

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Shenzhen Pagoda Industrial (Group) Corporation Limited

深圳百果園實業（集團）股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2411)

截至二零二三年六月三十日止六個月 中期業績公告

財務摘要

下表載列本集團於所示期間的若干關鍵財務資料。

	截至六月三十日止六個月		同比變動 %
	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	
收入 ⁽¹⁾⁽²⁾	6,294,316	5,914,721	6.4
毛利	712,532	677,393	5.2
除所得稅前利潤	272,480	207,048	31.6
本公司所有者應佔利潤	260,807	194,452	34.1
基本及攤薄盈利(每股人民幣分)	16.51	12.96	27.4

(1) 本集團的大部分收入來自水果及其他食品銷售。截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月，水果及其他食品銷售收入分別為人民幣5,730.7百萬元及人民幣6,117.2百萬元，分別約佔截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的96.9%及97.2%。其餘收入來自特許權使用費及特許經營收入、會員收入及其他收入。

(2) 本集團主要通過由其自身管理的加盟門店、委託管理的加盟門店及數量有限的自營門店組成的線下門店網絡分銷產品。截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月，加盟門店的產品銷售總收入分別為人民幣4,602.8百萬元及人民幣4,732.1百萬元，分別約佔截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的77.8%及75.2%。

營運摘要

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至六月三十日	
	二零二三年	二零二二年
加盟門店		
本集團管理的加盟門店	4,795	4,454
其他	1,150	981
小計	5,945	5,435
自營門店	13	16
總計	<u>5,958</u>	<u>5,451</u>

下表載列本集團於所示期間或截至所示日期的若干其他主要營運資料。

	截至六月三十日 / 截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
零售總額(人民幣千元) ⁽¹⁾	7,927,247	7,704,928
會員人數(千人)	79,314	69,274
付費會員人數(千人)	1,141	815
自有產品品牌數	35	29

(1) 有關期間零售銷售總額指以下的總額(i)門店零售銷售總額，即所有零售門店於折扣及回贈後的銷售金額，及(ii)線上零售銷售總額，即通過本集團所有線上分銷渠道出售的商品價值總額。零售總額雖是一項有用的業績指標，但並不等於本集團於有關期間的收入。

深圳百果園實業(集團)股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二三年六月三十日止六個月之未經審計合併業績(「中期業績」)。中期業績乃基於本集團未經審計中期簡明合併財務資料編製，該等財務報表乃根據香港財務報告準則(「香港財務報告準則」，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒布的詮釋)編製。此外，中期業績亦已由董事會審核委員會(「審核委員會」)審閱。

於本公告中，「我們」指本公司(定義見上文)及文義另有所指時為本集團(定義見上文)。

業務回顧及展望

市場概覽

二零二三年上半年，全球經濟增速放緩，惟受防疫措施解除影響，中國經濟復甦。二零二三年初，受益於中國防疫措施優化及零售門店重新開業，前期被抑制的消費需求得到釋放；因此，消費呈現積極趨勢，尤其是餐飲、出行、旅遊、文化娛樂等接觸型、聚集型服務消費場景快速恢復。二零二三年第一季度，中國消費品零售總額較二零二二年同期增長5.8%。惟由於隨著疫情的結束，消費者在疫情期間的囤積行為逐漸消退，消費需求已釋放完畢，然而消費者對收入增長的預期尚未完全恢復，因此，二零二三年第二季度消費增速有所放緩。

由於中國市場消費領域正處於消費升級的關鍵階段，因此中國市場消費領域的復甦顯示出樂觀的消費需求增長。一方面，生活水平提高及生活節奏加快促使消費活動持續活躍；另一方面，由於人口老齡化及亞健康趨勢導致健康支出增加，加之人們追求美好生活，因此對生鮮食品的消費需求增長。

此外，中國消費者已步入科學消費時代。人們不再盲目攀比或貪圖便宜，而是作出更明智的購買決定，選擇更加符合自己需求的產品，使消費價值最大化。在選擇食品或食品產品的過程中，「好吃」、「安全」及「綠色健康」已成為消費者的共識，並針對性滿足自身狀況及訴求。同時，消費者對於品牌的認可度逐步增強。因此，各企業需打造具有自身獨特性品牌並帶領消費者深度認知品牌，以提升消費者對品牌的忠誠度。另外，由於消費者有多種渠道購買生鮮食品，因此生鮮食品行業競爭異常激烈。為滿足消費者不同購買場景的需求，企業需要在購買便利性、產品性價比、獨特服務等方面持續努力。

整體業務及財務表現

整體業務模式優化

業務營運的組織架構優化

於二零二三年上半年，本集團對其業務營運的組織架構進行了優化，並設立三個新事業群，分別專注於水果銷售行業發展的三個主要機會。該三個新事業群為零售事業群、企業對企業(2B)事業群及品類事業群。零售事業群貫徹本集團的核心零售策略，建立線上線下一體化零售網絡，使其成為中國消費者的首選品牌。2B事業群利用本集團成熟的供應鏈資源，通過進一步拓展2B業務機會及增加本集團市場份額，進一步提升本集團全渠道能力。品類事業群繼續執行本集團的品類品牌發展策略，重點打造本集團的產品品牌，同時為本集團的零售事業群和2B事業群提供支持。品類事業群專注於通過農業科技、品牌營銷、銷售管理及少數股權投資等多種賦能方式打造產品品牌。為確保熟練度及效率，本集團已為各產品類目分配專門的類目總經理，以提升各個開發品牌的質量及競爭力。

線上線下一體化(「OMO」)模式優化

二零二三年上半年，本集團繼續在各方面優化其OMO運營模式，並堅信通過線上銷售平台及線下門店提供高度綜合及便利的消費體驗方面的能力是本集團零售系統未來成功的關鍵。

水果專營零售網絡的OMO及店倉一體化與水果的高頻消費性質為提供了對消費者的持續而廣泛的接觸。截至二零二三年六月三十日，本集團在所有分銷渠道的會員數累計超過79百萬名，付費會員數超過114.1萬名，及使用微信小程序的用戶累計達62百萬人次。

作為本集團OMO戰略的一部分，本集團繼續探索線上業務機會，通過手機APP、微信小程序、電子商務及社交商務平台(如天貓、京東及抖音)的店面以及第三方外賣平台(如美團、口碑及餓了麼)的店面，為消費者提供方便與多樣的線上購物選擇。此外，本集團繼續實施其為選擇送貨到家或到店自提服務的客戶提供差異化產品的戰略以有效增加社區消費者的購買頻率及覆蓋面，同時通過社會營銷及團體促銷，鼓勵消費者網上下單、到店自提，從而加強交叉銷售。於二零二三年上半年，隨著本集團抖音及微博粉絲增加，本集團通過多個線上渠道下達的訂單比例進一步增至約28.8%。此外，本集團繼續指導店長建立門店微信群，推動有趣互動的產品推廣及會員活動，並實時與微信社群粉絲進行互動和溝通。截至二零二三年六月三十日，本集團店長建立的門店微信群總數增至約25,600個，微

信粉絲群粉絲總數超過16.4百萬名。此外，受本集團於二零二二年推出的「每日一抖」計劃所推動，於二零二三年上半年，本集團及各零售門店在抖音上的直播觀看數累計達2,227百萬人次。此外，於二零二三年上半年，與二零二二年同期相比，通過抖音購買的客戶數量增長了約913%，通過抖音的零售總額增長了約796%。

進一步拓展2B業務

憑藉本集團多年來在水果供應鏈積累的資源，於二零二三年上半年，本集團抓住水果批發行業的機遇，通過擴大2B業務的規模和降低採購成本，進一步發展2B業務，從而進一步擴大本集團在水果行業的市場份額。尤其是，本集團通過擴大其於國內及海外市場的銷售網絡，持續擴展其2B客戶基礎。本集團來自直銷的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣407.0百萬元增加約34.7%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣548.3百萬元。

線下門店網絡開發

由於中國消費市場復甦及本集團在全國範圍內不斷擴大零售門店網絡及向低線城市滲透的戰略，截至二零二三年六月三十日，本集團錄得零售門店較二零二二年六月三十日淨增加507間。截至二零二三年六月三十日，本集團線下門店網絡共有5,958家門店，位於中國超過22個省及直轄市的150多座城市。

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至六月三十日			
	二零二三年		二零二二年	
		%		%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	4,795	80.5	4,454	81.7
其他	1,150	19.3	981	18.0
小計	5,945	99.8	5,435	99.7
自營門店	13	0.2	16	0.3
總計	5,958	100.0	5,451	100.0

截至二零二三年六月三十日，本集團錄得零售門店較二零二二年六月三十日淨增加507間，主要是由於本集團持續拓展及開發零售門店網絡的策略、自二零二三年初起中國經濟的復甦及於二零二三年初消費需求的激增。

下表載列於所示期間本集團按零售門店類型分類的產品銷售收入貢獻明細。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二三年		二零二二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	4,728,339	99.4	4,601,710	99.3
其他	3,794	0.1	1,068	0.0
小計	4,732,133	99.5	4,602,778	99.3
自營門店	24,625	0.5	31,693	0.7
總計	4,756,758	100.0	4,634,471	100.0

加盟門店現時構成本集團大部分線下門店網絡。本集團的加盟門店擁有高度的自主權，但有本集團的大力支持並根據本集團的標準化管理機制運營。本集團為加盟商提供穩健的品牌、供應鏈及運營支持，包括持續對加盟商進行門店管理及運營方面的全面培訓，以及由指定區域督導經理進行及時指導。此外，本集團現有分區經營體系通過智能訂貨系統為門店匹配個性化產品組合、定價及促銷活動，幫助加盟商實現門店的精細化運營，降低加盟商運營難度，並通過門店助手信息系統讓加盟商實時掌握其門店的經營情況。本集團亦對加盟商實行高度統一的經營管理指導，實現門店規範經營，確保產品品質、消費者體驗及加盟商的健康發展。

品牌組合及產品組合

本集團採用多品牌策略，並在中國水果行業建立了知名產品品牌及渠道品牌。目前，全國範圍的零售門店主要以「百果園」及「果多美」兩個渠道品牌進行運營。截至二零二三年六月三十日，在所有5,958家線下零售門店中，5,845家以「百果園」品牌經營，112家以「果多美」品牌經營，其餘以本集團其他區域渠道品牌經營。

本集團的使命及核心價值是「讓天下人享受水果好生活」。本集團已就水果產品建立全面及有系統的以口感為導向的書面四級水果質量分類制度，將水果分為四大類別（即招牌、A級、B級及C級）進行評級及標籤，以不同價格迎合不同消費者。其中，招牌及A級類別產品深受消費者歡迎，且其零售價一般高於同類B級水果。於二零二三年上半年，招牌及A級水果銷售總額約佔百果園門店的門店零售銷售總額的67%。此外，就同類產品而言，與二零二二年同期相比，二零二三年上半年，招牌類別自有品牌水果的平均每月重複購買率一般高於B級水果約50%。

於二零二三年上半年，本集團繼續開發產品品牌。除致力增加自有品牌數目外，本集團亦致力為其自有品牌產品開拓新分銷渠道。例如，於二零二三年上半年，本集團開發「甜月亮」香蕉品牌，該品牌不僅由本集團分銷，亦由選定的中國第三方分銷渠道分銷。就拓寬自有品牌產品的分銷渠道而言，最近，本集團亦擴大了「小鮮紫」百香果的分銷範圍，並允許經甄選第三方分銷商以「苜食」的品牌名稱分銷該產品。於二零二三年上半年，本集團僅向市場推出4個新產品品牌。因此，截至二零二三年六月三十日，本集團已成功向市場推出共計35個自有產品品牌，且全部自有品牌水果的零售銷售總額較二零二二年同期增加約27%，佔二零二三年上半年百果園門店的門店零售銷售總額約14%。相比之下，於二零二二年同期，自有品牌水果的零售銷售總額佔百果園門店的零售銷售總額約12%。

此外，作為最近一項使其水果產品多元化的舉措，本集團繼續推出新型稀有水果產品，例如紅果參。本集團亦將繼續在線下提供特色產品，線上提供多元化品類，專注線下水果及水果產品業務，並在線上提供更多生鮮產品以進一步擴大其服務邊界。

智能倉儲及供應鏈管理

本集團有全國性的倉儲網絡。截至二零二三年六月三十日，本集團在中國各地有29個倉庫，該等倉庫亦為當地的初步加工配送中心，彼等位於29個城市，總建築面積超過19.47萬平方米。從29個初步加工配送中心中，其中16個中心由本集團運營，其餘13個中心由本集團的區域代理嚴格按照本集團的質量要求運營。

就倉儲而言，於二零二三年上半年，本集團已通過進一步提高倉儲自動化及優化倉儲設計持續升級其數字化智能倉儲物流系統，有效減少普遍的倉儲及物流失誤，包括提貨失誤、數量錯誤及錯誤配送等。此外，本集團於二零二三年第二季度推出了新版運輸管理系統(TMS)。升級後的運輸管理系統能夠生成更準確的信息及數據，從而使本集團能夠進一步優化其運輸定價策略，進一步提高成本效率。於二零二三年上半年，本集團的運輸成本較二零二二年同期下降了約8%。

此外，本集團繼續在戰略上參與產業鏈上游。本集團除了繼續以農業技術、信息技術及資本資源賦能種植基地合作夥伴，並對水果全生長週期進行嚴格品質管理外，於二零二三年上半年，本集團亦推出了一項新的農業技術推廣計劃，進一步增強其生產優質水果的能力，提高產量，從而擴大其圍繞百果園建立一個大型標準化的優質供應商生態網絡。於二零二三年上半年，本集團已選定118名供應商參與新農業技術轉讓計劃。本集團預期將繼續滲透上游供應鏈，並繼續在整個產業鏈上發揮其影響力及管理作用。

行業及業務展望

展望二零二三年下半年，在政府宏觀經濟政策的支持下以及隨著消費者消費能力的提高，中國經濟預計將繼續復甦及增長。同時，宏觀經濟環境將繼續面臨各種挑戰，例如通脹高企，利率上升，運營成本增加，以及地緣政治緊張局勢升級導致的全球供應鏈中斷。本集團認為，其在中國零售業的運營於短期內仍將同時充滿挑戰與機遇，這取決於其適應宏觀經濟復甦、消費者信心恢復及消費模式演變的能力。從長遠來看，鑒於本集團公認的品牌聲譽、廣泛且多樣的產品供應及嚴格的產品品質控制、尖端的線上線下一體化運營及穩定的供應鏈管理，本集團對其發展仍持樂觀態度。

本集團的願景為成為全球最大水果公司。本集團將以分銷渠道、2B業務及產品品牌為重點制定未來發展戰略，繼續實施「好吃」經營戰略，為更多顧客提供高性價比的水果。具體而言，本集團已制定戰略，進一步拓展分銷渠道，加強其2B業務，優化及豐富產品品牌，進一步加強會員運營，從而繼續擴大市場份額及鞏固市場地位。二零二三年下半年，本集團將繼續實施其發展策略，並進一步推動及實施以下各項：

- **持續拓展OMO分銷網絡及2B分銷渠道**

本集團將通過持續向低線城市滲透、進一步擴張現有城市門店及全國化地域擴張，持續拓展分銷網絡的廣度與深度，實現更有效、更深入的消費者觸達。本集團計劃進一步滲透現有市場，並因地制宜推出體驗店、高端店、普通社區店等多種類型門店，覆蓋多樣化的消費場景。本集團將持續在中國發展更多的區域渠道品牌，以提高其市場份額及對消費群體的覆蓋率。尤其是，為應對不斷變化的消費需求及日益碎片化的消費行為，本集團將繼續通過探索線上機會及簡化多渠道來優化其OMO模式（尤其於抖音）。此外，本集團將持續加強內容營銷，強化品牌形象，傳遞品牌價值。

此外，本集團將繼續加強2B業務，進一步深化與現有2B客戶的合作，例如，針對2B客戶對福利品的個性化需求，通過發掘新的2B客戶，進一步拓展2B客戶群，同時探索其他分銷渠道和場景，例如茶連鎖店、社區團體和傳統超市。最後，本集團還將拓展國內優質水果的海外出口業務，讓全世界的人都能享受優質的水果。

- **持續增加佈局產業鏈上游，強化優質產品的核心競爭優勢**

本集團將不斷加大在水果種植端的佈局，通過農業技術、信息技術及資本資源賦能種植基地，培育優質果品，保障優質果源，打造水果產品品牌，強化產品的核心競爭優勢。本集團還將繼續加強水果產品品牌的孵化能力，發展更多自有優質產品品牌，以增強消費者黏性及盈利能力。於二零二三年下半年，本集團將繼續加強其農業科技相關服務、滲透供應鏈、孵化更多自有品牌產品。在此情況下，本集團我們擬就選定的核心產品在產地附近建立或投資專門的加工廠。

- **進一步改善供應鏈管理，優化倉儲、物流及品控體系**

本集團將繼續擴大及升級其初加工配送中心網絡，提升單位倉儲面積、所覆蓋門店數、日均配送量等核心指標，支持加盟門店網絡的擴張以及企業對企業(2B)水果業務與優質大生鮮業務的快速增長。本集團亦將對倉儲及運輸管理系統進行升級，進一步推行自動化管理及探索自動倉儲體系，提升倉儲及物流效率，降低成本。

- **通過信息技術投入及賦能，加快全運營及產業鏈數字化**

本集團計劃持續投資於信息技術的研發及升級，通過對全產業鏈各環節的技術賦能，促進業務的數字化，提升全產業鏈運營效率及協同能力。具體而言，本集團擬透過建立動態、高效及以結果為導向的信息科技系統，深化數字化轉型，以盡量提升表現成果及企業價值。為此，本集團計劃利用人工智能、深度學習及其他先進技術提升數據處理、分析及管理能力，從而優化算法，並改善集團內信息科技系統及基礎設施之間的協同效應。本集團預期其信息科技系統於數字化轉型後，可容納水果行業生態系統的外部行業參與者並使其受益。

管理層討論及分析

下表載列本集團於截至二零二三年六月三十日止六個月之未經審計綜合財務業績以及與截至二零二二年六月三十日止六個月之比較數據：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
	人民幣千元	人民幣千元
收入	6,294,316	5,914,721
銷售成本	(5,581,784)	(5,237,328)
毛利	712,532	677,393
其他收入	21,465	29,526
其他收益，淨額	25,849	7,676
銷售費用	(241,995)	(246,184)
管理費用	(146,873)	(157,205)
金融資產減值虧損(撥備)／撥回淨額	(13,943)	754
研發費用	(74,106)	(86,280)
營業利潤	282,929	225,680
財務收入	20,529	15,423
財務成本	(38,432)	(43,499)
財務成本，淨額	(17,903)	(28,076)
分佔於聯營公司及合營公司之利潤，淨額	7,454	9,444
除所得稅前利潤	272,480	207,048
所得稅費用	(21,931)	(21,498)
期內利潤	250,549	185,550
下列人士應佔利潤：		
本公司所有者	260,807	194,452
非控股權益	(10,258)	(8,902)
	250,549	185,550

收入

下表分別載列本集團截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月按經營分部劃分的收入，以絕對金額及佔總收入的百分比表示。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二三年		二零二二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
水果及其他食品銷售	6,117,186	97.2	5,730,693	96.9
特許權使用費及特許經營收入	98,516	1.6	95,211	1.6
會員收入	47,887	0.8	42,820	0.7
其他	30,727	0.4	45,997	0.8
總計	6,294,316	100.0	5,914,721	100.0

本集團的總收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣5,914.7百萬元增加約6.4%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣6,294.3百萬元。銷售水果及其他食品的收入佔本集團總收入的大部分，分別約佔截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月總收入的96.9%及97.2%。

本集團主要透過線下門店網絡分銷水果及其他食品。其亦通過線上渠道進行分銷。此外，其從事向若干主要客戶的直銷及小規模從事批發業務。

下表載列截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月本集團按分銷渠道劃分的水果及其他食品銷售收入明細，分別以絕對金額以及佔水果及其他食品銷售收入的百分比列示。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二三年		二零二二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店	4,732,133	77.4	4,602,778	80.3
自營門	24,625	0.4	31,693	0.6
區域代理	652,363	10.7	563,694	9.8
直銷	548,274	9.0	406,982	7.1
線上渠道	159,791	2.5	125,546	2.2
總計	6,117,186	100.0	5,730,693	100.0

銷售水果及其他食品的收入增加主要是由於(i)本集團零售門店總數由截至二零二二年六月三十日的5,451家零售門店淨增加9.3%至截至二零二三年六月三十日的5,958家零售門店以及與截至2022年6月30日止六個月，本集團為中國政府委任的供應保障企業之一時的市場集中相較，截至2023年6月30日止六個月中國實施的疫情清理措施對市場產生了多元化影響，導致來自加盟門店的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣4,602.8百萬元增加約2.8%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣4,732.1百萬元，及(ii)本集團通過制定2B事業群及有利的定價策略優化本集團的組織架構，從而進一步加快發展直銷業務，以擴大企業客戶基礎；因此，本集團來自直接銷售的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣407.0百萬元增加約34.7%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣548.3百萬元。

銷售成本

銷售成本由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣5,237.3百萬元增加約6.6%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣5,581.8百萬元，主要是由於已售存貨成本增加。已售存貨成本佔本集團銷售成本的大部分，分別佔截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月本集團銷售成本總額的約95.3%及95.3%。已售存貨成本增加與水果及其他食品銷售收入增加一致。

毛利及毛利率

由於以上所述，本集團的毛利由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣677.4百萬元增加約5.2%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣712.5百萬元。本集團截至二零二二年六月三十日止六個月及截至二零二三年六月三十日止六個月的毛利率分別為11.5%及11.3%。

其他收入

本集團的其他收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣29.5百萬元減少約27.3%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣21.5百萬元。該減少主要由於(i)政府補助減少人民幣4.5百萬元，主要與銀行借款產生的融資成本有關的補貼有關；及(ii)向本集團的加盟商、區域代理及供應商的財務援助所產生的利息收入減少人民幣2.4百萬元。

其他收益淨額

本集團的其他收益淨額由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣7.7百萬元增加約236.8%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣25.8百萬元。該增加主要是由於以公允價值計量且其變動計入損益(「以公允價值計量且其變動計入損益」)的金融資產公允價值收入淨額(即本集團從國內知名商業銀行購入的短期結構性存款產生的利息收入)增加人民幣10.3百萬元。此外，截至二零二二年六月三十日止六個月至二零二三年同期的其他收入淨額增加亦部分因匯兌收益由截至二零二二年六月三十日止六個月確認的人民幣1.7百萬元增加至截至二零二三年六月三十日止六個月確認的人民幣8.1百萬元所致。

銷售費用

本集團的銷售費用由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣246.2百萬元減少約1.7%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣242.0百萬元。該減少主要是由於本集團銷售及營銷員工人數減少。

管理費用

本集團的管理費用由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣157.2百萬元減少約6.6%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣146.9百萬元。該減少主要是由於本集團管理人員的員工人數及上市開支減少。

研發費用

本集團的研發費用由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣86.3百萬元減少約14.1%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣74.1百萬元。該減少主要是由於本集團研發人員的員工人數減少。

金融資產減值虧損(撥備)／撥回淨額

截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月的金融資產減值虧損淨額主要為貿易及其他應收款項的一般預期信貸虧損。截至二零二二年六月三十日止六個月，金融資產減值虧損撥回為人民幣0.8百萬元，而截至二零二三年六月三十日止六個月，金融資產減值虧損撥備為人民幣13.9百萬元。該虧損主要由於直接銷售的快速增長通常信貸期較長，導致貿易及其他應收款項的整體預期信貸虧損增加。

財務成本淨額

財務收入由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣15.4百萬元增加約33.1%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣20.5百萬元，主要是由於銀行存款產生利息收入。

財務成本由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣43.5百萬元減少約11.6%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣38.4百萬元，主要是由於與本集團的銀行借款及租賃負債有關的利息開支減少。

分佔於聯營公司及合營企業收益淨額

截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月，本集團錄得的分佔於聯營公司及合營企業收益淨額分別為人民幣9.4百萬元及人民幣7.5百萬元。分佔於聯營公司及合營企業收益淨額減少主要是由於本集團的聯營公司及合營企業收益減少。

除所得稅前利潤

由於以上所述，本集團截至二零二三年六月三十日止六個月錄得除所得稅前利潤人民幣272.5百萬元，較截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣207.0百萬元增加約31.6%。

所得稅費用

所得稅費用由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣21.5百萬元增加約2.0%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣21.9百萬元，主要是由於本集團的應課稅收入增加。本集團截至二零二三年六月三十日止六個月的除所得稅前利潤及其應課稅收入的增量幅度差異主要由於本集團若干附屬公司於截至二零二三年六月三十日止六個月享有稅收優惠及免稅所致。

期內利潤

由於以上所述，本集團的淨利潤由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣185.6百萬元增加約35.0%至截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣250.5百萬元。本集團的淨利潤率由截至二零二二年六月三十日止六個月的3.1%提高至截至二零二三年六月三十日止六個月的4.0%。

非香港財務報告準則計量 – 經調整純利及經調整純利率

為補充本集團根據香港財務報告準則呈列的合併財務資料，本集團呈列經調整純利及經調整純利率（各自為非香港財務報告準則計量）作為額外財務計量。經調整純利界定為扣除上市費用前的期內利潤，並按相關期間的純利加回上市開支計算。經調整淨利潤率乃按年內經調整淨利潤除以有關期間的總收入計算。上市費用指有關本公司於二零二三年第一季度完成的全球發售（「**全球發售**」）及H股於香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）主板上市（「**上市**」）的開支。

本集團使用未經審計非香港財務報告準則計量作為額外財務計量，以補充合併財務資料及透過撇除本集團認為並非本集團業務表現指標的若干非經常性項目的影響評估本集團的財務表現。本集團經營所在行業的其他公司的非香港財務報告準則計量可能與本集團不同。非香港財務報告準則計量並非香港財務報告準則項下經營表現或流動資金的計量，且不應被視為替代或優於香港財務報告準則項下除稅前利潤或經營活動所得現金流量。

非香港財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代本集團根據香港財務報告準則所呈報業績的分析。本集團呈列該非香港財務報告準則項目不應被視為本集團未來業績將不受不尋常或非經常性項目影響的推斷。

下表載列於所示年度根據香港財務報告準則計算的期內利潤及純利率分別與經調整純利及經調整純利率的對賬。

截至六月三十日止六個月

	二零二三年	二零二二年
	人民幣千元	人民幣千元

期內利潤(根據香港財務報告準則所呈報)	250,549	185,550
加：		
與全球發售及上市有關的上市費用	2,192	19,096
期內經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)	252,741	204,646
淨利潤率(根據香港財務報告準則所呈報)	4.0%	3.1%
經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)	4.0%	3.5%

流動資金及資金來源

截至二零二三年六月三十日止六個月，本集團主要通過經營活動、本公司股東(「股東」)出資及銀行借貸為經營提供資金。

此外，本公司於二零二三年第一季度完成全球發售及上市，並收取所得款項淨額約474.0百萬港元(包括部分行使超額配股權而獲得的所得款項淨額)。本集團目前有意主要以其自身的內部資源為其擴張及業務經營撥付資金，並有意動用自全球發售收到的所得款項淨額。

資本結構

截至二零二三年六月三十日，本集團的資產淨值為人民幣3,563.1百萬元，而截至二零二二年十二月三十一日則為人民幣3,019.5百萬元。截至二零二三年六月三十日，資產淨值主要包括流動資產人民幣5,298.8百萬元、非流動資產人民幣2,148.4百萬元、流動負債人民幣3,192.9百萬元及非流動負債人民幣691.2百萬元。

現金及銀行結餘

截至二零二二年十二月三十一日，本集團的現金及銀行存款為人民幣1,776.2百萬元，而截至二零二三年六月三十日則為人民幣2,405.8百萬元，其包括不受限制現金及現金等價物人民幣2,094.8百萬元以及限制性銀行存款人民幣311.0百萬元。

截至二零二二年十二月三十一日及二零二三年六月三十日，本集團的現金及現金等價物主要以人民幣(「人民幣」)計值。

財務風險

本集團面臨與現金及銀行結餘、銀行借款及固定利率應收貸款有關的利率風險。管理層認為整體利率風險屬不重大。本集團在銀行存有外幣現金，使本集團面臨外匯風險。本集團並無使用任何衍生合約以對沖外匯風險。管理層通過密切監控外幣匯率的變動來管理其貨幣風險，並將採取謹慎措施將貨幣折算風險降至最低。

全球發售的所得款項用途

本公司於二零二三年第一季度完成全球發售及上市，且其H股於二零二三年一月十六日（「上市日期」）於聯交所主板成功上市。在扣除承銷佣金及本公司收到的與全球發售有關的其他估計費用後，本公司自全球發售（包括部分行使超額配股權）籌得的所得款項淨額約為474.0百萬港元（「所得款項淨額」）。

下表載列截至二零二三年六月三十日止本集團所得款項淨額的使用情況：

所得款項淨額 擬定用途	經調整 所得款項 淨額分配 ⁽¹⁾ (百萬)	經調整 佔所得款項 淨額總額 百分比 ⁽¹⁾	直至二零二二年 十二月三十一日 已動用所得 款項淨額之金額 (百萬)	直至二零二三年 六月三十日 已動用所得款項 淨額之金額 (百萬)	截至二零二三年 六月三十日 未動用所得款項 淨額之結餘 (百萬)	使用所得款項 淨額的預期 時間表 ⁽²⁾
改善及提升營運及 供應鏈系統	229.5港元	48.4%	-	-	229.5港元	於二零二五年 十二月三十一日前
升級及改善核心骨幹 資訊科技系統 及基礎設施	127.5港元	26.9%	-	-	127.5港元	於二零二四年 十二月三十一日前
償還部分計息銀行借貸	91.5港元	19.3%	-	91.5港元	-	-
作為營運資金及其他 一般企業用途使用	25.5港元	5.4%	-	22.0港元	3.5港元	於二零二五年 十二月三十一日前
總額	474.0港元	100.0%	-	113.5港元	360.5港元	

附註：

- (1) 根據按比例調整的所得款項淨額的實際金額計算，惟用於償還本集團計息銀行借款的固定金額91.5百萬港元除外。
- (2) 根據本集團目前對其業務計劃及市況的估計，並可予變動及調整。

截至二零二三年六月三十日，未動用所得款項淨額已存入中國持牌銀行作為短期計息存款。本集團擬按本公司日期為二零二二年十二月二十九日的招股章程（「招股章程」）中「未來計劃及所得款項用途」一節所披露的方式使用其所得款項淨額。

債務

截至二零二三年六月三十日，本集團擁有非即期銀行借貸總額人民幣123.6百萬元及短期銀行借貸人民幣1,184.5百萬元。該等未償還銀行借款以人民幣計值及大部分以固定利率計息，其餘部分以浮動利率計息。

本集團使用資產負債比率（資產負債比率=期末借貸總額／總權益再乘以100%）以監控其資本結構。本集團的資產負債比率由截至二零二二年十二月三十一日的44.2%下降至截至二零二三年六月三十日的36.7%，主要是由於二零二三年第一季度上市時發行普通股，導致總權益由截至二零二二年十二月三十一日的人民幣3,019.5百萬元增加至截至二零二三年六月三十日的人民幣3,563.1百萬元。

抵押資產

截至二零二三年六月三十日，本集團就其銀行借款抵押使用權資產人民幣50.0百萬元（二零二二年十二月三十一日：人民幣50.9百萬元）及本集團分類為物業、廠房及設備的樓宇人民幣23.8百萬元（二零二二年十二月三十一日：人民幣24.6百萬元）。

現金流量

截至二零二三年六月三十日止六個月，經營活動所得現金淨額由截至二零二二年六月三十日止六個月的人民幣512.9百萬元減少至人民幣225.1百萬元，主要是由於除所得稅項前利潤人民幣272.5百萬元，並就折舊及攤銷總額人民幣66.4百萬元及財務成本淨額人民幣17.9百萬元等若干非現金項目作為調整。影響本集團從經營活動所得現金的其他因素包括截至二零二三年六月三十日及二零二二年六月三十日止六個月的按金、預付款項及其他應收款項分別增加人民幣135.9百萬元及人民幣55.6百萬元。

截至二零二三年六月三十日止六個月，投資活動所得現金淨額為人民幣48.9百萬元，而截至二零二二年六月三十日止六個月，投資活動所得現金淨額為人民幣1,034.9百萬元，主要是由於截至二零二三年六月三十日止六個月，贖回以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產淨額人民幣51.4百萬元。而截至二零二二年六月三十日止六個月，贖回以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產淨額人民幣818.5百萬元。

截至二零二三年六月三十日止六個月，融資活動所得現金淨額為人民幣334.8百萬元，而截至二零二二年六月三十日止六個月，融資活動所用現金淨額為約人民幣215.0百萬元，主要是由於截至二零二三年六月三十日止六個月自全球發售收到的所得款項淨額約474.0百萬港元，而截至二零二二年六月三十日止六個月償還銀行借款淨額為人民幣147.0百萬元。

金融資產、資本及投資管理

本集團不時投資理財產品（主要為結構性存款），以更方便現金管理。結構性存款為保本型產品，通常有固定的短期期限，並可在各自的到期日贖回，因此本質上風險相對較低。本集團的結構性存款列賬為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產。在較小程度上，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入損益的長期金融資產的公允價值收入，即主要為與相關協議項下可轉換為借款人股權的貸款有關的可轉換債務。此外，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入其他合併收益的金融資產，包括(i)非上市股本證券及(ii)本集團投資於其認為具備發展潛力的公司的上市股本證券。

截至二零二三年六月三十日，本集團擁有(i)結構性存款（列為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產）人民幣587.8百萬元（二零二二年十二月三十一日：人民幣623.8百萬元）；(ii)以公允價值計量且其變動計入損益的其他金融資產人民幣89.0百萬元（二零二二年十二月三十一日：人民幣86.6百萬元）；及(iii)以公允價值計量且其變動計入其他合併收益的金融資產人民幣26.4百萬元（二零二二年十二月三十一日：人民幣18.4百萬元）。

本集團已實施資本及投資政策以監控及控制與投資活動相關的風險。本集團一般只在有剩餘現金時才投資於理財產品，原則上僅有權投資於低風險及高流動性產品，且該等投資應屬非投機性質。本集團的資本及投資政策亦規定了選擇投資項目的標準，以及每項建議投資項目應經過的詳細審查程序。

鑒於低利率趨勢下賺取較活期儲蓄或定期存款利率相對高的回報的裨益，以及結構性存款的保本性質及於相對短期內到期，董事認為，結構性存款對本集團的風險為小，且結構性存款的條款及條件屬公平合理，且符合本公司及其股東的整體利益。

資本開支

截至二零二三年六月三十日止六個月，本集團的資本開支為人民幣36.2百萬元，主要用於支付本集團位於中國深圳市鹽田區在建的新辦公樓。

本集團主要通過經營所得現金、銀行借款及全球發售所得款項為我們的資本開支提供資金。

或有負債及擔保

截至二零二三年六月三十日，本集團並無任何重大未記錄的或有負債、擔保或任何針對本集團的訴訟。

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購以及出售

於二零二三年上半年，本公司並無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購以及出售。

此外，除招股章程中「業務」及「未來計劃及所得款項用途」各節所披露的擴張計劃外，本集團目前並無涉及重大資產或其他業務的重大投資或收購，或出售附屬公司、聯營公司及合營企業的任何具體計劃。然而，本集團將繼續物色新的業務開發機會。

週轉率

截至二零二二年及二零二三年六月三十日止六個月，存貨平均週轉天數分別維持相對穩定於8.8天及9.2天。

貿易應收款項平均週轉天數由截至二零二二年六月三十日止六個月的34.1天略微減少至截至二零二三年六月三十日止六個月的31.7天，主要是由於本集團主動收款。

貿易應付款項平均週轉天數由截至二零二二年六月三十日止六個月的14.5天增加至截至二零二三年六月三十日止六個月的16.7天，主要是由於本集團批發業務採購的持續增長。

僱員及僱員福利開支

截至二零二三年六月三十日，本集團共有2,850名僱員，其中約20.5%來自營銷部門，18.5%來自運營及門店管理部門，20.0%來自生產及物流部門以及13.5%來自IT部門。

本集團高度重視人才的發展及儲備，以支持可持續性發展。其為管理層及其他員工建立了完善的人才培養系統。本集團提供全方位的人才培養計劃，分別培養綜合管理、上游種植及市場運營各領域英才。

本集團已開發出一套績效評估系統，用來每年評估其僱員的表現，這構成了釐定僱員可能收取的薪酬水準、獎金及晉升的基準。銷售及營銷人員亦可根據彼等完成的銷售目標，經計及相關期間相同區域市場的門店整體銷售表現收取獎金。

於二零二三年上半年，本集團產生的僱員福利開支總額為人民幣346.2百萬元，佔本集團同期總收入的約5.5%。

主要供應商及主要客戶

截至二零二三年六月三十日止六個月，按總金額計，自本集團最大供應商作出的採購額分別佔本集團同期採購成本總額的約5.3%，而自其前五大供應商作出的採購總額合共佔本集團同期採購成本總額的21.2%。

截至二零二三年六月三十日止六個月，本集團最大客戶貢獻的收入佔本集團同期總收入的約1.8%，而其前五大客戶貢獻的總收入佔本集團同年總收入的約8.0%。前五大客戶全部為本集團的加盟商。

儲備

截至二零二三年六月三十日，本公司可供分派予股東的儲備為約人民幣206.1百萬元。

財務資料

中期簡明合併損益表

	附註	截至六月三十日止六個月 二零二三年 人民幣千元 (未經審計)	二零二二年 人民幣千元 (未經審計)
收入	3	6,294,316	5,914,721
銷售成本	4	(5,581,784)	(5,237,328)
毛利		712,532	677,393
其他收入		21,465	29,526
其他收益，淨額		25,849	7,676
銷售費用	4	(241,995)	(246,184)
管理費用	4	(146,873)	(157,205)
金融資產減值虧損(撥備)／撥回淨額		(13,943)	754
研發費用	4	(74,106)	(86,280)
營業利潤		282,929	225,680
財務收入		20,529	15,423
財務成本		(38,432)	(43,499)
財務成本，淨額		(17,903)	(28,076)
分佔聯營公司及合營企業利潤，淨額		7,454	9,444
除所得稅前利潤		272,480	207,048
所得稅費用	5	(21,931)	(21,498)
期內利潤		250,549	185,550
下列人士應佔利潤／(虧損)：			
本公司擁有人		260,807	194,452
非控股權益		(10,258)	(8,902)
		250,549	185,550
本公司擁有人應佔每股盈利 基本及攤薄(以每股人民幣分列示)	6	16.51	12.96

中期簡明合併綜合收益表

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
附註	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
期內利潤	250,549	185,550
其他綜合收益／(虧損)		
其後不會重新分類至損益的項目		
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益		
(「以公允價值計量且其變動計入其他綜合		
收益」) 的金融資產公允價值變動	2,619	(822)
與遞延稅項項目有關的所得稅	(863)	(500)
	<u>1,756</u>	<u>(1,322)</u>
期內其他綜合收益／(虧損)(扣除稅項)		
	<u>1,756</u>	<u>(1,322)</u>
期內綜合收益總額	<u>252,305</u>	<u>184,228</u>
下列人士應佔期內綜合收益／(虧損)總額：		
本公司擁有人	262,563	193,130
非控股權益	(10,258)	(8,902)
	<u>252,305</u>	<u>184,228</u>

中期簡明合併財務狀況表

	附註	於 二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於 二零二二年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		455,464	450,153
使用權資產		538,126	547,036
投資物業		2,485	2,529
無形資產		234,841	241,752
於聯營公司及合營企業的權益		391,136	363,563
以公允價值計量且其變動計入 其他綜合收益的金融資產		26,412	18,413
以公允價值計量且其變動計入損益 (「以公允價值計量且其變動計入損益」) 的金融資產		88,995	86,628
限制性銀行存款		14,009	1,009
長期銀行存款		20,000	20,000
按金、預付款項及其他應收款		370,648	343,245
遞延稅項資產		6,317	5,791
		<u>2,148,433</u>	<u>2,080,119</u>
流動資產			
存貨		230,879	336,785
生物資產		7,485	6,139
貿易應收款項	7	1,096,283	1,118,438
按金、預付款項及其他應收款項		985,419	848,802
以公允價值計量且其變動計入 損益的金融資產		587,813	623,800
貸款予聯營公司		-	39,512
應收聯營公司款項		19,137	932
限制性銀行存款		297,028	289,306
現金及現金等價物		2,074,775	1,465,908
		<u>5,298,819</u>	<u>4,729,622</u>
資產總值		<u><u>7,447,252</u></u>	<u><u>6,809,741</u></u>

	附註	於 二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於 二零二二年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
負債			
非流動負債			
銀行借款		123,640	103,750
其他應付款項		74,960	66,988
合同負債		22,468	23,262
租賃負債		462,661	433,392
遞延稅項負債		7,493	7,585
		<u>691,222</u>	<u>634,977</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	528,789	509,916
應計費用及其他應付款項		1,282,592	1,318,170
應付股息	9	120,729	–
合同負債		22,118	22,503
應付所得稅		14,890	13,885
應付聯營公司款項		6,188	25,370
銀行借款		1,184,461	1,231,191
租賃負債		33,152	34,238
		<u>3,192,919</u>	<u>3,155,273</u>
負債總額		<u>3,884,141</u>	<u>3,790,250</u>
資產淨值		3,563,111	3,019,491
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本		1,588,544	1,500,000
儲備		1,913,020	1,454,686
		<u>3,501,564</u>	<u>2,954,686</u>
本公司擁有人應佔的資本及儲備		<u>3,501,564</u>	<u>2,954,686</u>
非控股權益		61,547	64,805
		<u>3,563,111</u>	<u>3,019,491</u>
權益總額		<u>3,563,111</u>	<u>3,019,491</u>

中期簡明合併財務資料附註

1 一般資料

本公司於二零零一年十二月三日在中華人民共和國（「中國」）註冊成立，是一家根據《中華人民共和國公司法》成立的有限責任公司，並於二零二零年四月十日轉為股份有限公司。本公司註冊辦公地址為：中國廣東省深圳市鹽田區沙頭角街道田心社區沙鹽路3018號鹽田現代產業服務中心（一期）A座6層6A-2。

本公司股份已自二零二三年一月十六日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）主要從事經營加盟零售網絡及水果交易。本集團的最終控制方為余惠勇先生（「余先生」）。

本中期簡明合併財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有列明者外，所有價值已約整至最接近的千元數（「人民幣千元」）。

2 重要會計政策摘要

編製中期簡明合併財務資料所應用之主要會計政策載列如下。除另有列明者外，該等政策已於全部呈列期間內予以貫徹應用。

2.1 編製基準

本截至二零二三年六月三十日止六個月的中期簡明合併財務資料根據香港會計準則（「香港會計準則」）第34號「中期財務報告」擬備。中期簡明合併財務資料應與截至二零二二年十二月三十一日止年度的年度財務報表一併閱讀，該報告根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。

2.2 會計政策

所應用之會計政策與編製本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的財務報表所應用者一致，惟所得稅估計（附註5）及採納下文所載新訂準則、準則修訂本及詮釋除外。

(a) 本集團已採納的新訂及經修訂準則

二零二三年一月一日或之後開始的財務報告期首次應用以下新訂及經修訂準則：

		於以下日期 或其後開始 之年度期間生效
香港財務報告準則第17號	保險合同	二零二三年 一月一日
香港會計準則第1號及香港 財報告準則實務報告第2號 之修訂本	會計政策披露	二零二三年 一月一日
香港會計準則第8號之修訂本	會計估計之定義	二零二三年 一月一日
香港會計準則第12號之修訂本	產生自單一交易的資產及 負債相關的遞延稅項	二零二三年 一月一日

- (b) 截至二零二三年十二月三十一日止年度已修訂準則及詮釋已頒佈但尚未生效，且未提前採納：

以下為於二零二四年一月一日開始之財政年度已頒佈但尚未生效且本集團未提前採納的已修訂準則及詮釋：

		於以下日期 或其後開始 之會計期間生效
香港會計準則第1號之修訂本	流動或非流動負債之分類	二零二四年 一月一日
香港會計準則第1號之修訂本	附帶契約的非流動負債	二零二四年 一月一日
香港詮釋第5號(二零二零年)	財務報表編製－借款人對 包含按要求償還條款的 定期貸款的分類	二零二四年 一月一日
香港財務報告準則第16號 之修訂本	售後租回中的租賃負債	二零二四年 一月一日
香港財務報告準則第10號 及香港會計準則第28號 之修訂本	投資者及其聯營公司或 合營企業之間的資產 出售或分配	待釐定

管理層正在評估採納上述新訂準則、修訂準則及詮釋的財務影響。本集團將於新訂準則、修訂準則及詮釋生效時予以採納。

3 收入及分部資料

(a) 分部及主要活動說明

本公司執行董事即為主要經營決策者。主要營運決策者審閱本集團內部報告以評估表現及分配資源，以及基於該等報告釐定經營分部。

主要經營決策者評估本集團於以下可呈報經營分部的業績：

- 經營加盟及自營零售網絡(「**加盟**」)
- 銷售水果及其他食品－水果貿易(「**貿易**」)
- 其他

主要經營決策者根據分部業績計量評估經營分部的表現。該計量基準不包括公允價值收益對結構性存款、核數師薪酬、法律及專業費用、上市費用、所得稅費用、銀行存款利息收入以及借款利息費用的影響。向主要經營決策者提供的其他資料以與中期簡明合併財務資料一致的方式計量。

(b) 分部收入及業績

	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
二零二三年六月三十日止六個月 (未經審計)				
合同收入	6,050,703	465,225	12,117	6,528,045
減：分部間收入	—	(226,539)	(7,190)	(233,729)
來自外部客戶收入	<u>6,050,703</u>	<u>238,686</u>	<u>4,927</u>	<u>6,294,316</u>
分部業績	280,277	24,054	(390)	303,941
未分配其他收益淨額				10,589
未分配企業費用				(38,558)
未分配財務收入				20,529
未分配財務成本				(24,021)
除所得稅前利潤				272,480
所得稅費用				(21,931)
期內利潤				<u>250,549</u>
折舊及攤銷	59,390	4,963	2,034	66,387
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	16,610	1,920	14,410	32,940
使用權資產	16,115	—	8,684	24,799
無形資產	1,024	—	—	1,024
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至二零二二年六月三十日止六個月 (未經審計)				
合同收入	5,744,158	409,460	7,947	6,161,565
減：分部間收入	—	(245,068)	(1,776)	(246,844)
來自外部客戶收入	<u>5,744,158</u>	<u>164,392</u>	<u>6,171</u>	<u>5,914,721</u>
分部業績	245,821	15,654	5,107	266,582
未分配其他收益淨額				7,476
未分配企業費用				(55,372)
未分配財務收入				15,423
未分配財務成本				(27,061)
除所得稅前利潤				207,048
所得稅費用				(21,498)
期內利潤				<u>185,550</u>
折舊及攤銷	57,521	1,786	2,112	61,419
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	37,000	2,031	4,581	43,612
使用權資產	7,588	—	—	7,588
無形資產	1,391	—	—	1,391
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>

(c) 地區分部

按地區市場劃分的本集團收入分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審計)	二零二二年 人民幣千元 (未經審計)
中國大陸	6,185,315	5,842,379
香港及其他國家	<u>109,001</u>	<u>72,342</u>
	<u>6,294,316</u>	<u>5,914,721</u>

本集團所有資產及負債均位於中國。因此，並無按地區呈列分部資產及負債（二零二二年十二月三十一日：相同）。

截至二零二三年六月三十日止六個月，概無任何單一外部客戶對本集團的收入貢獻超過10%（截至二零二二年六月三十日止六個月：相同）。

4 按性質劃分的費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審計)	二零二二年 人民幣千元 (未經審計)
已出售存貨成本	5,320,525	4,993,775
僱員福利開支	346,167	357,260
上市費用	2,192	19,096
物業、廠房及設備折舊	24,743	19,462
使用權資產折舊	33,709	34,237
無形資產攤銷	7,935	7,720
核數師酬金 (附註a)	2,400	-
法律及專業費用	33,966	36,276
運輸費用	104,938	108,142
營銷及推廣費用	31,445	35,143
辦公用品	2,597	2,439
人工成本 (附註b)	49,323	35,963
短期租賃相關開支	21,259	20,886
交通差旅費	8,401	4,496
娛樂費	4,590	4,733
水電費用	8,202	7,035
其他稅項費用	11,820	10,933
其他	30,546	29,401
	6,044,758	5,726,997
指：		
銷售成本	5,581,784	5,237,328
銷售費用	241,995	246,184
管理費用	146,873	157,205
研發費用	74,106	86,280
	6,044,758	5,726,997

附註：

- (a) 結餘包括境外核數師提供審計服務的酬金人民幣1,700,000元(截至二零二二年六月三十日止六個月：零)及境內核數師提供審計服務的酬金人民幣700,000元(截至二零二二年六月三十日止六個月：零)。
- (b) 結餘指本集團就人力資源公司(負責外包在倉庫及配送中心工作的員工)所產生的成本。

5 所得稅費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審計)	二零二二年 人民幣千元 (未經審計)
即期所得稅	23,414	23,124
遞延稅項	(1,483)	(1,626)
所得稅費用	<u>21,931</u>	<u>21,498</u>

所得稅開支乃通過採用適用於預期年度盈利總額的稅率確認。截至二零二三年六月三十日止六個月採用的稅率為8.0%，而截至二零二二年六月三十日止六個月為10.4%。二零二三年的稅率較低，乃由於本集團無需繳納所得稅業務的比例增加。

6 本公司擁有人應佔利潤的每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據截至二零二三年及二零二二年六月三十日止六個月歸屬於本公司擁有人的利潤除以已發行加權平均普通股股數計算。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 (未經審計)	二零二二年 (未經審計)
歸屬於本公司擁有人的利潤(人民幣千元)	260,807	194,452
已發行加權平均股數(千股)	1,580,164	1,500,000
每股基本盈利(以人民幣分表示)	<u>16.51</u>	<u>12.96</u>

(b) 每股攤薄盈利

由於截至二零二三年及二零二二年六月三十日止六個月並無發行潛在攤薄普通股，故呈列的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

7 貿易應收款項

	於 二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於 二零二二年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項總額	1,147,957	1,156,260
減：虧損撥備	(51,674)	(37,822)
貿易應收款項淨額	<u>1,096,283</u>	<u>1,118,438</u>

本集團向客戶允諾達九十日的平均信貸期。貿易應收款項(扣除虧損撥備前)按發票日的賬齡分析如下：

	於 二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於 二零二二年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
1至90日	1,009,962	803,891
91至180日	77,515	284,697
181至365日	19,209	40,157
一年以上	41,271	27,515
	<u>1,147,957</u>	<u>1,156,260</u>

8 貿易應付款項

按發票日期作出貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於 二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於 二零二二年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
1至30日	490,519	476,403
31至60日	20,704	21,164
61至90日	7,812	2,494
90日以上	9,754	9,855
	<u>528,789</u>	<u>509,916</u>

本集團貿易應付款項的賬面值與其公允價值相若並以人民幣計值。

9 股息

建議二零二二年末期股息每股普通股人民幣0.076元(相當於年內合共約人民幣120,729,000元)已獲本公司股東於其年度股東大會上批准，並已於中期簡明財務狀況表中確認為應派付股息。

董事會不建議就截至二零二三年六月三十日止期間派付中期股息。

其他資料

中期股息

董事會已決議不宣派截至二零二三年六月三十日止六個月的中期股息。

企業管治實踐

本公司致力於保持高標準的企業管治，以保障股東的權益及提升企業價值與責任。本公司已採納聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」），作為其本身的企業管治守則。

本公司於二零二三年一月十六日在聯交所上市，上市規則附錄十四所載企業管治守則於上市日期前不適用於本公司。自上市日期至二零二三年六月三十日，本公司一直遵守企業管治守則的所有適用守則條文，並採納守則所載大部分最佳常規。

證券交易標準守則

自上市日期起，本公司已採納上市規則附錄十所載「上市發行人董事進行證券交易的標準守則」（「標準守則」）作為本公司董事、監事及有關僱員進行所有證券交易及標準守則所涵蓋的其他事項的操守守則。

經向所有董事及監事作出具體查詢後確認，自上市日期至二零二三年六月三十日期間，全體董事及監事均已遵守標準守則所載的規定標準。於上述期間，本公司並無知悉有關僱員違反標準守則的情況。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

自上市日期至二零二三年六月三十日期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

期後事項

截至本公告日期，於二零二三年六月三十日後並無發生影響本集團的重大事件。

審核委員會

董事會已成立審核委員會，包括兩名獨立非執行董事及一名非執行董事，即吳戰箴博士(主席)、馬瑞光先生及潘攀先生。審核委員會亦已採納書面職權範圍，清楚載列其職責及責任(職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱)。

審核委員會已連同本公司高級管理層審閱本集團所採納之會計原則及慣例以及本集團截至二零二三年六月三十日止六個月之未經審計中期簡明合併財務資料。

羅兵咸永道會計師事務所的工作範圍

中期簡明合併財務資料未經審計，但已由本集團核數師羅兵咸永道會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

刊登中期業績及二零二三年中期報告

本中期業績公告刊登於本公司網站(www.pagoda.com.cn)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)。本公司截至二零二三年六月三十日止六個月的中期報告(載有上市規則規定的所有資料)將根據上市規則的規定於指定時間寄發予股東並於本公司及聯交所各自網站刊登。

承董事會命
深圳百果園實業(集團)股份有限公司
董事長兼執行董事
余惠勇

中華人民共和國，深圳
二零二三年八月二十一日

截至本公告日期，董事會包括執行董事余惠勇先生、徐艷林女士、田錫秋先生、焦岳先生及朱啟東先生；非執行董事潘攀先生及胡祺昊先生；及獨立非執行董事蔣岩波博士、馬瑞光先生、吳戰箴博士、張以德先生及朱舫女士。