

財務資料

閣下應將本節與本招股章程附錄一會計師報告所載的於及截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度及截至2022年6月30日止六個月經審核綜合財務報表一併閱讀。閣下應細閱本招股章程附錄一所載會計師報告全文，而不得僅依賴本節資料。該綜合財務報表乃根據香港財務報告準則編製。

下文為載有若干前瞻性陳述的討論及分析，當中涉及風險及不確定因素。該等陳述乃以我們基於對過往趨勢的經驗和理解、現況及預期日後發展，以及我們相信在該等情況下適合的其他因素作出的假設及分析為依據。然而，實際結果及發展能否達致我們的預期及預測取決於我們無法控制的若干風險及不確定性。閣下應細閱本招股章程「風險因素」一節，了解可能導致我們的實際結果與前瞻性陳述所述或所示結果大為不同的重要因素論述。

概覽

我們主要於江西省(其次於四川省及湖北省)生產乾貨食品及零食，其次進行相關產品的貿易。有關業務概覽，請參見本招股章程「業務—概覽」一段。

我們的收入由2019年財政年度約人民幣297.4百萬元略微減少至2020年財政年度約人民幣282.9百萬元，並增加至2021年財政年度約人民幣342.0百萬元。我們的收入由2021年6個月約人民幣145.6百萬元增加至2022年6個月約人民幣167.0百萬元。於往績記錄期間，於2019年財政年度、2020年財政年度及2021年財政年度及2022年6個月，我們的毛利分別約為人民幣96.3百萬元、人民幣90.6百萬元、人民幣108.5百萬元及人民幣54.0百萬元，同期毛利率分別約為32.4%、32.0%、31.7%及32.3%。於2019年財政年度、2020年財政年度及2021年財政年度及2022年6個月，我們的純利約為人民幣40.9百萬元、人民幣40.9百萬元、人民幣48.3百萬元及人民幣20.9百萬元。

呈列基準

根據本招股章程「歷史、重組和公司結構」一節及本招股章程附錄四「法定及一般資料」一節更為詳述的重組，本公司於2022年6月8日成為本集團現時旗下公司的控股公司。本集團現時旗下公司於緊接重組完成前及緊隨其後由楊先生及林女士共同控制。歷史財

財務資料

務資料乃按照綜合基準，並應用合併會計法原則編製，猶如於往績記錄期間開始時重組已完成。

因此，本集團於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表包括本集團現有旗下公司自呈列最早日期或自其各自註冊成立日期(以較短者為準)的業績及現金流量，猶如現時集團架構於往績記錄期間已一直存在。已編製本集團於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日的綜合財務狀況表以呈列本集團現時旗下公司的資產及負債，猶如當前集團架構於該等日期一直存在。概無因重組而作出任何調整以反映公平值或確認任何新資產或負債。

董事確認，並無對中國法定賬目作出重大香港財務報告準則調整，以與按照香港財務報告準則編製的相關財務報表保持一致。

影響經營業績及財務狀況的重大因素

我們或未能維持原料的穩定供應，而是否有原料可用或視乎天氣狀況及全球氣候變化而定。

我們的業務依賴維持在穩定供應水平的原料。我們從諸如農民、農業合作社以及企業供應商等若干供應商處採購未經加工原材料，菌類、穀物、紫菜、乾製水產品、雞爪及鴨脖。於2019年財政年度、2020年財政年度及2021年財政年度及2022年6個月，於往績記錄期間各年度／期間我們來自五大供應商的採購總量合計分別約佔我們採購總量的28.9%、34.8%、39.9%及52.0%。於相同期間，最大供應商的採購量分別約佔我們採購總量的6.9%、10.4%、13.3%及19.1%。倘我們未能與任何主要供應商維持關係，或任何供應商不再按相同或類似的條款向我們供應原料，或根本不再供應原料，則有關變動可能會削弱我們完成客戶訂單的能力，繼而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。任何原料短缺或市價波動可能會對我們獲供應商提供的採購價造

財務資料

成負面影響。我們的原料採購地發生社會及政治動盪、經濟波動以及氣候狀況等風險，亦可能對我們的採購價造成重大不利影響。倘我們因上述任何因素未能確保穩定的原料供應，我們的經營業績、利潤率及盈利能力或會受到不利影響。此外，更換供應商可能會迫使我們從業務中分散精力及資源。倘我們未能及時或根本不能物色到合適的替代供應商，我們的業務及經營業績或會受到重大不利影響。

此外，菌類、穀物以及水產品及紫菜等的收成及培育受自然條件的影響，而自然條件並不在我們的控制範圍內。倘出現不利的天氣狀況，我們可用的原料數量及質量或會受到影響。例如，任何大型洪澇或其他類型的自然災害可能會大幅減少供應量並抬升我們的原材料的市價，繼而影響我們的毛利。此外，全球氣候變化及海洋酸化亦可能影響我們的原材料的供應。倘我們未能確保充足的原料供應，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

我們易受原料價格波動的影響。

我們的競爭力、成本及盈利能力部分取決於我們按可接受價格採購並維持原材料獲穩定充足供應的能力。我們的主要原料包括菌類、穀物、乾製水產品、紫菜、雞爪及鴨脖以及包裝材料。我們於中國採購所有的原料。我們於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月的直接材料成本分別約為人民幣186.4百萬元、人民幣172.2百萬元、人民幣209.6百萬元及人民幣102.6百萬元，分別約佔我們總銷售成本的92.7%、89.5%、89.8%及90.8%。倘我們未能按我們要求的數量及質量獲得原料，我們的產量及／或產品質量將會下降，繼而可能會對我們的經營業績造成重大不利影響。

我們的原料受我們無法控制的外部因素造成的價格波動影響，如氣候及環境狀況及商品價格波動。我們原料價格的增加或未能確定替代的供應商可能會增加我們的銷售成本，並對我們的利潤率造成重大不利影響，繼而影響我們的盈利能力。我們原料的總成本預期將於可見未來繼續增加，這符合中國物價上升的整體趨勢。我們原料價格的波動可能會導致生產成本難以預料的增加，而倘我們未能控制該等成本或將任何該等增加轉移至客戶，我們的盈利能力將會削弱。因此，我們原料價格的任何大幅增加可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

我們面臨依賴主要客戶(尤其是超市)的集中風險。倘我們與我們主要客戶的關係惡化，我們銷售產品的能力可能會受到重大不利影響。

我們的客戶主要為零售商，如超市、雜貨店，企業客戶及其他個人客戶。我們於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，於往績記錄期間各年度／期間我們對五大客戶的銷售額約為人民幣208.0百萬元、人民幣207.0百萬元、人民幣230.4百萬元及人民幣108.2百萬元，分別約佔我們總收入的70.0%、73.2%、67.4%及64.8%。於相同期間，於往績記錄期間各年度／期間我們對最大客戶的銷售額約為人民幣108.1百萬元、人民幣108.8百萬元、人民幣128.3百萬元及人民幣57.3百萬元，分別約佔我們總收入的36.4%、38.4%、37.6%及34.3%。我們預期該等客戶(尤其是超市)產生的收入於可見未來仍將佔收入的一大部分。

有關我們五大客戶的詳情，請參閱本招股章程「業務 — 客戶」一段。我們與客戶訂立了長期的框架銷售協議，並且我們的客戶可能會隨時停止向我們採購產品。與客戶的關係中斷可能會影響我們有效銷售產品的能力並對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

此外，我們的客戶(包括超市及其他零售商)可能由於各類因素未能順利銷售我們的產品或保持彼等的競爭力。倘我們產品對終端消費者的銷量減少，我們的客戶可能不再向我們下達新產品訂單、減少訂購數量或要求降價。我們客戶的任何虧損或客戶訂單的減少可能對我們的收入造成重大不利影響。

此外，我們依賴超市等大型客戶銷售我們的大部分產品。倘我們未能順利向該等客戶提供合適的營銷、產品包裝、定價及其他服務，我們的產品可用性及銷售可能受損害。我們任何產品對主要客戶的銷售虧損可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

重大會計政策及主要會計估計

我們已按照香港財務報告準則識別若干對編製我們的財務報表而言屬重要的會計政策。部分會計政策需要作出影響資產、負債、收入和支出的呈報金額的判斷、估計

財務資料

和假設。估計及相關假設乃基於過往經驗、業務運營性質、相關規則及規例及我們於各情況下視為屬合理的各種其他因素，其結果構成對無法從其他來源中容易得出的資產及負債的賬面值作出判斷的基準。實際結果可能與該等估計有所不同。

重大會計政策概要載於本招股章程附錄一所載會計師報告附註4。重大會計估計及判斷載於本招股章程附錄一所載會計師報告附註5。我們於下文載列我們認為對我們的財務資料最為重要或涉及編製財務報表時所使用最重要判斷及估計的會計政策、估計及判斷。

收入確認

客戶合同收入於貨品或服務控制權轉讓至客戶時按反映本集團預期交換該等貨品或服務而有權獲得的代價金額(不包括代表第三方收取的金額)確認。收入不包括增值稅或其他銷售稅，且須扣除任何貿易折扣。

根據合同條款及適用於該合同的法律，商品或服務的控制權可在一段時間內或在某一時間點轉移。倘本集團在履約過程中滿足下列條件，則商品或服務的控制權在一段時間內轉移：

- 本集團履約時，客戶同時取得並耗用本集團履約所提供的利益；
- 創造或加強客戶隨著本集團履約而控制的資產；或
- 並無創建對本集團有替代用途的資產，且本集團有強制執行權收取迄今已完成履約部分的款項。

倘商品或服務的控制權於一段時間內轉移，則收入於合同期內參考完成履約責任的進度予以確認。否則，收入於客戶獲得商品或服務的控制權時於某一時間點予以確認。

財務資料

倘合同具有融資成分，其為客戶提供超過一年有關轉讓貨物或服務予客戶之重大融資利益，則收入於合同開始時按應收金額之現值計量，並使用本集團與客戶間之獨立融資交易中反映之貼現率貼現。

倘合同包含為本集團提供重大融資利益的融資成分，則根據該合同確認的收入包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。就付款至轉讓所承諾貨物或服務之期間為一年或以下之合同而言，由於使用香港財務報告準則第15號之可行權宜方法，交易價格不會就重大融資成分之影響作出調整。

銷售零食、乾製山珍、乾製水產品、穀物、調味料及其他

當食品運送到約定地點並獲客戶接受時，客戶獲得對食品的控制權。因此，收入於客戶接受產品時獲確認。因此，一般僅有一項履約義務。發票通常須於90天內支付。

部分食品銷售合同為客戶提供退貨權或折扣。退貨權產生了可變代價，且收入按銷售合同／發票所載價格，扣除估計折扣後入賬。

就向客戶提供於指定期限內享有退回貨物權的合同而言，採用預期估值法估計將不予以退回的貨物，原因為該方法最佳預測本集團將有權享有的可變代價金額。採用香港財務報告準則第15號有關限制可變代價估計的規定，以釐定可計入交易價格內的可變代價金額。就預期將予退回的貨物而言，退款責任而非收入得以確認。退貨權資產(及相應調整銷售成本)亦就自客戶收回產品的權利確認。

合約負債

合約負債指本集團有責任將貨品或服務轉移至本集團已收到客戶代價(或應付代價金額)的客戶。

會計判斷及估計

以下為往績記錄期間有關未來的主要假設及估計不確定因素的其他主要來源，該等假設及來源具有重大風險或導致下一個財政年度的資產及負債賬面值出現大幅調整：

(i) 商譽、使用權資產、物業、廠房及設備以及無形資產的減值

商譽、使用權資產、物業、廠房及設備及無形資產於存在相關指標時進行減值檢測。此外，不論是否出現任何減值蹟象，商譽須至少每年進行減值檢測一次。就減值檢測而言，商譽乃分配至從事食品貿易的現金產生單位（「現金產生單位」）。

確定分配給食品貿易現金產生單位的商譽和其他資產是否減值需要對使用價值進行估計。使用價值的計算要求董事估計預計從現金產生單位產生的未來現金流量及合適的貼現率，以計算現值。有關食品貿易的現金產生單位的減值評估的詳情載於本招股章程附錄一所載會計師報告附註21。

(ii) 公平值計量

本集團財務報表包含的一些資產及負債需要按公平值計量和／或披露。本集團的金融及非金融資產和負債的公平值計量盡可能利用市場可觀察輸入數據及數值。釐定公平值計量所使用的輸入數據乃基於於估值方法中所使用輸入數據的可觀察程度分為不同的等級（「公平值等級」）：

第一級：相同項目於活躍市場所報價格（未經調整）；

第二級：第一級輸入數據以外直接或間接可觀察輸入數據；及

第三級：不可觀察輸入數據（即無法自市場數據衍生）。

分類為上述等級的項目乃基於所使用對該項目公平值計量產生重大影響的最低等級輸入數據釐定。等級之間項目轉撥於其產生期間確認。

財務資料

本集團以公平值計量以下項目：

- 投資物業；及
- 按公平值計入其他全面收益的金融資產。

有關上述項目的公平值計量的更多詳情，請分別參見本招股章程附錄一所載會計師報告附註20及附註23。

我們於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年6月30日按第3層級計量並按公平值計入其他全面收益計量的金融資產包括對江西省贛農融資擔保有限責任公司（「江西贛農」）的未上市股權投資（前稱為江西省農業產業化龍頭企業擔保有限責任公司）。

就未上市股權投資而言，我們的董事根據所收到的專業意見，採納了以下程序：(i) 審閱相關投資協議的條款；(ii) 聘請獨立業務估值師，提供必要的財務及非財務資料，以使估值師能夠執行估值程序，並與估值師就相關假設進行討論；(iii) 仔細考慮所有資料，尤其是該等與市場無關的信息輸入數據，例如上市公司的交易倍數和因缺乏流通性而導致的折讓，而需要管理層的評估及估計；(iv) 審閱估值師編製的估值工作文件及結果。基於上述程序，我們的董事認為估值師進行的估值分析屬公平且合理，且本集團的財務報表編製屬妥當。有關未上市股權投資的公平值及相應的重大不可觀察輸入數據的詳情披露於本招股章程附錄一會計師報告附註23及附註42(b)。

有關未上市股權投資之公平值詳情，特別是公平值層級、估值技術及關鍵輸入數據（包括重大不可觀察輸入數據）、不可觀察輸入數據與公平值的關係，於本招股章程附錄一會計師報告附註23及附註42(b)披露，會計師報告乃根據香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報委聘準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具之會計師報告」發出，以就本集團於往績記錄期間的整體歷史財務資料發表意見，且申報會計師意見載於本招股章程附錄一會計師報告第I-2頁。

財務資料

獨家保薦人已進行相關盡職調查工作，包括但不限於(i)審閱本招股章程附錄一所載會計師報告中的相關說明；(ii)與本公司討論以了解(a)為該等估值所執行的程序，(b)本公司根據其外部估值師的建議所考慮的關鍵因素、估值方法及關鍵假設，及(c)本公司為審閱相關估值而採取的內部程序；(iii)審閱本公司聘請的外部估值師的專業資格及過往經驗；及(iv)與(a)本公司聘請的外部估值師及(b)申報會計師就彼等就此所執行的工作進行討論。

經考慮我們的董事及申報會計師所做的工作以及如上所述所做的相關盡職審查後，獨家保薦人並無發現任何會合理導致彼等不同意董事的意見，即本公司已遵守證監會的「企業交易及估值運用的指引」中關於分類為公平值計量第3層級的金融資產及負債的相關估值的規定。

(iii) 物業、廠房及設備以及無形資產的估計可使用年限及剩餘價值

本集團管理層釐定其物業、廠房及設備以及無形資產的估計可使用年限及剩餘價值。該估計乃基於具有類似性質及功能的物業、廠房及設備以及無形資產的實際可使用年限的過往經驗。倘可使用年限少於先前估計年限，則管理層將增加折舊或攤銷開支。管理層將撤銷或撤減已報廢或售出的技術過時或非戰略性資產。實際經濟年限可能有別於估計可使用年限；實際剩餘價值可能有別於估計剩餘價值。定期復議可能會導致可折舊或可攤銷年限及剩餘價值變化，從而導致未來時期的折舊或攤銷開支變化。

(iv) 存貨可變現淨值

本集團管理層定期復議存貨賬齡分析，並為發現的不再適合銷售的過時及滯銷存貨項目作出撥備。

財務資料

本集團於每個報告期結束時按產品逐項進行存貨檢討，並通過管理層主要依據最新發票價格及當前市場條件對相關過時及滯銷產品的可變現淨值進行估計，為過時及滯銷項目作出撥備。當存貨及售價的實際變動低於預期，可能需要對存貨進行額外的撇減。

(v) 貿易應收款項、按金和其他應收款項減值

根據香港財務報告準則第9號計量減值虧損需要作出判斷，特別是在釐定減值虧損時對未來現金流量及抵押品價值的金額及時間進行估計，以及評估自初始確認以來信貸風險的顯著增加。該等估計受多項因素影響，當中有關的變動可能導致須作出不同程度的撥備。

於每個報告日，本集團通過比較報告日與初始確認日之間於預期期限內發生違約的風險，評估自初始確認以來信用風險敞口是否有顯著增加。本集團就此考慮相關及毋須付出過度成本或努力而可用的合理及具支持理據的資料。該等資料包括定量和定性資料，還包括前瞻性分析。

(vi) 所得稅及遞延稅項

釐定所得稅撥備需要本集團對若干交易的未來稅務處理作出判斷。本集團根據現行稅收法規，仔細評估了交易的稅務影響，並相應地作出稅項撥備。此外，遞延稅項資產在將有未來應課稅溢利可用於抵銷可抵扣暫時差額的情況下予以確認。對此需要就對若干交易的稅務處理作出重大判斷，並需要就是否有足夠的未來應課稅溢利以抵銷遞延稅項資產的可能性作出估計。

財務資料

經營業績摘要

以下呈列我們於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表的摘要，摘自作為附錄一納入本招股章程的會計師報告。本節及本招股章程附錄一會計師報告所載的財務資料乃根據香港財務報告準則編製，並且猶如本集團現時結構於全部呈報年度或期間中一直存在一般呈報。

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
收入.....	297,398	282,889	341,998	145,595	166,956
銷售成本.....	(201,147)	(192,301)	(233,518)	(103,170)	(112,987)
毛利.....	96,251	90,588	108,480	42,425	53,969
其他收入.....	4,500	5,153	4,181	3,527	288
其他收益及虧損.....	1,013	3,655	3,797	1,354	266
分銷及銷售開支.....	(21,877)	(20,314)	(28,224)	(13,993)	(13,281)
行政開支.....	(20,415)	(20,504)	(23,130)	(10,347)	(13,098)
貿易及其他應收款項及 按金已確認減值虧損 撥備淨額.....	58	580	893	816	(152)
財務成本.....	(7,530)	(7,760)	(6,150)	(3,242)	(1,814)
上市開支.....	(3,738)	(4,085)	(2,003)	(1,277)	(3,456)
除所得稅開支前溢利.....	48,262	47,313	57,844	19,263	22,722
所得稅開支.....	(7,317)	(6,374)	(9,552)	(2,502)	(1,853)
年內／期間溢利.....	<u>40,945</u>	<u>40,939</u>	<u>48,292</u>	<u>16,761</u>	<u>20,869</u>
年內／期間溢利應佔份額： 本公司擁有人.....	<u>40,945</u>	<u>40,939</u>	<u>48,292</u>	<u>16,761</u>	<u>20,869</u>

對綜合損益及其他全面收益表中部分項目的描述

在2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們主要通過兩個主要銷售渠道產生收入，即(i)對超市客戶的直接銷售，約為人民幣208.1百萬元、人民幣196.0百萬元、人民幣230.8百萬元及人民幣96.9百萬元或分別佔我們總收入的70.0%、69.3%、67.5%及58.0%，以及(ii)通過超市門店的促銷專櫃進行的銷售，約為人民幣29.2百萬元、人民幣38.7百萬元、人民幣50.6百萬元及人民幣30.9百萬元，分別佔總收入的9.8%、13.7%、14.8%及18.5%。有關我們通過該等兩個銷售渠道所做銷售的詳情，請參閱本招股章程「業務 — 銷售網絡 — 零售商」一段。我們認為，某一特定超市促銷專櫃的銷售表現很大程度上取決於該超市門店的行人流量以及該超市的聲譽及其在相關時期的營銷策略等其他因素。因此，為分析我們於往績記錄期間的財務表現波動，我們已將向特定超市客戶的直接銷售連同通過該一特定超市客戶在超市門店的促銷專櫃的銷售呈列為該特定超市客戶應佔的銷售，且我們認為有關呈列在分析歷史財務表現／趨勢時將提供本集團來自某一特定超市客戶產生的收入(即直接銷售)或與之有關的收入(即通過促銷專櫃的銷售)的大致情況。因此，「來自特定客戶的銷售」一詞(如適用)既指對特定超市客戶的直接銷售，亦指通過該特定超市客戶在超市門店的促銷專櫃進行的銷售。

收入

於往績記錄期間，我們的收入主要是指(i)製造零食及乾貨食品的銷售額；及(ii)零食及乾貨食品貿易的銷售額。於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月以及2022年6個月，我們錄得總收入分別約為人民幣297.4百萬元、人民幣282.9百萬元、人民幣342.0百萬元、人民幣145.6百萬元及人民幣167.0百萬元。

財務資料

(a) 按業務模式及品牌劃分的收入

下表載列了我們於往績記錄期間按業務模式及品牌分列的收入明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	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	%
	(未經審核)									
製造										
聲耀.....	205,826	69.2	208,308	73.6	221,060	64.6	88,339	60.7	132,601	79.4
贛味坊.....	17,609	5.9	20,641	7.3	29,292	8.6	15,467	10.6	12,236	7.3
小計.....	223,435	75.1	228,949	80.9	250,352	73.2	103,806	71.3	144,837	86.7
貿易.....	73,963	24.9	53,940	19.1	91,646	26.8	41,789	28.7	22,119	13.3
	<u>297,398</u>	<u>100.0</u>	<u>282,889</u>	<u>100.0</u>	<u>341,998</u>	<u>100.0</u>	<u>145,595</u>	<u>100.0</u>	<u>166,956</u>	<u>100.0</u>

製造

於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們收入約75.1%、80.9%、73.2%及86.7%產生於我們的製造業務，我們通常從供應商處採購原材料，於自有生產設施加工原材料並包裝產品，並以自有品牌「聲耀」及「贛味坊」銷售產品。於往績記錄期間，我們主要以「聲耀」品牌銷售帶包裝乾製山珍（如黑木耳）、香菇、乾製水產品（如墨魚乾）及蔬菜和肉類零食產品，並以「贛味坊」品牌銷售蜜餞（如葡萄乾和棗乾）以及堅果。於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月，我們自有「聲耀」品牌產品的銷售額分別佔收入約69.2%、73.6%、64.6%、60.7%和79.4%，而我們自有「贛味坊」品牌的產品銷售額於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月分別佔收入約5.9%、7.3%、8.6%、10.6%及7.3%。

我們自有品牌產品的銷售為收入貢獻的份額較大，於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月分別約為75.1%、80.9%、73.2%、71.3%及86.7%。

財務資料

自有品牌產生的收入從2019年財政年度的約人民幣223.4百萬元略微增加了約人民幣5.5百萬元或2.5%至2020年財政年度的約人民幣228.9百萬元。該增加主要歸因於(i)乾製水產品銷售額增加約人民幣28.6百萬元；及(ii)零食銷售額增加約人民幣2.7百萬元，並部分被(i)穀物銷售額減少約人民幣14.3百萬元；及(ii)乾製山珍銷售額減少約人民幣10.9百萬元所抵銷。

自有品牌產品產生的收入從2020年財政年度約人民幣228.9百萬元增加約人民幣21.5百萬元或9.4%至2021年財政年度約人民幣250.4百萬元。該增加主要歸因於(i)零食銷售額增加約人民幣22.5百萬元；及(ii)穀物銷售額增加約人民幣4.9百萬元，並部分被乾製山珍銷售額減少約人民幣7.9百萬元所抵銷。

我們自有品牌產品產生的收入由2021年6個月約人民幣103.8百萬元增加約人民幣41.0百萬元或39.5%至2022年6個月約人民幣144.8百萬元。該增加主要是由於(i)零食銷售額增加約人民幣19.1百萬元；(ii)乾製水產品銷售額增加約人民幣12.0百萬元；及(iii)乾製山珍銷售額增加約人民幣6.8百萬元。

有關我們特定生產線銷售表現波動的理由，請參見本節「對綜合損益及其他全面收益表中部分項目的描述—收入—(b)按產品線劃分的收入」一段。

聲耀

我們自有品牌的蔬菜零食的增長率於2020年財政年度遠高於蔬菜零食的市場增長率，主要是由於我們於2019年底新推出麻辣味海帶系列產品以及於2020年財政年度推出泡椒味金針菇系列產品。我們採取的策略是：不斷努力創新，使我們提供的產品類型多樣化，並改進原材料、調味品和包裝的各種組合。由於我們在江西省的經營歷史悠久，董事認為我們在江西省及湖北省、湖南省、浙江省和福建省等鄰近省份的品牌知名度普遍較高，我們亦了解當地消費者的口味及偏好。利用我們與客戶A、客戶B和江西國光集團等主要超市客戶建立的關係，我們成功從該等客戶獲得新蔬菜零食的訂單，董事認為這是推動我們蔬菜零食銷售增長的關鍵推動力。2020年財政年度聲耀產品收入小幅增加約人民幣2.5百萬元或1.2%，主要是由於(i)墨魚乾銷售量增加約人民幣27百萬元，此乃由於往績記錄期間五大客戶之一的客戶B自2020年財政年度起向我們購買的墨魚乾約人民幣23.5百萬元；及(ii)董事認為，2019年財政年度下半年推出的蔬菜零食產品，例如辣味海帶系列及麻辣味脆筍系列進一步獲得了客戶讚賞，具體而言(a)辣味海帶系列

財務資料

銷售量增加約人民幣15.7百萬元；(b) 辣味金針菇系列銷售量增加約人民幣11.3百萬元；及(c) 辣味脆筍系列的銷售量增加約人民幣7.3百萬元；部分為清香蓮子的銷售量減少約人民幣47.1萬元所抵銷。就董事所深知，「聲耀」品牌產品產生的收入增加主要因為(i)消費者更傾向於購買有包裝、有品牌、質量可靠的產品，因為此類產品相比散裝或無品牌產品更易在封鎖期間送貨上門並儲存在家及(ii)銷售我們產品，尤其是墨魚乾的超市門店數量於2020年財政年度增加。

2021年財政年度「聲耀」品牌產品產生的收入從2020年財政年度的約人民幣208.3百萬元增加約人民幣12.8百萬元或6.1%至2021年財政年度的約人民幣221.1百萬元，主要歸因於2021年新推出的肉類零食銷售量為約人民幣60.7百萬元，具體是泡滷翅尖系列及烤脖系列的銷售量為約人民幣30.7百萬元；及部分為清香蓮子銷售量的減少約人民幣40.9萬元所抵銷。我們決定停止生產清香蓮子並專注於其他零食，因為我們預計(i)在中國政府徵用供應商的農田後，原材料成本會增加；及(ii)基於清香蓮子於2020年財政年度的銷量相較2019年財政年度的減少，有關產品的市場需求將會進一步下降。此外，鑑於我們推出的肉類零食的預期毛利率將高於其他產品線，因此我們決定集中生產及營銷資源，開發新型肉類零食產品。蔬菜零食的銷售額下降，主要是由於我們推廣肉類零食的策略，我們將蔬菜零食的若干生產資源分配到肉類零食。

財務資料

「聲耀」品牌產品產生的收入由2021年6個月的約人民幣88.3百萬元增加約人民幣44.3百萬元或50.2%至2022年6個月的約人民幣132.6百萬元，主要由於(i)墨魚乾銷售額增加約人民幣6.9百萬元；此乃由於2022年6個月對客戶集團A、客戶B、客戶集團C的墨魚乾的直接銷售及通過我們與客戶集團A、客戶B、客戶集團C經營促銷專櫃的墨魚乾的銷售增加，尤其是江西省，董事認為這證明我們在江西省的品牌知名度相對較高；及(ii)肉類零食的銷售額增加，尤其是(a)烤脖系列產品的銷售額增加約人民幣11.4百萬元；(b)滷鴨翅的銷售額增加約人民幣2.9百萬元；(c)泡鹵翅尖系列產品的銷售額增加約人民幣2.5百萬元；及(d)雞爪的銷售額增加約人民幣1.4百萬元，加上2021年財政年度第二季度方開始向客戶大量供應肉類零食，而這導致2022年6個月的收入相比2021年6個月大幅提高。

贛味坊

「贛味坊」品牌產品產生的收入由2019年財政年度的約人民幣17.6百萬元增加約人民幣3.0百萬元或17.0%至2020年財政年度的約人民幣20.6百萬元，主要乃由於：開心果銷售量增加約人民幣7.2百萬元。就董事所悉知，該等增加主要由於客戶集團A及客戶B在超市相關時間開展推廣活動，比如店內廣告及在視線水平貨架上擺放開心果。這部分被核桃及葡萄乾銷售量減少約人民幣3.2百萬元所抵銷。

「贛味坊」品牌產品產生的收入由2020年財政年度的約人民幣20.6百萬元增加約人民幣8.7百萬元或42.2%至2021年財政年度的約人民幣29.3百萬元，主要乃由於：(i)夏威夷果銷售量增加約人民幣2.9百萬元；(ii)五香西瓜子銷售量增加約人民幣1.4百萬元；及(iii)核桃銷售量增加約人民幣0.9百萬元。就董事所悉知，該等增加主要由於(i)2021年財政年度向部分超市客戶折價銷售；及(ii)COVID-19疫情緩解，超市客流量上升。

「贛味坊」品牌產品產生的收入由2021年6個月的約人民幣15.5百萬元減少約人民幣3.3百萬元或21.3%至2022年6個月的約人民幣12.2百萬元，主要由於(i)開心果銷售額減少約人民幣2.1百萬元；及(ii)夏威夷果銷售額減少約人民幣0.9百萬元。

財務資料

下表載列了於往績記錄期間自有品牌的零食產品按類型劃分的收入明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	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	%
							(未經審核)			
蔬菜.....	10,938	9.4	54,838	45.9	50,781	35.8	18,861	34.4	21,456	29.0
肉類.....	—	—	—	—	60,668	42.7	19,862	36.2	38,481	52.0
堅果、穀物										
及蜜餞.....	<u>105,814</u>	<u>90.6</u>	<u>64,657</u>	<u>54.1</u>	<u>30,524</u>	<u>21.5</u>	<u>16,160</u>	<u>29.4</u>	<u>14,053</u>	<u>19.0</u>
	<u>116,752</u>	<u>100.0</u>	<u>119,495</u>	<u>100.0</u>	<u>141,973</u>	<u>100.0</u>	<u>54,883</u>	<u>100.0</u>	<u>73,990</u>	<u>100.0</u>

我們自有品牌的零食收入呈增長趨勢，從2019年財政年度的約人民幣116.8百萬元到2020年財政年度的約人民幣119.5百萬元，並進一步增加到2021年財政年度的人民幣142.0百萬元。我們自有品牌的零食產生的收入由2021年6個月的約人民幣54.9百萬元增加至2022年6個月的約人民幣74.0百萬元。

蔬菜零食

我們的蔬菜零食於2020年財政年度產生的收入增加了約人民幣43.9百萬元或4倍以上，主要乃由於(i)辣味海帶系列的銷售額增加約人民幣15.7萬元；(ii)辣味金針菇系列的銷售額增加約人民幣11.3百萬元；(iii)辣味脆筍系列的銷售額增加約人民幣7.3百萬元；及(iv)麻辣藕片的銷售額增加約人民幣2.5百萬元。該等產品於2019年底或2020年推出，因此有助於增加蔬菜零食的銷售收入。此外，2020年財政年度我們蔬菜零食產生的收入增加主要歸因於向中國郵政的蔬菜零食銷售額增加約人民幣5.9百萬元，其中包括(i)香辣脆筍系列產品的銷售額增加約人民幣2.6百萬元；及(ii)麻辣味海帶系列產品銷售額增加約人民幣2.4百萬元。就董事所悉知，中國郵政集團購買我們的蔬菜零食用作僱員福利。

財務資料

蔬菜零食產生的收入從2020年財政年度的約人民幣54.8百萬元略微下降約人民幣4.0百萬元或7.3%至2021年財政年度的約人民幣50.8百萬元。該下降主要由於來自中國郵政集團的銷售訂單減少所致，董事認為，此乃由於中國郵政集團所在行業競爭激烈，中國郵政集團暫停向僱員提供福利產品所致。

我們蔬菜零食產生的收入由2021年6個月約人民幣18.9百萬元增加約人民幣2.6百萬元或13.8%至2022年6個月約人民幣21.5百萬元。該增加主要是由於(i)麻辣味海帶系列產品銷售額增加約人民幣1.4百萬元；(ii)香辣脆筍系列產品的銷售額增加約人民幣0.7百萬元；及(iii)泡椒味金針菇系列產品銷售額增加約人民幣0.2百萬元。董事認為，銷售量增長乃由於我們不斷努力推廣我們的產品，特別是相關期間，我們的價格戰略較競爭對手更具競爭力。

肉類零食

我們於2021年首次推出肉類零食，於2021年財政年度錄得收入約人民幣60.7百萬元，主要歸因於(i)對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售約人民幣39.8百萬元，其中(其中包括)烤脖系列產品銷售額約為人民幣12.2百萬元及泡鹵翅尖系列產品銷售額約為人民幣8.8百萬元；及(ii)對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售約人民幣5.1百萬元，其中包括烤脖系列產品銷售額約為人民幣2.0百萬元及泡鹵翅尖系列產品銷售額約為人民幣1.4百萬元。

我們自有品牌的肉類零食產生的收入於2022年6個月增加約人民幣18.6百萬元或93.5%，增加主要由於(i)烤脖系列銷售額增加約人民幣11.4百萬元；(ii)滷鴨翅銷售額增加約人民幣2.9百萬元；及(iii)雞爪銷售額增加約人民幣1.4百萬元。由於肉類零食於2021年財政年度首次推出，特別是在2021年財政年度第一季度，客戶的批發供應乃於2021年財政年度第二季度開始，而這導致2022年6個月的收入相比2021年6個月大幅提高。

財務資料

堅果、穀物及蜜餞

自有品牌的堅果、穀物及蜜餞產品的收入於2019年財政年度約人民幣105.8百萬元降低約人民幣41.1百萬元或38.8%至2020年財政年度約人民幣64.7百萬元，主要由於清香蓮子銷售額減少約人民幣47.1百萬元，特別是對客戶集團A的清香蓮子的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的清香蓮子的銷售減少並部分被開心果銷售額增加約人民幣9.0百萬元所抵銷。

然而，2021年財政年度，我們的自有品牌的堅果、穀物及蜜餞產品產生的收入減少了約人民幣34.2百萬元或52.9%，主要乃由於我們已停產及銷售的清香蓮子的銷售額減少約人民幣40.9百萬元，部分為(i)夏威夷果的銷售額增加約人民幣2.8百萬元；(ii)西瓜子的銷售額增加約人民幣1.3百萬元；及(iii)核桃銷售額增加約人民幣0.7百萬元所抵銷。就董事所悉知，該等增加主要由於(i)2021年財政年度向部分超市客戶折價銷售；及(ii) COVID-19疫情緩解，超市客流量上升。

自有品牌的堅果、穀物及蜜餞產品的收入由2021年6個月約人民幣16.2百萬元減少約人民幣2.1百萬元或13.0%至2022年6個月約人民幣14.1百萬元。該減少主要由於開心果銷售額減少約人民幣2.1百萬元所致。

貿易

於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們的收入中分別約24.9%、19.1%、26.8%及13.3%產生自我們的貿易業務。我們的貿易業務通過多樣化我們的產品和品牌組合來補充我們的製造業務，以更好地滿足客戶的需求。在貿易業務模式下，我們從第三方供應商處採購我們不生產的食品，例如餅乾、果凍和龜苓膏，然後轉售給我們的客戶。

我們貿易業務產生的收入從2019年財政年度的約人民幣74.0百萬元減少約人民幣20.1百萬元或27.2%到2020年財政年度的約人民幣53.9百萬元。該減少主要歸因於乾製水產品及乾製山珍的銷售額分別減少約人民幣22.3百萬元及人民幣5.5百萬元所致；部分被零食及穀物的銷售額分別增加約人民幣6.3百萬元及人民幣3.4百萬元所抵銷。就董事

財務資料

所悉知，乾製水產品銷量下降主要由於消費者更傾向於購買有包裝、有品牌、質量可靠的產品，因為此類產品相比散裝或無品牌產品更易在封鎖期間送貨上門並儲存於家中。

貿易業務產生的收入由2020年財政年度約人民幣53.9百萬元增加約人民幣37.7百萬元或70.0%至2021年財政年度的人民幣91.6百萬元。該增長主要歸因於乾製山珍及零食銷售額分別增加約人民幣24.9百萬元及人民幣11.2百萬元，並部分由穀物銷售額減少約人民幣1.5百萬元所抵銷。就董事所悉知，乾製山珍及零食銷量增加，主要由於COVID-19疫情緩解，超市客流量上升，因此超市客戶銷售訂單增長。

貿易業務產生的收入於2022年6個月減少約人民幣19.7百萬元或約47.1%，從2021年6個月的約人民幣41.8百萬元降低至2022年6個月的人民幣22.1百萬元。該減少主要由於零食銷售額減少約人民幣15.4百萬元。董事認為，我們貿易業務產生的收入，與我們優先推廣及銷售自有品牌產品，以及把貿易業務定位為製造業務的補充的業務戰略相符合。

(b) 按產品線劃分的收入

下表載列了我們於往績記錄期間按產品線分列的收入明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	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	%
	(未經審核)									
零食.....	128,419	43.2	137,426	48.6	171,059	50.0	73,733	50.6	77,467	46.4
乾製山珍.....	86,800	29.2	70,454	24.9	87,410	25.6	37,375	25.7	50,471	30.2
乾製水產品.....	46,716	15.7	52,965	18.7	59,002	17.3	22,712	15.6	29,299	17.6
穀物.....	28,791	9.7	17,899	6.3	21,358	6.2	10,501	7.2	8,188	4.9
調味料及其他.....	6,672	2.2	4,145	1.5	3,169	0.9	1,274	0.9	1,531	0.9
總計.....	<u>297,398</u>	<u>100.0</u>	<u>282,889</u>	<u>100.0</u>	<u>341,998</u>	<u>100.0</u>	<u>145,595</u>	<u>100.0</u>	<u>166,956</u>	<u>100.0</u>

財務資料

下表載列了我們產品於往績記錄期間的銷售量(以噸計)及每公斤平均售價明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	每公斤		每公斤		每公斤		每公斤		每公斤	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
	(噸)	(人民幣)	(噸)	(人民幣)	(噸)	(人民幣)	(噸)	(人民幣)	(噸)	(人民幣)
零食.....	2,308	55.6	3,369	40.8	4,046	42.3	1,796	41.1	1,948	39.8
乾製山珍.....	1,281	67.8	1,127	62.5	1,098	79.6	469	79.7	603	83.8
乾製水產品.....	392	119.2	379	139.7	426	138.5	186	122.1	210	139.5
穀物.....	3,510	8.2	1,546	11.6	1,754	12.2	891	11.8	646	12.7
調味料及其他.....	514	13.0	343	12.1	314	10.1	125	10.2	146	10.5
總計.....	<u>8,005</u>	不適用	<u>6,764</u>	不適用	<u>7,638</u>	不適用	<u>3,467</u>	不適用	<u>3,553</u>	不適用

於往績記錄期間，超市及促銷專櫃的銷售額佔我們總收入較大比例。董事認為，不同產品線的產品銷售波動主要由於(i)客戶集團A、客戶B及江西國光集團等主要超市客戶的超市門店所在市場及我們營運促銷專櫃所在市場，消費者對本地市場特定產品的偏好發生變化；(ii)我們的超市客戶對特定產品的營銷和促銷策略；及(iii)受成本上升或促銷個別毛利率相對較高產品影響，我們做出商業決策，策略性減少訂單或停止銷售特定產品。

零食

於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，零食的銷售額佔收入的最大佔比，分別約佔43.2%、48.6%、50.0%及46.4%。

零食產生的收入由2019年財政年度約人民幣128.4百萬元增加約人民幣9.0百萬元或7.0%至2020年財政年度約人民幣137.4百萬元。零食銷售量由2019年財政年度約2,308噸增加約1,061噸或46.0%至2020年財政年度約3,369噸，主要由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)(i)麻辣味海帶系列產品銷售量增加約463噸；(ii)泡椒味金針菇系列產品銷售量增加約275噸；及(iii)香辣脆筍系列產品銷售量增加約203噸。然而，我們零食的平均售價由2019年財政年度約每公斤人民幣55.6元減少至2020年財政年度的每公斤人民幣40.8元，主要由於(i)辣味海帶系列(於

財務資料

2019年末推出)的銷量增加，其平均售價相對較低，約為每公斤人民幣25.6元；(ii)2020年財政年度推出我們全新辣味金針菇系列，其平均售價相對較低，約為每公斤人民幣39.8元；及(iii)2020年財政年度消費下滑導致清香蓮子銷量減少(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣77.1元)。一般而言，我們的蔬菜零食平均售價比堅果產品更低，因為蔬菜零食原材料成本普遍低於堅果。

零食產生的收入從2020年財政年度的約人民幣137.4百萬元進一步增加約人民幣33.7百萬元或24.5%到2021年財政年度的約人民幣171.1百萬元。零食銷售量由2020年財政年度約3,369噸增加約677噸或20.1%至2021年財政年度約4,046噸，主要由於(i)對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)(a)開心果銷售量增加約105噸；(b)烤脖系列產品銷售量增加約35噸；及(c)泡鹵翅尖系列產品銷售量增加約25噸；及(ii)對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)(a)烤脖系列產品銷售量增加約158噸；及(b)泡鹵翅尖系列產品銷售量增加約117噸，特別是，利用我們與客戶集團A的穩固關係，以及向其超市賣場供應乾製食品和零食的往績記錄，客戶集團A進一步為其在四川省的超市門店訂購我們自有品牌的蔬菜及肉類零食，而董事認為，我們自有品牌零食的辛辣口味符合當地消費者的口味及喜好。此外，零食的平均售價從2020年財政年度的約每公斤人民幣40.8元增加至2021年財政年度的約每公斤人民幣42.3元，此乃以下各項的淨影響所致：(i)2021年財政年度推出新的肉類產品，特別是鹵翅尖系列及烤脖系列，平均售價相對較高，分別約為每公斤人民幣66.0元及每公斤人民幣47.8元；及(ii)我們於2021年財政年度停產的清香蓮子銷量下降，平均售價較高，約為每公斤人民幣77.1元。

零食產生的收入由2021年6個月約人民幣73.7百萬元增加約人民幣3.8百萬元或5.2%至2022年6個月約人民幣77.5百萬元。零食銷售量由2021年6個月約1,796噸增加約152噸或8.5%至2022年6個月約1,948噸，主要由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)(i)麻辣味海帶系列產品銷售量增加約59噸；(ii)滷鴨翅銷售量增加約47噸；(iii)烤脖系列產品銷售量增加約33噸；及(iv)泡鹵翅尖

財務資料

系列產品銷售量增加約26噸。然而，平均售價由2021年6個月約每公斤人民幣41.1減少至2022年6個月約每公斤人民幣39.8元，為以下各項的淨影響：(i)烤脖銷量增加(平均售價相對較低，約為每公斤人民幣34.8元)；(ii)麻辣味海帶系列產品銷量增加(平均售價相對較低，約為每公斤人民幣28.4元)；及(iii)泡椒味金針菇系列產品銷量增加(平均售價約為每公斤人民幣39.5元)。

乾製山珍

於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，乾製山珍的銷售額為佔收入的第二大份額，分別約佔29.2%、24.9%、25.6%及30.2%。

乾製山珍產生的收入從2019年財政年度的約人民幣86.8百萬元減少約人民幣16.3百萬元或18.8%至2020年財政年度的約人民幣70.5百萬元。乾製山珍銷售量維持相對穩定，於2019年財政年度及2020年財政年度分別約為1,281噸及1,127噸。然而，乾製山珍的平均售價由2019年財政年度的每公斤約人民幣67.8元減少至2020年財政年度的每公斤約人民幣62.5元，此乃主要由於：(i)黑木耳銷量下降(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣80.9元)；(ii)香菇銷量下降(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣95.8元)；(iii)茶樹菇銷量下降(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣123.0元)；及(iv)竹筍罐頭銷量增加(平均售價相對較低，約為每公斤人民幣21.3元)。

我們的乾製山珍銷量由2020年財政年度約人民幣70.5百萬元增加約人民幣16.9百萬元或24.0%，至2021年財政年度約人民幣87.4百萬元。乾製山珍銷售量維持相對穩定，於2020年財政年度及2021年財政年度分別約為1,127噸及1,098噸。然而，乾製山珍的平均售價由2020年財政年度約每公斤人民幣62.5元增至2021年財政年度約每公斤人民幣79.6元，主要因為(i)蓮子銷量(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣88.9元)增加；及(ii)我們於2021年財政年度並無收到竹筍罐頭訂單，此產品平均售價在乾製山珍中相對較低。

財務資料

乾製山珍銷售額由2021年6個月約人民幣37.4百萬元增加約人民幣13.1百萬元或35.0%至2022年6個月約人民幣50.5百萬元。乾製山珍銷售量由2021年6個月約469噸增加約134噸或28.6%至2022年6個月約603噸，主要由於自客戶B的銷售訂單增加，其中(其中包括)(i)蓮子銷售量增加約72噸；(ii)黑木耳銷售量增加約54噸；及(iii)香菇銷售量增加約29噸。此外，乾製山珍平均售價由2021年6個月約每公斤人民幣79.7元增加至2022年6個月約每公斤人民幣83.8元，主要因為(i)黑木耳銷量增加(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣87.4元)；及(ii)蓮子銷量增加(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣83.2元)。

乾製水產品

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，乾製水產品銷售額約佔收入的15.7%、18.7%、17.3%及17.6%。

我們乾製水產品產生的收入由2019年財政年度約人民幣46.7百萬元增加約人民幣6.3百萬元或13.5%至2020年財政年度約人民幣53.0百萬元。乾製水產品銷售量維持相對穩定，於2019年財政年度及2020年財政年度分別約為392噸及379噸。然而，乾製水產品的平均售價亦由2019年財政年度約每公斤人民幣119.2元增至2020年財政年度每公斤人民幣139.7元，主要歸因於：(i)墨魚乾產品銷量增加(平均售價較高，為每公斤人民幣169.5元)；及(ii)海帶銷量減少(平均售價較低，約為每公斤人民幣30.3元)。

乾製水產品的銷售額由2020年財政年度約人民幣53.0百萬元增加約人民幣6.0百萬元或11.3%至2021年財政年度約人民幣59.0百萬元。就董事所深知，乾製水產品產生的收入增加主要因為(i)由於COVID-19疫情，客戶更注重健康，且水產品具備相對較高的營養價值和低卡路里及(ii)自2020年財政年度以來，銷售我們產品(尤其是墨魚乾)的超市門店數量有所增加。乾製水產品銷售量由2020年財政年度約379噸略微增加約47噸或12.4%至2021年財政年度約426噸，主要由於對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C

財務資料

經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)(i)墨魚乾銷售量增加約20噸；及(ii)蝦皮銷售量增加約18噸。同時，乾製水產品平均售價維持相對穩定，於2020年財政年度及2021年財政年度分別約為每公斤人民幣139.7元及每公斤人民幣138.5元。

乾製水產品銷售額由2021年6個月約人民幣22.7百萬元增加約人民幣6.6百萬元或29.1%至2022年6個月約人民幣29.3百萬元。乾製水產品銷售量由2021年6個月約186噸增加約24噸或12.9%至2022年6個月約210噸，主要由於(i)對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)墨魚乾銷售量增加約12噸；及(ii)對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售增加，其中(其中包括)墨魚乾銷售量增加約12噸。此外，我們的平均售價由2021年6個月約每公斤人民幣122.1元增加至2022年6個月約每公斤人民幣139.5元，該增加主要因為(i)墨魚乾銷量增加(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣172.1元)；及(ii)銀魚乾銷量增加(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣276.0元)。

穀物

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，穀物銷售額分別約佔收入的9.7%、6.3%、6.2%及4.9%。

穀物銷售額從2019年財政年度的約人民幣28.8百萬元減少約人民幣10.9百萬元或37.8%至2020年財政年度的約人民幣17.9百萬元，穀物銷售量從2019年財政年度的約3,510噸減少約1,964噸或56.0%至2020年財政年度的約1,546噸。該銷售量下降主要乃由於對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售減少，其中大米銷量減少約1,484噸，然而，穀物的平均售價由2019年財政年度的每公斤約人民幣8.2元增加至2020年財政年度的每公斤人民幣11.6元。該平均售價增長主要乃由於大米銷量下降(平均售價相對較低，約為每公斤人民幣6.0元)，部分為綠豆銷量下降(平均售價相對較高，約為每公斤人民幣14.4元)所抵銷。

穀物產生的收入從2020年財政年度的約人民幣17.9百萬元增加約人民幣3.5百萬元或19.6%至2021年財政年度的約人民幣21.4百萬元。穀物銷售量由2020年財政年度約1,546噸小幅增加約208噸或13.5%至2021年財政年度約1,754噸，主要由於來自客戶B的銷售訂單

財務資料

增加，其中包括綠豆銷量增加約105噸。然而，我們的平均售價由2020年財政年度的每公斤約人民幣11.6元增加至2021年財政年度的每公斤約人民幣12.2元。增加主要是由於綠豆銷售額回升(平均售價相對較高，約每公斤人民幣14.2元)。

穀物產生的收入由2021年6個月約人民幣10.5百萬元減少約人民幣2.3百萬元或22.0%至2022年6個月約人民幣8.2百萬元。穀物銷售量由2021年6個月約891噸減少約245噸或27.5%至2022年6個月約646噸，主要由於自客戶B的銷售訂單減少，其中(其中包括)(i)小米銷售量減少約109噸；及(ii)大米銷售量減少約100噸。然而，平均售價由2021年6個月約每公斤人民幣11.8元增加至2022年6個月約每公斤人民幣12.7元，主要因為大米銷量減少(平均售價相對較低，約為每公斤人民幣5.6元)。

調味料及其他

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們的調味品及其他的銷售額分別佔我們收入約2.2%、1.5%、0.9%及0.9%。

調味品及其他產生的收入由2019年財政年度約人民幣6.7百萬元減少約人民幣2.6百萬元或38.8%至2020年財政年度約人民幣4.1百萬元，並於2021年財政年度進一步減少至約人民幣3.2百萬元。調味料及其他銷量由2019年財政年度約514噸下降約171噸或33.3%至2020年財政年度約343噸，主要由於來自客戶B的銷售訂單減少，其中(其中包括)白糖銷量減少約100噸。2021年財政年度調味料及其他銷量保持相對穩定，約為314噸。然而，調味品及其他平均售價由2019年財政年度的每公斤約人民幣13.0元降至2020年財政年度的每公斤約人民幣12.1元，於2021年財政年度再降至每公斤約人民幣10.1元。該等下降趨勢基本符合食用油的平均售價由2019年財政年度每公斤約人民幣84.4元下降到2020年財政年度每公斤約人民幣20.5元及進一步減少至2021年財政年度每公斤約人民幣15.9元。

調味品及其他產品產生的收入維持相對穩定，於2021年6個月及2022年6個月分別約為人民幣1.3百萬元及人民幣1.5百萬元，而平均售價亦維持相對穩定，於2021年6個月及2022年6個月分別約為每公斤人民幣10.2元及每公斤人民幣10.5元。

財務資料

(c) 按交付目的地劃分的收入

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	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	%
							(未經審核)			
江西省.....	191,407	64.4	166,996	59.0	184,791	54.0	78,897	54.2	85,575	51.3
湖北省.....	32,341	10.9	74,884	26.5	32,434	9.5	15,725	10.8	8,204	4.9
浙江省.....	13,649	4.6	6,998	2.5	12,822	3.7	7,603	5.2	14,036	8.4
四川省(包括重慶)....	28	0.0	8,143	2.9	74,071	21.7	25,309	17.4	39,430	23.6
湖南省.....	31,542	10.6	11,922	4.2	12,150	3.6	6,291	4.3	9,041	5.4
福建省.....	7,516	2.5	5,815	2.1	10,709	3.1	5,518	3.8	4,620	2.8
陝西省.....	5,128	1.7	3,629	1.3	4,324	1.3	1,922	1.3	1,375	0.8
安徽省.....	1,277	0.4	463	0.2	1,024	0.3	355	0.2	411	0.2
山東省.....	—	—	130	0.0	1,119	0.3	400	0.3	663	0.4
廣東省.....	1	0.0	86	0.0	1,699	0.5	444	0.3	1,094	0.7
江蘇省.....	3,825	1.3	2,172	0.8	341	0.1	253	0.2	121	0.1
其他省份、自治區及 直轄市(附註).....	10,684	3.6	1,651	0.5	6,514	1.9	2,878	2.0	2,386	1.4
總計.....	<u>297,398</u>	<u>100.0</u>	<u>282,889</u>	<u>100.0</u>	<u>341,998</u>	<u>100.0</u>	<u>145,595</u>	<u>100.0</u>	<u>166,956</u>	<u>100.0</u>

附註：其他省份、自治區及直轄市包括河北省、內蒙古自治區、山西省、遼寧省、河南省、寧夏回族自治區、甘肅省、吉林省、青海省、黑龍江省、廣西壯族自治區、貴州省、新疆維吾爾自治區、雲南省、海南省、北京及上海。

於往績記錄期間，我們按交付目的地劃分的收入波動主要是由於根據我們超市客戶指示改變交付地點，而就董事所深知，我們超市客戶所作指示乃依據其採購策略、特定門店的銷售表現、特定省份和特定時間點的供應鏈和物流安排，以及產品推廣計劃和銷售活動。

江西省

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們對江西省的銷售額佔收入的最大份額，分別約佔64.4%、59.0%、54.0%及51.3%。

財務資料

我們對江西省的銷售額從2019年財政年度的約人民幣191.4百萬元減少約人民幣24.4百萬元或12.7%至2020年財政年度的約人民幣167.0百萬元。該減少主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售減少約人民幣28.0百萬元。於2020年財政年度，由於湖北省武漢市爆發COVID-19疫情，大量農貿市場、雜貨店和便利店關閉，客戶集團A是一家大型連鎖超市，在封鎖期間擔任主要雜貨供應商之一，為當地居民提供食品和日用品。為確保湖北省的供應充足，客戶集團A還要求本集團增加對湖北省的交付，同時減少對江西省及其他省份超市門店的交付。

我們對江西省的銷售額從2020年財政年度的約人民幣167.0百萬元增加約人民幣17.8百萬元或10.7%至2021年財政年度的約人民幣184.8百萬元。該增加主要是由於對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售增加約人民幣13.8百萬元，其中(其中包括)(i)開心果的銷售額增加約人民幣3.5百萬元；(ii)烤脖系列產品的銷售額增加約人民幣2.0百萬元；及(iii)泡鹵翅尖系列產品銷售額增加約人民幣1.4百萬元。

我們對江西省的銷售額從2021年6個月的約人民幣78.9百萬元增加約人民幣6.7百萬元或8.5%至2022年6個月的約人民幣85.6百萬元。該增加主要是由於向客戶B的銷售增加約人民幣9.4百萬元，其中(其中包括)(i)蓮子的銷售額增加約人民幣5.6百萬元，及(ii)黑木耳的銷售額增加約人民幣4.2百萬元，並部分被對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售減少約人民幣1.6百萬元所抵銷。

湖北省

我們對湖北省的銷售額從2019年財政年度的約人民幣32.3百萬元增加約人民幣42.6百萬元或131.9%至2020年財政年度的約人民幣74.9百萬元。該增加主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加約人民幣46.0百萬元，其中(其中包括)(i)麻辣味海帶系列產品的銷售額增加約人民幣13.0百萬元；(ii)香辣脆筍

財務資料

系列產品的銷售額增加約人民幣12.1百萬元；及(iii)泡椒味金針菇系列產品的銷售額增加約人民幣10.9百萬元。在2020財年，由於COVID-19疫情爆發，為確保對湖北省的供應充足，客戶集團A要求本集團增加對湖北省的交付，同時減少對其他省份超市門店的交付。

我們對湖北省的銷售額從2020年財政年度的約人民幣74.9百萬元減少約人民幣42.5百萬元或56.7%至2021年財政年度的約人民幣32.4百萬元。該減少主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售減少約人民幣43.0百萬元，其中(其中包括)(i)清香蓮子銷售額減少約人民幣21.4百萬元；(ii)香辣脆筍系列產品的銷售額減少約人民幣14.9百萬元；及(iii)麻辣味海帶系列產品銷售額減少約人民幣13.0百萬元。隨著湖北省疫情穩定，本集團對客戶集團A位於湖北省超市門店的交付量大幅減少，而對其江西省及陝西省超市門店的交付量則有所增加。

我們對湖北省的銷售額從2021年6個月的約人民幣15.7百萬元減少約人民幣7.5百萬元或47.8%至2022年6個月的約人民幣8.2百萬元。該減少主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售減少約人民幣7.4百萬元，其中(其中包括)蓮子的銷售額減少約人民幣6.4百萬元。

浙江省

我們對浙江省的銷售額從2019年財政年度的約人民幣13.6百萬元減少約人民幣6.6百萬元或48.5%至2020年財政年度的約人民幣7.0百萬元。該減少主要是由於對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售減少約人民幣6.0百萬元，其中(其中包括)大米的銷售額減少約人民幣7.0百萬元。

我們對浙江省的銷售額從2020年財政年度的約人民幣7.0百萬元增加約人民幣5.8百萬元或82.9%至2021年財政年度的約人民幣12.8百萬元。該增加主要是由於若干客戶(包括客戶集團C)應佔開心果的銷售額增加約人民幣3.2百萬元。

我們對浙江省的銷售額從2021年6個月的約人民幣7.6百萬元增加約人民幣6.4百萬元或84.2%至2022年6個月的約人民幣14.0百萬元。該增長主要是由於向寧波海曙(自2021年以來的新非超市客戶，亦為2022年6個月五大客戶之一)的銷售訂單增加約人民幣11.0百

財務資料

萬元，其中(其中包括)(i)烤脖系列增加約人民幣6.1百萬元；及(ii)蓮子銷售增長約人民幣4.0百萬元，部分被對客戶集團C的直接銷售及通過我們與客戶集團C經營促銷專櫃的銷售下降約人民幣6.9百萬元所抵消，其中包括(i)開心果銷量減少約人民幣2.5百萬元；(ii)黑木耳銷量減少約人民幣1.1百萬元；及(iii)乾蘑菇銷量減少約人民幣1.0百萬元。

四川省(含重慶)

我們利用與客戶集團A建立的關係，成功從其四川省(包括重慶)的門店獲得堅果和餅乾等零食產品的訂單，以及麻辣蔬菜及肉類零食，董事認為，我們零食的辣味符合當地消費者的口味和喜好，因此四川省(包括重慶)於往績記錄期間銷量呈上升趨勢。

我們對四川省(含重慶)的銷售額從2019年財政年度的約人民幣28,000元大幅增加到2020年財政年度的約人民幣8.1百萬元。該增加主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加約人民幣8.1百萬元，其中(其中包括)開心果的銷售額增加約人民幣4.5百萬元。

我們對四川省(含重慶)的銷售額從2020年財政年度的約人民幣8.1百萬元大幅增加到2021年財政年度的約人民幣74.1百萬元。該增加主要是由於對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加約人民幣64.7百萬元，其中(其中包括)(i)香辣脆筍系列產品的銷售額增加約人民幣18.4百萬元；(ii)泡椒味金針菇系列產品的銷售額增加約人民幣13.9百萬元；及(iii)麻辣味海帶系列產品的銷售額增加約人民幣13.0百萬元。

我們對四川省(含重慶)的銷售額從2021年6個月的約人民幣25.3百萬元增加約人民幣14.1百萬元或55.7%至2022年6個月的約人民幣39.4百萬元。該增長主要是由於(i)對客戶集團A的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的銷售增加約人民幣14.0百萬元，其中(其中包括)(i)蓮子的銷售額增加約人民幣6.4百萬元；(ii)麻辣味海帶系列產品的銷售額增加約人民幣1.6百萬元；(iii)滷鴨翅的銷售額增加約人民幣1.5百萬元；及(iv)烤脖系列產品增加約人民幣1.3百萬元。

財務資料

湖南省

我們對湖南省的銷售額從2019年財政年度的約人民幣31.5百萬元減少約人民幣19.6百萬元或62.2%至2020年財政年度的約人民幣11.9百萬元。該減少主要是由於對客戶集團A的清香蓮子的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的清香蓮子的銷售減少約人民幣19.0百萬元。

我們對湖南省的銷售額維持相對穩定，於2020年財政年度及2021年財政年度分別約為人民幣11.9百萬元及人民幣12.2百萬元。

我們對湖南省的銷售額從2021年6個月的約人民幣6.3百萬元增加約人民幣2.7百萬元或42.9%至2022年6個月的約人民幣9.0百萬元。該增加主要是由於對客戶集團A的開心果的直接銷售及通過我們與客戶集團A經營促銷專櫃的開心果的銷售增加約人民幣1.8百萬元。

(d) 按銷售渠道劃分的收入

下表載列了我們於往績記錄期間按銷售渠道分列的收入明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	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	%
	<i>(未經審核)</i>									
零售商										
超市.....	208,097	70.0	196,040	69.3	230,751	67.5	92,531	63.6	96,903	58.0
雜貨店.....	1,588	0.5	1,935	0.7	6,604	1.9	2,537	1.7	4,134	2.5
小計.....	209,685	70.5	197,975	70.0	237,355	69.4	95,068	65.3	101,037	60.5
公司客戶.....	57,215	19.2	42,251	14.9	51,261	15.0	22,376	15.4	34,964	21.0
促銷櫃檯.....	29,198	9.8	38,697	13.7	50,559	14.8	25,865	17.8	30,918	18.5
電商.....	841	0.3	3,944	1.4	2,728	0.8	2,190	1.5	37	0.0
其他(附註).....	459	0.2	22	0.0	95	0.0	96	0.0	—	不適用
總計.....	<u>297,398</u>	<u>100.0</u>	<u>282,889</u>	<u>100.0</u>	<u>341,998</u>	<u>100.0</u>	<u>145,595</u>	<u>100.0</u>	<u>166,956</u>	<u>100.0</u>

附註：其他主要是指向個人客戶的直接銷售(據董事所悉，彼等購買我們的產品供自行消費)。

零售商

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們對零售商的銷售額佔收入的最大份額，分別約佔70.5%、70.0%、69.4%及60.5%。

超市

我們對超市的銷售額從2019年財政年度的約人民幣208.1百萬元減少至2020年財政年度的約人民幣196.0百萬元。該減少主要歸因於(i)對客戶集團C的直接銷售減少約人民幣5.0百萬元，其中銷售已轉為促銷專櫃銷售；及(ii)對客戶B的穀物直接銷售減少約人民幣6.0百萬元。

2021年財政年度，我們對超市的銷售額增加約人民幣34.8百萬元或17.8%。該增長主要歸因於我們新推出的零食對客戶集團A的直接銷售增加了約人民幣39.8百萬元。就董事所深知，該增長主要由於(i)於2021年財政年度向若干超市客戶折價銷售；及(ii) COVID-19疫情緩解後，超市客流量增加。

超市銷售額由2021年6個月的約人民幣92.5百萬元增加約人民幣4.4百萬元或4.8%至2022年6個月的約人民幣96.9百萬元。該增加主要由於向客戶集團A(主要向四川省(包括重慶市))的直接銷售增加約人民幣5.7百萬元。董事認為，我們零食的辣味符合當地消費者的口味和喜好，因此相應的銷量訂單增加。

非零售商

企業客戶

2020年財政年度，我們對企業客戶的銷售額減少約人民幣14.9百萬元或26.0%，該減少主要歸因於對小型企業客戶的銷售額減少，據董事所深知，該等小型企業客戶未能在COVID-19疫情導致的經濟下行中倖存。

2021年財政年度，我們對企業客戶的銷售額增加約人民幣9.0百萬元或21.3%，該增長主要歸因於墨魚乾銷量上升帶動乾製水產品銷量於2021年財政年度增加約人民幣5.6百萬元。

財務資料

企業客戶銷售額於2022年6個月增加約人民幣12.6百萬元或56.3%。該增加主要由於烤脖系列產品銷售額由2021年6個月的約人民幣0.7百萬元增加約人民幣8.3百萬元至2022年6個月的約人民幣9.1百萬元。

就董事所深知，於2021年財政年度及2022年6個月對企業客戶的銷售額增加主要歸因於(i)鑒於COVID-19救濟，商業界贈送禮品增加；(ii)於2021年財政年度新推出肉類零食；及(iii)於有關年度／期間公司客戶數量的增長。

促銷專櫃

我們於促銷專櫃的銷售額從2019年財政年度的約人民幣29.2百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣38.7百萬元。該增長主要歸因於(i)如下所述，與客戶集團C相關的銷售額從向超市直接銷售轉入約人民幣5.0百萬元；(ii)客戶集團A門店內經營的促銷專櫃產生的收入增加約人民幣4.5百萬元，董事認為該增加主要因為客戶集團A曾為堅果產品推出若干營銷活動；及(iii)總體而言，本集團的整體促銷專櫃數量從2019年財政年度94個增至2020年財政年度120個。於2020年財政年度，銷售代表及促銷員的人數相比2019年財政年度有所減少，該減少主要由於本集團於2019年財政年度招聘更多促銷員，推廣我們的新零食產品，包括清香蓮子、麻辣味脆筍系列及麻辣味海帶系列，此類產品當時為新產品類別，且本集團認為，重要的是投入更多營銷資源來發展及推廣新產品類別，從而促進本集團長遠發展。於2020年財政年度，由於消費者更為熟悉我們的品牌及零食產品，我們逐步減少了全職促銷員的人數並不再需要臨時促銷員。因此，儘管於2020年財政年度，本集團整體銷售代表及促銷員人數降低，我們的促銷專櫃銷量因其開心果等其他產品銷量上升而上升。

2021年財政年度，我們於促銷專櫃的銷售額增加約人民幣11.9百萬元，該增長主要歸因於(i) COVID-19疫情緩解後，超市客流量增加；及(ii)我們的策略是將營銷資源集中在人流密集的促銷專櫃，並將更多促銷員分配到該等促銷專櫃。

財務資料

促銷專櫃銷售額由2021年6個月的約人民幣25.9百萬元增加約人民幣5.0百萬元或19.3%至2022年6個月的約人民幣30.9百萬元。增加主要由於向客戶集團C門店促銷專櫃的銷售額增加約人民幣5.1百萬元。我們在客戶集團C超市的促銷專櫃數量增加至57個，全部位於江西省，董事認為我們在江西省的品牌知名度相對較高。

董事認為，促銷專櫃的銷售額，直接提升了我們的品牌在公眾面前的曝光率。於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日，我們分別擁有94、120、120及121個促銷專櫃。儘管於2021年財政年度促銷專櫃的數量增長有所放緩，但我們同期的收入顯著增加，這是由於我們將營銷資源集中放在人流密集的主要商業區的促銷專櫃，同時關閉了利潤較低的促銷專櫃。

電商

我們的電商銷售額從2019年財政年度的約人民幣0.8百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣3.9百萬元。該增長主要歸因於COVID-19疫情期間的措施刺激出線上消費者的更加強勁的需求。

我們的電商銷售額從2020年財政年度的約人民幣3.9百萬元減少至2021年財政年度的約人民幣2.7百萬元。

電商銷售額由2021年6個月的約人民幣2.2百萬元下降至2022年6個月的約人民幣37,000元。董事認為，這是中國政府逐步放鬆疫情防控措施後，消費者更喜歡到店購物的結果。

財務資料

銷售成本

銷售成本主要包括(i)直接材料成本，(ii)生產成本；(iii)直接人力成本；及(iv)其他。下表載列我們於所示年度／期間的銷售成本明細：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
直接材料成本	186,391	172,187	209,577	90,645	102,615
生產成本	7,343	9,467	12,001	6,500	5,761
直接人力成本	7,310	11,065	11,820	6,295	4,882
(回撥)銷售退貨撥備， 淨額.....	1,197	209	(51)	(270)	(100)
(回撥)陳舊存貨撥備	(1,094)	(627)	171	—	(171)
	<u>201,147</u>	<u>192,301</u>	<u>233,518</u>	<u>103,170</u>	<u>112,987</u>

直接材料成本為銷售成本的最大組成部分，於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月分別佔銷售成本總額的約92.7%、89.5%、89.7%及90.8%。直接材料成本包括但不限於購買乾製水產品、蓮子、菌類、翅尖及鴨脖。直接材料成本由2019年財政年度的約人民幣186.4百萬元減少約人民幣14.2百萬元或7.6%至2020年財政年度的約人民幣172.2百萬元，與我們的收入減少基本一致。直接材料成本從2020年財政年度的約人民幣172.2百萬元增加約人民幣37.4百萬元或21.7%到2021年財政年度的約人民幣209.6百萬元，與我們收入的增幅基本一致。直接材料成本由2021年6個月的約人民幣90.6百萬元增加約人民幣12.0百萬元或13.2%至2022年6個月的約人民幣102.6百萬元，該增加整體上與我們收入增加吻合。

生產成本主要包括折舊、水電費開支及生產消耗品。我們的生產成本從2019年財政年度的約人民幣7.3百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣9.5百萬元，且於2021年財政年度進一步增加到約人民幣12.0百萬元。該增長主要由於隨著我們的肉類零食生產線於2021年財政年度投入運營，專門生產零食的廣昌工廠的水電費開支增加，而我們的零食銷售額於往績記錄期間處於上升趨勢。生產成本從2021年6個月的約人民幣6.5百萬元減少到2022年6個月的約人民幣5.8百萬元，該減少乃主要由於2022年止6個月的產量較2021年止6個月下降，以及相關能源成本因而降低。

財務資料

直接人力成本從2019年財政年度的約人民幣7.3百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣11.1百萬元，主要乃由於生產人員數目(包括臨時工)從2019年12月31日的357人增至2020年12月31日的421人。直接人力成本從2020年財政年度的約人民幣11.1百萬元增加到2021年財政年度的約人民幣11.8百萬元，主要乃由於2021年財政年度生產相關員工的平均薪資增加。直接人力成本從2021年6個月的約人民幣6.3百萬元減少到2022年6個月的約人民幣4.9百萬元，主要由於2022年止6個月的產量較2021年止6個月下降，以及相關人員成本因而降低。

於2019年財政年度、2020年財政年度及2022年6個月，就過期存貨的撥備撥回分別約為人民幣1.1百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣0.2百萬元。相關撥回主要是由於客戶喜好變化導致若干存貨估計可變現淨值增加(即隨後向客戶購買若干陳舊存貨)。

基於我們的最佳估計，假設所有其他變數保持不變，下表載列我們於往績記錄期間的稅前溢利對同年／期直接材料成本的若干可能變化的敏感性，僅作說明之用：

假定波動(附註1)	直接材料成本的變化(附註2)		
	-/+5%	-/+10%	-/+15%
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
除稅前溢利增加／(減少)			
2019年財政年度	9,320/(9,320)	18,639/(18,639)	27,959/(27,959)
2020年財政年度	8,609/(8,609)	17,219/(17,219)	25,828/(25,828)
2021年財政年度	10,479/(10,479)	20,958/(20,958)	31,437/(31,437)
2022年6個月	5,131/(5,131)	10,262/(10,262)	15,392/(15,392)

附註：

- (1) 僅供說明，假定直接材料成本的假設性波動為5%、10%和15%。
- (2) 除了直接材料成本的假設性波動外，假定所有其他因素保持不變。

毛利及毛利率

2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們分別錄得(i)毛利約為人民幣96.3百萬元、人民幣90.6百萬元、人民幣108.5百萬元及人民幣54.0百萬元；及(ii)毛利率約為32.4%、32.0%、31.7%及32.3%。

財務資料

(a) 毛利及毛利率 — 按產品線劃分

下表載列了於往績記錄期間按產品線分列的毛利和毛利率明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%
							(未經審核)			
零食	32,757	25.5	43,551	31.7	59,189	34.6	21,973	29.8	26,887	34.7
乾製山珍	32,492	37.4	22,055	31.3	25,578	29.3	11,438	30.6	15,360	30.4
乾製水產品	17,390	37.2	16,499	31.2	16,259	27.6	5,776	25.4	8,386	28.6
穀物	11,509	40.0	7,114	39.7	6,416	30.0	2,837	27.0	2,772	33.9
調味料及其他	2,103	31.5	1,369	33.0	1,038	32.8	401	31.5	564	36.9
	<u>96,251</u>	32.4	<u>90,588</u>	32.0	<u>108,480</u>	31.7	<u>42,425</u>	29.1	<u>53,969</u>	32.3

零食

零食產生的銷售毛利由2019年財政年度約人民幣32.8百萬元增加約人民幣10.8百萬元或33.0%至2020年財政年度人民幣43.6百萬元，而毛利率從2019年財政年度約25.5%增加至2020年財政年度的31.7%。零食產生的毛利增加主要是由於如上所議的零食銷售應佔收入的增加。零食毛利率的增加主要是由於若干毛利率相對較高的產品銷售額增加，例如麻辣味海帶系列產品（毛利率於2020年財政年度約為30.4%）、泡椒味金針菇系列產品（毛利率於2020年財政年度約為42.0%）及開心果（毛利率於2020年財政年度約為35.0%），加上毛利率相對較低的清香蓮子銷售額減少，其毛利率於2020年財政年度約為25.7%。

零食銷售產生的毛利於2021年財政年度增加約人民幣15.6百萬元或35.8%，而毛利率平穩增加至約34.6%。零食毛利及毛利率增加主要是由於我們於2021年財政年度新推出毛利率相對較高的肉類零食，例如泡鹵翅尖系列產品（毛利率於2021年財政年度約為60.3%）及烤脖系列產品（毛利率於2021年財政年度約為55.9%）。

零食產生的銷售毛利由2021年6個月約人民幣22.0百萬元增加約人民幣4.9百萬元或22.3%至2022年6個月約人民幣26.9百萬元，而毛利率從2021年6個月約29.8%增加至2022年

財務資料

6個月的約34.7%。零食產生的毛利和毛利率增加主要由於(i)烤脖系列產品銷售額增加約人民幣11.4百萬元(毛利率相對較高，約為35.1%)；及(ii)香辣脆筍系列產品銷售額增加約人民幣0.7百萬元(毛利率相對較高，約為35.4%)。

乾製山珍

乾製山珍銷售毛利由2019年財政年度約人民幣32.5百萬元減少約人民幣10.4百萬元或32.0%至2020年財政年度約人民幣22.1百萬元，如上文所述，主要歸因於乾製山珍銷售量下降。乾製山珍毛利率由2019年財政年度約37.4%下降至2020年財政年度的約31.3%，主要由於(i)2020年財政年度香菇毛利率減少，因其2020年財政年度增長的成本超過平均售價的增長。香菇為我們的熱銷乾製山珍產品之一，為2020年財政年度乾製山珍收入貢獻約人民幣14.4百萬元；及(ii)2020年財政年度黑木耳毛利率減少，因其2020年財政年度增長的成本超過平均售價的增長。黑木耳亦為我們的熱銷乾製山珍產品之一，為2020年財政年度乾製山珍收入貢獻約人民幣10.0百萬元。就董事所悉知，我們產品的相關成本(如適用)上升，主要由於2020年財政年度期間COVID-19疫情導致原材料運輸時間較長所致，以及由於市場競爭激烈，我們未能完全將增長的成本轉嫁給客戶，且客戶和消費者一般對價格較為敏感，因此毛利率下降。

乾製山珍銷售產生的毛利於2021年財政年度增加約人民幣3.5百萬元或15.8%，而毛利率略微下降，由2020年財政年度的約31.3%下降至2021年財政年度的約29.3%。乾製山珍產生的毛利增加主要是由於如上所述乾製山珍產品平均售價上升所致。毛利率小幅下降主要歸因於黑木耳銷售收入增加，於2021年財政年度為乾製山珍收入貢獻約人民幣12.1百萬元，黑木耳的毛利率從2020年財政年度約27.9%減少至2021年財政年度約24.5%，因為其2021年財政年度增長的成本超過平均售價的增長。董事認為黑木耳成本增加的主要原因是原木於2021年財政年度價格升高導致其生產成本增加，而由於市場競爭激烈，客戶以及消費者通常對價格比較敏感，我們因而未能將該增加的成本悉數轉移至客戶，因此導致毛利率減少。

財務資料

乾製山珍產生的銷售毛利由2021年6個月約人民幣11.4百萬元增加約人民幣4.0百萬元或35.1%至2022年6個月約人民幣15.4百萬元，而毛利率維持相對穩定，於2021年6個月及2022年6個月分別約為30.6%及30.4%。毛利增加主要由於(i)黑木耳的毛利增加約人民幣1.0百萬元；及(ii)香菇的毛利增加約人民幣0.4百萬元。

乾製水產品

乾製水產品銷售產生的毛利率維持相對穩定，於2019年財政年度及2020年財政年度分別為約人民幣17.4百萬元及人民幣16.5百萬元。然而乾製水產品的毛利率由2019年財政年度的約37.2%減少至2020年財政年度的約31.2%。該毛利率減少主要由於墨魚乾銷量的增加，其毛利潤率相對較低，於2020年財政年度約為28.9%，於2020年財政年度貢獻乾製水產品收入約人民幣43.4百萬元。

乾製水產品銷售毛利維持相對穩定，於2020年財政年度及2021年財政年度分別約為人民幣16.5百萬元及人民幣16.3百萬元。然而，毛利率由2020年財政年度約31.2%下降至2021年財政年度的約27.6%。該毛利率減少主要是由於銀魚乾的銷售量增加而2021年財政年度毛利率減少。就董事所悉知，於2021年財政年度，銀魚乾成本因魚苗供應緊張而大幅上漲。

乾製水產品產生的銷售毛利由2021年6個月約人民幣5.8百萬元增加約人民幣2.6百萬元或44.8%至2022年6個月約人民幣8.4百萬元，而毛利率從2021年6個月約25.4%增加至2022年6個月的約28.6%。毛利和毛利率增加主要由於以下各項的影響：(i)墨魚乾的毛利增加約人民幣1.8百萬元(毛利率相對較高，約為26.7%)；(ii)海帶毛利增加約人民幣0.1百萬元，(毛利率相對較高，約為44.3%)；及(iii)乾蝦皮毛利增加約人民幣65,000元(毛利率相對較高，約為42.1%)。

財務資料

穀物

穀物銷售產生的毛利從2019年財政年度約人民幣11.5百萬元減少約人民幣4.4百萬元或38.3%至2020年財政年度約人民幣7.1百萬元，主要由於穀物產品銷售量如上文所述於2020年財政年度減少。穀物毛利率於2019年財政年度及2020年財政年度分別保持相對穩定為約40.0%及39.7%。

穀物銷售產生的毛利於2021年財政年度下降約人民幣0.7百萬元或約9.9%，而穀物產品毛利率由2020年財政年度約39.7%下降至2021年財政年度約30.0%。該毛利率減少主要是由於綠豆產生的收入增加，在2021年財政年度為我們的銷售穀物收入貢獻了約人民幣4.0百萬元，毛利率為28.7%，相對較低。

穀物銷售產生的毛利維持相對穩定，於2021年6個月及2022年6個月分別約為2.8百萬元及2.8百萬元。而毛利率從2021年6個月約27.0%增加至2022年6個月的約33.9%。毛利率增加主要由於若干產品，(包括但不限於綠豆)的成本於2022年6個月減少。就董事所悉知，2021年6個月綠豆採購價格受COVID-19疫情期間供應緊張的影響而驟增，因此2022年6個月銷量下降。

調味料及其他

我們銷售調味料及其他產生的毛利由2019年財政年度約人民幣2.1百萬元減少約人民幣0.7百萬元或33.3%至2020年財政年度約人民幣1.4百萬元。這種減少主要由於上文所述調味料及其他的銷售量降低所致。調味料及其他的毛利率由2019年財政年度的約31.5%小幅上升至2020年財政年度的約33.0%。該等增加主要由於部分白糖製品於2020年財政年度銷量上升，而成本下降，毛利率相對升高所致。

我們銷售調味品及其他產生的毛利從2020年財政年度的約人民幣1.4百萬元進一步減少約人民幣0.4百萬元或28.6%至2021年財政年度的約人民幣1.0百萬元。相關減少主要由於上述調味料及其他銷售下跌所致。調味料及其他的毛利率於2020年財政年度及2021年財政年度分別維持相對穩定在約33.0%和32.8%。

財務資料

我們銷售調味品及其他產生的毛利從2021年6個月的約人民幣0.4百萬元增加約人民幣0.2百萬元或50.0%至2022年6個月的約人民幣0.6百萬元。相關增加主要由於黃冰糖銷售增加約人民幣0.2百萬元所致。此外，毛利率由2021年6個月的約31.5%增加到2022年6個月的約36.9%。相關增加主要是由於黃冰糖銷售額增加（其毛利率相對較高，約為37.7%），並由於我們改用地理距離更近的供應商，運輸成本降低，令黃冰糖成本於2022年6個月有所下降。

(b) 毛利及毛利率 — 按品牌劃分

下表載列了於往績記錄期間按品牌分列的毛利和毛利率明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%
	(未經審核)									
自有品牌產品										
聲耀.....	66,304	32.2	67,457	32.4	77,909	35.2	28,778	32.6	44,752	33.7
贛味坊.....	4,393	24.9	6,507	31.5	6,213	21.2	2,630	17.0	3,267	26.7
	70,697	31.6	73,964	32.3	84,122	33.6	31,408	30.3	48,019	33.2
貿易產品.....	25,554	34.5	16,624	30.8	24,358	26.6	11,017	26.4	5,950	26.9
	<u>96,251</u>	32.4	<u>90,588</u>	32.0	<u>108,480</u>	31.7	<u>42,425</u>	29.1	<u>53,969</u>	32.3

自有品牌產品

聲耀

「聲耀」產品的毛利由2019年財政年度約人民幣66.3百萬元略微增加至2020年財政年度約人民幣67.5百萬元，而毛利率保持相對穩定，2019年財政年度約為32.2%及2020年財政年度約為32.4%。

「聲耀」產品的毛利由2020年財政年度約人民幣67.5百萬元顯著增加到2021年財政年度約人民幣77.9百萬元，而毛利率由2020年財政年度約32.4%增加到2021年財政年度約

財務資料

35.2%。毛利及毛利率的增長主要歸因於肉類零食的推出，其平均毛利率相對較高，約為47.9%，產生毛利約人民幣29.1百萬元。具體而言，該增加主要歸因於我們的泡鹵翅尖系列和烤脖系列的銷售增加，產生毛利合計約人民幣17.6百萬元，毛利率於2021年財政年度分別約為60.3%及55.9%。

「聲耀」產品的毛利由2021年6個月約人民幣28.8百萬元大幅增加至2022年6個月約人民幣44.8百萬元，而毛利率由2021年6個月約32.6%增加到2022年6個月約33.7%。毛利和毛利率增加主要由於(i)烤脖系列產品毛利增加約人民幣2.8百萬元(毛利率相對較高，約為35.1%)；(ii)墨魚乾毛利增加約人民幣2.1百萬元，毛利率約為26.7%；(iii)泡椒味金針菇系列產品毛利增加約人民幣1.4百萬元(毛利率相對較高，約為62.4%)；及(iv)黑木耳毛利增加約人民幣1.2百萬元，毛利率約為23.4%。

贛味坊

我們「贛味坊」品牌下的產品中，開心果佔整個往績記錄期間收入比例最大，為30%。

「贛味坊」產品的毛利由2019年財政年度約人民幣4.4百萬元增長到2020年財政年度約人民幣6.5百萬元，而毛利率由2019年財政年度24.9%上升至2020年財政年度約31.5%。該增長主要歸因於開心果銷售額增加，其平均售價維持相對穩定，於2019年財政年度及2020年財政年度分別為每公斤約人民幣84.7元及每公斤約人民幣85.7元，同時成本由2019年財政年度每公斤約人民幣60.8元減至2020年財政年度每公斤約人民幣57.4元。

「贛味坊」產品的毛利於2020年財政年度及2021年財政年度維持相對穩定，分別約為人民幣6.5百萬元及人民幣6.2百萬元，而「贛味坊」產品的毛利率由2020年財政年度約31.5%減少至2021年財政年度的約21.2%。該毛利率減少主要歸因於開心果平均售價減少，由2020年財政年度的每公斤約人民幣85.7元減少至2021年財政年度的每公斤約人民幣72.7元。為保持競爭力超越對手，我們為客戶降低開心果售價，其成本於2020年財政年度及2021年財政年度保持相對穩定。

財務資料

「贛味坊」產品的毛利由2021年6個月約人民幣2.6百萬元增加至2022年6個月約人民幣3.3百萬元，而毛利率由2021年6個月約17.0%增加到2022年6個月約26.7%。毛利和毛利率增加主要由於開心果的銷售額增加，其平均售價由2021年6個月的每公斤人民幣67.9元增加至2022年6個月的每公斤人民幣96.8元，主要由於其向平均售價一般較高的促銷專櫃的銷售額增加，而成本於2021年6個月及2022年6個月維持相對穩定。

貿易產品

貿易產品的毛利由2019年財政年度約人民幣25.6百萬元下降至2020年財政年度約人民幣16.6百萬元，而毛利率亦由2019年財政年度約34.5%下降至2020年財政年度約30.8%。該毛利減少主要歸因於銀魚乾所產生的毛利減少約人民幣4.8百萬元，而香菇產生的毛利減少約人民幣3.2百萬元。2020年財政年度該毛利率下降乃主要由於2019年財政年度銀魚乾貢獻的毛利下降，該產品毛利率相對較高，約為49.1%。

貿易產品的毛利由2020年財政年度約人民幣16.6百萬元增加至2021年財政年度約人民幣24.4百萬元，而毛利率由2020年財政年度約30.8%下降至2021年財政年度約26.6%，主要歸因於(i)蓮子的毛利增加約人民幣6.6百萬元，其毛利率相對較低，約為25.8%；及(ii)巴旦木的毛利增加約人民幣1.0百萬元，其毛利率相對較低，約為26.1%。

貿易產品的毛利由2021年6個月約人民幣11.0百萬元下降至2022年6個月約人民幣6.0百萬元，而毛利率維持相對穩定，於2021年6個月及2022年6個月分別約為26.4%及26.9%。該毛利減少主要由於上文所討論的貿易產品的銷售額減少。

財務資料

(c) 毛利及毛利率—按自有品牌零食劃分

下表載列了於往績記錄期間我們自有品牌的零食產品的毛利和毛利率明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%
	(未經審核)									
蔬菜.....	3,125	28.6	19,684	35.9	16,020	31.5	6,129	32.5	8,606	40.1
肉類.....	—	不適用	—	不適用	29,078	47.9	8,573	43.2	13,254	34.4
堅果、穀物 及蜜餞....	<u>25,761</u>	24.3	<u>18,262</u>	28.2	<u>6,457</u>	21.2	<u>2,741</u>	17.0	<u>4,049</u>	28.8
	<u>28,886</u>	24.7	<u>37,946</u>	31.8	<u>51,555</u>	36.3	<u>17,443</u>	31.8	<u>25,909</u>	35.0

自有品牌的零食產品的毛利呈增長趨勢，由2019年財政年度約人民幣28.9百萬元增長到2020年財政年度約人民幣37.9百萬元，並於2021年財政年度進一步增加至約人民幣51.6百萬元，而毛利率由2019年財政年度約24.7%上升至2020年財政年度約31.8%，並於2021年財政年度進一步增至約36.3%。我們自有品牌零食產品的毛利由2021年6個月的約人民幣17.4百萬元增加到2022年6個月的約人民幣25.9百萬元。該增加主要由於上述自有品牌零食產品的銷售額增加。

蔬菜零食

於2020年財政年度，自有品牌的蔬菜零食產品的毛利和毛利率增加主要由於(i)2020年財政年度新推出的泡椒味金針菇系列產品(毛利率相對較高，約為42.0%)；(ii)香辣脆筍系列產品毛利增加約人民幣3.3百萬元(毛利率相對較高，約為35.1%)；及(iii)麻辣味海帶系列產品毛利增加約人民幣4.7百萬元(毛利率相對較高，約為30.4%)。

財務資料

我們的蔬菜零食產品在2021年財政年度的毛利下降主要是由於上述銷量下降所致。我們的蔬菜零食產品的毛利率由2020年財政年度約35.9%減少至2021年財政年度的約31.5%。該減少主要由於香辣脆筍系列產品和麻辣味海帶系列產品的毛利率下降，因為其原材料成本增加。就董事所悉知，2021年財政年度期間，海帶供應量因主產區山東省榮成市海藻繁殖異常而下降，而相關零食產品平均售價維持相對穩定。

我們的蔬菜零食產品在2022年6個月的毛利上升主要是由於上述銷量上升所致。我們自有品牌蔬菜零食產品的毛利率由2021年6個月的約32.5%增加至2022年6個月的約40.1%，主要由於(i)泡椒味金針菇系列產品的毛利率增加至約62.4%，原因為更換成本更便宜的金針菇導致成本下降，同時平均售價保持相對穩定；及(ii)辣筍脆片系列的毛利率因平均售價上升而增加至約35.4%，原因是(a)辣筍脆片系列超市銷售（於2022年6個月，超市銷售佔麻辣脆筍系列銷售總額95%以上）產生的毛利率上升主要得益於平均銷量由2021年6個月的約每公斤人民幣35.5元略微增長至2022年6個月的約每公斤人民幣36.1元，同時成本由2021年6個月的每公斤人民幣24.6元略微減少至2022年6個月的約人民幣23.0元；及(b)於2022年6個月，並無通過電子商務售出香辣脆筍系列，而於2021年6個月通過電子商務銷售的香辣脆筍系列平均售價相對較低。

肉類零食

我們的肉類零食產品於2021年財政年度的毛利約為人民幣29.1百萬元，毛利率約為47.9%。

我們的肉類零食產品在2022年6個月的毛利上升主要是由於上述銷量上升所致。肉類零食產品的毛利率由2021年6個月的約43.2%降低至2022年6個月的約34.4%，其中，(i)烤脖系列產品的毛利率隨著平均售價下降而減少至約35.1%，而向2021年新客戶及2022年6個月五大客戶之一的寧波海曙銷量上升，在成本維持相對穩定時，就其於2022年6個月的批量採購提供相對較低的售價，以建立穩固關係；及(ii)雞爪的毛利率減少至約

25.2%，因為其2022年6個月增長的成本超過平均售價的增長。就董事所深知，一般而言，我們需要花費時間與超市客戶磋商調整產品售價，因此增長的成本可能超過特定時期的售價增長(如有)。

堅果、穀物及蜜餞

我們的自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品在2020年財政年度的毛利下降，主要是由於上文所述的清香蓮子銷售額減少約人民幣47.1百萬元。然而，我們自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品的毛利率由2019年財政年度約24.3%上升至2020年財政年度的約28.2%，主要是由於毛利率相對較高(約35.0%)的開心果銷售額增加。

我們的自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品在2021年財政年度的毛利下降主要是由於上述銷量下降所致。我們的自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品的毛利率由2020年財政年度約28.2%減少至2021年財政年度約21.2%。該減少主要由於(i)清香蓮子生產線停止營運；及(ii)開心果的毛利率下降，因為其平均售價下降，以反映相關時間的市況及客戶喜好，從而保持其競爭力，而成本保持相對穩定。

我們的自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品在2022年6個月的毛利增加主要是由於上述銷量增加所致。我們的自有品牌堅果、穀物及蜜餞零食產品的毛利率由2021年6個月約17.0%增加至2022年6個月約28.8%，主要因為開心果的毛利率增至約40.0%，原因是平均售價普遍較高的促銷專櫃開心果銷量增加，帶動平均售價上升，同時相關成本下降。

財務資料

(d) 毛利及毛利率 — 按銷售渠道劃分

下表載列了於往績記錄期間按銷售渠道分列的毛利和毛利率明細：

	2019年財政年度		2020年財政年度		2021年財政年度		2021年6個月		2022年6個月	
	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%	人民幣千元	毛利率%
零售商										
超市.....	62,569	30.1	56,819	29.0	72,990	31.6	26,858	29.0	31,206	32.2
雜貨店.....	804	50.6	913	47.2	1,393	21.1	241	9.5	1,210	29.3
小計.....	63,373	30.2	57,732	29.2	74,383	31.3	27,099	28.5	32,416	32.1
企業客戶.....	19,390	33.9	14,763	34.9	14,662	28.6	5,574	24.9	9,663	27.6
促銷櫃檯.....	13,190	45.2	16,697	43.1	18,599	36.8	9,076	35.1	11,861	38.4
電商.....	147	17.5	1,394	35.3	811	29.7	650	29.7	29	77.9
其他(附註).....	151	32.9	2	9.1	25	26.3	26	27.4	—	不適用
總計.....	<u>96,251</u>	<u>32.4</u>	<u>90,588</u>	<u>32.0</u>	<u>108,480</u>	<u>31.7</u>	<u>42,425</u>	<u>29.1</u>	<u>53,969</u>	<u>32.3</u>

附註：其他主要是指向個人客戶的直接銷售(據董事所悉，彼等購買我們的產品供自行消費)。

我們不同銷售渠道的毛利和毛利率在很大程度上取決於在各自銷售渠道下銷售的產品組合，而這又取決於期內對特定產品各自的需求。

零售商

超市

向超市直銷的毛利由2019年財政年度約人民幣62.6百萬元下降至2020年財政年度約人民幣56.8百萬元，而毛利率亦由2019年財政年度約30.1%略微下降至2020年財政年度約29.0%。向超市直銷的毛利及毛利率均下降主要是由於客戶B產生的毛利減少約人民幣6.1百萬元，特別是銀魚乾產生的毛利減少約人民幣4.2百萬元，其毛利率約為28.4%。

財務資料

向超市直銷的毛利由2020年財政年度約人民幣56.8百萬元上升至2021年財政年度約人民幣73.0百萬元，而毛利率則略微增至2021年財政年度約31.6%。毛利及毛利率均上升主要乃由於我們新推出的肉類零食的銷售額增加，如上文所述，該零食的毛利率普遍較高。

向超市直銷的毛利由2021年6個月約人民幣26.9百萬元增加至2022年6個月約人民幣31.2百萬元，而毛利率由2021年6個月約29.0%增加到2022年6個月約32.2%。毛利和毛利率增加主要由於(i)泡椒味金針菇的毛利增加了約人民幣1.3百萬元，其毛利率相對較高，約為62.9%；(ii)蓮子毛利增加約人民幣1.6百萬元，毛利率約為29.6%；及(iii)墨魚乾毛利增加約人民幣0.8百萬元，毛利率約為24.4%。

雜貨店

於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月，對雜貨店銷售的毛利分別約為人民幣0.8百萬元、人民幣0.9百萬元、人民幣1.4百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣1.2百萬元，佔總毛利約0.8%、1.0%、1.3%、0.6%及2.2%。於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月，對雜貨店銷售的毛利率分別約為50.6%、47.2%、21.1%、9.5%及29.3%。於往績記錄期間，對雜貨店銷售額佔我們收益的一小部分，於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度、2021年6個月及2022年6個月分別佔我們收益的0.5%、0.7%、1.9%、1.7%及2.5%。

於2019年財政年度及2020年財政年度，雜貨店銷售大部分由乾貨食品構成，雜貨店銷售的毛利率維持在相對較高的水平，於2019年財政年度的50.6%略微減少至2020年財政年度的47.2%，主要由於綠豆成本增加。2021年財政年度，雜貨店銷售增加約人民幣4.7百萬元或約241.3%，主要由零食銷售構成。為發展零食市場，我們向雜貨店客戶以相對較低的價格出售肉類零食，此零食為於2021年上半年推出的全新產品系列，為了將我們品牌及零食產品滲透至不同類別的終端客戶，而這導致於2021年6個月雜貨店銷售毛利率減少至約9.5%。於2021年下半年，由於我們肉類零食被普遍接受，我們開始提高向雜貨店客戶的肉類零食價格，導致2021年財政年度及2022年6個月雜貨店銷售毛利率分別增加至21.1%及29.3%。

財務資料

就本公司業務而言，即使雜貨店客戶經營的規模一般較超市或企業客戶的要小，但雜貨店客戶於中國內地廣泛分佈，我們認為，他們能夠接觸到不同類別的終端客戶。此類雜貨店客戶銷售對我們有益，因為我們能夠將品牌和產品滲透至中國不同省份，通過此類雜貨店客戶向不同類別的客戶銷售，在江西省外地區擴大產品知名度和品牌意識。據觀察，由於此類較小規模雜貨店客戶對產品定價更為敏感，且鑒於我們通過向此類雜貨店客戶銷售來擴大客戶接觸面的策略，只要向此類雜貨店客戶銷售大體能夠盈利，結合對我們收益的微小貢獻，本公司認為盈利程度，即雜貨店客戶銷售的毛利率並非本公司主要關注點。因此，我們公平磋商對雜貨店客戶的銷售時，並不會僅專注此類銷售的毛利率，而是從本公司長遠業務發展來考慮上述因素。

非零售商

企業客戶

企業客戶的毛利由2019年財政年度約人民幣19.4百萬元下降至2020年財政年度約人民幣14.8百萬元，而毛利率由2019年財政年度約33.9%上升至2020年財政年度約34.9%，主要乃由於：(i)黑木耳的毛利由2019年財政年度約人民幣3.5百萬元減少至2020年財政年度約人民幣0.5百萬元，而該等產品的毛利率亦由約43.3%增加至約43.7%；及(ii)香菇產品的毛利由2019年財政年度約人民幣2.1百萬元下降至2020年財政年度約人民幣1.5百萬元，而該等產品的毛利率由2019年財政年度約39.8%上升至2020年財政年度約50.1%。

企業客戶的毛利於2020年財政年度及2021年財政年度維持相對穩定，分別約為人民幣14.8百萬元及人民幣14.7百萬元，而企業客戶的毛利率由2020年財政年度約34.9%下降至2021年財政年度約28.6%，主要由於我們以折扣價向企業客戶提供新推出的肉類零食產品以推廣該等產品的競爭定價策略。我們的董事認為，通過向我們的企業客戶提供具競爭力的價格，我們將能夠利用我們企業客戶的網絡提高我們的肉類零食的知名度，以便更好地滲透零食市場。

財務資料

企業客戶的毛利由2021年6個月約人民幣5.6百萬元增加至2022年6個月約人民幣9.7百萬元，而毛利率由2021年6個月約24.9%增加至2022年6個月約27.6%，主要由於(i)烤脖系列產品毛利增加約人民幣1.9百萬元，毛利率約為22.5%；(ii)墨魚乾的毛利增加約人民幣0.5百萬元(毛利率相對較高，約為28.3%)；及(iii)泡鹵翅尖系列產品毛利增加約人民幣0.1百萬元(毛利率相對較高，約為32.8%)。

促銷專櫃

促銷專櫃的銷售毛利由2019年財政年度約人民幣13.2百萬元增加至2020年財政年度約人民幣16.7百萬元，而毛利率維持相對穩定，於2019年財政年度及2020年財政年度分別約為45.2%及43.1%。毛利增加主要歸因於超市門店內促銷專櫃的數目增加，令2020年財政年度客戶集團A及客戶集團C應佔毛利增加約人民幣4.6百萬元。

促銷專櫃的銷售毛利於2021年財政年度增加至約人民幣18.6百萬元，而2021年財政年度毛利率下降至約36.8%。毛利增加及毛利率下降主要是歸因於我們毛利率相對較低的若干產品(如墨魚乾、餅乾及菌類)的銷售額增長超過毛利率相對較高的肉類產品的銷售增長。我們的墨魚乾、餅乾及菌類於2021年財政年度的毛利率介乎約19.5%至33.6%。

促銷專櫃的銷售毛利由2021年6個月約人民幣9.1百萬元增加至2022年6個月約人民幣11.9百萬元，而毛利率由2021年6個月約35.1%略微增至2022年6個月約38.4%。毛利和毛利率增加主要由於(i)開心果的毛利增加約人民幣1.3百萬元(毛利率相對較高，約為48.5%)；及(ii)烤脖系列產品毛利增加約人民幣0.5百萬元(毛利率相對較高，約為64.2%)。

財務資料

我們對超市直銷的毛利率與超市促銷專櫃銷售的毛利率之間的差異乃由於(i)對超市直銷；及(ii)超市促銷專櫃銷售的銷售模式及收入確認的差異，詳情請參閱本招股章程「業務 — 銷售網絡 — 零售商 — 我們與超市的關係」一段。基於(i)我們對超市直銷的收入乃於扣除超市客戶收取的一次性費用後確認，而我們的促銷專櫃銷售的收入無該等扣除；(ii)超市就促銷專櫃銷售向我們收取的促銷費於分銷及銷售開支項下入賬列作營銷及推廣開支；(iii)由於我們向超市客戶提供大宗採購折扣，我們通常向其收取較低的產品價格，售價低於我們就促銷專櫃銷售模式下收取的產品價格(即零售價)；及(iv)於整個往績記錄期間的產品組合差異，我們在超市促銷專櫃銷售的毛利率普遍高於我們對超市直銷的毛利率。

電商

電商的毛利由2019年財政年度約人民幣0.1百萬元上升至2020年財政年度約人民幣1.4百萬元，而於2021年財政年度下降至約人民幣0.8百萬元，而毛利率由2019年財政年度約17.5%上升至2020年財政年度約35.3%，主要由於毛利率相對較高的開心果和五香西瓜子產生的毛利增加。毛利率下降至2021年財政年度約29.7%，主要由於開心果產生的毛利減少人民幣0.9萬元，其毛利率相對較高。

電商的毛利由2021年6個月約人民幣0.7百萬元減少至2022年6個月約人民幣29,000元，而毛利率由2021年6個月約29.7%增加至2022年6個月約77.9%，主要由於以下各項的影響：(i)芒果乾產生的毛利減少約人民幣0.3百萬元；及(ii)於2022年6個月，銷售集中於毛利率相對較高的產品，比如肉類零食。

財務資料

其他收入

下表載列了本集團於上述年度／期間的其他收入明細：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
政府補助	4,122	4,620	3,690	3,256	100
銀行存款利息收入.....	125	273	307	161	188
租金收入	110	220	184	110	—
政府補助應收款項的估算					
利息.....	78	40	—	—	—
其他.....	65	—	—	—	—
	<u>4,500</u>	<u>5,153</u>	<u>4,181</u>	<u>3,527</u>	<u>288</u>

其他收入主要包括政府補助、銀行存款利息收入及租金收入。政府補助屬一次性收入，主要是指從中國地方政府當局收到的補助，作為對本集團的補貼，包括(i)每年約人民幣875,000元的三年期補貼，作為我們租用超過3,000畝(即超過2,000,000平方米)農地十年的農業發展激勵；(ii)2019年財政年度及2020年財政年度與於全國中小企業股份轉讓系統成功上市有關的政府補助，該補助無其他未履行的義務；及(iii)及2020年財政年度因收入增長而獲得的政府補助，該補助無其他未履行的義務。

其他收入從2019年財政年度的約人民幣4.5百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣5.2百萬元，主要乃由於收到的政府補助金增加約人民幣0.5百萬元。

2021年財政年度，其他收入減少至約人民幣4.2百萬元，主要乃由於收到的政府補助金減少約人民幣0.9百萬元。

我們的收入由2021年6個月約人民幣3.5百萬元減少至2022年6個月約人民幣0.3百萬元，主要由於所收政府補助減少約人民幣3.2百萬元所致，尤其是(i)涉及上述農業發展激勵的政府補貼約人民幣2.0百萬元，已於2021年6個月確認，此款項原本按2019年至

財務資料

2028年的十年租期，每年確認一次，但由於中國政府收回此農地而提前終止上述租賃。經中國地方政府部門確認，上述收到的獎勵屬於不可追索的獎勵，因此即使轉租安排終止，亦毋須退還獎勵，因為中國地方政府部門為收回相關農田主動終止租賃；及(ii)於2021年6個月確認的涉及傳統產業優化的政府補助約人民幣0.9百萬元，該補助為一次性補助。

其他收益及虧損

下表載列了本集團於所示年度／期間的其他收益及虧損明細：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
社保及住房公積金撥備					
回撥.....	2,937	3,537	1,179	607	318
投資公平值變化收益.....	70	160	1,100	1,010	—
轉租提前終止收益.....	—	—	1,782	—	—
匯兌虧損淨額.....	—	(29)	—	—	—
出售物業、廠房及設備					
虧損.....	(74)	(13)	(264)	(263)	(52)
轉租淨投資虧損.....	(1,920)	—	—	—	—
	<u>1,013</u>	<u>3,655</u>	<u>3,797</u>	<u>1,354</u>	<u>266</u>

誠如中國法律顧問所告知，根據於2004年11月1日頒佈並於2004年12月1日生效的《勞動保障監察條例》，對勞動保障局在兩年內未發現或未舉報或投訴的違反勞動保障法律、法規或規則的行為，勞動保障局將不再查處。往績紀錄期間社保及住房公積金撥備回撥指兩年追溯補繳期間未舉報或未投訴員工社保及公積金，逾期後不再可能就未支付繳款行為施以處罰。

財務資料

於2019年財政年度至2021年財政年度，我們向政府租賃了一處農田，年租金為每畝人民幣450元，並將該田地轉租給農戶，年租金為每畝人民幣350元，自2019年起至2028年止，為期十年，導致2019年財政年度根據香港財務報告準則第16號產生轉租投資淨額虧損。我們向政府租賃該農田的原因是我們需要在十年內租賃3,000畝以上的農用田地，以獲得政府發放作為農業發展獎勵的補助，有關詳情載於本節「對綜合損益及其他全面收益表中部分項目的描述—其他收入」。根據轉租協議，我們擁有優先權(而非義務)以採購蓮子等轉租承租人生產的農產品。董事認為，該安排在商業上有利於本集團確保優先獲得穩定的原材料供應。於2021年財政年度，該農田被中國政府收回。因此，相關租賃或轉租協議經協商同意予以終止，而我們根據上述協議並無任何進一步的責任。因此，2021年財政年度確認提早終止轉租的收益。

其他收益及虧損從2019年財政年度的約人民幣1.0百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣3.7百萬元，主要乃由於(i)轉租淨投資虧損減少約人民幣1.9百萬元；及(ii)社保及住房公積金撥備回撥增加約人民幣0.6百萬元。

2021年財政年度，其他收益及虧損增至約人民幣3.8百萬元。該增長主要乃由於(i)轉租提前終止收益增加約人民幣1.8百萬元；及(ii)投資物業公平值變動收益增加約人民幣0.9百萬元，部分為社保及住房公積金撥備回撥減少約人民幣2.4百萬元所抵銷。

其他收益及虧損由2021年6個月約人民幣1.4百萬元減少至2022年6個月約人民幣0.3百萬元。該減少主要由於2022年起概無投資物業，因此2022年6個月並無確認投資物業公平值變動收益所致。

財務資料

分銷及銷售開支

下表載列我們於所示年度／期間的分銷及銷售開支明細：

	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年
	財政年度	財政年度	財政年度	6個月	6個月
	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
				(未經審核)	
員工成本	13,424	11,401	15,820	7,247	7,094
交貨及驗收	3,869	3,184	4,849	2,287	2,119
營銷及推廣	3,175	3,221	4,758	2,777	2,797
辦公開支及其他	1,409	2,508	2,797	1,682	1,271
	<u>21,877</u>	<u>20,314</u>	<u>28,224</u>	<u>13,993</u>	<u>13,281</u>

分銷及銷售開支包括員工成本、交貨及驗收、營銷及推廣成本、辦公開支及其他開支。

分銷及銷售開支從2019年財政年度的約人民幣21.9百萬元減少到2020年財政年度的約人民幣20.3百萬元，主要乃由於銷售代表及促銷員的人數減少導致員工成本減少約人民幣2.0百萬元。

分銷及銷售開支從2020年財政年度的約人民幣20.3百萬元增加到2021年財政年度的約人民幣28.2百萬元，主要乃由於(i)員工成本增加約人民幣4.4百萬元，因為我們的銷售代表及促銷員數量增加；(ii)交付和檢驗成本增加約人民幣1.7百萬元，與我們的收入增長基本一致。

分銷及銷售開支維持相對穩定，於2021年首6個月及2022年首6個月分別約為人民幣14.0百萬元及人民幣13.3百萬元。

財務資料

行政開支

行政開支主要包括研發、員工成本、法律及專業開支、折舊及攤銷開支、其他稅項、招待及交通開支、辦公開支及其他開支。下表載列我們於所示年度／期間的行政開支明細：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
員工成本	3,210	3,600	4,787	1,997	2,404
其他稅項	1,468	1,614	1,778	452	1,208
招待及交通開支.....	1,232	1,238	1,375	696	958
折舊及攤銷	1,487	1,290	1,273	597	617
研發.....	9,491	10,225	10,386	4,353	6,142
水電費開支	252	147	190	100	70
法律及專業開支.....	1,936	544	465	291	313
保養開支	370	992	1,508	1,037	90
辦公開支及其他.....	969	854	1,368	824	1,296
	<u>20,415</u>	<u>20,504</u>	<u>23,130</u>	<u>10,347</u>	<u>13,098</u>

行政開支從2019年財政年度的約人民幣20.4百萬元增加到2020年財政年度的約人民幣20.5百萬元，主要乃由於(i)研發成本增加約人民幣0.7百萬元，原因是研發相關員工的人數由於2019年12月31日的44人增加至於2020年12月31日的45人以及產品測試成本增加約人民幣0.4百萬元；(ii)員工成本增加約人民幣0.4百萬元，原因是行政員工的人數由於2019年12月31日的44人增加至於2020年12月31日的45人；及(iii)有關廣昌工廠機器的保養開支增加約人民幣0.6百萬元，並部分為法律及專業費用減少約人民幣0.9百萬元(由於2019年財政年度從全國中小企業股份轉讓系統退市而支付一次性專業服務費所致)所抵銷。

財務資料

行政開支從2020年財政年度的約人民幣20.5百萬元增加到2021年財政年度的約人民幣23.1百萬元，主要乃由於(i)員工成本增加約人民幣1.2百萬元，原因是行政員工的人數由2020年財政年度40人增至2021年財政年度49人；及(ii)有關廣昌工廠機器的保養開支增加約人民幣0.5百萬元。

行政開支由2021年6個月約人民幣10.3百萬元增至2022年6個月約人民幣13.1百萬元，主要由於研發成本增加約人民幣1.8百萬元。

財務成本

下表列出了我們在所示年度／期間的財務成本明細：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
銀行及其他借款利息開支	7,255	7,519	5,966	3,162	1,813
擔保費	110	68	22	—	—
租賃負債利息開支	165	173	162	80	1
	<u>7,530</u>	<u>7,760</u>	<u>6,150</u>	<u>3,242</u>	<u>1,814</u>

財務成本主要是指銀行和其他借款的利息開支。於往績記錄期間，財務成本分別約為人民幣7.5百萬元、人民幣7.8百萬元、人民幣6.2百萬元及人民幣1.8百萬元。2020年財政年度的財務成本增長與截至2020年12月31日的銀行及其他借款的增長基本一致。2021年財政年度的財務成本減少乃由於2021年財政年度的銀行及其他借款的平均金額的減少。2022年6個月的財務成本相較2021年6個月減少的主要原因是2022年6個月的銀行及其他借款的平均金額的減少導致的銀行及其他借貸利息開支減少。

稅項

本集團須按實體基準就產生於或來自本集團成員公司註冊及經營所在稅務司法權區的溢利繳納所得稅。根據開曼群島及英屬維爾京群島的規則及法規，我們的上市實體於開曼群島註冊成立及我們於英屬維爾京群島註冊成立的附屬公司無需繳納任何所得稅。

我們在香港註冊成立的附屬公司的香港利得稅乃按估計的應課稅溢利的16.5%為稅率計算。

根據企業所得稅法及相關規定，在中國經營的企業一般按應課稅溢利的25%的稅率繳納企業所得稅。被認定為「高新技術企業」(「**高新技術企業**」)的企業三年內可享受15%的優惠稅率，只要高新技術企業身份有效，且符合條件的企業可以重新申請另外三年的有關優惠稅率，前提是其業務繼續符合高新技術企業身份。江西正味於2017年被確認為高新技術企業，並於2020年重續其高新技術企業地位三年。江西正味將在臨近屆滿時開始重續其高新技術企業身份，並且於並無修訂確認高新技術企業身份要求的基礎上，我們預計有關重續不會遇到任何障礙。廣昌正蓮於2019年被確認為高新技術企業，並於2022年重續其高新技術企業地位三年。因此，江西正味和廣昌正蓮於往績記錄期間享受15%的優惠稅率。

此外，根據2018年頒佈的企業所得稅法第30條第(1)款及相關規定，研發開支可在中國企業所得稅中扣除。生產企業於2019年及2020年有權享有適用於研發開支的額外75%企業所得稅減免並自2021年以來有權享有適用於研發開支的額外100%企業所得稅減免。

財務資料

往績記錄期間所得稅開支可按綜合損益及其他全面收益表中的除所得稅開支前溢利對賬如下：

	2019年財政年度	2020年財政年度	2021年財政年度	2022年6個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅開支前溢利	<u>48,262</u>	<u>47,313</u>	<u>57,844</u>	<u>22,722</u>
按中國法定稅率25%計算的				
稅項.....	12,066	11,837	14,461	5,680
非應課稅收入的稅務影響	(2,620)	(1,364)	(2,380)	(2,381)
不可扣減稅項開支的稅務影響..	119	95	117	116
中國附屬公司的免稅待遇的				
影響.....	(511)	(2,410)	(1,189)	(54)
於中國註冊成立的附屬公司可享				
受的研發開支稅務優惠	(1,728)	(1,875)	(1,902)	(1,517)
未確認的稅項虧損／暫時性				
差額.....	<u>(9)</u>	<u>91</u>	<u>445</u>	<u>9</u>
所得稅開支	<u>7,317</u>	<u>6,374</u>	<u>9,552</u>	<u>1,853</u>
實際稅率	<u>15.2%</u>	<u>13.5%</u>	<u>16.5%</u>	<u>8.2%</u>

財務資料

我們的稅收包括(i)企業所得稅的所得稅開支；(ii)遞延稅項開支。我們的稅項從2019年財政年度的約人民幣7.3百萬元減少約0.9百萬元或12.3%至2020年財政年度的約人民幣6.4百萬元。減少的主要原因是稅前利潤減少約人民幣1.0百萬元，且遞延所得稅資產減少。我們的稅收從2020年財政年度的約人民幣6.4百萬元增加至2021年財政年度的約人民幣9.6百萬元，乃主要由於稅前利潤增加約人民幣10.5百萬元。我們於往績記錄期間的實際稅率分別約為15.2%、13.5%、16.5%及8.2%。我們的實際所得稅率除適用企業所得稅稅率外，主要受以下影響(其中包括)：本集團旗下農業產品(如蘑菇、黑木耳和墨魚乾)初加工企業免稅利潤；適用於江西正味及廣昌正蓮研發開支的額外企業所得稅減免(即2019年及2020年為75%以及自2021年起為100%)。我們於往績記錄期間的實際稅率波動乃主要由於我們在2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月的農產品生產收入分別約為人民幣122.7百萬元、人民幣97.7百萬元、人民幣120.5百萬元及人民幣64.7百萬元，該等收入可獲豁免企業所得稅。根據企業所得稅法及其相關實施細則及財政部國家稅務總局關於發佈享受企業所得稅優惠政策的農產品初加工範圍(試行)的通知(財稅[2008]149號)、我們源自江西正味、南昌凱興及廣昌正蓮進行農業產品(如蘑菇、黑木耳和墨魚乾，「**企業所得稅豁免產品**」)初加工產生的收益獲免徵企業所得稅。特別是，於2022年六個月，實際稅率相對較低，約為8.2%，原因是毋須繳納企業所得稅的收入增加，增加的主要原因是免徵企業所得稅產品的毛利率由2021年財政年度約25.8%增加至2022年6個月約33.5%。

流動資金及資本資源

財務資源

於往績記錄期間，主要現金用途為支付製造所用原材料的採購、員工成本及福利、生產成本及各種運營開支。以往，我們通過將經營活動所得現金及銀行借款相結合來滿足流動資金需求。

財務資料

現金流量

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2021年 6個月	2022年 6個月
	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
				(未經審核)	
營運資金變動前的經營					
溢利.....	56,566	52,928	63,560	21,821	26,140
營運資金變動.....	<u>(37,604)</u>	<u>39,201</u>	<u>(28,583)</u>	<u>(51,666)</u>	<u>28,417</u>
經營活動所得／(所用)					
現金淨額.....	18,962	92,129	34,977	(29,845)	54,557
已付所得稅.....	<u>(8,374)</u>	<u>(5,570)</u>	<u>(7,905)</u>	<u>(2,314)</u>	<u>(5,832)</u>
經營活動所得／(所用)					
的現金淨額.....	10,588	86,559	27,072	(32,159)	48,725
投資活動所用現金淨額...	(2,629)	(3,105)	(7,187)	(5,042)	(2,059)
融資活動所得／(所用)					
現金淨額.....	<u>32,507</u>	<u>17,748</u>	<u>(34,902)</u>	<u>(28,706)</u>	<u>(35,792)</u>
現金及現金等價物增加／					
(減少)淨額.....	40,466	101,202	(15,017)	(65,907)	10,874
年初／期初現金及					
現金等價物.....	<u>670</u>	<u>41,136</u>	<u>142,338</u>	<u>142,338</u>	<u>127,321</u>
年末／期末現金及					
現金等價物.....	<u><u>41,136</u></u>	<u><u>142,338</u></u>	<u><u>127,321</u></u>	<u><u>76,431</u></u>	<u><u>138,195</u></u>

經營活動所得現金流量

2019年財政年度經營活動所得現金淨額約為人民幣10.6百萬元。營運資金變動前的經營溢利約為人民幣56.6百萬元，主要反映除所得稅前溢利約為人民幣48.3百萬元，並就利息開支約為人民幣7.5百萬元、社保撥備回撥約為人民幣2.9百萬元、物業、廠房及設備折舊約為人民幣2.4百萬元及轉租淨投資虧損約為人民幣1.9百萬元作出正向調整。

財務資料

營運資金變動貢獻現金流出淨額約人民幣37.6百萬元，主要包括貿易應收款項增加約人民幣46.1百萬元，主要由於在相關時間對客戶集團A的直接銷售大幅增加，部分為存貨減少約人民幣8.8百萬元所抵銷。經營現金流出還包括支付所得稅約人民幣8.4百萬元。對綜合財務狀況表中上述項目波動的解釋載於本節「綜合財務狀況表部分項目」一段。

2020年財政年度經營活動所得現金淨額約為人民幣86.6百萬元。營運資金變動前的經營溢利約為人民幣52.9百萬元，主要反映除所得稅前溢利約為人民幣47.3百萬元，並就利息開支約為人民幣7.8百萬元、社保撥備回撥約為人民幣3.5百萬元及物業、廠房及設備折舊約為人民幣2.4百萬元作出正向調整。營運資金變動貢獻現金流入約人民幣39.2百萬元，主要包括(i)貿易應付款項增加約人民幣27.6百萬元；(ii)預付款項、按金及其他應收款項減少約人民幣24.3百萬元；及(iii)貿易應收款項減少約人民幣22.5百萬元，部分為存貨增加約人民幣35.2百萬元所抵銷。經營現金流出還包括支付所得稅約人民幣5.6百萬元。對綜合財務狀況表中上述項目波動的解釋載於本節「綜合財務狀況表部分項目」一段。

2021年財政年度經營活動所得現金淨額約為人民幣27.1百萬元。營運資金變動前的經營溢利約為人民幣63.6百萬元，主要反映除所得稅前溢利約為人民幣57.8百萬元，並就物業、廠房及設備折舊約為人民幣3.8百萬元、利息開支約為人民幣6.2百萬元、轉租提前終止收益約人民幣1.8百萬元及社保撥備回撥約為人民幣1.2百萬元作出正向調整。營運資金變動貢獻現金流出淨額約人民幣28.6百萬元，主要包括(i)貿易應付款項減少約人民幣9.9百萬元；(ii)貿易應收款項增加約人民幣9.9百萬元；及(iii)存貨增加約人民幣8.4百萬元。經營現金流出還包括支付所得稅約人民幣7.9百萬元。對綜合財務狀況表中上述項目波動的解釋載於本節「綜合財務狀況表部分項目」一段。

財務資料

2022年6個月，經營活動所得現金淨額約為人民幣48.7百萬元。營運資金變動前的經營溢利約為人民幣26.1百萬元，主要反映除所得稅前溢利約為人民幣22.7百萬元，並就財務成本約人民幣1.8百萬元及物業、廠房及設備折舊約人民幣1.8百萬元作出正向調整。營運資金變動貢獻現金流入淨額約人民幣28.4百萬元，主要包括(i)存貨減少約人民幣9.4百萬元；及(ii)貿易應收款項減少約為人民幣0.8百萬元。對綜合財務狀況表中上述項目波動的解釋載於本節「綜合財務狀況表部分項目」一段。

投資活動所得現金流量

2019年財政年度，我們錄得投資活動所用現金淨額約為人民幣2.6百萬元，主要乃由於(i)購買廠房及機械約為人民幣1.5百萬元；及(ii)購買無形資產約為人民幣1.3百萬元。

2020年財政年度，我們錄得投資活動所用現金淨額約為人民幣3.1百萬元，主要乃由於購買廠房及設備約為人民幣3.4百萬元。

2021年財政年度，我們錄得投資活動所用現金淨額約為人民幣7.2百萬元，主要乃由於購買廠房及設備約為人民幣9.5百萬元，並部分為出售附屬公司現金流入淨額約人民幣1.9百萬元所抵銷。

於截至2022年6個月，我們錄得投資活動所用現金淨額約人民幣2.1百萬元，主要乃由於購買廠房、廠房及設備約人民幣2.2百萬元。

融資活動所得現金流量

2019年財政年度，我們錄得融資活動所得現金淨額約人民幣32.5百萬元，主要乃由於(i)銀行借款所得款項約人民幣117.6百萬元；(ii)償還銀行借款約人民幣93.5百萬元；(iii)附屬公司實益股東出資約人民幣20.0百萬元(代表雷先生首次公開發售前投資)；及(iv)已付利息約人民幣6.3百萬元。

2020年財政年度，我們錄得融資活動所得現金淨額約人民幣17.7百萬元，主要乃由於(i)銀行借款所得款項約人民幣100.3百萬元；(ii)償還銀行借款約人民幣86.4百萬元；(iii)附屬公司實益股東出資約人民幣13.2百萬元(代表蘇先生首次公開發售前的投資)；及(iv)已付利息約人民幣7.7百萬元。

2021年財政年度，我們錄得融資活動所用現金淨額約人民幣34.9百萬元，主要乃由於(i)償還銀行借款約人民幣111.6百萬元；(ii)銀行借款所得款項約人民幣83.7百萬元；及(iii)已付利息約人民幣6.2百萬元。

於截至2022年6個月，我們錄得融資活動所用現金淨額約人民幣35.8百萬元，主要乃由於(i)償還銀行借款約人民幣33.9百萬元；及(ii)已付利息約人民幣2.7百萬元。

營運資金充足性

經計及我們可獲取的財務資源(包括可用信貸、手頭現金及現金等價物、運營所得現金流)以及股份發售估計所得款項淨額，在未有不明朗因素的情況下，我們的董事認為我們擁有充足的營運資金應對我們當前以及自本招股章程日期起未來12個月經營所需。

財務資料

流動資產淨額

	於12月31日			於2022年	於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日	10月31日
	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 (未經審核)
流動資產					
存貨.....	62,445	98,248	106,459	97,188	76,916
貿易應收款項.....	74,344	52,395	63,163	62,342	68,011
預付款項、按金及其他 應收款項.....	37,754	15,631	15,300	19,711	10,768
退貨權資產.....	976	767	818	918	918
應收一間關連方款項.....	58	58	—	34	—
應收股東款項.....	—	343	343	343	343
現金及現金等價物.....	41,136	142,338	127,321	138,195	135,976
	<u>216,713</u>	<u>309,780</u>	<u>313,404</u>	<u>318,731</u>	<u>292,932</u>
流動負債					
貿易應付款項.....	24,774	52,390	42,511	61,448	21,449
其他應付款項及應計費用.	17,459	14,046	14,380	15,947	10,505
合約負債.....	450	290	593	1,709	954
借款.....	80,972	98,586	87,033	55,019	44,457
應付一位股東款項.....	—	9	9	—	—
租賃負債.....	249	238	84	42	14
應付所得稅.....	4,306	4,171	5,490	1,497	3,711
	<u>128,210</u>	<u>169,730</u>	<u>150,100</u>	<u>135,662</u>	<u>81,090</u>
流動資產淨額.....	<u>88,503</u>	<u>140,050</u>	<u>163,304</u>	<u>183,069</u>	<u>211,842</u>

本集團於2019年12月31日錄得流動資產淨額約人民幣88.5百萬元，並於2020年12月31日錄得流動資產淨額增加約人民幣140.0百萬元，主要乃由於(i)現金及現金等價物增加約人民幣101.2百萬元；及(ii)存貨增加約人民幣35.8百萬元，並部分為(i)貿易應付款項增加約人民幣27.6百萬元；及(ii)貿易應收款項減少約為人民幣21.9百萬元抵銷。

財務資料

流動資產淨額從2020年12月31日的約人民幣140.1百萬元進一步增加人民幣23.2百萬元到2021年12月31日的人民幣163.3百萬元，主要乃由於(i)貿易應收款項增加約人民幣10.8百萬元；及(ii)即期借款減少約為人民幣11.6百萬元。

於2022年6月30日，我們的流動資產淨值增至約人民幣183.1百萬元，主要歸因於(i)即期借款減少約人民幣32.0百萬元；(ii)現金及現金等價物增加約人民幣10.9百萬元；及(iii)預付款項、按金及其他應收款項增加約人民幣4.4百萬元，並部分為以下各項所抵銷(i)存貨減少約人民幣9.3百萬元；(ii)貿易應付款項增加約人民幣18.9百萬元；及(iii)貿易應收款項減少約人民幣0.8百萬元。

我們的流動資產淨值由2022年6月30日約人民幣183.1百萬元增至2022年10月31日約人民幣211.8百萬元。該增加主要歸因於(i)貿易應收款項增加約人民幣5.7百萬元；(ii)貿易應付款項減少約人民幣40.0百萬元；(iii)其他應付款項及應計費用減少約人民幣5.4百萬元；及(iv)即期借款減少約人民幣10.6百萬元。

我們應收一名關連方的款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還，並已於上市前償付。我們應收／(應付)股東的款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還，並將於上市前償付。

綜合財務狀況表部分項目

存貨

於往績記錄期間，存貨主要包括原材料。下表載列了我們於所示日期存貨結餘的概要。

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料.....	46,739	62,495	59,598	53,499
成品.....	16,333	35,753	47,032	43,689
	63,072	98,248	106,630	97,188
減：陳舊存貨損失撥備	(627)	—	(171)	—
	<u>62,445</u>	<u>98,248</u>	<u>106,459</u>	<u>97,188</u>

財務資料

原材料主要包括蓮子、菌類、穀類、乾製水產品及紫菜及其他。成品是指已經完成製造工序，但尚未出售或分銷給客戶的產品。截至2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日，存貨結餘分別佔總流動資產的約28.8%、31.7%、34.0%及30.5%。根據存貨政策，存貨的價值應按成本及可變現淨值兩者中較低者呈列。存貨成本按加權平均法釐定，而可變現淨值是指存貨的估計售價減去所有估計完工成本及作出銷售所需的成本。於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，我們為存貨價值分別撥備約人民幣0.6百萬元、零、人民幣0.2百萬元及零。

存貨從2019年12月31日的約人民幣62.4百萬元增加到2020年12月31日的約人民幣98.2百萬元，主要乃由於我們零食的成品由2019年12月31日的約人民幣5.0百萬元增至2020年12月31日的約18.9百萬元，與2020年財政年度我們零食的銷售額增長一致。

我們的存貨由2020年12月31日的約人民幣98.2百萬元增至2021年12月31日的約人民幣106.5百萬元。該增加主要歸因於我們乾製山珍的成品由2020年12月31日的約人民幣6.0百萬元增至2021年12月31日的約人民幣14.4百萬元，與2021年財政年度乾製山珍銷售額增加一致，並部分被原材料減少抵銷，因為我們於2021年財政年度加強存貨控制及採購控制。

下表載列了我們於所示年度／期間的平均存貨週轉天數：

	2019年 財政年度	2020年 財政年度	2021年 財政年度	2022年 六個月
平均存貨週轉天數(附註)	<u>120.3</u>	<u>152.5</u>	<u>160.0</u>	<u>163.1</u>

附註： 平均存貨週轉天數的計算方法是將某一特定期間開始及結束時的存貨結餘取平均值，除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的天數。截至12月31日止年度之天數為365天或截至6月30日止六個月之天數為181天。

財務資料

我們的平均存貨週轉天數從2019年財政年度的約120.3天增加到2020年財政年度的約152.5天，並於2021年財政年度進一步增加到約160.0天，主要乃由於如上所述，我們於2020年12月31日及2021年12月31日的存貨結餘增加。具體而言，於2019年、2020年及2021年12月31日的存貨結餘中，製成品分別約為人民幣16.3百萬元、人民幣35.8百萬元及人民幣47.0百萬元，佔存貨結餘的約26.2%、36.4%及44.2%。鑒於我們銷售額的歷史增長，上述庫存餘額(尤其是製成品)增加乃由於我們囤積製成品以準備應對未來銷售。於2022年6個月，我們的平均存貨週轉天數保持163.1日，相對穩定。

於往績記錄期間，我們的存貨週轉天數大幅增加反映了我們的業務模式，特別是提前備貨原材料和製成品以為我們未來的生產和銷售做準備。尤其是，我們在相關年度／期末為即將到來的節日(即中國新年、中秋節和黃金週)大幅增加製成品的庫存，以便根據我們產品需求的增加與我們的拓展計劃保持同步以及應對COVID-19疫情對我們供應鏈穩定性造成的影響。由於我們的存貨包括原材料和製成品，我們於往績記錄期間的平均存貨週轉天數不僅反映我們出售製成品所花費的時間，亦反映我們為準備生產而儲備原材料的時間。

我們採購原材料並根據我們的銷售時間表計劃我們的生產。我們在監控庫存水平時也會考慮我們的歷史銷售和未來預測。我們通常保持合理的原材料水平，我們生產工廠的所有原材料和製成品按先進先出基準分別消耗和銷售。一旦我們的產品被包裝，我們會努力盡可能最早將其交付給我們的客戶。我們還使用信息系統跟蹤庫存水平以及確保我們擁有合理水平的原材料和製成品。

儘管我們的食品一般自生產日期起擁有8至18個月的保質期(即我們產品過期前的建議食用期)，但我們的零售商客戶通常會更頻繁地下訂單補充貨架，以避免在其門店堆積我們的產品。儘管並無規定交付給零售商客戶產品的最短保質期，但我們通常會確保我們交付給諸如超市等主要零售商客戶的產品於到期前至少有三個月保質期，從而使終端消費者在購買後有合理時間消費我們的產品。我們的董事認為，上述安排符合市場同類產品的保質期。

財務資料

下表載列了我們於所示日期的存貨賬齡分析：

	於12月31日			於6月30日
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
90日內.....	46,102	61,270	81,080	77,969
91至180日.....	3,650	18,070	18,449	2,220
181至365日.....	11,830	18,758	6,780	15,156
365日以上.....	863	150	150	1,843
	62,445	98,248	106,459	97,188

於2022年6月30日，賬齡超過180天的存貨包括約70%的原材料，其中，大多數原材料的保質期為12個月至24個月。並無就此類存貨計提準備，因為存貨仍在其各自的保質期範圍。於往績記錄期間並無處置過期產品。

於最後實際可行日期，本集團於2022年6月30日的存貨中，(i)約人民幣54.9百萬元或70.4%且賬齡在90天內的存貨其後被動用／出售；(ii)約人民幣1.9百萬元或85.3%且賬齡在91至180天內的存貨其後被動用／出售；(iii)約人民幣11.4百萬元或75.0%且賬齡在181天至365天內的存貨其後被動用／出售；(iv)約人民幣1.6百萬元或87.9%且賬齡超過365天的存貨其後被使用／出售。換言之，於2022年6月30日的存貨中，合共約人民幣69.8百萬元或71.8%其後被動用／出售。我們相信我們的存貨並無任何重大可收回性問題，且於往績記錄期間已充分考慮有關撥備。

貿易應收款項

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項明細：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	76,143	53,640	63,507	62,684
減：減值撥備.....	(1,799)	(1,245)	(344)	(342)
	74,344	52,395	63,163	62,342

財務資料

貿易應收款項主要指因銷售產品而應收的未結清款項。於2019年、2020年及2021年12月31日，貿易應收款項分別約為人民幣74.3百萬元、人民幣52.4百萬元及人民幣63.2百萬元。本集團信貸期一般要求客戶於30至90日內付款。於2020年12月31日，貿易應收款項的減少與2020年財政年度收入減少大體一致。於2021年12月31日，貿易應收款項的增加與2021年財政年度收入增加大體一致。於2022年6月30日，貿易應收款項維持相對穩定在約人民幣62.3百萬元。

下表載列了我們於所示年度／期間的平均貿易應收款項週轉天數：

	<u>2019年財政年度</u>	<u>2020年財政年度</u>	<u>2021年財政年度</u>	<u>2022年</u> <u>六個月</u>
平均貿易應收款項週轉天數(附註)。	<u>63.0</u>	<u>81.8</u>	<u>61.7</u>	<u>68.0</u>

附註： 平均貿易應收款項週轉天數的計算方法是將某一特定期間開始和結束時的減值後應收賬款結餘取平均值，將該平均值除以該期間的收入，再乘以該期間的天數。截至12月31日止年度之天數為365天或截至6月30日止六個月之天數為181天。

平均貿易應收款項週轉天數從約63.0天增加到2020年財政年度的約81.8天，主要乃由於因中國政府為應對COVID-19疫情而實施的臨時旅行限制或其他封鎖措施，若干客戶授權或安排結算費時更長。平均貿易應收款項週轉天數從2020年財政年度的約81.8天減少到2021年財政年度的約61.7天，主要是因為我們在COVID-19疫情於2021年財政年度穩定後加大收款力度。於2022年6個月，我們的貿易應收款項週轉天數保持68.0日，相對穩定。於往績記錄期間，貿易應收款項的平均週轉天數與授予客戶的信貸期一致(即30至90日)。

財務資料

貿易應收款項於各所示日期按發票日期之賬齡分析：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1個月內.....	53,185	41,315	37,657	46,356
1個月至2個月.....	17,860	11,985	25,510	15,988
2個月至3個月.....	4,453	—	—	—
3個月至1年.....	—	—	—	—
超過一年.....	645	340	340	340
	<u>76,143</u>	<u>53,640</u>	<u>63,507</u>	<u>62,684</u>

本集團一般授予客戶30至90日的平均信貸期。於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日，我們約有99.2%、99.4%、99.5%及99.5%的貿易應收款項的賬齡在發票日期起90天內。我們力求對未結清的應收賬款保持嚴格控制，以儘量減少信貸風險。我們未要求任何抵押品作為擔保。

於最後實際可行日期，於2022年6月30日的貿易應收款項中約人民幣62.3百萬元或99.5%已隨後結算。

預付款項、按金及其他應收款項

下表載列了我們於所示日期的預付款項、按金及其他應收款項明細：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付供應商款項.....	26,867	658	—	—
其他應收款項.....	8,901	11,279	10,040	14,935
遞延上市開支.....	1,246	2,597	3,184	4,098
按金.....	422	348	336	226
預付款項.....	373	656	521	278
可收回增值稅.....	19	141	1,275	384
	<u>37,828</u>	<u>15,679</u>	<u>15,356</u>	<u>19,921</u>
減：減值撥備.....	(74)	(48)	(56)	(210)
	<u>37,754</u>	<u>15,631</u>	<u>15,300</u>	<u>19,711</u>

財務資料

預付款項、按金及其他應收款項從2019年12月31日的約人民幣37.8百萬元減少約人民幣22.2百萬元或約58.7%到2020年12月31日的人民幣15.6百萬元，主要乃由於預付供應商款項減少約人民幣26.2百萬元，因為(i)我們與如岫岩滿族自治縣牧牛鄉益林食用菌種植農業專業合作社(於2019年及2020年12月31日分別有墊款約人民幣4.8百萬元及零)、古田縣源遠農業專業合作社(於2019年及2020年12月31日分別有墊款約人民幣3.5百萬元及零)及廣昌縣義荷食品有限公司(於2019年及2020年12月31日分別有墊款約人民幣4.5百萬元及零)等若干供應商建立長期業務關係後，彼等於2020年財政年度不再要求墊付採購原材料款項，並部分為遞延上市開支增加約為人民幣1.4百萬元所抵銷。預付款項、按金及其他應收款項保持相對穩定，於2020年及2021年12月31日分別約為人民幣15.6百萬元及人民幣15.3百萬元。於2022年6月30日，我們的預付款項、按金及其他應收款項增加至約人民幣19.7百萬元，主要由於其他應收款項增加約人民幣4.9百萬元，主要歸因於當時促銷專櫃產生的收入增加。於往績記錄期間錄得的其他應收款項主要包括屬貿易性質的應收促銷專櫃銷售款項。該等應收款項未分類為貿易應收款項，因為有關款項已由超市通過促銷專櫃即時向終端消費者收取，而貨品所有權的重大風險及回報已通過促銷專櫃銷售的方式轉移予終端消費者。超市代我們收取的款項隨後將轉賬給我們，因此該等結餘分類為其他應收款項。於最後實際可行日期，於2022年6月30日的約人民幣15.6百萬元或78.3%的預付款項、按金及其他應收款項隨後已結算。

貿易應付款項

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項	24,774	52,390	42,511	61,448

財務資料

於往績記錄期間，貿易應付款項主要包括因採購直接材料而應付供應商的結餘。貿易應付款項主要包括對原材料供應商的應付款項，於收到貨物後確認。本集團通常獲供應商授予30日的信貸期。

貿易應付款項從2019年12月31日的約人民幣24.8百萬元增加約人民幣27.6百萬元或111.3%到2020年12月31日的約人民幣52.4百萬元。該增加主要乃由於我們於2020年底前後增加購買原材料，因為我們預期於2021年財政年度的中國農曆新年前後推出新產品。貿易應付款項從2020年12月31日的約人民幣52.4百萬元減少到2021年12月31日的約人民幣42.5百萬元，主要乃由於2021年財政年度我們加強了存貨控制和採購控制。於2022年6月30日，我們的貿易應付款項增至約人民幣61.4百萬元，主要歸因於我們增加採購額以應對中秋節的市場需求。

下表載列了我們於所示年份／期間的貿易應付款項週轉天數：

	2019年財政年度	2020年財政年度	2021年財政年度	2022年 六個月
平均貿易應付款項週轉天數(附註) .	47.6	73.2	74.2	83.3

附註：平均貿易應付款項週轉天數的計算方法是將某一特定期間開始和結束時的減值後貿易應付款項結餘取平均值，將該平均值除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的天數。截至12月31日止年度之天數為365天或截至6月30日止六個月之天數為181天。

下表載列了我們於所示日期的貿易應付款項賬齡分析：

	於12月31日			於6月30日
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
六個月內	24,121	52,390	42,511	61,448
六個月至1年	653	—	—	—
超過1年.....	—	—	—	—
	24,774	52,390	42,511	61,448

財務資料

於往績記錄期間，我們的貿易應付款項平均週轉天數分別約為47.6日、73.2日、74.2日及83.3日。平均貿易應付款項週轉天數於2020年財政年度及2022年6個月因貿易應付款項增加(如上文所討論)而增加。我們的平均貿易應付款項週轉日數於2021年財政年度維持相對穩定。

隨後，於最後實際可行日期，全部貿易應付款項已於2022年6月30日結清。

應計費用及其他應付款項

下表載列我們於所示日期的應計費用及其他應付款項明細：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應付款項.....	3,491	2,816	1,855	1,643
應計費用.....	13,717	10,979	12,525	14,304
遞延收入.....	251	251	—	—
	<u>17,459</u>	<u>14,046</u>	<u>14,380</u>	<u>15,947</u>

下表載列我們於所示日期的應計費用明細：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
應計工資及員工福利.....	7,174	4,450	4,604	3,982
應計上市開支.....	4,345	4,444	5,787	8,043
銷售退貨應計費用.....	1,462	1,097	1,212	1,422
其他.....	736	988	922	857
	<u>13,717</u>	<u>10,979</u>	<u>12,525</u>	<u>14,304</u>

應計費用及其他應付款項主要包括應計薪資及員工成本、應計上市開支及其他應繳稅款。

財務資料

我們允許基於檢查和批准，對有缺陷的產品或損壞的產品進行產品退貨或換貨。對於退回給我們的任何有缺陷或損壞的產品，將向客戶退還相關的購貨金額。對於若干零售商客戶，特別是具備較強議價權的連鎖超市，銷售協議允許根據雙方磋商，將長期未出售的產品退貨。於2019年財政年度、2020年財政年度、2021年財政年度及2022年6個月，來自我們客戶的產品退貨分別約為人民幣2.8百萬元、人民幣0.7百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.1百萬元。根據香港財務報告準則第15.50條，倘合約所承諾代價包括可變金額，實體將估計其就向客戶轉移承諾貨品或服務而有權換取的代價金額。給予的退貨權被認為是可變代價。為審慎起見，我們的董事使用往績記錄期間的累計年度平均歷史銷售回報，而非過往年度平均銷售回報，以估計銷售回報的應計金額，因此，於往績記錄期間的銷售回報的應計金額維持在相似水平，甚至我們客戶的產品退貨量也呈下降趨勢。

應計費用及其他應付款項從2019年12月31日的約人民幣17.5百萬元減少約人民幣3.5百萬元或20.0%到2020年12月31日的約人民幣14.0百萬元，主要乃由於應計開支減少，因為我們於2020年12月31日已結清金額較高的社保基金。

應計費用及其他應付款項保持相對穩定，於2020年、2021年12月31日及2022年6月30日分別為人民幣14.0百萬元、人民幣14.4百萬元及人民幣15.9百萬元。

合約負債

下表載列我們於所示日期的合約負債明細：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銷售乾製山珍、零食、乾製水產品、穀物及調味料等產生的合約負債.....	<u>450</u>	<u>290</u>	<u>593</u>	<u>1,709</u>

於最後實際可行日期，於2022年6月30日的所有合約負債其後已確認為收入。

財務資料

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備包括樓宇、租賃裝修、傢具、電子及其他設備、廠房及機械、機動車及在建工程。

物業、廠房及設備於2019年及2020年12月31日保持相對穩定，約為人民幣30.4百萬元及人民幣31.4百萬元，並於2021年12月31日進一步增加約人民幣11.6百萬元或36.9%到約人民幣43.0百萬元。該增加主要乃由於(i)購買廠房及機器約人民幣7.0百萬元；及(ii)從投資物業轉為樓宇約人民幣6.1百萬元，乃由於與關連方的租賃終止，且該樓宇被本集團用於自身運營。於2022年6月30日，我們的物業、廠房及設備維持相對穩定在約人民幣43.3百萬元。

有關我們於往績記錄期間購買及出售物業、廠房及設備的詳情，請參見本招股章程附錄一會計師報告附註18。

使用權資產

租賃初始於租賃資產可供本集團使用之日(即開始日期)確認為使用權資產及相應的負債，並於該資產的估計可使用年限及租賃期內按下述方式以直線法折舊。於2019年、2020年、2021年12月31日及於2022年6月30日，我們錄得使用權資產分別約為人民幣6.0百萬元、人民幣5.9百萬元、人民幣6.3百萬元及人民幣6.2百萬元。下表載列了我們於所示日期的使用權資產金額：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
土地使用權及倉庫.....	<u>6,007</u>	<u>5,860</u>	<u>6,310</u>	<u>6,199</u>

於往績記錄期間，使用權資產保持相對穩定。於中國的土地使用權權益已於收購時預付，租賃期為50年。本集團還於中國租賃低溫倉庫至2022年12月。租賃協議為固定期限，由12個月至24個月，並無施加任何限制或契諾。

財務資料

商譽

商譽減值測試

人民幣千元

總賬面值

於2019年1月1日、2019年12月31日、2020年12月31日、 2021年12月31日和2022年6月30日.....	<u><u>269</u></u>
--	-------------------

累計減值虧損

於2019年1月1日、2019年12月31日、2020年12月31日、 2021年12月31日和2022年6月30日.....	<u><u>—</u></u>
--	-----------------

賬面淨值

於2019年12月31日	<u><u>269</u></u>
於2020年12月31日	<u><u>269</u></u>
於2021年12月31日	<u><u>269</u></u>
於2022年6月30日	<u><u>269</u></u>

商譽的結餘總額被分配到一個現金產生單位，即食品貿易。

該現金產生單位的可收回金額，乃根據已獲正式批准的五年期預算為基準作出的現金流量預測按使用價值計算予以釐定。五年期以後的現金流量使用整個往績記錄期間的估計加權平均增長率2.0%至2.5%推測。

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
稅前貼現率	16.1%	14.8%	15.3%	13.7%
五年內的收入增長率	2.9%至5.6%	3.0%至5.0%	3.0%至4.0%	3.0%至4.0%
最終增長率	2.5%	2.5%	2.0%	2.0%

使用的貼現率為稅前，且反映與相關現金產生單位有關的特定風險。

五年內的營業溢利率及增長率乃根據過往經驗釐定。

財務資料

基於對商譽減值測試的結果，現金產生單位的估計可收回金額遠超其賬面價值，差額如下：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
差額.....	197,605	125,358	195,352	194,666

管理層進行敏感度分析所依據的上述關鍵假設已經改變。假設預測期間的估計關鍵假設發生以下變動，則差額將減至以下數值：

	於12月31日			於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
稅前貼現率增加5%	184,345	119,459	182,785	180,269
五年內的收入增長率減少5% ...	195,719	121,183	190,927	189,310
最終增長率減少5%	195,961	124,561	194,115	193,035

管理層亦確定，於釐定可回收金額的關鍵假設並無合理可能變動導致現金產生單位的估計可收回金額超過其賬面價值。

財務資料

債務

下表載列本集團截至2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日、10月31日(釐定債務的最後實際可行日期)止的債務：

	於12月31日			於2022年	於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日	10月31日
	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 (未經審核)
借款					
— 有抵押	83,723	97,640	69,740	57,646	46,402
— 無抵押	20,000	20,000	20,000	—	—
— 利息開支撥備	922	946	919	—	—
應付楊先生款項.....	—	9	9	—	—
租賃負債	2,185	2,020	84	42	14
共計.....	<u>106,830</u>	<u>120,615</u>	<u>90,752</u>	<u>57,688</u>	<u>46,416</u>

借款

於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日、10月31日，我們的借款分別達到約人民幣104.6百萬元、人民幣118.6百萬元、人民幣90.7百萬元、人民幣57.6百萬元及人民幣46.4百萬元。其中，於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日、10月31日，借款分別約人民幣20百萬元、人民幣20百萬元、人民幣20百萬元、零及零(標的貸款)自一間獨立金融機構(「獨立金融機構」)獲得。截至2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日、10月31日，有抵押借款分別按每年介乎約5.22%至11.00%、3.25%至9.72%、4.35%至8.5%、4.35%至7.92%及4.80%至7.92%的固定／浮動實際利率計息。於2019年、2020年及2021年12月31日及2022年6月30日、10月31日，無抵押借款，即標的貸款，分別按每年約8.5%、8.5%、8.5%、零及零的固定實際利率計息。於2022年10月31日，我們有借款總額約人民幣46.4百萬元，全部未動用。

財務資料

獨立金融機構為於江西省成立並獲中國銀行保險監督管理委員會許可從事廣泛範圍信託、借貸、證券及諮詢業務的未上市非銀行金融機構，及為國務院國有資產監督管理委員會控制的一間公司的附屬公司。我們於2017年收購廣昌工廠，並於2017年及2018年繼續投資裝置和設備購置，導致2018年底現金狀況緊張。鑒於需要額外營運資金來生產新的蔬菜零食產品，且原材料供應商於相關時間一般要求我們支付墊款，因此我們於2019年1月從獨立金融機構獲得標的貸款，以資助我們營運需求。標的貸款為無抵押貸款，貸款本金為人民幣20百萬元，為期36個月，按固定年利率8.5%計息。於2020年8月，由於我們現金狀況有所改善，我們要求提前償還標的貸款。然而，獨立金融機構拒絕我們的要求，故我們根據協定條款於2022年1月償還標的貸款。據董事所深知，除標的貸款外，本集團、董事、高級管理層、股東及其各自的任何聯繫人過往或現時與獨立金融機構(包括其董事及最終實益擁有人)概無任何其他關係。

銀行借款主要以人民幣計值。借款有抵押部分的抵押為：(i)本集團於物業、廠房及設備中列賬的若干樓宇；(ii)於使用權資產項下的土地使用權；(iii)當時的投資物業；(iv)當時的貿易應收款項；及(v)楊先生、林女士、李輝先生(及其配偶)、林德千先生(廣昌正蓮董事，及其配偶)及南昌同利(有限合夥)(統稱「**個人或公司擔保人**」)提供的公司或個人擔保。有關有抵押借款抵押品及擔保的詳情，請參閱本招股章程附錄一所載會計師報告附註34。

個人或公司擔保人提供的個人或公司擔保將於上市後解除，並由本公司或其附屬公司提供的公司擔保取代。

應付楊先生款項

於2020年及2021年12月31日，應付楊先生款項分別為人民幣9,000元及人民幣9,000元，該款項為非貿易性質，無抵押、無息且應按要求償還。

提供予楊先生貸款的擔保

於2020年9月23日，蘭德森先生(「**第一貸款人**」)(作為貸款人)、楊先生(作為借款人)及江西正味(作為擔保人)訂立涉及人民幣2百萬元貸款(「**第一貸款**」)的貸款協議，期限為2020年9月23日至2020年12月22日，月利率1.8%，據此楊先生擬使用第一貸款解決江西名品匯貿易有限公司(「**名品匯**」)短期流動資金需求，該公司由楊凌煒先生經營，彼為楊先生之子。江西正味就第一貸款提供連帶責任擔保。根據該擔保，楊先生亦向江西正味提供反擔保，即江西正味就第一貸款提供擔保產生的所有責任、損失或開支應由楊先生獨立承擔。

於2022年1月4日，鄒裕民女士(「**第二貸款人**」)(作為貸款人)、楊先生(作為借款人)、江西正味(作為擔保人)及蘭輝先生(作為第三方)訂立涉及人民幣2.22百萬元貸款(「**第二貸款**」)的貸款協議，期限為2022年1月4日至2022年1月24日，日利率0.05%，據此楊先生擬使用第二貸款解決名品匯短期流動資金需求。江西正味就第二貸款提供連帶責任擔保。根據該擔保，楊先生亦向江西正味提供反擔保，即江西正味就第二貸款提供擔保產生的所有責任、損失或開支應由楊先生獨立承擔。於2022年1月24日，楊先生向第二貸款人償還貸款本金及應計利息，總金額為人民幣643,310元。

於2022年1月6日，蘭學端先生(「**第三貸款人**」)(作為貸款人)、楊先生(作為借款人)、江西正味、李輝先生、吳邦君先生及林女士(各為擔保人)訂立涉及人民幣1百萬元貸款(「**第三貸款**」)的貸款協議，期限為2022年1月6日至2022年2月5日，月利息人民幣15,000元，據此楊先生擬使用第三貸款解決名品匯短期流動資金需求。江西正味就第三貸款提供連帶責任擔保。根據該擔保，楊先生亦向江西正味、李輝先生及吳邦君先生提供反擔保，即江西正味、李輝先生及吳邦君先生就第三貸款提供擔保產生的所有責任、損失或開支應由楊先生獨立承擔。

財務資料

根據《中國公司法》，公司向其股東提供擔保的，須經股東大會決議。第一筆貸款、第二筆貸款和第三筆貸款(統稱「貸款」)的擔保在與第一貸款人、第二貸款人和第三貸款人(統稱為「貸款人」)訂立相關貸款協議之前已得到江西正味董事會和股東的正式批准。在此基礎上，我們獲中國法律顧問告知，江西正味提供的貸款擔保符合中國相關規則及法規以及江西正味的組織章程細則。

逾期償還貸款

儘管楊先生為貸款的主要借款人，貸款的基本目的是為解決名品匯的短期流動性需求，該需求於訂立相關貸款協議前已告知貸款人。由於楊先生有意明確分割本集團與名品匯的業務及財務，而作為父親，楊先生希望其子在財務上獨立，楊先生認為，楊凌焯先生應自身承擔償還貸款的責任。

由於客戶延遲付款，使名品匯的現金流和營運資金面臨壓力，楊凌焯先生未能按時償還貸款。由於楊凌焯先生已與其父溝通，一旦名品匯的現金流狀況穩定，其將有能力償還貸款，因此楊先生並沒有以個人身份向楊凌焯先生提供資金，而是協助聯絡貸款人以延長相關還款日期，一方面迫使楊凌焯先生承擔貸款責任並償還貸款，另一方面避免江西正味因貸款人強制執行擔保而面臨訴訟程序。此意向已傳達先前曾數次同意延長貸款還款期限的借貸人，因此，楊先生預期貸款人不會，在無事先通知的情況下，提起法律程序以追回債務。

然而，由於逾期償還(i)第一筆貸款，(ii)第二筆貸款餘額人民幣1.6百萬元及其應計利息；及(iii)第三筆貸款(統稱「未償還貸款」)，貸款人對楊先生、江西正味及其他個人擔保人展開法律程序。於最後實際可行日期，在楊凌焯先生將相關款項轉給楊先生用於償還未償還貸款後，楊先生已經履行其於相關貸款協議項下的還款義務。據中國法律顧問告知，(i)所有相關訴訟已悉數解決；及(ii)楊先生、江西正味及個別擔保人將不再對貸款的任何金額及相關擔保承擔責任。

財務資料

就此方面，作為本集團為防止類似事件再次發生而增強內部控制措施的一部分，(a) 已修訂本公司的組織章程細則，以禁止本公司直接或間接就任何人向任何董事、高級管理層或主要股東，或本公司任何控股公司的任何董事、高級管理層或主要股東，或任何彼等各自緊密聯繫人所提供的貸款進行擔保或提供任何抵押，或倘任何一名或多名董事、高級管理層或主要股東(共同或單獨或直接或間接)持有另一家公司的控股權，向有關其他公司提供貸款或就任何人士向有關其他公司所提供貸款進行任何擔保或提供任何抵押。有關進一步詳情，請參見本招股章程附錄三「2.組織章程細則—(b)董事—(vii)向董事提供貸款及貸款抵押」一節；及(b)本集團已就本集團所提供的擔保採取以下增強內部控制措施(有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務 — 風險管理和內部控制」一節)：

- (i) 於任何時候，本集團旗下所有公司均嚴禁為任何董事、高級管理人員或主要股東(或彼等各自的緊密聯繫人)承擔的任何貸款或債務提供擔保；
- (ii) 於上市前，向任何實體(本集團旗下公司除外)或個人提供擔保須經(a)貸款或債務擬由本集團旗下公司擔保之各獨立董事(或其聯繫人)；及(b)各獨立股東(貸款或債務擬由本集團旗下公司擔保之股東(或其聯繫人)除外)的批准；及
- (iii) 於上市後，根據上市規則向任何實體(本集團旗下公司除外)或個人提供擔保須經(a)各獨立非執行董事(貸款或債務擬由本集團旗下公司擔保之獨立非執行董事(或其聯繫人)除外)；及(b)股東的批准。

財務資料

租賃負債

租賃負債是指土地使用權及於往績記錄期間為經營本集團業務而租賃的低溫倉庫。租賃期限從12至120個月不等。下表載列了我們於所示日期的租賃負債明細：

	於12月31日			於2022年	於2022年
	2019年	2020年	2021年	6月30日	10月31日
	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 (未經審核)
未來最低租賃付款					
一年以內	422	398	86	43	15
1年以上但不超過2年.....	313	313	—	—	—
2年以上但不超過5年.....	938	938	—	—	—
5年以上.....	<u>1,562</u>	<u>1,250</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>3,235</u>	<u>2,899</u>	<u>86</u>	<u>43</u>	<u>15</u>
減：未來融資費用.....	<u>(1,050)</u>	<u>(879)</u>	<u>(2)</u>	<u>(1)</u>	<u>(1)</u>
	<u><u>2,185</u></u>	<u><u>2,020</u></u>	<u><u>84</u></u>	<u><u>42</u></u>	<u><u>14</u></u>

或有負債

於往績記錄期間及截至2022年10月31日，即釐定債務的最後實際可行日期，我們並無任何重大或有負債。我們目前並無捲入任何重大法律訴訟，亦不知道有任何涉及我們的未決或潛在重大法律訴訟。倘我們涉及該等重大法律訴訟，當根據當時可獲得的資料，很可能已經發生虧損並且虧損金額可以合理估計時，我們將記錄該等虧損或者或有事項。

財務資料

除本節上文「債務」一段所披露者外，於2022年10月31日（即就本債務聲明而言的最近期實際可行日期），我們並無任何尚未償還的按揭、押記、債權證、借貸資本、銀行透支、貸款、政府貸款、債務證券或其他類似債務、融資租賃或租購承擔、承兌負債、承兌信貸或其他重大或然負債的任何擔保。我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們的信貸融資受標準銀行條件及契諾規限，且並無任何重大契諾對我們獲得進一步的銀行融資施加重大限制；(ii)我們在償還我們的借款以及關於我們的信貸融資下的契諾及／或契諾違反方面沒有重大違約；及(iii)我們沒有任何重大的外債融資計劃。

重大債務變動

董事確認，截至最後實際可行日期，自2022年10月31日（即編製本招股章程中債務報表的最後實際可行日期）以來，本集團的負債按綜合基準而言沒有任何重大不利變動。董事確認，於最後實際可行日期，本集團並無於股份發售後不久進行任何重大債務融資的計劃。

資產負債表外承擔及安排

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無訂立資產負債表外的承擔及安排。

財務資料

主要財務比率

下表載列了所示年度／期間或截至所示日期的若干財務比率概要：

	附註	於12月31日／截至該日止年度／期間			6月30日
		2019年	2020年	2021年	2022年
流動比率	1	1.7倍	1.8倍	2.1倍	2.3倍
速動比率	2	1.2倍	1.2倍	1.4倍	1.6倍
資產負債比率	3	97.9%	73.9%	42.9%	24.8%
淨負債對股本比率	4	60.2%	不適用	不適用	不適用
利息償付比率	5	7.4倍	7.1倍	10.4倍	13.5倍
總資產回報率	6	15.5%	11.5%	13.2%	不適用
股本回報率	7	37.5%	25.1%	22.8%	不適用
純利率	8	13.8%	14.5%	14.1%	12.5%

附註：

1. 流動比率乃根據截至各年／期末流動資產總額除以流動負債總額計算。
2. 速動比率乃根據流動資產總額減去流動資產中的存貨(如有)，除以截至各年／期末的流動負債總額計算。
3. 資產負債比率乃根據債務總額(包括借款及租賃負債)除以截至各年／期末權益總額並乘以100%計算。
4. 淨負債對股本比率乃根據債務淨額(包括借款及租賃負債減去現金及現金等價物)除以截至各年／期末權益總額並乘以100%計算。
5. 利息償付比率按各年度除息及所得稅前溢利除以該年度／期間的利息計算。
6. 於2019年財政年度、2020年財政年度及2021年財政年度，總資產回報率乃根據年內溢利除以有關年末的資產總額，再乘以100%計算。於2022年6個月，總資產回報率由於無年度可比數據，因此無意義。
7. 於2019年財政年度、2020年財政年度及2021年財政年度，股本回報率乃根據年內溢利除以有關年末的權益總額，再乘以100%計算。於2022年6個月，股本回報率由於無年度可比數據，因此無意義。
8. 純利率乃根據年內溢利除以有關年度／期間的收入，再乘以100%計算。

流動比率

於2019年及2020年12月31日，流動比率保持相對穩定，分別約為1.7倍和1.8倍。流動比率於2021年12月31日進一步增加至約2.1倍，主要乃由於(i)貿易應收款項增加約人民幣10.8百萬元；及(ii)借款減少約為人民幣11.6百萬元。截至2022年6月30日，流動比率約為2.3倍。該增加主要由於現金及現金等價物增加約人民幣10.9百萬元，加上流動負債部分的借款減少約人民幣32.0百萬元，並部分被貿易應付款項增加約人民幣18.9百萬元所抵銷。

速動比率

速動比率保持相對穩定，於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年6月30日分別約為1.2倍、1.2倍和1.4倍及1.6倍。

資產負債比率

於2019年及2020年12月31日，資產負債比率分別約為97.9%和73.9%。該減少主要乃由於2020年財政年度的權益總額因純利增加約人民幣54.0百萬元。

資產負債比率從2020年12月31日的約73.9%進一步下降到2021年12月的約42.9%，主要乃由於(i)2021年財政年度的權益總額因純利增加約人民幣48.5百萬元；及(ii)借款減少約為人民幣28.0百萬元。

截至2022年6月30日，資產負債比率約為24.8%。該減少主要歸因於我們的借款總額於2022年6月30日減少約人民幣33.0百萬元。

淨負債對股本比率

於2019年12月31日，淨負債對股本比率約為60.2%。

於2020年及2021年12月31日以及2022年6月30日，本集團持有現金淨額，因此淨債務對權益比率不適用於本集團。

利息償付比率

利息償付比率保持相對穩定，2019年財政年度及2020年財政年度分別約為7.4倍和7.1倍。利息償付比率從2020年財政年度的約7.1倍增加到2021年財政年度的約10.4倍，主要乃由於除息及除稅溢利增加了約人民幣8.9百萬元。於2022年前六個月，利息償付比率約為13.5倍。

總資產回報率

總資產回報率從2019年財政年度的約15.5%下降到2020年財政年度的約11.5%，主要乃由於我們的現金及現金等價物增加約人民幣101.2百萬元。2021年財政年度，總資產回報率增加到約13.2%，主要乃由於年度溢利增加了約人民幣7.4百萬元。

股本回報率

股本回報率從2019年財政年度的約37.5%下降到2020年財政年度的約25.1%，主要乃由於現金及現金等價物增加了約人民幣101.2百萬元，並且部分為(i)貿易應收款項減少約人民幣21.9百萬元；(ii)預付款項、按金及其他應收款項減少約人民幣24.3百萬元；及(iii)貿易應付款項增加約人民幣27.6百萬元所抵銷。

股本回報率在2021年財政年度進一步下降至約22.8%，主要乃由於(i)存貨增加約人民幣8.2百萬元；(ii)貿易應收款項增加約人民幣10.8百萬元；(iii)貿易應付款項減少約人民幣9.9百萬元；及(iv)借款減少約為人民幣11.6百萬元。

純利率

於往績記錄期間，我們的純利率保持相對穩定，分別約為13.8%、14.5%、14.1%及12.5%。

有關財務風險的定量及定性披露

於正常業務過程中，我們面臨著各種財務風險，其中包括市場風險(含貨幣風險及利息風險)、信貸風險及流動性風險。我們通過內部風險報告來監測及管理該等財務風險。該報告按照風險的程度及規模來分析風險。

詳情載於本招股章程附錄一會計師報告附註41。

關連方交易

於往績記錄期間，我們與關連方訂立若干關連方交易，其詳情載於本招股章程附錄一會計師報告附註40。董事認為，關連方交易乃按公平原則及一般商業條款進行，並且／或者該等條款對我們來說不低於從獨立第三方獲得的條款，該等條款屬公平和合理，並且符合本公司及股東的整體利益。

股息

於往績記錄期間，本公司並未支付任何股息。

未來股息的宣派將取決於董事會建議及股東於股東大會上的批准，或者倘為中期股息，則取決於董事會根據章程細則作出的批准。本公司於未來任何特定年份宣派的任何股息金額將取決於(其中包括)本集團的經營業績、可用現金流量及財務狀況、流動資金及法規以及本公司董事認為相關的任何其他因素。股息的派付亦可能會受法律限制及本集團日後可能訂立的協議所規限。本公司目前並無固定的股息政策，亦無任何預先確定的派息率。於往績記錄期間，本集團並無向本公司擁有人宣派或派付股息。

近期發展及重大不利變動

董事確認於往績記錄期間直至招股章程日期，本公司財務或交易狀況及前景概不存在重大不利影響。有關業務於往績記錄期間之後及截至本招股章程日期的近期發展及重大不利變化，請參見本招股章程「概要」一節。

上市開支

我們的上市開支主要包括包銷佣金、獎勵費用以及就法律顧問及申報會計師提供與上市及股份發售相關的服務已付及應付的專業費用。股份發售的估計上市開支總額(假設發售價為每股發售股份0.75港元，即指示性發售價範圍的中位數，且假設超額配股權未獲行使)約人民幣33.4百萬元(相當於約39.3百萬港元)，佔股份發售所得款項總額的約26.2%，其中包括(i)已付及應付法律顧問及申報會計師費用約人民幣16.8百萬元(約19.8百萬港元)；及(ii)包括保薦費在內的其他費用及開支，約人民幣16.6百萬元(約19.5百萬港元)。估計上市開支總額包括包銷相關費用約人民幣5.1百萬元(約6.0百萬港元)及非包銷相關費用約人民幣28.3百萬元(約33.3百萬港元)。於往績記錄期間，我們產生上市開支約人民幣13.3百萬元，該等費用已計入我們的綜合損益及其他全面收益表。我們預期產生額外上市開支約人民幣9.3百萬元，預計將於往績記錄期間後計入我們的綜合損益及其他全面收益表，約人民幣10.8百萬元將作為股份發售完成後的權益扣除項入賬。

可分派儲備

於2022年6月30日，本集團擁有法定儲備及保留盈利約人民幣160.2百萬元，可供分配予股東。

未經審核備考經調整綜合有形資產淨額報表

有關未經審核備考經調整有形資產淨額，請參閱本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料」一節。

根據上市規則第13.13條至第13.19條須作出的披露

我們確認，於最後實際可行日期，我們並不知悉任何根據上市規則第13.13條至第13.19條的規定須作出披露的情況。