指定有關部門負責監督有關牌照、許可證及批准的相關法律法規的遵守情況，以確保我們持有經營業務所需的所有牌照、許可證及批准。請參閱「監管概覽」。

截至最後實際可行日期，我們正為一家自有工廠申請辦理消防驗收，正在準備辦理污水排入排水管網許可證、排污許可證以及環保竣工驗收。根據與相關政府主管部門的訪談，我們的中國法律顧問認為，(i)在相關設施符合主管部門要求的前提下，我們取得該等批准、許可證或完成該等驗收並無重大法律障礙；(ii)我們被允許繼續在該工廠進行生產活動；及(iii)在取得該等批准、許可證或完成該等驗收之前，我們因缺乏該等批准、許可證或驗收而受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

此外，由於生態空間管控區域的規劃調整，我們的一家自有工廠尚未提交建設其部分生產線的環境影響評估審批申請（待政府進行規劃調整）。經與相關政府主管部門面談後，我們的中國法律顧問認為，(i)在符合當地環境保護政策及主要部門要求的情況下，我們取得該等批文並無重大法律障礙；(ii)我們被允許繼續在此工廠生產和運營；及(iii)我們因上述事件而受到相關政府主管部門重大行政處罰的風險較低。

截至最後實際可行日期，據我們的中國法律顧問告知，除本文件另有披露外，我們已取得在中國經營業務所需的重要牌照及許可證，且該等牌照及許可證仍然具有充分效力。

業 務

法律程序及合規

法律訴訟

我們在日常業務過程中可能會不時涉及法律訴訟。請參閱「風險因素 — 我們可能會面臨訴訟和其他法律程序，並且可能並不總是能成功地針對此類索賠或訴訟為自己辯護」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們不曾亦並無成為任何重大法律、仲裁或行政程序的一方，且就我們所知，亦無任何針對我們或任何董事及個別或共同會對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響的未決或可能面臨的法律、仲裁或行政程序。

合規性

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大不合規事件。董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守中國的所有相關法律及法規。

風險管理及內部控制

我們在經營過程中面對各種風險。我們已建立風險管理系統，其中包含我們認為適合我們業務運營的相關政策及程序。我們的政策及程序與管理我們的採購與生產以及監控我們的銷售表現及產品質量有關。

為監控[編纂]後風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採取或將繼續採取(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，以檢討及監督我們的財務報告程序及內部控制系統。有關委員會成員的資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」；
- 採納多項政策以確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理及關連交易有關的範疇；
- 定期向我們的高級管理層及僱員提供專業行為要求及道德標準方面的培訓，以提高彼等對適用法律及法規的了解及遵守情況，並將針對違規行為的相關政策納入我們的員工紀律措施及監督準則中；

業 務

- 為董事及高級管理層舉辦有關上市規則相關要求及香港上市公司董事職責的培訓課程；
- 加強生產設施的報告及記錄系統，包括集中其質量控制及安全管理系統，並對設施進行定期檢查；
- 建立一套發生重大質量相關問題時的應急程序；及
- 提供有關質量保證及產品安全程序的強化培訓計劃。

為確保將上述合規文化融入日常工作流程，並為整個組織的個人行為設定期望值，我們將定期檢討我們的風險管理政策及內部管制措施，在內部採用嚴格的問責制並開展合規培訓。

數據隱私政策

透過電商平台銷售及交付產品涉及若干客戶隱私信息，如個人信息、聯繫方式及用戶地址等。我們與電商平台保持供貨關係，在此情況下，我們與電商平台須共同負責網店的運營及產品銷售，同時電商平台則負責產品的交付，而我們無法獲取客戶的隱私信息。我們亦通過若干電商平台上的自有網店銷售我們的產品，在此情況下，我們可通過相應電商平台上的店鋪運營系統獲取客戶的網絡身份信息、地址及加密的聯繫方式，以用於賬戶註冊及產品交付。根據相應電商平台的隱私保護規則，我們僅可通過店鋪運營系統獲取有關客戶的有限信息，並擁有唯讀訪問權限。此外，就我們的自營網店而言，倘消費者希望註冊成為我們店鋪的會員並享受會員的特殊福利，則需在註冊時知悉及確認我們相關隱私政策的規定，在此情況下，我們可獲取會員的基本信息，以用於營銷推廣用途。我們高度重視對客戶隱私及個人信息的保護，並以高度審慎的態度對待及處理客戶的個人信息。我們通過制度及技術保障來確保信息安全。我們遵守國際信息安全管理體系標準(ISO27001)及國家標準(GB/T22080-2016)，並相應部署行為控制、防火牆及殺毒軟件。此外，通過數據庫審計、高強度防火牆及知名

業 務

安全供應商提供的安全加固，我們定期組織測試並對我們的系統進行安全掃描。我們還制定了《怡寶信息安全管理策略手冊》，要求員工遵守信息安全法規，確保業務運營中涉及的相關信息安全。

獎項及認可

截至最後實際可行日期，我們擔任中國飲料工業協會副理事長單位和中國飲料工業協會天然礦泉水分會及廣東省瓶裝飲用水行業協會副會長單位等重要職務。此外，我們還是中國飲料工業協會技術工作委員會、礦泉水專業委員會等超過30個專業行業協會（包括其分會）的會員。於往績記錄期間，我們的產品、技術及創新亦獲得獎項及認可，其中重要獎項及認可載列如下：

| 獎項／認可 | 獲獎年度 | 頒獎機構／機關 |
|-------------------------|-------|-----------------|
| 東京夏季奧運會中國體育代表團感謝信 | 2021年 | 東京夏季奧運會中國體育代表團 |
| 北京冬季奧運會中國體育代表團感謝信 | 2022年 | 第二十四屆冬奧會中國體育代表團 |
| 中華人民共和國第十四屆運動會供應商..... | 2021年 | 第十四屆全國運動會組織委員會 |
| 第十四屆全運會香港體育代表團感謝信 | 2021年 | 第十四屆全運會香港體育代表團 |
| 中國飲料行業30年常青藤企業..... | 2023年 | 中國飲料工業協會 |

業 務

| 獎項／認可 | 獲獎年度 | 頒獎機構／機關 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------------|
| 第六屆中國青年志願服務項目 大賽銀獎..... | 2022年 | 共青團中央、中央文明辦 等 |
| 怡寶可持續發展報告五星級評級... | 2021年、 2022年 | 中國企業社會責任報告評 級專家委員會 |
| 2022中國飲料行業實踐社會 責任優秀企業..... | 2022年 | 中國飲料工業協會 |
| 南方日報南方致敬－年度 匠心企業..... | 2022年、 2023年 | 南方日報 |
| 2023年美好公益大會－年度 美好發聲..... | 2023年 | 新週刊 |
| 南方週末2023築夢者公益 大會－年度公益進取獎..... | 2023年 | 南方週末 |
| 消費者十年之選－飛躍增長獎.... | 2022年 | 凱度消費者指數 |

關連交易

概覽

我們已於日常及一般業務過程中與若干實體訂立若干交易，該等實體將於[編纂]後成為我們的關連人士(定義見上市規則第十四A章)。該等交易將於[編纂]後繼續，根據上市規則，該等交易將構成持續關連交易。

關連人士

我們已與華潤(集團)及其聯繫人訂立若干交易，該等實體將於[編纂]後成為我們的關連人士(定義見上市規則第十四A章)，包括：

| 關連人士 | 關連關係 |
|-----------------------------|----------------------------------------------------|
| 華潤(集團) | 華潤(集團)為我們的控股股東之一，於[編纂]完成後持有我們[編纂]%的股權(假設[編纂]未獲行使) |
| 華潤化學 | 華潤化學由中國華潤有限公司(間接擁有華潤(集團)100%的股權)間接持有約81.3%的權益 |
| 華潤電力 | 華潤電力由中國華潤有限公司(間接擁有華潤(集團)100%的股權)間接持有約62.9%的權益 |
| 華潤數科控股有限公司 (「華潤數科控股」) | 華潤數科控股由中國華潤有限公司(間接擁有華潤(集團)100%的股權)全資擁有 |
| 深圳市潤置城市建設 管理有限公司(「深圳潤置」) | 深圳潤置由華潤置地有限公司(於聯交所上市的公司，股份代號：1109，由華潤(集團)間接擁有)全資擁有 |
| 珠海華潤銀行股份有限公司 (「華潤銀行」) | 華潤銀行由中國華潤有限公司(間接擁有華潤(集團)100%的股權)間接持有約49.8%的權益 |

關連交易

非豁免持續關連交易概要

| 交易性質 | 交易對手方 | 建議年度上限 | | | 適用上市規則 | 尋求豁免 | |
|-----------------------------------|----------------------|-------------|-------|-------|--------|--------------------------------------------|-------------|
| | | 截至12月31日止年度 | | | | | |
| | | (人民幣百萬元) | | | | | |
| 2024年 | 2025年 | 2026年 | | | | | |
| 非豁免持續關連交易(須遵守申報、年度審閱及公告規定) | | | | | | | |
| 1. 提供包裝飲用水及飲料產品及採購相關推廣服務..... | 提供包裝飲用水及飲料產品採購相關推廣服務 | 華潤(集團)及其聯繫人 | 66 | 71 | 77 | 14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告規定 |
| | | | 17 | 18 | 20 | | |
| 2. 採購IT及商旅服務..... | 採購IT服務採購商旅服務 | 華潤數科控股及其聯繫人 | 50 | 55 | 60 | 14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告規定 |
| | | | 49 | 57 | 67 | | |
| 3. 綜合能源項目合作..... | | 華潤電力及其子公司 | 44 | 不適用 | 不適用 | 14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告規定 |
| 非豁免持續關連交易(須遵守申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定) | | | | | | | |
| 4. 採購PET材料..... | | 華潤化學及其聯繫人 | 1,588 | 1,765 | 2,013 | 14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告及獨立股東批准規定 |
| 5. 採購工程代建管理服務..... | | 深圳潤置及其聯繫人 | 1,080 | 1,160 | 1,060 | 14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告及獨立股東批准規定 |
| 6. 採購存款及其他相關服務..... | 最高每日存款結餘 | 華潤銀行 | 2,500 | 2,500 | 2,500 | 14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105 | 公告及獨立股東批准規定 |

關連交易

須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易

於日常及一般業務過程中，我們已訂立以下交易，董事目前預期，該等交易就上市規則第十四A章按年計算的最高適用百分比率將高於0.1%但低於5%。根據上市規則第14A.76(2)條，該等交易將須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審閱及公告規定，惟獲豁免遵守上市規則第十四A章項下獨立股東批准的規定。

1. 提供包裝飲用水及飲料產品及採購相關推廣服務

訂約方

華潤(集團)(為其本身及代表其聯繫人)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤(集團)於[●]訂立框架協議(「提供包裝飲用水及飲料產品以及相關推廣服務框架協議」)，據此，本集團可不時向華潤(集團)及／或其聯繫人供應包裝飲用水及飲料產品，及華潤(集團)的若干聯繫人可在其零售店銷售我們的包裝飲用水及為我們的飲料產品提供推廣服務，該等安排與我們與其他客戶的安排相似。

提供包裝飲用水及飲料產品以及相關推廣服務框架協議的初步年期為自[編纂]起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤(集團)及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括產品的品類、所需數量及質量、我們提供的產品及／或華潤(集團)及／或其聯繫人提供的推廣服務的費用及付款方式。

定價條款

我們向華潤(集團)及／或其聯繫人供應的包裝飲用水及飲料產品的價格，應與我們在日常及一般業務過程中通過相同銷售渠道向其他獨立第三方提供的價格基本一致。

相關推廣服務的價格應由訂約方參考類似性質及條款的現行市價以及獨立第三方在相似定價安排下提供的推廣服務的價格，按公平準則釐定。就本集團或華潤(集團)及／或其聯繫人之間進行的交易而言，向本集團作出的條款不遜於在相同條件下向獨立第三方作出的條款。

關連交易

交易理由

我們是中國領先的包裝飲用水及飲料公司，產品品類廣泛。華潤(集團)及／或其聯繫人在日常業務中採購我們的產品，主要用於在其經營場所(如商超及電影院)進一步銷售。例如，華潤(集團)的子公司華潤萬家(香港)有限公司(「華潤萬家」)主要從事經營連鎖商超。華潤萬家及其子公司採購我們的包裝飲用水及飲料產品，以在其商超進一步銷售。

此外，華潤(集團)的聯繫人(尤其是華潤萬家及其子公司)在日常業務過程中定期為其零售店出售的包裝飲用水及飲料產品舉行營銷及推廣活動。我們通常與其線下零售店合作推廣我們的包裝飲用水及飲料產品。

歷史金額

於往績記錄期間，上述提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務的歷史交易金額載列如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|---------------------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 提供包裝飲用水及飲料產品 ⁽¹⁾ | 86 | 82 | 62 |
| 採購相關推廣服務 ⁽²⁾ | 22 | 27 | 16 |

附註：

- (1) 於2021年至2023年，提供包裝飲用水及飲料產品的交易金額減少乃主要由於從華潤(集團)及／或其子公司(尤其是華潤萬家)的採購減少，主要因(i)COVID-19的影響；及(ii)因消費者消費渠道的多元化需求，華潤(集團)及／或其子公司調整了其銷售策略及渠道。
- (2) 於往績記錄期間，採購相關推廣服務的交易金額波動乃主要由於參考我們當時的推廣策略對推廣服務的業務需求所致。

關連交易

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，提供包裝飲用水及飲料產品以及相關推廣服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-------------------|-------------|-------|-------|
| | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 提供包裝飲用水及飲料產品..... | 66 | 71 | 77 |
| 採購相關推廣服務..... | 17 | 18 | 20 |

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，上述提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務的歷史交易金額；
- (b) 於截至2026年12月31日止三個年度，我們預期向華潤(集團)及／或其聯繫人提供更多樣化的產品；
- (c) 由於包裝飲用水及飲料行業的預期增長以及華潤(集團)及／或其聯繫人為滿足其自2024年起的預期業務發展需求而產生的預期需求，對我們的包裝飲用水及飲料產品的需求不斷增加；及
- (d) 華潤(集團)及／或其聯繫人對舉辦推廣活動的預期業務需求，以及自2024年以來我們的包裝飲用水及飲料產品銷售的預期增長。

2. 採購IT及商旅服務

訂約方

華潤數科控股(為其本身及代表其聯繫人)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

關連交易

主要條款

我們與華潤數科控股於[●]訂立採購IT及商旅服務框架協議（「採購IT及商旅服務框架協議」），據此：

- (a) 本集團可不時向華潤數科控股及／或其聯繫人採購各類IT服務，包括但不限於(i)通用應用及操作系統的維護服務，包括日常維護、購買軟件及軟件許可；(ii)具體執行服務，包括執行統一應用系統；(iii)信息技術基礎設施、雲平台、軟硬件，以及傳統資源庫數字化方面的技術支持服務；及(iv)其他IT服務；及
- (b) 本集團可使用華潤數科控股及／或其聯繫人指定的線上商旅平台購買各種商旅服務，包括但不限於(i)查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票及網約車服務；(ii)物色及管理相關獨立第三方服務提供商，以供本集團及其聯屬公司查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票及網約車服務；(iii)客戶服務，包括但不限於提供熱線電話處理查詢、投訴、緊急情況、相關業務數據的編製及報告，以及定期進行客戶滿意度調查；及(iv)其他相關商旅服務。

採購IT及商旅服務框架協議的初步年期為自[編纂]起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤數科控股及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括所需服務的類別、費用及付款方式。

定價條款

IT服務

與華潤集團內部其他公司類似，本集團在日常運營中一直使用若干通用系統、軟件及服務，供華潤集團內部及時溝通及合作，而該等通用系統、軟件及服務由華潤數科控股開發及維護。就我們日常運營中應用的有關該等通用系統、軟件及服務的IT服務而言，對價須由訂約方經考慮服務類別及質量後按公平基準釐定。由於該等系統及軟件於華潤集團內部統一使用，華潤數科控股提供的系統及軟件的定價條款將與華潤數科控股向華潤集團內部其他公司提供類似服務的定價條款基本一致，並參考我們對該等系統及軟件的使用情況。

關連交易

就涉及數據安全的系統、軟件及服務的採購而言，對價應由訂約方參考類似性質的現行市價及條款以及提供該等IT服務所涉及的工作量後按公平基準釐定。就採購IT及商旅服務框架協議項下的其他IT服務而言，對價應由訂約方參考類似性質的現行市價及條款、提供該等IT服務所涉及的工作量、所提供系統、軟件及服務的可用性及兼容性，以及通過招標程序從獨立第三方獲得的IT服務的價格後按公平基準釐定。該等條款對本集團而言不遜於本集團與獨立第三方於相同條件下進行的交易的條款。

商旅服務

就採購IT及商旅服務框架協議項下的商旅服務而言，本集團的員工將不時在華潤數科控股及／或其聯繫人指定的線上商旅平台上發送其旅行服務請求，而華潤數科控股及／或其聯繫人將按採購IT及商旅服務框架協議所載查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票以及網約車服務的實際成本加服務費收費。服務費乃參考其他獨立第三方服務提供商收取的佣金率釐定。由獨立第三方服務提供商收取機票或住宿費的成本將首先由華潤數科控股及／或其聯繫人收取，以用於向該等服務提供商進一步付款。

交易理由

IT服務

本集團在日常運營中使用若干通用系統、軟件及服務，如薪酬核算系統或短訊軟件，供華潤集團內部及時溝通，該等系統、軟件及服務於華潤集團內部公司統一使用。該等通用系統、軟件及服務均由華潤數科控股開發及維護。根據灼識諮詢報告，國有企業集團作出有關安排乃屬常見。同時，本集團涉及數據安全的系統、軟件及服務，一般會由華潤數科控股向本集團提供開發及維護服務。此外，本集團亦一直使用由華潤數科控股開發及維護的若干平台及軟件來滿足本集團自身業務需求。華潤數科控股在企業管理、物聯網、大數據、人工智能、區塊鏈及雲計算方面擁有豐富經驗。與華潤數科控股的合作能夠確保本集團有穩定、品質可靠且保密的IT服務來源，且不會令本集團的資源面臨風險。

關連交易

商旅服務

本集團的員工經常出差且全年對商旅服務的需求量較大。根據採購IT及商旅服務框架協議，本集團將能夠集中並分組處理其員工的所有訂單，並通過利用華潤數科控股平台向獨立第三方服務提供商批量採購。此外，本集團將能夠從可靠的服務提供商獲得穩定的商旅服務。董事認為，這將簡化預訂流程、減少管理成本及降低採購成本。

歷史金額

於往績記錄期間，上述採購IT服務及商旅服務的歷史交易金額載列如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-------------------------------------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 採購IT服務 ⁽¹⁾ | 20 | 38 | 44 |
| 採購商旅服務(包括服務費及票務或 住宿的實際成本) ⁽²⁾ | - | 13 | 40 |

附註：

- (1) 由於本公司於2022年委聘華潤數科控股來開發新系統及平台，故2022年IT服務採購大幅增加。該等系統及平台自2022年以來持續由華潤數科控股運營及維護。
- (2) 商旅服務的採購大幅增加主要是由於我們在COVID-19的影響恢復後對商旅服務的需求不斷增加。

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，採購IT及商旅服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------|-------------|-------|-------|
| | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 採購IT服務 | 50 | 55 | 60 |
| 採購商旅服務 | 49 | 57 | 67 |

關連交易

上述有關採購IT服務的建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，有關採購IT服務的歷史交易金額及其增長趨勢；及
- (b) 本集團現有軟件及IT平台的維護及改進，以及為支持本集團業務增長（尤其是我們的生產升級及擴張）而對額外IT服務的預期需求。

上述有關採購商旅服務（包括服務費及票務或住宿的實際成本）的建議年度上限乃參考以下各項釐定：

- (a) 從COVID-19疫情影響中恢復後，本集團員工所需的商旅服務估計增加。自2023年年中以來，本集團僱員對商旅的需求顯著增加，且隨著本公司業務的持續發展，預計該趨勢將會持續；及
- (b) 相關商旅服務費平均價格的預期上漲及提供機票、住宿、火車票及網約車服務的其他獨立第三方服務提供商收取的相關服務或票務的實際成本。

3. 綜合能源項目合作

訂約方

華潤電力（為其本身及代表其子公司）；及

本公司（為其本身及代表其子公司）

主要條款

我們與華潤電力於[●]訂立有關綜合能源項目合作的框架協議（「綜合能源項目合作框架協議」），據此，華潤電力及其子公司將利用本集團相關存儲及運營空間及屋頂安裝光伏發電裝置，且於光伏發電裝置投入運營後，華潤電力將利用該等光伏發電裝置供應清潔能源及相關服務以滿足我們的生產需求，而本集團將就獲提供的清潔能源及相關服務向華潤電力及其子公司進行付款。

關連交易

綜合能源項目合作框架協議的初步年期為自[編纂]起至2024年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤電力及／或其子公司另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括購買金額、費用及付款方式。

定價條款

電力及綜合能源項目採購的對價將基於當地供電站提供的現行市價的基礎上提供優惠折扣。該項折扣乃參考項目規模及華潤電力及／或其子公司所提供的清潔能源及相關服務的範圍而釐定。

交易理由

本集團已投產數個及正在興建一些其他生產設施及工廠，日常營運需要大量電力。華潤電力在風電場、光伏電站、水電站等清潔及可再生能源項目以及燃煤電站的投資、開發、運營和管理方面擁有逾20年的經驗，其業務網絡覆蓋全國。通過與華潤電力訂立綜合能源項目合作框架協議，我們能夠以公平、合理及具競爭力的價格獲得穩定的電力供應，有關價格低於一般地方供電站的價格，從而降低本集團的運營成本。

歷史金額

由於華潤電力安裝的光伏發電裝置僅於2023年12月投入使用，因此本集團於往績記錄期間並無產生交易金額。

年度上限及年度上限基準

截至2024年12月31日止年度，綜合能源項目合作框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過人民幣44百萬元，而該金額乃參考以下各項釐定：

- (a) 考慮到環境條件，華潤電力安裝的光伏發電裝置的預期產能；及
- (b) 本公司現有生產設施所需的電力及清潔能源及相關服務量估計金額，以及本公司當前新生產設施及工廠的建設計劃。

關連交易

須遵守申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易

我們已訂立以下交易，董事目前預期，該等交易就上市規則第十四A章按年計算的最高適用百分比率將高於5%。根據上市規則第14A.76(2)條，該等交易須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定。

4. 採購PET材料

訂約方

華潤化學(為其本身及代表其聯繫人)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤化學於[●]訂立PET採購框架協議(「PET採購框架協議」)，據此，本集團可能不時向華潤化學及／或其聯繫人採購PET材料，以用於生產包裝飲用水及飲料產品的包裝材料。

PET採購框架協議的初步年期為自[編纂]起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤化學及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括所需數量及質量、費用及付款方式。

定價條款

我們會向在投標過程中向我們提供PET材料最低價格的合資格供應商進行採購。本集團及華潤化學及／或其聯繫人之間的交易條款不遜於本集團在相同條件下從獨立第三方獲得條款。

關連交易

交易理由

我們主要從事包裝飲用水及飲料產品的生產及銷售，因此需要PET材料用於生產包裝飲用水及飲料產品的瓶子。根據灼識諮詢報告，中國瓶級PET材料行業高度集中，四大企業佔瓶級PET產能約80%，華潤化學是其中主要的瓶級PET材料供應商。PET採購框架協議項下擬進行的交易使我們能夠以具成本效益的方式按現行市價獲得生產所需的材料，而無需就該等PET材料建立我們自己的生產設施，根據灼識諮詢報告，這符合行業慣例。我們擁有一批合格的PET材料供應商（包括華潤化學及其他獨立第三方），並透過標準化的供應商甄選招標流程，主要根據彼等提供的定價條款來選擇最合適的供應商。

歷史金額

於往績記錄期間，上述採購PET材料的歷史交易金額載列如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 採購PET材料 ⁽¹⁾ | 537 | 833 | 929 |

附註：

- (1) 2021年至2023年PET材料的採購增加主要是由於(a)我們對PET材料的需求不斷增加；及(b)向華潤化學及／或其聯繫人採購的PET材料百分比不斷增加，因為彼等在多次投標中出價最低。

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，PET採購框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|---------------|-------------|-------|-------|
| | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 採購PET材料 | 1,588 | 1,765 | 2,013 |

關連交易

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間上述採購PET材料的歷史交易金額，尤其是於往績記錄期間向華潤化學及／或其聯繫人採購PET材料的比例以及截至2026年12月31日止三個年度將向所有合資格PET材料供應商中的華潤化學及／或其聯繫人採購PET材料的預期比例；
- (b) 我們的包裝飲用水及飲料產品銷量的預期增長，因此本公司對PET材料的需求預期增加；及
- (c) 於截至2026年12月31日止三個年度，同類PET材料的預期市價。為估計以PET材料的市價計算的年度上限，本公司已考慮到PET材料的市價波動很大程度上與原油價格大幅波動有關，而原油價格受地緣政治、供需動態及宏觀經濟環境等諸多不確定因素影響。

5. 採購工程代建管理服務

訂約方

深圳潤置（為其本身及代表其聯繫人）；及

本公司（為其本身及代表其子公司）

主要條款

我們與深圳潤置於[●]訂立工程代建管理服務框架協議（「**工程代建管理服務框架協議**」），據此，本集團可不時委聘深圳潤置及／或其聯繫人提供工程代建管理服務用於我們的生產設施及工廠。該等工程代建管理服務包括但不限於設計管理、施工管理（含安全、成本、質量、工期等）及相關手續辦理等。

工程代建管理服務框架協議的初步年期為自[編纂]起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與深圳潤置及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括建設項目的詳情、費用及分期付款及方式。

關連交易

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，工程代建管理服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 項目建設資金供款及代建服務費 | 1,080 | 1,160 | 1,060 |

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 根據本集團的業務計劃及現有生產設施的升級計劃，目前正計劃建設新生產設施及工廠。截至最後實際可行日期，我們與深圳潤置及／或其聯繫人訂立工程代建管理服務協議，並開始建設多個在建項目，且我們計劃持續就我們的新生產設施及工廠與深圳潤置及／或其聯繫人訂立其他工程代建管理服務協議；
- (b) 上述工程代建管理服務的歷史交易金額以及深圳潤置及／或其聯繫人就在建工程項目收取的服務費率；及
- (c) 經計及截至2026年12月31日止三個年度預計建設項目的建設材料及人工成本的預期增長，項目建設資金及服務費率的預期增長。

6. 採購存款及其他相關服務

訂約方

華潤銀行；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

關連交易

主要條款

我們與華潤銀行於[●]訂立存款及其他相關服務框架協議（「**存款及其他相關服務框架協議**」），據此，本集團可能不時將現金存入華潤銀行，而華潤銀行將提供存款及其他相關服務並就該等存款向本集團支付存款利息。

存款及其他相關服務框架協議的初步年期為自[編纂]起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

定價條款

華潤銀行根據存款及其他相關服務框架協議提供的任何存款及其他相關服務將與華潤銀行向其他同類客戶提供類似存款及其他相關服務所適用的利率及條款及條件相同，且存款利率乃參考中國人民銀行公佈的利率或市場上其他銀行提供的其他優惠利率釐定。

交易理由

當我們採購存款及其他相關服務時，我們在包括關連人士和獨立第三方中選擇服務提供商，並通過我們的內部選擇及批准程序確定相關採購條款。我們無義務使用華潤銀行提供的存款及其他相關服務，並保留根據我們的業務需求及服務提供商所提供服務的費用及質量選擇存款及其他相關服務提供商的酌情權。目前，我們將資金存入華潤銀行及其他獨立第三方銀行。

華潤銀行為受國家金融監督管理總局監管的持牌銀行，總部設於中國珠海。華潤銀行的分行及支行遍佈中國不同地區，於該等地區經營並提供金融及商業銀行服務。考慮到我們的業務需求以及其服務的價格及質量，我們於往績記錄期間不時使用華潤銀行提供的存款及其他相關服務。

關連交易

歷史金額

於往績記錄期間，上述存款及其他相關服務的歷史交易金額載列如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 最高每日存款結餘 | 512 | 1,786 | 1,786 |

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，存款及其他相關服務框架協議項下的最高年度交易金額不得超過以下上限：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------|-------------|-------|-------|
| | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| | (人民幣百萬元) | | |
| 最高每日存款結餘 | 2,500 | 2,500 | 2,500 |

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，上述存款及其他相關服務的最高每日存款結餘的歷史金額；
- (b) 基於我們估計日後業務經營規模及存款及其他相關服務需求，本集團目前及預計未來現金流量狀況；及
- (c) 本集團的流動資金，包括本集團截至2023年12月31日的現金及現金等價物。

關連交易

非豁免持續關連交易的豁免申請

根據上市規則第14A.76(2)條，「一須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易」分節及「一須遵守申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易」分節所述交易將構成上市規則第十四A章規定下的持續關連交易。

由於預期該等非豁免持續關連交易會繼續經常及持續地進行並且已於本文件全面披露，故董事認為遵守公告及獨立股東批准規定（視情況而定）難以切實執行，且該等規定會使我們產生不必要的行政成本，造成沉重負擔。

因此，我們已向香港聯交所申請，而香港聯交所已向我們授出豁免，豁免我們(i)就本節「一須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易」所披露持續關連交易嚴格遵守上市規則第十四A章的公告規定；及(ii)就本節「一須遵守申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易」所披露持續關連交易嚴格遵守上市規則第十四A章的公告及獨立股東批准規定，惟條件是持續關連交易於各財政年度的總額不得超過各年度上限所載相關金額（詳見上文）。

倘日後修訂上市規則而對本文件所述持續關連交易施加較最後實際可行日期所適用者更嚴格的規定，則我們會實時採取措施，確保於合理時間內遵守新規定。

董事確認

董事（包括獨立非執行董事）認為，上述非豁免持續關連交易已經並將於日常及一般業務過程中按正常或更佳商業條款進行，公平合理且符合本公司及股東整體利益，該等交易的建議年度上限亦公平合理且符合本公司及股東整體利益。

關連交易

聯席保薦人確認

經計及(i)本公司提供的文件及資料；及(ii)進行盡職調查並與本公司討論後，聯席保薦人認為(a)上述非豁免持續關連交易已經並將於本公司日常及一般業務過程中按正常或更佳商業條款進行，公平合理且符合本公司及股東整體利益；及(b)該等交易的建議年度上限亦公平合理且符合本公司及股東整體利益。

保障股東權益的內部控制措施

為了進一步保障股東(包括少數股東)的整體利益，本集團已實施或將繼續實施以下與持續關連交易有關的內部控制措施：

- (a) 本集團已審批內部指引，其中規定倘任何建議關連交易的價值預期會超出若干最低金額，有關員工須向相關事業部負責人報告該等建議交易以便本公司開展必要的額外評估及審批程序並確保本公司將遵守上市規則第十四A章的有關規定；及
- (b) 本公司將向獨立非執行董事及核數師提供資料及證明文件以供其對本公司訂立的持續關連交易進行年度審閱。根據上市規則的規定，獨立非執行董事將每年就持續關連交易是否於本集團日常及一般業務過程訂立、是否按一般商務條款訂立、是否遵照其規管協議、是否按公平合理的條款訂立及是否符合股東整體利益向董事會作出確認，核數師則將每年就是否注意到任何使其認為持續關連交易未獲董事會審批、於所有重大方面並無按照本集團的定價政策、於所有重大方面並無按照規管該等交易的有關協議訂立或超出上限的事宜向董事會作出確認。

董事及高級管理層

概覽

本集團董事會由十二名董事組成，包括三名執行董事、五名非執行董事及四名獨立非執行董事。董事會的權力及職責包括召開股東大會、釐定本集團戰略規劃及投資計劃、制定本集團年度預算及決算、制定利潤分配計劃以及行使《細則》授予的其他權力、職能及職責。

本集團的高級管理層包括六名成員，負責本公司及其子公司的日常營運。

董事及高級管理層

下表載列董事的若干資料：

| 姓名 | 年齡 | 職位 | 角色及責任 | 加入 本集團 的日期 | 獲委任為 董事的 日期 | 與其他董事 及高級 管理層的 關係 |
|------------|-----|-----------------------|-----------------------------------|------------------|-------------------|----------------------------|
| 張偉通先生..... | 55歲 | 董事會主席、 執行董事、 總裁 | 負責全面經營管理工作， 主持董事會、經理層 辦公會工作 | 2000年 4月3日 | 2019年 1月29日 | 無 |
| 馮晶女士..... | 54歲 | 執行董事 | 分管本集團人力資源部 | 2021年 10月20日 | 2022年 7月27日 | 無 |
| 吳霞女士..... | 46歲 | 執行董事、 首席財務官 | 分管本集團財務部 | 2024年 4月17日 | 2024年 4月22日 | 無 |
| 林國龍先生..... | 57歲 | 非執行董事 | 負責向董事會提供專業建 議、意見及指導 | 2024年 4月22日 | 2024年 4月22日 | 無 |
| 孫永強先生..... | 53歲 | 非執行董事 | 負責向董事會提供 專業建議、意見 及指導 | 2024年 4月22日 | 2024年 4月22日 | 無 |
| 肖寧先生..... | 52歲 | 非執行董事 | 負責向董事會提供專業建 議、意見及指導 | 2024年 4月22日 | 2024年 4月22日 | 無 |

董事及高級管理層

| 姓名 | 年齡 | 職位 | 角色及責任 | 加入 本集團 的日期 | 獲委任為 董事的 日期 | 與其他董事 及高級 管理層的 關係 |
|------------|-----|-------------|------------------------------------|------------------|-------------------|----------------------------|
| 曹越女士..... | 46歲 | 非執行董事 | 負責向董事會提供專業建議、意見及指導 | 2023年 8月10日 | 2023年 8月10日 | 無 |
| 趙典博士..... | 37歲 | 非執行董事 | 負責向董事會提供專業建議、意見及指導 | 2022年 8月5日 | 2022年 8月5日 | 無 |
| 周永健博士..... | 73歲 | 獨立非執行 董事 | 負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的成員 | [●] | [●] | 無 |
| 李引泉先生..... | 69歲 | 獨立非執行 董事 | 負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的主席／成員 | [●] | [●] | 無 |
| 姚洋博士..... | 59歲 | 獨立非執行 董事 | 負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的主席／成員 | [●] | [●] | 無 |
| 鄭寶川女士..... | 52歲 | 獨立非執行 董事 | 負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的成員 | [●] | [●] | 無 |

董事及高級管理層

本集團高級管理層成員包括以下人士：

| 姓名 | 年齡 | 職位 | 角色及責任 | 加入 本集團 的日期 | 獲委任為 高級管理層 的日期 | 與董事 及其他高級 管理層的 關係 |
|------------|-----|-----------------------|-----------------------------------|------------------|----------------------|----------------------------|
| 張偉通先生..... | 55歲 | 董事會主席、 執行董事、 總裁 | 負責全面經營管理工作， 主持董事會、經理層 辦公會工作 | 2000年 4月3日 | 2018年 12月31日 | 無 |
| 王成偉先生..... | 51歲 | 副總裁 | 分管本集團戰略管理部、 法律部、智能與數字 化部 | 2009年 8月2日 | 2011年 6月8日 | 無 |
| 劉明芳女士..... | 46歲 | 副總裁 | 分管本集團營銷 中心 | 2000年 10月31日 | 2017年 6月19日 | 無 |
| 楊楠先生..... | 53歲 | 副總裁 | 分管本集團質量環境安全 部、生產中心 | 2014年 11月10日 | 2017年 6月19日 | 無 |
| 范雨峰先生..... | 42歲 | 副總裁 | 分管本集團工程部、運營 中心 | 2019年 12月13日 | 2019年 12月13日 | 無 |
| 吳霞女士..... | 46歲 | 執行董事、 首席財務官 | 分管本集團財務部 | 2024年 4月17日 | 2024年 4月17日 | 無 |

董事及高級管理層

董事

執行董事

張偉通先生，55歲，自2018年12月起擔任我們的總裁，自2019年1月起擔任本公司董事，自2022年7月起擔任董事會主席。

張先生於2000年4月加入本集團，於2000年4月至2018年2月，先後擔任地區銷售經理、部門經理、總經理助理、副總經理及高級副總經理。

加入本集團前，張先生於1994年10月至2000年4月擔任味源飲料食品(深圳)有限公司總經理助理。於2018年2月至2018年12月，張先生擔任華潤五豐有限公司常務副總經理(主持工作)及總經理。

張先生於2012年6月獲得位於中國廣東省的中山大學高級管理人員工商管理碩士學位。

馮晶女士，54歲，自2022年7月起擔任我們的董事。

馮女士於2021年10月加入本集團，擔任副總經理。

加入本集團前，馮女士於1988年7月至1989年3月任職於北京半導體器件五廠；1992年2月至2000年11月，先後擔任中央國家機關工委辦公室科員、副主任科員；2000年11月至2007年6月，任職於中國普天信息產業集團公司，曾擔任工會辦公室副主任；2007年6月至2017年2月，任職於華電煤業集團有限公司，曾擔任監察部主任；2017年2月至2018年7月，擔任中國華電集團清潔能源有限公司工委主任。馮女士於2018年7月至2021年10月擔任華潤創業副總裁。

馮女士於2006年1月獲得位於中國北京市的中央黨校研究生院國際政治專業研究生學歷。

董事及高級管理層

吳霞女士，46歲，自2024年4月起獲委任為我們的董事、首席財務官。

於加入本集團前，吳女士自1997年7月至2009年5月於華潤江中製藥集團有限責任公司（「江中製藥集團」）的若干子公司任職，負責會計相關工作。彼曾於江中藥業股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司（股份代號：600750））擔任多個職位，包括於2009年4月至2015年5月擔任財務總監，於2009年8月至2012年5月擔任董事會秘書及於2015年5月至2020年6月擔任副總經理。吳女士於2020年6月至2024年4月擔任江中製藥集團副總經理。

吳女士於2010年6月取得位於中國江西省的江西財經大學會計學專業碩士學位。其於2011年12月取得高級會計師職稱。

非執行董事

林國龍先生，57歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

林先生於2011年8月至2018年7月於華潤三九醫藥股份有限公司（深圳證券交易所上市公司（股份代號：000999））擔任副總裁兼財務總監。其於2018年7月至2021年8月任職於華潤（集團）財務部，最後擔任副總經理。林先生於2021年8月起擔任華潤集團業務單元專職外部董事，包括於2021年11月起擔任華潤金融控股有限公司外部董事，於2021年9月至2023年12月擔任華潤醫藥集團有限公司（聯交所上市公司（股份代號：3320））非執行董事，及於2023年10月起擔任華潤雙鶴藥業股份有限公司（上海證券交易所上市公司（股份代號：600062））的董事。

林先生於2007年3月取得位於澳大利亞的南澳大學工商管理專業碩士學位。

董事及高級管理層

孫永強先生，53歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

孫先生於1992年8月至1998年9月先後任職於北京染料廠有限責任公司（前稱北京染料廠）和北京海東空氣淨化技術開發公司。孫先生於1998年11月加入華潤集團，於1998年11月至2006年11月任職於華潤置地（北京）股份有限公司（前稱北京市華遠房地產股份有限公司），最後擔任研究發展部部門經理。彼於2006年11月至2009年7月擔任華潤置地（湖南）有限公司副總經理，並於2009年7月至2011年1月擔任總經理。2011年1月至2023年9月，彼任職於華潤置地，最後職位為副總裁。彼於2020年10月至2022年10月兼任海南省發展控股有限公司副總經理。孫先生自2023年12月起擔任華潤醫藥集團有限公司（聯交所上市公司（股份代號：3320））的非執行董事。

孫先生於1992年7月取得位於中國遼寧省的大連理工大學熱能工程專業工學學士學位。彼於2003年12月及1998年9月分別獲得中國高級經濟師和工程師職稱。

肖寧先生，52歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

肖先生於1996年8月至2000年9月擔任中國華潤有限公司法律部副經理。彼自2000年9月起任職於華潤石化（集團）有限公司，並擔任多個職位，包括於2001年9月至2002年9月擔任投資發展部助理經理、於2002年10月至2004年2月擔任該公司投資發展部經理及於2004年2月至2007年6月擔任投資發展部高級經理。肖先生其後於華潤化學（曾稱華潤化工控股有限公司）擔任多個職務，包括助理總經理及法務總監。肖先生其後於2020年4月至2022年8月擔任華潤化學副總經理。

肖先生於2013年6月自位於中國福建省的廈門大學獲得工商管理專業碩士學位。

董事及高級管理層

曹越女士，46歲，自2023年8月起擔任我們的董事。

曹女士於2005年8月至2013年8月任職於畢馬威華振會計師事務所(特殊普通合伙)擔任審計經理。彼其後就職於Plateau Consumer Fund, L.P.。

曹女士於2005年6月取得位於中國北京市的中國人民大學數量經濟學專業碩士學位。曹女士是中國註冊會計師協會的合資格會員。彼於2009年11月取得中國註冊內部審計師資格。

趙典博士，37歲，自2022年8月起擔任我們的董事。

趙博士於2010年12月至2016年6月在中倫律師事務所擔任律師。彼於2016年6月至2020年8月擔任中歐基金管理有限公司股權投資平台副總裁。之後，趙博士就職於Plateau Consumer Fund, L.P.。

趙博士於2016年6月取得位於中國北京市的中國社會科學院研究生院民商法專業博士學位。趙博士於2012年3月獲得中國法律職業資格。

獨立非執行董事

周永健博士，73歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。

周博士為香港及英格蘭和威爾斯認可的執業律師及中國司法部委任的中國委託公證人。

周博士於1982年9月成立了周永健律師行，其後發展成觀韜律師事務所(香港)，並擔任觀韜律師事務所(香港)的資深顧問至今。周博士於2016年5月至2022年5月擔任香港鐵路有限公司(聯交所上市公司，股份代號：0066)獨立非執行董事，並於2016年12月至2022年12月擔任順豐控股股份有限公司(深圳證券交易所上市公司，股票代碼：002352)獨立非執行董事。周博士現擔任多家上市公司的董事，其中包括(i)1994年6月起，為信星鞋業集團有限公司(聯交所上市公司，股份代號：1170)非執行董事，(ii)2018年5月起，為平安健康醫療科技有限公司(聯交所上市公司，股份代號：

董事及高級管理層

1833) 獨立非執行董事，(iii)2021年5月起，為北京北辰實業股份有限公司(聯交所上市公司(股份代號：588)和上海證券交易所上市公司(股票代碼：601588))獨立非執行董事，及(iv)2020年10月起，為壹賬通金融科技有限公司(聯交所上市公司(股份代號：6638)和紐約證券交易所上市公司(股票代碼：OCFT))獨立非執行董事。

周博士於2003年至2023年20年間連續四屆為中國人民政治協商會議全國委員會委員。彼於1997年至2000年擔任香港律師會會長，於2006年至2012年擔任香港證監會程序覆檢委員會主席，於2015年至2020年擔任財務匯報局程序覆檢委員會主席，於2018年至2020年擔任香港馬會主席。

周博士於1998年獲香港特別行政區政府授予太平紳士，並於2003年獲授予香港特別行政區銀紫荊星章。彼於2010年3月獲香港教育學院頒授榮譽院士，於2013年7月獲倫敦國王學院頒授榮譽院士，並於2015年獲列入香港律師會榮譽名冊。

周博士於2018年12月獲得香港都會大學(前稱香港公開大學)榮譽社會科學博士學位及於2021年11月獲得香港科技大學榮譽法學博士學位。

李引泉先生，69歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。

於2000年3月至2017年12月，李先生分別擔任(i)招商局集團有限公司財務部總經理、財務總監及副總裁，(ii)招商局資本投資有限責任公司首席執行官，(iii)招商局港口控股有限公司(前稱招商局國際有限公司，聯交所上市公司，股份代號：144)董事，(iv)招商銀行股份有限公司(聯交所上市公司(股份代號：3968)和上海證券交易所上市公司(股票代碼：600036))董事，及(v)招商局中國基金有限公司(聯交所上市公司，股份代號：133)董事。李先生亦兼任多家其他上市公司的董事，包括於2020年1月至2021年6月，擔任Sound Group Inc.(前稱Lizhi Inc.，納斯達克上市公司，股份代號：SOGP)獨立非執行董事，及於2019年6月至2022年12月，擔任金茂源環保控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：6805)獨立非執行董事。李先生現任多家上市公司的董事，其中包括：(i)自2015年6月起，通用環球醫療集團有限公司(前稱環球醫療金融與技術諮詢服務有限公司，聯交所上市公司，股份代號：2666)獨立非執行董事，(ii)自2018年6月起，萬城控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：2892)獨立非執

董事及高級管理層

行董事，(iii)自2018年7月起，滬港聯合控股有限公司（聯交所上市公司，股份代號：1001）獨立非執行董事，(iv)自2020年6月起，中國光大銀行股份有限公司（聯交所上市公司（股份代號：6818）和上海證券交易所上市公司（股票代碼：601818））獨立非執行董事，(v)自2023年9月起，飛達帽業控股有限公司（聯交所上市公司，股份代號：1100）獨立非執行董事，及(vi)自2024年4月起，中國農產品交易有限公司（聯交所上市公司，股份代號：149）獨立非執行董事。

儘管李先生現時於六家上市公司擔任獨立董事職務，惟彼基於以下原因確認彼可為本公司獨立非執行董事一職投入足夠時間：

- 彼於本集團的職務屬非執行性質且彼將不會參與本集團業務的日常管理。因此，彼擔任獨立非執行董事將無需全職參與；
- 彼並非上述上市公司的全職成員，亦不參與該等公司的日常營運或管理，因此並無管理責任；
- 彼自獲委任日期起於各最近一個財政期間內出席上述上市公司的董事會會議、委員會會議及股東會議的出席率較高；
- 憑藉其知識及經驗，彼於擔任獨立非執行董事職務的上市公司投入及管理時間並無困難，且彼有信心憑藉彼擔任多個職位的經驗，將能夠妥善履行彼對本公司的職責；及
- 彼所擔任董事職務的上市公司概無質疑或投訴彼於該等上市公司所投入的時間。

董事及高級管理層

李先生將投入足夠時間處理彼作為本集團獨立非執行董事的工作，且基於上文所述，董事會並無理由相信李先生現時擔任的董事職務將會導致彼沒有足夠時間擔任我們的獨立非執行董事或不當地履行彼作為本公司董事的受信責任。

在擔任若干香港上市公司董事的多年時間裡，李先生在以下方面獲得了相關經驗，包括但不限於(i)審閱及編製香港上市公司的可資比較及／或經審計財務報表；(ii)審閱內部控制制度；及(iii)分析香港上市公司的財務報表及資料。此外，李先生亦在與內部及外部核數師合作及處理有關內部財務控制監督及財務報表審核的事宜方面獲得豐富經驗。

李先生於1985年12月獲得位於中國北京市的中國人民銀行金融研究所經濟學碩士學位。於1988年10月，李先生獲得位於意大利米蘭的Finafrica學院銀行及金融發展學碩士學位，並於1989年8月獲得中國高級經濟師職稱。

姚洋博士，59歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。

姚博士現為北京大學博雅特聘教授，北京大學國家發展研究院經濟學教授、博士生導師，中國經濟研究中心主任，南南合作與發展學院執行院長，《經濟學(季刊)》主編，中國經濟學年會理事長，當代經濟學基金會理事長。

姚博士於2008年10月起擔任北京大學國家發展研究院副院長，2012年11月至2024年1月擔任北京大學國家發展研究院院長。2010年起擔任北京大學中國經濟研究中心主任。

姚博士為中國經濟50人成員，曾獲2008、2014年孫冶方經濟科學獎、第一屆和第二屆浦山國際經濟學獎(2008年、2010年)、第二屆張培剛發展經濟學獎(2008年)等。目前的主要研究領域包括新政治經濟學和開放條件下的中國經濟增長。

董事及高級管理層

姚博士於1989年畢業於北京大學管理科學中心，獲經濟學碩士學位，1996年畢業於美國威斯康辛大學農業與應用經濟學系，獲發展經濟學博士學位。

鄭寶川女士，52歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。

1994年9月至1997年5月，鄭女士擔任安達信會計師事務所企業諮詢部門顧問。1997年5月至2010年8月，彼任職於星展亞洲融資有限公司、香港上海滙豐銀行有限公司及麥格理集團的投資銀行部，最後擔任麥格理資本證券有限公司部門董事。鄭女士於2010年9月加入瑞士銀行全球財富管理部，擔任香港區企業諮詢組主管，隨後任職至2020年1月，最後擔任董事總經理。鄭女士自2020年1月起擔任瘋狂體育集團有限公司(前稱第一視頻集團有限公司)(聯交所上市公司，股份代號：82)的財務總監，並自2020年4月起擔任執行董事，直至2023年11月。

鄭女士是美國註冊會計師協會會員。彼持有位於中國香港的香港大學工商管理學士學位。

除本節上文披露內容之外，各董事已確認，於緊接本文件日期前三年概無於任何上市公司擔任任何其他董事職務，概無任何與其獲委任為董事有關的其他事項需提請股東注意，亦無任何與其獲委任為董事有關的其他資料須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

高級管理層

有關張偉通先生及吳霞女士的履歷詳情，請參閱本節「執行董事」。其他高級管理人員的履歷詳情如下：

王成偉先生，51歲，自2011年6月起擔任我們的副總裁。

王先生於2009年8月加入本集團，擔任企業發展總監。

董事及高級管理層

加入本集團前，王先生於1997年8月至2009年8月任職於華潤集團，先後在人事部、法律部、企發部任職，並擔任企發部主任、經理及高級經理。

王先生於1997年7月獲得位於中國北京市的中國政法大學法學理論專業碩士學位。王先生於1995年9月獲得中國律師資格證書，於2015年12月獲得中國企業法律顧問執業資格證書及於2020年5月獲得律師工作證。

劉明芳女士，46歲，自2017年6月起擔任我們的副總裁。

劉女士於2000年10月加入本集團，先後擔任地區銷售經理、大區銷售總監。彼於2014年1月至2017年6月擔任區域總經理。

加入本集團前，劉女士於1997年7月至2000年8月擔任深圳市友田達實業有限公司客戶經理。

劉女士於2010年6月獲得位於中國湖南省的湖南農業大學經濟法學專業本科學位。

楊楠先生，53歲，自2017年6月起擔任我們的副總裁。

楊先生於2014年11月加入本集團，擔任供應鏈總監。

加入本集團前，楊先生於中糧集團有限公司及其子公司任職逾20年。彼於1993年8月至2000年8月，任職於中糧果菜水產進出口公司，曾擔任財務部經理；於2000年8月至2002年2月，擔任中糧國際(北京)有限公司財務部主管；於2002年2月至2004年1月，擔任中糧可口可樂飲料(北京)有限公司(前稱北京可口可樂飲料有限公司)副總經理；於2004年1月至2005年1月，擔任中糧可口可樂飲料(中國)投資有限公司集團財務總監；於2005年1月至2010年1月，先後擔任中糧集團有限公司董事會秘書局秘書、酒業部副總經理；於2010年1月至2014年11月，先後擔任中國食品有限公司(聯交所上市公司，股份代號：506)酒業部、供應鏈部及酒品類管理部副總經理。

楊先生於2002年11月獲得位於澳大利亞的新南威爾士大學國際會計專業碩士學位。楊先生於2013年12月獲得中國高級經濟師職稱。

董事及高級管理層

范雨峰先生，42歲，自2019年12月起加入本集團並擔任本集團副總裁。

加入本集團前，范先生於2004年8月至2005年12月任職於江蘇南熱發電有限責任公司發電部；其後於2005年12月至2010年10月，擔任南京華潤熱電有限公司經營策劃部電力市場營銷經理、發電部副主管；於2010年10月至2013年2月，任職於華潤電力，先後擔任人力資源部經理、高級經理；於2013年2月至2019年12月，先後擔任華潤(集團)人力資源部高級經理、專業副總監及專業總監。

范先生於2004年7月獲得位於中國江蘇省的中國礦業大學熱能與動力工程專業學士學位。

公司秘書

鍾明輝先生，45歲，於2024年4月獲委任為本公司的公司秘書。

鍾先生於企業秘書、併購、財務報告及審計方面擁有逾19年經驗。自2022年6月起，鍾先生一直於方圓企業服務集團(香港)有限公司的企業秘書部工作，主要負責管理聯交所上市公司的公司秘書及合規工作。

鍾先生現為香港會計師公會資深會員及澳洲註冊會計師公會會員。彼於2003年12月獲得澳洲國立大學的商學學士學位。

董事會委員會

根據相關中國法律、法規、《細則》及上市規則規定的企業管治條文規定，我們已成立的董事會轄下委員會如下：審核委員會、提名委員會、薪酬與考核委員會及戰略與投資委員會。該等委員會根據董事會訂立的職權範圍運作。

董事及高級管理層

審核委員會

我們已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立審核委員會（「**審核委員會**」），並訂有書面職權範圍。審核委員會由兩名非執行董事（即林國龍先生及曹越女士）及四名獨立非執行董事（即姚洋博士、周永健博士、李引泉先生及鄭寶川女士）組成。審核委員會主席為姚洋博士。李引泉先生擁有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當會計或相關財務管理專業知識。審核委員會的主要職責為[檢討及監督我們的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，以及提名及監察外聘核數師及上市規則附錄C1規定的其他職責]。

提名委員會

我們已根據上市規則第3.27A條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立提名委員會（「**提名委員會**」），並訂有書面職權範圍。提名委員會由一名執行董事（即張偉通先生）、一名非執行董事（即趙典博士）及三名獨立非執行董事（即李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士）組成。提名委員會主席為張偉通先生。提名委員會的主要職責為[就委任及罷免本公司董事向董事會提出建議及上市規則附錄C1規定的其他職責]。

薪酬與考核委員會

我們已根據上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立薪酬與考核委員會（「**薪酬與考核委員會**」），並訂有書面職權範圍。薪酬與考核委員會由兩名非執行董事（即孫永強先生及曹越女士）及三名獨立非執行董事（即李引泉先生、周永健博士及鄭寶川女士）組成。薪酬與考核委員會主席為李引泉先生。薪酬與考核委員會的主要職責為[評估董事及高級管理層的表現及就薪酬待遇提出建議，以及評估僱員福利安排並提出建議及上市規則附錄C1規定的其他職責]。

戰略與投資委員會

本公司已根據上市規則的規定成立戰略與投資委員會（「**戰略與投資委員會**」），並訂有書面職權範圍。戰略與投資委員會由兩名執行董事（即馮晶女士及吳霞女士）、三名非執行董事（即曹越女士、肖寧先生及趙典博士）及一名獨立非執行董事（即姚洋博

董事及高級管理層

士) 組成。戰略與投資委員會主席為曹越女士。戰略與投資委員會的主要職責為[(i)就本公司的長期戰略發展計劃進行研究並提出建議；(ii)就須經董事會批准的年度投資計劃進行研究並提出建議；及(iii)就其他須經董事會批准的年度投資計劃以外的重大投資項目進行研究並提出建議]。

董事、高級管理層及僱員的薪酬

我們向亦為本公司僱員的執行董事及高級管理人員提供袍金、薪酬、退休金計劃供款、酌情花紅、住房津貼及其他實物福利等形式的各種薪酬。獨立非執行董事根據其各自的職位和職責(包括擔任董事委員會成員或主席)獲得薪酬。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度，我們向董事支付的薪酬總額(包括袍金、薪酬、退休金計劃供款及其他福利)分別約為人民幣4.6百萬元、人民幣6.4百萬元及人民幣7.7百萬元。

於2021年、2022年及2023年，我們向五名最高薪酬人士支付的薪酬總額(包括袍金、薪酬、退休金計劃供款和其他福利)分別約為人民幣15.5百萬元、人民幣15.2百萬元及人民幣16.0百萬元。

根據截至本文件日期仍然有效的安排，截至2024年12月31日止財政年度，將向董事支付及授出的估計薪酬總額約為人民幣14.3百萬元。

概無向我們的董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為招攬該等人士加入本集團或於加入本集團後的獎勵。於往績記錄期間，概無向我們的董事、前任董事或五名最高薪酬人士支付任何酬金且該等人士亦無收取任何酬金作為離任本集團任何成員公司董事或與本集團任何成員公司事務管理有關的任何其他職務的離職補償。於往績記錄期間，概無董事放棄任何酬金。

除上文所披露者外，於2021年、2022年及2023年，本公司或我們的任何子公司概無向我們的董事支付或應付任何其他款項。

董事及高級管理層

企業管治

本公司致力於實現高標準的企業管治，以保障股東的利益。為此，本公司擬於[編纂]後遵守香港上市規則附錄C1所載企業管治守則及企業管治報告的企業管治規定。

我們的董事深明將良好企業管治元素納入本集團管理架構及內部控制程序以實現有效問責的重要性。本公司擬於[編纂]後遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的所有守則條文，惟企業管治守則第2部之守則條文第C.2.1條的規定除外，其訂明董事會主席及總裁的角色應予以分開，不應由同一位人士擔任。

董事會主席及總裁的角色目前由張偉通先生擔任。鑒於張先生對本集團作出的巨大貢獻及其豐富的經驗，我們認為由張先生同時擔任董事會主席及總裁將為本集團提供強有力及貫徹一致的領導，並有利於有效實行本集團的業務策略。我們認為張先生於[編纂]後繼續擔任我們的董事會主席及總裁乃屬恰當並有利於本集團的業務發展及前景，故現時無意劃分董事會主席及總裁之職權。

儘管這將造成偏離企業管治守則第2部之守則條文第C.2.1條，但董事會認為此架構將不會損害本公司董事會與管理層之間權力和權限的平衡，理由為(i)董事會擁有充足的制衡機制，原因為董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，且董事會包含四名獨立非執行董事，符合上市規則的規定；(ii)張先生及其他董事知悉並承諾履行董事的誠信責任，當中規定(其中包括)彼為本公司利益及最佳利益行事，並將為本集團作出相應決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，其會定期會面以討論影響本公司營運的事宜，確保權力和權限的平衡。此外，本集團的整體戰略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。董事會將繼續審閱本集團企業管治架構的成效，以評估是否有必要分離董事會主席及總裁的角色。

董事及高級管理層

董事會多元化政策

我們[已採納]董事會多元化政策，當中載列實現及維持董事會多元化的方法。根據我們的董事會多元化政策，董事會候選人的甄選將基於一系列多元化角度，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術能力、專業資格及技能、知識、任職年限及其他相關因素。我們亦會考慮我們自身的業務模式及特殊需求。董事候選人的最終甄選將基於候選人的長處及候選人將為董事會帶來的貢獻。

我們的董事會目前由[四]名女性董事及[八]名男性董事組成，在性別、知識及技能(包括但不限於食品及飲料業、商業運營及企業管理、業務拓展、法律經驗、審計、人力資源及金融等領域的知識及經驗)方面取得均衡組合。考慮到我們現有的業務模式及特殊需求以及董事的不同背景，董事認為[編纂]後董事會的組成符合我們的董事會多元化政策。於[編纂]後，我們將根據董事會多元化政策，通過提名委員會實施的措施努力保持董事會的性別平衡。尤其是，我們將繼續物色及甄選在不同領域具備不同技能、經驗及知識且具備適當資格成為董事會成員的女性人士，並在董事會中維持至少一名女性董事及至少10%的女性代表。

提名委員會負責執行董事會多元化政策。於[編纂]完成後，提名委員會將不時檢討董事會多元化政策，以確保其持續有效，且我們將每年於企業管治報告中披露董事會多元化政策的實施情況。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任浩德融資有限公司為合規顧問。根據上市規則第3A.23條，我們的合規顧問將於下列情況下向我們提供意見：

- 刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；
- 擬進行交易(可能屬須予公佈或關連交易)，包括發行股份及購回股份；
- 我們建議運用[編纂]的[編纂]方式與本文件所詳述者不同，或我們的業務、發展或業績與本文件中的任何預測、估計或其他數據不同；及

董事及高級管理層

- 香港聯交所根據上市規則第13.10條向我們作出查詢。

委任期將自[編纂]起，直至我們就[編纂]後開始的首個完整財政年度的財務業績派發年報當日結束，而有關委任可經雙方協定予以延長。

董事作出的確認

上市規則第8.10條

截至最後實際可行日期，概無董事於任何其他公司中擁有可能直接或間接與我們的業務構成競爭且須根據上市規則第8.10條須予以披露的權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2024年4月取得上市規則第3.09D條項下所述的法律意見；及(ii)了解彼作為上市規則項下聯交所[編纂]發行人董事的責任。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事確認(i)彼就上市規則第3.13(1)至(8)條所述各項因素而言的獨立性；(ii)截至最後實際可行日期，彼於本公司或其子公司的業務中並無擁有過往或現時財務或其他權益，亦無根據上市規則與本公司任何核心關連人士有任何關係；及(iii)並無其他因素可能影響彼於獲委任時的獨立性。

與控股股東的關係

概覽

截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）及Plateau 分別擁有本公司60%及40%的權益。

華潤集團（飲料）由華潤創業全資擁有，而華潤創業則由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Dong Yi女士（一名資深投資者）通過其全資擁有的公司Plateau Holding Limited擁有Plateau Investment Limited的100%股權。

緊隨[編纂]完成後，華潤集團（飲料）及Plateau將分別擁有本公司經擴大股本的約[編纂]%及[編纂]%(假設[編纂]未獲行使)。因此，華潤（集團）、華潤集團（華創）、華潤創業、華潤集團（飲料）、Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau於[編纂]後將成為我們的控股股東。

我們與我們控股股東的業務劃分

我們的主營業務

我們主要從事包裝飲用水產品及飲料產品的製造和銷售。更多詳情，請參閱「業務」。

華潤（集團）的主營業務

華潤（集團）是一家總部位於香港的中國大型國有企業集團。其核心業務包括消費品（包括零售、啤酒、食品和飲料）、醫療健康、綜合能源、城市建設與運營、科技與新興產業及產業金融。華潤集團旗下有八家公司於香港聯交所上市。下表載列華潤集團於香港聯交所上市的子公司／聯繫人的主營業務及其於各上市子公司／聯繫人的持股比例：

| 名稱 | 主營業務 | 持有的概約百分比 |
|---------------------------------------|---------------------------|----------|
| 華潤建材科技控股有限公司 (股份代號：1313) | 石灰石開採以及水泥、熟料及混凝土的生產、銷售和經銷 | 69% |

與控股股東的關係

| 名稱 | 主營業務 | 持有的概約百分比 |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------|
| 華潤啤酒..... | 酒精飲料的生產、銷售和經銷 | 52% |
| 華潤電力..... | 在中國大陸投資、開發、運營和管理風電場、光伏發電廠、水力發電廠以及其他清潔和可再生能源項目以及燃煤發電廠 | 63% |
| 華潤醫藥集團有限公司 (股份代號：3320) (「華潤醫藥」)..... | 藥品及保健品的研發、製造、經銷和零售 | 53% |
| 華潤燃氣控股有限公司 (股份代號：1193)..... | 天然氣購銷、管道設施建設及運營、車船用氣、冷熱電聯供、燃氣綜合服務業務 | 61% |
| 華潤置地..... | 物業投資、開發和管理 | 60% |
| 華潤萬象生活..... | 提供物業管理和商業運營服務 | 74% |
| 華潤醫療控股有限公司 (股份代號：1515)..... | 在中國大陸的醫院提供綜合醫療服務、醫院管理服務、團購組織業務及其他衍生業務。 | 37% |

附註：上述持股百分比乃援引自上述上市公司最近刊發的報告。

與控股股東的關係

截至最後實際可行日期，華潤集團通過其子公司持有以下具有一定規模的生產及銷售包裝飲用水及飲料產品的業務（「保留業務」）的權益：

華潤啤酒的無酒精果啤產品

華潤啤酒主要從事酒精飲料的生產、銷售及經銷。除其酒精飲料（包括啤酒和白酒產品）外，華潤啤酒亦銷售零酒精果啤產品（例如自2021年起銷售的「雪花小啤汽」）。我們認為華潤啤酒的無酒精果啤產品與我們的碳酸飲料產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和目標客戶不同。**根據灼識諮詢報告，無酒精果啤產品是以麥芽和啤酒花提取物為原材料，採用啤酒生產技術生產的類啤酒產品。雖然無酒精果啤產品不含酒精，但其口味和外觀（就泡沫和顏色而言）與啤酒產品相似。因此，華潤啤酒的無酒精果啤產品定位為啤酒產品的替代品，主要針對喜歡在社交場合飲用含酒精飲料的客戶以及迎合年輕人的需求，而我們的碳酸飲料產品則主要針對日常飲用水和無酒精飲料的客戶。此外，雖然華潤啤酒的無酒精果啤產品亦通過線下零售店銷售，但考慮到與啤酒產品的相似性，該類產品通常與啤酒產品而非其他無酒精飲料產品一起展示。因此，華潤啤酒的無酒精果啤產品與我們的碳酸飲料產品有著明確的區別。
- **非核心產品。**華潤啤酒的無酒精果啤產品和我們的碳酸飲料產品都不屬於各自集團的主要產品。截至2023年12月31日止年度，華潤啤酒的無酒精果啤產品產生的收入佔華潤啤酒總收入的比例不足1.0%，截至2023年12月31日止年度，我們的碳酸飲料產品產生的收入佔我們總收入的比例亦不足0.1%。
- **地理覆蓋策略不同。**華潤啤酒的無酒精果啤產品主要在中國西北和華中地區銷售，而我們產品的銷售策略則廣泛覆蓋中國各地。

與控股股東的關係

Oatly Group AB (「Oatly Group」) 的植物基奶茶及拿鐵產品

潤麟健康投資有限公司（一家由華潤集團（華創）間接擁有50%權益的合營企業）擁有Oatly Group（一家在納斯達克上市的公司，股份代號：OTLY）約47%的權益。華潤集團（華創）並未參與Oatly Group的日常營運。Oatly Group主要從事以燕麥為原材料的植物基乳製品（包括由燕麥製成的奶茶和拿鐵）的生產和銷售。我們認為，Oatly Group的奶茶和拿鐵產品與我們的奶茶和咖啡產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和目標客戶不同。**根據灼識諮詢報告，Oatly Group植物基乳製品（包括由燕麥製成的奶茶和拿鐵）被歸類為植物基蛋白飲料，其目標客戶中有相當大比例的人群對某些乳製品過敏或偏愛含植物基成分的營養食品，而本集團目前沒有生產或銷售任何植物基蛋白飲料。同時，Oatly Group的奶茶和拿鐵由植物基乳製品製成，而我們的奶茶和咖啡產品由奶粉製成。因此，Oatly Group的植物基奶茶及拿鐵產品與我們的奶茶和咖啡產品有明確的區別。
- **非核心產品。**Oatly Group的奶茶和拿鐵產品以及我們的奶茶和咖啡產品都不屬於各自集團的主要產品。截至2023年12月31日止年度，Oatly Group在中國銷售奶茶和拿鐵產品所產生的收入佔其總收入的比例低於5%，而截至2023年12月31日止年度，我們的奶茶和咖啡產品所產生的收入佔總收入的約1.3%。
- **地理區域不同。**截至2023年12月31日止年度，Oatly Group全球大部分的收入來自歐洲、中東、非洲、美洲和亞洲，在中國銷售植物基乳製品產品（包括但不限於奶茶及拿鐵產品）的收入佔其總收入的不足20%，而本集團則專注於中國市場，我們的絕大部分收入均來自中國。

晉城海斯製藥有限公司 (「海斯製藥」) 的海斯水

截至2023年12月31日，華潤集團透過華潤醫藥擁有江中藥業股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司（股票代碼：600750））約43%權益，而江中藥業股份有限公司則擁有海斯製藥51%的權益。海斯製藥主要從事化學藥的研發和生產，並於截

與控股股東的關係

至2023年12月31日止年度錄得收入人民幣983.3百萬元。為了充分利用其生產製藥用水的剩餘生產能力，海斯製藥還主要在山西省晉城和長治生產和銷售其包裝飲用水產品「海斯水」。我們認為，由於以下原因，海斯水與我們的包裝飲用水產品之間不存在實質性競爭：

- **產品定位和業務規模不同。**海斯水不屬於海斯製藥的主要產品，海斯水產生的收入佔截至2023年12月31日止年度海斯製藥總收入的比例不到0.6%。我們的包裝飲用水產品是我們的重點產品，截至2023年12月31日止年度，我們來自包裝飲用水產品的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。
- **銷售渠道、目標客戶和地理區域不同。**海斯水主要在山西晉城和長治銷售，主要客戶是晉城的企業及個人，且通常不會在商超出售，而本集團擁有多元化的銷售渠道及全國範圍廣泛的包裝飲用水產品經銷網絡，可滿足客戶的日常消費需求。據我們所知，海斯製藥目前以及在可預見的未來都沒有海斯水的營銷或擴張計劃。

重慶中梁山飲品有限公司(「重慶中梁山」)的包裝飲用水產品

華潤電力主要在中國從事風力發電場、光伏發電站、水力發電站及其他清潔和可再生能源項目以及燃煤發電站的投資、開發、運營及管理。截至2023年12月31日止年度，華潤電力錄得收入人民幣929億元。截至最後實際可行日期，華潤(集團)透過華潤電力持有重慶市能源投資集團有限公司(「重慶能源」，一家主要從事能源開發及運營的公司)約38%的權益。2023年華潤電力投資重慶能源之前，重慶能源間接持有重慶中梁山的全部100%權益。重慶中梁山主要在重慶市及四川省周邊縣從事包裝飲用水產品的生產及銷售。我們認為，由於以下原因，重慶中梁山的包裝飲用水產品與我們的包裝飲用水產品之間並無實質性競爭：

- **業務規模不同。**截至2023年12月31日止年度，重慶中梁山產生的收入不足華潤電力收入的0.03%，而截至2023年12月31日止年度，我們的包裝飲用水產品產生的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。

與控股股東的關係

- **地理區域不同。**重慶中梁山的包裝飲用水產品主要在重慶市及四川省周邊縣銷售，而我們的包裝飲用水產品業務覆蓋中國各地。

東阿阿膠股份有限公司(「東阿阿膠」)的阿井水

截至2023年12月31日，華潤(集團)通過華潤醫藥間接持有東阿阿膠(一家於深交所上市的公司(股份代號：000423))約33%的權益。東阿阿膠主要從事以阿膠為原材料的中藥及膳食補充劑的生產和銷售，並於截至2023年12月31日止年度錄得收入人民幣4,715.3百萬元。自2016年起，東阿阿膠開始生產和銷售其包裝飲用水產品「阿井水」，主要作為推廣其阿膠產品的附屬品。我們認為，阿井水與我們的包裝飲用水產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和業務規模不同。**阿井水並非東阿阿膠的主要產品，僅作為東阿阿膠文化旅遊系列產品的一部分，用於在旅遊景點推廣其阿膠產品。因此，於截至2023年12月31日止年度，阿井水產生的收入佔東阿阿膠總收入的比例不足0.03%。而我們的包裝飲用水產品是我們的主要產品，截至2023年12月31日止年度，包裝飲用水產品產生的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。
- **銷售渠道和消費場景不同。**阿井水通常在上述旅遊景點出售以進行推廣或作為贈品隨東阿阿膠的阿膠產品一同提供，據我們所知，在可預見的將來，預計不會大量專門銷售或推廣阿井水，而本集團的包裝飲用水產品擁有多元化的銷售渠道和廣泛的經銷網絡，以滿足客戶的日常消費需求。
- **地理區域不同。**阿井水僅在山東省聊城市東阿縣旅遊景點銷售，而我們的包裝飲用水產品遍佈全國各地。

與控股股東的關係

華潤萬家的風味飲品及包裝飲用水

華潤萬家為華潤(集團)的子公司，主要通過遍佈全國的自營門店從事零售連鎖業務。華潤萬家採購代工廠生產的風味飲品及包裝飲用水，以自有品牌在其自營門店銷售。我們認為，華潤萬家的風味飲品及包裝飲用水與我們的飲料產品及包裝飲用水之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **非核心產品。**華潤萬家銷售的商品種類繁多，包括但不限於生鮮及包裝食品、日用品及其他消費品。截至2023年12月31日止年度，華潤萬家銷售自有品牌的風味飲品及包裝飲用水所產生的收入不到華潤萬家收入的1%，而我們的所有收入均來自包裝飲用水及飲料銷售。
- **銷售渠道不同。**我們主要通過遍佈全國的經銷網絡向經銷商及包括KA客戶(包括全國知名商超、連鎖便利店及電商平台)在內的直營客戶銷售產品，而華潤萬家則在其自營門店直接向終端客戶銷售風味飲品及包裝飲用水。

Plateau的主營業務

Plateau由Dong Yi女士最終控制，是一家主要從事投資控股的機構。

根據上市規則第8.10條，與我們的控股股東並無競爭

基於上述原因，我們認為保留業務與我們的包裝水及飲料產品業務之間不存在實質性競爭，且本集團與保留業務的董事或高級管理層並無重疊。

除上文所披露的保留業務外，根據上市規則第8.10條，截至最後實際可行日期，除我們的業務及本文件所披露者外，我們的控股股東在與我們的業務構成直接或間接競爭或可能構成直接或間接競爭的業務中不擁有任何權益。

獨立於我們的控股股東

經考慮以下因素，我們的董事認為，我們可於[編纂]後獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人開展業務。

與控股股東的關係

運營獨立性

我們獨立於控股股東經營業務。我們已取得業務所需的相關資質及牌照、獨立經營場所、域名及系統。

我們有自己的組織架構，設有自治部門，每個部門都有特定的職責範圍。我們亦維持一套全面的內部控制程序，以促進我們業務的有效運營。我們已採納一套企業管治手冊，包括均根據相關法律、規則及法規制定的股東大會職權範圍及董事會會議職權範圍。

我們已與華潤(集團)就向華潤(集團)及／或其聯繫人提供的產品或服務或由華潤(集團)及／或其聯繫人提供的產品或服務訂立若干持續關連交易。該等交易於並將於本公司一般及日常業務過程中按公平基準及一般商業條款進行。請參閱「關連交易」一節。

基於上文所述，董事認為本集團獨立於控股股東經營。

財務獨立性

我們成立了自己的財務部，擁有獨立的財務人員團隊，獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人，負責我們的財務管理、會計、報告和資金職能，並擁有健全和獨立的財務制度，根據自身業務需要作出獨立的財務決策。本集團獨立開設銀行賬戶，不與控股股東及／或其各自的緊密聯繫人共用任何銀行賬戶。本集團以自有資金獨立進行稅務登記和納稅。因此，在現金和會計管理、發票和賬單等財務職能方面，我們的運營獨立於控股股東及／或其各自的緊密聯繫人。

我們並不依賴控股股東或其各自的緊密聯繫人提供財務援助。本集團有能力從獨立第三方獲得融資，而無需依賴控股股東及／或其各自的緊密聯繫人提供的任何擔保或抵押。我們與華潤銀行訂立存款服務及其他相關服務框架協議，該協議將構成本集團的持續關連交易。該等存款安排不會影響本集團的財務獨立性，因為華潤銀行並無向我們提供財務資助。請參閱「關連交易」一節。本集團於[編纂]時將不會有任何來自控股股東及／或其各自緊密聯繫人的貸款、擔保或其他財務資助。

與控股股東的關係

基於以上所述，董事認為，本公司在財務上獨立於控股股東。

管理獨立性

我們的業務由董事會和高級管理層管理和開展，我們的董事相信，由於以下原因，本公司能夠保持管理獨立性：

- 我們的執行董事和所有高級管理層成員（他們並未在我們的控股股東中擔任任何管理職位）負責本公司的日常管理和運營；
- 我們的每位董事都知悉其作為董事的受託責任，其中包括要求其為本公司的利益和最佳利益行事，不允許其董事職責與個人利益之間存在任何衝突；
- 倘本集團與我們的董事或其各自的緊密聯繫人之間達成的任何交易存在潛在利益衝突，有利益關係的董事須放棄就相關決議案投票，且不得計入法定人數；
- 我們的四位獨立非執行董事均獨立於我們的控股股東，並在各自的專業領域擁有豐富的經驗。請參閱「董事及高級管理層」。我們所有的獨立非執行董事都是根據上市規則的要求獲委任，以確保我們董事會的決策乃充分考慮了獨立和公正的意見後作出；及
- [編纂]完成後，本公司將採取一系列企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突（如有），從而支持本公司的獨立管理。更多詳情，請參閱本節下文「企業管治措施」。

基於以上所述，並考慮到我們與控股股東及其各自的緊密聯繫人之間不存在上市規則第8.10條所定義的實質性競爭，董事認為我們的管理層獨立於控股股東。

與控股股東的關係

企業管治措施

董事認同良好企業管治對保障股東權益的重要性。本公司將採取以下企業管治措施，以管理[編纂]後本集團與控股股東及其各自緊密聯繫人之間的潛在利益衝突：

- 倘舉行董事會會議以考慮董事擁有重大權益的事項，有關董事須就相關決議案放棄投票，且不得計入投票的法定人數內；
- 倘股東大會涉及我們的任何控股股東及其各自的緊密聯繫人擁有重大利益的建議交易，則該控股股東將不對相關決議進行表決，也不得計入投票的法定人數；
- 本公司已設立內部監控機制，以識別關連交易。[編纂]後，如本集團與控股股東或其各自的任何聯繫人進行關連交易，本公司將遵守上市規則第十四A章的相關規定，包括上市規則的公告、申報及獨立股東批准規定（如適用）；
- 董事會將由執行董事及非執行董事均衡組合而成（包括不少於三分之一的獨立非執行董事），以確保董事會在決策過程中能有效地行使獨立判斷，並向股東提供獨立意見。獨立非執行董事個別及共同地具備所需的知識及經驗。彼等致力於提供公正及專業的意見，以保障少數股東的權益；
- 我們的董事（包括獨立非執行董事）將根據上市規則附錄C1所載的企業管治守則及企業管治報告，在適當時尋求外部顧問的獨立及專業意見，費用由本公司承擔；及
- 我們已委任浩德融資有限公司為我們的合規顧問，該顧問將就遵守上市規則及適用法律、規則、守則及指引，包括但不限於有關董事職責及內部監控的各項規定，向我們提供意見及指導。

綜上所述，董事信納充分的企業管治措施已就位，以於[編纂]後管理控股股東及／或董事之間的利益衝突，從而保障少數股東的權益。

主要股東

主要股東

就董事所知，截至最後實際可行日期及緊隨[編纂]完成後，以下人士已及將於我們的股份或本公司相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於所有情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本10%或以上的權益：

| 股東 | 權益性質 | 截至最後實際可行日期持有的股份 | | 緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使) 持有的股份 ⁽¹⁾ | | 緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]獲悉數行使) 持有的股份 ⁽¹⁾ | |
|--------------------------------------------------|--------|-----------------|-----|---------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------|------|
| | | 數量 | 百分比 | 數量 | 百分比 | 數量 | 百分比 |
| 中國華潤有限公司 ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| China Resources Inc. ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| CRC Bluesky Limited ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 華潤(集團) ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 華潤集團(華創) ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 華潤創業 ⁽¹⁾ | 受控法團權益 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 華潤集團(飲料) ⁽¹⁾ | 實益擁有人 | 1,200,000,000 | 60% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| Dong Yi女士 ⁽²⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| Plateau Holding Limited ⁽²⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |

主要股東

| 股東 | 權益性質 | 截至最後實際可行日期持有的股份 | | 緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使) 持有的股份 ⁽¹⁾ | | 緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]獲悉數行使) 持有的股份 ⁽¹⁾ | |
|-------------------------------------|--------|-----------------|-----|---------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------|------|
| | | 數量 | 百分比 | 數量 | 百分比 | 數量 | 百分比 |
| Plateau Investment | | | | | | | |
| Limited ⁽²⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| Plateau Consumer | | | | | | | |
| Fund, L.P. ⁽²⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| Plateau ⁽²⁾ | 實益擁有人 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 中國投資有限責任公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 中央匯金投資有限 | | | | | | | |
| 責任公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 中國銀行股份有限公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 中銀集團投資有限公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 中銀投資管理有限公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 銘宇有限公司 ⁽³⁾ | 受控法團權益 | 800,000,000 | 40% | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）直接持有我們60%的股份。華潤怡寶飲料為華潤創業的全資子公司，而華潤創業由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。華潤（集團）為CRC Bluesky Limited的子公司，而CRC Bluesky Limited由China Resources Inc.全資擁有。China Resources Inc.由中國華潤有限公司全資擁有。
- (2) 截至最後實際可行日期，Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.（其普通合夥人為Plateau Investment Limited）全資擁有。Plateau Investment Limited由Dong Yi女士全資擁有的Plateau Holding Limited全資擁有。除於Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人權益外，Dong Yi女士亦通過Plateau Capital Limited及Plateau Group Limited合計持有Plateau Consumer Fund, L.P.的2.65%有限合夥權益。

主要股東

- (3) 截至最後實際可行日期，銘宇有限公司持有Plateau Consumer Fund, L.P.約36.8%的有限合夥權益。銘宇有限公司由中銀投資管理有限公司全資擁有，而中銀投資管理有限公司由中國銀行股份有限公司（香港聯交所上市公司，股份代號：3988；上海證券交易所上市公司，股票代碼：601988）的子公司中銀集團投資有限公司全資擁有。中銀國際亞洲有限公司（[編纂]的聯席保薦人之一）為中國銀行股份有限公司的子公司。截至2023年12月31日，中國銀行股份有限公司由中央匯金投資有限責任公司持有64.13%的權益，而中央匯金投資有限責任公司由國有企業中國投資有限責任公司全資擁有。

除上文所披露者外，就董事所知，並無任何其他人士於緊隨[編纂]完成後將於我們的股份或本公司相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於所有情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本10%或以上的權益。

PLATEAU的股份質押

截至最後實際可行日期，Plateau持有的全部本公司股份（佔我們已發行股本總額的40%）均須就某銀團（包括中銀香港）向Plateau提供貸款而質押予該銀團。

於2023年10月11日，中銀香港（作為擔保代理行及代表銀團）向本公司發出一封承諾函，據此，(a)自本文件日期起至[編纂]後六個月期間（「首六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(a)條的規定，中銀香港不得強制執行股份質押，以致Plateau於本公司的持股量有任何變動；及(b)於首六個月屆滿之日起計六個月期間，為符合上市規則第10.07(1)(b)條的規定，中銀香港不得強制執行股份質押，以致Plateau不再為本公司控股股東。

股 本

法定及已發行股本

以下為本公司截至本文件日期及緊隨[編纂]完成後以繳足或入賬列作繳足方式發行及將予發行的法定及已發行股本概況：

| | <u>合計股份面值</u> |
|--------------------------------------------|---------------|
| 截至本文件日期 | |
| 法定股本 | |
| [100,000,000,000]股每股[0.0000005]美元的股份 | [50,000]美元 |
| 已發行股本 | |
| [2,000,000,000]股每股[0.0000005]美元的股份 | [1,000]美元 |
| 緊隨[編纂]完成後的股本 | |
| 法定股本 | |
| [100,000,000,000]股每股[0.0000005]美元的股份 | [50,000]美元 |
| 根據[編纂]將予發行的股份 (假設[編纂]未獲行使) | |
| [編纂]股每股[0.0000005]美元的股份 | [編纂]美元 |
| 緊隨[編纂]完成後已發行股份總數 (假設[編纂]未獲行使) | |
| [編纂]股每股[0.0000005]美元的股份 | [編纂]美元 |

上表假設[編纂]成為無條件及股份根據[編纂]予以發行。上表亦無計及我們根據下文所述授予董事的一般授權而可能發行或購回的任何股份。

地位

[編纂]將在所有方面與本文件所述目前已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，並將合資格及同等享有於本文件日期後的記錄日期就股份所宣派、作出或派付的所有股息或其他分派。

股 本

須召開股東大會的情況

根據《開曼公司法》以及《組織章程大綱及細則》的條款，本公司可不時通過股東普通決議案(i)增加其股本；(ii)將其資本合併及分拆為面值較大的股份；(iii)將其股份拆細為面值較小的股份；(iv)註銷任何未被任何人士認購或協定予以認購的股份；(v)就配發及發行不附帶任何投票權的股份作出撥備；(vi)更改其股本的計值貨幣；(vii)削減其股份溢價賬；及(viii)執行任何毋須以特別決議案作出的行動。此外，本公司可遵照《開曼公司法》的規定以股東通過特別決議案的方式削減其股本。有關進一步詳情，請參閱附錄三「本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要－2.《組織章程細則》－2.1股份－(c)變更股本」。

發行股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，董事獲授一般無條件授權，以配發、發行及買賣股份，惟有關股份總面值不得超過以下兩者之總和：

- 緊隨[編纂]完成後已發行股份總面值的[編纂]；及
- 我們根據本節「一 購回股份的一般授權」一段所述權力購回股份的總面值。

該項發行股份的一般授權將於下列時間屆滿（以最早者為準）：

- 本公司下屆股東週年大會結束時，除非股東於股東大會上另行通過普通決議案無條件或有條件續期；或
- 《大綱》及《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會期限屆滿時；或
- 股東於股東大會通過普通決議案修改或撤銷該項授權之日。

有關詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－4.本公司日期為2024年4月21日及[●]的股東決議案」。

股 本

購回股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，董事已獲授一般無條件授權，以行使本公司的一切權力購回我們本身的證券，惟有關證券面值不超過緊隨[編纂]完成後本公司已發行股份面值總額的[編纂]。

該項購回授權僅與在香港聯交所或我們的股份[編纂]（並已就此獲證監會及香港聯交所認可）的任何其他證券交易所進行的購回有關，且須按上市規則進行。相關上市規則概要載於本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5. 購回本公司自身證券」一節。該項購回股份的一般授權將於下列時間屆滿（以最早者為準）：

- 本公司下屆股東週年大會結束時，除非股東於股東大會上另行通過普通決議案無條件或有條件續期；或
- 《大綱》及《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會期限屆滿時；或
- 股東於股東大會通過普通決議案修改或撤銷該項授權之日。

有關詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5. 購回本公司自身證券」。

財務資料

以下討論及分析應與載於「附錄一 — 會計師報告」的合併財務報表連同隨附附註一併閱讀。我們的合併財務報表乃根據香港財務報告準則編製。

以下討論及分析包含涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往趨勢、當前狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果可能與前瞻性陳述中的預測存在重大差異。可能導致未來業績與前瞻性陳述所預測者有重大差異的因素包括但不限於本文件「風險因素」及「前瞻性陳述」及其他章節所討論者。

概覽

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領導者。根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。經過四十年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計）。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌。我們以包裝飲用水為核心、創新佈局更多飲料品類，不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，展示了我們在包裝飲用水以及飲料產品方面的領先地位。

以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。同時，我們戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，在中國前十大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的飲料產品零售額增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）為最高。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等多個核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二。

財務資料

於往績記錄期間，我們實現了收入的穩定增長和盈利水準的持續提高。我們的收入從2021年的人民幣11,339.9百萬元增至2023年的人民幣13,514.7百萬元，複合年增長率為9.2%。於2021年、2022年及2023年，我們的淨利潤分別為人民幣858.1百萬元、人民幣988.7百萬元及人民幣1,331.4百萬元，而淨利潤率分別為7.6%、7.8%及9.9%。

呈報基準

我們的合併財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則（「**香港財務報告準則**」）編製。我們的合併財務資料乃根據歷史成本慣例編製，並經重估以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及金融負債（按公允價值列賬）而作出修訂。

編製符合香港財務報告準則的合併財務資料需要使用若干關鍵會計估計。其亦要求我們的管理層在應用我們的會計政策過程中作出判斷。涉及高度判斷或複雜性的範疇，或對我們的合併財務資料屬重大的假設及估計範疇於本文件附錄一會計師報告附註5披露。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績已經並預期將繼續受到多項因素的重大影響，其中許多因素超出我們的控制範圍，包括以下各項：

一般因素

我們的業務及經營業績受到影響即飲軟飲行業的一般因素的影響，包括：

- 中國宏觀經濟的發展；
- 人均可支配收入和軟飲產品支出的變化；
- 中國不斷變化的消費者消費模式及習慣；
- 中國即飲軟飲行業的增長及競爭環境；
- 影響即飲軟飲行業的相關法律及法規、政府政策及舉措；及
- 天氣、自然災害及氣候變化。

財務資料

特定因素

市場需求

我們的經營業績在很大程度上取決於市場對我們產品的需求，包括包裝飲用水及飲料產品。根據灼識諮詢報告，在城市化進程加快、可支配收入提高、持續的產品創新和市場細分化以及銷售渠道多樣化的推動下，中國即飲軟飲市場預計將持續增長。根據相同資料來源，於2023年，按零售額計，中國即飲軟飲市場規模達人民幣9,092億元，預計到2028年將增長至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。按零售額計，包裝飲用水是所有即飲軟飲中最大的品類，2023年的市場規模為人民幣2,150億元，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年按7.9%的複合年增長率增長，是所有即飲軟飲品類中增長最快的品類。於2023年，按零售額計，包裝飲用水市場佔中國即飲軟飲市場的23.6%，並估計到2028年仍將保持其領導地位。請參閱「行業概覽」。

作為中國包裝飲用水行業的開創者及中國即飲軟飲行業的領導者，我們處於有利地位，可憑藉強勁的品牌知名度、全面的產品組合和遍佈全國的龐大銷售網絡，鞏固我們的市場領導地位並把握新興商機。

我們的銷售網絡及地域覆蓋範圍

我們建立了由經銷及直營組成的廣泛的銷售網絡，以覆蓋廣泛的消費者、提高我們的品牌知名度並鞏固我們的競爭優勢。維持有效的經銷網絡使我們的包裝飲用水及飲料產品順利交付予消費者，且我們的經銷商在擴大我們的地理覆蓋範圍及推動我們產品的銷售方面發揮著重要作用。於2021年、2022年及2023年，我們自經銷產生的收入為人民幣9,963.2百萬元、人民幣11,098.2百萬元及人民幣11,785.4百萬元，分別佔相同年度我們總收入的87.9%、87.9%及87.2%。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋全國超過兩百萬個零售網點。同時，於2021年、2022年及2023年，我們自直營產生的收入分別為人民幣1,376.7百萬元、人民幣1,524.6百萬元及人民幣1,729.3百萬元，分別佔相同年度我們總收入的12.1%、12.1%及12.8%。請參閱「業務 - 我們的銷售網絡」。

財務資料

我們預計會繼續深化已建立領先優勢的市場的銷售網絡覆蓋，例如南部地區。於往績記錄期間，南部地區為我們貢獻的收入最多。同時，我們錄得東部地區及西南地區收入的大幅增長，鑒於我們持續深耕在全國其他地區的市場增長空間。

- 我們產生自東部地區的收入由2021年的人民幣2,809.6百萬元增加29.4%至2022年的人民幣3,636.0百萬元，並進一步增加10.2%至2023年的人民幣4,006.1百萬元。我們產生自東部地區的收入佔總收入的百分比由2021年的24.8%增加至2022年的28.8%，並進一步增加至2023年的29.6%。
- 我們產生自西南地區的收入由2021年的人民幣1,463.7百萬元增加17.5%至2022年的人民幣1,719.1百萬元，並進一步增加10.4%至2023年的人民幣1,897.7百萬元。我們產生自西南地區的收入佔總收入的百分比由2021年的12.9%增加至2022年的13.6%，並進一步增加至2023年的14.0%。

產品組合

我們的成功在很大程度上取決於優化我們的產品組合以滿足不斷變化的消費者口味、偏好及消費習慣的能力。我們擁有兩個品類的多元化產品組合：包裝飲用水產品及飲料產品。我們產品組合的廣度及深度使我們能夠為消費者提供多種飲用選擇，以滿足他們的各種偏好。我們的小規格瓶裝水產品一直是「怡寶」品牌的旗艦產品。自2001年推出以來，「小綠瓶」的經典形象幫助我們迅速獲得市場認可，並在包裝飲用水市場上獲得可觀的市場份額，為我們樹立品牌地位及聲譽作出重大貢獻。於往績記錄期間，我們前瞻性地推出中大規格瓶裝水產品，以迎合家庭、餐飲及外出等多種消費場景。於2021年、2022年及2023年，我們自中大規格瓶裝水產品銷售產生的收入分別為人民幣3,469.2百萬元、人民幣3,962.3百萬元及人民幣4,242.9百萬元，分別佔相同年度我們包裝飲用水產品收入的約32.1%、33.3%及34.1%。此外，我們在包括「至本清潤」、「假日系列」、「佐味茶事」及「FEEL」氣泡蘇打水系列下推出了多種新軟飲產品。截至最後實際可行日期，我們的產品組合合計包括13個品牌及56個SKU。倘我們不能有效地預測及應對不斷變化的趨勢以及消費者偏好，我們的銷售和增長可能會受到不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績」。

財務資料

銷售成本

我們維持及提高利潤率的能力主要取決於我們管理銷售成本水平的能力。於往績記錄期間，我們的銷售成本主要包括：(i)原材料及包裝材料成本；(ii)合作生產夥伴服務費；及(iii)生產費用。

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料種類為PET（用於製造瓶子）。我們的其他原材料及包裝材料主要包括紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及糖。我們的銷售成本受到原材料及包裝材料價格波動的影響，而原材料及包裝材料價格通常受市況影響。特別是，PET價格受原油價格的影響較大，其價格波動會嚴重影響我們的盈利能力。我們並無就原材料及包裝材料價格進行任何對沖活動。然而，我們針對不同的材料採用量身定製的採購策略，並不斷調整我們的方法，以確保供應的穩定性和及時性。此外，我們利用AI技術升級了我們的專有大宗物料管理系統，形成了從材料採購的需求預測、招標發佈、原材料配送及庫存管理到對賬的全週期、閉環的原材料管理。請參閱「業務－供應鏈管理－原材料及包裝材料」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響」。於2021年、2022年及2023年，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣3,722.8百萬元、人民幣4,576.8百萬元及人民幣4,507.6百萬元，分別佔相同年度我們總銷售成本的約58.5%、62.2%及60.3%。

我們在控制相關合作生產夥伴服務成本的同時有效協調合作生產夥伴與我們業務擴展需求的能力可能影響我們的盈利能力及經營業績。請參閱「業務－我們的生產－生產工廠－我們的合作生產夥伴」。於2021年、2022年及2023年，我們的合作生產夥伴服務費分別為人民幣1,991.9百萬元、人民幣2,039.7百萬元及人民幣2,066.5百萬元，分別佔相同年度我們總銷售成本的約31.3%、27.7%及27.6%。

財務資料

品牌推廣及市場營銷

有效的品牌推廣及市場營銷活動可提高消費者對我們品牌及產品的認知度，這可能會推動收入增長並提高客戶忠誠度。我們已將「你我的怡寶」作為我們的品牌標語，將「安全、健康、美好的生活」作為我們的品牌精神，以及將「健康、安全、專業」作為我們的品牌形象。倘我們未能維持較高的品牌知名度，我們的業務營運及財務業績可能會受到負面影響。

我們採用多方面的營銷策略，旨在以有意義及具影響力的方式（如體育營銷、綜藝營銷及在途營銷計劃）與觀眾建立聯繫並推廣我們的品牌。於2021年、2022年及2023年，我們分別產生了人民幣1,046.6百萬元、人民幣963.3百萬元及人民幣1,074.2百萬元的營銷及推廣費用，分別佔相同年度我們總收入的9.2%、7.6%及7.9%。受益於我們致力於有效開展市場營銷及品牌推廣活動，於2021年至2022年我們的營銷及推廣費用佔總收入的百分比有所下降，並於2023年保持相對穩定。

物流服務開支

有效控制物流服務開支對我們的經營業績而言至關重要。於2021年、2022年及2023年，我們分別產生了人民幣911.1百萬元、人民幣1,123.4百萬元及人民幣1,046.3百萬元的物流服務開支，分別佔相同年度我們總收入的8.0%、8.9%及7.7%。於2022年我們的物流服務開支較2021年有所增加，主要與COVID-19疫情導致生產活動受限造成的調貨有關。於2023年我們的物流服務開支較2022年有所減少，主要是由於：(i)如上所述2022年的物流服務費較高；及(ii)我們的生產擴張推動物流效率提高。

我們已戰略性地採用各種方式來控制物流服務產生的開支，主要包括：(i)在我們的主要銷售區域建立具有高效物流的廣泛工廠佈局；(ii)採用不同的運輸方式，包括鐵路、公路及水路運輸，以增加服務靈活性；(iii)優化相關物流服務提供商的選擇；及(iv)與若干經銷商訂立自提安排。

財務資料

天氣及季節性

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年第二及第三季度主要因天氣轉暖而迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。於一個財政年度期間，銷量亦可能因其他原因而波動，包括新產品推出以及營銷及推廣活動的時機。因此，我們的經營業績受季節性波動的影響。

關鍵會計政策、判斷及估計

我們已識別若干會計政策及估計，而我們認為該等政策及估計對根據香港財務報告準則編製財務報表而言屬重要。該等重大會計政策載於本文件附錄一會計師報告附註4，對了解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

我們的部分會計政策涉及本文件附錄一會計師報告附註5所述的主觀假設、估計及判斷。編製財務報表時，管理層須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響收入、開支、資產及負債的呈報數字及其相關披露。該等假設及估計的不確定性可能導致日後需要對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。

我們的管理層已於下文識別彼等認為對編製財務報表至關重要的會計政策、估計及判斷。

來自客戶合同的收入

本集團於履行履約責任時（即特定履約責任相關的商品或服務的「控制權」轉移至客戶時）確認收入。

倘符合下列其中一項準則，則控制權隨時間轉移，而收入會在該段時間內根據完全履行相關履約責任的進度確認：

- 客戶在本集團履約時同時獲得及使用本集團履約所提供的利益；

財務資料

- 本集團的履約創造或增強客戶在本集團履約時控制的資產；或
- 本集團的履約並無創造一項對本集團有替代用途的資產，且本集團擁有就迄今已完成的履約獲得付款的可強制執行權。

否則，收入於客戶獲得明確商品或服務的控制權時確認。

合同負債指本集團向客戶轉讓商品或服務的責任，而本集團已就此向客戶收取對價（或對價金額已到期）。

可變對價

對於包含可變對價銷售折扣的合同，本集團對有權取得的對價金額採用最可能金額法進行評估，此方法可更好地預測本集團將有權收取的對價金額。

可變對價估計金額僅在以下情況下方會計入交易價格：當有關可變對價的不確定因素隨後獲解決時，該計入很可能不會導致日後收入大幅撥回。

於每個報告期末，本集團更新估計交易價格（包括更新其對可變對價估計是否受限的評估），以忠實反映報告期末的情況和報告期內的變動情況。

附有退貨權的銷售

就附有退貨權可交換不同產品的產品銷售而言，本集團確認以下各項：

- 按本集團預期有權收取的對價金額確認已轉讓產品的收入（因此，將不會就預期退貨的產品確認收入）；
- 退款負債；及
- 就自客戶收回產品的權利確認資產（並對銷售成本作相應調整），列作退回商品權利的資產。

財務資料

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為用作生產或供應商品或服務或作行政用途而持有的有形資產（不包括下文所述的在建工程）。物業、廠房及設備乃按其成本減去其後累計折舊及其後累計減值虧損（如有）於合併財務狀況表列賬。

用於生產、供應或行政用途的在建樓宇及機器按成本減任何已確認減值虧損列賬。成本包括為使資產達到管理層擬定的可供經營所必需的位置及狀態而直接產生的任何成本，以及就合資格資產而言，根據本集團的會計政策予以資本化的借貸成本。該等資產按與其他物業資產相同的基準於資產已就緒作擬定用途時開始計提折舊。

物業、廠房及設備（不包括在建工程）確認的折舊乃以其成本減去其殘值後，按估計可使用年期以直線法撇銷。估計可使用年期及折舊方法均於各報告期末作出檢討，任何估計變更的影響按預期基準列賬。

當一項物業、廠房及設備出售或預期繼續使用該資產不再產生未來經濟利益時，該項物業、廠房及設備不再被確認。因出售或報廢一項物業、廠房及設備而產生的任何收益或虧損，乃按出售所得款項與資產的賬面值之差額計算，並於損益賬中確認。

當本集團就物業擁有權權益（包括租賃土地及樓宇部分）付款時，全部對價按初始確認時相關公允價值比例於租賃土地及樓宇部分之間分配。倘相關付款能可靠分配，租賃土地權益於合併財務狀況表中呈列為「使用權資產」。倘對價無法於相關租賃土地的非租賃樓宇部分及不可分割權益之間可靠分配，則全部物業分類為物業、廠房及設備。

財務資料

存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中的較低者列賬。存貨成本包括直接材料及(如適用)直接人工成本及將存貨送達至目前位置及保持其狀況所產生的間接費用。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完成成本及進行銷售所需的成本。

稅收

所得稅開支指即期及遞延所得稅開支之總和。

即期應付稅項乃按年內應納稅利潤計算。應納稅利潤與稅前利潤不同，乃由於其不包括其他年度應納稅或可扣稅的收入或開支項目，亦不包括可作免稅或不可作可扣稅的項目。本集團的即期稅項負債乃使用於各報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項就歷史財務資料內資產及負債的賬面值與計算應納稅利潤所採用相應稅基之暫時差異予以確認。遞延稅項負債一般就所有應納稅暫時差異確認，而遞延稅項資產則一般於可抵免暫時差異有可能用以抵銷應納稅利潤時就全部可抵扣暫時差異予以確認。如暫時差異產生自商譽或自初始確認(業務合併除外)一項不影響應納稅利潤或會計利潤之交易內的其他資產及負債，而當交易發生時並無產生同等的應納稅暫時性差異和可抵扣暫時性差異，相關遞延稅項資產及負債不予確認。此外，倘暫時差異產生自商譽的初始確認，則不會確認遞延稅項負債。

遞延稅項負債就與於子公司的投資相關的應納稅暫時差異予以確認，除非本集團可控制暫時差異的回撥，而此暫時差異在可預見的將來很可能不會回撥。與該等投資及權益相關的可抵免暫時差異所產生的遞延稅項資產，僅於應納稅利潤有很大機會有足夠應納稅利潤以使用暫時差異利益且暫時差異在可預見未來將轉回時，方予以確認。

遞延稅項資產的賬面值乃於各報告期末進行檢討，並於沒可能會有足夠應納稅利潤恢復全部或部分資產時作出調減。

財務資料

遞延稅項資產及負債基於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅務法律），按預期於有關負債清償或有關資產變現期間適用的稅率計量。

遞延稅項負債和資產的計量反映本集團預期於各報告期末收回資產或清償負債賬面價值的方式所導致的納稅後果。

就計量本集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易的遞延稅項而言，本集團首先釐定稅項扣減是否歸屬於使用權資產或租賃負債。

就稅項扣減歸屬於租賃負債之租賃交易而言，本集團對租賃負債及相關資產各自應用香港會計準則第12號的規定。本集團當可能有應納稅利潤可用以抵銷可抵免暫時差異時確認與租賃負債有關的遞延稅項資產，並就所有應納稅暫時差異確認遞延稅項負債。

在有法定可強制執行權利將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷時及當其與同一稅務機關向同一稅收實體所徵收的所得稅有關，遞延稅項資產及負債可互相抵銷。

即期及遞延稅項乃於損益中確認，除非該稅項與於其他全面收入或直接於權益中確認之項目有關，在此情況下，即期及遞延稅項亦分別於其他全面收入或直接於權益中確認。就因對業務合併進行初始會計處理而產生之即期或遞延稅項而言，稅務影響乃計入業務合併之會計處理內。

於評估所得稅處理的任何不確定性時，本集團考慮相關稅務機關是否有可能接受個別集團實體於其所得稅申報中使用或擬使用的不確定稅務處理方式。倘有可能，即期及遞延稅項之釐定與所得稅申報中的稅務處理方式一致。倘相關稅務機關不太可能接受不確定稅務處理，則採用最可能金額或預期價值反映各項不確定因素的影響。

財務資料

合併損益表的主要組成部分

下表概述我們於所示年度的經營業績：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 收入..... | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |
| 銷售成本..... | (6,368,515) | (7,363,672) | (7,479,514) |
| 毛利..... | 4,971,366 | 5,259,104 | 6,035,214 |
| 其他收入..... | 295,956 | 340,172 | 367,246 |
| 其他收益及虧損..... | (10,577) | (3,187) | (14,622) |
| 預期信貸虧損模式下的 | | | |
| 減值虧損(扣除撥回)..... | 9,480 | (27,222) | (3,817) |
| 經銷及銷售費用..... | (3,756,727) | (3,877,617) | (4,086,510) |
| 行政開支..... | (253,238) | (265,029) | (300,562) |
| 研發成本..... | (48,979) | (49,179) | (61,510) |
| 財務成本..... | (1,782) | (1,617) | (42,516) |
| [編纂]開支..... | – | – | (14,490) |
| 稅前利潤..... | 1,205,499 | 1,375,425 | 1,878,433 |
| 所得稅開支..... | (347,358) | (386,704) | (547,063) |
| 年內利潤..... | 858,141 | 988,721 | 1,331,370 |
| 歸屬於： | | | |
| 本公司擁有人..... | 858,141 | 989,808 | 1,329,341 |
| 非控股權益..... | – | (1,087) | 2,029 |

收入

於往績記錄期間，我們從兩類商品產生收入，即包裝飲用水產品及飲料產品。

於往績記錄期間，我們的收入錄得穩定增長。於2021年、2022年及2023年，我們的收入分別為人民幣11,339.9百萬元、人民幣12,622.8百萬元及人民幣13,514.7百萬元。

我們於往績記錄期間的收入增長主要歸因於(i)客戶對我們產品的需求不斷增加，此乃由於(a)我們的品牌知名度提升及(b)憑藉我們對市場的深入了解及對研發的投入，我們不斷努力優化及更新我們的產品組合；(ii)我們在「精耕細作，決勝終端」的策略

財務資料

下，加強銷售網絡運營，深化我們的經銷網絡滲透，並加強對包括線下直營、電商平台及線上自營門店等直營網絡的培育；及(iii)我們繼續深化已建立領先優勢的市場的銷售網絡覆蓋，並持續深耕在全國其他地區的市場增長空間，華東、西南及其他地區貢獻的收入有所增長。請參閱「一 按地理位置劃分的收入」。

按產品品類劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入來自銷售：(i)包裝飲用水產品，包括小規格瓶裝水產品、中大規格瓶裝水產品及桶裝水產品；及(ii)飲料產品。請參閱「業務－我們的產品及品牌」。

下表載列我們於所示年度按產品品類劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 包裝飲用水產品 | 10,817,805 | 95.4 | 11,905,738 | 94.3 | 12,446,560 | 92.1 |
| 小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾ | 6,922,561 | 61.0 | 7,484,417 | 59.3 | 7,715,685 | 57.1 |
| 中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾ | 3,469,225 | 30.6 | 3,962,285 | 31.4 | 4,242,914 | 31.4 |
| 桶裝水產品 ⁽³⁾ | 426,019 | 3.8 | 459,036 | 3.6 | 487,961 | 3.6 |
| 飲料產品 | 522,076 | 4.6 | 717,038 | 5.7 | 1,068,168 | 7.9 |
| 合計 | <u>11,339,881</u> | <u>100.0</u> | <u>12,622,776</u> | <u>100.0</u> | <u>13,514,728</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝水產品。

財務資料

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自包裝飲用水產品的銷售，且我們的收入增長主要受包裝飲用水產品的驅動。同時，於往績記錄期間，我們銷售飲料產品產生的收入的絕對金額及佔總收入的百分比均有所增長。

於2021年、2022年及2023年，我們的包裝飲用水產品產生的收入分別為人民幣10,817.8百萬元、人民幣11,905.7百萬元及人民幣12,446.6百萬元，2021年至2023年的複合年增長率達7.3%。

我們的飲料產品產生的收入由2021年的人民幣522.1百萬元增加37.3%至2022年的人民幣717.0百萬元，並進一步增加49.0%至2023年的人民幣1,068.2百萬元。

下表載列我們於所示年度按產品品類劃分的銷量明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|---------------------|-----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 銷量 | % | 銷量 | % | 銷量 | % |
| | (以千公噸為單位，百分比除外) | | | | | |
| 包裝飲用水產品 | 11,786 | 98.8 | 12,727 | 98.5 | 13,491 | 98.0 |
| 小規格瓶裝水產品 | 5,604 | 47.0 | 5,889 | 45.6 | 6,189 | 45.0 |
| 中大規格瓶裝水產品 | 4,284 | 35.9 | 4,846 | 37.5 | 5,274 | 38.3 |
| 桶裝水產品 | 1,898 | 15.9 | 1,992 | 15.4 | 2,028 | 14.7 |
| 飲料產品 | 139 | 1.2 | 188 | 1.5 | 275 | 2.0 |
| 合計 | 11,925 | 100.0 | 12,915 | 100.0 | 13,766 | 100.0 |

財務資料

於2022年及2023年，我們包裝飲用水及飲料產品所有產品品類的銷量較2021年及2022年均有所增加。

- 我們的包裝飲用水產品銷量由2021年的11.8百萬公噸增加8.0%至2022年的12.7百萬公噸，並進一步增加6.0%至2023年的13.5百萬公噸，主要由於我們的中大規格瓶裝水產品的銷量增加。
- 我們的飲料產品銷量由2021年的0.1百萬公噸增加35.3%至2022年的0.2百萬公噸，並進一步增加46.3%至2023年的0.3百萬公噸，主要驅動因素為「至本清潤」、「假日系列」和「蜜水系列」產品的銷量增長。

於2021年、2022年及2023年，我們包裝飲用水產品的平均售價保持相對穩定。於2021年至2023年，我們飲料產品的平均售價逐年增加，主要反映了我們的議價能力因我們品牌知名度的提高和我們業務規模的擴大而有所增強。下表載列我們於所示年度按產品品類劃分的平均售價明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣元／公噸) | | |
| 包裝飲用水產品 | 918 | 935 | 923 |
| 小規格瓶裝水產品 | 1,235 | 1,271 | 1,247 |
| 中大規格瓶裝水產品 | 810 | 818 | 804 |
| 桶裝水產品 | 225 | 230 | 241 |
| 飲料產品 | 3,761 | 3,812 | 3,885 |

財務資料

按地理位置劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自南部地區及東部地區。下表載列我們於所示年度按地理位置劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 地理位置⁽¹⁾ | | | | | | |
| 南部地區 | 4,368,373 | 38.5 | 4,333,433 | 34.3 | 4,391,811 | 32.5 |
| 東部地區 | 2,809,599 | 24.8 | 3,635,992 | 28.8 | 4,006,147 | 29.6 |
| 西南地區 | 1,463,676 | 12.9 | 1,719,123 | 13.6 | 1,897,664 | 14.0 |
| 其他地區 | 2,698,233 | 23.8 | 2,934,228 | 23.2 | 3,219,106 | 23.8 |
| 合計 | <u>11,339,881</u> | <u>100.0</u> | <u>12,622,776</u> | <u>100.0</u> | <u>13,514,728</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- (1) 南部地區、東部地區及西南地區均位於中國大陸，而其他地區則包括中國大陸其他地區、香港及澳門。

於往績記錄期間，我們的收入來自於中國大陸、香港及澳門的銷售網絡。於2021年、2022年及2023年，我們自南部地區產生的收入最高，分別為人民幣4,368.4百萬元、人民幣4,333.4百萬元及人民幣4,391.8百萬元。於往績記錄期間，憑藉我們持續深耕在全國其他地區的市場增長空間的戰略舉措以及我們在南部地區廣泛的運營經驗，我們在東部地區、西南地區及其他地區亦錄得高收入增長。於2021年、2022年及2023年，東部地區產生的收入分別佔我們總收入的24.8%、28.8%及29.6%，而西南地區產生的收入則分別佔我們總收入的12.9%、13.6%及14.0%。

財務資料

銷售成本

下表載列我們於所示年度按性質劃分的銷售成本明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|-----------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 原材料及 | | | | | | |
| 包裝材料... | 3,722,800 | 32.8 | 4,576,844 | 36.3 | 4,507,621 | 33.4 |
| 合作生產 | | | | | | |
| 夥伴服務... | 1,991,925 | 17.6 | 2,039,737 | 16.2 | 2,066,519 | 15.3 |
| 生產費用..... | 559,179 | 4.9 | 632,691 | 5.0 | 825,574 | 6.1 |
| 其他 | 94,611 | 0.8 | 114,400 | 0.9 | 79,800 | 0.6 |
| 合計 | <u>6,368,515</u> | <u>56.2</u> | <u>7,363,672</u> | <u>58.3</u> | <u>7,479,514</u> | <u>55.3</u> |

我們的銷售成本主要包括：(i) 原材料及包裝材料成本；(ii) 合作生產夥伴服務費；及(iii) 生產費用。

我們的銷售成本由2021年的人民幣6,368.5百萬元增加至2022年的人民幣7,363.7百萬元，主要是由於：(i) 我們的銷量增加；及(ii) PET市價上漲，導致我們的原材料及包裝材料成本增加。

我們的銷售成本於2022年及2023年保持相對穩定，分別為人民幣7,363.7百萬元及人民幣7,479.5百萬元，反映了以下因素的綜合影響：(i) 我們的銷量增加；(ii) 我們的生產費用主要因已投產自有工廠的產量提升而增加；及(iii) 我們原材料及包裝材料成本下降，乃由於(a) 有關材料（如PET及紙箱）的市價下跌，(b) 我們的議價能力提高及(c) 我們採取多種採購策略。

財務資料

毛利及毛利率

於2021年、2022年及2023年，我們的毛利分別為人民幣4,971.4百萬元、人民幣5,259.1百萬元及人民幣6,035.2百萬元。於2021年、2022年及2023年，我們的毛利率分別為43.8%、41.7%及44.7%。有關於往績記錄期間我們毛利及毛利率的變動詳情，請參閱「一經營業績」。

下表載列我們於所示年度按產品品類劃分的毛利及毛利率明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|---------------|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 包裝飲用水產品 | 4,821,639 | 44.6 | 5,052,642 | 42.4 | 5,675,174 | 45.6 |
| 飲料產品 | 149,727 | 28.7 | 206,462 | 28.8 | 360,040 | 33.7 |
| 合計 | 4,971,366 | 43.8 | 5,259,104 | 41.7 | 6,035,214 | 44.7 |

其他收入

於2021年、2022年及2023年，我們的其他收入分別為人民幣296.0百萬元、人民幣340.2百萬元及人民幣367.2百萬元。我們的其他收入主要包括利息收入、政府補助、以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產投資收益以及回收包裝材料銷售。下表載列我們於所示年度的其他收入明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 利息收入 | 179,045 | 148,702 | 193,579 |
| 以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產投資收益 ... | 11,060 | 69,559 | 63,551 |
| 政府補助 ⁽¹⁾ | 82,938 | 87,812 | 61,264 |
| 回收包裝材料銷售 | 6,618 | 9,669 | 30,556 |
| 其他 ⁽²⁾ | 16,295 | 24,430 | 18,296 |
| 合計 | 295,956 | 340,172 | 367,246 |

附註：

- (1) 於往績記錄期間，我們的政府補助包括獎勵我們的子公司對當地經濟作出貢獻的補貼，以及與我們對生產設施的投資有關的補貼。請參閱本文件附錄一會計師報告附註7。
- (2) 其他主要包括違約金收入及其他營業外收入。

財務資料

其他收益及虧損

於2021年、2022年及2023年，我們的其他收益及虧損分別為虧損人民幣10.6百萬元、虧損人民幣3.2百萬元及虧損人民幣14.6百萬元。我們的其他收益及虧損主要包括出售物業、廠房及設備的虧損淨額及淨匯兌(虧損)收益。於往績記錄期間，我們的匯兌收益或虧損淨額變動主要反映應收關聯方若干外幣計值現金應收款項的匯率波動。下表載列我們於所示年度的其他收益及虧損明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|---------------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 出售物業、廠房及 設備的虧損，淨額..... | (6,780) | (3,365) | (13,840) |
| 淨匯兌(虧損)收益..... | (2,201) | 2,814 | 917 |
| 其他..... | (1,596) | (2,636) | (1,699) |
| 合計..... | <u>(10,577)</u> | <u>(3,187)</u> | <u>(14,622)</u> |

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

於2021年、2022年及2023年，我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)分別為減值虧損撥回人民幣9.5百萬元、減值虧損人民幣27.2百萬元及減值虧損人民幣3.8百萬元。預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)主要指我們就若干直營客戶的貿易應收款項作出的撥備。

經銷及銷售費用

於2021年、2022年及2023年，我們的經銷及銷售費用分別為人民幣3,756.7百萬元、人民幣3,877.6百萬元及人民幣4,086.5百萬元，分別佔相同年度我們總收入的33.1%、30.7%及30.2%。我們的經銷及銷售費用主要包括：(i)員工成本，主要指與我們的銷售和營銷人員有關的工資、獎金、養老金費用和其他社會保險費用等；(ii)營銷和推廣費用，主要指為我們的客戶、零售網點和終端消費者提供服務的營銷活動費用，例如廣告、體育賽事及綜藝節目合作、貨架展示和促銷材料；(iii)物流服務開支，主要為我們產品運輸服務所產生的費用；(iv)折舊及攤銷，主要與商用冷藏展示櫃有關；及(v)其他費用，如差旅費。

財務資料

下表列出我們於所示年度的經銷及銷售費用明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 員工成本..... | 1,553,108 | 13.7 | 1,511,936 | 12.0 | 1,563,781 | 11.6 |
| 營銷和推廣費用..... | 1,046,643 | 9.2 | 963,273 | 7.6 | 1,074,170 | 7.9 |
| 物流服務開支..... | 911,071 | 8.0 | 1,123,409 | 8.9 | 1,046,273 | 7.7 |
| 折舊及攤銷..... | 122,699 | 1.1 | 163,080 | 1.3 | 248,234 | 1.8 |
| 其他..... | 123,206 | 1.1 | 115,919 | 0.9 | 154,052 | 1.1 |
| 合計..... | 3,756,727 | 33.1 | 3,877,617 | 30.7 | 4,086,510 | 30.2 |

行政開支

於2021年、2022年及2023年，我們的行政開支分別為人民幣253.2百萬元、人民幣265.0百萬元及人民幣300.6百萬元，分別佔相同年度我們總收入的2.2%、2.1%及2.2%。我們的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)諮詢費用；(iii)主要與設備及辦公樓有關的折舊及攤銷；及(iv)其他（包括工廠開辦費等）。下表列出我們於所示期間的行政開支明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
| | 2021年 | | 2022年 | | 2023年 | |
| | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 | 金額 | 佔收入的百分比 |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 員工成本..... | 145,174 | 1.3 | 163,880 | 1.3 | 147,493 | 1.1 |
| 諮詢費用..... | 37,111 | 0.3 | 32,202 | 0.3 | 68,355 | 0.5 |
| 折舊及攤銷..... | 30,778 | 0.3 | 31,561 | 0.3 | 35,112 | 0.3 |
| 辦公及差旅費用..... | 9,184 | 0.1 | 4,373 | 0.0 | 13,572 | 0.1 |
| 其他..... | 30,991 | 0.3 | 33,013 | 0.3 | 36,030 | 0.3 |
| 合計..... | 253,238 | 2.2 | 265,029 | 2.1 | 300,562 | 2.2 |

財務資料

研發成本

於2021年、2022年及2023年，我們的研發成本為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元及人民幣61.5百萬元，分別佔相同年度我們總收入的0.4%、0.4%及0.5%。我們的研發成本主要包括：(i)研發人員的員工成本；(ii)與諮詢服務有關的服務費；及(iii)試驗檢驗費。

財務成本

於2021年、2022年及2023年，我們的財務成本分別為人民幣1.8百萬元、人民幣1.6百萬元及人民幣42.5百萬元。我們的財務成本主要包括銀行借款利息及租賃負債利息。下表載列我們於所示年度的財務成本明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-------------|--------------|--------------|---------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | | |
| | | (人民幣千元) | |
| 銀行借款利息..... | — | — | 41,053 |
| 租賃負債利息..... | 1,782 | 1,617 | 1,463 |
| 財務成本..... | 1,782 | 1,617 | 42,516 |

所得稅開支

於2021年、2022年及2023年，我們的所得稅開支分別為人民幣347.4百萬元、人民幣386.7百萬元及人民幣547.1百萬元。我們的所得稅開支亦包含於往績記錄期間就若干中國子公司的未分派利潤計提的預扣所得稅。於相同年度，我們的實際所得稅率（按所得稅開支除以稅前利潤計算）分別為28.8%、28.1%及29.1%。

我們須就成員公司註冊地和運營地所在司法權區產生或源自該司法權區的利潤按實體繳納所得稅。我們在不同的司法權區須繳納不同稅率的所得稅。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已向我們經營所在司法權區的相關稅務機關作出所有規定的稅務申報，且我們並不知悉與該等稅務機關有任何未決或潛在爭議。以下列出我們的主要適用所得稅和所得稅率：

中國

根據企業所得稅法及企業所得稅法實施條例，於往績記錄期間，中國子公司的稅率為25%，惟若干子公司合資格享有稅率為20%的企業所得稅優惠。

財務資料

香港

於往績記錄期間，由於本集團沒有在香港產生或源自香港應稅利潤，因此沒有為香港利得稅作出撥備。

經營業績

2023年與2022年之間的比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣12,622.8百萬元增加7.1%至2023年的人民幣13,514.7百萬元，乃由於我們包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

我們的包裝飲用水產品收入由2022年的人民幣11,905.7百萬元增加4.5%至2023年的人民幣12,446.6百萬元，主要是由於我們加強了銷售網絡的滲透並擴大了部分產品（特別是中大規格瓶裝水產品，收入由2022年的人民幣3,962.3百萬元增加人民幣280.6百萬元至2023年的人民幣4,242.9百萬元，該增長佔來自包裝飲用水產品收入同比增長的51.9%）的銷售區域，使客戶對我們產品的需求增加。

我們的飲料產品收入由2022年的人民幣717.0百萬元增加49.0%至2023年的人民幣1,068.2百萬元，主要受我們飲料產品銷量增加驅動，銷量增加主要是由於客戶對我們飲料產品的需求有所增加。該增加主要是由於：(i)我們持續擴展產品組合；(ii)我們擴大了飲料產品銷售網絡；及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

此外，就我們於不同地理區域銷售網絡的收入貢獻而言，我們來自東部地區的收入絕對金額增幅最大，由2022年的人民幣3,636.0百萬元增加人民幣370.2百萬元至2023年的人民幣4,006.1百萬元，該增長佔總收入同比增長的41.5%。

銷售成本

我們的銷售成本於2022年及2023年保持相對穩定，分別為人民幣7,363.7百萬元及人民幣7,479.5百萬元，此反映了以下因素的綜合影響：(i)我們的銷量增加；(ii)我們的生產費用主要因已投產的自有工廠的產量提升而增加；及(iii)我們原材料及包裝材料成本下降，乃由於(a)相關原材料及包裝材料（如PET及紙箱）的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，以及(c)我們採取了多種採購策略。

財務資料

毛利及毛利率

我們的毛利由2022年的人民幣5,259.1百萬元增加14.8%至2023年的人民幣6,035.2百萬元，毛利率由2022年的41.7%增至2023年的44.7%。

我們包裝飲用水產品的毛利率由2022年的42.4%增加至2023年的45.6%，主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本下降，乃由於(a)相關原材料及包裝材料(如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，以及(c)我們採取了多種採購策略；及(ii)實施降本增效舉措，例如包裝優化、膜包比例提高、注胚自有化比例提高，以及由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制。

我們飲料產品的毛利率由2022年的28.8%增至2023年的33.7%，主要是由於：(i)我們的原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料(例如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增加及(c)我們採取多種採購策略；及(ii)我們飲料產品的平均售價增加。

其他收入

我們的其他收入由2022年的人民幣340.2百萬元增加8.0%至2023年的人民幣367.2百萬元，主要是由於：(i)銀行存款平均結餘增加導致利息收入增加；及(ii)由於我們在2023年銷售若干廢舊包裝材料產生附帶收益，導致回收包裝材料銷售增加。該等增加部分被政府補助的減少所抵銷。

其他收益及虧損

我們於2022年錄得其他虧損人民幣3.2百萬元，並於2023年錄得其他虧損人民幣14.6百萬元，主要是由於(i)匯率波動導致2023年匯兌收益淨額減少；(ii)於2023年出售物業、廠房及設備的虧損增加，主要與終端零售設備的處置有關。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由2022年的人民幣27.2百萬元減少86.0%至2023年的人民幣3.8百萬元，主要是由於我們在2022年就應收若干KA客戶的貿易應收款項計提的減值虧損撥備相對較高。

財務資料

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2022年的人民幣3,877.6百萬元增加5.4%至2023年的人民幣4,086.5百萬元，主要是由於：(i)我們加大了營銷推廣力度導致營銷推廣費用增加；及(ii)折舊及攤銷增加，主要與我們為了擴展我們對消費者的覆蓋而購買及營運商用冷藏展示櫃有關。該等增加部分被物流服務開支的下降所抵銷，物流服務開支的下降主要是由於：(i)2022年生產活動主要因COVID-19疫情而受限，導致與調貨有關的物流服務開支增加；及(ii)我們的生產擴張推動物流效率提高。此外，我們的經銷及銷售費用佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣265.0百萬元增加13.4%至2023年的人民幣300.6百萬元，主要是由於：(i)加強數字化系統所產生的諮詢費用增加；(ii)與我們業務擴展有關的辦公及差旅費用增加；及(iii)執行生產擴張計劃所產生的工廠啟動成本。我們的行政開支佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

研發成本

我們的研發成本由2022年的人民幣49.2百萬元增加25.1%至2023年的人民幣61.5百萬元，主要是由於(i)我們擴大研發團隊導致員工成本增加；及(ii)我們持續努力升級及改進現有包裝飲用水及其他飲料產品，推出新產品並探索新品類，導致試驗檢驗費及材料消耗有所增加。我們的研發成本佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

財務成本

我們的財務成本由2022年的人民幣1.6百萬元大幅增加至2023年的人民幣42.5百萬元，主要是由於我們努力利用多元化的財務資源導致銀行借款的平均結餘增加，截至2023年12月31日，該等借款已全部結清。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣386.7百萬元增加41.5%至2023年的人民幣547.1百萬元，主要是由於我們的應納稅所得額增加，與我們的業務增長相符。我們的實際所得稅率(按所得稅開支除以稅前利潤計算)於2022年及2023年有所上升，分別為28.1%及29.1%。

財務資料

年內利潤

由於上述原因，我們的利潤由2022年的人民幣988.7百萬元增加34.7%至2023年的人民幣1,331.4百萬元，而我們的淨利潤率由2022年的7.8%升至2023年的9.9%。

2022年與2021年的比較

收入

我們的收入由2021年的人民幣11,339.9百萬元增加11.3%至2022年的人民幣12,622.8百萬元，乃由於我們的包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

我們的包裝飲用水產品收入由2021年的人民幣10,817.8百萬元增長10.1%至2022年的人民幣11,905.7百萬元，主要是由於我們的產品銷量增加，銷量增加主要是由於：我們增強銷售網絡的滲透，並擴大了若干產品（特別是「怡寶」中大規格瓶裝水產品，收入由2021年的人民幣3,469.2百萬元增加人民幣493.1百萬元至2022年的人民幣3,962.3百萬元，該增長佔來自包裝飲用水產品收入同比增長的45.3%）的銷售區域，從而令客戶對我們產品的需求增加。

我們飲料產品產生的收入由2021年的人民幣522.1百萬元增加37.3%至2022年的人民幣717.0百萬元，主要是受我們的飲料產品銷量增加驅動，銷量增加主要是由於客戶對我們飲料產品的需求有所增加。該增加主要歸因於：(i)我們持續擴展產品組合；(ii)我們擴張飲料產品的銷售網絡；及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

此外，就我們於不同地理區域銷售網絡的收入貢獻而言，我們來自東部地區的收入絕對金額增幅最大，由2021年的人民幣2,809.6百萬元增加人民幣826.4百萬元至2022年的人民幣3,636.0百萬元，該增長佔總收入同比增長的64.4%。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年的人民幣6,368.5百萬元增加15.6%至2022年的人民幣7,363.7百萬元，主要是由於：(i)我們的銷量增加；及(ii)我們的原材料及包裝材料成本增加，此乃主要由於PET市價上漲。

財務資料

毛利及毛利率

我們的毛利由2021年的人民幣4,971.4百萬元增加5.8%至2022年的人民幣5,259.1百萬元，毛利率由2021年的43.8%下降至2022年的41.7%。

我們的包裝飲用水產品的毛利率由2021年的44.6%下降至2022年的42.4%，主要是由於PET市價上漲，導致我們原材料及包裝材料成本增加，部分被由於我們議價能力增強而單位合作生產夥伴服務費減少所抵銷。

於2021年及2022年，我們飲料產品的毛利率分別為28.7%及28.8%，主要是由於我們飲料產品的平均售價上漲，部分被原材料及包裝材料成本的增加所抵銷，該增加是由於該等材料（例如PET）的市價上漲。

其他收入

我們的其他收入由2021年的人民幣296.0百萬元增加14.9%至2022年的人民幣340.2百萬元，主要是由於以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產投資收益由人民幣11.1百萬元增加至人民幣69.6百萬元，主要是由於我們於2022年購買的結構性存款較2021年有所增加，部分被我們的利息收入減少所抵銷。

其他收益及虧損

我們的其他收益及虧損項下錄得的虧損由2021年的人民幣10.6百萬元下降69.9%至2022年的人民幣3.2百萬元，主要是由於：(i)2022年出售物業、廠房及設備的虧損較2021年有所減少，主要是由於我們於2022年出售的商用冷藏展示櫃及生產設備較少；及(ii)2022年的外匯收益淨額為人民幣2.8百萬元，而2021年的外匯虧損淨額為人民幣2.2百萬元，主要是由於匯率波動。

預期信貸虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）

我們的預期信貸虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）由2021年的減值虧損撥回人民幣9.5百萬元變更為2022年的減值虧損人民幣27.2百萬元，主要是由於我們在2022年就應收若干KA客戶的貿易應收款項計提的減值虧損撥備相對較高。請參閱「有關財務風險的定量及定性披露－信貸風險及減值評估」。

財務資料

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2021年的人民幣3,756.7百萬元增加3.2%至2022年的人民幣3,877.6百萬元，主要是由於2022年生產活動主要因COVID-19疫情而受限，導致與調貨有關的物流服務開支增加，但被以下各項大幅抵銷：(i)受COVID-19疫情的不利影響，2022年我們的推廣活動相對減少，導致我們的營銷及推廣開支減少；及(ii)員工成本的優化。此外，我們的經銷及銷售費用佔總收入的百分比於2022年較2021年有所降低，主要受益於我們致力於有效開展市場營銷及品牌推广活動。

行政開支

我們的行政開支由2021年的人民幣253.2百萬元增加4.7%至2022年的人民幣265.0百萬元，主要原因是員工成本增加，而這主要是由於：(i)平均薪酬水平增加；及(ii)僱員社會保險及住房公積金供款增加。

研發成本

於2021年及2022年，我們的研發成本保持相對穩定，分別為人民幣49.0百萬元和人民幣49.2百萬元。

財務成本

於2021年及2022年，我們的財務成本保持相對穩定，分別為人民幣1.8百萬元及人民幣1.6百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2021年的人民幣347.4百萬元增加11.3%至2022年的人民幣386.7百萬元，主要是由於我們的應納稅所得額增加，與我們的業務增長相符。於2021年及2022年，我們的實際所得稅率（按所得稅開支除以稅前利潤計算）保持相對穩定，分別為28.8%和28.1%。

年內利潤

由於上述原因，我們的年內利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加15.2%至2022年的人民幣988.7百萬元，而我們的淨利潤率保持相對穩定，分別為2021年的7.6%及2022年的7.8%。

財務資料

合併財務狀況表若干組成部分的說明

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表的組成部分：

| | 截至12月31日 | | |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 非流動資產 | | | |
| 物業、廠房及設備..... | 1,383,153 | 2,007,978 | 4,809,703 |
| 使用權資產..... | 182,254 | 463,799 | 518,035 |
| 遞延稅項資產..... | 256,894 | 310,179 | 243,463 |
| 購置物業、廠房及 設備以及租賃土地的按金..... | 66,295 | 189,325 | 292,566 |
| 定期銀行存款..... | – | – | 1,577,055 |
| 其他非流動資產..... | 760 | 3,069 | 2,955 |
| 非流動資產合計 | 1,889,356 | 2,974,350 | 7,443,777 |
| 流動資產 | | | |
| 存貨..... | 414,089 | 588,120 | 377,380 |
| 貿易及其他應收款項..... | 505,343 | 563,601 | 682,869 |
| 可收回所得稅..... | 136,937 | 119,633 | 102,705 |
| 應收同系子公司款項..... | 4,231,684 | 3,536,591 | – |
| 應收直接控股公司款項..... | 19,928 | 21,875 | 22,192 |
| 應收中間控股公司款項..... | 736 | 741 | 742 |
| 定期銀行存款..... | 207,557 | 292,302 | 2,297,391 |
| 現金及現金等價物..... | 1,682,810 | 2,507,631 | 2,074,698 |
| 流動資產合計 | 7,199,084 | 7,630,494 | 5,557,977 |
| 非流動負債 | | | |
| 遞延稅項負債..... | 188,989 | 240,998 | 310,072 |
| 租賃負債—一年後到期..... | 16,789 | 10,377 | 19,811 |
| 遞延收入..... | 112,849 | 128,249 | 110,741 |
| 非流動負債合計 | 318,627 | 379,624 | 440,624 |

財務資料

| | 截至12月31日 | | |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 流動負債 | | | |
| 貿易及其他應付款項..... | 3,869,233 | 4,029,081 | 5,022,065 |
| 合同負債..... | 268,912 | 246,660 | 139,355 |
| 應付直接控股公司款項..... | 1,742 | 1,903 | 1,931 |
| 應付中間控股公司款項..... | 1,075 | 1,259 | 1,158 |
| 應付所得稅..... | 28,971 | 33,370 | 7,670 |
| 租賃負債－一年內到期..... | 15,909 | 17,169 | 16,178 |
| 流動負債合計..... | 4,185,842 | 4,329,442 | 5,188,357 |
| 權益 | | | |
| 本公司擁有人應佔權益：..... | 4,583,971 | 5,573,765 | 6,903,058 |
| 股本..... | 7 | 7 | 7 |
| 儲備..... | 4,583,964 | 5,573,758 | 6,903,051 |
| 非控股權益..... | – | 322,013 | 469,715 |
| 權益合計..... | 4,583,971 | 5,895,778 | 7,372,773 |

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括建築物、租賃物業改良工程、在建工程、廠房及機器、汽車及家具、裝置及辦公設備。下表載列我們截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

| | 截至12月31日 | | |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 建築物..... | 616,178 | 737,541 | 1,145,664 |
| 租賃物業改良工程..... | 8,154 | 14,094 | 21,565 |
| 在建工程..... | 30,057 | 156,346 | 1,809,459 |
| 廠房及機器..... | 568,929 | 912,889 | 1,637,195 |
| 汽車..... | 9,188 | 16,964 | 21,588 |
| 家具、裝置及辦公設備..... | 150,647 | 170,144 | 174,232 |
| 合計..... | 1,383,153 | 2,007,978 | 4,809,703 |

財務資料

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的物業、廠房及設備分別為人民幣1,383.2百萬元、人民幣2,008.0百萬元及人民幣4,809.7百萬元。與2021年12月31日相比，截至2022年12月31日我們的物業、廠房及設備增加主要是由於廠房及機器增加，此乃主要與我們的產能擴張一致且特別歸因於：(i)我們因擴大肇慶工廠的生產而新購置的生產設備；及(ii)我們因於2022年收購宜興工廠而新購置的物業及生產設施。截至2023年12月31日，我們的物業、廠房及設備較2022年12月31日有所增加，主要是由於：(i)主要與我們若干工廠（如成都工廠、長沙工廠及萬綠湖工廠）建設項目有關的在建工程有所增加；及(ii)主要與2023年我們南寧工廠、部分宜興工廠和碧優選工廠投產有關的樓宇、廠房及機器有所增加。請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。

使用權資產

我們的使用權資產主要與土地使用權、租賃物業以及機器及車輛有關。於往績記錄期間，我們租賃土地、物業、機器及車輛以供營運。下表載列截至所示日期我們的使用權資產明細：

| | 截至12月31日 | | |
|-------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 租賃土地 | 151,146 | 437,459 | 482,676 |
| 租賃物業 | 29,679 | 25,263 | 35,412 |
| 機器及車輛 | 1,429 | 1,077 | 217 |
| 合計 | 182,254 | 463,799 | 518,035 |

截至2022年及2023年12月31日，我們的使用權資產較截至2021年及2022年12月31日均有所增加，主要是由於與我們於2022年收購宜興工廠及於2023年收購碧優選工廠以及擴產有關的土地使用權增加。

購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金

我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金主要與我們為生產設備及土地使用權支付的預付款項有關。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金分別為人民幣66.3百萬元、人民幣189.3百萬元及人民幣292.6百萬元。於往績記錄期間，我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金增加，該增加主要與我們的持續擴產相一致。

財務資料

存貨

我們的存貨主要包括：(i)原材料和消耗品，主要包括包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水和飲料產品。原材料及消耗品佔我們存貨的大部分，截至2021年、2022年及2023年12月31日，分別佔我們總存貨的59.3%、54.4%及69.4%。下表列出我們於截至所示日期的存貨明細：

| | 截至12月31日 | | |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 原材料和消耗品 | 245,707 | 320,113 | 262,067 |
| 製成品 | 168,382 | 268,007 | 115,313 |
| 存貨合計 | 414,089 | 588,120 | 377,380 |

我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣414.1百萬元增加42.0%至截至2022年12月31日的人民幣588.1百萬元，主要是由於：(i)原材料增加，以滿足我們日益增長的銷售和生產需求；(ii)主要由於市場波動導致PET及其他包裝材料的採購價格上漲；及(iii)為下一年的農曆新年（與2022年底相接近）備貨而導致製成品增加。我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣588.1百萬元減少35.8%至截至2023年12月31日的人人民幣377.4百萬元，主要是由於我們並無為下一年的農曆新年（距2023年底較遠）如此儲備存貨。

下表載列我們於所示年度的存貨週轉天數：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (天) | | |
| 存貨週轉天數 ⁽¹⁾ | 19.1 | 24.8 | 23.6 |

附註：

(1) 按該年度的期初及期末存貨結餘的平均值除以該年度的銷售成本再乘以該年度的天數計算。

財務資料

於2021年、2022年及2023年，我們的存貨週轉天數分別為19.1天、24.8天及23.6天。2021年至2022年的存貨週轉天數有所增加，主要是由於為接下來的農曆新年（與2022年底相接近）備貨而導致存貨增加。2022年及2023年的存貨週轉天數保持穩定，主要是由於存貨結餘下降，因下一年的農曆新年距2023年底較遠，我們并未為其進行與前述同規格的備貨，被如前述原因造成的較高期初存貨結餘所抵銷。

截至2024年2月29日，我們截至2023年12月31日的存貨中的人民幣329.7百萬元或87.4%已售出或使用。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項、可收回增值稅款、預付供應商款項及其他應收款項。下表呈列截至所示日期我們的貿易及其他應收款項明細：

| | 截至12月31日 | | |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 貿易應收款項 | | | |
| — 第三方 | 241,975 | 245,538 | 254,116 |
| — 同系子公司 | 35,797 | 25,030 | 13,210 |
| | <u>277,772</u> | <u>270,568</u> | <u>267,326</u> |
| 減：信貸虧損準備 | (9,885) | (30,496) | (36,622) |
| | <u>267,887</u> | <u>240,072</u> | <u>230,704</u> |
| 其他應收款項 | 22,682 | 28,863 | 97,002 |
| 減：信貸虧損準備 | (240) | (335) | (335) |
| | <u>22,442</u> | <u>28,528</u> | <u>96,667</u> |
| 應收票據 | 6,894 | — | — |
| 遞延發行成本 | — | — | 2,270 |
| 預付供應商款項 | 40,927 | 18,145 | 36,776 |
| 可收回增值稅款 | <u>167,193</u> | <u>276,856</u> | <u>316,452</u> |
| 合計 | <u>505,343</u> | <u>563,601</u> | <u>682,869</u> |

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的貿易及其他應收款項分別為人民幣505.3百萬元、人民幣563.6百萬元及人民幣682.9百萬元。截至2022年12月31日，我們的貿易及其他應收款項較2021年12月31日有所增加，主要是由於在2022年底COVID-19疫情的影響下，我們的進項增值稅抵免對賬被推遲至2023年。截至2023年

財務資料

12月31日，我們的貿易及其他應收款項較2022年12月31日有所增加，主要是由於：(i) 與部分工廠有關的其他應收款項增加，截至2024年2月29日，所有該等應收款項已悉數結清；及(ii)2023年與我們的建設項目有關的可收回增值稅款增加。

我們通常要求經銷商在交貨前付款。此外，我們通常向若干直營客戶（主要包括全國知名商超、連鎖便利店及電商平台等KA客戶）授予不超過90天的信貸期。下表載列截至所示日期我們貿易應收款項（扣除信貸虧損準備）按交貨日期計算的賬齡分析：

| | 截至12月31日 | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 0至90天..... | 223,047 | 194,655 | 202,402 |
| 91至180天..... | 34,316 | 30,533 | 26,954 |
| 181至365天..... | 6,660 | 13,665 | 798 |
| 超過365天..... | 3,864 | 1,219 | 550 |
| 合計..... | 267,887 | 240,072 | 230,704 |

下表載列所示年度我們貿易應收款項的週轉天數：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (天) | | |
| 貿易應收款項的週轉天數 ⁽¹⁾ | 8.3 | 7.9 | 7.3 |

附註：

- (1) 按該年度的期初及期末貿易應收款項（信貸虧損撥備前）結餘的平均值除以該年度的收入再乘以該年度的天數計算。

我們的貿易應收款項週轉天數於往績記錄期間有所減少，主要是由於我們不斷努力加強應收款項的收繳工作，從而使2023年的週轉效率有所提升。

截至2024年2月29日，我們截至2023年12月31日的貿易應收款項中的人民幣174.5百萬元或75.6%已結清。

財務資料

貿易及其他應付款項

我們的貿易及其他應付款項主要指貿易應付款項、應付銷售折扣及推廣費用、應付工資、應付按金、廣告應付款項及運輸應付款項。下表呈列截至所示日期我們的貿易及其他應付款項明細：

| | 截至12月31日 | | |
|-------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 貿易應付款項 | | | |
| — 第三方 | 371,648 | 509,446 | 744,350 |
| — 同系子公司 | 18,048 | 53,597 | 72,564 |
| | 389,696 | 563,043 | 816,914 |
| 應付銷售折扣及推廣費用 | 2,330,405 | 1,997,549 | 1,693,251 |
| 應付工資 | 376,307 | 440,492 | 459,233 |
| 應付按金 | 272,933 | 315,847 | 346,529 |
| 廣告應付款項 | 224,741 | 128,453 | 154,858 |
| 運輸應付款項 | 133,407 | 277,292 | 251,992 |
| 應計[編纂]開支 | — | — | 7,496 |
| 應計發行成本 | — | — | 1,221 |
| 其他應付款項及應計費用 | 141,744 | 306,405 | 1,290,571 |
| 合計 | 3,869,233 | 4,029,081 | 5,022,065 |

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的貿易及其他應付款項分別為人民幣3,869.2百萬元、人民幣4,029.1百萬元及人民幣5,022.1百萬元。截至2022年12月31日，我們的貿易及其他應付款項較2021年12月31日有所增加，主要與以下各項有關：(i)我們的貿易應付款項及運輸應付款項增加，與我們的業務規模擴大相一致；及(ii)與建設項目應付款項有關的其他應付款項及應計費用增加。該增加部分被應付銷售折扣及推廣費用和廣告應付款項減少所抵銷。截至2023年12月31日，我們的貿易及其他應付款項較2022年12月31日增加，主要是由於：(i)與我們多家工廠（如成都工廠、萬綠湖工廠及長沙工廠）的建設項目應付款項有關的其他應付款項及應計費用有所增加；及(ii)我們截至2023年12月31日應付第三方的貿易應付款項以及應付同系子公司的貿易應付款項較2022年12月31日均有所增加，此乃主要由於2023年我們部分採購付款的到期日與公眾假期重合，因而於2024年的首個營業日結算。該增加部分被應付銷售折扣及推廣費用的減少所抵銷。

財務資料

我們的貿易應付款項主要為應付第三方款項。我們的貿易應付款項無擔保且不計息。於往績記錄期間，供應商授予本集團的信貸期通常介乎15天至60天。下表載列截至所示日期我們根據發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析：

| | 截至12月31日 | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 0至90天..... | 385,583 | 559,742 | 815,329 |
| 91至180天..... | – | 59 | 195 |
| 181至365天..... | 150 | 53 | 189 |
| 超過365天..... | 3,963 | 3,189 | 1,201 |
| 合計..... | 389,696 | 563,043 | 816,914 |

下表載列所示年度我們貿易應付款項的週轉天數：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (天) | | |
| 貿易應付款項的週轉天數 ⁽¹⁾ | 24.3 | 23.6 | 33.7 |

附註：

- (1) 按該年度的期初及期末貿易應付款項結餘的平均值除以該年度的銷售成本再乘以該年度的天數計算。

我們的貿易應付款項週轉天數於2021年及2022年保持相對穩定，分別為24.3天及23.6天。我們的貿易應付款項週轉天數由2022年的23.6天增加至2023年的33.7天，主要是由於我們截至2023年12月31日的應付第三方及應付同系子公司的貿易應付款項較2022年12月31日均有所增加，此乃主要由於2023年我們部分採購付款的到期日與公眾假期重合，因而於2024年的首個營業日結算。

截至2024年2月29日，我們截至2023年12月31日的貿易應付款項中的人民幣796.1百萬元或97.5%已結清。

應收同系子公司款項

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的應收同系子公司款項分別為人民幣4,231.7百萬元、人民幣3,536.6百萬元及零。請參閱「關聯方交易及結餘」。

財務資料

流動資產淨值

下表呈列截至所示日期我們流動資產及負債的構成：

| | 截至12月31日 | | | 截至2月29日 |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
| | (人民幣千元) | | | (未經審計) |
| 流動資產 | | | | |
| 存貨..... | 414,089 | 588,120 | 377,380 | 370,722 |
| 貿易及其他應收款項..... | 505,343 | 563,601 | 682,869 | 605,433 |
| 可收回所得稅..... | 136,937 | 119,633 | 102,705 | 101,034 |
| 應收同系子公司款項..... | 4,231,684 | 3,536,591 | – | – |
| 應收直接控股公司款項..... | 19,928 | 21,875 | 22,192 | 22,224 |
| 應收中間控股公司款項..... | 736 | 741 | 742 | 742 |
| 定期銀行存款..... | 207,557 | 292,302 | 2,297,391 | 2,306,144 |
| 現金及現金等價物..... | 1,682,810 | 2,507,631 | 2,074,698 | 924,169 |
| 流動資產合計 | 7,199,084 | 7,630,494 | 5,557,977 | 4,330,468 |
| 流動負債 | | | | |
| 貿易及其他應付款項..... | 3,869,233 | 4,029,081 | 5,022,065 | 4,025,678 |
| 合同負債..... | 268,912 | 246,660 | 139,355 | 243,266 |
| 應付直接控股公司款項..... | 1,742 | 1,903 | 1,931 | 1,934 |
| 應付中間控股公司款項..... | 1,075 | 1,259 | 1,158 | 1,161 |
| 應付所得稅..... | 28,971 | 33,370 | 7,670 | 6,906 |
| 租賃負債 – 一年內到期..... | 15,909 | 17,169 | 16,178 | 14,567 |
| 流動負債合計 | 4,185,842 | 4,329,442 | 5,188,357 | 4,293,512 |
| 流動資產淨值 | 3,013,242 | 3,301,052 | 369,620 | 36,956 |

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元減少至截至2024年2月29日的人民幣37.0百萬元，主要是由於與用於支付以下各項有關的現金及現金等價物有所減少：(i)我們工廠的擴張；(ii)2023年我們部分採購付款的到期日與公眾假期重合，因而於2024年的首個營業日結算；及(iii)武漢華新達飲品技術有限公司的收購。有關我們工廠擴張的詳情，請參閱「業務 – 我們的生產 – 我們的生產擴張計劃」。

財務資料

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣3,301.1百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元，主要是由於：(i)我們應收同系子公司款項減少人民幣3,536.6百萬元及長期定期銀行存款增加人民幣1,577.1百萬元的綜合影響；及(ii)與我們的建設項目及部分採購有關的貿易及其他應付款項增加。

截至2021年12月31日及2022年12月31日，我們的流動資產淨值保持相對穩定，分別為人民幣3,013.2百萬元及人民幣3,301.1百萬元，主要由於與活期存款有關的現金及現金等價物增加，部分被應收同系子公司款項減少所抵銷。

債項

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的債項包括應付直接控股公司款項、應付中間控股公司款項、租賃負債及應付子公司非控股股東款項。應付一家子公司非控股股東的款項來自我們對武漢華新達飲品技術有限公司的收購，截至2024年2月29日，該公司欠其前控股股東一筆未償還的貸款。有關應付直接控股公司款項及應付中間控股公司款項的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註28。下表呈列截至所示日期我們債項的若干詳情：

| | 截至12月31日 | | | 截至 |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2月29日 |
| | (人民幣千元) | | | 2024年 |
| | | | | (未經審計) |
| 應付直接控股公司款項..... | 1,742 | 1,903 | 1,931 | 1,934 |
| 應付中間控股公司款項..... | 1,075 | 1,259 | 1,158 | 1,161 |
| 應付子公司非控股股東款項.... | - | - | - | 39,181 |
| 租賃負債..... | 32,698 | 27,546 | 35,989 | 33,141 |
| 債項合計..... | 35,515 | 30,708 | 39,078 | 75,417 |

截至2024年2月29日，我們應付直接控股公司、中間控股公司及子公司非控股股東的款項均為無抵押及無擔保。截至同日，我們的租賃負債中人民幣32.1百萬元為無擔保，並以租賃按金作抵押，而我們的租賃負債中人民幣1.0百萬元為無抵押及無擔保。

財務資料

除另有披露者外，截至2024年2月29日，我們概無任何重大按揭、押記、債權證、貸款資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債項、融資租賃或租購承擔、承兌負債（一般貿易票據除外）、承兌信貸（有擔保或無擔保、有抵押或無抵押）或擔保或其他或有負債。截至2024年2月29日，我們的銀行授信為人民幣55億元，均未動用。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在支付貿易及非貿易應付款項以及貸款及借款方面概無重大違約，亦無任何違反財務契諾而將影響我們進行額外債務融資的能力。

租賃負債

我們的流動及非流動租賃負債由截至2021年12月31日的人民幣32.7百萬元減少15.8%至截至2022年12月31日的人民幣27.5百萬元，主要由於支付相關租金。我們的流動及非流動租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣27.5百萬元增加30.7%至截至2023年12月31日的人民幣36.0百萬元，主要反映了2023年的新簽辦公室的租約。

或有負債

截至2023年12月31日，我們並無涉及任何預計會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大法律、仲裁或行政程序，但無法保證日後亦然。董事確認，自2023年12月31日起至本文件日期，我們的或有負債並無發生重大變化。

流動性及資本資源

概述

過往，我們的營運資金主要來自經營活動。展望未來，我們預計將繼續主要通過經營活動為我們的營運資金提供資金，並會將部分[編纂][編纂]用於滿足營運資金需要。我們目前並無任何重大的額外外部融資計劃。

營運資金的充足性

考慮到[編纂]的[編纂]淨額、現金及現金等價物結餘、經營活動所得現金以及我們可用的財務資源，董事認為本集團有充足營運資金滿足我們目前的需要，即自本文件日期起計至少十二個月。

財務資料

現金流量

下表呈列所示年度選定的現金流量表資料：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 經營活動所得現金淨額..... | 827,192 | 844,929 | 1,718,183 |
| 投資活動所得(所用)現金淨額..... | 681,954 | 1,222 | (2,090,451) |
| 融資活動所用現金淨額..... | (19,467) | (21,201) | (60,598) |
| 現金及現金等價物淨增加(減少)..... | 1,489,679 | 824,950 | (432,866) |
| 年初現金及現金等價物..... | 191,662 | 1,682,810 | 2,507,631 |
| 外匯匯率變動的影響..... | 1,469 | (129) | (67) |
| 年末現金及現金等價物..... | 1,682,810 | 2,507,631 | 2,074,698 |

經營活動所得現金淨額

我們的經營活動現金流量反映我們的稅前利潤已就：(i)非現金及非經營項目(例如物業、廠房及設備折舊以及利息收入)；(ii)營運資金變動的影響(例如存貨、貿易及其他應收款項、合同負債以及貿易及其他應付款項)；及(iii)其他現金項目(例如已付所得稅)作出調整。

於2023年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣1,718.2百萬元，主要指我們的稅前利潤為人民幣1,878.4百萬元，經調整非現金及非經營項目，以及營運資金變動：存貨減少人民幣210.7百萬元，部分被：(i)合同負債減少人民幣107.3百萬元；及(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣62.8百萬元所抵銷。

於2022年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣844.9百萬元，主要指我們的稅前利潤為人民幣1,375.4百萬元，經調整非現金及非經營項目，以及營運資金變動：(i)存貨增加人民幣174.0百萬元；(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣75.7百萬元；及(iii)合同負債減少人民幣22.3百萬元。

財務資料

於2021年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣827.2百萬元，主要指我們的稅前利潤為人民幣1,205.5百萬元，經調整非現金及非經營項目，以及營運資金變動：(i)貿易及其他應付款項增加人民幣213.2百萬元；及(ii)合同負債增加人民幣99.1百萬元，部分被：(i)存貨增加人民幣160.2百萬元；及(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣111.7百萬元所抵銷。

投資活動所得／所用現金淨額

我們的投資活動現金流入主要包括出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項、來自同系子公司的還款及提取原到期日超過三個月的定期存款。我們投資活動現金流出主要包括向同系子公司作出的墊款、購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產、購置物業、廠房及設備以及存放原到期日超過三個月的定期存款。

於2023年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣2,090.5百萬元，主要歸因於：(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣5,800.0百萬元；(ii)存放原到期日超過三個月的定期存款人民幣4,233.6百萬元；及(iii)購買物業、廠房及設備人民幣2,250.9百萬元，部分被：(i)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣5,863.6百萬元；及(ii)來自同系子公司的還款人民幣3,551.4百萬元所抵銷。

於2022年，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣1.2百萬元，主要歸因於：(i)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣10,349.6百萬元；及(ii)來自同系子公司的還款人民幣4,492.2百萬元，部分被：(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣10,280.0百萬元；及(ii)向同系子公司作出的墊款人民幣3,700.0百萬元所抵銷。

於2021年，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣682.0百萬元，主要歸因於：(i)來自同系子公司的還款人民幣8,333.7百萬元；及(ii)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣4,011.1百萬元，部分被：(i)向同系子公司作出的墊款人民幣7,500.0百萬元；及(ii)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣4,000.0百萬元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

我們的融資活動主要包括增加及償還銀行借款、償還租賃負債及已付利息。

於2023年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣60.6百萬元，主要歸因於已付利息人民幣42.5百萬元及償還租賃負債人民幣17.0百萬元。

財務資料

於2022年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣21.2百萬元，主要歸因於償還租賃負債人民幣19.6百萬元。

於2021年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣19.5百萬元，主要歸因於償還租賃負債人民幣17.6百萬元。

經選定財務比率

下表呈列截至所示日期或所示年度我們的主要財務比率：

| | 截至12月31日或截至該日止年度 | | |
|------------------------------|------------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 毛利率 ⁽¹⁾ | 43.8% | 41.7% | 44.7% |
| 淨利潤率 ⁽²⁾ | 7.6% | 7.8% | 9.9% |
| 總資產回報率 ⁽³⁾ | 10.1% | 10.0% | 11.3% |
| 權益回報率 ⁽⁴⁾ | 20.7% | 18.9% | 20.1% |
| 投入資本回報率 ⁽⁵⁾ | 15.5% | 14.6% | 16.9% |
| 流動比率 ⁽⁶⁾ | 1.72倍 | 1.76倍 | 1.07倍 |
| 速動比率 ⁽⁷⁾ | 1.62倍 | 1.63倍 | 1.00倍 |
| 槓桿比率 ⁽⁸⁾ | 0.7% | 0.5% | 0.5% |

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以年內收入再乘以100%。
- (2) 淨利潤率等於年內利潤除以年內收入再乘以100%。
- (3) 總資產回報率等於年內利潤除以年初及年末總資產結餘平均值再乘以100%。
- (4) 權益回報率等於年內利潤除以期初及期末權益總額結餘平均值再乘以100%。
- (5) 投入資本回報率等於營業利潤（按毛利減年內經銷及銷售開支、行政開支及研發成本計算）乘以1減實際所得稅率（按所得稅開支除以除稅前利潤計算）的差，除以投入資本（按年內權益總額及計息債務總額（包括租賃負債）的期初及期末餘額之和的平均值計算），再乘以100%。
- (6) 流動比率等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於截至同日的流動資產總值減存貨再除以流動負債總額。
- (8) 槓桿比率等於截至同日的計息債務總額（包括租賃負債）除以權益總額再乘以100%。

財務資料

毛利率

有關於往績記錄期間影響我們毛利率的因素的討論，請參閱「—經營業績」。

淨利潤率

有關於往績記錄期間影響我們淨利潤率的因素的討論，請參閱「—經營業績」。

總資產回報率

我們的總資產回報率由2022年的10.0%上升至2023年的11.3%，主要是由於我們的淨利潤增長率超過了我們的總資產增長率。於2021年及2022年，我們的總資產回報率保持相對穩定，分別為10.1%及10.0%。

權益回報率

我們的權益回報率由2022年的18.9%上升至2023年的20.1%，主要是由於2023年我們的業務增長導致我們的淨利潤顯著增加。我們的權益回報率由2021年的20.7%下降至2022年的18.9%，主要由於我們的權益總額結餘增加。

投入資本回報率

我們的投入資本回報率由2022年的14.6%增至2023年的16.9%，主要是由於我們的業務增長令我們於2023年的營業利潤大幅增加。我們的投入資本回報率由2021年的15.5%下降至2022年的14.6%，主要是由於我們的營業利潤的增幅小於我們的投入資本的增幅。

流動比率

我們的流動比率由截至2022年12月31日的1.76倍下降至截至2023年12月31日的1.07倍，主要是由於：(i)我們的流動負債增加，主要與我們的貿易及其他應付款項增加有關；及(ii)我們的流動資產減少，主要與應收同系子公司款項有關。截至2021年及2022年12月31日，我們的流動比率保持相對穩定，分別為1.72倍及1.76倍。

速動比率

我們的速動比率由截至2022年12月31日的1.63倍下降至截至2023年12月31日的1.00倍，主要是由於：(i)我們的流動負債增加，主要與我們的貿易及其他應付款項增加有關；及(ii)我們的流動資產減少，主要與應收同系子公司款項有關。我們的速動比率保持相對穩定，於截至2021年及2022年12月31日分別為1.62倍及1.63倍。

槓桿比率

我們的槓桿比率由截至2021年12月31日的0.7%下降至截至2022年12月31日的0.5%，並於截至2023年12月31日保持相對穩定，為0.5%。

財務資料

資本開支

於往績記錄期間，我們產生的資本開支主要用於購置物業、廠房及設備、購買使用權資產以及購置其他非流動資產。於往績記錄期間，我們不斷增加的資本開支反映了我們的擴張投資。下表呈列所示年度我們的資本開支明細：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------|----------------|----------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 購置物業、廠房及設備 | 314,678 | 722,889 | 2,250,873 |
| 購買使用權資產 | – | 136,458 | 60,867 |
| 購置其他非流動資產 | – | 2,658 | 423 |
| 合計 | 314,678 | 862,005 | 2,312,163 |

於[編纂]後，我們預期將持續產生資本開支以發展我們的業務。尤其是，我們計劃為我們的生產擴張提供資金，包括建設工廠及併購第三方。我們預期以可用現金來源及一部分[編纂][編纂]淨額支付該等資本開支，有關詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

關聯方交易及結餘

於往績記錄期間，我們訂立了多項關聯方交易，根據該等交易：(i)我們向若干關聯方購買商品及服務；(ii)我們向若干關聯方採購工程代建管理服務；(iii)我們向若干關聯方出售商品；(iv)我們產生來自及應付若干關聯方的款項；及(v)我們自若干關聯方收取利息收入等。董事認為，我們於往績記錄期間與關聯方的交易按一般商業條款及公平準則進行，而不會影響我們的經營業績或使我們的歷史業績無法反映未來業績。

應收同系子公司款項

我們應收同系子公司的款項屬於非貿易性質。截至2021年及2022年12月31日，我們應收同系子公司款項分別為人民幣4,231.7百萬元及人民幣3,536.6百萬元，指：(i)截至2021年及2022年12月31日，應收同系子公司的若干貸款分別為人民幣3,931.4百萬元及人民幣3,536.6百萬元，截至2021年及2022年12月31日，該等貸款均為無抵押並分別按固定年利率3.50%至3.85%及3.10%至3.60%計息，固定還款期限少於一年；及(ii)向同系子公司作出的資本貸款人民幣300.3百萬元，截至2021年12月31日，該墊款為無抵押並按浮動利息計息。截至2023年12月31日，我們所有非貿易性質的應收同系子公司款項均已結清。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註28。

財務資料

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未完成的資產負債表外安排。

有關財務風險的定量及定性披露

我們的業務使我們面對各種金融風險，即市場風險（包括外匯及利率風險）、信貸風險及流動性風險。我們的整體風險管理側重於金融市場的不可預測性，力求盡量減低對我們財務業績的潛在不利影響。管理層對該等風險進行管理及監控，確保及時有效地採取適當措施。

市場風險

貨幣風險

我們的大部分收入和大部分支出均以人民幣計價。我們的子公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣作為其功能貨幣（即人民幣及港元）。

我們進行若干以外幣計值的交易，因此產生匯率波動風險。我們目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

利率風險

我們面臨與定期銀行存款、來自同系子公司的定息應收貸款及租賃負債有關的公允價值利率風險。我們面臨因銀行結餘的現行市場利率波動而產生的現金流量利率風險，其按現行市場利率及基於中國人民銀行所報利率的浮動利率計算。

利率敏感性

以下敏感度分析乃根據非衍生工具（銀行結餘）的利率風險編製。有關分析乃假設於報告期末的未償還金融工具於整個年度均未償還而編製。向主要管理人員內部報告利率風險時，使用銀行結餘增加或減少100個基點，而有關分析代表管理層就銀行存款利率的可能變動作出的評估。

財務資料

於報告期末，倘銀行存款的利率增加或減少100個基點且所有其他變量保持不變，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年，我們的稅後利潤將分別增加或減少約人民幣12,621,000元、人民幣18,807,000元及人民幣16,017,000元。

信貸風險及減值評估

於各報告期末，我們因對手方未能履行責任而將導致我們招致財務虧損的最大信貸風險產生自各報告期末合併財務狀況表所列的相關已確認金融資產的賬面值。

為將信貸風險減至最低，我們的管理層已指派負責人員制訂信貸限額、信貸審批及其他監控程序，以確保採取後續行動以收回逾期債務。我們可能會要求大多數客戶在接受訂單前支付按金。其他監控程序已到位，以確保採取後續行動以收回逾期債務。就此而言，我們的董事認為我們的信貸風險已大幅降低。

此外，我們根據預期信貸虧損模式對個別出現信貸減值的貿易應收款項進行減值評估。餘下貿易應收款項按客戶未償還結餘的賬齡進行分組及以集體基準評估。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年，分別於損益中確認減值撥回收益人民幣9,207,000元、減值虧損人民幣21,402,000元及減值虧損人民幣9,542,000元。量化披露的詳情載於下文。

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項的信貸風險乃透過內部程序進行管理。於作出墊款前，我們會調查各對手方的信貸質素。我們亦積極監控各債務人的未償還金額，並及時識別任何信貸風險，以降低信貸相關虧損的風險。就此而言，我們的董事認為我們的信貸風險已大幅降低。

流動資金的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行或中國國有銀行。我們的董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且我們已評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

就其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項而言，我們的董事根據對手方的過往還款記錄及後續結算情況來考慮彼等是否具有良好信譽。我們的董事認為，該等對手方的違約風險並不重大，且我們已評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

財務資料

下表詳述須進行預期信貸虧損評估的金融資產的信貸風險敞口：

| | 外部 信貸評級 | 內部 信貸評級 | 12個月或 全期預期 信貸虧損 | 賬面總值 | | |
|--------------------------------------------------|------------|------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | | | 截至12月31日 | | |
| | | | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| (人民幣千元) | | | | | | |
| 貿易應收款項 | | | | | | |
| 第三方 | 不適用 | (i) | 全期預期信貸虧損 (並無信貸減值) | 236,340 | 212,233 | 219,036 |
| | | | 信貸減值 | 5,635 | 33,305 | 35,080 |
| 同系子公司..... | | 虧損 虧損風險 | 全期預期信貸虧損 (整體基準) | 35,797 | 25,030 | 13,210 |
| | | | | 277,772 | 270,568 | 267,326 |
| 其他應收款項、應收票據、應收直 接控股公司、中間控股公司及 同系子公司款項..... | 不適用 | (ii) | 12個月預期信貸 虧損 | 4,281,924 | 3,588,070 | 119,936 |
| 銀行結餘..... | AAA | 低風險 | 12個月預期信貸 虧損 | 1,890,367 | 2,799,933 | 5,949,144 |

附註：

- (i) 就貿易應收款項而言，我們已應用香港財務報告準則第9號的簡化方法以計量全期預期信貸虧損的虧損撥備。除已發生信貸減值的債務人外，我們按內部信貸評級分組，以整體基準釐定該等項目的預期信貸虧損。

作為我們信貸風險管理的一部分，我們使用應收賬款的賬齡來評估客戶的減值。下表載列有關我們以整體基準計算的貿易應收款項信貸風險敞口的資料：

| | 一年以內 | 一年至兩年 | 兩年至三年 | 三年以上 | 合計 |
|----------------------|---------|--------|---------|---------|---------|
| (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 截至2021年12月31日 | | | | | |
| 平均虧損率..... | 0.45% | 29.83% | 49.38% | 100.00% | 1.56% |
| 賬面總值..... | 265,204 | 1,827 | 5,101 | 5 | 272,137 |
| 全期預期信貸虧損..... | (1,181) | (545) | (2,519) | (5) | (4,250) |
| | 264,023 | 1,282 | 2,582 | – | 267,887 |
| 截至2022年12月31日 | | | | | |
| 平均虧損率..... | 1.49% | 29.60% | 50.15% | 92.66% | 3.64% |
| 賬面總值..... | 230,861 | 963 | 333 | 5,106 | 237,263 |
| 全期預期信貸虧損..... | (3,447) | (285) | (167) | (4,731) | (8,630) |
| | 227,414 | 678 | 166 | 375 | 228,633 |
| 截至2023年12月31日 | | | | | |
| 平均虧損率..... | 0.47% | 3.33% | 35.96% | 55.73% | 0.66% |
| 賬面總值..... | 231,232 | 150 | 114 | 750 | 232,246 |
| 全期預期信貸虧損..... | (1,078) | (5) | (41) | (418) | (1,542) |
| | 230,154 | 145 | 73 | 332 | 230,704 |

財務資料

估計虧損率乃基於債務人的預期年期內的過往觀察所得的違約比率估計，並按毋須花費過多成本或精力可取得的前瞻性資料調整。管理層會定期審視組別，確保特定的債務人相關資料屬最新資料。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們分別就未發生信貸減值的貿易應收款項計提減值撥備人民幣4,250,000元、人民幣8,630,000元及人民幣1,542,000元。我們亦分別就已發生信貸減值的應收賬款作出減值撥備人民幣5,635,000元、人民幣21,866,000元及人民幣35,080,000元。

- (ii) 就內部信貸風險管理而言，我們使用應收賬款的賬齡資料來評估自初始確認以來信貸風險是否顯著增加。於2021年、2022年及2023年12月31日，應收直接控股公司、中介控股公司及同系子公司款項的結餘賬齡均少於一年。董事認為，該等對手方違約風險不重大，我們評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註34。

流動資金風險

在管理流動資金風險時，我們監控並維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，以為我們的營運提供資金並減輕現金流量波動的影響。

下表載列我們非衍生金融負債的合同到期情況的詳情。該表乃根據我們於可能被要求償還金融負債的最早日期的金融負債未貼現現金流量編製。其他金融負債的到期日基於約定還款日期釐定。該表包括利息及本金現金流量。

| | 加權 平均利率 | 按要求或 六個月以內 | 六個月 至一年 | 一年至 五年 | 未貼現現金 流量總額 | 賬面值 |
|----------------------|------------|------------------|--------------|---------------|------------------|------------------|
| | (%) | | | | | |
| | | | | | | |
| 截至2021年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項..... | 不適用 | 389,696 | - | - | 389,696 | 389,696 |
| 其他應付款項及應計費用..... | 不適用 | 3,479,537 | - | - | 3,479,537 | 3,479,537 |
| 應付直接控股公司款項..... | 不適用 | 1,742 | - | - | 1,742 | 1,742 |
| 應付中間控股公司款項..... | 不適用 | 1,075 | - | - | 1,075 | 1,075 |
| 租賃負債..... | 2.22至4.35 | 8,666 | 8,493 | 18,309 | 35,468 | 32,698 |
| 合計..... | | 3,880,716 | 8,493 | 18,309 | 3,907,518 | 3,904,748 |

財務資料

| | 加權 平均利率 (%) | 按要求或 六個月以內 | 六個月 至一年 | 一年至 五年 | 未貼現現金 流量總額 | 賬面值 |
|----------------------|-------------------|------------------|--------------|---------------|------------------|------------------|
| | | | | | (人民幣千元) | |
| 截至2022年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項..... | 不適用 | 563,043 | - | - | 563,043 | 563,043 |
| 其他應付款項及應計費用..... | 不適用 | 3,466,038 | - | - | 3,466,038 | 3,466,038 |
| 應付直接控股公司款項..... | 不適用 | 1,903 | - | - | 1,903 | 1,903 |
| 應付中間控股公司款項..... | 不適用 | 1,259 | - | - | 1,259 | 1,259 |
| 租賃負債..... | 2.22至4.35 | 9,183 | 8,997 | 11,077 | 29,257 | 27,546 |
| 合計..... | | 4,041,426 | 8,997 | 11,077 | 4,061,500 | 4,059,789 |
| 截至2023年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項..... | 不適用 | 816,914 | - | - | 816,914 | 816,914 |
| 其他應付款項及應計費用..... | 不適用 | 4,205,151 | - | - | 4,205,151 | 4,205,151 |
| 應付直接控股公司款項..... | 不適用 | 1,931 | - | - | 1,931 | 1,931 |
| 應付中間控股公司款項..... | 不適用 | 1,158 | - | - | 1,158 | 1,158 |
| 租賃負債..... | 2.22至4.35 | 8,872 | 8,696 | 22,300 | 39,868 | 35,989 |
| 合計..... | | 5,034,026 | 8,696 | 22,300 | 5,065,022 | 5,061,143 |

股息政策

本公司是一家根據開曼群島法律以存續方式註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的支付和金額將取決於能否從我們的子公司獲得股息。

於往績記錄期間，本公司並無宣派或支付任何股息。我們過往的股息分派記錄不可作為決定我們未來宣派或支付的股息水平的參考或依據。我們目前並無預設的股息支付率。

股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或派付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。除我們合法可供分派的利潤及儲備外，不會宣派或支付任何股息。我們無法保證任何年份將宣派或分派任何金額的股息。

財務資料

可供分派儲備

截至2023年12月31日，本公司的保留盈利為人民幣192.8百萬元，相當於本公司可供分派儲備的金額。

未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值

有關未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值的詳情，請參閱本文件附錄二。

上市規則規定的披露

董事確認，除本文件另有披露者外，截至最後實際可行日期，並無需要根據上市規則第13.13條至第13.19條作出披露規定的情況。

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，自2023年12月31日（即我們最新經審計的財務報表日期）以來，我們的財務或[編纂]狀況或前景並無重大不利變動，且自2023年12月31日起，無任何事件將對本文件附錄一所載會計師報告所示資料產生重大影響。

[編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們預計將產生約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）的[編纂]開支，包括：(i)[編纂]相關費用人民幣[編纂]元（[編纂]港元）；及(ii)[編纂]相關費用人民幣[編纂]元（[編纂]港元），進一步分類為：(a)法律顧問及會計師費用人民幣[編纂]元（[編纂]港元）；及(b)其他費用人民幣[編纂]元（[編纂]港元），假設[編纂]未獲行使，及基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]的中位數）預計將於綜合損益表內扣除，其中約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）已於綜合損益表內扣除，約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）預計將於綜合損益表內扣除，而約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）預計將予資本化並於[編纂]完成後從權益中扣除。[編纂]開支預計將佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），且[編纂]未獲行使。）上述[編纂]開支為最新實際估計數字，僅供參考，實際金額可能與此估計有所差別。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－發展戰略」。

[編纂]用途

假設[編纂]並無獲行使，經扣除我們有關[編纂]應付[編纂]及其他估計[編纂]開支及假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示[編纂][編纂]港元及[編纂]港元的中位數），我們估計將會從[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂][編纂]的下述金額用作下述用途：

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於戰略性擴張和優化產能，以提高整體供應鏈效率。

產能擴張和供應鏈效率優化是我們的核心戰略之一，將顯著助力我們及時高效地滿足客戶需求，提升我們的市場份額，加強我們的運營效率，持續提升盈利水平。我們計劃通過「1+N」模式的持續增加我們的自有產能佈局，包括(i)建設新的自有工廠；及(ii)擴大和改善現有工廠。我們亦通過升級現有設備及設施來擴大生產能力、購買新設備及建設新設施，並改進生產工藝，旨在滿足客戶對包裝飲用水及飲料產品的多樣化需求，提升我們銷售的同時實現進一步的降本增效。同時，我們計劃擴大及延伸生產線，覆蓋整個產業價值鏈，尤其是注塑成型環節升級，以提高我們的利潤率。詳情請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。

具體而言，我們計劃於浙江省、湖北省、重慶市以及上海市新建工廠及擴建現有工廠，以便滿足不斷增加的市場需求，預計於2025年至2026年完成。這些工廠預計將生產包裝飲用水和飲料產品。此外，我們計劃於肇慶工廠新增注塑成型設備；

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於加速銷售渠道擴張及提升渠道效率。具體地，我們計劃通過購買並投放商用冷藏展示櫃及智能終端零售設備，增加我們的終端品牌曝光率，提升品牌形象；佔據有利的零售點位，同時激勵零售網點以更多的資源展示和銷售我們產品，吸引更多的用戶，塑造更好的消費體驗，提升終端動銷（尤其是在夏季銷售旺季）。此外，商用冷藏展示櫃及智能終端零售設備的投放對於擴大我們的終端SKU數量至關重要，尤其對於飲料產品的推廣。具體而言，我們計劃分配：
 - (i) [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於購買商用冷藏展示櫃。在夏季，也是我們的銷售收入通常高於一年中的其他時期的時節，冰鎮的飲品更受消費者的青睞。我們相信，在終端零售網點放置商用冷藏展示櫃，預期不僅能增加產品曝光，提升我們的飲品口感與品牌形象，更能幫助我們增加銷售旺季的銷量；及
 - (ii) [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於購買智能終端零售設備。這些設備預計將戰略性投放在區域市場的核心售賣點（如：學校、醫院、工廠、旅遊景區及交通樞紐等），以持續提升我們的品牌認知、產品銷售和網絡覆蓋；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於進行銷售和營銷活動，增強品牌活力，強化品牌形象，提升銷售表現。於2021年、2022年及2023年，我們的營銷和推廣費用分別為人民幣1,046.6百萬元、人民幣963.3百萬元及人民幣1,074.2百萬元。我們過往的銷售和營銷活動使我們能夠顯著增加對目標消費者的曝光度並建立強大的品牌知名度。展望未來，我們計劃繼續增加和優化我們的銷售和營銷力度。特別地，我們計劃：(i)持續開展體育營銷活動，例如通過與TEAM CHINA／中國國家隊及中國足球協會超級聯賽等進行深度合作，鞏固我們作為體育營銷領導者的品牌形象；(ii)透過互聯網、電視廣告及綜藝節目、短視頻等新媒體進行營銷活動以及建立私域流量；及(iii)推進在途營銷，包括公交車廣告、大型戶外廣告牌、電梯廣告、交通樞紐廣告等；

未來計劃及[編纂]用途

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於增強我們的產品研發能力，以持續拓展新的產品品類和單品。通過強大的研發能力、產品品牌及銷售渠道，我們致力於持續打造深受消費者認可的明星產品。我們計劃：(i)招募和留住具有軟飲行業研發經驗的人才；(ii)增加對用於基礎研究和應用研究的實驗室設備的投資；(iii)加強與一流大學和研究機構的合作，開展基礎和應用研究；(iv)通過開發新的配料、技術和口味持續擴大及優化我們的產品組合，打造更多消費者喜愛的產品；(v)深入開展消費者研究，收集市場洞見；及(vi)對包裝材料、水資源、產品質量和食品安全等特定領域開展研究，以及通過擴大產品品類和提高產品質量來鞏固我們的領先地位；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於數字化升級，包括提升我們在銷售、運營、生產和物流等領域的數字化能力，從而提高我們的運營效率。我們計劃透過以下維度進行數字化系統的全方位打造：(i)端到端系統的打通，包括建立「產銷協同平台」，結合需求、預測、計劃、採購、生產、執行環節進行協同管理；以及「數字化全供應鏈質量管理體系」，打通由原材料至生產工廠再至經銷渠道及終端零售網點的全鏈路質量管控體系；(ii)推進數據融通，包括構建數據平台、數據中台、業財一體信息系統及人、貨、場數字化閉環管理；(iii)價值鏈模塊的強化，包括「智能工廠體系」、「促銷資源管理系統」及「終端運營數字平台」；及(iv)升級現有系統及基礎設施，並與新建信息化平台及系統進行連接。我們計劃通過招聘專門從事數字化轉型的合格IT專業人員來擴大我們的自有團隊；
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，用於進行潛在投資及併購的機會。未來幾年，結合自有資金及[編纂]的[編纂]，我們將抓住市場機遇，尋找中國及海外潛在收購對象，投資及收購產業價值鏈上有價值的資產或品牌，為我們產品市場份額的提升及／或經營效率的優化提供助力，以實現

未來計劃及[編纂]用途

高速增長。在評估潛在標的時，我們將主要考慮以下因素：(i)對標的的投資或併購是否能對我們的發展計劃產生協同效應；及(ii)標的的衡量指標，涉及生產、銷售、運營和財務指標及／或監管合規性等。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何潛在的投資或收購目標或訂立任何明確的投資或收購協議；及

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，作為營運資金及作一般公司用途。

倘[編纂]定為指示性[編纂]的最高[編纂]或最低[編纂]，則[編纂][編纂]淨額將增加或減少約[編纂]港元。

倘[編纂]獲悉數行使，我們將收取的額外[編纂]淨額為：(i)[編纂]港元（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]的最高[編纂]）；(ii)[編纂]港元（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]的中位數）；及(iii)[編纂]港元（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即指示性[編纂]的最低[編纂]）。

倘[編纂][編纂]淨額高於或低於預期，我們將就上述用途按比例調整對[編纂]淨額的分配。

倘[編纂][編纂]淨額並未即時用於上述用途，或倘我們未能實行所擬進行的未來發展計劃的任何部分，我們在符合本公司最佳利益的情況下可能會將該等資金存入計息銀行賬戶。在此情況下，我們將會遵守上市規則的適當披露規定。

倘我們的開發計劃的任何部分因政府政策變動而阻礙我們任何項目的開發或發生不可抗力事件等原因而未能按計劃進行，則董事將審慎評估有關情況並可能重新分配[編纂][編纂]淨額。倘上述[編纂]的建議用途有任何重大變動，我們將根據上市規則刊發適當公告。

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

以下為本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)發出的報告文本(載於第I-1至I-55頁)，以供載入本文件內。

Deloitte.

德勤

致華潤飲料(控股)有限公司列位董事、中銀國際亞洲有限公司、中信證券(香港)有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited及UBS Securities Hong Kong Limited有關歷史財務資料的會計師報告(按英文字母排序)

緒言

我們呈報第I-4至I-55頁所載的華潤飲料(控股)有限公司(「貴公司」)及其子公司(統稱為「貴集團」)的歷史財務資料，其中包括 貴集團於2021年、2022年及2023年12月31日的合併財務狀況表、 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日的財務狀況表，以及 貴集團截至2023年12月31日止三個年度各年(「往績記錄期間」)的合併損益及其他綜合收益表、合併權益變動表及合併現金流量表，以及重大會計政策資料概要及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第I-4至I-55頁所載的歷史財務資料構成本報告的一部分，乃編製以收錄於 貴公司於[日期]就 貴公司在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板進行股份[編纂]而刊發的文件(「文件」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製作出真實公平反映的歷史財務資料，並落實 貴公司董事認為必需的內部控制，以確保於編製歷史財務資料時不存在重大錯誤陳述(不論是否由於欺詐或錯誤導致)。

申報會計師的責任

我們的責任為就歷史財務資料發表意見，並向 閣下匯報我們的意見。我們根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函

內就歷史財務資料出具的會計師報告」開展工作。該準則規定我們須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料是否存在重大錯誤陳述作出合理保證。

我們的工作涉及執程序以獲取與歷史財務資料內金額及披露事項有關的憑證。選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估歷史財務資料出現重大錯誤陳述（不論是否由於欺詐或錯誤導致）的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮有關實體根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製作出真實公平反映的歷史財務資料的內部控制，以設計於各類情況下適當的程序，惟並非就實體內部控制的成效提出意見。我們的工作亦包括評估 貴公司董事所採用的會計政策是否恰當及所作出的會計估計是否合理，以及評估歷史財務資料的整體呈列。

我們相信，我們所獲得的憑證屬充分及恰當，可為我們的意見提供基準。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料真實公平反映 貴集團及 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日的財務狀況、及根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製的 貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

根據聯交所證券上市規則及《公司（清盤及雜項條文）條例》須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-3頁界定的相關財務報表作出調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註12，當中載述 貴公司及組成 貴集團的集團實體於往績記錄期間並無宣派或派付股息。

德勤•關黃陳方會計師行

執業會計師

香港

[日期]

貴集團歷史財務資料

歷史財務資料編製

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的主要部分。

歷史財務資料所依據的 貴集團於往績記錄期間的合併財務報表乃根據與香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）一致的會計政策編製，且我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審核（「相關財務報表」）。

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有金額約整至最接近的千位（「人民幣千元」）。

合併損益及其他綜合收益表

| | 附註 | 截至12月31日止年度 | | |
|--------------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 收入 | 6 | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |
| 銷售成本 | | (6,368,515) | (7,363,672) | (7,479,514) |
| 毛利 | | 4,971,366 | 5,259,104 | 6,035,214 |
| 其他收入 | 7 | 295,956 | 340,172 | 367,246 |
| 其他收益及虧損 | 8 | (10,577) | (3,187) | (14,622) |
| 預期信貸虧損模式下的減值虧損 (扣除撥回) | | 9,480 | (27,222) | (3,817) |
| 經銷及銷售費用 | | (3,756,727) | (3,877,617) | (4,086,510) |
| 行政開支 | | (253,238) | (265,029) | (300,562) |
| 研發成本 | | (48,979) | (49,179) | (61,510) |
| 財務成本 | 9 | (1,782) | (1,617) | (42,516) |
| [編纂]開支 | | — | — | (14,490) |
| 稅前利潤 | | 1,205,499 | 1,375,425 | 1,878,433 |
| 所得稅開支 | 10 | (347,358) | (386,704) | (547,063) |
| 年內利潤 | 11 | 858,141 | 988,721 | 1,331,370 |
| 歸屬於以下的利潤(虧損)： | | | | |
| — 貴公司擁有人 | | 858,141 | 989,808 | 1,329,341 |
| — 非控股權益 | | — | (1,087) | 2,029 |
| | | 858,141 | 988,721 | 1,331,370 |
| 其他綜合(開支)收益： | | | | |
| 其後將不會重分類至損益的項目： | | | | |
| 功能貨幣換算為呈列貨幣的 | | | | |
| 匯兌差額 | | (134,320) | 443,543 | 95,270 |
| 其後可能重分類至損益的項目： | | | | |
| 換算海外業務而產生的匯兌差額 | | 135,759 | (443,557) | (95,318) |
| 年內綜合收益總額 | | 859,580 | 988,707 | 1,331,322 |
| 歸屬於以下的綜合收益(開支)總額： | | | | |
| — 貴公司擁有人 | | 859,580 | 989,794 | 1,329,293 |
| — 非控股權益 | | — | (1,087) | 2,029 |
| | | 859,580 | 988,707 | 1,331,322 |
| 每股收益(人民幣元)： | | | | |
| 基本 | 13 | 0.43 | 0.49 | 0.66 |

合併財務狀況表

| | 附註 | 於12月31日 | | |
|-------------------------------|----|------------------|------------------|------------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 非流動資產 | | | | |
| 物業、廠房及設備 | 15 | 1,383,153 | 2,007,978 | 4,809,703 |
| 使用權資產 | 16 | 182,254 | 463,799 | 518,035 |
| 遞延稅項資產 | 18 | 256,894 | 310,179 | 243,463 |
| 購置物業、廠房及 設備以及租賃土地的按金 | | 66,295 | 189,325 | 292,566 |
| 定期銀行存款 | 21 | – | – | 1,577,055 |
| 其他非流動資產 | | 760 | 3,069 | 2,955 |
| | | <u>1,889,356</u> | <u>2,974,350</u> | <u>7,443,777</u> |
| 流動資產 | | | | |
| 存貨 | 19 | 414,089 | 588,120 | 377,380 |
| 貿易及其他應收款項 | 20 | 505,343 | 563,601 | 682,869 |
| 可收回所得稅 | | 136,937 | 119,633 | 102,705 |
| 應收同系子公司款項 | 28 | 4,231,684 | 3,536,591 | – |
| 應收直接控股公司款項 | 28 | 19,928 | 21,875 | 22,192 |
| 應收中間控股公司款項 | 28 | 736 | 741 | 742 |
| 定期銀行存款 | 21 | 207,557 | 292,302 | 2,297,391 |
| 現金及現金等價物 | 21 | 1,682,810 | 2,507,631 | 2,074,698 |
| | | <u>7,199,084</u> | <u>7,630,494</u> | <u>5,557,977</u> |
| 流動負債 | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 23 | 3,869,233 | 4,029,081 | 5,022,065 |
| 合同負債 | 24 | 268,912 | 246,660 | 139,355 |
| 應付直接控股公司款項 | 28 | 1,742 | 1,903 | 1,931 |
| 應付中間控股公司款項 | 28 | 1,075 | 1,259 | 1,158 |
| 應付所得稅 | | 28,971 | 33,370 | 7,670 |
| 租賃負債 – 一年內到期 | 25 | 15,909 | 17,169 | 16,178 |
| | | <u>4,185,842</u> | <u>4,329,442</u> | <u>5,188,357</u> |
| 流動資產淨值 | | <u>3,013,242</u> | <u>3,301,052</u> | <u>369,620</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>4,902,598</u> | <u>6,275,402</u> | <u>7,813,397</u> |

附錄一

會計師報告

| | 附註 | 於12月31日 | | |
|--------------------|----|------------------|------------------|------------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 資本及儲備 | | | | |
| 股本 | 26 | 7 | 7 | 7 |
| 儲備 | | 4,583,964 | 5,573,758 | 6,903,051 |
| 貴公司擁有人應佔權益 | | 4,583,971 | 5,573,765 | 6,903,058 |
| 非控股權益 | | – | 322,013 | 469,715 |
| 權益合計 | | 4,583,971 | 5,895,778 | 7,372,773 |
| 非流動負債 | | | | |
| 遞延稅項負債 | 18 | 188,989 | 240,998 | 310,072 |
| 租賃負債 – 一年後到期 | 25 | 16,789 | 10,377 | 19,811 |
| 遞延收入 | 22 | 112,849 | 128,249 | 110,741 |
| | | 318,627 | 379,624 | 440,624 |
| | | 4,902,598 | 6,275,402 | 7,813,397 |

貴公司財務狀況表

| | 附註 | 於12月31日 | | |
|------------------|----|----------------|----------------|----------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 非流動資產 | | | | |
| 投資於子公司 | 17 | 685,718 | 685,718 | 685,718 |
| 流動資產 | | | | |
| 其他應收款項 | 20 | 29 | 102 | 2,270 |
| 應收直接控股公司款項 | 28 | 19,892 | 21,825 | 22,142 |
| 定期銀行存款 | | 7,557 | 8,301 | 8,819 |
| 現金及現金等價物 | | 63 | 69 | 69 |
| | | <u>27,541</u> | <u>30,297</u> | <u>33,300</u> |
| 流動負債 | | | | |
| 應付子公司款項 | 28 | 7,477 | 8,232 | 25,231 |
| 應付中間控股公司款項 | 28 | 922 | 1,100 | 986 |
| | | <u>8,399</u> | <u>9,332</u> | <u>26,217</u> |
| 流動資產淨值 | | <u>19,142</u> | <u>20,965</u> | <u>7,083</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>704,860</u> | <u>706,683</u> | <u>692,801</u> |
| 資本及儲備 | | | | |
| 股本 | 26 | 7 | 7 | 7 |
| 儲備 | 27 | <u>704,853</u> | <u>706,676</u> | <u>692,794</u> |
| 權益合計 | | <u>704,860</u> | <u>706,683</u> | <u>692,801</u> |

合併權益變動表

| | 貴公司擁有人應佔 | | | | | 非控股權益 | 合計 |
|-----------------------|----------|----------------|----------|----------------|-----------|---------|-----------|
| | 股本 | 資本儲備 | 匯兌儲備 | 保留利潤 | 小計 | | |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 (附註a) | 人民幣千元 | 人民幣千元 (附註b) | 人民幣千元 | | |
| 於2021年1月1日 | 7 | 500,000 | (21,047) | 3,245,431 | 3,724,391 | - | 3,724,391 |
| 年內利潤..... | - | - | - | 858,141 | 858,141 | - | 858,141 |
| 匯兌差額..... | - | - | 1,439 | - | 1,439 | - | 1,439 |
| 年內綜合收益總額..... | - | - | 1,439 | 858,141 | 859,580 | - | 859,580 |
| 於2021年12月31日 | 7 | 500,000 | (19,608) | 4,103,572 | 4,583,971 | - | 4,583,971 |
| 年內利潤(虧損)..... | - | - | - | 989,808 | 989,808 | (1,087) | 988,721 |
| 匯兌差額..... | - | - | (14) | - | (14) | - | (14) |
| 年內綜合(開支)收益 總額..... | - | - | (14) | 989,808 | 989,794 | (1,087) | 988,707 |
| 收購子公司(附註30)... | - | - | - | - | - | 323,100 | 323,100 |
| 於2022年12月31日 | 7 | 500,000 | (19,622) | 5,093,380 | 5,573,765 | 322,013 | 5,895,778 |

附錄一

會計師報告

| | 貴公司擁有人應佔 | | | | | 非控股權益 | 合計 |
|-----------------------|----------|----------------|-----------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| | 股本 | 資本儲備 | 匯兌儲備 | 保留利潤 | 小計 | | |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 (附註a) | 人民幣千元 | 人民幣千元 (附註b) | 人民幣千元 | | |
| 年內利潤..... | - | - | - | 1,329,341 | 1,329,341 | 2,029 | 1,331,370 |
| 匯兌差額..... | - | - | (48) | - | (48) | - | (48) |
| 年內綜合(開支) | | | | | | | |
| 收益總額..... | - | - | (48) | 1,329,341 | 1,329,293 | 2,029 | 1,331,322 |
| 收購子公司(附註30)... | - | - | - | - | - | 83,983 | 83,983 |
| 非控股權益向子公司 的注資..... | - | - | - | - | - | 61,690 | 61,690 |
| 於2023年12月31日 | <u>7</u> | <u>500,000</u> | <u>(19,670)</u> | <u>6,422,721</u> | <u>6,903,058</u> | <u>469,715</u> | <u>7,372,773</u> |

附註：

- (a) 資本儲備指 貴公司一名前股東於2011年注入的額外實繳資本。
- (b) 於2021年、2022年及2023年12月31日，計入保留利潤的法定盈餘儲備分別為人民幣525,401,000元、人民幣701,770,000元及人民幣828,432,000元。法定盈餘儲備指根據相關中華人民共和國(「中國」)法律自於中國成立的子公司的年內淨利潤轉撥的金額，直至法定盈餘儲備達至子公司註冊資本的50%。除用於抵銷累計虧損或增加資本外，法定盈餘儲備不得減少。

合併現金流量表

| | 截至12月31日止年度 | | | |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| | 附註 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 經營活動 | | | | |
| 稅前利潤..... | | 1,205,499 | 1,375,425 | 1,878,433 |
| 就以下的調整： | | | | |
| 利息收入..... | | (179,045) | (148,702) | (193,579) |
| 財務成本..... | | 1,782 | 1,617 | 42,516 |
| 以公允價值計量且其變動計入當期 損益（「以公允價值計量且其變動 計入當期損益」）的金融資產的 投資收入..... | | (11,060) | (69,559) | (63,551) |
| 預期信貸虧損模式下的減 值虧損（扣除撥回）..... | | (9,480) | 27,222 | 3,817 |
| 物業、廠房及設備折舊..... | | 248,464 | 302,698 | 440,107 |
| 使用權資產折舊..... | | 23,690 | 23,045 | 23,737 |
| 其他非流動資產攤銷..... | | 104 | 349 | 537 |
| 出售物業、廠房及設備的虧損..... | | 6,780 | 3,365 | 13,840 |
| 政府補助攤銷..... | | (19,944) | (17,010) | (17,508) |
| 撥回長期未償還應付款項..... | | (9,606) | (12,916) | (10,906) |
| 營運資金變動前經營現金流量..... | | 1,257,184 | 1,485,534 | 2,117,443 |
| 存貨（增加）減少..... | | (160,220) | (174,031) | 210,740 |
| 貿易及其他應收款項增加..... | | (111,693) | (75,718) | (62,821) |
| 合同負債增加（減少）..... | | 99,072 | (22,252) | (107,305) |
| 貿易及其他應付款項 增加（減少）..... | | 213,169 | (2,596) | (19,829) |
| 經營活動所得現金..... | | 1,297,512 | 1,210,937 | 2,138,228 |
| 已付所得稅..... | | (470,320) | (366,008) | (420,045) |
| 經營活動所得現金淨額..... | | 827,192 | 844,929 | 1,718,183 |
| 投資活動 | | | | |
| 已收利息..... | | 41,454 | 51,569 | 121,266 |
| 出售以公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融資產的 所得款項..... | | 4,011,060 | 10,349,559 | 5,863,551 |
| 出售物業、廠房及設備的 所得款項..... | | 2,475 | 2,293 | 8,450 |
| 購買以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產..... | | (4,000,000) | (10,280,000) | (5,800,000) |
| 購買物業、廠房及設備..... | | (314,678) | (722,889) | (2,250,873) |

附錄一

會計師報告

| | 附註 | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------|----|------------------|------------------|--------------------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 購買使用權資產 | | – | (136,458) | (60,867) |
| 購買其他非流動資產 | | – | (2,658) | (423) |
| 收購子公司的現金流入淨額 | 30 | – | 35 | – |
| 向同系子公司作出的墊款 | | (7,500,000) | (3,700,000) | – |
| 來自同系子公司的還款 | | 8,333,745 | 4,492,226 | 3,551,429 |
| 向中間控股公司作出的墊款 | | (16) | (7) | – |
| 來自中間控股公司的還款 | | 3 | 2 | – |
| 向直接控股公司作出的墊款 | | (25) | (115) | – |
| 存放原到期日超過三個月 的定期存款 | | (214,374) | (504,301) | (4,233,569) |
| 提取原到期日超過三個月 的定期存款 | | 221,198 | 419,556 | 710,585 |
| 收到與資產相關的政府補助 | | 101,112 | 32,410 | – |
| 投資活動所得(所用)現金淨額 | | <u>681,954</u> | <u>1,222</u> | <u>(2,090,451)</u> |
| 融資活動 | | | | |
| 增加銀行借款 | | – | – | 5,900,000 |
| 償還銀行借款 | | – | – | (5,900,000) |
| 償還中間控股公司 | | (50) | (16) | (6) |
| 償還租賃負債 | | (17,635) | (19,568) | (17,027) |
| 已付利息 | | (1,782) | (1,617) | (42,516) |
| 已付發行成本 | | – | – | (1,049) |
| 融資活動所用現金淨額 | | <u>(19,467)</u> | <u>(21,201)</u> | <u>(60,598)</u> |
| 現金及現金等價物 | | | | |
| 增加(減少)淨額 | | 1,489,679 | 824,950 | (432,866) |
| 年初的現金及現金等價物 | | 191,662 | 1,682,810 | 2,507,631 |
| 外匯匯率變動的影響 | | 1,469 | (129) | (67) |
| 年末現金及現金等 價物總額，按以下呈報 | | | | |
| 現金及現金等價物 | | <u>1,682,810</u> | <u>2,507,631</u> | <u>2,074,698</u> |

歷史財務資料附註

1. 一般資料

華潤飲料(控股)有限公司(前稱華潤飲料(大中華)有限公司、華潤麒麟飲料(大中華)有限公司及 Hua Yao Investments Limited) (「貴公司」) 為一家於1995年7月4日在英屬維爾京群島(「英屬維爾京群島」) 註冊成立的英屬維爾京群島商業有限公司，並於2024年4月16日由英屬維爾京群島遷至開曼群島。其直接控股公司為華潤集團(飲料)有限公司(於英屬維爾京群島註冊成立)，貴公司董事認為最終控股公司為於中國成立的公司中國華潤有限公司。

貴公司的註冊辦事處地址為4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands，而 貴公司的主要營業地點為中國深圳市南山區朗山路22號高新技術產業園區(北區)。

貴公司為投資控股公司，其子公司主要從事製造及經銷包裝飲用水，及 貴公司子公司的詳情載於附註36。

貴公司的功能貨幣為港元(「港元」)。貴集團的收入及現金流量主要來自其子公司生產及經銷包裝飲用水的業務，其功能貨幣為人民幣。為減少外匯變動對所呈報業績的影響，以更好地反映 貴集團的相關表現，歷史財務資料以人民幣呈列。

2. 歷史財務資料的編製及呈列基準

歷史財務資料乃根據與香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)一致的會計政策(載列於附註4)編製。

為籌備 貴公司股份於聯交所的[編纂]，貴公司由英屬維爾京群島遷至開曼群島，並於2024年4月16日完成遷址。貴公司的註冊辦事處地址同時由Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, the BVI變更至4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。貴公司名稱於2023年9月11日變更為華潤飲料(控股)有限公司。因此，就本報告而言，歷史財務資料乃按合併基準編製，此乃由於 貴公司於往績記錄期間或自附註30所述已收購實體的收購日期起維持對子公司的控制權。

3. 應用香港財務報告準則

就編製及列報往績記錄期間歷史財務資料而言，貴集團已持續於整個往績記錄期間貫徹應用於2023年1月1日開始的會計期間生效的符合香港會計師公會頒佈的香港會計準則(「香港會計準則」)、香港財務報告準則、經修訂詮釋的會計政策。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則

於本報告日期，貴集團並無提前應用以下已頒佈但尚未生效的經修訂香港財務報告準則：

| | |
|----------------------------|----------------------------------------------|
| 香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號的修訂 | 投資者與其聯營公司或合營企業間的資產出售或注資 ¹ |
| 香港財務報告準則第16號的修訂 | 售後租回之租賃負債 ² |
| 香港會計準則第1號的修訂 | 負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號之相關修訂(2020年) ² |
| 香港會計準則第1號的修訂 | 附帶契諾的非流動負債 ² |
| 香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號的修訂 | 供貨商融資安排 ² |
| 香港會計準則第21號的修訂 | 缺乏可兌換性 ³ |

- 1 於待釐定日期或之後開始的年度期間生效。
- 2 於2024年1月1日或之後開始的年度期間生效。
- 3 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效。

貴公司董事預期，於可見將來應用上述經修訂香港財務報告準則不會對 貴公司合併財務報表產生重大影響。

4. 重大會計政策資料

歷史財務資料根據與香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則一致的會計政策編製。就編製歷史財務資料而言，倘有關資料合理預期會影響主要使用者作出之決定，則有關資料被視為重大。此外，歷史財務資料包括聯交所證券上市規則（「上市規則」）及香港《公司條例》所規定的適用披露。

歷史財務資料按各報告期末歷史成本基準編製，如下文所載的會計政策所解釋。

歷史成本一般按為換取貨品及服務所支付對價的公允價值確定。

公允價值是於計量日市場參與者間於有秩序交易中出售資產所收取或轉讓負債須支付的價格，而不論該價格是否可直接觀察取得或可使用其他估值方法估計。於估計資產或負債的公允價值時，倘市場參與者於計量日對資產或負債定價時考慮該資產或負債的特徵，則 貴集團會考慮該等特徵。

於該等歷史財務資料中作計量及／或披露用途的公允價值乃按此基準釐定，惟租賃交易根據香港財務報告準則第16號入賬及與公允價值相若但並非公允價值的計量（如根據香港財務報告準則第2號以股份為基礎的付款入賬的存貨可變現價值淨額或根據香港會計準則第36號資產減值入賬的資產減值的使用價值）除外。

主要會計政策載列如下：

合併基準

歷史財務資料包括 貴公司及 貴公司及其子公司控制的實體的財務報表。當 貴公司符合以下條件時，其具有對該實體的控制：

- 擁有對被投資者的權力；
- 通過對被投資者的涉入而承擔或有權獲得可變回報；及
- 有能力運用對被投資者的權力影響所得到回報的金額。

如有事實和情況表明上述控制三要素中的一項或多項要素發生了改變， 貴公司將重新評估其是否具有對被投資者的控制。

子公司於其控制權轉移到 貴集團當日起合併到 貴集團中，於控制終止當日起終止合併。具體而言，年內收購或處置的子公司的收入和支出將包括於 貴集團取得子公司控制權日起至 貴集團對子公司控制終止當日為止的合併損益及其他綜合收益表中。

損益和其他綜合收益中的每一項均歸屬於 貴公司所有者和非控股權益。子公司的綜合收益總額或業務歸屬於 貴公司所有者和非控股權益，即使這會導致非控股權益出現虧絀結餘。

必要時，需要對子公司的財務報表進行調整從而使子公司的會計政策與 貴集團的會計政策保持一致。

附錄一

會計師報告

貴集團成員公司間交易涉及的所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支及現金流量於合併入賬時悉數對銷。

於子公司的非控股權益與 貴集團權益分開呈列，其代表於清盤時有權按比例分佔相關子公司資產淨值的現時所有權權益。

資產收購

當 貴集團收購並不構成一項業務的一組資產及負債時， 貴集團識別及確認所收購個別可識別資產及所承擔負債，首先按其於購買日的相對公允價值將購買值分配至可識別資產及負債。有關交易並不會導致出現商譽或議價收購收益。

於子公司的投資

於子公司的投資按成本減任何已識別減值虧損計入 貴公司財務狀況表。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為用於生產或提供貨物或服務，或作行政用途的而持有的有形資產（下文所述在建工程除外）。物業、廠房及設備乃按成本減其後累計折舊及其後累計減值虧損（如有）於合併財務狀況表入賬。

供生產、供應或行政用途的在建樓宇和機器按成本減去任何已確認的減值虧損列賬。成本包括任何直接歸屬將有關資產達到必要地點及狀態可按管理層擬定方式營運的成本，及（就合資格資產而言）根據 貴集團之會計政策資本化的借貸成本。該等資產的折舊基準與其他物業資產相同，乃於資產可供用於擬定用途時開始計提。

物業、廠房及設備項目（在建工程除外）的折舊乃以直線法確認，以撇銷其估計可使用年期內的成本減剩餘價值。估計可使用年期及折舊方法乃於各報告期末檢討，任何估計變動的影響按預先計提的基準入賬。

物業、廠房及設備項目乃於出售後或預期繼續使用該資產不會產生未來經濟利益時終止確認。出售或廢棄物業、廠房及設備項目產生的任何收益或虧損按出售所得款項與資產賬面值間的差額計算，並於損益內確認。

倘 貴集團為包含租賃土地及樓宇成分的物業所有權權益付款，整筆對價按初始確認的相對公允價值比例分配至租賃土地與樓宇成分。在可以可靠地分配有關付款的情況下，租賃土地的權益於合併財務狀況表呈列為「使用權資產」。如不能可靠地將對價分配至非租賃樓宇成分與相關租賃土地不可分割權益，則將整項物業分類為物業、廠房及設備。

客戶合同收入

當（或於） 貴集團履行履約責任，即與特定履約責任相關的商品或服務的「控制權」轉移予客戶時， 貴集團確認收入。

如果符合下列標準之一，則控制權會隨時間轉移，而收入會根據有關履約責任的完成進度在一段時間內確認：

- 客戶在 貴集團履約的同時取得並消耗 貴集團履約所帶來的利益；
- 貴集團履約創建及提升於 貴集團履約時由客戶控制的資產；或

- 貴集團履約並無產生對 貴集團有替代用途的資產，且 貴集團對迄今完成的履約具有可執行付款權利。

否則，收入於客戶獲得可明確區分商品或服務的控制權時確認。

合同負債是指 貴集團向客戶轉讓商品或服務的責任，而 貴集團已就此向客戶收取代價。

可變對價

對於包含可變對價基於數量的銷售折扣之合同， 貴集團使用最可能的金額估計其將有權獲得之對價金額，更準確預知 貴集團將有權獲得之對價金額。

可變對價之估計金額乃計入交易價格內，前提是計入後有很大可能不會導致於未來（當與可變對價相關之不確定性於其後變得確定時）出現顯著收入撥回。

於各報告期末， 貴集團會更新估計交易價格（包括更新其就可變對價之估計是否有限度而作出之評估），以忠實反映於報告期末之現況及於報告期期間之情況變動。

具退貨權之銷售

對於具有不同產品退貨權之產品銷售， 貴集團確認以下所有項目：

- 按 貴集團預期有權收取之對價金額確認已轉移產品之收益（因此，不會就預期須退貨之產品確認收益）；
- 退款負債；及
- 就其向客戶收回產品之權利確認資產（及對銷售成本作相應調整）並列為退回商品權利的資產。

物業、廠房及設備、使用權資產及商譽以外的其他非流動資產減值

於各報告期末， 貴集團檢討具有有限使用年期的物業、廠房及設備、使用權資產及其他非流動資產之賬面值，以確定該等資產有否出現減值虧損跡象。倘存在任何有關跡象，則會估計相關資產之可收回金額，以釐定減值虧損程度（倘有）。

可收回金額為公允價值減出售成本與使用價值之較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量乃使用稅前貼現率貼現至其現值，該貼現率反映目前市場對資金時間值之評估以及估計未來現金流量未調整之資產（或現金產生單位）的獨有風險。

倘資產（或現金產生單位）之可收回金額估計少於其賬面值，則該資產（或現金產生單位）之賬面值將撇減至其可收回金額。於分配減值虧損時，減值虧損首先分配至削減任何商譽（如適用）的賬面值，然後根據各資產於現金產生單位或一組現金產生單位的賬面值按比例分配至其他資產。減值虧損即時於損益中確認。

倘於其後撥回減值虧損，則該項資產（或現金產生單位或一組現金產生單位）之賬面值將增加至經修訂之估計可收回金額，惟增加後之賬面值不會超逾（或現金產生單位或一組現金產生單位）於過往年度並無就該項資產確認減值虧損情況下原應釐定之賬面值。減值虧損撥回即時於損益中確認。

存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中的較低者列賬。存貨成本包括直接材料及（如適用）直接人工成本及將存貨運送至目前地點及狀況所產生的間接費用。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完成成本及進行銷售所需的成本。

租賃

租賃之定義

倘合同賦予權利於一段時間內控制已識別資產的用途以換取對價，則該合同為租賃或包含租賃。

就於香港財務報告準則第16號首次應用日期或之後訂立或修改或因業務合併而產生的合同而言，貴集團會於合同開始時、修改日期或收購日期（如適用）根據香港財務報告準則第16號的定義評估合同是否為租賃或包含租賃。除非該合同的條款及條件隨後有更改，否則不會重新評估。

貴集團作為承租人

短期租賃及低價值資產租賃

貴集團對自開始日期起計租賃期為十二個月或以下並且不包含購買選擇權之租賃土地及樓宇採用短期租賃確認豁免。貴集團亦就低價值資產租賃採用確認豁免。短期租賃及低價值資產租賃的租賃付款乃於租期內按直線法確認為開支。

使用權資產

使用權資產的成本包括：

- 租賃負債的初始計量金額；
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款，減去所得的任何租賃獎勵；

使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。

倘貴集團合理確信在租賃期屆滿時取得相關租賃資產的擁有權，則使用權資產自開始日期起至可使用年期屆滿止期間折舊。否則，使用權資產按其估計可使用年期及租期的較短者以直線法折舊。

貴集團於合併財務狀況表內將使用權資產呈列為單獨項目。

租賃負債

於租賃開始日期，貴集團按該日尚未支付租賃付款的現值確認及計量租賃負債。在計算租賃付款的現值時，倘租賃中所隱含的利率不易確定，則貴集團於租賃開始日期採用增量借貸利率。

租賃付款包括固定付款（包括實質固定付款）減任何應收租賃獎勵。

於開始日期後，租賃負債按利息增幅及租賃付款予以調整。

倘租期有所變動，於該情況下，相關租賃負債於重新評估日期透過使用經修訂貼現率貼現經修訂租賃付款而重新計量，則 貴集團重新計量租賃負債（並對相關使用權資產作出相應調整）。

外幣

編製各個別集團實體之財務報表時，以該實體功能貨幣以外貨幣（外幣）進行之交易乃按交易日期當時之匯率確認。於各報告期末，以外幣列值之貨幣項目以當日之匯率重新換算。以外幣過往成本計算之非貨幣項目不予重新換算。

結算貨幣項目及換算貨幣項目所產生之匯兌差額會於產生期間在損益表確認。

就出售海外業務（即出售 貴集團於海外業務的全部權益，或涉及失去對一間子公司（包括海外業務）的控制權出售時），就歸屬於 貴公司擁有人的該業務而於權益內累計的所有匯兌差額重新分類至損益。

此外，就部分出售子公司而言，倘並無導致 貴集團失去對子公司的控制權，則按比例分佔的累計匯兌差額會重新分配至非控股權益，且不會於損益內確認。

借貸成本

所有借貸成本於產生期間的損益內確認。

政府補助

在合理保證 貴集團會遵守政府補助的附帶條件以及將會得到補助後，政府補助金方會予以確認。

政府補助於 貴集團確認補助金擬補償之相關成本為開支的期間按系統化的基準於損益中確認。具體而言，以 貴集團應購買、建造或收購非流動資產為主要條件的政府補助乃於合併財務狀況報表確認為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內基於系統合理基準轉撥至損益中。

作為已產生的開支或虧損之補償或向 貴集團提供即時財務支援（而無未來有關成本）而應收與收入有關的政府補助，乃於有關補助成為應收款項的期間在損益中確認。

退休福利費用及離職福利

對界定供款退休福利計劃／國家管理退休福利計劃／強制性公積金計劃的供款於僱員提供服務後有權收取供款時確認為開支。

短期僱員福利

短期僱員福利按僱員提供服務時預期應付福利的未貼現金額確認。所有短期僱員福利確認為開支，除非另有香港財務報告準則要求或允許將福利計入資產成本。

就僱員應計福利（如工資及薪金、年假及病假）於扣除任何已付金額後確認負債。

稅項

所得稅開支指即期及遞延所得稅開支的總和。

目前應繳稅項乃按年度應納稅利潤計算。由於其不包括其他年度的應課稅或可扣減收入或開支項目及毋須課稅或不得扣減項目，應納稅利潤有別於稅前利潤。貴集團就即期稅項的負債使用於各報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項乃按歷史財務資料內資產與負債賬面值與計算應納稅利潤所使用相應稅基的暫時差額確認。遞延稅項負債一般就所有應課稅暫時差額確認。若有可能取得可利用可扣減暫時差額抵銷應納稅利潤時，一般就所有可扣減暫時差額確認遞延稅項資產。倘暫時差額自不影響應納稅利潤或會計利潤的交易項下其他資產及負債的商譽或初始確認所產生（業務合併所產生者除外），且於交易時並無產生相等的應課稅及可扣減暫時差額，則該等遞延稅項資產及負債不予確認。此外，倘暫時差額產生自商譽的初始確認，則不會確認遞延稅項負債。

遞延稅項負債乃按與子公司之投資有關的應課稅暫時差額確認，除非貴集團可控制暫時差額的撥回及暫時差額很可能於可見將來不會撥回。與該等投資及權益相關的可扣減暫時差額所產生的遞延稅項資產，僅於很可能有足夠應納稅利潤抵銷暫時差額而利用其得益且預計於可見將來可以撥回時確認。

遞延稅項資產的賬面值在各報告期末予以檢討，並於不可能再有足夠應納稅利潤可用以撥回所有或部分資產時予以扣減。

遞延稅項資產及負債以報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）為基礎，按預期於清償該負債或變現該資產期間適用的稅率計量。

遞延稅項負債及資產的計量反映貴集團在各報告期末預期收回或清償其資產及負債賬面值的方式所導致的稅務後果。

就計量貴集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易的遞延稅項而言，貴集團首先釐定稅項扣減是否歸屬於使用權資產或租賃負債。

就稅務扣減歸屬於租賃負債的租賃交易而言，貴集團分別就租賃負債及相關資產應用香港會計準則第12號的規定。貴集團於可能有可利用應納稅利潤以抵銷可扣減暫時差額時確認與租賃負債有關的遞延稅項資產，並就所有應課稅暫時性差額確認遞延稅項負債。

倘有合法可執行權利將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷，及倘遞延稅項資產及負債與同一稅務機關對同一應課稅實體徵收的所得稅相關，則遞延稅項資產及負債可互相對銷。

即期及遞延稅項於損益確認，惟在其與於其他綜合收益或直接於權益內確認的項目有關的情況下，即期及遞延稅項亦分別於其他綜合收益或直接於權益內確認。倘因業務合併之初步會計方法而產生即期稅項或遞延稅項，有關稅務影響計入業務合併之會計方法內。

附錄一

會計師報告

在評估所得稅處理的任何不確定性時，貴集團考慮相關稅務機關是否可能接受個別集團實體在其所得稅申報中使用或建議使用的不確定稅務處理。倘可能發生，即期及遞延稅項的釐定與所得稅申報中的稅務處理一致。倘相關稅務機關不大可能接受不確定的稅務處理，則使用最可能的金額或預期價值反映各項不確定性的影響。

金融工具

當集團實體成為工具合同條文之訂約方時，金融資產及金融負債予以確認。所有一般買賣之金融資產概按結算日之基準予以確認及終止確認。一般買賣乃指按照市場規定或慣例在一定期間內交付資產之金融資產買賣。

金融資產及金融負債初步按公允價值計量，惟根據香港財務報告準則第15號「客戶合同產生的收益」（「香港財務報告準則第15號」）首次計量客戶合同產生的貿易應收款項除外。因收購或發行金融資產及金融負債而直接產生之交易成本，於初始確認時加入金融資產或金融負債（視情況而定）之公允價值或來自金融資產及金融負債（視情況而定）之公允價值扣除。

實際利率法乃計算金融資產或金融負債之攤銷成本以及分配相關期間利息收入之方法。實際利率乃於初始確認時將金融資產或金融負債於預計年期或適用之較短期間內的估計未來收取之現金及付款（包括構成實際利率主要部分之所有已付或已收費用、交易成本及其他溢價或折讓）貼現至賬面淨值之利率。

金融資產

金融資產之分類及後續計量

符合下列條件之金融資產其後按攤銷成本計量：

- 持有金融資產之業務模式目的為收取合同現金流量；及
- 合同條款於指定日期產生之現金流量純粹為支付本金及未償還本金之利息。

所有其他金融資產隨後均會按以公允價值計量且其變動計入當期損益的方式計量，惟如該項股本投資既不是持作買賣，亦不是購買者在某項業務合併（符合香港財務報告準則第3號業務合併）中確認的或然對價，則在首次確認為金融資產之日，貴集團或會不可撤銷地選擇呈報其後於其他綜合收益中股本投資的公允價值變動。

攤銷成本及利息收入

其後按攤銷成本計量的金融資產利息收入乃使用實際利率法予以確認。利息收入為對一項金融資產總賬面值應用實際利率予以計算，惟其後出現信貸減值的金融資產除外。就其後出現信貸減值的金融資產而言，自下一報告期起，利息收入為對金融資產攤銷成本應用實際利率予以確認。倘信貸減值金融工具的信貸風險好轉，使金融資產不再出現信貸減值，於釐定資產不再出現信貸減值後，自報告期開始起利息收入為對金融資產總賬面值應用實際利率予以確認。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

不符合按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益（「以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益」）或指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的標準的金融資產，按以公允價值計量且其變動計入當期損益的方式計量。

以公允價值計量且其變動計入當期損益計量的金融資產於各報告期末按公允價值計量，而任何公允價值收益或虧損則於損益中確認。於損益中確認的淨收益或虧損不包括金融資產賺取的任何股息或利息，並計入損益中的「其他收入」細列項目內。

須根據香港財務報告準則第9號作減值評估的金融資產的減值

貴集團根據香港財務報告準則第9號就須作減值評估之金融資產（包括貿易及其他應收款項、應收同系子公司、中間控股公司、直接控股公司的款項及銀行結餘及現金）按預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）模式進行減值評估。預期信貸虧損之金額於各報告日期更新，以反映信貸風險自初始確認以來之變化。

全期預期信貸虧損指於相關工具之預期年期內所有可能發生之違約事件所產生之預期信貸虧損。相反，12個月預期信貸虧損（「12個月預期信貸虧損」）指預期於報告日期後12個月內可能發生之違約事件所產生之部分全期預期信貸虧損。評估乃根據 貴集團之過往信貸虧損經驗進行，並根據債務人特有之因素、整體經濟狀況以及於報告日期時之當前狀況及未來狀況預測的評估而作出調整。

貴集團一直就貿易應收款項（包括應收同系子公司的貿易相關款項）確認全期預期信貸虧損。

對於所有其他工具， 貴集團計量與12個月預期信貸虧損等額的虧損撥備，除非信貸風險自初始確認以來顯著增加，則 貴集團確認全期預期信貸虧損。評估是否應確認全期預期信貸虧損乃依據自初始確認以來發生違約之可能性或風險是否顯著增加。

(i) 信貸風險顯著上升

評估信貸風險自初始確認以來是否顯著上升時， 貴集團會比較金融工具於報告日期發生違約的風險與金融工具於初始確認日期發生違約的風險。作出該評估時， 貴集團會考慮合理及具支持性的定量及定性資料，包括過往經驗及可以合理成本及精力獲取的前瞻性資料。

具體而言，評估信貸風險是否顯著上升時會考慮以下資料：

- 金融工具外部（如有）或內部信用評級的實際或預期顯著惡化；
- 信貸風險的外部市場指標顯著惡化，例如債務人的信貸息差、信用違約掉期價格顯著上升；
- 商業、金融或經濟情況目前或預期有不利變動，預計將導致債務人償還債項的能力顯著下降；
- 債務人經營業績實際或預期顯著惡化；
- 債務人的監管、經濟或技術環境有實際或預計的重大不利變動，導致債務人償還債項的能力顯著下降。

不論上述評估結果如何， 貴集團均假設合同付款逾期超過30日後信貸風險自初始確認以來顯著上升，除非 貴集團有合理及具支持性的資料證明存在其他情況。

貴集團定期監控用以識別信貸風險有否顯著增加的標準之效益，且修訂標準（如適當）來確保標準能在金額逾期前識別信貸風險顯著增加。

(ii) 違約定義

就內部信貸風險管理而言，貴集團認為，在內部制訂或得自外界來源的資料顯示債務人不大可能悉數向債權人(包括貴集團)還款時(並未考慮貴集團所持有的任何抵押品)，違約事件發生。

不論上文為何，貴集團認為，違約已於金融資產逾期超過90天時發生，除非貴集團有合理及具支持性資料顯示較長的違約期限更為適用。

(iii) 信貸減值金融資產

當發生一項或多項違約事件對金融資產的估計未來現金流量產生不利影響時，該金融資產即為信貸減值。金融資產存在信貸減值的證據包括有關以下事件的可見數據：

- (a) 發行人或借款人之重大財務困難；
- (b) 違反合同，例如違約或逾期事件；
- (c) 借款人之貸款人，出於與借款人之財務困難有關的經濟或合同原因，已向借款人授予貸款人不會另行考慮的特許權；或
- (d) 借款人將很可能進入破產或其他財務重組。

(iv) 撤銷政策

當有信息表明交易對手處於嚴重的財務困境且沒有現實的復甦前景時，例如，當交易對手已被清盤或已進入破產程序時，貴集團撤銷金融資產。於計及適用法律意見的情況下，撤銷的金融資產根據貴集團的恢復程序可能仍然受到執法活動的約束。撤銷構成終止確認事件。任何後續回收均在損益中確認。

(v) 預期信貸虧損的計量及確認

預期信貸虧損的計量為違約概率、違約損失率(即違約時的損失程度)及違約風險的函數。評估違約概率及違約損失率的依據是經前瞻性資料調整的過往數據。預期信貸虧損的預估反映無偏概率加權平均金額，以各自發生違約的風險為權重確定。貴集團使用可行權宜方法，採用經考慮過往信貸虧損經驗的撥備矩陣及無需過大成本或努力就可獲得的前瞻性資料來估計應收貿易款項的預期信貸虧損。

一般而言，預期信貸虧損為根據合同應付貴集團的所有合同現金流量與貴集團預計收取的現金流量(按初始確認時釐定的實際利率貼現)之間的差額。

應收貿易款項之全期預期信貸虧損乃經考慮過往逾期資料及前瞻性宏觀經濟資料等相關信貸資料後按整體基準考慮。就集體評估而言，於制定分組時，貴集團考慮下列特徵：

- 逾期狀況；
- 債務人的性質、規模及行業；及
- 外部信貸評級(倘有)。

歸類工作經管理層定期檢討，以確保各組別成分繼續分擔類似信貸風險特性。

利息收入根據金融資產的總賬面值計算，除非金融資產出現信貸減值；在此情況下，利息收入根據金融資產的攤銷成本計算。

貴集團透過調整所有金融工具的賬面值於損益確認彼等之減值收益或虧損，惟貿易及其他應收款項以及應收同系子公司款項除外，此種情況下透過虧損撥備賬確認相應調整。

終止確認金融資產

僅倘自資產收取現金流量之合同權利屆滿，或倘其轉讓金融資產及資產所有權的絕大部分風險及回報轉予另一實體，則 貴集團終止確認該項金融資產。

於終止確認按攤銷成本計量之金融資產時，資產賬面值與已收及應收對價總和之差額於損益中確認。

金融負債及權益工具

分類為債務或權益

債務及權益工具根據合同安排的具體內容及金融負債與權益工具的定義分類為金融負債或權益。

權益工具

權益工具是證明在扣除所有負債後於 貴集團資產之剩餘權益的任何合同。貴公司發行的權益工具乃按已收所得款項扣除直接發行成本確認。

按攤銷成本計量之金融負債

貴集團金融負債（包括貿易及其他應付款項、應付直接控股公司款項及應付中間控股公司款項）其後使用實際利息法按攤銷成本計量。

終止確認金融負債

貴集團當且僅當責任獲解除、取消或屆滿時方會取消確認金融負債。獲取消確認之金融負債的賬面值與已付及應付對價間差額於損益中確認。

5. 估計不明朗因素的主要來源

於應用附註4所述的 貴集團會計政策時，貴公司董事須對未能依循其他途徑取得的資產及負債賬面值作出判斷、估計及假設。估計及相關假設乃根據過往經驗及其他視為相關的因素作出。實際結果可能有別於該等估計。

貴集團持續檢討估計及相關假設。倘修訂會計估計僅影響某一期間，則於修訂有關估計的期間內確認修訂；倘修訂影響本期間及未來期間，則於作出修訂的期間及未來期間確認有關修訂。

以下為於報告期末有關未來的主要假設及估計不明朗因素的其他主要來源，該等假設及來源具有須對未來十二個月內的資產及負債的賬面值作出大幅調整的重大風險。

銷售折扣的可變對價

貴集團估計可變對價將計入附有銷售折扣的產品銷售交易價格中。

就設有單一數量限額的合同，貴集團按每名客戶基準對銷售折扣進行分析。釐定客戶是否可能有權獲得銷售折扣取決於客戶迄今的累計採購量。

貴集團每月更新其對預期銷售折扣的評估，並相應調整應付銷售折扣及返利。預期銷售折扣的估計容易受情況變動影響，而貴集團有關銷售折扣配額的經驗未必足以代表客戶日後的實際銷售折扣配額。

貿易應收款項之預期信貸虧損撥備

貴集團根據其各自的信貸風險估計按攤銷成本計量的貿易應收款項之預期信貸虧損之虧損撥備金額。計量預期信貸虧損要求應用重大判斷，包括預期未來現金流量及前瞻性宏觀因素。鑒於相關金融工具之預期未來信貸虧損，虧損撥備金額計量為資產之賬面值及估計未來現金流量之現值的差額。相關金融工具之信貸風險評估涉及較高程度之估計及不明朗因素。當實際未來現金流量低於或高於所預期者，因此可能出現重大減值虧損或重大減值虧損撥回。

於2021年及2022年及2023年12月31日，貿易應收款項的賬面值為人民幣267,887,000元、人民幣240,072,000元及人民幣230,704,000元（扣除撥備分別為人民幣9,885,000元及人民幣30,496,000元以及人民幣36,622,000元）。

物業、廠房及設備的可使用年期

於採用有關物業、廠房及設備折舊的會計政策時，管理層乃根據物業、廠房及設備用途的行業經驗並參考有關行業規範來估計各種物業、廠房及設備的可使用年期。倘物業、廠房及設備的實際可使用年期，由於商業及技術環境改變以致少於原本估計的可使用年期或修訂的估計可使用年期，有關差額將影響於餘下期間的折舊開支。於2021年、2022年及2023年12月31日，物業、廠房及設備的賬面值分別約為人民幣1,383,153,000元、人民幣2,007,978,000元及人民幣4,809,703,000元。

遞延稅項資產

遞延稅項資產的實現主要依靠是否有足夠未來利潤或未來存在的臨時稅務差異。倘若產生的實際未來利潤低於或超過預期，遞延稅項資產的回撥或確認將於回撥或確認的年內於損益確認。於2021年、2022年及2023年12月31日，遞延稅項資產的賬面值分別約為人民幣256,894,000元、人民幣310,179,000元及人民幣243,463,000元。

6. 收入及分部資料

收入指於往績記錄期間銷售包裝飲用水及飲料的已收及應收款項（扣除退貨及撥備）。

收入明細

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 產品種類 | | | |
| 銷售包裝飲用水 | 10,817,805 | 11,905,738 | 12,446,560 |
| 銷售飲料 | 522,076 | 717,038 | 1,068,168 |
| 合計 | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |

附錄一

會計師報告

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 收入確認時間 | | | |
| 在某一時間點..... | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |
| 地域市場* | | | |
| 南部地區..... | 4,368,373 | 4,333,433 | 4,391,811 |
| 東部地區..... | 2,809,599 | 3,635,992 | 4,006,147 |
| 西南地區..... | 1,463,676 | 1,719,123 | 1,897,664 |
| 其他地區..... | 2,698,233 | 2,934,228 | 3,219,106 |
| 合計 | 11,339,881 | 12,622,776 | 13,514,728 |

* 南部、東部及西南地區位於中國大陸，而其他地區則包括中國大陸其他地區、中國香港及中國澳門。

客戶合同的履約義務

貴集團於產品控制權轉移至客戶時（即貨品已放置或交付至客戶指定地點時）確認收入。貴集團要求若干客戶提供按金。倘貴集團於交付貨品前收取按金，則會於合同開始時產生合同負債，直至就相關合同確認的收入超過按金金額。

部分貨品銷售合同為客戶提供退貨權及銷售折扣，從而產生可變對價。

退貨權

對於向客戶提供規定期限內退貨權的合同，由於預期價值法可最佳預測貴集團將有權獲得的可變對價金額，故預期價值法用於估計不會退回的貨品。應用香港財務報告準則第15號有關限制可變對價估計的規定以釐定可計入交易價格的可變對價金額。於往績記錄期間，銷售退貨金額對貴集團而言並不重大。

可變對價：基於數量的銷售折扣

當年內購買的產品數量超過合同指定的閾值，則可向若干客戶提供可追溯銷售折扣。為估計預期未來銷售折扣的可變對價，對於具有單一交易量門檻的合同使用最可能金額法。最佳預測可變對價金額的選定方法主要由合同中包含的交易量閾值數量決定。應用有關限制估計可變對價的規定，並就預期未來銷售折扣確認負債。

交易價格分配至客戶合同的剩餘履約責任

銷售包裝飲用水及飲料合同項下履約責任的初始預期期限少於一年，根據香港財務報告準則第15號，分配至該等未履行合同的交易價格並未披露。

分部資料

為分配資源及評估表現，主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱根據附註4所載相同會計政策編製的貴集團整體業績及財務狀況。因此，管理層認為貴集團僅有一個經營分部。

附錄一

會計師報告

分部資產及負債

主要經營決策者所採用的 貴集團分部報告計量方法並無計入資產及負債。因此，並無呈列分部資產及負債。

有關主要客戶的資料

於往績記錄期間，概無客戶佔 貴集團總收入的10%以上。

7. 其他收入

| | 截至12月31日止年度 | | |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 利息收入 | | | |
| — 銀行存款 | 41,454 | 51,569 | 178,740 |
| — 存放於同系子公司的現金墊款 | 62,858 | — | — |
| — 向關聯方提供貸款 | 74,733 | 97,133 | 14,839 |
| 以公允價值計量且其變動計入當期損益的 | | | |
| 金融資產的投資收益 | 11,060 | 69,559 | 63,551 |
| 政府補助(附註) | 82,938 | 87,812 | 61,264 |
| 回收包裝材料銷售 | 6,618 | 9,669 | 30,556 |
| 其他 | 16,295 | 24,430 | 18,296 |
| | <u>295,956</u> | <u>340,172</u> | <u>367,246</u> |

附註：於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，政府補助包括子公司就其對地方經濟增長作出的貢獻而收取的補貼，金額分別為人民幣62,994,000元、人民幣70,802,000元及人民幣43,756,000元，於收到該等獎勵且符合與該等獎勵相關的條件(如有)時於合併損益表中確認。概無與該等授出有關的未達成條件或或然事項。

政府補助的餘下部分與投資中國生產設施所收取的補助有關，該補助按附註22所詳述的相關資產可使用年期在損益表中確認。

8. 其他收益及虧損

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 出售物業、廠房及設備的虧損淨額 | (6,780) | (3,365) | (13,840) |
| 淨匯兌(虧損)收益 | (2,201) | 2,814 | 917 |
| 其他 | (1,596) | (2,636) | (1,699) |
| | <u>(10,577)</u> | <u>(3,187)</u> | <u>(14,622)</u> |

附錄一

會計師報告

9. 財務成本

| | 截至12月31日止年度 | | |
|--------|----------------|----------------|-----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 銀行借款利息 | - | - | (41,053) |
| 租賃負債利息 | (1,782) | (1,617) | (1,463) |
| | <u>(1,782)</u> | <u>(1,617)</u> | <u>(42,516)</u> |

10. 所得稅開支

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 中國企業所得稅（「企業所得稅」） | | | |
| 即期稅項 | 350,405 | 384,874 | 409,117 |
| 過往年度撥備不足 | 1,134 | 3,106 | 2,156 |
| | <u>351,539</u> | <u>387,980</u> | <u>411,273</u> |
| 遞延稅項（附註18） | (4,181) | (1,276) | 135,790 |
| | <u>347,358</u> | <u>386,704</u> | <u>547,063</u> |

於往績記錄期間，由於 貴集團並無於香港產生或源自香港的應稅利潤，故並無作出香港利得稅撥備。

根據英屬維爾京群島的規則及規例， 貴集團毋須於英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「企業所得稅法」）及《企業所得稅法實施條例》，於往績記錄期間，中國子公司的稅率為25%，惟於往績記錄期間若干子公司合資格享有稅率為20%的企業所得稅優惠。

於往績記錄期間的所得稅開支可按以下方式與綜合損益及其他綜合收益表的稅前利潤對賬：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 稅前利潤 | <u>1,205,499</u> | <u>1,375,425</u> | <u>1,878,433</u> |
| 法定所得稅稅率為25% | 301,375 | 343,856 | 469,608 |
| 就研發成本授予子公司所得稅超額抵扣的稅務影響 | (4,550) | (5,946) | (5,766) |
| 不可扣稅開支的稅務影響（附註a） | 3,674 | 1,391 | 10,082 |
| 未確認稅務虧損的稅務影響 | 1,108 | 1,573 | 2,307 |
| 過往年度撥備不足 | 1,134 | 3,106 | 2,156 |
| 動用先前未確認的稅項虧損 | (1,063) | (2,118) | (2,775) |
| 預扣稅（附註b） | 45,680 | 44,842 | 71,451 |
| 所得稅開支 | <u>347,358</u> | <u>386,704</u> | <u>547,063</u> |

附註：

- (a) 於往績記錄期間，不可扣稅開支主要包括[編纂]開支、員工商業保險及根據企業所得稅法不合資格扣稅的贊助費。
- (b) 根據中國企業所得稅法，自2008年1月1日起，就中國子公司獲取的利潤宣派的股息須繳納預扣所得稅，適用的股息預扣稅率為5%。該金額指於往績記錄期間就若干中國子公司的未分派利潤作出的預扣所得稅撥備。

11. 年內利潤

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 年內利潤經扣除以下各項後得出： | | | |
| 確認為開支的存貨成本 | 6,277,659 | 7,265,516 | 7,394,539 |
| 核數師酬金 | 1,500 | 1,187 | 2,668 |
| 董事薪酬 | 4,599 | 6,409 | 7,654 |
| 其他員工薪金及其他福利 | 1,780,237 | 1,770,752 | 1,825,147 |
| 其他員工退休福利供款 | 207,461 | 222,275 | 245,144 |
| 員工總成本 | <u>1,992,297</u> | <u>1,999,436</u> | <u>2,077,945</u> |
| 物業、廠房及設備折舊 | 248,464 | 302,698 | 440,107 |
| 使用權資產折舊 | <u>23,690</u> | <u>23,045</u> | <u>23,737</u> |

12. 股息

於往績記錄期間，貴公司或組成貴集團的集團實體並無派付或宣派股息。

於2023年12月31日後，於2024年4月，貴公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向現有股東宣派股息人民幣25億元，惟須待[編纂]完成後方可作實，且將於其後支付。

附錄一

會計師報告

13. 每股盈利

貴公司擁有人應佔每股基本盈利乃根據以下數據計算：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|----------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 人民幣千元 | 2022年 人民幣千元 | 2023年 人民幣千元 |
| 盈利 | | | |
| 用作計算每股基本盈利的盈利（貴公司 權益擁有人應佔年內利潤）..... | 858,141 | 989,808 | 1,329,341 |
| 股份數量 | | | |
| 用作計算每股基本盈利的普通股 加權平均數..... | 2,000,000,000 | 2,000,000,000 | 2,000,000,000 |

用作計算每股基本盈利的普通股數量乃假設附註38所詳述的股份拆細已於2021年1月1日生效而釐定。

14. 董事、最高行政人員及員工的酬金

於往績記錄期間，已付／應付予獲委任為貴公司董事及最高行政人員的人士之酬金（包括成為貴公司董事之前擔任集團實體員工／董事提供服務的酬金）詳情如下：

| | 董事袍金 人民幣千元 | 薪金、津貼 及實物福利 人民幣千元 | 績效 相關獎金 人民幣千元 | 退休福利 人民幣千元 | 合計 人民幣千元 |
|---------------------------------|---------------|-------------------------|---------------------|---------------|-------------|
| 截至2021年12月31日止年度 | | | | | |
| 執行董事 | | | | | |
| 張偉通先生(附註i) | - | 1,482 | 2,705 | 116 | 4,303 |
| 馮晶女士(附註v) | - | 173 | - | 23 | 196 |
| | - | 1,655 | 2,705 | 139 | 4,499 |
| 非執行董事 | | | | | |
| 丁小兵先生(附註vi) | - | - | - | - | - |
| 劉洪基先生(附註ii) | - | - | - | - | - |
| 簡易先生(附註iii) | - | - | - | - | - |
| 陳鷹先生(附註vii) | - | - | - | - | - |
| 黎寶聲先生(附註viii) | - | - | - | - | - |
| Nishimura Keisuke先生(附註iv) | - | - | - | - | - |
| Otsuka Masamitsu先生(附註iv) | - | 96 | - | 4 | 100 |
| | - | 96 | - | 4 | 100 |
| | - | 1,751 | 2,705 | 143 | 4,599 |
| 截至2022年12月31日止年度 | | | | | |
| 執行董事 | | | | | |
| 張偉通先生(附註i) | - | 1,535 | 2,680 | 127 | 4,342 |
| 馮晶女士(附註v) | - | 1,373 | 309 | 146 | 1,828 |
| | - | 2,908 | 2,989 | 273 | 6,170 |

附錄一

會計師報告

| | 董事袍金 | 薪金、津貼 及實物福利 | 績效 相關獎金 | 退休福利 | 合計 |
|---------------------------------|------------|----------------|--------------|------------|--------------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 非執行董事 | | | | | |
| 丁小兵先生 (附註vi) | 196 | - | - | - | 196 |
| 趙典博士 (附註ix) | - | - | - | - | - |
| 陳鷹先生 (附註vii) | - | - | - | - | - |
| Nishimura Keisuke先生 (附註iv) | - | - | - | - | - |
| Otsuka Masamitsu先生 (附註iv) | - | 40 | - | 3 | 43 |
| 莊磊女士 (附註x) | - | - | - | - | - |
| | <u>196</u> | <u>40</u> | <u>-</u> | <u>3</u> | <u>239</u> |
| | <u>196</u> | <u>2,948</u> | <u>2,989</u> | <u>276</u> | <u>6,409</u> |
| 截至2023年12月31日止年度 | | | | | |
| 執行董事 | | | | | |
| 張偉通先生 (附註i) | - | 1,566 | 2,688 | 129 | 4,383 |
| 馮晶女士 (附註v) | - | 1,361 | 1,755 | 155 | 3,271 |
| | <u>-</u> | <u>2,927</u> | <u>4,443</u> | <u>284</u> | <u>7,654</u> |
| 非執行董事 | | | | | |
| 丁小兵先生 (附註vi) | - | - | - | - | - |
| 趙典博士 (附註ix) | - | - | - | - | - |
| 莊磊女士 (附註x) | - | - | - | - | - |
| 曹越女士 (附註xi) | - | - | - | - | - |
| | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>-</u> |
| | <u>-</u> | <u>2,927</u> | <u>4,443</u> | <u>284</u> | <u>7,654</u> |

附註：

- (i) 張偉通先生於整個往績記錄期間擔任 貴公司的最高行政人員及 貴公司董事，上文所披露的酬金包括其作為最高行政人員就管理集團實體事務提供服務的酬金，並於2024年4月22日調任為執行董事。
- (ii) 劉洪基先生於2021年2月3日辭任。
- (iii) 簡易先生於2021年9月28日辭任。
- (iv) Nishimura Keisuke先生及Otsuka Masamitsu先生於2022年8月5日辭任。
- (v) 馮晶女士於2022年7月27日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月22日調任為執行董事。
- (vi) 丁小兵先生於2021年9月28日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月21日辭任。
- (vii) 陳鷹先生於2021年9月28日獲委任，並於2022年7月27日辭任。
- (viii) 黎寶聲先生於2021年2月3日獲委任，並於2021年9月28日辭任。

附錄一

會計師報告

- (ix) 趙典博士於2022年8月5日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月22日調任為非執行董事。
- (x) 莊磊女士於2022年8月5日獲委任，並於2023年4月28日辭任。
- (xi) 曹越女士於2023年8月10日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月22日調任為非執行董事。
- (xii) 吳霞女士於2024年4月22日獲委任為 貴公司執行董事。
- (xiii) 孫永強先生、林國龍先生及肖寧先生於2024年4月22日獲委任為非執行董事。
- (xiv) 周永健博士、李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士於2024年[●]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，獨立非執行董事尚未獲委任且並無以獨立非執行董事的身份收取董事薪酬。

酌情花紅乃根據往績記錄期間的個人表現及市場趨勢釐定。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度， 貴集團的五名最高薪酬人士分別包括一名、一名及兩名董事。於往績記錄期間，其餘人士的薪酬載列如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------|---------------|---------------|--------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 員工 | | | |
| — 薪金及其他福利 | 3,700 | 3,681 | 3,188 |
| — 績效相關獎金 | 7,025 | 6,687 | 4,737 |
| — 退休福利計劃供款 | 478 | 524 | 439 |
| | <u>11,203</u> | <u>10,892</u> | <u>8,364</u> |

薪酬介乎下列範圍的非 貴公司董事的最高薪酬員工人數如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|---------------------------|-------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 2,000,001 港元至2,500,000 港元 | — | — | 1 |
| 2,500,001 港元至3,000,000 港元 | 1 | 2 | — |
| 3,000,001 港元至3,500,000 港元 | 2 | 1 | 1 |
| 3,500,001 港元至4,000,000 港元 | 1 | 1 | 1 |

附錄一

會計師報告

於往績記錄期間，貴集團概無向任何董事或五名最高薪酬人士（包括董事及員工）支付任何酬金作為招攬加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或離職補償。此外，於往績記錄期間，概無董事放棄任何酬金。

15. 物業、廠房及設備

| | 樓宇 | 租賃 物業裝修 | 在建工程 | 廠房及設備 | 機動車輛 | 家具、 裝置及 辦公設備 | 合計 |
|----------------|-----------|------------|-------------|-----------|---------|--------------------|-----------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 成本 | | | | | | | |
| 於2021年1月1日... | 990,153 | 14,313 | 23,280 | 1,487,073 | 27,811 | 374,497 | 2,917,127 |
| 添置..... | 286 | 1,121 | 27,608 | 163,267 | 4,699 | 18,630 | 215,611 |
| 處置..... | - | - | - | (75,178) | (3,118) | (16,614) | (94,910) |
| 轉移..... | 681 | 5,189 | (20,820) | 5,735 | - | 9,215 | - |
| 匯兌差額..... | - | (13) | (11) | - | (4) | (3) | (31) |
| 於2021年12月31日.. | 991,120 | 20,610 | 30,057 | 1,580,897 | 29,388 | 385,725 | 3,037,797 |
| 添置..... | 600 | 1,659 | 402,885 | 350,665 | 7,259 | 11,926 | 774,994 |
| 於收購子公司時 | | | | | | | |
| 獲得..... | 156,972 | - | - | 1,101 | - | - | 158,073 |
| 處置..... | (433) | (4,118) | - | (26,665) | (1,761) | (3,800) | (36,777) |
| 轉移..... | 9,252 | 10,396 | (276,596) | 215,279 | 3,860 | 37,809 | - |
| 匯兌差額..... | - | 86 | - | - | 27 | 22 | 135 |
| 於2022年12月31日.. | 1,157,511 | 28,633 | 156,346 | 2,121,277 | 38,773 | 431,682 | 3,934,222 |
| 添置..... | - | 7,830 | 2,758,966 | 393,388 | 4,453 | 8,920 | 3,173,557 |
| 於收購子公司時 | | | | | | | |
| 獲得..... | - | - | 90,546 | - | - | - | 90,546 |
| 處置..... | (1,412) | (354) | - | (126,267) | (3,117) | (8,942) | (140,092) |
| 轉移..... | 468,677 | 8,479 | (1,196,399) | 682,374 | 5,668 | 31,201 | - |
| 匯兌差額..... | - | 15 | - | - | 9 | 5 | 29 |
| 於2023年12月31日.. | 1,624,776 | 44,603 | 1,809,459 | 3,070,772 | 45,786 | 462,866 | 7,058,262 |
| 折舊及減值 | | | | | | | |
| 於2021年1月1日... | 333,103 | 9,716 | - | 909,460 | 18,282 | 221,275 | 1,491,836 |
| 於年內計提..... | 41,839 | 2,741 | - | 170,237 | 4,846 | 28,801 | 248,464 |
| 於出售時抵銷..... | - | - | - | (67,729) | (2,928) | (14,998) | (85,655) |
| 匯兌差額..... | - | (1) | - | - | - | - | (1) |
| 於2021年12月31日.. | 374,942 | 12,456 | - | 1,011,968 | 20,200 | 235,078 | 1,654,644 |
| 於年內計提..... | 45,189 | 5,241 | - | 219,364 | 3,191 | 29,713 | 302,698 |
| 於出售時抵銷..... | (161) | (3,172) | - | (22,944) | (1,583) | (3,259) | (31,119) |
| 匯兌差額..... | - | 14 | - | - | 1 | 6 | 21 |
| 於2022年12月31日.. | 419,970 | 14,539 | - | 1,208,388 | 21,809 | 261,538 | 1,926,244 |
| 於年內計提..... | 59,450 | 8,742 | - | 332,010 | 5,162 | 34,743 | 440,107 |
| 於出售時抵銷..... | (308) | (249) | - | (106,821) | (2,775) | (7,649) | (117,802) |
| 匯兌差額..... | - | 6 | - | - | 2 | 2 | 10 |
| 於2023年12月31日.. | 479,112 | 23,038 | - | 1,433,577 | 24,198 | 288,634 | 2,248,559 |
| 賬面值 | | | | | | | |
| 於2021年12月31日.. | 616,178 | 8,154 | 30,057 | 568,929 | 9,188 | 150,647 | 1,383,153 |
| 於2022年12月31日.. | 737,541 | 14,094 | 156,346 | 912,889 | 16,964 | 170,144 | 2,007,978 |
| 於2023年12月31日.. | 1,145,664 | 21,565 | 1,809,459 | 1,637,195 | 21,588 | 174,232 | 4,809,703 |

附錄一

會計師報告

上述物業、廠房及設備項目(除在建工程外)在考慮其估計剩餘價值後，在其估計可使用年限內按下列年率按直線法計提折舊：

| | |
|------------------|-----------------------------|
| 樓宇 | 4.50% |
| 租賃物業裝修 | 按租賃期或20.00%至66.67% (以較短者為準) |
| 廠房及設備 | 9.00%至30.00% |
| 機動車輛 | 18.00% |
| 家具、裝置及辦公設備 | 18.00%至30.00% |

於2021年、2022年及2023年12月31日，貴集團尚未取得房產證的若干樓宇價值為人民幣124,914,000元、人民幣121,196,000元及人民幣305,212,000元。

16. 使用權資產

| | 租賃土地 | 租賃物業 | 機器及車輛 | 合計 |
|-------------------------|--------------------|----------------|---------------|---------------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 於2021年12月31日 | | | | |
| 賬面值 | 151,146 | 29,679 | 1,429 | 182,254 |
| 於2022年12月31日 | | | | |
| 賬面值 | 437,459 | 25,263 | 1,077 | 463,799 |
| 於2023年12月31日 | | | | |
| 賬面值 | 482,676 | 35,142 | 217 | 518,035 |
| 截至2021年12月31日止年度 | | | | |
| 折舊費用 | 3,464 | 19,118 | 1,108 | 23,690 |
| 截至2022年12月31日止年度 | | | | |
| 折舊費用 | 5,236 | 16,615 | 1,194 | 23,045 |
| 截至2023年12月31日止年度 | | | | |
| 折舊費用 | <u>11,001</u> | <u>16,166</u> | <u>851</u> | <u>28,018</u> |
| | 截至12月31日止年度 | | | |
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 | |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | |
| 與短期租賃及低價值資產有關的費用 | <u>2,489</u> | <u>859</u> | <u>1,338</u> | |
| 租賃的現金流出總額 | <u>21,906</u> | <u>158,502</u> | <u>80,695</u> | |
| 使用權資產的增加 | <u>22,385</u> | <u>306,295</u> | <u>82,998</u> | |

於往績記錄期間，貴集團租賃土地、物業、機器及車輛以供其營運。租賃合同的固定期限為12個月至50年。租賃條款乃按個別基準磋商，並包含各種不同的條款及條件。於釐定租賃期及評估不可撤銷期間的長短時，貴集團應用合同的定義並釐定合同可強制執行的期間。

附錄一

會計師報告

此外，貴集團擁有若干工業樓宇（其生產設施主要位於該處）及辦公樓。貴集團為該等物業權益（包括相關租賃土地）的註冊擁有人。收購該等物業權益已預先作出一次性付款。該等自有物業的租賃土地組成部分僅於作出的付款能可靠分配時單獨呈列。

於2021年、2022年及2023年12月31日，貴集團已取得所有租賃土地的土地使用權證。

貴集團定期就物業及停車場訂立短期租約。於2021年、2022年及2023年12月31日，短期租賃組合與上文所披露短期租賃開支的短期租賃組合相似。

租賃限制或契諾

此外，於2021年、2022年及2023年12月31日確認的租賃負債分別為人民幣32,698,000元、人民幣27,546,000元及人民幣35,989,000元，相關使用權資產分別為人民幣31,108,000元、人民幣26,340,000元及人民幣35,359,000元。除出租人持有的租賃資產的擔保權益外，租賃協議並無施加任何契諾。租賃資產不得用作借款擔保。

租賃負債的租賃到期分析詳情載於附註25。

17. 對子公司的投資

貴公司

| | 截至12月31日 | | |
|-----------|----------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 投資成本..... | 685,718 | 685,718 | 685,718 |

18. 遞延稅項

就於合併財務狀況表呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已抵銷。以下為就財務報告而言的遞延稅項結餘分析：

| | 截至12月31日 | | |
|--------------|---------------|---------------|-----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 遞延所得稅資產..... | 256,894 | 310,179 | 243,463 |
| 遞延所得稅負債..... | (188,989) | (240,998) | (310,072) |
| | <u>67,905</u> | <u>69,181</u> | <u>(66,609)</u> |

附錄一

會計師報告

以下為於往績記錄期間已確認的主要遞延稅項資產（負債）及其變動：

| | 貿易及其他 | 中國子公司未 | 遞延收入 | 應計費用 | 資本開支加速 | | 合計 |
|--------------|---------|-----------|---------|----------|----------|---------|-----------|
| | 應收款項 | 分配利潤的預 | | | 稅項扣除 | 其他 | |
| | 減值 | 扣稅 | | | 應計費用 | 其他 | |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 於2021年1月1日 | 9,511 | (143,265) | 7,920 | 184,934 | - | 4,624 | 63,724 |
| 於年內（扣減）計入 | | | | | | | |
| (附註10) | (4,227) | (45,680) | 20,292 | 35,279 | - | (1,483) | 4,181 |
| 於2021年12月31日 | 5,284 | (188,945) | 28,212 | 220,213 | - | 3,141 | 67,905 |
| 於年內計入（扣減） | | | | | | | |
| (附註10) | 6,483 | (44,842) | 3,850 | 39,361 | (7,171) | 3,595 | 1,276 |
| 於2022年12月31日 | 11,767 | (233,787) | 32,062 | 259,574 | (7,171) | 6,736 | 69,181 |
| 於年內扣減（附註10） | (2,528) | (71,451) | (4,376) | (46,259) | (7,774) | (3,402) | (135,790) |
| 於2023年12月31日 | 9,239 | (305,238) | 27,686 | 213,315 | (14,945) | 3,334 | (66,609) |

於2021年、2022年及2023年12月31日，貴集團的未動用稅項虧損分別為人民幣41,237,000元、人民幣42,297,000元及人民幣45,738,000元，可用於抵銷未來利潤，並未就以上可動用稅項虧損確認遞延稅項資產。根據中國相關法律法規，於各報告期末的未確認稅項虧損將於以下年度到期，而於香港產生或源自香港的稅項虧損可無限期結轉：

| | 於12月31日 | | |
|-------|---------|--------|--------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 2023年 | 19,013 | 10,541 | - |
| 無限期 | 22,224 | 31,756 | 45,738 |
| | 41,237 | 42,297 | 45,738 |

19. 存貨

| | 於12月31日 | | |
|--------|---------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 原材料及耗材 | 245,707 | 320,113 | 262,067 |
| 製成品 | 168,382 | 268,007 | 115,313 |
| | 414,089 | 588,120 | 377,380 |

附錄一

會計師報告

20. 貿易及其他應收款項

貴集團

| | 於12月31日 | | |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 貿易應收款項 | | | |
| － 第三方 | 241,975 | 245,538 | 254,116 |
| － 同系子公司 | 35,797 | 25,030 | 13,210 |
| | <u>277,772</u> | <u>270,568</u> | <u>267,326</u> |
| 減：信用損失準備 | (9,885) | (30,496) | (36,622) |
| | <u>267,887</u> | <u>240,072</u> | <u>230,704</u> |
| 其他應收款項 | 22,682 | 28,863 | 97,002 |
| 減：信用損失準備 | (240) | (335) | (335) |
| | <u>22,442</u> | <u>28,528</u> | <u>96,667</u> |
| 應收票據 | 6,894 | – | – |
| 遞延發行成本 | – | – | 2,270 |
| 供應商墊款 | 40,927 | 18,145 | 36,776 |
| 待抵扣增值稅 | 167,193 | 276,856 | 316,452 |
| | <u>505,343</u> | <u>563,601</u> | <u>682,869</u> |

貴公司

| | 於12月31日 | | |
|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 遞延發行成本 | – | – | 2,270 |
| 其他 | 29 | 102 | – |
| | <u>29</u> | <u>102</u> | <u>2,270</u> |

於2021年1月1日，來自客戶合同的貿易應收款項為人民幣209,295,000元。

附錄一

會計師報告

以下為於報告期末按商品交付日期呈列的貿易應收款項(扣除信用損失準備)的賬齡分析：

| | 於12月31日 | | |
|------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 0 – 90天 | 223,047 | 194,655 | 202,402 |
| 91 – 180天 | 34,316 | 30,533 | 26,954 |
| 181 – 365天 | 6,660 | 13,665 | 798 |
| 超過365天 | 3,864 | 1,219 | 550 |
| | <u>267,887</u> | <u>240,072</u> | <u>230,704</u> |

於各報告期末，應收票據的賬齡均在90日內。

貴集團的政策是給予其貿易客戶60至90天的信貸期。具有良好還款記錄的大型或長期客戶可獲授較長的信貸期。

於接納任何有信貸限額的新客戶前，貴集團會評估彼等的歷史背景及於市場的可信度。信貸限額將參考研究結果釐定，並將每年覆核一次。

於2021年、2022年及2023年12月31日，計入貴集團貿易應收款項結餘的應收款項賬面總值分別為人民幣54,035,000元、人民幣52,230,000元及人民幣34,157,000元已於報告日期逾期。於逾期結餘中，人民幣14,000,000元、人民幣14,936,000元及人民幣1,586,000元已逾期90天或以上，由於該等客戶的良好還款記錄及與貴集團的持續業務，故不被視為違約。

下表列示根據簡化方法就貿易應收款項確認的全期預期信貸虧損變動。

| | 全期預期 信貸虧損 (無信用減值) | 全期預期 信貸虧損 (信用減值) | 合計 |
|-----------------|-------------------------|------------------------|---------------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| | 於2021年1月1日的結餘 | 2,950 | 23,570 |
| 因確認金融工具引起的變動 | | | |
| – 已確認減值虧損 | 7,578 | – | 7,578 |
| – 已轉回減值虧損 | (7,459) | (10,507) | (17,966) |
| – 撤銷 | – | (7,428) | (7,428) |
| 新產生的金融資產 | 1,181 | – | 1,181 |
| 於2021年12月31日的結餘 | <u>4,250</u> | <u>5,635</u> | <u>9,885</u> |
| 因確認金融工具引起的變動 | | | |
| – 轉移至信用減值 | (894) | 894 | – |
| – 已確認減值虧損 | 4,610 | 16,128 | 20,738 |
| – 已轉回減值虧損 | (378) | – | (378) |
| – 撤銷 | – | (791) | (791) |
| 新產生的金融資產 | 1,042 | – | 1,042 |
| 於2022年12月31日的結餘 | <u>8,630</u> | <u>21,866</u> | <u>30,496</u> |
| 因確認金融工具引起的變動 | | | |
| – 轉移至信用減值 | (6) | 6 | – |
| – 已確認減值虧損 | 2,922 | 13,707 | 16,629 |
| – 已轉回減值虧損 | (8,189) | – | (8,189) |
| – 撤銷 | (2,917) | (499) | (3,416) |
| 新產生的金融資產 | 1,102 | – | 1,102 |
| 於2023年12月31日的結餘 | <u>1,542</u> | <u>35,080</u> | <u>36,622</u> |

貿易及其他應收款項減值評估詳情載於附註34。

21. 現金及現金等價物及定期銀行存款

現金及現金等價物包括用於履行 貴集團短期現金承諾的原到期日少於三個月的活期存款，於2021年、2022年及2023年12月31日，按市場年利率0.01%至1.90%、0.01%至1.90%及0.01%至1.80%計息。

於2021年、2022年及2023年12月31日，原到期日超過3個月的定期銀行存款按年利率0.54%至2.10%、1.75%至3.15%及2.90%至4.15%計息。

貴集團以下列貨幣而非相關集團實體的功能貨幣計值的銀行結餘載列如下：

| | 於12月31日 | | |
|-----------|---------------|--------------|------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 美元 | 529 | 618 | 720 |
| 人民幣 | 17,977 | 4,985 | 85 |
| | <u>18,506</u> | <u>5,603</u> | <u>805</u> |

銀行結餘的減值評估詳情載於附註34。

22. 遞延收入

| | 人民幣千元 |
|-----------------------|-----------------|
| 於2021年1月1日的結餘 | 31,681 |
| 增加 | 101,112 |
| 計入損益 | <u>(19,944)</u> |
| 於2021年12月31日的結餘 | 112,849 |
| 增加 | 32,410 |
| 計入損益 | <u>(17,010)</u> |
| 於2022年12月31日的結餘 | 128,249 |
| 計入損益 | <u>(17,508)</u> |
| 於2023年12月31日的結餘 | <u>110,741</u> |

附註：截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年，已收取政府補助人民幣101,112,000元、人民幣32,410,000元及人民幣零元，主要與投資生產設施有關。該等金額已被視為遞延收入，並於相關資產的可使用年內轉撥至收入。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年，與資產相關的政府補助收入分別為人民幣19,944,000元、人民幣17,010,000元及人民幣17,508,000元，均計入損益。

附錄一

會計師報告

23. 貿易及其他應付款項

貴集團

| | 於12月31日 | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 貿易應付款項 (附註) | | | |
| – 第三方 | 371,648 | 509,446 | 744,350 |
| – 同系子公司 | 18,048 | 53,597 | 72,564 |
| | 389,696 | 563,043 | 816,914 |
| 應付銷售折扣及推廣費用 | 2,330,405 | 1,997,549 | 1,693,251 |
| 應付工資 | 376,307 | 440,492 | 459,233 |
| 應付按金 | 272,933 | 315,847 | 346,529 |
| 廣告應付款項 | 224,741 | 128,453 | 154,858 |
| 運輸應付款項 | 133,407 | 277,292 | 251,992 |
| 應計[編纂]開支 | – | – | 7,496 |
| 應計發行成本 | – | – | 1,221 |
| 其他應付款項及應計費用 | | | |
| – 第三方 | 130,596 | 211,662 | 820,063 |
| – 同系子公司 | 11,148 | 94,743 | 470,508 |
| | 141,744 | 306,405 | 1,290,571 |
| | 3,869,233 | 4,029,081 | 5,022,065 |

附註：於往績記錄期間，供應商授予 貴集團的信貸期介乎15天至60天。以下為於各報告期末按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

| | 於12月31日 | | |
|----------|---------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 0-90天 | 385,583 | 559,742 | 815,329 |
| 91-180天 | – | 59 | 195 |
| 181-365天 | 150 | 53 | 189 |
| 超過365天 | 3,963 | 3,189 | 1,201 |
| | 389,696 | 563,043 | 816,914 |

貿易應付款項為無抵押及不計息。

其他應付款項的信貸期介乎30天至90天，賬齡為一年內。

24. 合同負債

合同負債指尚未提供相關服務時自客戶收取的預付款項。

| | 於12月31日 | | |
|----------|---------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 預收客戶款： | | | |
| 包裝飲用水和飲料 | 268,912 | 246,660 | 139,355 |

附錄一

會計師報告

於2021年1月1日，合同負債為人民幣169,840,000元。

合同負債金額包括將予確認的收入。合同負債結餘根據報告期末的未完成合同數量而有所不同。下表列示於往績記錄期間確認的與結轉合同負債有關的收入金額。

| | 於12月31日 | | |
|-------------|---------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 計入年初合同負債結餘的 | | | |
| 已確認收入..... | 169,840 | 268,912 | 246,660 |

貴集團要求在接受若干客戶的訂單時支付按金。倘 貴集團在交付包裝飲用水和飲料前收取按金，將導致合同開始時產生合同負債，直至相關合同確認的收入超過按金金額。

根據銷售協議，客戶有權根據向客戶提供的實際銷量向 貴集團收取銷售折扣。於向客戶交付貨品後， 貴集團將按月根據實際銷售量釐定應付予客戶的銷售折扣，並將應付金額計入其他應付款項（附註23）。其後， 貴集團將定期與客戶確認銷售折扣的結算方式（現金或存貨）。倘客戶與 貴集團確認以存貨結算銷售折扣，應付客戶款項將重新分類至合約負債。

貴集團並無原預期年期超過一年的收益合同，因此管理層根據香港財務報告準則第15號應用實際權宜方法，並無披露分配至截至報告期末尚未達成或部分達成的履約責任的交易價格總額。

25. 租賃負債

| | 於12月31日 | | |
|---------------------|----------|----------|----------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 應付租賃負債： | | | |
| 一年以內..... | 15,909 | 17,169 | 16,178 |
| 一年以上但不超過兩年的期間內..... | 10,344 | 8,471 | 7,347 |
| 兩年以上但不超過五年的期間內..... | 6,445 | 1,906 | 12,464 |
| | 32,698 | 27,546 | 35,989 |
| 減：流動負債項下列示的一年內 | | | |
| 到期結算金額..... | (15,909) | (17,169) | (16,178) |
| 非流動負債項下列示的一年後到期 | | | |
| 結算金額..... | 16,789 | 10,377 | 19,811 |

於2021年、2022年及2023年12月31日，租賃負債適用的增量借款利率分別介乎2.22%至4.35%、2.22%至4.35%及2.22%至4.35%。

貴集團的租賃負債以人民幣計價。

附錄一

會計師報告

26. 股本

貴公司法定及已發行股本變動詳情如下：

| | 股份數量 | 股本 美元 |
|---------------------------------------------|---------|----------|
| 每股1美元的普通股 | | |
| 法定： | | |
| 於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日..... | 1,000 | 1,000 |
| 已發行及繳足： | | |
| 於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日..... | 1,000 | 1,000 |
| 載於合併財務報表 | | |
| 於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日..... | 等值人民幣千元 | 7 |

所有已發行新股在各方面與當時的現有股份享有同等地位。

27. 貴公司的儲備

| | 股本 人民幣千元 | 資本儲備 人民幣千元 | 留存利潤 人民幣千元 | 合計 人民幣千元 |
|--------------------|-------------|---------------|---------------|-------------|
| 於2021年1月1日 | 7 | 500,000 | 205,414 | 705,421 |
| 虧損及綜合費用總額 | — | — | (561) | (561) |
| 於2021年12月31日 | 7 | 500,000 | 204,853 | 704,860 |
| 利潤及綜合收益總額 | — | — | 1,823 | 1,823 |
| 於2022年12月31日 | 7 | 500,000 | 206,676 | 706,683 |
| 虧損及綜合費用總額 | — | — | (13,882) | (13,882) |
| 於2023年12月31日 | 7 | 500,000 | 192,794 | 692,801 |

28. 關聯方披露

除該等合併財務報表其他部分所披露者外，貴集團與關聯方的交易及結餘如下：

貴集團

| 關係 | 交易／結餘性質 | 於12月31日／截至該日止年度 | | |
|------------|----------------------|-----------------|----------------|----------------|
| | | 2021年 人民幣千元 | 2022年 人民幣千元 | 2023年 人民幣千元 |
| 同系子公司..... | 銷售貨品 (附註a) | 86,192 | 81,894 | 62,160 |
| | 應收同系子公司款項 | 4,267,481 | 3,561,621 | 13,210 |
| | — 貿易性質 (計入貿易及其他應收款項) | 35,797 | 25,030 | 13,210 |
| | — 非貿易性質 (附註b) | 4,231,684 | 3,536,591 | — |

附錄一

會計師報告

| 關係 | 交易／結餘性質 | 於12月31日／截至該日止年度 | | |
|------------------|----------------------------|-----------------|-----------|-----------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| | 存放於同系子公司的定期銀行存款 | 200,000 | 281,582 | 786,329 |
| | 存放於同系子公司的現金及現金等價物 | 303,781 | 1,505,747 | 1,000,331 |
| | 採購原材料及其他消耗品 (附註a) | 557,787 | 840,294 | 940,209 |
| | 購買建築及其他服務 (附註a) | 45,712 | 211,210 | 1,120,678 |
| | 應付同系子公司款項 | | | |
| | － 貿易性質 (計入貿易及其他應付款項) (附註a) | 29,196 | 148,340 | 543,072 |
| | 利息收入 | 141,090 | 103,481 | 34,187 |
| | － 存放於同系子公司的現金墊款 | 62,858 | – | – |
| | － 存放於同系子公司的銀行存款以及現金及現金等價物 | 3,499 | 6,348 | 19,348 |
| | － 應收同系子公司的貸款 | 74,733 | 97,133 | 14,839 |
| 直接控股公司 | 應收直接控股公司款項 (附註c) | 19,928 | 21,875 | 22,192 |
| | 應付直接控股公司款項 (附註c) | 1,742 | 1,903 | 1,931 |
| 中間控股公司 | 應收中間控股公司款項 (附註c) | 736 | 741 | 742 |
| | 應付中間控股公司款項 (附註c) | 1,075 | 1,259 | 1,158 |

附註：

- (a) 該等交易的價格乃由訂約各方參考已簽署的協議釐定。
- (b) 於2021年及2022年12月31日，應收同系子公司非貿易款項主要包括若干應收同系子公司的貸款人民幣3,931,427,000元及人民幣3,536,591,000元，該等貸款為無抵押及按固定利率計息，於2021年及2022年12月31日，固定年利率分別為3.50%至3.85%及3.10%至3.60%，且固定還款期限少於一年。計入的金額人民幣300,257,000元指於2021年12月31日向同系子公司作出的資本貸款，屬無抵押及按浮動利率計息。應收同系子公司非貿易款項的全部結餘已於2023年12月31日結清。
- (c) 該等款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還。
- (d) 貴集團本身為中國華潤有限公司（「華潤」）旗下大型公司集團的一部分，該公司由中國國家政府控制。除與華潤集團的交易外，貴集團亦與其他國家控制實體開展業務。董事認

為，除華潤集團外，該等實體無權管理或參與 貴集團的財務及經營政策。與該等實體的交易（包括買賣貨品及服務以及銀行存款及相應利息收入）乃於 貴集團日常業務過程中進行。 貴集團相信，就其所深知，已就上文概述的關聯方交易作出充分及適當的披露。

貴公司

| 關係 | 結餘／交易性質 | 於12月31日／截至該日止年度 | | |
|------------------|-----------------|-----------------|--------|--------|
| | | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 直接控股公司 | 應收直接控股公司款項 (附註) | 19,892 | 21,825 | 22,142 |
| 子公司 | 應付子公司款項 (附註) | 7,477 | 8,232 | 25,231 |
| 中間控股公司 | 應付中間控股公司款項 (附註) | 922 | 1,100 | 986 |

附註：該等款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還。

29. 退休福利計劃

貴集團根據強制性公積金計劃（「強制性公積金計劃」）為合資格參與強制性公積金計劃的僱員設立一項界定供款退休福利計劃。強制性公積金計劃的資產與 貴集團的資產分開，並由受託人控制的基金持有。 貴集團按相關工資成本的若干百分比向強制性公積金計劃作出供款，而該等供款由僱員作出。

於中國成立的子公司的 貴公司僱員為中國政府運作的國家管理退休福利計劃的成員。子公司須按工資成本的若干百分比向退休福利計劃供款，以為福利提供資金。 貴集團就退休福利計劃的唯一責任為作出特定供款。

於損益確認的開支總額人民幣207,604,000元、人民幣222,551,000元及人民幣245,428,000元，指 貴集團於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年應付該等計劃的供款。

30. 收購子公司

截至2022年12月31日止年度

透過收購子公司收購資產及負債

於截至2022年12月31日止年度， 貴集團透過向該子公司注資人民幣753,900,000元收購華潤怡寶飲料（宜興）有限公司（「怡寶宜興」）的70%權益。上述交易入賬列作透過收購子公司收購資產及負債，原因是怡寶宜興主要持有若干工業樓宇及相關租賃土地，且該等物業無重要生產過程。收購完成後，怡寶宜興成為 貴公司的子公司。所收購子公司的主要業務未來將從事包裝飲用水製造及經銷。

所收購資產及所承擔負債詳情如下：

| | 2022年 |
|--------------------|---------|
| | 人民幣千元 |
| 物業、廠房及設備 | 158,073 |
| 使用權資產 | 155,092 |
| 遞延所得稅資產 | 269 |

附錄一

會計師報告

| | 2022年 |
|------------------|------------------|
| | 人民幣千元 |
| 其他應收款項 | 9,762 |
| 銀行結餘及現金 | 35 |
| 其他應付款項 | (131) |
| | <u>323,100</u> |
| 貴集團注資 | <u>753,900</u> |
| | <u>1,077,000</u> |
| 轉讓的對價由以下方式支付： | |
| 貴集團向該子公司注資 | 753,900 |
| 非控股權益應佔淨資產 | 323,100 |
| | <u>1,077,000</u> |
| 收購怡寶宜興產生的現金流入淨額 | |
| 所收購銀行結餘及現金 | <u>35</u> |

截至2023年12月31日止年度

透過收購子公司收購資產及負債

於截至2023年12月31日止年度，貴集團透過向該子公司注資人民幣313,719,000元收購河源市碧優選飲用水有限公司（「碧優選」）的79%權益。上述交易入賬列作透過收購子公司收購資產及負債，原因是碧優選主要持有若干工業樓宇、相關租賃土地及若干設備，且該等物業無重要生產過程。收購完成後，碧優選成為貴公司的子公司。所收購子公司的主要業務未來將從事包裝飲用水製造及經銷。

所收購資產及所承擔負債詳情如下：

| | 2023年 |
|---------------------|----------------|
| | 人民幣千元 |
| 物業、廠房及設備 | 90,546 |
| 使用權資產 | 20,101 |
| 收購物業、廠房及設備的按金 | 34,319 |
| 其他應付款項 | (60,983) |
| | <u>83,983</u> |
| 貴集團注資 | <u>313,719</u> |
| | <u>397,702</u> |
| 轉讓的對價由以下方式支付： | |
| 貴集團向該子公司注資 | 313,719 |
| 非控股權益應佔淨資產 | 83,983 |
| | <u>397,702</u> |
| 收購碧優選產生的現金流入淨額 | |
| 所收購銀行結餘及現金 | <u>—</u> |

31. 融資活動產生的負債的對賬

下表詳述貴集團融資活動產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債是指貴集團的融資活動產生的現金流量已經或未來的現金流量將在合併財務報表中分類的負債。

附錄一

會計師報告

| | 銀行借款 | 應付直接控股 公司款項 | 應付中間控股 公司款項 | 租賃負債 | 應計發行成本 | 合計 |
|------------------------|----------|----------------|----------------|----------|---------|----------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 於2021年1月1日 | - | 1,793 | 1,104 | 28,923 | - | 31,820 |
| 融資現金流量 | - | - | (50) | (19,417) | - | (19,467) |
| 新訂租約 | - | - | - | 21,410 | - | 21,410 |
| 利息開支 | - | - | - | 1,782 | - | 1,782 |
| 匯兌差額 | - | (51) | (25) | - | - | (76) |
| 其他非現金變動 | - | - | 46 | - | - | 46 |
| 於2021年12月31日 | - | 1,742 | 1,075 | 32,698 | - | 35,515 |
| 融資現金流量 | - | - | (16) | (21,185) | - | (21,201) |
| 新訂租約 | - | - | - | 14,416 | - | 14,416 |
| 利息開支 | - | - | - | 1,617 | - | 1,617 |
| 匯兌差額 | - | 161 | 94 | - | - | 255 |
| 其他非現金變動 | - | - | 106 | - | - | 106 |
| 於2022年12月31日 | - | 1,903 | 1,259 | 27,546 | - | 30,708 |
| 融資現金流量 | (41,053) | - | (6) | (18,490) | (1,049) | (60,598) |
| 新訂租約 | - | - | - | 25,470 | - | 25,470 |
| 利息開支 | 41,053 | - | - | 1,463 | - | 42,516 |
| 匯兌差額 | - | 28 | 65 | - | - | 93 |
| 應計股份發行成本 | - | - | - | - | 2,270 | 2,270 |
| 其他非現金變動 | - | - | (160) | - | - | (160) |
| 於2023年12月31日 | - | 1,931 | 1,158 | 35,989 | 1,221 | 40,299 |

32. 主要非現金交易

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，貴集團就使用辦公室物業訂立若干新租賃協議。於租賃開始日，貴集團分別確認使用權資產人民幣21,410,000元及租賃負債人民幣21,410,000元、使用權資產人民幣14,416,000元及租賃負債人民幣14,416,000元以及使用權資產人民幣25,470,000元及租賃負債人民幣25,470,000元。

33. 資本風險管理

貴集團管理其資本，以確保貴集團內的實體將能夠持續經營，同時通過優化債務及權益平衡為股東帶來最大回報。於往績記錄期間，貴集團的整體策略維持不變。

貴集團的資本結構由淨債務組成，包括(如適用)應付直接控股公司、中間控股公司及同系子公司款項、現金及現金等價物以及貴公司擁有人應佔權益(包括股本、保留利潤及其他儲備)。

貴公司董事定期檢討資本架構。作為審閱的一部分，董事考慮資本成本及與資本相關的風險。根據董事的建議，貴集團將透過發行新股以及發行新債務或贖回現有債務平衡其整體資本架構。

附錄一

會計師報告

34. 金融工具

(a) 金融工具分類

貴集團

| | 於12月31日 | | |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 金融資產 | | | |
| 按攤銷成本計量的金融資產..... | 6,439,938 | 6,627,740 | 6,299,449 |
| 金融負債 | | | |
| 按攤銷成本計量的金融負債..... | 3,872,050 | 4,032,243 | 5,025,154 |

貴公司

| | 於12月31日 | | |
|-------------------|---------|--------|--------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 金融資產 | | | |
| 按攤銷成本計量的金融資產..... | 27,541 | 30,297 | 33,300 |
| 金融負債 | | | |
| 按攤銷成本計量的金融負債..... | 8,399 | 9,332 | 26,217 |

(b) 金融風險管理目標及政策

貴集團及 貴公司的主要金融工具包括銀行結餘及現金、貿易及其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項、應收同系子公司款項、貿易及其他應付款項、應付直接控股公司款項及應付中間控股公司款項。該等金融工具的詳情於相關附註中披露。與該等金融工具相關的風險包括市場風險（貨幣及利率風險）、信貸風險及流動資金風險。有關如何降低該等風險的政策載列如下。管理層管理及監控該等風險，以確保及時有效地實施適當措施。

市場風險

貴集團的業務主要面臨利率及匯率變動的市場風險。

貴集團所面臨的市場風險或其管理及計量風險的方式並無重大變動。

(i) 貨幣風險

貴集團以人民幣收取大部分收入及產生大部分開支。貴集團的子公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣、人民幣及港元作為其功能貨幣。

貴集團進行的若干交易以外幣計值，因此須承擔匯率波動之風險。貴集團目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

附錄一

會計師報告

於報告日期，貴集團以外幣計值的貨幣資產（主要包括銀行結餘及現金及貿易應收款項）及貨幣負債（主要包括其他應付款項）的賬面值如下：

| | 於12月31日 | | |
|----------------|---------|--------|--------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 資產 | | | |
| 人民幣 | 17,977 | 4,985 | 85 |
| 美元 | 529 | 618 | 720 |
| 負債 | | | |
| 人民幣 (附註) | 49,272 | 49,189 | 65,721 |
| 美元 | 961 | 1,139 | 986 |

附註：其中以人民幣作為外幣計值的負債中，於2021年、2022年及2023年12月31日的應付款項人民幣49,272,000元、人民幣49,189,000元及人民幣65,721,000元為集團內公司間結餘，其為以港元為功能貨幣的集團實體應付一間中國大陸子公司的款項，其亦使貴集團面臨外匯風險。

敏感度分析

下表詳述貴集團對相關外幣兌各集團實體的功能貨幣的匯率可能出現5%的合理變動的敏感度，而所有其他變數維持不變。敏感度分析僅包括以外幣計值的未償還貨幣項目，並於報告期末按5%的外匯匯率變動調整其換算。

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-------------------|-------------|---------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 年內稅後利潤(減少)增加 | | | |
| — 倘人民幣兌美元貶值 | (25) | (30) | (19) |
| — 倘人民幣兌美元升值 | 25 | 30 | 19 |
| — 倘人民幣兌港元貶值 | 1,307 | 1,846 | 2,879 |
| — 倘人民幣兌港元升值 | (1,307) | (1,846) | (2,879) |

管理層認為，由於年末風險並未反映截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年的風險，故敏感度分析並不代表固有外匯風險。

(ii) 利率風險

貴集團面臨有關定期銀行存款（見附註21）、應收同系子公司定息貸款（見附註28）及租賃負債（詳情請參閱附註25）的公允價值利率風險。受銀行結餘的現行市場利率波動影響，貴集團面臨現金流量利率風險，該等利率按現行市場利率及根據中國人民銀行所公佈利率的浮動利率計算。

利率敏感性

下文敏感度分析乃根據非衍生工具（銀行結餘）的利率風險釐定。有關分析乃假設於報告期末的未償還金融工具於整個年度均未償還而編製。銀行結餘增加或減少100個基點用於內部向主要管理人員報告利率風險，並且為管理層對銀行存款利率可能變動的評估。

於報告期末，倘銀行存款的利率增加／減少100個基點，而所有其他變量保持不變，則 貴集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年的稅後利潤將分別增加／減少約人民幣12,621,000元、人民幣18,807,000元及人民幣16,017,000元。

信貸風險及減值評估

於各報告期末，合併財務狀況表所列各項已確認財務資產的賬面值即為 貴集團面臨的最大信貸風險，該等風險將因交易對手違約而導致 貴集團蒙受財務損失。

與客戶訂立合同產生的貿易應收款項

為盡量降低信貸風險， 貴集團管理層已委派負責人員釐定信貸限額、信貸審批及其他監控程序，以確保採取跟進行動收回逾期債務。 貴集團可能要求在接受訂單前向大部分客戶收取按金。其他監控程序已到位，以確保採取後續行動以收回逾期債務。就此而言， 貴公司董事認為 貴集團的信貸風險已大幅降低。

此外， 貴集團根據預期信貸虧損模式對個別出現信貸減值的貿易應收款項進行減值評估。餘下貿易應收款項按客戶未償還結餘的賬齡進行組合及評估。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年，（減值撥回收益）／減值虧損人民幣(9,207,000)元、人民幣21,402,000元及人民幣9,542,000元於損益中確認。定量披露的詳情載於本附註下文。

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項、應收同系子公司款項及銀行結餘

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項的信貸風險乃透過內部程序進行管理。於作出墊款前，我們會調查各對手方的信貸質素。 貴集團亦積極監控各債務人的未償還金額，並及時識別任何信貸風險，以降低信貸相關損失的風險。就此而言， 貴公司董事認為 貴集團的信貸風險已大幅降低。

流動資金的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行或中國國有銀行。 貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且 貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

就其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項而言， 貴公司董事根據其過往還款記錄及後續結算考慮具有良好信譽的對手方。 貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且 貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

附錄一

會計師報告

貴集團的內部信用風險評級包括以下類別：

| 內部信貸評級 | 描述 |
|--------|------------------------------------|
| 低風險 | 對手方違約風險低，且並無任何逾期金額。 |
| 監察名單 | 債務人恒常於到期日後償還，但通常全數結算。 |
| 呆賬 | 自通過內部或外部資源獲得的信息初始確認以來，信貸風險已顯著增加。 |
| 虧損 | 有證據顯示該資產已發生信用減值。 |
| 撇銷 | 有證據顯示債務人陷入嚴重財務困難且 貴集團預期無實際收回款項的可能。 |

下表列示進行預期信貸虧損評估的 貴集團金融資產的信貸風險敞口：

| | 外部 信貸評級 | 內部 信貸評級 | 12個月或 全期預期 信貸虧損 | 賬面總值 | | |
|-------------------------------------|------------|------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | | 2021年 12月31日 | 2022年 12月31日 | 2023年 12月31日 |
| | | | | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 貿易應收款項 | | | | | | |
| – 第三方 | 不適用 | (i) | 全期預期信貸虧損 (未發生信貸減值) | 236,340 | 212,233 | 219,036 |
| | | 虧損 | 信貸減值 | 5,635 | 33,305 | 35,080 |
| – 同系子公司 | 不適用 | 低風險 | 全期預期信貸虧損 (合計基準) | 35,797 | 25,030 | 13,210 |
| | | | | <u>277,772</u> | <u>270,568</u> | <u>267,326</u> |
| 其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司、中間控股公司及同系子公司款項 | 不適用 | (ii) | 12個月預期信貸虧損 | 4,281,924 | 3,588,070 | 119,936 |
| 銀行結餘 | AAA | 低風險 | 12個月預期信貸虧損 | 1,890,367 | 2,799,933 | 5,949,144 |

附註：

- (i) 就貿易應收款項而言，貴集團已應用香港財務報告準則第9號的簡化方法按全期預期信貸虧損計量虧損撥備。除已發生信貸減值的債務人外，貴集團按內部信貸評級組合釐定該等項目的預期信貸虧損。

作為 貴集團信貸風險管理的一部分，貴集團使用債務人的賬齡來評估其客戶的減值。下文載列有關 貴集團以合計基準計算的貿易應收款項的信貸風險敞口的資料：

| | 少於1年 | 1至2年 | 2至3年 | 超過3年 | 合計 |
|--------------|----------------|--------------|--------------|----------|----------------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 於2021年12月31日 | | | | | |
| 平均損失率 | 0.45% | 29.83% | 49.38% | 100.00% | 1.56% |
| 賬面總值 | 265,204 | 1,827 | 5,101 | 5 | 272,137 |
| 全期預期信貸虧損 | (1,181) | (545) | (2,519) | (5) | (4,250) |
| | <u>264,023</u> | <u>1,282</u> | <u>2,582</u> | <u>-</u> | <u>267,887</u> |

附錄一

會計師報告

| | 少於1年 人民幣千元 | 1至2年 人民幣千元 | 2至3年 人民幣千元 | 超過3年 人民幣千元 | 合計 人民幣千元 |
|---------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 於2022年12月31日 | | | | | |
| 平均損失率..... | 1.49% | 29.60% | 50.15% | 92.66% | 3.64% |
| 賬面總值..... | 230,861 | 963 | 333 | 5,106 | 237,263 |
| 全期預期信貸虧損.. | (3,447) | (285) | (167) | (4,731) | (8,630) |
| | <u>227,414</u> | <u>678</u> | <u>166</u> | <u>375</u> | <u>228,633</u> |
| 於2023年12月31日 | | | | | |
| 平均損失率..... | 0.47% | 3.33% | 35.96% | 55.73% | 0.66% |
| 賬面總值..... | 231,232 | 150 | 114 | 750 | 232,246 |
| 全期預期信貸虧損.. | (1,078) | (5) | (41) | (418) | (1,542) |
| | <u>230,154</u> | <u>145</u> | <u>73</u> | <u>332</u> | <u>230,704</u> |

估計損失率乃根據債務人預期年期內的歷史觀察違約率估計，並就無需付出過多成本或精力即可獲得的前瞻性資料作出調整。管理層定期審閱該分組，以確保有關特定債務人的相關資料獲得更新。

於2021年、2022年及2023年12月31日，貴集團就未發生信貸減值的貿易應收款項分別計提減值撥備人民幣4,250,000元、人民幣8,630,000元及人民幣1,542,000元。對已發生信貸減值的應收賬款分別計提減值撥備人民幣5,635,000元、人民幣21,866,000元及人民幣35,080,000元。

- (ii) 就內部信貸風險管理而言，貴集團使用債務人的賬齡資料評估信貸風險自初始確認以來是否顯著增加。於2021年、2022年及2023年12月31日，應收直接控股公司、中間控股公司及同系子公司款項結餘的賬齡均少於一年。貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

銀行結餘

銀行結餘的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行／金融機構。

流動性風險

於管理流動性風險時，貴集團監控並維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，以為貴集團的運營提供資金並降低現金流量波動的影響。

下表詳述貴集團非衍生金融負債的合同到期情況。該表乃根據貴集團可能被要求付款的最早日期的金融負債的未貼現現金流量編製。其他金融負債的到期日乃基於協定的還款日期。該表載列利息及本金現金流量。

附錄一

會計師報告

流動性表格

| | 加權 平均利率 % | 按要求 或6個月 以下 人民幣千元 | 6個月 至1年 人民幣千元 | 1至5年 人民幣千元 | 未貼現現金流 量總額 人民幣千元 | 賬面值 人民幣千元 |
|-----------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|---------------|------------------------|------------------|
| 於2021年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項 | 不適用 | 389,696 | – | – | 389,696 | 389,696 |
| 其他應付款項及應計費用 | 不適用 | 3,479,537 | – | – | 3,479,537 | 3,479,537 |
| 應付直接控股公司款項 | 不適用 | 1,742 | – | – | 1,742 | 1,742 |
| 應付中間控股公司款項 | 不適用 | 1,075 | – | – | 1,075 | 1,075 |
| 租賃負債 | 2.22至4.35 | 8,666 | 8,493 | 18,309 | 35,468 | 32,698 |
| | | <u>3,880,716</u> | <u>8,493</u> | <u>18,309</u> | <u>3,907,518</u> | <u>3,904,748</u> |

| | 加權 平均利率 % | 按要求 或6個月 以下 人民幣千元 | 6個月 至1年 人民幣千元 | 1至5年 人民幣千元 | 未貼現現金流 量總額 人民幣千元 | 賬面值 人民幣千元 |
|-----------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|---------------|------------------------|------------------|
| 於2022年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項 | 不適用 | 563,043 | – | – | 563,043 | 563,043 |
| 其他應付款項及應計費用 | 不適用 | 3,466,038 | – | – | 3,466,038 | 3,466,038 |
| 應付直接控股公司款項 | 不適用 | 1,903 | – | – | 1,903 | 1,903 |
| 應付中間控股公司款項 | 不適用 | 1,259 | – | – | 1,259 | 1,259 |
| 租賃負債 | 2.22至4.35 | 9,183 | 8,997 | 11,077 | 29,257 | 27,546 |
| | | <u>4,041,426</u> | <u>8,997</u> | <u>11,077</u> | <u>4,061,500</u> | <u>4,059,789</u> |

| | 加權 平均利率 % | 按要求 或6個月 以下 人民幣千元 | 6個月 至1年 人民幣千元 | 1至5年 人民幣千元 | 未貼現現金流 量總額 人民幣千元 | 賬面值 人民幣千元 |
|-----------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|---------------|------------------------|------------------|
| 於2023年12月31日 | | | | | | |
| 貿易應付款項 | 不適用 | 816,914 | – | – | 816,914 | 816,914 |
| 其他應付款項及應計費用 | 不適用 | 4,205,151 | – | – | 4,205,151 | 4,205,151 |
| 應付直接控股公司款項 | 不適用 | 1,931 | – | – | 1,931 | 1,931 |
| 應付中間控股公司款項 | 不適用 | 1,158 | – | – | 1,158 | 1,158 |
| 租賃負債 | 2.22至4.35 | 8,872 | 8,696 | 22,300 | 39,868 | 35,989 |
| | | <u>5,034,026</u> | <u>8,696</u> | <u>22,300</u> | <u>5,065,022</u> | <u>5,061,143</u> |

35. 金融工具的公允價值計量

貴公司董事認為，於合併財務報表按攤銷成本入賬的金融資產及金融負債的賬面值與其公允價值相若。

附錄一

會計師報告

36. 主要子公司詳情

於本報告日期，貴公司於以下子公司擁有直接及間接權益：

| 公司名稱 | 註冊成立/ 成立地點及日期 | 已發行及繳足 股本/註冊資本 | 歸屬於 貴集團的股權 | | | 法律形式 | 主要業務 | 附註 |
|----------------------|---------------------|--------------------------------------------------|------------|-------|-------|----------------------|------|----|
| | | | 2021年 | 2022年 | 2023年 | | | |
| | | | 100% | 100% | 100% | | | |
| 直接持有： | | | | | | | | |
| 華潤怡寶飲料(控股) 有限公司 | 香港 2009年11月23日 | 法定 771,484,000港元 實繳資本 771,484,000港元 | 100% | 100% | 100% | 投資控股 | (a) | |
| 間接持有的權益： | | | | | | | | |
| 華潤怡寶飲料(中國)投資 有限公司 | 中國大陸 2011年8月26日 | 法定 83,290,000美元 實繳資本 83,290,000美元 | 100% | 100% | 100% | 投資控股 | (b) | |
| 華潤食品飲料(深圳) 有限公司 | 中國大陸 1998年4月8日 | 法定 19,000,000美元 實繳資本 19,000,000美元 | 100% | 100% | 100% | 純淨水製造及 經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(中國) 有限公司 | 中國大陸 1996年8月1日 | 註冊 人民幣650,000,000元 實繳資本 人民幣650,000,000元 | 100% | 100% | 100% | 純淨水及飲料 製造及經銷 | (b) | |
| 珠海市永隆加林山礦泉水 有限公司 | 中國大陸 1984年6月27日 | 註冊 人民幣14,000,000元 實繳資本 人民幣14,000,000元 | 100% | 100% | 100% | 純淨水及礦泉 水製造及 經銷 | (b) | |
| 珠海市永隆飲品有限公司 | 中國大陸 1992年10月21日 | 註冊 人民幣12,000,000元 實繳資本 人民幣12,000,000元 | 100% | 100% | 100% | 純淨水及礦泉 水製造及 經銷 | (b) | |

附錄一

會計師報告

| 公司名稱 | 註冊成立/ 成立地點及日期 | 已發行及繳足 股本/註冊資本 | 歸屬於 貴集團的股權 | | | | 法律形式 | 主要業務 | 附註 |
|--------------------------|---------------------|--------------------------------------------------|------------|-------|------------|--------|-----------------|---------|----|
| | | | 於12月31日 | | 於本報告 日期 | | | | |
| | | | 2021年 | 2022年 | | 2023年 | | | |
| 上海怡寶食品有限公司..... | 中國大陸 2007年9月20日 | 註冊 38,045,000 美元 實繳資本 38,045,000 美元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水及飲料 製造及經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(長沙) 有限公司..... | 中國大陸 2012年10月17日 | 註冊 20,000,000 美元 實繳資本 20,000,000 美元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(六安) 有限公司..... | 中國大陸 2013年3月12日 | 註冊 人民幣161,880,000元 實繳資本 人民幣161,880,000元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(肇慶) 有限公司..... | 中國大陸 2013年5月16日 | 註冊 人民幣199,190,000元 實繳資本 人民幣199,190,000元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水及飲料 製造及經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(成都) 有限公司..... | 中國大陸 2014年9月1日 | 註冊 人民幣166,670,000元 實繳資本 人民幣166,670,000元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(南寧) 有限公司..... | 中國大陸 2014年8月14日 | 註冊 人民幣212,000,000元 實繳資本 人民幣212,000,000元 | 100% | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b) | |
| 華潤怡寶飲料(武夷山) 有限公司..... | 中國大陸 2022年6月20日 | 註冊 人民幣124,820,000元 實繳資本 人民幣124,820,000元 | - | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b)/(c) | |

附錄一

會計師報告

| 公司名稱 | 註冊成立/ 成立地點及日期 | 已發行及繳足 股本/註冊資本 | 歸屬於 貴集團的股權 | | | 法律形式 | 主要業務 | 附註 |
|----------------------------|---------------------|--------------------------------------------------|------------|---------|-------|--------|--------------|---------|
| | | | 2021年 | 於12月31日 | | | | |
| | | | | 2022年 | 2023年 | | | |
| 華潤怡寶(河源)萬綠湖飲料 有限公司..... | 中國大陸 2022年6月16日 | 註冊 人民幣356,670,000元 實繳資本 人民幣356,670,000元 | - | 100% | 100% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b)/(c) |
| 怡寶宜興..... | 中國大陸 2022年2月10日 | 註冊 人民幣450,000,000元 實繳資本 人民幣450,000,000元 | - | 70% | 70% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b)/(d) |
| 碧優選..... | 中國大陸 2020年11月4日 | 註冊 人民幣132,363,000元 實繳資本 人民幣132,363,000元 | - | - | 79% | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b)/(d) |
| 華潤怡寶飲料(溫州)有限公司.. | 中國大陸 2023年10月16日 | 註冊 人民幣200,550,000元 實繳資本 人民幣200,550,000元 | - | - | - | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (b)/(e) |
| 武漢華新達飲品技術 有限公司..... | 中國大陸 2017年6月27日 | 註冊 人民幣110,000,000元 實繳資本 人民幣110,000,000元 | - | - | - | 有限責任公司 | 純淨水製造及 經銷 | (f) |

附註：

- (a) 該等子公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據香港財務報告準則編製，並經執業會計師德勤•關黃陳方會計師行審核。
- (b) 該等子公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度或自註冊成立/收購日期起期間的法定財務報表乃根據適用於在中國成立的公司的相關會計原則及財務法規編製，並經德勤華永會計師事務所(特殊普通合夥)審核。
- (c) 該等公司於2022年6月成立。
- (d) 該等公司於往績記錄期間被收購。詳情載於附註30。
- (e) 該公司於2023年10月成立。
- (f) 該公司於2024年1月被收購。詳情載於附註38。

附錄一

會計師報告

擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情

下表列示 貴集團擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情：

擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情：

| 子公司名稱 | 註冊成立地點及 主要營業地點 | 非控股權益持股 比例及表決權比例 | | 分配至非控股權益的(虧損)利潤 | | 累計非控股權益 | | |
|---------------------------|-------------------|---------------------|-----|------------------------|-----------------|---------|---------|-----------------|
| | | | | 自收購日期 起至以下日期 止期間 | 截至以下日期 止年度 | | | |
| | | | | 2022年 12月31日 | 2023年 12月31日 | | | 2022年 12月31日 |
| | | % | % | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | |
| 怡寶宜興..... | 中國大陸 | 30% | 30% | (1,087) | 1,845 | 322,013 | 384,843 | |
| 持有非控股權益的 個別非重大子公司..... | | | | | | | - | 84,872 |
| | | | | | | | 322,013 | 469,715 |

有關 貴集團擁有重大非控股權益的各子公司的財務資料概要載列如下。以下財務資料概要指集團內公司間抵銷前的金額。

怡寶宜興

| | 於12月31日 | |
|----------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|
| | 2022年 人民幣千元 | 2023年 人民幣千元 |
| 流動資產..... | 698,720 | 395,203 |
| 非流動資產..... | 457,699 | 1,189,940 |
| 流動負債..... | (82,867) | (302,530) |
| 非流動負債..... | - | - |
| 貴公司擁有人應佔權益..... | 751,539 | 897,770 |
| 怡寶宜興的非控股權益..... | 322,013 | 384,843 |
| | 自收購日期 起至2022年 12月31日止期間 人民幣千元 | 截至 2023年12月31日 止年度 人民幣千元 |
| 收入..... | - | 138,832 |
| 期／年內(虧損)利潤..... | (3,623) | 6,152 |
| 貴集團應佔(虧損)利潤..... | (2,536) | 4,307 |
| 怡寶宜興的非控股權益應佔(虧損)利潤..... | (1,087) | 1,845 |
| 期／年內(虧損)利潤及全面(開支)收益總額..... | (3,623) | 6,152 |
| 向怡寶宜興的非控股權益派付股息..... | - | - |

附錄一

會計師報告

| | 自收購日期 起至2022年 12月31日止期間 | 截至 2023年12月31日 止年度 |
|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 經營活動產生的淨現金（流出）流入..... | (1,713) | 39,360 |
| 投資活動產生的淨現金流出..... | (63,883) | (659,894) |
| 融資活動產生的淨現金流入（流出）..... | 750,596 | (64,466) |
| 淨現金流入（流出）..... | 685,000 | (685,000) |

37. 資本及其他承擔

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------------------------------|-------------|-----------|---------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 有關收購已訂約但未於歷史財務資料 計提的物業、廠房及設備的資本 開支 | 149,465 | 1,279,132 | 817,730 |

38. 報告期後事項

貴集團擬訂立股份購買協議，以收購武漢華新達飲品技術有限公司70%的股權，該公司從事包裝飲用水製造及經銷。該收購已於2024年1月完成，並使用收購法入賬列作業務收購。貴公司董事認為該收購對貴集團的財務影響甚微。

於2024年4月21日，貴公司股東議決（其中包括）將當時每股面值1美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000,000股每股面值0.0000005美元的股份（「股份拆細」）。股份拆細後及緊接[編纂]完成前，貴公司法定股本應為50,000美元，分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的普通股，其中2,000,000,000股已發行及繳足。

39. 期後財務報表

貴公司、貴集團或貴集團旗下任何公司概無就2023年12月31日之後的任何期間編製經審計財務報表。

附錄二

未經審計[編纂]財務資料

以下本附錄所載資料並不構成本文件附錄一載列本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)所編製有關本集團截至2023年12月31日止三個年度的歷史財務資料的會計師報告(「會計師報告」)的一部分，載於文件僅供說明。

未經審計[編纂]財務資料應與本文件「財務資料」一節及本文件附錄一載列的會計師報告一併閱讀。

A. 本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值報表

以下本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值報表已由本公司董事根據上市規則第4.29條編製，以說明[編纂](定義見本文件)對本公司擁有人於2023年12月31日應佔本集團經審計合併有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於2023年12月31日進行。

本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值報表乃僅為說明用途而編製，由於其假設性質使然，倘[編纂]已於2023年12月31日或任何未來日期完成，未必真實反映本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值。

以下本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值報表乃基於截至2023年12月31日本公司擁有人應佔本文件附錄一所載會計師報告所示本集團經審計合併有形資產淨額報表編製，並已按下文作出調整：

| | 本公司擁有人於 2023年12月31日 應佔本集團經審 計合併有形 資產淨值 | [編纂]估計 [編纂]淨額 | 本公司擁有人於 2023年12月31日 應佔本集團未經 審計[編纂] 經調整合併 有形資產淨值 | 本公司擁有人於2023年12月31日 應佔本集團每股未經審計[編纂] 經調整合併有形資產淨值 | |
|---------------------------------|----------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------|
| | 人民幣千元 (附註1) | 人民幣千元 (附註2) | 人民幣千元 | 人民幣元 (附註3) | 港元 (附註4) |
| 基於每股[編纂][編纂]港元 的[編纂]計算 | 6,903,058 | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 基於每股[編纂][編纂]港元 的[編纂]計算 | 6,903,058 | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |

附註：

1. 於2023年12月31日本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值乃摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告，乃按截至2023年12月31日本公司擁有人應佔本集團經審計合併資產淨值人民幣6,903,058,000元計算。
2. 估計[編纂][編纂]淨額乃分別基於[編纂]股新股按指示性[編纂]每股[編纂][編纂]港元及每股[編纂][編纂]港元(分別為指示性[編纂]的下限及上限)計算(經扣除本集團將產生的估計[編纂]費用及其他[編纂]相關開支，不包括於2023年12月31日前計入損益的[編纂]開支)。其並無計及根據本文件「股本」一節所述的[編纂]獲行使而可能發行的任何股份，或根據授予本公司董事配發及發行或購回股份的一般授權可能由本公司配發及發行或購回的任何股份。估計[編纂][編纂]淨額按下文附註4所詳述的匯率由港元兌換為人民幣。
3. 本公司擁有人應佔本集團每股未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值乃基於已發行股份總數[編纂]股股份(假設股份拆細及[編纂]已於2023年12月31日完成)而得出。其並無計及根據本文件「股本」一節所述的[編纂]獲行使而可能發行的任何股份，或根據授予董事配發及發行或購回股份的一般授權可能由本公司配發及發行或購回的任何股份。本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值金額乃按下文附註4所詳述的匯率由港元兌換為人民幣。
4. 該等金額按人民幣1.00元兌1.10403港元的匯率(即中國人民銀行於2024年4月15日設定的中間匯率)由人民幣兌換為港元或港元兌換為人民幣。概不表示人民幣／港元，金額已經、可能已經或可以按該匯率兌換為港元／人民幣或根本無法兌換。
5. 本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值並無計及本集團於2023年12月31日後訂立的任何[編纂]結果或其他交易的影響。具體而言，II-1所示本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值並未作出調整，以說明以下各項的影響：

於2023年12月31日後，本公司於2024年4月根據截至2023年12月31日的綜合保留溢利向現有股東宣派股息人民幣25億元，惟須待[編纂]完成後方可作實(「股息宣派」)，且將於其後支付。倘股息宣派已於2023年12月31日完成，則本集團未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值將由[人民幣[編纂]元]減少至[人民幣[編纂]元](基於每股股份[編纂]港元的[編纂]計算)，或由[人民幣[編纂]元]減少至人民幣[[編纂]元](基於每股股份[編纂]港元的[編纂]計算)。倘股份拆細及[編纂]已於2023年12月31日完成，已發行股份總數為[編纂]股，則於2023年12月31日，本公司擁有人應佔本集團每股未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值將分別為每股[人民幣[編纂]元](相當於[[編纂]港元)，基於每股股份[[編纂]港元的[編纂]計算)及每股[人民幣[編纂]元](相當於[[編纂]港元)，基於每股股份[編纂]港元的[編纂]計算)。該等金額按人民幣1.00元兌1.10403港元的匯率(即中國人民銀行於2024年4月15日設定的中間匯率)由人民幣兌換為港元或港元兌換為人民幣。概不表示人民幣／港元，金額已經、可能已經或可以按該匯率兌換為港元／人民幣或根本無法兌換。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

下文載列本公司組織章程若干條文及《開曼群島公司法》若干方面的概要。

本公司於2024年4月16日根據公司法在開曼群島以存續方式註冊為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括《組織章程大綱及細則》。

1. 《組織章程大綱》

《大綱及細則》規定(其中包括)本公司股東承擔有限責任，本公司的成立宗旨並無限制(因此包括作為投資控股公司)，且本公司擁有全部權力及授權以執行公司法或開曼群島任何其他法律並無禁止的任何事項。

2. 《組織章程細則》

《細則》於[●]獲有條件採納，並將於[編纂]生效。《細則》的若干條文概要載列如下。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司股本由單一類別普通股組成。

(b) 變更現有股份或股份類別的權利

倘本公司的股本在任何時候被分為不同類別的股份，不論本公司是否正在清盤，則經持有該類別已發行股份至少四分之三的持有人書面同意，或依據經親身或受委代表出席該等持有人的單獨會議並投票的該類別股份持有人所投票數至少四分之三通過的決議案，可更改當時發行的任何類別股份所附帶的全部或任何權利(除非該類別股份的發行條款另有規定)。《細則》中有關股東大會的條文須經必要修改後適用於每次該等單獨會議，惟所需法定人數須為合計持有該類別已發行股份至少三分之一的兩名人士(倘股東為公司，則為其正式授權代表)。每名類別股份持有人有權就其所持有的每一股股份投一票，任何親身或由受委代表出席的類別股份持有人均可要求投票表決。

就單獨的類別會議而言，倘董事會認為受審議中的提案將以相同方式影響該等類別的股份，則董事會可將兩個或以上類別的股份視為組成一個類別的股份，但在任何其他情況下，應將其視為不同類別的股份。

除非該類別股份發行條款所附權利另有明確規定，否則授予任何類別股份持有人的任何權利不得因增設或發行與該等股份享有同等權益的股份而改變。

(c) 變更股本

本公司可通過普通決議案：

- (i) 增設新股以增加其股本，金額及賦予該等股份的權利、優先權及特權由其釐定；
- (ii) 將其全部或任何股本合併或拆分為面額大於其現有股份的股份。在合併已繳足股款的股份或拆分為面額較大的股份時，董事會可以其認為適當的方式解決可能出現的任何困難，特別是（但不妨礙上述規定的普遍性）可在擬合併股份的持有人之間決定將哪些特定股份合併為合併股份。倘任何人士有權獲得零碎的合併股份或股份，該等零碎股份可由董事會為此指定的某一人士出售，該人士可將出售的股份轉讓給買方，且該轉讓的有效性不容置疑，出售所得款項淨額（扣除出售費用後）可在有權根據其權利和利益按比例獲得零碎合併股份或股份的人士之間分配，或支付給本公司，歸本公司所有；
- (iii) 將其股份或任何股份拆細為面額小於《大綱及細則》規定面額的股份；及
- (iv) 註銷在決議通過之日尚未被任何人士認購或同意認購的任何股份，並按所註銷股份的數額減少其股本。

本公司可根據公司法的規定，通過特別決議削減其股本或任何不可供分派儲備金。

(d) 股份轉讓

在《細則》條款的規限下，本公司任何股東均可通過轉讓文據轉讓其全部或任何股份。倘有關股份與根據《細則》發行的權利、購股權、認股權證或單位一併發行，且其中一項不得單獨轉讓的，若並無令董事會信納有關權利、購股權、認股權證或單位的類似轉讓證據，董事會應拒絕登記任何有關股份的轉讓。

在《細則》及聯交所規定的限制下，所有股份轉讓應以一般或通用格式或董事會可能批准的其他格式的轉讓文件進行，並可以親筆簽署，倘轉讓人或受讓人為認可結算所或其代名人，則可以親筆簽署或機印簽署或董事會可能不時批准的其他方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人或其代表簽立，惟董事會可免除轉讓人或承讓人簽立轉讓文據或接納機印簽署的轉讓文件。轉讓人將被視為股份的持有人，直至有關股份的承讓人名列本公司股東名冊為止。

在公司法條文的規限下，倘董事會認為必要或適當，本公司可在董事會認為適當的開曼群島境內或境外的一個或多個地點設立及存置一份或多份股東名冊分冊。董事會可隨時全權酌情決定將股東名冊主冊上的任何股份轉至任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊上的任何股份轉至股東名冊主冊或任何其他股東名冊分冊。

董事會可全權決定拒絕登記將任何股份（非繳足股份）轉讓給其不認可的人士或本公司擁有留置權的人士，或轉讓根據任何股份期權計劃發行且轉讓受限制的任何股份，或將任何股份轉讓給四名以上的聯名持有人。如果擬議的轉讓不符合《細則》或上市規則的任何規定，委員會也可拒絕承認任何轉讓文書。

董事會可拒絕確認任何轉讓文據，除非已向本公司支付若干費用（不超過聯交所可能釐定的最高金額）已支付予本公司，轉讓文據已妥為加蓋印鑑（如適用），其僅涉及一類股份，已提交於相關登記處或主冊所在地，並附有相關股票及董事會可能合理要求旨在表明轉讓人進行轉讓的權利的其他證據（倘轉讓文據由其他人士代其簽立，則指該人士有代其簽立的權力）。

在符合上市規則及《公司條例》相關條例的情況下，董事會可決定於每年不超過30日的時間內暫停辦理股東登記（或本公司股東通過普通決議案釐定的較長期間，惟該期間於任何年度不得延長至超過60日）。

繳足股份不受任何轉讓限制（聯交所允許者除外），亦不附帶任何留置權。

(e) 股份贖回

在公司法、上市規則的條文及任何股份持有人或任何類別股份所附帶的任何權利的規限下，本公司可發行將由股東或本公司選擇贖回或有責任贖回的股份。贖回該等股份須按本公司於發行該等股份前以特別決議案釐定的方式及其他條款進行。

(f) 本公司購回其股份的權利

在公司法或任何其他法律的規限下，或在任何法律並無禁止及在任何類別股份持有人所獲賦予的任何權利規限下，本公司有權購買或以其他方式收購其全部或任何股份（包括可贖回股份），惟購回的方式及條款須首先通過普通決議案授權，而任何有關購回僅可根據聯交所及／或不時生效的香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈的相關守則、規則或規例進行。

(g) 本公司任何子公司擁有本公司股份的權力

《細則》並無有關子公司擁有本公司股份的條文。

(h) 催繳股款及沒收股份

在符合配發及發行任何股份（如有）的條款規限下，董事會可不時就股東所持股份的任何未繳股款（無論是面值還是股份溢價）作出其認為適當的催繳。被催繳股款的股東應（在收到至少14個整日的通知，其中指明了付款時間）在指定

的時間向本公司支付其股份所要求的金額。催繳股款可一次付清或分期繳付，並視為於董事會通過授權催繳股款的相關決議案時作出。股份的聯名持有人應個別及共同負責支付有關股份的所有到期催繳股款及分期股款。

倘催繳股款在到期應付後仍未繳付，則應向該股東支付未繳股款的利息，該利息由董事會釐定（連同本公司因未付款而產生的任何開支），利息自未繳股款到期應付之日起直至繳付為止，但董事會可豁免支付全部或部分該等利息或開支。

倘股東於催繳股款到期及應付後仍未繳付任何催繳股款或分期股款，只要催繳款項或分期付款的任何部分仍未支付，董事會可向該股東發出不少於14整天的通知，要求其支付未付款項及任何應計利息，以及截至付款日可能應計的利息（連同本公司因未支付而產生的任何費用）。通知應指定另一日期，在該日期當日或之前支付通知所要求的款項。通知還應說明，如在指定時間或之前未付款，催繳股款所涉及的股份將被沒收。

倘通知未獲遵守，則通知所涉任何股份可在通知所要求的付款支付之前由董事會決議予以沒收。沒收應包括被沒收股份的所有股息、其他分派及其他應付但在沒收前尚未支付的款項。

股份被沒收的人士須不再為被沒收股份的股東，須將被沒收股份的股票交回本公司註銷，並須繼續向本公司支付所有款項，即於沒收日期，該人士須就股份向本公司支付的款項連同（倘董事會酌情要求）自沒收之日起至董事會可能釐定的付款日期止的利息及本公司因有關未付款而產生的任何費用。

2.2 董事

(a) 委任、退任及免職

本公司可通過股東普通決議案選舉任何人士為董事。董事會亦可隨時委任任何人士為董事，以填補臨時空缺或作為額外董事，惟須受股東於股東大會或《細則》釐定的最高人數規限。任何如此獲委任的董事的任期僅至其獲委任後的本

公司首屆股東週年大會為止，屆時將有資格於該大會上膺選連任。由董事會委任的任何董事不得計入於股東週年大會上輪值退任的董事或董事人數。

董事不設持股資格，亦無特定年齡限制。

股東可通過普通決議案罷免任何任期尚未屆滿的董事（包括總裁或執行董事），不論《細則》或本公司與該董事訂立的任何協議有何規定，並可通過普通決議案選出另一名替代人士。對任何董事的罷免均不得被視為剝奪該董事因其遭終止董事委任或因終止董事委任而失去任何其他委任或職位而應支付予該董事的補償或損害賠償。

董事職位可在下列情況下空置：

- (i) 董事向本公司發出書面通知辭任董事職務；
- (ii) 董事未經董事會特別批准而連續12個月缺席董事會，且並無委任代表或替任董事代其出席，而董事會通過決議案以其缺席為由將其撤職；
- (iii) 董事破產或接獲接管令或停止向其債權人付款或與債權人達成還款安排協議；
- (iv) 董事身故或如有管轄權之法院或政府官員因董事現時或可能失常或因其他原因而不能處理其事務而指令其辭職及董事會會議決將該董事撤職；
- (v) 董事遭法律禁止或不再出任董事一職；
- (vi) 董事已被聯交所要求根據上市規則不再擔任董事或不再合資格擔任董事；或
- (vii) 董事被當時不少於四分之三（倘非整數，則以最接近的較低整數為準）的董事（包括其本身）簽署書面通知免任。

在每屆股東週年大會上，當時三分之一董事須輪值退任。若董事人數並非三的倍數，則以最接近但不少於三分之一為退任董事人數，惟每名董事須至少每三年輪值退任一次。每屆股東週年大會須退任的董事應為自上次獲選連任或獲委任後任期最長的董事，而若多名董事於同日成為或上次乃於同一日獲連任為董事，則以抽籤決定須告退的董事，除非彼等之間另行協議。

(b) 配發及發行股份及其他證券的權力

在符合《公司法》、《組織章程大綱及細則》以及上市規則（如適用）的規則所限制下，以及在不影響當時附於任何股份的任何權利或限制的情況下，董事會可全權酌情決定按其認為適當之時間、對價及條款與附帶條件向其認為適當之人士配發、發行、就股份授予購股權或以其他方式處置股份，無論該等股份是否設有優先、遞延或其他權利或限制（無論是否關於股息、投票權、資本回報或其他方面），惟任何股份不得以低於面值的價格發行。

本公司可按董事會可能不時釐定的條款發行賦予其持有人權利可認購、購買或接收本公司任何類別股份或其他證券的權利、期權、認股權證或可轉換證券或類似性質的證券。

於作出或授出任何配發或[編纂]，或就此授出購股權或出售股份時，倘董事會認為於當地配發、[編纂]或授出購股權即屬或可能屬違法或不可行，則本公司或董事會毋須向登記地址為尚未辦理註冊聲明或其他特別手續的任何地區或多個地區的股東或其他人士作出上述行動。然而，無論如何，受上述影響的股東不會因任何目的成為或被視為單一類別股東。

(c) 出售本公司或其任何子公司資產的權力

根據《公司法》、《組織章程大綱及細則》的規定以及公司特別決議案發出的任何指示，董事會可行使本公司所有可能行使的權利及進行本公司可能進行的行動及事項以出售本公司或其任何子公司資產的權力。對《細則》的任何變更以及公司特別決議案發出的任何指示均不得使董事會之前的任何行動無效，而如果沒有作出或發出此類變更或指示，則該等行動將有效。

(d) 借貸權力

董事會可行使本公司一切權力以籌集或借貸資金，為供本公司使用的任何款項付款或款項作擔保，將本公司的全部或其任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或抵押，並根據《公司法》的規定發行公司債權證、債券股、債券及其他證券，無論直接或作為本公司或任何第三方的債項、負債或承擔的附屬抵押品。

(e) 酬金

董事有權收取由董事會或本公司於股東大會上不時釐定的資金。董事亦有權報銷因出席董事會或董事會委員會會議、或本公司股東大會或任何類別股份或債券持有人的單獨會議、或與本公司業務有關或履行其董事職責而適當產生的所有費用，及／或獲得董事會可能釐定的有關固定津貼。

董事會或本公司亦可於股東大會上批准就董事會或本公司於股東大會上認為超出董事作為董事的日常工作範圍的任何服務向任何董事支付額外酬金。

(f) 離職補償或付款

《細則》並無關於離職補償或付款的規定。

(g) 貸款予董事

《細則》並無關於貸款予董事的規定。

(h) 披露與本公司或其任何子公司所訂立合同中的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他受薪職位或職務（惟不可擔任本公司的核數師），有關條款由董事會決定。除按照《細則》規定的任何酬金外，董事亦可獲發所兼任職位或職務的酬金（不論任何形式）。董事可擔任或出任本公司擁有權益的任何其他公司的董事、主管人員或股東，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事或主管人員或股東而收取的任何酬金或其他利益。

任何人士不會因擔任董事或候任董事而失去資格或因此被阻止與本公司訂立合同，且任何該等合同或由本公司或本公司的代表訂立而任何董事或候任董事以任何方式在其中擁有權益或承擔責任的任何其他合同或交易亦不得因此撤銷。參加訂約或在其中擁有權益的任何董事或候任董事無須因其擔任該職務或由其建立的受託關係，而向本公司交代其由任何此等合同或交易所獲得或產生的任何利潤，惟該董事或候任董事應在任何合同或交易獲審議及投票時或之前，披露他們於其中的權益的性質。

董事不得參與其或其任何緊密聯繫人享有重大利益的合同或安排或其他建議的董事會決議案投票（亦不得計入與之相關的法定人數），而倘其就此投票，亦不得計算其投票且不得計入該決議案的法定人數。此項限制不適用於任何下列事項：

- (i) 董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何子公司要求或為本公司或本公司任何子公司的利益借出款項或招致或承擔債務，本公司因而向該董事或其聯繫人提供任何抵押或彌償保證；
- (ii) 董事或其一名緊密聯繫人單獨或多名緊密聯繫人共同以擔保或彌償保證或透過提供抵押而承擔全部或部分責任的本公司或其任何子公司的債項或承擔，本公司因而向第三方提供任何抵押或彌償保證；
- (iii) 有關本公司或本公司可能發起或擁有權益的任何其他公司發售的股份或債權證或其他證券以供認購或購買而董事或其緊密聯繫人因參與發售的包銷或分包銷而擁有或將擁有利益的任何建議；
- (iv) 有關本公司或其任何子公司之僱員福利包括採納、修訂或經營：(A) 董事或其緊密聯繫人可獲益的任何僱員購股權計劃或任何股份獎勵或購股權計劃；或(B)與董事、其緊密聯繫人及本公司或其任何子公司之僱員相關但未給任何董事或其緊密聯繫人提供任何與該計劃或基金有關的類別人士一般並無的特權或利益的養老金或退休、身故或傷殘福利計劃的任何建議或安排；及

- (v) 董事或其緊密聯繫人僅因持有本公司的股份、債權證或其他證券的權益而與其他持有有關股份或債權證或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合同或安排。

2.3 董事會議事程序

董事會可於全球任何地區舉行會議以處理事務，亦可休會或以其認為適當的方式監管會議。除非另有規定，董事會的法定最低人數為兩名董事。會議上提出的問題須獲多數票贊成方可作出裁決。如出現相同票數，則會議主席可投第二票或決定票。

2.4 修改組織章程文件及公司名稱

僅可通過公司特別決議案批准，方可更改或修訂《組織章程大綱及細則》，以及更改本公司名稱。

2.5 股東大會

(a) 特別及普通決議案

特別決議案須在股東大會上獲親自出席並有權投票的股東或其受委代表或（若股東為公司）其正式授權代表或其受委代表以不少於三分之二投票權的大多數票通過（批准更改本公司組織章程文件或本公司自願清盤的任何決議案除外，在此情況下特別決議案須以不少於四分之三投票權的大多數票通過）。有關大會須在通告表明擬提呈該決議案為特別決議案。特別決議案亦可由有權於股東大會上以一份或以上每份由一名或以上股東簽署的文書投票的所有股東以書面形式批准。

相反，「普通決議案」指股東大會上獲親身或透過受委代表出席並有權投票的股東或（若股東為公司）其正式授權代表或其受委代表以簡單大多數票通過的決議案。普通決議案亦可由有權於股東大會上以一份或以上每份由一名或以上股東簽署的文書投票的所有股東以書面形式批准。

特別決議案及普通決議案的條文在加以必要的修改後須適用於任何股份類別持有人通過的任何決議案。

(b) 表決權及要求投票表決的權利

受有關任何類別股份當時所附任何有關投票的權利、限制或特權的規限，於任何股東大會上：(a)如以投票方式表決，每名親自(若股東為公司，則為其正式授權代表)或透過受委代表出席的股東每持有一股股份可投一票及(b)在以舉手方式表決時，每位親自(若股東為公司，則為其正式授權代表)或透過受委代表出席的股東只有一票投票權。

倘屬聯名持有人，本公司將接納排名首位的聯名持有人的投票(不論親身或委派受委代表)，而其他聯名持有人則無投票權。排名先後乃按本公司股東名冊中持有人的排名次序而定。

除已於股東大會記錄日期登記為股東，且已繳清其當時就相關股份應付的所有催繳股款或其他款項者外，概不得計入任何股東大會的法定人數或有權於該大會上投票。

在任何股東大會上，於大會上提呈的決議案，均以投票方式表決，惟大會主席可根據上市規則，允許純粹與程序或行政事宜有關的決議案以舉手方式表決。

身為本公司股東的任何公司或其他非自然人可根據其組織章程文件，或在該等條文缺失的情況下，經其董事或其他監管機構的決議案或授權書，授權其認為適當的人士擔任其代表，出席本公司任何會議或任何類別股東會議，而據此獲授權的人士有權行使公司或其他非自然人可行使的相同權力，猶如其為本公司自然人股東。

認可結算所(或其代理人)為本公司股東，則可委任受委代表或授權其認為合適之人士於本公司任何大會(包括但不限於股東大會及債權人會議)或本公司任何類別股東大會出任其代表(彼等享有與其他股東同等權利)，但如超過一名人士獲得授權，有關授權書須註明每名獲授權之人士所代表之股份數量及類別。據此獲得授權的人士，均有權代表認可結算所或其代名人行使相同的權利及權力(包括於舉手表決時或投票表決時個別發言及投票之權利)，猶如其為本公司自然人股東。

本公司全體股東(包括認可結算所股東(或其代名人))均應有權(i)於股東大會上發言及(ii)於股東大會上投票，惟須按上市規則規定就批准所考慮事項放棄表決之股東除外。倘任何股東須根據上市規則就任何特定決議案放棄投票，或僅限於就任何特定決議案投贊成票或反對票，則該名股東或其代表如違反該項規定或限制的任何投票將不予計算。

(c) 股東週年大會及股東特別大會

本公司必須於每個財政年度舉行一次股東大會作為其股東週年大會。召開股東週年大會的通知須指明其為股東週年大會，並必須於本公司財政年度結束後六個月內舉行。股東或其任何類別的會議可通過電話、電話會議或其他電子方式召開，惟所有與會者均能同時與其他與會者交流，而以該方式參加會議應構成出席該等會議。

董事會可在其認為適合之任何時間召開股東特別大會。此外，任何於遞呈要求日期合計持有不少於本公司股本中的投票權(按每持有一股擁有一票投票權的基準)十分之一的一名或以上股東可要求召開股東特別大會及／或於會議議程中加入決議案。該要求須列明會議目的及加入會議議程的決議案，並須由提出要求者簽署，並向本公司位於香港的主要營業地點提出，或倘本公司不再擁有該主要營業地點，則於本公司的註冊辦事處提出。倘董事會在提出該要求當日後21日內並無採取行動在其後21日之內召開股東大會，提出要求者或代表全部提出要求者總投票權半數以上的任何提出要求者可自行召開股東大會，惟通過該方式召開的任何該大會不得遲於前述的21日期限屆滿後三個月內召開。提出要求者召開股東大會的方式，應盡可能與董事會召開股東大會的方式一致，且本公司須向提出要求者償付提出要求者產生的一切合理開支。

(d) 會議通告及待處理的事務

本公司股東週年大會須發出最少21日的書面通告，而本公司任何其他股東大會則須發出最少14日的書面通告。通告期並不包括送達或當作送達通告當日，亦不包括發出通告當日，其須註明舉行會議的日期、時間、地點及議程、將於會上審議的決議案的詳情及將於會上處理的事務的一般性質。

除另有訂明者外，任何根據《細則》將予發出或印發的通告或文件（包括股票）均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式寄往有關股東的登記地址、（在上市規則及所有適用法律法規許可範圍內）以電子方式或（倘屬通告）透過以上市規則及所有適用法律、規則及法規規定的方式刊登廣告送達，或在上市規則及所有適用法律、規則及法規允許的範圍內，透過該等其他方式（不論以電子方式或其他方式）向有關人士發送或以其他方式提供有關資料。

儘管本公司於較上述者為短的時間通知召開大會（倘上市規則許可），但倘獲以下股東同意，則有關大會可被視作已正式召開：

- (i) 倘屬股東週年大會，獲全體有權出席大會並於會上投票的本公司股東同意；及
- (ii) 倘屬股東特別大會，獲大多數有權出席大會並於會上投票的股東（即此等股東合計持有總投票權不少於95%）同意。

倘在發出股東大會通知之後但在股東大會召開之前，或在押後股東大會之後但在延會召開之前（不論是否需要發出延會通知），董事會全權酌情認為按該會議通知所指定之日期、時間及地點召開股東大會並不可行或並不合理（不論基於任何原因），董事會可以更改或押後會議至另一日期、時間及地點進行。

董事會亦有權在召開股東大會的每一份通知中規定，倘股東大會當天任何時間烈風警告、黑色暴雨警告或極端情況生效（除非有關警告在董事可能於相關通知中指明之股東大會前最短時間內撤銷），會議須押後至較遲日期重新召開，而毋須另行通知。

當股東大會押後時：

- (A) 本公司須盡力在可行情況下盡快在本公司網站及聯交所網站刊登有關延期的通告(須根據上市規則載明延期的理由)，惟由於在股東大會當日暴風、黑色暴雨警告或極端情況生效，未有刊登或發出該通告不會對股東大會自動延期有所影響；
- (B) 董事會須釐定重新召開大會之日期、時間及地點，並提前最少7個整日發出重新召開大會通知。有關通知須指明延會重新召開之日期、時間及地點，以及代表委任書在重新召開大會上被視作有效的提交日期及時間(惟就原始會議提交之任何代表委任書在重新召開大會上仍繼續有效，除非經撤銷或已替換為新代表委任書)；及
- (C) 重新召開大會上僅審議原定大會通知所載的事務，就重新召開大會發出的通知毋須訂明重新召開大會上將審議的事務，亦毋須重新刊發任何隨附文件。倘重新召開大會上有須審議的新事務，本公司須根據《細則》就有關重新召開大會發出新通知。

(e) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時出席大會人數達到法定人數(並直至會議結束時一直維持法定人數)，否則不得於任何股東大會上審議任何事項。

股東大會的法定人數應為兩名親身或透過代表出席並有權投票的股東(或在股東為法團的情況下，其正式授權代表)。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會(不包括續會)而言，所需法定人數須為兩名持有或由代表代其持有該類別已發行股份不少於三分之一的人士。

(f) 代表

任何有權出席本公司大會並於會上投票的本公司股東（包括認可結算所成員（或其代名人）），均有權委任另一名人士（自然人）作為代表代其出席大會及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上代表作為其代表並於本公司股東大會或類別股東大會代其投票。代表毋須為本公司股東，並應有權代表自然人股東行使權力，而該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，代表有權代表法團股東行使權力，而該等權力與所代表的股東倘屬親身出席任何股東大會的自然人股東時所能行使的權力相同。以投票或舉手方式表決時，股東可親身或透過代表（或在股東為法團的情況下，其正式授權代表）投票。

委任代表的文書須由委任人或其正式書面授權的受權人親筆簽署，或倘該委任人為法團或其他非自然人，則須加蓋印章或由正式授權的代表親筆簽署。

董事會應在召開任何股東大會或延期會議的通告中，或在本公司發出的委任代表的文書中，指定委任代表的文書的存放方式以及存放該委任書的地點和時間（不遲於委任文書所涉會議或延期會議開始的指定時間）。

每份委任代表的文書（無論供特定大會或其他大會之用）均須採用董事會可能不時批准的符合上市規則的格式。任何向股東發出以供其委任代表出席審議任何事務的股東大會並於會上投票的表格，應當讓股東按其意願指示代表對處理任何該等事務的每項決議案投票贊成或反對（或在無指示的情況下，讓其自行酌情決定）。

2.6 賬目及審核

根據《公司法》，董事會須安排妥善保存真實公平反映本公司事務狀況並解釋其交易所需的賬冊。

本公司賬冊須存置在本公司香港主要營業地點或（根據《公司法》條款）董事會認為合適的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。除非獲《公司法》授權、由具有司法權力的法院頒令或經董事會或本公司於股東大會上授權，否則任何股東（非任何董事）或其他人士均無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件。

董事會須安排編製並於每次股東週年大會上向本公司提交自上次賬目以來的損益賬、以及截至損益表編製日期的資產負債表、一份關於本公司損益賬所涵蓋期間的利潤或虧損以及該期間結束時本公司事務狀況的董事會報告、一份關於該等賬目的核數師報告以及法律及上市規則可能規定的其他報告及賬目。

股東須於每次股東週年大會通過股東普通決議案委任核數師，任期至下屆股東週年大會結束為止，委任的條款及職責由董事會協定。核數師酬金須由股東於其獲委任的股東週年大會通過股東普通決議案或由該普通決議案訂明的其他方式釐定。股東可在根據《細則》召開及舉行的任何股東大會上，藉普通決議案於核數師任期屆滿前任何時間罷免有關核數師，並在該大會上藉普通決議案委任新核數師代替其履行餘下任期。

本公司的賬目須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可能批准的其他準則編製及審核。

2.7 股息及其他分派方式

在《公司法》及《細則》的規限下，本公司可通過普通決議案議決以任何貨幣就已發行股份宣派股息及其他分派，以及授權從本公司可合法作此用途的資金中，撥付股息或分派，惟(i)股息不得超過董事會建議的金額，及(ii)所有股息或分派只可來自本公司已實現或未實現利潤或股份溢價賬或法律另行許可的來源。

董事會認為本公司財務狀況及利潤足以派付時，董事可不時向本公司股東派付中期股息。此外，董事會可不時按其認為合適的款額及日期就股份宣派及派付特別股息。

除任何股份所附權利另有規定者外，一切股息及其他分派須根據股東就於派付股息及分派期間持有的股份所繳付的股款作出。惟就此而言，凡在催繳前就股份所繳付的股款將不會視為股份的實繳股款。

董事會可自本公司任何股東應獲派的任何股息或其他分派扣減其當時應付本公司的催繳股款或應付分派款項的總數(如有)。董事會可保留就本公司有留置權的股份所應支付的任何股息或其他款項，將其用於清償存在該留置權的債務、負債或承擔。

本公司毋需就任何股份應付的股息或其他分派承擔任何股息。

當董事會或本公司於股東大會決議派付或宣派股息，董事會可進一步議決：

- (a) 以配發入賬列作繳足的股份方式償付全部或部分股息，而所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別，惟有權獲派股息的股東有權選擇收取現金作為全部股息(或部分股息)以代替該項股份配發；或
- (b) 有權獲派股息的股東有權選擇收取配發入賬列作繳足的股份以代替董事會可能認為合適的全部或部分股息，而所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別。

在董事會作出推薦意見後，本公司可就本公司任何一項特定股息透過普通決議案方式決議，(即使上文有所規定)以配發入賬列作繳足股份方式派付全部股息，而不給予股東選擇收取現金股息以代替配發的任何權利。

股份的任何股息、分派或其他應付該股份持有人的現金款項可以電匯或支票或付款單的方式郵寄至有權收取的該持有人的登記地址，或如為聯名持有人則以郵寄寄往本公司股東名冊有關聯名股份排名最前人士的登記地址，或持有人或聯名持有人以書面通知的有關人士及有關地址。兩名或多名聯名持有人中的任一人均可以就其以聯名持有人身份持有股份的任何股息、分派或其他應付款項出具有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，則董事會可進一步議決以分派任何種類的指定資產支付全部或部分有關股息。

任何於有關股息或分派應付日期六年後仍未領取的有關股息或分派可沒收，並須撥歸本公司所有。

2.8 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所[編纂]，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊(惟根據《公司條例》暫停辦理股東名冊登記時除外)，並可要求取得有關股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據《公司條例》註冊成立並受其約束。

2.9 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

《細則》並無有關少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法的若干補救方法，有關概要載於以下第3.6段。

2.10 清盤程序

在《公司法》的規限下，本公司股東可通過特別決議案自願議決或通過法院將本公司清盤。

在任何類別股份當時隨附有關於分配清盤後剩餘資產的任何權利、特權或限制的規限下：

- (a) 倘可供分配予本公司股東的資產超出全數償還清盤開始時的本公司全部實繳股本，則超出的資產將根據該等股東於清盤開始時的所持股份的實繳股本按比例分配予該等股東；及
- (b) 倘可供分配予本公司股東的資產不足以全數償還本公司實繳股本，則在分配該等資產時須盡可能使各股東按於清盤開始時所持股份的實繳股本或應繳足股本的比例分擔虧損。

倘本公司清盤（不論為自願清盤或法院頒令清盤），則清盤人可在獲得特別決議案批准及《公司法》所規定任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物形式分發予各股東，而不論有關資產屬同類或不同類財產，就此目的而言，清盤人可就分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定股東或不同類別股東及同類股東之間的分發方式。清盤人可在獲得同類批准的情況下，將任何部分資產授予清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

3. 《開曼群島公司法》

本公司於2024年4月16日在《公司法》的規限下在開曼群島註冊存續為獲豁免公司。《開曼群島公司法》的若干條文載列如下，但本節並非旨在包含一切適用及例外情況，亦非旨在全面檢討《開曼群島公司法》的一切事宜，並可能有別於有關人士可能更為熟悉的司法權區的同等條文。

3.1 公司營運

獲豁免公司(如本公司)必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交年度報表存檔，並按其法定股本數額支付費用。

3.2 股本

根據《公司法》，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他對價，則須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，有關條文可能不適用於該公司根據有關以收購或註銷任何其他公司股份作為對價的任何安排配發並按溢價發行的股份溢價。在《組織章程大綱及細則》條文(如有)的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

- (a) 向股東支付分派或股息；
- (b) 實繳將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；
- (c) 《公司法》第37條規定的任何形式；
- (d) 撤銷公司的開辦費用；及
- (e) 撤銷公司股份或債券的任何發行開支，或就發行所支付的佣金或給予的折扣。

不論上文所述，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

倘其《組織章程細則》許可，則在獲法院確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

3.3 用以購回公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定禁制，禁止公司向另一名人士授予財務資助以購買或認購其本身、其控股公司或子公司的股份。因此，倘公司董事在建議授出有關財務資助時履行謹慎責任並秉誠行事，而授出資助乃為恰當目的並符合公司利益，則公司可提供有關財務資助。有關資助應按公平原則進行。

3.4 公司及其子公司購回股份及認股權證

倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司的《組織章程細則》許可，則有關公司可發行該公司或其股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，而為免生疑，任何股份隨附的權利可根據該公司的《組織章程細則》條文合法修改，以規定有關股份將或有責任按此方式予以贖回。此外，倘該公司的《組織章程細則》許可，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘有關《組織章程細則》並無批准購回的方式及條款，則該公司須通過批准購回方式及條款的普通決議案。除非股份已經繳足，否則公司不得贖回或購回其股份。另外，倘贖回或購回股份將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，除非在緊隨建議付款的日期後公司仍有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

倘公司已購回或贖回或獲返還的股份乃遵照《公司法》第37A(1)條的規定持有，則有關股份不得視為已註銷，而應分類為庫存股份。任何有關股份須繼續分類為庫存股份，直至有關股份根據《公司法》予以註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可根據相關認股權文據或證書的條款及條件並在其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司的《組織章程大綱》或《組織章程細則》須載有批准購回股份的具體條文。公司董事可根據《組織章程大綱》所載的一般權力買賣並處理所有類別的個人財產。

子公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購有關股份。

3.5 股息及分派

在《公司法》所規定的償付能力測試以及公司《組織章程大綱及細則》的條文(如有)規限下，公司可動用股份溢價賬支付股息及分派。此外，根據於開曼群島具相當說服力的英國案例法，股息可以從利潤中派付。

只要公司持有庫存股份，則不得就庫存股份宣派或派付股息，或對公司資產作出其他分派(無論以現金或以其他方式)，包括清盤時向股東作出任何資產分派。

3.6 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般會依循英國案例法的先例(尤其是*Foss vs. Harbottle*案例的判決及其例外情況)，有關先例允許少數股東提出代表訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以質疑本公司控制者對少數股東作出越權、非法、欺詐少數股東的行為，或在通過須以限定(或特別)大多數票通過的決議案時因並未獲得有關的大多數票而發生違規行為。

倘公司(銀行除外)將其股本分為股份，則法院可根據持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出的申請，委任調查員調查公司事務，並按法院指示呈報有關事務。此外，公司的任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可頒佈清盤令。

一般而言，股東對公司提出的申索必須以開曼群島適用的一般合同法或侵權法為基礎，或以公司《組織章程大綱及細則》訂明的股東個別權利有可能遭違反為基礎。

3.7 出售資產

概無明確限制董事出售公司資產的權力，然而，除了須根據開曼群島法院通常遵循的英國普通法，為恰當目的並以符合公司最佳利益為前提秉誠行事外，亦期望董事依照合理審慎人士在類似情況下所採取的標準，憑其能力履行謹慎努力的責任。

3.8 會計及審核規定

公司須妥為保存下列各項的賬目記錄：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨及購貨；及(iii)公司的資產負債。

倘並未存置對真實公平反映公司事務狀況及解釋其交易而言屬必要的賬冊，則不得視為已妥善保存賬冊。

倘公司在其註冊辦事處以外的任何地方或在開曼群島的任何其他地方存置其賬冊，在稅務信息機關根據開曼群島《稅務信息機關法（2021年修訂本）》送達命令或通知後，公司須在其註冊辦事處以電子形式或任何其他形式提供有關命令或通知指明的賬冊副本或其任何部分。

3.9 外匯控制

開曼群島並無實施外匯管制規例或貨幣限制。

3.10 稅項

開曼群島目前並無就利潤、收入、收益或增值向個人或公司徵收任何稅項，亦無屬繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文據支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

3.11 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司的股份徵收印花稅，惟持有開曼群島土地權益的公司的股份除外。

3.12 向董事貸款

概無明文禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司《組織章程細則》可能規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

3.13 查閱公司記錄

公司股東並無查閱或取得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利。然而，公司股東可享有公司《組織章程細則》內可能載有的有關權利。

3.14 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於該公司不時釐定的任何國家或地區（無論於開曼群島境內或境外）存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。概無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單報表。因此，股東名稱及地址並非公開數據，亦不會供公眾查閱。然而，在稅務信息機關根據開曼群島《稅務信息機關法（2021年修訂本）》送達命令或通知後，獲豁免公司須在其註冊辦事處以電子形式或任何其他形式提供須予提供的股東名冊，包括任何股東名冊分冊。

3.15 董事及高級職員名冊

根據《公司法》，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級職員名冊。公司註冊處處長可在任何人士在繳交費用後查閱本公司現任董事及（倘適用）本公司現時替任董事的名單。本公司須將董事及高級職員名冊的副本送呈開曼群島公司註冊處處長存檔，而名冊上任何變動（包括董事或高級職員更改姓名）須於30日內通知公司註冊處處長。

3.16 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院命令；(ii)由其股東自願提出；或(iii)在法院監督下進行清盤。

法院在若干特定情況下（包括在法院認為將該公司清盤乃屬公平公正的情況下）有權頒令清盤。

倘公司根據特別決議案議決自動清盤或倘公司因無法償還到期債務而於股東大會上議決自動清盤，則公司（特定規則所適用的有限存續公司除外）可自動清盤。在自動

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

清盤的情況下，公司須由清盤開始時起停止營業，惟倘繼續營業或對其清盤有利，則作別論。自動清盤人一經委任，董事的一切權力即告終止，惟倘公司於股東大會上批准或清盤人批准有關權力延續，則作別論。

倘由股東提出將公司自動清盤，則須委任一名或以上清盤人，負責清算公司事務並分派其資產。

待公司事務完全清算後，清盤人必須編製有關清盤的報告及賬目，列示清盤及出售公司財產的過程，並於其後召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就賬目加以解釋。

倘公司已通過決議案自動清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請頒令，在法院監督下延續清盤過程，而有關申請須基於以下理由：(i)公司並無或可能並無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助於更加有效、經濟地或迅速進行公司清盤。倘監管令生效，則其就各方面而言猶如由法院進行公司清盤的命令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人的先前行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為執行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上人士為正式清盤人。法院可委任其認為適當的人士臨時或以其他方式擔任該職位，而倘超過一人獲委任，則法院須表明正式清盤人須作出或獲授權作出的任何行為應否由全部或任何一名或以上有關人士作出。法院亦可決定正式清盤人獲委任時是否須給予任何及須給予何種保證；倘並無委任正式清盤人，或在該職位空缺的任何期間，公司的所有財產均由法院保管。

3.17 併購及合併

《公司法》允許開曼群島公司之間及開曼群島公司與非開曼群島公司之間進行併購及合併。就此而言，(a)「併購」指兩家或以上組成公司合併，並將其業務、財產及負債歸屬至其中一家存續公司內；及(b)「合併」指兩家或以上的組成公司整合為一家合併公司，並將該等公司的業務、財產及負債歸屬至該合併公司。為進行併購或合併，併購或合併計劃書須獲各組成公司的董事批准，而該計劃必須獲(a)各組成公司以特別決議案授權及(b)組成公司的《組織章程細則》可能列明的其他授權(如有)。該併購或合併計劃書必須向開曼群島公司註冊處處長存檔，同時提交有關合併或存續公司償債能力的

聲明、各組成公司的資產及負債清單以及承諾將有關併購或合併證書的副本送交各組成公司股東及債權人的承諾書，以及將在開曼群島憲報刊登併購或合併的通告。除若干特殊情況外，有異議股東有權於作出所需程序後獲支付其股份的公允價值，惟倘各方未能就此達成共識，則將由開曼群島法院釐定。遵守此等法定程序進行的併購或合併毋須經法院批准。

3.18 涉及外國公司的併購及合併

倘併購或合併涉及外國公司，則程序相若，惟就外國公司而言，開曼群島獲豁免公司的董事須作出聲明，表明經作出充分查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)外國公司的組織章程文件及外國公司註冊成立所在司法權區的法律允許或不禁止併購或合併，及已經或將會遵守該等法律及該等組織章程文件的任何規定；(ii)在任何司法權區並無提出及留有未決的呈請或其他類似法律程序，或已作出命令或通過決議案以將外國公司清盤或清算；(iii)概無接管人、受託人、管理人或其他類似人士於任何司法權區獲委任及就該外國公司、其事務或其財產或其任何部分行事；及(iv)並無在任何司法權區訂立或作出計劃、命令、和解或其他類似安排，致使該外國公司的債權人的權利遭受及繼續遭受暫停或限制。

倘存續公司為開曼群島獲豁免公司，則開曼群島獲豁免公司的董事須進一步作出聲明，表明經作出充分查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)該外國公司有償還到期債務，且該併購或合併屬真誠行為，並無意欺詐該外國公司的無擔保債權人；(ii)就轉讓外國公司授予存續公司或合併公司的任何抵押權益而言，(a)已就轉讓取得、解除或豁免同意或批准；(b)轉讓已根據外國公司組織章程文件獲得許可及批准；及(c)已遵守或將遵守外國公司司法權區與轉讓有關的法律；(iii)於併購或合併生效後，外國公司將不再根據相關外國司法權區的法律註冊成立、登記或存續；及(iv)並無其他理由表明允許併購或合併可能有損公眾利益。

3.19 重組及合併

重組及合併須由已出席就此召開大會的(i)股東或股東類別價值75%或(ii)數量佔債權人或債權人類別價值75%之大多數(於各情況下均視情況而定)批准，且其後須再經開曼群島大法院批准。雖然異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易不會為股東提供其所持股份的公允價值，但倘法院本身信納以下各項，則預期將批准該交易：(i)公司並無擬作非法或超出公司權限範圍的行為，且已遵守有關多數表決的法定條文；(ii)股東在有關會議上有公平代表性；(iii)該交易可獲得商戶合理批准；及(iv)該交易並非根據《公司法》的其他條文予以制裁或構成「對少數股東的欺詐」。

倘有關交易獲批准，則任何異議股東不會擁有與評估權(即按司法確定的股份價值收取現金付款的權利)相若的權利，而公司位於其他司法權區的持異議股東則可能享有此項權利。

3.20 收購

倘一間公司提出收購另一間公司股份的要約，且在提出要約後四個月內，不少於90%被收購股份的持有人接納收購要約，則要約人在上述四個月期限屆滿後的兩個月內可隨時發出通知要求異議股東按要約條款轉讓其股份。異議股東可在有關通知發出後一個月內向開曼群島法院申請反對轉讓。異議股東須承擔法院應行使酌情權的舉證責任，而除非有證據顯示涉及欺詐或不誠實行為，或有證據顯示要約人與接納收購要約的股份持有人串通以不公平手段迫退少數股東，否則法院不大可能行使上述酌情權。

3.21 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司《組織章程細則》可規定對高級職員及董事作出彌償保證的限制，惟法院認為屬違反公眾政策的任何有關條文除外，例如表示對犯罪的後果作出彌償保證的條文。

3.22 經濟實質

開曼群島實施《國際稅務合作（經濟實質）法（2021年修訂本）》，連同開曼群島稅務信息機關不時頒佈的指引性附註。本公司須自2019年7月1日起遵守經濟實質規定，並就其是否正進行任何相關活動在開曼群島作出年度報告，而倘本公司正進行任何相關活動，則須通過經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問衡力斯律師事務所已向本公司發出意見書，概述上述第3節所載《公司法》的若干方面。本函件連同《公司法》及《大綱及細則》的副本已於聯交所及本公司網站上展示（如附錄五「展示文件」分節所述）。任何人士如欲取得《公司法》的詳細概要或了解《公司法》與其較熟悉的任何司法權區法律之間的差異，務請諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 註冊成立

本公司於1995年7月4日在英屬維爾京群島註冊成立為英屬維爾京群島商業有限公司。於2024年4月16日，本公司遷冊至開曼群島，並終止作為根據《2004年英屬維爾京群島商業公司法》(修訂版)註冊成立的公司。因此，本公司的公司架構和《組織章程大綱及細則》均受開曼群島相關法律的約束。本公司《組織章程大綱及細則》的若干條文以及《開曼公司法》相關方面的摘要載於本文件附錄三。

我們的註冊辦公地址是4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。我們已根據《公司條例》第16部向香港公司註冊處處長[註冊]為非香港公司，本公司在香港的主要營業地點為香港灣仔港灣道26號華潤大廈37樓。鍾明輝先生已獲委任為本公司在香港接收法律程序文件的授權代表。法律程序文件送達地址為香港灣仔港灣道26號華潤大廈37樓。

於本文件日期，本公司總部位於中國廣東省深圳市朗山路22號深圳高新技術產業園區(北區)。

2. 股本變動

於1995年7月4日，本公司註冊成立，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值為1.00美元的股份。

於緊隨本文件日期前兩年內，本公司的股本發生了以下變動：

於2024年4月21日，本公司股東議決(其中包括)將每股面值為1.00美元的已發行和未發行普通股拆細為每股面值0.0000005美元的2,000,000股股份(「股份拆細」)，因此華潤集團(飲料)持有每股面值0.0000005美元的1,200,000,000股股份，而Plateau則持有每股面值0.0000005美元的800,000,000股股份。

除上文所披露者外，我們的股本於緊接本文件日期前兩年內並無變動。

3. 本公司子公司股本變動情況

公司資料摘要及本公司子公司詳情載於本文件附錄一所載會計師報告。

以下列出了在緊隨本文件日期前兩年內，本公司子公司的股本變動情況：

華潤怡寶飲料(宜興)有限公司 於2022年8月16日，華潤怡寶飲料(宜興)有限公司的註冊資本由人民幣10,000,000元增至人民幣450,000,000元

河源市碧優選飲用水有限公司 於2023年4月23日，河源市碧優選飲用水有限公司的註冊資本由人民幣10,000,000元增至人民幣132,363,067元

華潤怡寶飲料(溫州)有限公司 華潤怡寶飲料(溫州)有限公司於2023年10月16日註冊成立，註冊資本為人民幣200,550,000元

除上文所載列外，本公司子公司的註冊資本於緊接本文件日期前兩年內並無任何變動。

4. 本公司日期為2024年4月21日及[●]的股東決議案

於2024年4月21日，本公司股東議決(其中包括)將本公司的法定股本由50,000美元(分為50,000股每股面值1.00美元的股份)變更為50,000美元(分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的股份)。

於[●]，本公司股東通過以下決議案，該等決議案(其中包括)須待「[編纂]的架構—[編纂]的條件」所載條件獲達成(或獲豁免(如適用))及符合其中所載條款規定後方可作實：

- (i) 本公司批准及採納經修訂及重述的《組織章程大綱及細則》，自[編纂]起生效；
- (ii) [編纂]及授予[編纂]已獲批准，董事獲授權根據[編纂]配發及[編纂]新股；
- (iii) [編纂]已獲批准，董事或經董事或授權簽署人正式授權的董事委員會獲授權實施[編纂]；
- (iv) 在上市規則第10.08條的「禁售」條文的規限下，董事根據《組織章程細則》獲授一般無條件授權，以配發、發行及處置股份或可轉換為股份的證券、或購股權、認股權證或類似權利以認購股份或該等可換股證券，以及作出或授出會或可能須於有關期間(定義見下文)或有關期間結束之後行使該等權力的要約、協議或購股權，惟董事已配發或同意配發的股份總數(不包括根據(i)供股，(ii)任何規定配發股份以代替股份的全部或部分股息的以股代息計劃或類似安排或(iii)股東在股東大會上授予的特別授權)，不得超過以下各項的總和：
 - (A) 緊隨[編纂]完成後已[編纂]股份總面值的20%；及
 - (B) 本公司根據下文所述購回股份的一般授權所購回的股份總數(如有)，該等授權自該決議案通過之日起持續有效，直到(以最早者為準)(I)本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或有條件地續期，或(II)《組織章程大綱及細則》或任何適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿或(III)股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期(「有關期間」)，董事獲授權就上述(B)段所述的本公司股本行使上述公司權力；及

- (v) 董事獲授一般無條件授權，以行使本公司的一切權力，在香港聯交所或股份可能[編纂]的任何其他證券交易所（並就此獲證監會及香港聯交所認可）購回股份，根據所有適用法律及上市規則的規定，購回的股份合計不超過緊隨[編纂]完成後已發行股份總數的[編纂]%。該等授權自該決議案通過之日起持續有效，直到（以最早者為準）(I)本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或有條件地續期，(II)《組織章程大綱及細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿或(III)股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

5. 購回本公司自身證券

以下各段載有（其中包括）香港聯交所規定須載入本文件的有關購回自身證券的若干資料。

(a) 上市規則的條文

上市規則允許以香港聯交所為第一上市地的公司在香港聯交所購回其本身的證券，惟須遵守若干限制，其中最重要的限制概述如下：

(i) 股東批准

所有以香港聯交所作為第一上市地的公司的建議購回證券（如為股份則須繳足股款），必須事先獲股東於股東大會上以普通決議案批准，可以通過一般授權或特定交易的特別批准進行。

根據本公司股東於[●]通過的決議案，購回授權已授予董事，授權彼等行使本公司的一切權力，在香港聯交所或本公司證券可能[編纂]的任何其他證券交易所（並就此獲證監會及香港聯交所認可）購回股份，總面值不超過緊隨[編纂]完成後本公司已發行股份總面值的[編纂]%（不包括根據[編纂]可能發行的任何股份），該授權將持續有效，直到（以最早者為準）(i)本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或有條件地續期，

(ii)《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿，及(iii)本公司股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

(ii) 資金來源

根據《組織章程大綱及細則》及香港以及開曼群島的適用法律及法規，購買款項必須由合法可用的資金撥付。上市公司不得以現金以外的對價或香港聯交所不時修訂的交易規則規定以外的結算方式在香港聯交所購買其自身的證券。根據開曼群島法律，本公司的任何購買所用資金可能自利潤或就購買目的而發行新股的所得款項中撥付，或自本公司股份溢價賬的總進賬金額或資本中撥付（如獲《細則》授權並受《開曼公司法》約束）。

(iii) 交易限制

上市公司可於香港聯交所購回的股份總數最多為已發行股份總數的10%。緊隨購回後30日內，未獲香港聯交所事先批准，公司不得發行或宣佈擬發行新證券（根據行使認股權證、購股權或要求公司發行在該等回購之前已發行的證券的類似工具，發行證券除外）。此外，倘購回股份的價格高於其股份在香港聯交所交易的前五個交易日的平均收市價5%或以上，則上市公司不得在香港聯交所購回其股份。上市規則亦禁止上市公司購回其證券，倘購回將導致公眾人士持有的上市證券數量低於香港聯交所規定的相關最低百分比。公司須促使其委任以購回證券的經紀向香港聯交所披露香港聯交所可能要求的有關購回的資料。

(iv) 購回股份的狀況

所有購買的證券（不論在香港聯交所或其他證券交易所）的上市將自動取消，相關證書必須註銷及銷毀。根據開曼群島法律，除非本公司董事於購買前決議持有本公司所購買的股份作為庫存股份，否則本公司所購買的股份將被視為已註銷，且本公司的已發行股本金額應按該等股份的面值減少。然而，根據《開曼公司法》，購買股份將不會被視為減少法定股本金額。

(v) 暫停購回

上市公司不得於價格敏感事件發生或成為決策主題後購回任何證券，直至有關價格敏感信息公開為止。尤其是，在下列日期（以較早者為準）之前一個月期間，(a)旨在批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期期間（不論是否根據上市規則的規定）業績而召開的董事會會議日期（根據上市規則該日期已首先通知香港聯交所）及(b)根據上市規則刊發上市公司任何年度或半年度或季度或任何其他中期期間（不論是否根據上市規則規定）業績公告的截止日期，除特殊情況外，上市公司不得在香港聯交所購回其股份。此外，倘上市公司違反上市規則，香港聯交所可禁止其在香港聯交所購回證券。

(vi) 報告規定

有關在香港聯交所或其他證券交易所購回證券的若干資料，須於不遲於下列營業日的上午交易時段或任何開市前時段（以較早者為準）開始前30分鐘向香港聯交所報告。此外，上市公司的年報須披露有關年內購回證券的詳情，包括購回證券數量的月度分析、每股購回價格或就所有該等購回支付的最高及最低價格（如相關），及支付的總價格。

(vii) 核心關連人士

上市規則禁止公司在知情的情況下在香港聯交所購買「核心關連人士」的證券，即公司或其任何子公司的董事、最高行政人員或主要股東或任何彼等的緊密聯繫人（定義見上市規則），核心關連人士亦不得在知情的情況下向本公司出售其證券。

(b) 購回理由

董事認為，股東授予董事一般授權使本公司能夠在市場上購回股份，乃符合本公司及股東的最佳利益。視乎當時的市況及資金安排，該等購回可提高每股資產淨值及／或每股盈利，且僅會在董事認為該等購回符合本公司及股東利益的情況下進行。

(c) 購回資金

根據《細則》及開曼群島適用法律，購回股份須以可合法作此用途的資金撥付。董事不得以現金以外的對價或香港聯交所交易規則規定以外的結算方式在香港聯交所購回股份。在上文所述的規限下，董事可用本公司的利潤或就購回目的而發行的新股進行購回，或倘獲《細則》授權並受《開曼公司法》約束，則從資本中撥出資本進行購回，倘購回時應付任何溢價，則自本公司利潤或本公司股份溢價賬的總進賬金額中撥付進行購回。

然而，倘行使購回授權會對本公司的營運資金需求或其資產負債水平造成重大不利影響，而董事認為有關情況不時適用於本公司，則董事不會建議行使購回授權。

(d) 一般事項

全面行使購回授權（按緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份但假設未行使[編纂]）可能導致最多約[編纂]股股份被本公司於以下期間（以較早者為準）之前購回：

- 本公司下屆股東週年大會結束，除非股東於股東大會上以普通決議案續期（無論是無條件或受條件規限）；
- 《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期間屆滿；或
- 股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

董事已向香港聯交所承諾，在適用情況下，彼等將根據上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

就董事作出一切合理查詢後所知，概無董事或彼等各自的任何緊密聯繫人現時有意於購回授權獲行使時向本公司出售任何股份。

概無核心關連人士（定義見上市規則）知會我們，表示其目前有意在購回授權獲行使的情況下向我們出售股份，或承諾不會這樣做。

倘股東因購回任何股份而於本公司的投票權比例增加，則就香港收購及合併守則（「收購守則」）而言，有關增加將被視為一項收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東（視乎股東權益的增幅而定）可取得或鞏固對本公司的控制權，並須根據收購守則規則26提出強制性要約。除上文所述者外，董事並不知悉根據購回授權進行任何購回會產生收購守則項下的任何後果。

倘購回股份導致公眾人士持有的股份數量減少至低於當時已發行股份的25%，則僅可在香港聯交所同意豁免上市規則有關上述公眾人士持股規定的情況下進行。我們相信，除特殊情況外，一般不會豁免該條文。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合同概要

以下為本集團各成員公司於本文件刊發日期前兩年內訂立之重大或可能屬重大之合同（並非於日常業務過程中訂立之合同）：

[編纂]

附錄四


法定及一般資料

2. 知識產權

(a) 商標

(i) 於中國註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於中國註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 類別 | 註冊編號 | 屆滿日期 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|----------|-----------------|
| 1. |  | 怡寶中國 | 30 | 34438947 | 2030年 3月6日 |
| 2. |  | 怡寶中國 | 30 | 34449981 | 2029年 10月6日 |
| 3. |  | 怡寶中國 | 32 | 1789131 | 2032年 6月13日 |
| 4. |  | 怡寶中國 | 32 | 1794139 | 2032年 6月20日 |
| 5. |  | 怡寶中國 | 32 | 6710077 | 2030年 4月6日 |
| 6. |  | 怡寶中國 | 32 | 6616962 | 2030年 3月27日 |
| 7. |  | 怡寶中國 | 32 | 6766352 | 2030年 4月13日 |
| 8. |  | 怡寶中國 | 32 | 6766353 | 2030年 4月13日 |
| 9. |  | 怡寶中國 | 32 | 7527587 | 2030年 9月13日 |
| 10. |  | 怡寶中國 | 32 | 7584594 | 2030年 9月20日 |
| 11. |  | 怡寶中國 | 32 | 7584339 | 2030年 11月6日 |
| 12. |  | 怡寶中國 | 32 | 8947843 | 2031年 12月20日 |
| 13. |  | 怡寶中國 | 32 | 13052155 | 2024年 12月27日 |
| 14. |  | 怡寶中國 | 32 | 14635376 | 2025年 8月27日 |
| 15. |  | 怡寶中國 | 32 | 17788812 | 2026年 10月13日 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 類別 | 註冊編號 | 屆滿日期 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|----------|-----------------|
| 16. | 佐味茶事 | 怡寶中國 | 30 | 33310720 | 2029年 6月20日 |
| 17. | 愿事之茗 | 怡寶中國 | 30 | 33508030 | 2029年 5月13日 |
| 18. |  | 怡寶中國 | 30 | 35652089 | 2029年 9月20日 |
| 19. | 至本清潤 | 怡寶中國 | 30 | 68762195 | 2033年 6月20日 |
| 20. |  | 怡寶中國 | 32 | 3144780 | 2033年 10月27日 |
| 21. | 魔力 | 怡寶中國 | 32 | 42742425 | 2034年 4月6日 |
| 22. | 加林山 | 怡寶中國 | 32 | 9624844 | 2032年 7月27日 |
| 23. | Mulene | 怡寶中國 | 32 | 44970425 | 2030年 11月20日 |
| 24. |  | 怡寶中國 | 32 | 52373986 | 2031年 9月6日 |
| 25. | PEACH Holiday 桃桃假日 | 怡寶中國 | 32 | 52978143 | 2031年 8月27日 |
| 26. |  | 怡寶中國 | 32 | 53676886 | 2031年 9月6日 |
| 27. |  | 怡寶中國 | 32 | 32436901 | 2030年 2月6日 |
| 28. |  | 怡寶中國 | 32 | 46424885 | 2031年 6月6日 |
| 29. | 永隆 | 怡寶中國 | 32 | 56429323 | 2033年 1月20日 |
| 30. | 怡宝蜜百水香 | 怡寶中國 | 32 | 56965114 | 2032年 1月20日 |
| 31. | 至本清潤 | 怡寶中國 | 32 | 63506894 | 2032年 10月6日 |
| 32. | 怡宝橙橙假日 | 怡寶中國 | 32 | 65051629 | 2032年 11月27日 |



附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 類別 | 註冊編號 | 屆滿日期 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|----|----------|----------------|
| 33. |  | 怡寶中國 | 32 | 66999870 | 2033年 3月13日 |
| 34. | 本优 | 怡寶中國 | 32 | 67004776 | 2033年 3月13日 |


(ii) 於香港註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於香港註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 類別 | 註冊編號 | 屆滿日期 |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------|-----------|-----------------|
| 1. |  | 怡寶中國 | 32 | 300118377 | 2033年 11月26日 |
| 2. |  | 怡寶中國 | 11、16、 20、29、 30、32、 33 | 301395216 | 2029年 7月29日 |

(iii) 於澳門註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於澳門註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 類別 | 註冊編號 | 屆滿日期 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|----------|----------------|
| 1. |  | 怡寶中國 | 32 | N/031005 | 2029年 2月25日 |

附錄四

法定及一般資料

(iv) 於中國待審的商標申請

截至最後實際可行日期，我們已於中國申請註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

| 編號 | 商標 | 申請人 | 類別 | 申請編號 | 申請日期 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|------|----|----------|----------------|
| 1. |  | 怡寶中國 | 32 | 63233196 | 2022年 3月14日 |
| 2. |  | 怡寶中國 | 32 | 68244024 | 2022年 11月9日 |

(v) 於香港待審的商標申請

截至最後實際可行日期，我們並無於香港申請註冊任何我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標。

(vi) 商標許可

截至最後實際可行日期，我們獲授權使用下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的註冊商標：

| 編號 | 商標 | 註冊擁有人 | 註冊地點 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------|
| 1. |  | 麒麟 | 中國 |
| 2. |  | 麒麟 | 中國 |
| 3. |  | 麒麟 | 中國 |
| 4. |  | 麒麟 | 中國 |
| 5. |  | 麒麟 | 中國 |
| 6. |  | 華潤知識產權 有限公司 | 香港 |
| 7. |  | 華潤知識產權管理 有限公司 | 中國 |
| 8. |  | 華潤知識產權管理 有限公司 | 中國 |

附錄四

法定及一般資料

(b) 版權

(i) 已註冊版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的版權：

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|----------------------|-------|---------------------|
| 1. | 怡寶綠色飄帶 | 怡寶中國 | 國作登字2014-F-00134960 |
| 2. | 怡寶純淨水瓶標 | 怡寶中國 | 國作登字2015-F-00174270 |
| 3. | 葡萄假日logo | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00041295 |
| 4. | 華潤怡寶FEEL氣泡水瓶標 | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00041297 |
| 5. | 桃桃假日果汁飲料標籤設計 | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00111845 |
| 6. | 怡寶蜜水橙logo | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00111847 |
| 7. | 怡寶至本清潤菊花茶標籤設計 | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00217969 |
| 8. | 蜜水檸檬水瓶設計(350ML) | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00285641 |
| 9. | 蜜水檸檬水瓶設計(480ML) | 怡寶中國 | 國作登字2021-F-00285640 |
| 10. | 怡寶菠蘿假日果汁飲料 標籤設計 | 怡寶中國 | 國作登字2022-F-10080986 |
| 11. | 怡寶蜜瓜假日果汁飲料 標籤設計 | 怡寶中國 | 國作登字2022-F-10080985 |
| 12. | 怡寶FEEL氣泡蘇打水青檸味 標籤 | 怡寶中國 | 國作登字2022-F-10229721 |
| 13. | 怡寶FEEL氣泡蘇打水原味標籤 | 怡寶中國 | 國作登字2022-F-10229722 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|-----------------------------|-------|---------------------|
| 14. | 怡寶FEEL氣泡蘇打水CAN裝瓶 標系列作品 | 怡寶中國 | 國作登字2022-F-10256101 |
| 15. | 怡寶至本清潤菊花茶、檸檬茶 標籤設計(系列作品) | 怡寶中國 | 國作登字2023-F-00019058 |
| 16. | 本優系列作品 | 怡寶中國 | 國作登字2023-F-00038534 |

(ii) 已註冊軟件版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的軟件版權：

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|----|---------------------------------------|-------|--------------|
| 1. | 華潤怡寶客戶管理收發貨管理系統軟件 [簡稱：收發貨管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445025 |
| 2. | 華潤怡寶客戶管理排單調度系統軟件[簡 稱：排單調度系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445047 |
| 3. | 華潤怡寶客戶管理計劃管理系統軟件[簡 稱：計劃管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445058 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|----|-----------------------------------------|-------|--------------|
| 4. | 華潤怡寶客戶管理進銷存提報系統軟件 [簡稱：進銷存提報系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445156 |
| 5. | 華潤怡寶客戶管理訂單管理系統軟件[簡 稱：訂單管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445157 |
| 6. | 華潤怡寶客戶管理合同管理系統軟件[簡 稱：合同管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445170 |
| 7. | 華潤怡寶客戶管理查賬對賬管理系統軟件 [簡稱：查賬對賬管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445174 |
| 8. | 華潤怡寶客戶管理價格管理系統軟件[簡 稱：價格管理系統]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR445753 |
| 9. | 華潤怡寶移動支付平台軟件[簡稱：移動 支付]V1.0 | 怡寶中國 | 2017SR520739 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|-----------------------------------|-------|---------------|
| 10. | 華潤怡寶PET付款信息管理系統軟件[簡稱：付款信息管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0144932 |
| 11. | 華潤怡寶PET合同管理系統軟件[簡稱：合同管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145715 |
| 12. | 華潤怡寶PET基礎數據管理系統軟件[簡稱：基礎數據管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0144902 |
| 13. | 華潤怡寶PET批復數據管理系統軟件[簡稱：批復數據管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145137 |
| 14. | 華潤怡寶PET報表數據管理系統軟件[簡稱：報表數據管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145061 |
| 15. | 華潤怡寶PET調賬管理系統軟件[簡稱：調賬管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145127 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|---------------------------------------|-------|---------------|
| 16. | 華潤怡寶PET用戶數據管理系統軟件 [簡稱：用戶數據管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145046 |
| 17. | 華潤怡寶PET運營管理系統軟件[簡稱： 運營管理系統]1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0145051 |
| 18. | 華潤怡寶DMS財務協同管理軟件[簡稱： 財務協同管理]V1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0269738 |
| 19. | 華潤怡寶DMS訂單管理軟件[簡稱：訂單 管理軟件]V2.0 | 怡寶中國 | 2020SR0270072 |
| 20. | 華潤怡寶DMS客戶管理軟件V1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0270284 |
| 21. | 華潤怡寶DMS後台管理軟件[簡稱：後台 管理軟件]V1.0 | 怡寶中國 | 2020SR0526302 |
| 22. | 華潤怡寶DMS進銷存管理軟件[簡稱： 進銷存管理軟件]V2.0 | 怡寶中國 | 2020SR0597614 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 版權 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|--------------------|----------------|---------------|
| 23. | 瓶裝純淨水水質遠端監測系統V1.0 | 華潤怡寶飲料(六安)有限公司 | 2019SR0553869 |
| 24. | 瓶裝純淨水生產用高效過濾系統V1.0 | 華潤怡寶飲料(六安)有限公司 | 2019SR0552391 |
| 25. | 瓶裝純淨水管道供水反滲透系統V1.0 | 華潤怡寶飲料(六安)有限公司 | 2019SR0557792 |

(iii) 版權許可

截至最後實際可行日期，我們並無任何獲授權使用的我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的版權。

(c) 專利

(i) 已註冊專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的專利：

| 編號 | 專利 | 類型 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|----|-------------------|------|-------|------------------|
| 1. | 一種D-異抗壞血酸鈉的含量檢測方法 | 發明 | 怡寶中國 | ZL201310478788.2 |
| 2. | 一種飲料添加劑及其應用 | 發明 | 怡寶中國 | ZL201310478972.7 |
| 3. | 一種帶防盜環的翻啟式容器蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201420476253.1 |
| 4. | 一種帶有內塞的旋式容器蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201420476254.6 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 專利 | 類型 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|--------------------|------|-------|------------------|
| 5. | 一種咖啡豆直火烘焙設備 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201620124682.1 |
| 6. | 一種咖啡豆直火烘焙機 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201620124987.2 |
| 7. | 提扣(怡寶1.55L) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201830105732.6 |
| 8. | 提扣(怡寶4.5L) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201830105735.X |
| 9. | 一種容器瓶提手 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201820419936.1 |
| 10. | 包裝瓶(葡萄假日) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930260704.6 |
| 11. | 包裝瓶(奶茶) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930321885.9 |
| 12. | 一種包裝飲用水中微生物的靈敏檢測方法 | 發明 | 怡寶中國 | ZL201910582662.7 |
| 13. | 包裝瓶(加林山) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930393519.4 |
| 14. | 提手(12.8L) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930455345.X |
| 15. | 一種提手 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201921474704.7 |
| 16. | 包裝瓶(果蔬汁) | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930507992.0 |
| 17. | 一種可加粉劑按壓式的瓶蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201922272173.X |
| 18. | 一種大包裝飲用水按壓式瓶蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201922274377.7 |
| 19. | 一種大包裝飲用水按壓式瓶蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL201922301652.X |
| 20. | 包裝瓶 | 設計 | 怡寶中國 | ZL201930708036.9 |
| 21. | 包裝瓶 | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030173995.8 |

附錄四

法定及一般資料

| 編號 | 專利 | 類型 | 註冊擁有人 | 註冊編號 |
|-----|----------------------------|------|-------|------------------|
| 22. | 一種托盤 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL202020086777.5 |
| 23. | 包裝瓶(魔力) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030048443.4 |
| 24. | 基於PET採購模型的建議購買 量計算方法和裝置 | 發明 | 怡寶中國 | ZL202010200207.9 |
| 25. | 一種容器提手 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL202022297220.9 |
| 26. | 包裝瓶 | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030611607.X |
| 27. | 瓶身 | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030745889.2 |
| 28. | 瓶身 | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030792718.5 |
| 29. | 瓶身 | 設計 | 怡寶中國 | ZL202030792719.X |
| 30. | 水瓶(怡寶露) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202130758258.9 |
| 31. | 包裝瓶(水果水) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202130691384.7 |
| 32. | 包裝瓶(蜜水480ML) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202130691396.X |
| 33. | 包裝瓶(蜜水350ML) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202130691401.7 |
| 34. | 瓶子(菊花茶) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202230053917.3 |
| 35. | 瓶子(海鹽荔枝) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202230066099.0 |
| 36. | 一種大包裝水托盤 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL202221061329.5 |
| 37. | 水瓶(純淨水2022) | 設計 | 怡寶中國 | ZL202230542122.9 |
| 38. | 翻蓋式瓶蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL202222304085.5 |
| 39. | 旋轉開啟式瓶蓋 | 實用新型 | 怡寶中國 | ZL202222496979.9 |

(ii) 許可專利

截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的許可專利。

3. 域名

截至最後實際可行日期，我們擁有以下我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的域名：

| 編號 | 域名 | 註冊擁有人 | 屆滿日期 |
|----|-------------------|-------|------------|
| 1. | crbeverage.com.cn | 怡寶中國 | 2025年1月26日 |
| 2. | crbeverage.com | 怡寶中國 | 2025年1月26日 |

除上述者外，截至最後實際可行日期，概無其他我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標或服務標誌、專利、知識產權或工業產權。

C. 有關董事的進一步資料

1. 董事服務合同

各董事已於[●]與本公司訂立服務合同。該等服務合同的主要詳情為：(a)期限自[編纂]起計至舉辦下屆股東大會以重選董事當日止為期三年；及(b)根據彼等各自的條款予以終止。服務合同可根據我們的《細則》及適用法例、規則及規例（包括上市規則）重續。

除上文所披露者外，概無董事與我們訂立或擬訂立服務合同（惟不包括於一年內屆滿或僱主可不支付賠償（法定賠償除外）而終止之合同）。

2. 董事酬金

(a) 截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度，本集團支付及授予董事的酬金和實物利益合計約人民幣4.6百萬元、人民幣6.4百萬元及人民幣7.7百萬元。

(b) 根據現時生效的安排，我們估計截至2024年12月31日止年度應付董事的固定薪酬總額（稅前）約為人民幣14.3百萬元。

- (c) 本集團概無向董事或五名最高薪酬人士支付薪酬，作為加入本集團或於加入本集團時的獎勵。於往績記錄期間，本集團董事、前任董事或五名最高薪酬人士概無因離任本集團任何成員公司的董事職務或與本集團任何成員公司事務管理有關的任何其他職務獲支付或收取任何補償。概無董事於往績記錄期間放棄任何酬金。
- (d) 除上文所披露者外，於往績記錄期間，本集團並無其他已付或應付董事款項。

3. 權益披露

(a) [編纂]完成後，董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團之股本中擁有之權益及淡倉

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，除(i)我們的執行董事吳霞女士(其持有江中藥業股份有限公司(一家於上海交易所上市的公司，股份代號：600750)116,667股股份)；(ii)我們的非執行董事孫永強先生(其持有華潤啤酒70,000股股份、華潤置地30,000股股份、華潤醫療控股有限公司(一家於聯交所上市的公司，股份代號：1515)92,000股股份及華潤萬象生活50,000股股份)；及(iii)我們的非執行董事肖寧先生(其持有華潤博雅生物製藥集團股份有限公司(一家於深圳證券交易所上市的公司，股份代號：300294)1,000股股份及華潤化學76,555股股份)外，概無本公司董事或最高行政人員於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)之股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及香港聯交所之權益及／或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文彼被當作或視作擁有之權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所指登記冊之權益及／或淡倉，或根據上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則，於股份[編纂]後須知會本公司之權益及／或淡倉。

(b) 根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部須予披露的權益及淡倉

關於於我們股份或本公司相關股份中擁有及將會擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部條文須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉的人士的資料，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益的人士的資料，請參閱本文件「主要股東」一節。

除上文所載者外，截至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉有任何人士將於緊隨[編纂]完成後直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

4. 免責聲明

除本文件所披露者外：

- (a) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家於本集團任何成員公司發起過程中，或本集團任何成員公司於緊接本文件日期前兩年內收購、出售或租賃的或本集團任何成員公司擬收購、出售或租賃的任何資產中，擁有任何直接或間接權益；
- (b) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家在對本集團整體業務屬重大且於本文件日期仍然存續的任何合同或安排中擁有重大權益；
- (c) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家與本集團任何成員公司訂立任何現有或擬定服務合同（不包括於一年內屆滿或僱主可不支付賠償（法定賠償除外）而終止之合同）；
- (d) 若不計及根據[編纂]可認購的任何股份，就本公司任何董事或最高行政人員所知悉，概無其他人士（本公司董事或最高行政人員除外）於緊隨[編纂]完成後於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及香港聯交所披露的權益或淡倉，或（並非本集團的成員公司）直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益；
- (e) 概無本公司董事或最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）之股份、相關股份或債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及香港聯交所之任何權益或淡倉（包括根據證券

及期貨條例有關條文彼被當作或視作擁有之權益及淡倉)或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所指登記冊之權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則於股份[編纂]後須知會本公司及香港聯交所之權益或淡倉；及

- (f) 就董事所知悉，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或於本集團股本中擁有5%以上股本的股東於本集團前五大客戶或前五大供應商中擁有任何權益。

D. 其他資料

1. 遺產稅

我們的董事獲悉本公司或任何子公司不大可能有重大的遺產稅責任。

2. 訴訟

除本文件所披露者外且據我們的董事所知，本集團任何成員公司概無任何尚未了結或面臨威脅之重大訴訟或索償。

3. 聯席保薦人

聯席保薦人已代表我們向香港聯交所申請批准已發行股份、根據[編纂]將予發行的股份(包括根據[編纂]獲行使而可能發行的任何股份)[編纂]及[編纂]。

截至最後實際可行日期，中國銀行股份有限公司(根據上市規則定義為保薦人集團的成員公司及一家於香港聯交所主板(股份代號：3988)及上海證券交易所(股票代碼：601988)上市的公司)的間接全資子公司銘宇有限公司為Plateau Consumer Fund, L.P.(本公司的控股股東)的最大有限合夥人並持有其約36.8%的有限合夥權益，而Plateau Consumer Fund, L.P.則透過其全資擁有的Plateau間接持有本公司已發行股本總額的40%。此外，Plateau持有的全部本公司股份均須就某銀團(包括中銀香港，中國銀行股份有限公司的一家子公司)向Plateau提供的貸款而質押予該銀團。中銀香港亦擔任上述質押的擔保代理行。

因此，中銀國際亞洲有限公司並不符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則，理由是(i)截至最後實際可行日期，根據上市規則第3A.07(1)條的規定，

保薦人集團間接持有本公司已發行股份總數5%以上；及(ii)保薦人集團與Plateau(本公司的控股股東)存在上市規則第3A.07(9)條項下的業務關係。

除中銀國際亞洲有限公司外，各其他聯席保薦人均符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則。各聯席保薦人將就擔任[編纂]保薦人收取費用2.35百萬港元。

4. 專家同意書

下列專家各自已就刊發本文件發出書面同意書，同意以其現時之形式及內容在本文件內載列其報告、函件、意見或意見摘要(視情況而定)的副本及引述其名稱，且並未撤回其各自的同意書。

| 名稱 | 名稱資格 |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 中銀國際亞洲有限公司 (按英文字母排序) | 進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團 |
| 中信證券(香港)有限公司 (按英文字母排序) | 進行證券及期貨條例項下第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團 |
| Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited (按英文字母排序) | 進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)、第5類(就期貨合同提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團 |
| UBS Securities Hong Kong Limited (按英文字母排序) | 進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第2類(期貨合同交易)、第6類(就機構融資提供意見)及第7類(提供自動交易服務)受規管活動的持牌法團 |
| 德勤•關黃陳方會計師行 | 註冊會計師及註冊公共利益實體核數師 |

| 名稱 | 名稱資格 |
|-------------------------------|----------|
| 競天公誠律師事務所 | 中國法律顧問 |
| Harney Westwood & Riegels . . | 開曼群島法律顧問 |
| 灼識行業諮詢有限公司 | 行業顧問 |

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，上述專家概無於我們的股份或我們子公司的任何股份擁有任何法定或實益權益，或可認購或提名有關人士認購本集團任何成員公司證券的權利或購股權（不論是否可依法強制執行）。

5. 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，在適用情況下令全部有關人士受香港《公司條例》第44A及44B條所有條文（罰則除外）約束。

6. 雙語文件

根據《公司條例》（豁免公司及招股章程遵從條文）公告（香港法例第32L章）第4條所規定之豁免，本文件之英文及中文版本將分開刊發。

7. 開辦費用

本公司並無產生任何重大開辦費用。

8. 其他事項

(a) 除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內：

- (i) 概無發行或同意發行或建議發行以換取現金或建議發行以現金或其他方式除外繳足或部分繳足之本公司或其任何子公司股份或借貸資本或債券；
- (ii) 本公司或其任何子公司之股份或借貸資本概無附有購股權或有條件或無條件同意附有購股權；及

- (iii) 本公司或其任何子公司概無就發行或出售任何股份或借貸資本以用於認購或同意認購、或促使或同意促使認購本公司或其任何子公司的任何股份或債券而授出佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。
- (b) 本公司或我們的任何子公司並無創辦人股份、管理層股份或遞延股份，亦無任何債券。
- (c) 我們並無任何發起人。於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述的相關交易向任何發起人支付、配發或提供或建議支付、配發或提供任何現金、證券或其他利益。
- (d) 本集團內任何公司的股本或債務證券現時概無於任何證券交易所上市或於任何交易系統買賣，亦無尋求或擬尋求批准任何上市或買賣。
- (e) 本公司並無任何發行在外的可換股債務證券或債權證。
- (f) 概無有關放棄或同意放棄日後股息之安排。
- (g) 本公司業務於緊接本文件刊發日期前12個月內並無出現任何中斷，以致可能或已對本公司財務狀況構成重大不利影響。
- (h) 概無任何限制會影響從香港境外匯入利潤或將資金調入香港。

送呈香港公司註冊處處長文件

隨本文件副本一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件有（其中包括）：

- (a) 本文件附錄四「法定及一般資料－D.其他資料－4. 專家同意書」一段所述書面同意書；及
- (b) 本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合同概要」一段所述重大合同副本。

展示文件

下列文件的副本於自本文件日期起計14日期間於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.crbeverage.com 供展示：

- (a) 《細則》；
- (b) 德勤•關黃陳方會計師行所發出的本集團會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- (c) 德勤•關黃陳方會計師行就本集團未經審計[編纂]財務資料發出的報告，其全文載於本文件附錄二；
- (d) 截至2023年12月31日止三個財政年度的本集團經審計合併財務報表；
- (e) 我們的法律顧問競天公誠律師事務所就中國法律中有關本集團於中國的若干一般公司事宜及物業權益出具的法律意見；
- (f) 我們的法律顧問衡力斯律師事務所就開曼群島法律編製的意見函，其中概述本文件附錄三所述《開曼公司法》的若干方面；
- (g) 《開曼公司法》；
- (h) 灼識諮詢出具的報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節；

附錄五

送呈香港公司註冊處處長及展示文件

- (i) 本文件附錄四「法定及一般資料－D.其他資料－4.專家同意書」一段所述書面同意書；
- (j) 本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合同概要」所述重大合同；及
- (k) 本文件附錄四「法定及一般資料－C.有關董事的進一步資料－1.董事服務合同」所述與董事訂立的服務合同。