

財務資料

以下有關我們財務狀況及經營業績的討論及分析應與「附錄一—會計師報告」所載的我們財務報表及附註一併閱讀。會計師報告所載的財務資料包括本公司於往績記錄期間的財務報表。閣下應細致閱讀本文件附錄一所載會計師報告全文，而不應僅依賴本節所載資料。除非文義另有所指，否則本章節中對2017年、2018年及2019年的提述指截至該等年度12月31日止的財政年度。

以下討論及分析載有涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們對歷史趨勢、現時狀況及預期未來發展的經驗及理解，以及我們認為於有關情況下應考慮的其他因素所作假設及分析得出。閣下不應過份依賴任何該等陳述。我們的未來實際業績及經選定事件的發生時間或會受多項因素(包括本文件「風險因素」、「前瞻性陳述」及其他章節所載因素)影響而與該等前瞻性陳述所預期者有重大差異。

概覽

我們是中國包裝飲用水及飲料的龍頭企業，致力於向消費者提供高品質的產品。我們的主要產品覆蓋包裝飲用水、茶飲料、功能飲料及果汁飲料等類別。根據弗若斯特沙利文報告，2012年至2019年間，我們連續八年保持中國包裝飲用水市場佔有率第一的領導地位。以2019年零售額計，我們在茶飲料、功能飲料及果汁飲料的市場份額均居於中國市場前三位。我們的飲料產品和包裝飲用水產品均衡發展。於2017年、2018年及2019年，我們的飲料產品的收益佔總收益的佔比分別為40.0%、40.1%及38.4%。

我們實行多品牌戰略，具有長遠的品牌規劃和強大的品牌傳播能力。我們通過多樣化的營銷手段向消費者傳遞我們品牌的精神和主張。我們建立了深度下沉的全國性銷售網路。截至2019年12月31日，我們通過4,280名經銷商覆蓋了全國237萬個以上的終端零售網點。我們通過手機app端及電腦端的NCP系統管理我們的經銷商以及一線銷售人員。

於往績記錄期間，我們的總收益顯著增長。我們的總收益由2017年的人民幣17,491百萬元增長至2018年的人民幣20,475百萬元，並進一步增長至2019年的人民幣24,021百萬元，複合年增長率為17.2%。於2017年、2018年及2019年，我們的淨利潤率分別為19.4%、17.6%及20.6%。

財務資料

影響我們經營業績的重大因素

消費者對我們產品的需求

我們的經營業績受消費者對我們產品需求的影響。受城鎮化進程加快、居民可支配收入提升以及消費升級趨勢等因素的推動，消費者對包裝飲用水和飲料的需求持續增長。根據弗若斯特沙利文報告，受益於中國經濟增長及城市化進程，於2014年至2019年，中國城市家庭的人均可支配收入複合年增長率達到8.0%。同期，中國包裝飲用水市場及飲料市場的複合年增長率分別為11.0%及4.8%。我們認為包裝飲用水市場及飲料市場的增長趨勢於長期仍將持續。有關中國包裝飲用水市場及飲料市場未來趨勢的更多詳情，請參閱「行業概覽—中國軟飲料市場的概覽」。

根據弗若斯特沙利文報告，隨著消費者健康意識的提升，天然、健康、營養的產品將更符合消費者的需求。於2014年至2019年，我們產品所在的天然水和天然礦泉水市場複合年增長率分別達到24.8%和18.4%，遠高於整體包裝飲用水市場11.0%的複合年增長率，這一趨勢預計仍將延續。2019年至2024年，我們產品所在的無糖茶、純果汁市場及功能飲料市場的複合年增長率預計將分別達到22.9%、9.8%及9.4%，亦將高於同期飲料市場5.9%的複合年增長率。

自2019年12月底以來，COVID-19疫情已對全球經濟造成重大不利影響。消費品需求受到重大影響。根據國家統計局的數據，於2020年第一季度，中國消費品零售總額較2019年第一季度下降19.0%。COVID-19疫情對中國的消費需求造成了負面影響，進而對我們的業務造成負面影響。根據現時可得信息，我們於截至2020年3月31日止三個月的收益較截至2019年3月31日止三個月減少。請參閱「—近期發展」。

儘管COVID-19疫情對我們的業務運營造成了一定負面影響，但亦強化了消費者的健康意識。我們長期堅持「天然、健康」的產品理念，為消費者提供高品質的產品。我們相信，消費者對我們產品質量的信任及對我們品牌精神的廣泛認同，是消費者對我們產品需求的重要保障。

產品組合

我們有多元化的產品組合，產品品類主要包括包裝飲用水、茶飲料、功能飲料、果汁飲料等。我們採用多品牌策略，每個產品品類下都有一個或多個品牌的產品。我們針對每個品牌推出不同口味和/或不同包裝規格的產品，以滿足不同的消費需求。請參閱「業務—我們的品牌及產品」。一般而言，不同產品具有不同的產品定價、收益增長率及毛利水平。我們的每個品牌都有自己的獨特定位，各個品牌營銷策略和推廣費用亦各不相同。因此，我們的收益和盈利能力很大程度上受到我們產品組合的影響。

財務資料

於往績記錄期間，我們包裝飲用水、茶飲料、功能飲料及果汁飲料的收益複合年增長率分別為19.1%、9.9%、13.5%及25.5%。其中果汁飲料和包裝飲用水產品的收益增長率高於功能飲料和茶飲料。我們的包裝飲用水產品，茶飲料產品及功能飲料產品的毛利率均高於果汁飲料產品。下表載列我們於往績記錄期間按主要產品劃分的毛利率。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
包裝飲用水產品	60.5%	56.5%	60.2%
茶飲料產品	58.0%	58.1%	59.7%
功能飲料產品	52.0%	49.8%	50.9%
果汁飲料產品	38.2%	41.1%	34.7%

市場營銷活動的有效性

我們的市場營銷活動的有效性對實現收益增長至關重要。我們通過廣告投放、瓶身活動、綜藝節目冠名、影視植入、明星代言、體育賽事贊助、社交媒體營銷及跨行業合作等方式多渠道，全方位同消費者溝通。市場營銷活動的有效性較難預測和評估，其效果也可能會有所滯後，使得市場營銷活動帶來的收益增長並不能在當期得以完全體現。

我們的市場營銷活動會產生廣告及促銷開支，而能否有效利用該等開支以獲取收益對我們的經營業績影響重大。我們於2017年、2018年及2019年的廣告及促銷開支分別為人民幣982百萬元、人民幣1,234百萬元及人民幣1,219百萬元。在各類營銷活動的支持下，我們的收益從2017年的人民幣17,491百萬元增加至2018年的人民幣20,475百萬元，並於2019年進一步增加至人民幣24,021百萬元。

銷售及分銷網絡

我們主要採用一級經銷模式，通過經銷商分銷我們的產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們有3,876、3,841及4,280名經銷商。於2017年、2018年及2019年來自我們經銷商客戶的收益佔我們總收益的95.0%、94.6%及94.2%。我們對採購額較大、信用較好的客戶採取直營的模式。我們的直營客戶主要包括全國或區域性的超市、連鎖便利店、電商平台、餐廳、航空公司以及集團客戶等。通過為各直營客戶提供定制化的銷售計劃、市場活動方案，我們的產品得以更有效地出現在直營客戶的終端零售網點中。截至2019年12月31日，我們擁有大約200名直營客戶。

財務資料

對於經銷商我們通常在其付款後發貨。對於直營客戶我們授予其不超過90天的信用期。我們對直營客戶銷售規模的增加將增加我們貿易應收賬款。在銷售高峰來臨前，如春節、夏季前我們直營客戶通常因提前備貨而導致貿易應收賬款增加。我們對直營客戶銷售收益由2017年的人民幣881百萬元增至2018年的人民幣1,113百萬元，並進一步增至2019年的人民幣1,398百萬元，年複合增長率為26.0%。我們的貿易應收賬款餘額由截至2017年12月31日的人民幣194百萬元增至截至2018年12月31日的人民幣223百萬元，並進一步增至截至2019年12月31日的人民幣306百萬元，年複合增長率為25.6%。

我們通常不接受經銷商的退換貨。於2017年、2018年及2019年，我們的退貨金額佔總收益的比率分別為0.08%，0.08%及0.06%。

原材料及包裝材料成本

我們生產產品所使用的原材料及包裝材料為我們銷售成本的最大組成部分，其中原材料主要為生產瓶身的PET、糖、果汁等，該部分成本於2017年、2018年及2019年各佔我們銷售成本總額的43.0%、44.1%及43.4%。包裝材料主要包括紙箱、標籤、收縮膜等，該部分成本於2017年、2018年及2019年各佔我們銷售成本的31.4%、31.1%及31.5%。

PET是原材料成本中最大的組成部分，其於2017年、2018年及2019年分別佔銷售成本的29.0%、31.9%及31.6%，分別對應總收益的12.7%、14.9%和14.1%。PET價格的波動對我們利潤的影響至關重要。PET平均採購價由2017年的人民幣6,426元／噸上升26.0%至2018年的人民幣8,097元／噸，之後下降12.6%至2019年的人民幣7,074元／噸。請參閱「有關金融風險的披露－原材料價格風險」。

我們大部分主要原材料及包裝材料的價格一般根據市場狀況而有所波動。我們尚未就其價格進行任何對沖活動。然而，我們監控該等原材料及包裝材料的供應及成本趨勢，並試圖減輕價格波動的影響。例如，我們會在價格合適的時候與供應商簽訂框架協議以鎖定原材料及包裝材料的價格。

物流及倉儲開支

物流及倉儲開支構成我們銷售及分銷開支的最大組成部分，於2017年、2018年及2019年各佔總收益的13.4%、11.0%及10.5%。我們採用公路、鐵路和水路多種運輸方式將產品送達全國市場。於往績記錄期間，我們的物流及倉儲效率的提高主要是由於：

- 增加工廠直接向客戶發貨的比例，減少倉庫和中轉運輸；
 - 完善了物流服務提供商的遴選程序從而選擇更加高效的物流服務提供商；
- 及

財務資料

- 隨著經銷商銷售規模的擴大，單次運輸的產品量增加，單位運費成本得以降低。

天氣及季節性

包裝飲用水市場及飲料市場受季節變化所影響。中國通常在一年中第二及第三季度的天氣更為溫暖或乾燥，在該等季度中我們的包裝飲用水及飲料產品的銷售通常會比第一季度和第四季度高。一年之中每一個季度的銷售亦可能由於其他原因而波動，包括新產品發佈時間、廣告及促銷活動的時間等。

呈列基準

本公司於2018年7月自養生堂收購了安吉智能生活的100%股權。由於我們與安吉智能生活在養生堂的同一控制之下，我們對安吉智能生活的收購被視為同一控制下企業合併並以權益結合法入賬，猶如該收購事項於我們與安吉智能生活變為由最終控股公司同一控制當日已完成。請參閱「附錄一—會計師報告」附註2.1。

我們的財務報表已按照國際財務報告準則編製。於往績記錄期間，我們在編製財務報表時已採納國際財務報告準則第9號金融工具、國際財務報告準則第15號客戶合約收益及國際財務報告準則第16號租賃，以及與上述準則相關的過渡性規定。除按公允值計入損益的金融資產已按公允價值計量外，我們的財務報表已按照歷史成本編製。

與採用國際會計準則第39號和國際會計準則第18號相比，採用國際財務報告準則第9號和國際財務報告準則第15號對我們的財務狀況和業績沒有任何重大影響。採用國際財務報告準則第16號與國際會計準則第17號相比對我們的財務狀況和業績沒有重大影響(包括對我們的流動比率、速動比率、資產負債比率，淨資產或年內溢利的影響)。

非國際財務報告準則財務指標

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的財務資料，我們亦採用非國際財務報告準則規定或按其計量的經調整年內溢利作為額外財務指標。經調整年內溢利指扣除了以權益結算的股份獎勵開支、捐款及[編纂]後的年內淨利。經調整年內溢利並非國際財務報告準則下的標準財務指標。但我們認為，剔除了非經常發生的及管理層認為不直接反映我們經營表現項目的潛在影響後，經調整年內溢利更有助展示我們業務的相關趨勢。然而，我們呈列的該財務指標未必可與其他公司所呈列的類似計量指標直接可比。該指標作為非國際財務報告準則指標，用作分析存在一定局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

財務資料

重要會計政策與估計

本文件「附錄一—會計師報告」附註2.4載列了若干重大會計政策，這對於瞭解我們的財務狀況及經營業績至關重要。我們部分會計政策涉及「附錄一—會計師報告」附註3中披露的主要假設、估計及判斷。在應用這些會計政策時，管理層需要對那些未能從其他途徑實時得知的資產及負債的賬面值作出估計及假設。我們的估計和相關假設是基於歷史經驗及相關的其他因素做出，但實際結果可能與該等估計有所不同。我們的估計及相關假設由管理層持續評估。請參閱「附錄一—會計師報告」附註2.4及附註3。

我們認為下列主要會計政策為編製綜合財務報表時所採用最重要的判斷。

收益確認

我們銷售貨品的收益於資產控制權轉移至客戶的某一時間點(通常於交付產品時)確認。請參閱「附錄一—會計師報告」附註2.4。

一旦於期間內所購貨品數量超過合同規定門檻時，我們會向若干客戶提供追溯性銷售獎勵折扣。銷售獎勵折扣可與客戶應付的金額相抵銷。為估計預期未來獎勵折扣的可變代價，我們對交易合同估算最可能的金額。基於合同所載交易量門檻的數量，我們最佳預測可變代價金額，並確認相應負債。

物業、廠房及設備及折舊

除在建工程外，我們的物業、廠房及設備乃按成本減其後累計折舊及減值損失入賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及任何使資產達到運作狀況及地點作擬定用途的直接應佔成本。

財務資料

我們的物業、廠房及設備投入運營後所產生支出，例如維修及維護費用，一般於產生期間直接計入損益表。在符合確認條件的情況下，我們會將重大檢修的支出計入資產的賬面值。倘物業、廠房及設備的重要部分須不時置換，我們將該等部分確認為具有特定可使用年期的個別資產，並相應計算折舊。

折舊乃以直線法按各項物業、廠房及設備項目(在建工程除外)的預計可使用年期確認，撇銷其成本至其剩餘價值。我們就此所使用的主要年率如下：

類別	估計可使用年限	估計剩餘價值
樓宇	10-20年	3%
廠房及機器	5-10年	3%
汽車	5-10年	3%
傢俱、裝置及設備	3-5年	3%
租賃物業裝修	租期或3-5年，以較短者為準	0%

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期不同，我們則會將該項目的成本按合理基準分配至各部分，而各部分將分別折舊。我們會就剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度末進行檢討及調整(如適用)。

一項物業、廠房及設備(包括任何初步已確認之重大部分)於出售或預計日後其使用或出售不再產生經濟利益時，我們將終止確認。我們於資產被終止確認年度在損益確認的任何出售或報廢的收益或虧損，乃有關資產出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程指樓宇及機器，我們按成本減任何減值虧損列賬，且不予折舊。成本包括直接建造成本。我們將在建工程於竣工及可供使用時重新分類至物業、廠房及設備的適當類別。

存貨

我們將存貨按成本及可變現淨值兩者中的較低者入賬。成本基於加權平均成本法確定，對於在製品和產成品而言，其成本由直接材料、直接人工和適當比例的間接費用組成。我們的可變現淨值按估計售價減完成及作出銷售將產生的任何估計成本釐定。

所得稅

我們的所得稅包括即期及遞延稅項。我們在於損益外確認項目有關的所得稅於損益外的其他全面收益或直接於權益確認。

財務資料

我們的即期稅項資產及負債乃根據於各報告期末已頒布或實質上已頒佈的稅率（及稅法），並考慮我們業務所在國家的現行詮釋及慣例後計算的預計從稅務機關收回或向其支付的金額。

我們的遞延稅項採用債務法，按往績記錄期間每年末資產及負債稅基與其就財務報告用途所使用的賬面值之間的所有暫時差額計提撥備。我們的所得稅開支主要包括根據相關中國所得稅規則及法規產生的即期及遞延所得稅開支。請參閱「附錄一一會計師報告」附註2.4。

於往績記錄期間，除去(i)一家符合小微企業資格並享有20%優惠所得稅率的附屬公司；(ii)三家根據西部大開發戰略政策享有15%所得稅率的附屬公司；及(iii)六家從事農業項目免徵所得稅的附屬公司外，我們的附屬公司須繳納25%的所得稅。請參閱「附錄一一會計師報告」附註11。

綜合損益表的主要組成部分

收益

我們的收益主要來自我們的(i)包裝飲用水產品、(ii)茶飲料產品、(iii)功能飲料產品及(iv)果汁飲料產品的銷售。我們的收益是扣除折扣及稅項後的淨額。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)原材料成本，包括PET、糖、果汁等的成本、(ii)包裝材料成本包括紙箱、標籤、收縮膜等的成本、(iii)製造費用及(iv)人工薪酬。

毛利及毛利率

我們的毛利指收益減銷售成本。毛利率指毛利除以收益，並以百分比列示。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益主要包括(i)與我們收入相關及與我們資產相關的政府補助，主要各來自政府對我們對當地經濟的發展作出的貢獻及對我們生產基地的投入作出的獎勵、(ii)利息收入、(iii)出售廢料的收益、(iv)出售按公允值計入損益的金融資產所得收益，主要包括股票投資所得收益及(v)出售物業、廠房及設備項目的收益。

財務資料

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括(i)物流及倉儲開支，主要包括與我們產品運輸及倉儲有關的開支、(ii)廣告及促銷開支、(iii)員工成本，主要包括支付給我們銷售及市場營銷人員的薪水、獎金及福利，及(iv)與銷售及分銷活動有關的辦公大樓租賃及設備的折舊及攤銷。

行政開支

我們的行政開支主要包括(i)員工成本，主要包括支付給我們管理人員的薪水、獎金及福利、(ii)折舊及攤銷，主要包括與臨時停工相關的設備折舊及設備及辦公大樓的折舊及攤銷、(iii)研發成本、(iv)辦公室及差旅開支、(v)系統設備維修及維護開支，主要包括向彩虹魚科技支付的用於發展我們經營、財務、管理信息系統的服務費及生產設備的維修及維護開支、(vi)以權益結算的股份獎勵開支及(vii)[編纂]。

其他開支

我們的其他開支包括(i)捐款、(ii)匯兌損失淨額、(iii)出售物業、廠房及設備的損失、(iv)按公允價值計入損益的金融資產公允價值變動虧損及(v)其他(主要包括存貨損失)。

財務費用

我們的財務費用包括(i)計息借貸的利息開支及(ii)租賃負債的利息開支。

所得稅開支

我們的所得稅開支主要包括根據相關中國所得稅規則及法規產生的即期及遞延所得稅開支。

年內溢利及淨利潤率

我們的年內溢利指年內本公司權益持有人應佔溢利。淨利潤率指年內溢利除以收益，並以百分比列示。

財務資料

經營業績

下表概述我們於所示期間的經營業績及佔我們總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
收益	17,491	100.0%	20,475	100.0%	24,021	100.0%
銷售成本	(7,682)	(43.9%)	(9,554)	(46.7%)	(10,710)	(44.6%)
毛利	9,809	56.1%	10,921	53.3%	13,311	55.4%
其他收入及收益淨額	402	2.3%	534	2.6%	774	3.2%
銷售及分銷開支	(4,890)	(28.0%)	(5,218)	(25.5%)	(5,816)	(24.2%)
行政開支	(859)	(4.9%)	(1,065)	(5.2%)	(1,383)	(5.8%)
其他開支	(19)	(0.1%)	(405)	(2.0%)	(371)	(1.5%)
財務費用	(8)	(0.0%)	(4)	(0.0%)	(16)	(0.1%)
除稅前溢利	4,435	25.4%	4,763	23.2%	6,499	27.0%
所得稅開支	(1,049)	(6.0%)	(1,151)	(5.6%)	(1,545)	(6.4%)
年內溢利	3,386	19.4%	3,612	17.6%	4,954	20.6%
其他全面收入						
換算外國業務產生的匯兌差額	(2)	(0.0%)	0	0.0%	3	0.0%
年內全面收入總額	3,384	19.4%	3,612	17.6%	4,957	20.6%
經調整年內溢利						
年內溢利	3,386	19.4%	3,612	17.6%	4,954	20.6%
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	-	-	157	0.7%
捐款	4	0.0%	365	1.8%	362	1.5%
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
經調整年內溢利⁽¹⁾	3,390	19.4%	3,977	19.4%	5,480	22.8%

附註：

- (1) 我們的經調整年內溢利並非根據國際財務報告準則計算，因此被視為非國際財務報告準則財務指標。我們認為剔除了非經常發生的管理層認為不直接反映我們的經營表現項目的潛在影響後，經調整年內溢利更有助展示我們業務的相關趨勢。投資者不應將我們的非國際財務報告準則財務指標視作我們國際財務報告準則業績的替代指標。請參閱「非國際財務報告準則財務指標」。

財務資料

收益

於往績記錄期，我們的收益主要來自我們的包裝飲用水產品、茶飲料產品、功能飲料產品及果汁飲料產品的銷售。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
包裝飲用水產品	10,120	57.9%	11,780	57.5%	14,346	59.7%
茶飲料產品	2,597	14.8%	3,036	14.8%	3,138	13.1%
功能飲料產品	2,936	16.8%	3,322	16.2%	3,779	15.7%
果汁飲料產品	1,468	8.4%	1,855	9.1%	2,311	9.6%
其他產品	370	2.1%	482	2.4%	447	1.9%
合計	17,491	100.0%	20,475	100.0%	24,021	100.0%

我們的包裝飲用水產品和飲料產品均衡發展。於2017年、2018年及2019年，我們的包裝飲用水產品的收益佔總收益的比例分別為57.9%、57.5%及59.7%，飲料產品的收益佔總收益的比例分別為40.0%、40.1%及38.4%。

2019年較2018年：收益從2018年的人民幣20,475百萬元增長17.3%至2019年的人民幣24,021百萬元，其中包裝飲用水產品貢獻了收益增長額的72.4%。2019年較2018年包裝飲用水產品、茶飲料產品、功能飲料產品及果汁飲料產品的收益分別增加21.8%、3.4%、13.8%及24.6%。

2018年較2017年：收益從2017年的人民幣17,491百萬元增長17.1%至2018年的人民幣20,475百萬元，其中包裝飲用水產品貢獻了收益增長額的55.6%。2018年較2017年包裝飲用水產品、茶飲料產品、功能飲料產品和果汁飲料產品收益增分別增加16.4%、16.9%、13.1%及26.4%。

財務資料

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的銷量及每噸平均售價明細。

		截至12月31日止年度		
		2017年	2018年	2019年
包裝飲用水產品	千噸	9,020	10,827	13,382
	人民幣／噸	1,122	1,088	1,072
茶飲料產品	千噸	670	750	754
	人民幣／噸	3,876	4,048	4,162
功能飲料產品	千噸	849	944	1,082
	人民幣／噸	3,458	3,519	3,493
果汁飲料產品	千噸	336	421	512
	人民幣／噸	4,369	4,406	4,514
其他產品	千噸	82	70	78
	人民幣／噸	4,512	6,886	5,731

包裝飲用水產品

於2017年至2019年，包裝飲用水產品收益逐年遞增，複合年增長率為19.1%。於2017年、2018年及2019年，該品類在總收益中的佔比分別為57.9%、57.5%及59.7%。包裝飲用水產品收益的增長主要來源於銷量增加。銷量增加的主要原因為：(i)消費者健康意識提升帶來的對天然水和礦泉水的需求提升；(ii)消費者健康意識的提升及人均可支配收入水平的增長增加了包裝飲用水產品的使用場景，如家庭用水的需求增長使得中大規格包裝飲用水產品需求增加；(iii)隨著低綫城市消費水平提升，我們加速了向低綫城市的渠道滲透；及(iv)消費者對我們品牌認可度的提升，使得產品的市場份額上升。

2019年較2018年：包裝飲用水產品收益從2018年的人民幣11,780百萬元增加21.8%至2019年的人民幣14,346百萬元。銷量由2018年的10,827千噸增加23.6%至2019年的13,382千噸。2019年較2018年每噸平均售價小幅下降1.5%，主要是由於包裝飲用水產品中每噸平均售價較低的中大規格包裝飲用水產品的收益在包裝飲用水總收益中的佔比增加。

2018年較2017年：包裝飲用水產品收益從2017年的人民幣10,120百萬元增加16.4%至2018年的人民幣11,780百萬元。銷量由2017年的9,020千噸增加20.0%至2018年的10,827千噸。2018年較2017年每噸平均售價小幅下降3.0%，主要是由於包裝飲用水產品中每噸平均售價較低的中大規格包裝飲用水產品的收益在包裝飲用水總收益中的佔比增加。

財務資料

茶飲料產品

於2017年至2019年，茶飲料產品收益逐年遞增，年複合增長率為9.9%。於2017年、2018年及2019年，該品類在總收益中的佔比分別為14.8%、14.8%和13.1%。茶飲料產品收益的增長主要來源於銷量增加。銷量增加的主要原因為：(i)消費者健康意識的提升推動了無糖茶產品的銷量提升，致使「東方樹葉」產品銷量持續增加；(ii)「茶π」及「東方樹葉」的品牌認知度提升，使得該等產品的市場份額上升；及(iii)隨著低綫城市消費水平提升，我們加速了向低綫城市的渠道滲透。

2019年較2018年：茶飲料產品的收益從2018年的人民幣3,036百萬元增加3.4%至2019年的人民幣3,138百萬元。2019年的銷量同2018年基本持平，主要是由於2019年度「茶π」系列產品更換新包裝後，新包裝同原包裝差異較大，消費者需要一定時間接受新包裝。2019年較2018年每噸平均售價增加2.8%，主要是由於「茶π」系列產品在更換包裝的同時小幅增加了銷售價格。

2018年較2017年：茶飲料產品的收益從2017年的人民幣2,597百萬元增加16.9%至2018年的人民幣3,036百萬元。銷量由2017年的670千噸增加11.9%至2018年的750千噸。2018年較2017年每噸平均售價增加4.4%，主要是由於我們小幅增加了「東方樹葉」系列產品的售價。

功能飲料產品

於2017年至2019年，功能飲料收益逐年遞增，年複合增長率為13.5%。於2017年、2018年及2019年，該品類在總收益中的佔比分別為16.8%、16.2%及15.7%。功能飲料品類收益增長主要來源於銷量增加。銷量增加的主要原因為：(i)品牌力的提升帶動「力量帝維他命水」系列產品的銷量持續增加；及(ii)2019年「尖叫」產品系列成功推出白桃口味及青芒口味。

2019年較2018年：功能飲料產品的收益從2018年的人民幣3,322百萬元增加13.8%至2019年的人民幣3,779百萬元，主要由於我們於2019年推出了「尖叫」系列新口味產品白桃口味及青芒口味，在其推動下功能飲料產品的銷量由2018年的944千噸增加14.6%至2019年的1,082千噸。2018年及2019年每噸平均售價基本持平。

2018年較2017年：功能飲料產品的收益從2017年的人民幣2,936百萬元增加13.1%至2018年的人民幣3,322百萬元，主要由於2018年我們加強了對「力量帝維他命水」的廣告投入，特別是在綜藝節目中的密集植入帶動了該等產品的銷量，從而帶動功能飲料產品的銷量由2017年的849千噸增加11.2%至2018年的944千噸。2018年較2017年每噸平均售價增加1.8%，主要是由於功能飲料產品中每噸平均售價較高的「力量帝維他命水」的收益在功能飲料產品總收益中的佔比增加。

財務資料

果汁飲料產品

於2017年至2019年，果汁飲料產品收益逐年遞增，年複合增長率為25.5%。於2017年、2018年及2019年，該品類在總收益中的佔比分別為8.4%、9.1%和9.6%。果汁飲料產品收益增長主要來源於銷量增加。銷量增加的主要原因為：(i)消費者健康意識的提升帶來的對非濃縮還原純果汁的市場需求提升；(ii)果汁銷售渠道進一步滲透；及(iii)於2017年至2019年成功推出多種新口味的非濃縮還原純果汁產品及2019年成功推出50%果汁含量的「農夫果園」產品。

2019年較2018年：果汁飲料產品的收益從2018年的人民幣1,855百萬元增加24.6%至2019年的人民幣2,311百萬元，其中銷量由2018年的421千噸增加21.6%至2019年的512千噸，主要是由於2019年我們新推出50%果汁含量的「農夫果園」產品及非濃縮還原純果汁新口味產品。2019年較2018年每噸平均售價增加2.5%，主要是由於果汁飲料產品中每噸平均售價較高的中高濃度的果汁產品的收益在果汁飲料產品總收益中的佔比增加，而果汁飲料產品在2019年的推廣過程中給客戶增加的折扣而部分抵銷了每噸平均售價的增加。

2018年較2017年：果汁飲料產品的收益從2017年的人民幣1,468百萬元增加26.4%至2018年的人民幣1,855百萬元。銷量在非濃縮還原純果汁產品的推動下由2017年的336千噸增加25.3%至2018年的421千噸。2017年及2018年每噸平均售價基本持平。

其他產品

其他產品主要包括咖啡產品、蘇打水飲料、植物酸奶產品及鮮果等農產品。於2017年、2018年及2019年，其他產品收益在總收益中的佔比分別為2.1%、2.4%和1.9%。

2019年較2018年：其他產品的收益從2018年的人民幣482百萬元減少7.3%至2019年的人民幣447百萬元，主要是由於2019年符合我們標準的江西鮮橙產量減少，以致我們的「17.5°」鮮橙銷量減少。

2018年較2017年：其他產品的收益從2017年的人民幣370百萬元增加30.3%至2018年的人民幣482百萬元，主要是由於我們來源於江西的「17.5°」鮮橙產品的銷量增加。

財務資料

銷售成本

下表載列於所示期間我們銷售成本組成部分的明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
原材料	3,303	18.9%	4,212	20.6%	4,651	19.4%
其中：PET	2,228	12.7%	3,044	14.9%	3,382	14.1%
包裝材料	2,413	13.8%	2,974	14.5%	3,376	14.1%
製造費用	1,593	9.1%	1,940	9.5%	2,144	8.9%
人工薪酬	373	2.1%	428	2.1%	539	2.2%
合計	7,682	43.9%	9,554	46.7%	10,710	44.6%

我們生產產品所使用的原材料及包裝材料為我們銷售成本的最大組成部分，原材料及包裝材料成本總和於2017年、2018年及2019年各佔銷售成本的74.4%、75.2%及74.9%。其中原材料主要為生產瓶身的PET、糖及果汁等，該部分成本於2017年、2018年及2019年各佔我們銷售成本的43.0%、44.1%及43.4%。包裝材料主要包括紙箱、標籤及收縮膜等，該部分成本於2017年、2018年及2019年各佔我們銷售成本的31.4%、31.1%及31.5%。

PET是原材料成本中最大的組成部分，其於2017年、2018年及2019年分別佔銷售成本的29.0%、31.9%及31.6%，分別對應總收益的12.7%、14.9%和14.1%。請參閱「－影響我們經營業績的重大因素－原材料及包裝材料成本」。

2019年較2018年：銷售成本由2018年的人民幣9,554百萬元增加12.1%至2019年的人民幣10,710百萬元，主要是由於：

- 原材料成本由2018年的人民幣4,212百萬元增加10.4%至2019年的人民幣4,651百萬元，主要是由於產品銷量增加。原材料成本佔總收益比例從2018年的20.6%減少至2019年的19.4%，主要是由於2019年PET平均採購價降低。PET平均採購價由2018年的人民幣8,097元／噸下降12.6%至2019年的人民幣7,074元／噸；
- 包裝材料成本由2018年的人民幣2,974百萬元增加13.5%至2019年的人民幣3,376百萬元，主要是由於產品銷量增加。包裝材料成本佔總收益比例基本平穩；及

財務資料

- 製造費用佔總收益的比例由2018年的9.5%降低至2019年的8.9%，主要是由於我們對工廠設備的運營管理效率提升，以及產能利用率提升。

2018年較2017年：銷售成本從2017年的人民幣7,682百萬元增加24.4%至2018年的人民幣9,554百萬元，主要是由於：

- 原材料成本由2017年的人民幣3,303百萬元增加27.5%至2018年的人民幣4,212百萬元，主要是由於產品銷量增加所致。原材料成本佔總收益比例從2017年的18.9%增加至2018年的20.6%，主要是由於2018年PET平均採購價增加。PET平均採購價由2017年的人民幣6,426元／噸上升26.0%至2018年的人民幣8,097元／噸；及
- 包裝材料成本由2017年的人民幣2,413百萬元增加23.2%至2018年的人民幣2,974百萬元，主要是由於產品銷量增加。包裝材料佔總收益比例從2017年的13.8%增加至2018年的14.5%，主要是由於紙箱、標籤等的平均採購價格均有所增加。

毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利明細及毛利率。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣 (百萬元)	%	人民幣 (百萬元)	%	人民幣 (百萬元)	%
包裝飲用水產品	6,123	60.5%	6,656	56.5%	8,633	60.2%
茶飲料產品	1,505	58.0%	1,764	58.1%	1,873	59.7%
功能飲料產品	1,528	52.0%	1,655	49.8%	1,922	50.9%
果汁飲料產品	561	38.2%	762	41.1%	802	34.7%
其他產品	92	24.9%	84	17.4%	81	18.1%
合計	9,809	56.1%	10,921	53.3%	13,311	55.4%

於2017年至2019年，我們的毛利持續上漲。我們的毛利由2017年的人民幣9,809百萬元增加11.3%至2018年的人民幣10,921百萬元，並於2019年進一步增加21.9%至人民幣13,311百萬元。其中包裝飲用水產品對毛利上漲的貢獻最大，2018年47.9%的毛利上漲來自於包裝飲用水產品，2019年82.7%的毛利上漲來自於包裝飲用水產品。

財務資料

於2017年至2019年，我們的毛利率水平小幅波動。我們的毛利率由2017年的56.1%減少至2018年的53.3%，隨後增長2.1%至2019年的55.4%。包裝飲用水的毛利變化是引起我們的毛利率變化的主要因素。

包裝飲用水產品

2019年較2018年：包裝飲用水產品的毛利率由2018年的56.5%增加至2019年的60.2%，主要是由於(i) PET平均採購價格由2018年的人民幣8,097元／噸下降12.6%至2019年的人民幣7,074元／噸；及(ii)由於包裝成本更低的收縮膜包裝的包裝飲用水產品銷量增長較使用紙箱包裝的包裝飲用水產品更快，提升了包裝飲用水產品的毛利率。毛利率水平相對較低的中大規格包裝飲用水產品銷售佔比的增加，部分抵銷了毛利率的增加。

2018年較2017年：包裝飲用水產品的毛利率由2017年的60.5%減少至2018年的56.5%，主要是由於(i) PET平均採購價格由2017年的人民幣6,426元／噸上升26.0%至2018年的人民幣8,097元／噸；及(ii)毛利率相對較低的中大規格包裝飲用水產品銷售佔比的增加。

茶飲料產品

2019年較2018年：茶飲料產品的毛利率由2018年的58.1%增加至2019年的59.7%，主要是由於(i) PET平均採購價格於2019年下降；及(ii)「茶π」隨著新包裝推出小幅增加了售價。

2018年較2017年：2018年茶飲料產品的毛利率較2017年基本持平，主要是由於PET價格增加的影響使得整體茶飲料毛利率減少。而「東方樹葉」在2018年中上調了產品價格，使得2018年「東方樹葉」的毛利率有所上升，抵銷了PET平均採購價格增加帶來的影響。

功能飲料產品

2019年較2018年：功能飲料產品的毛利率由2018年的49.8%增加至2019年的50.9%，主要是由於PET平均採購價格於2019年下降。但2019年「尖叫」產品價格的小幅減少，部分抵銷了毛利率上漲。

2018年較2017年：功能飲料產品的毛利率由2017年的52.0%減少至2018年的49.8%，主要是由於(i) PET平均採購價格於2018年增加；及(ii)「力量帝維他命水」於2017年10月起配方升級，導致內容物成本小幅增加。

財務資料

果汁飲料產品

2019年較2018年：果汁飲料產品毛利率由2018年的41.1%減少至2019年的34.7%，主要是由於(i)新產綫的投入增加了折舊費用；(ii)為提升產品風味，2019年橙汁產品中使用了更多成本較高的自榨非濃縮還原橙汁原料，增加了含橙汁產品的成本；及(iii)毛利率相對較低的果汁產品以及50%濃度的「農夫果園」銷售佔比提升。而該等毛利率的減少部分被2019年PET平均採購價格的下降所抵銷。

2018年較2017年：果汁飲料產品的毛利率由2017年的38.2%增加至2018年的41.1%，主要是由於(i) 2018年部分果汁飲料產品包裝從每箱15瓶增加到24瓶，降低了果汁飲料產品的單位包裝成本；(ii) 2018年度橙汁配方中使用較多進口橙汁；(iii) 2018年自榨非濃縮還原橙汁原料成本小幅減少，使得橙汁產品毛利率增加；及(iv) 2018年度果汁飲料產品的零售價格相比於2017年有小幅增加。而該等毛利率的增加部分被PET平均採購價格的增加所抵銷。

其他產品

其他產品的毛利率由2017的24.9%減少至2018的17.4%，繼而增加至2019年的18.1%。

其他收入及收益

其他收入及收益淨額於2017年、2018年及2019年分別為人民幣402百萬元、人民幣534百萬元和人民幣774百萬元，分別佔我們當期總收益的2.3%、2.6%及3.2%。

財務資料

下表載列我們於所示期間的其他收入及收益淨額的明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
其他收入						
政府補助						
與收入相關 ⁽¹⁾	194	1.1%	226	1.1%	354	1.5%
與資產相關 ⁽²⁾	20	0.1%	24	0.1%	30	0.1%
利息收入	137	0.8%	206	1.0%	217	0.9%
補償收入	10	0.1%	16	0.1%	16	0.1%
出售廢料所得收益	35	0.2%	55	0.3%	66	0.3%
小計	396	2.3%	527	2.6%	683	2.9%
其他收益						
出售使用權資產所得收益	-	-	2	0.0%	-	-
出售按公允值計入損益的						
金融資產所得收益	2	0.0%	-	-	36	0.1%
出售附屬公司所得收益	-	-	-	-	2	0.0%
出售物業、廠房及						
設備的收益	-	-	-	-	36	0.1%
其他	4	0.0%	5	0.0%	17	0.1%
小計	6	0.0%	7	0.0%	91	0.3%
合計	402	2.3%	534	2.6%	774	3.2%

附註：

- (1) 與收入相關的政府補助是為了獎勵我們對當地經濟作出的貢獻。請參閱「附錄——會計師報告」附註6。
- (2) 與資產相關的政府補助與我們生產基地的投資相關，該等補助是為了獎勵我們對當地經濟作出的貢獻。請參閱「附錄——會計師報告」附註6。

財務資料

2019年較2018年：其他收入及收益由2018年的人民幣534百萬元增加44.9%至2019年的人民幣774百萬元，主要是由於(i)政府對我們向當地經濟增長作出貢獻獎勵的政府補助；及(ii)我們出售所持有的股票而獲得的出售按公允值計入損益的金融資產所得收益人民幣36百萬元。

2018年較2017年：其他收入及收益由2017年的人民幣402百萬元增加32.8%至2018年的人民幣534百萬元，主要是由於(i)銀行結餘增加使得利息收入增加人民幣69百萬元；(ii)政府對我們向當地經濟增長作出貢獻獎勵的政府補助；及(iii)由於產量增加導致的處置廢料數量增加，使得出售廢料所得收益增加人民幣20百萬元。

銷售及分銷開支

於往績記錄期間內，我們的銷售及分銷開支主要包括物流倉儲開支、廣告及促銷開支、員工成本等。2017年、2018年及2019年，銷售及分銷開支分別為人民幣4,890百萬元、人民幣5,218百萬元及人民幣5,816百萬元，分別佔同期收益的28.0%、25.5%及24.2%。銷售及分銷開支佔總收益比例持續下降，主要是由於物流倉儲管理效率以及銷售員工效率的持續提高。

下表載列我們於所示期間的銷售及分銷開支明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
物流及倉儲開支	2,336	13.4%	2,257	11.0%	2,526	10.5%
廣告及促銷開支	982	5.6%	1,234	6.0%	1,219	5.1%
員工成本	1,086	6.2%	1,097	5.4%	1,177	4.9%
折舊及攤銷	183	1.0%	251	1.2%	396	1.6%
其他 ⁽¹⁾	303	1.8%	379	1.9%	498	2.1%
合計	4,890	28.0%	5,218	25.5%	5,816	24.2%

附註：

⁽¹⁾ 其他主要包括差旅開支及裝卸貨物所用的托盤開支。

財務資料

2019年較2018年：銷售及分銷開支由2018年的人民幣5,218百萬元增加11.5%至2019年的人民幣5,816百萬元，主要是由於物流倉儲開支、員工成本和折舊及攤銷的增加。該等增加部分被廣告及促銷開支的減少所抵銷。銷售及分銷開支佔總收益的比例從2018年的25.5%減少到2019年的24.2%，主要是由於(i)廣告及促銷開支佔總收益比例從2018年的6.0%減少到2019年的5.1%，主要是由於我們於2018年大力推廣「力量帝維他命水」品牌，在綜藝節目中做了密集植入，而2019年總體廣告投放略有下降；(ii)物流及倉儲開支佔總收益比例從2018年的11.0%減少到2019年的10.5%，主要是由於優化後的物流及倉儲管理提升了運營效率；及(iii)員工成本佔總收益比例從2018年的5.4%減少到2019年的4.9%，主要是由於員工的效率提升。銷售及分銷開支佔總收益比例在2019年的減少，部分被折舊攤銷佔總收益比例增加所抵銷。由於我們加大了對終端零售網點的投入，增加了冰箱、自販機等終端銷售設備的投放，由此帶來折舊及攤銷佔總收益比例從2018年的1.2%增加至2019年的1.6%。

2018年較2017年：銷售及分銷開支從2017年的人民幣4,890百萬元增加6.7%至2018年的人民幣5,218百萬元，主要是由於品牌宣傳增加，導致了廣告及促銷開支及與銷售及分銷相關的設備的折舊及攤銷增加。該等增加部分被倉儲及物流開支的減少所抵銷。銷售及分銷開支佔總收益的比例從2017年的28.0%減少到2018年的25.5%，主要是由於(i)我們的物流及倉儲開支佔總收益比例從2017年的13.4%減少到2018年的11.0%，主要是由於我們物流及倉儲效率的提高；及(ii)員工成本佔總收益比例從2018年的6.2%減少到2019年的5.4%，主要是因為銷售員工效率的提升。該等減少部分被廣告及促銷開支的增加所抵銷，主要是由於我們加強了對「力量帝維他命水」品牌的廣告投入，特別是在綜藝節目中做了密集植入。我們的廣告及推廣成本佔總收益比例從2017年的5.6%增加至2018年的6.0%。

行政開支

2017年、2018年和2019年，行政開支分別為人民幣859百萬元、人民幣1,065百萬元及人民幣1,383百萬元，分別佔同期收益的4.9%、5.2%和5.8%。與往績記錄期間內，我們的行政開支主要包括管理人員成本及設備及辦公大樓的折舊及攤銷等。其中，管理人員成本佔總收益比例相對穩定，折舊及攤銷的增長以及2019年新增的一次性以權益結算的股份獎勵開支是推動行政開支佔總收益比例增長的主要原因。

財務資料

下表載列我們於所示期間的行政開支明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
員工成本	339	1.9%	361	1.8%	428	1.8%
折舊及攤銷	154	0.9%	216	1.1%	279	1.2%
研發成本	47	0.3%	107	0.5%	115	0.5%
辦公室及差旅開支	116	0.7%	164	0.8%	142	0.6%
系統設備維修及 維護開支	100	0.6%	80	0.4%	147	0.6%
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	-	-	157	0.7%
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	103	0.6%	137	0.7%	108	0.4%
合計	859	4.9%	1,065	5.2%	1,383	5.8%

2019年較2018年：行政開支由2018年的人民幣1,065百萬元增加29.9%至2019年的人民幣1,383百萬元，主要是由於(i) 2019年我們發生了以權益結算的股份獎勵開支人民幣157百萬元，此費用為一次性費用，為2019年授予員工的股份激勵；(ii)系統設備維修及維護開支的增加，主要是由於向彩虹魚科技支付的用於發展我們經營、財務、管理信息系統的服務費；(iii)員工成本的增加，主要是由於公司引進了一些具有豐富管理經驗或極具發展潛力的員工且2019年員工的獎金增加；及(iv)設備的折舊增加。

2018年較2017年：行政開支從2017年的人民幣859百萬元增加24.0%至2018年的人民幣1,065百萬元，主要是由於(i)設備的折舊增加；(ii)新飲品的研發投入及新包裝的設計投入導致研發成本增加；及(iii)為更多深入業務一綫使得辦公室及差旅開支增加。

財務資料

其他開支

2017年、2018年和2019年，其他開支分別為人民幣19百萬元、人民幣405百萬元、人民幣371百萬元，分別佔同期收益的0.1%、2.0%和1.5%。2018年及2019年，我們的其他開支主要為向鍾子逸教育基金捐款人民幣360百萬元及人民幣360百萬元。鍾子逸教育基金乃為支持教育發展而設立，由鍾睽睽先生(我們的一名控股股東)控制。預期未來該等捐款不會持續發生。

下表載列我們於所示期間的其他開支明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
捐款	4	0.0%	366	1.8%	362	1.5%
匯兌損失淨額	2	0.0%	11	0.1%	6	0.0%
出售物業、廠房及 設備的損失	7	0.0%	7	0.0%	-	-
按公允值計入損益的金融 資產公允值變動虧損	-	-	14	0.1%	-	-
其他	6	0.0%	7	0.0%	3	0.0%
合計	19	0.1%	405	2.0%	371	1.5%

財務資料

財務費用

2017年、2018年和2019年，財務費用分別為人民幣8百萬元、人民幣4百萬元、人民幣16百萬元。我們的財務費用包括計息借貸的利息開支以及租賃負債的利息開支。

下表載列我們於所示期間的財務費用明細及佔總收益的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總收益 百分比
計息借貸的利息開支	5	0.0%	1	0.0%	13	0.1%
租賃負債的利息開支	3	0.0%	3	0.0%	3	0.0%
合計	8	0.0%	4	0.0%	16	0.1%

2019年較2018年：財務費用從2018年的人民幣4百萬元大幅增加至2019年的人民幣16百萬元，主要是由於我們於2019年取得計息借貸1,000百萬元，導致計息借貸的利息開支增加。請參閱「一債項」。

2018年較2017年：財務費用從2017年的人民幣8百萬元減少50.0%至2018年的人民幣4百萬元，主要是由於我們於2018年償還了所有的計息借貸，導致計息借貸的利息開支減少。

財務資料

所得稅開支

下表載列我們於所示期間的所得稅開支明細。

	截至12月31日止年度		
	2017年 (人民幣 百萬元)	2018年 (人民幣 百萬元)	2019年 (人民幣 百萬元)
即期—中國			
年度費用	1,098	1,134	1,529
過往年度超額撥備	(5)	(0)	(1)
即期—其他司法權區	0	0	(0)
遞延	(44)	17	17
所得稅開支	1,049	1,151	1,545
實際稅率	23.7%	24.2%	23.8%

於2017、2018及2019年，我們的實際稅率低於法定稅率25%，分別為23.7%、24.2%及23.8%，乃主要由於我們擁有(i)三家享有西部大開發戰略政策15%所得稅率的附屬公司，及(ii)六家從事農業項目免徵所得稅的附屬公司。請參閱「附錄一—會計師報告」附註11。

2019年較2018年：所得稅開支由2018年的人民幣1,151百萬元增加34.2%至2019年的人民幣1,545百萬元，主要是由我們稅前利潤增加。我們的實際稅率由2018年的24.2%降低至2019年的23.8%，主要是由於(i)集團中從事農產品初加工的公司於2019年所得免稅盈利的增加；以及(ii)本年度出售按公允值計入損益的金融資產所得收益帶來的免稅收入增加。

2018年較2017年：所得稅開支由2017年的人民幣1,049百萬元增加9.7%至2018年的人民幣1,151百萬元，主要是由於我們的除稅前溢利及遞延稅項增加。遞延稅項開支增加乃主要由於引入新稅務規定，使我們能提前按若干生產機器及設備的折舊計提稅項。

年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由2017年的人民幣3,386百萬元增加6.7%至人民幣3,612百萬元，並於2019年進一步增加37.2%至人民幣4,954百萬元。

財務資料

流動資金與資金來源

於往績記錄期間，我們主要以來自經營活動產生的現金為我們的營運提供資金。截至2020年3月31日，我們的現金及現金等價物為人民幣2,081百萬元。我們的現金及現金等價物包括現金及銀行結餘減去定期存款的淨額。有關現金及現金等價物的明細，請參閱「附錄一—會計師報告」附註24。

展望未來，我們相信我們的流動資金需求將透過使用來自經營活動的現金流量、計息借貸以及[編纂][編纂]來撥付。

考慮到[編纂][編纂]、經營活動產生的現金流量淨額以及我們可用的銀行信貸額，董事認為，我們擁有足夠的營運資金來滿足我們於本文件日期起最少12個月的現行及未來的資金需求。向本公司作出有關營運資金需求的合理諮詢後，概無任何事宜使聯席保薦人不認同董事的上述觀點。

財務資料

流動資產／負債淨額

下表載列我們截至所示日期的流動資產及負債。

	截至12月31日			截至
	2017年	2018年	2019年	2020年
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣
	(百萬元)	(百萬元)	(百萬元)	(百萬元)
				(未經審計)
流動資產：				
存貨	1,443	1,906	1,762	1,695
貿易應收款項	194	223	306	369
預付款項、其他應收款項及其他資產	569	1,165	1,021	706
按公允值計入損益的金融資產	4	177	-	-
結構性存款	2,035	3,600	200	-
質押存款	49	6	-	-
現金及銀行結餘	2,563	1,764	1,083	2,081
流動資產總額	6,857	8,841	4,372	4,851
流動負債：				
貿易及應付賬款	821	837	791	1,013
其他應付款項及應計費用	1,992	2,604	2,855	2,806
合約負債	1,578	1,996	2,078	1,576
計息借貸	50	-	1,000	2,250
租賃負債	21	29	6	6
應付稅項	735	697	711	13
應付股息	-	-	-	125
流動負債總額	5,197	6,163	7,441	7,789
流動資產／負債淨額	1,660	2,678	(3,069)	(2,938)

截至2020年3月31日與截至2019年12月31日的比較

我們的流動負債淨額於截至2019年12月31日及2020年3月31日分別為人民幣3,069百萬元及人民幣2,938百萬元，維持相對穩定。

截至2020年3月31日(即確定我們債項的最後日期)，我們總共有銀行授信人民幣8,745百萬元，其中未動用且不受限制的銀行授信額為人民幣5,960百萬元。

財務資料

截止2019年12月31日與截至2018年12月31日的比較

截至2019年12月31日，我們錄得流動負債淨額為人民幣3,069百萬元，而截至2018年12月31日錄得流動資產淨額人民幣2,678百萬元，該等變化主要是由於：

- 我們的結構性存款減少人民幣3,400百萬元及我們的現金及銀行結餘減少人民幣681百萬元，主要是由於我們於2019年提取了資金以向本公司股東支付人民幣9,598百萬元的股息；
- 我們的其他應付款項及應計費用增加人民幣251百萬元，主要是由於押金、員工工資及應付福利以及2019年末已發生但尚未結算的物流費用的增加；及
- 我們的合約負債增加人民幣82百萬元，主要是由於我們產品的需求的預期增加，故於年末經銷商的預付款項增加。

由於以上原因，我們的流動比率由截至2018年12月31日的1.43降至截至2019年12月31日的0.59，我們的速動比率由截至2018年12月31日的1.13降至截至2019年12月31日的0.35。

截至2018年12月31日與截至2017年12月31日的比較

我們的流動資產淨額由截至2017年12月31日的人民幣1,660百萬元增加至截至2018年12月31日的人民幣2,678百萬元，主要是由於我們的結構性存款、按公允值計入損益的金融資產及現金及銀行結餘淨增加人民幣939百萬元，主要是由於我們經營活動產生的現金所致。該增加部分被2018年我們購置廠房及設備增加人民幣167百萬元所抵銷，是由於我們為湖北丹江口及浙江千島湖生產基地的新工廠購置廠房及設備所致。

財務資料

存貨

我們的存貨包括原材料、製成品和在製品，其中以原材料為主，截至2017年、2018年和2019年12月31日，原材料在存貨中的佔比分別為60.6%、69.7%和69.2%。

下表載列我們截至所示日期的存貨結餘明細。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
原材料	874	1,328	1,220
製成品	235	232	231
在製品	334	346	311
合計	1,443	1,906	1,762

原材料存貨包括非濃縮還原果汁、包裝材料以及PET等：

- 非濃縮還原果汁是原材料存貨中最大的組成部分，截至2017年、2018年和2019年12月31日分別佔原材料存貨的44.1%、55.4%和51.2%。存貨中的非濃縮還原果汁主要用於生產果汁產品，分為對外採購和公司榨汁兩大來源，其中存貨餘額以公司榨汁的非濃縮還原果汁為主。我們每年向農戶收購鮮果，部份鮮果用於榨汁，由於鮮果產量及出汁率每年隨氣候等因素波動較大，我們通常結合下一年度銷售計劃，考慮一定的儲備，確定榨汁量。
- 包裝材料庫存於2017年、2018年和2019年12月31日分別佔原材料存貨的15.8%、10.7%和9.8%，為降低包裝材料在儲存過程中質量下降的風險，我們增加了包裝材料採購頻次，故包裝材料的存貨下降。
- PET庫存於2017年、2018年和2019年12月31日分別佔原材料存貨的5.2%、7.8%和9.3%。我們會根據對PET採購價格的預期在價格較低時戰略性儲備較多的PET存貨，以保障我們原材料供應的穩定。

財務資料

2019年較2018年：截至2018年12月31日存貨由人民幣1,906百萬元減少7.6%至截至2019年12月31日的人民幣1,762百萬元。主要為非濃縮還原果汁庫存下降。2019年我們非濃縮還原果汁產品的生產過程中使用了較多的自榨果汁以提升產品風味，降低了期末存貨水平。

2018年較2017年：截至2017年12月31日的存貨由人民幣1,443百萬元增加32.1%至截至2018年12月31日的人民幣1,906百萬元，主要是由於根據下一年銷售計劃，於年末增加的自榨非濃縮還原純果汁原材料的戰略性儲備。

下表載列我們於所示期間的存貨周轉天數。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	60.5	64.0	62.5

附註：

- (1) 各期間的存貨周轉天數等於該期間期初和期末存貨餘額的平均值除以該期間的銷售成本，然後乘以該期間的天數。

2019年較2018年：我們存貨周轉天數從2018年的64.0天減少到2019年的62.5天，主要是由於(i)工廠對存貨周轉管控力度加大；及(ii)非濃縮還原純果汁產品類的存貨減少。

2018年較2017年：我們存貨周轉天數從2017年的60.5天增加至2018年的64.0天，主要是由於原材料存貨中的非濃縮還原純果汁增加使得我們的存貨結餘增加。考慮到非濃縮還原純果汁產品的銷售增長趨勢以及其生產存在季節性，因此我們原材料非濃縮還原果汁儲備存貨較高。

截至2020年3月31日，我們截至2019年12月31日的存貨總額的53.7%，或人民幣946百萬元已被使用或出售。

貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要來自於我們產品的信用銷售。對於經銷商我們通常在其付款後發貨。對於直營客戶我們授予其不超過90天的信用期。我們的直營客戶主要包括全國或區域性的超市、連鎖便利店、電商平台、餐廳、航空公司以及集團客戶等。直營客戶收益規模的增加將增加我們貿易應收賬款總額。在銷售高峰來臨前，如春節、夏季，我們直營客戶通常因提前備貨而導致貿易應收賬款總額增加。

財務資料

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
貿易應收款項 ⁽¹⁾	207	237	326
減值	(13)	(14)	(20)
合計	194	223	306

附註：

- ⁽¹⁾ 截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們的貿易應收款項包括來自關聯方的貿易應收款項人民幣2百萬元、人民幣8百萬元及人民幣4百萬元。請參閱「附錄一——會計師報告」附註20。

*2019年較2018年：*貿易應收款項由截至2018年12月31日的人民幣223百萬元增加37.4%至截至2019年12月31日的人民幣306百萬元，主要是由於我們自直營客戶的收益增長。我們自直營客戶的收益由2018年的人民幣1,113百萬元增長25.6%至2019年的人民幣1,398百萬元。

*2018年較2017年：*貿易應收款項由截至2017年12月31日的人民幣194百萬元增加14.7%至截至2018年12月31日的人民幣223百萬元，主要是由於我們自直營客戶的收益增加。我們自直營客戶的收益由2017年的人民幣881百萬元增長26.3%至人民幣1,113百萬元。此外2019年春節在1月份，臨近春節我們產品的需求預期增加，故截至2018年12月31日的直營客戶的貿易應收款項增加。

我們的高級管理層會定期檢討我們逾期餘額的可收回性，並在適當時就該等貿易應收款項計提減值。貿易應收款項的減值損失使用備抵賬戶記錄，直至我們確信收回該款項的可能性很小，在此情況下，減值損失會直接從貿易應收款項中撇銷。

財務資料

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項的賬齡分析。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
於90天內	182	215	296
91至180天	5	2	2
181至365天	7	6	8
合計	194	223	306

下表載列於所示期間我們的貿易應收款項周轉天數。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
貿易應收款項周轉天數 ⁽¹⁾	3.3	3.7	4.0

附註：

- ⁽¹⁾ 各期間的貿易應收款項周轉天數等於該期間貿易應收款項期初和期末結餘的平均值除以該期間的收益再乘以該期間的天數。

我們的貿易應收款項周轉天數從2017年的3.3天增長至2018年的3.7天，並進一步增加至2019年的4.0天，主要是由於我們對直營客戶的銷售增速超過了整體收益增速。2017年我們對直營客戶的銷售收益較2018年增長26.3%，2019年我們對直營客戶的銷售收益較2018年增長25.6%，而該等期間我們總收益的增長為17.1%及17.3%。

截至2020年3月31日，我們截至2019年12月31日貿易應收款項的99.3%，或人民幣304百萬元已結清。

預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款及其他資產主要包括向供應商的預付款項、押金及其他應收款項、預付開支、應收關聯方款項、待抵扣增值稅，可收回企業所得稅。向供應商的預付款項主要包括為購買PET等原材料的預付款。待抵扣增值稅主要包括增值進項稅額超過增值銷項稅額的部分，該等部分可以在將來被收回。可回收企業所得稅主要指年度匯算清繳前的預付所得稅。

財務資料

下表載列於所示日期我們的預付款項、押金及其他應收款項的組成部分。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
向供應商的預付款項	137	188	166
押金及其他應收款項	92	133	82
預付開支	51	61	84
應收關聯方款項 ⁽¹⁾	26	140	8
待抵扣增值稅	273	654	684
可收回企業所得稅	1	5	3
減值虧損	(11)	(16)	(6)
合計	569	1,165	1,021

附註：

- ⁽¹⁾ 截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們的應收關聯方款項為(i)為關聯方代付的採購費用；及(iii)向彩虹魚科技預付的IT服務費。

2019年較2018年：預付款項、其他應收款項及其他資產從截至2018年12月31日的人民幣1,165百萬元減少12.4%至截至2019年12月31日的人民幣1,021百萬元，主要是由於(i)公司於2018年12月31日存在其他應收關聯方款項餘額，截至2019年12月31日大部分其他應收款項已收回且預付款項已獲得相關服務，使得應收關聯方款項大幅減少；及(ii)押金及其他應收款項減少所致，主要是因為2019年底結構性存款金額下降導致應收利息減少。

2018年較2017年：預付款項、其他應收款項及其他資產從截至2017年12月31日的人民幣569百萬元大幅增加至截至2018年12月31日的人民幣1,165百萬元，主要是由於(i)為我們於湖北丹江口、吉林長白山及浙江千島湖生產基地的新工廠購買設備使得待抵扣增值稅增加人民幣381百萬元；及(ii)為關聯方代付採購貨款，以及向彩虹魚科技預付IT服務費使得應收關聯方款項餘額合計增加人民幣114百萬元。

貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據主要包括原材料及包裝材料、生產設備及基礎設施應付款項、物流服務以及廣告及促銷費用的應付款項。我們的貿易應付款項及應付票據不計息，通常於三個月內結清。

財務資料

下表載列截至所示日期我們按類別劃分的貿易應付款項及應付票據。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
貿易應付款項 ⁽¹⁾	764	802	762
應付票據	57	35	29
合計	821	837	791

附註：

- ⁽¹⁾ 截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們的貿易應付款項及應付票據包括對關聯方的貿易應付款項及應付票據人民幣14百萬元、人民幣15百萬元及人民幣102,000元。請參閱「附錄一一會計師報告」附註26。

*2019年較2018年：*貿易應付款項及應付票據由截至2018年12月31日的人民幣837百萬元減少5.5%至截至2019年12月31日的人民幣791百萬元，主要是由於我們加快了與供應商的結算速度以後獲得更優惠的採購價格。

*2018年較2017年：*貿易應付款項及應付票據由截至2017年12月31日的人民幣821百萬元增加1.9%至截至2018年12月31日的人民幣837百萬元，主要是由於貿易應付款項的增加，部分被應付票據的減少所抵銷。

下表載列截至所示日期我們的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
於90天內	774	757	674
91至180天	5	32	39
181至365天	4	14	29
一年以上	38	34	49
合計	821	837	791

財務資料

下表載列於所示期間我們貿易應付款項及應付票據的周轉天數。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
貿易應付款項及應付票據周轉天數 ⁽¹⁾	40.9	31.7	27.8

附註：

- (1) 各期間的貿易應付款項及應付票據的周轉天數等於該期間貿易應付款項及應付票據期初和期末結餘的平均值除以該期間的銷售成本再乘以該期間的天數。

我們的貿易應付款項及應付票據的周轉天數從2017年的40.9天減少至2018年的31.7天，並進一步減少至2019年的27.8天，主要是由於我們為了保證食品原材料的新鮮程度以及降低紙箱在儲存過程中質量下降的風險而增加了該等原材料及包裝材料的購買頻次。

截至2020年3月31日，我們截至2019年12月31日貿易應付款項及應付票據的83.9%，或人民幣664百萬元已結清。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要包括押金、購買廠房及設備的應付款項、員工工資及應付福利、應計開支、應計銷售折扣及返利、除所得稅以外的應付稅項、應付關聯方款項。其中押金包括經銷商及下游終端銷售網點為使用我們提供的冰箱而向我們繳付的押金，以及19L桶裝飲用水產品押金等。19L桶裝飲用水產品在使用後我們會回收水桶，在進行消毒、殺菌等工序後重新灌裝使用，因此我們對水桶收取押金。

下表載列截至所示日期我們的其他應付款項及應計費用。

	截至12月31日		
	2017年 人民幣 (百萬元)	2018年 人民幣 (百萬元)	2019年 人民幣 (百萬元)
押金	246	574	789
購買廠房及設備的應付款項	362	529	518
員工工資及應付福利	377	369	424
應計開支	490	362	444
應付銷售折扣及返利 ⁽¹⁾	319	427	448
除所得稅以外的應付稅項	107	239	76
應付關聯方款項 ⁽²⁾	15	26	70
其他	76	78	86
合計	1,992	2,604	2,855

財務資料

附註：

- (1) 應付銷售折扣及返利為公司在經銷商進貨時按照進貨金額或數量向經銷商提供一定比例的價格折扣或返利。
- (2) 截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們的應付關聯方款項包括應付給彩虹魚科技的IT服務費、應付給養生堂的電子商務運營服務費及養生堂天然藥物研究所的研發費用。於2020年起我們將停止從養生堂採購電子商務運營服務。

2019年較2018年：其他應付款項及應計費用從截至2018年12月31日的人民幣2,604百萬元增加9.6%至截至2019年12月31日的人民幣2,855百萬元，主要是由於(i)押金增加，主要是由於我們在銷售終端增加了冰箱投放，經銷商及其下游終端銷售網點為使用這些設備而向我們繳付的押金增加；(ii)應計開支增加，主要是由於2019年末已發生但尚未結算的物流費用增加；及(iii)員工工資及應付福利的增加，主要是由於員工業績增長帶來的獎金增加。該等增加部分被2019年4月增值稅率從16%降低到13%導致的應付稅項降低所部分抵銷。

2018年較2017年：其他應付款項及應計費用由截至2017年12月31日的人民幣1,992百萬元增加30.7%至截至2018年12月31日的人民幣2,604百萬元，主要是由於(i)押金增加，主要是由於我們在銷售終端增加了冰箱投放，經銷商及下游銷售終端為使用這些設備而向我們繳付的押金增加；(ii)購買廠房和設備的應付款項增加，主要用於我們在湖北丹江口、吉林長白山及浙江千島湖生產基建設的新工廠；及(iii)應付增值稅項增加，主要是由於我們2018年的總收益增長。

合約負債

我們的合約負債包括來自客戶的預付款。下表載列於所示日期我們的合約負債。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
來自客戶的預付款	1,578	1,996	2,078

我們主要採用一級經銷模式，通過經銷商分銷我們的產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日，來自經銷商客戶的收益分別佔我們總收益的95.0%、94.6%及94.2%。我們通常要求經銷商在產品交付時或交付之前就其採購向我們付款。

財務資料

合約負債從截至2017年12月31日的人民幣1,578百萬元增加26.5%至截至2018年12月31日的人民幣1,996百萬元，並進一步增加4.1%至截至2019年12月31日的人民幣2,078百萬元，主要是由於經銷商預期對我們產品的需求增加而於年底作出的預付款項增加所致。截至2017年、2018年和2019年12月31日，來自客戶的預付款佔該等年度來自經銷商客戶的收益的比例分別為9.5%、10.3%及9.2%。

結構性存款

於往績記錄期間，我們購買結構性存款作為補充手段，以改善我們短期內的手頭現金利用率。我們的結構性存款為商業銀行發行的理財產品。我們已經制定內部政策來批准和監督我們的投資活動。這些政策規定：

- 為優化我們的現金管理，我們只能在有剩餘現金的情況下才投資於理財產品；
- 原則上只允許購買中國大型商業銀行發行的保本產品；
- 選擇理財產品的標準包括風險敞口、預期回報及流動性；
- 理財產品應具有低風險、合理回報及流動性。我們通常購買期限不超過一年的理財產品；
- 購買理財產品須經過多層審批程序，涉及我們的財務和會計部門、高級管理層；
- 我們的內部會計經理負責監督所投資理財產品的績效，且當我們所投資的理財產品有任何重大或不利波動時，均應及時向我們的財務負責人報告；及
- 在每項投資到期日，我們財務部門的指定人員會根據相關合約負責贖回和處置投資。

於2017年、2018年及2019年我們投資結構性存款的年化預期回報率分別為4.4%至4.9%，4.3%至5.3%及4.0%至4.1%。截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們的結構性存款餘額分別為人民幣2,035百萬元，人民幣3,600百萬元及人民幣200百萬元。

截至2019年12月31日，我們有一項本金為人民幣200百萬元，年化預期回報率為4.05%，當期應計利息為人民幣2百萬元的結構性存款。該結構性存款的底層資產為貨幣市場工具，其期限為2019年9月19日至2020年3月17日。

財務資料

現金流量

下表載列我們於所示期間的現金流量。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
營運資金變動前的經營溢利	5,456	5,959	8,080
營運資金變動			
存貨	(340)	(463)	137
貿易應收款項	(76)	(30)	(92)
預付款項、押金及其他應收款項	(207)	(574)	98
按公允值計入損益的金融資產	17	(187)	213
貿易應付款項	(81)	16	(43)
其他應付款項及應計費用	531	443	246
質押銀行存款	39	43	6
合約負債	141	418	82
經營活動所產生的現金	5,480	5,625	8,727
已付所得稅	(869)	(1,176)	(1,511)
已收取利息	95	185	272
已付利息	(9)	(4)	(16)
經營活動產生的現金淨額	4,697	4,630	7,472
投資活動(所用)/產生的現金淨額	(4,646)	(3,674)	643
融資活動所用現金淨額	(444)	(457)	(8,697)
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	(393)	499	(582)
年初的現金及現金等價物	1,257	863	1,364
匯率變動的影響	(1)	2	1
年末的現金及現金等價物	863	1,364	783

經營活動

於2019年，我們的經營活動所產生的現金淨額為人民幣7,472百萬元，包括調整營運資金變動前的經營活動所產生的現金淨額人民幣8,080百萬元，與營運資金變動相關的現金淨流入人民幣647百萬元，支付所得稅人民幣1,511百萬元，所得利息人民幣272

財務資料

百萬元及支付利息人民幣16百萬元。我們的與營運資金變動相關的現金淨流入人民幣647百萬元主要是由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣246百萬元，(ii)公允值計入損益的金融資產減少人民幣213百萬元，(iii)存貨減少人民幣137百萬元，(iv)預付款項、押金及其他應收款減少人民幣98百萬元，及(v)合約負債增加人民幣82百萬元。該等現金流入部分被(i)貿易應收款項增加人民幣92百萬元，及(ii)貿易應付款項減少人民幣43百萬元所抵銷。

於2018年，我們的經營活動所產生的現金淨額為人民幣4,630百萬元，包括調整營運資金變動前的經營活動所產生的現金淨額人民幣5,959百萬元，與營運資金相關的現金淨流出人民幣334百萬元，支付所得稅人民幣1,176百萬元，所得利息人民幣185百萬元及支付利息人民幣4百萬元。我們的與營運資金變動相關的現金淨流出人民幣334百萬元主要是由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣443百萬元，及(ii)合約負債增加人民幣418百萬元。該等現金流出被(i)預付款項、押金及其他應收款增加人民幣574百萬元，(ii)存貨增加人民幣463百萬元，及(iii)公允值計入損益的金融資產增加人民幣187百萬元所抵銷。

於2017年，我們的經營活動所產生的現金淨額為人民幣4,697百萬元，包括調整營運資金變動前的經營活動所產生的現金淨額人民幣5,456百萬元，與營運資金相關的現金淨流入人民幣24百萬元，支付所得稅人民幣869百萬元，所得利息人民幣95百萬元及支付利息人民幣9百萬元。我們與營運資金變動相關的現金淨流入人民幣24百萬元主要是由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣531百萬元，及(ii)合約負債增加人民幣141百萬元。該等現金流入部分被(i)存貨增加人民幣340百萬元，(ii)預付款項、押金及其他應收款增加人民幣207百萬元，(iii)貿易應付款項減少人民幣81百萬元，及(iv)貿易應收款項增加人民幣76百萬元所抵銷。

投資活動

於2019年，我們投資活動所得的現金淨額為人民幣643百萬元，主要是由於(i)結構性存款淨減少人民幣3,400百萬元；(ii)提取購入時原到期日超過三個月的定期存款人民幣3,300百萬元；(iii)購買物業、廠房及設備項目的人民幣3,231百萬元；及(iv)新增購入時原到期日超過三個月的定期存款人民幣3,200百萬元。

於2018年，我們投資活動所用的現金淨額為人民幣3,674百萬元，主要是由於(i)購買物業、廠房及設備項目的人民幣3,337百萬元；(ii)提取購入時原到期日超過三個月的定期存款人民幣2,300百萬元；(iii)結構性存款淨增加人民幣1,565百萬元；及(iv)新增購入時原到期日超過三個月的定期存款人民幣1,000百萬元。

於2017年，我們投資活動所用的現金淨額為人民幣4,646百萬元，主要是由於(i)購買物業、廠房及設備項目的人民幣2,273百萬元；及(ii)新增購入時原到期日超過三個月的定期存款人民幣2,200百萬元。

財務資料

融資活動

於2019年，我們融資活動所用的現金淨額為人民幣8,697百萬元，主要由於向本公司的股東派付股息人民幣9,598百萬元所致，該等現金流出被我們於2019年新增的人民幣1,000百萬元貸款部分抵銷。有關我們的股息政策，請參閱「一股息」。

於2018年，我們融資活動所用的現金淨額為人民幣457百萬元，主要是由於(i)派付股息人民幣367百萬元；及(ii)我們自養生堂收購安吉智能生活所發生的視作向一名股東作出的分派人民幣95百萬元所致。

於2017年，我們融資活動所用的現金淨額為人民幣444百萬元，主要是由於派付股息人民幣367百萬元所致。

債項

截至2017年12月31日，我們的計息借貸為人民幣50百萬元，實際年化利率為4.35%。該等計息借貸為本公司從養生堂藥業有限公司取得的委託貸款。該等委託貸款於2018年6月全數還清。

截至2018年12月31日，我們並無任何計息借貸。

截至2019年12月31日，我們有計息借貸人民幣1,000百萬元。其中，人民幣200百萬元為有質押的借款，實際年化利率為2.77%；人民幣540百萬元的借款由養生堂擔保，實際年化利率為2.6%至2.75%，將於2020年5月前到期；及人民幣260百萬元為無擔保無質押的借款，實際年化利率為2.6%至2.65%。

截至2020年3月31日(即確定我們債項的最後日期)，我們的計息借貸總額為人民幣2,250百萬元。其中，人民幣240百萬元為有擔保的借款，實際年化利率為2.60%至2.75%，由養生堂擔保，該等借款將於2020年5月前到期；人民幣2,010百萬元為無擔保無質押的借款，實際年化利率為2.05%至3.95%，其中人民幣510百萬元將於2020年到期，人民幣1,500百萬元將於2021年到期。截至同日，所有計息借貸均以人民幣計值。

截至2020年3月31日(即確定我們債項的最後日期)，我們總共有銀行授信人民幣8,745百萬元，其中未動用且不受限制的銀行授信額為人民幣5,960百萬元。作為管理我們的現金和流動性狀況的措施，銀行授信使我們能夠保持足夠的資金來滿足我們的營運資金需求或其他融資需求，並為我們按需靈活借入額外資金提供了靈活性。

財務資料

我們的董事確認我們的債項自2020年3月31日起至本文件日期並無任何重大增幅。截至最後實際可行日期，我們的債務並無可能會大幅限制我們取得未來融資能力的重大的限制性契諾。我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無重大債務違約亦無違反契諾。截至最後實際可行日期，除銀行貸款外，我們並無訂立其他重大外部債務融資的計劃。

或有負債

截至2017年、2018年及2019年12月31日，我們並無任何或有負債。

資本開支及承擔

資本開支

於往績記錄期間，我們的主要資本開支主要與購買物業、廠房及設備、購買使用權資產以及購買無形資產有關。下表載列於所示期間的資本開支。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
購買物業、廠房及設備	2,273	3,337	3,231
購買使用權資產	88	71	74
購買無形資產	11	44	9
資本開支總額	2,372	3,452	3,314

資本開支由2018年的人民幣3,452百萬元減少至2019年的人民幣3,314百萬元，主要是由於部分工廠的建設完成致使購買物業、廠房及設備開支降低所致。

資本開支由2017年的人民幣2,372百萬元增加至2018年的人民幣3,452百萬元，主要是由於增加為湖北丹江口、吉林長白山及浙江千島湖生產基地的新工廠購置物業、廠房及設備。

我們預計2020年的資本開支為人民幣3,036百萬元，主要將用於購買物業、廠房及設備。我們預計2021年的資本開支為人民幣1,967百萬元，主要將用於購買物業、廠房及設備。我們計劃通過[編纂][編纂]、經營活動所產生的現金淨額及計息借貸以支持該等資本開支。

財務資料

資本承擔

我們的資本承擔主要與已訂約但尚未支付的廠房建設相關。下表載列截至所示日期的資本承擔。

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
就購買物業、廠房及 設備已訂約但尚未支付	930	1,235	988

資本承擔由2018年的人民幣1,235百萬元減少至2019年的人民幣988百萬元，主要是由於(i)部分合同於2019年已完成支付，及(ii)受2019年資本開支下降的影響，2019年新增的短期租賃合同相比2018年較少。

資本承擔由2017年的人民幣930百萬元增加至2018年的人民幣1,235百萬元，主要與建設湖北丹江口、吉林長白山及浙江千島湖生產基地的新工廠有關。

股息

就2017年、2018年及2019年財政年度而言，我們分別向本公司的股東派付股息人民幣367百萬元、人民幣367百萬元及人民幣9,598百萬元。於2020年3月舉行的本公司股東大會上，我們已宣派總計人民幣900百萬元的股息，包括人民幣720百萬元的股份股息及人民幣180百萬元的現金股息。該等股息已於2020年4月支付完畢。於同一股東大會上，我們亦已議決我們截至2019年12月31日的所有可供分配的歷史保留溢利應於股東大會當日由本公司現有股東保留，估計金額約為人民幣7,500百萬元，其未來可做為股息派付予本公司現有股東。

我們目前並無任何預先釐定的派息率。我們預期會適時派付股息予我們的股東。董事會將在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金流量、營運及資本開支需求、未來業務發展戰略及預測以及可能認為相關的其他因素後宣派股息。我們的日後股息宣派未必反映我們的過往股息宣派。我們的任何宣派及派息以及股息金額均應遵守我們的章程及中國相關法律。在上述規定下，僅可根據中國公認會計準則或國際財務報告準則釐定的可供分派利潤(以較低者為準)派付股息。

財務資料

可分派儲備

根據我們的公司章程，並按照上市規則，我們可供分派保留利潤金額應為根據中國公認會計準則釐定的金額與根據國際財務報告準則釐定的金額兩者的較低者。截至2019年12月31日，我們根據國際財務報告準則擁有可分派儲備人民幣9,175百萬元。

主要財務指標

	截至12月31日止年度／截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
毛利率 ⁽¹⁾	56.1%	53.3%	55.4%
經調整年內淨利潤率 ⁽²⁾	19.4%	19.4%	22.8%
資產回報率 ⁽³⁾	23.1%	19.2%	25.6%
權益回報率 ⁽⁴⁾	35.0%	28.2%	40.8%
流動比率 ⁽⁵⁾	1.32	1.43	0.59
速動比率 ⁽⁶⁾	1.04	1.13	0.35

附註：

- (1) 等於毛利除以收益。請參閱「－經營業績－毛利及毛利率」。
- (2) 等於經調整年內溢利除以收益。請參閱「－經營業績」。
- (3) 等於年內溢利除以該年度期初及期末總資產的平均值並乘以100%。
- (4) 等於年內溢利除以該年度期初及期末總權益的平均值並乘以100%。
- (5) 等於流動資產除以截至同日的流動負債。
- (6) 等於流動資產減存貨並除以截至同日的流動負債。

資產回報率

資產回報率由2018年的19.2%增加至2019年的25.6%，主要是由於我們於2019年以現金向本公司股東派付股息人民幣9,598百萬元導致總資產減少，以及我們於年內的溢利增加所致。

資產回報率從2017年的23.1%下降至2018年的19.2%，主要是由於我們的物業、廠房及設備以及結構性存款的增加令我們的總資產增加所致，並被我們年內溢利增加部分抵銷。

權益回報率

權益回報率由2018年的28.2%增加至2019年的40.8%，主要是由於我們2019年內溢利因業務增長而增加人民幣1,342百萬元，同時我們的總權益因當年以現金向本公司股東派付股息人民幣9,598百萬元而大幅減少。

財務資料

權益回報率從2017年的35.0%下降至2018年的28.2%，主要是由於我們溢利增長幅度小於我們總權益的增長幅度。我們2018年溢利較2017年增長6.7%，而我們截至2018年末的總權益則因當年實現大額溢利而較2017年末增長29.1%。

流動比率

流動比率由截至2018年12月31日的1.43減少至截至2019年12月31日的0.59，主要是由於以現金向本公司股東派付股息導致結構性存款及現金及銀行結餘減少，以及押金增長導致的其他應付款項及應計費用及計息借貸增加所致。

流動比率從截至2017年12月31日的1.32增加到2018年12月31日的1.43，主要由於公司持續盈利，結構性存款增加導致我們的流動資產增加，並部分被押金增長導致的其他應付款項及應計費用增加以及通過經銷商分銷的銷售金額的快速增長帶來的合約負債增加抵銷。

速動比率

速動比率由截至2018年12月31日的1.13減少至截至2019年12月31日的0.35，主要是由於現金分紅導致結構性存款及現金及銀行結餘減少，以及押金增長導致的其他應付款項及應計費用及計息借貸增加所致。

速動比率從2017年12月31日的1.04增加到2018年12月31日的1.13，主要是由於公司持續盈利，我們的結構性存款增加使得流動資產減存貨增加所致，並部分被押金增長導致的其他應付款項及應計費用增加以及來自經銷商客戶的收益快速增長帶來的合約負債增加所抵銷。

有關金融風險的披露

我們面臨各類金融風險，包括信用風險、流動性風險及原材料價格風險。

信用風險

我們僅對採購額較大且信譽良好的直營客戶授予信用期。所有希望以信用條款進行交易的客戶都必須遵守信用核證程序。此外，應收款項結餘會受到持續監控，而我們的壞賬風險並不重大。有關信用素質和基於我們信用政策的最大信用風險承擔的分析，請參閱「附錄一—會計師報告」附註42。

流動性風險

我們監控並維持管理層認為足夠的現金和現金等價物水準。

財務資料

下表載列我們於2017年、2018年及2019年12月31日的金融負債到期情況(以合約未貼現付款為基準)。

	少於一年	一至五年	五年以上	合計
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
截至2017年12月31日				
貿易應付款項及應付票據	821	-	-	821
計入其他應付款項及 應計費用的金融負債	1,189	-	-	1,189
計息借貸	51	-	-	51
租賃負債	23	32	2	57
	2,084	32	2	2,118
	少於一年	一至五年	五年以上	合計
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
截至2018年12月31日				
貿易應付款項及應付票據	837	-	-	837
計入其他應付款項 及應計費用的金融負債	1,569	-	-	1,569
租賃負債	31	18	0	49
	2,437	18	0	2,455
	少於一年	一至五年	五年以上	合計
	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)	人民幣 (百萬元)
截至2019年12月31日				
貿易應付款項及應付票據	791	-	-	791
計入其他應付款項 及應計費用的金融負債	1,907	-	-	1,907
計息借貸	1,000	-	-	1,000
租賃負債	8	33	0	41
	3,706	33	0	3,739

財務資料

原材料價格風險

我們面臨的原材料價格風險主要與PET價格波動有關請參閱「—影響我們經營業績的重大因素—原材料及包裝材料成本」。PET是原材料成本中最大的組成部分，其於2017年、2018年及2019年分別佔銷售成本的29.0%，31.9%及31.6%，分別對應總收益的12.7%、14.9%和14.1%。因此PET價格的波動對我們利潤的影響至關重要。我們監控原材料的供應及成本趨勢，並試圖減輕價格波動的影響。例如，我們會在價格合適的時候於供應商簽訂框架協議以鎖定原材料的價格。

以下敏感度分析說明假設所有其他影響我們盈利能力的因素均保持不變，於所示期間我們PET成本的假設波動對我們毛利的影響。

	減少15%	減少10%	減少5%	0%	增加5%	增加10%	增加15%
毛利變動 (人民幣百萬元)							
2017年	334	223	111	0	(111)	(223)	(334)
2018年	457	304	145	0	(145)	(304)	(457)
2019年	507	318	169	0	(169)	(338)	(507)

資產負債表外安排

我們並無且預期不會訂立任何資產負債表外安排。我們亦無訂立任何財務擔保或作出其他相關承擔。此外，我們並無訂立任何與我們股權掛鉤及分類為所有者權益的衍生合約。我們並未於向我們提供融資、流動資金、市場風險或信用支持或與我們訂立租賃或對沖的任何非合併入賬實體中擁有任何可變權益。

根據香港上市規則須予披露

除本文件另有披露者外，我們的董事確認，於最後實際可行日期，彼等並不知悉任何情況可能產生香港上市規則第13.13條至第13.19條項下的披露要求。

關聯方交易

關聯方交易載於「附錄一—會計師報告」附註39。董事確認該等交易乃於日常業務過程中按公平原則進行。

財務資料

[編纂]

財務資料

[編纂]

近期發展

自2019年12月底以來，COVID-19疫情已對全球經濟造成重大不利影響。中國政府已實施嚴格措施以控制在中國的有關爆發。特別地，關閉學校及商業、實施交通禁令及工作場所停工有效地限制COVID-19的傳播。消費品需求受到重大影響。根據國家統計局的數據，於2020年第一季度，中國消費品零售總額較2019年第一季度下降19.0%

零售行業受到不同程度的影響，特通渠道及餐飲渠道受影響最大。傳統渠道亦受重大影響。大多數商店暫時關閉。現代渠道(包括超市及大賣場)較其他渠道受影響較小。電商渠道成為人們購物的第一選擇，但該等渠道的銷售增長有限，主要是由於物流及配送困難。

自2020年2月3日起，中國逐步在受COVID-19疫情爆發影響較小的地點恢復工作。截至2020年4月10日，根據工業和信息化部的數據，中國98.6%全國規模工業企業及逾80%中小企業已復工。截至最後實際可行日期，中國大多數中小學已恢復開學。

疫情爆發後，各地本公司僱員積極參與志願工作，與經銷商一起向全國各地的醫務人員、軍警及主要醫院的救濟機構捐贈及派送包裝飲用水產品。在湖北省武漢市，我們向火神山醫院、雷神山醫院及方艙醫院建築工地及前線醫務人員派送我們的產品。截至最後實際可行日期，我們並無僱員傳染個案。

財務資料

銷售及客戶

COVID-19疫情爆發期間，包裝飲用水需求仍然強勁，尤其適用於家庭消費的中大規格包裝飲用水產品。COVID-19疫情爆發期間，消費者流動性受限，電子商務渠道派送能力有限。因此，消費者傾向在具有更廣泛日用必需品選擇的超市及大賣場購物。因此，疫情爆發期間，我們於現代渠道增加包裝飲用水產品供應。為幫助我們的消費者購買我們的包裝飲用水產品，我們已在若干居民區設立便捷無人供水點。消費者可通過手機支付後購買我們的產品。在此特殊期間，我們信賴消費者，而消費者以誠信回報我們。該措施部分抵銷我們的產品在零售點銷售下降的影響。

截至最後實際可行日期，各地正復工復學。由於情況初步恢復正常，預計COVID-19對我們產品的不利影響將逐漸減弱。COVID-19疫情爆發期間，消費者健康意識增強。我們堅持「天然健康」經營理念，向消費者提供優質產品。健康意識增強將對我們的產品需求產生長期正面影響。

COVID-19疫情爆發期間，我們的飲料產品銷售較2019年同期下降。根據現時可得信息，我們於截至2020年3月31日止三個月的收益及淨利潤較截至2019年3月31日止三個月減少。COVID-19爆發並未使我們的信用風險大幅上升，乃主要由於(i)我們主要透過經銷商銷售我們的產品，及我們一般於經銷商向我們付款後向彼等交付產品，及(ii)我們僅向採購量相對較大且具有良好信用記錄的直接銷售客戶授予信用期。

生產及供應鏈

受COVID-19疫情爆發及相關監管政策影響，我們生產基地的業務營運於2020年春節後一度暫時中止。為防控COVID-19疫情爆發，我們調整我們的業務營運，並制定恢復工作具體計劃、安全管理系統及應急計劃。在COVID-19疫情期間，被當地政府認定為疫情防控重點保障的企業可以按批准時間提早復工。在我們十個生產基地中的七個生產基地運營的部分附屬公司獲得了當地政府的該等批准，於2020年1月30日起逐步復工。我們已於2020年3月全面恢復我們的業務營運。

隨著中國疫情相關交通管制已逐步解除，且物流及派送的不利影響已逐漸減弱。截至最後實際可行日期，我們所有的第三方物流供應商均已復工。

財務資料

由於COVID-19爆發，進口瓶蓋注塑成型設備交付被推遲。有關推遲將不會對我們的瓶蓋生產造成重大不利影響。此外，海外工程師或不會來到我們的廠房進行安裝及調試三台進口生產設備。我們將尋求替代方法(例如視頻會議)以解決該問題。我們預計其將不會對我們的生產造成重大影響。

就原材料供應而言，由於COVID-19疫情爆發對需求及供應過剩的影響，國際原油價格自2020年2月以來大幅下跌。PET(作為一種石化產品)價格下跌。我們已抓住機會購買PET以減少原材料成本。我們的原材料及包裝材料採購自超過一家供應商。因此，我們的生產將不受影響。我們的作為原材料存貨的非濃縮還原純果汁充足，且我們預計其不會影響我們2020年的果汁飲料產品生產。然而，倘海外疫情爆發繼續，其可能影響2021年我們的海外果汁原材料供應。在此情況下，我們將於必要時就替代果汁原材料啟動國內供應及生產計劃，以確保果汁飲料產品的正常生產。

我們的流動性

我們的經營活動產生的現金流量淨額為正。此外，於截至2020年3月31日止三個月，我們增加銀行貸款人民幣1,550百萬元。經營活動產生的現金流量淨額及融資活動所得現金可悉數滿足用於我們投資活動的現金。

除本文件另有披露者外，董事確認，截至本文件日期，自2019年12月31日起我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

根據目前掌握的信息，我們的董事預計COVID-19疫情不會對截至2020年12月31日止的12個月的業績及我們的長期商業發展造成重大不利影響。