

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佈之內容概不負責，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公佈之全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容所引致之任何損失承擔任何責任。



**TONTINE**  
**CHINA TONTINE WINES GROUP LIMITED**  
**中國通天酒業集團有限公司**

(於百慕達註冊成立的有限公司)

(股份代號：389)

**截至二零二二年六月三十日止六個月  
中期業績公佈**

**財務摘要**

- 收益增加約4.9%至約人民幣67,651,000元（二零二一年同期：人民幣64,492,000元）。
- 毛利約人民幣23,259,000元（二零二一年同期：毛利約為人民幣18,117,000元）。
- 本公司擁有人及非控股權益應佔期內溢利及全面收益總額為約人民幣4,474,000元（二零二一年同期：本公司擁有人及非控股權益應佔虧損及全面開支總額為約人民幣6,461,000元）。
- 每股基本及攤薄盈利為人民幣0.01分（二零二一年同期：每股基本及攤薄虧損為人民幣0.39分）。

中國通天酒業集團有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」或「董事」）欣然公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二二年六月三十日止六個月（「本期間」或「回顧期內」）未經審核中期業績，連同截至二零二一年六月三十日止六個月比較數字。

## 簡明綜合損益及其他全面收益表

截至二零二二年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	67,651	64,492
銷售成本		<u>(44,392)</u>	<u>(46,375)</u>
毛利		23,259	18,117
其他收入、收益及虧損	5	23	(1,094)
銷售及分銷開支		(5,151)	(4,802)
行政及其他經營開支		(18,510)	(18,563)
生物資產公平值變動	13	4,916	1,555
可換股債券公平值變動		-	(1,585)
融資成本	6	<u>(63)</u>	<u>(89)</u>
除稅前溢利（虧損）		4,474	(6,461)
所得稅開支	7	<u>-</u>	<u>-</u>
期內溢利（虧損）及全面收益（開支）總額	8	<u>4,474</u>	<u>(6,461)</u>
應佔期內溢利（虧損）及全面收益（開支）總額：			
本公司擁有人		407	(7,908)
非控股權益		<u>4,067</u>	<u>1,447</u>
		<u>4,474</u>	<u>(6,461)</u>
每股盈利（虧損）	10		
基本（人民幣分）		<u>0.01</u>	<u>(0.39)</u>
攤薄（人民幣分）		<u>0.01</u>	<u>(0.39)</u>

簡明綜合財務狀況表  
於二零二二年六月三十日

	附註	二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	11	148,145	137,039
使用權資產	12	41,582	41,974
生物資產	13	40,992	33,461
預付款項	16	5,850	4,450
		<u>236,569</u>	<u>216,924</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	14	199,530	210,314
貿易應收賬款	15	104,523	118,741
其他應收款項、按金及預付款項	16	12,384	8,443
即期可收回稅項		5,551	5,551
銀行及現金結餘		89,097	85,866
		<u>411,085</u>	<u>428,915</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付賬款	17	7,612	17,985
其他應付款項及預提費用		21,335	30,552
應付最終控股公司款項		5,929	5,929
應付非控股股東款項		1,183	1,089
租賃負債		1,503	794
即期稅項負債		9,961	9,961
		<u>47,523</u>	<u>66,310</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>363,562</u>	<u>362,605</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>600,131</u>	<u>579,529</u>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		199	786
<b>資產淨值</b>		<u>599,932</u>	<u>578,743</u>
<b>資本及儲備</b>			
股本	18	24,418	22,748
儲備		486,224	470,772
本公司擁有人應佔權益		510,642	493,520
非控股權益		89,290	85,223
<b>權益總額</b>		<u>599,932</u>	<u>578,743</u>

## 1. 編製基準

未經審核簡明綜合中期財務資料（「中期財務報表」）已根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港會計準則第34號「中期財務申報」以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄16的適用披露規定而編製。

中期財務報表並不包括完整財務報表規定之全部資料及披露，且應與截至二零二一年十二月三十一日止年度本集團年度綜合財務報表（「二零二一年年報」）一併閱讀。編製中期財務報表所用會計政策及計算方式與二零二一年年報所用者一致。

## 2. 應用新訂及經修訂香港財務報告準則

於本期間，本集團已採納由香港會計師公會頒佈且與本集團業務有關及在其於二零二二年一月一日開始之會計年度生效之所有新訂及經修訂香港財務報告準則。香港財務報告準則包括香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）；香港會計準則；及詮釋。採納該等新訂及經修訂香港財務報告準則並無令本集團之會計政策、本集團綜合財務報表之呈報以及本期間及以往年度所報告數額出現重大變動。

本集團尚未應用已頒佈但尚未生效之新訂香港財務報告準則。本集團已開始評估此等新訂香港財務報告準則之影響，惟尚未釐定該等新訂香港財務報告準則會否對其經營業績及財務狀況構成重大影響。

## 3. 收益

本集團生產並向其客戶銷售葡萄酒。在產品的控制權已轉讓（即產品交付予客戶之時），且概無可能影響客戶接受產品的未履行責任及客戶已獲取產品的合法所有權時，確認銷售。

向客戶作出之銷售一般有介乎30日至90日之信貸期。就新客戶而言，其可能需要支付按金或於交付時以現金結付。已收按金確認為合約負債。

應收款項於向客戶交付貨品時確認，因從那一刻開始，付款之到期僅須時間的流逝，故收取代價成為無條件。

#### 4. 分類資料

以下為本集團可呈報及經營分類的收益及業績分析。

	東北地區 人民幣千元	華北地區 人民幣千元	華東地區 人民幣千元	中南地區 人民幣千元	西南地區 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至二零二二年六月三十日止六個月 (未經審核)						
來自外部客戶的分類收益	<u>9,569</u>	<u>11,553</u>	<u>19,874</u>	<u>14,515</u>	<u>12,140</u>	<u>67,651</u>
分類溢利	<u>2,391</u>	<u>3,735</u>	<u>5,511</u>	<u>3,907</u>	<u>3,334</u>	<u>18,878</u>
截至二零二一年六月三十日止六個月 (未經審核)						
來自外部客戶的分類收益	<u>16,371</u>	<u>7,313</u>	<u>12,565</u>	<u>11,359</u>	<u>16,884</u>	<u>64,492</u>
分類溢利 (虧損)	<u>3,218</u>	<u>2,359</u>	<u>3,106</u>	<u>(1,283)</u>	<u>5,915</u>	<u>13,315</u>

因可呈報及經營分類的總收益即為本集團的收益，故並無提供可呈報及經營分類的收益的對賬。

#### 截至六月三十日止六個月

二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
--------------------------	--------------------------

#### 溢利

可報告分類之溢利總額	<b>18,878</b>	13,315
未分配金額：		
生物資產公平值變動	<b>4,916</b>	1,555
可換股債券公平值變動	-	(1,585)
融資成本	<b>(63)</b>	(89)
其他企業收入	<b>129</b>	112
其他企業支出及虧損	<b>(19,386)</b>	(19,769)
期內綜合溢利 (虧損)	<b>4,474</b>	(6,461)

以下為本集團可呈報及經營分類的資產及負債分析：

	東北地區 人民幣千元	華北地區 人民幣千元	華東地區 人民幣千元	中南地區 人民幣千元	西南地區 人民幣千元	合計 人民幣千元
於二零二二年六月三十日 (未經審核)						
分類資產	<u>2,922</u>	<u>12,898</u>	<u>32,066</u>	<u>29,797</u>	<u>30,086</u>	<u>107,769</u>
分類負債	<u>524</u>	<u>632</u>	<u>1,087</u>	<u>794</u>	<u>664</u>	<u>3,701</u>
於二零二一年十二月三十一日 (經審核)						
分類資產	<u>20,437</u>	<u>13,182</u>	<u>49,199</u>	<u>25,925</u>	<u>16,453</u>	<u>125,196</u>
分類負債	<u>3,009</u>	<u>1,920</u>	<u>4,170</u>	<u>4,281</u>	<u>2,193</u>	<u>15,573</u>

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>資產</b>		
可報告分類資產總額	107,769	125,196
未分配金額：		
物業、廠房及設備	148,145	137,039
使用權資產	41,582	41,974
生物資產	40,992	33,461
存貨	199,530	210,314
其他應收款項、按金及預付款項	14,988	6,438
即期可收回稅項	5,551	5,551
銀行及現金結餘	89,097	85,866
	<u>647,654</u>	<u>645,839</u>
<b>負債</b>		
可報告分類負債總額	3,701	15,573
未分配金額：		
貿易應付賬款	7,612	17,985
其他應付款項及應計費用	17,634	14,979
應付最終控股公司款項	5,929	5,929
應付非控股股東款項	1,183	1,089
租賃負債	1,702	1,580
即期稅項負債	9,961	9,961
	<u>47,722</u>	<u>67,096</u>

#### 主要產品產生之收入

以下為本集團主要產品產生之收入分析。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
甜葡萄酒	22,566	28,334
乾葡萄酒	34,957	28,017
白蘭地	3,275	2,700
其他	6,853	5,441
	<u>67,651</u>	<u>64,492</u>

## 收益確認時間

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
於特定時間	<u>67,651</u>	<u>64,492</u>
<b>5. 其他收入、收益及虧損</b>		
	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
銀行利息收入	95	112
外匯虧損淨額	(106)	(1,206)
出售物業、廠房及設備的收益	<u>34</u>	<u>-</u>
	<u>23</u>	<u>(1,094)</u>
<b>6. 融資成本</b>		
	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
租賃利息	<u>63</u>	<u>89</u>
<b>7. 所得稅開支</b>		

於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月，本集團並無任何源自香港的應課稅溢利，故未對香港稅項計提撥備。

按照中國企業所得稅法（「企業所得稅法」）及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司之稅率為25%。

由於本集團於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月並無就中國企業所得稅產生任何應課稅溢利，故並無就中國企業所得稅作出撥備。

## 8. 期內溢利／(虧損)

本集團期內溢利／(虧損)乃經扣除以下各項後達致：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本	36,318	37,370
貿易應收賬款虧損撥備	2,943	491
物業、廠房及設備折舊	6,776	6,729
使用權資產折舊	2,268	1,795
減：計入物業、廠房及設備的金額	(726)	(726)
	<u>1,542</u>	<u>1,069</u>

## 9. 股息

於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月內，並無為本公司普通股股東派付或建議派付任何股息，且自報告期間結束後亦無建議派付任何股息。

## 10. 每股盈利(虧損)

盈利(虧損)	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
用以計算每股基本及攤薄盈利(虧損)之盈利(虧損)	<u>407</u>	<u>(7,908)</u>
股份數目	二零二二年 六月三十日 千股	二零二一年 六月三十日 千股
用以計算每股基本及攤薄盈利(虧損)之 普通股加權平均數	<u>2,849,872</u>	<u>2,013,018</u>

由於截至二零二二年六月三十日止六個月本公司並無任何潛在攤薄普通股，故並無呈列每股攤薄盈利。

截至二零二一年六月三十日止六個月，計算每股攤薄虧損不會假設本公司的可換股債券及購股權獲行使，原因為其行使會導致每股虧損減少。



## 11. 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備於本中期期間之變動概述如下：

	人民幣千元
於二零二二年一月一日（經審核）	137,039
添置	17,892
出售	(10)
期內折舊	<u>(6,776)</u>
於二零二二年六月三十日（未經審核）	<u>148,145</u>

## 12. 使用權資產

使用權資產於本中期期間之變動概述如下：

	人民幣千元
於二零二二年一月一日（經審核）	41,974
添置	1,876
期內折舊	<u>(2,268)</u>
於二零二二年六月三十日（未經審核）	<u>41,582</u>

## 13. 生物資產

生物資產（指種植結果植物葡萄）於本中期期間的變動概述如下：

	人民幣千元
於二零二二年一月一日（經審核）	33,461
生物資產公平值變動	4,916
培植所致增加	<u>2,615</u>
於二零二二年六月三十日（未經審核）	<u>40,992</u>

因葡萄及人參的增加而產生培植成本。

人參酒產品一般使用五年的人參作為原材料而所有人參於二零二二年六月三十日已種植兩年半，因此，截至二零二二年六月三十日止期間，概無人參轉至本集團存貨用於生產。

於本中期期間，並無收穫任何農產品。所有葡萄通常於每年的八月至十一月進行採收。

於二零二二年六月三十日，本集團已委聘獨立估值師第一太平戴維斯估值及專業顧問有限公司釐定葡萄樹及人參的公平值。

## 14. 存貨

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
原材料及易耗品	103,022	112,986
在製品	90,428	89,138
製成品	6,080	8,190
	<u>199,530</u>	<u>210,314</u>

## 15. 貿易應收賬款

本集團授予其貿易客戶30至90天的信貸期，惟新客戶則須在葡萄酒交貨時付款。於報告期末按發票日期呈列的貿易應收賬款（扣除減值虧損撥備）的賬齡分析如下。

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
0至90天	33,210	90,428
91至180天	34,933	20,202
181至365天	36,380	1,442
365天以上	—	6,669
	<u>104,523</u>	<u>118,741</u>

貿易應收賬款的虧損撥備對賬：

	人民幣千元
於二零二二年一月一日的結餘（經審核）	4,235
期內虧損撥備增加	<u>2,943</u>
於二零二二年六月三十日的結餘（未經審核）	<u>7,178</u>

## 16. 其他應收款項、按金及預付款項

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>即期</b>		
租賃按金	293	297
其他應收稅項	4,835	8,043
其他按金及預付款項	7,256	103
	<u>12,384</u>	<u>8,443</u>
<b>非即期</b>		
物業、廠房及設備的預付款項	4,250	2,850
無形資產的預付款項	1,600	1,600
	<u>5,850</u>	<u>4,450</u>

## 17. 貿易應付賬款

於報告期末按發票日期呈列的貿易應付賬款的賬齡分析如下：

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
0至30天	858	12,896
31至60天	6,754	5,089
	<u>7,612</u>	<u>17,985</u>

採購原材料的平均信貸期介乎兩至三個月不等。

## 18. 股本

	二零二二年 六月三十日 千港元	二零二一年 十二月三十一日 千港元
法定：		
每股面值為0.01港元的10,000,000,000股(二零二一年十二月三十一日：10,000,000,000股)普通股	<u>100,000</u>	<u>100,000</u>
已發行及繳足：		
每股面值為0.01港元的2,840,548,000股(二零二一年十二月三十一日：2,640,548,000股)普通股	<u>28,406</u>	<u>26,406</u>

二零二二年	二零二一年
六月三十日	十二月三十一日
人民幣千元	人民幣千元

於簡明綜合財務報表(二零二一年十二月三十一日：  
綜合財務報表)呈示

<u>24,418</u>	<u>22,748</u>
---------------	---------------

本期間已發行股份數目及股本變動如下：

	股份數目 千股	款額 千港元
於二零二一年十二月三十一日	2,640,548	26,406
已行使購股權(附註19)	<u>200,000</u>	<u>2,000</u>
於二零二二年六月三十日	<u>2,840,548</u>	<u>28,406</u>

## 19. 以股份為基礎的付款

### 以權益結算購股權計劃

本公司股東於二零一九年五月十日採納一項購股權計劃(「計劃」)，其主要目的為令本公司可向合資格參與者(包括董事、僱員、貨物及服務供應商、顧問、諮詢人、承包商、本集團業務夥伴及服務合作夥伴)授出可認購本公司股本中每股0.01港元普通股之購股權，以肯定及嘉獎其貢獻及／或作為彼等對本集團長遠增長及發展所作出之貢獻或潛在貢獻的鼓勵，以挽留該等人士。

本公司於二零二二年六月三十日及二零二一年十二月三十一日的尚未行使購股權載列如下：

授出日期	購股權數目	行使期	行使價
二零二一年 九月二十一日	於二零二二年 六月三十日： 無(附註)(未經審核)	二零二一年九月二十三日至 二零二二年九月二十二日	0.1港元
	於二零二一年 十二月三十一日： 200,000,000份(經審核)		

附註： 截至二零二二年六月三十日止六個月，200,000,000份購股權獲行使及概無購股權失效。

## 20. 資本承擔

本集團於報告期末之資本承擔如下：

	於二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
就下列已訂約但未於簡明綜合財務報表中撥備的資本開支：		
收購無形資產	1,750	1,750
發展酒莊、酒窖及其他物業	8,175	3,600
	<u>9,925</u>	<u>5,350</u>

## 21. 關連方交易

### 主要管理人員薪酬

於本期間內，董事及其他主要管理人員的薪酬如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
短期福利	2,412	2,049
離職後福利	93	90
	<u>2,505</u>	<u>2,139</u>

董事及主要行政人員的酬金乃由本公司董事會（在薪酬委員會建議下）經考慮個人表現及市場趨勢而釐定。

## 管理層討論及分析

### 行業概覽

2022年上半年國內多地受到疫情影響，消費市場運行承壓。上半年社會消費品零售總額人民幣210,432億元，同比輕微下調0.7%。其中，煙酒類零售額絕對量為人民幣2,475億元，同比增長6.7%。<sup>1</sup>上半年全國葡萄酒產量繼續走低。據工信部公佈，2022年1—6月，全國規模以上釀酒企業葡萄酒產量9.7萬千升，同比下降29.2%。<sup>2</sup>

近年除了國產葡萄酒產量持續下調外，曾經佔據國內市場重要份額的進口葡萄酒也呈現萎縮。今年上半年，進口葡萄酒再次呈現「額量雙降」的現象。據海關總署公佈資料顯示，2022年1-6月我國葡萄酒進口量為1.84億升，同比下降13.4%；累計進口額約為人民幣47.2億元，同比下降11.4%。<sup>3</sup>

繼商務部決定自2021年3月28日起對原產於澳大利亞的相關葡萄酒徵收反傾銷稅，澳大利亞葡萄酒對華出口遭遇重大打擊，呈現斷崖式下跌。澳大利亞葡萄酒協會表示，截至2022年6月30日的一年中，澳大利亞葡萄酒出口價值下降19%至20.8億澳元。其中，對中國市場（包括香港和澳門）的出口價值下降了74%，至2.06億澳元。<sup>4</sup>2022年6月21日，澳大利亞葡萄酒管理局甚至宣佈關閉協會在上海唯一的實體辦事處。進口葡萄酒行業重新洗牌，法國、智利、意大利的進口葡萄酒替代部分原澳大利亞葡萄酒的市場份額。然而受疫情影響，生產、包裝、運輸等成本的飆升，使得葡萄酒的進口成本大幅上漲，將對進口酒造成進一步打擊。<sup>5</sup>

進口葡萄酒的退潮為國產葡萄酒釋放存量帶來契機，有利於國產葡萄酒承接部分市場份額。在「國潮」崛起的背景下，已有越來越多的國產葡萄酒品牌推出具特色的新品。國貨興起的背後，反映年輕一代消費群體的生活態度。因此塑造有特色的國產品牌，加強營銷手段，以此提高國產葡萄酒的認可度和消費信心，有助於增強消費者粘性。

<sup>1</sup> <https://www.bbtnews.com.cn/2022/0717/444767.shtml>

<sup>2</sup> [https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/xfpgy/sp/art/2022/art\\_fbdae83b6381461a972369f40bb4861c.html](https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/xfpgy/sp/art/2022/art_fbdae83b6381461a972369f40bb4861c.html)

<sup>3</sup> <http://m.yhj9.com/article-7291.html>

<sup>4</sup> <https://www.yhj9.com/article-7293.html>

<sup>5</sup> <https://www.foodtalks.cn/news/32431>

受疫情及新一代消費群體的消費習慣影響，線上消費增長依然強勁。據統計2022年上半年，全國網上零售額人民幣63,007億元，同比增長3.1%；在實物商品網上零售額中，吃類、穿類、用類商品分別增長15.7%、2.4%、5.1%。<sup>6</sup>「線上帶貨」也逐漸成為葡萄酒行業的新趨勢，為行業增長釋放動能。

## 財務回顧

2022年上半年，疫情在全國多地爆發，嚴格的疫情管控措施無可避免地對商業活動和民生造成一定程度的影響，令經濟下行壓力顯著增大。吉林省因疫情原因採取了一系列封控措施，集團位於通化地區的生產基地由於物流和銷售活動受到干擾，令產出減少。

截至二零二二年六月三十日止六個月（「回顧期」），集團的產出為2,349公噸，與去年同期相比輕微下調，惟由於銷售產品的結構改變，售價較高的乾葡萄酒及其他酒類銷售佔比提升。於回顧期內集團錄得總收益人民幣67,651,000元，較去年同比增長約4.9%。其中，甜葡萄酒、乾葡萄酒的銷售收入於回顧期內合共佔集團總收入的85.1%。其他酒類產品（包含冰酒、白酒及人參酒）的銷售收入較去年同比增長約26.0%，收入佔比由二零二一年同期的8.4%提升至回顧期內的10.1%。

回顧期內，集團錄得毛利人民幣23,259,000元，較去年同比增長28.4%。回顧期內，集團實現整體毛利率為34.4%，同比上升6.3個百分點。該激增主要歸因於毛利率較高的乾葡萄酒和其他酒類產品的銷售貢獻佔比上升。

下列表格說明期內本集團毛利、毛利率及同比變化：

	截至六月三十日止六個月		與去年 同期相比
	二零二二年	二零二一年	
總體毛利（人民幣千元）	<b>23,259</b>	18,117	+28.4%
總體毛利率	<b>34.4%</b>	28.1%	+6.3個百分點

<sup>6</sup> [http://big5.www.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/shuju/2022-07/15/content\\_5701146.htm](http://big5.www.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/shuju/2022-07/15/content_5701146.htm)

回顧期內，集團銷售成本總計為人民幣44,392,000元，同比下降4.3%。集團生產葡萄酒所需主要原材料包括葡萄汁及包裝材料。期內，集團原材料成本為人民幣31,861,000元，同比下降約12.2%，佔集團總銷售成本總額約71.8%。

下表載列本集團於二零二二年六月三十日止六個月生產所需各項成本：

	截至六月三十日止六個月		轉變百分比
	二零二二年 (人民幣千元)	二零二一年 (人民幣千元)	
原材料成本總額	<b>31,861</b>	36,298	-12.2%
生產間接費用	<b>4,457</b>	2,477	+79.9%
消費稅及其他稅項	<b>8,073</b>	7,600	+6.2%
銷售成本總計	<b>44,392</b>	46,375	-4.3%

回顧期內，集團銷售及分銷開支為人民幣5,151,000元，較去年同比漲幅為7.3%。受疫情及消費人群迭代的雙重因素影響，線上帶貨成為行業新趨勢。集團與多個線上新媒體平台合作線上營銷並取得良好成效。回顧期內集團繼續拓寬線上營銷渠道的策略，並與多位知名網絡紅人簽約，以銷售績效提成替代傳統媒體廣告及市場營銷，讓集團可省卻大額廣告投放，而獲得更大的銷售成效。

於回顧期內，由於毛利同比上升，而銷售成本總額同比下調，期內溢利及全面收入總額為人民幣4,474,000元，相較去年同期扭虧為盈。

## 經營回顧

為了嚴防新冠疫情，內地的疫情防控措施趨向常態化。各地區為了堵截疫情傳播所採取的管控，對貨物物流和人員流通造成瓶頸。另一方面，中國國內生產總值於上半年雖錄得2.5%的增長，但相對於一季度的4.8%的增幅，二季度僅有0.4%的增長，反映經濟增長出現下行壓力。<sup>7</sup>經濟環境的轉變對商業活動和消費意慾均構成一定的影響。

<sup>7</sup> [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202207/t20220715\\_1886607.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202207/t20220715_1886607.html)



步入後疫情時代，線上購物更趨活躍，而「直播帶貨」的銷售模式亦成為互聯網購物的最新流行符號。集團因應消費習慣的轉變，於2022年上半年堅持推行線上帶貨的營銷策略。讓集團於營銷方面，實現更大成本效益。

於疫情持續下，消費者的養生意識覺醒，養生經濟蘊藏龐大消費潛力，成為未來新「藍海」。因此，集團把握時機並於2021年推出新型人參酒產品，在市場上獲得熱烈迴響。集團種植的人參園除了可以確保優質原材料的供應，更可利用豐富的人參資源和對其功效的認識，尋求更廣泛應用人參於不同的產品，以不斷拓闊此產品系列。

集團於回顧期內積極深化與不同平台的合作。集團通過具體規劃逐步落實與螞蟻鏈、58優品、集藥方舟等知名企業的戰略合作。此外，集團於2022年與寫字樓咖啡連鎖新秀知己咖啡連鎖店共同成立通天知己（北京）酒業有限公司（「通天知己」）。通天知己為本集團附屬子公司，本集團對其持股51%。集團計劃借助知己咖啡嫁接線上線下沙龍的經驗共同營運連鎖小酒館項目。通過這次合作集團可進一步探索如何利用針對白領社群的全方位休閒、娛樂、社交平台，強化產品銷售和品牌建設。

## 產品產量及銷售

截至二零二二年六月三十日止六個月，集團位於吉林省通化及山東白洋河的兩個生產基地合共產出2,349噸各類產品，其中通化生產基地的產出為966噸，同比減少26.4%。產出下降乃由於上半年吉林地區出現疫情，當地封控措施令通化基地的生產活動和貨運中斷。白洋河基地的產出則達1,383噸，同比增加約25.6%，部分抵銷了通化基地產出下降的影響。

集團主要通過經銷商將葡萄酒產品分銷予第三方零售商，包括超市、煙酒專賣店以及餐廳和酒店餐廳等餐飲店。這些經銷商亦會直接向終端消費者及其他代理經銷商出售及分銷產品。2022年上半年集團進一步加強於新媒體平台構建的新營銷場景，廣泛利用各類社交平台提升產品曝光。因應新世代消費群的習性，集團積極構建多方位的銷售模式；其中包括簽約網紅達人線上帶貨，與社交平台及休閒實體連鎖合作，將產品體驗與銷售結合。

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的產品通過分佈於中國20個省、3個自治區和2個直轄市的87名經銷商出售。

## 地域市場表現

回顧期內，華東地區由於經濟相對發達、紅酒消費文化成熟、居民人均收入及消費水平均居於全國前列等優勢，成為集團第一大市場。於回顧期內，華東地區市場錄得收入人民幣19,874,000元，佔總收入約29.4%，同比上升9.9個百分點。

經過本集團多年的深耕和於當地積極開展品牌推廣，集團產品於中南地區已確立了較高認受性和知名度，產品銷量穩步增長，成為本集團的第二大市場。於回顧期，中南地區市場錄得收入人民幣14,515,000元，佔總收入約21.5%，同比上升3.9個百分點。

西南地區於回顧期內的銷售收入達人民幣12,140,000元，佔總收入的17.9%。華北市場於回顧期內的銷售收入達人民幣11,553,000元，同比增幅達約58.0%，佔總收入的17.1%。

東北地區是吉林通化生產基地所在，由於當地爆發疫情，除令產品生產銷售及物流供應受阻，當地的管控措施亦限制了社交聚會和相關消費。回顧期內該地區錄得收入人民幣9,569,000元，同比下調約41.5%，佔總收入的比重為14.1%。

## 經營指標回顧

### 存貨週轉日數

集團於期末的存貨週轉日數約為1,021日，去年同期則為829日，主要由於2021年本集團從澳洲採購金額為人民幣94,918,000元的葡萄汁及從國內採購金額為人民幣10,080,000元的人參作為原材料，因疫情影響本集團銷售，上述原材料本期末尚有部分待生產及銷售，導致存貨餘額較大所致。

### 貿易應收賬款週轉日數

於二零二二年六月三十日，本集團貿易應收賬款週轉日數為299日，貿易應收賬款為人民幣104,523,000元。

## 產品經營分析

### 乾葡萄酒

本集團乾葡萄酒產品於上半年的銷售收入為人民幣34,957,000元，成為回顧期內銷售收入最高的產品類別，佔總收入的51.7%。產品毛利錄得人民幣13,768,000元，毛利率達39.4%。

### 甜葡萄酒

回顧期內，本集團甜葡萄酒產品的銷售收入為人民幣22,566,000元，佔總收入的33.4%。產品毛利錄得人民幣6,094,000元，毛利率為27.0%。

### 白蘭地

回顧期內，本集團白蘭地酒產品的銷售收入為人民幣3,275,000元，佔總收入的4.8%。產品毛利錄得人民幣2,348,000元，毛利率為28.3%。集團推出的「蘋果型」的白蘭地，一直獲得市場廣泛好評。

### 其他產品

集團的其他酒類產品，包括高檔冰酒、白酒（雅羅白）及公司研發的具有保健功能的新品人參酒。於回顧期內其他產品錄得銷售收入為人民幣6,853,000元，佔總收入的10.1%，較去年同期增加1.7個百分點。其他產品毛利錄得人民幣2,469,000元，毛利率為36.0%。

## 業務前景

新冠病毒株不斷變異，令疫情持續不斷。國內於上半年多地出現疫情，對民生和經濟都造成不同程度的影響。雖然國內生產總值上半年增長2.5%，但增幅按季度大幅下調，經濟復甦的步伐明顯放緩。國內部分行業板塊受制於資金緊絀，令業務停滯不前。部分製造業則面對原材料短缺，貨運力不足，和能源供應不穩等挑戰。

國際方面，俄烏衝突引發的能源和糧食危機不單推高物價，亦令西方國家的滯脹風險加劇。各國為應對經濟情況驟變，紛紛收緊貨幣政策。未來國際貿易和環球供應鏈仍受到諸多不明朗因素困擾；此外，亞太區內地緣政治環境趨緊張，這些都令2022年全年經濟發展蒙上陰影。

隨著近年國民健康意識提高，大健康產業成為新風口。根據《「健康中國2030」規劃綱要》的數據，預計2020年中國的健康產業規模將突破人民幣8萬億元，到2030年將突破人民幣16萬億元。<sup>8</sup>在大健康產業領域，國家重點政策頻出。集團早著先機，開發具有保健養生功能的產品，以掌握相關領域的商機。集團去年推出的人參酒已成為其重要標誌性產品。集團的人參園內的人參已種植兩年半，為集團持續擴大人參酒產能，提供穩定和質量可靠的原材料供應。

為了深挖保健酒市場的長期發展潛力，集團正與集藥方舟探討合作開發滋補養生特供酒產品，並配合「樂活人生，滋補養生」健康飲酒新理念，進一步深化在保健衍生產品領域的佈局。

集團敏銳調整其營銷策略，應對疫情所帶來的消費場景轉變。透過與多個新進的休閒、社交平台合作，集團已成功構建「線上+線下」立體化消費場景，以更好的迎合新世代消費群和自飲消費的需求。集團產品和品牌認受性提升，亦令到更多不同領域線上平台和「帶貨網紅」更積極尋求與集團建立合作關係。未來這類新零售渠道仍將是集團的主流銷售手段。

除了線上銷售和社交平台，集團亦開展直接面向消費群體的嘗試。集團於上半年與知己咖啡連鎖店達成戰略合作，未來將共同運營城市連鎖小酒館項目，集團將負責向這些實體平台供應旗下多種優質酒類產品。集團亦將借助線上知己商城，與京東物流合作為消費者提供便捷的購買服務。此次合作，標誌著集團邁向下游垂直整合業務鏈的重要舉措。

在全球經濟衰退的陰霾籠罩下，與及國內營商環境逆轉和疫情管控常態化所帶來的挑戰，下半年的市場前景複雜多變。集團須保持警覺，以務實、審慎的態度，維持業務穩健發展。

## 財務管理和財資政策

本集團的收入、開支、資產及負債絕大部分以人民幣（「人民幣」）列值，因此並不承受外匯波動的重大風險。

鑑於外幣匯兌風險極微，董事將密切監察外幣波動，而不會訂立任何外匯對沖安排。

<sup>8</sup> <http://www.cccmhpie.org.cn/Pub/9225/176009.shtml>

本集團將繼續尋求審慎的財資管理政策，目前流動資金穩健，並具備充足現金以應付日常營運及未來發展所需的資本。

本集團擁有充裕的現金和銀行結餘，處於淨現金狀況，因此本集團所面對的與利率波動相關的財務風險極微。

## 中期股息

董事會並不建議就截至二零二二年六月三十日止六個月支付任何中期股息（二零二一年同期：無）。

## 流動資金及財務資源

於回顧期內，我們均維持穩健和正數的營運資金，而本集團是以經營所得的內部現金流及發行可換股債券來撥資業務運作。於二零二二年六月三十日，本集團的現金及現金等價物大部分以人民幣計值，約為人民幣89,097,000元，擁有充足的財務資源及穩健的現金狀況來滿足業務發展、營運及資本開支的營運資金需求。

## 資本承擔及資產抵押

本集團所作的資本開支承擔中，約人民幣9,925,000元為已訂約但未於二零二二年六月三十日的簡明綜合財務報表撥備。該等承擔大多數為本集團擴充產能所需。

於二零二二年六月三十日，概無本集團的資產抵押。

## 聘用和薪酬政策

優秀和熱誠的員工是我們最重要的資產，亦是我們在競爭激烈的市場上取得成功所不可或缺的。作為本公司企業文化的一部分，我們致力確保僱員之間有很強的團隊精神，以為我們的企業目標作出貢獻。為了達到這個目的，我們向香港及中國僱員提供與行內水平相稱且具競爭力的薪酬待遇，並提供多項額外福利，包括培訓、醫療保險以及退休福利。我們鼓勵僱員參加外部的專業及技術研討會，以及其他培訓計劃和課程，以提升彼等的技術知識和技能、增強彼等之市場觸角及改善彼等對業務的敏銳度。本集團會參考地方法例、市況、行業慣例和根據本集團和個別僱員表現的評核，定期檢討其人力資源和薪酬政策。一項購股權計劃亦已獲採納，主要目的是激勵僱員為本集團作出更大貢獻，並且就彼等的表現和努力給予獎勵。

於二零二二年六月三十日，本集團在香港及中國僱用的勞動力人數為275名（二零二一年十二月三十一日：324名）。於本期間，總薪金和相關成本（包括董事袍金）約為人民幣8,296,000元（二零二一年同期：人民幣8,489,000元）。



## 購股權計劃

於二零零九年十一月十九日採納的本公司購股權計劃（「二零零九年購股權計劃」）已於本公司股東於二零一九年五月十日舉行的股東週年大會上採納一項新購股權計劃（「二零一九年購股權計劃」）後，於二零一九年五月十日終止，其令本公司授出可認購本公司每股0.01港元普通股（「股份」）之購股權。

因此，於二零零九年購股權計劃終止後，概無根據該計劃授出任何購股權，惟於其終止前，已授出現有購股權將持續有效並受限於及根據該等購股權獲授的條款、二零零九年購股權計劃條文及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（分別「上市規則」及「聯交所」）可獲行使。

於本期間內，於二零二一年九月二十一日根據二零一九年購股權計劃授出的200,000,000份購股權已於二零二二年五月三十日全數行使，於截至二零二二年六月三十日止六個月，此購股權計劃沒有授予、未行使、取消或失效的購股權。

## 購買、出售或贖回本公司的上市證券

於本期間內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券。

## 遵守證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為董事進行證券交易的行為守則。本公司已對全體董事作出具體查詢，且全體董事已確認於本期間內一直遵守標準守則所規定的標準。

## 企業管治

於本期間內，本公司已採用上市規則附錄14所載之企業管治守則（「企業管治守則」）之原則，並遵守企業管治守則所載之守則條文及若干建議最佳常規，惟偏離企業管治守則之守則條文第A.2.1條除外，其載列主席與行政總裁（「行政總裁」）的職能應有所區分及不應由同一人擔任。王光遠先生（「王先生」）負責本集團整體業務策略以及發展與管理。董事會認為，本公司董事會主席兼行政總裁王先生可領導董事會為本集團作出主要業務決策，並讓董事會有效地作出決定，對本集團業務的管理和發展有利。因此，儘管有所偏離，王先生仍出任本公司董事會主席兼行政總裁的雙重職務。

## 審閱中期財務業績

審核委員會已與管理層審閱本公司採納之會計原則和慣例，並討論核數、風險管理及內部監控制度以及財務匯報事宜，包括審閱本公司截至二零二二年六月三十日止六個月之未經審核中期業績及中期報告。

## 於本公司及聯交所網站公佈中期業績

本中期業績公佈已刊載於聯交所網站 (<http://www.hkex.com.hk>) 及本公司網站 (<http://www.tontine-wines.com.hk>)。本公司將於適當時候向本公司股東寄發本期間中期報告，當中載有上市規則規定的一切資料，同時亦於上述網站可供閱覽。

## 致謝

本人謹代表董事會對各股東、投資者、業務夥伴和客戶一直以來對我們的支持表示衷心感謝，對高級管理團隊和各同事多年的努力付出致以誠摯謝意。

承董事會命  
主席兼執行董事  
王光遠

香港，二零二二年八月三十一日

於本公佈日期，執行董事為王光遠先生、張和彬先生及王麗君女士；及獨立非執行董事為鄭嘉福博士、黎志強先生及楊強先生。

本文件備有中英文版本。如中英文版本有任何歧異，概以英文版本為準。