

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於其為概要，故其並未包含可能對閣下重要的所有資料。閣下在決定[編纂]前，應閱讀本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]前，應細閱該節。

概覽

使命

用美味創造美好生活。

願景

成為全球領先的餐桌美味解決方案服務商。

我們是誰

我們是中國領先且快速增長的複合調味品公司。根據弗若斯特沙利文，按2024年收入計，我們是中國第四大複合調味品公司，且是中國前五大複合調味品公司中收入增長最快的公司(2022-2024)。根據同一資料來源，按2024年收入計，我們是中國第一大菜譜式調料及中國第二大火鍋調料公司，所佔市場份額分別為9.7%及4.8%。

自成立以來，我們致力於為客戶提供高品質「美味解決方案」，讓日常烹飪成為便捷、愉悅的美好體驗，讓美味觸手可及、融入日常，讓烹飪變得更輕鬆。

我們始終秉持嚴苛的食品安全與質量控制標準，不斷推進系統化的產品研發與持續創新，打造高品質的複合調味品。我們忠於中式美味的傳統底蘊，並通過現代工藝賦予其新的活力，開發具有代表性的風味與配方，同時不斷探索融合世界各地菜系的創新產品，以滿足消費者日益多元化的需求。

概 要

我們的品牌與產品

我們的產品通過六個品牌推出，每個品牌均定位服務特定客戶群體並聚焦特定產品類別：涵蓋多元化的消費場景及銷售渠道，即好人家、大紅袍、天車、天味食品專業調味料定制、拾翠坊及加點滋味。我們多元化且差異化的品牌組合能產生強大的協同效應與交叉銷售機會，助力我們覆蓋複合調味品市場的廣泛消費場景，並滿足消費者的多樣化需求。



我們提供全面的產品組合，涵蓋多種複合調料產品，具體包括：

- **菜譜式調料。**此類產品主要包括(i)魚類調料；(ii)小龍蝦調料；(iii)香腸臘肉調料；及(iv)其他菜譜式調料。
- **火鍋調料。**此類產品主要包括：(i)辣味火鍋底料；(ii)不辣火鍋底料；及(iii)蘸料及其他。
- **醬料及其他。**此類產品主要包括各類即食醬料及其他複合調味產品。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）。

	截至12月31日止年度						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	%
菜譜式調料	1,375,115	51.4	1,804,326	57.7	2,085,651	60.5	914,218	62.8	904,425	65.9
火鍋調料	1,192,236	44.5	1,214,331	38.9	1,256,502	36.5	487,303	33.5	424,938	31.0
醬料及其他	108,402	4.1	107,260	3.4	104,914	3.0	54,131	3.7	43,347	3.1
總計	<u>2,675,753</u>	<u>100.0</u>	<u>3,125,917</u>	<u>100.0</u>	<u>3,447,067</u>	<u>100.0</u>	<u>1,455,652</u>	<u>100.0</u>	<u>1,372,710</u>	<u>100.0</u>

(未經審計)

我們的銷售及經銷網絡

我們建立了覆蓋全國的龐大銷售網絡，並一直積極通過多種渠道觸達消費者。我們的銷售渠道包括廣泛的經銷網絡及直銷渠道。經過多年的精細化運營與渠道深耕，我們的銷售及經銷網絡實現了線上線下全渠道覆蓋，觸達超100萬個終端網點。根據弗若斯特沙利文，在專門從事複合調味品業務的上市公司中，我們的終端網點覆蓋率位居首位。

截至2025年6月30日，我們擁有3,251名經銷商，覆蓋全國所有省份及幾乎全部地級行政區。與此同時，我們正通過全球經銷商積極拓展國際市場、提升全球品牌知名度，我們的產品已銷往50多個國家和地區。

除經銷渠道外，我們的成功亦得益於我們與消費者建立並維持直接聯繫，促使他們從初步認知到試用，最終成為我們品牌的支持者。憑藉一系列營銷活動與優質產品系列，我們已培養龐大而忠誠的消費群體，並創造了極具吸引力的交叉銷售機會。

下表載列我們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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
經銷	2,275,515	85.0	2,513,994	80.4	2,602,009	75.5	1,109,118	76.2	928,594	67.6
直銷	400,238	15.0	611,923	19.6	845,058	24.5	346,534	23.8	444,116	32.4
總計	<u>2,675,753</u>	<u>100.0</u>	<u>3,125,917</u>	<u>100.0</u>	<u>3,447,067</u>	<u>100.0</u>	<u>1,455,652</u>	<u>100.0</u>	<u>1,372,710</u>	<u>100.0</u>

(未經審計)

概 要

我們的生產

我們銷售的產品大部分由自有生產基地生產。截至最後實際可行日期，我們在中國四川省運營4個生產基地。此外，我們持續推動生產環節的數字化轉型。技術已無縫融入從原材料甄選到裝箱及倉儲的每一個生產關鍵環節，實現全流程可追溯、精準控制及數據驅動式管理。這大幅降低了人工操作相關的運營風險，同時提高了生產效率、質量穩定性、標準化水平及食品安全水平，從而為可持續及智能增長奠定了堅實的基礎。請參閱「業務－生產－智能化生產」。

研發

我們已建立行業領先、以消費者為核心的系統化、創新驅動的研發創新體系，覆蓋從基礎原料研究與挑選、獨特的配方與生產工藝優化的全鏈條，持續鞏固我們的市場領先地位。

通過強勁的研發創新實力，我們持續對產品體系進行升級與完善，成功推出並優化了多個廣受歡迎的產品系列，彰顯出可持續發展態勢。截至2025年6月30日，我們擁有149名研發人員，居行業前列。團隊成員在原料研究、配方工藝、感官分析和分子分析等領域均具備深厚經驗。

質量控制和食品安全

我們始終堅守「食品安全是企業的生命線」的核心理念，將食品質量與安全置於首要位置。我們建立了覆蓋原材料採購、檢測與質量控制、智能生產、倉儲管理及產品流通各環節的質量管理體系，確保產品的安全性、穩定性與高效供應鏈管理。

憑藉完善的風險控制體系，我們已通過包括SQF和BRCGS A級在內的七項質量管理體系認證。其中，SQF與BRCGS A級認證均為國際公認的食品安全與質量管理最高標準，審核要求嚴苛、通過率極低。根據弗若斯特沙利文，我們是調味品上市公司中首家且目前唯一同時獲得上述兩項認證的企業，充分體現了我們在食品安全與質量管控方面的國際領先水平與行業標桿地位。

概 要

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括經銷商，其次為直銷客戶。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，於往績記錄期間各期間自我們五大客戶產生的收入少於我們於各期間總收入的10.0%。有關更多詳情，請參閱「業務－我們的客戶」。

我們與原材料供應商合作並採購優質原材料，以確保我們產品的卓越品質。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，各有關年度／期間向我們五大供應商的採購額分別佔我們各期間總採購額的44.2%、42.2%、37.0%及38.6%。同期，向我們最大供應商的採購額分別佔我們各期間總採購額的18.8%、18.9%、17.8%及15.6%。更多詳情請參閱「業務－供應鏈管理－供應商」。

競爭

我們所處的市場競爭激烈且發展迅速。競爭格局受多種因素影響，包括品牌資產、消費者偏好和趨勢、定價和消費者認知、經銷網絡、數字化能力、產品創新和整體經濟狀況。儘管存在一定的進入壁壘，但新的市場進入者仍可能湧現，並推出創新或具有吸引力的產品，從而加劇市場競爭。倘我們未能跟上行業發展的步伐，或未能在質量、創新或成本效益方面實現產品差異化，我們的市場份額可能會受到不利影響。

我們相信，我們多元化的產品組合、廣泛的銷售及經銷網絡以及智能化的生產能力使我們能夠服務廣泛的客戶群。此外，我們綜合高效的管理體系和先進的技術能力使我們從競爭對手中脫穎而出，並為我們提供長期競爭優勢，支持我們的可持續增長。

我們的優勢

我們將成功歸功於以下核心競爭優勢，這些優勢也是我們脫穎而出的關鍵：

- 中國複合調味品龍頭企業，兼具高成長性；
- 我們打造了深受消費者認可的多元化複合調味品產品以及品牌矩陣；
- 廣泛的多渠道全國銷售網絡，實現對各類消費場景的廣泛覆蓋與精準觸達；
- 行業領先的研發創新能力，是我們未來持續增長的核心保障；
- 嚴苛的質量控制與高效的供應鏈體系雙輪驅動，交付讓消費者放心的卓越產品；及
- 我們的管理團隊經驗豐富、銳意進取、富有情懷。

請參閱「業務－我們的優勢」。

概 要

我們的策略

我們將繼續推行以下策略以進一步擴展我們的業務：

- 提升全渠道銷售能力；
- 加強品牌認知與品牌形象建設；
- 加強研發能力，推動產品組合創新；
- 完善智能生產與數智化供應鏈體系建設；
- 擴展海外市場佈局；及
- 尋求戰略投資收購機會。

請參閱「業務－我們的策略」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」所載若干風險。閣下於決定[編纂]前，應仔細閱讀該節全文。

我們面臨的部分主要風險包括：(i)我們的業務及未來增長前景取決於市場對我們產品的需求，而這種需求會受到消費者口味、偏好和消費習慣變化的影響；(ii)我們在業內面臨激烈的競爭；(iii)我們的成功取決於市場對我們品牌的認可。任何涉及我們品牌或聲譽的負面宣傳，無論其是否毫無根據或無關緊要，都可能對我們的業務和財務表現產生不利影響；(iv)我們可能無法有效管理經銷網絡及其他銷售渠道；及(v)任何涉及我們的經銷商、供應商及其他服務提供商或我們業務運營所處整體行業不利報道，都可能對我們的業務和財務表現產生不利影響。

歷史財務資料概要

下表呈列我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料。本概要摘錄自本文件附錄一會計師報告及附錄一A未經審計中期簡明綜合財務資料所載我們的歷史財務資料。下文所載歷史財務數據概要應與本文件附錄一會計師報告及附錄一A未經審計中期簡明綜合財務資料所載歷史財務資料（包括隨附附註）及「財務資料」所載資料一併閱讀，且其全部內容須參閱上述資料作準。我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益及其他全面收益表主要項目

下表載列我們於所示期間的綜合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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	2,675,753	100.0	3,125,917	100.0	3,447,067	100.0	1,455,652	100.0	1,372,710	100.0
銷售成本	(1,769,744)	(66.1)	(1,955,249)	(62.5)	(2,089,550)	(60.6)	(885,795)	(60.9)	(851,687)	(62.0)
毛利	906,009	33.9	1,170,668	37.5	1,357,517	39.4	569,857	39.1	521,023	38.0
其他收入及										
收益淨額	82,427	3.1	80,877	2.6	90,499	2.6	52,679	3.6	50,660	3.7
銷售及經銷開支 ..	(387,943)	(14.5)	(483,951)	(15.5)	(451,289)	(13.1)	(210,956)	(14.5)	(217,919)	(15.9)
行政開支	(158,802)	(6.0)	(207,413)	(6.8)	(196,824)	(5.8)	(90,592)	(6.2)	(95,988)	(7.1)
研發開支	(31,974)	(1.2)	(31,775)	(1.0)	(35,861)	(1.0)	(21,307)	(1.5)	(16,812)	(1.2)
金融資產(減值 虧損撥備)/ 減值虧損										
撥回淨額	(696)	(0.0)	(1,455)	(0.0)	(7,264)	(0.2)	(3,503)	(0.2)	2,603	0.2
其他費用	(3,760)	(0.1)	(4,306)	(0.1)	(4,358)	(0.1)	(974)	(0.1)	(3,986)	(0.3)
財務成本	(4)	(0.0)	-	-	(612)	(0.0)	(233)	(0.0)	(378)	(0.0)
分佔聯營企業 (虧損)/利潤 ..	(1,458)	(0.1)	12,900	0.4	5,903	0.2	3,751	0.3	1,467	0.1
除稅前利潤	403,799	15.1	535,545	17.1	757,711	22.0	298,722	20.5	240,670	17.5
所得稅開支	(63,188)	(2.4)	(70,028)	(2.2)	(112,981)	(3.3)	(44,157)	(3.0)	(38,520)	(2.8)
年內/期內利潤 ..	340,611	12.7	465,517	14.9	644,730	18.7	254,565	17.5	202,150	14.7
其他全面虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	(5,234)	(0.4)
年內/期內全面 收益總額	340,611	12.7	465,517	14.9	644,730	18.7	254,565	17.5	196,916	14.3
歸屬於：										
母公司擁有人	341,705	12.7	456,701	14.6	624,636	18.1	246,833	17.0	184,792	13.4
非控股權益	(1,094)	(0.0)	8,816	0.3	20,094	0.6	7,732	0.5	12,124	0.9

我們的業務、財務狀況、經營業績及前景受一系列因素影響，例如(i)消費者對我們產品的需求，(ii)銷售及經銷網絡，(iii)產品組合與產品結構，(iv)季節性因素，(v)原材料成本及(vi)我們提升經營效率的能力。

請參閱「財務資料－經營業績」。

概 要

綜合財務狀況表節選項目

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表的節選資料。

	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 (未經審計)
流動資產總值.....	3,153,437	3,394,311	3,604,686	3,320,876
非流動資產總值.....	1,668,290	1,879,380	2,056,827	1,818,207
流動負債總額.....	784,002	866,441	961,759	843,618
非流動負債總額.....	12,925	5,713	15,904	13,469
淨流動資產.....	2,369,435	2,527,870	2,642,927	2,477,258

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間的選定現金流量表資料。

	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)
經營活動產生的現金流量淨額.....	545,986	602,164	817,681	294,807	163,469
投資活動(所用)／所得					
現金流量淨額.....	(1,085,631)	(335,330)	(619,049)	320,154	470,564
融資活動所用現金流量淨額.....	(55,657)	(244,700)	(434,877)	(425,620)	(617,060)
現金及現金等價物(減少)／					
增加淨額.....	(595,302)	22,134	(236,245)	189,341	16,973
年／期初現金及現金等價物.....	1,037,008	441,706	463,840	463,840	227,595
外匯影響.....	-	-	-	-	(73)
年／期末現金及現金等價物.....	441,706	463,840	227,595	653,181	244,495

概 要

主要財務比率

下表載列於所示期間我們的主要財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／
				截至該日
	2022年	2023年	2024年	止六個月
毛利率(%) ⁽¹⁾	33.9	37.5	39.4	38.0
淨利潤率(%) ⁽²⁾	12.7	14.9	18.7	14.7
權益回報率(%) ⁽³⁾	8.7	11.0	14.2	無意義 ⁽⁵⁾
流動比率 ⁽⁴⁾	4.0	3.9	3.7	3.9

附註：

- (1) 等於毛利除以收入再乘以100%。請參閱「—經營業績—毛利及毛利率」。
- (2) 等於年／期內利潤除以收入再乘以100%。
- (3) 等於年內利潤除以該年度權益總額年初及年末結餘的平均值，再乘以100%。
- (4) 等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (5) 該等比率並無意義，因為期內的數字與年內的數字不可比較。

法律程序及不合規

我們可能會不時成為我們日常業務過程中發生的各種法律、仲裁或行政訴訟的當事方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾是且並非任何法律、仲裁或行政訴訟的當事方，且我們並不知悉任何針對我們或董事的待決或可能面臨法律、仲裁或行政訴訟，會個別或共同地對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

請參閱「業務—法律訴訟及合規」。

概 要

近期發展及無重大不利變動

董事已確認，截至本文件日期，自2025年6月30日以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，且自2025年6月30日以來，概無發生會對本文件附錄一所載會計師報告及附錄一A未經審計中期簡明綜合財務資料所示資料造成重大影響的事件。

我們在上海證券交易所上市

自2019年4月起，我們的A股已於上海證券交易所上市，股份代碼為603317。截至最後實際可行日期，董事確認，於往績記錄期間，我們在任何重大方面並無違反上海證券交易所規則及中國其他適用證券法律及法規的情況，且據董事作出一切合理查詢後所深知，概無有關我們於上海證券交易所合規記錄的重大事項須提請投資者垂注。我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到中國證監會、上海證券交易所或中國證券監管機構施加的任何重大行政處罰或監管措施。獨家保薦人並不知悉有任何事項將於任何重大方面合理導致其不同意董事對本公司於上海證券交易所的合規記錄所作的確認。

控股股東

截至最後實際可行日期，本公司執行董事、董事會主席兼總裁鄧文先生有權通過以下方式行使本公司投票權：(i)通過其直接持有的606,103,020股股份，行使本公司約57.09%的投票權；及(ii)依據「歷史、發展及公司架構—委託安排」所述的委託安排，就合約基金合計持有的96,788,398股股份，行使本公司約9.12%的投票權。鄧文先生的配偶唐璐女士可通過其直接持有的89,539,382股股份，行使本公司約8.43%的投票權。截至最後實際可行日期，鄧文先生與唐璐女士合計有權行使本公司約74.64%的投票權。

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使且本公司已發行股本於最後實際可行日期至[編纂]期間並無作出其他變動），鄧文先生與唐璐女士合計有權行使本公司約[編纂]%的投票權。因此，鄧文先生與唐璐女士將在[編纂]完成後共同構成我們的控股股東。上述投票權的計算不包括本公司持有的庫存股份。

概 要

[編纂]

未來計劃及[編纂]用途

我們估計經扣除我們於[編纂]中已付或應付的[編纂]費用及[編纂]以及估計[編纂]開支後，假設[編纂]未獲行使及假設[編纂]為每[編纂][編纂]港元（即本文件所載[編纂]的中位數），我們將獲得[編纂][編纂]港元。

我們擬將[編纂][編纂]作下列用途：

- [編纂]約[編纂]%（或[編纂]港元）預期將用於品牌建設及營銷。
- [編纂]約[編纂]%（或[編纂]港元）預期將用於擴大及深化我們的銷售及經銷網絡。

概 要

- [編纂]約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用於與我們具有協同互補效應的潛在投資及併購機會。
- [編纂]約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用於加強我們的供應鏈能力並推進我們業務營運的數字化工作。
- [編纂]約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用於增強我們的產品研發及創新能力。
- [編纂]約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用作營運資金及一般企業用途。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

股息及股息政策

於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，我們分別宣派現金股息人民幣37.7百萬元、人民幣242.5百萬元、人民幣423.0百萬元及人民幣584.5百萬元。詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註11及附錄一A未經審計中期簡明綜合財務資料附註8。目前，我們並無固定的股息分配比率及正式的股息政策。任何未來的股息宣派及派付將由董事酌情決定，並取決於我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、一般業務狀況及業務戰略、預期營運資金要求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制，以及董事認為相關的其他因素。根據我們的中國法律顧問的建議，於董事會制定利潤分配計劃並於股東大會上獲得股東批准後，我們未來的任何淨利潤均可能用於支付或宣派股息。然而，有關淨利潤須首先用於彌補過往的累計虧損，之後我們將有義務將淨利潤的10%分配予我們的法定公積金，直到該法定公積金達到我們註冊資本的50%以上。

[編纂]

我們的[編纂]主要包括(i)[編纂]開支，如[編纂]費用及[編纂]，及(ii)[編纂]開支，包括就法律顧問及申報會計師提供[編纂]及[編纂]相關服務而向其支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設悉數支付酌情獎勵費，[編纂]的估計[編纂]開支總額（基於[編纂]的中位數及假設[編纂]未獲行使）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]開支[編纂]港元、法律

概 要

顧問及申報會計師專業費用[編纂]港元及其他費用及開支約[編纂]港元。我們的估計[編纂]開支金額為[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%，已經或預計將於損益支銷，其餘金額[編纂]港元預計將於[編纂]後直接確認為自權益扣減。我們於往績記錄期間並無確認任何[編纂]開支。

[編纂]