

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份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。



Dali Foods Group Company Limited

達利食品集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：3799)

截至二零二一年十二月三十一日止年度的 年度業績公告

達利食品集團有限公司(「本公司」或「達利」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣布本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)截至二零二一年十二月三十一日止年度的合併業績連同二零二零年相應年度比較數字。

財務摘要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元	變動百分比
收益	22,294,000	20,961,708	6.4%
毛利	8,155,606	8,240,896	-1.0%
毛利率	36.6%	39.3%	-2.7個百分點
扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	5,854,125	5,897,109	-0.7%
純利	3,725,225	3,848,653	-3.2%
純利率	16.7%	18.4%	-1.7個百分點
每股盈利	人民幣0.27元	人民幣0.28元	-3.2%

股息

董事會已議決宣派截至二零二一年十二月三十一日止年度的末期股息每股普通股0.076港元。

合併損益及其他綜合收益表
截至二零二一年十二月三十一日止年度

	附註	截至十二月三十一日 止年度	
		二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
收益	4(a)	22,294,000	20,961,708
銷售成本	5(a)	<u>(14,138,394)</u>	<u>(12,720,812)</u>
毛利		8,155,606	8,240,896
其他收入及收益	4(b)	1,428,745	1,036,617
銷售及經銷開支		(3,884,073)	(3,555,237)
行政開支		(628,358)	(606,092)
融資成本	6	<u>(86,241)</u>	<u>(9,574)</u>
除稅前溢利	5	4,985,679	5,106,610
所得稅開支	7	<u>(1,260,454)</u>	<u>(1,257,957)</u>
年內溢利		<u>3,725,225</u>	<u>3,848,653</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		<u>3,725,225</u>	<u>3,848,653</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	8		
基本及攤薄 一年內溢利		<u>人民幣0.27元</u>	<u>人民幣0.28元</u>

合併損益及其他綜合收益表(續)
截至二零二一年十二月三十一日止年度

截至十二月三十一日
止年度
二零二一年 二零二零年
附註 人民幣千元 人民幣千元

其他綜合收益

於後續期間可能重新分類至損益的
其他綜合收益淨額

滙兌差額：

換算海外業務的滙兌差額

6,565 (20,367)

於後續期間可能重新分類至損益的
其他綜合收益淨額

6,565 (20,367)

年內其他綜合收益(除稅淨額)

6,565 (20,367)

年內綜合收益總額

3,731,790 3,828,286

以下人士應佔綜合收益總額：

母公司擁有人

3,731,790 3,828,286

合併財務狀況表
於二零二一年十二月三十一日

	附註	於 二零二一年 十二月 三十一日 人民幣千元	於 二零二零年 十二月 三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,309,988	5,111,010
投資物業		216,504	225,664
使用權資產		702,726	691,425
無形資產		1,152	1,171
預付款項		365,228	87,184
遞延稅項資產		47,479	62,552
非流動資產總值		<u>6,643,077</u>	<u>6,179,006</u>
流動資產			
存貨		1,194,257	1,074,604
貿易應收款項及應收票據	10	1,371,487	899,559
預付款項及其他應收款項		1,050,093	632,368
按公平值計入損益的金融資產		500,000	–
質押存款		831	100,072
現金及銀行結餘		16,645,709	13,825,147
流動資產總值		<u>20,762,377</u>	<u>16,531,750</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	1,028,354	983,987
其他應付款項及應計費用		1,190,383	1,596,871
計息銀行借款		5,272,601	1,917,681
租賃負債		18,501	17,844
應付稅項		205,450	270,252
流動負債總額		<u>7,715,289</u>	<u>4,786,635</u>
流動資產淨額		<u>13,047,088</u>	<u>11,745,115</u>
資產總值減流動負債		<u>19,690,165</u>	<u>17,924,121</u>
非流動負債			
租賃負債		18,061	32,378
遞延收入		336,584	358,307
遞延稅項負債		99,496	68,000
非流動負債總額		<u>454,141</u>	<u>458,685</u>
資產淨值		<u>19,236,024</u>	<u>17,465,436</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本		112,712	112,712
儲備		19,123,312	17,352,724
總權益		<u>19,236,024</u>	<u>17,465,436</u>

財務報表附註

1. 公司及集團資料

達利食品集團有限公司(「本公司」)根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處為Maples Corporate Services Limited，地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)主要在中國內地從事食品及飲料生產及銷售。

本公司董事(「董事」)認為，本公司的控股公司為Divine Foods Limited(「母公司」)，為一家在英屬維京群島(「英屬維京群島」)成立的公司。本公司的控股股東為許世輝先生、陳麗玲女士、許陽陽女士、Divine Foods Limited、Divine Foods-1 Limited、Divine Foods-2 Limited、Divine Foods-3 Limited、Hi-Tiger Limited及許氏家族信託(統稱為「控股股東」)。

2. 重大會計政策概要

2.1 編製基準

該等財務報表已根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)所頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋)、香港公認會計原則及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表乃根據歷史成本常規法編製，惟按公平值計入損益的金融資產以公平值計量除外。除另有說明者外，該等財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。

合併基準

合併財務報表包括本公司及其附屬公司截至二零二一年十二月三十一日止年度的財務報表。附屬公司指本公司對其有直接或間接控制權的實體(包括結構性實體)。當本集團能通過其參與承擔或享有投資對象可變回報的風險或權利，並能夠向投資對象使用其權力影響該等回報(即現有權利可使本集團能於當時指揮投資對象的相關活動)，即代表本集團擁有投資對象的控制權。

當本公司直接或間接擁有少於投資對象過半數投票權或類似權利時，本集團於評估其是否對投資對象擁有權力時會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與該投資對象其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

2. 重大會計政策概要(續)

2.1 編製基準(續)

合併基準(續)

附屬公司財務報表的報告期間與本公司相同，並採納連貫一致的會計政策編製。附屬公司的業績自本集團取得控制權當日起合併入賬，並繼續合併入賬直至該控制權終止當日止。

損益及其他綜合收益各組成部分歸屬於本集團母公司擁有人及非控股權益，即使會引致非控股權益產生虧絀結餘。所有集團內公司間資產及負債、股權、收入、開支及所有與本集團成員公司間交易有關的現金流均於合併賬目時悉數抵銷。

倘事實及情況反映上文所述三項控制權因素其中一項或多項有變，則本集團會重估其是否仍然控制投資對象。附屬公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)，列作權益交易入賬。

倘本集團失去一間附屬公司的控制權，則會終止確認(i)該附屬公司的資產(包括商譽)及負債；(ii)任何非控股權益的賬面值；及(iii)計入權益的累計匯兌差額；並確認(i)已收代價的公平值；(ii)任何獲保留投資的公平值；及(iii)損益內任何所產生的盈餘或虧損。先前於其他綜合收益確認的本集團應佔組成部分會視乎情況按倘本集團直接出售相關資產或負債所要求的相同基準重新分類至損益或保留溢利。

2.2 計政策變動及披露

本集團已就本年度財務報表首次採納下列經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第9號、
香港會計準則第39號、
香港財務報告準則第7號、
香港財務報告準則第4號及
香港財務報告準則第16號的修訂
香港財務報告準則第16號的修訂

利率基準改革—第二階段
二零二一年六月三十日後與COVID-19有關的
租金寬減(提早採納)

2. 重大會計政策概要(續)

2.2 計政策變動及披露(續)

經修訂香港財務報告準則的性質及影響敘述如下：

- (a) 香港財務報告準則第9號、香港會計準則第39號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第4號及香港財務報告準則第16號之修訂針對過往修訂未能解決在可替代無風險利率(「無風險利率」)取代現行利率基準的情況下出現影響財務報告的問題。該修訂提供對於釐定財務資產及負債之合約現金流量之基準之變動進行會計處理時無需調整財務資產及負債的賬面值而更新實際利率的可行權宜方法，前提為該變動為利率基準改革之直接後果且釐定合約現金流量的新基準於經濟上等同於緊接變動前的先前基準。此外，該等修訂允許利率基準改革所規定就對沖指定及對沖文件進行更改，而不會中斷對沖關係。過渡期間可能產生的任何損益均通過香港財務報告準則第9號的正常規定進行處理，以計量及確認對沖無效性。倘無風險利率被指定為風險組成部分時，該等修訂亦暫時寬免實體必須滿足可單獨識別的要求。倘實體合理地預期無風險利率風險組成部分於未來24個月內將變得可單獨識別，則該寬免允許實體於指定對沖後假定已滿足可單獨識別之規定。此外，該等修訂亦規定實體須披露額外資料，以使財務報表的使用者能夠瞭解利率基準改革對實體的財務工具及風險管理策略的影響。

於二零二一年十二月三十一日，本集團有若干以港元計值的計息銀行借款，採用香港銀行同業拆息利率(「香港銀行同業拆息利率」)。由於該等工具的利率於本年度未由無風險利率代替，該等修訂並未對本集團的財務狀況及表現造成任何影響。倘該等借款的利率、利率掉期於未來期間由無風險利率取代，本集團將於滿足「經濟上相當」標準修改有關借款的前提下採用上述可行權宜方法。

- (b) 二零二一年四月頒佈的香港財務報告準則第16號之修訂，將承租人選擇不對新冠疫情直接導致所產生租金減免應用租賃修訂會計處理之權宜辦法的可供使用期間延長了12個月。因此，該權宜辦法可應用於任何租賃付款的減少僅影響原先於二零二二年六月三十日或之前到期的付款的情況，惟須符合應用該權宜辦法之其他條件。該修訂於二零二一年四月一日或之後開始的年度期間生效，且應追溯應用，首次應用該修訂之任何累計影響應以對當前會計期間開始時保留溢利之期初結餘作出調整的方式予以確認。該修訂允許提前適用。該修訂對本集團的財務狀況及表現並無造成任何影響。

2. 重大會計政策概要(續)

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則

本集團並未於該等財務報表中採納以下已頒布但未生效的新訂及經修訂的香港財務報告準則

香港財務報告準則第3號之修訂 香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號之修訂 (二零一一年)	概念框架之提述 ¹ 投資者與其聯營公司或合營企業之間的 資產出售或注資 ³
香港財務報告準則第17號 香港財務報告準則第17號之修訂 香港會計準則第1號之修訂 香港會計準則第1號及 香港財務報告準則實務公告 第2號之修訂	保險合約 ² 保險合約 ^{2,5} 負債分類為流動或非流動 ^{2,4} 會計政策披露 ²
香港會計準則第8號之修訂 香港會計準則第12號之修訂 香港會計準則第16號之修訂 香港會計準則第37號之修訂 香港財務報告準則二零一八年 至二零二零年的年度改進	會計估計之定義 ² 與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項 ² 物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項 ¹ 虧損合約—履行合約的成本 ¹ 香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則 第9號、香港財務報告準則第16號隨附之 說明性示例及香港會計準則第41號之修訂 ¹

¹ 於二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 尚未釐定強制生效日期，惟可供採納

⁴ 由於香港會計準則第1號之修訂，香港詮釋第5號財務報表的呈報—借款人對載有按要求償還條款的定期貸款的分類已於二零二零年十月進行修訂，以使相應措詞保持一致而結論不變

⁵ 由於在二零二零年十月頒佈香港財務報告準則第17號的修訂，香港財務報告準則第4號獲修訂以擴大暫時豁免，允許保險公司於二零二三年一月一日之前開始的年度期間應用香港會計準則第39號而非香港財務報告準則第9號

預期適用於本集團的香港財務報告準則之進一步資料於下文描述。

香港財務報告準則第3號修訂旨在以二零一八年六月頒佈的財務報告概念框架之提述取代先前財務報表編製及呈列框架之提述，而毋須大幅更改其規定。該等修訂亦對香港財務報告準則第3號有關實體參考概念框架以釐定資產或負債之構成之確認原則加入一項例外情況。該例外情況規定，對於屬香港會計準則第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於業務合併中產生，則應用香港財務報告準則第3號的實體應分別參考香港會計準則第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第21號而非概念框架。此外，該等修訂澄清或然資產於收購日期不符合確認條件。本集團預計自二零二二年一月一日起前瞻性採納該等修訂。由於該等修訂前瞻性應用於收購日期為首次應用日期或之後的業務合併，因此本集團於過渡日期將不會受該等修訂影響。

2. 重大會計政策概要(續)

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則(續)

香港會計準則第1號之修訂負債分類為流動或非流動澄清將負債分類為流動或非流動的規定。該等修訂指定倘實體延遲償還負債的權利受限於該實體須符合特定條件，則倘該實體符合當日之有關條件，其有權於報告期末延遲償還負債。負債的分類不受該實體行使權利延遲償還負債的可能性所影響。該等修訂亦澄清被視為償還負債的情況。該等修訂於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並應追溯應用，且允許提前應用。該等修訂預期不會對本集團財務報表構成任何重大影響。

香港會計準則第1號之修訂會計政策披露規定，實體需披露彼等主要會計政策資料而非重大會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可以合理預期會影響通用財務報表的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該會計政策資料屬重大。香港財務報告準則實務公告第2號之修訂就如何將重要性概念應用於會計政策披露提供非強制指引。香港會計準則第1號之修訂於二零二三年一月一日或之後開始年度期間生效及允許提早採納。由於提供於香港財務報告準則之實務報告之修訂的指引為非強制性，則該等修訂的生效日期屬非必要。本集團正評估該等修訂對本集團會計政策披露的影響。

香港會計準則第8號之修訂明確區分會計估計之變動及會計政策之變動。會計估計的定義為在計量不明朗因素的財務報表之貨幣金額。該等修訂亦闡明如何使用計量技術及輸入數據得出會計估計。該等修訂於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並在該期間開始或之後應用會計政策的變動及會計估計的變動。允許提早採納。該等修訂預計將不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

香港會計準則第12號之修訂縮小香港會計準則第12號裡首次確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相同的應課稅及可扣減臨時差異的交易，如租賃及退役責任。因此，實體須因該等交易產生的臨時差異，而確認遞延稅項資產及遞延稅項責任。該等修訂於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並須於所呈列的較早比較期間開始時，應用與租賃及退役責任相關的交易，任何累計影響確認為於該適合日期期初的保留溢利或其他股權成分。此外，該等修訂須對除租賃及退役責任以外的交易進行追溯。該等修訂預計將不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

2. 重大會計政策概要(續)

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則(續)

香港會計準則第16號修訂禁止實體從物業、廠房及設備項目的成本中扣除使資產達到管理層擬定之營運狀態所需位置與條件過程中產生的項目銷售之任何所得款項。相反，實體須於損益中確認銷售任何有關項目之所得款項及該等項目之成本。該等修訂於二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效，並僅追溯應用於實體首次應用該等修訂的財務報表中所呈列的最早期間開始或之後可供使用的物業、廠房及設備項目，且允許提前應用。該等修訂預期不會對本集團財務報表構成任何重大影響。

香港會計準則第37號修訂澄清，就根據香港會計準則第37號評估合約是否屬虧損性而言，履行合約的成本包括與合約直接相關的成本。與合約直接相關的成本包括履行該合約的增量成本(例如直接勞工及材料)及與履行合約直接相關的其他成本分配(例如分配履行合約所用物業、廠房及設備項目的折舊費用以及合約管理及監管成本)。一般及行政成本與合約並無直接關連，除非根據合約明確向對手方收取，否則不包括在內。該等修訂於二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效，並將應用於實體在其首次應用該等修訂的年度報告期間開始尚未履行其所有責任的合約，且允許提前應用。初步應用該等修訂的任何累計影響將確認為對首次應用日期之期初權益的調整，而毋須重列比較資料。該等修訂預期不會對本集團財務報表構成任何重大影響。

香港財務報告準則二零一八年至二零二零年之年度改進載列香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號隨附之說明性示例及香港會計準則第41號修訂。預期將適用於本集團之該等修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第9號金融工具：澄清實體於評估一項新訂或經修訂金融負債之條款是否實質上不同於原金融負債之條款時所計入之費用。該等費用僅包括借款人與貸款人之間已付或已收之費用，其中包括借款人或貸款人代表另一方支付或收取之費用。實體對於該實體首次採用修訂的年度報告期間開始或之後經修訂或交換之金融負債應用該修訂。該修訂於二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效，並允許提前應用。該修訂預期不會對本集團財務報表構成任何重大影響。
- 香港財務報告準則第16號租賃：於香港財務報告準則第16號隨附之第13項說明性示例中移除出租人就租賃物業裝修作出之付款說明。此舉消除了應用香港財務報告準則第16號時對租賃優惠進行處理之潛在混淆。

3. 經營分部資料

為便於管理，本集團按其產品劃分業務單元，分為四個可呈報經營分部，詳情如下：

- (a) 生產及銷售家庭消費；
- (b) 生產及銷售休閒食品；
- (c) 生產及銷售即飲飲料；及
- (d) 其他。

「其他」分部包括銷售與食品及飲料生產有關的包裝物料，以及來自投資物業的優質辦公室空間的租金收入。

管理層監察本集團經營分部的毛利，旨在作出有關資源分配及業績評估的決策。概無披露本集團經營分部資產及負債的分析，此乃由於有關分析並無定期提交予最高營運決策者審閱。

截至二零二一年 十二月三十一日止年度	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益(附註4)					
銷售予外部客戶	3,635,158	9,942,565	6,595,874	2,100,802	22,274,399
其他收益	-	-	-	19,601	19,601
					<u>22,294,000</u>
分部毛利	1,563,263	3,398,934	3,150,399	43,010	8,155,606
對賬：					
其他收入及收益					1,428,745
銷售及經銷開支					(3,884,073)
行政開支					(628,358)
融資成本					(86,241)
除稅前溢利					<u>4,985,679</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	137,781	189,437	312,510	9,414	649,142
資本開支*					
已分配	559,659	379,118	307,224	253	1,246,254
未分配					<u>92,807</u>
					<u>1,339,061</u>

3. 經營分部資料(續)

截至二零二零年 十二月三十一日止年度	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益(附註4)					
銷售予外部客戶	2,963,312	10,213,400	6,175,648	1,594,901	20,947,261
其他收益	—	—	—	14,447	14,447
					<u>20,961,708</u>
分部毛利	1,391,215	3,852,449	2,955,755	41,477	8,240,896
對賬：					
其他收入及收益					1,036,617
銷售及經銷開支					(3,555,237)
行政開支					(606,092)
融資成本					<u>(9,574)</u>
除稅前溢利					<u>5,106,610</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	146,052	163,587	344,710	9,468	663,817
資本開支*					
已分配	282,527	234,731	191,966	1,370	710,594
未分配					<u>47,948</u>
					<u>758,542</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、使用權資產、投資物業以及無形資產。

地理資料

由於本集團的90%以上收益及經營溢利來自在中國內地銷售食品及飲料，且本集團逾90%的非流動資產位於中國內地，故並無根據香港財務報告準則第8號經營分部呈列地理資料。

有關一名主要客戶的資料

由於概無本集團向單一客戶的銷售佔本集團總收益的10%或以上，故並無根據香港財務報告準則第8號經營分部呈列主要客戶資料。

4. 收入、其他收入及收益

收入的分析如下：

(a) 收入：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
來自客戶合約的收益	22,274,399	20,947,261
來自其他來源的收益		
投資物業經營租賃的租金收入總額	<u>19,601</u>	<u>14,447</u>
	<u>22,294,000</u>	<u>20,961,708</u>

來自客戶合約的收益

(i) 分項收益資料

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>3,635,158</u>	<u>9,942,565</u>	<u>6,595,874</u>	<u>2,100,802</u>	<u>22,274,399</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓貨物	<u>3,635,158</u>	<u>9,942,565</u>	<u>6,595,874</u>	<u>2,100,802</u>	<u>22,274,399</u>

截至二零二零年十二月三十一日止年度

	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>2,963,312</u>	<u>10,213,400</u>	<u>6,175,648</u>	<u>1,594,901</u>	<u>20,947,261</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓貨物	<u>2,963,312</u>	<u>10,213,400</u>	<u>6,175,648</u>	<u>1,594,901</u>	<u>20,947,261</u>

4. 收入、其他收入及收益(續)

(a) 收入：(續)

來自客戶合約的收益(續)

(i) 分項收益資料(續)

下表列載於本報告期確認的收益金額，該等金額於報告期初計入合約負債，並自過往期間履行的履約義務確認：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
於報告期初計入合約負債的已確認收益 銷售商品	<u>510,855</u>	<u>538,787</u>

(ii) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售貨物

履約責任於交付食品及飲料後即告完成，而付款一般會於交付後30至90天內到期。部分合約規定客戶在若干條件的限制下有權退貨及獲提供銷售獎勵回贈(此情況會引致可變代價)。

(b) 其他收入及收益

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
銀行利息收入(附註5(c))	676,505	544,150
政府補貼*	672,319	429,120
銷售邊角料的收入淨額	75,819	62,243
出售物業、廠房及設備項目的收益	863	605
匯兌差額淨額	2,916	-
其他	278	499
	<u>1,428,745</u>	<u>1,036,617</u>

* 政府補貼包括本公司的附屬公司自相關政府機關收到的與企業擴張及效率提高有關的各類補貼。該等補貼並無未達成條件或者或然事項。

5. 除稅前溢利

本集團持續經營業務的除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
(a) 銷售成本：		
存貨銷售成本	12,061,018	10,694,963
(b) 僱員福利開支(包括董事及行政總裁薪酬)：		
工資及薪金	2,219,730	2,067,971
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	318,409	235,880
	<u>2,538,139</u>	<u>2,303,851</u>
(c) 其他項目：		
物業、廠房及設備折舊	738,853	737,810
投資物業折舊	9,413	9,468
使用權資產折舊	33,149	32,824
無形資產攤銷	790	823
推廣及廣告開支	2,116,738	1,993,466
研發成本	69,292	65,352
匯兌差額淨額	(2,961)	11,412
銀行利息收入(附註4(b))	(676,505)	(544,150)
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額	419	2,180
政府補貼(附註4(b))	(672,319)	(429,120)
貿易應收款項及應收票據減值	4,351	497
存貨減值	1,780	295

物業、廠房及設備、投資物業及使用權資產折舊以及無形資產攤銷計入合併損益及其他綜合收益表的「行政開支」、「銷售及分銷開支」及「銷售成本」。

研發成本計入合併損益及其他綜合收益表的「行政開支」及「銷售成本」。

6. 融資成本

持續經營業務的融資成本分析列載如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
銀行貸款利息	84,129	9,053
租賃負債利息	2,112	521
	<u>86,241</u>	<u>9,574</u>

7. 所得稅

本集團須就本集團成員公司在所在及經營的司法權區產生或源自該等司法權區的溢利按實體方式繳納所得稅。

根據開曼群島及英屬維京群島的規則及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬維京群島所得稅。

香港利得稅已就年內在香港產生的估計應課稅溢利按16.5%（二零二零年：16.5%）的稅率作出撥備，惟根據利得稅兩級制，本集團一間附屬公司為合資格法團除外。該附屬公司首2,000,000港元（二零二零年：2,000,000港元）應課稅溢利的稅率為8.25%（二零二零年：8.25%），餘下應課稅溢利則按16.5%（二零二零年：16.5%）徵稅。

根據中華人民共和國（「中國」）所得稅法，在中國成立的本公司附屬公司須按25%的稅率繳納所得稅，惟部分附屬公司除外，於二零一四年一月一日至二零二零年十二月三十一日的不同期間按15%的優惠稅率繳納所得稅。

根據《中國企業所得稅法》，就向外資企業投資者宣派來自於中國大陸成立之外資企業的股息徵收10%預扣稅。有關規定自二零零八年一月一日起生效，並適用於二零零七年十二月三十一日後所產生之盈利。此外，根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》及其相關法規，倘一名合資格香港稅務居民為中國公司的「實益擁有人」並持有其25%或以上股權，則該名香港稅務居民自中國產生的股息收入須按5%稅率繳納預扣稅。遞延稅項負債已根據該等附屬公司就二零零八年一月一日以後產生的溢利於可見未來將分派的預期股息計提撥備。

7. 所得稅(續)

所得稅開支的主要組成部分如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
即期稅項：		
年內中國內地所得稅	1,213,885	1,311,084
遞延稅項	<u>46,569</u>	<u>(53,127)</u>
年內稅項支出總額	<u><u>1,260,454</u></u>	<u><u>1,257,957</u></u>

按本公司及其大多數附屬公司所在司法權區應用於除稅前溢利的法定稅率的稅項開支與按實際稅率的稅項開支的對賬如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
除稅前溢利	<u><u>4,985,679</u></u>	<u><u>5,106,610</u></u>
按法定稅率繳納的稅項(25%)	1,246,420	1,276,653
若干附屬公司享有減免稅項的影響	(69,004)	(120,029)
稅項優惠及豁免的影響	(7,308)	(4,749)
動用過往期間的稅項虧損	(2,073)	(4,103)
毋須納稅的收入*	(12,730)	(9,591)
不可扣稅的開支	1,706	1,282
未確認稅項虧損	3,212	11,717
本集團的中國附屬公司可分派利潤的5%預扣稅的影響	<u>100,231</u>	<u>106,777</u>
按本集團實際稅率繳稅的稅項支出	<u><u>1,260,454</u></u>	<u><u>1,257,957</u></u>

* 毋須納稅的收入主要包括根據中國稅法免徵所得稅的來自初級農產品加工的溢利。

8. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃根據母公司普通股權益持有人應佔年內溢利及年內已發行13,694,117,500股(二零二零年：13,694,117,500股)普通股的加權平均數計算。

本集團於截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度並無具潛在攤薄影響的已發行普通股。

每股基本及攤薄盈利的計算乃基於下表：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
盈利		
母公司普通股權益持有人應佔溢利	<u>3,725,225</u>	<u>3,848,653</u>
	股份數目	
	二零二一年	二零二零年
股份		
年內已發行普通股的加權平均數	<u>13,694,117,500</u>	<u>13,694,117,500</u>
每股盈利		
基本及攤薄(人民幣元)	<u>0.27</u>	<u>0.28</u>

9. 股息

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
中期一每股普通股0.087港元(二零二零年：0.075港元)	992,498	902,744
建議末期一每股普通股0.076港元(二零二零年：0.085港元)	<u>856,198</u>	<u>986,228</u>
	<u>1,848,696</u>	<u>1,888,972</u>

建議派付的本年度末期股息須待本公司股東於應屆股東週年大會上批准後，方可作實。

10. 貿易應收款項及應收票據

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
貿易應收款項	1,383,729	904,950
應收票據	-	2,500
減值	(12,242)	(7,891)
	<u>1,371,487</u>	<u>899,559</u>

信用期介乎30至90天。於報告期末，按發票日期及扣除虧損撥備後作出的貿易應收款項及應收票據的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
90天內	1,198,171	841,332
91至180天	163,122	48,399
181至365天	10,194	9,828
	<u>1,371,487</u>	<u>899,559</u>

貿易應收款項及應收票據虧損撥備變動如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
年初	7,891	7,394
減值虧損(附註5(c))	4,351	497
年末	<u>12,242</u>	<u>7,891</u>

於各報告日期採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的多個客戶分部組別的逾期日數釐定。該計算反映或然率加權結果、貨幣時值及於報告日期可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟條件預測的合理及可靠資料。

應收票據為獲銀行於期限內無條件接納的銀行承兌票據，且並無就應收票據減值計提虧損撥備。

10. 貿易應收款項及應收票據(續)

下表採用撥備矩陣，載列本集團貿易應收款項所承受的信貸風險資料：

於二零二一年十二月三十一日

	90天內	91至180天	181至365天	總計
預期信貸虧損率	0.44%	1.43%	31.24%	0.88%
賬面總值(人民幣千元)	1,203,418	165,486	14,825	1,383,729
預期信貸虧損(人民幣千元)	5,247	2,364	4,631	12,242

於二零二零年十二月三十一日

	90天內	91至180天	181至365天	總計
預期信貸虧損率	0.59%	1.05%	19.57%	0.87%
賬面總值(人民幣千元)	846,347	46,384	12,219	904,950
預期信貸虧損(人民幣千元)	5,015	485	2,391	7,891

11. 貿易應付款項及應付票據

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
貿易應付款項	1,028,354	817,407
應付票據	—	166,580
	<u>1,028,354</u>	<u>983,987</u>

於報告期末，根據交易日期劃分的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
90天內	1,018,249	827,297
91至365天	7,871	148,664
1至2年	873	4,457
2年以上	1,361	3,569
	<u>1,028,354</u>	<u>983,987</u>

於二零二零年十二月三十一日，部份應付票據以本集團短期存款人民幣100,000,000元作抵押。本集團短期存款於截至二零二一年十二月三十一日止年度到期。

貿易應付款項不計息，一般於30天內結算。應付票據不計息，一般於365天內結算。

管理層討論及分析

二零二一年，中國經濟率先引領全球經濟復蘇，但由於新冠疫情的反覆，政策預期和市場流動性等不確定因素，整體宏觀環境仍面臨挑戰。全年國內生產總值和社會消費品零售總額分別錄得8.1%和12.5%的增長，相比較上半年12.7%和23.0%的增速，下半年增長均有減緩。另一方面，由於原材料價格經歷較大幅度上漲，供給端也對下遊行業整體盈利能力帶來壓力。在需求和供給的兩端壓力下，集團展現出較強的抗風險能力，整體收入實現穩健增長，戰略品牌繼續強勁發展，盈利水平實現平穩並保持行業領先水平。在經營方面，集團憑藉強大的供應鏈和物流管理能力，保證了穩定的生產和產品供給；持續鞏固渠道網絡，深挖渠道潛力，實現了運營效率及市場份額的同步提升；憑藉優秀的產品創新和營銷創新能力，不斷擴大消費群體、保持品牌活力和影響力。放眼長期發展，消費市場的增長與向好趨勢仍然不變，集團的綜合優勢和前瞻佈局將帶來健康、穩健的增長。

產業發展方面，集團繼續推動產業升級，帶動整體品牌和市佔份額提升，鞏固龍頭企業的優勢。豆本豆繼續引領行業標杆，通過創新營銷方式與消費者進行深度溝通，推進品牌教育及品類教育，帶動產業發展、擴大產業容量；產品矩陣進一步豐富，推出常溫植物酸奶和有機全豆奶，通過常溫豆奶和植物酸奶兩大產品矩陣覆蓋家庭消費和休閒消費場景，豐富產品選擇，擴大消費場景及消費人群覆蓋。美焙辰實現經營質量提升，終端網點盈利水平快速提高，市場份額進一步擴大；強化體系建設，優化經銷商和銷售團隊能力，提升經銷商效率和盈利能力；進一步展開全國擴張，四季度推出中保產品，借助其靈活的配送時效和規模化能力，助力新一輪的全國終端市場拓張。樂虎全面提升渠道利潤分配體系及團隊管理架構，成熟市場滲透率快速提高；加快全國化佈局速度，通過快速擴大經銷商團隊和強化渠道執行力，帶動終端網點數量和區域影響力的擴大。休閒食品和即飲飲料推陳出新，憑藉團隊對市場的洞見和強大的研發能力，圍繞年輕消費群體，持續推出高端新品，如威化餅、升級款曲奇、無糖涼茶、氣泡涼茶等，滿足消費升級及健康化趨勢下的新消費需求。

隨著互聯網和社交方式的不斷發展，消費者在信息獲取和消費決策上的行為習慣不斷變化，對企業的產品設計、媒體傳播以及消費者互動提出更高要求。集團高度重視品牌建設及營銷模式升級，把握品牌建設中消費者溝通的核心要素，圍繞產品特點、品牌調性、市場競爭格局制定精準營銷策略，並通過多維度、可量化考核模式，提高交易轉化率，實現高效營銷。首先，根據產業特點和發展階段，制定高精準營銷策略和差異化的營銷方式。例如，豆本豆以帶動產業升級和提升健康有機的品牌形象為目標，通過不斷豐富植物基產品線，新推出植物酸奶及有機全豆奶，結合立體和創新營銷進一步提升高品質品牌形象；樂虎作為消費者高度認可的功能飲料品牌，結合線上權威媒體的宣傳及線下專業運動賽事贊助，把握精準場景化營銷，持續打造專業品牌價值，向消費者傳遞差異化品牌形象價值；和其正把握年輕消費群體需求，通過氣泡涼茶在社交媒體上不斷營造熱議話題，傳達品牌創新價值。第二，依託集團多年在消費領域的經驗及洞察，深化對消費群體的研究，深入挖掘消費者特徵、訴求及消費習慣，完善各產業消費人群畫像，擴大年輕消費群體。例如，利用大數據及算法賦能分析，根據相應消費特點，適時調整營銷方式，實現消費者精準觸達及深度溝通。第三，精細化團隊協作及考核模式，緊密品牌、銷售及研發團隊的合作，創新運用新渠道和新營銷方式，深度融合銷售與營銷過程，提高交易轉化率和費用投放效率，實現品牌價值傳遞和銷售轉化等多重效果。通過提升營銷思路、全方位擁抱消費者以及精細化的營銷及考核模式，集團不斷提升營銷核心競爭力，強化集團旗下產業深入人心的品牌形象。

集團作為中國食品飲料行業的領導者之一，高度重視踐行社會責任，通過技術更新、綠色生產和產業鏈共贏等方式，引領和倡導綠色、環保、健康的生活理念；不斷完善人才管理機制，提升公司治理水平。集團將研發創新能力的提升視為戰略重點，通過搭建高水平科研平台、打造高精專研發團隊、利用「數字化」賦能研發工作，在產品工藝、設計、成分和配方上不斷取得突破。二零二一年，豆本豆豆奶以「天然零添加」專利技術獲得中國食品工業協會科學技術獎特等獎，和其正涼茶以「現熬萃取技術」專利技術獲得中國食品工業協會科學技術獎一等獎，豆本豆常溫植物酸奶品類創新技術獲得中國食品工業協會科學技術獎二等獎。通過技術創新，集團不斷為消費者提供更健康、更美味的產品，引領行業進行品質升級，帶動綠色健康的飲食風潮。在推動產業鏈可持續發展上，集團精選有機農場推廣專業豆類種植和培育技術，構建循環發展的上游農場生態，提升對環境的貢獻。在綠色生產上，鼓勵生產部門創新改革，不斷優化生產設備及工藝，降低碳排放量，嚴格控制排放物成分。

同時，提升三廢管理，通過內部流程優化及外部合作等模式，實現多項固廢、廢水及廢氣的回收利用。公司治理上，集團堅持「以人為本」的理念，實施多層次、精細化的員工激勵與福利政策。二零二一年，集團針對前線銷售人員，提高薪資水平和業績激勵力度，提高員工主觀積極性；針對核心骨幹，通過股份激勵計劃，進行中長期激勵，從而將員工利益與公司、股東利益相協同，推動企業的可持續發展。

渠道發展方面，集團適應市場趨勢拓寬渠道廣度和覆蓋，強化渠道質量，全面提高渠道經營效率，不斷強化渠道優勢。二零二一年，渠道管理體系建設持續推進。傳統渠道方面，穩步推動渠道網絡的全國化佈局和新市場區域的開發。在渠道管理體系建設上，全面提高全渠道鏈路的執行效率；另外通過精細化經銷商扶持和利潤提升政策，做大做強經銷商隊伍，核心經銷商貢獻提高，終端控制力進一步強化。現代渠道方面，重點強化滲透率，通過差異化產品以及高端新品，帶動現代渠道銷售質量提升；同時，把握快速增長的便利渠道機遇，通過深度的渠道合作與終端服務，擴大便利系統覆蓋，帶動現代渠道利潤提升。電商渠道在集團的高度重視下，和各大平台建立緊密的合作關係，互助共贏，促進電商業務生態系統的發展。針對渠道分化的市場機遇，電商板塊進行全渠道佈局，新興平台拓展成績明顯。其中，社交電商採用組合式直播方式沉澱粉絲群體，實現銷售的快速放量。社區團購發揮集團在下沉渠道的天然優勢，借助家庭消費品類高複購率的產品屬性與目標消費群體偏好完美契合的特點擴大渠道銷售，協助平台共同開發區域市場，搶佔更廣闊市場機遇，實現對渠道的合理利用。

二零二一年，本集團收入同比上升6.4%至人民幣222.94億元。家庭消費分部收入同比上升22.7%至人民幣36.35億元，休閒食品分部收入按年下滑2.7%至人民幣99.43億元，即飲飲料分部收入同比上升6.8%至人民幣65.96億元。實現毛利人民幣81.56億元，同比下降1.0%；家庭消費、休閒食品及即飲飲料分部的毛利分別為人民幣15.63億元、33.99億元及31.50億元，同比分別上升12.4%、下降11.8%、上升6.6%。集團整體毛利率為36.6%，比去年下降2.7個百分點；稅前利潤為人民幣49.86億元，同比下降2.4%；淨利潤同比下降3.2%至人民幣37.25億元，淨利潤率為16.7%，同比下降1.7個百分點。現金流保持強勁，現金增加42.14億元，淨現金達到165.96億元，較二零二零年年底增長34.1%。

回顧二零二一年，公司積極推進產業升級，在家庭消費和功能飲料領域取得了令人矚目的成績，在渠道強化和團隊提升等方面已建立良好基礎，同時在產品研發、公司治理和創新營銷方面頗具亮點。展望二零二二年，集團將繼續完善高效創新機制，積極擴大新興渠道平台和業務隊伍規模，進一步鞏固休閒食品的行業領先地位，不斷提升即飲板塊市場份額，將植物蛋白打造成為新的龍頭產業，擴大短保面包產業的全國化規模優勢。隨著股權激勵計劃的實施、一系列管理策略的有效貫徹、以及團隊的精准和高效執行，集團未來長期持久的業績增長更具紮實基礎，將為股東創造更大的回報。

家庭消費產業

二零二一年，家庭消費產業增長勢頭強勁，銷售收入由二零二零年的人民幣29.63億元增加22.7%至二零二一年的人民幣36.35億元，佔比集團整體銷售的16.3%，毛利率下降3.9個百分點至43.0%，主要由於美焙辰增速較快及原材料成本上漲。家庭消費產業的銷售團隊和經銷商團隊已具備較強的執行力和快速反應能力，二零二一年起，集團對銷售體系及渠道網絡持續優化，紮實發展質量，提升經營效率，為下一輪規模化擴張奠定堅實基礎。同時，強化產品創新和營銷創新能力，豐富產品功效性和口味性選擇，針對目標群體進行營銷與銷售過程一體化的深入溝通，不斷強化品牌在家庭消費市場的影響力。

- **短保麵包**

隨著中國城鎮化水平的持續提升，人們對便捷早餐的需求日益凸顯，短保麵包市場具有強大的發展潛力。

美焙辰作為短保麵包市場中領先的全國性品牌，在二零二一年不斷提升經營效率，憑藉強大的跨區域運營能力和渠道建設能力，市場份額快速提升，銷售收入達到13.90億元，同比增長33.5%。進入下半年，美焙辰重點優化經銷商生態，通過多項舉措提升經銷商規模及盈利能力。首先，優化合作制度。得益於近一年的銷售質量夯實，多個區域市場已初具基礎。為進一步擴大區域影響力，美焙辰在核心區域推動差異化經銷商合作模式，全面提升市場佔有率。其次，通過渠道一體化管理，提高經營效率，幫助經銷商擴大經營規模。最後，推出中保產品優化經銷商的產業結構，協助品牌向培養週期較長的新區域市場和下沉市場滲透。通過擴大運營權限及豐富產品組合，全面扶持經銷商做大做強，擴大銷售規模和盈利能力。另外，美焙辰把握積極把握社區團購機遇，利用渠道在家庭消費場景及下沉市場的優勢，加快市場拓展，區域影響力持續擴大。

在集團的高度重視下，美焙辰已經建立起品類豐富的產品矩陣、日益成熟的銷售隊伍、發展健康的經銷商生態體系。展望二零二二年，美焙辰將鞏固發展質量，進一步擴大銷售規模，穩固品牌護城河，致力於打造中國最具影響力的短保麵包品牌。

- **豆奶**

隨著中國消費者健康意識的提高和對可持續發展關注的提升，消費者對植物蛋白營養價值的認可度日益提升，逐漸孕育出一個大體量、健康增長的市場。

豆本豆作為豆奶行業的領軍品牌，近年來持續進行消費者教育，擴大市場容量，引領行業產業化發展。二零二一年，豆本豆採取創新營銷方式與消費者進行深度溝通，持續推進品牌教育及品類教育，對國內熱播綜藝和熱播電視劇的進行全面覆蓋，並結合新興社交平台深化消費者對品牌和產品的認知，實現品牌的大範圍、持續性曝光，促進營銷與銷售的相互協同與提升。產品矩陣進一步豐富，建立起常溫豆奶和植物酸奶兩大產品矩陣，通過常溫植物酸奶和有機全豆奶，從功效和口味上豐富產品選擇，擴大消費場景及消費人群覆蓋，引領行業不斷成熟和發展。渠道網絡進一步完善，終端環節聚焦市場基礎建設，促進產品複購率提升；經銷商環節，強化專屬人員和車輛的配置，與經銷商共建經銷體系，形成渠道閉環。得益於品類教育成果的逐步釋放、產品生態的進一步豐富和渠道網絡的不斷完善，豆本豆同店增長快速提升，帶動銷售規模進一步擴大，市場份額持續增長。截至年底，豆本豆已然成為豆奶產業市場份額第一的全國性品牌，銷售規模達到22.45億元，同比增長16.8%。

展望二零二二年，豆本豆將進一步優化價格體系，提升費用投放效率，從產業體系、費用投入和團隊管理上助力品牌快速、健康發展。本集團相信，憑藉自身的品牌塑造能力、品類運營能力和市場拓展能力，豆本豆終將引領植物蛋白產業取得更大的成功。

休閒食品產業

二零二一年，面對整體偏弱的大眾消費市場，達利充分發揮了龍頭企業優勢，憑藉豐富的產品組合與廣闊的渠道網絡，實現了整體銷售的穩定。隨著消費品質升級和健康化飲食的長期趨勢日益彰顯，休閒食品板塊堅定貫徹新品策略，通過不斷推出口感更新鮮美味，包裝更精緻的產品，推動產品力提升。渠道方面積極配合新品策略，擴大新品在渠道的覆蓋率，通過高品質產品帶動現代渠道滲透率提高、銷售質量深化。

面對原材料價格上漲的壓力，休閒食品板塊對部分低毛利產品進行價格調整，並憑藉較強的產品力和渠道力，取得良好的經銷商和終端反饋。由於渠道對提價的傳導反應時間，周轉有短期影響，下半年休閒食品銷售輕微下滑。二零二一年，銷售全年收入由二零二零年的人民幣102.13億元下滑2.7%至人民幣99.43億元。毛利率下降3.5個百分點至34.2%，主要由於原材料成本上漲的影響。伴隨未來產品組合優化、新品銷售增長以及營銷創新，銷售將環比改善，增長紅利將進一步釋放，長期向好趨勢不變。

- **烘焙糕點**

烘焙糕點是我國休閒食品中體量最大的品類，近年來保持高速增長，市場具有較強活力，行業機會潛力巨大。達利園作為烘焙糕點領域家喻戶曉的品牌，擁有行業排名第一的市佔率，在三十餘年的經營中已建立起較強的產品研發能力和市場反應能力。

二零二一年，達利園繼續推動產品品質升級和高端市場滲透。針對消費者日益提升的產品口感和口味需求，對蛋黃派、巧克力派和小麵包幾大主要品類進行全面品質提升，擴大消費群體，提高複購率。結合新品的消費群體及消費習慣，制定具有針對性的市場策略，擴大高端產品在渠道的貨架佔比及銷售佔比，深化對高端消費市場的滲透。

相比發達國家，中國烘焙糕點市場集中度仍然較低，具備強大創新能力的企業將能進一步擴大銷售規模，提升市場份額。未來，達利園將繼續鞏固現有優勢，強化創新能力，推進新品更迭，提升渠道效率，持續推動收入規模和市場份額提升。

- **薯類膨化食品**

可比克是中國本土薯片領先品牌，在年輕消費群體中擁有良好口碑，具有完善的產品矩陣，通過複合薯片系列穩固佔據大眾消費市場，通過純切系列滿足消費升級需求。

二零二一年，可比克持續推動產品創新，推出時尚有趣的新品。例如，針對健康飲食的風潮，推出「花顏純切」系列，在水果口味中添加真花食材，口味清新、營養健康，上市後得到了年輕消費群體的熱捧。另一方面，可比克展開精準營銷和創新營銷，全方位覆蓋年輕消費群體喜愛的熱播劇和熱播綜藝，積極拓展新興直播渠道、社交媒體傳播等方式，通過持續的品牌曝光、話題營造和內容種草，在社交媒體上引起熱議，持續擴大品牌在年輕消費群體中的影響力。

未來，可比克將繼續把握年輕消費趨勢，持續推進產品創新和品牌營銷，通過富有新意的特色產品打造粉絲群體，積極推動多種渠道銷售，不斷提升可比克的市場份額。

- **餅乾類**

餅乾市場經過多年發展，市場已較為成熟，產品升級將成為推動市場發展的重要驅動力，具有高端化優勢的企業將收穫更多的市場份額。好吃點是中國市場家喻戶曉的品牌，具備強大的品牌知名度，豐富的產品矩陣覆蓋各類消費人群。

二零二一年，好吃點把握市場潮流，推出契合年輕消費群體需求，包裝時尚新潮的健康零食威化餅乾「威幸Veekin」，同時針對曲奇進行產品延展和升級，推出小包裝的精緻曲奇。另一方面，好吃點把握高增長的兒童零食細分市場，通過IP聯名、與熱播綜藝合作等方式，傳遞旗下兒童餅乾可愛、有趣、健康的品牌形象，得到家庭消費市場的良好反饋。渠道方面，擴大全渠道滲透，把握新興渠道機遇，開發快速增長的便利渠道，同時通過新品優化渠道的產品結構，全方位提升渠道銷售質量。

展望未來，好吃點將圍繞產品定位、渠道和團隊強化核心競爭力，推進品牌升級，提高中高端市場滲透率，擴大品牌影響力。

即飲飲料產業

隨著疫情後消費習慣的變化以及消費升級趨勢不斷推進，消費者對具有功效性和時尚感的飲品需求快速擴大。二零二一年，集團針對市場趨勢推出多款創新產品，並且通過對市場趨勢的精准洞察，對原有產品進行升級和延伸，持續擴大銷售規模。渠道方面，即飲飲料進行團隊架構優化，著重強化團隊及經銷商運營能力，通過設定高效考核機制，篩選和培育一批具有較高專注度和執行力的銷售和經銷商隊伍，助力渠道實現高效滲透。得益於產品組合及渠道管理的提升，本集團即飲飲料產業的銷售收入由二零二零年的人民幣61.76億元上升6.8%至二零二一年的人人民幣65.96億元，毛利率微降0.1個百分點至47.8%，主要由於銷售規模擴大及產品組合優化基本抵銷了原材料價格上漲的影響。

• 功能飲料

近年來功能飲料市場保持高速增長，產品功效性是消費群體的核心訴求，產品消費具有高粘性、強複購等特點，龍頭品牌具有較強的市場份額提升能力。樂虎通過差異化的規格定位和品牌營銷，在行業中建立起了一批忠實的消費群體，品牌的優勢明顯，二零二一年銷售收入實現16.3%的同比增長，達到人民幣32.22億元。

二零二一年上半年，樂虎進行渠道利潤分配及團隊架構優化，經銷商及終端盈利能力提升至行業領先水平，銷售團隊及經銷商隊伍專注度得到提升，渠道活力得到健康釋放，終端掌控力得以加強，原有市場滲透不斷提高。進入下半年以來，樂虎進入市場拓展的新階段，品牌聚焦擴大全國性網絡覆蓋，新區域網點數量快速增加，帶動銷售快速提升。品牌營銷方面，樂虎繼續強化專業功能飲料的定位，在線上傳播上，積極贊助歐洲杯、世預賽等頂級體育賽事的播放平台，同時與探險真人秀合作，傳遞品牌積極樂觀、勇於探索和包容開放的價值觀念。在線下活動上，通過贊助和參與全國性及地區性運動賽事，與消費者進行深度互動與溝通，高效強化樂虎差異化的品牌形象。

未來，樂虎將持續強化專業品牌定位，優化團隊及經銷商質量。細化區域市場打法，聚焦一、二線市場，強化終端掌控及網點形象，深化渠道滲透。通過一系列舉措，在積極獲取市場增量的同時，擴大市場份額。

- 涼茶

二零二一年，涼茶產業在市場環境偏弱的環境下，同比微降2.3%至人民幣16.68億元。和其正把握年輕消費群體帶來的結構性增長機遇，聚焦技術創新、產品創新和營銷創新，不斷提升品牌活力，實現銷售穩定。在技術升級上，和其正不斷提升萃取工藝，提高產品品質，「現熬萃取技術」專利技術獲得中國食品工業協會科學技術獎一等獎。產品方面，立足於傳統草本飲料定位，推出成分健康、口感升級的無糖涼茶和加氣涼茶，通過創新獨特的口感贏得消費者的喜愛。營銷方面，針對年輕消費群體採取創新營銷方式，在抖音、Bilibili上以音樂創作等形式進行話題營造和消費者互動，取得良好的消費者反饋。

展望未來，和其正將繼續把握年輕消費群體需求，持續推出契合市場潮流的創新產品，提升品牌調性與活力，實現銷售的穩定增長。

其他財務信息

- 銷售及經銷開支

本集團的銷售及經銷開支由二零二零年人民幣35.55億元上升9.3%至二零二一年人民幣38.84億元。此開支佔收益的百分比較二零二零年有所上升，上升主要由於本集團繼續加大對新產品的廣告宣傳力度導致廣告開支上升，及家庭消費板塊銷售人員增加導致人工成本上升。

- 行政開支

本集團的行政開支由二零二零年人民幣6.06億元上升3.6%至二零二一年人民幣6.28億元。此開支佔收益的百分比較二零二零年基本持平，上升主要由於管理人員平均薪酬增加導致人工成本上漲。

- **現金**

本集團主要通過經營活動所產生的現金流量及上市所得款項滿足流動資金需要。本集團的質押存款、現金及銀行存款總值由二零二零年十二月三十一日的人民幣139.25億元增加至二零二一年十二月三十一日的人民幣166.47億元。該提升主要由於二零二一年本集團經營現金淨流入人民幣32.06億元，購置機器設備、新建工廠和土地等資本開支現金流出人民幣13.39億元，以及借款所產生及用於購買理財產品的現金流變動。

- **存貨**

本集團的存貨由二零二零年十二月三十一日的人民幣10.75億元上升11.1%至於二零二一年十二月三十一日的人民幣11.94億元，主要由於本集團為應對部分原材料市場價格波動，相應提高了庫存儲備。存貨周轉天數由二零二零年的33.1天下降至二零二一年的28.9天。

- **貿易應收款項及應收票據**

本集團的貿易應收款項及應收票據由於二零二零年十二月三十一日的人民幣9.00億元上升52.3%至於二零二一年十二月三十一日的人民幣13.71億元，主要由於為進一步推廣家庭消費板塊產品的銷售，本集團相應放寬部分優質經銷商的信用條件，及回款期較長的電商、新零售等業務增長較快，導致貿易應收款項上升。貿易應收款項及應收票據周轉天數由二零二零年的14.1天上升至二零二一年的18.3天。

- **貿易應付款項及應付票據**

本集團的貿易應付款項及應付票據由於二零二零年十二月三十一日的人民幣9.84億元上升4.5%至於二零二一年十二月三十一日的人民幣10.28億元，主要由於本集團於年末提高了部分原材料的庫存儲備，導致應付款項餘額上升。貿易應付款項及應付票據周轉天數由二零二零年的33.0天下降至二零二一年的25.6天。

- **借款**

本集團於二零二一年十二月三十一日的短期借款餘額為人民幣52.73億元，當中93.8%以人民幣計值(二零二零年十二月三十一日：人民幣19.18億元)，本集團該短期借款為無抵押銀行借款，年利率介乎1%至3%之間。受益於目前國內各項宏觀經濟政策及各金融機構對實體經濟的支持政策，本集團獲取了與上述支持政策相關的借款。

於二零二一年十二月三十一日，本集團的資產負債比率為29.8%，資產負債比率乃負債總額除以權益加上負債總額。資產負債比率較二零二零年的23.1%有所上升，原因是本集團於二零二一年新增的無抵押銀行短期借款。本集團擁有充足的現金用於償還上述借款。

- **外幣風險**

本集團的業務位於中國內地，故幾乎全部交易以人民幣進行。因為本集團於中國內地的附屬公司幾乎全部資產及負債以人民幣計值，所以本公司的中國內地附屬公司不存在重大外幣風險。於二零二一年十二月三十一日，本集團以港元計值的資產及負債主要由本公司及若干附屬公司(於中國內地以外地區註冊成立)持有，並以人民幣以外的其他貨幣作為功能貨幣。

本公司及這些附屬公司(於中國內地以外地區註冊成立)亦持有以人民幣計值的銀行結餘，從中產生外幣風險。本集團並未進行任何對沖活動。

- **或然負債**

於二零二一年十二月三十一日，本集團無任何重大或然負債。

- **資產質押**

於二零二一年十二月三十一日，本集團質押存款人民幣83.1萬元(二零二零年十二月三十一日：人民幣1.00億元)。

• 上市所得款項用途

本公司股份於二零一五年十一月二十日在聯交所主板上市，來自全球發售所得款項淨額約為86.65億港元(扣除本公司因全球發售應付的包銷費用佣金及估計開支)。根據二零一五年十一月十日發佈的招股章程(「招股章程」)內「未來計劃及所得款項用途」所載的擬定用途，於二零二一年十二月三十一日的已動用金額如下：

上市所得款項用途(截至二零二一年十二月三十一日)

單位：百萬港元

序號	項目	佔比	可動用	於 二零二一年 十二月三十一日 止年度已動用	截至 二零二一年 十二月三十一日 止累計已動用	截至 二零二一年 十二月三十一日 止累計未動用	應用未動用 所得款項淨額 的預期時間表 ⁽¹⁾
1	開發、推出及推廣 新產品	20%	1,733	232	1,733	-	不適用
2	擴充及提升生產 設施及生產網絡	20%	1,733	-	1,733	-	不適用
3	提升在銷售渠道的 地位及推廣品牌	20%	1,733	-	1,733	-	不適用
4	潛在收購及 業務合作	30%	2,600	-	-	2,600	預計將於二零二四年 十二月三十一日或 之前全部動用 ⁽²⁾
5	營運資金及其他 一般公司用途	10%	866	-	866	-	不適用
合計		100%	8,665	232	5,833	2,600	

本公司無意將所得款項用作有別於招股章程所述的用途。

- (1) 應用未動用所得款項淨額之預期時間表受到國際宏觀環境及新冠肺炎疫情對當前及未來市況、業務發展及需求帶來前所未有的不確定性影響。鑒於經濟及商業環境的重大影響，我們將持續更新及重新審視我們的計劃。

(2) 就尋求潛在收購及業務合作而言，自本公司於二零一五年十一月上市以來，本公司一直審慎評估潛在收購目標，目標是根據招股章程所述所得款項淨額的擬定用途，利用我們遍佈全國的銷售及分銷網絡，鞏固我們在食品及飲料行業的地位。本集團將堅持審慎的財務管理政策，保持充足的現金流，維持健康的財務狀況。在強化內部增長的同時，本集團將繼續專注併購及業務合作的機會，旨在於二零二四年十二月三十一日或之前落實該等機會及動用全部就該用途分配的所得款項淨額。於本公告日期，我們並無訂立與任何該等機會有關的任何具法律約束力的最終協議。本公司將根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）在適當時作出進一步公告。

• 資本開支及資本承擔

本集團於二零二一年的資本開支為人民幣13.39億元，主要用於(i)新產品的生產線建設及設備升級；(ii)新設工廠的廠房建設；以及(iii)部分工廠新購置的土地及廠房建設。

於二零二一年十二月三十一日，本集團與物業、廠房及設備有關的資本承擔為人民幣4.50億元，主要用於(i)新設及擴建工廠的廠房建設；(ii)各工廠的設備升級。

• 人力資源及員工薪酬

本集團始終堅信人才是企業的核心競爭力，把員工視為企業發展的重要戰略資源，積極建立完善的人才選拔培養機制，提高員工的整體競爭力和對本集團的歸屬感。二零二一年上半年，本集團持續引進大量專業高端人才，並積極從現有員工中發掘人才，長期與全國重點高校人才聯合建立培養機制。建立導師管理制度和培訓管理體系、外部標桿企業考察等的學習發展模式，形成競聘上崗、績效考核的人才選拔晉升機制，保障企業人才的核心競爭力，並培養出一支經驗豐富、穩定可靠的管理團隊。同時，本集團持續優化升級我們的管理結構，推進精細化管理，升級信息化管理，加強總部對市場的控制，為集團的持續發展打下的堅實的基礎。

於二零二一年十二月三十一日，本集團僱有員工合共40,745人（於二零二零年十二月三十一日：39,216人）。本集團僱員的薪酬乃參照其職位、表現、經驗及現行市場上的薪金趨勢而釐定。除基本薪金外，本集團為其僱員提供多項員工福利。截至二零二一年十二月三十一日止年度，僱員福利開支總額（包括董事薪酬）為人民幣25.38億元（截至二零二零年十二月三十一日止年度：人民幣23.04億元），主要由於本集團家庭消費板塊的銷售人員和管理人員增加、以及平均薪酬的上漲。

展望

展望二零二二年，集團將繼續緊抓發展時機，引領家庭消費和健康消費潮流，不斷擴大市場份額並且爭奪增量市場。家庭消費板塊，我們將引領產業發展，加大份額提升；休閒食品板塊，我們將投入產品高端化，擴大龍頭優勢；即飲飲料板塊，我們將重塑市場格局，使得各品類重回高增長軌道。我們將繼續投資卓越運營，促進全渠道效率提升，打造創新營銷核心競爭力，加快數字化進程，提升管理效率。

本集團會堅持審慎的財務管理政策，保持充沛的現金流，維持健康的財務狀況。在強化內生增長的同時，本集團將繼續關注併購和外部合作的機會。

未來，本集團將繼續堅持用心創品質的理念和務實進取的企業文化，通過清晰的戰略規劃和高效的策略執行，驅動高質量增長，不忘初心，繼續為消費者帶來更美味、健康的產品，繼續為股東創造豐厚的回報。

遵守企業管治守則

本公司已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）的守則條文。董事會認為截至二零二一年十二月三十一日止年度，除守則條文第C.2.1條外，本公司一直遵守企業管治守則所載的所有守則條文。

根據守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁之間職責的分工應清楚界定並以書面列載。本公司已委任許世輝先生擔任本公司的主席兼行政總裁。董事會相信由同一人擔任主席兼行政總裁，有助本公司以更快的反應速度、更高效率及更有效制定業務策略及執行業務計劃。董事會相信，由執行董事及獨立非執行董事組成的董事會足以平衡其權力與權限。

遵守標準守則

本公司已採納了一套不低於上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）規定的有關董事及有關僱員（可能擁有本公司內幕消息的僱員）進行本公司證券交易的行為守則（「**證券買賣守則**」）。經向全體董事作出特定查詢後，所有董事已確認彼等截至二零二一年十二月三十一日止年度內一直遵守標準守則及證券買賣守則。

截至二零二一年十二月三十一日止年度內，本公司並無察覺有任何有關僱員不遵守證券買賣守則之事件。

審核委員會

本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度業績及合併財務報表已由本公司審核委員會(「**審核委員會**」)審閱。審核委員會認為，該等財務報表符合適用的會計準則、上市規則及所有其他適用的法律規定。

核數師的工作範圍

本公司核數師安永會計師事務所(為執業會計師)已同意本初步公告所載有關本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度合併財務狀況表、合併損益及其他綜合收益表以及相關附註之數字，與本集團本年度合併財務報表所載金額一致。安永會計師事務所就此進行的工作並不構成根據香港會計師公會所頒佈的香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港核證委聘準則而進行的核證服務委聘，故安永會計師事務所並無就本初步公告作出保證。

購回、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司及其任何附屬公司概無購回、出售或贖回任何本公司的上市證券。

自採納股份獎勵計劃起至本公告日期，就股份獎勵計劃而言，股份獎勵計劃的信託人購回共計145,614,000股股份，代價總額約為705,488,909.67港元。

股東週年大會

本公司股東週年大會(「**股東週年大會**」)將於二零二二年五月十八日(星期三)舉行，召開股東週年大會的通知將於稍後刊發及寄發予股東。

末期股息

董事會建議就截至二零二一年十二月三十一日止年度派付末期股息每股普通股0.076港元(相等於約人民幣0.0625元)(「**二零二一年末期股息**」)，付款總額約為1,040,753,000港元(相等於約人民幣856,198,000元)。派付二零二一年末期股息須待股東於股東週年大會上批准後，方可作實。

待於股東週年大會上取得股東批准後，二零二一年末期股息預計將於二零二二年七月八日(星期五)或前後派付予於二零二二年五月二十七日(星期五)名列本公司股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於二零二二年五月十三日(星期五)至二零二二年五月十八日(星期三)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間內將不會登記任何本公司股份過戶以釐定股東出席股東週年大會並於會上投票的資格。為符合股東出席股東週年大會並於會上投票的資格，所有股份過戶連同有關股票須於二零二二年五月十二日(星期四)下午四時三十分前交回本公司的香港證券登記分處Link Market Services (Hong Kong) Pty Limited登記，地址為香港皇后大道中28號中滙大廈16樓1601室。

此外，為釐定股東有權收取二零二一年末期股息的資格，本公司將於二零二二年五月二十四日(星期二)至二零二二年五月二十七日(星期五)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間內將不會登記任何本公司股份過戶。為符合資格收取二零二一年末期股息，所有股份過戶連同有關股票須於二零二二年五月二十三日(星期一)下午四時三十分前交回本公司的香港證券登記分處Link Market Services (Hong Kong) Pty Limited，地址為香港皇后大道中28號中滙大廈16樓1601室。

刊發年度業績及年報

本公告刊載於香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.dali-group.com)。載有上市規則規定的所有資料的本公司截至二零二一年十二月三十一日止年度的年報將於稍後寄發予股東及刊登於上述網站。

代表董事會
達利食品集團有限公司
主席
許世輝

香港，二零二二年三月二十八日

於本公告日期，董事會包括執行董事許世輝先生、莊偉強先生、許陽陽女士及黃佳瑩女士；非執行董事許碧英女士及胡曉玲女士；獨立非執行董事吳港興先生、劉小斌先生及林志軍博士。