

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意見，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因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Eastroc Beverage (Group) Co., Ltd.

東鵬飲料(集團)股份有限公司

(「本公司」)

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

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，僅用作提供資料予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資料並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向本公司、本公司的聯席保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為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、整體協調人、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發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、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) 本申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》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、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約，且不在旨在邀請公眾人士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人士、本公司的聯席保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員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美國1933年證券法(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料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。

倘於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，招股章程的文本將於發售期內向公眾人士派發。

重要提示

重要提示：閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。



Eastroc Beverage (Group) Co., Ltd.

東鵬飲料(集團)股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目：[編纂]股H股(視乎[編纂]行使與否而定)
[編纂]數目：[編纂]股H股(可予[編纂])
[編纂]數目：[編纂]股H股(可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定)
最高[編纂]：每股H股[編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費(須於[編纂]時以港元繳足，多繳股款可予退還)
面值：每股H股人民幣1.00元
[編纂]：[編纂]

聯席保薦人、[編纂]



Morgan Stanley
摩根士丹利



(按英文字母順序排序)

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，並明確表示概不就因本文件全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」所述文件，已根據香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》第342C條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]將由[編纂](為其本身及代表[編纂])與我們於[編纂]通過協議釐定。預期[編纂]將為[編纂](香港時間)或之前，但無論如何不遲於[編纂](香港時間)。除非另作公告，否則[編纂]將不會高於每股[編纂][編纂]港元，且現時預期將不低於每股[編纂][編纂]港元。[編纂]的申請人須於[編纂]時(視乎申請渠道)就每股[編纂]繳付最高[編纂][編纂]港元，連同1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費，但若最終釐定的[編纂]低於[編纂]港元，則多繳股款可予退還。若[編纂](為其本身及代表[編纂])與我們因任何原因在[編纂](香港時間)前未能協定[編纂]，則[編纂]不會進行，並告失效。

[編纂](為其本身及代表[編纂])在經本公司同意的情况下，可於截止遞交[編纂]申請當日上午之前，隨時調低[編纂]數目及/或指示性[編纂]範圍至低於本文件所述水平(即[編纂]港元至[編纂]港元)。於該情況下，有關調低[編纂]數目及/或指示性[編纂]範圍的通知將不遲於截止遞交[編纂]申請當日上午在我們的網站www.szeastroc.com及聯交所網站www.hkexnews.hk刊登。詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」。若[編纂]的申請已於截止遞交[編纂]申請當日之前遞交，則即使調低[編纂]數目及/或指示性[編纂]範圍，其後亦可撤回有關申請。

若於[編纂]上午八時正前出現若干理由，[編纂](為其本身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。該等理由載於本文件「[編纂]」。務請閣下參閱該節了解詳情。

本公司並無亦不會根據《美國投資公司法》登記。[編纂]並無亦不會根據《美國證券法》或美國任何州或其他司法管轄區證券法登記，且不得在美國境內或向美國人士[編纂]、[編纂]、質押或轉讓，但根據《美國證券法》及美國任何適用州證券法登記規定的一項可用豁免或在不受登記規定規限的交易中則除外。[編纂]僅可向(a)依據第144A條或《美國證券法》的其他豁免登記規定或於不受該法登記規定規限的交易中向於美國境內的人士或美國人士(於各情況下均為合資格機構買家及合資格購買者)，且須為其自身行事或為另一兼具合資格機構買家及合資格購買者身份的實體行事，及(b)依據S規例於美國境外以離岸交易方式向非美國人士且非為美國人士行事或為其利益行事的人士[編纂]及[編纂]。[編纂]不會於美國進行[編纂]。謹此通知潛在[編纂]，[編纂]的[編纂]可依據第144A條獲得《美國證券法》第5條規定的豁免，並可依據《美國投資公司法》第3(c)(7)條獲得該法登記規定的豁免。

注意

我們已就[編纂]採取全電子化申請程序。我們不會就[編纂]向公眾人士提供本文件的印刷本。

本文件已刊載於聯交所網站www.hkexnews.hk及我們的網站www.szeastroc.com。若閣下需要本文件的印刷本，閣下可從上述網址下載並打印。

[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[編纂]的重要通知

本文件由我們僅就[編纂]及[編纂]而刊發，除本文件根據[編纂][編纂]的[編纂]外，並不構成[編纂]任何證券的[編纂]或遊說購買任何證券的[編纂]。本文件不得用作且不构成在任何其他司法管轄區或在任何其他情況下的[編纂]或邀請。本公司並無採取行動以獲准在香港以外的任何司法管轄區[編纂][編纂]，亦無採取行動以獲准在香港以外的任何司法管轄區派發本文件。在其他司法管轄區派發本文件進行[編纂]以及[編纂]及[編纂][編纂]均受限制，除非根據該等司法管轄區適用證券法向有關證券監管機構登記或獲其授權准許或獲得豁免，否則不得進行有關活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出投資決定。[編纂]僅基於本文件所載資料及所作聲明進行。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載的資料。對於並非本文件所載的任何資料或所作聲明，閣下不應視為已獲我們、聯席保薦人、[編纂]、任何[編纂]、我們或他們各自的任何董事、高級職員、員工、代理或他們的任何代表或參與[編纂]的任何其他各方授權而加以依賴。

頁次

預期時間表	i
目錄	v
概要	1
釋義	20
技術詞彙表	33

目 錄

前瞻性陳述	36
風險因素	38
豁免	69
有關本文件及[編纂]的資料	76
董事及參與[編纂]的各方	81
公司資料	88
行業概覽	92
監管概覽	109
歷史、發展及公司架構	132
業務	142
與控股股東的關係	246
財務資料	252
未來計劃及[編纂]用途	307
關連交易	313
董事及高級管理人員	319
主要股東	341
股本	343
[編纂]	347
[編纂]的架構	361
如何申請[編纂]	372

目 錄

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	—	《公司章程》概要	III-1
附錄四	—	法定及一般資料	IV-1
附錄五	—	送呈公司註冊處處長及展示文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向您提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故其並未載列對您而言可能屬重要的全部資料。您在決定投資[編纂]前，務請閱覽整份文件。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。您在決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

概覽

我們是誰

我們是中國第一的功能飲料企業，收入增速在全球前20大上市軟飲企業中位列第一。根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，我們在中國功能飲料市場自2021年起連續4年排名第一，市場份額從2021年的15.0%增長到2024年的26.3%。按零售額計，我們是2024年第二大功能飲料公司，市場份額為23.0%，領先地位持續夯實。我們始終致力於為全球消費者健康美好生活注入能量。歷經30餘年深耕，我們持續為消費者提供可口、高質價比的飲料產品，成功塑造了備受消費者喜愛、擁有國民級影響力的「東鵬」品牌。「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌主張深入人心，「東鵬特飲」亦成為消費者心目中「能量補充」場景的首要聯想。我們夯實功能飲料行業領導地位的同時，也持續進行產品創新迭代、拓展多元化的品類佈局，為公司長期發展奠定基礎。

我們已建立起覆蓋全國的立體化銷售網絡，截至2025年6月30日，覆蓋全國超過420萬家終端銷售網點，實現中國近100%地級市覆蓋。我們的銷售團隊與經銷夥伴緊密合作，持續提升產品鋪市率和優化產品陳列以增加可見度及滲透率。我們持續拓展全渠道銷售網絡，滿足消費者在多樣化場景下的日常消費需求。我們堅持精細化的渠道管理策略，打造獨特的「產品+服務」模式，通過超7,000人的強大銷售團隊為渠道合作夥伴(如經銷夥伴及終端銷售網點)提供全方位的支持，與其建立深度互信共贏關係。我們通過與渠道合作夥伴緊密合作，持續增強市場滲透及渠道管理，實現更高效的終端銷售網點觸達、市場響應和新品推廣，持續提升單點銷售。

我們的數字化體系建設持續走在中國飲料行業前沿。我們於行業內率先啟用「一物一碼」系統(可通過飲料瓶蓋內的獨特二維碼實現精準的產品追溯)和「五碼關聯」技術(以獨特的二維碼標記在從生產到銷售流程的各個關鍵階段，構建一個專有的產品追溯網絡)。圍繞供應鏈、生產基地、渠道合作夥伴和終端消費者，我們搭建起全流程、多層

概 要

次、一體化的數字化運營體系。該體系賦能運營關鍵環節，進而驅動銷售增長、提高決策精準度和全面降本增效。截至2025年6月30日，以累計不重複掃碼計，我們已與超過2.5億消費者進行連接，和超過420萬終端銷售網點高效互動，同超過3,200個經銷夥伴深度合作，成功構築起經營護城河。我們的數字化能力構築增長引擎，有效驅動復購，並實時洞悉動銷，賦能敏捷決策。同時，我們的全鏈路數字化系統幫助我們高效降本增效，數據靶向施策，並實現費用精準管控。

我們致力於打造兼具質量保障、產銷協同、成本領先的供應鏈體系。我們在全國關鍵區域戰略性佈局並已投產九大生產基地，有效輻射各地市場。我們以銷定產，實現更高效益產銷協同，通過掌握實時銷售數據，並結合精細化的庫存管理和需求預測，將市場信息及時反饋到生產執行計劃中，確保產品品質的同時，構築起領先的成本和效率優勢，為可持續增長打下堅實基礎。

持續的高質量增長

領先的行業地位

廣泛的市場滲透

收入增速第一

全球前20大上市軟飲企業⁽¹⁾⁽²⁾

能量飲料

中國第一

連續4年 (2021-2024) ⁽³⁾

2.5億+

累計不重複掃碼消費者⁽⁴⁾

21.0%

2024年淨利潤率

52.0%

2022-2024年淨利潤年複合增長率

功能飲料

中國第一

連續4年 (2021-2024) ⁽³⁾

420萬+

全國終端銷售網點⁽⁴⁾

註： (1) 根據弗若斯特沙利文報告，前20大排名基於2024年全球銷量；(2) 收入增速基於最新可得財務資料的過去12個月收入同比增速；(3) 根據弗若斯特沙利文報告，以銷量計；及(4) 截至2025年6月30日。

我們胸懷社會責任，積極承擔公益事業。我們始終不忘商業向善的初心，積極投身公益，承擔社會責任。

概 要

我們的市場機遇

我們所在的中國軟飲行業規模龐大，根據弗若斯特沙利文報告，2024年中國軟飲行業零售額達約人民幣1.3萬億元，是全球第二大的軟飲消費市場。其中，功能飲料指含有特定成分，作用於人體特定身體機能的軟飲製品，包括能量飲料、運動飲料及其他功能飲料。功能飲料已成為增長最快的板塊，2019年至2024年市場規模的年複合增長率達8.3%，高於同期整體軟飲市場的4.7%。在生活節奏加快、消費者對健康的持續關注等因素的帶動下，人們對具有能量補給、營養元素補充等特定功能的飲料產品的需求持續增長，功能飲料行業市場潛力巨大，按零售額計，預計2029年的市場規模達人民幣2,810億元，2025年至2029年年複合增長率達10.9%，遠高於同期軟飲市場的5.8%。

就能量飲料而言，近年來，中國能量飲料需求不斷增長，消費人群擴容，消費場景拓展，消費者在包裝、口味和功能需求上也愈加多元。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國能量飲料行業規模預期於2029年達人民幣1,807億元，2025年至2029年年複合增長率10.3%。就運動飲料而言，隨著全民健身理念的普及，能夠及時補充水分、電解質和能量的運動飲料正日漸被大眾消費者接受，消費場景從運動健身拓展到更多有日常補水需求的消費場景。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國運動飲料行業規模2024年達到人民幣547億元，並預期於2029年增至人民幣997億元，2025年至2029年年複合增長率為12.2%。

我們的優勢

我們相信，以下優勢有助於我們的持續成長，並使我們與競爭對手區別開來：

- 功能飲料行業龍頭企業，兼具高成長性和強盈利能力；
- 差異化和高質價比產品定位，帶來強勁增長同時，與渠道合作夥伴和消費者共享收益；
- 覆蓋全國的高效立體化銷售網絡，形成了「產品+服務」相結合的獨特模式；
- 基於消費者和場景建立起精準營銷和東鵬品牌方法論，打造了知名的國民飲料品牌；
- 持續創新和領先的數字化運營體系，全鏈路賦能業務，多維度引領行業；

概 要

- 兼具質量保障、產銷協同的穩定供應鏈，持續夯實全成本領先優勢；及
- 經驗豐富且專注的管理團隊，秉承簡單務實的企業文化，並積極承擔社會責任。

我們的戰略

我們致力於成為全球領先的綜合飲料集團，為消費者富有活力的美好生活注入能量。我們計劃實行以下戰略：

- 持續推進全國化戰略，拓寬渠道網絡、強化渠道精耕；
- 持續投入產品開發，推動產品迭代創新，拓展產品品類；
- 持續投入品牌建設和消費者互動，強化國民品牌影響力；
- 戰略性探索海外市場與投資併購機會；
- 持續推進數字化建設和升級，實現全面的提質增效；
- 進一步完善產能佈局和推進供應鏈升級，強化全成本領先優勢；及
- 持續吸引、培養、並留存頂尖人才，進一步完善組織管理。

我們的品牌及產品

我們聚焦功能飲料行業，成功地在消費者心目中建立了與能量補充場景強關聯的品牌心智。憑藉差異化的產品定位和精準的創新營銷，「東鵬特飲」已成為中國以零售額計的百億級大單品，「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌主張深入人心，成為中國消費者心目中「能量補充」場景的首要聯想。2024年，我們的能量飲料錄得收入人民幣13,303.6百萬元，2022年至2024年收入年複合增長率達27.3%。在運動飲料領域，我們2023年1月推出的「東鵬補水啦」產品，憑藉與流汗和補水場景強關聯而迅速崛起，其「快速補充電解質」的產品功能主張廣為傳播，於推出的第二年錄得收入近人民幣15億元，同比增速達到280.4%。

我們戰略性地聚焦生命週期長、市場潛力大的飲料產品，近年穩步拓展品類佈局，以更好滿足消費者對於飲料的多元化需求。我們以高質價比的產品定位將功能飲料打造為國民大眾消費品，在保證價格競爭力的同時，為消費者提供高質量的產品，增加

概 要

消費者的獲得感，提升消費者忠誠度。截至目前，我們的產品矩陣已涵蓋能量飲料、運動飲料、茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料和果蔬汁飲料等多個品類。下圖列示我們主要類別產品的情況：



註： *其他飲料產品主要包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料和其他飲料產品。

下表載列於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度									截至6月30日止六個月							
	2022年			2023年			2024年			2024年			2025年				
	估總收入		同比變動	估總收入		同比變動	估總收入		同比變動	估總收入		同比變動	估總收入		同比變動		
	人民幣	%		人民幣	%		人民幣	%		人民幣	%		人民幣	%			
	(未經審計)																
	(人民幣千元，百分比除外)																
銷售飲料產品：																	
功能飲料產品：																	
— 能量飲料..	8,211,177	96.6	10,353,901	91.9	26.1	13,303,585	84.0	28.5	6,858,057	87.2	8,360,511	77.9	21.9				
— 運動飲料..	—	—	393,043	3.5	不適用	1,495,014	9.4	280.4	475,838	6.0	1,492,738	13.9	213.7				
其他飲料																	
產品 ⁽¹⁾	280,156	3.3	503,540	4.5	79.7	1,023,166	6.5	103.2	527,747	6.7	877,304	8.2	66.2				
小計.....	8,491,333	99.9	11,250,484	99.9	32.5	15,821,765	99.9	40.6	7,861,642	99.9	10,730,553	100.0	36.5				
其他 ⁽²⁾	8,690	0.1	6,651	0.1	(23.5)	8,571	0.1	28.9	7,827	0.1	1,859	0.0	(76.2)				
合計 ⁽³⁾	8,500,023	100.0	11,257,135	100.0	32.4	15,830,336	100.0	40.6	7,869,469	100.0	10,732,412	100.0	36.4				

註：

(1) 其他飲料產品主要包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料和其他飲料產品。

概 要

- (2) 其他主要指(i)銷售包裝材料及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入。2022年至2023年其減少主要是由於自2023年出售鵬智瑞後，我們不再由提供廣告服務及其他服務獲取收入。詳細情況參見「財務資料 — 我們經營業績主要組成部分的說明 — 收入」。
- (3) 於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，於中國內地產生的收入分別佔我們總收入的100.0%、99.8%、99.8%及99.8%，餘下收入主要來自於香港和印度尼西亞、越南等東南亞國家。

下表載列所示期間我們飲料產品的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										

功能飲料產品：

— 能量飲料	3,485,865	42.5	4,615,514	44.6	6,325,133	47.5	3,204,103	46.7	4,173,992	49.9
— 運動飲料	—	—	100,964	25.7	433,677	29.0	136,387	28.7	464,943	31.1
其他飲料產品	38,379	13.7	41,210	8.2	220,590	21.6	111,517	21.1	124,950	14.2
合計	<u>3,524,244</u>	<u>41.5</u>	<u>4,757,688</u>	<u>42.3</u>	<u>6,979,400</u>	<u>44.1</u>	<u>3,452,007</u>	<u>43.9</u>	<u>4,763,885</u>	<u>44.4</u>

下表載列所示期間我們飲料產品的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元
(以千計) / 噸										
功能飲料產品：										
— 能量飲料	1,867	4,399	2,388	4,336	3,083	4,315	1,605	4,272	1,966	4,252
— 運動飲料	—	—	174	2,259	661	2,262	209	2,271	686	2,177
其他飲料產品	189	1,484	295	1,705	472	2,167	238	2,217	398	2,207
合計	<u>2,056</u>	<u>4,131</u>	<u>2,857</u>	<u>3,938</u>	<u>4,216</u>	<u>3,752</u>	<u>2,053</u>	<u>3,830</u>	<u>3,049</u>	<u>3,519</u>

概 要

我們的銷售渠道

我們建立起強大的線下渠道網絡，並不斷拓展線上、餐飲及其他新興渠道。通過與符合我們運營標準的經銷商及重客客戶緊密合作，我們得以拓寬銷售網絡廣度，深度滲透立體化渠道。我們通過持續推進全國化戰略，加大冰櫃在終端銷售網點投放規模和力度，探索餐飲、社交電商及直播帶貨等新興渠道，戰略性地擴展我們的銷售網絡。下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年			
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%		
	(未經審計)											
	(人民幣千元，百分比除外)											
銷售飲料產品												
經銷夥伴：.....	8,352,622	98.3	10,934,175	97.2	15,260,947	96.4	7,542,449	95.8	10,238,414	95.4		
—經銷商.....	7,581,023	89.2	9,911,898	88.0	13,606,586	85.9	6,919,112	87.9	9,349,664	87.1		
—通過經銷商向重客												
銷售.....	669,144	7.9	866,537	7.7	1,297,091	8.2	471,545	6.0	642,349	6.0		
—線上銷售.....	102,455	1.2	155,740	1.5	357,270	2.3	151,792	1.9	246,401	2.3		
向重客直銷.....	66,100	0.8	239,841	2.1	446,437	2.8	269,263	3.4	446,955	4.2		
線上自營店.....	39,643	0.5	49,568	0.4	88,148	0.6	36,865	0.5	43,760	0.4		
其他渠道 ⁽¹⁾	32,968	0.4	26,900	0.2	26,233	0.1	13,065	0.2	1,424	0.0		
小計.....	8,491,333	99.9	11,250,484	99.9	15,821,765	99.9	7,861,642	99.9	10,730,553	100.0		
其他 ⁽²⁾	8,690	0.1	6,651	0.1	8,571	0.1	7,827	0.1	1,859	0.0		
合計.....	8,500,023	100.0	11,257,135	100.0	15,830,336	100.0	7,869,469	100.0	10,732,412	100.0		

註：

- (1) 其他渠道主要指代表某一客戶生產受託加工飲料產品（主要為茶飲料和果蔬汁飲料）所產生的收入。
- (2) 其他主要指(i)銷售包裝材料及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入。詳細情況參見「財務資料 — 我們經營業績主要組成部分的說明 — 收入」。

概 要

我們的客戶及供應商

於業績記錄期，我們的客戶主要是購買和轉銷我們產品的經銷夥伴。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向前五大客戶的合計銷售額於業績記錄期內各期間分別為人民幣582.1百萬元、人民幣594.8百萬元、人民幣804.8百萬元及人民幣477.7百萬元，分別佔我們同期收入的6.8%、5.3%、5.1%及4.5%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向最大客戶的銷售額於業績記錄期內各期間分別為人民幣145.0百萬元、人民幣164.2百萬元、人民幣233.7百萬元及人民幣130.9百萬元，分別佔我們同期收入的1.7%、1.5%、1.5%及1.2%。

我們的供應商主要包括原材料供應商、廣告服務供應商、物流服務提供商、冰櫃供應商、製造服務供應商及設備供應商。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們從前五大供應商的合計採購額於業績記錄期內各期間分別為人民幣1,574.6百萬元、人民幣2,168.8百萬元、人民幣2,757.6百萬元及人民幣1,818.4百萬元，分別佔我們同期採購總額的26.2%、27.9%、24.6%及25.4%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們從最大供應商的採購額於業績記錄期內各期間分別為人民幣460.1百萬元、人民幣619.8百萬元、人民幣914.4百萬元及人民幣566.4百萬元，分別佔同期採購總額的7.7%、8.0%、8.2%及7.9%。

我們的生產

截至2025年6月30日，我們在主要地區戰略性地經營九個生產基地，包括增城基地、東莞基地、華南基地、安徽基地、南寧基地、重慶基地、海豐基地、浙江基地及長沙基地。這些基地能夠有效擴大我們的地理市場覆蓋範圍，降低物流和運輸費用，確保全國市場渠道的及時交貨和高效配送。

為確保我們的生產網絡與地區市場需求保持一致，支持我們的持續增長，我們正戰略性地擴大現有生產基地，同時也規劃新設施以提升產能及優化全國範圍內的生產和銷售佈局。截至2025年6月30日，我們已開始提升四個現有生產基地的產能，建設三個新生產基地，以及籌建一個新生產基地。

概 要

歷史財務資料概要

於業績記錄期，我們實現了強勁的收入增長、優異的盈利水平及穩健的現金流。我們的收入由2022年的人民幣8,500.0百萬元增加至2024年的人民幣15,830.3百萬元，年複合增長率達36.5%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,869.5百萬元增加36.4%至2025年同期的人民幣10,732.4百萬元。在收入快速增長的同時，我們憑藉行業領先的生產能力、產銷協同、渠道精耕和數字化賦能，有效提升運營效率及盈利水平、實現全成本領先優勢。我們的淨利潤由2022年的人民幣1,440.5百萬元增至2024年的人民幣3,326.4百萬元，年複合增長率達52.0%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,730.6百萬元增加37.2%至2025年同期的人民幣2,374.5百萬元。2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月淨利潤率分別為16.9%、18.1%、21.0%及22.1%。

我們擁有良好的現金流並樂於與股東分享我們的收益。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們經營活動產生的淨現金流分別達人民幣2,026.1百萬元、人民幣3,281.3百萬元、人民幣5,789.4百萬元及人民幣1,740.5百萬元，保持良好現金流的同時，自2021年於上交所上市以來我們每年均會分派股息。業績記錄期內及直至本文件日期累計宣佈派息達人民幣54億元，累計派息率約60%（按已宣派股息金額除以業績記錄期內歸母淨利潤總和計算），持續回饋我們的投資者。

下表載列我們於業績記錄期的財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下文所載財務數據概要應與本文件所載財務報表（包括相關附註）一併閱讀，以確保其完整性。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

合併損益及其他全面收益表

下表載列所示期間我們的合併損益及其他全面收益表概要。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審計)									
	(以千計，百分比除外)									
收入.....	8,500,023	100.0	11,257,135	100.0	15,830,336	100.0	7,869,469	100.0	10,732,412	100.0
營業成本	(4,968,070)	(58.4)	(6,496,363)	(57.7)	(8,847,018)	(55.9)	(4,416,081)	(56.1)	(5,968,123)	(55.6)
毛利.....	3,531,953	41.6	4,760,772	42.3	6,983,318	44.1	3,453,388	43.9	4,764,289	44.4
其他收益	107,802	1.3	239,352	2.1	383,832	2.4	179,734	2.3	174,500	1.6
其他利得及損失.....	32,288	0.4	76,507	0.7	72,969	0.5	34,925	0.4	117,966	1.0
預期信用損失模型下的減值										
損失(扣除撥回)	(358)	(0.0)	(1,692)	(0.0)	(958)	(0.0)	(1,620)	(0.0)	(1,928)	(0.0)
經銷及銷售費用.....	(1,449,276)	(17.1)	(1,955,671)	(17.4)	(2,681,080)	(16.9)	(1,225,004)	(15.6)	(1,681,519)	(15.7)
管理費用	(289,962)	(3.4)	(405,521)	(3.6)	(485,221)	(3.1)	(227,567)	(2.9)	(286,598)	(2.7)
研發費用	(43,755)	(0.5)	(54,391)	(0.5)	(62,671)	(0.4)	(29,620)	(0.4)	(32,927)	(0.3)
財務費用	(52,682)	(0.7)	(80,086)	(0.7)	(102,876)	(0.7)	(42,294)	(0.5)	(50,130)	(0.5)
[編纂]	—	—	—	—	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]
除稅前利潤	1,836,010	21.6	2,579,270	22.9	4,107,313	25.9	2,141,942	27.2	3,001,570	28.0
所得稅費用	(395,489)	(4.7)	(539,498)	(4.8)	(780,883)	(4.9)	(411,350)	(5.2)	(627,055)	(5.8)
年／期內利潤.....	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,430	21.0	1,730,592	22.0	2,374,515	22.1
其他綜合(開支)收益										
國外業務折算產生的匯兌差										
額.....	(14,340)	(0.1)	19,405	0.2	37,387	0.2	10,553	0.1	(26,938)	(0.3)
年／期內綜合收益總額	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,363,817	21.2	1,741,145	22.1	2,347,577	21.9
歸屬於以下人士的年／期內										
利潤(損失)：										
母公司所有者.....	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,710	21.0	1,730,592	22.0	2,374,751	22.1
非控股權益	—	—	—	—	(280)	(0.0)	—	—	(236)	(0.0)
年／期內利潤.....	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,430	21.0	1,730,592	22.0	2,374,515	22.1
歸屬於以下人士的年／期內										
綜合收益(開支)總額：										
母公司所有者.....	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,364,097	21.2	1,741,145	22.1	2,347,813	21.9
非控股權益	—	—	—	—	(280)	(0.0)	—	—	(236)	(0.0)
年／期內綜合收益總額	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,363,817	21.2	1,741,145	22.1	2,347,577	21.9

概 要

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們分別錄得年／期內利潤人民幣1,440.5百萬元、人民幣2,039.8百萬元、人民幣3,326.4百萬元及人民幣2,374.5百萬元，主要是由於業務增長帶動收入增加。有關業績記錄期內我們合併損益及其他全面收益表所載主要財務項目的波動情況，請參見「財務資料 — 各期間經營業績比較」。

合併財務狀況表

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表中的節選資料(摘錄自本文件附錄一所載我們的經審計合併財務報表)。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
非流動資產總額.....	4,623,766	5,941,488	9,970,672	10,635,864
流動資產總額.....	7,246,192	8,768,562	12,705,625	12,279,536
總資產.....	11,869,958	14,710,050	22,676,297	22,915,400
非流動負債總額.....	99,658	338,952	139,674	472,780
流動負債總額.....	6,705,700	8,047,341	14,845,042	13,703,495
總負債.....	6,805,358	8,386,293	14,984,716	14,176,275
流動資產／(負債)淨額.....	540,492	721,221	(2,139,417)	(1,423,959)
淨資產.....	5,064,600	6,323,757	7,691,581	8,739,125
股本.....	400,010	400,010	520,013	520,013
儲備.....	4,664,590	5,923,747	7,167,791	8,215,571
歸屬於母公司所有者權益.....	5,064,600	6,323,757	7,687,804	8,735,584
非控股權益.....	—	—	3,777	3,541
總權益.....	5,064,600	6,323,757	7,691,581	8,739,125

我們的流動負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣2,139.4百萬元減至截至2025年6月30日的人民幣1,424.0百萬元，主要是由於(i)定期存款增加人民幣2,179.9百萬元，主要由於我們的現金狀況隨著業務增長而有所改善，及(ii)合同負債減少人民幣1,093.5百萬元，主要由於2024年底因備貨以支持2025年春節期間銷售而導致的季節性預付款水平較高；部分被現金及現金等價物減少人民幣1,268.0百萬元所抵銷。

概 要

截至2024年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣2,139.4百萬元，而截至2023年12月31日的流動資產淨額為人民幣721.2百萬元。此變動主要是由於(i)借款的流動部分增加人民幣3,535.4百萬元；(ii)合同負債增加人民幣2,153.3百萬元，主要由於因即將到來的春節備貨而產生的預收貨款增加以及隨著業務量增長計提的銷售返利與折扣增加；及(iii)應付賬款及其他應付款增加人民幣1,022.5百萬元，主要由於隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加；部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣3,349.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨額由截至2022年12月31日的人民幣540.5百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣721.2百萬元，主要是由於(i)定期存款增加人民幣1,620.8百萬元及(ii)現金及現金等價物增加人民幣1,436.5百萬元，均主要由於我們的現金狀況隨著業務增長而有所改善；部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣2,094.3百萬元所抵銷。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們亦分別錄得淨資產人民幣5,064.6百萬元、人民幣6,323.8百萬元、人民幣7,691.6百萬元及人民幣8,739.1百萬元。於業績記錄期，淨資產增加主要是由於產生年／期內利潤所致，2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月的年／期內利潤分別為人民幣1,440.5百萬元、人民幣2,039.8百萬元、人民幣3,326.4百萬元及人民幣2,374.5百萬元，惟部分被確認為分派的股息所抵銷。詳細情況參見本文件附錄一會計師報告有關合併權益變動表的詳細說明。

概 要

合併現金流量表

下表載列於所示期間我們的現金流量。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
				(人民幣千元)	
營運資金變動前的經營					
現金流量	1,839,115	2,471,079	3,851,769	2,020,297	2,851,324
營運資金變動	598,796	1,366,506	2,647,975	508,712	(596,909)
已付所得稅	(427,718)	(615,570)	(792,632)	(319,433)	(519,708)
已收利息	15,913	59,255	82,296	57,717	5,751
經營活動產生的現金淨額 ..	2,026,106	3,281,270	5,789,408	2,267,293	1,740,462
投資活動使用的現金淨額 ..	(3,335,769)	(758,307)	(6,875,491)	(2,587,516)	(1,225,771)
籌資活動產生／(使用)的					
現金淨額	1,764,223	(1,057,905)	1,507,450	1,844,257	(1,788,064)
現金及現金等價物淨					
增加／(減少)額	454,560	1,465,058	421,367	1,524,034	(1,273,373)
年／期初現金及現金等價物	999,135	1,438,572	2,875,073	2,875,073	3,328,162
外匯匯率變動的影響	(15,123)	(28,557)	31,722	16,389	5,354
年／期末現金及現金等價物	<u>1,438,572</u>	<u>2,875,073</u>	<u>3,328,162</u>	<u>4,415,496</u>	<u>2,060,143</u>

主要財務比率

下表載列我們於所示期間的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	止六個月
收入增長率	不適用	32.4%	40.6%	36.4%
毛利率	41.6%	42.3%	44.1%	44.4%
淨利潤增長率	不適用	41.6%	63.1%	37.2%
淨利潤率	16.9%	18.1%	21.0%	22.1%
流動比率	1.1	1.1	0.9	0.9
速動比率	1.0	1.0	0.8	0.8
槓桿比率	65.3%	52.9%	86.5%	75.0%
權益回報率	31.0%	35.8%	47.5%	不適用

概 要

上述主要財務比率的計算方法參見「財務資料 — 主要財務比率」。

競爭

我們經營所處的軟飲行業發展迅速。我們在品牌知名度、產品質量及功效、銷售及經銷網絡以及供應鏈系統等方面，面臨來自多個飲料品牌的競爭。綜合業務能力對於全球及海外擴張至關重要，而消費者認可及精準營銷在成功滲入地區市場方面發揮重要作用。頭部企業經過多年經營，憑藉規模優勢、品牌影響力及深度覆蓋的銷售網絡鞏固其市場份額。以銷量計，中國功能飲料行業前五大企業市場份額由2022年的57.8%增加至2024年的61.6%，行業集中度進一步提高。我們相信，憑藉我們的競爭優勢與戰略，我們完全有能力應對競爭。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，林木勤先生作為實益擁有人直接持有我們已發行股本總額的49.74%。此外，東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠作為實益擁有人合共持有我們已發行股本總額的0.42%，而林木勤先生作為有限合夥人分別持有東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠99.998%、99.89%及99.87%的權益。緊隨[編纂]完成後（假設未行使[編纂]），林木勤先生作為實益擁有人將直接持有我們已發行股本總額的[編纂]%，東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠作為實益擁有人將合共持有我們已發行股本總額的[編纂]%，而他們將合共持有我們已發行股本總額的約[編纂]%。因此，僅就《香港上市規則》而言，林木勤先生、東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠於緊隨[編纂]完成後被視為一組控股股東。

[編纂]

概 要

[編纂]

我們在上海證券交易所上市

自2021年5月起，本公司已在上海證券交易所上市。截至最後實際可行日期，董事確認，我們並無在任何重大方面違反上海證券交易所規則和其他適用中國證券法律法規的情況，且就董事經作出一切合理查詢後所知，我們於上海證券交易所的合規紀錄並無任何重大事宜須提請[編纂]注意。我們的中國法律顧問認為，董事就我們的合規紀錄作出的上述確認準確且合理。根據聯席保薦人進行的獨立盡職審查及我們的中國法律顧問的意見，聯席保薦人並無注意到任何事宜，令其合理地不贊同董事就本公司於上海證券交易所的合規紀錄作出的確認。

股息

我們宣派截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的年度股息分別人民幣800.0百萬元、人民幣1,000.0百萬元及人民幣2,300.0百萬元。截至最後實際可行日期，上述股息已悉數派付。於2024年10月，本公司獲准發行120,003,000股普通股作為股票股利。董

概 要

事會已於2025年7月25日通過決議案，就截至2025年6月30日止六個月派付中期股息人民幣1,300.0百萬元。截至最後實際可行日期，該等中期股息已悉數派付。詳情請見本文件附錄一會計師報告附註40。

2024年4月，董事會制定了未來三年的股東回報和股息政策（「**股息政策**」），並於同月獲得了股東批准。根據股息政策及《公司章程》，董事會可在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性，以及董事會當時可能認為相關的其他因素後，在未來宣派股息。股息政策內並未訂明固定派息率。任何股息的宣派、支付及金額，都須遵守我們的章程文件、適用的中國法律及獲得股東批准。

我們擬至少每年一次向股東分派現金股息，須由董事根據《公司章程》和中國及香港適用的法律法規酌情決定。

我們的未來股息宣派未必與過往股息宣派一致，並須經股東批准。詳細情況參見本文件「風險因素 — 與**[編纂]**有關的風險 — 我們的過往股息不可作為未來股息政策的指標，且無法保證我們將於未來宣派及分派股息」。

[編纂]用途

假設**[編纂]**為每股H股**[編纂]**港元（即**[編纂]**範圍每股H股**[編纂]**港元至**[編纂]**港元的中位數），經扣除我們就**[編纂]**已付及應付的**[編纂]**及其他估計開支後，假設**[編纂]**未獲行使，我們估計我們將收取的**[編纂][編纂]**淨額將約為**[編纂]**港元。根據我們的戰略，我們擬將**[編纂][編纂]**按下述金額用於下述用途：

- 約**[編纂]**或**[編纂]**港元將用於完善產能佈局和推進供應鏈升級；
- 約**[編纂]**或**[編纂]**港元將用於加強品牌建設和消費者互動，持續增強品牌影響力；

概 要

- 約[編纂]或[編纂]百萬港元將用於持續推進全國化戰略，拓展、深耕和精細化運營渠道網絡；
- 約[編纂]或[編纂]百萬港元將用於拓展海外市場業務，探索潛在投資及併購機會；
- 約[編纂]或[編纂]百萬港元將用於加強各個業務環節的數字化建設；
- 約[編纂]或[編纂]百萬港元將用於增強我們的產品開發能力，持續實現產品品類拓展；及
- 約[編纂]或[編纂]百萬港元用於營運資金及一般企業用途。

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)[編纂]相關開支(如[編纂])；及(ii)非[編纂]相關費用，包括因法律顧問及申報會計師提供[編纂]及[編纂]相關服務向其支付的專業費用和其他費用及開支。假設全數支付酌情[編纂]，[編纂]估計[編纂]開支總額(基於[編纂]範圍的中位數計算及假設未行使[編纂])約為[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%。相關估計[編纂]開支總額中，我們預計將支付[編纂]相關開支[編纂]港元、我們及[編纂]的法律顧問及申報會計師專業費用[編纂]港元和其他費用及開支[編纂]港元。我們預計[編纂]開支金額中的[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%，預計將計入損益表的費用，其餘金額[編纂]港元預計將於[編纂]後直接確認為從權益扣減。我們於合併損益及其他全面收益表確認截至2025年6月30日止六個月的[編纂]開支人民幣[編纂]元。

概 要

近期發展及無重大不利變動

COVID-19的影響

COVID-19疫情始於2020年初，一直到2022年持續在全球範圍內傳播，包括我們業務營運所在地及我們的客戶、供應商及業務合作夥伴所在地。為了遏制病毒於我們辦公場所與生產設施內的傳播，保護員工健康，我們採取了各種緩解措施，例如遠程辦公、保持社交距離及佩戴口罩，以及其他因地制宜的防範措施。於業績記錄期，我們的生產、供應鏈、日常運營及財務業績均未受到重大不利影響。由於COVID-19疫情已平息，我們預計疫情不會對我們的業務及財務表現造成進一步不利影響。詳細情況參見「風險因素 — 我們的財務及經營表現可能受到疫情、惡劣天氣狀況、自然災害及其他災難的不利影響」。

無重大不利變動

董事已確認，直至本文件日期，自2025年6月30日（即我們的最近期經審計財務報表的年結日）以來，我們的財務、經營或交易狀況、債務、或有負債或前景並無重大不利變動，且自2025年6月30日以來，並無發生任何會對附錄一所載會計師報告列示的資料產生重大影響的事件。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，包括(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與我們經營所在國家和地區開展業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。我們面臨的部分主要風險包括但不限於以下各項：

- 我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和認知。若未能成功開發、推出和推廣新產品，我們的業務發展計劃和盈利能力可能會受到不利影響。
- 若未能維持、保護及提升我們的品牌或聲譽，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響。
- 我們在一個競爭激烈且不斷變化的市場內開展運營。未能有效應對競爭可能對我們的市場份額及盈利能力造成不利影響。

概 要

- 與我們的產品相關的任何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，可能會對我們的聲譽、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 我們的品牌、營銷及推廣工作可能產生大額成本。如果我們的營銷活動效果不及預期，我們的經營業績可能受到不利影響。
- 我們依靠經銷網絡推廣及銷售我們的產品，並從經銷商處獲得絕大部分收入。我們可能無法有效地管理和發展我們的經銷網絡，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。
- 我們可能無法有效地維持我們與重客客戶及線上銷售客戶的業務關係或管理重客及線上銷售客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。
- 原材料及包裝材料的價格及供應波動可能會影響我們產品的定價，繼而可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響。
- 若我們不能有效地管理未來增長及實施我們的擴張計劃，我們的業務前景可能會受到不利影響。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙及詞語具有下文所載涵義。

「A股」	指	本公司發行每股面值人民幣1.00元的普通股，於上交所上市並以人民幣買賣
「聯屬人士」	指	就任何指定人士而言，直接或間接控制有關指定人士或受其控制或與其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
「章程」或「《公司章程》」	指	本公司於2025年4月2日採納並於[編纂]後生效的《公司章程》(經不時修訂)，其概要載於本文件附錄三
「聯繫人」	指	具有《上市規則》所賦予的涵義
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行一般向公眾開放辦理日常業務且並非星期六、星期日或香港公眾假期的日子

[編纂]

「中央結算系統」	指	由香港結算設立及運營的中央結算及交收系統
「財務總監」	指	本公司財務總監
「中國」	指	中華人民共和國，除非內容或文義另有所指

釋 義

「緊密聯繫人」	指	具有《上市規則》所賦予的涵義
「《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)
「本公司」	指	東鵬飲料(集團)股份有限公司，一家於1994年6月30日於中國成立的股份有限公司，其A股已於上交所上市(股份代碼：605499.SH)，文義要求時包括我們的前身
「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，而除文義另有所指外，指林木勤先生、東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠
「核心關連人士」	指	具有《上市規則》所賦予的涵義
「《企業管治守則》」	指	載於《上市規則》附錄C1的《企業管治守則》
「COVID-19」	指	由嚴重急性呼吸系統綜合症冠狀病毒2 (SARS-CoV-2) 引發的病毒性呼吸道疾病
「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

釋 義

「東方有限」	指	深圳市東方企業有限公司，一家國有企業，為東鵬實業的前股東
「東鵬致誠」	指	煙台市東鵬致誠投資發展合夥企業(有限合夥)，詳細情況載於「歷史、發展及公司架構」一節
「東鵬致遠」	指	煙台市東鵬致遠投資發展合夥企業(有限合夥)，詳細情況載於「歷史、發展及公司架構」一節
「東鵬遠道」	指	煙台市東鵬遠道投資發展合夥企業(有限合夥)，詳細情況載於「歷史、發展及公司架構」一節
「東鵬飲料(香港)」	指	東鵬飲料(香港)有限公司，一家於2021年11月10日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的全資子公司
「東鵬實業」	指	深圳市東鵬飲料實業公司，我們的前身，詳情載於「歷史、發展及公司架構」一節
「東鵬有限」	指	深圳市東鵬飲料實業有限公司，我們的前身，詳情載於「歷史、發展及公司架構」一節
「企業所得稅(EIT)」	指	企業所得稅
「《企業所得稅法》」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》

釋 義

「ESG」	指	環境、社會及企業管治
「極端情況」	指	香港任何政府機關於八號或以上颱風訊號改掛為三號或以下颱風訊號前公佈，因出現嚴重阻礙公共交通服務、大面積洪水、嚴重滑坡、大規模停電的「極端情況」或任何其他惡劣情況

[編纂]

「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司
「弗若斯特沙利文報告」	指	弗若斯特沙利文受委託就本文件編製的獨立市場研究報告
「國內生產總值(GDP)」	指	國內生產總值
「《香港結算一般規則》」	指	由聯交所發佈的《香港結算一般規則》(經不時修訂)

[編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及其子公司(或如文義所指，本公司及其任何一家或多家子公司)
「指南」	指	聯交所於2023年12月刊發並於2024年1月1日生效的《新上市申請人指南》(經不時修訂或補充或以其他方式修改)
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的境外[編纂]外資普通股，將以港元[編纂]及[編纂]並將在香港聯交所[編纂]

釋 義

[編纂]

「香港結算」 指 香港中央結算有限公司，為香港交易及結算所有有限公司的全資子公司

[編纂]

「香港結算代理人」 指 香港中央結算(代理人)有限公司，為香港結算的全資子公司

「《香港結算運作程序規則》」 指 不時生效的香港結算運作程序規則，當中載有與香港結算的服務及中央結算系統、[編纂]或由或透過香港結算設立、運作及／或以其他方式提供的任何其他平台、設施或系統的運作及職能有關的慣例、程序及行政或其他規定

「香港結算參與者」 指 獲接納以直接結算參與者、全面結算參與者或託管商參與者身份參與中央結算系統的參與者

「香港」 指 中國香港特別行政區

「港元」 指 香港法定貨幣

[編纂]

釋 義

[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]

「國際會計準則理事會
(IASB)」 指 國際會計準則理事會

「《國際財務報告準則》
(IFRS)」 指 《國際財務報告準則》，該統稱包括國際會計準則理
事會頒佈的所有適用個別《國際財務報告準則》、《國
際會計準則》及詮釋

「《個人所得稅法》」 指 《中華人民共和國個人所得稅法》

「獨立第三方」 指 任何並非本公司關連人士(具有《上市規則》所賦予
的涵義)的人士或實體

[編纂]

釋 義

[編纂]

「聯席保薦人」	指	華泰金融控股(香港)有限公司、摩根士丹利亞洲有限公司及UBS Securities Hong Kong Limited (按英文字母順序排列)
「鯤鵬投資」	指	瑞昌市鯤鵬創業投資合夥企業(有限合夥)，前稱煙台市鯤鵬投資發展合夥企業(有限合夥)，詳細情況載於「歷史、發展及公司架構」一節

釋 義

「最後實際可行日期」 指 2025年9月29日，即本文件刊發前確定當中所載若干資料的最後實際可行日期

[編纂]

「上市委員會」 指 香港聯交所上市委員會

[編纂]

「《上市規則》」或「《香港上市規則》」 指 《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)

「澳門」 指 中華人民共和國澳門特別行政區

「主板」 指 由香港聯交所運營的股票市場(不包括期權市場)，其獨立於香港聯交所GEM並與其並行運作

「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

「林木勤先生」 指 林木勤先生，本公司董事長、執行董事兼總裁、我們的控股股東之一

「國家發改委」 指 中華人民共和國國家發展和改革委員會

「提名委員會」 指 董事會提名委員會

釋 義

[編纂]

「《境外上市試行辦法》」	指	中國證監會於2023年2月17日頒佈的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，於2023年3月31日生效
「中國人民銀行」	指	中國人民銀行，中國的中央銀行
「《中國公司法》」	指	《中華人民共和國公司法》

釋 義

「中國政府」	指	中國中央政府及所有政府分部(包括省級、市級及其他地區或地方政府實體)及其機構，或(如文義指明)上述任何一個分部或機構
「中國法律顧問」	指	德恒律師事務所，本公司的中國法律顧問

[編纂]

「合資格機構買家」	指	《美國證券法》第144A條所界定的合資格機構買家
「合資格購買者」	指	《美國投資公司法》第2(a)(51)條所界定的合資格購買者
「S規例」	指	《美國證券法》S規例

[編纂]

「薪酬與考核委員會」	指	董事會薪酬與考核委員會
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣

釋 義

「第144A條」	指	《美國證券法》第144A條
「國家外匯管理局」	指	中國國家外匯管理局
「國家市場監督管理總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「《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)
「上海證券交易所」或 「上交所」	指	上海證券交易所
「《上海證券交易所 上市規則》」	指	《上海證券交易所股票上市規則》(經不時修訂)
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的A股及H股
「股東」	指	股份持有人

[編纂]

「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「戰略與可持續發展委員會」	指	董事會戰略與可持續發展委員會
「子公司」	指	具有《上市規則》所賦予的涵義

釋 義

「主要股東」	指	具有《上市規則》所賦予的涵義
「《收購守則》」或「《香港收購守則》」	指	證監會頒佈的《公司收購、合併及股份回購守則》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「業績記錄期」	指	包括截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度以及截至2025年6月30日止六個月的期間

[編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國，包括其領土及屬地、美國各州及哥倫比亞特區
「美元」	指	美國法定貨幣
「《美國投資公司法》」	指	《1940年美國投資公司法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)及據其頒佈的規則及法規
「美國人士」	指	具有S規例第902(k)條所賦予的涵義
「《美國證券法》」	指	《1933年美國證券法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)及據其頒佈的規則及法規
「增值稅(VAT)」	指	增值稅

釋 義

[編纂]

為方便閱覽，本文件中載有中國法律及法規、政府機關、機構、自然人或其他實體（包括我們的子公司）的中英文名稱，如有任何歧義，概以中文版本為準。

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闡釋。就此而言，該等詞彙及其含義未必與這些詞彙的標準行業涵義或用法一致。

「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
「年複合增長率 (CAGR)」	指	年複合增長率
「氯化物」	指	一種與其他電解質物質共同作用的電解質，用於保持體液的適當平衡及維持人體酸鹼平衡
「瓦楞紙」	指	一種由凹槽瓦楞板和一塊或兩塊平板紙板組成的包裝材料
「經銷夥伴」	指	按合同轉售或合理預期轉售我們產品的客戶
「電解質」	指	在水溶液或熔融狀態可以產生自由離子而導電的化合物，是人體必需的礦物質
「『五碼關聯』技術」	指	我們開發的一種技術，在生產到銷售流程的關鍵階段設置獨有的二維碼，包括蓋內碼、蓋外碼、箱內碼、箱外碼和垛碼
「HACCP」	指	危害分析及關鍵控制點，用於識別、評估及控制食品危害的體系
「肌醇」	指	一種有助於製造細胞膜及調節胰島素水平的糖類
「IP」	指	知識產權

技術詞彙表

「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
「KPI」	指	關鍵績效指標
「L」或「升」	指	液體容量的公制單位，等於1,000毫升
「賴氨酸」	指	一種參與生長、組織修復、膠原蛋白生成等重要身體功能的 α -氨基酸
「小程序」	指	在微信平台內構建的應用程序，即第三方公司可為用戶開發類似移動應用程序並在微信平台內運行的應用程序
「ml」或「毫升」	指	液體容積的公制單位，等於千分之一升
「一物一碼」系統」	指	我們開發的編碼系統，在每一瓶軟飲產品瓶蓋內嵌入獨特二維碼
「PET」	指	聚對苯二甲酸乙二醇酯，可用於塑料瓶的吹塑成型
「聚酯切片」	指	通過熔化和擠壓PET樹脂生產的短纖維或顆粒，用於生產聚酯產品
「終端銷售網點(POS)」	指	終端銷售網點
「鉀離子」	指	一種維持人體細胞內液體處於正常水平的電解質
「地級市」	指	中國的主要行政單位，比省低一級
「研發」	指	研究及開發
「鈉」	指	一種化學元素，是人體必需的礦物質之一

技術詞彙表

「SPU」	指	標準產品單位，「單品」
「牛磺酸」	指	2-氨基乙磺酸，一種廣泛分佈於動物組織內的非蛋白源天然氨基磺酸
「噸」	指	等於1,000千克的質量單位
「維生素PP」或「煙酸」	指	一種有機化合物和維生素B3，是有助於能量生成代謝正常、疲勞緩解、神經系統功能正常、心理功能正常和正常皮膚維持的一種人體必需營養素

前 瞻 性 陳 述

我們已於本文件中載入前瞻性陳述。前瞻性陳述包括對我們未來的意圖、信念、期望或預測的陳述，並非對過往事實的陳述。

本文件載有有關本公司、我們的子公司及合併關聯實體的若干前瞻性陳述，乃基於我們的管理人員的信念以及其所作假設及現時可得資料而作出。若於本文件中使用「旨在」、「預計」、「相信」、「或會」、「預期」、「未來」、「擬」、「可」、「應該」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「應」、「將會」、「會」等詞語及其反義詞及其他類似詞語，若與本集團或管理人員有關，則擬用作識別前瞻性陳述。該等陳述反映管理人員目前對未來事件、運營、流動資金及資本資源的看法，其中若干觀點可能不會實現或可能會改變。該等陳述受到若干風險、不確定因素及假設(包括本文件所述其他風險因素)影響。務請閣下留意不要過度依賴任何涉及已知及未知風險及不確定因素的前瞻性陳述。本集團所面對且可能會影響前瞻性陳述的準確性的風險、不確定因素及其他因素包括但不限於以下各項：

- 宏觀環境、區域及全球經濟的變動以及我們運營相關的行業趨勢；
- 我們成功實施業務計劃、策略、宗旨及目標的能力；
- 我們為未來發展計劃融資獲取充足資金資源的能力；
- 我們控制成本以及達成並維持運營效率的能力；
- 我們客戶的需求及期望的變動；
- 我們運營所在行業的競爭環境的變動；
- 我們保障聲譽及品牌形象以及商標、技術、專業知識、專利及其他知識產權的能力；
- 本地經濟及政治狀況的變動以及我們遵守國際法律及運營所在國家及地區法規的變動；

前 瞻 性 陳 述

- 科技發展及我們能否成功跟上科技進步的步伐；
- 我們吸引並留用經驗豐富專業人士及其他合資格員工和關鍵人員的能力；
- 匯率變動；及
- 於本文件內討論的其他風險因素以及其他我們無法控制的因素。

前瞻性陳述以現時計劃及估計為基礎，且僅為截至其作出當日的陳述。然而，由於存在風險、不確定因素及假設，於本文件內討論的前瞻性事件及狀況可能不會按我們預期的方式發生，甚或不會發生。此外，根據適用法律、規則及法規的規定，我們概無任何責任更新或以其他方式修訂本文件內的前瞻性陳述（無論是因新資料、未來事件或其他原因）。

因此，閣下不應過分依賴本文件內的任何前瞻性陳述。本提示聲明適用於本文件所載的所有前瞻性陳述。

風險因素

[編纂]我們的H股涉及風險。在[編纂]我們的H股前，閣下應認真考慮本文件內的所有資料，包括下述風險及不確定性。下文說明我們認為屬重大的風險。以下任何風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們H股的市價可能因該等風險中的任何一種下跌，而閣下可能會損失全部或部分[編纂]。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，且受本文件「前瞻性陳述」一節的警示聲明所規限。

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、偏好和認知。若未能成功開發、推出和推廣新產品，我們的業務發展計劃和盈利能力可能會受到不利影響。

我們的成功在很大程度上取決於我們識別和適應不斷變化的消費者品味、偏好和認知的能力。對我們產品的需求受消費者生活方式、健康意識、社會趨勢和經濟狀況等因素的影響。這些因素的任何變化均可能導致消費者對我們產品的需求下降。此外，隨著成熟和新興品牌積極推出新產品佔領市場份額，消費者對新型及多樣化產品的需求也在增加。

為迎合不斷變化的消費者喜好，我們持續投入大量資源開發新產品。然而，新產品的開發及推出涉及不確定性，包括產品開發不及時導致無法滿足市場需求的風險、市場或消費者不再購買的風險、生產或經銷過程中不可預見的挑戰，以及可能對我們現有產品組合產生意外的影響。此外，新產品的推出可能會導致我們現有產品被蠶食，使我們難以保持整體收入增長。

我們無法保證這些舉措將滿足消費者的期望，獲得廣泛的市場認可，或使我們的產品與競爭對手的產品有效區分開來。倘出現任何上述風險，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

若未能維持、保護及提升我們的品牌或聲譽，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響。

我們的成功取決於我們維持、保護及提升現有產品及新產品的品牌知名度以及我們的整體企業聲譽的能力。未能實現這一目標可能會損害我們的品牌價值和形象，對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

任何關於產品安全、質量、成分含量、環境影響的索賠或指控，即使是虛假或毫無根據的，也可能會損害我們的品牌形象。這些事件可能會導致消費者選擇替代產品，大幅減少對我們產品的需求。如果我們或我們的員工、供應商、經銷夥伴、服務提供商或其他業務合作夥伴未能保持我們產品的質量，採取或被認為採取不道德、非法或對社會不負責任的方式（包括產品的生產或銷售、客戶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也可能大幅減少。

我們不能保證我們不會收到任何重大消費者投訴或不會有任何人士非法使用我們的品牌，這些都可能會對我們日後的經營活動產生重大不利影響。

我們品牌的長期成功還依賴於在不斷變化的市場趨勢、消費者偏好和競爭壓力中保持其相關性及吸引力。如果我們未能創新、更新品牌形象或有效傳達我們的價值主張，我們的現有品牌形象可能會缺乏吸引力或過時。品牌老化可能導致品牌影響力下降、客戶忠誠度降低和銷售業績下滑。

我們在一個競爭激烈且不斷變化的市場內開展運營。未能有效應對競爭可能對我們的市場份額及盈利能力造成不利影響。

我們經營所在的軟飲行業競爭十分激烈且不斷發展。我們面臨來自各種產品類別的其他市場參與者的激烈競爭。經營歷史更長、資源更多或研發能力更強的競爭對手可能會推出更優質的產品，對市場趨勢的響應更為迅速，或實施更有效的營銷策略，這些均可能對我們的市場地位產生不利影響。同時，規模較小、更靈活的品牌可能更具創新性，可以更快地推出新產品，並且能夠更好地有效服務於細分市場。此外，隨著消費者越來越注重健康，功能飲料市場的競爭也在加劇，新興品牌帶來了更多挑戰。

風險因素

我們的競爭對手可能會採取激進的定價策略。如果我們無法匹配與競爭對手的定價或促銷活動，我們將面臨失去客戶及銷量下降的風險。另外，我們的競爭對手可能會在廣告、植入和數字互動方面進行大量投資，以增強其品牌吸引力。如果我們的努力無法與之匹敵或超越他們，我們吸引和留住客戶的能力可能會受到影響。我們的行業也有可能發生重大的整合或聯盟，使競爭對手能夠迅速擴大其市場份額。

若我們無法有效地應對這些競爭態勢，我們的品牌、聲譽、經營業績、財務狀況及整體業務前景可能會受到重大不利影響。

與我們的產品相關的任何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，可能會對我們的聲譽、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

保持產品質量及確保食品安全是我們業務的根基，也是維持消費者信任和忠誠度的關鍵。我們已制定嚴格的質量和安全標準，並在質量控制系統的支持下盡可能降低整個運營過程中的風險。然而，該系統的有效性取決於其設計和貫徹實施。儘管已採取這些措施，但我們的質量控制系統未必始終有效，且我們可能無法及時發現缺陷或潛在風險。若我們未能發現、預防或有效地應對產品質量或食品安全問題，我們可能會面臨責任索賠、聲譽受損並受到監管部門處罰，進而可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

諸如產品出現污染、包裝缺陷或含有有害物質等事件可能會導致產品召回、消費者投訴或監管處罰，嚴重損害我們的品牌並產生大額財務費用。即使是偶發事件，也可能會引起媒體關注或負面報道，放大消費者對我們產品的安全性和質量的擔憂。這種擔憂，不論合理與否，都可能削弱消費者信心、減少需求及導致市場份額流失。

我們的部分產品(例如能量飲料)含有咖啡因或其他功能性成分，可能會引起消費者對過量攝入可能造成的健康風險的擔憂。我們無法保證咖啡因含量標誌能完全消除大眾的擔憂或滿足不斷變化的監管審查。任何與咖啡因或其他功能性成分相關的監管限制或消費者負面看法的增加，都可能導致消費者對我們產品的需求下降，並可能對我們的品牌形象、財務狀況及經營業績造成不利影響。

風險因素

此外，我們對供應商、包裝供應商、物流服務提供商和經銷夥伴等第三方的依賴也增加了風險。如果這些業務合作夥伴未能遵守我們嚴格的質量標準，無論是由於疏忽、運營缺陷還是不當行為導致，都可能導致產品質量問題。例如，使用不合格的原材料或在運輸和儲存過程中處理不當可能會導致污染或其他安全問題，使我們面臨責任索賠和更嚴格的監管審查。

未能充分解決這些風險可能會對我們的聲譽、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的品牌、營銷及推廣工作可能產生大額成本。如果我們的營銷活動效果不及預期，我們的經營業績可能受到不利影響。

我們的經營業績受我們的品牌營銷力度及推廣活動的影響。為推廣品牌知名度及提升品牌價值，於業績記錄期內，我們進行了全面的品牌推廣及營銷活動。詳細情況參見「業務 — 營銷 — 多維度營銷活動」。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的廣告及推廣費用分別為人民幣636.5百萬元、人民幣863.7百萬元、人民幣1,331.8百萬元及人民幣882.2百萬元，分別佔同期總收入的7.5%、7.7%、8.4%及8.2%。展望未來，我們將繼續採用這些策略來提高我們的聲譽。然而，我們不能保證這些開支將達到預期結果。如果我們的營銷活動未能與目標消費者產生共鳴，或者我們無法快速適應市場趨勢和消費者偏好的轉變，我們的收入增長可能會不達預期。

競爭壓力也可能迫使我們增加營銷和促銷支出以保持市場份額，這可能會壓縮利潤率水平。我們的競爭對手可能會採取激進的營銷策略，這可能會降低我們努力的效果並進一步增加成本。

此外，無效或不當的營銷活動以及其他不可預見的負面報道或輿論，可能會損害我們的品牌聲譽，導致消費者產生負面看法，並減少對我們產品的需求。我們營銷工作如有任何失誤，無論是由於執行錯誤、市場分析不充分還是消費者行為的轉變導致，均可能對我們的經營業績及財務表現產生不利影響。

風險因素

我們依靠經銷網絡推廣及銷售我們的產品，並從經銷商處獲得絕大部分收入。我們可能無法有效地管理和發展我們的經銷網絡，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。

我們依靠有效的經銷網絡向消費者交付產品，而經銷商在擴大我們的地理覆蓋範圍和推動產品銷售方面發揮著重要作用。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向經銷商銷售產生的收入分別為人民幣7,581.0百萬元、人民幣9,911.9百萬元、人民幣13,606.6百萬元及人民幣9,349.7百萬元，佔各相關期間收入的89.2%、88.0%、85.9%及87.2%。詳細情況參見「業務 — 銷售網絡 — 經銷商」。

我們管理和發展經銷網絡的能力取決於多種因素，包括但不限於：

- **維護與現有經銷商的關係。**如果我們未能與經銷商保持穩固的關係，或者經銷商出於任何原因終止協議或減少與我們的合作，則無法保證我們能夠及時於指定銷售區域內以具成本效益的方式替換具有類似銷售能力的經銷商。
- **確保合規及績效。**若我們的經銷商不遵守我們的經銷協議、銷售政策或適用法律法規，均可能擾亂我們的銷售，並對我們的業務及財務表現產生不利影響。此外，如果我們的經銷商未能達到預期的績效標準（即根據經銷協議為我們的經銷商制定的年度銷售目標），我們有可能失去我們在受影響區域的相當大部分甚至全部銷售渠道。
- **管理日常運營。**我們制訂的經銷商管理政策可能並不充分，從而可能會導致供應鏈管理和預測效率低下。對經銷商日常運營的控制不足可能會導致難以準確監控銷售、庫存水平和市場需求。
- **次級經銷商。**我們的經銷商可能會委聘次級經銷商營銷和銷售我們的產品，但我們通常與他們並無直接的合同關係，而是依賴經銷商管理及監督他們委聘的次級經銷商。我們無法保證次級經銷商將始終遵守我們的銷售政策。詳細情況參見「業務 — 銷售網絡 — 經銷商 — 次級經銷商管理」。

風險因素

- **拓展經銷覆蓋。**加深對現有市場的滲透及新市場或渠道的開發可能需要我們引入新的經銷商。然而，這些經銷商的資源、運營能力和與我們的標準的一致性可能有所不同，這可能會阻礙我們的成功拓展且可能對我們的品牌造成不利影響。

管理龐大的經銷網絡日益複雜，這可能會增加運營風險。隨著我們繼續擴大地區版圖，我們可能更難以與越來越多的經銷商協調及確保我們品牌和銷售戰略的貫徹執行。若未能使經銷商與我們的目標保持一致，則可能導致市場滲透率不理想、資源利用效率低下或聲譽受損。

此外，競爭對手可能會向我們的經銷商提供更優惠的條款或更有力的激勵措施，這可能會減少他們對推廣我們產品的投入。如果我們無法留住經銷商或吸引新經銷商，我們的市場佔有率和收入可能會受到不利影響。

若我們經銷網絡出現任何中斷或效率低下的情況，可能會阻礙產品供應，損害消費者對我們品牌的信任，並對我們的財務表現產生負面影響。因此，若我們不能有效地管理和發展經銷網絡，我們的品牌、運營和經營業績可能會受到重大不利影響。

我們可能無法有效地維持我們與重客客戶及線上銷售客戶的業務關係或管理重客及線上銷售客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。

我們的重客客戶為與我們建立長期定製化業務關係的戰略合作夥伴。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，重客收入分別為人民幣735.2百萬元、人民幣1,106.4百萬元、人民幣1,743.5百萬元及人民幣1,089.3百萬元，分別佔同期總收入的8.6%、9.8%、11.0%及10.1%。詳細情況參見「業務 — 銷售網絡 — 重客」。若未能與這些重客客戶維持穩固的關係或與新的重客建立關係，我們的品牌、財務表現及經營業績可能會受到負面影響。

此外，在電商及社交媒體平台日益普及的推動下，業績記錄期內通過線上銷售渠道產生的銷售額持續顯著增長。然而，該趨勢也帶來了挑戰，包括線下和線上銷售渠

風險因素

道之間的潛在競爭和蠶食。若我們無法在這些渠道中平衡我們的營銷工作、優化產品組合或制定有效的定價策略，這種競爭和重疊可能會損害我們的業務、財務狀況及經營業績。另外，與我們合作的電商及社交媒體平台如出現任何嚴重中斷，例如技術故障或市場變化，均可能對我們的線上銷售和品牌形象產生不利影響。若未能有效地管理及維持我們線上銷售渠道的增長，可能會對我們的業務、運營表現及財務狀況產生負面影響。

原材料及包裝材料的價格及供應波動可能會影響我們產品的定價，繼而可能對我們的業務和盈利能力產生不利影響。

我們原材料及包裝材料的主要類型為糖、PET及紙箱。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣4,018.9百萬元、人民幣5,259.1百萬元、人民幣7,001.3百萬元及人民幣4,752.8百萬元，分別佔我們同期營業成本的80.9%、81.0%、79.1%及79.6%。鑒於預計原材料及包裝材料成本仍會佔我們營業成本的一大部分，因此其價格波動可能對我們的運營及財務表現造成重大不利影響。

原材料及包裝材料價格受超出我們控制的各種因素的影響，包括供需動態、商品價格波動、天氣狀況以及物流成本。具體而言，出於環境考量，包裝材料行業正面臨更加嚴格的監管審查。監管變化，例如對一次性塑料的限制或對更可持續包裝的要求，可能會增加合規成本或需要另尋替代材料。

我們依賴第三方供應商提供原材料和包裝材料，若該等供應商無法滿足我們的質量標準或交付時間表，可能會擾亂我們的生產流程。隨著我們的業務規模擴大，需求不斷增加，我們未必能以類似的價格採購，甚至根本無法採購。若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。此外，我們與供應商磋商優惠條款的能力可能會受限於市況或供應商整合，這會進一步影響成本和運營靈活性。

原材料及包裝材料的成本增加或短缺可能會迫使我們調整產品定價以維持盈利能力。然而，漲價可能會降低我們產品的競爭力，進而可能影響消費者需求和市場份額。另外，在不漲價的情況下承擔額外成本，可能會侵蝕我們的利潤率並對我們的財務業績產生

風險因素

不利影響。如果我們無法獲得穩定且划算的原材料及包裝材料供應，或無法有效管理相關風險，我們的業務運營、盈利能力及整體財務狀況可能會受到重大不利影響。

若我們不能有效地管理未來增長及實施我們的擴張計劃，我們的業務前景可能會受到不利影響。

於業績記錄期，我們的收入快速增長。我們的收入由2022年的人民幣8,500.0百萬元大幅增長32.4%至2023年的人民幣11,257.1百萬元，並進一步增長40.6%至2024年的人民幣15,830.3百萬元。我們的收入亦由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,869.5百萬元增長36.4%至2025年同期的人民幣10,732.4百萬元。快速增長可能會使我們的運營和管理資源捉襟見肘。在擴大我們的生產、經銷及銷售能力的同時保持一貫的產品質量和品牌聲譽，需要強大的管理系統和流程。如果不能有效地分配資源、招聘和留住合格人員或保持運營效率，可能會影響我們滿足不斷增長的消費者需求或應對市場動態的能力。此外，我們的歷史表現未必代表我們的未來表現。我們增長的可持續性取決於許多並非我們所能控制的因素，包括不斷變化的消費者偏好和需求、競爭、監管演變和經濟狀況變化。若我們不能有效地管理業務增長及根據需要進一步擴展業務，我們可能無法按計劃或在我們的預算範圍內成功實施為促進業務前景所需的策略。因此，我們可能無法維持過去取得的增長。若我們不能有效地管理未來增長，我們的業務運營及前景可能會受到重大不利影響。

我們還計劃積極尋求戰略機會收購或投資。然而，我們在尋找合適的收購目標或投資機會、整合所收購業務或實現預期的協同效應方面可能面臨困難。此外，收購可能需要大量的財務資源，並可能使我們面臨與所收購業務相關的責任或運營問題。若收購未能帶來預期的利益或導致不可預見的複雜情況，我們的財務表現及增長前景可能會受到不利影響。

我們持續評估新業務活動或新市場的潛力。例如，我們計劃擴張至以東南亞市場為重點的海外市場。詳細情況參見「未來計劃及[編纂]用途」。我們計劃日後進入的海外市場可能在競爭格局、監管及合規要求、消費者口味及可支配消費模式方面不同於中國市場，這可能會導致業績不佳。此外，為在海外市場建立品牌知名度，我們可能需

風險因素

在營銷及推廣活動方面作出比我們原本計劃或比我們在中國所需更多的投資，這可能會對我們業務在該等海外市場的盈利能力造成負面影響。

如果我們無法管理這些風險或未能按預期實施我們的增長及擴張計劃，我們的業務前景、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

若我們的全鏈路數字化運營體系有任何缺陷或未能遵守相關的數據隱私、保護和信息安全法律，我們的聲譽可能受損且我們可能面臨法律訴訟及監管審查。

我們越來越依賴全鏈路數字化運營體系來管理業務流程和增強決策能力，這使我們面臨與系統可靠性相關的風險，包括但不限於：

- 網絡安全威脅，如黑客攻擊、網絡釣魚、惡意軟件和勒索軟件攻擊；
- 因系統漏洞造成的未經授權的訪問或數據洩露；
- 因管理大規模數字化運營的複雜性不斷增加而導致的系統錯誤；
- 因系統故障、斷電或自然災害導致的數據丟失或損壞；及
- 系統更新不足或新技術部署不力。

若我們的全鏈路數字化運營體系出現任何此類中斷或有任何未被發現的重大缺陷，均可能擾亂我們的運營，導致業務決策不理想，並對我們的生產和訂單履約能力造成負面影響，進而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

我們須遵守與數據的收集、儲存、使用、處理、傳輸、保留、安全及轉移有關的法律法規。詳細情況參見「監管概覽 — 有關信息安全及數據隱私的法規」。該等法律法規的解釋及實施可能隨時間及因司法管轄區而有所不同。我們無法向閣下保證，根據當時適用的法律及監管框架，我們的數據隱私及保護措施將一直被視為充分。我們也可能面臨政府對我們遵守該等法律法規的情況進行調查或檢查。若我們的做法被發現

風險因素

不合規，我們可能會面臨處罰、運營限制或聲譽受損。此外，由於數據保護及隱私法律不斷變化，適應新的及不斷變化的要求可能產生成本或須改變我們的商業慣例。若我們實際上或被認為未能遵守適用法律或充分解決隱私及數據保護問題，可能會損害我們的聲譽、干擾我們的數字化運營，並可能使我們遭受法律、財務及運營風險。

生產設備、設施、技術和其他運營方面的相關投資、維護或升級可能無法成功實施，且我們的生產能力可能不足，這可能對我們的業務增長產生不利影響。

我們持續維護及升級現有生產設備及設施，確保順利運營。截至2025年6月30日，我們有九個已投產生產基地。詳細情況參見「業務 — 我們的生產 — 生產基地」。隨著我們業務的持續增長，我們還通過擴建現有設施及建設新生產基地來擴大產能，支持業務增長。詳細情況參見「業務 — 我們的生產 — 產能擴大計劃」。

然而，許多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)資金不足以建立新生產設備及設施以及維持所需營運資金；(ii)獲得環境和其他監管批准、許可證或牌照有所延遲；(iii)難以為新生產基地找到合適的地點；(iv)建築材料及設備短缺、延遲交付或成本增加；及(v)因技術進步、市場變化或產能要求而需要對擴張計劃進行調整。

此外，市場需求下降可能會妨礙我們收回與建設新生產基地、擴建現有設施或維持增加產能相關的成本。若我們的擴張計劃延遲或取消，也可能導致我們與承建商、設備供應商、融資方或監管部門等多個對手方發生糾紛，進而可能導致財務影響或運營中斷。

管理這些項目需要分配大量的人力和其他資源。儘管我們已做出努力，但這些投資、維護和升級可能無法順利完成或於短期內產生正現金流量或回報。另外，由於技術或行業標準的變化，這些投資可能會過時，這會進一步影響其有效性。任何這些因素均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及未來前景產生重大不利影響。

風險因素

我們還可能面臨產能受限，阻礙我們滿足客戶需求的能力，進而影響我們的發展前景。如果實際需求超過我們的預測，特別是在市場快速擴張或消費者需求意外激增期間，我們的產能可能會不足。若不能及時有效解決產能短缺問題或無法維持設施的最佳利用率，我們的生產效率、運營表現和財務業績可能會受到嚴重影響。此外，生產中斷可能因我們無法控制的各種因素引起，例如火災、自然災害、極端天氣狀況、生產或經銷問題、疾病爆發、罷工、運輸中斷、供應短缺、合同糾紛、政府法規、網絡安全威脅或戰爭或恐怖主義等地緣政治事件。任何該等因素均可能損害我們的生產流程，導致產品交付延遲，並對我們的業務及聲譽產生負面影響。

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

根據中國法律法規，我們須持有經營所需的各種批准、牌照和許可證。例如，生產及銷售具有保健功效的功能飲料，例如我們的核心產品「東鵬特飲」，需要嚴格履行相關程序並成功獲得註冊或備案，包括獲得保健食品認證。這一過程涉及對配料、配方、生產工藝和健康聲明的嚴格評估和批准，確保符合適用的法律和標準。此外，我們需要遵守與土地使用權、環境影響評估、污染物排放、進出口登記等相關要求。詳細情況參見「業務—牌照、許可證及批准」及「監管概覽」。

未能獲得、維護或更新我們所需的批准、牌照及許可證可能會導致罰款並影響我們的運營，因而對我們的業務和財務表現產生重大影響。若發生任何不合規行為，我們可能須產生大額費用及分散管理層的大量時間及資源來處理任何不足之處。我們也可能因這些不足之處招致負面報道，進而可能會對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。

風險因素

如果我們的第三方服務提供商和業務合作夥伴不能令人滿意地履行其承諾和責任，我們的業務和財務表現可能會受到不利影響。

在開展業務運營時，我們與第三方(包括原材料及包裝材料供應商、推廣服務提供商和其他業務合作夥伴)合作，支持我們運營的關鍵環節。如果這些關係中斷、終止或惡化，可能會對我們的經營業績產生重大不利影響。有關中斷可能由多種因素引起，包括我們合作夥伴的運營中斷、他們無法支持我們快速增長的業務需求、協議終止或暫停、合作條款變更或與這些合作夥伴發生糾紛等。

我們的第三方服務提供商和業務合作夥伴可能無法按時或按照約定的條款或適用法律履行其承諾和責任。此外，我們對他們的業務運營、管治和合規制度、慣例和程序的控制有限，這增加了我們面臨的財務、法律、聲譽和運營風險。若我們無法有效地管理這些關係，或者我們的合作夥伴未能履行其義務，我們的業務、財務表現和運營穩定性可能會受到不利影響。再者，當與第三方的現有合同到期時，我們可能在按商業上有利的條款續簽合同或及時獲得合適的替代服務供應商方面面臨挑戰，這可能會進一步影響我們的運營並對我們的業務產生負面影響。

特別是，物流服務提供商在我們的產品運輸中發揮重要作用。第三方物流服務出現中斷或發生故障可能會導致我們無法及時或成功交付產品。此外，第三方物流服務提供商提供的運輸服務未必能一直滿足我們或我們客戶的期望。延遲交貨或產品損壞等問題可能會導致產品召回、承擔責任和聲譽損害，這些均可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。再者，物流服務的成本受到我們無法控制的因素的影響。物流成本大幅上漲可能對我們的財務表現及狀況產生負面影響。

季節性消費週期和天氣變化可能導致我們產品需求的波動。

軟飲消費受到季節變化的影響，一般來說天氣較熱的時節屬於需求旺季。由於天氣轉暖帶動消費增長，每年第二及第三季度的銷售額通常較高。相反，第一及第四季度通常屬於銷售淡季，收入相對較低，相對對同期的盈利能力產生了負面影響。這些季節性波動可能對我們的盈利能力(尤其是在需求低迷時期)產生不利影響。

風險因素

此外，反季節或異常天氣、自然災害(如風暴、地震、火災、乾旱或洪水)或長期氣候變化，均可能降低消費者對我們產品的需求、影響銷售模式及進一步影響盈利能力。這些風險增加了我們業務表現的不確定性，可能會加劇季節變化的財務影響。

由於該等波動，同一財政年度內不同期間、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也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。**[編纂]**不應依賴中期業績作為本集團預期全年業績的指標。

軟飲行業的食品安全法規及相關政策的任何重大變動可能影響我們的業務。

中國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，保證食品安全。這可能會增加包括我們在內的中國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。詳細情況參見「監管概覽 — 有關食品安全及生產經營許可的法律法規」。若中國政府進一步修改食品安全法規，我們的生產、銷售及經銷成本可能會增加，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。

風險因素

如果我們未能遵守各種環境保護相關的法律法規，我們可能會受到政府的罰款和處罰。

我們須遵守中國環境法律法規，該等法律法規旨在監管排放及其對空氣、土地及水的影響。我們的運營可能會產生異味、噪音或排放其他污染物。此外，隨著環境法律法規的修訂，對可持續包裝材料的要求不斷提高，可能會導致成本增加。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我們遭到員工或生產設施附近的其他人士指控對其造成傷害。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。

我們未能充管理庫存可能會導致庫存積壓或其他庫存風險。

維持最佳庫存水平對我們業務的成功至關重要。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們的存貨分別為人民幣394.2百萬元、人民幣568.6百萬元、人民幣1,068.1百萬元及人民幣678.3百萬元。我們的存貨主要包括(i)原材料及耗材、(ii)產成品及(iii)在途商品。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的存貨週轉天數分別為27.0天、27.0天、33.8天及26.5天。

為優化我們的庫存水平及最大限度地降低庫存減值風險，我們已制定一套全面的庫存管理政策。詳細情況參見「業務 — 存貨管理」。然而，我們難以準確預測需求並確定我們維持的適當存貨水平。若高估消費者需求，我們可能面臨存貨積壓，須以較不利的條款轉售存貨，甚至對存貨減值。若低估消費者需求，我們可能無法實現收入最大化。此外，若我們須下調售價以降低存貨水平，我們的毛利率可能會受到負面影響。上述任何情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

風險因素

我們未必能就合同負債履行我們的責任，這可能對我們的業務、聲譽及流動資金狀況產生不利影響。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們分別錄得合同負債人民幣1,627.2百萬元、人民幣2,607.2百萬元、人民幣4,760.6百萬元及人民幣3,667.1百萬元，主要指從我們的客戶收到的預付款及我們的經銷夥伴所賺取的累計銷售返利與折扣金額。詳細情況參見「財務資料 — 合併財務狀況表的若干主要項目討論 — 合同負債」。如果我們未能向客戶提供滿意的產品或及時向經銷夥伴提供銷售返利與折扣，我們可能無法履行合同負債方面的責任，這可能對我們的業務、聲譽及流動性產生重大不利影響。

我們面臨有關投資理財產品的風險。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產餘額分別為人民幣4,258.9百萬元、人民幣1,890.6百萬元、人民幣5,274.4百萬元及人民幣4,579.2百萬元，主要為金融機構發行的理財產品。當我們認為我們有充足的現金且潛在投資回報合理時，我們計劃繼續投資上述和其他理財產品。我們已制定若干內部控制程序，以降低與這些投資有關的風險。但是，我們無法向閣下保證這些程序將是有效和充分的。我們無法向閣下保證，我們將來不會在這些投資方面遭受損失，也無法保證此類損失或其他潛在負面影響不會對我們的業務及財務狀況造成重大不利影響。

我們於過去錄得流動負債淨額。

截至2024年12月31日及2025年6月30日，我們的流動負債淨額分別為人民幣2,139.4百萬元及人民幣1,424.0百萬元。詳細情況參見「財務資料 — 合併財務狀況表的若干主要項目討論」。我們無法向閣下保證日後我們不會錄得流動負債淨額。流動負債淨額狀況會令我們面臨流動性風險。我們日後的流動性、資本開支、支付應付賬款及其他應付款及償還債務融資將主要取決於我們自經營活動產生充足現金流量的能力。倘我們自經營活動產生的現金流量短缺，則我們的流動性狀況或會受到重大不利影響，進而可能影響我們執行業務戰略的能力，並限制我們的業務運營。在此情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們可能會因依賴於銷售有限數量的飲料產品而面臨風險。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的能量飲料所得收入分別為人民幣82億元、人民幣104億元、人民幣133億元及人民幣84億元，分別佔各期間總收入的96.6%、91.9%、84.0%及77.9%。儘管我們選擇性地將產品組合擴展到能量飲料以外的其他品類，且能量飲料收入所佔比例已逐步下降，但能量飲料(尤其是「東鵬特飲」)預計於可見未來仍將對我們的收入作出重大貢獻。因此，我們的業務表現與前景仍然主要依賴於能量飲料持續的市場認可、品牌實力及競爭地位。發生任何對我們能量飲料的銷售、聲譽或盈利能力造成不利影響的事件，均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們於業績記錄期獲得政府補助及稅收優惠待遇。任何政府補助的大幅減少、稅收優惠待遇的終止或相關政策的變化都可能對我們的財務表現及經營業績產生不利影響。

我們的政府補助包括自中國地方政府獲得的補貼。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們確認政府補助分別為人民幣54.3百萬元、人民幣62.7百萬元、人民幣49.5百萬元及人民幣39.5百萬元。我們無法向閣下保證我們將繼續符合收取有關政府補助的資格或有關補助金額未來將不會減少。我們能否繼續享受政府補助取決於國家或地方政策的變動，並可能因任何多項原因(包括我們無法控制的因素)導致這些政策的終止或修訂而受到影響。未來該等政府補助的任何減少或終止都可能對我們的財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。

與此同時，於業績記錄期，我們的部分子公司根據相關稅收規定享有所得稅優惠稅率。例如，於業績記錄期，本集團若干實體因符合高新技術企業資格或被認定為參與特定優惠待遇計劃的鼓勵類企業而享有15%的企業所得稅優惠稅率。詳細情況參見本文件附錄一會計師報告附註9。中國政府部門授予我們的稅收優惠待遇及其他獎勵須經審批及更新，且未來可能會調整或撤銷。我們無法向閣下保證我們中國子公司目前

風險因素

享有的稅收優惠待遇及其他獎勵將會持續有效或可成功重續，也不保證地方稅務部門未來不會改變立場並終止我們目前的稅收待遇。目前的稅收待遇終止可能會大幅增加我們的稅務責任，對我們的利潤造成不利影響。

我們在研發方面的開發與投資未必會產生預期成果。

我們一直致力於開發新產品。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的研發費用分別為人民幣43.8百萬元、人民幣54.4百萬元、人民幣62.7百萬元及人民幣32.9百萬元。未來我們的研發活動未必會取得成功，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。若無法產生預期成果，則可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

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和其他擁有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。詳細情況參見「董事及高級管理人員」。任何關鍵人員的離職都可能會對我們維持及發展業務的能力有不利影響。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都可能對我們的業務產生不利影響。

我們的員工、客戶或其他第三方的任何欺詐、賄賂或其他不當行為都可能使我們蒙受財務損失和聲譽損失。

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，這可能使我們蒙受財務損失及遭受政府部門處罰。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有關情況。我們的風險管理體系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。

風險因素

如果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，我們甚至會因這些不當行為而面臨訴訟和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。

我們可能無法充分保護我們的知識產權，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。

我們業務的成功部分取決於我們能夠持續使用我們的品牌、品牌名稱及商標的能力，藉以提高品牌知名度及進一步開發我們的產品。未經授權抄襲我們的商標可能會削弱我們品牌的價值和市場認可度、競爭優勢或商譽。

監督及防止未經授權使用我們的知識產權存在困難。我們所採取的保護我們的品牌、品牌名稱、商標及其他知識產權的措施未必足以防止第三方的未經授權使用行為。如果我們無法充分保護我們的品牌、品牌名稱、商標及其他知識產權，我們可能會失去該等權利，繼而我們的業務或會遭受重大損失。

我們還可能面臨與第三方知識產權相關的侵權、無效或賠償的申索。無論其是否有理據，該等第三方的索賠可能耗時、抗辯成本高、分散管理層注意力及資源，或需要我們訂立許可協議，而有關協議可能無法按商業合理條款訂立。

我們可能面臨產品侵權的風險。

我們可能面臨產品侵權的風險。我們無法向閣下保證市場上不會出現假冒或偽造我們產品、商標或品牌的行為。仿冒者可能會非法製造和銷售冒用我們品牌的軟飲產品。此類假冒或偽造產品通常難以及時發現或取締。此類事件的發生可能會對我們的聲譽和品牌造成影響。我們的聲譽和品牌對我們的盈利能力和競爭力至關重要，任何因產品侵權造成的聲譽或品牌受損都可能對我們的盈利能力和競爭力產生不利影響。

我們可能會面臨訴訟和其他法律程序，且可能並不總是能成功地針對此類索賠或訴訟進行抗辯。

由於我們的業務性質，我們面臨潛在責任、法律索賠費用及受損的可能性。近年來，中國政府、媒體和其他相關組織越來越關注消費者保護。詳細情況參見「監管概覽—與產品質量及產品責任有關法規」。銷售不合格飲料可能使我們承擔與消費者保護法相關

風險因素

的責任。即使食品污染並非由銷售商造成，銷售商通常也有責任賠償消費者損失。因此，如果我們的供應商、經銷夥伴或其他業務夥伴未能遵守適用的食品安全相關規章制度，我們也可能承擔責任。雖然之後我們可以要求責任人賠償，但我們的聲譽仍可能受到不利影響。此外，我們的董事、管理層、經銷夥伴和員工可能會不時受到訴訟、監管調查、訴訟程序的影響，或在其他方面面臨與食品安全、商業、勞工、僱傭、反壟斷或證券事務有關的潛在責任並須承擔費用，這可能會對我們的聲譽及經營業績產生不利影響。

在我們成為聯交所**[編纂]**公司後，我們可能會面臨其他索賠和訴訟風險。無論是否有理據，該等索賠都可能會分散管理層在業務上的時間及注意力，導致調查及抗辯產生巨額費用。在某些情況下，如果我們不能成功地對該等索賠進行抗辯，我們可能會選擇或被迫支付大額損害賠償金，這可能會損害我們的業務、財務狀況及經營業績。

我們面臨與第三方付款安排有關的多種風險。

於業績記錄期，我們的若干客戶通過第三方（而這些第三方並非相應銷售和採購協議下的合同對手方，亦非就付款義務承擔無限個人責任的相關方）賬戶向我們結算付款（「安排」）。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，根據安排支付的總金額分別為人民幣365.0百萬元、人民幣600.4百萬元、人民幣1,033.9百萬元及人民幣125.3百萬元，分別佔從所有客戶收取的付款總額約3.6%、4.2%、4.9%及1.1%。截至2025年3月6日，本集團已終止所有安排。

於業績記錄期，我們面臨與安排有關的多種風險，如(i)第三方付款人可能要求退還資金，因為第三方付款人按合同並不對我們負有債務，以及第三方付款人的債權人可能提出索賠，及(ii)由於我們對第三方付款人的資金來源和使用情況了解有限而產生的潛在風險。如果第三方付款人或其債權人提出任何索賠，或對我們提起法律訴訟（無論

風險因素

民事訴訟或是刑事訴訟)，要求我們退還相關款項，或聲稱我們違反或不遵守法律法規，我們可能需要分配其他財務及管理資源對這些索賠及法律訴訟進行抗辯，並可能被迫遵守法院判決及退還我們銷售產品及提供服務的款項。詳細情況參見「業務 — 客戶 — 第三方付款安排」。

勞工市場的發展、勞工成本上漲或任何潛在勞務糾紛都可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

我們的業務需要大量人力。如果我們未能留存忠於崗位、盡職盡責的員工，我們的業務經營可能會受到干擾。雖然迄今為止我們尚未經歷勞工短缺的情況，但我們已觀察到勞工市場總體趨緊，競爭日益激烈。由於工資、社會福利、員工人數增加，我們已經並預計會繼續面臨勞工成本的增加。我們與本行業的其他公司及勞動密集型行業競爭勞動力，我們可能無法提供與他們相比具競爭力的薪酬和福利。如果我們不能管理及控制我們的勞工成本，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們可能面臨與勞動關係、勞動糾紛、勞動力短缺及勞動力成本上升有關的風險。

我們的成功取決於我們招聘、培訓、留存及激勵員工的能力。與員工的任何勞動關係惡化均可能會導致勞動糾紛，從而影響我們的生產與運營，對我們的業務及財務業績產生不利影響。儘管我們努力提供安全的工作環境以避免工傷，但仍可能面臨與工作場所安全或員工工傷有關的責任索賠、負面宣傳以及政府調查。此類事件可能導致我們與員工的勞動關係惡化，並損害我們的聲譽。此外，隨著經濟增長，我們員工的平均工資預計也會上漲。勞動力成本的任何大幅增長均可能對我們的盈利能力、業務和財務業績產生不利影響。

於中國運營的公司必須參加政府規定的各項職工福利計劃，包括若干社會保險及住房公積金。由於中國各地經濟發展水平不同，職工福利計劃的要求和實施也不盡相同。未按當地主管部門要求足額繳納款項的僱主可能會被徵收滯納金、罰款及／或其他處罰。於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並未收到相關監管部門就中國社會保險

風險因素

及住房公積金事宜施加的任何重大行政處罰。我們無法保證不會有任何新的法律法規，或對現有及新法律法規的更嚴格闡釋與執行不會導致額外的職工福利計劃成本，進而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們若干自有和租賃物業的合法權利可能會受到質疑。

我們若干租賃物業的租賃權益可能存在缺陷。例如，若干出租人未能提供我們所租賃物業的有效所有權證，因此我們無法確保他們有權或經授權將該等物業出租給我們。我們對存在產權瑕疵的租賃物業的使用可能會受到第三方對租賃的索賠或質疑的影響。此外，相關租賃協議可能會被視為無效，我們可能會被要求遷出相關物業。我們的若干租賃協議尚未向中國相關土地及房產管理局登記及備案。據中國法律顧問所告知，未能辦理租賃協議的登記及備案不會影響相關租賃的有效性或導致我們被要求遷出所租賃的物業。倘我們因未辦理租賃備案手續而遭相關政府部門責令我們於指定時間內作出糾正，而我們於限期內糾正，我們亦不會被罰款。

此外，就我們的一項自有物業而言，我們尚未根據中國法律取得相關物業所有產權證。儘管我們自相關政府機構取得確認函，確認土地乃規劃作工業用途及我們的使用乃符合城市規劃規定，但我們將來可能無法獲取任何產權證可表明我們產權為有效。倘該等物業的拆除為無可避免，我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

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費用，這可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

風險因素

我們的財務及經營表現可能受到疫情、惡劣天氣狀況、自然災害及其他災難的不利影響。

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症(SARS)、中東呼吸系統綜合症冠狀病毒(MERS-CoV)、COVID-19)或其他事件(如惡劣天氣狀況、自然災害及其他災難)有關的風險。上述任何事件的發生都可能損害全球或部分地區的經濟情況，影響軟飲行業及我們的運營，對我們的業務、經營業績及財務狀況帶來不利後果。

與我們經營所在國家和地區開展業務有關的風險

我們經營所在國家和地區經濟、政治和社會狀況或軟飲行業的變動可能會對我們的業務和經營產生影響。

我們的總部位於中國深圳市且我們絕大部分業務在中國進行。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到中國經濟、政治和社會狀況的影響。軟飲市場整體受宏觀經濟因素影響，包括經濟狀況的變動、消費者需求及可自由支配開支。中國政府已實施多項措施鼓勵及指導經濟增長及資源分配，部分措施可能使我們面臨不確定性因素。

我們須遵守中國稅收法律法規。

我們就是否已按照中國稅法稅規履行稅務責任定期接受中國稅務機關審查。儘管我們相信我們過去已在所有重大方面按中國稅收相關法律法規的要求行事，並建立有效規管會計賬目的內部控制措施，但我們無法向閣下保證未來中國稅務機關的審查不會導致可能對我們的業務、財務狀況和經營業績以及聲譽造成不利影響的罰款、其他處罰或行動。

我們H股的持有人可能須履行中國所得稅義務。

根據《個人所得稅法》及其實施細則，向並非中國居民的外國個人投資者派付的源自中國境內的股息一般須按20%的稅率繳納中國預扣稅，而該等投資者因轉讓股份所變

風險因素

現的源自中國的收益一般須繳納20%的中國所得稅，以上情況均可享有適用稅收協定及中國法律所載的任何減免或豁免。根據國家稅務總局於2011年6月28日頒佈的《關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》(國稅函[2011]348號)，支付予非中國居民個人H股持有人的股息，通常須按預扣稅率10%繳納中國個人所得稅，視乎中國與非中國居民個人H股持有人居住司法管轄區的任何適用稅務協定以及中國內地與香港的稅務安排而定。若非中國居民個人持有人居住的司法管轄區並無與中國訂立稅務協定，則須就從我們收取的股息按20%的稅率繳納預扣稅。然而，根據財政部與國家稅務總局於1998年3月30日頒佈的《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》，個人轉讓上市企業股份所得收益可免徵收個人所得稅。此外，於2009年12月31日，財政部、國家稅務總局及中國證監會共同頒佈《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的通知》(財稅[2009]167號)，其中規定，個人通過證券交易所轉讓上市股份所得收入，繼續免徵個人所得稅，《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的補充通知》(財稅[2010]70號)所指相關限售股除外。截至最後實際可行日期，上述條文並無明文規定將向非中國居民個人就出售境外證券交易所上市中國居民企業股份徵收個人所得稅。據我們所知，中國稅務機關實際上未曾要求向非中國居民個人就轉讓境外證券交易所上市中國居民企業股份徵收個人所得稅。然而，概不保證未來進一步實施的法律、法規或慣例是否會導致對非中國居民個人就出售H股徵收所得稅。

根據《企業所得稅法》及其實施條例，非中國居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖在中國設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，須就我們所派股息及該等境外企業於出售或以其他方式處置H股所變現的收益按10%稅率繳納企業所得稅。根據國家稅務總局於2008年11月6日頒佈的《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》(國稅函[2008]897號)，向H股非中國居民企業持有人派發股息時，統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅，我們擬就派付予H股非中國居民企業持有人(包括香港結算代理人)的股息按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。根據適用所得稅協定或安排可按較低稅率納稅的非中國居民企業，

風險因素

將須向中國稅務機關提出申請退回已扣稅款超逾按適用協定稅率計算稅款的差額，該退稅須經中國稅務機關批准。儘管有上述安排，主管稅務機關對適用中國稅務法律法規的解釋和實施需根據屆時有效的法律法規確定，若日後徵收新稅項，這或會對閣下於我們H股的[編纂]價值造成不利影響。

如果對轉讓H股所得收益或支付予非中國居民投資者的股息徵收中國所得稅，閣下於H股[編纂]的價值可能受到影響。再者，即使股東居住的司法管轄區與中國訂立稅務協定或安排，股東亦未必符合資格享有這些稅務協定或安排的優惠。

我們須遵守外匯監管制度。

在中國，人民幣換算須遵守適用法律和法規。根據中國現行外匯管理制度，我們進行經常項目下的外匯交易(包括派付股息)毋須事先取得國家外匯管理局批准，但我們須提交有關交易的文件憑證並於中國境內持有經營外匯業務牌照的指定外匯銀行進行有關交易。

根據現行外匯法規，於完成[編纂]後，在遵守若干程序規定的情況下，我們可以外幣派付股息，而毋須事先取得國家外匯管理局批准。然而，我們無法保證有關以外幣派付股息的外匯政策日後仍會持續。此外，外匯不足或會制約我們獲取足夠外匯以向股東派付股息或滿足任何其他外匯需求或為我們的資本開支計劃提供資金的能力，乃至我們的業務、經營業績及財務狀況都可能受到影響。

風險因素

人民幣及其他貨幣價值波動可能會對 閣下的[編纂]產生不利影響。

於業績記錄期，我們的絕大部分收入及開支均以人民幣計價，而[編纂][編纂]淨額將以港元計價。就[編纂][編纂]而言，人民幣兌港元匯率波動可能會影響人民幣的相對購買力。匯率波動還可能使我們產生匯兌損失並影響我們中國子公司所派發任何股息的相對價值。此外，人民幣兌港元或美元升值或貶值可能會影響我們以港元或美元計算的財務業績，但不會導致我們的業務或經營業績發生任何根本變化。

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。

我們是一家根據中國法律註冊成立的公司，且我們的大部分資產及子公司均位於中國。我們大部分董事及高級管理人員居住於中國。該等董事及高級管理人員的資產亦可能位於中國。因此，可能無法在中國境外向我們大部分董事及高級管理人員送達法律程序文件。

儘管我們的H股在聯交所[編纂]後，我們將須遵守《上市規則》及香港《公司收購、合併及股份回購守則》，但出現違反《上市規則》的情況時，H股持有人不能就此提出訴訟，而必須依賴聯交所執行其規則。《上市規則》及香港《公司收購、合併及股份回購守則》在香港不具有法律效力。

我們須遵守中國政府機關頒佈的與境外發行證券和上市有關的新法律和法規的額外監管要求。

2023年2月17日，中國證監會頒佈《境外上市試行辦法》及五項配套指引（統稱「境外上市規定」），自2023年3月31日起生效。境外上市規定適用於(i)在中國註冊成立的公司及(ii)在境外註冊成立並在中國有實質業務的公司的發行人進行的境外證券發行和上市。境外上市規定規定了直接和間接境外發售的監管備案安排，並明確了境外市場間接境

風險因素

外發售的認定標準。詳細情況參見「監管概覽 — 境外上市相關法規」。境外上市規定或未來頒佈的任何相關規則或條例可能會使我們或我們的籌資活動在未來面臨更多合規要求。如果我們不能完全遵守新的監管要求，可能會嚴重限制或完全阻礙我們未來的籌資活動。

與[編纂]有關的風險

我們的A股在上海證券交易所上市，而A股與H股市場的特點可能不同。

我們的A股在上海證券交易所上市。[編纂]後，A股將繼續於上海證券交易所買賣，而H股將於聯交所[編纂]。根據現行中國法律及法規，未經相關監管機關批准，H股與A股不得互相轉換或取代，H股與A股市場不能互相交易或結算。由於交易特點不同，H股與A股市場的成交量、流通量、投資者群體以及散戶及機構投資者參與程度均不盡相同。因此，H股與A股的成交表現未必可比較。儘管如此，A股價格波動可能對H股[編纂]造成不利影響，反之亦然。再者，由於H股與A股市場特點不同，A股的過往價格未必能反映H股表現。因此，閣下評估H股的[編纂]決定時，不應過分依賴A股的過往交易紀錄。

我們將同時遵守中國內地和香港的上市和監管規定。

由於我們在上海證券交易所上市，並將在聯交所[編纂]，除非相關監管機構另行同意，否則我們須遵守兩個司法管轄區的《上市規則》(如適用)及其他監管制度。因此，我們在遵守這兩個司法管轄區的規定時可能會產生額外的成本和資源。

我們的H股之前沒有公開市場，且H股可能不會形成或維持活躍的[編纂]市場。

於[編纂]前，我們的H股沒有公開市場。我們無法向閣下保證[編纂]完成後我們的H股會形成並維持一個具充足流動性的公開市場。向公眾人士提供的H股初始[編纂]將經磋商後確定，而[編纂]可能與[編纂]後的H股市價存在重大差異。

風險因素

我們已向聯交所申請批准H股(包括因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何H股)[編纂]及[編纂]。然而，在聯交所[編纂]並不保證H股會形成活躍且具流動性的交易市場，即使形成這樣的交易市場，也不保證其將能在[編纂]後得以維持，或H股市價在[編纂]後不會下跌。如果我們的H股在[編纂]完成後不能形成活躍的公開市場，則H股的市價和流動性可能會受到重大不利影響。

我們H股的價格和[編纂]量可能會波動，這可能會給[編纂]帶來巨大損失。

我們H股的價格和[編纂]量可能會因我們無法控制的各種因素而大幅波動，包括香港和全球其他地方證券市場的總體情況。聯交所及其他證券市場不時經歷與任何特定公司的經營表現無關的重大價格和[編纂]量波動。從事類似業務的其他公司的業務和表現以及股份市價也可能影響我們H股的價格和[編纂]量。除市場和行業因素外，我們H股的價格和[編纂]量也可能因特定業務原因而劇烈波動，例如我們的收入、盈利、現金流量、投資、支出、監管動態、與供應商的關係、關鍵人員的動向或活動或競爭對手採取的行動等方面的波動。此外，在聯交所上市並在中國擁有大量業務和資產的其他公司的股份在過去也經歷過價格波動，因此我們的H股可能會出現與我們的表現沒有直接關係的價格變動。

我們的過往股息不可作為未來股息政策的指標，且無法保證我們將於未來宣派及分派股息。

我們過去曾宣派股息。然而，我們不能保證未來也將會宣派股息。根據適用中國法律，股息的支付可能有一定的限制條件，我們根據適用會計準則計算的利潤在某些方面與根據《國際財務報告準則》計算的不同。任何未來股息的宣派、派付和金額將取決於我們的盈利和財務狀況、經營需求、資金需求、適用法律和法規及董事可能視為相關的任何其他條件，並須經股東批准。任何股息宣派、派付和金額都須遵守我們的章

風險因素

程和適用中國法律法規，且須在股東大會上獲得批准。除可合法分派的利潤和儲備外，不得宣派或派付任何股息。詳細情況參見「財務資料 — 股息」。無法保證未來任何年份將宣派或分派任何金額的股息。我們的過往股息不應被視為我們未來股息政策的指標。

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

[編纂]的[編纂]高於緊接[編纂]前的每股H股有形資產淨值。因此，[編纂]中的[編纂]買家將面臨[編纂]合併有形資產淨值的即時稀釋。為擴大我們的業務，我們可能考慮於日後發售及發行額外股份。如果我們日後以低於當時每股H股有形資產淨值的價格發行額外股份，[編纂]買家或面臨其H股的每股H股有形資產淨值被稀釋。此外，我們可能會根據任何現有或未來的股權激勵計劃發行股份，這將進一步稀釋股東在本公司的權益。

未來在公開市場上大量出售或視作大量出售H股，可能會對H股價格以及日後我們籌集額外資金的能力造成重大不利影響。

H股或與H股相關的其他證券日後在公開市場的大量出售，或新股份或其他證券發行，或預期發生上述出售或發行事宜，均可能導致H股市價下跌。日後出現我們證券的大量出售或預期大量出售(包括任何未來發售)亦會對我們在指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，如果我們於未來發行更多證券，我們股東的股權可能會被稀釋。我們所發行的新股份或股份掛鈎的證券也可能具有較H股所賦予的權利更為優先的權利和特權。

風險因素

我們的控股股東能夠對我們施加重大影響。控股股東的利益可能與其他股東的利益不一致。

緊隨[編纂]完成後(未計及因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何股份)，控股股東將控制我們的股東大會表決權約[編纂]%。控股股東將通過其在股東大會上的表決權及在董事會上的代表，對我們的業務及事務施加重要影響，包括有關合併或其他業務合併、資產收購或處置、額外股份或其他股本證券的發行、股息支付的時間及金額以及我們的管理層的決定。控股股東可能不會以少數股東的最佳利益行事。此外，未經控股股東批准，我們可能會被阻止訂立可能對我們有利的交易。該擁有權集中現象亦可能會阻礙、延遲或阻止本公司的控制權變更，從而可能會剝奪我們股東獲得股份溢價的機會(作為本公司出售的一部分)，並可能使我們的H股[編纂]大幅下降。

本文件所載的若干事實、預測和其他統計數據摘錄自不同公開可得官方來源及獨立第三方來源(包括行業專家報告)。

本文件(尤其是「行業概覽」章節)包含與物流行業有關的資料及統計數據以及其他經濟數據。這些資料及統計數據取自我們委託或公開可得的第三方報告以及其他公開可得來源。我們認為這些資料來源適當，且我們在摘錄及複製這些資料時已採取合理謹慎態度。然而，我們、任何聯席保薦人、[編纂]、任何各自的董事及顧問或參與[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。該等資料的收集方法可能無效，或發佈的資料與市場慣例間可能存在差異，這可能會導致統計數據不準確或不可與其他經濟組織編製的統計數據進行比較。因此，閣下不應過度依賴該等資料。

風險因素

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，並使用前瞻性詞匯，如「預期」、「相信」、「可能」、「日後」、「有意」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「預期」、「或會」、「應當」、「應該」、「可」或「將」及類似表述。閣下應注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不確定因素，任何或全部該等假設或會被證實為不準確，因此根據這些假設的前瞻性陳述也可能不準確。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。

閣下不應依賴我們在上海證券交易所發佈的與我們的A股上市有關的任何資料。

由於我們的A股在上海證券交易所上市，我們須遵守中國有關定期報告及其他資料披露規定。因此，我們會不時在上海證券交易所或中國證監會指定的其他媒體發佈與我們有關的資料。然而，我們有關A股的資料根據中國證券監管機構的監管規定及市場慣例公佈，而該等規定及市場慣例與H股所適用者有所不同。該等資料並非且不會構成本文件的一部分。因此，H股的有意[編纂]請注意，在作出是否購買我們的H股的[編纂]決定時，應僅依賴本文件所載的財務、經營及其他資料。閣下申請在[編纂]中購買我們的H股，即視為同意不會依賴並非載於本文件及我們在香港就[編纂]發佈的任何正式公告內的任何資料。

風險因素

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

本文件發佈前已有，且在本文件日期後但於[編纂]完成前可能有關於我們和[編纂]的新聞稿和媒體報導。我們並無授權在新聞稿或媒體中披露有關[編纂]的任何資料。我們對新聞稿或其他媒體報道的任何資料的準確性或完整性以及新聞稿或其他媒體對於我們H股、[編纂]或我們的任何預測、觀點或意見的公平性或適當性不承擔任何責任。我們並無就任何有關我們的預測、估值或其他前瞻性資料的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。如果該等陳述與本文件所載資料不一致或有衝突，我們對此不承擔任何責任。 閣下作出有關我們H股的[編纂]決定時應僅依賴本文件、[編纂]及我們於香港發佈的任何正式公告內所載的資料。 閣下申請在[編纂]中[編纂]我們的H股，即視為同意不會依賴並非載於本文件及我們在香港就[編纂]發佈的任何正式公告內的任何資料。

豁 免

管理人員留駐香港

根據《上市規則》第8.12條，我們必須有足夠的管理人員留駐香港，即一般至少須有兩名執行董事常駐香港。根據《上市規則》第19A.15條，經考慮(其中包括)與聯交所保持定期溝通的安排，第8.12條的規定或可獲豁免。

由於本集團的大部分業務營運在香港境外管理及進行，且所有執行董事通常居於香港境外，本公司認為，通過重新安排我們現有執行董事或委任額外的執行董事的方式以安排兩名執行董事常駐香港，對本公司而言，在實際操作上存在困難，且在商業上不合理且不可取。因此，本公司不打算於可見將來為符合《上市規則》第8.12條的規定而安排足夠的管理人員留駐香港。

因此，根據《上市規則》第19A.15條，我們已向聯交所申請且聯交所[已批准]豁免我們嚴格遵守《上市規則》第8.12及19A.15條，但須符合以下條件。我們將通過以下安排確保我們與聯交所之間保持有效的溝通渠道：

- (a) **授權代表：**我們已根據《上市規則》第3.05條委任林木勤先生及張磊先生(「張先生」)為授權代表(「**授權代表**」)。授權代表將作為我們與聯交所的主要溝通渠道，可隨時通過電話及電子郵件聯絡，及時處理聯交所的查詢。因此，授權代表將可於合理時間內與聯交所相關人員會面討論有關本公司的任何事項。我們也會就授權代表的任何變動及時通知聯交所。有關我們授權代表的詳細情況，參見本文件「董事及高級管理人員」；
- (b) **董事：**在聯交所有意就任何事宜聯絡董事會成員時，各授權代表都有隨時迅速聯絡所有董事會成員(包括獨立非執行董事)的方式。若任何董事預期將會外遊或因其他原因不在辦公室，他／她將會向授權代表提供其可聯絡的電話號碼。根據《上市規則》第3.20條，各董事應向聯交所提供其電話號碼、手機號

豁 免

碼、電郵地址(如有)、住址及聯絡地址。就我們所知及所悉，不常駐香港的每名董事都持有或可申請訪港的有效旅行證件，能夠在合理時間內應聯交所要求與聯交所會面；

- (c) **合規顧問：**我們已根據《上市規則》第3A.19及19A.05條，於[編纂]時委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問(「合規顧問」)，任期自[編纂]起至我們符合《上市規則》第13.46條就[編纂]起計首個完整財政年度的財務業績的發佈日止。合規顧問可隨時聯絡我們的授權代表、董事及其他高級管理人員，也可作為與聯交所的額外溝通渠道，答覆聯交所的查詢。合規顧問的聯絡詳情已提供給聯交所。我們也會就合規顧問的任何變動及時通知聯交所；及
- (d) **香港法律顧問：**我們將委任一名香港法律顧問，就[編纂]後的持續合規要求、《上市規則》及香港其他適用法律法規的任何修訂或補充及因其而產生的其他問題向我們提供意見。

委任聯席公司秘書

根據《上市規則》第8.17條，我們必須委任一名符合《上市規則》第3.28條規定的公司秘書。根據《上市規則》第3.28條，我們必須委任一名個人為公司秘書，而他／她必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。

根據《上市規則》第3.28條附註1，聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：

- (a) 香港公司治理公會會員；
- (b) 香港法例第159章《法律執業者條例》所界定的律師或大律師；或

豁 免

(c) 香港法例第50章《專業會計師條例》所界定的執業會計師。

另外，根據《上市規則》第3.28條附註2，聯交所在評估「有關經驗」時會考慮該名個人：

- (a) 任職於發行人及其他發行人的年期及其所擔當的角色；
- (b) 對《上市規則》以及其他相關法例及法規（包括《證券及期貨條例》、《公司條例》、《公司（清盤及雜項條文）條例》及《收購守則》）的熟悉程度；
- (c) 除《上市規則》第3.29條的最低要求外，是否曾經及／或將會參加相關培訓；及
- (d) 於其他司法管轄區的專業資格。

我們已委任張先生擔任聯席公司秘書。由於他在投資、企業融資及企業管治方面擁有豐富經驗，但目前並無持有《上市規則》第3.28及8.17條所規定的資格，故我們已委任方圓企業服務集團（香港）有限公司的練少娥女士（「練女士」）向張先生提供協助。練女士是香港公司治理公會會員，因此符合《上市規則》第3.28條附註1的資格規定，並符合《上市規則》第8.17條。

張先生與練女士將共同履行公司秘書的職責及責任。練女士將協助張先生取得《上市規則》第3.28及8.17條規定的有關經驗。張先生也將(1)於自[編纂]起計首個完整財政年度獲得合規顧問的協助，尤其是有關香港企業管治常規及合規事宜；及(2)就有關本公司持續遵守《上市規則》及適用香港法律法規的事宜獲得本公司香港法律顧問的協助。另外，張先生將努力參加相關培訓，熟悉《上市規則》及聯交所上市發行人公司秘書的職責。

我們已向聯交所申請，且聯交所[已批准]豁免我們嚴格遵守《上市規則》第3.28及8.17條的規定，因此張先生可獲委任為本公司聯席公司秘書。

豁 免

根據指南第3.10章，豁免適用於指定期間（「豁免期」），並附帶以下條件：(1)擬委任的公司秘書在豁免期須獲得持有第3.28條所規定的資格或經驗且獲委任為聯席公司秘書的人士協助；及(2)若發行人嚴重違反《上市規則》，有關豁免可予撤銷。豁免於初始的三年期間內有效，條件是練女士將與張先生密切合作並協助張先生履行其作為公司秘書的職責，並使其獲得《上市規則》第3.28條所規定的有關經驗並熟悉《上市規則》及其他適用的香港法律法規的規定。如果練女士於[編纂]後三年內不再向張先生提供協助，則有關豁免將立即被撤銷。

本公司將進一步確保張先生可獲得相關培訓及支持，以增進其對《上市規則》及聯交所上市發行人公司秘書職責的理解，並接收有關適用香港法律法規及《上市規則》的最新變動的最新資料。於三年期間結束前，本公司將向聯交所說明並尋求聯交所確認，張先生於三年期間受益於練女士的協助後，並已取得《上市規則》第3.28條附註2項下的有關經驗，能夠履行公司秘書的職責，因而將不再需要進一步的豁免。

有關張先生及練女士的資格的詳細情況，參見本文件「董事及高級管理人員」。

持續關連交易

如本文件「關連交易」一節所述，我們已訂立並預期將繼續進行若干將於[編纂]後根據《上市規則》構成本公司獲部分豁免持續關連交易的交易。董事認為，嚴格遵守《上市規則》項下的適用規定並不切實可行，並會給本公司帶來過重負擔及造成不必要的行政成本。因此，我們已就有關獲部分豁免持續關連交易向聯交所申請，且聯交所[已批准]豁免我們在[編纂]後嚴格遵守《上市規則》第十四A章項下的適用規定。詳細情況參見本文件「關連交易」。

豁 免

[編纂]

豁 免

[編纂]

豁 免

[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]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

執行董事

姓名	地址	國籍
林木勤先生	中國 廣東省 深圳市 羅湖區 寶安南路3042號 9棟1單元302室	中國
林木港先生	中國 廣東省 深圳市 羅湖區 布心路 布心花園二區 9棟101室	中國
盧義富先生	中國 廣東省 深圳市 南山區 西麗街道 萬科雲城三期 6棟505室	中國
蔣薇薇女士	中國 廣東省 深圳市 南山區蛇口 南海玫瑰花園三期 2號樓4a室	中國

董事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
張磊先生	中國 廣東省 深圳市 福田區 福田街道 福華三路11號 9棟8C室	中國

林戴吉先生	中國 廣東省 深圳市 福田區 安託山三路8號 海德園B區 1棟B座2301室	中國

獨立非執行董事

姓名	地址	國籍
趙亞利女士	中國 北京市 朝陽區 東三環南路54號 1樓2508室	中國

游曉女士	中國 廣東省 深圳市 南山區 前海路 星海名城一期二組團 5棟5A室	中國

董事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
李洪斌先生	中國 廣東省 廣州市 海珠區 新港西路135號 中山大學南校園 蒲園區 634棟之二1306號	中國
戴國良先生	香港 春坎角 靜修里21號	中國香港

董事的詳細情況參見「董事及高級管理人員」。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

聯席保薦人

華泰金融控股(香港)有限公司

香港

中環

皇后大道中99號

中環中心62樓

摩根士丹利亞洲有限公司

香港

九龍

柯士甸道西1號

環球貿易廣場46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

(按英文字母順序排列)

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港及美國法律：
史密夫斐爾律師事務所
香港
中環皇后大道中15號
告羅士打大廈23樓

有關中國法律：
德恒律師事務所
中國
北京市
金融大街19號
富凱大廈
B座12層

聯席保薦人及[編纂]的法律顧問

有關香港法律：
嘉源律師事務所
香港
中環
康樂廣場8號
交易廣場一期
35樓3502-03室

有關香港及美國法律：
美邁斯律師事務所
香港
中環干諾道中1號
友邦金融中心31樓

董事及參與[編纂]的各方

有關中國法律：

嘉源律師事務所

中國

廣東省

深圳市福田區

鵬程一路

廣電金融中心45層

申報會計師及審計師

德勤•關黃陳方會計師行

執業會計師及註冊公眾利益實體核數師

香港

金鐘道88號

太古廣場一座35樓

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司

上海分公司

中國

上海市

南京西路1717號

會德豐國際廣場

2504室

郵政編碼：200040

合規顧問

新百利融資有限公司

香港

中環

皇后大道中29號

華人行20樓

[編纂]

公司資料

註冊辦事處

中國
廣東省
深圳市
南山區
桃源街道
珠光北路142號
眾冠紅花嶺工業西區
3棟1樓

中國總部

中國
廣東省
深圳市
南山區
桃源街道
珠光北路142號
明亮科技園88號
3棟1樓

香港主要營業地點

[香港
灣仔
皇后大道東248號
大新金融中心40樓]

公司網站

www.szeastroc.com
(此網站所載的資料並不構成本文件的一部分)

聯席公司秘書

張磊先生
中國
廣東省
深圳市
南山區
桃源街道
珠光北路142號
眾冠紅花嶺工業西區
3棟1至3樓

公司資料

練少娥女士

(香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員)

香港

灣仔

皇后大道東248號

大新金融中心40樓

授權代表

林木勤先生

中國

廣東省

深圳市

南山區

桃源街道

珠光北路142號

眾冠紅花嶺工業西區

3棟1至3樓

張磊先生

中國

廣東省

深圳市

南山區

桃源街道

珠光北路142號

眾冠紅花嶺工業西區

3棟1至3樓

審計委員會

戴國良先生(主席)

李洪斌先生

趙亞利女士

提名委員會

游曉女士(主席)

林木勤先生

趙亞利女士

公司資料

薪酬與考核委員會

游曉女士(主席)
林木勤先生
李洪斌先生

戰略與可持續發展委員會

林木勤先生(主席)
林木港先生
盧義富先生
蔣薇薇女士
趙亞利女士

[編纂]

主要往來銀行

中國銀行深圳桃園路支行
中國
廣東省
深圳市
南山區
田廈金牛廣場B座
一層

招商銀行深圳中央商務支行
中國
廣東省
深圳市
福田區
福華一路88號
中心商務大廈
1層

公 司 資 料

中國建設銀行深圳東門支行

中國

廣東省

深圳市

羅湖區

人民北路與立新路交匯處

白馬商業樓

1層

行業概覽

除另有指明外，本節所載資料來自多份政府官方刊物及普遍被視為可靠的其他刊物以及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。然而，來自政府官方來源的資料及統計數據並未經我們或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且亦不對其準確性作出任何聲明。本節所載資料及統計數據未必與中國境內外編撰的其他資料及統計數據一致。因此，閣下不應過分依賴該等資料。

資料來源及可靠性

我們委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文，就中國軟飲行業、功能飲料行業及能量飲料行業進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告在本文件中稱為弗若斯特沙利文報告。我們就委託弗若斯特沙利文編製報告支付的總費用為人民幣520,000元，我們認為此金額反映此類報告的市場費率。弗若斯特沙利文為一家全球諮詢公司，於1961年在紐約創立，在全球設有超過45個辦事處，行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟學者共3,000多名。

弗若斯特沙利文報告乃同時通過一手及二手研究，從而獲得有關目標研究市場行業趨勢的知識、統計資料及行業見解所編製。一手研究涉及訪問業內人士，如領先市場參與者、供應商、客戶及獲認可第三方行業協會。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自身研究數據庫的數據。

編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採納以下假設：(i)中國的社會、經濟及政治環境於預測期內很可能保持穩定；及(ii)可支配收入增加、需求多元化等主要行業驅動因素於預測期內很可能帶動中國軟飲行業、功能飲料行業及能量飲料行業。

董事已確認，經採取合理審慎措施後，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無可能令有關資料出現保留意見、產生衝突或受到影響的不利變動。

行業概覽

中國軟飲行業概覽

概覽

中國是全球第二大的軟飲市場，按零售額計，2024年中國軟飲行業市場規模為人民幣12,502億元，佔全球軟飲市場約12.7%。軟飲的核心品類包括功能飲料、茶飲料、果汁類飲料、包裝飲用水、咖啡飲料、碳酸飲料、蛋白飲料及其他。軟飲已逐漸成為日常消費產品之一，隨着經濟的發展，市場穩定增長。

中國軟飲行業市場規模

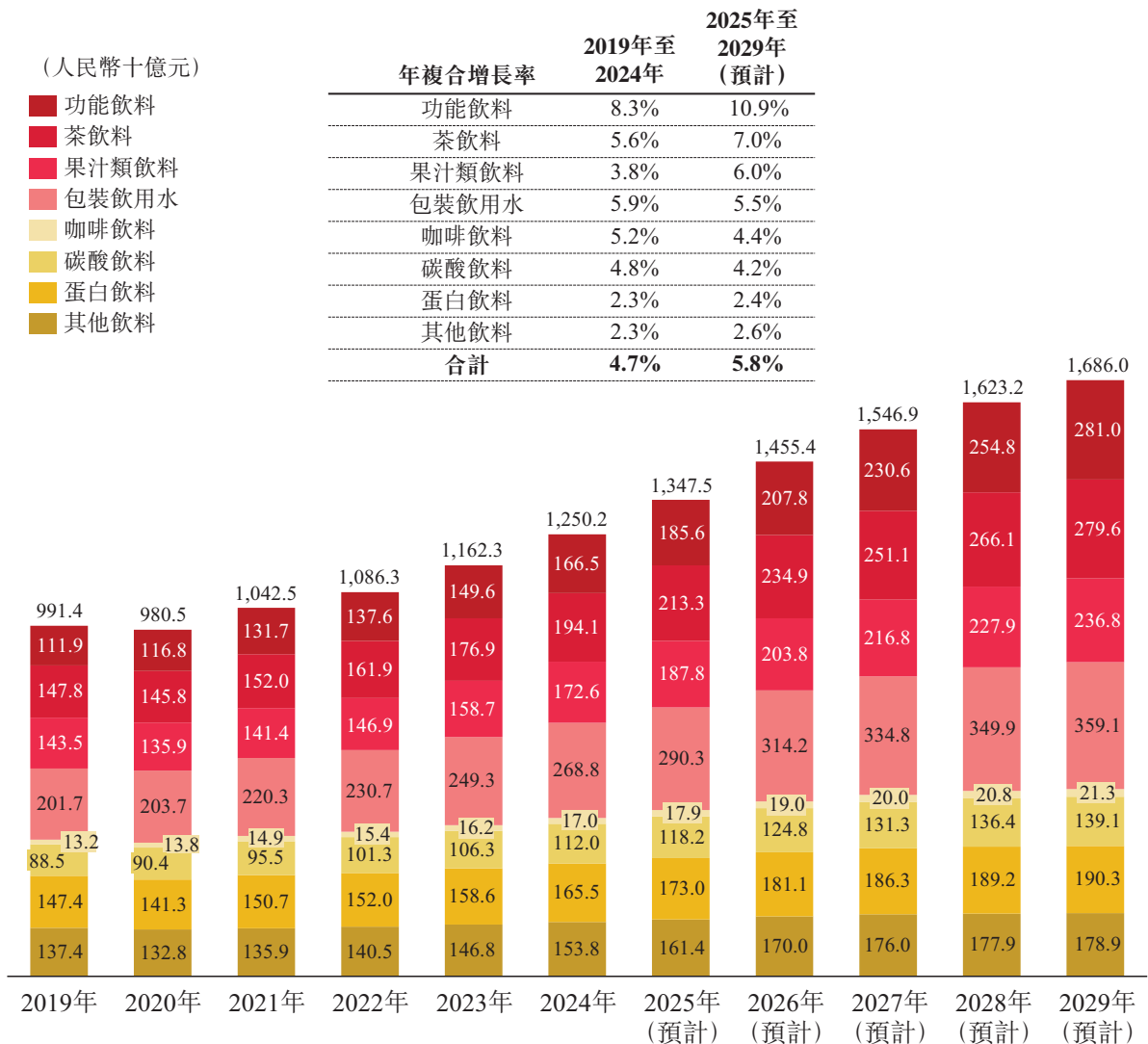
受居民人均可支配收入增長、品類延展、銷售渠道細化、消費者健康意識增強等因素驅動，中國軟飲市場持續保持增長，按零售額計，2019年至2024年年複合增長率為4.7%，並預計以5.8%的年複合增長率由2025年進一步增至2029年的人民幣16,860億元。其中，功能飲料是中國軟飲行業中增長最快的細分品類。

尤其是，消費者不斷提高的健康意識在擴大軟飲行業的消費群，增加消費頻率方面發揮了關鍵作用。隨著消費者越來越關注健康，飲料公司通過推出低糖、低卡和零添加配方的產品。這些產品成功吸引了先前對健康不太關心的人群，將他們轉化為活躍消費者，開拓了先前未得到充分服務的細分市場。此外，人們對健身和健康意識的提升也帶動了對補水和營養補充解決方案的需求增加。能量飲料及運動飲料等功能飲料已成為鍛鍊日常的普遍消費，由偶爾享用變為有目的的習慣性消費。這一行為轉變顯著增加了購買頻率，進一步鞏固了軟飲在健康生活方式中的重要地位。

行業概覽

下圖展示2019年至2029年中國軟飲行業按產品類別劃分的市場規模。

中國軟飲行業以零售額計的市場規模，按產品類別劃分
2019年至2029年（預計）



資料來源：弗若斯特沙利文，國家統計局，中國飲料工業協會

註釋：(i)茶飲料指主要以茶葉、植物或其提取物為主要原料，結合其他輔料成分的軟飲產品；(ii)其他飲料包括風味飲料、固體飲料等。

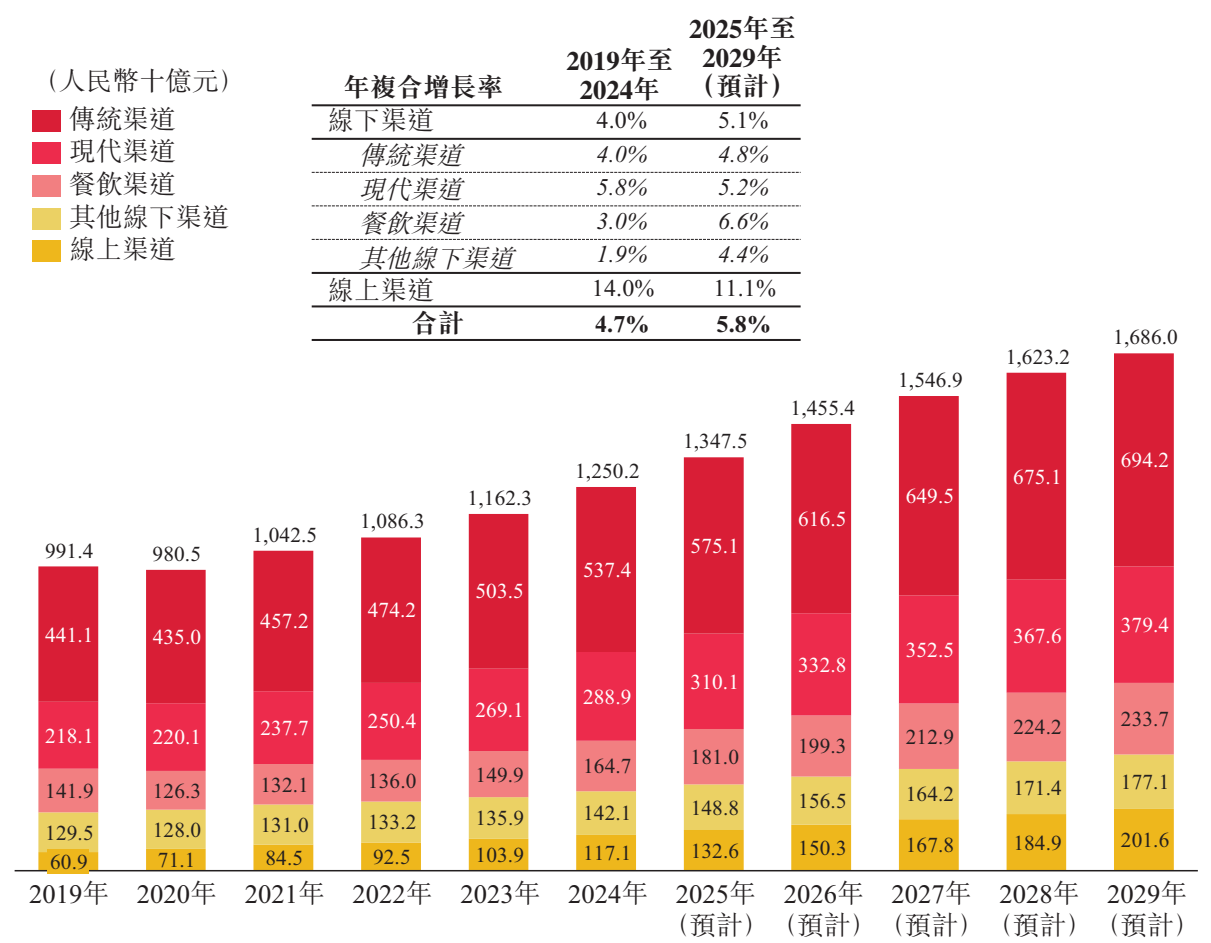
中國軟飲產品通過線下和線上渠道銷售。線下渠道包括：(i)以個體或個人獨資企業經營的非連鎖雜貨店為代表的傳統渠道，(ii)以超市、連鎖便利店等為代表的現代渠道，(iii)以餐廳及其他提供餐飲服務的場所為代表的餐飲渠道，以及(iv)加油站商店、智能售

行業概覽

貨櫃等為代表的其他線下銷售渠道，而線上渠道主要指各類網絡銷售平台。伴隨着互聯網的蓬勃發展，線上渠道在2019年至2024年間快速增長，年複合增長率高達14.0%，預計將於未來五年繼續保持較高增速。然而，中國軟飲產品仍主要依託線下渠道進行銷售，按2024年零售額計，線下渠道在中國軟飲市場的佔比為90.6%。

下圖展示2019年至2029年中國軟飲行業按銷售渠道劃分的市場規模。

中國軟飲行業以零售額計的市場規模，按銷售渠道劃分
2019年至2029年(預計)



資料來源： 弗若斯特沙利文，中國連鎖經營協會

中國軟飲行業驅動因素及發展趨勢

人均可支配收入提升，驅動人均軟飲產品消費增長。中國人均可支配收入的增長提高了消費者對軟飲的消費能力，進而推動市場增長。2024年中國人均軟飲年消費量約197.8升，仍遠低於同期美國(554.5升)、德國(470.4升)和日本(355.9升)等市場，表明

行業概覽

中國軟飲行業有着巨大的增長潛力，對消費者軟飲消費習慣的培養及消費者購買能力的提高將促進消費頻率的提升。預計在2029年中國人均軟飲年消費量將增至258.8升。此外，不同城市層級的軟飲消費量有所不同。2024年，三線及以下城市人均軟飲年消費量約173.7升，低於一線城市人均約296.8升的軟飲消費量，表明存在巨大區域增長潛力。

高質價比趨勢。隨着人們消費觀念的轉變，消費者對高質量產品的需求持續增長，但同時對價格依舊敏感。這種消費理念推動軟飲企業在穩定生產成分安全健康的高品質產品的同時，加強成本管控並為消費者提供高質價比的產品選擇。

需求細化推動品類延展。軟飲消費場景拓展、消費群體需求差異等因素不斷推動產品創新，促使軟飲公司優化產品開發策略。他們通過推出不同包裝容量和口味的產品，以滿足多元的消費場景和人群需求。例如，在快節奏的現代生活中，咖啡已成為都市人的重要夥伴。領先的軟飲公司已建立咖啡飲料系列，擁有涵蓋經典風味與創新特調風味的多元化風味體系，有效滿足個性化的風味偏好。此外，軟飲公司也推出了不同包裝容量的產品，以滿足多樣化的消費需求，例如適用於移動場景的小尺寸包裝，以及適用於家庭聚會的大尺寸瓶裝。通過包裝解決方案實現精準的市場細化，最大限度地貼近特定消費群體的生活習慣和消費場景，從而提高消費頻率。

銷售渠道精細化。多元化銷售渠道的崛起進一步推動了中國飲料行業的強勁增長。儘管綜合電商平台、直播電商平台等線上渠道發展迅速，但由於產品即時滿足性的特點，線下渠道的實體店仍然至關重要。除傳統渠道外，餐飲渠道亦在崛起，因為飲料廠商傾向於將更多產品投放到餐廳和餐飲場所，從而提高品牌曝光度和購買轉化率。與此同時，智能售貨櫃作為一種高度便捷「最后一公里」解決方案，受到越來越多消費者的青睞。智能售貨櫃戰略性地分佈在辦公樓、健身中心、購物中心，提供了無與倫比的便利，從而擴大了消費者覆蓋範圍，增強品牌與消費者之間的互動，創造傳統渠道之外的新銷售機會。此外，在所有這些渠道中，下沉市場渠道仍有較大的滲透空間。成功進入這些尚未被充分服務的市場將有助於進一步提高行業參與者的市場份額。

行業概覽

健康意識不斷增強。軟飲公司抓住消費者健康意識增長的發展機遇，拓展新品類，推出了零添加及低糖、低卡、低脂等軟飲產品，以滿足人們對更健康飲品日益增長的需求。例如，無糖茶飲料不僅迎合了消費者對於多樣化茶飲風味的偏好，亦符合人們對健康、無糖選擇的殷切需求。此外，快節奏的現代生活為人們的身心健康帶來了顯著壓力，進一步提升了大眾對保持良好健康狀態重要性的認知。因此，人們對於補充能量和富含營養的飲料需求日益增加。功能飲料有效滿足了幫助消費者恢復因疲勞或過度勞累而流失的能量和關鍵營養成分的需求。

第三方付款安排

根據弗若斯特沙利文報告，公司通過第三方支付人與客戶結算款項以提高便利性和營運靈活性是中國軟飲行業的常見商業慣例。客戶採取該第三方支付安排主要是由於以下原因：

- (i) 某些客戶(尤其是以個體工商戶或個人獨資企業開展運營的客戶)傾向於避免建立或維護企業銀行賬戶的複雜程序。通過使用第三方賬戶，他們能夠更靈活地運作；
- (ii) 於某些情況下，該等安排符合客戶的內部財務管理慣例。例如，某些客戶傾向於使用關聯人士或實體(例如他們的法定代表人、最終控制人或親屬)的賬戶，以簡化日常營運；及
- (iii) 部分客戶不時會有融資需求，通過與授權金融機構的安排解決有關需求。根據有關安排，金融機構通常會向包括本公司在內的供應商直接付款，確保資金按照協定的融資條款專門用於預定用途。這種做法符合軟飲行業的現行商業規範，有助於確保遵守融資條款，減少挪用資金的風險。

行業概覽

中國功能飲料行業概覽

概覽

功能飲料指含有特定成分，作用於人體特定身體機能的軟飲製品。功能飲料主要包括：(i)能量飲料，指的是含有能量及營養成分或特定成分為身體補充能量，或加速能量釋放和吸收的飲料製品；(ii)運動飲料，指的是含有礦物質和其他營養成分，能為機體補充新陳代謝或運動所消耗的水分、電解質或其他營養元素的飲料製品，包括電解質飲料、營養素飲料等；及(iii)其他功能飲料。

中國功能飲料行業市場規模

隨著生活節奏加快，消費者健康意識增強，人們對具有能量補給、營養元素補充等特定功能的飲料產品的需求持續增長。與此同時，行業領先企業對功能飲料的推廣進一步加深了消費者對功能飲料的認知和接受度。此外，消費場景的多元化進一步拓寬了消費人群，帶動了功能飲料的銷售增長。按零售額計，中國功能飲料市場規模由2019年的人民幣1,119億元增長至2024年的人民幣1,665億元，年複合增長率約為8.3%，並預計以10.9%的年複合增長率，於2029年進一步增長至人民幣2,810億元。按銷量計，中國功能飲料市場規模由2019年的89億升增長至2024年的139億升，年複合增長率約為9.2%，並預計以10.1%的年複合增長率，於2029年進一步增長至227億升。

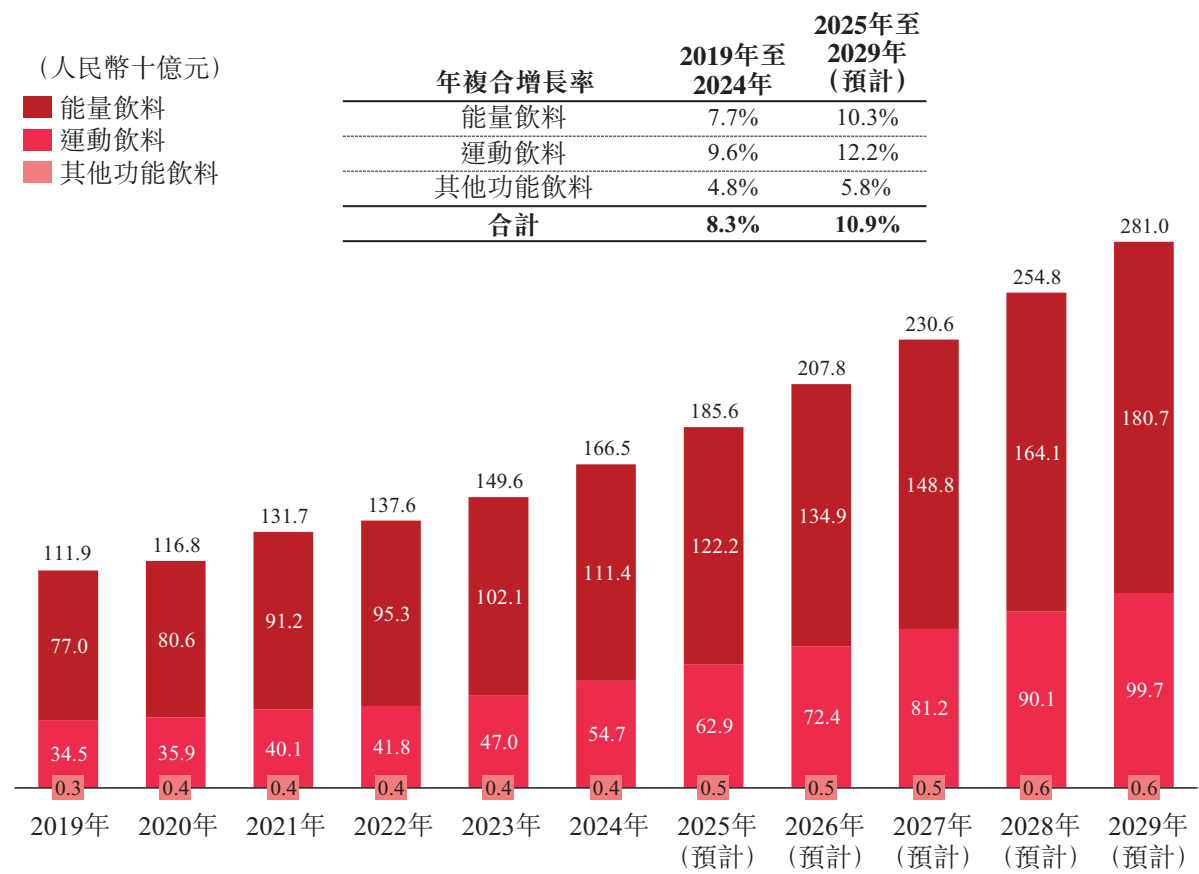
根據弗若斯特沙利文報告，能量飲料是中國功能飲料行業中規模最大的細分品類，2024年以人民幣1,114億元的零售額佔整體功能飲料銷售市場零售額的66.9%，並預計將以10.3%的年複合增長率於2029年增長至人民幣1,807億元。

根據弗若斯特沙利文報告，運動飲料是中國功能飲料行業中增長最快的細分品類，2024年運動飲料市場以人民幣547億元零售額佔整體功能飲料市場零售額的32.8%，並預計將以12.2%的年複合增長率於2029年增長至人民幣997億元。

行業概覽

下圖展示2019年至2029年中國功能飲料行業按產品類別劃分的市場規模。

中國功能飲料行業以零售額計的市場規模，按產品類別劃分
2019年至2029年（預計）



資料來源：弗若斯特沙利文

相比美國、德國和日本等發達國家，中國人均功能飲料年消費量仍較低。2024年，中國人均功能飲料年消費量為9.9升，低於同期美國（54.9升）、德國（20.1升）、和日本（21.9升）的人均功能飲料消費量。以泰國、越南為代表的東南亞國家受天氣炎熱、消費習慣及口味偏好等因素影響，對功能飲料的需求同樣較高，2024年泰國和越南的人均功能飲料年消費量分別是16.5升和13.8升。隨著人們對功能飲料的認知度提升、消費場景擴大和需求增長，中國人均功能飲料年消費量預計將以10.1%的年複合增長率增長至2029年的16.2升。

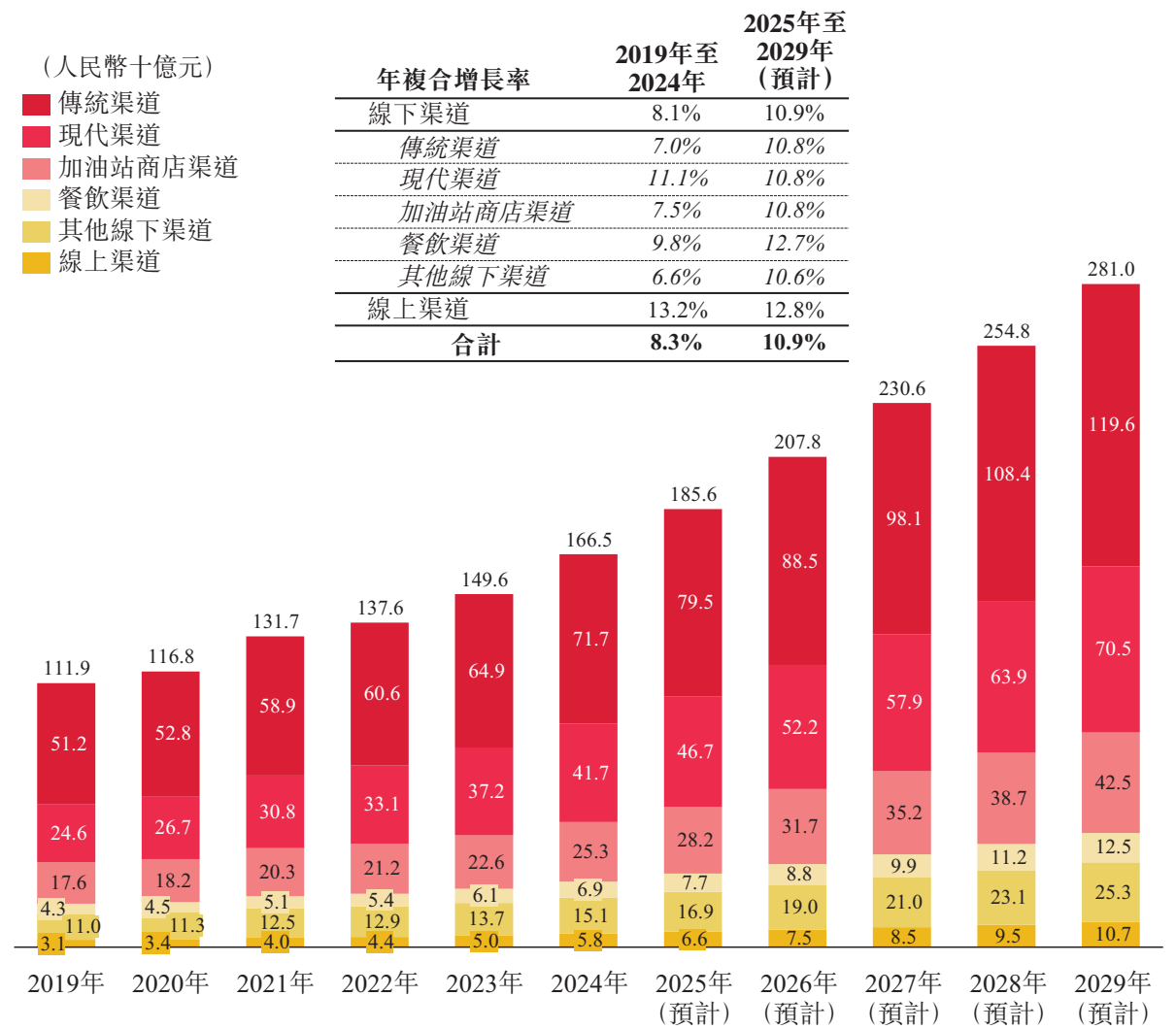
功能飲料因其具有能夠迅速補給能量、水分、電解質、礦物質及其他營養元素等功能而具有較強的即時性消費特點。因此功能飲料銷售以線下渠道為主，其中傳統渠道、現代渠道及加油站商店是線下渠道的主要板塊，其零售額在中國功能飲料行業的市場

行業概覽

份額分別約為43.1%，25.1%和15.2%。加油站商店場景人流量較大，且消費者在長途駕駛過程中，對提神醒腦和補充能量的需求高，因此成為功能飲料的重要消費渠道之一。近年來線上渠道崛起。線上渠道產生的零售額於2019年至2024年以13.2%的年複合增長率增長，預期於未來五年仍維持高速增長。

下圖展示2019年至2029年中國功能飲料行業按銷售渠道劃分的市場規模。

中國功能飲料行業以零售額計的市場規模，按銷售渠道劃分
2019年至2029年（預計）



資料來源： 弗若斯特沙利文，中國連鎖經營協會

行業概覽

中國功能飲料行業驅動因素及發展趨勢

需求多元化促進消費人群擴容及場景多元化。隨著現代生活節奏的加快，消費者對有能量補給、營養補充等特定功能飲料的需求持續上升。同時，持續的品牌宣傳與消費者教育增強了消費者對功能飲料益處的認知。功能飲料的消費場景因此逐漸拓展至運動健身之外的包括體力勞動、學習工作、熬夜提神、戶外活動、電競、休閒聚會等多元且日常化的場景，使消費人群進一步擴大，消費頻次也同樣增加。例如，長時間學習工作或體力勞動造成的精神壓力會產生對專注力提升、頭腦清醒及能量續航的迫切需求——功能飲料可成為此類情況的直接解決方案，快速補充能量、抵抗疲勞及恢復精力，從而對抗腦霧並提升工作效率。

頭部品牌維持市場主導地位。頭部企業經過多年經營，憑藉規模優勢、品牌影響力及深度覆蓋的銷售網絡鞏固其市場份額。以銷量計，中國功能飲料行業前五大企業市場份額由2022年的57.8%增加至2024年的61.6%，行業集中度進一步提高。

本土品牌快速發展。本土品牌憑藉深刻的消費者洞察積累能夠採取精準的營銷策略，並依託強大的供應鏈能力和多元的銷售渠道滿足消費者對高質價比產品日益增長的需求。此外，本土品牌在產品設計及包裝等方面更貼近中國消費者的偏好，進而其競爭力不斷提高。

產品矩陣拓展。隨著消費者對功能飲料的認知不斷增強，其對不同風味、功能成分、價格與包裝的需求日漸增長，功能飲料企業因此推出不同口味、健康功效、價位以及包裝的產品從而適應不同消費者群體和消費場景下的不同需求，驅動行業銷售增長並推動產品創新。

數字化推動行業發展。數字化工具和現代化技術對功能飲料企業的影響不斷加深。數字化營銷系統、大數據分析、物聯網(IoT)、人工智能等先進技術賦能企業優化生產計劃，提高生產效率。此外，該等工具通過實時銷售數據分析及動態調整營銷及銷售戰略，從而增強供應鏈管理能力、進一步提升盈利水平。

行業概覽

進入壁壘

品牌認可度。品牌價值高的頭部功能飲料公司與消費者構築長期的信任關係從而建立了競爭優勢。頭部企業憑藉其一貫的高產品質量以及多樣且有效的營銷策略(例如膾炙人口的品牌標語、社交媒體營銷、贊助擁有廣泛受眾的體育賽事活動以及植入高流量電視劇等)建立了深入人心的品牌形象，吸引了眾多消費人群，尤其是年輕消費者。新進入者難以在短時間內形成成熟的品牌營銷體系並投入龐大的資金來建立品牌知名度並佔領消費者心智。

產品質量及功效。有保障的產品質量和功效是消費者選擇功能飲料時的重要考量因素之一。根據《中華人民共和國食品安全法實施條例(2019修訂)》，只有通過「保健食品」認證的產品才能夠公開宣傳其具有緩解體力疲勞功能。目前只有部分功能飲料企業獲得了「保健食品」註冊或備案，對新進入者構成進入壁壘。

高效全渠道銷售網絡。頭部功能飲料企業建立了強大的全渠道銷售網絡，能夠通過其經驗豐富的銷售團隊，與分銷商和終端銷售網點維繫的牢固且穩定的合作關係，從而提升品牌影響力及銷售效率。新進入者難以在短時間內具備建立同樣可靠且可擴展的銷售網絡所必需的專業知識和資源。

成熟的供應鏈體系。頭部功能飲料企業通常大量投資生產和倉儲設施，並借助數字化工具和設施實現供應鏈端到端的全流程優化，不僅提升營運效率，亦能夠增強與供應商的議價能力及規模效應帶來的成本優勢。新進入者難以在短時間內獲得可靠的上下游供應鏈資源，並投入大量資金搭建起完整的供應鏈體系。

中國能量飲料行業概覽

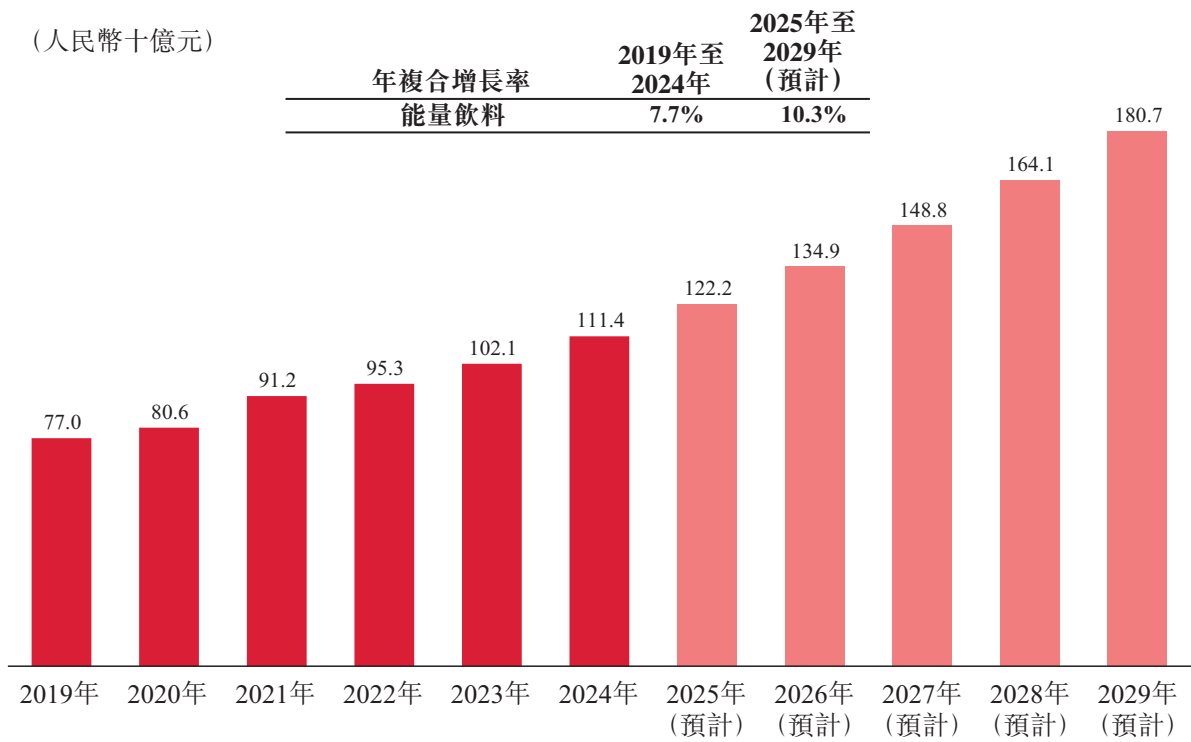
伴隨著生活節奏加快、運動健身普及等趨勢，更多消費者選擇能量飲料來即時補充能量和提高專注力。同時，年輕消費者對能量飲料的需求與日俱增，助力能量飲料成為日常消費產品、推動消費場景多樣化，覆蓋學習辦公、休閒娛樂和戶外活動等場景。多元化的消費場景刺激了消費頻率的增加，從而推動了能量飲料行業的快速發展。按

行業概覽

零售額計，中國能量飲料市場規模由2019年的人民幣770億元增長至2024年的人民幣1,114億元，年複合增長率約為7.7%，並預計以10.3%的年複合增長率，於2029年增長至人民幣1,807億元。按銷量計，中國能量飲料市場規模由2019年的51億升增長至2024年的75億升，年複合增長率約為8.1%，並預計以9.5%的年複合增長率，於2029年增長至117億升。

下圖展示2019年至2029年中國能量飲料行業的市場規模。

中國能量飲料行業以零售額計的市場規模
2019年至2029年（預計）



資料來源： 弗若斯特沙利文

中國人均能量飲料年消費量相對較低，2024年人均年消費量為5.3升，而同期美國、德國和日本等發達國家人均年消費量分別為17.1升、16.3升和7.5升。此外，泰國、越南等東南亞地區消費者對於能量飲料已構建了較高的認知和接受度，且受當地天氣炎熱，消費習慣及口味偏好等因素影響，人均能量飲料消費量較高。泰國和越南於2024年的

行業概覽

人均能量飲料年消費量分別為9.4升和6.1升。隨著經濟發展和生活節奏加快，中國消費者對能量補充和抗疲勞飲料的需求增加。同時在廣告宣傳的推動下，人們對能量飲料的接受程度及認知度也進一步提高，推動能量飲料在中國的進一步滲透。預計至2029年，中國人均能量飲料年消費量將以9.6%的年複合增長率增加至8.4升。

競爭格局

中國功能飲料行業

根據弗若斯特沙利文報告，我們自2021年起連續四年在中國功能飲料行業保持銷量第一的領先地位。以2024年銷量計，我們的市場份額為26.3%。自2022年至2024年，我們是中國前五大功能飲料企業中銷量增速最快的企業，年複合增長率達41.9%。

中國功能飲料行業前五大公司，以2024年銷量計

排名	公司名稱	市場份額 (%)	2022–2024年銷量 年複合增長率
1	本公司	26.3%	41.9%
2	公司A ⁽¹⁾	11.8%	3.9%
3	公司B ⁽²⁾	8.8%	12.6%
4	公司C ⁽³⁾	8.6%	2.7%
5	公司D ⁽⁴⁾	6.1%	27.5%

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

(1) 公司A：一家於中國成立的私人公司。該公司主要提供能量飲料產品。

行業概覽

- (2) 公司B：一家於中國成立並於香港證券交易所上市的上市公司。該公司主要提供包裝飲用水、茶飲料、能量飲料、運動飲料等軟飲產品。
- (3) 公司C：一家於法國成立並於巴黎泛歐交易所上市的上市公司。該公司主要提供包裝飲用水、蛋白飲料、營養素飲料、運動飲料等軟飲產品。
- (4) 公司D：一家於中國成立的私人公司。該公司主要提供碳酸飲料、運動飲料、茶飲料、蛋白飲料等軟飲產品。

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年中國的零售額計，我們在中國功能飲料行業中排名第二，市場份額為23.0%。自2022年至2024年，我們是中國前五大功能飲料企業中零售額增速最快的企業，年複合增長率為32.6%。

中國功能飲料行業前五大公司，以2024年零售額計

排名	公司名稱	市場份額 (%)	2022–2024年零售額 年複合增長率
1	公司A	24.7%	-0.4%
2	本公司	23.0%	32.6%
3	公司B	9.0%	19.8%
4	公司C	5.2%	3.7%
5	公司E ⁽⁵⁾	5.2%	13.8%

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

- (5) 公司E：一家於泰國成立的私人公司。該公司主要提供能量飲料、運動飲料、果汁飲料等軟飲產品。

行業概覽

中國能量飲料行業

根據弗若斯特沙利文報告，我們自2021年起連續四年在中國能量飲料行業保持銷量第一的領先地位。以2024年銷量計，我們的市場份額為40.1%。自2022年至2024年，我們是中國前五大能量飲料企業中銷量增速最快的企業，年複合增長率達28.5%。

中國能量飲料行業前五大公司，以2024年銷量計

排名	公司名稱	市場份額 (%)	2022–2024年銷量 年複合增長率
1	本公司	40.1%	28.5%
2	公司A	22.0%	3.9%
3	公司F ⁽⁶⁾	7.3%	-3.3%
4	公司G ⁽⁷⁾	6.8%	-3.8%
5	公司E	4.6%	18.7%

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

(6) 公司F：一家於中國成立的私人公司。該公司主要提供能量飲料、包裝飲用水、果汁飲料、蛋白飲料等軟飲產品。

(7) 公司G：一家於中國成立的私人公司。該公司主要提供能量飲料、茶飲料、蛋白飲料等軟飲產品及食品。

行業概覽

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年中國的零售額計，我們在中國能量飲料行業中排名第二，市場份額為31.4%。自2022年至2024年，我們是中國前五大能量飲料企業中零售額增速最快的企業，年複合增長率為26.7%。

中國能量飲料行業前五大公司，以2024年零售額計

排名	公司名稱	市場份額	2022–2024年零售額
		(%)	年複合增長率
1	公司A	36.9%	-0.4%
2	本公司	31.4%	26.7%
3	公司E	7.7%	13.8%
4	公司G	5.4%	-4.9%
5	公司F	4.4%	-3.2%

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

中國功能及能量飲料市場的零售價差異相對較小，大多數領先功能飲料企業的主流產品價格範圍狹窄，介乎約每100毫升人民幣1.0元至人民幣3.0元。由於零售商採取不同的零售策略，不同品牌在各零售渠道的實際零售價存在一定差異。

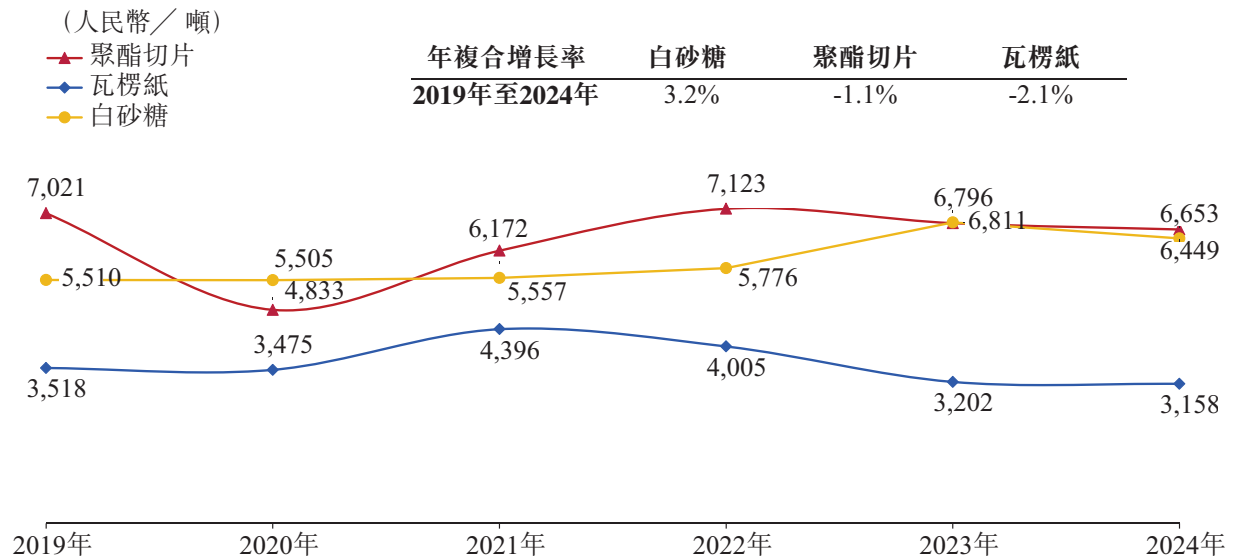
原材料價格趨勢

生產功能飲料需多種原材料，其中白砂糖是主要材料之一，而瓦楞紙、PET瓶是產品的主要包裝材料。

行業概覽

下圖展示所示期間各主要原材料在中國市場的價格變動趨勢。

主要原材料的平均價格，2019年至2024年



資料來源：弗若斯特沙利文

白砂糖的價格自2019年至2022年趨於穩定，2023年由於產能減少導致價格有所推高，2024年小幅回落，2019至2024年年複合增長率為3.2%。

聚酯切片是PET瓶的原材料，其價格由於下游需求低迷以及原材料價格的下降，2019年至2020年呈下降趨勢，此後價格雖有回升，但2022年後價格再次出現下降趨勢，2019至2024年年複合增長率為-1.1%。

瓦楞紙是紙箱的主要原材料，瓦楞紙的價格自2019年至2020年主要受到新增產能、需求減弱等因素的影響，呈下降趨勢。在2021年的短暫復蘇後，2022年由於其原材料價格的下跌，價格再次有所下降，2019至2024年年複合增長率為-2.1%。

監管概覽

有關食品安全及生產經營許可的法律法規

食品安全

根據全國人民代表大會常務委員會(「全國人大常委會」)於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國食品安全法》(「《食品安全法》」)及國務院於2019年10月11日最新修訂的《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》」)，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》及《食品安全法實施條例》，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。食品安全國家標準由國務院衛生行政部門會同國務院食品安全監督管理部門制定、公佈，國務院標準化行政部門提供國家標準編號。國務院衛生行政部門會同國務院食品安全監督管理、農業行政等部門制定食品安全國家標準規劃及其年度實施計劃。對地方特色食品，沒有食品安全國家標準的，省、自治區、直轄市人民政府衛生行政部門可以制定並公佈食品安全地方標準，報國務院衛生行政部門備案。食品安全國家標準制定後，該地方標準即行廢止。

食品生產企業不得制定低於食品安全國家標準或者地方標準要求的企業標準；食品生產企業制定食品安全指標嚴於食品安全國家標準或者地方標準的企業標準的，應當報省、自治區、直轄市人民政府衛生行政部門備案。省級以上人民政府衛生行政部門應當在其網站上公佈制定和備案的食品安全國家標準、地方標準和企業標準，供公眾免費查閱、下載。

監管概覽

中國已根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》建立食品召回制度。食品生產者及經營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(1)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；及(2)立即停止經營，通知相關生產經營者和消費者，並記錄停止經營和通知情況。食品生產者認為應當召回的，應當立即召回。

根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，對於違反食品安全的違法行為，主管機關可能處以沒收相關違法所得和違法生產經營的食品及食品添加劑，沒收用於違法生產經營的工具、設備、原料等物品；給予警告、責令改正或處以罰款；情節嚴重者，責令停產停業，直至吊銷許可證；構成犯罪的，需承擔刑事責任。

食品生產及經營許可

根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，中國對食品生產和經營實行許可制度。

根據由國家市場監督管理總局頒佈並於2020年3月1日生效的《食品生產許可管理辦法》，在中華人民共和國境內，從事食品生產活動，應當依法取得食品生產許可，食品生產許可實行一企一證原則，食品生產許可證的有效期為5年。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。

根據由國家市場監督管理總局於2023年6月15日頒佈的《食品經營許可和備案管理辦法》，在中國境內從事食品銷售和餐飲服務活動，除法律特別規定的情況外，應當依法取得食品經營許可證，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

監管概覽

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證或進行備案。申請食品經營許可證，應當按照食品經營主體業態和經營項目分類提出。食品經營許可證有效期為5年。

國家市場監督管理總局負責監督指導全國食品生產許可、經營許可和備案管理工作，縣級以上地方市場監督管理部門負責本行政區域內的生產許可、經營許可和備案管理工作，並對違反相關監管要求的行為施加處罰。

根據國家食品藥品監督管理總局(現為國家市場監督管理總局)於2017年12月26日發佈的《飲料生產許可審查細則(2017年版)》，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，不予生產許可。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。

食品標誌管理

根據《食品安全法》，預包裝食品的包裝上應當有標籤。標籤應當標明下列事項：(一)名稱、規格、淨含量、生產日期；(二)成分或者配料表；(三)生產者的名稱、地址、聯繫方式；(四)保質期；(五)產品標準代號；(六)儲存條件；(七)所使用的食品添加劑在國家標準中的通用名稱；(八)生產許可證編號；(九)法律、法規或者食品安全標準規定應當標明的其他事項。專供嬰幼兒和其他特定人群的主輔食品，其標籤還應當標明主要營養成分及其含量。食品安全國家標準對標籤標注事項另有規定的，從其規定。食品經營者應當按照食品標籤標示的警示標誌、警示說明或者注意事項的要求銷售食品。

監管概覽

有關保健食品的法律法規

保健食品註冊、備案、標識管理規定

根據《食品安全法》，國家對保健食品、特殊醫學用途配方食品和嬰幼兒配方食品等特殊食品實行嚴格監督管理。

原中華人民共和國衛生部(2013年3月組建國家衛生和計劃生育委員會，不再保留衛生部)於1996年3月15日頒佈並於1996年6月1日施行了《保健食品管理辦法》；國家市場監督管理總局於2020年10月23日最新修訂了《保健食品註冊與備案管理辦法》。對於保健食品的定義、保健食品的註冊與備案及其監督管理進行了詳細的規定。

根據《保健食品管理辦法》的有關規定，保健食品系指表明具有特定保健功能的食品，即適宜於特定人群食用，具有調節機體功能，不以治療疾病為目的的食品。

根據《保健食品註冊與備案管理辦法》，使用保健食品原料目錄以外原料的保健食品和首次進口的保健食品(屬於補充維生素、礦物質等營養物質的保健食品除外)應當經國務院食品安全監督管理部門註冊。首次進口的保健食品中屬於補充維生素、礦物質等營養物質的，應當報國務院食品安全監督管理部門備案。其他保健食品應當報省、自治區、直轄市人民政府食品安全監督管理部門備案。

申請保健食品註冊或者備案的，產品標籤、說明書樣稿應當包括產品名稱、原料、輔料、功效成分或者標誌性成分及含量、適宜人群、不適宜人群、保健功能、食用量及食用方法、規格、貯藏方法、保質期、注意事項等內容及相關制定依據和說明等。保健食品的標籤、說明書主要內容不得涉及疾病預防、治療功能，並聲明「本品不能代替藥物」。

監管概覽

保健食品廣告

根據《食品安全法》，食品廣告的內容應當真實合法，不得含有虛假內容，不得涉及疾病預防、治療功能。食品生產經營者對食品廣告內容的真實性、合法性負責。保健食品廣告除應當符合上述規定外，還應當聲明「本品不能代替藥物」；其內容應當經生產企業所在地省、自治區、直轄市人民政府食品安全監督管理部門審查批准，取得保健食品廣告批准文件。省、自治區、直轄市人民政府食品安全監督管理部門應當公佈並及時更新已經批准的保健食品廣告目錄以及批准的廣告內容。

根據全國人大常委會於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國廣告法》（「《廣告法》」），廣告不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。保健食品廣告不得含有下列內容：（一）表示功效、安全性的斷言或者保證；（二）涉及疾病預防、治療功能；（三）聲稱或者暗示廣告商品為保障健康所必需；（四）與藥品、其他保健食品進行比較；（五）利用廣告代言人作推薦、證明；或（六）法律、行政法規規定禁止的其他內容。保健食品廣告應當顯著標明「本品不能代替藥物」。

根據《食品安全法》及《廣告法》，未經審查發佈保健食品廣告或發佈的保健食品廣告內容不符合法律規定的，由市場監督管理部門責令停止發佈廣告，責令消除影響，並處以罰款；情節嚴重的，可以吊銷營業執照，並由廣告審查機關撤銷廣告審查批准文件、一年內不受理其廣告審查申請。

取水相關法律法規

有關取水的主要中國法律法規包括(i)全國人大常委會於1988年1月21日頒佈並於2016年7月2日最新修訂的《中華人民共和國水法》；(ii)國務院於2006年2月21日頒佈並於2017年3月1日修訂的《取水許可和水資源費徵收管理條例》；(iii)中華人民共和國水利部

監管概覽

於2008年4月9日頒佈並於2017年12月22日最新修訂的《取水許可管理辦法》；及(iv)財政部、國家稅務總局、中華人民共和國水利部於2024年10月11日頒佈的《水資源稅改革試點實施辦法》。根據該等法律法規，除據此無需申請取水許可證的人士以外，通過建造取水工程或設施自河流、湖泊及地下水中直接取走水資源的任何人士及實體須向水行政主管部門或水務局申請領取取水許可證，並繳納水資源費，取得取水權。取水人士須根據獲批年度取水計劃取水。若取水超過該計劃規定的限額，則將就超出部分支付額外水資源費。已經徵收水資源稅的，停止徵收水資源費。水資源稅實行從量計徵。一般情況下，應納稅額＝實際取用水量×適用稅額。

取水許可證的有效期限一般為5年，最長不超過10年。有效期屆滿，需要延續的，應當在有效期屆滿前45日內向審批機關提出續簽申請續簽取水許可證。

與產品質量及產品責任有關法規

產品質量

根據《中華人民共和國民法典》，因產品存在缺陷造成他人損害的，被侵權人可以向產品的生產者請求賠償，也可以向產品的銷售者請求賠償。產品缺陷由生產者造成的，銷售者賠償後，有權向生產者追償。因銷售者的過錯使產品存在缺陷的，生產者賠償後，有權向銷售者追償。

根據全國人大常委會於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國產品質量法》，生產者、銷售者須就其生產或銷售的產品質量承擔責任。任何人如生產或出售不符合保障人體健康以及人身、財產安全的相關國家或行業標準的產品，則相關機構將責令

監管概覽

有關人士停止生產及／或銷售、沒收違法生產、銷售的產品、並處以違法生產及／或銷售產品(包括已售出和未售出的產品)貨值金額等值以上三倍以下的罰款；如存在非法收益，則該收益將同時予以沒收；情況嚴重者將被吊銷營業執照，構成犯罪的，依法追究刑事責任。

消費者權益保護

根據全國人大常委會於2013年10月25日最新修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》(「《消費者權益保護法》」)，經營者必須保證銷售的商品符合人身、財產安全要求，向消費者提供真實的商品信息，保證商品的質量、功能、用途和有效期。經營者違反《消費者權益保護法》，應承擔退還購買價格、更換、維修商品、減輕損害、賠償、恢復名譽等民事責任；經營者侵犯消費者合法權益構成犯罪的，經營者或者責任人應受到刑事處罰。

國務院於2024年3月15日頒佈的《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》進一步細化和補充了經營者義務及完善網絡消費相關規定，強化預付式消費中經營者義務，規範消費索賠行為。

網上零售業務相關法規

根據國家市場監督管理總局於2021年3月15日頒佈的《網絡交易監督管理辦法》，從事網絡商品交易及提供有關服務的經營者須辦理工商登記手續。根據全國人大常委會於2018年8月31日頒佈的《中華人民共和國電子商務法》，電子商務經營者從事經營活動，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行消費者權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務，承擔產品和服務質量責任，接受政府和社會的監督。電子商務經營者應當按照承諾或者與消費者約定的方式、時限向消費者交付商品或者服務，並承擔商品運輸中的風險和責任。但是，消費者另行選擇快遞物流服務提供者的除外。

監管概覽

貨物進出口相關法規

根據全國人大常委會2022年12月30日最新修訂的《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。此外，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。

根據中華人民共和國海關總署2021年11月19日頒佈並於2022年1月1日生效的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，報關單位是指按照本規定在海關備案的進出口貨物收發貨人和報關企業。進出口貨物收發貨人和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署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所在地海關備案，並確保出口食品的包裝和運輸方式符合食品安全要求。

與知識產權相關的法律法規

商標

根據全國人大常委會於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國商標法》(「《商標法》」)及國務院於2014年4月29日最新修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》，註冊商標受商標法及相關規則及法規保護。商標於國家知識產權局轄下的商標局註冊登記。

監管概覽

註冊商標的有效期為10年，註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，商標註冊人應當在期滿前十二個月內按照規定辦理續展手續；在此期間未能辦理的，可以給予六個月的寬展期。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

根據全國人大常委會於2020年10月17日最新修訂的《中華人民共和國專利法》、國務院於2012年12月11日最新修訂《中華人民共和國專利法實施細則》，發明人、設計人、職務發明的發明人所在單位等可申請授予發明專利、實用新型專利或外觀設計專利。專利申請權或者專利權的轉讓自登記之日起生效。發明專利權的有效期為20年，實用新型專利權的有效期為10年，外觀設計專利權的期限為15年，均自專利申請日起計算。

著作權

根據全國人大常委會於2020年11月11日最新修訂的《中華人民共和國著作權法》及國務院於2013年1月30日最新修訂《中華人民共和國著作權法實施條例》，中國公民、法人或者其他組織的作品，包括文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及計算機軟件等作品，不論是否發表，均由其享有著作權。法人或者非法人組織的作品、著作權(署名權除外)由法人或者非法人組織享有的職務作品，其發表權的保護期為五十年，截止於作品創作完成後第五十年的12月31日。

根據國務院於2013年1月30日最新修訂的《計算機軟件保護條例》和國家版權局於2004年6月18日最新修訂的《計算機軟件著作權登記辦法》，中國公民、法人或者其他組

監管概覽

織對其所開發的軟件，不論是否發表，依照《計算機軟件保護條例》享有著作權。軟件著作權自軟件開發完成之日起產生。法人或者其他組織的軟件著作權，保護期為50年，截止於軟件首次發表後第50年的12月31日。

國家版權局主管全國軟件著作權登記管理工作，國家版權局認定中國版權保護中心為軟件登記機構。中國版權保護中心應按照《計算機軟件著作權登記辦法》和《計算機軟件保護條例》的規定，向計算機軟件著作權申請人頒發登記證書。

與環境保護和安全生產相關的法律法規

環境保護

根據全國人大常委會於2014年4月24日最新修訂的《中華人民共和國環境保護法》，國務院環境保護主管部門，對全國環境保護工作實施統一監督管理；縣級以上地方人民政府環境保護主管部門，對本行政區域環境保護工作實施統一監督管理。建設項目中防治污染的設施，應當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。

根據全國人大常委會於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國環境影響評價法》，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。

監管概覽

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。

根據全國人大常委會於2017年6月27日最新修訂的《中華人民共和國水污染防治法》，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。

根據生態環境部於2024年4月1日頒佈的《排污許可管理辦法》，國家根據污染物產生量、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，並按照排污許可證的規定排放污染物；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。

安全生產

根據全國人大常委會於2021年6月10日最新修訂的《中華人民共和國安全生產法》，生產經營單位應當具備本法和有關法律、行政法規和國家標準或者行業標準規定的安全生產條件；不具備安全生產條件的，不得從事生產經營活動。生產經營單位的主要負責人對本單位的安全生產工作全面負責。

監管概覽

生產經營單位若不遵守相關生產安全法律法規，可能須遭受罰款、責令限期整改或停業整頓等行政處罰。該等非法生產活動亦可能違反刑事法規並須承擔刑事責任。

與勞動、社保、公積金有關的法律法規

一般勞動合同相關規定

根據全國人大常委會於2012年12月28日最新修訂的《中華人民共和國勞動合同法》，企事業單位與僱員建立勞動關係須簽訂書面勞動合同。若用人單位與僱員擬或已確認勞動關係，須簽定書面勞動合同。企事業單位不得強迫或者變相強迫僱員加班。用人單位安排加班的，須按照國家有關規定向勞動者支付加班費。此外，工資不得低於當地最低工資標準並須及時支付給僱員。

根據全國人大常委會於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國勞動法》，企事業單位必須建立、健全工作場所安全衛生制度、嚴格遵守有關工作場所安全衛生的國家規章及標準及對僱員進行工作場所安全衛生教育。工作場所安全衛生設施必須符合國家標準。企事業單位必須為僱員提供符合國家標準及有關勞動保護法規的安全工作場所及衛生條件。

社保和住房公積金

根據全國人大常委會於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國社會保險法》，中國境內的用人單位和個人依法繳納社會保險費，包括基本養老保險、基本醫療保險、失業保險、生育保險和工傷保險。用人單位應當自用工之日起三十日內為其職工向社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記，用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構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，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

監管概覽

根據國務院於2019年3月24日最新修訂的《住房公積金管理條例》，中國境內的用人單位和個人依法繳納住房公積金。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。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。

有關信息安全及數據隱私的法規

網絡安全

根據全國人大常委會頒佈並自2017年6月1日起生效的《中華人民共和國網絡安全法》，網絡運營者開展經營活動和提供服務，應當遵守法律法規，履行網絡安全保護義務。通過網絡提供服務的網絡運營者，應當依照法律、法規和國家標準的強制性要求，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，及網絡運營者不得收集與其提供的服務無關的個人信息，不得違反法律規定或雙方的約定收集、使用個人信息。

根據國家互聯網信息辦公室頒佈並於2022年2月15日生效的《網絡安全審查辦法》，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，影響或者可能影響國家安全的，應當接受網絡安全審查辦公室的網絡安全審查；此外，

監管概覽

掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查；相關監管機關認為企業存在影響或者可能影響國家安全的網絡產品和服務以及數據處理活動，相關監管機構可主動發起網絡安全審查。

數據安全

全國人大常委會頒佈並於2021年9月1日生效的《中華人民共和國數據安全法》對建立數據分類分級管理制度、風險評估制度、監測預警制度及應急處置制度等數據安全管理基本制度作出具體規定。此外，該法還明確開展數據活動及落實數據安全保護責任的組織和個人的數據安全保護義務。

國務院頒佈並於2025年1月1日生效的《網絡數據安全管理條例》規定，網絡數據處理者開展網絡數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當按照國家有關規定進行國家安全審查。此外，《網絡數據安全管理條例》還從個人數據保護、重要數據安全、數據跨境安全管理以及網絡平台服務提供者義務等方面，對網絡數據處理者開展的數據處理活動規定了其他具體要求。

國家互聯網信息辦公室頒佈並於2024年3月22日生效的《促進和規範數據跨境流動規定》重新界定了需進行數據出境安全評估、訂立標準合同、通過保護認證的主體和情形，還提出了免于申報安全評估、訂立標準合同、通過保護認證的數據出境活動條件，設置了數據出境「特區」，確立了自貿區負面清單制度，以促進數據依法有序自由流動。

個人信息保護

根據《中華人民共和國民法典》，自然人的個人信息受法律保護。任何組織或個人需要獲取他人個人信息的，應依法取得並確保信息安全，不得非法收集、使用、加工、傳輸他人個人信息，不得非法買賣、提供或公開他人個人信息。

監管概覽

全國人大常委會頒佈並於2021年11月1日實施的《中華人民共和國個人信息保護法》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。

國家互聯網信息辦公室頒佈並將於2025年5月1日生效的《個人信息保護合規審計管理辦法》規定，處理超過1,000萬人個人信息的個人信息處理者，應當每兩年至少開展一次個人信息保護合規審計。處理100萬人以上個人信息的個人信息處理者應當指定個人信息保護負責人，負責個人信息處理者的個人信息保護合規審計工作。

與外匯相關的法律法規

根據國務院於2008年8月5日頒佈的《中華人民共和國外匯管理條例》，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。對經常項目下外幣的國際支付和外幣轉移(如支付股息或利息)不予限制。資本項目中的外幣交易(如直接股權投資)仍受到限制，須經國家外匯管理局及其他相關中國政府機關批准或辦理登記手續。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日發佈的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，國家外匯管理局及其分支局、外匯管理部對境內公司境外上市涉及的業務登記、賬戶開立與使用、跨境收支、資金匯兌等行為實施監督、管理與檢查。境內公司應在境外上市發行結束之日起15個工作日內，持相關材料到其註冊所在地外匯局辦理境外上市登記。

監管概覽

根據國家外匯管理局於2016年6月9日發佈並於2023年12月4日被部分修訂的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(匯發[2016]16號)，境內機構資本項目外匯收入實行意願結匯政策，即相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入(包括外匯資本金、外債資金和境外上市調回資金等)，可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定為100%，但國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。在實行資本項目外匯收入意願結匯的同時，境內機構仍可選擇按照支付結匯制使用其外匯收入，但銀行按支付結匯原則辦理每一筆結匯業務時，均應審核境內機構上一筆結匯資金使用的真實性與合規性。境內機構的資本項目外匯收入及其結匯所得人民幣資金，可用於自身經營範圍內的經常項下支出以及法律法規允許的資本項下支出，但不得用於企業經營範圍之外或國家法律法規禁止的支出。

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》，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。經辦銀行按相關要求進行事後抽查。

境外上市相關法規

根據全國人大常委會於2019年12月28日最新修訂的《中華人民共和國證券法》，境內企業在境外直接或者間接發行證券或者在境外上市證券的，應當符合國務院的有關規定；

監管概覽

以外幣認購及買賣境內公司股份的，具體辦法由國務院另行規定。中國證監會是國務院設立的證券監督管理機構，負責依法監督管理證券市場，維護市場秩序，保障市場合法運行。

2023年2月17日，中國證監會頒佈有關境內公司境外發行及上市備案管理的若干法規，包括《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及五項配套指引（統稱「**境外上市規定**」）。根據境外上市規定，尋求以直接或間接方式在境外市場發行及上市證券的中國境內公司須在提交境外上市申請後三個工作日內向中國證監會提交所需文件。

根據境外上市規定，有下列情形之一的，不得在境外發行上市：(i)法律、行政法規和國家有關規定明確禁止此類證券的發行和上市；(ii)經國務院主管部門依法審查認定，擬進行的證券發行上市可能危害國家安全；(iii)擬進行證券發行上市的境內公司或其控股股東、實際控制人最近三年有貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序等犯罪行為；(iv)擬進行證券發行上市的境內公司涉嫌犯罪或重大違法違規行為，正在依法接受調查且尚未定案的；或(v)境內公司控股股東所持股權或被控股股東及／或實際控制人控制的其他股東所持股權存在重大權屬糾紛。

此外，根據境外上市規定，發行人在境外市場發行證券並上市後，應當在發生並公開披露以下情況後的三個工作日內向中國證監會提交報告：(i)控制權變更；(ii)境外證券監督管理機構或有關主管部門對發行人採取調查、處罰等措施；(iii)轉換上市地位或者上市板塊；及(iv)主動終止上市或強制終止上市。境內公司境外發行上市應當嚴格遵守相關法律、行政法規及有關外商投資、網絡安全、數據安全等國家安全的規定，切實履行維護國家安全的義務。

監管概覽

2023年2月24日，中國證監會、財政部、國家保密局、國家檔案局聯合頒佈《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》(「《**保密規定**》」)。根據《保密規定》，境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供或者公開披露任何涉及國家秘密和國家機關工作秘密的文件、數據的，應當依法報有審批權限的主管部門批准，並報同級保密行政管理部門備案。為境內企業境外發行上市提供相應服務的證券公司、證券服務機構在中國境內形成的工作底稿應當存放在中國境內，跨境轉移須按國家有關規定辦理審批手續。

關於稅務的法規

企業所得稅

根據全國人大常委會於2018年12月29日最新修訂的《企業所得稅法》以及國務院於2024年12月6日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，企業分為居民企業及非居民企業。中國居民企業通常按25%的稅率繳納企業所得稅。根據《企業所得稅法》，高新技術企業的企業所得稅稅率為15%。根據中華人民共和國科學技術部、財政部及國家稅務總局於2016年1月29日最新修訂的《高新技術企業認定管理辦法》，高新技術企業證書的有效期為三年。

增值稅

根據國務院於2017年11月19日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，在中國境內銷售貨物或者加工、修理修配勞務，銷售服務、無形資產、不動產以及進口貨物的單位和個人，為增值稅的納稅人，應當依照本條例繳納增值稅。

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》(財稅[2018]32

監管概覽

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%。

全國人大常委會於2024年12月25日頒佈了《中華人民共和國增值稅法》，自2026年1月1日起施行，《中華人民共和國增值稅暫行條例》同時廢止。

股息分派

中國規範外商投資企業股息分派的主要法律法規為全國人大常委會於2023年12月29日最新修訂的《中國公司法》以及全國人民代表大會於2019年3月15日頒佈的《中華人民共和國外商投資法》及其實施條例。根據該等規定，外商投資企業僅可以中國會計準則及規則界定的累計利潤(如有)派付股息。公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入公司法定公積金，公司法定公積金累計額為公司註冊資本的50%以上的可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。

根據2018年8月31日最新修訂的《個人所得稅法》及2018年12月18日最新修訂的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》，中國企業分派的股息須按20%的統一稅率徵收個人所得稅。對於非中國居民的外籍個人，從中國境內企業取得的股息通常應繳納20%的個人所得稅，除非國務院稅務機關特別豁免或根據相關稅收協定予以減免。

根據《企業所得稅法》及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，向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

監管概覽

繫的非居民企業分派的股息通常適用10%的企業所得稅稅率，除非國務院稅務機關特別豁免或根據相關稅收協定予以減免。

居住在已與中國訂立避免雙重徵稅條約或調整的司法管轄區的非居民投資者，可能有權就從中國公司收取的股息享有中國企業所得稅減免。中國內地目前已與香港、澳門以及包括澳大利亞、加拿大、法國、德國、日本、馬來西亞、荷蘭、新加坡、英國、美國等多個國家和地區訂立避免雙重徵稅條約或安排。根據相關稅收協議或安排有權享受優惠稅率的非中國居民企業須向中國稅務機關申請退還超出協議稅率的企業所得稅，而退稅申請須經中國稅務機關批准。

反不正當競爭

根據全國人大常委會於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國反不正當競爭法》，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。不正當競爭行為是指經營者違反本法規定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者的合法權益的行為。

監督檢查部門有權對涉嫌不正當競爭行為進行調查，並可採取檢查、詢問、查詢複製資料、查封扣押財物等措施。經營者違反本法規定從事不正當競爭的，應當依法承擔民事責任、行政責任和刑事責任。

境外投資管理辦法

根據商務部於2014年9月6日修訂的《境外投資管理辦法》，商務部和省級商務主管部門按照企業境外投資的不同情形，分別實行備案和核准管理。企業境外投資涉及敏感國家和地區、敏感行業的、實行核准管理。企業其他情形的境外投資，實行備案管理。

監管概覽

根據國家發改委於2017年12月26日頒佈的《企業境外投資管理辦法》，中國境內企業（投資主體）開展境外投資，應當履行境外投資項目（項目）核准、備案等手續，報告有關信息，配合監督檢查。實行核准管理的範圍是投資主體直接或通過其控制的境外企業開展的敏感類項目；實行備案管理的範圍是投資主體直接開展的非敏感類項目，即涉及投資主體直接投入資產、權益或提供融資、擔保的非敏感類項目。

上述敏感類項目包括涉及敏感國家或地區或敏感行業的項目。2018年1月1日國家發改委頒佈《境外投資敏感行業目錄（2018年版）》，詳細列示了具體的敏感行業。

不動產管理

土地

根據全國人大常委會2019年8月26日最新修正的《中華人民共和國土地管理法》，以及國務院於2021年7月2日最新修訂的《中華人民共和國土地管理法實施條例》，中國的土地屬於國家所有或集體所有，除法律規定屬於國家所有或已依法徵收為國有的土地外，均屬於集體所有。國有土地使用權可以通過出讓、劃撥、出租、出資入股等形式由第三方使用，取得國有土地使用權的第三方，在法定使用年限和規劃用途範圍內可以依法使用、收益、處分國有土地使用權。

根據國務院於2020年11月29日最新修訂的《中華人民共和國城鎮國有土地使用權出讓和轉讓暫行條例》，土地使用權出讓是指國家以土地所有者的身份將土地使用權在一定年限內讓與土地使用者，並由土地使用者向國家支付土地使用權出讓金的行為。土地使用權出讓應當簽訂出讓合同。土地使用者應當按照土地使用權出讓合同的規定和城市規劃的要求，開發、利用、經營土地。未按合同規定的期限和條件開發、利用土地

監管概覽

的，市、縣人民政府土地管理部門應當予以糾正，並根據情節可以給予警告、罰款直至無償收回土地使用權的處罰。土地使用者需要改變土地使用權出讓合同規定的土地用途的，應當徵得出讓方同意並經土地管理部門和城市規劃部門批准，重新簽訂土地使用權出讓合同，調整土地使用權出讓金，並辦理登記。

規劃

根據全國人大常委會於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國城鄉規劃法》，在城市、鎮規劃區內進行建築物、構築物、道路、管線和其他工程建設的，建設單位或者個人應當向城市、縣人民政府城鄉規劃主管部門或者省、自治區、直轄市人民政府確定的鎮人民政府申請辦理建設工程規劃許可證。

工程建設

根據全國人大常委會於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國建築法》，建築工程開工前，建設單位應當按照國家有關規定向工程所在地縣級以上人民政府建設行政主管部門申請領取施工許可證；但是，國務院建設行政主管部門確定的限額以下的小型工程除外。建築工程竣工經驗收合格後，方可交付使用；未經驗收或者驗收不合格的，不得交付使用。

關於租賃物業的法律法規

根據《中華人民共和國民法典》，不動產或者動產的所有人依法享有佔有、使用、收益和處分該等不動產或動產的權利。經出租人同意，承租人可以將租賃房屋轉租給第三方。承租人轉租房屋的，承租人與出租人訂立的租賃合同仍然有效。倘若承租人未經出租人同意轉租房屋，出租人有權終止租賃。

監管概覽

此外，如果租賃房屋的所有權在承租人根據租賃合同佔有期間發生變化，不影響租賃合同的有效性。因第三人主張權利，致使承租人不能對租賃物使用、收益的，承租人可以請求減少租金或者不支付租金。發行人如果因第三人主張權利導致無法繼續使用租賃房產，可以向出租方主張減少或不支付租金，減少資金損失。

根據《中華人民共和國民法典》，未辦理登記備案手續不影響租賃合同的效力。根據住房和城鄉建設部於2010年12月1日頒佈的《商品房屋租賃管理辦法》，出租人和承租人須於簽訂物業租賃合同後30日內向租賃物業所在地的市級或縣級建設(房地產)主管部門辦理物業租賃登記備案手續。倘若公司未按上述方式行事，可責令其限期改正；若該公司未能改正，則處以人民幣1,000元以上人民幣10,000元以下的罰款。

根據於2021年1月1日生效的《最高人民法院關於審理城鎮房屋租賃合同糾紛案件具體應用法律若干問題的解釋(2020修正)》，若根據租賃合同條款，在承租人佔有期間租賃房屋的所有權發生變化，且承租人要求受讓人繼續履行原租賃合同的，中國法院應予支持，但在租賃房屋租賃前已設立抵押權且因抵押權人實現抵押權而發生所有權變更的除外。

歷史、發展及公司架構

概覽

我們的前身東鵬實業於1994年6月註冊成立。2003年10月，林木勤先生及東鵬實業其他19名員工受讓東鵬實業產權。經過三十多年的發展和成長，憑藉我們的旗艦能量飲料產品「東鵬特飲」的成功並持續穩步的拓展產品品類，我們現已成為中國第一的功能飲料企業。

本公司於2018年3月改制為股份有限公司，隨後於2021年5月在上海證券交易所上市（股票代碼：605499）。詳細情況參見「— 本公司主要股權變動 — 改制為股份有限公司並在上海證券交易所上市」。截至最後實際可行日期，林木勤先生自身及通過其控制的有限合夥企業直接和間接控制我們發行股本的50.16%。

主要發展里程碑

下表載列本集團的主要發展里程碑概要：

年份	發展里程碑
1994年	東鵬實業於6月成立。
2003年	林木勤先生及東鵬實業其他19名員工受讓東鵬實業的全部產權，東鵬實業改制為東鵬有限。
2009年	我們在中國能量飲料行業內首次採用了PET瓶包裝。
2013年	我們開展提升「東鵬」品牌的全國影響力的相關舉措。
2015年	我們推出「一物一碼」系統，精確追蹤我們產品從工廠到消費者的流轉。
2017年	我們推出業界首創的500ml瓶裝版的能量飲料。
2018年	本公司於3月改制為股份有限公司。

歷史、發展及公司架構

年份	發展里程碑
2020年	我們採用了「五碼關聯」技術，在生產到銷售流程的關鍵階段設置獨有的二維碼。
2021年	本公司於5月在上海證券交易所上市(股票代碼：605499)，成為中國「能量飲料第一股」。
2023年	「東鵬特飲」的年銷售收入超過人民幣100億元。我們的運動飲料「東鵬補水啦」推出市場。
2024年	我們透過產品銷售獲得年度現金流入超過人民幣200億元。 「東鵬補水啦」於推出第二年，年銷售收入達近人民幣15億元。

本公司主要股權變動

我們的早期歷史

1994年6月30日，非法人實體深圳市東方企業有限公司東鵬飲料廠變更成為法人主體東鵬實業。

2003年9月25日，東方有限與東鵬實業當時的20名員工(包括林木勤先生)訂立了一份產權轉讓協議，據此，東方有限向該20名員工轉讓東鵬實業全部產權。上述產權轉讓在2003年10月13日完成後，東鵬實業改制為有限責任公司，即東鵬有限，林木勤先生成為持股58.04%的股東。

改制為股份有限公司並在上海證券交易所上市

2018年3月15日，東鵬有限完成了從有限責任公司改制為股份有限公司所需的所有程序並取得了所有批准，更名為東鵬飲料(集團)股份有限公司。

2021年5月27日，我們完成在上海證券交易所上市(股票代碼：605499)，期間本公司共發行40,010,000股A股，佔本公司緊隨A股上市完成後當時股本的10.00%。我們的A股上市完成後，林木勤先生直接和間接持有本公司50.74%股份。

歷史、發展及公司架構

我們的主要子公司

下表載列我們各主要子公司截至最後實際可行日期的主要業務、註冊／成立日期和地點以及本集團應佔股權^註：

主要子公司名稱	註冊／成立日期	註冊／ 成立地點	本集團 應佔股權	主要業務
廣州市東鵬食品飲料有限公司.....	2006年4月5日	中國	100%	研發及產品製造
廣東東鵬維他命飲料有限公司.....	2011年11月10日	中國	100%	產品製造
安徽東鵬食品飲料有限公司.....	2012年8月28日	中國	100%	產品製造
重慶東鵬維他命飲料有限公司.....	2015年2月3日	中國	100%	產品製造
南寧東鵬食品飲料有限公司.....	2017年3月1日	中國	100%	產品製造
廣東東鵬飲料有限公司	2017年4月26日	中國	100%	產品製造
長沙東鵬維他命飲料有限公司.....	2021年8月9日	中國	100%	產品製造
浙江東鵬維他命飲料有限公司.....	2021年11月29日	中國	100%	產品製造

歷史、發展及公司架構

主要子公司名稱	註冊／成立日期	註冊／ 成立地點	本集團 應佔股權	主要業務
深圳市東鵬捷迅供應鏈管理 有限公司.....	2019年4月23日	中國	100%	提供供應鏈管理服務
東鵬飲料市場營銷(上海)有限公司.	2020年6月22日	中國	100%	產品銷售
東鵬飲料營銷(廣東)有限公司.....	2022年11月9日	中國	100%	產品銷售
深圳市東鵬飲料銷售管理有限公司.	2023年7月14日	中國	100%	產品銷售和集團行政工作
東鵬飲料市場營銷(天津)有限公司.	2024年1月2日	中國	100%	產品銷售
東鵬飲料市場營銷(浙江)有限公司.	2024年1月4日	中國	100%	產品銷售
東鵬飲料(香港).....	2021年11月10日	中國香港	100%	產品銷售和國際業務運營

註：

- 於業績記錄期，我們也通過兩家其他主要子公司經營業務，即東鵬飲料市場營銷(深圳)有限公司和東鵬飲料市場營銷(汕尾)有限公司。兩家公司均為我們承擔銷售功能的子公司，已分別於2024年1月18日及2024年8月6日註銷。此等子公司的註銷是為精簡本集團的公司架構。

歷史、發展及公司架構

主要收購和出售

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無進行任何重大收購、出售或合併。

我們在上海證券交易所上市和在聯交所[編纂]的理由

自2021年5月起，本公司已在上海證券交易所上市。截至最後實際可行日期，董事確認，我們並無在任何重大方面違反上海證券交易所規則和其他適用中國證券法律法規的情況，且就董事經作出一切合理查詢後所知，我們於上海證券交易所的合規紀錄並無任何重大事宜須提請[編纂]注意。我們的中國法律顧問認為，董事就我們的合規紀錄作出的上述確認準確且合理。根據聯席保薦人進行的獨立盡職審查及我們的中國法律顧問的意見，聯席保薦人並無注意到任何事宜，令其合理地在任何重大方面不贊同董事就本公司於上海證券交易所的合規紀錄作出的確認。

我們尋求在聯交所[編纂]，旨在進一步增強我們的資本實力和綜合競爭力、提升我們的國際化品牌形象、滿足我們的國際業務發展需要及深入推進我們的全球化戰略。詳細情況參見本文件「業務—戰略」和「未來計劃及[編纂]用途」。

先前的GDR上市嘗試

我們曾考慮過發行全球存託憑證並申請於瑞士證券交易所上市（「**GDR上市**」）的可能性。董事會於2022年7月有條件批准及股東於2022年8月在股東大會上批准了GDR上市計劃。其後，考慮到外部資本市場環境及我們當時集中時間與資源拓展銷售網絡，提升品牌知名度與形象的戰略，董事會於2024年2月決定終止GDR上市計劃。截至最後實際可行日期，我們並未就GDR上市向任何監管機構提交任何正式上市申請。

歷史、發展及公司架構

董事確認，就他們所深知，概無有關GDR上市的其他重大事宜會影響本公司於聯交所[編纂]的適當性，且為使[編纂]能對本公司作出知情評估而必須於本文件中披露的事項。基於聯席保薦人進行的盡職調查，他們並未發現與GDR上市有關的事宜會令他們與董事的意見發生分歧。

公眾持股量

根據《上市規則》第19A.13A(2)條，新申請人如為中國發行人，且於上市時有其他上市股份，則其尋求上市的H股於上市時必須有部分由公眾持有，且(a)佔發行人H股所屬類別已發行股份總數(不包括庫存股)至少10%；或(b)預期市值不少於3,000,000,000港元。因此，按最低[編纂]每股H股[編纂]港元計算，上市時公眾人士必須持有的H股部分不得少於[編纂]股H股，佔已發行股份總數(行使[編纂]前)至少[編纂]%。

基於[編纂]將不會分配H股予本公司任何核心關連人士或根據《上市規則》第8.24條不被視為公眾人士的人士，預期緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，所有H股(佔已發行股份總數[編纂]%)，預期市值約為[編纂]港元(按最低[編纂][編纂]港元計算)，超過了30億港元)將計入公眾持股量，高於《上市規則》第19A.13A(2)(b)條規定的公眾人士須持有的H股百分比[編纂]%。

歷史、發展及公司架構

自由流通量

《上市規則》第19A.13C條規定，新申請人尋求上市的股份中，必須有足夠數量的股份由公眾持有，並於上市時可供買賣。如新申請人是一家在上市時有其他上市股份的中國發行人，這通常意味著尋求上市的H股中，在上市時由公眾持有且不受任何出售限制（不論是合同、《上市規則》、適用法律或其他規定）的部分，必須(a)佔上市時H股所屬類別已發行股份總數（不包括庫存股）至少5%，且上市時的預期市值不少於50,000,000港元；或(b)於上市時預期市值不少於600,000,000港元。

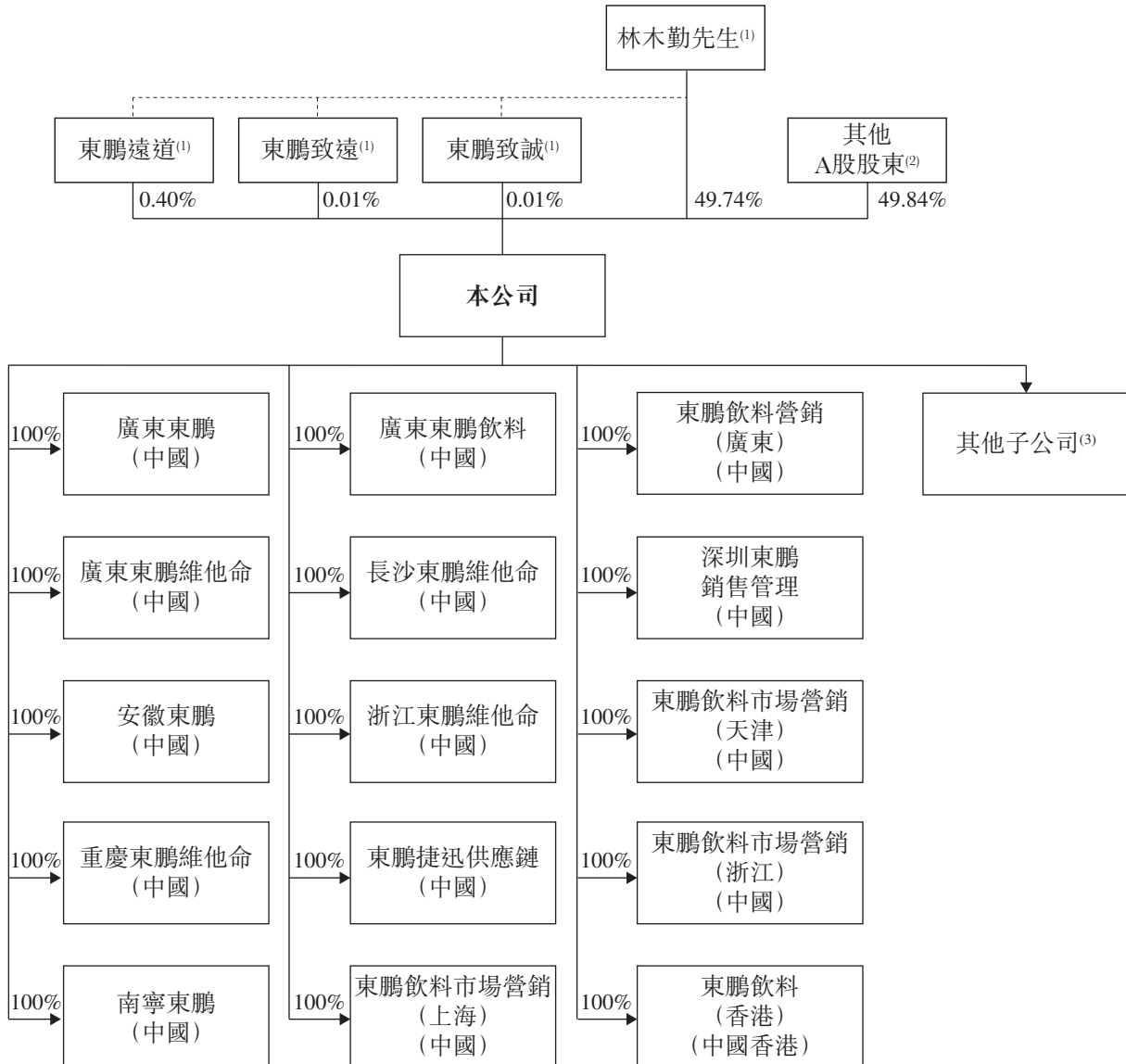
基於[編纂]將不會分配H股予本公司任何核心關連人士或《上市規則》第8.24條界定的非公眾人士，假設[編纂]未獲行使，且於[編纂]時[編纂]的[編纂]由公眾持有且不受任何出售限制（不論是根據合同、《上市規則》、適用法律或其他規定），則基於最低[編纂][編纂]港元計算，預期於[編纂]時至少有[編纂]股H股（預期市值約[編纂]港元，超過了[6億]港元）將由公眾持有，且不受任何出售限制（不論是根據合同、《上市規則》、適用法律或其他規定），因而符合《上市規則》第19A.13C(2)(b)條的自由流通量規定。

歷史、發展及公司架構

我們的股權和公司架構

緊接[編纂]前的股權和公司架構

下圖說明我們緊接[編纂]前的經簡化股權和公司架構：



歷史、發展及公司架構

註：

- (1) 林木勤先生為控股股東，截至最後實際可行日期作為有限合夥人分別持有東鵬遠道、東鵬致遠和東鵬致誠合夥權益的99.998%、99.89%和99.87%，而其餘各0.002%、0.11%及0.13%合夥權益則由獨立第三方林戴耀先生作為普通合夥人持有。東鵬遠道、東鵬致遠和東鵬致誠為本公司A股於上海證券交易所上市前成立的本公司員工持股平台。
- (2) 截至最後實際可行日期包括(i)林木港先生(本集團執行董事兼執行總裁以及林木勤先生之胞弟)，持有A股的5.22%；(ii)林戴欽先生(林木勤先生和林木港先生的侄子)，持有A股的5.22%；及(iii)鯤鵬投資，持有A股的5.06%。鯤鵬投資的普通合夥人為獨立第三方莊建恩先生，而鯤鵬投資的有限合夥人包括林木勤先生之子林煜鵬先生(持有54.05%有限合夥權益)、林木勤先生(持有9.01%有限合夥權益)以及其他15名各持有5%以下有限合夥權益的有限合夥人。林木勤先生、林木港先生、林戴欽先生、鯤鵬投資、莊建恩先生和林煜鵬先生就其各自於本公司直接或間接權益而言相互之間並無一致行動安排。
- (3) 其他子公司包括(i)於中國註冊成立的另外13家子公司；(ii)於馬來西亞註冊成立的兩家子公司、於印度尼西亞註冊成立的一家子公司及於越南註冊成立的一家子公司，這些子公司主要從事產品銷售及國際業務營運；及(iii)於美國註冊成立的三家子公司、於新加坡註冊成立的兩家子公司及於日本註冊成立的一家子公司，該等子公司尚未開展實質性業務運營但日後有意從事我們的國際業務運營。

截至最後實際可行日期，我們的所有股份均在上海證券交易所買賣，我們的控股股東直接和間接控制我們已發行股份總數的50.16%。據董事在作出一切合理查詢後所知，截至最後實際可行日期，除上述所披露者外，我們A股的其他股東均非我們任何控股股東的緊密聯繫人。

歷史、發展及公司架構

[編纂]完成後的股權和公司架構

下圖說明緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，我們的經簡化股權和公司架構：



註(1)至(3)：請參見「—緊接[編纂]前的股權和公司架構」下的相應說明。

業 務

概覽

我們是誰

我們是中國第一的功能飲料企業，收入增速在全球前20大上市軟飲企業中位列第一。根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，我們在中國功能飲料市場自2021年起連續4年排名第一，市場份額從2021年的15.0%增長到2024年的26.3%。按零售額計，我們是2024年第二大功能飲料公司，市場份額為23.0%，領先地位持續夯實。我們始終致力於為全球消費者健康美好生活注入能量。歷經30餘年深耕，我們持續為消費者提供可口、高質價比的飲料產品，成功塑造了備受消費者喜愛、擁有國民級影響力的「東鵬」品牌。「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌主張深入人心，「東鵬特飲」亦成為消費者心目中「能量補充」場景的首要聯想。我們夯實功能飲料行業領導地位的同時，也持續進行產品創新迭代、拓展多元化的品類佈局，為公司長期發展奠定基礎。

我們已建立起覆蓋全國的立體化銷售網絡，截至2025年6月30日，覆蓋全國超過420萬家終端銷售網點，實現中國近100%地級市覆蓋。我們的銷售團隊與經銷夥伴緊密合作，持續提升產品鋪市率和優化產品陳列以增加可見度及滲透率。我們持續拓展全渠道銷售網絡，滿足消費者在多樣化場景下的日常消費需求。我們堅持精細化的渠道管理策略，打造獨特的「產品+服務」模式，通過超7,000人的強大銷售團隊為渠道合作夥伴提供全方位的支持，與其建立深度互信共贏關係。我們通過與渠道合作夥伴(如經銷夥伴及終端銷售網點)緊密合作，持續增強市場滲透及渠道管理，實現更高效的終端銷售網點觸達、市場響應和新品推廣，持續提升單點銷售。

我們的數字化體系建設持續走在中國飲料行業前沿。我們於行業內率先啟用「一物一碼」系統(可通過飲料瓶蓋內的獨特二維碼實現精準的產品追溯)和「五碼關聯」技術(以獨特的二維碼標記在從生產到銷售流程的各個關鍵階段，構建一個專有的產品追溯網絡)。圍繞供應鏈、生產基地、渠道合作夥伴和終端消費者，我們搭建起全流程、多層次、一體化的數字化運營體系。該體系賦能運營關鍵環節，進而驅動銷售增長、提高決策精準度和全面降本增效。截至2025年6月30日，以累計不重複掃碼計，我們已與超

業 務

過2.5億消費者進行連接，實時獲取動銷數據。這些數據幫助我們積累深刻的消費者洞察，有效提升營銷活動針對性及增強消費者粘性的同時，反哺產品開發和創新。我們亦通過產銷協同賦能高效的採購和生產及渠道管理，全方位提升運營效率。

我們致力於打造兼具質量保障、產銷協同、成本領先的供應鏈體系。我們在全國關鍵區域戰略性佈局並已投產九大生產基地，有效輻射各地市場。憑藉領先的生產能力和工藝及實時掌握的動銷數據，我們實現精準的資源配置、高效的產銷協同，確保產品品質的同時，構築起領先的成本和效率優勢，為可持續增長打下堅實基礎。

持續的高質量增長

領先的行業地位

廣泛的市場滲透



註：(1) 根據弗若斯特沙利文報告，前20大排名基於2024年全球銷量；(2) 收入增速基於最新可得財務資料的過去12個月收入同比增速；(3) 根據弗若斯特沙利文報告，以銷量計；及(4) 截至2025年6月30日。

我們的品牌和產品

我們聚焦功能飲料行業，成功地在消費者心目中建立了與能量補充場景強關聯的品牌心智。憑藉差異化的產品定位和精準的創新營銷，「東鵬特飲」已成為中國以零售額計的人民幣百億級大單品，「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌主張深入人心，成為

業 務

中國消費者心目中「能量補充」場景的首要聯想。2024年，我們的能量飲料錄得收入人民幣13,303.6百萬元，2022年至2024年收入年複合增長率達27.3%。在運動飲料領域，我們2023年1月推出的「東鵬補水啦」產品，憑藉與流汗和補水場景強關聯而迅速崛起，其「快速補充電解質」的產品功能主張廣為傳播，於推出的第二年錄得收入近人民幣15億元，同比增速達到280.4%。

我們戰略性地聚焦生命週期長、市場潛力大的飲料產品，近年穩步拓展品類佈局，以更好滿足消費者對於飲料的多元化需求。我們以高質價比的產品定位將功能飲料打造為國民大眾消費品，在保證價格競爭力的同時，為消費者提供高質量的產品，增加消費者的獲得感，提升消費者忠誠度。截至目前，我們的產品矩陣已涵蓋能量飲料、運動飲料、茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料和果蔬汁飲料等多個品類。下圖列示我們主要類別產品的情況：



註： *其他飲料產品主要包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料和其他飲料產品。

我們的市場機遇

我們所在的中國軟飲行業規模龐大，根據弗若斯特沙利文報告，2024年中國軟飲行業零售額達約人民幣1.3萬億元，是全球第二大的軟飲消費市場。其中，功能飲料指含有特定成分，作用於人體特定身體機能的軟飲製品，包括能量飲料、運動飲料及其他

業 務

功能飲料。功能飲料已成為增長最快的板塊，2019年至2024年市場規模的年複合增長率達8.3%，高於同期整體軟飲市場的4.7%。在生活節奏加快、消費者對健康的持續關注等因素的帶動下，人們對具有能量補給、營養元素補充等特定功能的飲料產品的需求持續增長，功能飲料行業市場潛力巨大，按零售額計，預計2029年的市場規模達人民幣2,810億元，2025年至2029年年複合增長率達10.9%，遠高於同期軟飲市場的5.8%：

- 中國能量飲料行業起步較晚，與成熟市場相比，人均消費量仍有顯著提升空間，市場潛力巨大。2024年，中國人均能量飲料年消費量為5.3升，顯著低於美國（17.1升）、德國（16.3升）和日本（7.5升）的人均能量飲料消費量。同時，對比泰國（9.4升）、越南（6.1升）等對能量飲料認知度較高的東南亞國家，中國人均能量飲料消費量亦較低。近年來，中國能量飲料需求不斷增長，消費人群從傳統的藍領、駕駛人群拓展至戶外運動愛好者、電競人群及更多的白領和年輕人，而消費場景則從傳統的工作、學習、運動等抗疲勞場景，逐漸擴展到電競娛樂、休閒聚會等，呈現日常化、年輕化的趨勢。同時，消費者在包裝、口味和功能需求上也愈加多元，帶來巨大的成長空間。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國能量飲料行業規模預期於2029年達人民幣1,807億元，2025年至2029年年複合增長率10.3%。
- 隨著健康理念的普及，能夠及時補充水分、電解質和能量的運動飲料正日漸被大眾消費者接受，消費場景從運動健身拓展到更多有日常補水需求的消費場景，展現出強大市場潛力。2024年，中國人均運動飲料年消費量為4.5升，低於美國和日本的人均運動飲料消費量分別37.6升及14.2升，展現市場接受程度提升所帶來的增長潛力。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國運動飲料行業規模2024年達到人民幣547億元，並預期於2029年增至人民幣997億元，2025年至2029年年複合增長率為12.2%。

業 務

我們的財務表現

於業績記錄期，我們實現了強勁的收入增長、優異的盈利水平及穩健的現金流。我們的收入由2022年的人民幣8,500.0百萬元增加至2024年的人民幣15,830.3百萬元，年複合增長率達36.5%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,869.5百萬元增加36.4%至2025年同期的人民幣10,732.4百萬元。在收入快速增長的同時，我們憑藉行業領先的生產能力、產銷協同、渠道精耕和數字化賦能，有效提升運營效率及盈利水平、實現全成本領先優勢。我們的淨利潤由2022年的人民幣1,440.5百萬元增至2024年的人民幣3,326.4百萬元，年複合增長率達52.0%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,730.6百萬元增加37.2%至2025年同期的人民幣2,374.5百萬元。2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月淨利潤率分別為16.9%、18.1%、21.0%及22.1%。

我們擁有良好的現金流並樂於與股東分享我們的收益。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們經營活動產生的淨現金流分別達人民幣2,026.1百萬元、人民幣3,281.3百萬元、人民幣5,789.4百萬元及人民幣1,740.5百萬元，保持良好現金流的同時，自2021年於上交所上市以來我們每年均會分派股息，業績記錄期內直至本文件日期累計宣佈派息達人民幣54億元，累計派息率約60%（按已宣派股息金額除以業績記錄期內歸母淨利潤總和計算），持續回饋我們的投資者。

優勢

功能飲料行業龍頭企業，兼具高成長性和強盈利能力

我們是中國功能飲料行業的先行者和領軍者，根據弗若斯特沙利文報告，以銷量計，我們自2021年起已連續4年位列中國功能飲料企業第一。根據同一資料來源，以銷量計，我們在中國功能飲料市場佔有率從2021年的15.0%提升至2024年的26.3%。按零售額計，2024年「東鵬特飲」500ml瓶裝飲料位列中國軟飲市場單品第二，這一成績不僅彰顯了我們在行業中的領先地位，也體現了消費者對我們產品的高度認可。

在取得了卓越市場地位的同時，我們仍然保持高速增長。我們2022年至2024年的收入實現了36.5%的年複合增長率，遠高於同期全球功能飲料行業及中國功能飲料行業的增速。2025年上半年保持強勁的增長，與2024年同期相比錄得36.4%的增幅。

業 務

我們2022年至2024年淨利潤的年複合增長率達52.0%，並於2025年上半年較2024年同期進一步增加37.2%；在淨利潤實現強勁增長的同時，我們穩定提升淨利潤率水平，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月實現的淨利潤率分別為16.9%、18.1%、21.0%和22.1%，擁有強勁的盈利能力。2022年至2024年，我們的權益回報率分別為31.0%、35.8%和47.5%。

差異化和高質價比產品定位，帶來強勁增長同時，與渠道合作夥伴和消費者共享收益

功能飲料行業龍頭，具備品類拓展及規模化增長能力

我們持續深耕功能飲料，並主要聚焦於能量飲料和運動飲料。

在能量飲料領域，我們的核心產品「東鵬特飲」在資質認定、產品定位等方面具備差異化的競爭優勢。「東鵬特飲」經國家市場監督管理總局批准保健食品認證(「藍帽子」)，只有嚴格履行相關程序並成功獲得註冊或備案的企業和產品才能獲得該認證，這是其他品牌進入專業能量飲料領域的門檻之一。根據弗若斯特沙利文報告，能量飲料行業高度集中，而藍帽子標誌認證登記需要特定資格及程序，對大部分中小企業構成挑戰。截至2024年末，中國能量飲料行業主要參與者中僅八家公司獲得了「藍帽子」認證，佔中國能量飲料公司總數約1%。我們在中國能量飲料領域首創PET包裝，並創新性地採用500ml大包裝，為消費者提供更高質價比且容量更大的產品選擇，從而獲得廣泛市場認可。按零售額計，2024年「東鵬特飲」500ml瓶裝飲料位列中國軟飲市場同規格單品第一，得到了廣大消費者的喜愛。

多年來在能量飲料領域的深耕讓我們建立了強大的品牌力、堅實的產品開發能力、精準的營銷能力、覆蓋全國的銷售網絡、高效的數字化運營體系和全成本領先的供應鏈。這些可複用的能力和資源為我們拓展新產品品類奠定了堅實基礎。圍繞功能飲料領域，我們在其最高增速的運動飲料領域進行產品拓展並取得成功。我們2023年推出的運動飲料「東鵬補水啦」產品憑藉「汗點」場景的精準定位迅速崛起，其「快速補充電解質」的

業 務

功能性主張廣為傳播，上市第二年已實現近人民幣15億元收入，同比增速高達280.4%；並於2025年上半年繼續展現強勁的增長勢頭，收入較2024年同期增長213.7%。

通過深入洞察市場趨勢和消費者偏好，我們戰略性地選擇生命週期長、具有廣闊市場空間的飲料細分賽道作為品類拓展方向，通過在口味、包裝、成分方面的差異化創新儲備新的產品品類，通過先試點後推廣的方式，不斷尋找市場機會。我們根據不斷擴大的飲料消費場景和日益多元化的消費需求，選擇性佈局茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料等細分品類，並最大化複用我們的營銷、銷售網絡、數字化和供應鏈資源與能力，為我們長期持續發展奠定基礎。

極具質價比的產品定位及全成本領先能力讓我們能始終獲得消費者青睞、持續為渠道合作夥伴創造價值

我們以高質價比的產品定位將功能飲料打造為國民大眾消費品，「東鵬特飲」已不僅是快速解渴、提神、消除疲勞的飲料，更是廣大消費者日常飲用的大眾飲品。我們注重為消費者提供高質價比的產品，增加消費者的獲得感。我們深知只有讓消費者感受到產品價值，才能贏得他們的長期信賴。

我們擁有全國第一的功能飲料行業產銷量所帶來的巨大規模效應，同時我們憑藉豐富的行業經驗、領先的產銷協同和數字化精細運營能力，始終保持全成本領先，這讓我們的產品在保持價格競爭力的同時，仍然有能力保證產業鏈均獲得合理回報，從而提升我們的渠道合作夥伴的積極性，促進產品動銷。我們致力於維持具備吸引力的經銷商利潤率，與渠道合作夥伴形成了長期且相互信任的合作關係並共享收益。

業 務

覆蓋全國的高效立體化銷售網絡，形成了「產品+服務」相結合的獨特模式

我們建立起強大的線下渠道網絡，並不斷拓展線上、餐飲及其他新興渠道

我們因地制宜地開發管理經銷網絡，採取渠道精耕和大流通兩種運營模式。在具有相對銷售優勢的成熟市場，我們主要採用渠道精耕的運營模式，我們的銷售業務人員與渠道合作夥伴共同進行市場維護和開發，在提升服務能力的同時提高終端銷售網點覆蓋及單點銷售。在新開拓市場，初期我們主要採用大流通模式，充分利用經銷商自身的服務能力及市場資源，快速推進全國化及渠道覆蓋。

我們致力於與經銷商保持長期穩定的合作關係。2024年，我們合作時間超過5年的經銷商產生的收入佔經銷商收入比重超過六成，我們與經銷商之間所建立的堅固信任關係，讓經銷商能夠快速響應公司新品推廣和動銷活動。得益於我們強大且高效的線下銷售網絡，「東鵬補水啦」在產品推出的第二年即實現近人民幣15億元收入。

我們建立起覆蓋全國的高效銷售網絡。截至2025年6月30日，我們擁有超過3,200家經銷夥伴和覆蓋全國且深度下沉的超過420萬家終端銷售網點的銷售網絡，已實現近100%地級市全面覆蓋。網點眾多、覆蓋面廣、滲透力強的線下銷售網絡使我們的產品觸手可及。與此同時，我們持續推進「冰凍化戰略」，截至2025年6月30日，我們累計投放冰櫃數量逾40萬台，進一步加強產品可見度，提升單點銷售。

此外，我們亦持續進行立體化渠道建設。我們戰略性觸達重客客戶，已與多家大型零售企業建立了深度合作關係。我們積極拓展線上、餐飲及其他新興渠道，在主流電商平台滲透率持續提升的同時，不斷嘗試新興社交媒體，探索直播賣貨等銷售模式，更好地抓住年輕消費者。我們2022年至2024年的線上銷售收入年複合增長率達77.0%，並於2025年上半年較2024年同期進一步增加53.8%。我們的產品「海島椰」作為我們為開拓餐飲渠道定製的首款重點產品，支撐公司其他飲料產品在餐飲場景中的全面鋪開。此外，我們通過在學校、運動場館等場所使用智能售貨櫃，實現對更多消費渠道的覆蓋。

業 務

從廣東起步，建立了遍佈全國的銷售網絡，並逐步走向全球市場

「東鵬」品牌誕生於中國廣東省深圳市，我們以廣東省作為產品區域擴張的大本營。根據弗若斯特沙利文報告，我們自2017年起連續八年在廣東省功能飲料市場銷量排名第一。2017年開始，我們加快全國化進程，並取得優異成績。除廣東區域外全國其他區域的收入佔比由2022年的50.1%上升至2024年的56.9%，並進一步上升至截至2025年6月30日止六個月的61.9%。我們的全國化戰略推進和銷售滲透仍然有著巨大空間。2024年我們的功能飲料產品在廣東省的人均年消費量約為7.5升，而在全國其他省份的人均年消費量約為2.1升。

於此同時，我們也在積極探索海外市場機遇，我們的產品已進入越南及馬來西亞等全球多個國家和地區。根據不同市場的特點，我們制定了適應當地市場的品牌戰略和市場定位，對產品配方和包裝進行了適應性調整，以滿足不同國家和地區消費者的需求。我們積極尋找與當地企業合作，推進國際化戰略，實現業務的全球化佈局。

我們建立「產品+服務」的獨特模式，打造高維度渠道力

我們採用「產品+服務」的獨特模式，將高品質飲料供應與針對渠道合作夥伴的全面、以服務為導向的支援相結合。這一模式使我們不僅能提供產品，還能透過端對端服務和實地訪問，積極參與下游的執行和銷售，使我們的服務一直延伸至消費者觸達。通過將我們的服務深植於整個經銷流程中並借助我們的數字化能力，我們建立起緊密連接且高效的銷售網絡，使我們能夠實現深入的市場滲透和終端銷售網點層級的有效執行。

我們覆蓋全國的銷售團隊在各個環節為渠道合作夥伴（如經銷夥伴及終端銷售網點）提供有效支持和服務，「產品+服務」是我們領先於全行業的重要模式。同時，我們的數字化系統為我們向渠道合作夥伴提供服務全面賦能，讓我們能夠以更精準、更高效的方式對渠道合作夥伴在存貨管理、市場營銷推廣等方面提供全面服務和支持。

業 務

我們強大高效、經驗豐富的銷售團隊是銷售戰略全面落地的核心力量，是打造高維度銷售網絡能力的有效抓手。我們圍繞市場動銷給我們的銷售人員設置考核指標，我們的銷售人員通過實地拜訪、提供培訓指導等方式服務於我們廣大的渠道合作夥伴，與渠道合作夥伴產生深度互信。例如，我們的銷售人員對渠道合作夥伴定期反饋市場動銷數據、協助制定和調整市場開拓方案；對終端銷售網點提供協助，通過參與飲品拆箱與擺放，確保我們的產品陳列在相對醒目位置，提升動銷。截至2025年6月30日，我們擁有7,475名銷售人員，其中銷售管理團隊在公司的平均工作年限超過5年。

基於消費者和場景建立起精準營銷和東鵬品牌方法論，打造了知名的國民飲料品牌

我們建立了品牌塑造和精準營銷的方法論，賦能品牌價值持續增長

在功能飲料行業的持續深耕中，我們不斷總結，形成了一套精準營銷的方法論，將消費人群、營銷場景、產品特點進行有機結合，敏銳捕捉市場機會。我們創新性地採用線上線下合力、銷售推廣聯動的策略，圍繞重點消費人群開展營銷並制定人群專案，依託於消費場景，持續加強品牌心智聯想。例如，我們定位駕駛人群，在中國常用的數個地圖應用程序上率先推出語音導航廣告，通過將工具媒介化，深入用戶場景，對駕駛一族進行精準觸達，深度推廣「東鵬特飲」產品，取得了良好效果。我們也把精準營銷的方法論成功複製在「東鵬補水啦」的推廣上，例如針對廣泛的運動愛好人群，聚焦於跑步場景，通過與數個運動應用程序合作，共同開發語音陪跑產品，自推出以來已累計觸達超數百萬運動愛好者，播放數十億次，加強「快速補充電解質」的品牌心智聯想。

知名度易有，喜愛度難求。我們向消費者傳遞出積極向上、勇於拼搏的品牌精神，加深品牌與消費者之間的情感聯繫，持續提升品牌美譽度，賦能品牌價值持續增長，打造國民級的大眾品牌。2024年巴黎奧運會期間，我們與央視總台攜手，將「東鵬能量」

業 務

與體育賽事和奧運精神緊密綁定，成功入選央視強國品牌，強化了東鵬「為國爭光，東鵬能量」的品牌印象。我們亦通過贊助電競賽事、街舞賽事、音樂節等活動和在影視劇及綜藝活動中進行品牌植入，獲得了更多年輕消費者的關注和喜愛。

我們的成熟的營銷方法論，是基於對目標受眾和消費場景的深入理解，讓我們的品牌塑造卓有成效。2024年，英國品牌評估機構「品牌金融」(Brand Finance)發佈全球軟飲品牌價值榜單，東鵬飲料成為前25強唯二上榜的中國品牌之一。凱度BrandZ發佈的最具價值中國品牌百強榜單中，我們連續三年榮耀登榜，展現出強大的品牌實力。

「累了、困了、喝東鵬特飲」深入人心，積累的品牌心智有效助力品類拓展

經過三十餘年的沉澱與發展，我們已成功將東鵬品牌打造成為擁有廣泛知名度的國民飲料品牌，在消費者心中根植了能量、運動、力量等品牌形象。「累了、困了、喝東鵬特飲」讓我們成為能量補充場景的首要聯想，是廣大消費者的「充電站」。近年來，消費者對功能飲料呈現出更為認可和歡迎的態度，消費群體愈發廣泛，並呈現年輕化的特徵。

我們積累的品牌心智有助於我們的品類拓展。結合多年來對市場趨勢的理解、對消費者喜好的敏銳洞察，我們通過一系列精心策劃的新品推廣和廣告營銷策略組合拳，成功將「東鵬特飲」的品牌優勢，自然延伸到運動飲料「東鵬補水啦」、咖啡飲料「東鵬大咖」等新品中。其中，「東鵬補水啦」的迅速崛起，是我們的產品從「累點」和「困點」向「汗點」場景的有效延伸，其「快速補充電解質」的產品功能主張廣為傳播，銷售收入快速增長。

持續創新和領先的數字化運營體系，全鏈路賦能業務，多維度引領行業

全面搭建數字化生態系統，實現全鏈路數據驅動管理

我們在技術上先行探索，率先採用「一物一碼」系統，精準追蹤產品流向；並運用「五碼關聯」技術，全面構建產品追溯網絡。圍繞供應鏈、生產基地、渠道合作夥伴和終端消費者，我們搭建起全流程、多層次、一體化的數字化運營體系。

業 務

我們在行業中率先發力，借助全流程數字化運營體系，讓上下游從鬆散到具有高度粘性，並形成廣泛且牢固的網絡。截至2025年6月30日，以累計不重複掃碼計，我們已與超過2.5億消費者進行連接，和超過420萬終端銷售網點高效互動，同超過3,200個經銷夥伴深度合作，成功構築起經營護城河。

我們的數字化運營體系包括營銷數字化系統、供應鏈數字化系統和管理數字化系統，各個系統之間無縫銜接、相互協同。

- *我們的營銷數字化系統*。作為連接市場與消費者的關鍵橋樑，一方面緊密綁定渠道與消費者，以全鏈路利益共享激發終端銷售網點銷售和消費者購買的熱情，提升複購率；另一方面，基於對動銷數據的深度挖掘，我們優化營銷活動策劃，實現資源的精準投放，有效提高單點銷售。
- *我們的供應鏈數字化系統*。貫穿從原材料採購到產品交付的全流程。我們依據系統合理安排生產計劃，優化原材料採購，並通過對貨齡和庫存等數據的實時分析提高全渠道的存貨和原材料週轉效率，做到良好的產銷協同。
- *我們的管理數字化系統*。實現跨部門各業務環節的高效協作，為內部精準運營提供堅實支撐，對人員績效及人力資源進行精細管理，實時跟進工作進展與成果。同時，面對複雜多變的市場環境，我們通過對各類數據的整合分析，為管理決策提供客觀數據依據。

數字化已經成為我們支撐戰略落地、實現持續增長的核心保障。後續，我們還將利用成熟的數據收集與分析技術，進一步迭代我們的系統，深化我們的護城河。

我們的數字化能力持續推動銷售增長

構築增長引擎，有效驅動複購。通過「掃碼贏紅包」與「壹元樂享第二瓶」活動，我們深度激發消費者的參與熱情與購買欲望，有效增強消費粘性。針對渠道合作夥伴，我們創新性地採用「箱碼紅包」對終端銷售網點進行激勵，通過掃碼作為驅動，推動產品

業 務

開箱及銷售。這一創新模式激發了渠道合作夥伴的銷售積極性，形成了消費者持續複購、渠道合作夥伴分享利益、公司銷售業績穩步增長的良性循環，為我們的持續增長提供了強勁動力。

實時洞悉動銷，賦能敏捷決策。消費者、終端銷售網點及經銷夥伴等相關方掃碼所產生的數據關聯，讓我們實現了全景式的市場洞察，掌握產品在全渠道的開瓶消耗、銷售態勢、細分渠道的庫存狀況等關鍵信息。基於這些實時、精準的數據支撐，我們及時調整經營管理策略，實現營銷活動的精準策劃與執行，為產品創新與開發提供有力依據，快速響應市場變化。

我們的數字化能力持續鞏固成本優勢

系統融合聯動，高效降本增效。借助營銷、供應鏈、管理三大數字化系統的大數據分析與智能預測模型，我們精準捕捉市場動態，實現生產計劃與市場需求的精準匹配。合理安排生產任務，科學制定原材料採購計劃，優化庫存管理，有效避免生產過剩與供應短缺現象，確保產品供應的及時性與穩定性。通過對動銷、貨齡及庫存數據的實時分析，及時發現並解決市場營銷以及渠道管理的潛在問題，有效杜絕竄貨、庫存積壓等現象，並採取有力措施及時處理。

數據靶向施策，費用精準管控。我們基於不同產品在不同渠道及終端銷售網點的動銷情況，篩選出高潛力目標區域和終端銷售網點進行獎勵投放，精準分配營銷資源。我們還根據營銷活動進展情況，及時調整獎勵的類型、金額，實現營銷效率最大化。通過營銷數字化系統，我們讓消費者獎勵費用、終端陳列費用等實現「費用直達」和精準高效投放，精準管控渠道費用，提高營銷產出比。

兼具質量保障、產銷協同的穩定供應鏈，持續夯實全成本領先優勢

戰略性生產基地佈局，保證生產效率和產品質量

我們在關鍵區域戰略性進行綜合產能佈局，有效輻射全國市場，目前已投產九大生產基地，在縮短運輸半徑的同時，進一步保障動銷供應並降低物流運輸成本，為品類拓展提供了堅實基礎。

業 務

我們結合區域市場銷售情況綜合評估產能建設規劃，在長期維持合理的產能利用率水平的同時，通過全國產能的分佈式佈局，有效應對東鵬飲料各類產品在不同地區增長的需求，為全國化拓展的全面實施提供有力支撐。未來天津基地的建設推進，將滿足北方市場的需求。中山、昆明和海南基地的建設或籌建也體現了我們對大灣區、西南區域及海南市場的前瞻性準備。

在生產方面，我們致力於提高生產自動化，打造領先工藝技術水平。在生產線上，我們引入了自動化檢測機器替代人工進行精確檢測。我們亦嘗試在部分基地使用半自動化的投料機器人，進一步實現降本增效。在保證生產效率的同時，我們亦視產品質量為生命線，依託多年的生產經驗，全面保障產品質量。

產銷協同和規模優勢為基石，供應鏈各環節成本領先

我們以銷定產，實現更高效益產銷協同，通過掌握實時銷售數據，並結合精細化的庫存管理和需求預測，將市場信息及時反饋到生產執行計劃中。在具體執行生產計劃時，我們確保生產的連續性和靈活性，在充分滿足訂單需求的同時，保持合理的產能利用率及庫存水平，有效降低成本，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們的產能利用率分別為73.4%、86.3%、89.5%及83.5%。同期，存貨週轉天數為27.0天、27.0天、33.8天及26.5天。

在實現產銷協同的同時，憑藉顯著的規模效應，我們不斷追求並持續保持在產品開發、原材料採購、倉儲和物流等供應鏈其他各環節的成本、效率領先優勢。我們接近50%的直接物料及設備供應商與我們合作超過5年，擁有良好的合作粘性。我們的精細化管理和成本控制能力具體表現為：

- **產品開發。**我們持續開發成本效益更高的生產工藝，支持各生產基地減少生產過程中的浪費。我們在中國能量飲料行業內首次採用了PET瓶包裝，大幅降低了產品生產成本。

業 務

- **原材料採購。**我們採用集中採購、長期合同和批量購買等策略，獲取更優惠的價格和條款，強化成本端優勢。我們亦通過市場預判和風險評估，提前鎖定物料價格並有效對沖部分原材料的成本波動。
- **倉儲與物流。**全國性佈局的生產與倉儲物流網絡有效降低我們的產品運輸成本，讓我們的產品高效觸達渠道合作夥伴和消費者，提高供貨效率，助力我們的高速增長。

經驗豐富且專注的管理團隊，秉承簡單務實的企業文化，並積極承擔社會責任

我們的核心團隊具有遠見卓識，多年深耕並專注於飲料行業，持續打造高韌性的增長型企業

我們深耕飲料行業多年，擁有一支經驗豐富的管理、生產、銷售、研發和數字化建設隊伍，形成了以林木勤先生為核心的管理團隊。我們主要核心人員具有多年飲料行業工作經驗，對行業有著深刻的認知，敏銳洞察市場變化，善於抓住市場機遇，在各個關鍵且具有挑戰性的階段做出具有革新性的決定。我們半數的核心管理團隊在公司供職超過20年，深度參與並見證了公司業務發展的關鍵里程碑。

公司董事長林木勤先生1988年即從事飲料行業，深耕飲料行業30餘年，系中國飲料行業的領軍人物，2023年和2024年連續入選福布斯中國最佳CEO榜單，憑藉其高瞻遠矚的戰略思維、勇敢果決的拼搏精神和幾十年如一日的專注與熱愛，帶領公司穩步前行。同時，我們廣泛吸納和培養多元化和專業化的人才，結合業務發展戰略及行業市場前景，持續完善人才儲備，通過搭建多層次員工培養體系，提升人才隊伍競爭力。

我們將員工業績與公司業績緊密結合，並將「沒有任何理由不增長」的理念刻入每一位東鵬人的心中，通過做實企業文化，讓東鵬人擁有了強大的自驅力，助力公司可

業 務

持續、高韌性增長。我們秉承「簡單、誠信、協作、拼搏」的核心價值觀。我們注重員工個人的學習和成長，鼓勵創新思維，促進知識和經驗的共享，提高團隊整體素質。此外，我們的眾多員工加入了我們在A股上市前的員工持股平台，與我們一起分享成長收益。

胸懷社會責任，積極承擔公益事業

我們始終不忘商業向善的初心，積極投身公益，承擔社會責任。我們通過醫療援助、體育教育、捐資助學、扶貧助困及緊急救災等多種形式，幫助需要關懷的群體，並鼓勵員工互助並積極參與公益，傳遞愛的能量與溫度，為社會美好貢獻力量。我們致力於推動農業發展、促進鄉村振興，通過發展果蔬汁飲料，如生榨油柑汁等，推動聯農帶農、助農增收。

早在2017年，我們便與韓紅基金會在提振鄉村醫療水平等方面展開合作，多年支持「百人醫療援助」公益行動，推動基層醫療衛生建設。2022年，我們成立深圳市東鵬飲料公益基金會，建立起長效慈善公益平台，積極參與救災及扶貧助困等。同年，我們攜手姚基金發起「青出於藍」公益計劃，每年支持百所鄉村小學體育教育，助力年輕學子如鵬鳥展翅，勇敢逐夢。2024年，我們發起「東鵬特飲•卡友子女助學計劃」，支持貨車司機子女實現大學夢。

戰略

我們將緊跟消費趨勢變化，通過進一步夯實在產品創新、立體化渠道、數字化、供應鏈等方面的優勢，持續提升品牌價值和市場競爭力，在深耕本土市場的同時穩步推進國際化佈局，致力於成為全球領先的綜合飲料集團，為全球消費者健康美好生活注入能量。

業 務

持續推進全國化戰略，拓寬渠道網絡、強化渠道精耕

我們計劃持續推進全國化戰略，在全國範圍內拓展終端銷售網點，提升產品整體鋪市率和單點銷售。針對各地區特點，制定因地制宜的差異化渠道拓展策略。例如，在成熟市場，我們將繼續完善現有渠道精耕模式，持續加密網點並挖掘單點潛力。在我們現時影響力相對有限但市場規模和增長潛力巨大的新開拓市場，我們將積極發展和培育優質渠道合作夥伴資源，以更高效的方式開拓終端銷售網點，提升產品鋪貨率。除廣東區域外全國其他區域的收入佔比由2022年的50.1%上升至2024年的56.9%，並進一步上升至截至2025年6月30日止六個月的61.9%。2024年度我們的功能飲料產品在廣東省的人均年消費量約為7.5升，而在全國其他省份的人均年消費量約為2.1升，我們的全國化戰略推進和銷售滲透仍然有著巨大空間。

我們將繼續堅持渠道精細化運營。一方面，持續完善「產品+服務」的獨特模式，實現對渠道合作夥伴更全面、精準和有效的賦能，進一步提升渠道粘性。另一方面，我們將繼續加強「冰凍化戰略」，加大冰櫃在終端銷售網點投放規模和力度，並優化貨架陳列，提高全品類產品的曝光，拉動終端動銷。

此外，配合品類拓展戰略，我們通過高適配度的產品及場景，積極開拓不同的銷售渠道，進一步提升東鵬的品牌知名度和渠道影響力。例如，「海島椰」作為我們為開拓餐飲渠道定製的首款重點產品，能夠更好地幫助我們快速捕捉餐飲渠道巨大的市場機遇，同時為公司其他產品在餐飲場景中觸達更為廣泛的客戶群體提供更多可能。

在深耕線下渠道的同時，我們也將繼續積極拓展線上及其他新興渠道，通過立體式渠道網絡實現對最新消費趨勢和行業發展動態的持續追蹤。除主流電商平台外，我們亦積極發展新興內容電商和社區團購平台，並探索直播賣貨等新模式，以觸達更廣泛的消費群體。

業 務

持續投入產品開發，推動產品迭代創新，拓展產品品類

未來我們將繼續專注於軟飲行業，通過持續豐富產品矩陣，滿足不同人群、不同場景的多元化消費需求。在夯實能量飲料基本盤的同時，積極探索品類拓展，培育新的增長點，為公司的可持續增長注入新的活力。

為此，我們堅持縱向創新迭代與橫向品類延展並駕齊驅。在產品迭代方面，通過持續強化產品開發和創新能力，圍繞對消費者需求的深刻洞察和對市場趨勢的持續追蹤，在功能、口味、包裝等方面進行優化，進一步豐富產品矩陣。在品類延展方面，我們會繼續戰略性聚焦生命週期長、市場潛力大的軟飲細分板塊。近年來，我們的產品矩陣從能量飲料延展至運動飲料、茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料等品類。未來我們將以高質價比的產品定位和強大品牌力為錨點，以全國渠道網絡和全成本領先的供應鏈體系為槓桿，為消費者提供更多健康、可口的產品選擇。

持續投入品牌建設和消費者互動，強化國民品牌影響力

我們將繼續強化和應用我們細分人群和場景強關聯的創新營銷能力和獨特的品牌塑造能力，深入挖掘各細分人群和消費場景，提高消費者認知和粘性。

以我們的核心產品「東鵬特飲」為例，隨著能量飲料消費呈現日常化、年輕化的趨勢，我們計劃進一步圍繞戶外運動愛好者、電競人群、主播人群、互聯網從業者及更多的白領人群和年輕人群，佈局電競娛樂、戶外運動、旅行、休閒聚會、日常保健等場景，強化品牌心智。

針對各細分人群和其對應的場景，我們也會繼續構築多形式的矩陣式營銷佈局，例如，針對運動場景，我們將繼續通過贊助體育賽事及路跑活動、加強產品在運動場館中的推廣、探索與運動應用程序的合作模式，全渠道、多維度地觸達廣大的運動愛好者，傳遞出「積極向上、勇於拼搏」的品牌精神；針對電競場景，我們將通過贊助知名電競賽事、與電競戰隊合作、推出電競主題廣告和產品、與遊戲直播平台合作、與熱門遊戲合作等，實現品牌曝光與電競文化的深度融合。

業 務

我們持續看好年輕消費者的潛力，因此，我們將靈活運用多種媒介，通過加大視頻網站大劇投放、贊助街舞比賽、音樂節，整合戶外廣告、電視、社交平台及自媒體等線上線下資源，觸達更加廣泛的年輕消費者群體。我們亦將持續豐富品牌故事、力求以更新穎的方式進行品牌內涵表達，強化消費者的認同感和情感連接，進一步實現品牌年輕化和提升活力。

戰略性探索海外市場與投資併購機會

我們正在積極探索海外市場發展機會，以將我們卓越的產品力、領先的供應鏈、數字化、品牌塑造及渠道管理能力應用至更廣闊的全球市場。

進入新的海外市場前，我們將對當地市場狀況、消費者特點及監管要求進行綜合分析，針對各地市場特點，探索靈活的經營模式，因地制宜地選擇最適配當地市場的發展戰略。針對增長潛力大的重點市場，我們計劃有選擇地增加資源投入，通過組建本地化團隊、拓展本地渠道商資源、佈局當地供應鏈等舉措，以更好抓住市場機遇。例如，針對東南亞市場，我們已在印度尼西亞、越南和馬來西亞設立子公司，並將逐步建立當地供應鏈體系。與此同時，我們也在積極探索美國等其他國家和地區的市場機會。

憑藉強大的產品力和日漸積累的海外市場洞察，我們將積極推進產品在海外的本土化發展。例如，調整產品配方以滿足監管要求和當地消費者的口味偏好，並以創新產品包裝和設計增強對當地消費者的吸引力。同時，我們亦會針對不同市場特點採用靈活的定價策略，確保產品在各市場中的競爭力。在內生增長基礎上，我們亦將持續關注產業鏈上的潛在併購投資機會，助力我們的市場份額提升及業務增長。例如，通過投資在研發及生產供應方面獨具優勢的資產，豐富產品組合。在海外市場通過成立合資公司或收購本地標的，實現更高效的市場擴展。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何特定的投資或收購目標或訂立任何明確的投資及收購協議。

持續推進數字化建設和升級，實現全面的提質增效

我們始終堅持將數字化體系建設作為核心競爭力，將持續投入並完善現有的數字化系統，圍繞供應鏈、生產基地、渠道合作夥伴和終端消費者，搭建全鏈路透明化的數字化運營平台，通過與產業鏈各參與方深度綁定，進一步提升數據驅動的渠道管理效益，增強渠道粘性，以實現全面提質增效。

業 務

- 在生產及供應端方面。我們計劃進一步借助數字化系統，推動採購、生產、質控、物流倉儲各環節的協同和優化。通過動態的銷售管理，實時掌握經銷商庫存和終端銷售網點的銷售情況，進而及時調整營銷計劃、生產計劃、優化渠道動銷及庫存水平。同時，借助先進的大數據分析能力，加強大模型的應用和算法優化，持續提升我們對銷售預測的準確性，進一步強化「以銷定產、產銷協同」能力，提升生產端對銷售終端及市場的反饋效率。
- 在銷售和營銷方面。我們計劃加強對銷售數據的智能化採集和分析能力，強化對實時動銷數據的有效利用，以數據指導產品投放及營銷活動，反哺產品開發和創新，以實現更精準的消費者觸達、更高效的營銷投入產出。同時，我們計劃借助數字化工具持續提升對終端銷售網點的精細化管理程度，進一步提升管理效率和成本效益。
- 在運營管理方面。我們計劃進一步通過數字化系統提升跨部門管理和協作能力，提高運營效率，為內部決策提供更精準的指導和支持。

進一步完善產能佈局和推進供應鏈升級，強化全成本領先優勢

我們計劃穩步拓展產能佈局，為全國性擴張和可持續增長提供支持。結合終端市場開拓進程，在全國尋找合適地點新建生產基地，持續優化基地佈局，升級現有基地，力求以最短的運輸時間、最優的倉儲物流成本，實現更有效的市場覆蓋、更高效的需求響應。例如，目前正在建的天津基地，有望將更好滿足北方市場快速增長的終端需求。我們亦考慮在海外重點市場搭建當地供應鏈體系以滿足海外市場的高速增長需求。

我們將繼續強化全成本領先的優勢。為此，我們計劃持續發揮規模優勢，優化生產流程及工藝，同時加強對數字化平台的應用與配合，增加全流程的標準化、各環節的可視化、數據的流通化，進而實現對市場更高效靈活的響應，提升整體供應鏈效率。

產品品質亦是我們始終如一的堅持。我們計劃持續完善質量保障體系，一方面踐行更嚴格的供應商准入、考核及淘汰機制，另一方面加強供應鏈各環節緊密合作、加強對上游的賦能，通過向物料供應商輸出領先的質量管理經驗，從源頭保障品質。

業 務

與此同時，我們積極擁抱創新、持續進行基礎設施升級。我們計劃通過引入先進的信息技術和自動化設備，降本增效的同時提升產品質量。

持續吸引、培養、並留存頂尖人才，進一步完善組織管理

人才是我們高質量增長的核心之一。因此，我們將持續優化我們的組織架構及人才培養體系，建立合理的人才選拔制度，結合具有吸引力的薪資結構和激勵機制、完善的培養計劃、清晰的晉升體系，保持核心團隊的積極性和穩定性，建立專業高效的管理體系，為打造領先的綜合飲料集團和國際化拓展奠定基礎。

我們秉持為員工搭建事業平台的使命初心，為員工提供更多學習機會，鼓勵創新，與員工共同成長。我們會進一步完善系統性培訓體系和人才輪崗機制，通過內部的知識和經驗共享，提高團隊的整體能力，同時促進員工的主動學習和自我管理，提升員工滿意度和歸屬感。

我們將持續在僱主品牌建設、市場競爭等方面發力，進一步提升公司在人才市場的吸引力，通過引進優質業務及管理人才，為企業注入新興力量，支撐企業未來長期可持續發展。特別地，我們將持續聘用和留存在銷售、研發、供應鏈及多品類產品等方面具有經驗的優秀人才，以加強我們的渠道力、產品力與供應鏈能力。在海外市場，我們將適時打造兼具國際視野和本地優勢的團隊，支持我們未來全球化的發展。

業 務

我們的品牌及產品

我們是中國功能飲料市場的領導者，根據弗若斯特沙利文報告，以銷量計，我們自2021年以來連續四年穩居全國功能飲料產品首位。我們的功能飲料產品主要集中於能量飲料和運動飲料。憑藉穩固的市場地位，我們緊跟市場和消費者偏好變化，戰略性拓展生命週期長、市場潛力大的飲料品類，包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料及果蔬汁飲料。



下表載列於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

截至12月31日止年度							截至6月30日止六個月			
2022年			2023年		2024年		2024年		2025年	
人民幣	%		人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
							(未經審計)			
(人民幣千元，百分比除外)										
銷售飲料產品										
功能飲料產品：										
— 能量飲料	8,211,177	96.6	10,353,901	91.9	13,303,585	84.0	6,858,057	87.2	8,360,511	77.9
— 運動飲料(東鵬補水 啦)	—	—	393,043	3.5	1,495,014	9.4	475,838	6.0	1,492,738	13.9
其他飲料產品 ⁽¹⁾	280,156	3.3	503,540	4.5	1,023,166	6.5	527,747	6.7	877,304	8.2
小計	8,491,333	99.9	11,250,484	99.9	15,821,765	99.9	7,861,642	99.9	10,730,553	100.0
其他 ⁽²⁾	8,690	0.1	6,651	0.1	8,571	0.1	7,827	0.1	1,859	0.0
合計 ⁽³⁾	8,500,023	100.0	11,257,135	100.0	15,830,336	100.0	7,869,469	100.0	10,732,412	100.0

業 務

註：

- (1) 其他飲料產品主要包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料和其他飲料產品。
- (2) 其他主要指(i)銷售包裝材料及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入。詳細情況參見「財務資料 — 我們經營業績主要組成部分的說明 — 收入」。
- (3) 於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，於中國內地產生的收入分別佔我們總收入的100.0%、99.8%、99.8%及99.8%，餘下收入主要來自於香港和印度尼西亞、越南等東南亞國家。

下表載列所示期間我們飲料產品的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										
功能飲料產品：										
— 能量飲料	3,485,865	42.5	4,615,514	44.6	6,325,133	47.5	3,204,103	46.7	4,173,992	49.9
— 運動飲料										
(東鵬補水啦)	—	—	100,964	25.7	433,677	29.0	136,387	28.7	464,943	31.1
其他飲料產品	38,379	13.7	41,210	8.2	220,590	21.6	111,517	21.1	124,950	14.2
合計	<u>3,524,244</u>	<u>41.5</u>	<u>4,757,688</u>	<u>42.3</u>	<u>6,979,400</u>	<u>44.1</u>	<u>3,452,007</u>	<u>43.9</u>	<u>4,763,885</u>	<u>44.4</u>

業 務

下表載列所示期間我們飲料產品的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元	噸	人民幣元
	(以千計)	/噸	(以千計)	/噸	(以千計)	/噸	(以千計)	/噸	(以千計)	/噸
功能飲料產品：										
— 能量飲料	1,867	4,399	2,388	4,336	3,083	4,315	1,605	4,272	1,966	4,252
— 運動飲料										
(東鵬補水啦)	—	—	174	2,259	661	2,262	209	2,271	686	2,177
其他飲料產品	189	1,484	295	1,705	472	2,167	238	2,217	398	2,207
合計	<u>2,056</u>	<u>4,131</u>	<u>2,857</u>	<u>3,938</u>	<u>4,216</u>	<u>3,752</u>	<u>2,052</u>	<u>3,830</u>	<u>3,050</u>	<u>3,519</u>

功能飲料 — 能量飲料

能量飲料指含有一定能量並添加適量營養成分或其他特定成分，能為機體補充能量，或加速能量釋放和吸收的飲料製品。我們是中國能量飲料行業的開拓者之一，深耕行業30餘年。我們於20世紀90年代推出旗艦能量飲料產品「東鵬特飲」，我們的三款能量飲料產品(包括「東鵬特飲」)自國家市場監督管理總局已獲得保健食品註冊證書(通稱「藍帽子標誌」)。該等證書僅向嚴格遵守相關程序並成功完成註冊或備案的公司及產品提供，只有獲得藍帽子標誌的產品才被允許明確宣傳其緩解體力疲勞等功效。根據弗若斯特沙利文報告，能量飲料行業高度集中，而藍帽子標誌認證登記需要特定資格及程序，對大部分中小企業構成挑戰。截至2024年末，中國能量飲料行業主要參與者中僅八家公司獲得了藍帽子標誌認證，佔中國能量飲料公司總數約1%。

以「累了、困了、喝東鵬特飲」為品牌主張，我們致力於提供有效且深受消費者青睞的能量飲料。我們的「東鵬特飲」產品採用功能性成分配製而成，包括牛磺酸、賴氨酸、肌醇、咖啡因、維生素PP(煙酸)、維生素B6和維生素B12。根據弗若斯特沙利文報告及

業 務

權威文獻，(i)牛磺酸(一種氨基酸)可緩解身體疲勞，具有抗氧化、抑制自由基損傷的功能，近期研究還表明其在延緩衰老方面擁有潛力；(ii)賴氨酸可參與能量代謝；(iii)肌醇可促進細胞生長、參與體內新陳代謝活動；(iv)維生素PP(煙酸)可提高中樞神經的興奮性；(v)維生素B6參與人體氨基酸、糖和脂類代謝；及(vi)維生素B12對維持神經系統正常功能、血氧運輸方面具有重要作用。根據弗若斯特沙利文報告及權威文獻，含有這些成分的飲料對提高運動表現或精神面貌、緩解疲勞具有顯著作用。



我們的能量飲料不僅效果顯著，而且通過獨特的設計，適應不同消費者及消費場景的多元化需求。我們率先在中國能量飲料行業推出PET塑料瓶設計。易拉罐包裝在打開後無法重新密封，且容易積聚灰塵或引發衛生問題；與此不同，我們的瓶身設計具有便攜性與清潔性，可確保更方便衛生的飲用體驗。這種包裝設計不僅降低了每瓶飲料的生產成本，還提高了衛生性、便攜性和實用性，有效提升消費者體驗。

此外，我們的「東鵬特飲」提供瓶裝、罐裝及盒裝等多種包裝，規格從250ml到500ml不等，以滿足不同的消費者偏好和消費場景。每件產品的建議零售價介乎人民幣2.0元至人民幣6.0元。值得一提的是，我們率先在能量飲料行業推出500ml大瓶裝。我們的500ml瓶裝能量飲料容量大且價格更實惠，既能滿足消費者對大容量能量飲料日益增長的需求，又能提供卓越的便利性和質價比。我們的500ml瓶裝能量飲料自推出以來銷量增長強勁，成為我們多年來最暢銷的單品，而根據弗若斯特沙利文報告，按2024年的零

業 務

售額計，我們的500ml瓶裝能量飲料已成為中國軟飲市場同規格產品中最暢銷單品。我們還擴大了能量飲料產品組合，包括「東鵬加氣」和「東鵬0糖」，提供更多種類，以滿足年輕消費者對口味和健康飲料的多元化需求。「東鵬加氣」產品採用355ml瓶裝，而「東鵬0糖」產品則有310ml瓶裝和335ml瓶裝兩種規格。這兩款產品的每瓶建議零售價均介乎人民幣5.0元至人民幣6.0元。

我們是中國能量飲料行業的早期開拓者之一，並已發展成為行業的領導者，根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，自2021年以來連續四年佔據最高市場份額。於2022年、2023年及2024年，能量飲料所得收入分別為人民幣82億元、人民幣104億元及人民幣133億元，2022年至2024年的年複合增長率為27.3%，以及由截至2024年6月30日止六個月的人民幣69億元增加21.9%至2025年同期的人民幣84億元。

憑藉我們的品牌知名度和綜合實力，我們積極於海外市場尋求機會。憑藉豐富的經驗和強大的本地化能力，我們為不同的區域市場量身定製產品和市場推廣策略。各區域市場在文化背景、口味及包裝偏好以及功能需求和消費場景等方面都存在較大差異。為確保產品符合地方偏好，我們在推出定製化產品前進行了深入的市場調研和消費者需求分析。就產品包裝而言，我們與當地設計公司合作，設計出反映當地文化與審美的包裝，同時也選擇符合當地飲用習慣的包裝材料。就口味而言，我們學習研究當地人的飲食偏好，對配料進行調整，確保我們的產品在保持特色的同時能夠適應地方偏好。此外，我們積極開發針對特定市場的產品口味，作為產品管線的一部分，為未來市場擴張奠定了基礎。

功能飲料 — 運動飲料

運動飲料富含礦物質和其他符合人體生理活動特性的營養成分，能為機體補充新陳代謝或運動所消耗的水分、電解質及其他營養元素。運動飲料過去主要是在體育活動中飲用，隨著消費者認知不斷提高，運動飲料越來越受歡迎，其用途已從體育活動擴展到更多的日常補水需求。憑藉在飲料行業數十年來積累的豐富經驗和深厚專業知識，我們敏銳地發現並抓住消費者對運動飲料需求激增的市場機遇，並有效地調動供應鏈資源，於2023年1月推出「東鵬補水啦」。憑藉精準定位「汗點」場景，「東鵬補水啦」自推

業 務

出以來市場反響熱烈，其「快速補充電解質」的產品功能主張廣為傳播。作為進軍這個領域的重點產品，「東鵬補水啦」是我們在業績記錄期提供的唯一一款運動飲品，推出第二年的收入便達到近人民幣15億元，佔該年總收入約10%。



我們的「東鵬補水啦」產品富含氯、鈉和鉀離子等必需的電解質，可迅速補充因流汗而流失的水分和電解質，有助於維持體液平衡，調節水、電解質和酸鹼水平，這對維持人體內部穩定至關重要。我們目前提供380ml、555ml、900ml和1L規格的瓶裝「東鵬補水啦」產品，可滿足日常外出和鍛煉等各種飲用場景，有效補充因流汗而流失的電解質和水分。為了滿足不同消費者的口味需求以及消費者對更健康的飲料選擇的需求不斷增加，我們也提供西柚、白桃、荔枝和檸檬以及無糖版本等多種口味選擇。每瓶「東鵬補水啦」產品的建議零售價介乎人民幣3.0元至人民幣7.0元。

我們的「東鵬補水啦」顯示出非凡的市場吸引力，收入由2023年的近人民幣4億元快速增加至2024年的近人民幣15億元，一年內實現280.4%增長；並於2025年上半年繼續展現強勁的增長勢頭，收入較2024年同期增長213.7%。這一快速增長也彰顯了消費者對補水及電解質飲料的強勁需求，加強了我們在快速增長的運動飲料市場的競爭力。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國運動飲料行業預計將由2024年的人民幣547億元增長至2029年的人民幣997億元，年複合增長率為12.8%。

其他飲料產品

通過深入分析市場趨勢及不斷變化的消費者偏好，我們將戰略重點放在生命週期長、市場潛力大的飲料品類上。通過在口味、包裝和配料方面的差異化創新，我們不斷抓住新的市場機會。我們選擇性將產品組合從能量及運動飲料擴展到茶飲料、咖啡飲料、

業 務

植物蛋白飲料、果蔬汁飲料等品類。這種戰略性多元化使我們更好地適應多樣化的消費需求，同時擴大我們的市場覆蓋。此外，我們多元化的產品矩陣有助於我們擴展新的銷售渠道，如餐飲渠道。通過豐富產品種類，我們鞏固了與經銷夥伴關係，為我們的長期發展奠定堅實基礎。

茶飲料

我們提供大包裝、實惠的無糖茶飲料及含糖茶飲料，以滿足茶飲料消費者的不同偏好。目前，我們已推出無糖茶系列「鵬友上茶」和含糖茶飲料系列「果之茶」及「多喝多潤」：

無糖茶飲料



「鵬友上茶」。隨著無糖茶飲料在中國消費者（尤其是千禧一代和Z世代消費者）中日益流行，我們於2023年推出了首個無糖茶飲料系列「鵬友上茶」。此系列產品選用上好茶葉，採用高溫短時萃取工藝，保留了濃郁清爽的茶味，主要為555ml瓶裝，包括烏龍茶、普洱茶和茉莉花茶等多種口味。「鵬友上茶」的建議零售價約為每瓶人民幣4.0元至人民幣6.0元。

含糖茶飲料

因其廣泛的消費者吸引力和龐大市場需求，含糖茶飲料市場競爭十分激烈但潛力巨大。為了抓住這一市場機遇，同時實現差異化，我們將戰略重點放在提供大包裝、實惠且口味和質量有競爭力的含糖茶產品上，使其成為用餐、聚會及分享的完美之選。目前，我們已推出「果之茶」及「多喝多潤」。

業 務



「多喝多潤」。2023年，我們推出植物茶飲料系列「多喝多潤」，將茶底與蜂蜜等配料相結合，創造出可口的天然風味飲料。此系列產品目前包括1.25L瓶裝的九制陳皮飲品、菊花蜜飲料和蜂蜜綠茶飲料。「多喝多潤」的每瓶建議零售價約為人民幣5.0元至人民幣6.0元，為消費者提供口味豐富的高質價比飲料。



「果之茶」。2024年，我們發力低糖茶飲料市場，推出了以混合水果味和香草茶為特色的「果之茶」。此產品線通過從茶葉和新鮮水果中提取風味，帶來自然材料的清新口感。此系列產品目前包括1L瓶裝的西柚茉莉茶、蜜桃烏龍茶和檸檬紅茶三種口味，建議零售價約為每瓶人民幣5.0元至人民幣6.0元。

咖啡飲料



為了滿足更廣泛的消費群體，尤其是偏好咖啡風味飲品的消費者，我們於2021年推出「東鵬大咖」。作為一款即飲咖啡，此系列強調便利性和可及性，是現代忙碌生活方式的理想選擇。首款產品經典拿鐵(低糖)以其順滑可口的口味特色受到越來越多消費者青睞。我們乘勝追擊又推出了生椰拿鐵(低糖)，提供更健康的選擇，味道更濃郁、更細膩且更貼近咖啡市場的最新趨勢，滿足更多目標消費者的偏好。我們提供330ml和500ml的瓶裝選擇，建議零售價介乎每瓶人民幣5.0元至人民幣9.0元。

業 務

植物蛋白飲料



2023年，我們推出「海島椰」產品，採用鮮榨椰汁，保留了正宗的椰子風味。我們戰略推出「海島椰」產品以把握強餐飲渠道的勁增長勢頭。我們的「海島椰」產品以其健康、天然品質而聞名，吸引了各個年齡段的消費者，在作為宴會和餐飲場景的佐餐飲料方面具有競爭優勢。通過與多種餐飲品牌的合作，我們得以進一步擴大在餐飲渠道的市場佔有率，並為在餐飲渠道推廣其他產品、解鎖新的增長機遇奠定基礎。我們的「海島椰」產品提供多種包裝選擇，包括瓶裝及盒裝，規格從250ml、330ml到1.25L不等，每瓶／盒的建議零售價介乎人民幣2.5元至人民幣15.0元。

果蔬汁飲料



作為我們履行社會責任承諾的一部分，我們積極與果農和生產農副產品的農民合作，將油柑等農產品轉化為適應銷售的飲料。我們已推出兩種油柑汁產品：(i)「生榨油柑汁」，採用低溫高壓加工技術，不靠添加劑即可保存水果的新鮮度，冷藏之下口感清爽；及(ii)「常溫油柑汁」，易於儲存，飲用非常方便。我們的油柑汁產品因其清淡、爽口的風味而受到消費者的青睞，可與膳食完美搭配，是餐桌上的絕佳選擇。我們為「生榨油柑汁」產品提供350ml和1L的瓶裝選擇，建議零售價介乎每瓶人民幣9.0元至人民幣28.0元；也為「常溫油柑汁」產品提供300ml和1L的瓶裝選擇，建議零售價介乎每瓶人民幣5.0元至人民幣15.0元。

業 務

品牌塑造

經過數十年的發展壯大，東鵬已成為中國家喻戶曉的飲料品牌，在功能飲料市場建立了強大的品牌影響力。我們於2023年及2024年被「品牌金融」(Brand Finance)評為全球軟飲品牌25強之一，被凱度BrandZ™連續多年評為最具價值中國品牌100強之一，均是對東鵬品牌的證明。尤其是「東鵬特飲」，現已在消費者心中成為能量、運動、力量的代名詞。「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌符號已深入人心，使東鵬產品成為消費者在疲憊和困倦時刻的首選。此外，消費者在近年來偏好功能飲料，消費群體變得年輕化、多樣化。「東鵬特飲」已不僅是一種解渴、提神和緩解疲勞的飲料，更是更廣大消費者喜愛的日常飲料。

我們鮮明的品牌形象對於擴大產品組合有至關重要的作用。通過與各類體育活動和運動員的合作，我們不斷傳遞出積極向上、勇於拼搏的品牌精神，加深品牌與消費者之間的情感聯繫。例如，我們在第19屆亞運會及2024年巴黎奧運會上以「為國爭光，東鵬能量」的口號支持運動員，強化了品牌的正能量，加深了在消費者中的影響。我們不斷強化品牌聲量，無論是在廣告中展示運動員在激烈比賽後飲用「東鵬特飲」迅速恢復體力的場景，還是在社交媒體上與消費者種草互動，分享他們使用東鵬產品後的積極體驗，都側面強化了東鵬飲料作為家喻戶曉的領先飲料品牌的鮮明形象。通過一系列精心策劃的新品推廣和廣告營銷組合拳，我們成功地將品牌優勢延伸至其他產品。此外，「東鵬補水啦」的迅速崛起，是我們的產品從「累點」和「困點」向「汗點」場景的有效延伸，其「快速補充電解質」的產品功能主張廣為傳播，銷售收入快速增長。此外，咖啡飲料和茶飲料等新品也自然契合了我們能量激活、提神醒腦的品牌主張。以上新品類的推出都與品牌核心價值保持一致，從而讓消費者對品牌的認知能夠順利延伸。

此外，我們還不斷探索符合高質價比定位的創新產品，並努力打造「果之茶」、「東鵬大咖」及「海島椰」等品牌，為長期可持續發展提供新的增長機遇和堅實的基礎。憑藉對消費者的深刻洞察和強大的產品開發能力，我們將戰略重點放在產品生命週期長、市場潛力大、增長前景好的飲料細分領域。憑藉品牌知名度、廣泛而高效的銷售網絡和供應鏈，我們致力於提供各種健康、可口、高質價比的產品，滿足消費者的不同需求。

業 務

營 銷

我們以對消費者的深刻洞察為基礎，採取了獨特的精準營銷方法。憑藉數十年的市場專業知識和經驗積累，我們對不同的消費群體進行精準識別和分類，對他們的消費需求和消費場景進行深入分析。基於這些洞察，我們設計出有針對性的場景化營銷模式，制定市場推廣策略，有效吸引各類特定消費群體，建立牢固聯繫並形成共鳴。此方法能夠實現高效、有滲透力的精準營銷，擴大消費者影響力。據中國法律顧問所告知，於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已遵守食品廣告相關的所有適用中國法律及法規。

目標消費者、消費場景和產品的結合

我們根據消費者的不同特徵，戰略性地將其劃分為不同的群體，並為每個消費者群體量身定製營銷活動。這一策略將消費者群體與他們特定的消費場景和消費需求有機地聯繫起來，並使其與我們提供的產品相匹配。我們將目標消費者分為特定群體，目前主要涵蓋駕駛人群、藍領人群、新藍領人群、娛樂人群、白領人群、學生人群及運動健身人群。這些人群又進一步被分為多個子類別，從而實現精準營銷，提升個性化參與度。通過圍繞目標消費者開展營銷活動，我們設計的定製營銷活動不僅能滿足特定消費者的需求，還能拓展產品消費場景，強化我們的品牌理念。

例如，為了吸引網約車司機及長距離駕駛人群等，我們在中國領先的地圖應用程序率先推出語音導航廣告，在駕駛場景中建立深刻的品牌記憶。我們將產品廣告植入地圖應用程序語音導航開始時的語音提示和服務區提醒，有效地利用最有價值的語音廣告資源之一。作為第一個探索這種廣告形式的軟飲品牌，我們開創了一種創新的消費者互動方式，我們的語音廣告已覆蓋超數百萬用戶。

對於配送員等新藍領人群，我們與領先的快遞和配送平台合作，通過贈飲、抽獎、平台廣告等定向促銷活動，直接觸達這一目標群體。此外，我們在購物旺季為快遞員群體量身定製廣告和促銷活動，以致敬他們的辛勤工作。這一舉措有效地加強了我們的品牌與這一人群的共鳴，提升了產品知名度，加深了產品與消費人群的情感聯繫。

業 務

對於運動愛好者，我們精心設計並推出一系列互動營銷活動。除了贊助頂級職業體育賽事外，我們還創新性地聯合健身類應用程序開發語音陪跑，自推出以來觸及超數百萬跑者，播放達數十億次。此外，我們積極支持馬拉松等高參與度的大眾體育賽事，通過組織或贊助各種規模的比賽，進一步擴大我們的品牌影響力和市場滲透率。我們還贊助了中國規模最大的青少年籃球賽事，增加我們的品牌在年輕一代中的曝光率。對於我們的運動飲料「東鵬補水啦」，我們戰略性地將廣告投放定位在社區影響力較大的體育場館，特別是羽毛球場和籃球場，以提高品牌曝光度。為了吸引電競人群，我們贊助了頂級職業電競賽事，將品牌無縫融入沉浸式娛樂環境。

為吸引白領和即將畢業的學生，我們的「東鵬大咖」與領先的線上招聘和職業發展平台合作，將我們的品牌精神無縫嵌入真實的職場場景。通過與處於職業生涯和成長關鍵階段的消費者加深聯繫，我們作為職業成功可信賴夥伴的品牌影響力得以加強。

多維度營銷活動

我們採取全方位、多維度的營銷策略，將傳統與創新方法結合，構建高效且有影響力的品牌傳播框架。我們通過線上線下渠道的飽和式覆蓋，顯著提升品牌知名度和口碑，鞏固市場領先地位。

數字化創新營銷。我們行業領先的數字化營銷能力實現對產品銷售活動的精準賦能。依託先進的數字化系統和「五碼關聯」技術，我們推出了一系列有效的數字化營銷活動，高效觸達終端消費者。有關「五碼關聯」技術的詳細情況，請參見「— 全鏈路數字化運營體系」。我們的數字化推廣活動將終端銷售網點與消費者連結起來：消費者可以通過掃描瓶蓋的二維碼參與促銷活動，而終端銷售網點則通過掃描箱碼參與活動。通過提供獎勵，我們加快產品從經銷夥伴到終端銷售網點，最終到終端消費者的流通效率。同時，我們的二維碼與線上系統實現全方位線上驗證推廣活動，消除了人工線下認證的低效性與複雜性。詳細情況參見「— 營銷 — 案例研究 — 數字化推廣活動」。

體育營銷。我們積極贊助並以其他方式參與奧運會、亞運會、歐洲杯等國內外頂級賽事，塑造活力向上的國民品牌形象。2024年巴黎奧運會期間，我們與央視攜手合作，將我們的品牌與奧林匹克精神緊密聯繫在一起。通過這次合作，我們入選「央視強國品

業 務

牌」，榮獲「2024年巴黎奧運會營銷頂級合作夥伴」殊榮。通過簽約運動員代言人並且部署矩陣式體育營銷傳播策略，我們更廣泛地觸達運動愛好者群體，進一步加深品牌影響力。我們還通過贊助新興運動賽事，包括電子競技和街舞比賽，收穫更多年輕消費者的關注。通過這些合作，我們傳達積極向上、勇於拼搏、永不言棄的核心品牌精神，與體育精神產生深刻共鳴。這種方式不僅加深了我們的品牌與消費者之間的情感聯繫，還彰顯出我們致力於提供令人鼓舞、振奮人心的產品的承諾。

線上線下營銷。媒體廣告優勢在於覆蓋廣且影響力高，我們將廣告視為品牌建設和營銷的主要方案之一。我們開展有針對性的線上廣告活動，例如於大型體育賽事期間，在央視和其他媒體精準投放廣告，幫助我們樹立深入人心的正面品牌形象。我們還與熱門視頻平台合作，在熱播劇和熱門網絡綜藝節目中插播廣告，進一步擴大了我們的品牌曝光度。此外，我們還在新興視頻平台上投放廣告，有效吸引了年輕一代的關注，加強了品牌與消費者之間的情感聯繫。線下廣告方面，我們戰略性地在目標客戶集中的體育場館和高速公路等人流量大的地方投放線下廣告，豐富了高效精準的客戶觸達。

案例研究 — 數字化促銷活動

我們持續增加數字化營銷活動的投入。例如，2024年，我們在全國範圍內開展了線下終端銷售網點數字化促銷活動，利用先進的數字化營銷和銷售系統，提高消費者參與度、活動跟蹤和推廣效率。針對線下推廣活動在激發參與熱情和衡量推廣效果方面的痛點，我們通過運用數字化工具，使其更具互動性、數據驅動性和影響力。我們全年開展了多次有針對性的推廣活動，並根據季節性趨勢對活動主題、地區和目標受眾進行了調整。我們的活動摒棄了傳統的廣泛投放策略，而是根據主要渠道、店鋪銷售和產品信息進行精準的資源分配。我們精心挑選出目標客戶集中的高人流量場所，例如校園、工業園及遊樂場。在每個市場，我們挑選特定產品以滿足當地需求，並根據市場發展水平推廣最相關產品。此外，我們針對不同場景調整推廣策略，確保員工與推廣活動類型能夠正確匹配各個場所的具體特徵。

業 務

我們的數字化推廣活動結合了「掃碼贏紅包」與「壹元樂享第二瓶」，邀請線下終端銷售網點與終端消費者共同參與，實現了經銷與銷售活動的無縫連接。依託先進的「五碼關聯」技術，我們保證了獎勵兌換的全面數字化，消除了線下流程的低效與錯誤，極大地提高了活動效率。此外，我們針對不同區域採取量身定製的策略，根據活動進展實時調整獎勵類型與金額。這一舉措實現了營銷資源效率的最大化，並通過動態優化獎勵措施提高了客戶參與度。

這項活動通過在商戶、消費者與我們之間分配推廣優惠，實現了互惠互利，大大提高了參與率、消費者滿意度和活動的整體效果。2024年活動期間，超過410萬名消費者參與掃碼，其中包括眾多新參與者。尤其是，消費者複購率(即在活動期間購買我們的產品並掃描相關二維碼兩次或以上的客戶百分比)高達47.5%，其中19.6%的參與者掃碼五次及以上，可見這一項目在推動複購、實現「增加消費者飲用」目標上成效顯著。此外，這一項目在社交媒體引發極大關注，成為熱搜話題，加強了我們品牌的市場影響力。

全鏈路數字化運營體系

我們在中國軟飲行業中率先發力，搭建起全鏈路的數字化運營體系。我們在數字技術層面率先創新採用了「一物一碼」系統精準追蹤產品從工廠到終端消費者的流向，且率先運用「五碼關聯」技術，在生產到銷售流程的關鍵階段設置了二維碼，包括蓋內碼、蓋外碼、箱內碼、箱外碼和垛碼。通過五碼關聯，構建了完整的產品追溯網絡，實現產品的即時追蹤和全生命周期管理。

在業務端，我們堅持數據驅動決策的精細化管理，運用數字化運營體系支持產品開發、採購、生產、渠道庫存管理、營銷、資源投放、銷售人員管理等各個層面的決策。我們的數字化運營體系在營銷、供應鏈和管理三個層級之間無縫銜接，形成閉環，降本增效，同時鞏固我們的市場地位。

業 務

營銷數字化

我們致力於不斷提高數字化工具的效能，完善營銷工作。作為我們連接渠道與消費者的關鍵橋樑，一方面，我們的數字營銷系統緊密綁定渠道與消費者，以全鏈路利益共享激發終端銷售網點和消費者購買的熱情；另一方面，基於對動銷數據的深度挖掘，優化營銷活動策劃，實現資源的精準投放，有效提高營銷計劃的針對性與動銷表現。

- **數字化技術開發與應用。**憑藉我們的「五碼關聯」技術，「一物一碼」系統能精準抓取和記錄產品在生產、倉儲、運輸及分銷等整個生命週期的流轉軌跡，精準追蹤產品動銷，有效實現防偽、避免竄貨、提高銷售渠道管理效率和實時追蹤庫存。「一物一碼」系統讓我們與終端銷售網點和消費者進行直接連接，大幅提升溝通與管理的效率。我們的數字營銷系統還包括自建銷售自動化系統和數據庫管理系統、終端銷售網點和消費者小程序、配送商平台、銷售人員管理系統等，這些系統都促進了終端銷售網點、消費者和我們之間的直接互動，顯著提高了溝通和運營效率。
- **數字化營銷創新。**我們的數字化營銷活動打破了傳統促銷的局限，實現了精準投放、高效執行，以及分銷與動銷的無縫聯動，有效激發終端銷售網點和消費者熱情。借助數字化系統對於動銷數據的實時掌握，我們能夠精準分析終端銷售網點的表現，並快速制定有針對性的營銷活動。在執行效率方面，我們的「五碼關聯」技術搭配專為消費者和終端銷售網點設計的小程序，實現了全程線上獎勵核銷，避免了人工處理的低效和誤差，簡化流程並提高了活動參與度。此外，我們的數字化系統還有助於打通產品從經銷夥伴到終端銷售網點，再到消費者的鏈路，實現分銷和動銷聯動。我們的數字化促銷活動既激勵了終端銷售網點的進貨熱情，也激發了消費者的購買欲望，從而有效提升了動銷表現，並增強了消費者對品牌的忠誠度。有關我們的數字化營銷活動的詳細案例，請參見「— 營銷 — 案例研究 — 數字化推廣活動」。

業 務

- **數字化渠道合作夥伴服務管理**。我們建立了高效的數字化渠道合作夥伴服務管理系統，為銷售人員提供規範的流程指南，並根據不同崗位科學設計績效考核指標，確保客觀、及時地監督員工表現，推動有序、高效的銷售管理。在經銷夥伴管理方面，我們通過數字化工具實現在線簽約、團隊入駐及訂單處理，確保實時監管、追溯，提升運營效率並降低管理成本。同時，數據分析工具可對產品銷售、渠道庫存、促銷進度及區域市場表現進行深入的實時分析。通過可視化關鍵業績指標，我們能夠有效監控進度並優化銷售管理效率。

供應鏈及管理數字化

我們實現了供應鏈管理的全鏈路數字化，覆蓋採購及供應商管理、訂單管理、生產計劃、產品倉儲、物流和銷售追蹤。依託先進的數字化平台，我們高效進行產銷協同，保障供需動態平衡。供應鏈部門通過嚴密監控動銷，快速響應消費者偏好變化，避免庫存積壓，優化資源利用，提高全渠道的存貨及原材料週轉效率，從而做到良好的產銷協同，保持合理的產能利用率，長期鞏固成本領先優勢。

- **採購**。供應商關係管理（「SRM」）系統可以記錄和管理供應商信息、根據生產需求制定採購計劃、在供應商庫甄選合格供應商、下達和跟蹤訂單，幫助我們實現採購環節的合規與公平。採購的物料均賦予唯一編碼以確保可追溯性，在提升採購準確性、效率與透明度的同時，保障物料品質的高水準。
- **生產**。生產訂單通過系統、應用程式及產品（「SAP」）系統下發，再與倉庫管理系統（「WMS」）集成，創建指定任務生產計劃。系統基於所存儲的標準工藝路

業 務

線執行這些計劃。物料發放及狀態跟蹤等環節都通過系統實現自動化並得到完善管理。生產批次追溯系統實現生產全程可追溯以及健全的品質控制。

- **倉儲和物流**。在倉儲管理方面，我們的WMS與倉庫控制系統(「WCS」)通過項目編碼實現物料全鏈路可追溯，並通過監控自動化倉儲設備，簡化出入庫操作。在物流配送方面，我們採用物流預約系統，基於實時需求優化庫存規劃與車輛調度，保障準時高效配送。
- **訂單生命週期管理**。我們的訂單管理系統(「OMS」)覆蓋從訂單接收、處理到跟蹤、履約的訂單全生命週期，並與SAP財務模塊集成，確保高效的付款處理與後續訂單履約。通過與WMS及物流預約系統協同，OMS實現從下單、倉儲到最終交付的順暢流程。管理系統間的自動化交互支持訂單實時跟蹤、高效流轉，並確保訂單執行的精準管理。

我們在職能管理部門內部構建了跨部門的數字化平台，實現各業務環節的高效聯動。在研發管理方面，我們實現了研發流程和配方的數字化，建立了完善的知識產權保護系統，確保對產品開發進行安全、合規的管理。通過數字化管理系統，我們的各部門(包括研發、供應鏈、質量管理、營銷、財務和信息管理)都能高效協作，能實時協調所有業務運營，從而顯著降低我們的運營成本，提高運營效率，為可持續發展奠定堅實基礎。我們利用各系統的實時業務數據，建立了高效的數據倉庫系統，並使用管理駕駛艙與商業智能(BI)分析技術，使各業務單元的管理者能夠清晰了解業務進展，業績統計與風險預警。這套系統為上到總裁、下到基層銷售管理人員與生產管理人員多達萬人的龐大體系，提供了管理與快速決策的參考指南。

業 務

銷售網絡

我們的銷售團隊

我們建立了全方位、多層次銷售管理體系。截至2025年6月30日，我們擁有7,475名銷售人員。我們的銷售管理團隊在集團內的平均工作年限超過五年。設立各部門是為了滿足我們廣泛的全國銷售網絡的具體管理需求。這些部門能促進品牌管理、客戶獲取、營銷推廣、銷售支持、客戶服務等核心職能，並通過按區域劃分的業務部門進行精準的銷售管理。此外，我們建立了行業領先的「產品+服務」模式。我們的銷售人員緊貼市場趨勢，通過現場走訪、培訓及銷售支持，不斷培養及維護與經銷商、重客客戶及終端銷售網點的關係。他們密切關注不斷變化的消費者偏好、市場競爭動態以及渠道庫存水平，並及時提供反饋。他們亦監督及管理經銷夥伴產品退換、存貨控制以及經銷夥伴進行銷售活動時的合規性，以保持及時的銷售網絡管理。

為進一步提升業績，我們開發了行業領先的數字營銷平台，該平台集合了銷售活動分析、庫存跟蹤、消費者互動、銷售和推廣管理及終端銷售網點服務優化等多種先進功能。這些數字化解決方案提高了我們營銷策略的精確度和效率，規範了銷售人員的工作流程以及優化運營，使我們的銷售流程更加高效、智能和人性化。詳細情況參見本節「— 營銷」及「— 全鏈路數字化運營體系」。

業 務

銷售渠道

我們建立起了線上線下結合，全方位、立體式的銷售網絡。通過與符合我們運營標準的經銷商及重客客戶緊密合作，我們得以拓寬銷售網絡廣度和滲透深度，高效觸達目標消費者。我們通過持續推進全國化戰略，加大冰櫃在終端銷售網點投放規模和力度，探索餐飲、社交電商及直播帶貨等新興渠道戰略性地擴展我們的銷售網絡。下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(人民幣千元，百分比除外)										
銷售飲料產品										
經銷夥伴：.....	8,352,622	98.3	10,934,175	97.2	15,260,947	96.4	7,542,449	95.8	10,238,414	95.4
—經銷商.....	7,581,023	89.2	9,911,898	88.0	13,606,586	85.9	6,919,112	87.9	9,349,664	87.1
—通過經銷商向重客銷售.....	669,144	7.9	866,537	7.7	1,297,091	8.2	471,545	6.0	642,349	6.0
—線上銷售.....	102,455	1.2	155,740	1.5	357,270	2.3	151,792	1.9	246,401	2.3
向重客直銷.....	66,100	0.8	239,841	2.1	446,437	2.8	269,263	3.4	446,955	4.2
線上自營店.....	39,643	0.5	49,568	0.4	88,148	0.6	36,865	0.5	43,760	0.4
其他渠道 ⁽¹⁾	32,968	0.4	26,900	0.2	26,233	0.1	13,065	0.2	1,424	0.0
小計.....	8,491,333	99.9	11,250,484	99.9	15,821,765	99.9	7,861,642	99.9	10,730,553	100.0
其他 ⁽²⁾	8,690	0.1	6,651	0.1	8,571	0.1	7,827	0.1	1,859	0.0
合計.....	<u>8,500,023</u>	<u>100.0</u>	<u>11,257,135</u>	<u>100.0</u>	<u>15,830,336</u>	<u>100.0</u>	<u>7,869,469</u>	<u>100.0</u>	<u>10,732,412</u>	<u>100.0</u>

註：

- (1) 其他渠道主要指代表某一客戶生產受託加工飲料產品（主要為茶飲料和果蔬汁飲料）所產生的收入。
- (2) 其他主要指(i)銷售包裝材料及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入。詳細情況參見「財務資料——我們經營業績主要組成部分的說明——收入」。

業 務

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們的全國銷售網絡分別包括2,779名、2,981名、3,193名及3,279名轉售我們產品的經銷夥伴，截至2025年6月30日觸達超過420萬終端銷售網點及超過2.5億消費者（以累計不重複掃碼計）。下表載列於所示期間按地區劃分的經銷夥伴數目明細：

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
廣東區域 ⁽¹⁾	265	288	264	260
華東區域 ⁽²⁾	313	299	303	299
華中區域 ⁽³⁾	454	409	429	426
廣西區域	154	132	126	120
西南區域 ⁽⁴⁾	463	458	487	502
華北區域 ⁽⁵⁾	744	899	927	951
重客及其他 ⁽⁶⁾	386	496	657	721
合計	2,779	2,981	3,193	3,279

註：

- (1) 廣東區域包括廣東、海南。
- (2) 華東區域包括安徽、江蘇、浙江、上海。
- (3) 華中區域包括湖南、湖北、江西、福建。
- (4) 西南區域包括四川、重慶、雲南、貴州、西藏。
- (5) 華北區域包括山東、河北、山西、河南、北京、天津、內蒙古、黑龍江、吉林、遼寧、陝西、甘肅、新疆、青海、寧夏。
- (6) 重客及其他指銷售地區通常根據特定渠道分類及轉售我們產品的客戶，例如餐廳、線上銷售及海外，因此無法指定至特定地區。

業 務

下表載列於所示期間經銷夥伴的總數目及其變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30日
				止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
截至期初	2,312	2,779	2,981	3,193
— 期內新增數目 ⁽¹⁾	875	771	669	310
— 期內減少數目 ⁽²⁾	(408)	(569)	(457)	(224)
截至期末	2,779	2,981	3,193	3,279

註：

- (1) 期內新增數目按於特定期間內與我們訂立經銷協議及／或在我們系統中創建新賬戶的經銷夥伴數目計算。
- (2) 期內減少數目按於特定期間內不再與我們訂立經銷協議及／或註銷在我們系統中的賬戶的經銷夥伴數目計算。

鑒於飲料行業的市場格局、飲料產品的高週轉率特性及銷售網絡的廣闊覆蓋，我們與大量經銷夥伴合作。根據弗若斯特沙利文報告，此方法與規模相當的飲料公司的市場慣例一致。我們的經銷夥伴數目由截至2022年末的2,779家增至截至2023年末的2,981家，截至2024年末的3,193家，並進一步增至截至2025年6月30日的3,279家。於業績記錄期，招募新經銷夥伴的速度逐漸放緩，主要是由於我們的銷售網絡管理日益成熟，並持續向渠道精耕模式轉變，加強對經銷商的篩選標準與監督，以提升整體網絡質量與效率。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，我們分別與408家、569家、457家及224家經銷夥伴終止合作關係，體現了我們基於實際表現定期進行渠道優化的管理策略。上述終止並非因相關經銷商嚴重違反銷售協議條款所致。為確保實現有效管理，我們定期對經銷夥伴進行績效評估。我們認為，我們以業績為評定標準的甄選機制可通過營造競爭環境激勵合作夥伴，提升其銷售業績表現。此外，根據弗若斯特沙利文報告，由於中國有超過70,000家軟飲料經銷商，而我們作為功能飲料行業的領軍者，完全有能力有選擇性地委聘符合我們的表現準則的經銷商，我們的管理模式不但可行也能持續。因此，我們能夠在不影響市場覆蓋範圍的情況下保持競爭力。

業 務

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與這些已終止經銷夥伴並無重大糾紛或訴訟。對於已與我們終止業務關係的經銷夥伴，若其仍有剩餘存貨，按經銷協議規定，若非質量問題，我們不接受退貨。對於非退貨的未售出產品，我們將協調該等產品轉移至其他鄰近經銷夥伴以促進持續市場流通。

此外，我們在終端銷售網點迅速擴大冰櫃投放，作為飲料行業的一項重要銷售策略，這有助於提高產品的可見度、可得性，滿足及時性購買需求，最終推動銷售業績。我們僅在2024年就佈局超過10萬台冰櫃，比2023年增加了一倍，顯著擴大了我們的市場影響力。我們的冰櫃網絡加強了品牌在終端銷售網點的影響力。截至2025年6月30日，我們已在各終端銷售網點投放超過40萬台冰櫃。我們已經與終端銷售網點訂立關於冰櫃投放及智能售貨櫃使用的書面協議。根據這些協議條款，終端銷售網點作為協議方，須對使用冰櫃及智能售貨櫃期間導致其自身或任何第三方的人身傷害或財產損害承擔全部責任。我們的中國法律顧問表示，根據有關協議條款，終端銷售網點須對使用冰櫃及智能售貨櫃可能產生的任何潛在法律責任承擔合同約定的責任。

經銷商

我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月向經銷商銷售產生收入分別為人民幣7,581.0百萬元、人民幣9,911.9百萬元、人民幣13,606.6百萬元及人民幣9,349.7百萬元，分別佔各相關期間收入的89.2%、88.0%、85.9%及87.2%。為有效管理該網絡，我們根據區域市場特點靈活採用渠道精耕或大流通模式。於業務發展初期，我們一般於成熟市場採取渠道精耕模式並於新開拓市場採取大流通模式。為助力網絡效能提升，我們在新開拓市場逐步由大流通模式轉變成精耕模式，逐漸實現全面精耕。

現階段我們在廣東、廣西等成熟市場採取渠道精耕模式。我們主要與具備雄厚資金實力、倉儲能力及人力配備的經銷商合作。我們與經銷商和終端銷售網點密切合作，提升產品鋪市率、優化產品可見度及加強品牌知名度。我們的銷售團隊積極參與日常

業 務

運作及市場活動，包括存貨管理、價格監督、產品陳列和營銷執行。我們不僅確保有效執行銷售策略，還維持對分銷網絡的嚴格監督，以推動更深入的渠道滲透。我們通過專注於直接的客戶互動及響應，深化渠道服務管理並加強在這些關鍵區域的影響力。

在部分我們現時影響力相對有限但市場和增長潛力巨大的新開拓市場，如華北區域，考慮到運營效率的高效性，前期我們採取大流通模式。我們主要通過精選在當地擁有紮實的市場專業知識、成熟的銷售團隊和網絡、於相應地區具備豐富當地市場專業知識和人脈資源的經銷商進行合作。這些經銷商在其區域內主導產品經銷、渠道維護和市場執行。我們透過設定一般績效標準及監控其是否符合我們的經銷商管理政策來監督他們。我們會向這些經銷商提供營銷活動、培訓和促銷支持，幫助其擴大市場範圍，同時確保我們高標準的服務和品牌形象。

我們與經銷商的安排

我們通常與經銷商訂立經銷協議，這些經銷協議本質上是買賣協議。一般而言，我們於業績記錄期使用的標準經銷協議主要條款載列如下：

- **期限**。經銷協議的期限通常為一年。
- **經銷區域**。經銷商僅獲准於其指定區域內銷售我們的產品。
- **銷售及績效目標**。我們設定年度銷售目標，指定產品類別、規格和數量。經銷商調整任何目標須提交書面請求。我們並未設定最低採購要求。
- **定價和折扣**。我們根據定價和折扣政策向經銷商收取購買價款，該購買價款可參考生產成本、物流、品牌定位、渠道利潤水平及市場競爭等作出調整。我們為經銷商設立銷售返利政策，以激勵銷售業績並促使其遵守經銷協議。根據該政策，我們會定期按照預定的銷售目標評估經銷商的銷售業績。達成相關銷售

業 務

目標且遵守我們的經銷要求(例如限制跨區域銷售及禁止參與價格傾銷)的經銷商，將有資格獲得按每單位固定金額計算的返利，該返利以商業折扣額度的形式發放，可用於抵銷其後續向我們採購時的部分購買價款。

- **付款**。我們通常要求經銷商於產品發出前付款。
- **物流**。經銷商可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。
- **存貨和倉儲**。經銷商須根據我們的指引維持合理的產品庫存水平，以避免庫存短缺。我們要求經銷商提供妥善的儲存倉庫及場地，妥善保護產品，並確保我們的產品符合《食品安全法》及相關法規。
- **退換貨政策**。如非產品質量問題，我們通常不接受經銷商任何理由的退換貨。根據弗若斯特沙利文報告，我們的產品退貨安排符合行業規範。
- **終止**。我們在經銷協議中協定經銷商可能被視為違反其責任的條件，授予我們單方終止或撤銷協議而無需賠償的權利。

此外，我們一般不會禁止經銷商基於業務需要向次級經銷商銷售產品。參見下節「—銷售網絡—經銷商—次級經銷商管理」。

經銷商管理

我們制訂了全面的經銷商管理規管框架，包括《經銷商設立終止變更管理辦法》、《大流通客戶管理辦法》、《經銷商合同管理細則》和《全渠道庫存管理辦法》等政策。這些政策通過明確的經銷商協議確保對經銷商的准入、日常管理、定價機制、物流、退換貨、存貨管理等方面進行了規範。為維持有效監督，我們的員工定期拜訪經銷商，提供支

業 務

持並監督運營情況。內審部進行抽查，核實資質及渠道經營能力；銷售支持團隊進行電話回訪，了解銷售及庫存情況。這些工作以穩健及有效執行的內部監控系統為基礎，確保運營效率及合規性。

- **經銷商選擇**。我們已根據若干關鍵因素為候選經銷商設立了嚴格的篩選程序：
(i)經銷商所處區域的市場規模及競爭態勢；(ii)經銷商資金、倉儲、人力配備等資源；(iii)其從業經驗、經營管理能力、渠道網絡及信譽度；及(iv)確保在指定區域及渠道內的獨家經銷權，以此優化經銷商的區域佈局，避免內部競爭或資源重疊。我們的篩選流程包括收集和審核資質文件，大區負責人進行實地檢查，事業部負責人進行二次審核，最後由營銷本部負責人審批，並由銷售支持團隊進行全面文件審查。
- **績效評估**。我們對經銷商的業績評估包括量化及合同履約情況考核。量化考核主要關注年度合同目標累計達成率、近三個月階段性目標累計達成率等銷售指標。合同履約情況考核檢查經銷商是否經營競品、是否存在擾亂市場秩序、是否配合營銷方案執行、是否配合開發市場以及是否有效使用我們的系統和小程序等因素。對於未實現考核目標且未及時採取相關整改措施的經銷商，我們保留終止合作的權利。
- **經銷商維護與支持**。我們與經銷商形成了利益共享的合作機制，為品牌推廣、渠道拓展、市場影響力和銷售增長奠定了堅實的基礎。為支持與維持此關係，我們提供了包括營銷宣傳支撐、返利補貼支持、營銷培訓與指導等全面的舉措。
- **經銷商庫存管理和預防渠道囤塞**。我們已實施全面的《庫存管理辦法》，據此，我們的銷售人員於每月末進行實地庫存盤點。此外，如非產品質量問題，我們通常不接受經銷商任何理由的退換貨，從而大大降低渠道囤塞風險。經考慮上

業 務

述情況，我們的董事認為渠道囤塞風險有限。基於所進行的盡職調查工作，並無發現任何致使聯席保薦人質疑董事意見的事宜。

- **反蠶食。**我們的經銷協議明確界定了授權區域及／或指定銷售渠道（例如區域渠道、線上或線下渠道），並要求所有經銷商僅在指定區域及渠道內銷售產品。經銷商未經事先批准，不得跨區域、跨渠道銷售。有關批准只有在特殊情況下才會授出，且需經我們內部審查，包括指定區域或渠道內的客戶需求未得到滿足、經銷商在鄰近區域或不同渠道的物流優勢或客戶關係，以及不會對其他經銷商造成重大不利影響等因素。獲批准的跨區域或跨渠道銷售的範圍及期限通常受到限制，並須遵守條件，以確保我們經銷網絡的完整性。此外，經銷商不得銷售與我們產品同類或有直接競爭關係的產品。如發生任何此類違規行為，我們保留單方解除協議並向經銷商索賠違約金的權利。
- **退换货。**我們與經銷商的關係是基於買方／賣方關係而非委託／代理安排建立的，所有權的風險和報酬於發出及簽收確認後轉移給購貨方。一般而言，如非產品質量問題，我們不接受退换货。

次級經銷商管理

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產品。次級經銷商安排使我們能夠利用他們對當地市場的了解，深化我們在低線城市及鄉鎮的市場滲透來擴大我們的市場佔有率，戰略性地降低運營成本，並通過擴大銷售區域來提高產品銷量。

我們並未與次級經銷商訂立協議，而是依賴經銷商管理及監督他們委聘的次級經銷商。因此，我們不直接管理次級經銷商，包括(i)直接向次級經銷商供應產品，(ii)對次級經銷商的銷售價格施加任何強制性規定，或(iii)為次級經銷商設定銷售目標，所有這些事宜均由經銷商與次級經銷商之間的安排規管。根據弗若斯特沙利文報告，該方法符合行業慣例，即飲料公司依賴第三方經銷商通過次級經銷商銷售其產品，而無需建

業 務

立直接合同關係。鑒於我們健全的終端產品銷售渠道管理和追溯系統，我們認為我們的銷售準確反映了終端客戶的實際需求，降低了渠道囤塞和蠶食的風險。詳細情況參見本節「— 銷售網絡 — 經銷商 — 經銷商管理」。我們已實施以下措施協助經銷商更好地管理其次級經銷商：

- **經銷商監督**。我們要求經銷商管理並監督他們委聘的次級經銷商行為，確保符合經銷商的合同責任。我們定期與經銷商進行溝通，以監控次級經銷商的合規性並解決任何違規問題。若發現次級經銷商存在任何不合規或違規行為，我們會要求經銷商及時採取補救措施，包括警告、整改、暫停合作或更換次級經銷商。
- **限制銷售區域**。次級經銷商僅允許在我們的經銷商指定的特定區域或機構內經營。我們要求經銷商根據我們授予經銷商的地區範圍，對其委聘的次級經銷商實施相應的地區及／或機構限制。經銷商負責監督並確保其次級經銷商遵守指定銷售區域，不得進行未經授權的跨區域銷售。該安排最大限度地降低經銷商與其次級經銷商之間的蠶食風險，有助於維持經銷網絡的有序運營，並保障各級經銷商的利益。若次級經銷商發生違反限售區域規定的情況，相關經銷商須採取整改措施。
- **指引及培訓**。我們向經銷商提供涵蓋合規、品牌保護、營銷標準及運營要求等主要方面的指引、政策及培訓。經銷商負責向其次級經銷商傳達有關指引並確保遵守有關指引。該方法有助於在整個經銷網絡（包括在次級經銷商層面）保持品牌展示與銷售行為的一致性及質量。
- **合同執行**。儘管我們並無直接與次級經銷商訂立合同，但我們與經銷商簽訂的協議規定經銷商有責任確保其次級經銷商遵守若干要求，包括遵守相關法律法規、遵守品牌指引及遵守地域限制。若經銷商未能妥善管理其次級經銷商，則可能構成違約，我們有權終止合同或採取其他合同救濟措施。

業 務

重客

重客客戶是我們的戰略合作夥伴，我們致力於與他們建立長期業務關係，而他們一般在對我們有戰略重要性的渠道內進行銷售，而非局限於特定地區。我們主要根據與終端消費者的聯繫、各自銷售渠道的消費場景、地理覆蓋範圍及戰略價值，對重客進行分類。這些客戶支援開發多層次經銷網絡，從而能夠長期保障各級市場的全面的品牌滲透。我們的重客通常包括加油站、連鎖超市和連鎖便利店、餐廳以及其他終端覆蓋廣泛的新零售渠道。其中，大部分植入了高頻消費場景，成為觸達消費者日常生活中的戰略觸點。通過場景化經營，我們的產品可以無縫融入消費者的購買習慣，強化我們的品牌與特定消費需求之間的聯繫。我們的重客渠道包括但不限於以下各項：

- **交通渠道。**我們積極與加油站和其他交通樞紐合作，為旅途中的消費者提供便捷的產品獲取途徑。
- **超市和其他零售渠道。**我們在全國性和區域性的連鎖超市和連鎖便利店保持強大的市場影響力，確保產品的穩定供應。
- **餐飲渠道。**將我們的飲料產品帶到消費者的餐桌上是我們近年一項重要的銷售策略，為此我們積極與餐廳和其他餐飲渠道建立合作夥伴關係。
- **新零售渠道。**我們也通過零食折扣店等新零售渠道多元化我們的線下零售網絡。

在我們與重客客戶的合作中，我們通常會針對其渠道的特性以及透過長期合作所建立的管理模式，額外定製支持與管理措施。該等支持及管理措施主要包括以下各項：

業 務

- **定製管理框架**。重客客戶通過量身定製的管理框架進行監管，以反映其戰略重要性以及與經銷商的運營差異。此舉確保內部有充足資源分配，並持續管理及提供契合各重客客戶及其終端銷售網點需要的服務。
- **協議授權範圍**。與重客的銷售授權與適用於經銷商的銷售授權有所不同，與重客客戶的協議通常指定了其獲授權的銷售渠道，如交通渠道或餐飲渠道，以確保有效觸達相對應的目標終端客戶。該安排通常基於與重客客戶及其銷售終端的長期關係及商業慣例，有助於促進業務運營穩定性。該安排亦讓我們透過更多元化的渠道實現高效的區域拓展。
- **管理和維護終端銷售網點**。除了向重客客戶銷售產品，我們亦積極協助重客客戶進行終端銷售網點管理，尤其是利用我們的「產品+服務」模式，確保更深層的整合和更有效的市場執行。
- **物流和運輸**。我們通常根據與重客客戶的約定進行配送（通常為指定終端銷售網點），而根據經銷安排，若我們負責貨物的運送，我們通常僅將產品交付給經銷商與我們協定的地點。
- **退換貨和終止政策**。我們在與部分重客客戶的協議中採用了相對靈活的退換貨和終止政策。

業 務

此外，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，通過經銷商向重客銷售產生的收入分別為人民幣669.1百萬元、人民幣866.5百萬元、人民幣1,297.1百萬元及人民幣642.0百萬元。

線上銷售

我們與主要電商平台(包括天貓、京東和拼多多等)建立了牢固的合作關係。我們通過運營品牌旗艦店，實現終端消費者的直接觸達及互動。我們會通過主要電商平台的自營旗艦店和線上第三方銷售產品，擴大產品在線上渠道的廣泛覆蓋。此外，我們認識到社交電商的影響力與日俱增，因此我們戰略性地擴大在抖音和小紅書等新興電商平台的影響力，積極探索電商直播等新銷售模式。這些平台不僅為我們提供了額外的銷售渠道，也讓我們能夠通過互動和個性化營銷手段深入年輕消費者。社交商務平台可透過直播和精準營銷與消費者直接互動。直播提供一個即時溝通的互動平台，我們的消費者可以就我們的產品進行互動和分享，進一步加強他們與我們品牌的聯結。此外，透過利用用戶產生的內容和回饋，我們可以強化我們的品牌形象，提高客戶忠誠度，並收集有關消費者偏好和行為的寶貴洞察，從而制定更明智的產品開發和營銷策略。

於業績記錄期，我們線上銷售產生的收入於2022年至2024年以年複合增長率77.0%快速增長。我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月的線上銷售產生的收入分別為人民幣142.1百萬元、人民幣205.3百萬元、人民幣445.4百萬元及人民幣290.2百萬元，分別佔各相關期間收入的1.7%、1.8%、2.8%及2.7%。其中，我們通過線上第三方(經銷夥伴)銷售產生的收入於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別為人民幣102.5百萬元、人民幣155.7百萬元、人民幣357.3百萬元及人民幣246.4百萬元。

憑藉我們的數字化系統，我們實現了跨平台的整合，確保在多平台、全觸點提供一致的產品及品牌體驗。通過這種方式，我們最大限度地擴大影響力，提高消費者觸達及互動，並在快速增長的線上渠道中提升份額。

業 務

經銷夥伴的獨立性

我們設立了一個專職部門，負責審核經銷夥伴的資格及獨立性。在經銷夥伴准入流程中，審核涉及多個層級的管理層，包括區域負責人以及業務部的相關人員。此外，我們進行內部獨立性檢查，確保經銷夥伴的資格及獨立性符合我們的標準及要求。就我們所知，於業績記錄期及截至最後實際可行日期，除(i)五名持有鯤鵬投資不足5%合夥權益(定義見本文件「歷史、發展及公司架構」一節)的人士(分別為我們經銷夥伴的經營者或股東，或經營者或股東的親屬)；及(ii)兩名曾是我們員工的人士外，我們所有經銷夥伴均為獨立第三方，即我們的經銷夥伴均不受我們任何員工控制，且我們的經銷夥伴與我們的任何董事、主要股東、高級管理層及員工概無任何業務、僱傭、親屬或融資關係。與該七名人士有關聯的經銷夥伴訂立的協議條款符合我們的正常商業條款且大致與標準條款相符。因為相應委任發生在有關人士成為我們的間接股東之前，所以委聘這些經銷夥伴(委任時是獨立第三方)並非基於不同理據。於業績記錄期內，與該七名人士有關聯的經銷夥伴均未對我們的收入作出任何重大貢獻，也未從我們處獲得任何重大預付款項或財務資助。

銷售渠道之間的協作

我們通常會從全域的角度來管理我們的渠道運營，優化我們在區域、線上及線下等不同銷售渠道的資源投入。在指定渠道之外進行的任何銷售，或未經我們事先授權而在不同銷售渠道進行的任何銷售，都將被視為蠶食。為盡量減少銷售渠道之間的蠶食，我們通常會採取以下措施：

- 我們通過協議中的明文條款為每名經銷夥伴指定授權區域及／或銷售渠道。如果任何經銷夥伴違反這些條款，我們保留單方面終止協議並索賠違約金的權利。
- 我們對經銷夥伴建立有效的管理機制，並加強與其的定期溝通。我們的「一物一碼」系統通過二維碼掃碼跟蹤產品在生產、倉儲、運輸和經銷過程中的動銷

業 務

情況，從而實現對產品動銷的精準監控。通過該系統，我們可以及時發現並處理渠道囤塞或未經授權的跨區域銷售情況。董事認為上述內部控制措施就管理蠶食而言屬有效及充分。

- 我們要求經銷夥伴管理和監督他們的下游渠道的行為，確保與其合同責任保持一致。該等下游渠道或次級經銷商只能在我們向各經銷夥伴指定的區域或渠道內開展業務。這一限制最大限度地降低了蠶食的風險。
- 我們管理定價政策，並為不同銷售渠道的產品提供建議零售價。
- 考慮到不同渠道和不同目標消費者的需求，我們在價格、設計和規格方面創建了差異化的產品類別。此外，我們針對特定渠道開展推廣活動，旨在提高這些渠道的整體銷售額。
- 鑑於電商的性質，通常難以實施嚴格的地域限制，我們主要通過集中平台管理及定價管控來管理線上銷售的蠶食風險。對於自營旗艦店，我們直接管控銷售活動、定價及促銷策略。對於透過經銷夥伴的銷售，我們要求他們只能在經批准的電商平台並在我們的監督下運營，且應遵守我們的營銷指引。此外，我們在策略上差異化線上線下渠道的促銷活動，進一步降低潛在的蠶食風險。

於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無發現任何跨區或跨渠道銷售的重大情況，這表明我們為盡量減少不同銷售渠道與不同地區之間的蠶食行為所採取的方法行之有效。

海外銷售

我們正積極探索海外市場的機遇。截至2025年6月30日，我們的產品已進入多個海外市場，包括越南和馬來西亞。於業績記錄期，我們的海外銷售主要通過服務於海外市場的經銷商進行。就參與海外銷售的國內經銷商而言，我們一般訂立標準經銷協議，

業 務

其條款載於「— 我們與經銷商的安排」。就海外經銷商而言，我們訂立獨立的運輸條款，據此，我們一般負責將貨物交付至經銷商指定的港口，其後由經銷商處理卸貨、清關、後續物流及相關成本。

我們也在積極探索適合不同地區市場的靈活多樣的業務模式，並精選當地合作夥伴，以加強我們的全球影響力。為確保我們的產品符合當地人的偏好，我們在推出定製產品之前，會進行深入的市場調研和消費者需求分析。就產品包裝而言，我們設計出反映當地文化與審美的包裝，同時也選擇符合當地飲用習慣的包裝材料。就口味而言，我們調研當地人的飲食偏好，對甜度與配料進行調整，確保我們的產品在保持品牌特色風味的同時符合地方偏好。此外，我們開發出特定市場口味，作為產品管線的一部分，為未來市場擴張奠定了基礎。

定價

我們根據多種因素為產品定價，主要包括生產成本、產品定位、市場競爭以及銷售網絡中客戶的合理利潤水平。我們在與經銷夥伴簽訂的協議中概述產品定價機制，為促銷活動提供定價指南，確保定價做法的一致性與統一性。我們的經銷夥伴須遵循協議指定的建議價格，不得採取任何可能影響零售價的行動。我們的銷售管理團隊會定期審查彼等的轉售價格和零售價。我們主要產品的建議零售價範圍的詳細情況參見「— 我們的品牌及產品」。

在高效的全鏈路數字化管理體系的支持下，我們對生產和供應鏈管理進行了強有力的控制，使我們能夠充分實現領先的規模效應、產銷協同和精細化運營從而實現了有效的成本管理，並進而為我們提供了保持有競爭力的定價策略的靈活性。在確保了產品的高品質的同時，又為消費者提供了巨大的價值。

季節性

軟飲消費受到季節變化的影響，一般來說天氣較熱的時節屬於需求旺季。每年第二及第三季度，我們的銷售額通常較高，是由於天氣轉暖帶動消費增長。參見「財務資料 — 影響我們經營業績的主要因素 — 季節性與天氣狀況」。對於有關風險，參見「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 季節性消費週期和天氣變化可能導致我們產品需求的波動」。

業 務

研發

研發團隊

我們建立了一個專門的研發管理中心，負責監督新產品和工藝開發的各個方面。該中心下設專門小組，專注於研發管理、產品開發和包裝開發。我們已實施一套全面的標準化研發流程體系，涵蓋產品規劃和預算、市場調研、原材料選擇、配方和生產工藝開發、包裝和設計、評估和試點測試、產品發佈、生命週期管理和升級。這一框架確保了研發項目的高效和精確執行，為持續創新和增長奠定了堅實的基礎。

產品研發

我們強大的研發框架和自主創新能力使我們能夠有效地推動新產品開發。我們積極與大學和研究機構合作，這提高了我們研究新飲料工藝和配方的效率。這些合作關係便於我們探索市場的消費者偏好，在飲料中加入多種配料，豐富口味，開發專有配方，使我們的產品在市場上脫穎而出。另外，我們還保持著新產品配方和相應原材料的強大儲備，讓我們能夠及時抓住新興行業趨勢，將新產品推向市場。

憑藉我們已在消費者中建立起來的良好品牌形象，我們精心選擇新產品類別。咖啡飲料和茶飲料等新產品也具備提升能量和煥發活力的功效，與消費者對我們品牌的期望產生共鳴。這一戰略確保了從品牌認可到類別擴展和產品採用的順利過渡，引導消費者從最初的好奇到嘗試，最終達到長期偏愛。於業績記錄期，我們的研發工作取得重大成就，包括推出產品系列，其中包括「果之茶」、「東鵬大咖」及「海島椰」。這些新增產品組合豐富了產品種類，擴大我們的目標消費群，創造新的消費場景。因此，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的研發費用分別為人民幣43.8百萬元、人民幣54.4百萬元、人民幣62.7百萬元及人民幣32.9百萬元。

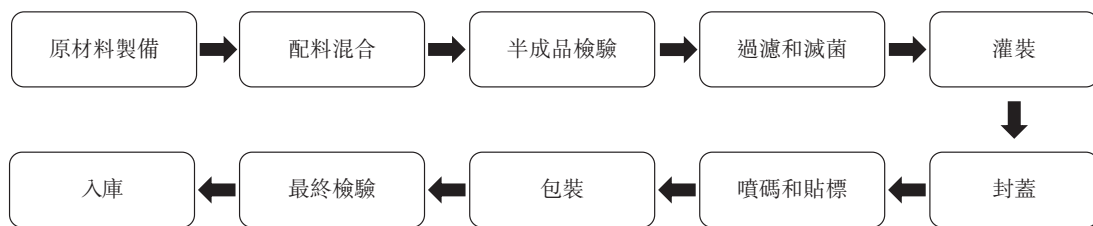
業 務

此外，我們積極推動行業標準的制定和修訂工作，體現了我們在產品和工藝創新方面的領先地位。截至2025年6月30日，我們參與制定32項標準，其中包括國家標準20項、行業標準3項和行業協會標準9項，進一步鞏固了我們對行業進步和卓越發展的承諾。

我們的生產

產品工藝

下圖概括了我們飲料產品生產流程的關鍵步驟。



我們通過原材料製備和檢驗、稱重、配料混合、半成品檢驗、過濾和滅菌、灌裝和封蓋、噴碼和貼標、包裝和封箱、碼垛、最終檢驗和入庫等流程生產飲料產品。

- **原材料製備**。在製備原材料時，我們對必要的原材料進行檢驗和稱量。對於某些飲料，例如茶飲料，製備過程還包括提取茶葉等步驟。
- **配料混合**。原材料根據每種飲料產品的具體配方和工藝要求進行混合。混合後，根據需要對配方進行過濾，生產半成品飲料，然後進行檢查。
- **過濾和滅菌**。在這一階段，通過初步檢驗的半成品飲料需要進一步過濾和滅菌。這樣既能確保食品安全，又能保持飲料的風味和功能性。
- **灌裝和封蓋**。飲料裝入瓶裝、罐裝或盒裝等容器中，然後封蓋，確保氣密性和產品的完整性。

業 務

- **噴碼、貼標和包裝。**生產日期印在容器上，貼上標籤，並包裝產品。然後對成品進行最終檢驗，以確保產品符合質量標準。
- **入庫。**通過最終檢驗的飲料被運送到倉庫，並在嚴格的條件下儲存，以保持其質量。

生產基地

截至2025年6月30日，我們在主要地區戰略性地經營九個生產基地，包括增城基地、東莞基地、華南基地、安徽基地、南寧基地、重慶基地、海豐基地、浙江基地及長沙基地。這些基地能夠有效擴大我們的地理市場覆蓋範圍，降低物流和運輸費用，確保向全國市場渠道的及時交貨和高效配送。下表載列所示期間我們九個生產基地的設計產能、實際產量和利用率：

生產基地	截至12月31日止年度									截至6月30日止六個月		
	2022年			2023年			2024年			2025年		
	設計 產能 ⁽¹⁾	實際 產量	利用率 ⁽²⁾	設計 產能 ⁽¹⁾	實際 產量	利用率 ⁽²⁾	設計 產能 ⁽¹⁾	實際 產量	利用率 ⁽²⁾	設計 產能 ⁽¹⁾	實際 產量	利用率 ⁽²⁾
	(千噸)	(%)		(千噸)	(%)		(千噸)	(%)		(千噸)	(%)	
增城.....	350.8	240.4	68.5	457.5	332.0	72.6	528.1	454.2	86.0	271.2	223.4	82.4
東莞.....	431.4	381.7	88.5	461.4	452.8	98.1	556.8	572.0	102.7 ⁽³⁾	277.8	275.1	99.0
華南.....	523.1	435.5	83.3	610.4	599.9	98.3	704.8	643.8	91.3	343.1	300.5	87.6
安徽.....	629.8	400.0	63.5	646.5	589.4	91.2	885.2	767.8	86.7	673.3	521.5	77.5
南寧.....	502.7	288.6	57.4	492.5	348.7	70.8	568.0	495.5	87.2	463.5	349.9	75.5
重慶.....	215.9	194.3	90.0	402.4	373.6	92.8	475.5	472.0	99.3	371.5	343.5	92.5
海豐 ⁽⁴⁾	150.5	118.1	78.5	238.8	156.0	65.3	336.9	201.1	59.7	166.9	99.9	59.9
浙江.....	—	—	—	42.4	39.9	94.1	448.5	433.4	96.6	420.3	374.4	89.1
長沙.....	—	—	—	—	—	—	370.2	323.5	87.4	400.4	339.8	84.9
合計／整體 ⁽⁵⁾	<u>2,804.2</u>	<u>2,058.6</u>	73.4	<u>3,351.9</u>	<u>2,892.3</u>	86.3	<u>4,874.0</u>	<u>4,363.3</u>	89.5	<u>3,388.0</u>	<u>2,828.0</u>	83.5

註：

(1) 計算年／期內設計產能時假設所有生產線按可行的高使用率運行，並考慮日常維護、公眾假期等合理因素。根據弗若斯特沙利文報告，我們的產能計算方法（包括所用假設）符合中國相關行業的標準。

(2) 利用率等於相關期間實際產量除以設計產能。

業 務

- (3) 部分生產基地利用率超過100%，由於我們透過優化輪班安排並調整生產時間表，響應暫時的市場需求。
- (4) 海豐基地的利用率於2022年至2024年錄得輕微下降，主要由於新增生產線及擴充產能所致。然而，海豐基地的實際產量於同期錄得增長。我們主要在海豐基地生產瓶裝水，我們已逐步使用擴充後的產能。
- (5) 2025年上半年的整體利用率較2024年錄得輕微下降，主要由於我們的四間生產基地於2025年上半年陸續完成若干額外生產線的建設所致。

於業績記錄期，我們採用以銷定產的生產模式，將銷售目標和預測、實際銷售趨勢和產能結合起來。我們以年度生產計劃為框架，根據每週的銷售預測、庫存情況、訂單情況以及接下來兩個月的預期促銷推廣活動等情況進一步細化為月度生產計劃。然後，根據各生產基地的地區銷售分佈、物流狀態、產能以及安全庫存情況，將月度計劃發放至各生產基地。在整個生產過程中，我們監控並調整進度，確保及時交貨，盡量減少庫存，優化整體供應鏈效率。

秉承以銷定產的生產模式，為滿足對我們產品銷量快速增長的需求，我們於業績記錄期戰略性地提高和擴大生產基地的產能。因此，我們的整體設計產能從2022年的2.8百萬噸增至2023年的3.4百萬噸，並進一步增至2024年的4.9百萬噸。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因產能限制而無法完成任何訂單。展望未來，我們計劃繼續擴大產能，以支持未來增長並鞏固我們的市場地位。

產能擴大計劃

為確保我們的生產網絡與地區市場需求保持一致，支持我們的持續增長，我們正戰略性地擴大現有生產基地，同時也規劃新設施以提升產能及優化全國範圍內的生產和銷售佈局。截至2025年6月30日，我們已開始提升四個現有生產基地的產能，建設三個新生產基地，以及籌建一個新生產基地。該產能擴大計劃完成後，我們的總設計年產能預計將達到約12.0百萬噸。

業 務

下表載列產能擴大計劃的詳細情況：

生產基地	計劃用途及 將生產的產品 ⁽¹⁾	完工後 設計年產能	截至最後實際 可行日期的狀況	預計完工時間	估計總投資額 ⁽²⁾	
	新增年產能 (千噸)	(千噸)			(人民幣百萬元)	
安徽(擴建)	飲料生產線	461.5	1,346.7	新生產線已投產；技術升級正在進行；倉庫擴建項目在建中。	2026年第四季度	471.0
南寧(擴建)	飲料生產線	359.0	927.0	新生產線已投產；技術升級正在進行。	2025年第四季度	245.2
重慶(擴建)	飲料生產線	267.5	743.0	新生產線已投產；技術升級正在進行。	2025年第四季度	295.2
長沙(擴建)	飲料生產線	430.7	800.9	新生產線已投產；技術升級正在進行。	2025年第四季度	440.2
天津	飲料生產線	1,155.8	1,155.8	生產基地基礎設施在建中。	2026年第一季度	1,212.0
昆明	飲料生產線	1,155.8	1,155.8	生產基地基礎設施在建中。	2026年第三季度	1,000.0
中山	飲料生產線	1,493.2	1,493.2	生產基地基礎設施在建中。	2026年第二季度	1,080.0
海南	飲料生產線	1,155.8	1,155.8	籌建	2027年第四季度	1,200.0

附註：

- (1) 我們計劃在上表中所列的各生產基地生產功能飲料產品和其他飲料產品。
- (2) 就擴建或建設上述各生產基地而言，我們計劃使用[編纂][編纂]及內部資金。有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

業 務

設備及機器

我們的生產設備主要包括水處理系統、無菌水系統、滅菌系統、吹瓶機、灌裝機和包裝機等。我們的主要生產設備和機器的折舊年限通常為五年。我們對生產設備進行定期檢查和維護，確保它們處於最佳運行狀態並保證安全性。此外，我們還制定全面的設備使用、檢查和維護規定。

合作生產

於業績記錄期，我們絕大多數生產流程都是在自己的生產設施內自主完成。為提升我們的產能以滿足更高的市場需求，我們亦與受選第三方生產合作夥伴合作進行滅菌和灌裝等少數類型產品的少數非核心生產步驟。這些產品主要包括咖啡飲料和果蔬汁飲料。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，涉及合作生產的產品銷售收入分別為人民幣48.2百萬元、人民幣184.9百萬元、人民幣398.9百萬元及人民幣159.2百萬元。我們與第三方製造夥伴合作，利用他們的彈性管理產能波動、快速回應市場需求變化，以及提供多樣化的產品包裝選擇。於業績記錄期，我們所有的生產合作夥伴均為獨立第三方。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，支付給這些合作夥伴的分包費用分別約為人民幣5.5百萬元、人民幣79.6百萬元、人民幣127.4百萬元及人民幣37.3百萬元，分別佔各相關期間營業成本總額的0.1%、1.2%、1.4%及0.6%。

我們根據幾個關鍵因素選擇生產合作夥伴，包括他們的產能和質量、生產經驗、地理位置及聲譽，在最終確定生產合作夥伴之前，我們通常會篩選多個合格的候選者。我們與生產合作夥伴的合作協議期限一般為一至兩年，續約與否取決於他們的表現。根據這些協議，我們提供原材料及／或飲料餡料，供進一步加工，如滅菌或灌裝，而包裝材料則由我們或生產合作夥伴提供，具體由協議規定。

於業績記錄期，我們在向生產合作夥伴採購服務時未遇到任何困難，也未遇到任何重大糾紛或合作夥伴延遲交付產品而對我們的經營造成重大中斷的情況。

業 務

質量控制

質量控制體系

我們嚴格遵循《食品安全法》及中國的其他相關規定，制定了符合食品安全管理體系要求的相關措施。我們成立了質量管理中心，負責制定質量管理和監督制度，監督所有生產設施質量管理體系的運行，確保產品質量合規。截至2024年12月31日，我們的質量管理中心由406名富有經驗員工組成。通過質量管理中心、供應鏈管理中心和生產本部的通力配合，確保產品質量符合國家及企業標準要求，同時借鑒國內外先進的食品安全控制體系，將質量管理融入產品設計階段，由研發管理中心提供技術指導，提高產品的安全和質量。我們的生產基地已取得ISO22000食品安全管理體系認證證書和HACCP國際認證。

經過多年產品質量管理工作實踐，我們制定出「三把關、三控制、三追溯、三保障」的全面管理框架，嚴格把控產品質量：

- **三把關**。原材料、半成品、成品檢驗。
- **三控制**。物料採用高溫瞬時滅菌工藝，確保無菌，清洗包裝容器，保持包材無菌以及灌裝環境潔的淨度。
- **三追溯**。對每批原材料、每瓶產品和每箱成品進行編碼，確保產品可全面追溯。
- **三保障**。保證定期對員工進行培訓，提高質量控制意識；保證生產線高度自動化，確保設備的可靠性；保證設施按相關標準規範佈局。

業 務

於業績記錄期直至最後實際可行日期，我們的產品質量或生產設施未受到任何監管機構的任何調查，也未遇到任何重大產品安全事故。於業績記錄期直至最後實際可行日期，我們未出現任何重大產品召回或退貨、產品責任索賠或客戶投訴的情況。

以下是我們在原材料質量控制、供應商管理、生產過程管理和質量控制、物流和倉儲管理，以及產品退貨和召回政策等關鍵方面的管理實踐。

原材料質量控制

我們嚴格遵守《採購管理制度》等內部政策，監督採購過程，確保所有原材料符合國家、行業和我們內部的食品安全標準。根據詳細的《原材料進貨查驗管理制度》和《原材料儲存管理制度》規定，我們的原材料只能從獲批的供應商採購，並對規格、質量和供應商文件進行全面檢查。化驗員會在材料入庫前進行抽樣檢測，只有符合我們標準的材料才可以入庫。每批產品都有一個唯一的編碼，可實現全面追溯，保證嚴格把控供應鏈。

供應商管理

我們根據相關行政法規制定了完善的供應商准入、評估和管理體系，確保對現有供應商和新增供應商進行動態管理。我們在《供應商管理制度》中規定了嚴格的篩選流程，包括評估經營理念、審核許可資質、樣品檢測和實地評估等。在供貨過程，我們的供應鏈管理中心和質量管理中心會進行年度檢查，並聯合研發管理中心、生產本部對供應商進行年度評估分級，進一步加強產品的質量控制，根據評估結果對供應商進行動態管理。

生產環節及成品質量控制

我們在生產過程中，嚴格遵循《保健食品良好生產規範》(GB17405-1998)及《食品安全國家標準飲料生產衛生規範》(GB12695-2016)等國家標準。根據這些標準，我們建立了全面的內部生產管理體系和質量控制框架，對生產過程可能存在的風險進行識別，建立關鍵控制點，各生產工序的作業指導書都列出了詳細的操作程序與質量標準，確保

業 務

產品質量一致。在線品控員會對人員衛生與操作、生產環境、設備衛生及過程產品質量進行巡查，對發現的問題及時予以整改，確保生產環節中的質量和安全。此外，我們還監控生產和倉儲環節，通過生產基地代碼、生產線號、批號、生產日期、記錄和物料平衡，對單品進行完整追溯。對於已取得保健食品註冊證書的能量飲料產品，我們嚴格按照批准的有效成分配方及其濃度，確保符合相關法律法規。

我們設有嚴格的出貨前檢驗制度，由質量管理中心進行最終產品測試。只有通過檢驗並獲得成品檢驗報告的產品才能出廠。於業績記錄期，我們的產品測試覆蓋率達到100%。

物流及倉儲

我們的倉儲物流部負責監督成品的儲存、發貨和運輸。為確保妥善的存貨管理，我們制定了《倉庫管理制度》等規定，列明產品儲存、擺放及倉庫維護標準，保證產品質量。在產品運輸方面，我們遵守《成品出庫管理制度》及《物流管理制度》等政策，確保出庫產品質量、運輸車輛衛生，並對在途產品進行實時跟蹤，從而在整個物流環節中維持高標準。

我們設立了倉儲管理系統，為產品賦予一物一碼，確保在儲存、發貨和運輸過程中進行全鏈路追蹤，從而全面監控供應鏈中各個環節，嚴防竄貨現象。

產品退貨及召回

我們建立了產品召回控制程序和相應的管理措施，以迅速處理不合格產品。該程序包括調查質量問題的根本原因、與相關部門討論並確定解決方案，以及在密切監督下執行預防措施，避免同類事件再次發生。除與質量相關的問題外，我們的產品一般

業 務

不可退貨或更換。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們(i)並未從消費者收到任何有關產品質量的重大投訴；(ii)不存在任何重大產品召回或重大產品退貨情況；或(iii)並未遇到任何重大食品或產品安全事件。

物流及倉儲

對於我們採購的原材料和包裝材料，第三方供應商負責向我們運輸和交付產品。根據我們與這些供應商訂立的協議，他們須按合同規定採取必要的措施，確保在途產品不會受到損壞或污染。根據協議，我們有權在特定情況下拒收產品。

在產品運輸方面，廣東地區部分經銷夥伴按協議規定負責安排及承擔運輸費用。對於其他客戶，我們主要負責在協定時間內將產品運送至指定地點，運輸及卸貨費用按各協議條款分攤。我們主要聘用可靠的當地物流合作夥伴進行產品運輸。根據我們與這些物流合作夥伴的協議，我們要求其車輛和人員必須具備法律法規規定的必要資格和經驗，且運輸條件必須符合我們指定的標準。我們也要求物流合作夥伴按照我們的指示和時間表交付產品，並承擔運輸過程中的損失風險。運送成本通常每30天結算。

存貨管理

我們的存貨包括原材料及耗材、產成品和在途商品。我們的原材料及包裝材料主要包括糖、PET及紙箱。

我們遵循以需求為導向的生產和採購方式，使我們的營運與銷售預測和市場需求保持一致。我們根據銷售計劃和目標、實際銷售趨勢以及可用產能制定年度生產計劃。這些計劃再細化為月度生產計劃，其中會考慮未來幾個月的每週銷售預測、存貨水平、訂單和促銷活動。區域銷售和分銷、物流效率、生產能力利用率和安全存貨要求等因素也會被納入其中。對於原材料存貨，我們的採購團隊會仔細考慮生產需求、當前存貨水平、產品質量、市場供應狀況和價格趨勢。為確保生產不中斷，我們維持充足的原材料儲備，同時優化存貨水平。

業 務

我們定期進行存貨檢查，包括月度、季度和年度審核。每天系統會生成存貨報告，我們會進行現場實物清點，並核對結果。年度審核涉及全面的存貨審查，任何差異都會在提交給管理層審批的詳細存貨報告中分析和處理。

在嚴格有效的存貨管理制度下，我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月的存貨週轉天數分別為27.0天、27.0天、33.8天及26.5天。進一步詳細情況參見「財務資料 — 合併財務狀況表的若干主要項目討論 — 存貨」。

客戶

於業績記錄期，我們的客戶主要是購買和轉銷我們產品的經銷夥伴。參見「— 銷售網絡」。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向前五大客戶的合計銷售額於業績記錄期內各期間分別為人民幣582.1百萬元、人民幣594.8百萬元、人民幣804.8百萬元及人民幣477.7百萬元，分別佔我們同期收入的6.8%、5.3%、5.1%及4.5%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向最大客戶的銷售額於業績記錄期內各期間分別為人民幣145.0百萬元、人民幣164.2百萬元、人民幣233.7百萬元及人民幣130.9百萬元，分別佔我們同期收入的1.7%、1.5%、1.5%及1.2%。下表載列業績記錄期內各期間我們五大客戶的詳細情況：

業 務

截至2022年12月31日止年度

客戶	所購買產品	背景	關係年期	信用期	收入	佔收入百分比
					人民幣千元	%
東莞市東瑞商貿有限公司...	飲料	專注於批發業務的公司	自2014年起	不適用	145,027	1.7%
東莞市金愉食品有限公司及其關聯方...	飲料	專注於批發業務的公司	自2014年起	不適用	130,937	1.5%
深圳市龍崗區佳福通商行及其關聯方...	飲料	專注於批發業務的公司	自2013年起	不適用	119,280	1.4%
東莞市卓林貿易有限公司及其關聯方...	飲料	專注於批發業務的公司	自2012年起	不適用	94,230	1.1%
東莞市聯逸貿易有限公司及其關聯方...	飲料	專注於批發業務的公司	自2013年起	不適用	92,663	1.1%
合計.....					582,137	6.8%

業 務

截至2023年12月31日止年度

客戶	所購買產品	背景	關係年期	信用期	收入	佔收入百分比
					人民幣千元	%
東莞市金愉食品 有限公司及其 關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2014年起	不適用	164,227	1.5%
深圳市龍崗區佳 福通商行及其 關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2013年起	不適用	117,773	1.0%
東莞市聯逸貿易 有限公司及其 關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2013年起	不適用	110,231	1.0%
廣東美宜佳 便利店有限 公司	飲料	專注於批發業務 的公司	自2023年起	15天	107,921	1.0%
深圳市恆久緣貿 易有限公司 及其關聯方..	飲料	專注於批發業務 的公司	自2015年起	不適用	94,642	0.8%
合計.....					594,794	5.3%

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	所購買產品	背景	關係年期	信用期	收入	佔收入百分比
					人民幣千元	%
廣東美宜佳 便利店有限 公司	飲料	專注於批發業務 的公司	自2023年起	15天	233,693	1.5%
東莞市金愉食品 有限公司及 其關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2014年起	不適用	179,641	1.1%
深圳市龍崗區佳 福通商行及 其關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2013年起	不適用	151,050	1.0%
東莞市聯逸貿易 有限公司及 其關聯方....	飲料	專注於批發業務 的公司	自2013年起	不適用	125,632	0.8%
深圳市恆久緣貿 易有限公司 及其關聯方..	飲料	專注於批發業務 的公司	自2015年起	不適用	114,817	0.7%
合計					804,833	5.1%

業 務

截至2025年6月30日止六個月

客戶	所購買產品	背景	關係年期	信用期	收入	佔收入百分比
					人民幣千元	%
廣東美宜佳便利店有限公司	飲料	專注於批發業務的公司	自2023年起	15天	130,944	1.2%
客戶A*	飲料	專注於批發業務的公司	自2024年起	不適用	94,835	0.9%
東莞市金愉食品有限公司及其關聯方	飲料	專注於批發業務的公司	自2014年起	不適用	93,152	0.9%
深圳市龍崗區佳福通商行及其關聯方	飲料	專注於批發業務的公司	自2013年起	不適用	88,288	0.8%
深圳市恆久緣貿易有限公司及其關聯方	飲料	專注於批發業務的公司	自2015年起	不適用	70,464	0.7%
合計					<u>477,683</u>	<u>4.5%</u>

註:

* 客戶A為一家於湖南註冊成立的公司，並專注於食品飲料銷售業務。

業 務

2022年五大客戶之一是我們的經銷夥伴，於2023年開始向我們提供物流服務。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，來自有關客戶的收入分別為人民幣145.0百萬元、人民幣77.9百萬元、人民幣14.0百萬元及人民幣5.3百萬元，分別佔我們同期總收入的1.7%、0.7%、0.1%及0.05%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，有關客戶的毛利率分別為47.1%、46.3%、51.0%及48.6%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，有關客戶應佔採購額分別為零、人民幣5.5百萬元、人民幣10.8百萬元及人民幣6.6百萬元，分別佔我們同期總採購額的零、0.1%、0.1%及0.1%。於業績記錄期，除上述客戶和供應商外，我們其餘的五大客戶並未向我們提供服務。

截至最後實際可行日期，除上文所述及據我們所知，除兩名各自為經銷商業務經營者或股東的人士(或為業務經營者或股東的親屬)在鯤鵬投資(定義見本文件「歷史、發展及公司架構」一節)持有少於5%合夥權益外，(i)我們的董事、其連絡人或據董事所知擁有我們股本5%以上的任何其他股東，均沒有在我們的五大客戶中擁有任何權益；及(ii)我們的前五大客戶(包括其股東、董事、高級管理層或其各自的任何連絡人)過去或現在與我們、我們的子公司、我們的股東、董事、高級管理層或其各自的任何連絡人均無任何關係(家族、僱傭、信託、融資或其他)。

我們重視客戶的反饋，並努力滿足客戶。為此，我們成立了專門的客戶服務團隊，主要負責解答客戶疑問、協調產品物流及交付、收集客戶反饋以及處理客戶投訴。我們設有客戶熱線以滿足客戶的需求，並積極在社交媒體平台上與客戶溝通。此外，我們的客戶服務員工主動進行客戶調查，以更好地了解客戶的反饋及需求。具體而言，在處理消費者的投訴時，我們承諾會透過各種反饋機制與消費者及時溝通及聯絡，並在必要時展開品質調查程序。我們的客戶服務團隊亦會記錄所有投訴以及任何調查或解決措施的結果，以便追蹤客戶投訴處理的進度。於業績記錄期，我們未收到任何與產品質量有關的重大消費者投訴。

業 務

第三方付款安排

安排的背景及原因

過往，我們於中國的若干客戶(單獨或統稱「**相關交易對手方**」)通過其指定的第三方(而這些第三方並非相應銷售和採購協議下的合同對手方，亦非就付款義務承擔無限個人責任的相關方)賬戶向我們結算款項(「**安排**」)。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，相關交易對手方數目分別為188名、248名、418名及126名，而根據安排支付的總額分別為人民幣365.0百萬元、人民幣600.4百萬元、人民幣1,033.9百萬元及人民幣125.3百萬元，分別佔從所有客戶收取的付款總額約3.6%、4.2%、4.9%及1.1%。於業績記錄期，並無單一相關交易對手方對我們的收入作出重大貢獻。

於業績記錄期，相關交易對手方主要包括以個體工商戶或個人獨資企業及企業實體形式存在的客戶。於業績記錄期，相關交易對手方根據安排指定的第三方主要包括以下各方：與相關交易對手方有關連的人士(例如經營者配偶以外的其他親屬)、相關交易對手方的關聯實體，或(在少數情況下)根據與相關交易對手方的融資安排向我們付款的金融機構。董事已確認，就他們所深知，於業績記錄期，除三名特定第三方(即「**一經銷商的獨立性**」提及的持有鯤鵬投資合夥權益或曾擔任我們的僱員的七名人士中的三名人士)外，並無任何客戶的指定第三方是本集團的關連人士，且這些指定第三方獨立於我們各董事、高級管理層及股東。

安排的發生主要出於業務便利及／或臨時集中付款安排。根據弗若斯特沙利文報告，為方便和靈活起見，通過此類安排結算交易是中國軟飲行業的常見商業慣例。詳細情況參見「行業概覽—中國軟飲行業概覽—第三方付款安排」。

於業績記錄期，(i)我們並無主動提出任何安排或參與任何安排的其他形式；(ii)我們並無向任何相關交易對手方提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促進或激勵安排；及(iii)我們與相關交易對手方訂立的協議的定價及付款條款整體上與並無涉及安

業 務

排的客戶的定價及付款條款一致。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無收到與安排有關的任何重大索償，也無遇到任何因安排而產生的重大退款、實際或待決糾紛或分歧。

截至2025年3月6日，我們已終止所有安排，且根據安排作出的所有付款均已悉數結算。我們的董事認為，由於(i)自安排終止及直至最後實際可行日期，概無相關交易對手方表現不願意配合我們的整改流程或繼續作為我們的客戶，亦無代表我們的經銷商支付的付款可被視為一項安排；(ii)我們的月收入及利潤由2025年3月至2025年4月有所增加，表明我們的業務於安排終止前後均持續增長；(iii)安排終止不會影響相關交易對手方與我們結算付款，是由於相關交易對手方於安排終止後，在收到經由本公司OA系統處理的退款後，透過其正式賬戶妥為完成付款；及(iv)於2025年3月至2025年4月安排終止前後，我們繼續自經營活動產生正現金淨額。基於聯席保薦人所開展的獨立盡職調查工作，聯席保薦人並未注意到有任何重大事項會令其於任何重大方面不同意董事的上述觀點。我們的中國法律顧問表示，安排並無違反中國現行法律法規的強制性規定。

安排的影響

據我們所知，於業績記錄期存在的安排已於所有重大方面完整及準確地記錄於會計賬簿及紀錄中，我們於業績記錄期已採取以下若干措施監控及管理安排：

- **防止欺詐或洗錢**。我們定期審查與客戶的交易以防止欺詐或洗錢活動。據此，我們沒有理由相信相關交易對手方涉嫌欺詐或洗錢，也沒有理由相信相關結算涉及欺詐或洗錢所得或收益。
- **了解客戶程序**。在與經銷夥伴合作前，我們有嚴格的篩選程序，包括在了解客戶程序和後續更新期間收集為安排付款的賬戶。

業 務

- **相關交易的真實性**。通過安排付款的客戶須提交付款人賬戶及付款資料，我們會檢查所提供資料的真實性，以確保安排基於真實的交易。
- **相關交易對手方的確認**。我們與相關客戶在簽訂協議時約定其可指定第三方付款人代表相關客戶通過有關指定第三方付款人指定的賬戶與公司結算付款，同時我們會要求相關交易對手方提供指定第三方付款人與相關交易對手方之間的關係，並要求交易對手方確認金額和付款行為。
- **並無激勵安排的優惠條款或利益**。參與安排的客戶訂立的協議條款通常符合我們的標準條款。

此外，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們並無因參與安排而遭受任何調查、查詢、被處以罰款或被徵收附加費，(ii)我們已收到由相關交易對手方（該等交易對手方根據安排支付的付款總額佔於業績記錄期根據安排支付的付款總額的大部分）正式簽署的確認函，確認我們不會牽涉因相關交易對手方與其指定的第三方之間的付款安排而引致的任何風險或糾紛，且無論是否存在任何此類糾紛，我們均無義務退回自指定第三方收到的任何款項，及(iii)我們並無因安排而遭遇任何實際或待決糾紛或分歧。

據中國法律顧問所告知，(i)安排並無違反中國適用法律或法規的強制性規定；及(ii)就提供上述已簽妥確認函的相關客戶而言，我們被認為有義務根據安排向客戶或其指定第三方，及／或他們各自的清盤人退還資金的風險極低。基於上文所述，並考慮到(i)我們於業績記錄期及直至最後實際可行日期並無因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》，處理安排項下結算的金融機構須承擔評估其客戶的整體狀況及交易情況，了解客戶洗

業 務

錢風險的反洗錢義務；及通過金融機構的監管，相關風險可被降低，我們的中國法律顧問認為，安排被視為構成《中華人民共和國刑法》項下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極低。此外，根據就本公司出具的徵信報告，於業績記錄期內，稅務管理機關並無因安排導致違反稅務法律、法規及規章而作出行政處罰。

基於上文所述，我們的董事確認就其所知，基於已實施的內部控制措施，(i)於業績記錄期，相關付款乃基於真實的相關交易及有效合同；及(ii)安排被視為欺詐或洗錢罪行等犯罪的風險甚微。根據上述中國法律顧問的意見及聯席保薦人所進行的獨立盡職審查，聯席保薦人概無發現任何重大事項合理導致他們在任何重大方面不同意董事的上述觀點。考慮到有關付款佔我們從客戶收取的付款總額的比例不重大，我們的董事認為採用安排對業務營運並無任何重大不利影響。

經強化的內部控制措施

自2025年第一季度起，我們實施了經強化的內部控制措施，以防止安排再次發生及由此產生的風險，包括但不限於以下各項：

- 我們的客戶已簽訂補充付款確認函，規定僅允許通過以下方式付款：(a)直接以客戶自身企業賬戶付款，除非協議有正當理由指明共同付款義務（例如第三方支付人是客戶集團內的指定支付機構），在這種情況下，潛在第三方支付人也必須確認其作為協議簽署方的付款義務；(b)如屬個體工商戶或個人獨資企業，則允許其以經營者（個體工商戶的所有人或個人獨資企業的投資者，主要負責

業 務

相關實體的管理及控制)或其配偶的賬戶付款；或(c)如果客戶需要通過金融機構付款，我們要求該類客戶以及相應的金融機構嚴格遵循融資安排，提供明確的付款指示，我們的財務部門員工將僅收取來自附有該明確付款指示的金融機構的付款。

- 我們更新了OA支付自動化流程的系統設置，以記錄、識別和保存已獲授權的第三方付款人名單，同時嚴格拒收非授權主體的付款。
- 我們實施了更嚴格的內部控制措施，包括在《現金管理政策》中完善第三方支付的相關流程文件，明確允許的第三方支付範圍和相關報告程序，確保我們系統設置的完整性。
- 我們要求員工拒絕及／或退還第三方付款人支付的所有款項，如該第三方付款人未能滿足上述要求。
- 我們已將上述政策和措施知會所有經銷夥伴。

截至最後實際可行日期，我們已終止所有安排。我們擬持續監察我們防止第三方付款的內部控制措施的有效性，並迅速解決任何所發現的不足之處。

我們的董事相信，考慮到我們與客戶的關係、業務營運及財務表現，安排的整改對本集團並無亦不會有任何重大不利影響，且(i)該等付款佔我們從客戶收取的付款總額的比例不重大，及(ii)大部分相關交易對手方配合本集團的整改程序，該等整改程序並無影響相關交易對手方向本集團的付款結算安排。

根據對措施實施情況的跟進審閱，我們的董事認為，上述措施在防止未經授權安排及其相關風險方面屬有效及充分，而我們的董事將於未來監督上述安排經強化的內部控制的有效性。根據聯席保薦人所進行的獨立盡職審查，聯席保薦人概無發現任何重大事項導致聯席保薦人在任何重大方面不同意董事的上述觀點。

業 務

供應商及原材料

我們已建立一套完善的採購管理體系，並與行業龍頭供應商保持穩固的合作關係，確保穩定的優質生產材料及服務供應。我們成熟的供應商管理政策包括建立核准的供應商清單，每年進行評估，以確保供應商在產品質量及供貨價格等方面持續符合我們的標準。詳細情況參見「— 質量控制 — 供應鏈管理」。我們的供應商主要包括原材料供應商、廣告服務供應商、物流服務提供商、冰櫃供應商、製造服務供應商及設備供應商。我們使用市政供水，大部分飲料產品的生產不直接取水。在使用市政供水系統的水時，我們無需取得取水許可證。與我們耗水量相關的成本主要計入我們的水電費用。生產瓶裝水(其收入佔業績記錄期我們總收入的比例不大)時，我們在海豐基地直接從廣東省海豐的山泉採集山泉水。我們已根據適用法律法規取得海豐基地所需的取水許可證。據我們的中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，我們已就業務營運取得取用水資源的所有必要許可證。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們從前五大供應商的合計採購額於業績記錄期內各期間分別為人民幣1,574.6百萬元、人民幣2,168.8百萬元、人民幣2,757.6百萬元及人民幣1,818.4百萬元，分別佔我們同期採購總額的26.2%、27.9%、24.6%及25.4%。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們從最大供應商的採購額於業績記錄期內各期間分別為人民幣460.1百萬元、人民幣619.8百萬元、人民幣914.4百萬元及人民幣566.4百萬元，分別佔同期採購總額的7.7%、8.0%、8.2%及7.9%。於業績記錄期，我們五大供應商主要為原材料及包裝材料的供應商。下表載列業績記錄期內各期間我們五大供應商的詳細情況：

業 務

截至2022年12月31日止年度

供應商	所提供產品／ 服務	背景	關係年期	信用期	採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
東方先導(上海)糖 糖酒有限 公司	糖	專注於食品產品 批發的公司	自2019年起	15天	460,064	7.7%
宏全國際股份 有限公司	包裝物料及 其他配 套物料	專注於橡膠、塑 膠軟管及皮帶 的台灣上市 公眾公司	自2012年起	45天	425,561	7.1%
供應商A*	基建服務	專注於建築服務 的公司	自2017年起	10天	248,383	4.1%
海南逸盛石化 有限公司	包裝物料	專注於生產化學 材料及產品的 公司	自2020年起	不適用	232,490	3.9%
奧瑞金科技股份 有限公司	包裝物料及 其他配 套物料	專注於金屬包裝 產品及服務的 A股公眾公司	自2017年起	30天	208,062	3.5%
合計					1,574,560	26.2%

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	所提供產品	背景	關係年期	信用期	採購額	佔總採購額 百分比
					人民幣千元	%
宏全國際股份 有限公司....	包裝物料及 其他配 套物料	專注於橡膠、塑 膠軟管及皮帶 的台灣上市 公眾公司	自2012年起	45天	619,789	8.0%
MITR SIAM GLOBAL HOLDINGS PTE. LTD.....	糖	專注於食品製造 的公司	自2017年起	10天	418,273	5.4%
廣東金嶺糖業集 團有限公司..	糖	專注於由農產品 加工至食品的 公司	自2022年起	不適用	387,230	5.0%
海南逸盛石化 有限公司....	包裝物料	專注於生產化學 材料及產品的 公司	自2020年起	不適用	382,510	4.9%
廣州嘉利高糖業 有限公司....	糖	專注於批發業務 的公司	自2018年起	15天	360,992	4.6%
合計.....					2,168,794	27.9%

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	所提供產品	背景	關係年期	信用期	採購額	佔總採購額 百分比
					人民幣千元	%
宏全國際股份 有限公司....	包裝物料及 其他配 套物料	專注於橡膠、塑 膠軟管及皮帶 的台灣上市 公眾公司	自2012年起	45天	914,402	8.2%
海南逸盛石化 有限公司....	包裝物料	專注於生產化學 材料及產品的 公司	自2020年起	不適用	626,104	5.6%
MITR SIAM GLOBAL HOLDINGS PTE. LTD.....	糖	專注於食品製造 的公司	自2017年起	15天	493,714	4.4%
青島海信商用 冷鏈股份 有限公司....	飲料冰櫃	專注於製造一般 設備的公司	自2011年起	不適用	368,305	3.3%
廣東金嶺糖業集 團有限公司..	糖	專注於由農產品 加工至食品的 公司	自2022年起	不適用	355,034	3.2%
合計.....					<u><u>2,757,559</u></u>	<u><u>24.6%</u></u>

業 務

截至2025年6月30日止六個月

供應商	所提供 產品／服務	背景	關係年期	信用期	佔總採購額百	
					採購額	分比
					人民幣千元	%
宏全國際股份 有限公司	包裝物料及 其他配 套物料	專注於橡膠、塑 膠軟管及皮帶 的台灣上市公 眾公司	自2012年起	45天	566,352	7.9%
廣東金嶺糖業 集團有限公司 ..	糖	專注於由農產品 加工至食品的 公司	自2022年起	不適用	383,807	5.4%
MITR SIAM GLOBAL HOLDINGS PTE. LTD.	糖	專注於食品製造 的公司	自2017年起	15天	303,970	4.2%
青島海信商用冷鏈 股份有限公司 ..	飲料冰櫃	專注於製造一般 設備的公司	自2011年起	不適用	292,639	4.1%
海南逸盛石化有限 公司	包裝物料	專注於生產化學 材料及產品的 公司	自2020年起	不適用	271,587	3.8%
合計					1,818,355	25.4%

註：

* 供應商A是一家在湖南註冊成立的私人公司，主要提供基建服務。

業 務

截至最後實際可行日期，據我們所知，我們的董事、其連絡人或據董事所知擁有我們股本5%以上的任何其他股東，均無在我們的五大供應商中擁有任何權益。我們的五大供應商(包括其股東、董事、高級管理層或其各自的任何連絡人)過去或現在與我們、我們的子公司、我們的股東、董事、高級管理層或其各自的任何連絡人均無任何關係(家族、僱傭、信託、融資或其他)。

原材料

我們採購的原材料及包裝材料主要包括糖、PET和紙箱。我們從國內採購大部分原材料。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣4,018.9百萬元、人民幣5,259.1百萬元、人民幣7,001.3百萬元及人民幣4,752.8百萬元，分別佔各相關期間營業成本的80.9%、81.0%、79.1%及79.6%。於業績記錄期，我們並未出現任何重大成本上升或原材料及包裝材料供應的任何重大短缺。

我們與主要原材料供應商簽訂的供應協議主要條款通常包括：

- **期限**。現有供應商的協議期限通常為三年，新供應商則為一年。
- **定價政策**。所採購貨物的價格載於供應協議或價目表。
- **交付**。供應商須根據供應協議將所採購貨物交付至我們指定地點，並承擔任何相關物流費用。
- **付款**。我們通常須於收到發票後30至45天內結清款項。
- **質量**。所採購貨物須符合國家及／或我們的檢查標準。若我們被相關行政機構施加處罰或若我們的客戶因供應商所售產品的質量缺陷而遭受人身傷害或財產損失，則供應商須承擔賠償責任。

業 務

- **檢查與驗收。**所採購貨物於到達我們的指定地點後須接受檢查，我們可能會拒絕驗收任何有缺陷的產品。

競爭

我們經營所處的軟飲行業發展迅速。根據弗若斯特沙利文報告，作為全球第二大軟飲市場，按2024年零售額計，中國軟飲行業的市場規模達人民幣12,502億元，約佔全球軟飲行業的12.7%。功能飲料行業是中國軟飲行業增長最快的板塊。按零售額計，中國功能飲料行業的市場規模從2019年的人民幣1,119億元增至2024年的人民幣1,665億元，年複合增長率為8.3%。我們在品牌知名度、產品質量及功效、銷售及經銷網絡以及供應鏈系統等方面，面臨來自多個飲料品牌的競爭。綜合業務能力對於全球及海外擴張至關重要，而消費者認可及精準營銷在成功滲入地區市場方面發揮重要作用。頭部企業經過多年經營，憑藉規模優勢、品牌影響力及深度覆蓋的銷售網絡鞏固其市場份額。以銷量計，中國功能飲料行業前五大企業市場份額由2022年的57.8%增加至2024年的61.6%，行業集中度進一步提高。

根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，我們在中國功能飲料市場自2021年起連續4年排名第一，市場份額從2021年的15.0%增長到2024年的26.3%。按零售額計，我們是2024年第二大功能飲料公司，市場份額為23.0%。我們相信，憑藉我們的競爭優勢與戰略，我們完全有能力應對競爭。然而，我們的競爭對手可能擁有更深遠的營運歷史、更高的品牌知名度、更大的客戶群、更成熟的地方業務，以及更雄厚的財務、技術與其他資源。詳細情況請參見「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們在一個競爭激烈且不斷變化的市場內開展運營。未能有效贏得競爭可能對我們的市場份額及盈利能力造成不利影響」。有關我們行業競爭格局的詳細情況，請參見「行業概覽」。

數據安全及隱私

我們僅於銷售、運輸產品及提供售後服務的必要範圍內處理客戶數據。我們的數字化管理平台作為我們的綜合銷售與營銷管理系統發揮作用。對於通過第三方電商平台進行的銷售而言，我們與這些平台就店鋪運營與產品銷售進行合作，而平台負責產品交付。當在某些電商平台上運營自營網店時，我們通過這些平台的店鋪管理系統獲

業 務

取的客戶商品發貨信息的權利有限，這些信息嚴格用於產品交付。我們亦會透過微信平台處理客戶數據，用於以下用途：(i)向消費者派發紅包優惠，並分析其所在區域的產品需求；(ii)驗證商戶註冊，並了解其所在區域的產品需求，以便我們優化產品供應和服務；及(iii)排期和安排貨物發貨，支持我們的產品銷售。

我們制定並落實《全流程數據安全管理制度》，其中規定了數據全生命週期(包括收集、存儲到刪除等各階段)的管理規則。其制定了內部數據安全和保護規定，就數據安全組織管理人員、數據分類分級、數據全生命流程管理和保護、數據應急投訴響應、平台內容發佈審核和保密程序等進行了詳細規定。我們對數據分類分級管理，制定數據分類管理機制。我們還履行網絡安全等級保護義務。我們建立了內部架構，以引領內部數據隱私保護政策及實踐的實施和審查，並任命了專門的數據保護相關負責人。

我們在網絡安全和個人數據保護方面亦推出了多項詳細措施。在獲取權限或處理任何個人信息前，我們或電子商務平台的隱私政策會立即提示客戶，表明我們在收集及處理必要的客戶個人信息時會遵守合法、正當及必要性原則，並確保我們在收集及處理客戶個人信息時擁有正當依據。我們僅在隱私政策所述目的所需的時間內存儲客戶個人信息(除非適用法規有強制存儲要求)，並在存儲期結束時對客戶的個人信息進行匿名處理或刪除。我們高度重視對客戶隱私和個人信息的保護，亦嚴謹對待和處理客戶的個人信息。我們實施制度和技術保障措施，確保信息安全，保證我們對客戶個人信息的處理符合適用的資料保護法規和我們的隱私政策的要求。

我們依據ISO/IEC 27001：2013信息安全管理體系要求以及GB/T 22239-2019信息安全技術 — 網絡安全等級保護基本要求，建立了信息安全管理體系，秉持高標準的信息安全管理。我們的管治框架包括明確的信息安全事件報告和響應流程、提高員工意識的定期培訓計劃及全面的信息安全規定。此外，我們還為供應商制定了明確的信息安全

業 務

要求，鼓勵他們改進內部政策，提高管理水平。我們還定期進行信息安全審計，包括合規性和系統賬戶安全審查，以確保我們的做法穩健可靠。截至2025年6月30日，我們並無發現重大數據洩露事件。

於業績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們並無發現重大資料洩露事件，亦無接獲任何第三方以中國或其他司法管轄區的任何適用法律法規所規定的資料及隱私保護權受到侵犯為由而向我們提出的索償。據中國法律顧問所告知，於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已遵守資料隱私及資料管理相關的所有適用中國法律及法規。

保險

根據中國法規，我們為中國員工提供社保，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險及醫療保險。此外，我們還投保僱主責任險。我們亦投購保險，以保障生產相關的潛在安全問題。我們目前並未為產品投購產品責任險。我們相信，我們的現有保險範圍足以滿足現有業務的需求，且符合中國的行業慣例。然而，我們可能會面臨超出保險範圍的索償與責任。詳細情況請參見「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」。於業績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們並無提出，亦未面臨任何重大保險索償。

COVID-19的影響

COVID-19疫情始於2020年初，一直到2022年持續在全球範圍內傳播，包括我們業務營運所在地及我們的客戶、供應商及業務合作夥伴所在地。為了遏制病毒於我們辦公場所與生產設施內的傳播，保護員工健康，我們採取了各種緩解措施，例如遠程辦公、社交距離及佩戴口罩，以及其他因地制宜的防範措施。於業績記錄期，我們的生產、供應鏈、日常運營及財務業績均未受到重大不利影響。由於COVID-19疫情已平息，我們預計疫情不會對我們的業務及財務表現造成進一步不利影響。詳細情況參見「風險因素 — 我們的財務及經營表現可能受到疫情、惡劣天氣狀況、自然災害及其他災難的不利影響」。

業 務

環境、社會及管治

ESG架構

我們嚴格遵守環保法律法規，盡量降低我們生產與運營的生態影響。就內部而言，我們建立並完善了環保及可持續發展管理體系，制定了適當的環境管理政策與應急響應方案，為生產提供指引。我們在生產環境內實施了健康、安全與環境（「**HSE**」）管理體系，將HSE管理框架與秩序融入日常的環境實踐中。這一體系實現了對水資源、能源利用及三廢排放的全面管理，提升了整體環境績效評價。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的環保費用分別為人民幣38.6百萬元、人民幣31.9百萬元、人民幣21.5百萬元及人民幣7.2百萬元。

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，我們設立以董事會為核心的ESG架構，負責監督我們的可持續發展實踐，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其接洽的溝通渠道；(iii)ESG策略制定程序；及(iv)確定關鍵績效指標、相關衡量及緩解措施。我們承諾於[編纂]後遵守企業管治守則項下的所有守則條文，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：

- **決策**。由董事會承擔監督職責，審查ESG重大性議題與排序以及關鍵績效指標，監督並評估我們ESG工作的進展，並提供建議，確保我們已建立並維持有效的ESG風險管理。
- **監督**。董事會辦公室負責制定ESG策略、協調和監督ESG相關工作的實施；設定前瞻性目標、定期審查目標的實現情況並向董事會匯報；統籌編製ESG報告、每年審查ESG報告並向董事會報告。

業 務

- **執行**。執行由各職能部門及業務中心組成，負責推進ESG工作落地。

重要性評估

我們進行了全面的重要性評估，以更好地了解利益相關方的訴求與期望。我們聘請了獨立的ESG顧問，全面評估我們在各相關議題方面的表現狀況，判斷其是否會對經濟、社會以及環境層面產生重大影響(即影響重要性)，同時考量每個議題是否會對公司商業模式、業務運營、發展戰略、財務狀況、現金流、融資方式及成本、價值鏈等帶來較大影響(即財務重要性)。重要性評估流程概述如下：

- 根據我們的發展情況，識別出可能會對我們的業務或相關方產生影響的潛在實質性ESG議題；
- 針對影響重要性評估，邀請利益相關方(消費者、投資者、政府與監管機構、供應商與合作夥伴、員工以及公共媒體)參與調研問卷，表達其對各潛在實質性議題的憂慮；針對財務重要性評估，要求公司各部門填寫風險識別和評估清單；
- 分析調研問卷或清單的結果，結合專家判斷，確定潛在實質性議題的優先次序；及
- 由管理層審閱及確認實質性議題，以作進一步行動與披露。

根據重要性評估的結果，我們識別出同時具有影響重要性與財務重要性的ESG議題包括：能源利用、污染物排放、水資源利用、應對氣候變化、職業健康與安全、創新驅動、產品和服務安全與質量、供應鏈安全。

業 務

環境保護

我們在業務運營中遵守《中華人民共和國環境保護法》及其他相關環保法律法規，以及其他監管規定。我們制定了《環境因素識別與控制程序》及一系列管理政策，以加強環保工作。

於業績記錄期，我們並無(i)在所有重大方面違反任何有關排放廢氣與溫室氣體，將污染物排放至水源和陸地及產生有害和無害廢棄物的法律法規，(ii)發生任何影響環境及自然資源的重大事件，或(iii)收到任何環保罰款或訴訟通知。

水資源管理

我們認識到水資源對於可持續發展的重要作用，致力於保護水資源，提高用水效率。我們持續加強水污染防治管理與監控。我們採取了多項水資源管理措施，實施水資源全生命週期管理，包括：

- 規範水源地管理與水資源取用流程，加強水源地保護；
- 採用節水技術和設備，優化生產工藝，減少水資源浪費；及
- 加強廢水的循環。

廢棄物管理

我們堅持對運營過程產生的各類污染物進行全流程管控，從源頭減少污染物的產生，嚴格把控污染物的排放，確保排放達標。我們的業務會產生無害及有害廢棄物。對於無害廢棄物，我們嚴格實行垃圾分類管理。針對具有可回收價值的物料，如廢紙箱、廢膜等進行集中回收處理，以最大化資源的使用價值，減少廢棄物的產生。對於危險廢棄物，我們制定並嚴格遵循《危險廢物管理制度》等規章制度，確保妥善處理危險廢棄物。措施包括：

業 務

- 基地產生的危險廢物按照危險廢物的管理要求分類儲存於危廢儲存間，倉儲人員填寫進入庫台賬；
- 所有危險廢物都交由具有危險廢物處理資質和運輸資質的服務提供商處理；及
- 各生產基地積極對產生廢棄物的環節進行優化，努力減少危險廢物的排放。

能源及溫室氣體排放管理

我們致力於節能及減少溫室氣體排放，採取了一系列節能及減少溫室氣體排放措施。我們的措施包括但不限於：

- **節能改造**。優化生產設備和流程，提高能源利用率，減少生產過程中的能源消耗。
- **建築節能**。戰略性地確定建築朝向、平面形狀、空間佈局、外觀體型、間距、層高、選用節能型建築材料，有利於施工和維護全面應用節能技術措施，最大限度減少建築物能耗量。
- **光伏發電**。在新建的各生產基地配套建設屋頂光伏太陽能系統，並在現有已投產基地根據實際情況逐步開展相關規劃實施工作，以清潔能源代替傳統化石能源。
- **工藝優化升級**。提升生產技術，以減少生產過程中的蒸氣用量。

綠色業務運營流程

我們在生產、包裝、倉儲和物流的各個階段實施綠色措施，其中包括：

- **包材管理**。使用更環保和可回收的PET材料和專案。

業 務

- **倉儲管理**。通過智能倉儲系統提高運營效率，採用節能設備，使用清潔能源電池和環保輪胎。
- **物流**。優化帶板運輸能力，提高運輸效率，從而降低物流運輸過程中的碳排放。
- **綠色辦公**。提升員工環保意識，推動無紙化辦公，實施廢棄物分類措施，不鼓勵使用一次性餐具。

具體而言，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棄物。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，我們推進減少PVC材料的使用，包括提倡部分飲料產品標籤改用PET標籤，該等材料更為安全、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。以我們500ml瓶裝版的「東鵬特飲」為例，自2024年10月起，我們每瓶已減少一克原材料使用。同時，我們積極推進包裝回收，我們在生產設施設立了專門的包裝回收點。回收的包裝材料主要通過兩種渠道進行處理：一部分直接重新投入生產過程進行再利用，其餘部分則通過與專業回收公司合作進行資源回收處理，從而為包裝廢棄物的減少和再利用作出貢獻。

業 務

環境指標

我們根據世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會制定的《溫室氣體核算體系》，以及聯交所制定的《如何準備環境、社會及管治報告 — 附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》編製溫室氣體清單。下表載列我們辦公室與生產設施於業績記錄期內的環境量化指標。

指標	單位	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
溫室氣體排放總量...	(噸二氧化碳當量)	112,547.8	139,966.1	181,803.3
溫室氣體排放 — 範圍一 ⁽¹⁾	(噸二氧化碳當量)	41,531.5	46,674.1	60,322.5
溫室氣體排放 — 範圍二 ⁽²⁾	(噸二氧化碳當量)	71,016.2	93,292.0	121,480.8
外購電力消耗量	(兆瓦時)	128,153.6	158,762.7	216,586.3
外購蒸氣消耗量	(噸)	61,214.0	87,347.0	143,184.0
天然氣消耗量	(千立方米)	19,208.1	21,586.5	27,898.8
水消耗量	(千噸)	5,226.4	7,365.6	9,797.0
廢水排放總量	(百萬噸)	3.2	3.5	5.0
產生的一般固體 廢棄物總量	(噸)	183.2	265.7	607.8
產生的危險廢棄物 總量	(噸)	6.0	10.3	16.2

註：

(1) 範圍一排放指直接溫室氣體排放，主要來自我們運營過程中的直接能源消耗(包括固定及移動化石燃料燃燒產生的溫室氣體，以及製冷劑產生的逃逸性氣體排放)。

(2) 範圍二排放指間接溫室氣體排放，主要來自外購電力消耗。

於業績記錄期內，環境量化指標的增加主要由於我們的業務增長及產能擴充。我們計劃未來按照《溫室氣體核算體系》積極參與範圍三溫室氣體排放的數據收集和披露過程。我們的目標是在2025年開始評估我們的範圍三溫室氣體排放量。我們計劃通過以下主要措施減少範圍三溫室氣體排放，其中包括：(i)在保持相同產品或服務標準的

業 務

前提下，與每單位碳排放量較低的供應商合作；(ii)鼓勵員工在差旅時乘坐公共交通工具，如高鐵；及(iii)讓服務供應商在上下游運輸和分銷過程中使用單位能耗較低的新能源車輛進行交付。

根據過去三年的環保數據、2024年溫室氣體排放數據和耗水量數據，並在保持可比運營水平的基礎上，我們制定了旨在保持或減少溫室氣體排放量、耗電量和耗水量的環保目標。我們的ESG目標包括：(i)到2030年溫室氣體排放強度(噸二氧化碳當量／每噸產品)比2024年降低15%至20%；及(ii)到2030年水消耗強度(每噸水／每噸產品)比2024年降低5%至10%。有關為實現這一目標而採取的更多措施，請參見本節「—環境保護」。

氣候變化

我們高度重視氣候變化管理，並認識到不斷變化的氣候條件與極端天氣事件帶來的實體風險及轉型風險。

潛在風險	潛在業務、策略及財務影響	減輕風險的現行對策
實體風險 極端天氣	颱風、暴雨等極端天氣影響工廠，尤其是位於沿海地區的工廠正常生產，擾亂供應鏈運輸，影響原材料生產	設置生產防極端天氣預案，做好供應鏈維穩方案
長期氣候變化	氣候變暖導致的原材料生產變化，火災等發生概率增加，產品運輸及儲存環境改變	對原材料供應做好備選方案，推進節能降碳，提高清潔能源使用比例
轉型風險 監管風險	有關碳中和目標的法規不斷出台，導致碳排放成本增加，環保信息披露等合規要求增多	監控法律法規的更新情況，調整業務重心和能源結構，並確保及時披露ESG報告

業 務

潛在風險	潛在業務、策略及財務影響	減輕風險的現行對策
技術風險	向清潔能源和節能生產設備的過渡需要在技術、設備和人力資源方面進行大量投資，運營成本增加	增加對專業技術人員的培訓，拓展外部合作
市場風險	客戶和消費者的環保意識增加，導致對環境友好型產品的偏好度提高	專注將環保因素融入產品設計和生產流程，探索綠色產品開發
聲譽風險	客戶、投資者和利益相關方對綠色低碳舉措的要求增加；相關行動或信息披露不力可能損害聲譽	加強利益相關方溝通，加強環保管理，積極回應資本市場要求

僱傭

我們堅持多元化的招聘政策，並嚴格遵守中國相關法律法規。為確保規範化管理招聘、晉升、薪酬及福利等環節，我們建立《招聘與錄用管理流程》、《薪酬管理流程》、《員工獎懲管理流程》及《晉升管理流程》等制度。我們堅持一視同仁，不因民族、宗教、性別、年齡或國籍等差異區別對待，以一致的流程與標準保障員工的平等權利。我們實現男女同工同酬，實施公平的薪酬政策，禁止強迫勞動，招聘中嚴格審核身份信息，並禁用童工。我們持續優化薪酬結構，與員工共享發展的裨益。

通過對標市場薪酬水平及優化銷售人員以增量為核心的薪酬核算機制，我們打造具競爭力的薪酬體系。我們建立數字化績效管理系統，涵蓋目標設定、績效審核及評估以及員工考核等全流程。此外，我們提供線上和線下平台，與員工保持開放的溝通渠道。此外，我們建立全面的人才培訓體系，涵蓋管理、銷售、供應鏈管理、專業技能及團隊合作能力等項目。

業 務

我們遵守《安全生產法》及《職業病防治法》，履行安全生產和職業健康管理職責。為符合預防導向的安全管理原則，我們建立了健全的職業健康與安全管理體系。我們積極開展風險評估、隱患排查，並實施安全風險管控。我們定期進行安全生產與預防受傷的訓練及緊急演練，並投資加強安全相關的基礎設施，以降低潛在的安全風險。員工安全與健康是我們職業健康管理目標的核心。我們定期組織體檢，對部分崗位進行專項職業病體檢並提供相應的保護措施。我們致力於創造安全舒適的工作環境。我們所有的生產基地已通過職業健康與安全管理體系認證。於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大工傷事故。

社會責任

我們致力於踐行企業社會責任，積極投身於醫療援助、鄉村醫療、體育教育、捐資助學、扶貧救災等公益事業。

- **幫扶農業發展**。我們社會責任工作的重點之一是幫扶農業發展，特別是推廣廣東特色水果產業，如油柑、荔枝等。新鮮水果易變質，由於保質期短，通常局限於本地市場。通過開發水果茶和植物蛋白飲料等水果飲料，我們將這些水果轉變為保質期延長的產品，使其能夠在原產地以外的地區經銷。通過與果農密切合作，我們確保原料品質的一致性，同時幫助果農提升收益。這使得廣東的特色水果能夠進入全國更廣闊的市場。這些舉措不僅豐富了我們的產品，亦推動了與廣東省水果產業的共同發展，促進了鄉村振興，為共同繁榮作出了貢獻。
- **加強醫療救援**。自2017年起，我們攜手韓紅基金會，支持鄉村醫療建設。通過捐贈急診室、復明中心、救護車以及其他醫療設施和設備，我們為偏遠地區的一線醫護人員給予必要的支持，縮小了當地社區在可獲得醫療服務方面的差距。這些努力有效地改善了鄉村醫療基礎設施和基礎醫療服務的質量，讓關愛和健康能夠傳遞到每一個需要的角落。2024年，我們積極參與「百人援吉」等大型義診活動，進一步彰顯了我們以實際行動傳播關愛能量的承諾。此外，2024

業 務

年，在與韓紅基金會長期合作的基礎上，我們共同啟動了抑鬱症干預項目，並啟動了第一期醫務社工培訓。通過調動多元化的社會資源，我們旨在建立一個以抑鬱症患者為中心的綜合性精神健康社會支持體系。

- **支持鄉村體育教育**。我們意識到體育教育對青少年健康成長的重要性，我們一直致力於改善鄉村地區兒童的體育機會。自2022年起，我們與姚基金合作推出「青出於藍」公益計劃，旨在加強鄉村小學的籃球課。這一計劃解決了體育設備落後、師資不足、參加有組織體育活動的機會有限等主要挑戰。我們的支持包括捐贈籃球場、籃架、球服和器材，以及支持志願者支教、集訓和聯賽，為學生提供更多參與體育運動的機會。
- **積極救災**。面對自然災害和突發事件，我們致力於迅速響應，調動資源支持災區。在危難中，我們利用遍佈全國的銷售網絡，提供關鍵物資和後勤支持，確保前線救援工作得到及時援助。
- **支持醫學教育**。我們開展「白大褂明日之星獎學金」項目。該計劃已連續四年為100名考入南方醫科大學學士、碩士和博士綜合課程的優秀學生頒發獎學金，幫助有抱負的醫學專業人員實現夢想，並為中國醫療事業的發展作出貢獻。
- **幫助卡友子女實現夢想**。2024年，我們推出「東鵬特飲·卡友子女助學計劃」。該計劃將為200名在2024年考入本科類院校的貨車司機家庭經濟困難學生提供資助。通過該計劃，我們旨在減輕貨車司機家庭的經濟負擔，助力他們的子女實現學業理想。

業 務

知識產權

自成立以來，我們已在內部開發多項知識產權。截至最後實際可行日期，我們擁有52項授權專利、88項商標及19項版權等對我們經營重要的知識產權。有關我們的重要知識產權，請參見「附錄四—法定及一般資料—有關我們業務的其他資料—知識產權」。

我們已實施《知識產權管理辦法》，明確規定我們的知識產權範圍、專業機構的篩選及管理、知識產權申請程序、知識產權管理部門的職責及工作流程、檔案管理、使用及維護政策以及風險監控措施。我們的知識產權保護機制全面涵蓋關鍵的生產及包裝流程。此外，我們對員工進行知識產權保護培訓，並通過定期及臨時檢查，監督管理制度的執行情況，確保其有效運作。對於非專利技術，我們通過嚴格的內部管理政策及商業機密保護機制，保護專有配方及其他商業機密。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何申索或任何可能對我們的業務產生重大不利影響的與侵犯知識產權有關的威脅或未決糾紛。請參見「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，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」。

業 務

員工

截至2025年6月30日，我們擁有11,679名全職員工，其中大部分位於中國。下表載列截至2025年6月30日按職能劃分的員工明細：

職能	截至2025年6月30日	
	員工人數	%
銷售及營銷	7,475	64.0%
生產	2,882	24.7%
管理與行政	1,078	9.2%
研發	132	1.1%
財務	112	1.0%
合計	11,679	100%

我們通常根據工作經驗、教育背景及職位要求等多項因素招聘員工。我們主要通過校園招聘計劃、招聘會、招聘廣告及內部推薦進行招聘。我們為新員工提供入職培訓，讓他們了解我們的企業文化、工作場所安全、產品知識、質量控制、員工行為政策，並學習相關法律法規。我們高度重視人才發展及挽留。新員工接受入職培訓以熟悉我們的企業文化、工作場所安全標準、產品知識、質量控制程序、員工行為政策及相關法律法規。此外，我們為新員工指派導師，幫助他們快速適應崗位，順利融入團隊。為支持各部門技能發展，我們提供一系列專項培訓計劃，旨在使員工具備其崗位及未來職業發展所需的能力。我們亦在銷售、供應鏈及職能運營等領域提供專項培訓，以確保員工獲得專業發展所需技能。此外，我們已開發數字化學習平台，將管理知識、特定工作技能及最佳實踐整合至一個全面的線上課程庫中。該平台滿足新員工、銷售團隊及供應鏈員工的學習需求，創造持續學習的機會，並促進組織發展。通過這些措施，我們旨在提升員工的能力，並建立一個高績效人才庫。

根據中國法律法規的要求，我們已參與由省市政府組織的各種職工社會保障計劃，包括養老保險、生育保險、失業保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。根據中國法

業 務

律及法規，我們須按員工薪金、獎金及若干津貼的規定百分比向職工社會保障計劃作出供款，最高金額由當地政府不時規定。

我們認為，我們與員工保持良好的工作關係，並成立工會保障員工的合法權益。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大勞資糾紛，亦無在招聘運營員工方面遇到任何困難。

物業

我們的總部位於中國廣東省深圳市。截至最後實際可行日期，我們的自有物業(包括土地、樓宇及在建項目)主要用作生產基地、研發中心、辦公室、倉庫、宿舍和食堂。截至同日，我們的租賃物業主要用作辦公室、倉庫和廠房，相關租賃協議於2025年至2052年期間到期。我們計劃根據營運需求於相關租賃協議到期後重續。

我們租賃的若干物業存在業權瑕疵。於最後實際可行日期，相關出租人尚未向我們提供總建築面積超過2,000平方米的五項租賃物業的所有權證或其他類似證明。因此，該等出租人可能無權向我們出租有關物業。五項租賃物業中，三項租賃物業主要用作辦公室、倉庫及宿舍；兩項租賃物業主要用作生產基地(即東莞基地及海豐基地)及其配套設施。其中，就位於東莞的兩項租賃物業(「**東莞物業**」)而言，我們已於2018年取得東莞當地相關政府機關出具的書面確認，確認(i)我們對東莞物業的使用符合土地及物業的規劃用途，並不構成任何重大違反相關法律法規的情況；及(ii)我們不會因我們對東莞物業的使用而受到任何行政措施或處罰。

據中國法律顧問告知，出租人有責任遵守相關規定，例如取得相關所有權證並確保物業的實際用途符合物業及土地的規劃用途。如未能遵守上述規定，相關出租人可能會受到土地行政主管部門、建設行政主管部門或規劃主管部門的處罰，且根據相關法律法規，租賃協議可能會被視為無效且無法執行。我們作為承租人，不受相關法律法規規定的行政處罰或罰款。然而，我們使用有業權瑕疵的租賃物業，可能會受第三

業 務

方對租賃的索賠或質疑所影響。此外，相關租賃協議可能會被視為無效，我們可能會被要求遷出該等物業。於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們有業權瑕疵的租賃物業的租賃並無受到第三方或有關主管部門的質疑，導致或使我們成為與我們所佔用該等物業的租賃及使用權有關的糾紛、訴訟或索償中的被告方。於該等租賃協議屆滿後，我們將於重續相關租賃協議時評估法律風險。

若我們因該等業權瑕疵而無法繼續使用該等租賃物業，由於有業權瑕疵的租賃物業數量有限，我們預期可及時物色替代的遷移地點，而不會造成重大的相關損失，這將不會對我們的營運造成重大中斷。我們的董事相信，這些業權瑕疵不論是個別或整體而言，均不會對我們的業務、營運及財務業績造成重大不利影響。

截至最後實際可行日期，由於相關出租人未能提供必要文件供我們向當地政府部門登記租賃，故總建築面積均超過2,000平方米的八份物業租賃協議尚未向中國相關土地及房地產管理局登記及備案。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簽訂租賃協議後30日內向相關政府部門進行租賃協議備案。據我們的中國法律顧問告知，未登記不會影響租賃協議的有效性或導致我們被要求遷出租賃物業，但我們可能會因未登記及備案各項租賃協議而被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

截至2025年6月30日，我們持有或租賃的物業的賬面值均不佔我們合併總資產的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，將所有土地或建築物的權益納入估值報告內。

法律訴訟及合規

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽以及合規產生重大不利影響的實際或待決的法律、仲裁或行政程序(包括任何破產或接收程序)。

業 務

據我們的中國法律顧問告知，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們開展的業務運營在所有重大方面均遵守適用的中國法律法規。

風險管理及內部控制

我們已針對業務需求建立風險管理及內部控制系統，納入旨在確保法律合規、知識產權保護、信息技術安全、人力資源管理、財務報告準確性及整體內部治理的政策及程序。這些系統將不斷改進，以符合我們的營運需求。我們的董事監督這些系統的建立並定期審閱，而高級管理層監督這些系統在各子公司及職能部門的日常有效執行。各職能部門、業務部門及子公司的主管負責板塊的相關風險控制。

為監察[編纂]後風險管理及內部控制的持續實施，我們已採取或將繼續採取以下風險管理措施，包括但不限於：

- 設立審計委員會，以審閱及監督我們的財務報告及內部控制系統。有關這些成員的資歷及經驗，請參見「董事及高級管理人員」；
- 採取各項政策以確保遵守《上市規則》，包括但不限於與風險管理、關連交易及信息披露有關的方面；
- 定期為我們的高級管理層及員工提供反貪污及反賄賂合規培訓，以提高他們對適用法律法規的了解及遵守，並在員工手冊中納入針對違規行為的相關政策；及
- 安排我們的董事及高級管理層參加有關《上市規則》要求及香港上市公司董事責任的培訓研討會。

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，我們將定期進行內部合規檢查及激勵，在內部採用嚴格的問責制並開展合規培訓。

業 務

法律及合規風險管理

為管理合規及法律風險，我們採用內部程序，確保我們的營運符合適用的法律法規。我們的內部法律團隊審閱及更新我們與客戶、供應商及業務合作夥伴簽訂的合同格式。內部法律團隊的職責包括重大項目的法律援助、糾紛解決、知識產權保護、公司治理合規、海外監管環境指引及子公司合規支持。他們的日常工作包括審閱業務流程及合同，以及分析日常法律疑問。此外，法律團隊負責取得及維護業務營運所需的行政證書及批文。我們亦根據法律、法規及行業標準變動，持續改善內部政策，並更新法律文件的內部範本。

信息系統風險管理

我們已實施相關內部程序和控制措施，以確保數據受到保護，並避免此類數據的洩漏和遺失。我們已實施全面的內部政策，以保護數據隱私及安全。我們亦聘請外部顧問審閱及更新我們的內部政策，以確保持續遵守所有適用的法律及法規。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何重大資料洩漏或數據遺失。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的IT系統概無遭受任何重大第三方入侵、病毒、黑客攻擊、勒索軟件攻擊及其他網絡攻擊、資料或數據竊取或其他類似威脅。詳細情況請參見「—數據安全及隱私」。

財務報告風險管理

我們已就財務報告風險管理制定一套會計政策，例如財務報告管理政策、開支管理政策及資金管理政策。我們已制定各種程序執行會計政策，而財務管理部門根據有關程序審核我們的管理賬目。我們亦定期向財務部員工提供培訓，以確保他們了解財務管理及會計政策，並在日常營運中加以應用。

業 務

人力資源管理

我們已制定人力資源政策，涵蓋招聘、培訓、職業道德及法律合規。我們以嚴格的程序維持高標準的招聘，以確保新員工的素質，並就各合規方面提供入職培訓及定期培訓。此外，我們針對不同部門員工的需求，提供定期專項培訓。我們的人力資源部定期舉辦內部培訓課程，由資深員工或外部顧問就員工感興趣的主題進行講授。通過這些培訓，我們確保員工的技能能夠與時俱進，使他們能夠更好地挖掘及滿足消費者需求。

我們已制定員工手冊及行為守則，其中載有關於職業道德、欺詐防範機制、失職、反賄賂及反貪污的內部規則及標準。我們亦已制定反貪污政策，以防止任何貪污活動。根據公司範圍內的舉報政策，我們開放內部舉報渠道，可供員工舉報任何違規事件及行為，包括賄賂及貪污。我們將對被舉報的事件及人員進行調查，並針對調查結果採取適當的措施。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何對我們有重大影響的與貪污及賄賂有關的違反相關法律法規的行為。我們定期對員工進行績效審核。我們定期監控內部風險管理政策的實施情況，以識別、管理和減輕與本集團各級員工可能違反行為守則、職業道德以及違反內部政策或違法行為有關的內部風險。

牌照、許可證及批准

我們須持有各種牌照、許可證及批准方能開展業務。我們持續監督我們對牌照、許可證及批准相關規定的遵守情況，確保我們具備經營業務所需的所有有關牌照、許可證及批准。我們的中國法律顧問表示，截至最後實際可行日期，我們已從相關部門取得對經營我們現有業務而言屬重大的所有必要牌照、批准及許可證。我們的所有許可證均為有效且持續有效。董事預期我們的許可證在續期方面不會遇到任何障礙。

業 務

下表載列我們截至最後實際可行日期就業務營運所取得的重要執照及監管批准摘要：

許可證及監管批准的類型	許可證數目	發行日期	屆滿日期
保健食品批准／註冊證書	3	1998年11月9日 2023年2月10日 2023年2月10日	／ 2026年7月4日 2028年2月9日
食品生產許可證	9	2023年6月12日至 2025年9月15日	2026年4月27日至 2030年9月14日
食品經營許可證／食品經營 備案憑證	12	2021年4月13日至 2025年9月18日	2026年4月12日至 長期有效
取水許可證	1	2021年1月21日	2026年1月20日
全國工業產品生產許可證	8	2021年8月24日至 2025年5月13日	2026年3月31日至 2030年5月14日
報關單位註冊登記證書	1	2017年7月21日	／
海關進出口貨物收發貨人備案	6	2020年10月16日至 2024年12月10日	／
出口食品生產企業備案證明	6	2023年3月28日至 2024年11月13日	／
固定污染源排污登記／ 排污許可證	9	2023年10月31日至 2025年9月26日	2028年10月30日至 2030年9月25日

保健食品批准、報關單位註冊登記證書、海關進出口貨物收發貨人備案及出口食品生產企業備案證明等若干執照及監管批准長期有效。誠如中國法律顧問所告知，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的營運所需的所有執照、許可證及證書均

業 務

有效及生效。我們計劃根據適用法律法規在所需執照、批准、許可證及證書屆滿後重續該等執照、批准、許可證及證書。我們的中國法律顧問認為，在重續該等執照、批准、許可證及證書方面並無任何重大法律障礙。

獎項及榮譽

我們的產品性能及市場佔有率不僅把握市場需求，亦獲得官方機構及業內人士的肯定及嘉獎。下表載列主要獎項及榮譽的概要：

獎項／榮譽	組織／機構	授予年份
十大國民品牌社會責任案例.....	新華網	2024年
巴黎奧運會營銷頂級合作夥伴.....	中央廣播電視總台	2024年
2024年度責任踐行公益活動.....	澎湃新聞	2024年
公益創新案例—「青出於藍」 公益計劃	央廣網	2024年
第四屆築夢者公益大會 — 年度公益貢獻獎	南方週末	2024年
全球軟飲料品牌價值前25強	品牌金融	2024年
胡潤中國500強	胡潤中國	2022年、2023年及 2024年
最具價值中國品牌百強榜	凱度BrandZ™	2022年、2023年及 2024年

業 務

獎項／榮譽	組織／機構	授予年份
2023食品飲料行業最具影響力企業 Top 10	《每日經濟新聞》	2023年
中國飲料行業高品質發展領軍企業 十九強及中國飲料行業經營業績 優秀企業	中國飲料工業協會	2023年
2022中國飲料行業實踐社會責任 優秀企業	中國飲料工業協會	2023年
2023中國慈善榜年度慈善榜樣.....	《公益時報》	2023年
2023年度卓越僱主品牌.....	中國國際商會商業行業 商會人力資源管理專 業委員	2023年
2023國民消費口碑產品案例	人民網	2023年
中國品牌力指數功能飲料前三.....	中企品研	2022年
2022綠色可持續發展貢獻獎	2022國際綠色零碳節	2022年

與控股股東的關係

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，林木勤先生作為實益擁有人直接持有我們已發行股本總額的49.74%。此外，東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠作為實益擁有人合共持有我們已發行股本總額的0.42%，而林木勤先生作為有限合夥人分別持有東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠99.998%、99.89%及99.87%的權益。緊隨[編纂]完成後(假設未行使[編纂])，林木勤先生作為實益擁有人將直接持有我們已發行股本總額的[編纂]%，東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠作為實益擁有人將合共持有我們已發行股本總額的[編纂]%，而他們將合共持有我們已發行股本總額的約[編纂]%。因此，僅就《香港上市規則》而言，林木勤先生、東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠於緊隨[編纂]完成後被視為一組控股股東。

有關林木勤先生的詳細情況，參見本文件「董事及高級管理人員 — 董事會」。有關本集團的簡化公司架構圖，參見本文件「歷史、發展及公司架構 — 我們的股權和公司架構」。

我們的控股股東在其他業務中的權益

我們的控股股東各自確認，除了在本集團的業務以外，概無任何可能直接或間接與我們的業務構成競爭或可能競爭的利益，且該等利益需要根據《上市規則》第8.10條進行披露。

為我們的A股在上海證券交易所上市之目的，而且為避免與本集團的潛在競爭，林木勤先生於2020年4月出具了一份以本公司為受益人的避免同業競爭承諾(「**避免同業競爭承諾**」)。根據避免同業競爭承諾，林木勤先生已承諾：

- (1) 在避免同業競爭承諾簽署之日，林木勤先生不存在且不從事任何與本公司及其子公司主營業務相同、相似或構成競爭的業務，也未直接或間接經營任何與本公司及其子公司的主營業務相同、相似或構成競爭的業務；

與控股股東的關係

- (2) 自避免同業競爭承諾簽署之日起，林木勤先生將不以任何方式從事，包括與他人合作直接或間接從事與本公司及其子公司相同、相似或在任何方面構成競爭的業務；
- (3) 自避免同業競爭承諾簽署之日起，林木勤先生將盡一切可能之努力使其其他關聯企業不從事與本公司及其子公司相同、相似或在任何方面構成競爭的業務；
- (4) 自避免同業競爭承諾簽署之日起，林木勤先生不投資控股於業務與本公司及其子公司相同、相似或在任何方面構成競爭的公司、企業或其他機構、組織；
- (5) 自避免同業競爭承諾簽署之日起，林木勤先生不向其他業務與本公司及其子公司相同、相似或在任何方面構成競爭的公司、企業或其他機構、組織或個人提供專有技術或提供銷售渠道、客戶信息等商業秘密；
- (6) 自避免同業競爭承諾簽署之日起，如果未來林木勤先生擬從事的業務可能與本公司及其子公司存在同業競爭，將本著本公司及其子公司優先的原則與本公司協商解決；及
- (7) 在林木勤先生作為本公司實際控制人或關聯方期間，避免同業競爭承諾為有效之承諾。如上述承諾被證明是不真實或未被遵守，林木勤先生將向本公司賠償一切直接和間接損失，並承擔相應的法律責任。

獨立於我們的控股股東

經考慮下列因素後，董事認為我們有能力在[編纂]後獨立於我們的控股股東及其各自的緊密聯繫人開展業務：

與控股股東的關係

管理獨立

我們的業務一直由董事會及高級管理人員管理及經營。董事會由六名執行董事及四名獨立非執行董事組成，我們也有六名高級管理人員（其中五名為執行董事）。我們的每位董事及高級管理人員均具備相關的管理、財務或行業相關經驗，可以為我們的業務管理作出貢獻。有關董事及高級管理人員資格與經驗的詳細情況，參見本文件「董事及高級管理人員」。

董事認為，從管理角度而言，我們能夠獨立於控股股東開展業務，原因如下：

- 每位董事均了解其身為董事的受信責任，其中包括其必須為本公司的利益及最佳利益行事，而且不允許其董事職責與其個人利益之間有任何衝突；
- 十名董事中有四名為獨立非執行董事，他們在不同的專業領域擁有豐富的經驗。他們持續提供獨立監督，並將繼續根據其技能和資格以及相關專業經驗獨立監督本集團重大決策的制定和實施。本公司的其他高級管理人員已在本集團擔任管理職務多年，因此在我們所從事的行業擁有豐富的工作經驗，他們對本集團的業務及所處的競爭格局非常熟悉，因此能夠作出符合本集團最佳利益的商業決策；
- 我們已在本公司管理團隊之間以及管理團隊與董事會之間建立了明確的匯報體系，我們的管理團隊向執行董事匯報，而執行董事則負責向董事會匯報。一般而言，董事會通過接收執行董事的報告、出席董事會的會議及其他特別會議以審議、商議及批准超出管理團隊授權範圍的重大事項和定期向董事提供運營及財務資料的最新資料，來監督及監察本公司管理團隊的表現；

與控股股東的關係

- 作為A股上市公司，我們已按照上海證券交易所規則的相關要求制定並採納了完善的內部監控管理制度。《公司章程》也載有管理利益衝突的相關規定，根據該規定，董事不得就批准其或其任何緊密聯繫人擁有重大利益的任何合同或安排或任何其他建議的任何董事會決議案投票，而且不得計入出席特定董事會會議的法定人數；及
- 我們已採納一系列企業管治措施來管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)，以支持我們的獨立管理。參見「—企業管治措施」。

基於以上所述，董事認為董事會整體與高級管理人員團隊均能夠獨立履行本集團的管理職責。

運營獨立

我們的業務發展、人事、行政、財務、內部審計、信息技術、銷售及市場營銷或公司秘書職能等不依賴控股股東及其緊密聯繫人。我們有自己的部門專門負責這些範疇，這些部門一直在運作當中，並且預期將繼續與控股股東及其緊密聯繫人分開獨立運作。此外，我們擁有自己的運營和人力資源管理員工。我們也擁有獨立於控股股東的所有決策權，可獨立進行本身的業務運營。

我們擁有獨立的供應商和客戶，以及獨立的管理團隊來處理日常運營。我們也擁有開展及運營主要業務所必需的全部相關執照、證書、設施及知識產權，在資本及員工方面也有足夠的運營能力獨立運作。

儘管我們曾向並且將會繼續向林木勤先生控制的實體採購本集團業務運營所需的若干技術服務(詳細情況載於本文件「關連交易」一節)，而且我們曾於業績記錄期並將繼續向林木勤先生及其配偶控制的一間實體租賃若干土地物業，但是這些交易不會而且預期不會涉及重大交易金額，並且對本集團主要業務的運營及經營不構成重大影響。

與控股股東的關係

與林木勤先生之聯繫人進行的關連交易將於我們的日常及一般業務過程中按公平原則及一般商業條款進行。因此，董事認為與林木勤先生的聯繫人進行的這些關連交易不會影響我們運營的獨立性。

基於以上所述，董事相信我們能夠獨立於控股股東及其緊密聯繫人運營。

財務獨立

我們擁有獨立的財務系統，根據本集團自身的業務需求進行財務決策。我們擁有內部控制和會計制度，並設有獨立的部門履行庫務職能。由於我們預期營運資金將來自(其中包括)經營活動產生的現金流量、銀行貸款以及[編纂][編纂]，因此預期在[編纂]後將不會依賴控股股東及其緊密聯繫人進行融資。

此外，我們獨立開立及管理銀行賬戶，且從未與控股股東的成員共用任何銀行賬戶。鑑於本集團穩健的財務狀況、穩定的現金流產生和流動資產水平，加上我們能夠獨立籌集資金，我們也有能力在必要時從第三方取得融資，而不需要依賴控股股東。截至最後實際可行日期，我們的控股股東或其各自的聯繫人並無提供或授予任何貸款或擔保。

基於以上所述，董事相信，從財務角度而言，我們有能力獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人運營，且有能力保持財務獨立，不會過度依賴我們的控股股東及其各自的緊密聯繫人。

企業管治措施

本公司將遵守《企業管治守則》的規定，當中載有良好企業管治的原則。董事認同良好企業管治對保障股東利益的重要性。我們將採取下列措施，以維護良好的企業管治標準及避免潛在的利益衝突：

與控股股東的關係

- 作為[編纂]準備工作的一部分，我們已修訂《公司章程》，以符合《上市規則》的規定。特別是，我們的《公司章程》規定，董事不得就該董事與所涉及公司或個人有關連的任何決議案投票；
- 我們已建立內部控制機制，以識別關連交易。[編纂]後，若我們與任何控股股東或其各自的聯繫人進一步進行關連交易，本公司將遵守適用《上市規則》；
- 我們承諾董事會應包括執行董事與非執行董事(包括獨立非執行董事)的均衡組合。我們已委任四名獨立非執行董事，我們相信獨立非執行董事擁有足夠的經驗，且他們不存在任何可能對其行使獨立判斷造成重大干擾的業務或其他關係，並能提供公正的外部意見，以保障我們公眾股東的利益。獨立非執行董事的詳細情況載於「董事及高級管理人員 — 董事會 — 獨立非執行董事」；
- 如果獨立非執行董事被要求審查本集團與控股股東及／或董事之間的任何利益衝突情況，控股股東及／或董事應向獨立非執行董事提供所有必要資料，且本公司應通過年報或公告披露獨立非執行董事的決定；及
- 我們已委任新百利融資有限公司為合規顧問，其將就遵守適用法律及《上市規則》(包括有關董事職責及企業管治的各項規定)向我們提供建議及指導。

基於以上所述，董事認為已制定足夠的企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突，並在[編纂]後保障少數股東的利益。

財務資料

以下討論及分析應與附錄一會計師報告所載我們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《國際財務報告準則》編製。

以下討論及分析包含前瞻性陳述，有關陳述反映我們當前對未來事件及財務表現的看法。有關陳述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看法所作出的假設及分析，以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素。然而，實際結果及發展能否符合我們的期望及預測，取決於多項風險及不確定因素。在評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件中提供的資料，包括但不限於「風險因素」及「業務」等章節。

就本節而言，除非文義另有所指，否則提及2022年、2023年及2024年時，指該等年度的截至12月31日止年度。

概覽

我們是中國第一的功能飲料企業，收入增速在全球前20大上市軟飲企業中位列第一。根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，我們在中國功能飲料市場自2021年起連續4年排名第一，領先地位持續夯實，市場份額從2021年的15.0%增長到2024年的26.3%。我們始終致力於為全球消費者健康美好生活注入能量。歷經30餘年深耕，我們持續為消費者提供可口、高質價比的飲料產品，成功塑造了備受消費者喜愛、擁有國民級影響力的「東鵬」品牌。「累了、困了、喝東鵬特飲」的品牌主張深入人心，「東鵬特飲」亦成為消費者心目中「能量補充」場景的首要聯想。我們夯實功能飲料行業領導地位的同時，也持續進行產品創新迭代、拓展多元化的品類佈局，為公司長期發展奠定基礎。

於業績記錄期，我們實現了強勁的收入增長、優異的盈利水平及穩健的現金流。我們的收入由2022年的人民幣8,500.0百萬元增加至2024年的人民幣15,830.3百萬元，2022年至2024年年複合增長率達36.5%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,869.5百萬元增加36.5%至2025年同期的人民幣10,732.4百萬元。在收入快速增長的同時，我們憑藉行業領先的生產能力、產銷協同、渠道精耕和數字化賦能，有效提升運營效率及盈利

財務資料

水平、實現全成本領先優勢。我們的淨利潤由2022年的人民幣1,440.5百萬元增至2024年的人民幣3,326.4百萬元，2022年至2024年年複合增長率達52.0%，並由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,730.6百萬元增加37.2%至2025年同期的人民幣2,374.5百萬元。我們的淨利率由2022年的16.9%提升至2023年的18.1%和2024年的21.0%，並進一步提升至截至2025年6月30日止六個月的22.1%。

我們擁有良好的現金流並樂於與股東分享我們的收益。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們經營活動產生的淨現金流分別達人民幣2,026.1百萬元、人民幣3,281.3百萬元、人民幣5,789.4百萬元及人民幣1,740.5百萬元，保持良好現金流的同時，自2021年於上交所上市以來我們每年均會分派股息，業績記錄期內直至本文件日期累計宣佈派息達人民幣54億元，累計派息率約60%（按已宣派股息金額除以業績記錄期內歸母淨利潤總和計算），持續回饋我們的投資者。

呈列基準

本集團的歷史財務資料乃根據《國際財務報告準則》編製。編製符合《國際財務報告準則》的歷史財務資料需要採用若干主要會計政策資料。其亦要求管理層在應用本集團會計政策的過程中作出判斷、估計及假設。管理層應用《國際財務報告準則》時作出的對歷史財務資料具有重大影響的判斷及估計不確定性的主要來源於本文件附錄一所載會計師報告附註3及附註4討論。

影響我們經營業績的主要因素

我們的業務、財務狀況及經營業績受到影響軟飲行業的各種宏觀因素所影響。這些因素包括中國整體宏觀經濟狀況、人均可支配收入及人均軟飲產品支出變動、軟飲行業的增長與競爭格局，以及影響軟飲行業的相關法律法規、政府政策與舉措等。任何這些條件的負面變化均可能對我們的經營業績造成不利影響。

除了以上宏觀因素外，以下特定因素對我們的經營業績具有更直接的影響，其中許多因素並非我們能控制。

財務資料

消費者對軟飲及功能飲料產品的需求

我們的經營業績在很大程度上取決於市場對我們軟飲產品（尤其是功能飲料產品）的需求。根據弗若斯特沙利文報告，受人均可支配收入提升、行業品類的拓展及銷售渠道的細分等因素的推動，中國軟飲行業預計會持續增長。根據同一資料來源，2024年按零售額計的中國軟飲行業市場規模達人民幣12,502億元，預計於2029年增至人民幣16,860億元，2025年至2029年的年複合增長率為5.8%。

具體而言，在快速的現代生活節奏及消費者對健康的持續關注等因素的影響下，近年來對功能飲料的需求激增。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，中國功能飲料行業市場規模由2019年的人民幣1,119億元增至2024年的人民幣1,665億元，年複合增長率為8.3%，預計自2025年至2029年將以10.9%的年複合增長率增長至2029年的人民幣2,810億元。

展望未來，我們計劃抓住日益增長的消費需求與市場機遇，實現業務的持續健康發展。作為中國功能飲料行業的市場引領者，我們相信，我們能夠憑藉我們廣大的品牌知名度，全面的產品組合及不斷擴展的全國銷售網絡，以順應消費者的偏好變化，並抓住巨大的增長機遇。

銷售網絡擴張及管理

我們通過引入符合我們運營標準的經銷商及重客客戶，以及開發線上渠道及其他新興渠道，建立起了覆蓋面廣、滲透力強的銷售網絡，以全渠道佈局觸達目標消費者。我們認為，經銷商對於我們業務中銷售渠道建設、最大化產品經銷範圍及推動經營業績增長方面至關重要。於業績記錄期，我們在中國建立了一個廣泛且不斷拓展的銷售網絡。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向經銷商銷售產生的收入分別為人民幣7,581.0百萬元、人民幣9,911.9百萬元、人民幣13,606.6百萬元及人民幣9,349.7百萬元，佔各相關期間收入的89.2%、88.0%、85.9%及87.2%。為有效管理該

財務資料

網絡，我們根據區域市場動態調整業務，採用渠道精耕模式深化渠道控制並加強在這些關鍵區域的影響力，或大流通模式以擴大我們在新開拓市場的覆蓋範圍。詳細情況請參見「業務 — 銷售網絡 — 經銷商」。我們還選擇與重客客戶進行密切協作與戰略合作，培養長期夥伴關係，從而增強我們的渠道競爭力。詳細情況請參見「業務 — 銷售網絡 — 重客」。

品牌建設與營銷能力

我們持續投入品牌建設及營銷活動，以提高品牌知名度，促進產品銷售及提高客戶忠誠度，我們相信此舉對我們的長期收入增長、業務擴張與盈利能力至關重要。基於對消費者的深刻洞察，我們設計出有針對性的場景化營銷策略，並制定了量身定製的市場推廣策略，以有效觸達各類特定消費群體，在消費者之間建立緊密聯繫並加強共鳴。詳細情況請參見「業務 — 品牌塑造」及「業務 — 營銷」。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的廣告及推廣費用分別為人民幣636.5百萬元、人民幣863.7百萬元、人民幣1,331.8百萬元及人民幣882.2百萬元，分別佔同期總收入的7.5%、7.7%、8.4%及8.2%。我們預計，未來廣告及推廣費用的絕對金額將隨著我們業務的增長而繼續增加。然而，我們預計會借助先進的數字工具並從規模經濟中獲益，持續提升品牌建設與營銷效率。詳細情況請參見「— 管理成本並提高經營效率的能力」。

產品創新及開發能力

我們的產品創新及開發能力對於我們收入與利潤的長期增長而言至關重要。我們相信，我們的可持續增長取決於我們是否有能力持續拓展及優化產品組合，提供能滿足不斷變化的消費者需求的優質產品。我們提供多元化的產品組合來順應不斷擴展的飲料消費場景及日益增長的消費者需求，產品組合涵蓋能量飲料、運動飲料、茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料及其他飲料類別。我們亦根據地域性偏好在風味、配方及包裝設計等方面進行開發以完善產品，特別是作為我們海外擴張策略的重要部分。我們產品組合的廣度與深度使我們能夠為消費者提供一系列飲品選擇，滿足他們的多樣化偏好。

財務資料

我們的經營業績在很大程度上受到產品品類與產品組合變動的影響。由於產品類別的利潤率差異，我們產品組合的變動將影響我們的經營業績。此外，隨著我們開發新產品，以應對不斷變化的消費者偏好，我們預期隨銷量的增長而從規模經濟中獲益。

管理成本並提高經營效率的能力

我們業務的盈利能力很大程度上取決於我們有效控制成本的能力。我們的營業成本主要包括原材料及包裝材料的成本，而原材料及包裝材料主要包括糖、PET及紙箱。我們大部分原材料及包裝材料的價格會根據市場情況波動。我們密切關注市場趨勢，並採取積極措施來減輕價格波動的影響，包括與供應商訂立框架協議。另外，得益於我們強大的品牌影響力和議價能力，我們擁有高效的供應鏈及以具競爭力的價格採購原材料的能力，進而能夠從中受益。此外，我們採用的全數字化系統也有助於提高供應鏈效率。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的營業成本分別為人民幣4,968.1百萬元、人民幣6,496.4百萬元、人民幣8,847.0百萬元及人民幣5,968.1百萬元。營業成本佔總收入的百分比由2022年的58.4%減至2023年的57.7%，2024年的55.9%並進一步減至截至2025年6月30日止六個月的55.6%。

另外，我們還致力於借助數字化提高運營效率，包括：(i)我們全面的數字化工具使我們能夠對銷售渠道實施分層管理，並高效觸達消費者與業務合作夥伴。通過構建能夠快速響應的銷售和營銷生態圈，我們能夠精準分配資源，最大限度地提高推廣活動的效果；(ii)我們整合多個行政職能部門的數字系統，以簡化工作流程，減少行政冗餘；及(iii)我們實施數字化檔案系統，能夠安全管理配方記錄，確保版本控制、可追溯性及合規性，在提升產品開發流程效率的同時，保護了知識產權。數據驅動的創新方法也使我們能夠加速產品迭代，優化研發投資的資源分配。

因此，儘管業績記錄期內收入增長迅速，但我們的經銷及銷售費用佔總收入的百分比維持相對穩定，在2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別為17.1%、17.4%、16.9%及15.7%。同樣，我們的管理費用佔總收入的百分比也維持相對穩定，同期分別為3.4%、3.6%、3.1%及2.7%。

財務資料

季節性與天氣狀況

軟飲消費受到季節變化的影響，一般來說天氣較熱的時節屬於需求旺季。每年第二及第三季度，我們的銷售額通常較高，是由於天氣轉暖帶動消費增長。相反，第一及第四季度通常屬於銷售淡季，收入相對較低，相應對同期的盈利能力產生了負面影響。此外，反季節或異常天氣、長期氣候變化以及我們向熱帶地區擴張業務，均可能影響消費者對我們產品的需求，導致我們的銷售趨勢發生變化，進一步影響我們的盈利能力。

主要會計政策資料、估計及判斷

我們已確定對於編製財務報表具重要意義的若干會計政策。對於了解我們的財務狀況與經營業績具重大意義的主要會計政策載於本文件附錄一會計師報告附註3。詳細情況請參見本文件附錄一會計師報告附註3。其中部分會計政策涉及主觀假設與估計以及與會計項目有關的複雜判斷。實際結果可能有別於該等估計。我們根據可獲得的最新資料、本身的過往經驗及我們認為在有關情況下屬相關的其他因素，對該等估計及假設進行持續評估。我們的管理層已與董事會就該等估計的制定、選擇及披露進行討論。由於我們的財務報告過程本質上依賴於估計及假設的使用，故實際結果或會在不同的假設或條件下有別於該等估計。於審閱財務報表時，閣下應考慮(i)我們選擇的關鍵會計政策，(ii)影響這些政策應用的判斷及其他不確定因素，及(iii)呈報結果對條件與假設變動的敏感性。我們認為，於本文件附錄一會計師報告附註3詳述的合併基準、客戶合同收入及租賃等主要會計政策資料與估計十分重要，並涉及於編製財務報表時使用的最重要估計與判斷。

財務資料

合併損益及其他全面收益表

下表載列所示期間我們的合併損益及其他全面收益表概要。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審計)									
(以千計，百分比除外)										
收入.....	8,500,023	100.0	11,257,135	100.0	15,830,336	100.0	7,869,469	100.0	10,732,412	100.0
營業成本	(4,968,070)	(58.4)	(6,496,363)	(57.7)	(8,847,018)	(55.9)	(4,416,081)	(56.1)	(5,968,123)	(55.6)
毛利.....	3,531,953	41.6	4,760,772	42.3	6,983,318	44.1	3,453,388	43.9	4,764,289	44.4
其他收益	107,802	1.3	239,352	2.1	383,832	2.4	179,734	2.3	174,500	1.6
其他利得及損失.....	32,288	0.4	76,507	0.7	72,969	0.5	34,925	0.4	117,966	1.1
預期信用損失模型下的減值										
損失(扣除撥回)	(358)	(0.0)	(1,692)	(0.0)	(958)	(0.0)	(1,620)	(0.0)	(1,928)	(0.0)
經銷及銷售費用.....	(1,449,276)	(17.1)	(1,955,671)	(17.4)	(2,681,080)	(16.9)	(1,225,004)	(15.6)	(1,681,519)	(15.7)
管理費用	(289,962)	(3.4)	(405,521)	(3.6)	(485,221)	(3.1)	(227,567)	(2.9)	(286,598)	(2.7)
研發費用	(43,755)	(0.5)	(54,391)	(0.5)	(62,671)	(0.4)	(29,620)	(0.4)	(32,927)	(0.3)
財務費用	(52,682)	(0.7)	(80,086)	(0.7)	(102,876)	(0.7)	(42,294)	(0.5)	(50,130)	(0.5)
[編纂]	—	—	—	—	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]
除稅前利潤	1,836,010	21.6	2,579,270	22.9	4,107,313	25.9	2,141,942	27.2	3,001,570	28.0
所得稅費用	(395,489)	(4.7)	(539,498)	(4.8)	(780,883)	(4.9)	(411,350)	(5.2)	(627,055)	(5.8)
年／期內利潤.....	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,430	21.0	1,730,592	22.0	2,374,515	22.1
其他綜合(開支)收益										
國外業務折算產生的匯兌										
差額	(14,340)	(0.1)	19,405	0.2	37,387	0.2	10,553	0.1	(26,938)	(0.3)
年／期內綜合收益總額	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,363,817	21.2	1,741,145	22.1	2,347,577	21.9
歸屬於以下人士的年／期內										
利潤(損失)：										
母公司所有者	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,710	21.0	1,730,592	22.0	2,374,751	22.1
非控股權益	—	—	—	—	(280)	(0.0)	—	—	(236)	(0.0)
年／期內利潤.....	1,440,521	16.9	2,039,772	18.1	3,326,430	21.0	1,730,592	22.0	2,374,515	22.1
歸屬於以下人士的年／期內										
綜合收益(開支)總額：										
母公司所有者	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,364,097	21.2	1,741,145	22.1	2,347,813	21.9
非控股權益	—	—	—	—	(280)	(0.0)	—	—	(236)	(0.0)
年／期內綜合收益總額	1,426,181	16.8	2,059,177	18.3	3,363,817	21.2	1,741,145	22.1	2,347,577	21.9

財務資料

我們經營業績主要組成部分的說明

收入

按產品／服務類別劃分的收入

於業績記錄期，我們的收入主要來自銷售功能飲料（即能量飲料及運動飲料），其次是銷售其他飲料產品。詳細情況請參見「業務 — 我們的品牌及產品」。

下表載列所示期間我們按產品及服務類別劃分的總收入明細（以絕對金額及佔收入的百分比列示）。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審計)									
	(以千計，百分比除外)									
銷售飲料產品										
功能飲料產品：										
— 能量飲料	8,211,177	96.6	10,353,901	91.9	13,303,585	84.0	6,858,057	87.2	8,360,511	77.9
— 運動飲料	—	—	393,043	3.5	1,495,014	9.4	475,838	6.0	1,492,738	13.9
其他飲料產品 ⁽¹⁾	280,156	3.3	503,540	4.5	1,023,166	6.5	527,747	6.7	877,304	8.2
小計	<u>8,491,333</u>	<u>99.9</u>	<u>11,250,484</u>	<u>99.9</u>	<u>15,821,765</u>	<u>99.9</u>	<u>7,861,642</u>	<u>99.9</u>	<u>10,730,553</u>	<u>100.0</u>
其他 ⁽²⁾	8,690	0.1	6,651	0.1	8,571	0.1	7,827	0.1	1,859	0.0
合計	<u>8,500,023</u>	<u>100.0</u>	<u>11,257,135</u>	<u>100.0</u>	<u>15,830,336</u>	<u>100.0</u>	<u>7,869,469</u>	<u>100.0</u>	<u>10,732,412</u>	<u>100.0</u>

註：

- (1) 其他飲料產品主要包括茶飲料、咖啡飲料、植物蛋白飲料、果蔬汁飲料和其他飲料產品。
- (2) 其他主要指(i)銷售包裝材料，主要包括從我們採購的原材料和包裝材料中拆除的廢包裝，以及從我們的促銷活動中收集的瓶蓋碎片，這些都作為可回收廢品進行加工出售；及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入，主要指深圳鵬智瑞數字營銷有限公司（「鵬智瑞」，我們的子公司之一，已於2023年5月19日出售）向獨立第三方提供的營銷相關技術服務。詳細情況請參見本文件附錄一會計師報告附註34。

財務資料

按銷售渠道劃分的收入

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向經銷商銷售產生的收入分別為人民幣7,581.0百萬元、人民幣9,911.9百萬元、人民幣13,606.6百萬元及人民幣9,349.7百萬元，分別佔各相關期間收入的89.2%、88.0%、85.9%及87.1%。我們的其他銷售渠道主要包括(i)重客，即與我們建立長期定製業務關係的戰略合作夥伴；及(ii)線上銷售，主要包括主流電商平台。詳細情況請參見「業務—銷售網絡」。

下表載列所示期間我們按銷售渠道劃分的總收入明細（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						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										
銷售飲料產品										
經銷夥伴：.....	8,352,622	98.3	10,934,175	97.2	15,260,947	96.4	7,542,449	95.8	10,238,414	95.4
—經銷商.....	7,581,023	89.2	9,911,898	88.0	13,606,586	85.9	6,919,112	87.9	9,349,664	87.1
—通過經銷商向重客										
銷售.....	669,144	7.9	866,537	7.7	1,297,091	8.2	471,545	6.0	642,349	6.0
—線上銷售.....	102,455	1.2	155,740	1.5	357,270	2.3	151,792	1.9	246,401	2.3
向重客直銷.....	66,100	0.8	239,841	2.1	446,437	2.8	269,263	3.4	446,955	4.2
線上自營店.....	39,643	0.5	49,568	0.4	88,148	0.6	36,865	0.5	43,760	0.4
其他渠道 ⁽¹⁾	32,968	0.4	26,900	0.2	26,233	0.1	13,065	0.2	1,424	0.0
小計.....	<u>8,491,333</u>	<u>99.9</u>	<u>11,250,484</u>	<u>99.9</u>	<u>15,821,765</u>	<u>99.9</u>	<u>7,861,642</u>	<u>99.9</u>	<u>10,730,553</u>	<u>100.0</u>
其他 ⁽²⁾	<u>8,690</u>	<u>0.1</u>	<u>6,651</u>	<u>0.1</u>	<u>8,571</u>	<u>0.1</u>	<u>7,827</u>	<u>0.1</u>	<u>1,859</u>	<u>0.0</u>
合計.....	<u>8,500,023</u>	<u>100.0</u>	<u>11,257,135</u>	<u>100.0</u>	<u>15,830,336</u>	<u>100.0</u>	<u>7,869,469</u>	<u>100.0</u>	<u>10,732,412</u>	<u>100.0</u>

註：

(1) 其他渠道主要指代表某一客戶生產受託加工飲料產品（主要為茶飲料和果蔬汁飲料）所產生的收入。

(2) 其他主要指(i)銷售包裝材料及(ii)提供廣告服務及其他服務的收入。詳細情況參見「財務資料—我們經營業績主要組成部分的說明—收入」。

財務資料

營業成本

於業績記錄期，我們的營業成本包括(i)原材料及包裝材料的成本，主要包括糖、PET及紙箱，(ii)製造費用，主要指我們生產過程中的能耗成本；(iii)我們向客戶運輸飲料產品所承擔的物流服務費用；(iv)直接勞工成本，主要指負責飲料生產人員的職工薪酬；(v)採購及生產產生的稅項；及(vi)其他。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的營業成本分別為人民幣4,968.1百萬元、人民幣6,496.4百萬元、人民幣8,847.0百萬元及人民幣5,968.1百萬元，分別佔同期總收入的58.4%、57.7%、55.9%及55.6%。

下表載列所示期間我們按性質劃分的營業成本明細(以絕對金額及佔總營業成本的百分比列示)。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										
原材料及包裝材料成本	4,018,936	80.9	5,259,088	81.0	7,001,342	79.1	3,547,187	80.4	4,752,808	79.6
製造費用	523,888	10.5	634,350	9.8	911,261	10.3	424,798	9.6	589,243	9.9
物流服務費用	257,938	5.2	380,665	5.8	648,364	7.3	297,518	6.7	422,412	7.1
直接勞工成本	100,795	2.0	130,841	2.0	169,574	1.9	83,534	1.9	120,218	2.0
稅項	65,598	1.3	87,904	1.3	111,885	1.3	56,681	1.3	82,007	1.4
其他	915	0.1	3,515	0.1	4,592	0.1	6,363	0.1	1,435	0.0
合計	<u>4,968,070</u>	<u>100.0</u>	<u>6,496,363</u>	<u>100.0</u>	<u>8,847,018</u>	<u>100.0</u>	<u>4,416,081</u>	<u>100.0</u>	<u>5,968,123</u>	<u>100.0</u>

財務資料

下表載列所示期間我們按產品及服務類別劃分的營業成本明細（以絕對金額及佔總營業成本的百分比列示）。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										
銷售飲料產品										
功能飲料產品：										
— 能量飲料.....	4,725,312	95.1	5,738,387	88.3	6,978,452	78.8	3,653,954	82.8	4,186,519	70.2
— 運動飲料.....	—	—	292,079	4.5	1,061,337	12.0	339,451	7.7	1,027,795	17.2
其他飲料產品.....	241,777	4.8	462,330	7.1	802,576	9.1	416,230	9.4	752,354	12.6
小計.....	<u>4,967,089</u>	<u>99.9</u>	<u>6,492,796</u>	<u>99.9</u>	<u>8,842,365</u>	<u>99.9</u>	<u>4,409,635</u>	<u>99.9</u>	<u>5,966,668</u>	<u>100.0</u>
其他.....	981	0.1	3,567	0.1	4,653	0.1	6,446	0.1	1,455	0.0
合計.....	<u>4,968,070</u>	<u>100.0</u>	<u>6,496,363</u>	<u>100.0</u>	<u>8,847,018</u>	<u>100.0</u>	<u>4,416,081</u>	<u>100.0</u>	<u>5,968,123</u>	<u>100.0</u>

毛利及毛利率

由於上述原因，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們分別錄得毛利人民幣3,532.0百萬元、人民幣4,760.8百萬元、人民幣6,983.3百萬元及人民幣4,764.3百萬元，同期毛利率分別為41.6%、42.3%、44.1%及44.4%。具體而言，於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們銷售飲料產品的毛利分別為人民幣3,524.2百萬元、人民幣4,757.7百萬元、人民幣6,979.4百萬元及人民幣4,763.9百萬元，同期毛利率分別為41.5%、42.3%、44.1%及44.4%。此外，於業績記錄期，我們其他飲料產品的毛利率有所波動，主要是由於部分新推出的產品仍處於導入階段，並且正在快速增長。

財務資料

下表載列所示期間我們飲料產品的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
							(未經審計)			
	(以千計，百分比除外)									
功能飲料產品：										
— 能量飲料.....	3,485,865	42.5	4,615,514	44.6	6,325,133	47.5	3,204,103	46.7	4,173,992	49.9
— 運動飲料.....	—	—	100,964	25.7	433,677	29.0	136,387	28.7	464,943	31.1
其他飲料產品.....	38,379	13.7	41,210	8.2	220,590	21.6	111,517	21.1	124,950	14.2
合計.....	3,524,244	41.5	4,757,688	42.3	6,979,400	44.1	3,452,007	43.9	4,763,885	44.4

其他收益

於業績記錄期，我們的其他收益包括(i)銀行存款利息收入，(ii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之股息，(iii)政府補助，主要指從中國地方政府收取的補助，及(iv)其他，主要指增值稅抵減。

下表載列所示期間我們的其他收益明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
(未經審計)					
(人民幣千元)					
銀行存款利息收入.....	49,066	166,944	317,449	155,610	130,040
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之股息....	—	—	5,363	5,363	—
政府補助	54,252	62,738	49,465	10,852	39,457
其他.....	4,484	9,670	11,555	7,909	5,003
合計.....	<u>107,802</u>	<u>239,352</u>	<u>383,832</u>	<u>179,734</u>	<u>174,500</u>

財務資料

其他利得及損失

於業績記錄期，我們的其他利得及損失包括(i)處置物業、廠房及設備的損失，(ii)處置使用權資產的收益，(iii)處置子公司(即鵬智瑞)的收益，詳細情況請參見本文件附錄一會計師報告附註34，(iv)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之公允價值變動收益，(v)匯兌損益淨額，(vi)捐款，及(vii)其他。

下表載列所示期間我們的其他利得及損失明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(未經審計)				
	(人民幣千元)				
處置物業、廠房及設備損失....	(2,837)	(415)	(907)	(793)	(505)
處置使用權資產的收益.....	—	—	91	91	—
處置子公司的收益.....	—	2,980	—	—	—
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之公允價值變動收益.....	53,561	123,498	65,809	26,517	101,582
匯兌(虧損)收益淨額.....	(783)	(40,866)	44,716	16,388	21,583
捐款.....	(19,270)	(5,112)	(38,389)	(8,036)	(8,440)
其他.....	1,617	(3,578)	1,649	758	3,746
合計.....	32,288	76,507	72,969	34,925	117,966

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)

於業績記錄期，預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)包括(i)確認或撥回應收賬款的減值損失，主要指我們就應收若干重客客戶未償還款項計提的準備；及(ii)確認或撥回其他應收款的減值損失，主要指我們就向第三方服務提供商支付的保證金及預付款項計提的準備。我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別錄得預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)人民幣0.4百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣1.9百萬元。

財務資料

經銷及銷售費用

於業績記錄期，我們的經銷及銷售費用包括(i)職工薪酬，主要指我們銷售及經銷人員的薪金、福利及獎金；(ii)廣告及推廣費用，主要包括與廣告投放及其他營銷推廣活動有關的廣告開支，以及主要與戰略性投放冰櫃有關的渠道推廣費；(iii)為經銷及銷售目的而產生的辦公及差旅費；(iv)物流服務費用，主要指本集團內倉庫之間的貨物轉運所產生的開支；(v)信息技術服務費用，主要指我們為支持經銷及銷售系統購買的技術服務；及(vi)其他，主要指用於經銷及銷售目的而產生的雜項開支。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的經銷及銷售費用分別為人民幣1,449.3百萬元、人民幣1,955.7百萬元、人民幣2,681.1百萬元及人民幣1,681.5百萬元，分別佔同期總收入的17.1%、17.4%、16.9%及15.7%。

下表載列所示期間我們的經銷及銷售費用明細(以絕對金額及佔經銷及銷售費用總額的百分比列示)。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(未經審計)										
(以千計，百分比除外)										
職工薪酬	708,378	48.9	894,037	45.7	1,115,508	41.6	547,924	44.6	690,687	41.1
廣告及推廣費用	636,499	43.9	863,665	44.1	1,331,809	49.6	572,806	46.8	882,153	52.4
辦公及差旅費	70,016	4.8	126,839	6.5	131,748	4.9	59,768	4.9	57,136	3.4
物流服務費用	12,981	0.9	36,211	1.9	59,282	2.2	27,927	2.3	22,782	1.4
信息技術服務費用	7,463	0.5	15,415	0.8	20,776	0.8	6,767	0.6	15,679	0.9
其他	13,939	1.0	19,504	1.0	21,957	0.9	9,812	0.8	13,082	0.8
合計	<u>1,449,276</u>	<u>100.0</u>	<u>1,955,671</u>	<u>100.0</u>	<u>2,681,080</u>	<u>100.0</u>	<u>1,225,004</u>	<u>100.0</u>	<u>1,681,519</u>	<u>100.0</u>

管理費用

於業績記錄期，我們的管理費用包括(i)職工薪酬，主要指我們管理人員的薪金、福利及獎金；(ii)自有辦公室及傢俱的折舊及攤銷；(iii)為管理目的而產生的辦公及差旅費；

財務資料

(iv)支付給第三方專業顧問的服務費，這些第三方專業顧問向我們提供日常法律服務以及審計服務、稅務服務和其他諮詢服務等，於業績記錄期均為獨立第三方；(v)信息技術服務費用，主要指我們為支持管理系統購買的技術服務；(vi)稅項，主要包括房產稅、印花稅及土地使用稅；及(vii)其他，主要指為管理目的而產生的雜項開支。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的管理費用分別為人民幣290.0百萬元、人民幣405.5百萬元、人民幣485.2百萬元及人民幣286.6百萬元，分別佔同期總收入的3.4%、3.6%、3.1%及2.7%。

下表載列所示期間我們的管理費用明細(以絕對金額及佔管理費用總額的百分比列示)。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審計)									
	(以千計，百分比除外)									
職工薪酬	139,515	48.1	205,951	50.8	231,543	47.7	99,169	43.6	133,938	46.8
折舊及攤銷	35,471	12.2	41,495	10.2	55,908	11.5	27,533	12.1	34,156	11.9
辦公及差旅費	28,949	10.0	51,622	12.7	49,061	10.2	23,268	10.2	33,035	11.5
支付給第三方專業顧問										
的服務費	16,430	5.7	16,217	4.0	22,385	4.6	10,094	4.4	18,463	6.4
信息技術服務費用	7,462	2.6	23,554	5.8	23,105	4.8	13,297	5.8	13,142	4.6
稅項	27,041	9.3	33,107	8.2	47,908	9.9	27,594	12.1	27,323	9.5
其他	35,094	12.1	33,575	8.3	55,311	11.3	26,612	11.7	26,541	9.3
合計	<u>289,962</u>	<u>100.0</u>	<u>405,521</u>	<u>100.0</u>	<u>485,221</u>	<u>100.0</u>	<u>227,567</u>	<u>100.0</u>	<u>286,598</u>	<u>100.0</u>

研發費用

於業績記錄期，我們的研發費用主要包括(i)職工薪酬，主要指我們研發人員的薪金、福利及獎金；(ii)研發項目投資，主要指研發過程中測試及檢驗費等原材料消耗及其他開支；及(iii)研發線及設備的折舊及攤銷。我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別錄得研發費用人民幣43.8百萬元、人民幣54.4百萬元、人民幣62.7百萬元及人民幣32.9百萬元。

財務資料

財務費用

於業績記錄期，我們的財務費用包括借款及租賃負債的利息開支。我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別錄得財務費用人民幣52.7百萬元、人民幣80.1百萬元、人民幣102.9百萬元及人民幣50.1百萬元。

所得稅費用

我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月分別錄得所得稅費用人民幣395.5百萬元、人民幣539.5百萬元、人民幣780.9百萬元及人民幣627.1百萬元。於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已履行所有稅務責任，亦無任何重大稅務糾紛。我們的主要適用所得稅及所得稅稅率載列如下。

中國

根據《企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》，於業績記錄期，我們的中國子公司須按25%的稅率繳納企業所得稅，惟五家子公司因屬合資格高新技術企業或被認定為參與特定優惠待遇計劃的鼓勵類企業而合資格享有按15%的優惠稅率繳納企業所得稅。詳情請參見本文件附錄一會計師報告附註9。

香港

於業績記錄期，我們於香港註冊成立的子公司須按16.5%的稅率繳納香港利得稅。由於我們於香港註冊成立的子公司於業績記錄期並無任何應課稅利潤，因此並無計提香港利得稅準備。

各期間經營業績比較

截至2025年6月30日止六個月與截至2024年6月30日止六個月比較

收入

我們的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,869.5百萬元增加36.4%至2025年同期的人民幣10,732.4百萬元，主要是由於功能飲料產生的收入增加。

財務資料

- 功能飲料產生的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,333.9百萬元增加34.4%至2025年同期的人民幣9,853.2百萬元，主要是由於通過能量飲料產生的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣6,858.1百萬元增至2025年同期的人民幣8,360.5百萬元。該增長主要是由於期內市場認可度提高以及全國化進程加深，使得能量飲料銷量上升。

運動飲料「東鵬補水啦」銷量增長強勁，亦是我們功能飲料收入增長的關鍵推動力。運動飲料產生的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣475.8百萬元顯著增加213.7%至2025年同期的人民幣1,492.7百萬元，主要歸因於我們在包裝規格及口味方面持續不斷的創新所帶來產品的日益流行，以及其銷售和分銷網絡的快速擴張。

- 銷售其他飲料產品產生的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣527.7百萬元增加66.2%至2025年同期的人民幣877.3百萬元，主要由於我們豐富了功能飲料以外的產品組合，尤其是受低糖茶飲料系列「果之茶」的優秀市場表現所推動。
- 我們的其他收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7.8百萬元減少76.2%至2025年同期的人民幣1.9百萬元。

營業成本

我們的營業成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣4,416.1百萬元增加35.1%至2025年同期的人民幣5,968.1百萬元，主要是由於期內業務增長導致飲料產品銷量上升。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的營業成本分別佔總收入的56.1%及55.6%。

毛利及毛利率

由於以上所述，我們的毛利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣3,453.4百萬元增加38.0%至2025年同期的人民幣4,764.3百萬元。我們的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的43.9%上升至2025年同期的44.4%，主要是由於期內若干原材料價格降低，以及生產效率的提升及規模經濟的改善。

財務資料

其他收益

我們的其他收益維持相對穩定，截至2025年6月30日止六個月為人民幣174.5百萬元，而2024年同期則為人民幣179.7百萬元。

其他利得及損失

我們的其他利得由截至2024年6月30日止六個月的人民幣34.9百萬元增加237.8%至2025年同期的人民幣118.0百萬元，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公允價值變動收益由截至2024年6月30日止六個月的人民幣26.5百萬元增加至2025年同期的人民幣101.6百萬元，主要是由於我們所持金融工具產生的未變現收益。

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1.6百萬元增加19.0%至2025年同期的人民幣1.9百萬元，主要是由於我們就應收若干重客客戶應收賬款的結餘增加，這與重客客戶產生的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣740.8百萬元增加至2025年同期的人民幣1,089.3百萬元一致。

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,225.0百萬元增加37.3%至2025年同期的人民幣1,681.5百萬元，主要是由於(i)我們加強營銷及品牌推廣力度以提升品牌知名度，以及我們增加對冰櫃投放的戰略性投資以擴大我們對終端客戶的觸達，導致廣告及推廣費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣572.8百萬元增至2025年同期的人民幣882.2百萬元，及(ii)銷售人員數目由截至2024年6月30日的6,600個增至2025年6月30日的7,475個以支持我們業務擴張，以及隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由截至2024年6月30日止六個月的人民幣547.9百萬元增至2025年同期的人民幣690.7百萬元。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的經銷及銷售費用分別佔總收入的15.6%及15.7%。

財務資料

管理費用

我們的管理費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣227.6百萬元增加25.9%至2025年同期的人民幣286.6百萬元，主要是由於(i)管理人員數目由截至2024年6月30日的1,056個增加至截至2025年6月30日的1,078個以支持我們業務擴張，以及隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由截至2024年6月30日止六個月的人民幣99.2百萬元增加至2025年同期的人民幣133.9百萬元；及(ii)辦公及差旅費由截至2024年6月30日止六個月的人民幣23.3百萬元增加至2025年同期的人民幣33.0百萬元，這與業務擴張一致。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的管理費用分別佔總收入的2.9%及2.7%。

研發費用

我們的研發費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣29.6百萬元增加11.2%至2025年同期的人民幣32.9百萬元，主要是由於隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由截至2024年6月30日止六個月的人民幣10.7百萬元增加至2025年同期的人民幣14.7百萬元。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的研發費用分別佔總收入的0.4%及0.3%。

財務費用

我們的財務費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣42.3百萬元增加18.5%至2025年同期的人民幣50.1百萬元，主要是由於隨著我們優化資金管理以提高資金效益，借款餘額增加，導致借款利息由截至2024年6月30日止六個月的人民幣39.7百萬元增加至2025年同期的人民幣44.0百萬元。

所得稅費用

我們的所得稅費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣411.4百萬元增加52.4%至2025年同期的人民幣627.1百萬元，主要是由於應課稅收入隨著業務增長而增加。我們的實際有效稅率由截至2024年6月30日止六個月的19.2%增加至2025年同期的20.9%。

財務資料

期內利潤

由於以上所述，我們的期內利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,730.6百萬元增加37.2%至2025年同期的人民幣2,374.5百萬元。我們的淨利潤率由截至2024年6月30日止六個月的22.0%增加至2025年同期的22.1%。

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2023年的人民幣11,257.1百萬元增加40.6%至2024年的人民幣15,830.3百萬元，主要是由於功能飲料(尤其是能量飲料)產生的收入增加。

- 功能飲料產生的收入由2023年的人民幣10,746.9百萬元增加37.7%至2024年的人民幣14,798.6百萬元，主要是由於能量飲料產生的收入由2023年的人民幣10,353.9百萬元增加至2024年的人民幣13,303.6百萬元。該增長主要是由於期內市場認可度提高以及全國化進程加深，使得能量飲料銷量上升。

其次，功能飲料產生的收入增加亦歸因於我們新推出的運動飲料「東鵬補水啦」的銷售快速增長。運動飲料產生的收入由2023年的人民幣393.0百萬元大幅增加280.4%至2024年的人民幣1,495.0百萬元，主要是由於其自2023年推出以來日益受歡迎以及我們的銷售及經銷網絡快速拓展所致。

- 銷售其他飲料產品產生的收入由2023年的人民幣503.5百萬元大幅增加103.2%至2024年的人民幣1,023.2百萬元，主要由於我們豐富了功能飲料以外的產品組合。
- 我們的其他收入由2023年的人民幣6.7百萬元增加28.9%至2024年的人民幣8.6百萬元，主要是由於包裝材料的銷售收入隨著期內我們不斷推出新產品而增加。

財務資料

營業成本

我們的營業成本由2023年的人民幣6,496.4百萬元增加36.2%至2024年的人民幣8,847.0百萬元，主要是由於期內業務增長帶動飲料產品銷量上升。我們的營業成本於2023年及2024年分別佔總收入的57.7%及55.9%。

毛利及毛利率

由於以上所述，我們的毛利由2023年的人民幣4,760.8百萬元增加46.7%至2024年的人民幣6,983.3百萬元。我們的毛利率由2023年的42.3%上升至2024年的44.1%，主要是由於糖及紙箱等若干原材料價格在期內有所下降，以及我們提升了生產效率及規模經濟。

其他收益

我們的其他收益由2023年的人民幣239.4百萬元增加60.4%至2024年的人民幣383.8百萬元，主要是由於銀行存款利息收入由2023年的人民幣166.9百萬元增加至2024年的人民幣317.4百萬元，主要是由於我們的現金水平提高導致銀行存款餘額增加。

其他利得及損失

我們的其他利得由2023年的人民幣76.5百萬元減少4.6%至2024年的人民幣73.0百萬元，主要是由於(i)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產公允價值變動收益由2023年的人民幣123.5百萬元減少至2024年的人民幣65.8百萬元，主要是由於我們若干金融工具產生損失人民幣46.2百萬元；及(ii)捐款由2023年的人民幣5.1百萬元增加至2024年的人民幣38.4百萬元，主要是由於我們向深圳市東鵬飲料公益基金會捐款了人民幣25.5百萬元。其他收益的減少部分被匯率波動產生的利得所抵銷，由2023年的匯兌損失人民幣40.9百萬元變為2024年的匯兌收益人民幣44.7百萬元。

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)由2023年的人民幣1.7百萬元減少43.4%至2024年的人民幣1.0百萬元，主要是由於期內我們應收若干重客客戶的應收賬款絕對金額的增速變緩。

財務資料

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2023年的人民幣1,955.7百萬元增加37.1%至2024年的人民幣2,681.1百萬元，主要是由於(i)我們加強營銷及品牌推廣力度以提升品牌知名度，以及我們增加對冰櫃投放的戰略性投資以擴大我們對終端客戶的觸達，導致廣告及推廣費用由2023年的人民幣863.7百萬元增加至2024年的人民幣1,331.8百萬元；及(ii)銷售人員數目由截至2023年12月31日的6,110個增加至截至2024年12月31日的7,152個以支持我們業務擴張，以及隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由2023年的人民幣894.0百萬元增加至2024年的人民幣1,115.5百萬元。我們的經銷及銷售費用於2023年及2024年分別佔總收入的17.4%及16.9%。

管理費用

我們的管理費用由2023年的人民幣405.5百萬元增加19.7%至2024年的人民幣485.2百萬元，主要是由於(i)隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由2023年的人民幣206.0百萬元增加至2024年的人民幣231.5百萬元；(ii)雜項開支因管理活動擴展而增加，導致其他費用由2023年的人民幣33.6百萬元增加至2024年的人民幣55.3百萬元。我們的管理費用於2023年及2024年分別佔總收入的3.6%及3.1%。

研發費用

我們的研發費用由2023年的人民幣54.4百萬元增加15.2%至2024年的人民幣62.7百萬元，主要是由於隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由2023年的人民幣20.3百萬元增加至2024年的人民幣25.5百萬元。我們的研發費用於2023年及2024年分別佔總收入的0.5%及0.4%。

財務費用

我們的財務費用由2023年的人民幣80.1百萬元增加28.5%至2024年的人民幣102.9百萬元，主要是由於隨著我們優化資金管理以提高資金效益，借款餘額增加，導致借款利息由2023年的人民幣74.8百萬元增加至2024年的人民幣97.9百萬元。

財務資料

所得稅費用

我們的所得稅費用由2023年的人民幣539.5百萬元增加44.7%至2024年的人民幣780.9百萬元，主要是由於應課稅收入隨著業務增長而增加。我們的實際有效稅率由2023年的20.9%減至2024年的19.0%。

年內利潤

由於以上所述，我們的年內利潤由2023年的人民幣2,039.8百萬元增加63.1%至2024年的人民幣3,326.4百萬元。我們的淨利潤率由2023年的18.1%增加至2024年的21.0%。

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣8,500.0百萬元增加32.4%至2023年的人民幣11,257.1百萬元，主要是由於功能飲料(尤其是能量飲料)產生的收入增加。

- 功能飲料產生的收入由2022年的人民幣8,211.2百萬元增加30.9%至2023年的人民幣10,746.9百萬元，主要是由於能量飲料產生的收入由2022年的人民幣8,211.2百萬元增加至2023年的人民幣10,353.9百萬元。該增長主要是由於期內市場認可度提高以及銷售及經銷網絡迅速擴大，導致能量飲料銷量上升。

其次，功能飲料產生的收入增加亦歸因於2023年我們新推出的運動飲料品牌「東鵬補水啦」產生的收入人民幣393.0百萬元，其於2023年1月推出以來日益受歡迎。

- 銷售其他飲料產品產生的收入由2022年的人民幣280.2百萬元增加79.7%至2023年的人民幣503.5百萬元，主要歸因於我們豐富了功能飲料以外的產品組合。
- 我們的其他收入由2022年的人民幣8.7百萬元減少23.5%至2023年的人民幣6.7百萬元，主要是由於期內處置鵬智瑞。自有關處置後，我們不再通過提供廣告服務及其他服務產生收入。

財務資料

營業成本

我們的營業成本由2022年的人民幣4,968.1百萬元增加30.8%至2023年的人民幣6,496.4百萬元，主要是由於期內業務增長帶動飲料產品銷量上升。我們的營業成本於2022年及2023年分別佔總收入的58.4%及57.7%。

毛利及毛利率

由於以上所述，我們的毛利由2022年的人民幣3,532.0百萬元增加34.8%至2023年的人民幣4,760.8百萬元。我們的毛利率由2022年的41.6%上升至2023年的42.3%，主要是由於期內能量飲料毛利率上升，PET及紙箱等若干原材料價格有所下降，以及我們提升了生產效率及規模經濟。

其他收益

我們的其他收益由2022年的人民幣107.8百萬元大幅增加122.0%至2023年的人民幣239.4百萬元，主要是由於銀行存款利息收入由2022年的人民幣49.1百萬元增加至2023年的人民幣166.9百萬元，主要是由於我們的現金水平提升導致銀行存款餘額增加，以及期內適用於我們的銀行存款利率提高。

其他利得及損失

我們的其他利得由2022年的人民幣32.3百萬元大幅增加137.0%至2023年的人民幣76.5百萬元，主要是由於(i)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產公允價值變動收益由2022年的人民幣53.6百萬元增加至2023年的人民幣123.5百萬元，主要是由於我們所持金融工具產生的未變現收益；及(ii)我們於2022年為支持於同年成立的深圳市東鵬飲料公益基金會作出一次性初始捐款約人民幣8.0百萬元而導致捐款由2022年的人民幣19.3百萬元減少至2023年的人民幣5.1百萬元。其他利得的增加部分被匯率波動產生的損失所抵銷，匯兌損失由2022年的人民幣0.8百萬元增加至2023年的人民幣40.9百萬元。

財務資料

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)由2022年的人民幣0.4百萬元大幅增加372.6%至2023年的人民幣1.7百萬元，主要是由於我們就應收若干重客客戶應收賬款的結餘增加，這與重客客戶產生的收入由2022年的人民幣735.2百萬元增加至2023年的人民幣1,106.4百萬元一致。

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2022年的人民幣1,449.3百萬元增加34.9%至2023年的人民幣1,955.7百萬元，主要是由於(i)我們加強營銷及品牌推廣力度以提升品牌知名度，以及我們增加對飲料櫃投放的戰略性投資以擴大我們對終端客戶的觸達，導致廣告及推廣費用由2022年的人民幣636.5百萬元增加至2023年的人民幣863.7百萬元；及(ii)銷售人員數目由截至2022年12月31日的5,856個增加至截至2023年12月31日的6,110個以支持我們業務擴張，以及隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由2022年的人民幣708.4百萬元增加至2023年的人民幣894.0百萬元。我們的經銷及銷售費用於2022年及2023年分別佔總收入的17.1%及17.4%。

管理費用

我們的管理費用由2022年的人民幣290.0百萬元增加39.9%至2023年的人民幣405.5百萬元，主要是由於(i)管理人員數目由截至2022年12月31日的899個增加至截至2023年12月31日的1,297個以支持我們業務擴張，以及隨著期內我們良好的業務及財務表現而增加的員工薪酬水平，導致職工薪酬由2022年的人民幣139.5百萬元增加至2023年的人民幣206.0百萬元；(ii)辦公及差旅費由2022年的人民幣28.9百萬元增加至2023年的人民幣51.6百萬元，這與業務擴張一致；及(iii)我們為支持管理系統購買的技術服務自其於2023年5月19日處置後不再於本集團合併層面抵銷，導致信息技術服務費用由2022年的人民幣7.5百萬元增加至2023年的人民幣23.6百萬元。我們的管理費用於2022年及2023年分別佔總收入的3.4%及3.6%。

財務資料

研發費用

我們的研發費用由2022年的人民幣43.8百萬元增加24.3%至2023年的人民幣54.4百萬元，主要是由於我們對研發項目的投資增加，這與我們持續努力推出新產品一致。我們的研發費用於2022年及2023年佔總收入的百分比維持穩定，為0.5%。

財務費用

我們的財務費用由2022年的人民幣52.7百萬元增加52.0%至2023年的人民幣80.1百萬元，主要是由於隨著我們優化資金管理以提高資金效益，借款餘額增加，導致借款利息由2022年的人民幣47.9百萬元增加至2023年的人民幣74.8百萬元。

所得稅費用

我們的所得稅費用由2022年的人民幣395.5百萬元增加36.4%至2023年的人民幣539.5百萬元，主要是由於應課稅收入隨著業務增長而增加。我們的實際有效稅率於2022年及2023年保持相對穩定，分別為21.5%及20.9%。

年內利潤

由於以上所述，我們的年內利潤由2022年的人民幣1,440.5百萬元增加41.6%至2023年的人民幣2,039.8百萬元。我們的淨利潤率由2022年的16.9%增加至2023年的18.1%。

財務資料

合併財務狀況表的若干主要項目討論

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表中的節選資料(摘錄自本文件附錄一所載我們的經審計合併財務報表)。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
非流動資產總額.....	4,623,766	5,941,488	9,970,672	10,635,864
流動資產總額.....	7,246,192	8,768,562	12,705,625	12,279,536
總資產.....	11,869,958	14,710,050	22,676,297	22,915,400
非流動負債總額.....	99,658	338,952	139,674	472,780
流動負債總額.....	6,705,700	8,047,341	14,845,042	13,703,495
總負債.....	6,805,358	8,386,293	14,984,716	14,176,275
淨資產.....	5,064,600	6,323,757	7,691,581	8,739,125
股本.....	400,010	400,010	520,013	520,013
儲備.....	4,664,590	5,923,747	7,167,791	8,215,571
歸屬於母公司所有者權益.....	5,064,600	6,323,757	7,687,804	8,735,584
非控股權益.....	—	—	3,777	3,541
總權益.....	5,064,600	6,323,757	7,691,581	8,739,125

財務資料

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債。

	截至12月31日			截至6月30日	截至8月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
					(未經審計)
			(人民幣千元)		
流動資產					
存貨.....	394,220	568,601	1,068,084	678,321	485,034
應收賬款及其他應收款.....	292,935	483,090	713,696	750,914	832,546
應收關聯方款項.....	—	883	1	596	171
以公允價值計量且其變動計入					
當期損益的金融資產.....	3,642,240	1,547,980	4,897,206	3,912,748	4,506,911
定期存款.....	1,355,705	2,976,495	2,689,451	4,869,319	5,144,931
受限制銀行存款.....	122,520	316,440	9,025	7,495	9,754
現金及現金等價物.....	1,438,572	2,875,073	3,328,162	2,060,143	2,177,154
流動資產總額.....	<u>7,246,192</u>	<u>8,768,562</u>	<u>12,705,625</u>	<u>12,279,536</u>	<u>13,156,501</u>
流動負債					
應付賬款及其他應付款.....	1,641,258	2,219,861	3,242,377	3,320,109	3,561,534
合同負債.....	1,627,168	2,607,221	4,760,551	3,667,088	4,005,443
應付關聯方款項.....	1,584	19,920	6,946	7,844	5,139
應交所得稅.....	214,760	170,873	270,790	565,298	506,398
借款.....	3,207,429	3,015,888	6,551,337	6,128,398	7,114,666
租賃負債.....	13,501	13,578	13,041	14,758	15,811
流動負債總額.....	<u>6,705,700</u>	<u>8,047,341</u>	<u>14,845,042</u>	<u>13,703,495</u>	<u>15,208,991</u>
流動資產／(負債)淨額.....	<u>540,492</u>	<u>721,221</u>	<u>(2,139,417)</u>	<u>(1,423,959)</u>	<u>(2,052,491)</u>

我們的流動負債淨額由截至2025年6月30日的人民幣1,424.0百萬元增至截至2025年8月31日的人民幣2,052.5百萬元，主要是由於：(i)存貨減少人民幣193.3百萬元，這與我們的銷量增加一致；(ii)合同負債增加人民幣338.4百萬元，主要歸因於銷售折扣增加導致應計銷售返利與折扣增加；及(iii)向供應商增加採購導致應付賬款及其他應付款增加人民幣241.4百萬元；部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣594.2百萬元所抵銷。

財務資料

我們的流動負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣2,139.4百萬元減至截至2025年6月30日的人民幣1,424.0百萬元，主要是由於(i)定期存款增加人民幣2,179.9百萬元，主要由於我們的現金狀況隨著業務增長而有所改善，及(ii)合同負債減少人民幣1,093.5百萬元，主要由於2024年底因備貨以支持2025年春節期間銷售而導致的季節性預付款水平較高；部分被現金及現金等價物減少人民幣1,268.0百萬元所抵銷。

截至2024年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣2,139.4百萬元，而截至2023年12月31日的流動資產淨額為人民幣721.2百萬元。此變動主要是由於(i)借款的流動部分增加人民幣3,535.4百萬元；(ii)合同負債增加人民幣2,153.3百萬元，主要由於因即將到來的春節備貨而產生的預收貨款增加以及隨著業務量增長計提的銷售返利與折扣增加；及(iii)應付賬款及其他應付款增加人民幣1,022.5百萬元，主要由於隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加；部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣3,349.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨額由截至2022年12月31日的人民幣540.5百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣721.2百萬元，主要是由於(i)定期存款增加人民幣1,620.8百萬元及(ii)現金及現金等價物增加人民幣1,436.5百萬元，均主要由於我們的現金狀況隨著業務增長而有所改善；部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣2,094.3百萬元所抵銷。

我們力求透過持續強勁的業務增長來帶動經營現金流量，從而改善我們的流動負債淨額狀況。我們的經營活動產生的現金淨額由2022年的人民幣2,026.1百萬元增加至2023年的人民幣3,281.3百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣5,789.4百萬元，這主要歸因於我們飲料產品銷量的上升。由於(i)業務規模的快速增長，(ii)銷售網絡覆蓋範圍的擴大和滲透，及(iii)我們持續擴大產能以支持未來增長並加強我們的市場地位，我們預期我們的流動負債淨額狀況將進一步改善。

財務資料

存貨

我們的存貨包括(i)原材料及耗材(包括包裝材料及配料)，(ii)產成品(指軟飲產品)及(iii)在途商品(指已發貨但客戶未簽收的商品)。

下表載列截至所示日期我們的存貨餘額概要。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
(人民幣千元)				
原材料及耗材	202,709	222,325	319,590	321,693
產成品	179,755	339,776	732,645	321,488
在途商品	11,756	6,500	15,849	35,140
合計	394,220	568,601	1,068,084	678,321

我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣394.2百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣568.6百萬元，並進一步增至截至2024年12月31日的人民幣1,068.1百萬元，主要是由於我們的飲料產品銷量隨同期業務擴張而上升，以及為支持臨近的中國春節期間的銷售而增加庫存。我們的存貨由截至2024年12月31日的人民幣1,068.1百萬元減至截至2025年6月30日的人民幣678.3百萬元，主要由於年末為支持2025年春節期間的銷售而進行的備貨，而這些存貨已在期內售出。於業績記錄期，並無發現存貨重大減值，且由於我們的存貨週轉迅速，也未面臨重大過時或積壓風險，因此未就存貨作出減值撥備。

於業績記錄期，我們存貨的賬齡均在一年內，與我們飲料產品的保質期一致。

我們認為，動態地保持適當水平的存貨有助我們充分滿足客戶需求及令客戶滿意而不會對我們的流動資金造成不利影響。我們已制定一套管理存貨的政策及程序。詳細情況參見「業務—存貨管理」。

財務資料

下表載列於所示期間的存貨週轉天數。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
				止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(天數)			
存貨週轉天數 ⁽¹⁾	27.0	27.0	33.8	26.5

註：

- (1) 存貨週轉天數按存貨的平均餘額除以相關期間的營業成本再乘以相關期間的天數計算。平均餘額按給定期間期初餘額與期末餘額的平均數計算。截至12月31日止年度的天數為365天及截至6月30日止六個月的天數為181天。

我們的存貨週轉天數於2022年及2023年分別保持穩定在27.0天。我們的存貨週轉天數於2024年增至33.8天，主要是由於為2025年1月早於以往的中國春節做準備，2024年底的存貨水平較高。截至2025年6月30日止六個月，我們的存貨週轉天數減少至26.5天，主要由於季節性因素，即上半年存貨週轉天數通常低於全年平均數，因為年末的存貨餘額通常較高，以備戰即將到來的春節。

截至2025年8月31日，我們截至2025年6月30日尚未使用的存貨中，人民幣634.7百萬元或93.6%已出售或使用。

應收賬款及其他應收款

我們的應收賬款及其他應收款主要包括(i)應收賬款，主要為應收若干重客客戶的未償還款項；(ii)其他應收款，主要包括租金及其他保證金以及應收第三方支付平台款項；(iii)預付供應商款項及預付運營開支，主要涉及我們向部分原材料和包裝材料供應商及廣告服務供應商的預付款；(iv)遞延[編纂]成本；(v)預交所得稅及(vi)可收回增值稅。

財務資料

下表載列截至所示日期我們應收賬款及其他應收款的詳細情況。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
應收賬款	24,753	66,356	81,308	108,192
其他應收款	16,021	21,392	28,432	44,838
預付供應商款項及預付運營開支	127,118	158,350	227,118	322,641
遞延[編纂]成本	—	—	—	16,201
預交所得稅	3,899	1,216	11,893	8,527
可收回增值稅	121,144	235,776	364,945	250,515
合計	292,935	483,090	713,696	750,914

我們的應收賬款及其他應收款由截至2022年12月31日的人民幣292.9百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣483.1百萬元，主要是由於(i)業務擴張導致可收回增值稅增加人民幣114.6百萬元；及(ii)應收賬款增加人民幣41.6百萬元，主要由於期內重客客戶產生的收入增加。我們的應收賬款及其他應收款進一步增至截至2024年12月31日的人民幣713.7百萬元，主要是由於(i)業務擴張導致可收回增值稅增加人民幣129.2百萬元；及(ii)預付供應商款項及預付運營開支增加人民幣68.8百萬元，主要歸因於隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加。我們的應收賬款及其他應收款進一步增至截至2025年6月30日的人民幣750.9百萬元，主要是由於(i) 預付供應商款項及預付運營開支增加人民幣95.5百萬元，主要原因是隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加；及(ii) 應收賬款增加人民幣26.9百萬元，主要由於期內對重客客戶產生的收入增加。

財務資料

下表載列截至所示日期按發票日期呈列的應收賬款(扣除信用損失準備)賬齡分析。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
90天內.....	24,753	65,928	81,308	108,192
91至365天.....	—	428	—	—
合計.....	24,753	66,356	81,308	108,192

下表載列於所示期間我們的應收賬款週轉天數。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	止六個月
	(天數)			
應收賬款週轉天數 ⁽¹⁾	1.1	1.5	1.7	1.6

註：

- (1) 應收賬款週轉天數按應收賬款的平均餘額除以相關期間的總收入再乘以相關期間的天數計算。平均餘額按給定期間期初餘額與期末餘額的平均數計算。截至12月31日止年度的天數為365天及截至6月30日止六個月的天數為181天。

由於我們只向部分重客客戶授予賬期，一般為30至90天，我們的應收賬款週轉天數相對較少。然而，於業績記錄期，這些授予賬期的銷售收入佔我們總收入的比例相對較低。與此相反，我們要求客戶就採購我們的產品預付貨款，這構成我們在業績記錄期的大部分收入。

截至2025年8月31日，我們截至2025年6月30日尚未收回的應收賬款(未計提信用損失準備)中，人民幣109.8百萬元或96.4%後續已收回。

財務資料

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產(包括流動和非流動部分)指理財產品等金融工具。該等產品的發行人均為國有及股份制商業銀行及其聯屬理財子公司等信用狀況良好的持牌金融機構。大部分產品為非保本浮動回報產品。雖然根據現行監管要求，此類產品不提供正式的本金擔保，但考慮到其投資授權、發行人的信譽及相關資產組成部分，根據市場慣例，此類產品通常被視為低風險。較小部分由保本的結構性存款或保證收益工具組成。該等產品主要為固定收益或混合型理財產品，到期期限一般介乎數週至約兩年。根據各發行人的披露，該等產品的相關資產通常包括銀行同業存款、貨幣市場工具以及政府債券和政策性銀行債券等低風險固定收益證券。

我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產由截至2022年12月31日的人民幣4,258.9百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣1,890.6百萬元，主要因為我們在若干理財產品到期後購買回報相對較高的定期存款，以提高資金效益。我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產由截至2023年12月31日的人民幣1,890.6百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣5,274.4百萬元，主要是由於我們優化資金管理以提高資金效益，導致理財產品投資增加。我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產由截至2024年12月31日的人民幣5,274.4百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣4,579.2百萬元，主要是由於我們在若干理財產品到期後購買若干定期存款。2023年，考慮到當時的利率環境，我們一家離岸子公司東鵬飲料(香港)有限公司持有的部分剩餘資金存入以美元計價的定期存款，主要作為海外閒置資金的審慎用途，以提高資金效率。這些存款須遵守相關貨幣機構制定的跨境監管安排及相關銀行機構要求的一年持有期規定。於2024年持有期屆滿後，該定期存款被逐步贖回並匯回，相應資金重新分配至短期、低風險以人民幣計價的理財產品，以提高收益率和流動性。

於業績記錄期，我們以人民幣計價的基金投資是指我們持有的重慶市招贏朗曜成長二期股權投資基金合夥企業(有限合夥)的有限合夥權益。該基金由其普通合夥人招銀國際資本管理(深圳)有限公司管理，主要從事股權及準股權投資。該基金的相關資

財務資料

產透過直接股權、可換股債券及其他結構性安排，投資於醫藥健康、新能源、高端製造、科技、媒體和通信(TMT)及環保等產業。投資回報與相關資產的表現掛鉤。我們根據內部財務及風險管理政策，將此投資作為我們長期資本配置策略的一部分。

我們對理財產品投資採取嚴格審慎的內部控制機制。我們的資金部門於董事會的監督下，負責管理理財產品投資。我們理財團隊各成員均具備財務事宜的豐富經驗和深厚知識。為作出投資決策，我們的理財團隊合理規劃投資組合到期日以配合預期營運現金需求。我們的投資管理側重於資金的有效利用、保值及增值，同時與我們的日常運營和長期戰略目標緊密結合。

我們主要投資相對低風險的理財產品。我們在充分考慮多項因素(包括但不限於宏觀經濟環境、一般市場狀況、投資的預期利潤及風險)後，以個別情況為基礎，作出與理財產品相關的投資決定。因此，我們的投資目標主要為流動、安全及低風險的金融產品，包括但不限於結構性存款及持牌金融機構發行的固定收益產品及其他合適金融產品。我們要求金融產品的發行機構應具有良好的信用狀況及財務狀況、穩健的信用記錄及良好的盈利能力。為降低投資風險，我們也分散投資於不同金融機構所發行的產品。

我們的理財團隊定期編製理財產品狀況及表現報告，監察其表現，並根據產品表現及我們的內部現金流需求管理贖回。我們嚴格執行股東批准的年度理財政策。任何超出批准範圍的投資均需經董事會進一步批准。通過最大限度地提高閒置資金的使用效率和優化資本配置，我們致力於為股東創造可持續的價值。針對投資管理，我們遵循安全性、流動性和盈利性原則，保持均衡的投資方式。在確保有效風險管理的同時，我們積極應對市場動態，尋求投資機會，使回報實現穩定且可持續的增長。

財務資料

我們將遵守《上市規則》第14章的相關規定，並在必要且適當的情況下，於[編纂]後披露投資或其他須予公佈交易的詳情。

定期存款

我們的定期存款(包括流動和非流動部分)指我們於銀行的定期存款。我們的定期存款由截至2022年12月31日的人民幣1,738.7百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣4,196.6百萬元，截至2024年12月31日的人民幣6,361.1百萬元，並進一步增至截至2025年6月30日的人民幣7,129.4百萬元，主要歸因於我們的現金狀況隨著同期業務增長而有所改善，加上我們優化資金管理以提高資金效益。

現金及現金等價物

截至2022年、2023年、2024年12月31日以及截至2025年6月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣1,438.6百萬元、人民幣2,875.1百萬元、人民幣3,328.2百萬元及人民幣2,060.1百萬元。於業績記錄期我們的現金流量分析的詳細情況參見「— 流動資金及資本資源 — 現金流量分析」。

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備包括(i)房屋及建築物、(ii)租賃物業裝修、(iii)在建工程、(iv)機器、(v)運輸工具及(vi)傢具、固定裝置和辦公設備。

財務資料

下表載列截至所示日期我們物業、廠房及設備的明細。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
房屋及建築物	1,077,532	1,632,522	1,819,617	1,893,674
租賃物業裝修	28,076	32,553	55,323	86,941
在建工程	529,413	385,045	554,065	944,964
機器	1,124,673	1,243,488	1,772,806	2,321,280
運輸工具	12,005	12,670	41,285	47,581
傢具、固定裝置和辦公設備	17,952	27,540	35,955	41,353
合計	<u>2,789,651</u>	<u>3,333,818</u>	<u>4,279,051</u>	<u>5,335,793</u>

我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣2,789.7百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣3,333.8百萬元，主要由於我們完成生產基地的建設，隨後登記為我們的房屋及建築物而導致房屋及建築物增加人民幣555.0百萬元。詳細情況參見「業務 — 我們的生產 — 生產基地」。同理，我們於期內錄得在建工程減少人民幣144.4百萬元。我們的物業、廠房及設備進一步增至截至2024年12月31日的人民幣4,279.1百萬元及截至2025年6月30日的人民幣5,335.8百萬元，主要是由於相應期間機器分別增加人民幣529.3百萬元及人民幣548.5百萬元，以主要用於支持我們的產能擴大計劃。

使用權資產

我們的使用權資產包括土地使用權及租賃物業。我們的使用權資產由截至2022年12月31日的人民幣440.2百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣575.9百萬元，截至2024年12月31日的人民幣821.0百萬元，並進一步增至截至2025年6月30日的人民幣1,468.5百萬元，主要是由於我們增加土地使用權以新建生產基地。

財務資料

應付賬款及其他應付款

我們的應付賬款及其他應付款包括(i)應付賬款，主要指我們應付原材料供應商和物流服務提供商的金額，(ii)應付票據，(iii)應付工程款，(iv)應付銷售返利與折扣，(v)應付薪酬，(vi)其他應交稅費，(vii)應付保證金，(viii)應付廣告費，(ix)應付冰櫃款項，(x)應計[編纂]成本及(xi)其他應付款及預提費用。

下表載列截至所示日期我們應付賬款及其他應付款的明細。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
應付賬款	626,196	884,360	1,255,329	1,377,861
應付票據	25,000	31,000	10,000	4,000
應付工程款	262,639	312,754	429,881	566,176
應付銷售返利與折扣	174,652	232,388	275,781	368,794
應付薪酬	178,959	284,113	415,050	293,033
其他應交稅費	156,504	223,281	479,549	188,362
應付保證金	71,166	81,420	91,072	105,290
應付廣告費	65,658	82,671	138,955	140,120
應付冰櫃款項	—	35,273	88,053	208,386
應計發行成本	—	—	—	3,580
其他應付款及預提費用	80,484	52,601	58,707	64,507
合計	1,641,258	2,219,861	3,242,377	3,320,109

我們的應付賬款及其他應付款由截至2022年12月31日的人民幣1,641.3百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣2,219.9百萬元，主要由於(i)應付賬款增加人民幣258.2百萬元，原因是隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加，及(ii)應付薪酬增加人民幣105.2百萬元，主要由於我們2023年較高的員工薪酬水平。我們的應付賬款及其他應付款進一步增至截至2024年12月31日的人民幣3,242.4百萬元，主要是由於(i)應付賬款增加人民幣371.0百萬元，原因是隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加；及(ii)其他應交稅費增加人民幣256.3百萬元，主要歸因於從客戶收取的預付貨款導致增值稅增加。我們的應付賬款及其他應付款隨後增至截至2025年6月30日的人民幣3,320.1百萬元，主要是由於(i)應付工程款增加人民幣136.3百萬元，與業務增長及產能擴張一

財務資料

致；(ii) 應付賬款增加人民幣122.5百萬元，原因是隨著我們業務的擴張，我們從供應商的採購有所增加；及 (iii) 應付冰櫃款項增加人民幣120.3百萬元，由於我們增加投放冰櫃的戰略投資，以觸達更多終端客戶。

下表載列截至所示日期基於發票日期的應付賬款賬齡分析。

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
90天內.....	621,686	879,395	1,245,084	1,376,438
91至180天.....	4,161	748	74	250
181至365天.....	49	530	9,170	691
365天以上.....	300	3,687	1,001	482
合計.....	626,196	884,360	1,255,329	1,377,861

下表載列於所示期間我們的應付賬款週轉天數。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	止六個月 2025年
	(天數)			
應付賬款週轉天數 ⁽¹⁾	42.7	42.4	44.1	39.9

註：

- (1) 應付賬款週轉天數按應付賬款平均餘額除以相關期間的營業成本再乘以相關期間的天數計算。平均餘額按給定期間期初餘額與期末餘額的平均數計算。截至12月31日止年度的天數為365天及截至6月30日止六個月的天數為181天。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們的應付賬款週轉天數維持相對穩定，分別為42.7天、42.4天、44.1天及39.9天。

截至2025年8月31日，我們截至2025年6月30日尚未償還的應付賬款中，人民幣1,374.0百萬元或99.7%後續已結清。

財務資料

合同負債

我們的合同負債指(i)從我們的客戶收到與銷售產品有關的預收款，及(ii)我們的經銷夥伴根據他們完成的業績目標所賺取的累計銷售返利與折扣金額。我們的合同負債由截至2022年12月31日的人民幣1,627.2百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣2,607.2百萬元，並進一步增至截至2024年12月31日的人民幣4,760.6百萬元，主要是由於因即將到來的春節備貨而產生的預收貨款增加以及隨著業務量增長計提的銷售返利與折扣增加。我們的合同負債由截至2024年12月31日的人民幣4,760.6百萬元減至截至2025年6月30日的人民幣3,667.1百萬元，主要由於2024年底因備貨以支持2025年春節期間銷售而導致的季節性預付款水平較高。

截至2025年8月31日，我們截至2025年6月30日從客戶收到預收款所產生的合同負債中，人民幣956.3百萬元或93.4%已確認為收入。

借款

截至2022年、2023年、2024年12月31日以及2025年6月30日，我們的借款(包括流動和非流動部分)分別為人民幣3,207.4百萬元、人民幣3,235.9百萬元、人民幣6,551.3百萬元及人民幣6,128.4百萬元。我們的借款由截至2023年12月31日的人民幣3,235.9百萬元顯著增至截至2024年12月31日的人民幣6,551.3百萬元，主要是由於我們努力優化整體資金效益，提升財務靈活性，以支持我們的業務增長。於本年度，我們通過利率較為優惠的短期借款來補充營運資金，優化現金資源分配。特別是，我們在流動性管理方面持審慎態度，包括利用成本較低的短期存款，通過審慎分配盈餘資金至定期存款和其他低風險理財產品來提升資金效益。短期借款的利率普遍低於現行市場平均貸款利率，從而降低了我們的整體融資成本，提升了資金效益。我們認為，我們當前的財務管理實踐，包括戰略性地利用短期借款，符合利益相關方的最佳利益，並與我們的長期價值創造目標相一致。

財務資料

為了管理與該等短期借款相關的流動性風險，我們採取審慎的方法，將嚴謹的現金流量規劃、穩固的銀行關係和積極的流動性監控相結合。我們確保所有的短期借款均已安排明確的還款條款，並配備充足的流動性儲備，從而能夠在不影響我們營運資金需求的情況下履行還款義務。我們密切監控現金狀況、債務到期情況，並維持充足的高流動資產水平，以便於需要時隨時使用。此外，我們已實施穩健的內部控制框架來管理財務及投資活動，以保障我們的資金充足性和還款能力。流動性緩衝乃基於預測基金需求而規劃，並因應業務情況和市況的變動而進行動態調整。我們亦定期進行壓力測試和場景分析來評估我們於不同條件下履行短期流動性義務的能力。該等措施確保了我們於使用短期借款時持審慎態度，且不會帶來過度的流動性壓力。

流動資金及資本資源

我們一直以來主要以經營活動、投資活動及籌資活動產生的現金平衡地滿足現金需求。**[編纂]**後，我們計劃通過業務運營產生的現金、**[編纂][編纂]**及其他未來股權或債務融資為未來資本需求提供資金。我們目前預計，我們於不久將來為經營業務撥資的可用融資不會發生任何變化。截至2022年、2023年、2024年12月31日以及2025年6月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣1,438.6百萬元、人民幣2,875.1百萬元、人民幣3,328.2百萬元及人民幣2,060.1百萬元。

財務資料

現金流量分析

下表載列於所示期間我們的現金流量。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
				(人民幣千元)	
營運資金變動前的經營現金流量	1,839,115	2,471,079	3,851,769	2,020,297	2,851,328
營運資金變動	598,796	1,366,506	2,647,975	508,712	(596,909)
已付所得稅	(427,718)	(615,570)	(792,632)	(319,433)	(519,708)
已收利息	15,913	59,255	82,296	57,717	5,751
經營活動產生的現金淨額	2,026,106	3,281,270	5,789,408	2,267,293	1,740,462
投資活動使用的現金淨額	(3,335,769)	(758,307)	(6,875,491)	(2,587,516)	(1,225,771)
籌資活動產生／(使用)的現金淨額	1,764,223	(1,057,905)	1,507,450	1,844,257	(1,788,064)
現金及現金等價物淨增加／(減少)額	454,560	1,465,058	421,367	1,524,034	(1,273,373)
年／期初現金及現金等價物	999,135	1,438,572	2,875,073	2,875,073	3,328,162
外匯匯率變動的影響	(15,123)	(28,557)	31,722	16,389	5,354
年／期末現金及現金等價物	<u>1,438,572</u>	<u>2,875,073</u>	<u>3,328,162</u>	<u>4,415,496</u>	<u>2,060,143</u>

經營活動產生的現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，經營活動產生的現金淨額為人民幣1,740.5百萬元，主要包括除稅前利潤人民幣3,001.6百萬元，已就若干非現金及非經營項目作出調整。這些非現金及非經營項目的調整主要包括(i)利息收入人民幣130.0百萬元，及(ii)以公允價

財務資料

值計量且其變動計入當期損益的金融資產之公允價值變動收益人民幣101.6百萬元。該金額已就營運資金變動進一步調整，主要包括(i)合同負債減少人民幣1,093.5百萬元，主要由於2024年末出現較高水平的季節性預付款所致，及(ii)存貨減少人民幣567.9百萬元，是由於在2024年末為下個春節作準備而進行的備貨在期間被銷售所致。

2024年，經營活動產生的現金淨額為人民幣5,789.4百萬元，主要包括除稅前利潤人民幣4,107.3百萬元，已就若干非現金及非經營項目作出調整。這些非現金及非經營項目的調整主要包括(i)利息收入人民幣317.4百萬元及(ii)財務費用人民幣102.9百萬元。該金額已就營運資金變動進一步調整，主要包括(i)合同負債增加人民幣2,153.3百萬元，主要是由於我們向客戶收取的預收款增加；及(ii)應付賬款及其他應付款增加人民幣940.2百萬元，是由於我們為支持業務增長而增加從供應商的採購。

2023年，經營活動產生的現金淨額為人民幣3,281.3百萬元，主要包括除稅前利潤人民幣2,579.3百萬元，已就若干非現金及非經營項目作出調整。這些非現金及非經營項目的調整主要包括(i)利息收入人民幣166.9百萬元及(ii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之公允價值變動收益人民幣123.5百萬元。該金額已就營運資金變動進一步調整，主要包括(i)合同負債增加人民幣980.1百萬元，主要由於收到客戶的預收款增加，及(ii)應付賬款及其他應付款增加人民幣544.8百萬元，是由於為支持我們的業務增長而增加向供應商採購。

2022年，經營活動產生的現金淨額為人民幣2,026.1百萬元，主要包括除稅前利潤人民幣1,836.0百萬元，已就若干非現金及非經營項目作出調整。這些非現金及非經營項目的調整主要包括(i)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之公允價值變動收益人民幣53.6百萬元，(ii)利息收入人民幣49.1百萬元，及(iii)物業、廠房及設備折舊人民幣31.5百萬元。該金額已就營運資金變動進一步調整，主要包括：(i)合同負債增加人民幣385.8百萬元，主要是由於從我們的客戶收到的預收款項增加所致，及(ii)應付賬款及其他應付款增加人民幣168.7百萬元，主要是由於為支持我們的業務增長而增加向供應商採購所致。

投資活動使用的現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，投資活動使用的現金淨額為人民幣1,225.8百萬元，主要包括(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8,325.1百萬元，及(ii)存放定期存款人民幣2,302.1百萬元；部分被處置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9,118.1百萬元所抵銷。

財務資料

2024年，投資活動使用的現金淨額為人民幣6,875.5百萬元，主要包括(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10,903.8百萬元，及(ii)存放定期存款人民幣8,652.2百萬元；部分被處置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7,593.9百萬元所抵銷。

2023年，投資活動使用的現金淨額為人民幣758.3百萬元，主要包括(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4,921.9百萬元，及(ii)存放定期存款人民幣4,250.7百萬元；部分被處置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7,418.6百萬元所抵銷。

2022年，投資活動使用的現金淨額為人民幣3,335.8百萬元，主要包括(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4,650.0百萬元，及(ii)存放定期存款人民幣1,556.6百萬元；部分被處置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3,608.3百萬元所抵銷。

籌資活動產生／使用的現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，籌資活動使用的現金淨額為人民幣1,788.1百萬元，主要包括(i)償還借款人民幣4,428.5百萬元，及(ii)派發股息人民幣1,300.0百萬元；部分被新增借款人民幣3,997.2百萬元所抵銷。

2024年，籌資活動產生的現金淨額為人民幣1,507.5百萬元，主要包括新增借款人民幣9,353.5百萬元；部分被(i)償還借款人民幣6,011.4百萬元，及(ii)派發股息人民幣2,000.1百萬元所抵銷。

2023年，籌資活動使用的現金淨額為人民幣1,057.9百萬元，主要包括(i)償還借款人民幣5,724.1百萬元，及(ii)派發股息人民幣800.0百萬元；部分被新增借款人民幣5,730.2百萬元所抵銷。

2022年，籌資活動產生的現金淨額為人民幣1,764.2百萬元，主要包括新增借款人民幣3,516.3百萬元；部分被(i)償還借款人民幣949.3百萬元，及(ii)派發股息人民幣600.0百萬元所抵銷。

財務資料

債務

下表載列我們截至所示日期的債務：

	截至12月31日			截至6月30日	截至8月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
					(未經審計)
			(人民幣千元)		
借款.....	3,207,429	3,235,888	6,551,337	6,128,398	7,114,666
租賃負債	98,746	108,964	98,495	429,918	425,616
合計.....	3,306,175	3,344,852	6,649,832	6,558,316	7,540,282

借款

我們於業績記錄期內的借款詳細情況參見「— 合併財務狀況表的若干主要項目討論 — 借款」。截至2025年8月31日，我們借款的賬面值為人民幣7,114.7百萬元，全部均為無抵押及無擔保。

租賃負債

我們的租賃負債為我們租賃主要用於辦公室、倉庫及廠房的租賃物業的付款責任。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們租賃負債的賬面值分別為人民幣98.7百萬元、人民幣109.0百萬元、人民幣98.5百萬元及人民幣429.9百萬元。截至2025年8月31日，我們租賃負債的賬面值為人民幣425.6百萬元，其中人民幣36.5百萬元由我們的租賃按金抵押且無擔保，人民幣53.3百萬元為無抵押及無擔保，而人民幣335.8百萬元為無抵押及由本公司擔保。

董事確認，截至最後實際可行日期，我們的借款協議並無任何契諾會對我們日後進行額外借款或發行債務或股本證券的能力構成重大不利影響。董事進一步確認，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無拖欠借款，也沒有違反任何契諾（並無

財務資料

被豁免)。截至最後實際可行日期，未使用的銀行融資為人民幣2,691.0百萬元。董事進一步確認，於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在取得信貸融資方面並無遇到任何困難，也沒有經歷撤回融資或要求提前還款的情況。董事確認，自2025年8月31日起及直至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。

除「一 債務」及「一 合同義務」章節另有披露外，截至2025年8月31日（即確定債務的最後實際可行日期），我們並無其他已發放及未償還貸款或同意將發放的任何貸款、銀行透支、貸款及其他類似債務、承兌負債或承兌信貸或租購承擔、債權證、按揭、押記、擔保或其他重大或有負債。

或有負債

於業績記錄期及直至2025年6月30日，我們並無任何重大或有負債。

資本支出

我們的歷史資本支出主要包括購買物業、廠房及設備、購買使用權資產以及購買無形資產。下表載列我們於所示期間的資本支出。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	止六個月 2025年
(人民幣千元)				
購買物業、廠房及設備	739,557	776,708	1,312,359	1,003,520
購買使用權資產	40,596	137,453	364,993	8,478
購買無形資產	9,622	2,131	12,130	5
合計	789,775	916,292	1,689,482	1,012,003

我們將持續資本支出投入，以滿足業務的預期增長及拓展計劃。參見「未來計劃及[編纂]用途 — [編纂]用途」。我們擬使用包括我們現有的現金餘額、經營活動產生的現金及[編纂][編纂]淨額在內的可用財務資源，為未來資本支出提供資金。

財務資料

合同義務

資本承諾

我們的資本承諾主要是指已訂約但未於歷史財務資料中計提準備的有關購買物業、廠房及設備的資本支出。我們的資本承諾由截至2022年12月31日的人民幣574.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣607.8百萬元，截至2024年12月31日的人民幣1,034.0百萬元，並進一步增至截至2025年6月30日的人民幣1,709.2百萬元，這與我們的業務增長和產能擴張相符。

主要財務比率

下表載列我們於所示期間的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
收入增長率 ⁽¹⁾	不適用	32.4%	40.6%	36.4%
毛利率 ⁽²⁾	41.6%	42.3%	44.1%	44.4%
淨利潤增長率 ⁽³⁾	不適用	41.6%	63.1%	37.2%
淨利潤率 ⁽⁴⁾	16.9%	18.1%	21.0%	22.1%
流動比率 ⁽⁵⁾	1.1	1.1	0.9	0.9
速動比率 ⁽⁶⁾	1.0	1.0	0.8	0.8
槓桿比率 ⁽⁷⁾	65.3%	52.9%	86.5%	75.0%
權益回報率 ⁽⁸⁾	31.0%	35.8%	47.5%	不適用 ⁽⁹⁾

附註：

- (1) 按該年度／期間的收入增加除以上一年度／期間的收入計算。
- (2) 按該年度／期間的毛利除以同一年度／期間的收入計算。
- (3) 按該年度／期間淨利潤增長除以上一年度／期間的淨利潤計算。
- (4) 按該年度／期間的利潤除以同一年度／期間的收入計算。
- (5) 按截至該年／期末的流動資產除以截至同一年度／期間末的流動負債計算。
- (6) 按截至該年／期末的流動資產減截至同一年度／期間末的存貨除以截至同一年度／期間末的流動負債計算。

財務資料

- (7) 按截至該年／期末的債務總額(包括租賃負債及帶息債務借款)除以截至同一年度／期間末的權益總額再乘以100%計算。
- (8) 按該年度／期間的利潤除以同一年度／期間的期初及期末權益總額結餘的平均值再乘以100%計算。
- (9) 截至2025年6月30日止六個月的權益回報率並未呈列，因為該數據一般按全年基準計算。鑒於我們業務的季節性性質及期內平均權益的潛在波動，半年度權益回報率並無意義，與全年數據亦不可比。

關聯方交易

我們不時與關聯方訂立交易。有關關聯方交易的詳細情況，參見本文件附錄一所載會計師報告附註31。

董事認為，本文件附錄一會計師報告附註31所載各項關聯方交易由相關各方於日常業務過程中經公平磋商後按一般商業條款進行。董事也認為，業績記錄期的關聯方交易不會使過往業績失實或導致過往業績不能反映日後表現。

資產負債表外承擔及安排

截至最後實際可行日期，我們並無訂立任何財務擔保或其他承擔為任何第三方的付款責任提供擔保。我們並無訂立涉及我們的股份並歸類為股東權益的任何衍生合同或未於合併財務報表反映的任何衍生合同。此外，我們並無在轉讓給未合併實體向該實體提供信貸、流動性或市場風險支持的資產中擁有任何保留權益或者或有權益。我們並無在為我們提供籌資、流動性、市場風險或信貸支持，或向我們提供租賃、對沖或產品開發服務的任何未合併實體中擁有任何可變權益。

金融風險披露

我們的經營活動會面臨各種金融風險，即市場風險(包括外匯風險、利率風險及價格風險)、信用風險和流動性風險。我們的整體風險管理側重金融市場的不可預測性，務求最大程度降低對財務表現的潛在不利影響。管理層對這些風險進行管理和監控，確保及時有效地實施適當的措施。

財務資料

市場風險

外匯風險

我們大部分的收入及支出均以人民幣結算。此外，我們與若干以外幣計價的子公司之間存在集團間餘額，這亦使我們面臨外匯風險。我們目前沒有外幣對沖政策。但是，我們的管理層會監控外匯風險，並在必要時考慮對沖重大外匯風險。

利率風險

我們面臨與定期存款、固定利率借款及租賃負債相關的公允價值利率風險。我們面臨與浮動利率銀行餘額及浮動利率借款有關的現金流量利率風險。現金流量利率風險主要集中於銀行餘額的現行市場利率及借款的貸款市場報價利率波動。

利率敏感性

敏感性分析根據各報告期末的利率風險而編製。該分析是假設各報告期末未償還金融工具全年未償還而編製。向主要管理人員內部報告利率風險時，採用浮動利率借款增加或減少100個基點的方式，代表管理層對利率可能變化的評估。由於管理層認為浮動利率銀行餘額產生的現金流量利率風險並不重大，故將銀行餘額自敏感性分析中排除。

價格風險

我們通過投資於以公允價值計量且其變動計入當期損益的股本證券而面臨股價風險。就於聯交所掛牌的以公允價值計量且其變動計入當期損益的股本證券而言，我們的管理層通過維持一套具有不同風險的投資組合來管理此風險。

有關我們市場風險的進一步詳細情況，參見本文件附錄一所載會計師報告附註37(b)。

財務資料

信用風險及減值評估

於各報告期末，因交易對手方未能履行責任而導致我們蒙受財務損失的最大信用風險來自各報告期末合併財務狀況表所列各項已確認金融資產的賬面值。

客戶合同產生的應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司款項

為最大程度降低信用風險，我們的管理層已委派負責人員確定授信額度、審批信貸及其他監控程序，確保採取跟進行動收回逾期債務。我們可能會要求大部分客戶在接受訂單前支付訂金。我們還設有其他監控程序，確保採取跟進行動追回逾期債務。就此而言，董事認為我們的信用風險已大幅降低。

此外，我們根據預期信用損失模型對個別出現信用減值的應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司交易性款項進行減值評估。其餘應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司款項則根據客戶性質及客戶的未償還餘額賬齡進行分類及集體評估。

估計損失率乃根據客戶性質及客戶的未償還結餘賬齡估計，並就前瞻性資料（例如，影響行業的宏觀經濟狀況及可能影響債務人付款能力的影響）作出調整，而該等前瞻性資料毋須付出過多成本或努力即可取得。在整個業績記錄期採用相同的預期信用損失率，主要是因為(i)於整個業績記錄期，客戶的性質及客戶未償還結餘的賬齡並無重大變化，及(ii)受影響行業的宏觀經濟狀況及可能影響債務人還款能力的影響，前瞻性比率並無重大變化。

其他應收款及應收子公司非交易性款項

由於我們認為其他應收款及應收子公司款項的信用風險自初始確認以來並無顯著增加，因此我們按12個月預期信用損失基準來評估該等金融資產的損失撥備。於確定預期信用損失時，我們已適時考慮歷史違約經驗及前瞻性資料。考慮到歷史上與付款

財務資料

相關的違約率一直很低，我們也積極監控各債務人所欠的未償還款項，並及時識別任何信用風險，以降低信用相關損失的風險。

定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額

由於交易對手方為外部信用評級機構給予高信用評級的中國特許銀行，因此定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額的信用風險有限。

除了存置於若干銀行的流動資金的集中信用風險外，我們並無任何其他重大集中信用風險。

我們參考外部信用評級機構發佈的相關信用評級等級的違約率與違約損失率，來評估定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額的12個月預期信用損失。

有關我們信用風險的進一步詳細情況，參見本文件附錄一所載會計師報告附註37(b)。

流動性風險

在管理流動性風險時，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，以提供經營資金並降低現金流量波動的影響。

有關我們流動性風險的進一步詳細情況，參見本文件附錄一所載會計師報告附註37(b)。

股息

我們宣派截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的年度股息分別為人民幣800.0百萬元、人民幣1,000.0百萬元及人民幣2,300.0百萬元。截至最後實際可行日期，上述股息已悉數派付。於2024年10月，本公司獲准發行120,003,000股普通股作為股票股利。董事會已於2025年7月25日通過決議案，就截至2025年6月30日止六個月派付中期股息人民幣1,300.0百萬元。截至最後實際可行日期，該等中期股息已悉數派付。詳情請見本文件附錄一會計師報告附註40。

財務資料

2024年4月，董事會制定了未來三年的股東回報和股息政策（「股息政策」），並於同月獲得了股東批准。根據股息政策及《公司章程》，董事會可在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性，以及董事會當時可能認為相關的其他因素後，在未來宣派股息。股息政策內並未訂明固定派息率。任何股息的宣派、支付及金額，都須遵守我們的章程文件、適用的中國法律及獲得股東批准。

我們擬至少每年一次向股東分派現金股息，須由董事根據《公司章程》和中國及香港適用的法律法規酌情決定。

我們的未來股息宣派未必與過往股息宣派一致，並須經股東批准。詳細情況參見本文件「風險因素 — 與[編纂]有關的風險 — 我們的過往股息不可作為未來股息政策的指標，且無法保證我們將於未來宣派及分派股息」。

營運資金充足性

經考慮我們可用的財務資源，包括手頭現金及現金等價物、營運現金流量、可用融資額度，以及[編纂]估計[編纂]淨額，董事認為我們有足夠營運資金滿足目前及本文件日期起計至少未來12個月的需求。

可供分派儲備

截至2025年6月30日，我們有可供分派儲備（包括本公司未分配利潤）人民幣2,654.4百萬元可用於分派。

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)[編纂]開支（如[編纂]費及佣金）；及(ii)[編纂]費用，包括因法律顧問及申報會計師提供[編纂]及[編纂]相關服務向其支付的專業費用和其他費用及開支。假設全數支付酌情[編纂]，[編纂]估計[編纂]開支總額（基於[編纂]範圍的中位數計算及假設未行使[編纂]）約為[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%。相關估計[編纂]

財務資料

開支總額中，我們預計將支付[編纂]開支[編纂]百萬港元、我們及[編纂]的法律顧問及申報會計師專業費用[編纂]港元和其他費用及開支[編纂]港元。我們預計[編纂]開支金額中的[編纂]百萬港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%，預計將計入損益表的費用，其餘金額[編纂]百萬港元預計將於[編纂]後直接確認為從權益扣減。我們於合併損益及其他全面收益表確認截至2025年6月30日止六個月的[編纂]開支人民幣[編纂]元。

無重大不利變動

董事已確認，直至本文件日期，自2025年6月30日（即我們的最近期經審計財務報表的年結日）以來，我們的財務、經營或交易狀況、債務、或有負債或前景並無重大不利變動，且自2025年6月30日以來，並無發生任何會對附錄一所載會計師報告列示的資料產生重大影響的事件。

《上市規則》第13.13至13.19條規定的披露

董事確認，除本節披露的應收關聯方款項外，截至最後實際可行日期，並無出現任何會導致我們根據《上市規則》第13.13至13.19條的規定須進行披露的情況。

未經審計[編纂]經調整有形資產淨值

下文所載母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表乃根據《上市規則》第4.29段而編製，僅供說明用途，並旨在說明建議[編纂]（定義見本文件）對截至2025年6月30日母公司所有者應佔本集團綜合有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於該日期進行。母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表的編製僅供說明用途，並由於其假設性質，未必能真實反映截至2025年6月30日或[編纂]後任何後續日期母公司所有者應佔本集團綜合有形資產淨值的情況。

財務資料

下文所載母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表乃基於摘錄自本文件附錄一所載會計師報告的截至2025年6月30日母公司所有者應佔本集團經審計綜合有形資產淨值而編製，並作出下列調整：

[編纂]

財 務 資 料

[編纂]

詳細情況參見本文件附錄二「未經審計[編纂]財務資料」。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關未來計劃的詳細情況參見本文件「業務 — 戰略」。

[編纂]用途

假設[編纂]為每股H股[編纂]港元(即[編纂]範圍每股H股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計開支後，假設[編纂]未獲行使，我們估計我們將收取的[編纂][編纂]淨額將約為[編纂]百萬港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂][編纂]按下述金額用於下述用途：

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內完善產能佈局和推進供應鏈升級，在滿足公司高速增長的需求的同時，不斷提升生產及供貨效率、鞏固成本優勢。具體而言：
 - (i) 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於在國內建設新的生產基地設施，以支撐公司的全國化擴張和可持續性增長，從而滿足功能飲料及其他軟飲品類不斷增長的消費需求。
 - (ii) 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於升級現有國內生產基地，通過新建產線以增加現有生產基地的產能、購買或升級相關設備、新增倉儲設施，使我們能夠有效滿足消費者日益增長的需求，以及我們不斷拓展的產品品類。
 - (iii) 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於在海外重點市場建立包括倉儲在內的供應鏈基礎設施，以滿足這些地區(例如印度尼西亞、越南和馬來西亞等東南亞國家)的高速增長需求，並最終實現本地化運營。我們可能會有選擇性地向上游產業鏈延展，深化合作夥伴關係，通過本地採購原材料，支持海外業務發展。

未來計劃及[編纂]用途

中國功能飲料行業經歷了持續增長。根據弗若斯特沙利文報告，按零售額計，預計功能飲料行業在軟飲行業中的市場份額將由2025年的13.8%增至2029年的16.7%，2025年至2029年的年複合增長率為10.9%。功能飲料行業的快速增長主要是由於消費者對這類產品的需求穩步增長所帶動。於2025年至2029年，預計中國的人均功能飲料消費量的年複合增長率將達到10.1%，顯示出巨大的市場潛力。

鑒於此重大的市場機會，我們相信我們的業務模式和競爭優勢使我們處於有利位置，可充分利用中國快速增長的功能飲料市場，憑藉我們的行業領導地位、已建立的品牌知名度和強大的消費者認可，推動長期增長。根據弗若斯特沙利文報告，按銷量計，我們在中國功能飲料行業的市場份額由2021年的15.0%增至2024年的26.3%。隨著我們持續穩定地擴大業務規模和提高滲透率，我們日後將致力維持或提高我們的市場份額。為配合市場趨勢，我們的整體設計產能由2022年的2.8百萬噸增加至2024年的4.9百萬噸，同期我們的產能利用率亦由73.4%提升至89.5%，展現出強勁且高效的新增產能部署能力。

因此，我們計劃將[編纂][編纂]用於進一步擴充及優化我們的生產基礎設施，以支持未來的增長並通過規模優勢提升盈利能力。我們計劃升級和擴展四個現有生產基地並建設四個新生產基地，以增加產能。我們擬於有關生產基地生產功能飲料產品及其他飲料產品。下表載列生產基地的詳情及[編纂]淨額於生產基地之間的預期分配。據中國法律顧問所告知，截至最後實際可行日期，我們已根據上述各生產基地各自的建設及擴建階段，遵守了適用法律法規項下的相關審批及備案規定。我們計劃根據適用法律法規取得後續階段建設及經營該等生產基地所需的所有其他批文及許可證。我們的中國法律顧問認為，取得該等批文及許可證並無重大法律障礙。

未來計劃及[編纂]用途

生產基地	新增年產能	預計完工時間	[編纂] [編纂]淨額的 預期分配*
	(千噸)		(百萬港元)
安徽(擴建)	461.5	2026年第四季度	[編纂]
南寧(擴建)	359.0	2025年第四季度	[編纂]
重慶(擴建)	267.5	2025年第四季度	[編纂]
長沙(擴建)	430.7	2025年第四季度	[編纂]
天津	1,155.8	2026年第一季度	[編纂]
昆明	1,155.8	2026年第三季度	[編纂]
中山	1,493.2	2026年第二季度	[編纂]
海南	1,155.8	2027年第四季度	[編纂]

註：

* [編纂]預計將於未來三到五年用於擴建及建設生產基地，主要包括建設新生產線、採購和升級生產設備與設施用於技術升級及擴大倉儲設施。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內加強品牌建設和消費者互動，持續增強品牌影響力。

具體而言，我們將持續推進多場景下的精準營銷，通過多元化營銷活動進一步提升我們的品牌價值和知名度。我們將持續圍繞目標消費者、消費場景和產品組合聯動設計定製營銷活動。通過制定針對特定消費人群的精準營銷舉措，依託產品消費場景，強化我們的品牌理念。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內持續推進全國化戰略，拓展、深耕和精細化運營渠道網絡。

具體而言，我們將投資於購買冰櫃等設備，強化終端消費者的覆蓋，持續加強「冰凍化戰略」，並加大冰櫃在終端銷售網點投放及使用的規模和力度。在未來

未來計劃及[編纂]用途

三至五年內，我們計劃在全國省級城市購置和投放約60萬台冰櫃，以增加銷售網絡的滲透率及覆蓋率。此外，我們將持續提升全國銷售團隊的渠道精耕能力，為經銷夥伴提供全方位的運營支持和服務，支持我們的業務持續增長。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內拓展海外市場業務，探索潛在投資及併購機會。海外市場拓展是我們全球化戰略的重要組成部分，我們的產品已進入越南、馬來西亞等多個國家和地區。我們會持續積極探索海外市場發展機會，針對當地市場特點，採取靈活的經營模式。短期內，我們將以東南亞市場為發展重點，並在中長期逐步發力美國等其他地區的市場。具體而言：

- (i) 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於海外市場渠道開拓、品牌推廣及產品開發等投資：

針對市場潛力大的重點地區，我們計劃有選擇性地增加資源投入，通過成立海外合資公司／設立子公司、組建本地化團隊、拓展本地渠道資源等舉措，以更好抓住市場機遇。隨著我們海外市場的發展，我們將在海外重點市場推進符合當地消費者特點的多元化和多維度營銷活動，進一步在海外市場傳播我們的品牌理念、提升當地品牌知名度和影響力。我們也會根據不同市場的消費者偏好，持續調整本地化產品口味、配方及包裝，並開發具有地域特色的軟飲產品，以滿足全球消費者的需求。

- (ii) 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於潛在投資及併購機會。我們將持續關注供應鏈上的潛在投資或併購機會，特別是針對擁有成熟產能、專有品牌或自有生產線的公司，助力我們的市場份額提升及業務多元化增長。在評估潛在收購目標時，我們主要會考慮以下因素：(a) 對目標公司的投資或併購是否能提升品牌影響力，並為我們的戰略計劃帶來戰略價值；例如，我們預期收購目標能進一步豐富我們的產品種類，並提升我們在互補品類或地理區域的品牌知名度；(b) 評估收購目標的營運及財務表現；我們預期收購目標(x)在最近一個財政年度錄得不少於人民幣100百萬元的收入或不少於人民幣20百萬元的淨利潤，或(y)擁有不少於300,000噸的產能；及(c) 我們也會考慮文化契合度、與現有業務的潛在協同效應等。該等標準將根

未來計劃及[編纂]用途

據市場條件和我們戰略需求的變化進行調整。出現適當機會時，我們可能會考慮收購或少數股權投資。進行收購時，我們通常會採取靈活的交易結構。我們預期此類投資或收購可讓我們在海外市場利用當地的營運專業知識，並在品牌、經銷及生產方面實現協同效應從而通過拓展收入來源和多元化地域覆蓋，創造長期價值。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年底，海外市場(主要包括東南亞、歐洲、拉丁美洲、中東和非洲)的軟飲行業有約100家目標企業符合我們進行併購的篩選標準。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何特定的投資或收購目標或訂立任何明確的協議。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內加強各個業務環節的數字化建設。

具體而言，我們將進一步開發數字化系統，通過：(i)提升供應鏈各個關鍵環節的數字化能力，加強系統協同運作，從而升級全鏈路數字化運營解決方案；(ii)升級前端運營系統，例如消費者小程序、營銷系統、數據分析工具，實現高效的消費者觸達和反饋，進一步加強數據分析能力，如優化模型算法以提升業務決策效率和準確度；及(iii)投資升級硬件設備和數字化基礎設施建設，提升系統運行效率，以支持業務增長，同時吸引更多業務合作夥伴參與到全鏈路數字化運營系統。

此外，我們將持續加強數字化與IT技術人員儲備，以及通過組織專項技能技術培訓，提升現有人員數字化能力。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元將用於未來三到五年內增強我們的產品開發能力，持續實現產品品類拓展。我們計劃持續產品開發設備的投資，深入開展產品開發與市場調研項目，增強具有豐富行業經驗的產品研發人員儲備，以進一步提升我們的產品開發能力。

未來計劃及[編纂]用途

具體而言，我們將升級和購置產品開發設備和設施，包括五至十套配方及質量測試設備，用於測試和完善飲料配方，以支持新口味和新產品類別的開發。我們亦計劃購買五至十套滅菌處理系統以提升產品安全保障能力、保留飲品的天然風味，並增強產品功能性。升級及購買該等產品開發設備和設施的成本估計約為[111.6]百萬港元。我們旨在擴大我們的產品組合，更高效地響應不斷變化的消費者偏好和新興市場趨勢。為提升我們的研發能力，我們還計劃每年招募約十名研發人才，包括食品加工和安全、食品科學和生物學方面的專業人員，加入我們的研發團隊。

- 約[編纂][編纂]淨額或[編纂]百萬港元用於營運資金及一般企業用途。

若[編纂]定為指示性[編纂]範圍的[編纂]或[編纂]，[編纂]的[編纂]淨額將分別增加或減少約[編纂]百萬港元。

若[編纂]獲悉數行使，而[編纂]定為每股H股[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元(分別為[編纂]範圍的上限、中位數及下限)，則我們將收取的額外[編纂]淨額將為約[編纂]百萬港元、[編纂]百萬港元及[編纂]百萬港元。

若[編纂][編纂]淨額(包括[編纂]獲行使所獲得的[編纂]淨額)高於或低於預期，我們可能會就上述用途按比例調整[編纂]淨額的分配。若[編纂][編纂]淨額未立即用於上述用途，或若我們無法按預期實施計劃的任何部分，且在相關法律及法規允許的範圍內，我們可能以符合本公司最佳利益的方式，將該等資金存放於持牌商業銀行及／或其他獲授權金融機構(定義見《證券及期貨條例》或其他司法管轄區的適用法律及法規)的短期計息賬戶。在此情況下，我們將遵守《上市規則》項下的適當披露規定。

關連交易

[編纂]後，我們與以下關連人士的若干交易根據《上市規則》第14A章將構成持續關連交易：

關連人士	關連關係
深圳鵬智瑞數字營銷有限公司(「鵬智瑞」).....	截至最後實際可行日期，我們的控股股東林木勤先生透過臻昌匯投資(深圳)有限公司(「臻昌匯投資」)間接控制鵬智瑞100%股權。因此，鵬智瑞及其子公司為林木勤先生的聯繫人，並將於[編纂]後成為我們的關連人士。

鵬智瑞於2017年7月成立，彼時為本集團全資子公司，主要從事為快速消費品行業公司提供銷售及營銷數字化服務。鑑於鵬智瑞在出售前錄得損失淨額，且我們認為出售鵬智瑞將有助於進一步優化資產及業務結構，以便專注於功能飲料的開發、生產及銷售的核心業務，本公司隨後於2023年5月將鵬智瑞轉讓予臻昌匯投資。出售前，鵬智瑞於截至2022年12月31日止年度的收入及損失淨額分別為人民幣22.9百萬元及人民幣1.6百萬元。經作出適當查詢後所知，鵬智瑞在上述出售前並未涉及任何重大違規事件、索償、訴訟或法律程序(不論實際發生或潛在威脅)。

部分非豁免持續關連交易

技術服務採購框架協議

- 訂約方
- (i) 本公司；及
 - (ii) 鵬智瑞

關連交易

主要條款

本公司於2025年[•]與鵬智瑞訂立框架協議(「**技術服務採購框架協議**」)，據此，本集團將就研發營銷及銷售相關信息科技系統的新模塊或新功能以及相對應的營運及維修服務及／或系統，向鵬智瑞(包括其子公司)採購技術服務(「**技術服務採購安排**」)。

技術服務採購框架協議於2025年[•]起至2027年12月31日止期間有效，可經訂約雙方同意後續期三年，我們將於重續後遵守《上市規則》的適用規定及適用內部規定。鵬智瑞及／或其子公司(一方)與本集團成員公司(另一方)將訂立獨立相關協議，並根據技術服務採購框架協議規定的條文載列具體的條款及條件。

定價政策

鵬智瑞根據技術服務採購框架協議進行交易所收取的技術服務費用已經並將會按公平基準釐定，通常情況是基於服務單價，並按相關技術人員在特定項目提供服務的天數收取。技術服務費用參考以下因素釐定：(i)基於各特定系統開發及／或升級項目所需服務的複雜程度及範圍，預估參與的技術人員數目及有關技術人員投放於有關係統開發及升級項目的天數；及(ii)獨立第三方服務供應商提供技術水平相類似服務的報價，以及在獨立第三方提供的同類服務在市場上供應有限的情況下，鵬智瑞為我們開發的若干定製系統及模塊的定製程度及規格要求。為確保鵬智瑞提供的服務及商品的定價符合正常商業條款，公平合理並符合股東的整體利益，我們與鵬智瑞訂立交易前，會比較鵬智瑞(及／或其子公司)與其他供應商所提供服務及商品的定價及條款，進行評估。

關連交易

過往金額

鵬智瑞曾是我們的全資子公司，其全部股權於2023年5月由本公司轉讓至臻昌匯投資（一家由林木勤先生全資擁有的公司），轉讓完成後才開始在本集團與鵬智瑞之間產生關連交易金額。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，本集團與鵬智瑞就技術服務採購安排的交易金額概約總額如下：

截至12月31日止年度		截至6月30日止六個月
2023年	2024年	2025年
(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
21,170	28,020	16,551

上述本集團與鵬智瑞於截至2023年12月31日止年度之交易金額，指於鵬智瑞轉讓完成後，技術服務採購安排所產生之交易金額。考慮到該金額以及鵬智瑞在轉讓前就銷售及營銷數字化所涉及的技術服務的集團內部交易金額，有關交易金額在截至2023年及2024年12月31日止年度保持在相似的水平，而基於截至2025年6月30日止六個月之交易金額的年度化交易金額則輕微增加，與我們業務營運加強銷售及營銷數字化的持續努力一致。

年度上限及基準

我們預計在截至2025年、2026年和2027年12月31日止年度內，本集團因技術服務採購安排應支付給鵬智瑞的年度交易金額上限如下：

截至12月31日止年度		
2025年	2026年	2027年
(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
35,850	50,000	60,000

關連交易

在釐定技術服務採購框架協議項下擬進行交易的年度上限時，我們已主要考慮(其中包括)：

- (i) 我們根據技術服務採購安排採購技術服務產生的過往交易金額及鵬智瑞數字化先前所收取的單價；
- (ii) 未來三年，從鵬智瑞採購的技術服務的預期增長量，綜合考慮了以下因素：隨著我們銷售和營銷數字化效能的不斷改進，包括引入新的數字工具以及在現有工具中增加新的或改進的功能，這與我們銷售和營銷網絡預計按每年約20%增幅持續擴張相符，此類服務需求將增加。此外，我們計劃於2025年年底及2026年將數字化舉措擴展到海外市場銷售和營銷網絡，預期技術服務採購需求將於2026年增加約15%，原因是打造適應海外市場需求的相關數字化工具及系統的初期建設成本所佔比重較高；及
- (iii) 技術服務每工時收費單價的預計適度增長與具有技術能力的人力資源成本的整體趨勢保持一致。

交易的理由

為配合我們端對端的數字營運模式，及不斷提升數字化工具效能以優化銷售和營銷運營的策略，我們在持續開發並升級因應我們的業務需求及營運定製的數字工具和系統的模塊及功能時，將需要特定的技術協助，而非其他消費品製造商所採用的通用銷售及營銷系統。同時，我們與鵬智瑞已建立穩定的業務關係，鵬智瑞透過以往與我們的合作，對我們的業務及運營需求有全面的理解，並能夠將這種理解和經驗轉化為設計和調整最能滿足我們業務和運營需求的系統解決方案。因此，我們亦認為，若我們僅聘請獨立第三方提供該等技術服務，可能會為本集團帶來非必要的不便及額外成本，

關連交易

因為該等獨立第三方可能需要花費時間及成本熟悉我們的系統。考慮到上述原因及鵬智瑞收取的單價(與獨立第三方的報單價相比)，我們認為，鵬智瑞能夠以更具成本效益的方式為我們提供數字化相關技術服務。

因此，我們相信，維持與鵬智瑞的技術服務採購安排符合本集團及股東的整體最佳利益，因為該等安排能滿足我們的要求，以與獨立第三方所提供條款相似或更優的條款，穩定提供優質服務。

《上市規則》涵義

鑑於就《上市規則》第14A章計算的技術服務採購框架協議項下擬進行交易的最高適用百分比率按年度基準將超過0.1%但低於5%，根據《上市規則》第14A.76(2)條，該等交易須遵守《上市規則》第14A章項下的申報、年度審閱及公告規定，但將獲豁免遵守《上市規則》第14A章項下的獨立股東批准規定。

聯交所授出的豁免

[編纂]後，本集團預期按經常性及持續基準繼續進行技術服務採購框架協議項下擬進行之交易。由於預期技術服務採購安排將持續進行並延續一段時間，而[編纂]後技術服務採購框架協議的重大條款已於本文件披露，且潛在[編纂]將根據(其中包括)該等披露參與[編纂]，故董事認為嚴格遵守《上市規則》第14A章的公告規定將過於繁瑣，尤其是會為本公司帶來不必要的行政成本。

因此，本公司已向聯交所申請豁免，而聯交所[已授出]豁免，在最高年度交易總金額不得超過上述年度上限的條件下，根據《上市規則》第14A.105條豁免技術服務採購安排嚴格遵守《上市規則》第14A章的公告規定。

關連交易

本公司獨立非執行董事及審計師將審閱上述持續關連交易是否已根據本節所披露之主要條款及定價政策訂立。本公司獨立非執行董事及審計師之確認將根據《上市規則》規定每年披露。此外，我們確認，我們將遵守《上市規則》第14A章的相關規定，如超過上述任何年度上限或該等交易的條款有重大變動，我們將即時通知聯交所。

董事確認

董事(包括獨立非執行董事)認為，上文所載技術服務採購安排已於且將於我們的日常及一般業務過程中按一般商業條款(或更佳條款)進行，公平合理，符合本公司及股東的整體利益，且該等交易之建議年度上限公平合理，符合本公司及股東的整體利益。

聯席保薦人確認

聯席保薦人已(i)審閱本公司就上述部分豁免持續關連交易提供的相關文件及資料，(ii)自本公司取得必要的聲明及確認，及(iii)參與盡職審查及與本集團管理層討論。基於上文所述，聯席保薦人認為，截至本文件日期，技術服務採購安排已經及將於本公司日常及一般業務過程中按一般商業條款(或更佳條款)訂立，公平合理，符合本公司及其股東的整體利益，而技術服務採購安排的建議年度上限公平合理，符合本公司及其股東的整體利益。

董事及高級管理人員

董事會

董事會由十名董事組成，包括六名執行董事和四名獨立非執行董事。董事任期為三年，並可膺選連任，但根據中國相關法律及法規，獨立非執行董事的連任時間不得超過六年。

下表載列董事相關信息。

姓名	年齡	職位／職稱	獲委任 為董事的日期	加入 本集團的日期	角色及職責
執行董事					
林木勤先生	[61]歲	董事長、執行董事 兼總裁	2003年10月 ^註	1997年3月	管理董事會運作、本集團發展戰略 規劃、主持董事會工作和業務方 向，以及本集團經營規劃與決策
林木港先生	[55]歲	執行董事兼執行總 裁	2003年10月 ^註	2001年3月	本集團營銷戰略規劃、本集團經營 管理和廣東營銷本部的整體管理 工作
盧義富先生	[53]歲	執行董事兼副總裁	2024年2月	2018年9月	本集團的經營管理和全國營銷本部 的整體管理工作

董事及高級管理人員

姓名	年齡	職位／職稱	獲委任 為董事的日期	加入 本集團的日期	角色及職責
蔣薇薇女士	[45]歲	執行董事兼副總裁	2024年2月	2017年9月	本集團的品牌及營銷戰略管理的規劃和執行，產品發展規劃管理工作
張磊先生	[48]歲	執行董事、董事會 秘書、副總裁兼 聯席公司秘書	2024年2月	2023年12月	本集團的資本運作與投融資規劃管理 及數字化規劃與建設工作
林戴吉先生	[39]歲	執行董事及職工代 表董事	2024年2月	2019年1月	本集團日常資金管理與銀行機構融 資執行工作和內部審計監督
獨立非執行董事					
趙亞利女士	[67]歲	獨立非執行董事	2024年2月	2024年2月	向董事會提供獨立意見和判斷
游曉女士	[44]歲	獨立非執行董事	2020年10月	2020年10月	向董事會提供獨立意見和判斷
李洪斌先生	[60]歲	獨立非執行董事	2024年2月	2024年2月	向董事會提供獨立意見和判斷
戴國良先生	[67]歲	獨立非執行董事	2025年4月	2025年4月	向董事會提供獨立意見和判斷

註：包括在本公司的前身公司擔任的董事職務

董事及高級管理人員

林木勤先生與林木港先生是兄弟關係，林戴吉先生為林木勤先生及林木港先生的侄子。除已披露者外，董事或高級管理人員與任何其他董事或高級管理人員並無任何關係。

執行董事

林木勤先生，[61]歲，本公司董事長、執行董事兼總裁，主要負責管理董事會運作、本集團發展戰略規劃、主持董事會工作和業務方向，以及本集團經營規劃與決策。林木勤先生於2003年10月獲委任為本公司(包括其前身)董事，並於2025年4月調任為執行董事。林木勤先生為本公司的控股股東。

林木勤先生在飲料行業擁有超過30年的工作及管理經驗。加入本集團前，林木勤先生自1988年4月至1997年3月擔任深圳奧林天然飲料有限公司的技術部門經理。

林木勤先生於1997年3月至2003年10月擔任我們的前身東鵬實業的副總經理。林木勤先生於2003年10月至2019年4月擔任我們的前身東鵬有限及其後本公司的董事長兼總經理。林木勤先生自2019年4月起擔任我們的董事長兼總裁。林木勤先生亦於我們的若干子公司擔任其他職務，包括自2011年11月起擔任廣東東鵬維他命飲料有限公司的執行董事、自2012年8月起擔任安徽東鵬食品飲料有限公司的執行董事、自2019年4月起擔任深圳市東鵬捷迅供應鏈管理有限公司的執行董事兼總經理、自2021年12月起擔任廣東東鵬飲料有限公司執行董事，及自2023年7月起擔任東鵬飲料(香港)的董事。林木勤先生亦自2023年5月起擔任臻昌匯投資(深圳)有限公司的執行董事兼總經理。

林木勤先生於2011年12月取得中國中山大學工商管理碩士學位，於2024年8月取得美國明尼蘇達大學工商管理博士學位。林木勤先生連續入選2023年和2024年福布斯中國

董事及高級管理人員

最佳CEO榜單。林木勤先生亦獲委任為中國飲料工業協會副理事長、廣東省食品行業協會副會長、深圳新明企業家協會常務副會長及深圳市老字號協會副會長。

林木港先生，[55]歲，本公司執行董事兼執行總裁，主要負責本集團營銷戰略規劃、本集團經營管理和廣東營銷本部的整體管理工作。林木港先生於2003年10月獲委任為本公司(包括其前身)董事，並於2025年4月調任為執行董事。

林木港先生在飲料行業擁有超過24年的工作及管理經驗。於2001年3月加入本集團後，林木港先生歷任本公司(包括其前身)的經理、副總經理、總經理、副總裁。林木港先生目前亦在我們的若干主要子公司擔任多個管理職位，包括自2006年4月起擔任廣州市東鵬食品飲料有限公司的監事、自2020年6月起擔任東鵬飲料市場營銷(上海)有限公司的執行董事、自2024年1月起擔任東鵬飲料市場營銷(天津)有限公司的執行董事兼總經理，以及自2024年1月起擔任東鵬飲料市場營銷(浙江)有限公司的執行董事兼總經理。

林木港先生於2016年7月畢業於中國北京大學，獲得工商管理碩士學位。

盧義富先生，[53]歲，本公司執行董事兼副總裁，主要負責本集團的經營管理和全國營銷本部的整體管理工作。盧先生於2024年2月獲委任為董事，並於2025年4月調任為執行董事。

盧先生在飲料行業擁有約20年的經驗。加入本集團之前，盧先生曾於2006年7月至2017年8月，擔任加多寶(中國)飲料有限公司的分公司總經理，主要負責分公司的銷售工作。於2017年8月至2018年7月，盧先生擔任香飄飄食品股份有限公司(一家於上海證券交易所上市的公司，股票代碼：603711)的營銷中心總經理，主要負責銷售管理工作。

董事及高級管理人員

盧先生於2018年9月加入本集團，擔任副總裁兼本公司全國營銷本部總經理。盧先生目前亦在本集團若干子公司擔任多個職位，包括自2020年6月起擔任東鵬飲料市場營銷(上海)有限公司的監事、自2022年11月起擔任東鵬飲料營銷(廣東)有限公司的監事、自2023年7月起擔任深圳市東鵬飲料銷售管理有限公司的監事、自2024年1月起擔任東鵬飲料市場營銷(天津)有限公司的監事，以及自2024年1月起擔任東鵬飲料市場營銷(浙江)有限公司的監事。

盧先生於2025年9月獲得中國中歐國際工商學院高級工商管理碩士(EMBA)學位，1995年畢業於中國湘潭大學化學工程專業。2013年11月，盧先生被北京市人力資源和社會保障局評為中級經濟師。

蔣薇薇女士，[45]歲，本公司執行董事兼副總裁，主要負責本集團的品牌及營銷戰略管理的規劃和執行，產品發展規劃管理工作。蔣女士於2024年2月獲委任為董事，並於2025年4月調任為執行董事。

於2012年1月至2015年6月，蔣女士擔任昌榮傳媒股份有限公司廣州公司副總經理。

蔣女士於2017年9月加入本集團，擔任東鵬有限品牌中心負責人兼副總經理。她自2019年4月起擔任本公司副總裁兼品牌發展中心總經理。

蔣女士於2002年6月畢業於中國安徽大學新聞學專業。

張磊先生，[48]歲，本公司執行董事、董事會秘書兼副總裁，主要負責本集團的資本運作與投融資規劃管理及數字化規劃與建設工作。張先生於2024年2月獲委任為董事，並於2025年4月調任為執行董事。

董事及高級管理人員

加入本集團前，張先生曾於2005年11月至2014年10月，歷任深圳市捷順科技實業股份有限公司（一家於深圳證券交易所上市的公司，股票代碼：002609）的首席信息官及董事會秘書，主要負責企業信息化的規劃和實施、董事會治理相關管理及投資及財務管理。張先生亦為深圳前海大營資本管理有限公司的創始合夥人兼總經理，直至2020年3月離任。2020年3月至2021年12月，張先生擔任深圳前海匯金所資本管理有限公司的創始合夥人兼執行董事。2022年1月至2023年7月，張先生於深圳市怡亞通供應鏈股份有限公司（一家於深圳證券交易所上市的公司，股票代碼：002183）擔任包括董事會秘書在內的多個職位，主要負責董事會治理及資本運作與投資管理。

張先生於2023年12月加入本集團，擔任董事長特別助理。

張先生於2011年12月取得中國四川大學工商管理碩士學位，於2024年12月取得中國武漢大學傳播學博士學位。

林戴吉先生，[39]歲，本公司執行董事（職工代表董事），主要負責本集團日常資金管理與銀行機構融資執行工作和內部審計監督。林戴吉先生自2024年2月起擔任職工代表董事，並於2025年4月調任執行董事。

林戴吉先生於2019年1月加入本集團後，曾在本集團擔任多個職位，包括內審部副經理、資金管理部副經理和經理。

林戴吉先生於2021年1月畢業於中國廣東財經大學會計專業。

董事及高級管理人員

獨立非執行董事

趙亞利女士，[67]歲，獨立非執行董事，主要負責向董事會提供獨立意見和判斷。趙女士於2024年2月獲委任為獨立董事，並於2025年4月調任為獨立非執行董事。

趙女士在飲料行業擁有超過30年的工作及管理經驗。加入本公司前，趙女士曾擔任北京中飲工貿公司的法定代表人。2008年12月至2024年10月，趙女士為北京中飲天元展覽展示有限公司的法定代表人。趙女士於2004年3月至2007年3月為國投中魯果汁股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司，股票代碼：600962）的獨立董事，於2006年9月至2019年1月擔任中國匯源果汁集團有限公司的獨立非執行董事。

趙女士於1982年1月獲中國天津科技大學（前稱天津輕工學院）輕工機械學士學位。

趙女士於2002年11月獲中國輕工國際工程設計院頒授教授級高級工程師資格。自1993年起，她亦曾先後擔任中國飲料工業協會副秘書長、秘書長、副理事長、理事長，現任名譽理事長。趙女士亦曾於2010年1月至2019年6月擔任食品安全國家標準審評委員會委員及目前擔任全國飲料標準化技術委員會主任委員。

董事及高級管理人員

於2021年11月，因中國匯源果汁集團有限公司（「中國匯源」）並未設有充分及有效的內部監控來識別若干關連交易及確保其遵守《上市規則》相關規定，我們的獨立非執行董事趙亞利女士作為中國匯源前獨立非執行董事受到聯交所批評，指其違反《上市規則》第3.08(f)條及對聯交所作出的承諾。作為未來趙女士擔任任何在聯交所上市或擬上市公司董事的前提條件，趙女士須完成24小時的監管、法律及《上市規則》合規培訓，目前趙女士已遵循聯交所規定完成了有關培訓。

游曉女士，[44]歲，獨立非執行董事，主要負責向董事會提供獨立意見和判斷。游女士於2020年10月獲委任為獨立董事，並於2025年4月調任為獨立非執行董事。

加入本公司前，游女士曾於若干律師事務所工作，包括於2007年1月至2013年10月擔任北京市中倫(深圳)律師事務所律師、於2013年11月至2015年7月擔任北京大成(深圳)律師事務所合夥人及於2015年7月至2020年6月擔任上海市錦天城(深圳)律師事務所高級合夥人。游女士亦曾於2020年9月至2023年2月擔任東莞市淨諾環境科技股份有限公司的獨立董事。

游女士自2020年6月起一直是北京市中倫(深圳)律師事務所合夥人，自2023年6月起擔任欣旺達動力科技股份有限公司的獨立董事，自2023年9月起擔任深圳歐陸通電子股份有限公司(一家於深圳證券交易所上市的公司，股票代碼：300870)的獨立董事。

游女士於2003年6月取得中國武漢大學法學學士學位。游女士於2008年取得中華人民共和國司法部頒發的中華人民共和國法律職業資格證書，並於2009年取得廣東省司法廳頒發的律師資格。

董事及高級管理人員

李洪斌先生，[60]歲，獨立非執行董事，主要負責向董事會提供獨立意見和判斷。李先生於2024年2月獲委任為獨立董事，並於2025年4月調任為獨立非執行董事。

李先生自2000年6月起擔任中國中山大學副教授至今。李先生曾於2002年6月至2014年4月擔任廣州東凌糧油股份有限公司(一家於深圳證券交易所上市的公司，股票代碼：000893)的獨立董事，於2018年5月至2024年4月擔任東莞銘普光磁股份有限公司(一家於深圳證券交易所上市的公司，股票代碼：002902)的獨立董事，於2021年4月至2024年11月擔任廣州天維信息技術股份有限公司(一家於新三板掛牌的公司，股票代碼：837919)的獨立董事。李先生亦由2022年4月起一直擔任深圳市盛世智能裝備股份有限公司(一家於新三板掛牌的公司，股票代碼：873564)的獨立董事，並由2022年5月起擔任廣東景興健康護理實業股份有限公司的獨立董事。

李先生於1985年7月取得湖南財經學院會計學學士學位，並於1988年7月取得中國人民大學會計碩士學位。

戴國良先生，[67]歲，獨立非執行董事，主要負責向董事會提供獨立意見和判斷。戴先生於2025年4月獲委任為獨立非執行董事。

戴先生在香港及海外擁有豐富的會計、企業融資及投資經驗。戴先生自1983年起成為香港會計師公會及自1982年起成為新西蘭特許會計師公會會員，目前根據《證券及期貨條例》獲發牌進行第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動。戴先生亦於2017年8月至2023年9月擔任鼎珮證券合夥人，且直至2023年12月戴先生負責鼎珮集團公司受規管活動(涉及證券交易、機構融資和資產管理活動)的整體管理監督職能(OMO)。戴先生曾擔任天達融資亞洲有限公司(「天達融資」)企業融資部主管，並擔任天達融資的董事總經理直至2017年7月。

董事及高級管理人員

戴先生亦擔任多家公司獨立非執行董事，包括由2008年1月至2014年3月擔任宏華集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：0196)獨立非執行董事、由2008年7月至2020年8月擔任六福集團(國際)有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：0590)獨立非執行董事、由2010年9月至2013年4月擔任第一信用金融集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：8215)獨立非執行董事、由2013年5月至2019年5月擔任安徽海螺水泥股份有限公司(一家同時於香港聯交所上市，股份代號：0914，及上海證券交易所上市的公司，股票代碼：600585)獨立非執行董事、由2016年2月至2022年6月擔任佳源國際控股有限公司(清盤中)(一家曾於香港聯交所上市的公司，股份代號：2768)(「佳源」)獨立非執行董事、由2018年8月至2024年10月擔任盛京銀行股份有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：2066)獨立非執行董事，以及於2018年8月至2023年8月擔任亞美能源控股有限公司的獨立非執行董事。戴先生由2017年5月起出任信越控股有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：6038)獨立非執行董事、由2023年1月起出任中國星集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：0326)獨立非執行董事、由2024年7月起出任精英匯集團控股有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：1775)獨立非執行董事。戴先生由2024年1月起一直擔任財華社集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：8317)執行董事及由2020年6月起出任青島有屋智能家居科技股份有限公司(一家於新三板掛牌的公司，股票代碼：874535)獨立董事。

佳源為一家於開曼群島註冊成立的有限公司，其主要業務為物業發展，包括住宅及商業綜合項目。佳源於2023年5月2日由香港特別行政區高等法院頒令清盤。戴先生確認，他並無作出任何導致清盤的不當行為，且就其所知，其並無因清盤收到或即將收到任何實際或潛在申索，而他作為佳源獨立非執行董事履行職責時必須參與佳源事務，且佳源清盤不涉及任何不當行為或失當行為。

戴先生於1982年畢業於新西蘭惠靈頓維多利亞大學，取得商業與管理學士學位。他於2018年1月獲選為中國人民政治協商會議第十二屆山東省委員會委員，且目前仍為第十三屆委員。

董事及高級管理人員

高級管理人員

下表載列有關本公司高級管理人員的資料：

姓名	年齡	職位／職稱	獲委任為 高級管理人員 的日期	加入本集團的日期	角色及職責
執行董事					
林木勤先生	[61]歲	董事長、執行董事 兼總裁	2003年10月	1997年3月	管理董事會運作、本集團發展戰略 規劃、主持董事會工作和業務方 向，以及本集團經營規劃與決策
林木港先生	[55]歲	執行董事兼執行總 裁	2003年10月	2001年3月	本集團營銷戰略規劃、本集團經營 管理和廣東營銷本部的整體管理 工作
張磊先生	[48]歲	執行董事、董事會 秘書、副總裁兼 聯席公司秘書	2024年2月	2023年12月	本集團的資本運作與投融資規劃管 理及數字化規劃與建設工作
盧義富先生	[53]歲	執行董事兼副總裁	2018年9月	2018年9月	本集團的經營管理和全國營銷本部 的整體管理工作

董事及高級管理人員

姓名	年齡	職位／職稱	獲委任為 高級管理人員		角色及職責
			的日期	加入本集團的日期	
蔣薇薇女士	[45]歲	執行董事兼副總裁	2019年4月	2017年9月	本集團的品牌及營銷戰略管理的規劃和執行，產品發展規劃管理工作
彭得新先生	[48]歲	財務總監	2021年10月	2003年2月	本集團財務規劃管理工作並參與運營和投資的主要決策

林木勤先生，[61]歲，本公司董事長、執行董事兼總裁。其履歷詳情請參見上文「—執行董事」。

林木港先生，[55]歲，本公司執行董事兼執行總裁。有關其履歷詳情，請參見本節「—執行董事」。

張磊先生，[48]歲，執行董事、董事會秘書、副總裁及聯席公司秘書。有關其履歷詳情，請參見本節「—執行董事」。

盧義富先生，[53]歲，本公司執行董事兼副總裁。有關其履歷詳情，請參見本節「—執行董事」。

蔣薇薇女士，[45]歲，本公司執行董事兼副總裁。有關其履歷詳情，請參見本節「—執行董事」。

彭得新先生(原名彭及新)，[48]歲，本公司財務總監，主要負責本集團財務規劃管理工作並參與運營和投資的主要決策。

董事及高級管理人員

彭先生於2003年2月加入本集團後，歷任本集團多個職位，包括本公司財務部長及本集團財務副總監。

彭先生於2025年9月獲得中國香港中文大學(深圳)高級工商管理碩士學位(EMBA)，1996年7月畢業於中國華南農業大學。

董事確認

《上市規則》第8.10條

除本文件「與控股股東的關係」一節所披露者外，各董事均確認，截至最後實際可行日期，其並無於直接或間接與本公司業務競爭或可能競爭的業務中擁有任何權益而須根據《上市規則》第8.10條作出披露。

《上市規則》第3.09D條

各董事確認，其(i)已於2025年3月取得《上市規則》第3.09D條所述的法律意見，及(ii)明白其作為上市發行人董事根據《上市規則》所承擔的責任。

《上市規則》第3.13條

各獨立非執行董事已確認(i)就《上市規則》第3.13(1)至(8)條所述各項因素而言，其具獨立性，(ii)截至最後實際可行日期，其過往或現時並無在本公司或其子公司的業務中擁有任何財務或其他權益或與《上市規則》項下的任何本公司核心關連人士有任何關連，及(iii)並無其他因素可能影響其於獲委任時的獨立性。

董事及高級管理人員

一般事項

除上文所披露者外，董事或本公司高級管理人員於緊接本文件日期前三年內概無擔任其證券在香港或海外任何證券市場上市的任何公眾公司的董事。

除上文所披露者外，董事或本公司高級管理人員與任何其他董事或本公司高級管理人員並無任何關聯。

聯席公司秘書

張磊先生，[48]歲，執行董事、董事會秘書、副總裁兼聯席公司秘書。有關其履歷詳情，請參見本節「一 執行董事」。

練少娥女士於2025年4月獲委任為我們的聯席公司秘書，自[編纂]起生效。

練女士為方圓企業服務集團(香港)有限公司(一家專門從事企業服務的專業服務提供商)的經理，於公司秘書及行政管理方面擁有20多年經驗，並一直為香港上市公司及私人公司提供專業的企業服務。

練女士目前擔任多家聯交所主板上市公司的公司秘書或聯席公司秘書。

練女士於2000年6月及2004年6月分別取得香港都會大學工商管理學士學位及企業管治碩士學位。練女士為香港公司治理公會及特許公司治理公會的會員。

董事會專門委員會

董事會將若干職責委託予各委員會。根據有關中國法律法規及《企業管治守則》，本公司已成立四個董事會專門委員會，即審計委員會、薪酬與考核委員會、提名委員會及戰略與可持續發展委員會。

董事及高級管理人員

審計委員會

我們已成立審計委員會，並根據《上市規則》第3.21條及《企業管治守則》第二部分第D.3段制定其書面職權範圍。審計委員會由三名董事組成，即戴國良先生、李洪斌先生和趙亞利女士。戴國良先生持有《上市規則》第3.10(2)及3.21條所規定的適當專業資格，為審計委員會的主任委員。審計委員會的主要職責包括(但不限於)以下各項：

- 監督和評估外部審計師的工作，向董事會建議委任、重新委任、更換和罷免外部審計師，批准外部審計師的薪酬和聘用條款，處理有關外部審計師辭任或解僱有關的問題，並審查和監督外部審計師的獨立性、客觀性和審計過程的有效性；
- 指導和監督內部審計工作及其執行；
- 審閱本公司的財務資料，包括監督年度報告和賬目、半年度報告和季度報告的完整性，並審閱重大財務報告判斷；
- 監督財務匯報系統、風險管理和內部控制系統，並評估內部控制的有效性；
- 協調內部審計部門與外部審計機構的溝通；及
- 處理有關法律、法規、規則、規範性文件、章程、職權範圍、本公司股份上市地的上市規則所涉及或董事會授權的其他事項。

董事及高級管理人員

薪酬與考核委員會

我們已成立薪酬與考核委員會，並根據《上市規則》第3.25條及《企業管治守則》第二部分第E.1段制定其書面職權範圍。薪酬與考核委員會由三名董事組成，即林木勤先生、游曉女士和李洪斌先生。游曉女士為薪酬與考核委員會的主任委員。薪酬與考核委員會的主要職責包括(但不限於)以下各項：

- 參考董事及高級管理人員付出的時間及職責、重要程度及其他相關企業或可資比較公司所支付的薪酬水平及本集團內其他職位的聘用條件，制定董事及高級管理人員的薪酬計劃或待遇；
- 評估全體董事及本公司高級管理人員的薪酬政策及制度，並建立規範、透明的程序來制定薪酬政策並向董事會提出建議；監督本公司董事及高級管理人員履行職責的情況並評估其年度績效；
- 獲授權負責釐定個別執行董事和高級管理人員的薪酬待遇或就個別執行董事和高級管理人員的薪酬待遇向董事會提出建議，而有關薪酬包括實物福利、退休金權利和補償金(包括因喪失或終止職務或委任而應付的任何補償金)；
- 監督本公司薪酬計劃的執行；
- 根據《上市規則》第十七章審閱及／或批准有關股份計劃的事宜；及
- 處理有關法律、法規、規則、規範性文件、章程、職權範圍、本公司股份上市地的上市規則所涉及或董事會授權的其他事項。

董事及高級管理人員

提名委員會

我們已成立提名委員會，並根據《上市規則》第3.27A條及《企業管治守則》第二部分第B.3段制定其書面職權範圍。提名委員會由三名董事組成，即林木勤先生、趙亞利女士和游曉女士。游曉女士為提名委員會的主任委員。提名委員會的主要職責包括(但不限於)以下各項：

- 至少每年審閱一次董事會的架構、規模及組成(包括技能、知識及經驗)，並就為配合本公司企業戰略而擬對董事會作出的變動提出建議；
- 研究及制定董事會成員和高級管理人員的選擇標準和程序，並向董事會提出建議；
- 廣泛搜尋並向董事會提供適合的董事和其他高級管理人員候選人，並就董事和高級管理人員的提名人選向董事會提出建議；
- 審查董事會候選人和高級管理人員候選人並向董事會提出建議；
- 在物色和提名個人成為獨立非執行董事時，評估獨立非執行董事的獨立性，向董事會說明，若有關個人將擔任第七家(或更多家)上市公司董事職務，其是否仍可投入足夠時間履行董事會責任及其原因；及
- 處理有關法律、法規、規則、規範性文件、章程、職權範圍、本公司股份上市地的上市規則所涉及或董事會授權的其他事項。

董事及高級管理人員

戰略與可持續發展委員會

我們已成立戰略與可持續發展委員會，並根據《企業管治守則》制定其書面職權範圍。戰略與可持續發展委員會由五名董事組成，即林木勤先生、林木港先生、盧義富先生、蔣薇薇女士和趙亞利女士。林木勤先生為戰略與可持續發展委員會的主任委員。戰略與可持續發展委員會的主要職責包括(但不限於)以下各項：

- 對本公司的長期發展規劃、經營目標、發展方針進行研究並提出建議；
- 對本公司的經營戰略(包括但不限於產品戰略、市場戰略、營銷戰略、研發戰略、人才戰略)進行研究並提出建議；
- 對本公司重大戰略性投資、融資方案進行研究並提出建議；
- 對本公司重大資本運作、資產經營項目進行研究並提出建議；
- 對其他影響本公司發展的重大事項進行研究並提出建議；
- 對本公司的可持續發展(ESG)戰略規劃、預期目標、政策方針進行研究並提出建議，其中ESG戰略包括但不限於環境戰略、社會戰略、治理戰略等；
- 對年度《ESG報告》以及其他可持續發展或ESG相關披露信息進行審閱並提出建議；
- 對以上事項的實施進行跟蹤檢查；及
- 處理有關法律、法規、規則、規範性文件、章程、職權範圍、本公司股份上市地的上市規則所涉及或董事會授權的其他事項。

董事及高級管理人員

董事薪酬

我們董事所收取的薪酬形式為費用、薪金、津貼、酌情花紅、股份酬金、退休福利計劃供款及其他實物福利。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度及截至2025年6月30日止六個月，計入損益的董事酬金總額分別約為人民幣13.2百萬元、人民幣23.4百萬元、人民幣36.8百萬元及人民幣16.3百萬元。

根據現行安排，我們估計，截至2025年12月31日止年度，董事的應得的稅前報酬總額約為人民幣16.7百萬元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度及截至2025年6月30日止六個月，五名最高薪人士中分別有三名、兩名、五名及四名董事。截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度及截至2025年6月30日止六個月，五名最高薪人士中除董事以外的其餘人士的酬金總額分別約為人民幣7.7百萬元、人民幣17.9百萬元、零及人民幣3.2百萬元。

於業績記錄期，我們的董事或五名最高薪酬人士並無獲本公司支付或應收任何薪酬作為加入本公司或加入本公司時的獎勵或作為失去本公司任何子公司的管理職位的補償。

於業績記錄期，我們的董事概無放棄任何薪酬。除上文所披露者外，本公司或任何子公司於業績記錄期並無向董事或五名最高薪酬人士支付或應付任何其他款項。

《企業管治守則》

本公司致力達到高水平的企業管治，以維護股東利益。為達此目的，本公司擬於[編纂]後遵守《企業管治守則》及《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》。除偏離《企業管治守則》第2部分第C.2.1條外，本公司的企業管治常規一直符合《企業管治守則》。

董事及高級管理人員

《企業管治守則》第2部分第C.2.1條訂明，董事長與總裁的角色應分開，不得由同一人擔任。林木勤先生為本公司董事長兼總裁。由於林木勤先生自2003年起一直經營及管理本公司，鑒於他在本集團內的領導地位及熟悉本集團的運作，董事會認為，林木勤先生於[編纂]後身兼二職能有效管理本集團及發展本集團業務，符合本集團的最佳利益，林木勤先生將繼續為本集團提供強大及一以貫之的領導。此安排確保本集團的整體戰略規劃更加有效及高效，因為此結構使本公司能夠高效作出及執行決策。此外，本公司已透過在董事會設四名獨立非執行董事設立適當的制衡機制。我們的獨立非執行董事能夠在品格和判斷方面保持獨立性，並能夠在不受不當限制的情況下發表觀點。此外，董事會還包括五名執行董事，即林木港先生、盧義富先生、蔣薇薇女士、張磊先生及林戴吉先生，他們熟悉本公司日常業務。本公司作出任何重大決策前會諮詢董事會。因此，董事會認為，鑒於權力不會過度集中在一人身上而可能損害少數股東利益，現有安排的權力平衡不會受到損害。因此，董事會認為，在此情況下，偏離《企業管治守則》第2部分第C.2.1條是適宜的安排。

董事會多元化政策

為提升董事會的效能、維持高水平的企業管治，以及達成本公司可持續均衡發展目標，我們已採納董事會多元化政策，其中載列實現和維持董事會多元化的目標與方針。根據董事會多元化政策，我們在篩選董事會候選人時會考慮多項因素，以實現董事會多元化，包括但不限於性別、技能、年齡、專業經驗、知識、文化背景和服務年期。委任的最終決策將基於選定候選人的優點及他們將為董事會帶來的貢獻。

我們的董事擁有均衡的知識和技能組合，包括整體管理和戰略發展、食品飲料、法律和會計。我們有四名具有不同行業背景的獨立非執行董事，佔董事會成員的三分之一以上。本公司已評估董事會的結構、規模及組成，並認為董事會架構合理，董事在各方面及領域的經驗及技能可使本公司維持高水平運營。

董事及高級管理人員

此外，我們尤其認同性別多元化的重要性。董事會目前由三名女性董事和七名男性董事組成。我們已採取並將繼續採取措施，促進本公司各層級的性別多元化，包括但不限於董事會和高級管理層。展望未來，我們將繼續努力在篩選和推薦董事會合適人選時提高董事會的性別多元化，至少納入一名女性董事，確保女性管理人員獲得平等的發展和表現機會，最終有能力晉升為董事會成員。本公司亦計劃促進中高層僱員的性別多元化，確保本公司在各層級保持均衡的性別比例。考慮到我們的現有業務模式和具體需要以及董事的不同背景，董事會的組成符合董事會多元化政策。

我們的提名委員會負責確保董事會成員多元化。**[編纂]**後，我們的提名委員會將不時審查董事會多元化政策，確保其持續有效，並會尤其努力物色及推薦合適的女性候選人供董事會日後考慮，而我們將每年於企業管治報告內披露董事會多元化政策的落實情況。

合規顧問

我們已根據《上市規則》第3A.19條及第3A.23條委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問（「**合規顧問**」）。合規顧問將向我們提供遵守《上市規則》及其他適用法律、規則、守則及指引的指導及建議。根據《上市規則》第3A.23條，合規顧問將在若干情況下向本公司提供建議，包括：

- (a) 刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；
- (b) 擬進行交易（可能是須予公佈的交易或關連交易），包括發行股份及回購股份；
- (c) 我們擬動用**[編纂][編纂]**的方式與本文件所詳述者不同，或我們的業務活動、發展或業績與本文件所載任何預測、估計或其他資料不符；及
- (d) 香港聯交所依據《上市規則》第13.10條就本公司**[編纂]**證券價格或成交量的異常變動或任何其他事項向本公司提出疑問。

董事及高級管理人員

根據《上市規則》第3A.24條，合規顧問將及時向本公司通報香港聯交所公佈的《上市規則》的任何修訂或補充。合規顧問亦將向本公司通報任何適用於我們的新訂或經修訂香港法例、規例或守則，並就《上市規則》及適用法律法規的持續規定向我們提供意見。

任期將自[編纂]開始，並預期於本公司就我們於[編纂]後開始的首個完整財政年度的財務業績遵守《上市規則》第13.46條之日結束。

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，並假設[編纂]未獲行使，下列人士將於股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向我們及聯交所披露的權益及／或淡倉（如適用），或將直接或間接擁有附帶權利可於一切情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值5%或以上的權益：

股東姓名/ 名稱	權益性質	股份說明	截至最後實際可行日期		緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使)		
			股份數目 ⁽¹⁾	概約百分比 ⁽²⁾	股份數目 ⁽¹⁾	概約百分比 ⁽³⁾	概約百分比 ⁽³⁾
林木勤先生 ⁽⁴⁾	實益擁有人	A股	258,657,634	49.74%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	受控法團權益	A股	2,171,145	0.42%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
林木港先生	實益擁有人	A股	27,151,626	5.22%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
林戴欽先生	實益擁有人	A股	27,151,626	5.22%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
鯤鵬投資	實益擁有人	A股	26,319,204	5.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
莊建恩先生 ⁽⁵⁾	受控法團權益	A股	26,319,204	5.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
林煜鵬先生 ⁽⁵⁾	受控法團權益	A股	26,319,204	5.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]

註：

1. 所有列明的權益均為股份好倉。
2. 按截至最後實際可行日期已發行A股總數520,013,000股計算。
3. 假設[編纂]未獲行使，考慮到根據[編纂]將予發行[編纂]股H股，按緊隨[編纂]完成後已發行A股總數520,013,000股及已[編纂]H股總數[編纂]股計算。

主要股東

4. 截至最後實際可行日期，林木勤先生(i)作為東鵬遠道有限合夥人直接擁有約99.9984%的合夥人權益，而東鵬遠道則實益擁有2,080,034股A股；(ii)作為東鵬致遠有限合夥人直接擁有約99.8901%的合夥人權益，而東鵬致遠則實益擁有65,082股A股；(iii)作為東鵬致誠有限合夥人直接擁有約99.8742%的合夥人權益，而東鵬致誠則實益擁有26,029股A股。根據《證券及期貨條例》，林木勤先生被視為於東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠所持股份中擁有權益。
5. 截至最後實際可行日期，莊建恩先生為鯤鵬投資的普通合夥人，林煜鵬先生作為鯤鵬投資有限合夥人擁有約54.05%的合夥人權益，而鯤鵬投資則實益擁有26,319,204股A股。因此，根據《證券及期貨條例》，莊建恩先生及林煜鵬先生被視為於鯤鵬投資所持股份中擁有權益。

除上文及「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事、高級管理層及主要股東的其他資料」一節所披露者外，就董事所知，概無任何人士將於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，於本公司股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的任何權益及／或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可於一切情況下在本公司或本集團任何其他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。

股 本

本節呈列有關[編纂]完成前後我們股本的若干資料。

[編纂]完成前

截至最後實際可行日期，本公司已發行股本為人民幣520,013,000元，由520,013,000股每股面值人民幣1.00元的A股組成。

[編纂]完成後

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，本公司已發行股本將如下：

股份說明	股份數目	佔本公司股本 總數的概約百分比
已發行A股	520,013,000	[編纂]
根據[編纂]將予[編纂]的H股	[編纂]	[編纂]
合計	<u>[編纂]</u>	<u>100.00%</u>

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]獲全面行使，本公司已發行股本將如下：

股份說明	股份數目	佔本公司股本 總數的概約百分比
已發行A股	520,013,000	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
合計	<u>[編纂]</u>	<u>100.00%</u>

股 本

我們的股份

[編纂]完成後，股份將包括A股和H股。A股及H股均為本公司股本中的普通股。然而，除若干中國合資格境內機構投資者、滬港通或深港通下的合資格中國投資者及根據相關中國法律及法規或獲任何主管部門批准有權持有我們H股的其他人士外，中國投資者通常不得認購或買賣H股。

滬港通建立了中國內地與香港之間的股票互聯互通機制。我們的A股可由中國投資者、合資格境外機構投資者或合資格境外戰略投資者認購及買賣，且須以人民幣買賣。由於我們的A股為合資格滬股通證券，因此香港及其他境外投資者也可根據滬港通的規則及限制認購及買賣。如果我們的H股為合資格港股通證券，中國投資者也可根據滬港通或深港通的規則及限制認購及買賣。

A股及H股將在所有方面享有同等地位，特別是於本文件日期後宣派、派付或作出的所有股息或分派將享有同等地位。我們將以港元派付H股的所有股息，而我們以人民幣派付A股的所有股息。除現金外，股息也可以股份形式分派。我們的H股持有人將以H股形式收取股息，而我們的A股持有人將以A股形式收取股息。

我們的A股無法轉換為H股以在香港聯交所[編纂]

A股及H股一般不可互換或替代，且我們A股及H股的市價可能於[編纂]後有所不同。中國證監會公佈的《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》不適用於在中國及香港聯交所雙重上市的公司。截至最後實際可行日期，中國證監會概無相關規則或指引規定A股持有人可將其持有的A股轉換為H股以在香港聯交所[編纂]。

股 本

A股持有人對[編纂]的批准

我們已取得A股持有人的批准，可發行H股及尋求H股於香港聯交所[編纂]。本公司已在於2025年4月2日舉行的股東大會上取得有關批准，且受以下條件規限：

(i) [編纂]規模

行使[編纂]前將[編纂]的H股數目不得超過[編纂]完成後本公司經擴大股本的[編纂]%及授予[編纂]的[編纂]不得超過上述將[編纂]H股數目的[編纂]%。

(ii) [編纂]方式

[編纂]方式須為在香港進行[編纂]以供[編纂]及向機構及專業[編纂]進行[編纂]。

(iii) 目標[編纂]

H股須向香港公眾[編纂]、其他符合相關要求的境外[編纂]、根據中國法律及法規合資格[編纂]境外證券的合資格境內[編纂]及符合相關監管規定的其他[編纂][編纂]。

(iv) [編纂]基準

H股[編纂]價將在充分考慮現有股東利益、[編纂]接納程度及[編纂]風險後按照國際慣例(通過[編纂]及[編纂])，並根據境內外資本市場情況經參考可資比較公司於境內外市場的估值水平釐定。

股 本

(v) 有效期

H股[編纂]及H股於香港聯交所[編纂]須於2025年4月2日股東大會舉行日期起計24個月內完成。

除[編纂]外，並無任何其他股份的其他獲批准[編纂]計劃。

股東大會

須召開股東大會的詳細情況參見本文件「附錄三—《公司章程》概要」。

[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]

[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]

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]

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-92]頁)，以供載入本文件內。



致東鵬飲料(集團)股份有限公司列位董事、華泰金融控股(香港)有限公司、摩根士丹利亞洲有限公司及UBS Securities Hong Kong Limited有關歷史財務資料的會計師報告

緒言

我們呈報第[I-4]至[I-92]頁所載的東鵬飲料(集團)股份有限公司(「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2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的合併財務狀況表、貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的財務狀況表，以及 貴集團截至2024年12月31日止三個年度各年及截至2025年6月30日止六個月(「業績記錄期」)的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表，以及主要會計政策資料及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第[I-4]至[I-92]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[編纂]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3所載編製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)。

附錄一

會計師報告

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3所載編製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2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的財務狀況，以及根據歷史財務資料附註3所載編製基準編製的貴集團於業績記錄期的財務表現及現金流量。

審閱追加期間比較財務資料

我們已審閱貴集團追加期間的比較財務資料，包括貴集團截至2024年6月30日止六個月的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表及其他說明資料（「追加期間比較財務資料」）。貴公司董事負責按照歷史財務資料附註3的編製基準編製追加期間比較財務資料。我們的責任是基於審閱對追加期間比較財務資料作出結論。我們根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執

附錄一

會計師報告

行中期財務資料審閱」進行審閱工作，包括主要向負責財務及會計工作的人員查詢，並且進行分析及其他審閱程序。與根據香港審計準則進行的審核比較，審閱的範圍明顯較小，不足以讓我們保證可以發現在審核中可能發現的所有重大事宜。因此，我們不發表審核意見。基於我們的審閱，我們並無發現任何情況，讓我們認為編製會計師報告時，追加期間比較財務資料在任何重大方面未有按照歷史財務資料附註3所載的編製基準編製。

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-4]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13，當中載有有關 貴公司於業績記錄期宣派及派付股息的資料。

[德勤•關黃陳方會計師行]

執業會計師

香港

[編纂]

附錄一

會計師報告

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 貴集團於業績記錄期的合併財務報表乃根據與國際會計準則理事會（「**國際會計準則理事會**」）頒佈的《國際財務報告會計準則》一致的會計政策編製，且我們已根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的《國際審計準則》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）。

附錄一

會計師報告

合併損益及其他全面收益表

		截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	附註	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
		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
					(未經審計)	
收入.....	5	8,500,023	11,257,135	15,830,336	7,869,469	10,732,412
營業成本		(4,968,070)	(6,496,363)	(8,847,018)	(4,416,081)	(5,968,123)
毛利.....		3,531,953	4,760,772	6,983,318	3,453,388	4,764,289
其他收益	6	107,802	239,352	383,832	179,734	174,500
其他利得及損失.....	7	32,288	76,507	72,969	34,925	117,966
預期信用損失模型下的減值損失 (扣除撥回).....		(358)	(1,692)	(958)	(1,620)	(1,928)
經銷及銷售費用.....		(1,449,276)	(1,955,671)	(2,681,080)	(1,225,004)	(1,681,519)
管理費用		(289,962)	(405,521)	(485,221)	(227,567)	(286,598)
研發費用		(43,755)	(54,391)	(62,671)	(29,620)	(32,927)
財務費用	8	(52,682)	(80,086)	(102,876)	(42,294)	(50,130)
[編纂]		—	—	—	—	[編纂]
除稅前利潤		1,836,010	2,579,270	4,107,313	2,141,942	3,001,570
所得稅費用	9	(395,489)	(539,498)	(780,883)	(411,350)	(627,055)
年／期內利潤	10	1,440,521	2,039,772	3,326,430	1,730,592	2,374,515
其他綜合(開支)收益						
其後可能重新分類至損益的項目：						
國外業務折算產生的匯兌差額		(14,340)	19,405	37,387	10,553	(26,938)
年／期內綜合收益總額		1,426,181	2,059,177	3,363,817	1,741,145	2,347,577
歸屬於以下人士的年／期內利潤(損失)：						
母公司所有者.....		1,440,521	2,039,772	3,326,710	1,730,592	2,374,751
非控股權益.....		—	—	(280)	—	(236)
年／期內利潤		1,440,521	2,039,772	3,326,430	1,730,592	2,374,515
歸屬於以下人士的年／期內綜合收益(開 支)總額：						
母公司所有者.....		1,426,181	2,059,177	3,364,097	1,741,145	2,347,813
非控股權益		—	—	(280)	—	(236)
年／期內綜合收益總額		1,426,181	2,059,177	3,363,817	1,741,145	2,347,577
每股盈利	14					
基本.....		人民幣2.7702元	人民幣3.9225元	人民幣6.3974元	人民幣3.3280元	人民幣4.5667元

附錄一

會計師報告

合併財務狀況表

	附註	截至12月31日			截至6月30日
		2022年	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	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	2,789,651	3,333,818	4,279,051	5,335,793
使用權資產.....	16	440,198	575,909	821,044	1,468,511
無形資產.....	17	8,128	7,106	11,911	9,780
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產.....	21	616,704	342,612	377,153	666,431
定期存款.....	23	382,979	1,220,078	3,671,602	2,260,099
遞延稅項資產.....	19	321,459	359,185	459,839	647,816
長期資產的預付款.....		64,647	102,780	350,072	247,434
		4,623,766	5,941,488	9,970,672	10,635,864
流動資產					
存貨.....	20	394,220	568,601	1,068,084	678,321
應收賬款及其他應收款.....	22	292,935	483,090	713,696	750,914
應收關聯方款項.....	31	—	883	1	596
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產.....	21	3,642,240	1,547,980	4,897,206	3,912,748
定期存款.....	23	1,355,705	2,976,495	2,689,451	4,869,319
受限制銀行存款.....	23	122,520	316,440	9,025	7,495
現金及現金等價物.....	23	1,438,572	2,875,073	3,328,162	2,060,143
		7,246,192	8,768,562	12,705,625	12,279,536
流動負債					
應付賬款及其他應付款.....	25	1,641,258	2,219,861	3,242,377	3,320,109
合同負債.....	27	1,627,168	2,607,221	4,760,551	3,667,088
應付關聯方款項.....	31	1,584	19,920	6,946	7,844
應交所得稅.....		214,760	170,873	270,790	565,298
借款.....	26	3,207,429	3,015,888	6,551,337	6,128,398
租賃負債.....	28	13,501	13,578	13,041	14,758
		6,705,700	8,047,341	14,845,042	13,703,495
流動資產(負債)淨額		540,492	721,221	(2,139,417)	(1,423,959)
資產總額減流動負債		5,164,258	6,662,709	7,831,255	9,211,905
資本及儲備					
股本.....	29	400,010	400,010	520,013	520,013
儲備.....		4,664,590	5,923,747	7,167,791	8,215,571
歸屬於母公司所有者權益.....		5,064,600	6,323,757	7,687,804	8,735,584
非控股權益.....		—	—	3,777	3,541
總權益		5,064,600	6,323,757	7,691,581	8,739,125
非流動負債					
遞延稅項負債.....	19	749	3,605	3,269	719
借款.....	26	—	220,000	—	—
租賃負債.....	28	85,245	95,386	85,454	415,160
遞延收益.....	24	13,664	19,961	50,951	56,901
		99,658	338,952	139,674	472,780
		5,164,258	6,662,709	7,831,255	9,211,905

附錄一

會計師報告

貴公司的財務狀況表

		截至12月31日			截至6月30日
	附註	2022年	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	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	87,946	132,186	173,597	201,293
使用權資產	16	118,723	127,665	116,968	110,320
無形資產	17	7,941	6,605	11,561	9,505
對子公司的投資	18	3,709,135	4,059,933	4,447,783	5,039,107
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	21	616,704	342,612	377,153	314,386
定期存款	23	341,991	1,177,670	1,503,423	776,130
遞延稅項資產	19	231,685	212,081	182,501	225,214
物業、廠房及設備的預付款		28,526	7,275	21,579	2,135
		<u>5,142,651</u>	<u>6,066,027</u>	<u>6,834,565</u>	<u>6,678,090</u>
流動資產					
存貨	20	21,366	14,570	25,035	26,792
應收賬款及其他應收款	22	72,430	115,467	204,021	186,922
應收關聯方款項	31	—	883	1	479
應收子公司款項	31	656,151	4,632,716	3,146,434	3,829,558
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	21	3,642,240	964,810	1,642,775	890,712
定期存款	23	1,060,251	110,316	183,792	757,700
受限制銀行存款	23	112,346	305,802	1	7
現金及現金等價物	23	768,853	1,212,885	1,494,676	608,134
		<u>6,333,637</u>	<u>7,357,449</u>	<u>6,696,735</u>	<u>6,300,304</u>
流動負債					
應付賬款及其他應付款	25	3,448,802	2,809,981	1,340,215	1,478,116
合同負債	27	1,214,193	1,304,550	1,312,412	1,054,667
應付關聯方款項	31	1,584	19,920	6,946	7,844
應付子公司款項	31	1,834,415	3,222,121	3,683,682	4,887,471
應交所得稅		104,333	44,370	—	95,765
借款	26	150,040	278,950	651,242	—
租賃負債	28	10,080	9,878	8,075	4,458
		<u>6,763,447</u>	<u>7,689,770</u>	<u>7,002,572</u>	<u>7,528,321</u>
流動負債淨額		(429,810)	(332,321)	(305,837)	(1,228,017)
資產總額減流動負債		4,712,841	5,733,706	6,528,728	5,450,073
資本及儲備					
股本	29	400,010	400,010	520,013	520,013
儲備	30	4,268,885	5,275,954	5,957,066	4,878,626
總權益		<u>4,668,895</u>	<u>5,675,964</u>	<u>6,477,079</u>	<u>5,398,639</u>
非流動負債					
租賃負債	28	43,946	57,742	51,649	51,434
		<u>4,712,841</u>	<u>5,733,706</u>	<u>6,528,728</u>	<u>5,450,073</u>

附錄一

會計師報告

合併權益變動表

	歸屬於母公司所有者						非控股 權益	合計
	股本	股份溢價	折算儲備	法定盈餘 公積金	未分配 利潤	小計		
	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	人民幣千元
				(附註b)				
於2022年1月1日	400,010	2,080,396	—	200,005	1,558,023	4,238,434	—	4,238,434
年內利潤	—	—	—	—	1,440,521	1,440,521	—	1,440,521
年內其他綜合開支	—	—	(14,340)	—	—	(14,340)	—	(14,340)
年內綜合(開支)收益總額	—	—	(14,340)	—	1,440,521	1,426,181	—	1,426,181
確認為分派的股息(附註13)	—	—	—	—	(600,015)	(600,015)	—	(600,015)
於2022年12月31日	400,010	2,080,396	(14,340)	200,005	2,398,529	5,064,600	—	5,064,600
年內利潤	—	—	—	—	2,039,772	2,039,772	—	2,039,772
年內其他綜合收益	—	—	19,405	—	—	19,405	—	19,405
年內綜合收益總額	—	—	19,405	—	2,039,772	2,059,177	—	2,059,177
確認為分派的股息(附註13)	—	—	—	—	(800,020)	(800,020)	—	(800,020)
於2023年12月31日	400,010	2,080,396	5,065	200,005	3,638,281	6,323,757	—	6,323,757
年內利潤(損失)	—	—	—	—	3,326,710	3,326,710	(280)	3,326,430
年內其他綜合收益	—	—	37,387	—	—	37,387	—	37,387
年內綜合收益(開支)總額	—	—	37,387	—	3,326,710	3,364,097	(280)	3,363,817
以股份溢價發行紅股(附註a)	120,003	(120,003)	—	—	—	—	—	—
確認為分派的股息(附註13)	—	—	—	—	(2,000,050)	(2,000,050)	—	(2,000,050)
非控股權益注資	—	—	—	—	—	—	4,057	4,057
從利潤提取法定盈餘公積金	—	—	—	60,002	(60,002)	—	—	—
於2024年12月31日	<u>520,013</u>	<u>1,960,393</u>	<u>42,452</u>	<u>260,007</u>	<u>4,904,939</u>	<u>7,687,804</u>	<u>3,777</u>	<u>7,691,581</u>

附錄一

會計師報告

	歸屬於母公司所有者							
	股本	股份溢價	折算儲備	法定盈餘 公積金	未分配 利潤	小計	非控股 權益	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	人民幣千元
				(附註b)				
於2025年1月1日	520,013	1,960,393	42,452	260,007	4,904,939	7,687,804	3,777	7,691,581
期內利潤(損失)	—	—	—	—	2,374,751	2,374,751	(236)	2,374,515
期內其他綜合開支	—	—	(26,938)	—	—	(26,938)	—	(26,938)
期內綜合(開支)收益總額	—	—	(26,938)	—	2,374,751	2,347,813	(236)	2,347,577
確認為分派的股息(附註13)	—	—	—	—	(1,300,033)	(1,300,033)	—	(1,300,033)
於2025年6月30日	<u>520,013</u>	<u>1,960,393</u>	<u>15,514</u>	<u>260,007</u>	<u>5,979,657</u>	<u>8,735,584</u>	<u>3,541</u>	<u>8,739,125</u>
(未經審計)								
於2024年1月1日	400,010	2,080,396	5,065	200,005	3,638,281	6,323,757	—	6,323,757
期內利潤	—	—	—	—	1,730,592	1,730,592	—	1,730,592
期內其他綜合收益	—	—	10,553	—	—	10,553	—	10,553
期內綜合收益總額	—	—	10,553	—	1,730,592	1,741,145	—	1,741,145
確認為分派的股息(附註13)	—	—	—	—	(1,000,025)	(1,000,025)	—	(1,000,025)
於2024年6月30日	<u>400,010</u>	<u>2,080,396</u>	<u>15,618</u>	<u>200,005</u>	<u>4,368,848</u>	<u>7,064,877</u>	<u>—</u>	<u>7,064,877</u>

註：

- (a) 根據 貴公司於2024年9月18日的股東大會決議案， 貴公司獲准向全體登記股東按每10股普通股轉增3股的基準以股份溢價發行紅股，總額為人民幣120,003,000元。於2024年10月9日發行完成後， 貴公司發行在外普通股總數增至520,013,000股(詳細情況參見附註29)。
- (b) 法定盈餘公積金指根據相關中華人民共和國(「中國」)法律，自於中國成立的 貴公司的年內淨利潤轉撥的金額，直至法定盈餘公積金達到註冊資本的50%為止。除用於抵銷累計損失或增加資本外，法定盈餘公積金不得減少。於2022年、2023年及2024年12月31日，計入未分配利潤的中國子公司法定盈餘公積金分別為人民幣275,899,000元、人民幣373,830,000元及人民幣487,208,000元。

附錄一

會計師報告

合併現金流量表

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
經營活動					
除稅前利潤	1,836,010	2,579,270	4,107,313	2,141,942	3,001,570
就以下各項的調整：					
利息收入	(49,066)	(166,944)	(317,449)	(155,610)	(130,040)
財務費用	52,682	80,086	102,876	42,294	50,130
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產之股息	—	—	(5,363)	(5,363)	—
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產之公允 價值變動收益	(53,561)	(123,498)	(65,809)	(26,517)	(101,582)
預期信用損失模型下的減值損 失(扣除撥回)	358	1,692	958	1,620	1,928
物業、廠房及設備折舊	31,504	45,204	55,485	31,036	35,909
使用權資產折舊	17,316	17,606	19,759	7,438	15,559
無形資產攤銷	2,470	1,819	1,685	816	2,136
處置物業、廠房及設備損失 ..	2,837	415	907	793	505
處置使用權資產的收益	—	—	(91)	(91)	—
政府補助攤銷	(2,218)	(2,457)	(3,786)	(1,673)	(3,204)
匯兌損益淨額	783	40,866	(44,716)	(16,388)	(21,583)
處置子公司的收益	—	(2,980)	—	—	—
營運資金變動前的經營					
現金流量	1,839,115	2,471,079	3,851,769	2,020,297	2,851,328
存貨減少(增加)	133,844	29,183	(217,465)	242,683	567,946
應收賬款及其他應收款(增加) 減少	(89,895)	(204,945)	(215,961)	48,228	(17,551)
合同負債增加(減少)	385,798	980,053	2,153,330	(106,100)	(1,093,463)
應付賬款及其他應付款 增加(減少)	168,650	544,762	940,163	342,939	(54,144)
應收關聯方款項(增加)減少 ..	—	(883)	882	882	(595)
應付關聯方款項增加(減少) ..	399	18,336	(12,974)	(19,920)	898
經營產生的現金	2,437,911	3,837,585	6,499,744	2,529,009	2,254,419
已付所得稅	(427,718)	(615,570)	(792,632)	(319,433)	(519,708)
已收利息	15,913	59,255	82,296	57,717	5,751
經營活動產生的現金淨額	2,026,106	3,281,270	5,789,408	2,267,293	1,740,462

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
附註	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
投資活動					
已收利息	4,337	65,276	123,637	75,810	66,514
已收以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之投資收益	—	—	5,363	5,363	—
處置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	3,608,287	7,418,646	7,593,887	2,513,646	9,118,088
處置物業、廠房及設備所得款項.....	1,793	1,993	3,206	2,779	221
購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產..	(4,650,000)	(4,921,911)	(10,903,774)	(2,061,768)	(8,325,119)
購買物業、廠房及設備	(739,557)	(776,708)	(1,312,359)	(441,038)	(1,003,520)
購買無形資產	(9,622)	(2,131)	(12,130)	(1,502)	(5)
使用權資產的預付款	(40,596)	(137,453)	(364,993)	(2,314)	(8,478)
收購子公司的現金流出淨額.. 33	(4,650)	(5,430)	—	—	(355,967)
處置子公司的現金流入淨額.. 34	—	13,022	—	—	—
存放受限制銀行存款	(2,000)	(327)	—	—	—
提取受限制銀行存款	2,800	—	2,327	—	—
存放定期存款	(1,556,561)	(4,250,717)	(8,652,189)	(5,628,207)	(2,302,059)
提取定期存款	50,000	1,837,433	6,641,534	2,949,715	1,584,554
投資活動使用的現金淨額....	(3,335,769)	(758,307)	(6,875,491)	(2,587,516)	(1,225,771)

附錄一

會計師報告

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
籌資活動					
新增借款	3,516,331	5,730,197	9,353,534	5,350,560	4,077,160
償還借款	(949,325)	(5,724,104)	(6,011,397)	(2,563,781)	(4,508,491)
償還租賃負債	(11,020)	(12,800)	(14,932)	(6,759)	(2,341)
購買受限制銀行存款	(112,346)	(305,802)	—	—	—
提取受限制銀行存款	—	112,346	305,802	138,491	—
一家子公司的非控股權益注資	—	—	4,057	—	—
已付利息	(79,402)	(57,722)	(129,564)	(74,229)	(41,738)
已付[編纂]成本	—	—	—	—	(12,621)
已付股息	(600,015)	(800,020)	(2,000,050)	(1,000,025)	(1,300,033)
籌資活動產生(使用)的現金					
淨額	1,764,223	(1,057,905)	1,507,450	1,844,257	(1,788,064)
現金及現金等價物淨增加					
(減少)額	454,560	1,465,058	421,367	1,524,034	(1,273,373)
年／期初現金及現金等價物 ..	999,135	1,438,572	2,875,073	2,875,073	3,328,162
外匯匯率變動的影響	(15,123)	(28,557)	31,722	16,389	5,354
年／期末現金及現金等價物 ..	1,438,572	2,875,073	3,328,162	4,415,496	2,060,143

附錄一

會計師報告

歷史財務資料附註

1. 一般資料

東鵬飲料(集團)股份有限公司(「貴公司」)於1994年6月在中國廣東省深圳市註冊成立。其最終控股股東為林木勤先生，林木勤先生也是 貴公司的董事長兼執行董事。 貴公司股份於2021年5月27日在上海證券交易所上市。 貴公司的註冊辦事處及主要營業地點的各自地址載於本文件「公司資料」一節。

貴集團主要在中國從事飲料生產及經銷業務。 貴集團自2023年起將產品出口至海外市場，主要包括東南亞部分國家(即越南及馬來西亞)。

歷史財務資料以人民幣呈列，而人民幣亦為 貴公司的功能貨幣。

2. 應用《國際財務報告會計準則》

為編製業績記錄期的歷史財務資料， 貴集團已於整個業績記錄期貫徹應用國際會計準則理事會頒佈的《國際財務報告會計準則》，該準則於自2025年1月1日開始的 貴集團財政年度內生效。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂《國際財務報告會計準則》

截至本報告日期， 貴集團並無提早應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂《國際財務報告會計準則》：

《國際財務報告準則》第9號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	對金融工具分類及計量的修訂 ²
《國際財務報告準則》第9號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	依賴自然能源生產電力的合同 ²
《國際財務報告準則》第10號及《國際會計準則》第28號(修訂本)	投資者與其聯營企業或合營企業之間的資產出售或注資 ¹
《國際財務報告會計準則》(修訂本)	《國際財務報告會計準則》的年度改進—第11卷 ²
《國際財務報告準則》第18號	財務報表的呈列及披露 ³

附錄一

會計師報告

¹ 於待定期或之後開始的年度生效。

² 於2026年1月1日或之後開始的年度生效。

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度生效。

除下文所述的新訂《國際財務報告會計準則》外，貴公司董事預期應用《國際財務報告會計準則》的所有其他修訂本將不會在可見將來對貴集團的合併財務報表造成重大影響。

《國際財務報告準則》第18號財務報表的呈列及披露

《國際財務報告準則》第18號載列財務報表呈列及披露的規定，並將取代《國際會計準則》第1號*財務報表的呈列*。新訂準則引入於損益表呈列特別類別及界定小計；於財務報表附註披露管理層界定表現計量以及改善財務報表內披露的合併及分類資料的新規定。《國際會計準則》第7號*現金流量表*及《國際會計準則》第33號*每股盈利*亦已作出輕微修訂。

《國際財務報告準則》第18號及其他準則修訂本於2027年1月1日或之後開始的年度生效，可予提早應用。應用新訂準則預期會影響未來財務報表中合併損益表的呈列及披露。貴集團將持續評估《國際財務報告準則》第18號對貴集團合併財務報表的影響。

3. 歷史財務資料的編製基準及主要會計政策資料

3.1 歷史財務資料的編製基準

歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會頒佈的《國際財務報告會計準則》編製。為編製歷史財務資料，倘合理預期有關資料會影響主要使用者的決定，則該等資料被視為重大。此外，歷史財務資料包括《聯交所證券上市規則》及香港《公司條例》所規定的適用披露。

附錄一

會計師報告

截至2025年6月30日，貴集團的流動負債淨額為人民幣1,423,959,000元。經計及貴集團的現金流量預測及預期營運資金需求，貴公司董事信納貴集團能夠自2025年6月30日起計的12個月期間充分履行其到期的財務義務。此外，截至2025年6月30日，貴集團的定期存款為人民幣7,129,418,000元，可按貴集團要求隨時贖回。因此，按持續經營基準編製歷史財務資料屬適當。

貴公司截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年的法定財務報表乃根據《中國企業會計準則》編製，截至2022年及2023年12月31日止年度的財務報表由中國註冊執業會計師普華永道中天會計師事務所(特殊普通合夥)審計，截至2024年12月31日止年度的財務報表由中國註冊執業會計師德勤華永會計師事務所(特殊普通合夥)審計。

3.2 主要會計政策資料

合併基準或資產收購

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，即取得控制權：

- 擁有對被投資者的權力；
- 因參與被投資者的業務而可獲得或有權獲得可變回報；及
- 有能力藉行使其權力而影響其回報。

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變化，貴集團會重新評估其是否控制被投資者。

子公司的合併起始於貴集團獲得對該子公司的控制權時，終止於貴集團喪失對該子公司的控制權時。具體而言，年／期內收購或處置的子公司的收益及開支會於貴集團獲得控制權當日起計入合併損益及其他全面收益表，直至貴集團喪失對該子公司的控制權當日為止。

附錄一

會計師報告

損益和其他綜合收益中的每一項均歸屬於母公司所有者和非控股權益。子公司的綜合收益總額歸屬於母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餘額。

必要時會調整子公司的財務報表以使其會計政策與 貴集團會計政策一致。

涉及 貴集團成員公司間交易的所有集團內公司間資產及負債、權益、收益、開支及現金流量於合併入賬時悉數對銷。

貴集團於現有子公司的權益變動

當 貴集團喪失對子公司的控制權時，該子公司的資產及負債以及非控股權益(如有)將終止確認。收益或損失於損益中確認，並按(i)已收對價的公允價值及任何保留權益的公允價值的總額及(ii)歸屬於母公司所有者的子公司資產(包括商譽)及負債的賬面值之間的差額計算。所有先前於其他綜合收益確認與該子公司有關的金額均會入賬，猶如 貴集團已直接處置該子公司的相關資產或負債(即重新分類至損益或轉撥至適用《國際財務報告會計準則》指定／允許的另一類權益)。

資產收購

當本集團收購並不構成一項業務的一組資產及負債時，本集團識別及確認所收購個別可識別資產及所承擔負債，首先將購買價按各自的公允價值分配至金融資產／金融負債，購買價的餘額其後按其於收購日期的相對公允價值分配至其他可識別資產及負債。有關交易並不會導致出現商譽或議價收購收益。

業務合併

業務是一套綜合的活動及資產，包括一項投入及一項實質性過程，能共同顯著促進創造產出的能力。倘收購過程對持續產出的能力至關重要(包括具備執行相關過程所

附錄一

會計師報告

需技能、知識或經驗的有組織團隊)，或對持續產出的能力有重大貢獻並被視為屬獨特或稀缺，或在無重大成本、努力或持續產出的能力出現延遲的情況下不可取代，則該等過程被視為實質性。

收購業務採用收購法核算。業務合併所轉讓的對價按公允價值計量，乃按 貴集團所轉讓的資產、 貴集團自被收購方的前所有者所產生的負債及 貴集團為換取對被收購方的控制權而發行的股權在收購日期的公允價值之和計算。與收購有關的成本一般於產生時在損益中確認。

所收購的可識別資產及所承擔的負債必須符合財務報告概念框架(「概念框架」)內的資產及負債定義，惟《國際會計準則》第37號撥備、或有負債及或有資產或國際財務報告解釋委員會 — 第21號解釋徵費範圍內的交易及事件除外，在此情況下， 貴集團應用《國際會計準則》第37號或國際財務報告解釋委員會 — 第21號解釋(而非概念框架)以識別其在業務合併中承擔的負債。或有資產不予確認。於收購日期，所收購的可識別資產及所承擔的負債按其公允價值確認。

商譽按所轉讓的對價、於被收購方中的任何非控股權益金額及收購方先前持有的被收購方股權的公允價值(如有)之和超出所收購的可識別資產及所承擔的負債於收購日期的淨額部分計量。倘經過重新評估後，所收購的可識別資產及所承擔的負債淨額超出所轉讓的對價、於被收購方中的任何非控股權益金額及收購方先前持有的被收購方股權的公允價值(如有)之和，則超出部分即時於損益中確認為議價購買收益。

對子公司的投資

對子公司的投資按成本減任何已識別減值損失在 貴公司財務狀況表中列示。

客戶合同收入

有關 貴集團客戶合同收入的相關會計政策資料載於附註5及27。

附錄一

會計師報告

租賃

在合同開始時，貴集團根據《國際財務報告準則》第16號項下的定義評估該合同是否為租賃或包含租賃。除非後續合同條款和條件發生變化，否則貴集團不會重新評估合同是否為租賃或者包含租賃。

貴集團作為承租人

短期租賃和低價值資產租賃

貴集團對自開始日期起計租賃期不超過12個月且不包含購買選擇權的辦公室租賃，應用短期租賃的確認豁免。貴集團亦對低價值資產租賃(即電子及辦公設備)應用確認豁免。短期租賃和低價值資產租賃的租賃付款額在租賃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；及
- 在開始日期或之前支付的任何租賃付款額，扣除已享受的任何租賃激勵。

使用權資產按成本減任何累計折舊及減值損失計量，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。

使用權資產在其預計使用壽命及租賃期兩者孰短的期間內按直線法計提折舊。

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

貴集團在租賃期開始日期按照該日尚未支付的租賃付款額的現值對租賃負債進行確認及計量。在計算租賃付款額的現值時，若租賃內含利率無法輕易確定，貴集團會使用租賃期開始日期的增量借款利率。

附錄一

會計師報告

租賃付款額包括固定付款額(包括實質固定付款額)，扣除已享受的任何租賃激勵。

於開始日期後，租賃負債按累計利息及租賃付款額予以調整。

貴集團於合併財務狀況表內將租賃負債呈列為單獨項目。

外幣

於編製各個別集團實體的財務報表時，以該實體的功能貨幣以外的貨幣(外幣)進行的交易會按交易日期的現行匯率確認。於報告期末，以外幣計價的貨幣性項目按該日的現行匯率重新折算。以歷史成本計量的外幣非貨幣性項目不予重新折算。

結算貨幣性項目及重新折算貨幣性項目時產生的匯兌差額於其產生期間在損益中確認。

為呈列歷史財務資料，貴集團業務的資產及負債均採用各報告期末的現行匯率折算為貴集團的呈列貨幣(即人民幣)。收益及開支項目乃按該期間的平均匯率折算，除非匯率於該期間出現大幅波動，在此情況下，使用交易日期的現行匯率折算。所產生的匯兌差額(如有)於其他綜合收益中確認，並於折算儲備項下的權益中累計。

借款費用

不可直接歸屬於合資格資產的購買、建造或者生產的借款費用，在產生期間於損益中確認。

政府補助

在合理保證貴集團符合政府補助所附條件且能夠收到補助金後，政府補助方會予以確認。

附錄一

會計師報告

政府補助在 貴集團確認補助金擬補償的相關成本為開支的期間，有系統地於損益中確認。具體而言，以 貴集團應購買、建造或以其他方式收購非流動資產為主要條件的政府補助，於合併財務狀況表中確認為遞延收益，並於相關資產的使用壽命內系統合理地轉撥至損益。

作為已產生開支或損失的補償，或是為 貴集團提供即時財務支持(而無未來有關成本)的應收有關收益的政府補助，於有關補助成為應收款項的期間在損益中確認。有關補助於「其他收益」項下呈列。

職工福利費

退休福利費用及離職福利

對界定供款退休福利計劃／強制性公積金計劃(「**強積金計劃**」)的供款於員工提供服務後有權收取供款時確認為開支。

短期職工福利

短期職工福利按員工提供服務時預期應付福利費的未折現金額確認。所有短期職工福利確認為開支，除非另有《國際財務報告會計準則》要求或允許將福利費計入資產成本。

就應計職工福利費(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

所得稅費用指即期及遞延所得稅費用的總和。

目前應交稅費乃按年度／期間應納稅利潤計算。由於其不包括其他年度的應課稅或可抵扣收益或開支項目及毋須課稅或不得抵扣項目，應納稅利潤有別於除稅前利潤。 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。

附錄一

會計師報告

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性差異確認。一般情況下就所有應課稅暫時性差異確認遞延稅項負債。若很可能獲得用來抵扣可抵扣暫時性差異的應納稅利潤時，一般情況下就所有可抵扣暫時性差異確認遞延稅項資產。若暫時性差異自不影響應納稅利潤或會計利潤的交易項下資產及負債的初始確認所產生(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抵扣暫時性差異，則該等遞延稅項資產及負債不予確認。

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各報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)為基礎，按預期於結算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結算其資產及負債賬面值的方式所導致的稅務後果。

為計量 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， 貴集團首先釐定稅項抵扣是否歸屬於使用權資產或租賃負債。

對於稅項抵扣歸屬於租賃負債的租賃交易， 貴集團分別就租賃負債及相關資產應用《國際會計準則》第12號*所得稅*的規定。倘 貴集團可能獲得用來抵扣可抵扣暫時性差異的應納稅利潤，則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異確認遞延稅項負債。

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。

附錄一

會計師報告

即期及遞延稅項於損益確認，惟與於其他綜合收益或直接於權益內確認的項目有關者除外，在該情況下，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。倘因業務合併的初步會計處理而產生即期稅項或遞延稅項，有關稅務影響計入業務合併的會計處理。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為持作用於生產或提供商品或服務或作行政用途的有形資產(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損失(如有)於合併財務狀況表列示。

正在建設用於生產、供應或行政用途的物業、廠房及設備乃按成本減任何已確認減值損失列賬。成本包括使資產達到能夠按照管理層擬定的方式開展經營所必要的位置及條件而直接產生的任何成本及(就合資格資產而言)根據 貴集團會計政策資本化的借款費用。

倘 貴集團為包含租賃土地與房屋及建築物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房屋及建築物成分。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房屋及建築物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。

折舊乃按直線法於物業、廠房及設備(在建工程除外)預計使用壽命撇銷其成本減其殘值確認。

預計使用壽命、殘值及折舊方法會於各報告期末檢討，而任何估計變動的影響按預期基準入賬。

附錄一

會計師報告

物業、廠房及設備項目於出售或當預期持續使用該資產不再產生未來經濟利益時終止確認。處置或廢棄物業、廠房及設備項目產生的任何收益或損失按處置所得款項與該資產賬面值之間的差額釐定，並於損益中確認。

無形資產

單獨收購的無形資產

單獨收購使用壽命有限的無形資產乃按成本減累計攤銷及任何累計減值損失列賬。使用壽命有限的無形資產攤銷按直線法於其預計使用壽命內確認。預計使用壽命及攤銷方法會於各報告期末檢討，而任何估計變動的影響按預期基準入賬。

內部產生的無形資產 — 研發支出

研究活動支出於其產生期間確認為開支。

倘並無內部產生的無形資產可供確認，開發支出於產生的期間於損益中確認。

無形資產於出售或當預期使用或處置不再產生未來經濟利益時終止確認。終止確認無形資產所產生的收益及損失按處置所得款項淨額與該資產賬面值之間的差額計量，並於終止確認該資產時於損益中確認。

現金及現金等價物

於合併財務狀況表呈列的現金及現金等價物包括：

- (a) 現金，包括手頭現金及活期存款，但不包括受監管限制導致有關餘額不再符合現金定義的銀行餘額；及

附錄一

會計師報告

- (b) 現金等價物，包括短期(通常原到期日為三個月或以下)、高流動性、可隨時轉換為已知數額現金且價值變動風險不大的投資。現金等價物乃持作滿足短期現金承擔，而非持作投資或其他目的。

就合併現金流量表而言，現金及現金等價物包括上文界定的現金及現金等價物。

存貨

存貨按照成本與可變現淨值孰低列示。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨估計售價減去完工時所有估計成本及進行銷售所需成本。進行銷售所需成本包括銷售直接應佔增量成本及貴集團進行銷售須產生的非增量成本。

金融工具

在集團實體成為工具合同條文的訂約方時，金融資產和金融負債予以確認。所有以常規方式購買或出售的金融資產按結算日期基準予以確認及終止確認。以常規方式購買或出售指按照市場規則或慣例在一定時限內交付資產的金融資產買賣。

金融資產及金融負債初步按公允價值計量，惟根據《國際財務報告準則》第15號初步計量客戶合同產生的應收賬款除外。收購或發行金融資產及金融負債(以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產除外)直接應佔的交易費用於初始確認時計入金融資產或金融負債的公允價值或自其中扣除(如適用)。收購以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產或金融負債直接應佔的交易費用即時於損益中確認。

實際利率法是計算金融資產或金融負債的攤餘成本及將利息收入分攤計入相關期間的方法。實際利率指於初始確認時將金融資產或金融負債的預計存續期或(如適用)較短期間的估計未來現金收款及付款(包括所有屬於實際利率不可或缺部分的已付或已收費用、交易費用及其他溢價或折讓)準確折現至賬面淨值的利率。

附錄一

會計師報告

金融資產

金融資產的分類及後續計量

滿足以下條件的金融資產其後按攤餘成本計量：

- 持有金融資產的業務模式是以收取合同現金流量為目的；及
- 合同條款於特定日期產生的現金流量僅為對本金及未償還本金的利息的支付。

所有其他金融資產隨後以公允價值計量。

攤餘成本及利息收入

就其後以攤餘成本計量的金融資產而言，利息收入使用實際利率法確認。利息收入透過對金融資產賬面總值應用實際利率計算，但其後發生信用減值的金融資產除外（參見下文）。就其後發生信用減值的金融資產而言，自下個報告期起，利息收入透過對金融資產的攤餘成本應用實際利率予以確認。倘發生信用減值的金融工具的信用風險有所改善，使金融資產不再發生信用減值，則自釐定資產不再發生信用減值後的報告期初起，利息收入透過對金融資產賬面總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

不符合以攤餘成本或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計量準則的金融資產按以公允價值計量且其變動計入當期損益計量。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產於各報告期末以公允價值計量，任何公允價值收益或損失於損益中確認。於損益確認的收益或損失淨額不包括金融資產所賺取的任何股息或利息，並計入「其他利得及損失」項目。

附錄一

會計師報告

根據《國際財務報告準則》第9號金融工具進行減值評估的金融資產減值

貴集團就根據《國際財務報告準則》第9號進行減值評估的金融資產(包括應收賬款及其他應收款、應收關聯方款項、應收子公司款項、定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額)執行預期信用損失模型下的減值評估。預期信用損失金額於各報告日期更新，以反映信用風險自初始確認以來的變動。

全期預期信用損失指於相關工具的預期年期內所有可能的違約事件將導致的預期信用損失。反之，12個月預期信用損失則指預期於報告日期後12個月內可能發生的違約事件而導致的部分全期預期信用損失。評估是根據貴集團的過往信用損失經驗作出，並就債務人的特定因素、整體經濟狀況，以及對報告日期的現狀及未來狀況預測的評估作出調整。

貴集團一直就應收賬款確認全期預期信用損失。

就所有其他工具而言，貴集團會計量相等於12個月預期信用損失的損失準備，除非當信用風險自初始確認以來出現顯著增加，在此情況下，貴集團會確認全期預期信用損失。評估是否應確認全期預期信用損失是基於自初始確認以來發生違約的可能性或風險是否顯著增加。

(i) 信用風險顯著增加

貴集團通過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發生違約的風險，評估信用風險自初始確認以來是否已顯著增加。於作出該評估時，貴集團會考慮合理且有依據的定量及定性資料，包括過往經驗及毋須付出不必要的成本或努力即可獲得的前瞻性資料。

具體而言，評估信用風險是否顯著增加時會考慮下列信息：

- 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；

附錄一

會計師報告

- 信用風險的外部市場指標顯著惡化，例如信用利差顯著增加，債務人的信用違約掉期價格大幅上升；
- 預期將導致債務人履行其償債義務的能力顯著下降的業務、財務或經濟狀況的現有或預測不利變化；
- 債務人經營成果實際或預期顯著惡化；
- 債務人所處的監管、經濟或技術環境的實際或預期顯著不利變化，導致債務人履行其償債義務的能力顯著下降。

不論上述評估結果如何，當合同付款逾期超過30日，則 貴集團假定信用風險自初始確認以來已顯著增加，除非 貴集團有合理且有依據的資料證明情況並非如此則另作別論。

貴集團定期監察識別信用風險是否顯著增加所用標準的有效性，並修訂該等標準(如適用)以確保有關標準能夠在款項逾期前識別信用風險的顯著增加。

(ii) 違約的定義

基於內部信用風險管理，當內部制定的或從外部來源獲得的信息中表明債務人不大可能全額償付包括 貴集團在內的債權人(不考慮 貴集團取得的任何擔保)，則 貴集團認為發生違約事件。

不論上述各項，當金融資產逾期超過90日，則 貴集團認為發生違約事件，除非 貴集團有合理且有依據的資料證明較寬鬆的違約標準更為適用則另作別論。

附錄一

會計師報告

(iii) 已發生信用減值的金融資產

當對金融資產估計未來現金流量具有不利影響的一項或多項違約事件發生時，該金融資產發生信用減值。金融資產已發生信用減值的證據包括有關下列事件的可觀察信息：

- (a) 發行人或借款人發生重大財務困難；
- (b) 違反合同，如違約或逾期；
- (c) 借款人的貸款人出於與借款人財務困難有關的經濟或合同考慮，給予借款人在任何其他情況下都不會做出的讓步；或
- (d) 借款人很可能破產或進行其他財務重組。

(iv) 撇銷政策

當有資料顯示交易對手方發生嚴重財務困難及並無實際收回可能(例如交易對手方被清盤或已進入破產程序)，則 貴集團撇銷金融資產。經考慮法律意見(如適用)後，已撇銷的金融資產仍可根據 貴集團的收回程序實施強制執行。撇銷構成終止確認事件。其後收回的任何賬款於損益中確認。

(v) 預期信用損失的計量及確認

預期信用損失的計量取決於違約概率、違約損失率(即違約時的損失程度)及違約風險。評估違約概率及違約損失率是基於過往數據並經前瞻性資料調整。預期信用損失的估計反映無偏概率加權金額，以發生違約的相關風險為權重釐定。

一般而言，預期信用損失為根據合同應付 貴集團的所有合同現金流量與 貴集團預期收取的現金流量(按初始確認時釐定的實際利率折現)之間的差額。

附錄一

會計師報告

應收賬款的全期預期信用損失經考慮債務人的性質、應收賬款賬齡及前瞻性宏觀經濟資料等相關信用資料後按集體基準考慮。為進行集體評估，貴集團於制定分組時已考慮以下特徵：

- 應收賬款賬齡；及
- 債務人的性質、規模及行業。

管理層會定期檢討分組，以確保各分組的組成部分仍具有類似信用風險特徵。

利息收入根據金融資產的賬面總值計算，除非金融資產出現信用減值，在此情況下，利息收入根據金融資產的攤餘成本計算。

貴集團透過調整賬面值於損益中確認所有金融工具的減值收益或損失，惟應收賬款及其他應收款除外，其相應調整透過損失準備賬確認。

匯兌損益

以外幣計價的金融資產的賬面值以該外幣釐定，並按各報告期末的即期匯率折算。特別是：

- 就以攤餘成本計量且並非指定對沖關係一部分的金融資產而言，匯兌差額作為匯兌損益淨額的一部分於損益內的「其他利得及損失」項目確認；
- 就以公允價值計量且其變動計入當期損益且並非指定對沖關係一部分的金融資產而言，匯兌差額作為金融資產公允價值收益或損失的一部分於損益內的「其他利得及損失」項目確認。

終止確認金融資產

貴集團僅於自資產獲取現金流量的合同權利到期時，或其將金融資產及資產所有權的幾乎所有風險和報酬轉讓予另一實體時終止確認金融資產。倘貴集團既沒有轉讓也沒有保留所有權的幾乎所有部分風險和報酬，但保留對已轉讓資產的控制，則貴

附錄一

會計師報告

集團確認其於該資產的保留權益及其可能須予支付金額的相關負債。倘 貴集團保留已轉讓金融資產所有權的幾乎所有風險和報酬，則 貴集團繼續確認該金融資產，並就已收所得款項確認已抵押借款。

於終止確認以攤餘成本計量的金融資產時，資產的賬面值與已收及應收對價總額之間的差額於損益中確認。

金融負債及權益

分類為債務或權益

債務及股本工具是根據合同安排的實際內容及金融負債與股本工具的定義分類為金融負債或權益。

股本工具

股本工具為證明 貴集團於扣除其所有負債後的剩餘資產權益的任何合同。 貴公司發行的股本工具按已收所得款項扣除直接發行成本後確認。

以攤餘成本計量的金融負債

金融負債(包括應付賬款及其他應付款、借款、應付關聯方款項以及應付子公司款項)其後採用實際利率法以攤餘成本計量。

匯兌損益

就以外幣計價及於各報告期末以攤餘成本計量的金融負債而言，匯兌損益根據該工具的攤餘成本釐定。該等匯兌損益於損益內的「其他利得及損失」項目確認。

附錄一

會計師報告

終止確認金融負債

貴集團於並僅於 貴集團的責任獲解除、註銷或到期時終止確認金融負債。已終止確認的金融負債賬面值與已付及應付對價之間的差額於損益中確認。

4. 估計不確定性的主要來源

於採用 貴集團會計政策時， 貴公司董事須就無法從其他來源即時得知的資產及負債賬面值作出判斷、估計及假設。該等估計及相關假設是根據過往經驗及被視為相關的其他因素作出。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設按持續基準審閱。倘會計估計的修訂僅影響修訂估計的期間，則該修訂於該期間確認；或倘該修訂影響當前及未來期間，則於修訂期間及未來期間確認。

下列為於各報告期末就未來及其他估計不確定性的主要來源所作出的主要假設，該等假設可能具有足以導致對未來十二個月內的資產及負債賬面值作出大幅調整的重大風險。

銷售返利與折扣的可變對價

貴集團就將計入銷售具返利與折扣的產品交易價格的可變對價進行估計。

貴集團的銷售返利與折扣以未來採購或交付或現金結算。 貴集團以未來採購或交付結算的銷售返利與折扣中，i) 批量返利就設有具體批量限額的合同按每名客戶進行分析。釐定客戶是否可能獲得返利取決於客戶迄今累計的採購額。ii) 銷售折扣按客戶的預期歷史參與率進行估計。對於以現金結算的銷售返利與折扣， 貴集團通過考慮客戶的歷史參與率估計預期將向客戶支付的現金金額。

附錄一

會計師報告

貴集團每月更新其對預期銷售返利與折扣的評估，並相應調整相關應付賬款。預期銷售返利與折扣的估計對情況變化相當敏感，而貴集團有關返利與折扣支付情況的經驗可能無法代表客戶未來獲得實際返利與折扣的情況。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，就預期銷售返利與折扣確認為應計銷售返利與折扣的金額分別為約人民幣1,328,724,000元、人民幣1,608,029,000元、人民幣2,139,437,000元及人民幣3,012,118,000元。

5. 收入及分部資料

(i) 客戶合同收入分拆

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
商品或服務類別					
銷售能量飲料(附註a).....	8,211,177	10,353,901	13,303,585	6,858,057	8,360,511
銷售運動飲料(附註b).....	—	393,043	1,495,014	475,838	1,492,738
銷售其他飲料產品.....	280,156	503,540	1,023,166	527,747	877,304
其他(附註c).....	8,690	6,651	8,571	7,827	1,859
合計.....	<u>8,500,023</u>	<u>11,257,135</u>	<u>15,830,336</u>	<u>7,869,469</u>	<u>10,732,412</u>
收入確認時間					
在某一時點.....	8,492,742	11,255,496	15,830,336	7,869,469	10,732,412
在某一時段內.....	7,281	1,639	—	—	—
合計.....	<u>8,500,023</u>	<u>11,257,135</u>	<u>15,830,336</u>	<u>7,869,469</u>	<u>10,732,412</u>

註：

(a) 能量飲料包括東鵬特飲、東鵬加氣、東鵬0糖。

(b) 運動飲料包括「東鵬補水啦」。

(c) 其他主要包括銷售包裝材料以及提供廣告服務及其他服務。

附錄一

會計師報告

(ii) 客戶合同的履約義務及收入確認政策

有關 貴集團履約義務及其相應收入確認政策的資料概述如下：

銷售能量飲料、運動飲料及其他飲料產品

就銷售能量飲料、運動飲料及其他飲料產品而言，收入於商品控制權轉移時（即商品已交付予客戶且客戶已驗收時）確認。

倘 貴集團自客戶收取銷售能量飲料、運動飲料及其他飲料產品預收款，則 貴集團就其日後轉讓或準備轉讓商品或服務的履約義務按預付款的金額首次確認合同負債。於相關履約義務完成時，終止確認合同負債並確認收入。

貴集團以未來採購或交付結算的銷售返利與折扣中， 貴集團有批量返利及其他銷售折扣。對於批量返利，根據預先協定的銷售返利政策及對客戶能否達到合同規定的單筆返利門檻的評估， 貴集團估計授予其客戶批量返利的金額，並按照合同對價扣除預計返利金額後的淨額確認收入。對於其他銷售折扣， 貴集團按客戶的預期歷史參與率估計折扣金額。鑑於客戶同意將銷售返利與折扣的累積金額用作預付款， 貴集團將已售商品應付銷售返利與折扣計入「合同負債」。

貴集團另有以現金結算的銷售返利與折扣。就客戶購買 貴集團產品獲得的現金返利而言， 貴集團將應付客戶對價入賬作為交易價格的減少。 貴集團通過考慮客戶的歷史參與率估計預期應付客戶的現金金額。應付客戶的現金對價計入「應付賬款及其他應付款」。

其他

貴集團向客戶提供廣告服務。 貴集團履行對客戶的履約義務並根據展示／曝光次數在某一時段內確認收入。

附錄一

會計師報告

貴集團還向客戶銷售原材料。在商品控制權轉移時(即商品已交付予客戶且客戶已驗收時)確認收入。

(iii) 分配至客戶合同中餘下履約義務的交易價格

所有客戶合同期限均為一年或一年以內。根據《國際財務報告準則》第15號的規定，未披露分配至該等未履行合同的交易價格。

(iv) 分部信息

向 貴公司執行董事(即主要經營決策者)呈報信息，以分配資源及評估表現。會計政策與 貴集團的會計政策相同。主要經營決策者審閱 貴集團的整體業績及財務狀況，概無定期向主要經營決策者提供 貴集團業績或資產及負債的其他分析以供審閱。因此，主要經營決策者已識別一個經營分部，且僅根據《國際財務報告準則》第8號經營分部呈列實體層面有關主要客戶及地區信息的披露。

(v) 地區信息

貴集團主要在中國(亦為註冊地)開展業務。 貴集團的收入幾乎全部來自中國的業務，且 貴集團的非流動資產幾乎全部位於中國。

(vi) 有關主要客戶的資料

於業績記錄期，概無來自與單一外部客戶交易的收入佔 貴集團收入的10%或以上。

附錄一

會計師報告

6. 其他收益

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
銀行存款利息收入.....	49,066	166,944	317,449	155,610	130,040
來自以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產之股息.....	—	—	5,363	5,363	—
政府補助(附註).....	54,252	62,738	49,465	10,852	39,457
其他.....	4,484	9,670	11,555	7,909	5,003
	<u>107,802</u>	<u>239,352</u>	<u>383,832</u>	<u>179,734</u>	<u>174,500</u>

註：截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，政府補助包括子公司因對當地經濟增長作出貢獻而獲得的獎勵補貼，金額分別為約人民幣52,034,000元、人民幣60,281,000元、人民幣45,679,000元及人民幣36,253,000元。該等補助在收到有關獎勵且滿足與獎勵有關的相關條件(如有)時於損益確認。該等補助並無任何未滿足條件或或然事件。

政府補助的餘下部分涉及在中國投資生產設施所獲得的補貼，該等補助於相關資產的可使用年期內於損益確認，詳見附註24。

附錄一

會計師報告

7. 其他利得及損失

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
處置物業、廠房及設備損失...	(2,837)	(415)	(907)	(793)	(505)
處置使用權資產的收益.....	—	—	91	91	—
處置子公司的收益(附註34)...	—	2,980	—	—	—
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產之公允 價值變動收益.....	53,561	123,498	65,809	26,517	101,582
匯兌(損失)收益淨額.....	(783)	(40,866)	44,716	16,388	21,583
捐款.....	(19,270)	(5,112)	(38,389)	(8,036)	(8,440)
其他.....	1,617	(3,578)	1,649	758	3,746
	<u>32,288</u>	<u>76,507</u>	<u>72,969</u>	<u>34,925</u>	<u>117,966</u>

8. 財務費用

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
借款利息.....	47,853	74,789	97,914	39,705	43,968
租賃負債利息.....	4,829	5,297	4,962	2,589	6,162
	<u>52,682</u>	<u>80,086</u>	<u>102,876</u>	<u>42,294</u>	<u>50,130</u>

附錄一

會計師報告

9. 所得稅費用

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
即期稅項：					
中國企業所得稅					
(「企業所得稅」).....	540,241	574,363	881,873	502,071	810,364
其他.....	—	5	—	—	7,218
	540,241	574,368	881,873	502,071	817,582
遞延稅項(附註19).....	(144,752)	(34,870)	(100,990)	(90,721)	(190,527)
	<u>395,489</u>	<u>539,498</u>	<u>780,883</u>	<u>411,350</u>	<u>627,055</u>

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)以及《企業所得稅法實施條例》，除部分子公司於業績記錄期合資格享有稅率為15%的企業所得稅優惠(詳見下文)外，貴公司及中國子公司於業績記錄期的稅率為25%。

貴集團部分在中國開展業務的子公司符合資格享有若干免稅期以及稅項寬減，並可免徵中國企業所得稅。詳細情況如下：

- (i) 貴公司的全資子公司廣州市東鵬食品飲料有限公司(「廣州東鵬」)自2019年起持續獲得高新技術企業資格，至2022年12月止期間享有15%的企業所得稅優惠稅率。2022年，廣州東鵬更新了其「高新技術企業證書」，該證書有效期為3年，將於2025年12月到期。因此，於業績記錄期，廣州東鵬享有15%的企業所得稅優惠稅率。
- (ii) 根據廣西省頒佈的相關法律法規，貴集團的全資子公司南寧東鵬食品飲料有限公司(「南寧東鵬」)符合資格，因此自其首個創收年度起五年內免徵中國企業所得稅中屬於地方的分享部分(40%)，即在五年內適用15%的優惠稅率。就南寧東鵬而言，2018年為首個創收年度，因此其於截至2022年12月31日止五個年度有權享有15%的企業所得稅優惠稅率，但截至2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月須按25%的稅率計繳企業所得稅。

附錄一

會計師報告

- (iii) 根據深圳市頒佈的相關法律法規，貴集團的全資子公司深圳市東鵬捷迅供應鏈管理有限公司(「**東鵬捷迅**」)合資格自2021年起至2025年止五年內享有15%的企業所得稅優惠稅率。因此，於業績記錄期，東鵬捷迅享有15%的企業所得稅優惠稅率。
- (iv) 根據廣東省頒佈的相關法律法規，貴集團的全資子公司東鵬飲料營銷(廣東)有限公司(「**廣東營銷**」)符合資格，因此自2022年起至2025年止免徵中國企業所得稅中屬於地方的分享部分(40%)。因此，於業績記錄期，廣東營銷享有15%的優惠稅率。
- (v) 根據《企業所得稅法》，深圳鵬智瑞數字營銷有限公司(「**鵬智瑞**」)為「小型微利企業」，於截至2022年12月31日止年度及2023年1月1日至2023年5月19日(即附註34所載的出售日期)期間享有20%的優惠稅率。同時，鵬智瑞還享有年度應課稅收入減免優惠，包括i)截至2022年12月31日止年度，鵬智瑞首筆人民幣1,000,000元的年度應課稅收入享受87.5%減免，超出人民幣1,000,000元但少於人民幣3,000,000元的年度應課稅收入享受75%減免；ii)2023年1月1日至2023年5月19日期間，鵬智瑞首筆人民幣3,000,000元的年度應課稅收入享受75%減免。

附錄一

會計師報告

於業績記錄期的所得稅費用與合併損益及其他全面收益表的除稅前利潤對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
除稅前利潤	1,836,010	2,579,270	4,107,313	2,141,942	3,001,570
按企業所得稅率25%計算的稅項	459,003	644,818	1,026,828	535,486	750,393
所得稅優惠稅率	(60,207)	(90,441)	(191,274)	(97,674)	(113,366)
於其他司法管轄區經營的子公司 不同稅率的影響	(280)	(1,833)	(20,950)	(12,181)	(3,966)
就稅務而言毋須課稅收入的稅 務影響	(544)	(11,302)	(35,194)	(14,115)	(9,214)
就稅務而言不可扣減費用的稅 務影響	583	3,853	1,748	1,537	1,193
研發費用加計扣除之稅務影響 (附註)	(6,243)	(5,216)	(6,833)	(3,338)	(3,704)
其他	3,177	(381)	6,558	1,635	5,719
所得稅費用	<u>395,489</u>	<u>539,498</u>	<u>780,883</u>	<u>411,350</u>	<u>627,055</u>

註：合資格開支指在中國產生並於損益扣除的研發費用，於業績記錄期計算所得稅費用時可享受額外100%的稅項減免。

附錄一

會計師報告

10. 年／期內利潤

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
(未經審計)					
經扣除以下各項後達致的年／					
期內利潤：					
物業、廠房及設備折舊	215,436	246,047	332,421	157,117	209,551
使用權資產折舊	24,152	24,787	28,836	13,703	24,628
無形資產攤銷	2,470	1,819	1,685	816	2,136
折舊及攤銷總額	242,058	272,653	362,942	171,636	236,315
減：存貨資本化	(188,027)	(205,260)	(282,017)	(130,958)	(178,182)
減：物業、廠房及設備資本化	(2,741)	(2,764)	(3,996)	(1,388)	(4,529)
	<u>51,290</u>	<u>64,629</u>	<u>76,929</u>	<u>39,290</u>	<u>53,604</u>
核數師薪酬	3,250	3,250	3,200	720	—
董事及監事酬金(附註11)	16,666	27,603	55,455	29,913	22,622
員工薪金及福利	983,339	1,278,475	1,615,083	778,898	945,369
員工退休福利計劃供款	63,275	70,457	94,542	43,733	80,205
員工費用總額	1,063,280	1,376,535	1,765,080	852,544	1,048,196
減：存貨資本化	(112,153)	(252,717)	(367,353)	(194,731)	(225,431)
	<u>951,127</u>	<u>1,123,818</u>	<u>1,397,727</u>	<u>657,813</u>	<u>822,765</u>
確認為開支的存貨成本	<u>4,643,619</u>	<u>6,024,279</u>	<u>8,082,177</u>	<u>4,055,519</u>	<u>5,462,269</u>

附錄一

會計師報告

11. 董事、監事及最高行政人員薪酬

於業績記錄期，已付／應付予獲委任為 貴公司董事、監事及最高行政人員的酬金詳細情況如下：

	董事袍金	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休福利計劃 供款及其他	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
截至2022年12月31日止年度					
執行董事					
林木勤先生(i)	—	3,843	470	45	4,358
林木港先生	—	3,276	587	45	3,908
劉美麗女士(ii)	—	1,255	340	45	1,640
劉麗華女士(iii)	—	1,703	570	45	2,318
李達文先生(ii)	—	61	24	9	94
林戴欽先生(ii)	—	563	111	45	719
	—	10,701	2,102	234	13,037
獨立非執行董事					
姚祿仕先生(iv)	100	—	—	—	100
游曉女士	100	—	—	—	100
程毅先生(v)	—	—	—	—	—
康曉斌先生(vi)	—	—	—	—	—
	200	—	—	—	200
監事					
蔡運生先生(vii)	—	2,555	470	45	3,070
黎增永先生(vii)	—	165	47	26	238
陳義敏先生(vii)	—	69	24	28	121
	—	2,789	541	99	3,429
	<u>200</u>	<u>13,490</u>	<u>2,643</u>	<u>333</u>	<u>16,666</u>

附錄一

會計師報告

	薪金、津貼及		退休福利計劃	
	董事袍金	實物福利	績效相關花紅	供款及其他
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
合計	人民幣千元			
截至2023年12月31日止年度				
執行董事				
林木勤先生(i)	—	3,690	1,931	46
林木港先生	—	3,054	1,978	46
劉美麗女士(ii)	—	1,371	1,117	46
劉麗華女士(iii)	—	5,798	3,151	46
李達文先生(ii)	—	61	24	9
林戴欽先生(ii)	—	700	—	46
	—	14,674	8,201	239
獨立非執行董事				
姚祿仕先生(iv)	154	—	—	—
游曉女士	154	—	—	—
程毅先生(v)	—	—	—	—
	308	—	—	—
監事				
蔡運生先生(vii)	—	2,354	1,600	46
黎增永先生(vii)	—	111	—	17
陳義敏先生(vii)	—	28	12	13
	—	2,493	1,612	76
	308	17,167	9,813	315

附錄一

會計師報告

	董事袍金	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休福利計劃 供款及其他	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
截至2024年12月31日止年度					
執行董事					
林木勤先生(i)	—	3,512	1,978	37	5,527
林木港先生	—	2,864	2,048	50	4,962
盧義富先生(viii)	—	2,523	4,641	50	7,214
劉美麗女士(ii)	—	1,467	2,597	50	4,114
李達文先生(ii)	—	90	24	9	123
林戴欽先生(ii)	—	1,018	—	40	1,058
蔣薇薇女士(viii)	—	2,787	4,380	47	7,214
張磊先生(viii)	—	2,554	2,862	50	5,466
林戴吉先生(viii)	—	524	125	27	676
	—	17,339	18,655	360	36,354
獨立非執行董事					
姚祿仕先生(iv)	13	—	—	—	13
游曉女士	150	—	—	—	150
程毅先生(v)	—	—	—	—	—
趙亞利女士(ix)	138	—	—	—	138
李洪斌先生(ix)	138	—	—	—	138
	439	—	—	—	439
監事					
蔡運生先生(vii)	—	2,159	4,138	50	6,347
黎增永先生(vii)	—	—	—	—	—
陳義敏先生(vii)	—	—	—	—	—
余斌先生(x)	—	2,189	4,004	40	6,233
胡亞軍先生(x)	—	1,561	2,975	47	4,583
李學莉先生(x)	—	375	1,078	46	1,499
	—	6,284	12,195	183	18,662
	439	23,623	30,850	543	55,455

附錄一

會計師報告

	薪金、津貼及		退休福利計劃		
	董事袍金	實物福利	績效相關花紅	供款及其他	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
截至2025年6月30日止六個月					
執行董事					
林木勤先生(i)	—	1,746	989	—	2,735
林木港先生	—	1,579	1,024	28	2,631
盧義富先生(viii)	—	1,359	2,321	28	3,708
蔣薇薇女士(viii)	—	1,578	2,190	28	3,796
張磊先生(viii)	—	1,279	1,431	28	2,738
林戴吉先生(viii)	—	306	63	13	382
	—	7,847	8,018	125	15,990
獨立非執行董事					
游曉女士	75	—	—	—	75
趙亞利女士(ix)	75	—	—	—	75
李洪斌先生(ix)	75	—	—	—	75
戴國良先生(xi)	38	—	—	—	38
	263	—	—	—	263
監事					
余斌先生(x)	—	1,096	2,002	20	3,118
胡亞軍先生(x)	—	852	1,488	25	2,365
李學莉先生(x)	—	326	539	21	886
	—	2,274	4,029	66	6,369
	263	10,121	12,047	191	22,622

附錄一

會計師報告

	薪金、津貼及	退休福利計劃			
	董事袍金	實物福利	績效相關花紅	供款及其他	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
截至2024年6月30日止六個月					
(未經審計)					
執行董事					
林木勤先生(i)	—	1,750	967	25	2,742
林木港先生	—	1,460	1,067	25	2,552
盧義富先生(viii)	—	1,285	2,333	25	3,643
劉美麗女士(ii)	—	727	1,625	25	2,377
李達文先生(ii)	—	45	—	5	50
林戴欽先生(ii)	—	509	—	20	529
蔣薇薇女士(viii)	—	1,376	2,800	23	4,199
張磊先生(viii)	—	1,276	1,667	25	2,968
林戴吉先生(viii)	—	259	82	12	353
	—	8,687	10,541	185	19,413
獨立非執行董事					
姚祿仕先生(iv)	13	—	—	—	13
游曉女士	75	—	—	—	75
程毅先生(v)	—	—	—	—	—
趙亞利女士(ix)	63	—	—	—	63
李洪斌先生(ix)	63	—	—	—	63
	214	—	—	—	214
監事					
蔡運生先生(vii)	—	1,079	2,100	25	3,204
黎增永先生(vii)	—	—	—	—	—
陳義敏先生(vii)	—	—	—	—	—
余斌先生(x)	—	1,095	2,433	20	3,548
胡亞軍先生(x)	—	775	2,000	23	2,798
李學莉先生(x)	—	185	529	22	736
	—	3,134	7,062	90	10,286
	214	11,821	17,603	275	29,913

附錄一

會計師報告

註：

- (i) 林木勤先生於整個業績記錄期擔任 貴公司總裁，上文所披露的其酬金包括其作為總裁管理集團實體事務所提供的服務酬金。
- (ii) 劉美麗女士、李達文先生及林戴欽先生已於2024年2月1日辭任 貴公司執行董事。
- (iii) 劉麗華女士已於2023年12月19日辭任 貴公司執行董事。上文所披露截至2023年12月31日止年度的酬金包括離職補償約人民幣3,750,000元。
- (iv) 姚祿仕先生已於2024年2月1日辭任 貴公司獨立非執行董事。
- (v) 程毅先生於2022年1月26日獲委任為 貴公司獨立非執行董事，但已於2024年2月1日辭任。
- (vi) 康曉斌先生已於2022年1月26日辭任 貴公司獨立非執行董事。
- (vii) 蔡運生先生、黎增永先生及陳義敏先生已於2024年2月1日辭任 貴公司監事。
- (viii) 蔣薇薇女士、張磊先生、盧義富先生及林戴吉先生於2024年2月1日獲委任為 貴公司執行董事。
- (ix) 趙亞利女士及李洪斌先生於2024年2月1日獲委任為 貴公司獨立非執行董事。
- (x) 余斌先生、胡亞軍先生及李學莉先生於2024年2月1日獲委任為 貴公司監事，但已於2025年4月2日辭任 貴公司監事。
- (xi) 戴國良先生於2025年4月2日獲委任為 貴公司獨立非執行董事。

上述執行董事及監事的酬金基於他們就管理 貴公司及 貴集團事務所提供的服務。
上述獨立非執行董事的酬金基於他們作為 貴公司董事所提供的服務。

貴公司部分執行董事有權獲得根據個人表現及市場趨勢釐定的花紅。

附錄一

會計師報告

於業績記錄期，除上文所披露者外，貴集團概無向貴公司任何董事或總裁支付酬金，作為加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或作為離職補償。此外，於業績記錄期，貴公司概無董事或總裁放棄或同意放棄任何酬金。

12. 五名最高薪酬僱員

於業績記錄期，貴集團五名最高薪酬僱員分別包括三名、兩名、五名、五名(未經審計)及四名董事，他們的薪酬詳情載於上文附註11。於業績記錄期，餘下個別人士的薪酬詳情如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
薪金、津貼及實物福利	6,117	8,115	—	—	1,081
績效相關花紅	1,490	9,657	—	—	2,069
退休福利計劃供款	84	128	—	—	29
	<u>7,691</u>	<u>17,900</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>3,179</u>

並非貴公司董事的最高薪酬僱員(薪酬介乎以下範圍)的人數如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
3,000,001港元至3,500,000港元 ..	1	—	—	—	1
5,000,001港元至5,500,000港元 ..	1	—	—	—	—
6,000,001港元至6,500,000港元 ..	—	2	—	—	—
7,000,001港元至7,500,000港元 ..	—	1	—	—	—

附錄一

會計師報告

於業績記錄期，貴集團並無向貴集團任何五名最高薪酬人士支付酬金，作為加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或作為離職補償。

13. 股息

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
	(未經審計)				
確認為分派的股息：					
2021年末期股息 — 每10股普通股人民幣15.0元.....	600,015	—	—	—	—
2022年末期股息 — 每10股普通股人民幣20.0元.....	—	800,020	—	—	—
2023年末期股息 — 每10股普通股人民幣25.0元.....	—	—	1,000,025	1,000,025	—
2024年中期股息 — 每10股普通股人民幣25.0元.....	—	—	1,000,025	—	—
2024年末期股息 — 每10股普通股人民幣25.0元.....	—	—	—	—	1,300,033
	<u>600,015</u>	<u>800,020</u>	<u>2,000,050</u>	<u>1,000,025</u>	<u>1,300,033</u>

根據貴公司於2024年9月18日的股東大會決議案，貴公司獲准向全體登記股東按每10股普通股轉增3股的基準以股份溢價發行紅股，總額為人民幣120,003,000元（詳細情況參見附註29）。

附錄一

會計師報告

14. 每股盈利

歸屬於 貴公司擁有人的每股基本盈利根據下列數據計算：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
盈利					
歸屬於 貴公司擁有人的年／期內					
利潤	<u>1,440,521</u>	<u>2,039,772</u>	<u>3,326,710</u>	<u>1,730,592</u>	<u>2,374,751</u>
股份數目					
普通股加權平均數.....	<u>520,013,000</u>	<u>520,013,000</u>	<u>520,013,000</u>	<u>520,013,000</u>	<u>520,013,000</u>

用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數已就 貴公司於2024年10月9日透過將股份溢價資本化股本而發行的120,003,000股紅股(參見附註29)作出追溯調整，猶如於業績記錄期初已發行120,003,000股股份。

由於業績記錄期內並無發行潛在普通股，故並無呈列業績記錄期的每股攤薄盈利。

附錄一

會計師報告

15. 物業、廠房及設備

貴集團

	房屋及 建築物	租賃 物業裝修	在建工程	機器	運輸工具	傢具、 固定裝置和 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							
2022年1月1日.....	1,238,829	33,480	187,129	1,248,482	26,049	50,881	2,784,850
購置.....	—	7,923	861,475	10,391	3,767	6,304	889,860
在建工程轉入.....	71,744	—	(519,191)	445,628	639	1,180	—
處置.....	—	—	—	(20,047)	(599)	(1,006)	(21,652)
2022年12月31日.....	1,310,573	41,403	529,413	1,684,454	29,856	57,359	3,653,058
購置.....	450	8,825	751,077	23,827	3,986	4,718	792,883
於收購子公司時獲得(附註33).....	—	—	—	—	4	4	8
在建工程轉入.....	625,580	—	(895,445)	254,429	809	14,627	—
處置.....	—	—	—	(7,402)	(1,236)	(508)	(9,146)
處置子公司(附註34).....	—	—	—	(50)	—	(467)	(517)
匯兌調整.....	—	—	—	—	—	1	1
2023年12月31日.....	1,936,603	50,228	385,045	1,955,258	33,419	75,734	4,436,287
購置.....	533	29,259	1,193,185	19,940	32,381	6,468	1,281,766
在建工程轉入.....	291,252	—	(1,024,165)	712,163	4,036	16,714	—
處置.....	(2,136)	—	—	(8,575)	(1,410)	(2,240)	(14,361)
匯兌調整.....	—	—	—	—	—	1	1
2024年12月31日.....	2,226,252	79,487	554,065	2,678,786	68,426	96,677	5,703,693
購置.....	—	38,932	756,670	340,453	11,726	3,624	1,151,405
於收購子公司時獲得(附註33).....	115,614	—	—	—	—	—	115,614
在建工程轉入.....	13,129	—	(365,771)	340,233	643	11,766	—
處置.....	—	—	—	(8,260)	(1,574)	(718)	(10,552)
2025年6月30日.....	2,354,995	118,419	944,964	3,351,212	79,221	111,349	6,960,160

附錄一

會計師報告

	房屋及 建築物	租賃 物業裝修	在建工程	機器	運輸工具	傢具、 固定裝置和 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
累計折舊及減值							
2022年1月1日.....	171,872	9,882	—	437,153	14,583	31,503	664,993
年內準備	61,169	3,445	—	138,316	3,697	8,809	215,436
於處置時抵銷.....	—	—	—	(15,688)	(429)	(905)	(17,022)
2022年12月31日.....	233,041	13,327	—	559,781	17,851	39,407	863,407
年內準備	71,040	4,348	—	157,428	3,953	9,278	246,047
於處置時抵銷.....	—	—	—	(5,439)	(1,055)	(244)	(6,738)
於處置子公司時抵銷(附註34).....	—	—	—	—	—	(247)	(247)
2023年12月31日.....	304,081	17,675	—	711,770	20,749	48,194	1,102,469
年內準備	102,554	6,489	—	201,269	7,647	14,462	332,421
於處置時抵銷.....	—	—	—	(7,059)	(1,255)	(1,934)	(10,248)
2024年12月31日.....	406,635	24,164	—	905,980	27,141	60,722	1,424,642
期內準備	54,686	7,314	—	131,721	5,915	9,915	209,551
於處置時抵銷.....	—	—	—	(7,769)	(1,416)	(641)	(9,826)
2025年6月30日.....	461,321	31,478	—	1,029,932	31,640	69,996	1,624,367
賬面值							
2022年12月31日.....	<u>1,077,532</u>	<u>28,076</u>	<u>529,413</u>	<u>1,124,673</u>	<u>12,005</u>	<u>17,952</u>	<u>2,789,651</u>
2023年12月31日.....	<u>1,632,522</u>	<u>32,553</u>	<u>385,045</u>	<u>1,243,488</u>	<u>12,670</u>	<u>27,540</u>	<u>3,333,818</u>
2024年12月31日.....	<u>1,819,617</u>	<u>55,323</u>	<u>554,065</u>	<u>1,772,806</u>	<u>41,285</u>	<u>35,955</u>	<u>4,279,051</u>
2025年6月30日.....	<u>1,893,674</u>	<u>86,941</u>	<u>944,964</u>	<u>2,321,280</u>	<u>47,581</u>	<u>41,353</u>	<u>5,335,793</u>

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，貴集團還未取得若干房屋及建築物的房產證，相關金額分別約為人民幣431,240,000元、人民幣514,227,000元、人民幣83,236,000元及人民幣89,705,000元。

附錄一

會計師報告

貴公司

	房屋及 建築物	租賃 物業裝修	在建工程	機器	運輸工具	傢具、 固定裝置和 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							
2022年1月1日.....	9,086	4,304	21,755	26,539	5,964	21,688	89,336
購置.....	—	7,923	25,842	129	374	3,799	38,067
在建工程轉入.....	—	—	(7,390)	7,390	—	—	—
處置.....	—	—	—	(812)	—	(452)	(1,264)
2022年12月31日.....	9,086	12,227	40,207	33,246	6,338	25,035	126,139
購置.....	—	5,961	46,285	144	966	1,289	54,645
在建工程轉入.....	—	—	(23,331)	23,272	—	59	—
處置.....	—	—	—	(298)	(263)	(297)	(858)
2023年12月31日.....	9,086	18,188	63,161	56,364	7,041	26,086	179,926
購置.....	—	367	35,755	1,136	14,402	2,579	54,239
在建工程轉入.....	—	—	(2,001)	2,001	—	—	—
處置.....	—	—	—	(484)	(140)	(166)	(790)
2024年12月31日.....	9,086	18,555	96,915	59,017	21,303	28,499	233,375
購置.....	—	—	30,955	172	2,628	711	34,466
在建工程轉入.....	—	—	(393)	393	—	—	—
處置.....	—	—	—	(63)	—	(346)	(409)
2025年6月30日.....	9,086	18,555	127,477	59,519	23,931	28,864	267,432
累計折舊及減值							
2022年1月1日.....	1,877	1,615	—	7,741	3,328	16,322	30,883
年內準備.....	571	849	—	2,972	808	2,793	7,993
於處置時抵銷.....	—	—	—	(296)	—	(387)	(683)
2022年12月31日.....	2,448	2,464	—	10,417	4,136	18,728	38,193
年內準備.....	571	1,436	—	4,242	703	2,934	9,886
於處置時抵銷.....	—	—	—	(31)	(208)	(100)	(339)
2023年12月31日.....	3,019	3,900	—	14,628	4,631	21,562	47,740
年內準備.....	449	2,172	—	5,710	1,566	2,368	12,265
於處置時抵銷.....	—	—	—	(56)	(133)	(38)	(227)

附錄一

會計師報告

	房屋及 建築物	租賃 物業裝修	在建工程	機器	運輸工具	傢具、 固定裝置和 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
2024年12月31日.....	3,468	6,072	—	20,282	6,064	23,892	59,778
期內準備.....	194	556	—	3,017	1,903	1,056	6,726
於處置時抵銷.....	—	—	—	(40)	—	(325)	(365)
2025年6月30日.....	3,662	6,628	—	23,259	7,967	24,623	66,139
賬面值							
2022年12月31日.....	6,638	9,763	40,207	22,829	2,202	6,307	87,946
2023年12月31日.....	6,067	14,288	63,161	41,736	2,410	4,524	132,186
2024年12月31日.....	5,618	12,483	96,915	38,735	15,239	4,607	173,597
2025年6月30日.....	5,424	11,927	127,477	36,260	15,964	4,241	201,293

除在建工程外，貴集團及貴公司的物業、廠房及設備在考慮殘值後，按以下基準以直線法折舊：

	全期預計 殘值	預計使用 壽命(年)	折舊率
房屋及建築物.....	5%	20~26	3.65%~4.75%
機器.....	5%	10	9.50%
運輸工具.....	5%	5	19.00%
傢具、固定裝置和辦公設備.....	5%	2~5	19.00%~47.50%
租賃物業裝修.....	零	註	20.00%~66.67%

註：5年或租賃期與預計使用壽命兩者中較短的期間內。

附錄一

會計師報告

16. 使用權資產

貴集團

	租賃土地	租賃物業	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2022年12月31日			
賬面值.....	<u>349,218</u>	<u>90,980</u>	<u>440,198</u>
截至2023年12月31日			
賬面值.....	<u>477,734</u>	<u>98,175</u>	<u>575,909</u>
截至2024年12月31日			
賬面值.....	<u>734,208</u>	<u>86,836</u>	<u>821,044</u>
截至2025年6月30日			
賬面值.....	<u>1,060,080</u>	<u>408,431</u>	<u>1,468,511</u>
截至2022年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>8,776</u>	<u>15,376</u>	<u>24,152</u>
截至2023年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>8,937</u>	<u>15,850</u>	<u>24,787</u>
截至2024年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>12,943</u>	<u>15,893</u>	<u>28,836</u>
截至2025年6月30日止六個月			
折舊費.....	<u>12,460</u>	<u>12,168</u>	<u>24,628</u>

附錄一

會計師報告

貴公司

	租賃土地	租賃物業	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2022年12月31日			
賬面值.....	<u>69,801</u>	<u>48,922</u>	<u>118,723</u>
截至2023年12月31日			
賬面值.....	<u>67,240</u>	<u>60,425</u>	<u>127,665</u>
截至2024年12月31日			
賬面值.....	<u>64,679</u>	<u>52,289</u>	<u>116,968</u>
截至2025年6月30日			
賬面值.....	<u>63,399</u>	<u>46,921</u>	<u>110,320</u>
截至2022年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>2,561</u>	<u>6,834</u>	<u>9,395</u>
截至2023年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>2,561</u>	<u>10,812</u>	<u>13,373</u>
截至2024年12月31日止年度			
折舊費.....	<u>2,561</u>	<u>10,567</u>	<u>13,128</u>
截至2025年6月30日止六個月			
折舊費.....	<u>1,280</u>	<u>5,368</u>	<u>6,648</u>

附錄一

會計師報告

	貴集團				
	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
短期租賃和低價值資產的租賃					
費用.....	10,686	15,285	18,152	6,910	7,768
與租賃相關的現金流出總額.....	67,131	170,835	403,039	18,572	24,749
增加的使用權資產.....	44,145	160,498	273,971	6,032	672,095
	貴公司				
	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	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
				(未經審計)	
短期租賃和低價值資產的租賃					
費用.....	10,659	12,170	12,433	6,259	6,829
與租賃相關的現金流出總額.....	21,161	24,112	25,704	11,913	12,117
增加的使用權資產.....	3,549	22,315	2,431	1,627	—

於業績記錄期，貴集團租賃多項物業用於營運。租賃合同按固定期限12個月至35年訂立。租賃條款按個別情況磋商，包含各種不同條款及條件。在釐定租賃期及評估不可撤銷期間的長度時，貴集團採用合同的定義，並確定合同可強制執行的期間。

附錄一

會計師報告

此外，貴集團擁有若干主要用於放置生產設施的工業樓宇和辦公樓。貴集團是這些物業權益(包括相關租賃土地)的註冊業權人。這些物業權益通過預付整筆款項購入。這些自有物業的租賃土地部分只有在所付款項能夠可靠分配的情況下才會單獨列賬。租賃土地根據土地使用權的登記期限按直線法於30至50年攤銷。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，貴集團已取得所有租賃土地的土地使用權證。

貴集團定期訂立辦公設備的短期租賃。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，這些短期租賃組合與上文披露短期租賃費的短期租賃組合相若。

租賃限制或契約

此外，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日已分別就相關使用權資產約人民幣90,980,000元、人民幣98,175,000元、人民幣86,836,000元及人民幣408,431,000元確認租賃負債約人民幣98,746,000元、人民幣108,964,000元、人民幣98,495,000元及人民幣429,918,000元。除出租人所持租賃資產中的擔保權益外，租賃協議並無施加任何契約條件。該等租賃資產不可用作借款的抵押。

租賃負債的租賃到期分析詳情載於附註28。

附錄一

會計師報告

17. 無形資產

貴集團

	辦公軟件	商標及專利	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本			
2022年1月1日.....	13,370	4,666	18,036
購置.....	5,429	—	5,429
2022年12月31日.....	18,799	4,666	23,465
購置.....	340	600	940
於處置子公司時處置(附註34).....	(866)	—	(866)
2023年12月31日.....	18,273	5,266	23,539
購置.....	6,490	—	6,490
2024年12月31日.....	24,763	5,266	30,029
購置.....	5	—	5
2025年6月30日.....	24,768	5,266	30,034
攤銷			
2022年1月1日.....	11,643	1,224	12,867
年內扣減.....	1,521	949	2,470
2022年12月31日.....	13,164	2,173	15,337
年內扣減.....	884	935	1,819
於處置子公司時抵銷(附註34).....	(723)	—	(723)
2023年12月31日.....	13,325	3,108	16,433
年內扣減.....	966	719	1,685
2024年12月31日.....	14,291	3,827	18,118
期內扣減.....	1,852	284	2,136
2025年6月30日.....	16,143	4,111	20,254
賬面值			
2022年12月31日.....	5,635	2,493	8,128
2023年12月31日.....	4,948	2,158	7,106
2024年12月31日.....	10,472	1,439	11,911
2025年6月30日.....	8,625	1,155	9,780

附錄一

會計師報告

貴公司

	辦公軟件	商標及專利	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本			
2022年1月1日.....	12,491	4,666	17,157
購置.....	5,429	—	5,429
2022年12月31日.....	17,920	4,666	22,586
購置.....	340	—	340
2023年12月31日.....	18,260	4,666	22,926
購置.....	6,490	—	6,490
2024年12月31日及2025年6月30日.....	24,750	4,666	29,416
攤銷			
2022年1月1日.....	11,157	1,224	12,381
年內扣減.....	1,316	948	2,264
2022年12月31日.....	12,473	2,172	14,645
年內扣減.....	839	837	1,676
2023年12月31日.....	13,312	3,009	16,321
年內扣減.....	966	568	1,534
2024年12月31日.....	14,278	3,577	17,855
期內扣減.....	1,847	209	2,056
2025年6月30日.....	16,125	3,786	19,911
賬面值			
2022年12月31日.....	5,447	2,494	7,941
2023年12月31日.....	4,948	1,657	6,605
2024年12月31日.....	10,472	1,089	11,561
2025年6月30日.....	8,625	880	9,505

上述 貴集團及 貴公司的無形資產使用壽命有限。這些無形資產在以下期間以直線法攤銷：

辦公軟件
商標及專利

3至10年
7年

附錄一

會計師報告

18. 對子公司的投資

貴公司

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資成本	<u>3,709,135</u>	<u>4,059,933</u>	<u>4,447,783</u>	<u>5,039,107</u>

19. 遞延稅項

就呈列合併財務狀況表而言，若干遞延稅項資產與負債互相抵銷。為財務報告目的而對遞延稅項餘額作出的分析如下：

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延稅項資產	321,459	359,185	459,839	647,816
遞延稅項負債	(749)	(3,605)	(3,269)	(719)
	<u>320,710</u>	<u>355,580</u>	<u>456,570</u>	<u>647,097</u>

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延稅項資產	231,685	212,081	182,501	225,214
遞延稅項負債	—	—	—	—
	<u>231,685</u>	<u>212,081</u>	<u>182,501</u>	<u>225,214</u>

以下為於業績記錄期已確認的主要遞延稅項資產(負債)及其變動：

附錄一

會計師報告

貴集團

	應計		公允價值				
	銷售返利						
	與折扣	未實現利潤	使用權資產	租賃負債	調整	其他	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
2022年1月1日.....	192,414	13,010	(21,311)	22,432	(29,168)	(1,419)	175,958
年內計入(扣減)(附註9)	138,749	(3,165)	(1,121)	1,919	1,932	6,438	144,752
2022年12月31日.....	331,163	9,845	(22,432)	24,351	(27,236)	5,019	320,710
年內計入(扣減)(附註9)	18,209	6,935	(1,826)	2,321	4,702	4,529	34,870
2023年12月31日.....	349,372	16,780	(24,258)	26,672	(22,534)	9,548	355,580
年內計入(扣減)(附註9)	103,650	11,207	2,907	(2,430)	(2,194)	(12,150)	100,990
2024年12月31日.....	453,022	27,987	(21,351)	24,242	(24,728)	(2,602)	456,570
期內計入(扣減)(附註9)	195,504	(13,800)	(89,387)	92,053	323	5,834	190,527
2025年6月30日.....	648,526	14,187	(110,738)	116,295	(24,405)	3,232	647,097

貴公司

	應計		公允價值			
	銷售返利					
	與折扣	使用權資產	租賃負債	調整	其他	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
2022年1月1日.....	163,868	(14,095)	14,869	(29,168)	296	135,770
年內計入(扣減).....	91,491	1,864	(1,363)	1,932	1,991	95,915
2022年12月31日.....	255,359	(12,231)	13,506	(27,236)	2,287	231,685
年內(扣減)計入.....	(22,540)	(2,876)	3,138	4,362	(1,688)	(19,604)
2023年12月31日.....	232,819	(15,107)	16,644	(22,874)	599	212,081
年內(扣減)計入.....	(38,629)	2,034	(1,714)	8,989	(260)	(29,580)
2024年12月31日.....	194,190	(13,073)	14,930	(13,885)	339	182,501
期內計入(扣減).....	44,189	1,342	(958)	(3,468)	1,608	42,713
2025年6月30日.....	238,379	(11,731)	13,972	(17,353)	1,947	225,214

附錄一

會計師報告

20. 存貨

貴集團				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料及耗材	202,709	222,325	319,590	321,693
產成品	179,755	339,776	732,645	321,488
在途商品	11,756	6,500	15,849	35,140
	<u>394,220</u>	<u>568,601</u>	<u>1,068,084</u>	<u>678,321</u>
貴公司				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料及耗材	3,782	6,063	6,928	8,142
產成品	3,329	2,737	4,939	3,436
在途商品	14,255	5,770	13,168	15,214
	<u>21,366</u>	<u>14,570</u>	<u>25,035</u>	<u>26,792</u>

附錄一

會計師報告

21. 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

貴集團

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
持作買賣的上市證券				
— 於香港上市的股本證券...	—	98,659	141,346	—
基金投資(註i).....	363,243	342,612	276,140	314,386
銀行及其他金融機構發行的金融產品投資(註ii).....	3,895,701	1,449,321	4,856,873	4,264,793
	<u>4,258,944</u>	<u>1,890,592</u>	<u>5,274,359</u>	<u>4,579,179</u>
為報告目的作出以下分析：				
— 流動資產.....	3,642,240	1,547,980	4,897,206	3,912,748
— 非流動資產(註iii).....	616,704	342,612	377,153	666,431
	<u>4,258,944</u>	<u>1,890,592</u>	<u>5,274,359</u>	<u>4,579,179</u>

註：

- (i) 基金投資以人民幣計價。該金融資產的回報乃參考其相關投資的回報釐定。
- (ii) 截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，合計分別約人民幣3,895,701,000元、人民幣1,015,702,000元、人民幣4,745,663,000元及人民幣4,087,681,000元為銀行及其他金融機構發行的以人民幣計價的金融產品。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，餘下分別約零、人民幣433,619,000元、人民幣111,210,000元及人民幣177,112,000元為銀行及其他金融機構發行的以美元計價的金融產品。該等金融產品的預期年回報率為1.00%至6.00%。
- (iii) 截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產中分別約人民幣616,704,000元、人民幣342,612,000元、人民幣377,153,000元及人民幣666,431,000元為銀行及其他金融機構發行的鎖定期超過一年的金融產品以及於清算時或經普通合夥人同意轉讓後方可退出的基金投資。

附錄一

會計師報告

貴公司

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
基金投資(註i).....	363,243	342,612	276,140	314,386
銀行及其他金融機構發行的金融產品投資(註ii).....	3,895,701	964,810	1,743,788	890,712
	<u>4,258,944</u>	<u>1,307,422</u>	<u>2,019,928</u>	<u>1,205,098</u>
為報告目的作出以下分析：				
— 流動資產.....	3,642,240	964,810	1,642,775	890,712
— 非流動資產(註iii).....	616,704	342,612	377,153	314,386
	<u>4,258,944</u>	<u>1,307,422</u>	<u>2,019,928</u>	<u>1,205,098</u>

註：

- (i) 基金投資以人民幣計價。金融資產的回報參考相關投資的回報釐定。
- (ii) 截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，合計分別約人民幣3,895,701,000元、人民幣964,810,000元、人民幣1,743,788,000元及人民幣890,712,000元為銀行及其他金融機構發行的以人民幣計價的金融產品，預期年回報率介乎1.00%至5.10%。
- (iii) 截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產中分別約人民幣616,704,000元、人民幣342,612,000元、人民幣377,153,000元及人民幣314,386,000元為銀行及其他金融機構發行的鎖定期超過一年的金融產品以及於清算時或經普通合夥人同意轉讓後方可退出的基金投資。

附錄一

會計師報告

22. 應收賬款及其他應收款

貴集團				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收賬款	26,056	69,848	85,581	113,886
減：信用損失準備	(1,303)	(3,492)	(4,273)	(5,694)
	24,753	66,356	81,308	108,192
其他應收款	16,673	21,543	28,744	45,156
減：信用損失準備	(652)	(151)	(312)	(318)
	16,021	21,392	28,432	44,838
預付供應商款項及預付運營開支 ...	127,118	158,350	227,118	322,641
遞延[編纂]成本	—	—	—	16,201
預交所得稅	3,899	1,216	11,893	8,527
可收回增值稅	121,144	235,776	364,945	250,515
	<u>292,935</u>	<u>483,090</u>	<u>713,696</u>	<u>750,914</u>
貴公司				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收賬款	22,902	67,877	83,086	111,297
減：信用損失準備	(1,145)	(3,394)	(4,154)	(5,565)
	21,757	64,483	78,932	105,732
其他應收款	11,454	11,548	16,036	22,593
減：信用損失準備	—	(44)	(44)	(44)
	11,454	11,504	15,992	22,549
預付供應商款項及預付運營開支 ...	36,212	23,035	40,365	42,440
遞延[編纂]成本	—	—	—	16,201
預交所得稅	—	—	8,072	—
可收回增值稅	3,007	16,445	60,660	—
	<u>72,430</u>	<u>115,467</u>	<u>204,021</u>	<u>186,922</u>

附錄一

會計師報告

截至2022年1月1日，貴集團及貴公司來自客戶合同的應收賬款分別約為人民幣24,574,000元及人民幣22,757,000元。

貴集團要求經銷商就銷售商品預付款。對於其他客戶，貴集團授予的賬期一般為30至90天。

貴集團及貴公司授予貿易客戶的賬期為30至90天。還款記錄良好的大型或長期客戶獲授的賬期可能更長。

以下為各報告期末按發票日期呈列的應收賬款(扣除信用損失準備)賬齡分析。

按商品及服務轉移日期(與相關收入確認日期相近)編製的應收賬款(扣除信用損失準備)賬齡如下：

貴集團				
截至12月31日			截至6月30日	
2022年	2023年	2024年	2025年	
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
0至90天.....	24,753	65,928	81,308	108,192
91至365天.....	—	428	—	—
	<u>24,753</u>	<u>66,356</u>	<u>81,308</u>	<u>108,192</u>
貴公司				
截至12月31日			截至6月30日	
2022年	2023年	2024年	2025年	
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
0至90天.....	21,757	64,055	78,932	105,732
91至365天.....	—	428	—	—
	<u>21,757</u>	<u>64,483</u>	<u>78,932</u>	<u>105,732</u>

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，應收賬款餘額內逾期的貸款總賬面值分別約為零、人民幣428,000元、零及零(就貴集團而言)以及零、人民幣428,000元、零及零(就貴公司而言)。貴集團及貴公司並無就該等餘額持有任何抵押品。

應收賬款及其他應收款減值評估詳情載於附註37。

23. 現金及現金等價物、受限制銀行存款及定期存款

貴集團及 貴公司

現金及現金等價物

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，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，分別按市場年利率0.05%至4.41%、0.01%至5.38%、0.01%至4.90%及0.01%至3.20%計息。

受限制銀行存款

受限制銀行存款主要為存放於指定銀行賬戶的存款，用於開立銀行承兌匯票、信用票據、信用證以及作為無條件、不可撤銷的擔保函的保證金。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，這些受限制銀行存款分別按年利率0.25%至2.25%、0.20%至1.95%、0.10%至1.55%及0.00%至0.05%計息。

定期存款

截至2022年、2023年、2024年12月31日以及2025年6月30日，原到期日超過三個月的定期存款分別按年利率2.50%至5.48%、3.10%至5.37%、1.85%至5.38%及1.30%至4.84%計息。

截至2022年、2023年、2024年12月31日以及2025年6月30日，貴集團的定期存款中分別有約零、人民幣280,000,000元、零及零存放於指定銀行賬戶，用於每年開立銀行承兌匯票及信用證。

活期存款、受限制銀行存款及定期存款減值評估詳情載於附註37。

附錄一

會計師報告

24. 遞延收益

貴集團

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年／期初餘額	13,117	13,664	19,961	50,951
增加	2,765	8,754	34,776	9,154
於損益確認	(2,218)	(2,457)	(3,786)	(3,204)
年／期末餘額	<u>13,664</u>	<u>19,961</u>	<u>50,951</u>	<u>56,901</u>

註：

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月分別從中國地方政府機關獲得約人民幣2,765,000元、人民幣8,754,000元、人民幣34,776,000元及人民幣9,154,000元的政府補助。所有確認為遞延收益並用於生產設施建設成本的政府補助及補貼，均被釐定為與資產相關。

該等金額已被視為遞延收益，並於相關資產的使用壽命期內轉入收益。截至2022年、2023年及2024年12月31日止各年度以及截至2025年6月30日止六個月，於損益確認的資產相關政府補助收益分別為人民幣2,218,000元、人民幣2,457,000元、人民幣3,786,000元及人民幣3,204,000元。

附錄一

會計師報告

25. 應付賬款及其他應付款

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付賬款	626,196	884,360	1,255,329	1,377,861
應付票據	25,000	31,000	10,000	4,000
應付工程款	262,639	312,754	429,881	566,176
應付銷售返利與折扣	174,652	232,388	275,781	368,794
應付薪酬	178,959	284,113	415,050	293,033
其他應交稅費	156,504	223,281	479,549	188,362
應付保證金	71,166	81,420	91,072	105,290
應付廣告費	65,658	82,671	138,955	140,120
應付冰櫃款項	—	35,273	88,053	208,386
應計[編纂]成本	—	—	—	3,580
其他應付款及預提費用	80,484	52,601	58,707	64,507
	<u>1,641,258</u>	<u>2,219,861</u>	<u>3,242,377</u>	<u>3,320,109</u>

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付賬款	7,855	16,117	15,339	10,036
應付票據	2,953,730	2,329,063	709,024	982,000
應付工程款	1,202	5,377	6,005	12,701
應付銷售返利與折扣	150,780	159,222	266,799	175,493
應付薪酬	95,523	68,865	61,379	76,650
其他應交稅費	86,094	85,482	132,210	44,457
應付保證金	64,678	70,294	68,013	71,219
應付廣告費	33,878	43,860	69,773	51,480
應付冰櫃款項	—	12,034	2,253	32,336
應計[編纂]成本	—	—	—	3,580
其他應付款及預提費用	55,062	19,667	9,420	18,164
	<u>3,448,802</u>	<u>2,809,981</u>	<u>1,340,215</u>	<u>1,478,116</u>

附錄一

會計師報告

採購商品的平均賬期為90天。以下為於各報告期末基於發票日期呈列的應付賬款賬齡分析：

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至90天.....	621,686	879,395	1,245,084	1,376,438
91至180天.....	4,161	748	74	250
181至365天.....	49	530	9,170	691
365天以上.....	300	3,687	1,001	482
	<u>626,196</u>	<u>884,360</u>	<u>1,255,329</u>	<u>1,377,861</u>
	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至90天.....	3,848	15,902	8,251	10,036
91至180天.....	3,999	183	3	—
181至365天.....	8	—	7,053	—
365天以上.....	—	32	32	—
	<u>7,855</u>	<u>16,117</u>	<u>15,339</u>	<u>10,036</u>

貴集團及 貴公司發出的應付票據期限均不到一年。

附錄一

會計師報告

26. 借款

貴集團				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按攤餘成本：				
借款.....	275,951	320,239	651,243	—
銀行折現應收票據墊款(註).....	1,444,979	1,857,929	1,703,438	2,490,020
銀行折現信用證墊款(註).....	1,486,499	737,858	4,196,656	3,638,378
保理融資借款(註).....	—	319,862	—	—
	<u>3,207,429</u>	<u>3,235,888</u>	<u>6,551,337</u>	<u>6,128,398</u>
有抵押.....	25,830	240,182	—	—
無抵押.....	<u>3,181,599</u>	<u>2,995,706</u>	<u>6,551,337</u>	<u>6,128,398</u>
	<u><u>3,207,429</u></u>	<u><u>3,235,888</u></u>	<u><u>6,551,337</u></u>	<u><u>6,128,398</u></u>
貴公司				
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按攤餘成本：				
借款.....	150,040	—	651,242	—
銀行折現信用證墊款(註).....	—	278,950	—	—
	<u>150,040</u>	<u>278,950</u>	<u>651,242</u>	<u>—</u>
無抵押.....	<u><u>150,040</u></u>	<u><u>278,950</u></u>	<u><u>651,242</u></u>	<u><u>—</u></u>

註：截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，所有向銀行折現的應收票據及信用證以及保理融資借款均來自 貴集團成員公司間的集團內交易，於合併時已全額抵銷。

附錄一

會計師報告

上述借款的賬面值基於合同還款日期的分析如下：

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
須於以下期間償還的借款賬面值：				
一年內.....	3,207,429	3,015,888	6,551,337	6,128,398
兩年以上但不超過五年	—	220,000	—	—
	3,207,429	3,235,888	6,551,337	6,128,398
減：列於流動負債項下的一年內到期款項	(3,207,429)	(3,015,888)	(6,551,337)	(6,128,398)
列於非流動負債項下的款項.....	—	220,000	—	—
	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
須於以下期間償還的借款賬面值：				
一年內.....	150,040	278,950	651,242	—
列於流動負債項下的一年內到期款項	150,040	278,950	651,242	—

附錄一

會計師報告

貴集團及 貴公司的借款風險敞口如下：

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定利率借款.....	3,207,429	3,015,888	6,551,337	6,128,398
浮動利率借款.....	—	220,000	—	—
	<u>3,207,429</u>	<u>3,235,888</u>	<u>6,551,337</u>	<u>6,128,398</u>

貴集團的浮動利率借款所計利息與一年期貸款市場報價利率掛鉤。

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定利率借款.....	<u>150,040</u>	<u>278,950</u>	<u>651,242</u>	<u>—</u>

貴集團及 貴公司借款的實際利率(即合同利率)區間如下：

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
實際利率：				
借款.....	1.90%至3.85%	1.60%至3.00%	2.20%至2.50%	—
銀行折現應收票據墊款、銀行折現信用證墊款及保理融資借款.....	1.10%至2.95%	1.10%至2.70%	0.60%至2.75%	1.00%至1.95%

附錄一

會計師報告

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
實際利率：				
借款.....	2.65%	—	2.20%至 2.50%	—
銀行折現信用證墊款.....	—	2.50%	—	—

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日分別約人民幣25,830,000元、人民幣240,182,000元、零及零的借款，以截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日 貴集團的房屋及建築物(賬面值分別約為人民幣209,855,000元、人民幣436,282,000元、零及零)以及計入使用權資產的租賃土地(賬面值分別約為人民幣33,375,000元、人民幣39,040,000元、零及零)作抵押。此外，上述借款根據 貴集團獲授的銀行融資提取，相關銀行融資由 貴公司一家全資子公司、林木勤先生及其配偶共同擔保(如附註31詳述)。這些有抵押、有擔保的借款已分別於截至2023年及2024年12月31日止年度悉數償還，相關擔保已解除。

27. 合同負債

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預收款(註i).....	473,096	1,231,580	2,896,895	1,023,764
銷售返利與折扣(註ii).....	1,154,072	1,375,641	1,863,656	2,643,324
	<u>1,627,168</u>	<u>2,607,221</u>	<u>4,760,551</u>	<u>3,667,088</u>

附錄一

會計師報告

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預收款(註i)	343,537	532,481	695,617	295,592
銷售返利與折扣(註ii)	870,656	772,069	616,795	759,075
	<u>1,214,193</u>	<u>1,304,550</u>	<u>1,312,412</u>	<u>1,054,667</u>

註：

- i. 貴集團在接受部分客戶的訂單時需收取按金。當 貴集團在交付飲品前收取按金，會於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為止。
- ii. 根據已公佈的銷售協議及促銷計劃規則，客戶有權基於實際採購量或促銷計劃的實際參與量獲得 貴集團提供的銷售返利與折扣。向客戶交付商品後， 貴集團將根據客戶完成績效目標的情況及其預期歷史參與率估計並確定應付銷售返利與折扣。鑑於客戶同意將銷售返利與折扣的累積金額用作預收款，則 貴集團就售出商品的應付銷售返利與折扣列作「合同負債」。

2022年1月1日， 貴集團及 貴公司的合同負債分別約為人民幣1,241,369,000元及人民幣1,008,575,000元。

合同負債金額包括待確認的收入。合同負債餘額因應各報告期末未完成合同的數量而變化。下表列示於業績記錄期內確認的與結轉合同負債相關的收入金額。

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計入年／期初合同負債餘額的 已確認收入	<u>1,241,369</u>	<u>1,619,113</u>	<u>2,607,221</u>	<u>3,410,566</u>

附錄一

會計師報告

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計入年／期初合同負債餘額的				
已確認收入.....	<u>1,008,575</u>	<u>1,214,193</u>	<u>1,304,550</u>	<u>847,867</u>

貴集團一般並無原預計期限超過一年的收入合同，管理層根據《國際財務報告準則》第15號採用實用權宜方法，不會披露分配至各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。

28. 租賃負債

	貴集團			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於以下期間應付租賃負債：				
一年內.....	13,501	13,578	13,041	14,758
一年以上但不超過兩年.....	12,714	11,346	5,849	12,842
兩年以上但不超過五年.....	23,350	14,749	15,771	42,848
五年以上.....	<u>49,181</u>	<u>69,291</u>	<u>63,834</u>	<u>359,470</u>
	98,746	108,964	98,495	429,918
減：列於流動負債項下的一年內				
到期結算款項.....	<u>(13,501)</u>	<u>(13,578)</u>	<u>(13,041)</u>	<u>(14,758)</u>
列於非流動負債項下的一年後到期				
結算款項.....	<u>85,245</u>	<u>95,386</u>	<u>85,454</u>	<u>415,160</u>

附錄一

會計師報告

	貴公司			
	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於以下期間應付租賃負債：				
一年內.....	10,080	9,878	8,075	4,458
一年以上但不超過兩年.....	9,061	7,445	1,497	1,143
兩年以上但不超過五年.....	10,721	1,198	1,268	856
五年以上.....	24,164	49,099	48,884	49,435
	54,026	67,620	59,724	55,892
減：列於流動負債項下的一年內 到期結算款項.....	(10,080)	(9,878)	(8,075)	(4,458)
列於非流動負債項下的一年後到期 結算款項.....	43,946	57,742	51,649	51,434

截至2022年、2023年及2024年12月31日，應用於租賃負債的加權平均增量借款年利率為4.75%，而截至2025年6月30日則為4.65%。

29. 股本

貴公司法定及已發行股本變動詳情如下：

	股份數目	股本
		人民幣元
每股面值人民幣1元的普通股		
已註冊、發行及繳足		
2022年1月1日以及2022年及2023年12月31日.....	400,010,000	400,010,000
發行紅股(註).....	120,003,000	120,003,000
2024年12月31日及2025年6月30日.....	520,013,000	520,013,000

註：於2024年10月，貴公司將股本溢價人民幣120,003,000元資本化，轉增120,003,000股普通股作為每股面值人民幣1.00元的紅股。

附錄一

會計師報告

30. 貴公司公積金

	股本溢價	法定公積金	未分配利潤	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	2,084,271	200,005	1,294,106	3,578,382
年內利潤及綜合收益總額	—	—	1,290,518	1,290,518
確認為分派的股息(附註13)	—	—	(600,015)	(600,015)
於2022年12月31日	2,084,271	200,005	1,984,609	4,268,885
年內利潤及綜合收益總額	—	—	1,807,089	1,807,089
確認為分派的股息(附註13)	—	—	(800,020)	(800,020)
於2023年12月31日	2,084,271	200,005	2,991,678	5,275,954
年內利潤及綜合收益總額	—	—	2,801,165	2,801,165
從利潤提取法定盈餘公積金	—	60,002	(60,002)	—
以股份溢價發行紅股(附註29)	(120,003)	—	—	(120,003)
確認為分派的股息(附註13)	—	—	(2,000,050)	(2,000,050)
於2024年12月31日	<u>1,964,268</u>	<u>260,007</u>	<u>3,732,791</u>	<u>5,957,066</u>
期內利潤及綜合收益總額	—	—	221,593	221,593
確認為分派的股息(附註13)	—	—	(1,300,033)	(1,300,033)
於2025年6月30日	<u>1,964,268</u>	<u>260,007</u>	<u>2,654,351</u>	<u>4,878,626</u>

31. 關聯方披露

貴集團及 貴公司於業績記錄期內與關聯方的交易及餘額如下：

貴集團

		於12月31日／截至該日止年度			於6月30日／ 截至該日止
					六個月
關係	交易／餘額性質	2022年	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收關聯方款項：					
鵬智瑞 (註a)	交易性	—	883	1	117
順寶泉 (註b)	交易性	—	—	—	479
		—	883	1	596

附錄一

會計師報告

			於12月31日／截至該日止年度			於6月30日／ 截至該日止 六個月
關係	交易／餘額性質	2022年	2023年	2024年	2025年	
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
應付關聯方款項：						
鵬智瑞(註a)	交易性	—	19,920	6,946	7,844	
順寶泉(註b)	交易性	1,584	—	—	—	
		<u>1,584</u>	<u>19,920</u>	<u>6,946</u>	<u>7,844</u>	
租賃負債						
順寶泉(註b)	有關廠房租賃 的租賃負債	<u>29,417</u>	<u>48,318</u>	<u>48,666</u>	<u>48,796</u>	
順寶泉(註b)	租賃負債利息 支出	<u>1,362</u>	<u>2,186</u>	<u>2,371</u>	<u>1,191</u>	
深圳市東鵬飲料公益 基金會(註c)						
基金會(註c)	基金捐贈	<u>8,000</u>	<u>622</u>	<u>25,500</u>	<u>320</u>	
鵬智瑞(註a)	採購技術服務	<u>—</u>	<u>21,170</u>	<u>28,020</u>	<u>16,551</u>	
鵬智瑞(註a)	分租物業的 租賃收入	<u>—</u>	<u>510</u>	<u>885</u>	<u>117</u>	

附錄一

會計師報告

貴公司

		於12月31日／截至該日止年度			於6月30日／ 截至該日止 六個月
關係	交易／餘額性質	2022年	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收子公司款項：					
子公司.....	非交易性	417,344	3,607,155	1,653,166	3,386,524
子公司.....	交易性	238,807	1,025,561	1,493,268	443,034
		<u>656,151</u>	<u>4,632,716</u>	<u>3,146,434</u>	<u>3,829,558</u>
應付子公司款項：					
子公司.....	非交易性	1,313,728	2,447,999	1,943,505	3,006,328
子公司.....	交易性	520,687	774,122	1,740,177	1,881,143
		<u>1,834,415</u>	<u>3,222,121</u>	<u>3,683,682</u>	<u>4,887,471</u>
應收關聯方款項：					
鵬智瑞(註a)	交易性	—	883	1	—
順寶泉(註b)	交易性	—	—	—	479
		<u>—</u>	<u>883</u>	<u>1</u>	<u>479</u>
應付關聯方款項：					
鵬智瑞(註a)	交易性	—	19,920	6,946	7,844
順寶泉(註b)	交易性	1,584	—	—	—
		<u>1,584</u>	<u>19,920</u>	<u>6,946</u>	<u>7,844</u>
租賃負債：					
順寶泉(註b)	有關廠房租賃 的租賃負債	<u>29,417</u>	<u>48,318</u>	<u>48,666</u>	<u>48,796</u>
順寶泉(註b)	租賃負債利息 支出	<u>1,362</u>	<u>2,186</u>	<u>2,371</u>	<u>1,191</u>
深圳市東鵬飲料公益 基金會(註c)					
	基金捐贈	<u>8,000</u>	<u>622</u>	<u>25,500</u>	<u>320</u>
鵬智瑞(註a)	採購技術服務	<u>—</u>	<u>21,170</u>	<u>28,020</u>	<u>16,551</u>

附錄一

會計師報告

關係	交易／餘額性質	於6月30日／ 截至該日止			
		於12月31日／截至該日止年度			六個月
		2022年	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
鵬智瑞(註a)	分租物業的 租賃收入	<u>—</u>	<u>510</u>	<u>885</u>	<u>—</u>

註：

- (a) 深圳鵬智瑞數字營銷有限公司(「鵬智瑞」)為 貴公司的前子公司，已於2023年5月19日出售予林木勤先生控制的實體，成為 貴集團的關聯方。
- (b) 海豐縣順寶泉物業管理有限公司(「順寶泉」)為林木勤先生及其配偶控制的實體。
- (c) 深圳市東鵬飲料公益基金會為 貴集團關聯自然人擔任董事及管理人員的實體。

貴公司已於2023年5月向林木勤先生控制的實體臻昌匯投資(深圳)有限公司(「臻昌匯」)出售鵬智瑞的全部權益。詳情載於附註34。

與關聯方及子公司的交易性餘額無抵押且免息，賬齡為一年內。

與子公司的非交易性餘額免息、無抵押且須按要求償還。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，最高餘額分別約為人民幣417,344,000元、人民幣4,981,325,000元、人民幣3,433,899,000元及人民幣5,441,295,000元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，林木勤先生及其配偶為 貴集團獲授的銀行融資提供財務擔保，金額分別約人民幣885,000,000元、人民幣670,000,000元、零及零。

主要管理人員薪酬

於業績記錄期，董事及其他主要管理人員的薪酬詳情載於附註11。

附錄一

會計師報告

32. 退休福利計劃

貴集團根據強積金計劃為合資格參與強積金計劃的員工設立一項界定供款退休福利計劃。強積金計劃的資產與 貴集團的資產分開，由受託人控制的基金持有。 貴集團按相關工資成本的一定百分比向強積金計劃供款，而員工須作等額供款。

貴公司及 貴公司於中國成立的子公司的員工，參與由中國政府運作的國家管理退休福利計劃。該等子公司須按工資成本的一定百分比向退休福利計劃供款以支付福利。 貴集團就退休福利計劃的唯一責任為作出指定供款。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止各年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，於損益確認的總費用分別約人民幣63,608,000元、人民幣70,772,000元、人民幣95,085,000元、人民幣44,008,000元(未經審計)及人民幣79,246,000元，即 貴集團應付該等計劃的供款。

33. 收購子公司

截至2023年12月31日止年度

收購子公司

截至2023年12月31日止年度， 貴集團以現金對價約人民幣15,495,000元收購深圳市鵬貸達小額貸款有限公司(「鵬貸達」)全部權益。收購完成後，鵬貸達成為 貴集團的子公司。鵬貸達為一家休眠公司，本次收購已通過收購子公司的方式作為資產及負債收購入賬。

附錄一

會計師報告

所收購的資產及承擔的負債詳情如下：

	2023年
	人民幣千元
物業、廠房及設備.....	8
應收賬款及其他應收款.....	5,495
現金及現金等價物.....	5,415
其他應付款.....	(930)
	9,988
收購鵬貸達的現金流出淨額	
已付現金對價.....	10,845
減：已收購現金及現金等價物.....	(5,415)
	5,430

截至2022年12月31日止年度，貴集團就收購鵬貸達預付保證金約人民幣4,650,000元。

截至2025年6月30日止六個月

收購子公司

截至2025年6月30日止六個月，貴集團以現金對價約人民幣483,639,000元收購深圳新飛通光電子技術有限公司（「**新飛通**」）全部權益。收購完成後，新飛通成為貴集團的子公司。收購已入賬列作通過收購子公司收購資產及負債，因為新飛通主要持有的若干房屋及建築物和相關租賃土地並無執行適用於有關物業的重大程序。

附錄一

會計師報告

所收購的資產及承擔的負債詳情如下：

	2025年
	人民幣千元
物業、廠房及設備	115,614
使用權資產	234,277
應收賬款及其他應收款	7,232
現金及現金等價物	127,672
其他應付款	(1,156)
	<u>483,639</u>
收購新飛通的現金流出淨額	
已付現金對價	483,639
減：已收購現金及現金等價物	(127,672)
	<u><u>355,967</u></u>

34. 處置子公司

於2023年5月19日，貴集團向林木勤先生控制的實體處置鵬智瑞全部權益。鵬智瑞於處置日期的淨資產如下：

	2023年
	人民幣千元
對失去控制權的資產及負債的分析：	
物業、廠房及設備	270
無形資產	143
存貨	1,696
應收賬款及其他應收款	10,876
現金及現金等價物	18,978
應付賬款及其他應付款	(2,943)
已處置淨資產	29,020
已收對價：	
已收現金	<u>32,000</u>
處置子公司的收益：	
已收對價	32,000
已處置淨資產	<u>(29,020)</u>
	<u>2,980</u>
處置產生的現金流入淨額：	
現金對價	32,000
減：已處置現金及現金等價物	<u>(18,978)</u>
	<u><u>13,022</u></u>

附錄一

會計師報告

35. 籌資活動產生的負債的對賬

下表詳述 貴集團籌資活動產生的負債變動，包括現金及非現金變動。籌資活動產生的負債是指 貴集團籌資活動產生的現金流量已經或未來的現金流量將在合併現金流量表中分類的負債。

	應計[編纂]				
	借款	租賃負債	應付股息	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
於2022年1月1日	679,675	106,217	—	—	785,892
籌資現金流量	2,492,433	(15,849)	(600,015)	—	1,876,569
新訂租賃／修訂租賃	—	3,549	—	—	3,549
財務費用	47,853	4,829	—	—	52,682
已宣派股息	—	—	600,015	—	600,015
上一年度預付財務費用 ...	(12,532)	—	—	—	(12,532)
於2022年12月31日	3,207,429	98,746	—	—	3,306,175
籌資現金流量	(46,332)	(18,097)	(800,020)	—	(864,449)
新訂租賃／修訂租賃	—	23,018	—	—	23,018
財務費用	74,789	5,297	—	—	80,086
已宣派股息	—	—	800,020	—	800,020
其他	2	—	—	—	2
於2023年12月31日	3,235,888	108,964	—	—	3,344,852
籌資現金流量	3,217,535	(19,894)	(2,000,050)	—	1,197,591
新訂租賃／修訂租賃	—	4,463	—	—	4,463
財務費用	97,914	4,962	—	—	102,876
已宣派股息	—	—	2,000,050	—	2,000,050
於2024年12月31日	<u>6,551,337</u>	<u>98,495</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6,649,832</u>

附錄一

會計師報告

	借款	租賃負債	應付股息	應計[編纂] 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
於2025年1月1日	6,551,337	98,495	—	—	6,649,832
籌資現金流量	(466,907)	(8,503)	(1,300,033)	(12,621)	(1,788,064)
新訂租賃／修訂租賃	—	333,764	—	—	333,764
財務費用	43,968	6,162	—	—	50,130
已宣派股息	—	—	1,300,033	—	1,300,033
應計股份發行成本	—	—	—	16,201	16,201
於2025年6月30日	<u>6,128,398</u>	<u>429,918</u>	<u>—</u>	<u>3,580</u>	<u>6,561,896</u>
(未經審計)					
於2024年1月1日	3,235,888	108,964	—	—	3,344,852
籌資現金流量	2,715,138	(9,347)	(1,000,025)	—	1,705,766
新訂租賃／修訂租賃	—	3,626	—	—	3,626
財務費用	39,705	2,589	—	—	42,294
已宣派股息	—	—	1,000,025	—	1,000,025
於2024年6月30日	<u>5,990,731</u>	<u>105,832</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6,096,563</u>

36. 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。於業績記錄期， 貴集團的整體策略維持不變。

貴集團的資本架構由淨債務組成，包括借款及租賃負債，扣除現金及現金等價物、受限制銀行存款及定期存款以及歸屬於母公司所有者的權益(包括已發行股本、未分配利潤及其他儲備)。

貴集團董事定期檢討資本架構。作為檢討的一部分，董事考慮資本成本及與各類資本相關的風險。根據董事的建議， 貴集團預期將通過發行新股以及發行新債務或贖回現有債務及派付股息平衡其整體資本架構。

附錄一

會計師報告

37. 金融工具

(a) 金融工具分類

貴集團

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金融資產				
現金及現金等價物.....	1,438,572	2,875,073	3,328,162	2,060,143
受限制銀行存款.....	122,520	316,440	9,025	7,495
定期存款.....	1,738,684	4,196,573	6,361,053	7,129,418
應收賬款及其他應收款.....	40,774	87,748	109,740	153,030
應收關聯方款項.....	—	883	1	596
按攤餘成本計量的金融資產....	3,340,550	7,476,717	9,807,981	9,350,682
以公允價值計量且其變動計入當 期損益的金融資產.....	4,258,944	1,890,592	5,274,359	4,579,179
	<u>7,599,494</u>	<u>9,367,309</u>	<u>15,082,340</u>	<u>13,929,861</u>
金融負債				
應付賬款及其他應付款.....	1,305,795	1,712,467	2,347,778	2,838,714
應付關聯方款項.....	1,584	19,920	6,946	7,844
借款.....	3,207,429	3,235,888	6,551,337	6,128,398
按攤餘成本計量的金融負債....	<u>4,514,808</u>	<u>4,968,275</u>	<u>8,906,061</u>	<u>8,974,956</u>

附錄一

會計師報告

貴公司

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金融資產				
現金及現金等價物.....	768,853	1,212,885	1,494,676	608,134
受限制銀行存款.....	112,346	305,802	1	7
定期存款.....	1,402,242	1,287,986	1,687,215	1,533,830
應收賬款及其他應收款.....	33,211	75,987	94,924	128,281
應收關聯方款項.....	—	883	1	479
應收子公司款項.....	656,151	4,632,716	3,146,434	3,829,558
按攤餘成本計量的金融資產....	2,972,803	7,516,259	6,423,251	6,100,289
以公允價值計量且其變動計入當 期損益的金融資產.....	4,258,944	1,307,422	2,019,928	1,205,098
	<u>7,231,747</u>	<u>8,823,681</u>	<u>8,443,179</u>	<u>7,305,387</u>
金融負債				
應付賬款及其他應付款.....	3,267,185	2,655,634	1,146,626	1,357,009
應付關聯方款項.....	1,584	19,920	6,946	7,844
應付子公司款項.....	1,834,415	3,222,121	3,683,682	4,887,471
借款.....	150,040	278,950	651,242	—
按攤餘成本計量的金融負債....	<u>5,253,224</u>	<u>6,176,625</u>	<u>5,488,496</u>	<u>6,252,324</u>

(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現金及現金等價物、應收賬款及其他應收款、應收關聯方款項、應收子公司款項、受限制銀行存款、定期存款、以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產、應付賬款及其他應付款、應付關聯方款項、應付子公司款項及借款。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(外匯風險、利率風險及價格風險)、信用風險及流動性風險。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

貴集團及 貴公司的業務主要面臨利率、價格及匯率變動的市場風險。

附錄一

會計師報告

貴集團及 貴公司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) 外匯風險

貴集團及 貴公司大部分的收入及支出均以人民幣結算。此外， 貴公司與若干以外幣計價的子公司之間存在集團間餘額，這亦使 貴集團面臨外匯風險。主要的集團間餘額為應收／應付東鵬飲料(香港)有限公司(一家於香港開展經營活動的子公司)的款項。

貴集團目前沒有外幣對沖政策。但是，管理層會監控外匯風險，並在必要時考慮對沖重大外匯風險。

於報告日期， 貴集團以外幣計價的貨幣資產及集團間餘額的賬面值如下：

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產				
人民幣.....	—	3,213	166	117
港元.....	—	7,169	41,833	50,477
美元.....	<u>698,009</u>	<u>4,169,712</u>	<u>1,716,856</u>	<u>1,692,274</u>
負債				
人民幣.....	—	2,786,777	179,570	37,061
港元.....	—	—	683	683
美元.....	<u>—</u>	<u>124</u>	<u>126</u>	<u>134</u>

敏感性分析

貴集團主要面臨人民幣及美元兌港元的匯率波動風險。由於根據香港聯繫匯率制度，港元與美元掛鈎，故 貴集團管理層認為 貴集團面臨的美元匯率風險並不重大。

附錄一

會計師報告

下表詳述 貴集團對港元兌人民幣的匯率可能出現升值及貶值5%合理變動的敏感性。5%為向主要管理人員內部報告外匯風險時所採用的敏感性比率，代表管理層對外匯匯率合理可能變動的評估。敏感性分析僅包括以外幣計價的未償還貨幣性項目，並於報告期末按5%的外匯匯率變動調整其折算。敏感性分析亦包括集團間餘額。下文的正數表示港元兌人民幣貶值5%時，稅後利潤會增加。當港元兌人民幣升值5%時，則對利潤有著等額但相反的影響，而下文的金額將為負數。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止
	2022年	2023年	2024年	六個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2025年 人民幣千元
年／期內利潤				
— 港元兌人民幣	<u>—</u>	<u>(115,912)</u>	<u>(5,733)</u>	<u>536</u>

(ii) 利率風險

貴集團面臨與受限制銀行存款(附註23)、定期存款(附註23)、固定利率借款(附註26)及租賃負債(附註28)相關的公允價值利率風險。 貴集團面臨與浮動利率銀行餘額(附註23)及浮動利率借款(附註26)有關的現金流量利率風險。現金流量利率風險主要集中於銀行餘額的現行市場利率及借款的貸款市場報價利率波動。

利率敏感性

下文敏感性分析根據各報告期末的利率風險而編製。該分析是假設各報告期末未償還金融工具全年未償還而編製。向主要管理人員內部報告利率風險時，採用浮動利率借款增加或減少100個基點的方式，代表管理層對利率可能變化的評估。由於管理層認為浮動利率銀行餘額產生的現金流量利率風險並不重大，故將銀行餘額自敏感性分析中排除。

附錄一

會計師報告

如果借款相關利率上升／下跌100個基點，而其他所有變數維持不變，貴集團截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月的稅後利潤將分別減少／增加約零、人民幣1,650,000元、零及零。

(iii) 價格風險

貴集團因投資於以公允價值計量且其變動計入當期損益的股本證券而面臨股價風險。就於聯交所掛牌的以公允價值計量且其變動計入當期損益的股本證券而言，貴集團管理層通過維持一套具有不同風險的投資組合來管理此風險。

敏感性分析

敏感性分析已根據各報告期末股價風險確定。就公允價值計量歸類為第一級的股本證券敏感性分析而言，由於金融市場波動，敏感性比率增加至10%。如果相關股本工具的價格上升／下跌10%，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月的稅後利潤將分別增加／減少約零、人民幣9,866,000元、人民幣14,146,000元及零。

信用風險及減值評估

於各報告期末，貴集團及貴公司因交易對手方未能履行責任而導致貴集團蒙受財務損失的最大信用風險來自各報告期末合併財務狀況表所列各項已確認金融資產的賬面值。

客戶合同產生的應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司款項

為最大程度降低信用風險，貴集團及貴公司的管理層已委派負責人員確定授信額度、信貸審批及其他監控程序，確保採取跟進行動收回逾期債務。貴集團及貴公司可能會要求大部分客戶在接受訂單前支付訂金。我們還設有其他監控程序，確保採取跟進行動追回逾期債務。就此而言，貴公司董事認為貴集團的信用風險已大幅降低。

附錄一

會計師報告

此外，貴集團及貴公司根據預期信用損失模型對個別出現信用減值的應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司交易性款項進行減值評估。其餘應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司款項則根據客戶性質及客戶的未償還餘額賬齡進行分類及集體評估。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴集團就應收賬款及應收關聯方款項分別確認信用損失撥備約人民幣9,000元、人民幣2,214,000元、人民幣781,000元及人民幣1,421,000元，而貴公司就應收賬款及應收關聯方款項分別(撥回)／確認信用損失撥備約人民幣(34,000)元、人民幣2,249,000元、人民幣760,000元及人民幣1,411,000元。就應收子公司交易性款項而言，貴集團及貴公司評估預期信用損失並不重大，因此截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月並無確認損失撥備。

其他應收款及應收子公司非交易性款項

由於貴集團及貴公司認為其他應收款及應收子公司非交易性款項的信用風險自初始確認以來並無顯著增加，因此貴集團及貴公司按12個月預期信用損失基準來評估該等金融資產的損失撥備。於確定預期信用損失時，貴集團及貴公司已適當考慮歷史違約經驗及前瞻性資料。儘管與付款相關的歷史違約率一直很低，貴集團及貴公司仍然積極監控各債務人所欠的未償還款項，並及時識別任何信用風險，以降低信用相關損失的風險。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴集團分別確認／(撥回)信用損失撥備約人民幣349,000元、人民幣(522,000)元、人民幣177,000元及人民幣507,000元，而貴公司分別確認信用損失撥備約零、人民幣44,000元、零及零。就應收子公司非交易性款項而言，貴集團及貴公司評估預期信用損失並不重大，因此截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月並無確認任何損失撥備。

定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額

由於交易對手方為外部信用評級機構給予高信用評級的中國特許銀行，因此定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額的信用風險有限。

除了存置於若干銀行的流動資金的集中信用風險外，貴集團並無任何其他重大集中信用風險。

附錄一

會計師報告

貴集團及 貴公司參考外部信用評級機構發佈的相關信用評級等級的違約率與違約損失率，來評估定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額的12個月預期信用損失。基於平均損失率，定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額的12個月預期信用損失被視為並不重大，因此截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月並無確認損失撥備。

貴集團的內部信用風險評級包括以下類別：

內部信用評級	描述	應收賬款	其他金融資產
低風險.....	交易對手方違約風險低，且並無任何逾期金額。	全期預期信用損失 — 非信用減值	12個月預期信用損失
監察名單	債務人經常於到期日後償還，但通常全數結算。	全期預期信用損失 — 非信用減值	12個月預期信用損失
呆賬.....	通過內部或外部資源獲得的信息，自初始確認以來，信用風險已顯著增加。	全期預期信用損失 — 非信用減值	全期預期信用損失 — 非信用減值
損失.....	有證據顯示該資產已發生信用減值。	全期預期信用損失 — 信用減值	全期預期信用損失 — 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。	金額已撇銷	金額已撇銷

附錄一

會計師報告

下表詳列進行預期信用損失評估的 貴集團及 貴公司金融資產的信用風險敞口：

貴集團

	附註	內部 信用評級	12個月或 全期預期信用損失	賬面總值			
				2022年12月31日	2023年12月31日	2024年12月31日	2025年6月30日
				人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收賬款	22	不適用 (註i)	全期預期信用損失 (非信用減值)	26,056	69,848	85,581	113,886
其他應收款	22	(ii)	12個月預期信用損失	16,673	21,543	28,744	45,156
應收關聯方款項...	31	不適用 (註i)	全期預期信用損失 (非信用減值)	—	883	1	596
定期存款	23	(ii)	12個月預期信用損失	1,738,684	4,196,573	6,361,053	7,129,418
受限制銀行存款...	23	(ii)	12個月預期信用損失	122,520	316,440	9,025	7,495
銀行餘額	23	(ii)	12個月預期信用損失	1,438,572	2,875,073	3,328,162	2,060,143

貴公司

	附註	內部 信用評級	12個月或 全期預期信用損失	賬面總值			
				2022年12月31日	2023年12月31日	2024年12月31日	2025年6月30日
				人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收賬款	22	不適用 (註i)	全期預期信用損失 (非信用減值)	22,902	67,877	83,086	111,297
其他應收款	22	(ii)	12個月預期信用損失	11,454	11,548	16,036	22,593
應收關聯方款項...	31	不適用 (註i)	全期預期信用損失(非 信用減值)	—	883	1	479
應收子公司款項...	31	不適用 (註i)	全期預期信用損失(非 信用減值)	238,807	1,025,561	1,493,268	443,034
應收子公司款項...	31	(ii)	12個月預期信用損失	417,344	3,607,155	1,653,166	3,386,524
定期存款	23	(ii)	12個月預期信用損失	1,402,242	1,287,986	1,687,215	1,533,830
受限制銀行存款...	23	(ii)	12個月預期信用損失	112,346	305,802	1	7
銀行餘額	23	(ii)	12個月預期信用損失	768,853	1,212,885	1,494,676	608,134

註：

- (i) 就應收賬款、應收關聯方款項及應收子公司交易性款項而言， 貴集團及 貴公司已應用《國際財務報告準則》第9號的簡化方法按全期預期信用損失計量損失撥備。除已發生信用減值的債務人外， 貴集團及 貴公司按相關應收賬款的賬齡分組，並以集體基準確定該等項目的預期信用損失。

附錄一

會計師報告

作為 貴集團及 貴公司信用風險管理的一部分， 貴集團及 貴公司使用債務人的賬齡來評估其客戶的減值。下文載列有關 貴集團以集體基準計算的應收賬款的信用風險敞口的資料：

貴集團

	少於1年	合計
	人民幣千元	人民幣千元
於2022年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	26,056	26,056
全期預期信用損失	(1,303)	(1,303)
	<u>24,753</u>	<u>24,753</u>
於2023年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	69,848	69,848
全期預期信用損失	(3,492)	(3,492)
	<u>66,356</u>	<u>66,356</u>
於2024年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	85,581	85,581
全期預期信用損失	(4,273)	(4,273)
	<u>81,308</u>	<u>81,308</u>
於2025年6月30日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	113,886	113,886
全期預期信用損失	(5,694)	(5,694)
	<u>108,192</u>	<u>108,192</u>

估計損失率乃基於債務人預期年期的歷史觀察違約率估計，並按毋須花費過多成本或精力可取得的前瞻性資料調整。管理層會定期審閱分組，確保特定債務人的相關資料屬最新資料。

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日， 貴集團分別就未發生信用減值的應收賬款計提減值撥備約人民幣1,303,000元、人民幣3,492,000元、人民幣4,273,000元及人民幣5,694,000元。 貴集團亦分別就已發生信用減值的債務人作出減值撥備零、零、零及零。

附錄一

會計師報告

貴公司

	少於1年	合計
	人民幣千元	人民幣千元
於2022年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	22,902	22,902
全期預期信用損失	(1,145)	(1,145)
	<u>21,757</u>	<u>21,757</u>
於2023年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	67,877	67,877
全期預期信用損失	(3,394)	(3,394)
	<u>64,483</u>	<u>64,483</u>
於2024年12月31日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	83,086	83,086
全期預期信用損失	(4,154)	(4,154)
	<u>78,932</u>	<u>78,932</u>
於2025年6月30日		
平均損失率	5.00%	5.00%
賬面總值	111,297	111,297
全期預期信用損失	(5,565)	(5,565)
	<u>105,732</u>	<u>105,732</u>

估計損失率乃基於債務人預期年期的歷史觀察違約率估計，並按毋須花費過多成本或精力可取得的前瞻性資料調整。管理層會定期審閱分組，確保特定債務人的相關資料屬最新資料。

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，貴公司分別就未發生信用減值的應收賬款計提減值撥備約人民幣1,145,000元、人民幣3,394,000元、人民幣4,154,000元及人民幣5,565,000元。貴公司亦分別就已發生信用減值的債務人作出減值撥備零、零、零及零。

附錄一

會計師報告

下表列示已根據簡化方法就應收賬款及應收關聯方款項確認全期預期信用損失的變動情況：

	貴集團	貴公司
	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	1,294	1,179
— 減值損失(扣除撥回)	9	(34)
於2022年12月31日	1,303	1,145
— 減值損失(扣除撥回)	2,214	2,249
— 其他	(25)	—
於2023年12月31日	3,492	3,394
— 減值損失(扣除撥回)	781	760
於2024年12月31日	4,273	4,154
— 減值損失(扣除撥回)	1,421	1,411
於2025年6月30日	<u>5,694</u>	<u>5,565</u>

- (ii) 就內部信用風險管理而言，由於自初始確認以來信用風險並無顯著增加，故 貴集團及 貴公司已應用《國際財務報告準則》第9號的一般方法按12個月預期信用損失計量損失撥備。 貴集團及 貴公司通過評估違約率就其他應收款、應收子公司非交易性款項、定期存款、受限制銀行存款及銀行餘額確定預期信用損失。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年以及截至2025年6月30日止六個月，鑑於餘額性質、歷史違約率及前瞻性資料， 貴集團及 貴公司認為就該等餘額作出的減值撥備並不重大。

流動性風險

在管理流動性風險時， 貴集團及 貴公司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 貴集團提供經營資金並降低現金流量波動的影響。

下表詳述 貴集團及 貴公司非衍生金融負債的合同到期情況。該表乃根據 貴集團及 貴公司可能被要求付款的最早日期的金融負債的未折現現金流量編製。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

貴集團

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2022年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	1,305,795	—	—	1,305,795	1,305,795
應付關聯方款項.....	不適用	1,584	—	—	1,584	1,584
借款.....	1.91	3,235,989	—	—	3,235,989	3,207,429
租賃負債	4.75	17,870	48,256	60,787	126,913	98,746
		<u>4,561,238</u>	<u>48,256</u>	<u>60,787</u>	<u>4,670,281</u>	<u>4,613,554</u>

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2023年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	1,712,467	—	—	1,712,467	1,712,467
應付關聯方款項.....	不適用	19,920	—	—	19,920	19,920
借款.....	1.79	3,036,536	228,941	—	3,265,477	3,235,888
租賃負債	4.75	17,532	41,812	108,113	167,457	108,964
		<u>4,786,455</u>	<u>270,753</u>	<u>108,113</u>	<u>5,165,321</u>	<u>5,077,239</u>

附錄一

會計師報告

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2024年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	2,347,778	—	—	2,347,778	2,347,778
應付關聯方款項.....	不適用	6,946	—	—	6,946	6,946
借款.....	1.51	6,592,443	—	—	6,592,443	6,551,337
租賃負債	4.75	17,466	36,109	97,455	151,030	98,495
		<u>8,964,633</u>	<u>36,109</u>	<u>97,455</u>	<u>9,098,197</u>	<u>9,004,556</u>

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2025年6月30日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	2,838,714	—	—	2,838,714	2,838,714
應付關聯方款項.....	不適用	7,844	—	—	7,844	7,844
借款.....	1.34	6,159,870	—	—	6,159,870	6,128,398
租賃負債	4.65	35,630	128,000	513,283	676,913	429,918
		<u>9,042,058</u>	<u>128,000</u>	<u>513,283</u>	<u>9,683,341</u>	<u>9,404,874</u>

附錄一

會計師報告

貴公司

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2022年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	3,267,185	—	—	3,267,185	3,267,185
應付關聯方款項.....	不適用	1,584	—	—	1,584	1,584
應付子公司款項.....	不適用	1,834,415	—	—	1,834,415	1,834,415
借款.....	2.65	154,902	—	—	154,902	150,040
租賃負債	4.75	12,398	25,569	30,928	68,895	54,026
		<u>5,270,484</u>	<u>25,569</u>	<u>30,928</u>	<u>5,326,981</u>	<u>5,307,250</u>

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2023年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	2,655,634	—	—	2,655,634	2,655,634
應付關聯方款項.....	不適用	19,920	—	—	19,920	19,920
應付子公司款項.....	不適用	3,222,121	—	—	3,222,121	3,222,121
借款.....	2.50	280,000	—	—	280,000	278,950
租賃負債	4.75	11,876	18,525	82,109	112,510	67,620
		<u>6,189,551</u>	<u>18,525</u>	<u>82,109</u>	<u>6,290,185</u>	<u>6,244,245</u>

附錄一

會計師報告

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2024年12月31日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	1,146,626	—	—	1,146,626	1,146,626
應付關聯方款項.....	不適用	6,946	—	—	6,946	6,946
應付同系子公司款項.....	不適用	3,683,682	—	—	3,683,682	3,683,682
借款.....	2.44	651,610	—	—	651,610	651,242
租賃負債.....	4.75	10,774	12,503	79,527	102,804	59,724
		<u>5,499,638</u>	<u>12,503</u>	<u>79,527</u>	<u>5,591,668</u>	<u>5,548,220</u>

	加權平均利率	按要求			未折現現金流量	
		或少於1年	1至5年	超過5年	總額	賬面值
	%	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2025年6月30日						
應付賬款及其他應付款...	不適用	1,357,009	—	—	1,357,009	1,357,009
應付關聯方款項.....	不適用	7,844	—	—	7,844	7,844
應付同系子公司款項.....	不適用	4,887,471	—	—	4,887,471	4,887,471
租賃負債.....	4.75	6,800	11,669	78,171	96,640	55,892
		<u>6,259,124</u>	<u>11,669</u>	<u>78,171</u>	<u>6,348,964</u>	<u>6,308,216</u>

(c) 金融工具的公允價值計量

就財務報告而言，貴集團部分金融工具乃按公允價值計量。在估計公允價值時，貴集團使用可獲取的市場可觀察數據。對於第三級具有重大不可觀察輸入數據的工具，貴集團以適當的估值技術及輸入數據設立模型，用於估計金融工具的公允價值。

附錄一

會計師報告

下表利用估值法分析 貴集團按經常性基準以公允價值列賬的金融工具。不同層級的定義如下：

- 相同資產或負債在活躍市場上未經調整的報價(第一級)。
- 除第一級輸入數據所包含的報價外，資產或負債直接(即價格)或間接(即源自價格)可觀察的輸入數據(第二級)。
- 並非基於可觀察市場數據的資產或負債輸入數據(即不可觀察輸入數據)(第三級)。

有關確定各項資產的公允價值所使用的估值技術及輸入數據的資料披露如下。

(i) 按經常性基準以公允價值計量的金融工具公允價值

貴集團及 貴公司部分金融資產及金融負債於各報告期末以公允價值計量。下表載列有關如何確定該等金融資產及金融負債公允價值的資料(尤其是所採用的估值技術及輸入數據)。

	貴集團				貴公司				公允價值 層級	估值技術及主要輸入 數據
	公允價值				公允價值					
	截至12月31日			截至6月30日	截至12月31日			截至6月30日		
	2022年	2023年	2024年	2025年	2022年	2023年	2024年	2025年		
	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	人民幣千元		
上市股本證券.....	—	98,659	141,346	—	—	—	—	—	第一級	於活躍市場中的報價。
銀行及其他金融機構 發行的金融產品 投資.....	3,895,701	1,449,321	4,856,873	4,264,793	3,895,701	964,810	1,743,788	890,712	第二級	銀行及金融機構根據 相關投資的預期回報提供的報價
基金投資.....	363,243	342,612	276,140	314,386	363,243	342,612	276,140	314,386	第三級	基金管理人根據相關 投資的公允價值提供的報價(附註)
	<u>4,258,944</u>	<u>1,890,592</u>	<u>5,274,359</u>	<u>4,579,179</u>	<u>4,258,944</u>	<u>1,307,422</u>	<u>2,019,928</u>	<u>1,205,098</u>		

附錄一

會計師報告

附註：基金管理人提供的公允價值計量使用的主要不可觀察輸入數據包括缺乏市場流通性折現。估值中使用的缺乏市場流通性的折現率的增加會導致基金投資公允價值計量的減少，反之亦然。

(ii) 第三級公允價值計量的對賬

貴集團				
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產				
截至12月31日			截至6月30日	
2022年	2023年	2024年	2025年	
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於1月1日.....	380,574	363,243	342,612	276,140
處置／結算.....	—	(24,074)	(20,241)	—
公允價值變動.....	(17,331)	3,443	(46,231)	38,246
於12月31日.....	<u>363,243</u>	<u>342,612</u>	<u>276,140</u>	<u>314,386</u>
貴公司				
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產				
截至12月31日			截至6月30日	
2022年	2023年	2024年	2025年	
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於1月1日.....	380,574	363,243	342,612	276,140
處置／結算.....	—	(24,074)	(20,241)	—
公允價值變動.....	(17,331)	3,443	(46,231)	38,246
於12月31日.....	<u>363,243</u>	<u>342,612</u>	<u>276,140</u>	<u>314,386</u>

於業績記錄期，第一級及第二級之間並無轉撥。

(iii) 並非按經常性基準以公允價值計量的金融資產及金融負債公允價值(但須披露公允價值)

貴公司董事認為，貴集團及貴公司於歷史財務資料按攤餘成本記錄的金融資產及金融負債賬面值與其於各報告期末的公允價值相若。

附錄一

會計師報告

38. 貴公司主要子公司詳情

於本報告日期，貴公司於下列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	法定或註冊／ 繳足已發行資本	貴集團應佔股權				截至本報告 日期	法律形式	主要業務	註
			截至12月31日		截至6月30日					
			2022年	2023年	2024年	2025年				
直接持有：										
廣州市東鵬食品飲料有限公司.....	中國內地 2006年4月5日	人民幣80,000,000元 人民幣80,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	研發中心及製造	(b)(c) (d)
安徽東鵬食品飲料有限公司.....	中國內地 2012年8月28日	人民幣300,000,000元 人民幣300,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b)(c) (d)
廣東東鵬維他命飲料有限公司.....	中國內地 2011年11月10日	人民幣10,000,000元 人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b)(c) (e)
南寧東鵬食品飲料有限公司.....	中國內地 2017年3月1日	人民幣450,000,000元 人民幣450,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b)(c) (d)
重慶東鵬維他命飲料有限公司.....	中國內地 2015年2月3日	人民幣489,961,000元 人民幣489,961,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b)(c) (e)
長沙東鵬維他命飲料有限公司.....	中國內地 2021年8月9日	人民幣130,000,000元 人民幣130,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b)(c) (d)

附錄一

會計師報告

公司名稱	註冊成立／ 成立地點及日期	法定或註冊／ 繳足已發行資本	貴集團應佔股權				截至本報告 日期	法律形式	主要業務	註
			截至12月31日		截至6月30日					
			2022年	2023年	2024年	2025年				
直接持有：										
浙江東鵬維他命飲料有限公司.....	中國內地 2021年11月29日	人民幣170,000,000元 人民幣170,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b) (c) (d)
廣東東鵬飲料有限公司	中國內地 2017年4月26日	人民幣669,076,700元 人民幣669,076,700元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	製造	(b) (c) (d)
深圳市東鵬捷迅供應鏈管理有限公司	中國內地 2019年4月23日	人民幣100,000,000元 人民幣100,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	供應鏈管理	(b) (c) (d)
東鵬飲料市場營銷(上海)有限公司 ..	中國內地 2020年6月22日	人民幣10,000,000元 人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷	(b) (c) (d)
東鵬飲料營銷(廣東)有限公司.....	中國內地 2022年11月9日	人民幣10,000,000元 人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷	(b) (c) (d)
東鵬飲料市場營銷(浙江)有限公司 ..	中國內地 2024年1月4日	人民幣10,000,000元 人民幣10,000,000元	/	/	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷	(e) (h)
東鵬飲料市場營銷(天津)有限公司 ..	中國內地 2024年1月2日	人民幣10,000,000元 /	/	/	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷	(e) (h)

附錄一

會計師報告

公司名稱	註冊成立／ 成立地點及日期	法定或註冊／ 繳足已發行資本	貴集團應佔股權				截至本報告 日期	法律形式	主要業務	註
			截至12月31日		截至6月30日					
			2022年	2023年	2024年	2025年				
直接持有：										
深圳市東鵬飲料銷售管理有限公司 ..	中國內地	人民幣10,000,000元	/	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷	(c) (d)
	2023年7月14日	人民幣10,000,000元								(h)
東鵬飲料(香港)有限公司	香港	190,000,000美元	100%	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	經銷及國際貿易	(f)
	2021年11月10日	190,000,000美元								
東鵬飲料市場營銷(汕尾)有限公司 ..	中國內地	人民幣10,000,000元	100%	100%	不適用	不適用	不適用	有限責任公司	經銷	(b) (c)
	2021年10月15日	人民幣10,000,000元								(g)
東鵬飲料市場營銷(深圳)有限公司 ..	中國內地	人民幣10,000,000元	100%	100%	不適用	不適用	不適用	有限責任公司	經銷	(b) (g)
	2021年9月30日	人民幣10,000,000元								

註：

- (a) 由於在中國內地註冊成立的子公司沒有官方的英文名稱，故其英文名稱由 貴集團管理層翻譯後提供。
- (b) 此間於中國成立的子公司截至2022年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國相關會計原則及法規編製，並經深圳市華圖會計師事務所審計。
- (c) 此間於中國成立的子公司截至2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國相關會計原則及法規編製，並經深圳悅信會計師事務所審計。
- (d) 此間於中國成立的子公司截至2024年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國相關會計原則及法規編製，並經深圳悅信會計師事務所審計。

附錄一

會計師報告

- (e) 此間於中國成立的子公司截至2024年12月31日止年度／期間的法定財務報表乃根據中國相關會計原則及法規編製，並經深圳市鼎譽會計師事務所(普通合夥)審計。
- (f) 該子公司截至2022年12月31日止年度的法定財務報表乃根據《香港中小企業財務報告準則》及截至2023年及2024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，並於截至2022年及2023年12月31日止年度分別經Grandwealth & Co. (執業會計師)及班利仕會計師事務所有限公司審計，於截至2024年12月31日止年度經德勤•關黃陳方會計師行(執業會計師)審計。
- (g) 東鵬飲料市場營銷(深圳)有限公司及東鵬飲料市場營銷(汕尾)有限公司分別於2024年1月18日及2024年8月6日註銷。東鵬飲料市場營銷(深圳)有限公司並無編製截至2023年12月31日止年度的法定財務報表，因為該年度結束後不久其已註銷。
- (h) 該等子公司由 貴集團於業績記錄期成立。
- (i) 上表載列 貴公司董事認為對 貴集團業績或資產有主要影響的 貴公司子公司。 貴公司董事認為，提供其他子公司的詳細情況會導致篇幅過長。
- (j) 於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日或業績記錄期任何時間，概無子公司發行任何債務證券。

附錄一

會計師報告

39. 資本承諾

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	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 的資本支出	574,107	607,784	1,034,013	1,709,222

40. 報告期後事項

於業績記錄期後，本公司股東已於臨時股東大會批准就截至2025年6月30日止期間派發中期股息每10股普通股人民幣25.0元，總金額約為人民幣1,300,033,000元。中期股息已於2025年8月25日派付。

41. 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2025年6月30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

本附錄所載資料並不構成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)就本集團截至2024年12月31日止三個年度各年及截至2025年6月30日止六個月的歷史財務資料編製的會計師報告(「會計師報告」，載於本文件附錄一)的一部分，僅供參考用途。

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所載會計師報告一併閱讀。

A. 母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表

下文所載母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表乃根據《上市規則》第4.29段而編製，僅供說明用途，並旨在說明建議[編纂](定義見本文件)對於2025年6月30日母公司所有者應佔本集團經審計綜合有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於2025年6月30日進行。母公司所有者應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表的編製僅供說明用途，並由於其假設性質，未必能真實反映於2025年6月30日或任何後續日期母公司所有者應佔本集團綜合有形資產淨值的情況。

[編纂]

附錄二

未經審計[編纂]財務資料

[編纂]

附錄三

《公司章程》概要

本附錄主要為[編纂]提供《公司章程》的概要。以下資料僅為概要，未必包括對潛在[編纂]可能屬重要的全部材料。

股份和註冊資本

公司的股份採取股票的形式。

公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同類別的每一股份應當具有同等權利。

同次發行的同類別股份，每股的發行條件和價格應當相同；任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。

股份增減、回購及轉讓

股份增減

公司根據經營和發展的需要，依照法律、法規、公司股票上市地證券監管規則的規定，經股東會分別作出決議，可以採用下列方式增加資本：

(一) 向不特定對象發行股份；

(二) 向特定對象發行股份；

(三) 向現有股東派送紅股；

(四) 以公積金轉增股本；

(五) 法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則規定及中國證監會規定、香港聯交所批准的其他方式。

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照《中華人民共和國公司法》(以下簡稱「《公司法》」)、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(以下簡稱「《香港上市規則》」)以及其他有關規定和《公司章程》規定的程序辦理。

附錄三

《公司章程》概要

股份回購

公司在下列情況下，可以依照法律、行政法規、部門規章和《公司章程》的規定，收購本公司的股份：

- (一) 減少公司註冊資本；
- (二) 與持有本公司股票的其他公司合併；
- (三) 將股份用於員工持股計劃或者股權激勵；
- (四) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求公司收購其股份的；
- (五) 將股份用於轉換上市公司發行的可轉換為股票的公司債券；
- (六) 為維護公司價值及股東權益所必需。

除上述情形外，公司不進行買賣本公司股份的活動。

公司收購本公司股份，可以通過公開的集中交易方式，或者法律法規、公司股票上市地證券監管規則規定和中國證監會、香港聯交所認可的其他方式進行。

公司因上述第(三)項、第(五)項、第(六)項規定的情形收購本公司股份的，應當通過公開的集中交易方式進行。

公司因上述第(一)項至第(二)項的原因收購本公司股份的，應當經股東會決議。公司因上述第(三)項、第(五)項、第(六)項規定的情形收購公司股份的，在符合適用公司股票上市地證券監管規則的前提下，經三分之二以上董事出席的董事會會議決議。

附錄三

《公司章程》概要

公司依照上述規定收購本公司股份後，在符合適用公司股票上市地證券監管規則的前提下，屬於第(一)項情形的，應當自收購之日起10日內註銷；屬於第(二)項、第(四)項情形的，應當在6個月內轉讓或者註銷。屬於第(三)項、第(五)項、第(六)項情形的，公司合計持有的本公司股份數不得超過本公司已發行股份總額的10%，並應當在3年內轉讓或者註銷。

儘管有上述規定，如適用的法律法規、《公司章程》其他規定以及公司股票上市地法律或者證券監督管理機構對前述涉及回購公司股份的相關事項另有規定的，公司應遵從其規定。公司H股的回購應遵守《香港上市規則》及公司H股上市地其他相關法律法規及監管規定。

公司收購本公司股份後，公司應當依照《中華人民共和國證券法》(以下簡稱「《證券法》」)及《香港上市規則》等適用法律法規及公司股票上市地的監管規定履行信息披露義務。

股份轉讓

公司的股份應當依法轉讓。公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在上海證券交易所上市交易之日起1年內不得轉讓。

公司董事、高級管理人員應當向公司申報所持有的本公司的股份(含優先股股份)及其變動情況，在就任時確定的任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司同一類別股份總數的25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起1年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的本公司股份。

法律、行政法規或公司股票上市地上市規則對公司股份的轉讓限制另有規定的，從其規定。

附錄三

《公司章程》概要

公司持有百分之五以上股份的股東、董事、高級管理人員，將其持有的本公司股票或者其他具有股權性質的證券在買入後六個月內賣出，或者在賣出後六個月內又買入，由此所得收益歸本公司所有，本公司董事會將收回其所得收益。但是，證券公司因購入包銷售後剩餘股票而持有百分之五以上股份的，以及有中國證監會、香港聯交所規定的其他情形的除外。

前款所稱董事、高級管理人員、自然人股東持有的股票或者其他具有股權性質的證券，包括其配偶、父母、子女持有的及利用他人賬戶持有的股票或者其他具有股權性質的證券。

公司董事會不按照本條第一款規定執行的，股東有權要求董事會在三十日內執行。公司董事會未在上述期限內執行的，股東有權為了公司的利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。公司董事會不按照本條第一款的規定執行的，負有責任的董事依法承擔連帶責任。

股東和股東會

股東的一般規定

公司依據證券登記機構提供的憑證建立股東名冊，股東名冊是證明股東持有公司股份的充分證據。H股股東名冊正本的存放地為香港；受委託的境外代理機構應當隨時保證境外上市股份股東名冊正、副本的一致性。股東名冊香港分冊必須可供股東查閱，但公司可根據適用法律法規及公司股票上市地證券監管規則的規定暫停辦理股東登記手續。

股東按其所持有股份的種類享有權利，承擔義務；持有同一種類股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

附錄三

《公司章程》概要

公司股東享有下列權利：

- (一) 依照其所持有的股份份額獲得股利和其他形式的利益分配；
- (二) 依法請求召開、召集、主持、參加或者委派股東代理人參加股東會，並行使相應的發言權和表決權；
- (三) 對公司的經營進行監督，提出建議或者質詢；
- (四) 依照法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則及《公司章程》的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；
- (五) 查閱、複製《公司章程》、股東名冊、股東會會議記錄、董事會會議決議、財務會計報告，符合規定的股東可以查閱公司的會計賬簿、會計憑證；
- (六) 公司終止或者清算時，按其所持有的股份份額參加公司剩餘財產的分配；
- (七) 對股東會作出的公司合併、分立決議持異議的股東，要求公司收購其股份；
- (八) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則或《公司章程》規定的其他權利。

股東要求查閱、複製公司有關材料的，應當遵守《公司法》《證券法》等法律、行政法規的規定。

附錄三

《公司章程》概要

公司股東會、董事會決議內容違反法律、行政法規的，股東有權請求人民法院認定無效。股東會、董事會的會議召集程序、表決方式違反法律、行政法規或者公司章程，或者決議內容違反公司章程的，股東有權自決議作出之日起60日內，請求人民法院撤銷。但是，股東會、董事會會議的召集程序或者表決方式僅有輕微瑕疵，對決議未產生實質影響的除外。

公司股東承擔下列義務：

- (一) 遵守法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》；
- (二) 依其所認購的股份和入股方式繳納股款；
- (三) 除法律、法規規定的情形外，不得抽回其成本；
- (四) 不得濫用股東權利損害公司或者其他股東的利益；不得濫用公司法人獨立地位和股東有限責任損害公司債權人的利益；
- (五) 法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則及《公司章程》規定應當承擔的其他義務。

公司股東濫用股東權利給公司或者其他股東造成損失的，應當依法承擔賠償責任。公司股東濫用公司法人獨立地位和股東有限責任，逃避債務，嚴重損害公司債權人利益的，應當對公司債務承擔連帶責任。

控股股東和實際控制人

公司的控股股東、實際控制人應當依照法律、行政法規、中國證監會和公司股票上市地證券交易所、公司股票上市地證券監管規則的規定行使權利、履行義務，維護上市公司利益。

附錄三

《公司章程》概要

公司控股股東、實際控制人應當遵守下列規定：

- (一) 依法行使股東權利，不濫用控制權或者利用關聯關係損害公司或者其他股東的合法權益；
- (二) 嚴格履行所作出的公開聲明和各項承諾，不得擅自變更或者豁免；
- (三) 嚴格按照有關規定履行信息披露義務，積極主動配合公司做好信息披露工作，及時告知公司已發生或者擬發生的重大事件；
- (四) 不得以任何方式佔用公司資金；
- (五) 不得強令、指使或者要求公司及相關人員違法違規提供擔保；
- (六) 不得利用公司未公開重大信息謀取利益，不得以任何方式泄露與公司有關的未公開重大信息，不得從事內幕交易、短線交易、操縱市場等違法違規行為；
- (七) 不得通過非公允的關聯交易、利潤分配、資產重組、對外投資等任何方式損害公司和其他股東的合法權益；
- (八) 保證公司資產完整、人員獨立、財務獨立、機構獨立和業務獨立，不得以任何方式影響公司的獨立性；
- (九) 法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的其他規定。

公司的控股股東、實際控制人不擔任公司董事但實際執行公司事務的，適用《公司章程》關於董事忠實義務和勤勉義務的規定。

附錄三

《公司章程》概要

公司的控股股東、實際控制人指示董事、高級管理人員從事損害公司或者股東利益的行為的，與該董事、高級管理人員承擔連帶責任。

股東會的一般規定

股東會是公司的權力機構，依法行使下列職權：

- (一) 選舉和更換董事，決定有關董事的報酬事項；
- (二) 審議批准董事會的報告；
- (三) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (四) 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- (五) 對發行公司債券作出決議；
- (六) 對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；
- (七) 修改《公司章程》；
- (八) 對公司聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所作出決議；
- (九) 審議批准《公司章程》第四十七條規定的擔保事項；
- (十) 審議公司在一年內購買、出售重大資產超過公司最近一期經審計總資產30%的事項；
- (十一) 審議批准變更募集資金用途事項；
- (十二) 審議股權激勵計劃和員工持股計劃；

附錄三

《公司章程》概要

(十三) 審議法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則(包括但不限於《香港上市規則》第14章及第14A章)或《公司章程》規定應當由股東會決定的其他事項。

股東會可以授權董事會對發行公司債券作出決議。

公司下列對外擔保行為，須經股東會審議通過。

- (一) 公司及其控股子公司的對外擔保總額，超過公司最近一期經審計淨資產的50%以後提供的任何擔保；
- (二) 公司的對外擔保總額，超過公司最近一期經審計總資產30%以後提供的任何擔保；
- (三) 公司在一年內擔保金額超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的擔保；
- (四) 為資產負債率超過70%的擔保對象提供的擔保；
- (五) 單筆擔保額超過公司最近一期經審計淨資產10%的擔保；
- (六) 對股東、實際控制人及其關聯方提供的擔保；
- (七) 法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則及規範性文件規定的其他擔保情形。

應由股東會審批的對外擔保，必須經董事會審議通過後，方可提交股東會審批。股東會在審議本條第(二)、(三)款擔保事項時，須經出席會議的股東所持表決權的2/3以上通過。股東會在審議本條第(六)款擔保事項時，該股東或受該實際控制人支配的股東，

附錄三

《公司章程》概要

不得參與該項表決，該項表決須經出席股東會的其他股東所持表決權的過半數通過。股東會違反對外擔保審批權限和審議程序的，由違反審批權限和審議程序的相關股東承擔連帶責任。

股東會分為年度股東會和臨時股東會。年度股東會每年召開1次，應當於上一會計年度結束後的6個月內舉行。

有下列情形之一的，公司在事實發生之日起2個月以內召開臨時股東會：

- (一) 董事人數不足《公司法》規定人數或者《公司章程》所定人數的2/3時；
- (二) 公司未彌補的虧損達股本總額1/3時；
- (三) 單獨或者合計持有公司10%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東請求時；
- (四) 董事會認為必要時；
- (五) 審計委員會提議召開時；
- (六) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則或《公司章程》規定的其他情形。

股東會的召集

董事會應當在規定的期限內按時召集股東會。

經全體獨立董事過半數同意，獨立董事有權向董事會提議召開臨時股東會。對獨立董事要求召開臨時股東會的提議，董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的規定，在收到提議後10日內提出同意或不同意召開臨

附錄三

《公司章程》概要

時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，將在作出董事會決議後的5日內發出召開股東會的通知；董事會不同意召開臨時股東會的，將說明理由並公告。

審計委員會有權向董事會提議召開臨時股東會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的規定，在收到提案後10日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，將在作出董事會決議後的5日內發出召開股東會的通知，通知中對原提議的變更，應徵得審計委員會的同意。董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到提議後10日內未作出反饋的，視為董事會不能履行或者不履行召集股東會會議職責，審計委員會可以自行召集和主持。

單獨或者合計持有公司總發行股本(不包括公司的庫存股)的10%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東有權向董事會請求召開臨時股東會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的規定，在收到請求後10日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，應當在作出董事會決議後的5日內發出召開股東會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到請求後10日內未作出反饋的，單獨或者合計持有公司總發行股本(不包括公司的庫存股)的10%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東有權向審計委員會提議召開臨時股東會，並應當以書面形式向審計委員會提出請求。審計委員會同意召開臨時股東會的，應在收到請求5日內發出召開股東會的通知，通知中對原請求的變更，應

附錄三

《公司章程》概要

當徵得相關股東的同意。審計委員會未在規定期限內發出股東會通知的，視為審計委員會不召集和主持股東會，連續90日以上單獨或者合計持有公司總發行股本(不包括公司的庫存股)的10%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東可以自行召集和主持。

審計委員會或股東決定自行召集股東會的，須書面通知董事會，同時向上海證券交易所備案。在股東會決議公告前，召集股東持股(含表決權恢復的優先股等)比例不得低於總發行股本(不包括公司的庫存股)的10%。審計委員會或召集股東應在發出股東會通知及股東會決議公告時，向上海證券交易所提交有關證明材料。

對於審計委員會或股東自行召集的股東會，董事會和董事會秘書將予配合。董事會應當提供股權登記日的股東名冊。

審計委員會或股東自行召集的股東會，會議所必需的費用由本公司承擔。

股東會的提案與通知

提案的內容應當屬於股東會職權範圍，有明確議題和具體決議事項，並且符合法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的有關規定。

公司召開股東會，董事會、審計委員會以及單獨或者合併持有公司總發行股本(不包括公司的庫存股)的1%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東，有權向公司提出提案。

單獨或者合計持有公司總發行股本(不包括公司的庫存股)的1%以上股份(含表決權恢復的優先股等)的股東，可以在股東會召開10日前提出臨時提案並書面提交召集人。召集人應當在收到提案後2日內發出股東會補充通知，公告臨時提案的內容，並將該臨

附錄三

《公司章程》概要

時提案提交股東會審議。但臨時提案違反法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則或者《公司章程》的規定，或者不屬於股東會職權範圍的除外。

除前款規定的情形外，召集人在發出股東會通知公告後，不得修改股東會通知中已列明的提案或增加新的提案。

股東會通知中未列明或不符合《公司章程》規定的提案，股東會不得進行表決並作出決議。

召集人將在年度股東會召開21日前以書面(包括公告)方式通知各股東，臨時股東會將於會議召開15日前以書面(包括公告)方式通知各股東。如根據公司股票上市地證券監管規則的規定股東會須因刊發股東會補充通知而延期的，股東會的召開應當按公司股票上市地證券監管規則的規定延期。

股東會的通知包括以下內容：

(一) 會議的時間、地點和會議期限；

(二) 提交會議審議的事項和提案；

(三) 以明顯的文字說明：全體普通股股東(含表決權恢復的優先股股東)、持有特別表決權股份的股東等股東均有權出席股東會，並可以書面委託代理人出席會議和參加表決，該股東代理人不必是公司的股東；

(四) 有權出席股東會股東的股權登記日；

(五) 會務常設連絡人姓名，電話號碼。

(六) 網絡或者其他方式的表決時間及表決程序。

附錄三

《公司章程》概要

股東會的召開

股權登記日登記在冊的所有普通股股東(含表決權恢復的優先股股東)、持有特別表決權股份的股東等股東或其代理人，均有權出席股東會。並依照有關法律、法規、公司股票上市地證券監管規則及《公司章程》在股東會上發言並在股東會上行使表決權(除非個別股東受公司股票上市地證券監管規則規定須就個別事宜放棄投票權)。

股東可以親自出席股東會，也可以委託代理人代為出席、發言和表決。個人股東親自出席會議的，應出示本人身份證或其他能夠表明其身份的有效證件或證明；委託代理他人出席會議的，應出示本人有效身份證件、股東授權委託書。

法人股東應由法定代表人或者法定代表人委託的代理人出席會議。法定代表人出席會議的，應出示本人身份證、能證明其具有法定代表人資格的有效證明；委託代理人出席會議的，代理人應出示本人身份證、法人股東單位的法定代表人依法出具的書面授權委託書。股東為香港法律不時生效的有關法律法規或公司股票上市地證券監管規則所定義的認可結算所及其代理人的除外。

股東出具的委託他人出席股東會的授權委託書應當載明下列內容：

- (一) 委託人姓名或者名稱、持有公司股份的類別和數量；
- (二) 代理人的姓名或者名稱；
- (三) 股東的具體指示，包括對列入股東會議程的每一審議事項投贊成、反對或棄權票的指示等；
- (四) 委託書簽發日期和有效期限；
- (五) 委託人簽名(或蓋章)。委託人為法人股東的，應加蓋法人單位印章；境外法人股東無公章的，可由合法授權人士簽署。

附錄三

《公司章程》概要

代理投票授權委託書由委託人授權他人簽署的，授權簽署的授權書或者其他授權文件應當經過公證。經公證的授權書或者其他授權文件，和投票代理委託書均需備置於公司住所或者召集會議的通知中指定的其他地方。

委託人為法人的，由其法定代表人或者董事會、其他決策機構決議授權的人作為代表出席公司的股東會。

如該股東為認可結算所(或其代理人)，該股東可以授權其認為合適的一個或以上人士在任何股東會或債權人會議上擔任其代表；但是，如果一名以上的人士獲得授權，則授權書應載明每名該等人士經此授權所涉及的股份數目和種類，授權書由認可結算所授權人員簽署。經此授權的人士可以代表認可結算所(或其代理人)行使權利(不用出示持股憑證、經公證的授權和／或進一步的證據證明其正式授權)，且須享有等同其他股東享有的法定權利，包括發言及投票的權利，如同該人士是公司的個人股東。

股東會要求董事、高級管理人員列席會議的，董事、高級管理人員應當列席並接受股東的質詢。

股東會由董事長主持。董事長不能履行職務或不履行職務時，由過半數的董事共同推舉的一名董事主持。審計委員會自行召集的股東會，由審計委員會召集人主持。審計委員會召集人不能履行職務或不履行職務時，由過半數的審計委員會委員共同推舉的一名審計委員會委員主持。股東自行召集的股東會，由召集人或者其推舉代表主持。召開股東會時，會議主持人違反議事規則使股東會無法繼續進行的，經出席股東會有表決權過半數的股東同意，股東會可推舉一人擔任會議主持人，繼續開會。

附錄三

《公司章程》概要

股東會的表決和決議

股東會決議分為普通決議和特別決議。股東會作出普通決議，應當由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持表決權的過半數通過。股東會作出特別決議，應當由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持表決權的2/3以上通過。

下列事項由股東會以普通決議通過：

- (一) 董事會的工作報告；
- (二) 董事會擬定的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (三) 董事會成員的任免及其報酬和支付方法；
- (四) 除法律、行政法規規定、公司股票上市地證券監管規則或者《公司章程》規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項由股東會以特別決議通過：

- (一) 公司增加或者減少註冊資本；
- (二) 公司的分立、分拆、合併、解散和清算；
- (三) 《公司章程》的修改；
- (四) 公司在一年內購買、出售重大資產或者向他人提供擔保的金額超過公司最近一期經審計總資產30%的；
- (五) 股權激勵計劃；
- (六) 法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則或《公司章程》規定的，以及股東會以普通決議認定會對公司產生重大影響的、需要以特別決議通過的其他事項。

附錄三

《公司章程》概要

股東(包括股東代理人)以其所代表的有表決權的股份數額行使表決權，每一股份享有一票表決權，類別股股東除外。

股東會審議影響中小投資者利益的重大事項時，對中小投資者表決應當單獨計票。單獨計票結果應當及時公開披露。

公司持有的本公司股份沒有表決權，且該部分股份不計入出席股東會有表決權的股份總數。

根據適用的法律法規及《香港上市規則》，若任何股東需就某決議事項放棄表決權、或限制任何股東只能夠投票支持(或反對)某決議事項，則該等股東或其代表在違反有關規定或限制的情況投下的票數不得計入有表決權的股份總數。

股東買入公司有表決權的股份違反《證券法》第六十三條第一款、第二款規定的，該超過規定比例部分的股份在買入後的三十六個月內不得行使表決權，且不計入出席股東會有表決權的股份總數。

公司董事會、獨立董事、持有百分之一以上有表決權股份的股東或者依照法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則或者中國證監會的規定設立的投資者保護機構可以公開徵集股東投票權。徵集股東投票權應當向被徵集人充分披露具體投票意向等信息。禁止以有償或者變相有償的方式徵集股東投票權。除法定條件外，公司不得對徵集投票權提出最低持股比例限制。

股東會審議有關關聯交易事項時，關聯股東不應當參與投票表決，其所代表的有表決權的股份數不計入有效表決總數；股東會決議的公告應當充分披露非關聯股東的表決情況。

附 錄 三

《公 司 章 程》概 要

董事和董事會

董事的一般規定

公司董事可包括執行董事、非執行董事和獨立董事。非執行董事指不在公司擔任經營管理職務的董事。獨立董事指符合《公司章程》第一百二十八條規定之人士。

公司董事為自然人，有下列情形之一的，不能擔任公司的董事：

- (一) 無民事行為能力或者限制民事行為能力；
- (二) 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序，被判處刑罰，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾5年，被宣告緩刑的，自緩刑考驗期滿之日起未逾2年；
- (三) 擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾3年；
- (四) 擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照、責令關閉之日起未逾3年；
- (五) 個人所負數額較大的債務到期未清償被人民法院列為失信被執行人；
- (六) 被中國證監會採取證券市場禁入措施，期限未滿的；
- (七) 法律、行政法規、部門規章或公司股票上市地證券監管規則規定的其他內容。

附錄三

《公司章程》概要

違反本條規定選舉、委派董事的，該選舉、委派或者聘任無效。董事在任職期間出現本條情形的，公司解除其職務。

非由職工代表擔任的董事由股東會選舉或者更換，並可在任期屆滿前由股東會在遵守有關適用法律、行政法規、部門規章、規範性文件及《香港上市規則》規定的前提下，以普通決議的方式解除其職務（但此類免任並不影響該董事依據任何合約提出的損害賠償申索）。董事任期三年，任期屆滿可根據公司股票上市地證券監管規則的規定連選連任。

董事任期從就任之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。董事任期屆滿未及時改選，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的規定，履行董事職務。在不違反香港相關適用法律法規及監管規則的前提下，由董事會委任為董事以填補董事會某臨時空缺或增加董事會名額的任何人士，只任職至其獲委任後的首個年度股東會為止，並於其時有資格重選連任。

董事可以由總裁或者其他高級管理人員兼任，但兼任總裁或者其他高級管理人員職務的董事以及由職工代表擔任的董事，總計不得超過公司董事總數的1/2。

董事可以在任期屆滿以前辭任。董事辭任應向董事會提交書面辭職報告，公司收到辭職報告之日辭任生效，董事會將在公司股票上市地監管規則要求的期限內披露有關情況。如因董事的辭任導致公司董事會成員低於法定最低人數，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》規定，履行董事職務。

附錄三

《公司章程》概要

董事會

公司設董事會，對股東會負責。董事會由不少於9名董事組成，設董事長1人，獨立董事不少於3人，職工代表董事1名。董事會行使下列職權：

- (一) 召集股東會，並向股東會報告工作；
- (二) 執行股東會的決議；
- (三) 決定公司的經營計劃和投資方案；
- (四) 制訂公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (五) 制訂公司增加或者減少註冊資本、發行債券或其他證券及上市方案；
- (六) 擬訂公司重大收購、收購本公司股票或者合併、分立、解散及變更公司形式的方案；
- (七) 在股東會授權範圍內，決定公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關聯交易、對外捐贈等事項；
- (八) 決定公司內部管理機構的設置；
- (九) 決定聘任或者解聘公司經理、董事會秘書及其他高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；根據經理的提名，決定聘任或者解聘公司副經理、財務負責人等高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；
- (十) 制訂公司的基本管理制度；
- (十一) 制訂《公司章程》的修改方案；
- (十二) 管理公司信息披露事項；

附錄三

《公司章程》概要

(十三) 向股東會提請聘請或更換為公司審計的會計師事務所；

(十四) 聽取公司總裁的工作匯報並檢查總裁的工作；

(十五) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則或《公司章程》授予的其他職權。

董事會應當確定公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關聯交易、對外捐贈的權限，建立嚴格的審核和決策程序；重大投資項目應當組織有關專家、專業人員進行評審，並報股東會批准。

董事會設董事長1人。董事長由董事會以全體董事的過半數選舉產生，任期為3年，可連選連任。

董事長行使下列職權：

(一) 主持股東會和召集、主持董事會會議；

(二) 督促、檢查董事會決議的執行；

(三) 董事會授予的其他職權。

董事會每年至少召開4次會議，由董事長召集，於會議召開14日以前書面通知全體董事。代表1/10以上表決權的股東、1/3以上董事或者審計委員會，可以提議召開董事會臨時會議。董事長應當自接到提議後10日內，召集和主持董事會會議。

董事會召開臨時董事會會議可以採取專人送達、信函、傳真及電子郵件等方式在會議召開前3日通知全體董事。

董事會會議應有過半數的董事出席方可舉行。董事會作出決議，必須經全體董事的過半數通過。董事會決議的表決，實行一人一票。

附錄三

《公司章程》概要

董事與董事會會議決議事項所涉及的企業或者個人有關聯關係的，該董事應當及時向董事會書面報告。有關聯關係的董事不得對該項決議行使表決權，也不得代理其他董事行使表決權。該董事會會議由過半數的無關聯關係董事出席即可舉行，董事會會議所作決議須經無關聯關係董事過半數通過。出席董事會的無關聯董事人數不足3人的，應將該事項提交股東會審議。如法律法規和公司股票上市地證券監管規則對董事參與董事會會議及投票表決有任何額外限制的，從其規定。

董事會會議，應由董事本人出席；董事因故不能出席，可以書面委託其他董事代為出席，委託書中應載明代理人的姓名，代理事項、授權範圍和有效期限，並由委託人簽名或蓋章。代為出席會議的董事應當在授權範圍內行使董事的權利。董事未出席董事會會議，亦未委託代表出席的，視為放棄在該次會議上的投票權。

獨立董事

獨立董事應按照法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券交易所、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》的規定，認真履行職責，在董事會中發揮參與決策、監督制衡、專業諮詢作用，維護公司整體利益，保護中小股東合法權益。

獨立董事必須保持獨立性。下列人員不得擔任獨立董事：

- (一) 在公司或者其附屬企業任職的人員及其配偶、父母、子女、主要社會關係；
- (二) 直接或者間接持有公司已發行股份百分之一以上或者是公司前十名股東中的自然人股東及其配偶、父母、子女；
- (三) 在直接或者間接持有公司已發行股份百分之五以上的股東或者在公司前五名股東任職的人員及其配偶、父母、子女；

附錄三

《公司章程》概要

- (四) 在公司控股股東、實際控制人的附屬企業任職的人員及其配偶、父母、子女；
- (五) 與公司及其控股股東、實際控制人或者其各自的附屬企業有重大業務往來的人員，或者在有重大業務往來的單位及其控股股東、實際控制人任職的人員；
- (六) 為公司及其控股股東、實際控制人或者其各自附屬企業提供財務、法律、諮詢、保薦等服務的人員，包括但不限於提供服務的中介機構的項目組全體人員、各級覆核人員、在報告上簽字的人員、合夥人、董事、高級管理人員及主要負責人；
- (七) 最近十二個月內曾經具有第一項至第六項所列舉情形的人員；
- (八) 法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券交易所、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》規定的不具備獨立性的其他人員。

前款第四項至第六項中的公司控股股東、實際控制人的附屬企業，不包括與公司受同一國有資產管理機構控制且按照相關規定未與公司構成關聯關係的企業。

獨立董事應當每年對獨立性情況進行自查，並將自查情況提交董事會。董事會應當每年對在任獨立董事獨立性情況進行評估並出具專項意見，與年度報告同時披露。

下列事項應當經公司全體獨立董事過半數同意後，提交董事會審議：

- (一) 應當披露的關聯交易；
- (二) 公司及相關方變更或者豁免承諾的方案；

附錄三

《公司章程》概要

(三) 被收購上市公司董事會針對收購所作出的決策及採取的措施；

(四) 法律、行政法規、中國證監會規定、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》規定的其他事項。

公司建立全部由獨立董事參加的專門會議機制。董事會審議關聯交易等事項的，由獨立董事專門會議事先認可。公司定期或者不定期召開獨立董事專門會議。《公司章程》第一百三十三條第一款第(一)項至第(三)項、第一百三十四條所列事項，應當經獨立董事專門會議審議。獨立董事專門會議可以根據需要研究討論公司其他事項。

獨立董事專門會議由過半數獨立董事共同推舉一名獨立董事召集和主持；召集人不履職或者不能履職時，兩名及以上獨立董事可以自行召集並推舉一名代表主持。

董事會專門委員會

公司董事會設置審計委員會，行使《公司法》規定的監事會的職權。

審計委員會成員為應當為非執行董事或獨立董事，現為3名，其中獨立董事2名，由獨立董事中會計專業人士擔任召集人(主席)。

審計委員會負責審核公司財務信息及其披露、監督及評估內外部審計工作和內部控制，下列事項應當經審計委員會全體成員過半數同意後，提交董事會審議：

(一) 披露財務會計報告及定期報告中的財務信息、內部控制評價報告；

(二) 聘用或者解聘承辦上市公司審計業務的會計師事務所；

(三) 聘任或者解聘上市公司財務負責人；

附錄三

《公司章程》概要

(四) 因會計準則變更以外的原因作出會計政策、會計估計變更或者重大會計差錯更正；

(五) 法律、行政法規、中國證監會規定、公司股票上市地證券監管規則和《公司章程》規定的其他事項。

審計委員會每季度至少召開一次會議。兩名及以上成員提議，或者召集人認為有必要時，可以召開臨時會議。審計委員會會議須有三分之二以上成員出席方可舉行。審計委員會作出決議，應當經審計委員會成員的過半數通過。審計委員會決議的表決，應當一人一票。審計委員會決議應當按規定製作會議記錄，出席會議的審計委員會成員應當在會議記錄上簽名。

審計委員會工作規程由董事會負責制定。

董事會設置提名、薪酬與考核、戰略與可持續發展發展等其他專門委員會，依照《公司章程》和董事會授權履行職責，提案應當提交董事會審議決定。專門委員會工作規程由董事會負責制定。

高級管理人員

公司設總經理，即總裁1名，由董事會聘任或解聘。公司設執行總裁1名、集團副總裁若干名，執行總裁、集團副總裁由總裁提名，由董事會聘任或解聘。

公司總裁、執行總裁、集團副總裁、財務負責人、董事會秘書及董事會認定的其他人員為公司高級管理人員。

《公司章程》關於不得擔任董事的情形、離職管理制度的規定，同時適用於高級管理人員。《公司章程》關於董事的忠實義務和勤勉義務的規定，同時適用於高級管理人員。

附錄三

《公司章程》概要

總裁對董事會負責，行使下列職權：

- (一) 主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；
- (二) 組織實施公司年度經營計劃和投資方案；
- (三) 擬訂公司內部管理機構設置方案；
- (四) 擬訂公司的基本管理制度；
- (五) 制定公司的具體規章；
- (六) 提請董事會聘任或者解聘公司執行總裁、集團副總裁、財務負責人；
- (七) 決定聘任或者解聘除應由董事會決定聘任或者解聘以外的負責管理人員；
- (八) 《公司章程》或董事會授予的其他職權。

總裁列席董事會會議。

財務會計制度、利潤分配和審計

財務會計制度

公司依照法律、行政法規和國家有關部門的規定，制定公司的財務會計制度。

公司在每一會計年度結束之日起4個月內向中國證監會派出機構和公司股票上市地證券交易所報送並披露年度報告，在每一會計年度上半年結束之日起2個月內向中國證監會派出機構和公司股票上市地證券交易所報送並披露中期報告，在每一會計年度前3

附錄三

《公司章程》概要

個月和前9個月結束之日起的1個月內向中國證監會派出機構和公司股票上市地證券交易所報送並披露季度報告。

公司除法定的會計賬簿外，將不另立會計賬簿。公司的資產，不以任何個人名義開立賬戶存儲。

公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入公司法定公積金。公司法定公積金累計額為公司註冊資本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。

公司彌補虧損和提取公積金後所餘稅後利潤，按照股東持有的股份比例分配，但《公司章程》規定不按持股比例分配的除外。股東會違反《公司法》向股東分配利潤的，股東必須將違反規定分配的利潤退還公司；給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、高級管理人員應當承擔賠償責任。公司持有的本公司股份不參與分配利潤。

公司須在香港為H股股東委任一名或以上的收款代理人。收款代理人應當代有關H股股東收取及保管公司就H股分配的股利及其他應付的款項，以待支付予該等H股股東。公司委任的收款代理人應當符合法律法規及公司股票上市地證券監管規則的要求。

公司的公積金用於彌補公司的虧損、擴大公司生產經營或者轉為增加公司資本。公積金彌補公司虧損，先使用任意公積金和法定公積金；仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。法定公積金轉為增加註冊資本時，所留存的該項公積金將不少於轉增前公司註冊資本的25%。

附 錄 三

《公 司 章 程》概 要

內 部 審 計

公司實行內部審計制度，明確內部審計工作的領導體制、職責權限、人員配備、經費保障、審計結果運用和責任追究等。

公司內部審計制度經董事會批准後實施，並對外披露。

會 計 師 事 務 所 的 聘 任

公司聘用符合《證券法》規定的會計師事務所進行會計報表審計、淨資產驗證及其他相關的諮詢服務等業務，聘期1年，可以續聘。

公司聘用、解聘會計師事務所，經審計委員會全體成員過半數同意後提交董事會審議，並由股東會決定，董事會不得在股東會決定前委任會計師事務所。

公司保證向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報。

會計師事務所的審計費用由股東會決定。

公司解聘或者不再續聘會計師事務所時，提前60天事先通知會計師事務所，公司股東會就解聘會計師事務所進行表決時，允許會計師事務所陳述意見。

會計師事務所提出辭聘的，應當向股東會說明公司有無不當情形。

附錄三

《公司章程》概要

合併、分立、增資、減資、解散和清算

合併、分立、增資和減資

公司合併可以採取吸收合併或者新設合併。一個公司吸收其他公司為吸收合併，被吸收的公司解散。兩個以上公司合併設立一個新的公司為新設合併，合併各方解散。

公司合併，應當由合併各方簽訂合併協議，並編製資產負債表及財產清單。公司應當自作出合併決議之日起10日內通知債權人，並於30日內在證券時報／上海證券報上或者國家企業信用信息公示系統公告。債權人自接到通知書之日起30日內，未接到通知書的自公告之日起45日內，可以要求公司清償債務或者提供相應的擔保。

公司合併時，合併各方的債權、債務，由合併後存續的公司或者新設的公司承繼。

公司分立，其財產作相應的分割。公司分立，應當編製資產負債表及財產清單。公司應當自作出分立決議之日起10日內通知債權人，並於30日內在證券時報／上海證券報上或者國家企業信用信息公示系統公告。公司分立前的債務由分立後的公司承擔連帶責任。但是，公司在分立前與債權人就債務清償達成的書面協議另有約定的除外。

公司需要減少註冊資本時，必須編製資產負債表及財產清單。公司應當自股東會作出減少註冊資本決議之日起10日內通知債權人，並於30日內在證券時報／上海證券報上或者國家企業信用信息公示系統公告。債權人自接到通知書之日起30日內，未接到通知書的自公告之日起45日內，有權要求公司清償債務或者提供相應的擔保。

公司為增加註冊資本發行新股時，股東不享有優先認購權，《公司章程》另有規定或者股東會決議決定股東享有優先認購權的除外。

附錄三

《公司章程》概要

公司合併或者分立，登記事項發生變更的，應當依法向公司登記機關辦理變更登記；公司解散的，應當依法辦理公司註銷登記；設立新公司的，應當依法辦理公司設立登記。公司增加或者減少註冊資本，應當依法向公司登記機關辦理變更登記。

解散和清算

公司因下列原因解散：

- (一) 《公司章程》規定的營業期限屆滿或者《公司章程》規定的其他解散事由出現；
- (二) 股東會決議解散；
- (三) 因公司合併或者分立需要解散；
- (四) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；
- (五) 公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有公司全部股東表決權10%以上的股東，可以請求人民法院解散公司。

公司出現前款規定的解散事由，應當在十日內將解散事由通過國家企業信用信息公示系統予以公示。

公司有上述第(一)項、第(二)項情形，且尚未向股東分配財產的，可以通過修改公司章程或者經股東會決議而存續。依照前款規定修改《公司章程》或者股東會作出決議的，須經出席股東會會議的股東所持表決權的2/3以上通過。

公司因上述第(一)項、第(二)項、第(四)項、第(五)項規定而解散的，應當清算。董事為公司清算義務人，應當在解散事由出現之日起15日內成立清算組，開始清算。

附錄三

《公司章程》概要

清算組由董事組成，但是《公司章程》另有規定或者股東會決議另選他人的除外。清算義務人未及時履行清算義務，給公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

清算組在清算期間行使下列職權：

- (一) 清理公司財產，分別編製資產負債表和財產清單；
- (二) 通知、公告債權人；
- (三) 處理與清算有關的公司未了結的業務；
- (四) 清繳所欠稅款以及清算過程中產生的稅款；
- (五) 清理債權、債務；
- (六) 分配公司清償債務後的剩餘財產；
- (七) 代表公司參與民事訴訟活動。

清算組應當自成立之日起10日內通知債權人，並於60日內在證券時報／上海證券報上或者國家企業信用信息公示系統公告。債權人應當自接到通知書之日起30日內，未接到通知書的自公告之日起45日內，向清算組申報其債權。債權人申報債權，應當說明債權的有關事項，並提供證明材料。清算組應當對債權進行登記。

在申報債權期間，清算組不得對債權人進行清償。

附錄三

《公司章程》概要

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，應當制定清算方案，並報股東會或者人民法院確認。公司財產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，繳納所欠稅款，清償公司債務後的剩餘財產，公司按照股東持有的股份比例分配。清算期間，公司存續，但不能開展與清算無關的經營活動。公司財產在未按前款規定清償前，將不會分配給股東。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，發現公司財產不足清償債務的，應當依法向人民法院申請破產清算。人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記。

公司被依法宣告破產的，依照有關企業破產的法律實施破產清算。

修改章程

有下列情形之一的，公司應當修改章程：

- (一) 《公司法》或有關法律、行政法規或公司股票上市地證券監管規則修改後，章程規定的事項與修改後的法律、行政法規或公司股票上市地證券監管規則的規定相抵觸；
- (二) 公司的情況發生變化，與章程記載的事項不一致；
- (三) 股東會決定修改章程。

附錄三

《公司章程》概要

股東會決議通過的章程修改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准；涉及公司登記事項的，依法辦理變更登記。

董事會依照股東會修改章程的決議和有關主管機關的審批意見修改《公司章程》。

章程修改事項屬於法律、法規、公司股票上市地證券監管規則要求披露的信息，按規定予以公告。

附錄四

法定及一般資料

有關本公司的其他資料

本公司的成立

本公司於1994年6月30日根據中國法律成立，名為深圳市東鵬飲料實業公司，於2018年3月15日轉為股份有限公司，並於2021年5月27日在上海證券交易所上市（股票代碼：605499）。截至最後實際可行日期，本公司的已發行股本為人民幣520,013,000元。

我們的註冊辦事處位於中國深圳市南山區桃源街道珠光北路142號眾冠紅花嶺工業西區3棟1樓。本公司於香港的營業地點位於香港灣仔皇后大道東248號大新金融中心40樓，本公司已於2025年5月22日根據《公司條例》第16部在香港註冊為非香港公司。

由於我們在中國成立，我們的公司架構和《公司章程》須遵守中國相關法律法規。我們《公司章程》相關條文的概要載於附錄三「《公司章程》概要」。中國法律法規若干相關方面的概要載於「監管概覽」。

本公司股本的變動

除下文所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，本公司股本並無其他變動。

經2024年8月30日舉行的第三屆董事會第九次會議和第三屆監事會第八次會議批准，本公司向全體股東每10股A股派發現金股息人民幣25元（含稅）及以資本公積金每10股A股轉增3股A股。按本公司日期為2024年9月26日的公告所披露，因上述以股代息分派合共120,003,000股A股，本公司的已發行股本總額由人民幣400,010,000元（由400,010,000股每股面值人民幣1.00元的A股組成）增加至人民幣520,013,000元（由520,013,000股每股面值人民幣1.00元的A股組成）。

附錄四

法定及一般資料

我們子公司股本的變動

公司資料概要和我們子公司的詳細情況載於附錄一會計師報告。

以下子公司於緊接本文件日期前兩年內註冊成立：

子公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期
天津東鵬維他命飲料有限公司.....	中國	2023年11月2日
海南東鵬飲料營銷有限公司 ⁽¹⁾	中國	2024年12月12日
東鵬飲料市場營銷(天津)有限公司	中國	2024年1月2日
東鵬飲料市場營銷(浙江)有限公司	中國	2024年1月4日
海南東鵬食品飲料有限公司.....	中國	2024年12月12日
PT. Long Way Ventures	印尼	2024年10月21日
Eastroc Beverage Malaysia Sdn. Bhd.	馬來西亞	2024年10月8日
Long Way USA Corporation.	美國特拉華州	2025年1月14日
Eastroc Beverage (USA) Corporation	美國特拉華州	2025年1月16日
Eastroc Holding Pte. Ltd.	新加坡	2025年2月17日
Eastroc Investment Pte. Ltd.	新加坡	2025年2月17日

(1) 海南東鵬飲料營銷有限公司於2025年3月27日註銷，以簡化本集團的企業架構。

附錄四

法定及一般資料

子公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期
東鵬飲料銷售(汕尾)有限公司.....	中國	2025年3月28日
Pittston Co-Packers Corp	美國賓夕法尼亞州	2025年3月19日
東鵬飲料株式會社.....	日本	2025年4月28日
廣東東鵬飲料供應鏈管理有限公司	中國	2025年7月17日
東鵬飲料營銷(江西)有限公司	中國	2025年9月4日
東鵬飲料營銷(江蘇)有限公司	中國	2025年9月26日

以下為緊接本文件日期前兩年內子公司股本的變動：

- (1) 長沙東鵬維他命飲料有限公司：長沙東鵬維他命飲料有限公司的註冊資本於2023年10月13日由人民幣100百萬元增加至人民幣130百萬元。
- (2) 浙江東鵬維他命飲料有限公司：浙江東鵬維他命飲料有限公司的註冊資本於2024年4月19日由人民幣100百萬元增加至人民幣170百萬元。
- (3) 深圳市鵬貸達小額貸款有限公司：深圳市鵬貸達小額貸款有限公司的註冊資本於2023年8月3日由人民幣150百萬元增加至人民幣300百萬元。

除上文所披露者外，於本文件日期前兩年內，我們子公司的股本並無其他變動。

附錄四

法定及一般資料

有關[編纂]的股東決議案

於2025年4月2日舉行的本公司年度股東大會上，正式通過下列決議案(其中包括)：

- (a) 本公司發行每股面值人民幣1.00元的H股，這些H股在香港聯交所[編纂]；
- (b) 行使[編纂]前將[編纂]的H股數目不得超過[編纂]完成後本公司經擴大股本的[編纂]%及授予[編纂]的[編纂]不得超過上述將[編纂]H股數目的[編纂]%；
- (c) 待[編纂]完成後，有條件採納將於[編纂]生效的《公司章程》；及
- (d) 授權董事會或其獲授權人士處理與(其中包括)[編纂]、[編纂]H股和H股在香港聯交所[編纂]有關的所有事宜。

有關我們業務的其他資料

重大合同概要

我們於緊接本文件日期前兩年內已訂立下列屬於或可能屬於重大的合同(並非於日常業務過程中訂立的合同)：

- (a) [•]；及
- (b) [編纂]。

知識產權

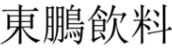
截至最後實際可行日期，本集團已註冊下列對本集團業務屬重大的知識產權。

附錄四

法定及一般資料

商標

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對業務屬於或可能屬於重大的商標：

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
1.		304691061	東鵬飲料 (香港)	2018年10月8日	2028年10月7日	香港
2.		306221448	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港
3.		306221457	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港
4.		306221466	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港
5.		306221475	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港
6.		306221501	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港
7.		306221583	東鵬飲料 (香港)	2023年4月18日	2033年4月17日	香港

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
8.		273658	本公司	1986年5月2日	2026年12月29日	中國
9.		572703	本公司	1990年11月6日	2031年11月29日	中國
10.		1294375	本公司	1998年2月27日	2029年7月13日	中國
11.		1314192	本公司	1998年2月27日	2029年9月13日	中國
12.		3053188	本公司	2001年12月27日	2033年3月13日	中國
13.		3057041	本公司	2001年12月30日	2033年3月13日	中國
14.		5041802	本公司	2005年12月5日	2028年12月13日	中國
15.		11228780	本公司	2012年7月19日	2033年12月13日	中國
16.		11528072	本公司	2012年9月21日	2034年2月27日	中國
17.		12010363	本公司	2013年1月7日	2034年6月27日	中國
18.		12015187	本公司	2013年1月8日	2034年6月27日	中國
19.		14540486	本公司	2014年5月19日	2035年6月27日	中國
20.		15824383	本公司	2014年12月1日	2026年1月27日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
21.		15824388	本公司	2014年12月1日	2026年1月27日	中國
22.		15877964	本公司	2014年12月8日	2026年2月6日	中國
23.		17723347	本公司	2015年8月21日	2026年10月6日	中國
24.		18336864	本公司	2015年11月16日	2026年12月20日	中國
25.		19563907	本公司	2016年4月8日	2027年5月27日	中國
26.		19659016	本公司	2016年4月18日	2027年6月6日	中國
27.		19659017	本公司	2016年4月18日	2027年8月20日	中國
28.		20899068	本公司	2016年8月8日	2027年11月27日	中國
29.		21420061	本公司	2016年9月26日	2027年11月20日	中國
30.		22621799	本公司	2017年1月16日	2028年2月13日	中國
31.		22621798	本公司	2017年1月16日	2028年2月13日	中國
32.		22621804	本公司	2017年1月16日	2028年2月13日	中國
33.		22621805	本公司	2017年1月16日	2028年2月13日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
34.		23888730	本公司	2017年5月2日	2028年4月20日	中國
35.		26584422	本公司	2017年9月25日	2028年9月20日	中國
36.		26584421	本公司	2017年9月25日	2028年9月20日	中國
37.		27427339	本公司	2017年11月13日	2028年11月27日	中國
38.		28283299	本公司	2017年12月25日	2030年5月6日	中國
39.		32259129	本公司	2018年7月16日	2029年4月6日	中國
40.		36693829	本公司	2019年3月7日	2029年11月6日	中國
41.		36678019	本公司	2019年3月7日	2029年11月6日	中國
42.		36700509	本公司	2019年3月7日	2029年11月6日	中國
43.		36683224	本公司	2019年3月7日	2029年11月13日	中國
44.		36693931	本公司	2019年3月7日	2029年11月13日	中國
45.		36686926	本公司	2019年3月7日	2029年11月13日	中國
46.		36678043	本公司	2019年3月7日	2029年11月13日	中國
47.		36697732	本公司	2019年3月7日	2029年11月20日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
48.	 WATER	36700519	本公司	2019年3月7日	2029年12月20日	中國
49.	由柑	37192128	本公司	2019年3月29日	2029年11月20日	中國
50.	東鵬特飲	39759720	本公司	2019年7月18日	2030年3月20日	中國
51.	東鵬特飲	39759723	本公司	2019年7月18日	2030年3月20日	中國
52.	 東鵬飲料	39740118	本公司	2019年7月18日	2030年3月20日	中國
53.	東鵬飲料	39759712	本公司	2019年7月18日	2030年3月20日	中國
54.	王炸	42635716	本公司	2019年11月27日	2030年9月13日	中國
55.	王炸	42722730	本公司	2019年11月29日	2030年9月20日	中國
56.		46996830	本公司	2020年6月5日	2031年2月6日	中國
57.		47007513	本公司	2020年6月5日	2031年2月6日	中國
58.		47986337	本公司	2020年7月10日	2031年3月6日	中國
59.	東鵬飲料	48507614	本公司	2020年7月29日	2031年4月6日	中國
60.	東鵬特飲	48495004	本公司	2020年7月29日	2031年4月6日	中國
61.	東鵬飲料	48490806	本公司	2020年7月29日	2031年4月6日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
62.	東鵬特飲	48494159	本公司	2020年7月29日	2031年4月6日	中國
63.	捷迅	49063538	本公司	2020年8月19日	2032年2月13日	中國
64.	送東鵬 財運爆棚	49113886	本公司	2020年8月21日	2031年3月27日	中國
65.		49440859	本公司	2020年9月2日	2031年4月27日	中國
66.	由柑柠檬茶	50879653	本公司	2020年10月30日	2031年7月20日	中國
67.	東鵬冰咖	50902268	本公司	2020年11月2日	2031年8月20日	中國
68.		52130145	本公司	2020年12月14日	2031年9月6日	中國
69.		52389471	本公司	2020年12月22日	2031年8月20日	中國
70.		52367395	本公司	2020年12月22日	2031年9月13日	中國
71.	 東鵬吹料	52383904	本公司	2020年12月22日	2031年9月13日	中國
72.	 東鵬吹料	52374887	本公司	2020年12月22日	2032年10月13日	中國
73.		52375863	本公司	2020年12月22日	2032年10月27日	中國
74.	東鵬運動能量	52574209	本公司	2020年12月29日	2031年8月27日	中國
75.	捷迅	52746576	本公司	2021年1月5日	2032年4月6日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
76.		53534095	本公司	2021年2月3日	2031年9月27日	中國
77.		53534156	本公司	2021年2月3日	2031年9月27日	中國
78.		53534151	本公司	2021年2月3日	2031年9月27日	中國
79.		53523392	本公司	2021年2月3日	2031年10月6日	中國
80.		53539413	本公司	2021年2月3日	2031年11月27日	中國
81.		53788474	本公司	2021年2月22日	2031年9月20日	中國
82.		54571649	本公司	2021年3月23日	2032年6月13日	中國
83.	东鹏 高山泉水	56558576	本公司	2021年6月1日	2031年12月27日	中國
84.		57300706A	本公司	2021年6月29日	2032年3月6日	中國
85.		57300706	本公司	2021年6月29日	2032年11月27日	中國
86.	东鹏大咖 摇摇拿铁	57319605A	本公司	2021年6月30日	2032年3月6日	中國
87.	东鹏大咖 摇摇拿铁	57333932A	本公司	2021年6月30日	2032年3月6日	中國
88.		58402288	本公司	2021年8月11日	2032年8月6日	中國
89.		59082131	本公司	2021年9月8日	2032年3月20日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊編號	擁有人	註冊日期	屆滿日期	註冊地點
90.	 東鵬飲料	59092800	本公司	2021年9月8日	2032年3月27日	中國
91.	 東鵬飲料	61206939A	本公司	2021年12月7日	2032年7月27日	中國
92.	東鵬耐力罐	66038818	本公司	2022年7月19日	2033年6月20日	中國
93.	 東鵬特次	66702157	本公司	2022年8月19日	2033年7月6日	中國
94.	 EASTROC	67048011	本公司	2022年9月6日	2033年6月13日	中國
95.	 EASTROC	67051965	本公司	2022年9月6日	2033年7月27日	中國

專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對業務屬於或可能屬於重大的專利：

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
1.	一種飲料調配缸水 沖洗系統裝置...	實用新型	ZL201620505792.2	本公司	2016年5月27日	中國	有效
2.	一種重量感應式飲 料配製定容 裝置	實用新型	ZL201620882574.0	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2016年8月16日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
3.	一種全方位自動剔除包裝不合格裝置.....	實用新型	ZL201720736470.3	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2017年6月23日	中國	有效
4.	一種罐體清洗過程中的防漩渦裝置	實用新型	ZL201720736537.3	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2017年6月23日	中國	有效
5.	一種重量感應器剔除裝置	實用新型	ZL201720736539.2	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2017年6月23日	中國	有效
6.	一種運行安全的均質殺菌控制裝置	實用新型	ZL201821578769.1	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2018年9月27日	中國	有效
7.	一種飲料半成品在線連續檢測裝置	實用新型	ZL201821578825.1	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2018年9月27日	中國	有效
8.	三通閥內漏液自檢制動報警裝置...	實用新型	ZL201821578840.6	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2018年9月27日	中國	有效
9.	一種罐用呼吸器 ..	實用新型	ZL201920909925.6	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2019年6月14日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
10.	一種祛味除塵淨化 降噪裝置.....	實用新型	ZL201920909936.4	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2019年6月14日	中國	有效
11.	一種剔除生產線上 倒地瓶裝水的裝 置.....	實用新型	ZL201920909937.9	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2019年6月14日	中國	有效
12.	一種瓶體清洗消毒 的預警裝置.....	實用新型	ZL201920909939.8	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2019年6月14日	中國	有效
13.	一種封閉式循環浸 提裝置	實用新型	ZL202022221158.5	本公司	2020年9月30日	中國	有效
14.	一種無菌灌裝線瓶 坯乾法殺菌裝置	實用新型	ZL202122003612.4	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2021年8月24日	中國	有效
15.	一種自動定量稱重 設備	實用新型	ZL202122816524.6	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2021年11月17日	中國	有效
16.	一種飲料金屬罐內 壓測量與空罐回 收裝置	實用新型	ZL202122818889.2	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2021年11月17日	中國	有效
17.	一種灌裝機的洗瓶 水回收利用 系統	實用新型	ZL202222247598.7	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年8月25日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
18.	一種易拉罐空罐洗 罐水及其熱能的 回收利用系統...	實用新型	ZL202222247600.0	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年8月25日	中國	有效
19.	一種高溫高壓滅菌 器的冷凝水回收 利用裝置.....	實用新型	ZL202222247623.1	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年8月25日	中國	有效
20.	一種用於浸提設備 的廢渣脫水裝置	實用新型	ZL202222301997.7	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年8月31日	中國	有效
21.	一種自動投料 系統	實用新型	ZL202321744275.7	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2023年7月4日	中國	有效
22.	一種注氮噴嘴、注 氮裝置及灌裝 系統	實用新型	ZL202322031993.6	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2023年7月31日	中國	有效
23.	一種蒸汽冷凝水熱 能回收系統.....	實用新型	ZL202322039861.8	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2023年7月31日	中國	有效
24.	一種橄欖鮮果去核 打漿裝置.....	實用新型	ZL202322500306.0	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2023年9月14日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
25.	一種不合格箱裝飲料的自動剔除裝置	實用新型	ZL202322511435.X	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2023年9月15日	中國	有效
26.	一種不合格外觀灌裝飲料瓶的自動剔除裝置	實用新型	ZL202322546539.4	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2023年9月19日	中國	有效
27.	一種設有雙螺旋帶式攪拌器的循環萃取設備	實用新型	ZL202322527477.2	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2023年9月18日	中國	有效
28.	一種陳皮飲料的製備工藝	發明	ZL201210342615.3	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2012年9月17日	中國	有效
29.	一種酸性飲料的中溫灌裝工藝	發明	ZL201210343251.0	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2012年9月17日	中國	有效
30.	一種天然綠色潤喉解酒的鹹橄欖...	發明	ZL201710034427.7	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2017年1月18日	中國	有效
31.	一種鹹橄欖的製備方法	發明	ZL201710034763.1	廣州市東鵬食品飲料有限公司	2017年1月18日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
32.	一種製備米酒的方法及其應用.....	發明	ZL202211413328.7	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年11月11日	中國	有效
33.	一種增強灌裝穩定性的含植物成分的可樂及其製備方法	發明	ZL202211490291.8	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2022年11月25日	中國	有效
34.	一種含胡蘿蔔汁的蔬果汁發酵液及其的製備方法和應用	發明	ZL202310446349.7	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2023年4月24日	中國	有效
35.	一款清咽潤喉的飲料及其製備方法	發明	ZL202410363427.1	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2024年3月28日	中國	有效
36.	一種基於計算機視覺的飲料車間生產精細化管理系統.....	發明	ZL202410436096.X	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2024年4月11日	中國	有效
37.	一種複合蔬菜汁發酵飲料及其製備方法	發明	ZL202410481583.8	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2024年4月22日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
38.	一種電解質飲料 加工中鈉、 鉀含量檢測 系統與方法.....	發明	ZL202410575795.2	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2024年5月10日	中國	有效
39.	一種益生菌複合發 酵組合物及其製 備方法	發明	ZL202411111059.8	廣州市東鵬 食品飲料 有限公司	2024年8月14日	中國	有效
40.	包裝瓶(多喝多潤)	外觀設計	ZL202330056040.8	本公司	2023年2月16日	中國	有效
41.	包裝瓶(東鵬補 水啦)	外觀設計	ZL202330043640.0	本公司	2023年2月10日	中國	有效
42.	包裝瓶(多潤).....	外觀設計	ZL202230650478.4	本公司	2022年9月29日	中國	有效
43.	包裝瓶	外觀設計	ZL201930608999.1	本公司	2019年11月6日	中國	有效
44.	包裝盒(由柑檸檬 茶)	外觀設計	ZL201930094757.5	本公司	2019年3月8日	中國	有效
45.	包裝瓶(帶標籤) ..	外觀設計	ZL201730634629.6	本公司	2017年12月13日	中國	有效
46.	包裝瓶(不帶標籤)	外觀設計	ZL201730634636.6	本公司	2017年12月13日	中國	有效

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	類別	專利編號	註冊擁有人	申請日期	註冊地點	狀況
47.	包裝瓶(油柑檸檬茶)	外觀設計	ZL201730012266.2	本公司	2017年1月12日	中國	有效
48.	橄欖水包裝瓶.....	外觀設計	ZL201630499003.4	本公司	2016年10月11日	中國	有效
49.	包裝瓶(2).....	外觀設計	ZL201630530079.9	本公司	2016年11月3日	中國	有效
50.	包裝瓶(1).....	外觀設計	ZL201630531379.9	本公司	2016年11月3日	中國	有效
51.	包裝瓶(2).....	外觀設計	ZL201530519341.5	本公司	2015年12月10日	中國	有效
52.	包裝瓶(1).....	外觀設計	ZL201530519366.5	本公司	2015年12月10日	中國	有效

版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對業務屬於或可能屬於重大的版權：

編號	版權	擁有人	註冊編號	註冊日期	註冊地點
1	金罐東鵬特飲維生素功能飲料 大鵬展翅篇主畫面	本公司	粵作登字 -2018-F-00009076	2018年5月18日	中國
2	9制陳皮特飲.....	本公司	粵作登字 -2019-F-00008034	2019年5月23日	中國
3	9制陳皮特飲標籤	本公司	粵作登字 -2019-F-00006632	2019年5月14日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	版權	擁有人	註冊編號	註冊日期	註冊地點
4	東鵬飲料—由柑檸檬組合....	本公司	粵作登字 -2020-F-00009531	2020年5月6日	中國
5	由柑檸檬茶.....	本公司	粵作登字 -2020-F-00009533	2020年5月6日	中國
6	東鵬飲料—由柑檸檬茶標籤..	本公司	粵作登字 -2020-F-00009535	2020年5月6日	中國
7	東鵬特飲廣告音頻.....	本公司	粵作登字 -2020-S-00000083	2020年9月7日	中國
8	東鵬特飲廣告片腳本創意.....	本公司	粵作登字 -2020-L-00002355	2020年9月7日	中國
9	送東鵬財運爆鵬— 禮品包裝設計.....	本公司	粵作登字 -2020-F-00024545	2020年9月7日	中國
10	累了困了喝東鵬特飲— 主畫面.....	本公司	粵作登字 -2020-F-00024544	2020年9月7日	中國
11	陳皮特飲海報.....	本公司	粵作登字 -2020-F-00024543	2020年9月7日	中國
12	東鵬特飲維生素功能飲料標籤 (紙盒裝).....	本公司	粵作登字 -2020-F-00013173	2020年6月9日	中國

附錄四

法定及一般資料

編號	版權	擁有人	註冊編號	註冊日期	註冊地點
13	東鵬特飲維生素功能飲料標籤	本公司	粵作登字 -2020-F-00013169	2020年6月9日	中國
14	東鵬特飲廣告片.....	本公司	粵作登字 -2020-I-00000657	2020年11月9日	中國
15	東鵬0糖特飲包裝設計.....	本公司	粵作登字 -2021-F-00012076	2021年4月27日	中國
16	東鵬0糖特飲外包裝設計.....	本公司	粵作登字 -2021-F-00012077	2021年4月27日	中國
17	飲料瓶型系列.....	本公司	國作登字 -2021-L-00267399	2021年11月18日	中國
18	含氣飲料瓶型系列.....	本公司	國作登字 -2021-L-00267401	2021年11月18日	中國
19	東鵬 補水啦.....	本公司	國作登字 -2023-F-00184071	2023年8月24日	中國

域名

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對業務屬於或可能屬於重大的域名：

編號	域名	註冊擁有人	註冊日期	屆滿日期
1.	szeastroc.com	本公司	2024年5月6日	2034年5月6日

除上文外，截至最後實際可行日期，並無其他對我們業務屬於重大的知識產權。

附錄四

法定及一般資料

有關董事、高級管理層及主要股東的其他資料

董事及本公司最高行政人員在本公司及相聯法團的股份、相關股份及債權證中的權益及淡倉

除「主要股東」一節及下文所披露者外，就董事所知，緊隨[編纂]完成後（假設未行使[編纂]），董事及最高行政人員並無在本公司或我們任何相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有(i)根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部須知會我們及聯交所的權益或淡倉（包括根據《證券及期貨條例》有關條文被當作或視為擁有的權益或淡倉）；或(ii)根據《證券及期貨條例》第352條須在該條所指登記冊登記的權益或淡倉；或(iii)根據《上市規則》所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》須知會我們及聯交所的權益或淡倉：

姓名	身份／權益性質	股份說明	股份數目 ⁽¹⁾	緊隨[編纂] 完成後 (假設未行使 [編纂]) 佔A股的概約	緊隨[編纂] 完成後 (假設未行使 [編纂]) 佔股本總額的
				持股概約百分比 ⁽²⁾	持股概約百分比 ⁽²⁾
林木勤先生 . . .	實益擁有人	A股	258,657,634	[編纂]%	[編纂]%
	受控制法團權益 ⁽³⁾	A股	2,171,145	[編纂]%	[編纂]%
林木港先生 . . .	實益擁有人	A股	27,151,626	[編纂]%	[編纂]%
蔣薇薇女士 . . .	實益擁有人	A股	520,000	[編纂]%	[編纂]%
盧義富先生 . . .	實益擁有人	A股	481,000	[編纂]%	[編纂]%

附錄四

法定及一般資料

註：

1. 所有權益均為在股份中的好倉。
2. 基於緊隨[編纂]完成後(假設未行使[編纂])已[編纂]520,013,000股A股和[編纂]股H股的總數計算。
3. 林木勤先生(i)作為東鵬遠道的有限合夥人直接擁有約99.998%合夥權益，而東鵬遠道則實益擁有2,080,034股A股；(ii)作為東鵬致遠的有限合夥人直接擁有約99.89%合夥權益，而東鵬致遠則實益擁有65,082股A股；(iii)作為東鵬致誠的有限合夥人直接擁有約99.87%合夥權益，而東鵬致誠則實益擁有26,029股A股。根據《證券及期貨條例》，林木勤先生被視為在東鵬遠道、東鵬致遠及東鵬致誠持有的股份中擁有權益。

主要股東在本集團成員公司(不包括本公司)中的權益

據董事所知，以下人士(本公司及本集團任何子公司除外)有權行使或控制行使下列本集團成員公司(不包括本公司)股東大會的投票權10%或以上：

子公司名稱	股東名稱	佔子公司的權益
		百分比
Eastroc Beverage (Malaysia) SDN. BHD. . . .	Creative Zest Holdings SDN. BHD.	25.00%

董事服務合同及委任書的詳細情況

各董事[已]與本公司訂立服務合同或委任書。這些服務合同和委任書的主要詳細情況包括(a)服務年期；(b)根據各自的條款可予終止；及(c)爭議解決條文。服務合同和委任書可根據我們的《公司章程》及不時適用的法律、規例和法規重續。

除上文所披露者外，我們並無與任何董事(以董事的身份)訂立且無意訂立任何服務合同(不包括於一年內屆滿或本集團任何成員公司可於一年內終止而毋須作出賠償(法定賠償除外)的協議)。

附錄四

法定及一般資料

董事的薪酬

除「董事及高級管理人員」及附錄一會計師報告附註8所披露者外，截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度以及截至2025年6月30日止六個月，並無董事收取我們其他實物福利薪酬。

董事的競爭利益

除本集團業務外，並無董事在與本集團業務直接或間接競爭或可能構成競爭的任何業務中擁有根據《上市規則》第8.10條須予以披露的權益。

免責聲明

除「主要股東」及「董事及高級管理人員」章節所披露者外：

- (a) 自H股在聯交所[編纂]後，並無董事或最高行政人員在本公司或我們任何相聯法團(定義見《證券及期貨條例》第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部須知會我們及聯交所的任何權益或淡倉，或根據《證券及期貨條例》第352條須在該條所指登記冊登記的任何權益或淡倉，或根據《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》須知會我們及聯交所的任何權益或淡倉；
- (b) 並無董事知悉任何人士(並非本公司董事或最高行政人員)於緊隨[編纂]完成後(不計及因行使[編纂]而可能[編纂]及[編纂]的任何H股)在我們的股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部須向我們披露的權益或淡倉，或在本集團任何成員公司已發行投票股份中直接或間接擁有10%或以上的權益；
- (c) 並無擁有本公司已發行股份數目5%以上的股東，或董事或其各自的緊密聯繫人(定義見《上市規則》)在本集團五大客戶或五大供應商中擁有任何權益；

附錄四

法定及一般資料

- (d) 據董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，截至最後實際可行日期，概無任何其他有關委任董事的事宜須提請股東垂注，亦無任何有關董事的資料須根據《上市規則》第13.51(2)(h)至(v)條予以披露；
- (e) 並無董事或本附錄「— 專家資格」所列的任何一方：
 - i. 在本公司發起過程中，或於緊接本文件日期前兩年內，我們已收購或出售或租賃，或本集團任何成員公司擬收購或出售或租賃的任何資產中擁有權益；或
 - ii. 在本文件日期存續且就我們業務而言屬重大的任何合同或安排中擁有重大權益；
- (f) 除與[編纂]有關連外，本附錄「— 專家資格」所列人士並無在本集團任何成員公司擁有任何股權或權利(不論是否可合法強制執行)以[編纂]或提名他人[編纂]本集團任何成員公司的證券；及
- (g) 並無任何董事已與或擬與本公司或本集團任何成員公司訂立任何服務協議(於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須作出賠償(法定賠償除外)的合同除外)。

其他資料

遺產稅

董事被告知，根據中國法律，本公司或任何子公司不大可能須承擔重大遺產稅責任。

附錄四

法定及一般資料

訴訟

截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或索賠，且董事並不知悉本集團任何成員公司面臨待決或威脅且會對本集團整體營運業績或財務狀況構成重大不利影響的重大訴訟、仲裁或索賠。

聯席保薦人

各聯席保薦人符合《上市規則》第3A.07條所載適用於保薦人的獨立標準。

聯席保薦人就擔任[編纂]的保薦人將收取費用合共990,000美元。

開辦開支

截至最後實際可行日期，本公司並無產生任何重大開辦開支。

發起人

本公司的發起人全部為截至2018年3月18日緊接我們轉為股份有限公司前當時的股東。緊接本文件日期前兩年內，並無就[編纂]及本文件所述相關交易向發起人支付、配發或給予或擬支付、配發或給予現金、證券或其他利益。

H股持有人的稅務

出售、購買及轉讓在我們的香港股東名冊分冊登記的H股將須繳納香港印花稅。現時向買方及賣方各自收取的印花稅率為所出售或轉讓股份的對價或公允價值(以較高者為準)的0.1%。

附錄四

法定及一般資料

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，我們的財務、運營或貿易狀況或前景自2025年6月30日(即本文件附錄一會計師報告所載報告期末)起並無重大不利變動。

專家資格

就本文件發表意見及／或提供建議的專家(定義見《上市規則》及《公司(清盤)及雜項條文)條例》)資格如下：

名稱	資格
華泰金融控股(香港)有限公司	獲發牌進行《證券及期貨條例》所界定第1類(證券交易)、第2類(期貨合同交易)、第3類(槓桿式外匯交易)、第4類(就證券提供意見)、第6類(就機構融資提供意見)、第7類(提供自動化交易服務)及第9類(提供資產管理)受規管活動的法團
摩根士丹利亞洲有限公司	獲發牌進行《證券及期貨條例》所界定第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)、第6類(就機構融資提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動的法團
UBS Securities Hong Kong Limited	獲發牌進行《證券及期貨條例》所界定第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(提供自動化交易服務)受規管活動的法團
德勤•關黃陳方會計師行	執業會計師和註冊公眾利益實體核數師
德恒律師事務所	中國法律顧問
弗若斯特沙利文	獨立行業顧問

截至最後實際可行日期，並無上文所列專家在本公司或任何子公司中擁有任何股權或可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論是否可合法強制執行)。

附錄四

法定及一般資料

專家同意書

本附錄「— 專家資格」所提述的各專家已就本文件的刊發發出同意書，同意按本文件所載形式及內容載入其報告及／或函件（視乎情況而定）及提述其名稱，且迄今並無撤回其同意書。

約束力

如果依據本文件提出申請，本文件即具有使一切有關人士須受《公司（清盤及雜項條文）條例》第44A及44B條的所有適用條文（罰則除外）約束的效力。

雙語文件

根據香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第4條所規定的豁免，本文件的英文及中文版本分開刊發。

其他事項

除本文件所披露者外：

- (a) 於本文件日期前兩年內：(i)我們並無以現金或現金以外對價發行或同意發行繳足或部分繳足股份或借貸資本；及(ii)並無就發行或銷售本公司任何股份授出佣金、折扣、經紀佣金或其他特殊條款；
- (b) 本公司並無股份或借貸資本附帶購股權或有條件或無條件同意將股份或借貸資本附帶購股權；
- (c) 我們並無發行或同意發行任何發起人股份、管理層股份或遞延股份；
- (d) 並無放棄或同意放棄日後股息的安排；

附錄四

法定及一般資料

- (e) 並無行使任何優先認購權或轉讓認購權的程序；
- (f) 我們並無為期一年以上且對我們的業務重要的出租或租購廠房合同；
- (g) 過往12個月並無出現可能或已經對我們的財務狀況造成重大影響的任何業務中斷；
- (h) 並無影響我們從香港以外的地方將利潤匯入香港或將資本調回香港的限制；
- (i) 除本公司在上海證券交易所上市的A股外，本公司並無任何部分股本或債務證券(如有)目前在任何其他證券交易所或交易系統上市或買賣，目前也無尋求或同意尋求在香港聯交所以外的任何證券交易所上市或批准上市；
- (j) 本公司並無發行在外可換股債務證券或債權證；
- (k) 本公司為股份有限公司，須遵守《中國公司法》；及
- (l) 本公司已就董事進行證券交易採納行為準則，條款不比《香港上市規則》附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》所規定者寬鬆。

附錄五

送呈公司註冊處處長及展示文件

送呈香港公司註冊處處長文件

隨本文件一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件為：

- (i) 本文件附錄四「法定及一般資料 — 有關我們業務的其他資料 — 重大合同概要」所述的各重大合同副本；及
- (ii) 本文件附錄四「法定及一般資料 — 其他資料 — 專家同意書」所述的書面同意書。

展示文件

下列文件將自本文件日期起計 14 日內在聯交所網站 www.hkexnews.hk 及 www.szeastroc.com 上刊發：

- (a) 《公司章程》；
- (b) 德勤•關黃陳方會計師行編製的會計師報告，全文載於本文件附錄一；
- (c) 本集團截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月的經審計綜合財務報表；
- (d) 德勤•關黃陳方會計師行就本集團未經審計[編纂]財務資料編製的報告，全文載於本文件附錄二；
- (e) 本文件「行業概覽」所述由弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司出具的行業報告；
- (f) 我們的中國法律顧問德恒律師事務所就(其中包括)本集團若干一般公司事務及物業權益事務出具的中國法律意見；
- (g) 本文件附錄四「法定及一般資料 — 有關我們業務的其他資料 — 重大合同概要」所述的重大合同；

附錄五

送呈公司註冊處處長及展示文件

- (h) 本文件附錄四「法定及一般資料 — 其他資料 — 專家同意書」所述的書面同意書；
- (i) 本文件附錄四「法定及一般資料 — 有關董事、高級管理層及主要股東的其他資料 — 董事服務合同及委任書的詳細情況」一節所述的合同及委任書；及
- (j) 《中國公司法》、《證券法》及《境外上市試行辦法》以及其非官方英文譯本。