

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，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Chongqing Hongjiu Fruit Co., Limited

重慶洪九果品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：6689)

截至2023年6月30日止六個月中期業績公告

董事會欣然宣佈本集團截至2023年6月30日止六個月的未經審計綜合財務報表。該等業績乃根據適用的上市規則披露要求及國際會計準則第34號中期財務報告編製，並已經審計委員會審閱。本公告符合上市規則中有關中期業績初步公告附載的資料要求。

財務概要

本公司的收入由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣7,152.2百萬元增長19.37%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣8,537.5百萬元。

本公司的毛利由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣1,353.4百萬元減少3.01%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣1,312.6百萬元。

本公司的淨利潤由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣858.8百萬元下降6.51%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣802.9百萬元。

本公司的經營活動現金流量淨流出較上年同期減少58.42%。

董事會決議不建議派發截至2023年6月30日止六個月之中期股息。

綜合損益表

截至2023年6月30日止六個月－未經審核

	附註	截至6月30日止六個月	
		2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收入	3	8,537,485	7,152,228
銷售成本		(7,224,892)	(5,798,852)
毛利		1,312,593	1,353,376
銷售及分銷開支		(121,056)	(98,954)
行政開支		(95,048)	(94,886)
貿易應收款項減值虧損		(183,770)	(124,368)
其他淨收益	4	95,279	30,400
其他開支		(3,811)	(1,619)
經營利潤		1,004,187	1,063,949
財務成本	5(a)	(57,188)	(27,456)
除稅前利潤		946,999	1,036,493
所得稅	6	(144,063)	(177,682)
期內利潤		802,936	858,811
以下各方應佔：			
本公司權益股東		803,669	857,357
非控股權益		(733)	1,454
期內利潤		802,936	858,811
每股盈利(人民幣元)			
基本	7(a)	0.57	0.63
攤薄	7(b)	0.57	0.63

綜合損益及其他全面收益表

截至2023年6月30日止六個月－未經審核

	截至6月30日止六個月	
	附註	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
期內利潤	802,936	858,811
期內其他全面收益(稅後)		
其後可重新分類至損益的項目：		
換算中國境外附屬公司財務報表的匯兌差額	<u>6,350</u>	<u>1,626</u>
期內全面收益總額	<u>809,286</u>	<u>860,437</u>
以下各方應佔：		
本公司權益股東	810,025	858,980
非控股權益	<u>(739)</u>	<u>1,457</u>
期內全面收益總額	<u>809,286</u>	<u>860,437</u>

綜合財務狀況表

於2023年6月30日－未經審核

	附註	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	8(a)	76,122	83,169
使用權資產	8(b)	91,477	91,247
無形資產		14	15
其他非流動資產		1,020	903
遞延稅項資產		134,603	106,997
		<u>303,236</u>	<u>282,331</u>
流動資產			
存貨	9	128,258	334,252
貿易及其他應收款項	10	10,150,593	8,996,036
按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產		–	1,001
受限制存款	11	150,000	–
現金及現金等價物	11	556,504	149,177
		<u>10,985,355</u>	<u>9,480,466</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	764,198	767,831
銀行貸款		2,775,830	2,282,794
租賃負債		36,084	26,803
應付稅項		170,551	246,402
		<u>3,746,663</u>	<u>3,323,830</u>
流動資產淨值		<u>7,238,692</u>	<u>6,156,636</u>
總資產減流動負債		<u>7,541,928</u>	<u>6,438,967</u>
非流動負債			
租賃負債		50,809	60,344
其他非流動負債		585	485
		<u>51,394</u>	<u>60,829</u>
資產淨值		<u>7,490,534</u>	<u>6,378,138</u>

	附註	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
資本及儲備			
股本	13(b)	1,417,066	467,369
儲備		<u>6,068,651</u>	<u>5,905,213</u>
本公司權益股東應佔權益總額		7,485,717	6,372,582
非控股權益		<u>4,817</u>	<u>5,556</u>
權益總額		<u><u>7,490,534</u></u>	<u><u>6,378,138</u></u>

綜合權益變動表

截至2023年6月30日止六個月－未經審核

附註	本公司權益股東應佔						非控股權益 人民幣千元	權益總額 人民幣千元
	股本	資本儲備	中國 法定儲備	匯兌儲備	保留盈利	總計		
	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	人民幣千元		
於2022年1月1日的結餘	453,074	1,727,308	111,889	(10,836)	2,125,118	4,406,553	3,110	4,409,663
截至2022年6月30日 止六個月權益變動：								
期內利潤	-	-	-	-	857,357	857,357	1,454	858,811
其他全面收益	-	-	-	1,623	-	1,623	3	1,626
全面收益總額	-	-	-	1,623	857,357	858,980	1,457	860,437
於2022年6月30日及 2022年7月1日的結餘	453,074	1,727,308	111,889	(9,213)	2,982,475	5,265,533	4,567	5,270,100
截至2022年12月31日 止六個月權益變動								
期內利潤	-	-	-	-	594,857	594,857	878	595,735
其他全面收益	-	-	-	20,178	-	20,178	111	20,289
全面收益總額	-	-	-	20,178	594,857	615,035	989	616,024
以首次公開發售及超額 配售發行普通股， 經扣除發行成本	14,295	475,108	-	-	-	489,403	-	489,403
以權益結算以股份 為基礎的付款	-	2,611	-	-	-	2,611	-	2,611
轉撥至法定儲備	-	-	125,554	-	(125,554)	-	-	-
於2022年12月31日的結餘	<u>467,369</u>	<u>2,205,027</u>	<u>237,443</u>	<u>10,965</u>	<u>3,451,778</u>	<u>6,372,582</u>	<u>5,556</u>	<u>6,378,138</u>

本公司權益股東應佔

附註	本公司權益股東應佔						非控股權益 人民幣千元	權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	資本儲備 人民幣千元	中國 法定儲備 人民幣千元	匯兌儲備 人民幣千元	保留盈利 人民幣千元	總計 人民幣千元		
於2023年1月1日的結餘	467,369	2,205,027	237,443	10,965	3,451,778	6,372,582	5,556	6,378,138
截至2023年6月30日 止六個月權益變動：								
期內利潤	-	-	-	-	803,669	803,669	(733)	802,936
其他全面收益	-	-	-	6,356	-	6,356	(6)	6,350
全面收益總額	-	-	-	6,356	803,669	810,025	(739)	809,286
發行普通股	14,960	288,150	-	-	-	303,110	-	303,110
資本公積轉增股本	934,737	(934,737)	-	-	-	-	-	-
於2023年6月30日的結餘	<u>1,417,066</u>	<u>1,558,440</u>	<u>237,443</u>	<u>17,321</u>	<u>4,255,447</u>	<u>7,485,717</u>	<u>4,817</u>	<u>7,490,534</u>

簡明綜合現金流量表

截至2023年6月30日止六個月－未經審核

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
經營活動		
經營所用現金	(66,017)	(659,936)
已付企業所得稅		
－ 中國	(188,973)	(82,740)
－ 海外	(58,547)	(11,426)
經營活動所用現金淨額	(313,537)	(754,102)
投資活動		
購買物業、廠房及設備的付款	(2,984)	(6,233)
出售物業及設備的現金收入	3,136	508
贖回按公允價值計量且其變動計入損益 的金融資產所得現金收入	1,001	30,055
投資按公允價值計量且其變動計入損益 的金融資產的付款	–	(20,000)
投資活動所得現金淨額	1,153	4,330
融資活動		
銀行貸款所得款項	3,116,310	2,081,963
發行普通股所得款項	303,111	–
償還銀行貸款	(2,624,267)	(1,140,362)
已付利息	(55,586)	(23,317)
已付租金的本金部分	(19,293)	(16,078)
已付租金的利息部分	(1,602)	(1,272)
支付上市費用	–	(4,000)
融資活動所得現金淨額	718,673	896,934
現金及現金等價物增加淨額	406,289	147,162
於1月1日的現金及現金等價物	149,177	239,534
匯率變動對現金及現金等價物的影響	1,038	2,353
於6月30日的現金及現金等價物	556,504	389,049

未經審核中期財務報告附註

一般資料

1 編製基準

本中期業績公告乃按照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》的適用披露條文，包括已遵守國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）所頒佈的國際會計準則第34號中期財務報告的規定編製。本中期業績公告於2023年8月28日獲授權刊發。

編製中期財務資料所採用的會計政策與2022年年度財務報表所採用的會計政策相同，惟預期於2023年年度財務報表反映的會計政策變動除外。會計政策的任何變動詳情載於附註2。

中期財務資料乃遵照國際會計準則第34號而編製，有關準則要求管理層作出影響政策應用及年初至今的資產與負債、收入及開支呈報金額的判斷、估計及假設。實際結果可能與此等估計有所不同。

本中期業績公告載有簡明綜合財務報表及節選解釋附註。該等附註載有多項事件及交易的說明，對了解本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）自2022年年度財務報表以來財務狀況及業績的變動十分重要。簡明綜合中期財務報表及其附註並未載有根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製整份財務報表所需的全部資料。

作為比較資料納入中期財務報告的截至2022年12月31日止財政年度的財務資料並不構成本公司該財政年度的法定年度綜合財務報表，惟摘錄自該等財務報表。

2 會計政策變動

新訂及經修訂國際財務報告準則

本集團已於當前會計期間對本中期業績公告應用國際會計準則理事會頒佈的以下新訂及經修訂國際財務報告準則：

- 國際會計準則第8號（修訂本），會計政策、會計估算更改及錯誤更正：會計估算的定義
- 國際會計準則第12號（修訂本），所得稅：單一交易中產生的資產及負債的相關遞延稅項
- 國際會計準則第12號（修訂本），所得稅：國際稅收改革－支柱二立法模版規則

本集團於當前會計期間並無應用尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

3 收入及分部報告

(a) 收入

本集團的主營業務為在全球範圍內採購、分揀、包裝並主要在中國批發水果。

收入明細

客戶合約收入明細如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
國際財務報告準則第15號範圍內的客戶合約收入 銷售水果	<u>8,537,485</u>	<u>7,152,228</u>

本集團的所有收入均於某一時間點確認。

本集團的客戶基礎多元化。截至2023年6月30日止六個月，並無任何客戶與本集團的交易超出本集團總收入的10%（截至2022年6月30日止六個月：無）。

(b) 分部報告

(i) 分部資料

本集團通過最高行政管理人員管理其整體業務以進行資源分配及表現評估。本集團的主要經營決策者為本集團的總經理，其審閱本集團的綜合經營業績以評估該分部的表現及作出向該分部進行分配的決策。

因此，概無呈列可呈報分部資料。

(ii) 地理資料

客戶的地理位置基於水果交付之地點而定。截至2023年6月30日止六個月，本集團的絕大部分收入來自中國客戶。

下表載列有關本集團遞延稅項資產以外的非流動資產的地理位置資料。非流動資產的地理位置依據資產的實際位置（倘為物業、廠房及設備以及使用權資產）以及彼等分配所在的運營地點（倘為無形資產及其他非流動資產）而定。

非流動資產

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
中國(註冊地)	105,568	109,220
泰國	36,062	42,433
越南	27,003	23,681
	<u>168,633</u>	<u>175,334</u>

4 其他淨收益

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銀行存款利息收入	1,941	543
政府補助 ⁽ⁱ⁾	81,254	62,678
匯兌收益／(虧損)淨額	8,649	(41,097)
其他	3,435	8,276
總計	<u>95,279</u>	<u>30,400</u>

- (i) 截至2023年6月30日止六個月期間，本集團錄得無條件政府補助人民幣81,254千元(截至2022年6月30日止六個月：人民幣62,678千元)，作為本集團對地區經濟發展所作貢獻的獎勵。

5 除稅前利潤

除稅前利潤乃扣除以下各項後得出：

(a) 財務成本

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銀行貸款利息開支	55,586	26,184
租賃負債利息開支	1,602	1,272
總計	<u>57,188</u>	<u>27,456</u>

(b) 其他項目

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
攤銷		
— 無形資產	1	5
折舊		
— 物業、廠房及設備	6,680	6,634
— 使用權資產	18,321	16,131
其他應收款項減值虧損撥備／(撥回)	174	(30)
核數師薪酬		
— 審核服務	3,084	684
上市費用	—	14,120

6 綜合損益表中的所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
即期稅項		
期內撥備		
— 中國企業所得稅	162,470	150,238
— 海外所得稅	9,199	47,049
	171,669	197,287
遞延稅項		
暫時性差額之產生及撥回	(27,606)	(19,605)
總計	144,063	177,682

- (i) 本公司及其分公司乃於中國註冊成立。根據相關中國企業所得稅法及相關法規，除非下文另有規定，否則本公司及其於本集團內的分公司須於截至2023年6月30日止六個月按25%的法定稅率繳納企業所得稅。

根據財稅[2011]58號《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》以及公告[2020]第23號《關於延續西部大開發企業所得稅政策的公告》，本公司及本公司部分分公司屬於西部特定地區國家鼓勵類產業，截至2023年6月30日止六個月享受15%的所得稅優惠稅率。

- (ii) 其他主要海外附屬公司的稅項按相關國家適當的現行稅率徵收，適用的法定所得稅稅率於下表列示。

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
泰國	20%	20%
越南	20%	20%

7 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃基於中期本公司普通權益股東應佔利潤及已發行普通股的加權平均數計算。

- (i) 每股基本盈利乃基於本公司普通權益股東應佔利潤人民幣803,669千元（截至2022年6月30日止六個月：人民幣857,357千元）計算。
- (ii) 普通股加權平均數：

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
於1月1日的已發行普通股	467,368,802	453,073,902
資本公積轉增股本的影響	934,737,604	906,147,804
發行普通股的影響	6,033,591	—
於6月30日的普通股加權平均數	<u>1,408,139,997</u>	<u>1,359,221,706</u>

(b) 每股攤薄盈利

截至2023年及2022年6月30日止六個月並無潛在攤薄普通股，因此，每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

8 物業、廠房及設備及使用權資產

(a) 收購及出售自有資產

截至2023年6月30日止六個月，本集團以人民幣2,984千元的成本收購樓宇、機器、設備、傢俬及其他、汽車及在建工程等項目（截至2022年6月30日止六個月：人民幣6,233千元）。截至2023年6月30日止六個月，賬面淨值為人民幣3,181千元的機器、設備、傢俬及其他及汽車等項目已出售（截至2022年6月30日止六個月：人民幣474千元），產生出售虧損人民幣45千元（截至2022年6月30日止六個月：收益人民幣34千元）。

(b) 使用權資產

截至2023年6月30日止六個月，本集團訂立多項倉庫租賃協議，因此確認添置使用權資產人民幣19,135千元（截至2022年6月30日止六個月：人民幣17,938千元）。

(c) 估值

於2023年6月30日，由獨立第三方評估師評估的投資物業公允價值為人民幣16,298千元（2022年12月31日：人民幣16,275千元）。

本集團的投資物業位於中國。本集團投資物業的公允價值計量被歸入公允價值計量的第三層級。公允價值乃根據市場法釐定。

9 存貨

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
水果	122,665	328,182
包裝材料及低價值消耗品	6,993	9,021
	<u>129,658</u>	<u>337,203</u>
減：存貨撇減	(1,400)	(2,951)
	<u><u>128,258</u></u>	<u><u>334,252</u></u>

10 貿易及其他應收款項

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	9,350,238	8,179,203
— 關聯方	38,543	20,141
減：虧損撥備	(715,834)	(532,064)
貿易應收款項淨額	<u>8,672,947</u>	<u>7,667,280</u>
其他應收款項		
— 第三方	33,284	26,004
— 關聯方	1,262	1,274
減：虧損撥備	(5,251)	(5,077)
其他應收款項淨額	<u>29,295</u>	<u>22,201</u>
可收回增值稅（「增值稅」）	73,669	42,418
預付款項	<u>1,374,682</u>	<u>1,264,137</u>
	<u>10,150,593</u>	<u>8,996,036</u>

貿易應收款項自發票日期起計180天內到期。

於2023年6月30日，貿易應收款項人民幣32,445千元已抵押作銀行貸款的擔保（2022年12月31日：人民幣11,658千元）。

11 現金及現金等價物

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
銀行現金	706,504	149,177
減：受限制存款 ⁽ⁱ⁾	<u>150,000</u>	<u>—</u>
綜合財務狀況表內的現金及現金等價物	<u>556,504</u>	<u>149,177</u>

(i) 受限制存款為根據股份認購協議向認購人收取的首期認購價（「認購人分期付款」）。

(ii) 於2023年6月30日，於中國內地銀行存置的現金及現金等價物為人民幣549,870千元（2022年12月31日：人民幣86,165千元）。將資金匯出中國內地須遵守中國政府頒佈的相關外匯管制規則及法規。

12 貿易及其他應付款項

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
貿易應付款項	520,495	679,647
應計工資及福利	35,458	52,239
增值稅及其他應付稅項	18,904	8,797
認購人分期付款	150,000	—
其他應付款項	39,341	27,148
	<u>764,198</u>	<u>767,831</u>

所有貿易及其他應付款項預期將於一年內結清或應要求償還。

賬齡分析

於報告期末，基於發票日期的貿易應付款項（計入貿易及其他應付款項）賬齡分析如下：

	於2023年 6月30日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
1年以內	500,814	667,515
1至2年	11,089	3,687
2年以上	8,592	8,445
	<u>520,495</u>	<u>679,647</u>

13 資本及儲備

(a) 股息

於報告期末後並無建議向本公司權益股東分派本中期之中期股息（截至2022年6月30日止六個月：無）。

(b) 股本

	附註	股份數目	人民幣千元
已發行及繳足：			
於2022年12月31日		467,368,802	467,369
資本公積轉增股本	(i)	934,737,604	934,737
發行普通股	(ii)	<u>14,960,000</u>	<u>14,960</u>
於2023年6月30日		<u><u>1,417,066,406</u></u>	<u><u>1,417,066</u></u>

(i) 於2023年1月26日，本公司以資本公積轉增股本的方式按股東持有的每10股現有股份轉增20股新股份的基準向股東發行新股份。按於2022年12月31日的已發行股份總數467,368,802股計算，以資本公積轉增股本的方式發行的新股份總數為934,737,604股，包括向內資股股東發行的313,114,814股本公司新內資股及向H股股東發行的621,622,790股本公司新H股。

(ii) 於2023年4月19日，本公司根據本公司與配售代理訂立的配售協議按每股23.61港元的發售價發行合共14,960,000股新股份。配售所得款項淨額（扣除佣金及開支後）約為346.11百萬港元（相當於人民幣303.11百萬元）。

管理層討論及分析

業務回顧

2023年上半年，本公司持續專注於來自全球各個優質水果原產地的高質量水果的全產業鏈運營，特別是在國內市場規模提升迅速且高貨值的果品種類上不斷加深佈局。受益於本公司發展戰略的持續落實，本公司的業務運營持續穩定且快速增長，行業龍頭地位得以進一步鞏固。根據灼識諮詢，按照2022年度銷售收入計算，本公司已成為中國最大的水果分銷商；同時，按2022年相應品類銷售收入計算，本公司仍為中國最大的東南亞水果分銷商、最大的榴蓮分銷商、最大的進口火龍果分銷商，也是第二大的進口龍眼分銷商和市場領先的山竹、進口車厘子和進口葡萄分銷商。

2023年上半年，本公司在營收增長及現金流優化層面取得了許多成績。於2023年上半年，本公司實現營業收入約人民幣8,537.5百萬元，比上年同期的約人民幣7,152.2百萬元增長19.37%；本公司於報告期內淨利潤約為人民幣802.9百萬元，比上年同期的約人民幣858.8百萬元下降6.51%。隨着本公司經營規模的擴大和市場份額的提升，本公司營運資金管理能力不斷提升，經營活動現金流持續優化。

一、持續強化「端到端」供應鏈佈局

2023年上半年，本公司繼續強化「端到端」的先進數字化驅動的水果供應鏈，進一步加強了在採購端、運輸端及銷售端的佈局，鞏固本公司的競爭優勢。

- 1、在採購端：**本公司持續加深在全球各地優質水果原產地的佈局，拓展核心單品採購渠道，提升越南榴蓮採購份額，新增進口單品紅肉菠蘿蜜，積極拓展車厘子等核心單品的優質原產地直採合作。截至2023年6月30日，本公司擁有共49種品類的豐富產品組合，自全球100多個優質水果產地為消費者挑選及採購品質鮮果，本公司在越南和泰國核心水果產品原產地運營了16個水果加工廠並組建了400人以上的當地團隊。2023年上半年，本公司核心單品榴蓮在新拓展採購區域越南的採購數量進一步提高，佔本公司榴蓮採購總量的16.90%。本公司利用越南與泰國榴蓮的季節互補性，更好的滿足中國消費者對榴蓮的強勁需求，進一步增強本公司的優質原產地資源優勢。得益於本公司在產地端的佈局，本公司的市場領先地位得到進一步鞏固。

除進口水果外，本公司亦積極響應中國政府鄉村振興戰略，通過加強與四川浦江、重慶奉節、重慶潼南、山東諸城、貴州貴陽、湖南長沙等當地政府合作，將借助當地政府的相關產業扶持政策進一步整合產業資源，在國內部分優質水果產區建立專業採購子公司、產地運營中心和分揀中心，共建區域產地水果交易中心、特色水果數智系統、食品檢驗檢測中心及農機農服人才培訓基地等。期待加深與當地果農、農村合作社等合作，推出更多富有原產地特色的優質國產水果，優化同城交易平臺，建立國產及進口水果交易平臺，建設運營特色水果直採直供示範基地，打造特色水果品牌，帶動國內水果產業標準化、品牌化、集約化發展。

- 2、**在物流端：**2023年上半年，本公司通過強化鐵運物流通道、加深與港口及航運公司合作、進行海關經認證經營者（「**AEO**」）高級認證等系列舉措持續提升果品流通效率，降本增效。一是緊抓中老鐵路開通、建設西部陸海新通道的戰略機遇開闢新的物流通道。本公司開創行業先例，實現從老撾直抵重慶的「**洪九泰好吃鐵路榴蓮冷鏈專列**」成功首發並將常態化運行，輻射西南地區乃至全國。相較傳統海運和陸運，「**洪九泰好吃鐵路榴蓮冷鏈專列**」有效提升了東南亞進口水果的運輸時效，大幅降低運輸成本，實現降本增效，更好的確保果品新鮮度。本公司通過先進的數字化系統對鐵運形成全新管理模式，進一步提高「**端到端**」供應鏈的壁壘和競爭優勢。二是本公司被中國海關授予中國**AEO**證書的高級認證企業（「**高級AEO認證**」），意味着本公司守法規範、貿易安全和供應鏈全鏈路數字化管控能力獲得國際認可，可享受優化通關流程、降低查驗率、優先辦理業務等便利措施。這將有效降低本公司進出口業務風險，提升物流及通關效率，保證進口水果運輸時效性，促進本公司供應鏈管理體系升級，提高本公司信譽、品牌形象及全球市場競爭力。三是本公司和南沙港、欽州港、蛇口港等主要港口形成戰略合作，通過優先靠泊、船邊直提等模式提升通關效率；與**COSCO**中遠海運、**SITC**新海豐、**WHL**萬海航運等大型航運企業直接合作，利於本公司獲得持續穩定的艙位供給和具有競爭優勢的海運價格。

3、在銷售端：本公司繼續拓展覆蓋全國的銷售及分銷網絡，觸達各類型客戶。截至2023年6月30日，本公司已在全國設立了24家銷售分公司、60個分揀中心，銷售範圍覆蓋超過300個城市，為本公司更好地服務客戶提供有力支持。從銷售渠道上看，本公司利用上述遍及全國的銷售及分銷網絡進行了全渠道的覆蓋，客戶類型包括終端批發商、新興零售商、商超客戶及直接銷售。

2023年上半年，本公司緊抓下游鮮果零售市場變化的發展機遇，持續提升新興零售渠道銷售規模，加大直播電商佈局，逐步形成直播電商水果供應鏈一站式解決方案，與部分知名物業管理及社區服務公司合作開展面向社區業主的銷售，發揮全國發貨網絡對果品物流時效性與新鮮度充分保障的優勢，提升本公司銷售規模與品牌影響力。2023年上半年公司在新興零售商的銷售收入比上年同期增長約40%。緊隨COVID-19疫情後線下賣場消費熱度反彈的趨勢，本公司積極與大型商超互動開展品牌活動，增強終端客戶黏性和品牌認可度。

二、深化品牌戰略，持續提升品牌影響力

本公司持續深化品牌戰略，促進品牌水果產品市場份額和銷售規模增長。2023年上半年本公司品牌水果銷售收入佔營業收入的73.43%。其中，得益於「洪九泰好吃」的品牌定位升級和價值理念傳播，「洪九泰好吃」品牌系列銷售收入達到約人民幣28.9億元，佔本公司品牌水果銷售收入的46.15%。

秉承本公司「全球水果鏈，共享幸福果」的發展願景，我們聚焦「泰好吃」、「越來美」、「奉上好」等產品系列，向廣大消費者和客戶分享本公司的品牌價值理念，全面升級本公司核心單品的品牌形象。結合產品消費群體屬性，本公司進一步豐富品牌傳播渠道和方式，線上線下結合持續增強傳播力。在線上，本公司加大小紅書、抖音等新媒體平台的內容營銷投入，通過榴蓮專列開通等里程碑事件充分展現了本公司的規模優勢和行業領先的高效「端到端」數字化供應鏈系統，強化品牌認知度。在線下，本公司廣泛開展「2023榴蓮自由節」、「東南亞風情水果節」等系列線下品牌推廣活動，滿足消費者更加豐富多元的消費需求。通過線上線下結合的高效營銷推廣，構建了終端消費者和客戶對本公司品牌核心價值的認知，詮釋了品牌所代表的優異產品品質，更體現了品牌背後所蘊含的企業綜合競爭實力和廣闊發展前景，讓品牌深入人心，進一步提升本公司的品牌知名度和全球影響力。品牌增值的同時品牌價值亦賦能產品拓展，促進本公司的品牌化、差異化發展路線行穩致遠。

三、升級數字化系統，增強數智化管理水平

本公司已經建立了覆蓋採、運、銷全業務流程的數字化管理系統「洪九星橋」，通過全產業鏈業務數據的收集和分析驅動本公司經營決策更科學高效，實現效益最大化。採購管理方面，覆蓋國內外供應商信息，通過收集和分析供應鏈關鍵節點數據幫助本公司精準制定採購決策，在採購契機和價格上取得優勢，並為果園提供銷售預測便於本公司制定生產計劃，利於加強與果園的合作，實現本公司供應的安全及穩定。在途貨櫃管理方面，對在途路線、貨櫃狀態、產品新鮮度、清關進程等數據進行監控追蹤，根據客戶需求時效、市場行情、物流費用波動等靈活地制定物流組合方案，以達到優化物流路徑及降低成本，果品全鏈路可追溯並及時對異常情況進行干預，有效減少流通層級、提升本公司運營效率，降低損耗率、確保產品質量。銷售管理方面，利用數字化系統管理和服務客戶，協助本公司制定銷售策略和最佳調度規劃，利於獲取客戶更多訂單並提升盈利能力和客戶服務水平。同時，海量全產業鏈業務數據的積累和分析能力也為本公司發展全球水果產業互聯網平台打下基礎。

2023年上半年，本公司進一步精細化溫濕度管控系統和口岸決策機制。升級物聯網設備並正式投入使用，相應優化調整本公司供應鏈各環節管控流程，配合電子圍欄技術，實現貨櫃全生命周期實時溫濕度管控、GPS位置追蹤，對果品全鏈路的多級實時預警機制，並形成各關鍵節點貨櫃狀態的數據沉澱便於重點管控。更精準匹配產地生產信息，根據果品成熟度、銷售渠道、運輸路線等，為每一櫃榴蓮定制在途的溫控方案並及時靈活調整；對磨憨、友誼關等重要口岸加入除水果以外的其他多單品通關量等數據的匯總分析，提升口岸決策效果。從而進一步確保果品的新鮮品質，降低損耗率，提高履約效率和供應鏈風險管控能力，提升本公司業務的數智化管理水平。

四、推進融資落地，加強內控管理，提升資金實力和營運能力

報告期內，本公司充分利用資本市場的優勢資源配置作用，完成H股一般性授權新股配售，推進內資股配售，通過兩次融資補充營運資金，提升本公司資金實力和抗風險能力，優化資本結構，促進本公司主營業務健康可持續發展。

隨着本公司經營規模擴大及市場份額提升，對上下游話語權進一步增強，公司預付款項賬期相應優化，營運資金管理能力不斷提升。在確保產地穩定水果供應的同時，調整付款節點，預付款項周轉天數從2022年末38.3天進一步降低至33.4天。同時，為保持本公司高質量發展，本公司加強客戶信用管理、精細化不同信用等級客戶的付款周期，以信用為導向積極調整客戶結構，新興零售商的銷售收入佔比由19.92%提升至23.38%。2023年上半年，本公司經營活動現金流量淨流出較上年同期減少58.42%，這表明本集團的現金流持續改善。

五、積極踐行社會責任，促進行業高質量發展

報告期內，本公司積極踐行中國政府「一帶一路」和鄉村振興發展戰略，通過東南亞等海外水果原產地拓展、數字化供應鏈系統建設並持續升級以及進口份額持續高增長，融入共建西部陸海新通道，持續夯實物流佈局，助力水果集散分撥中心、進出口交易平台打造，帶動「一帶一路」沿線國家和地區的相關產業發展和經濟增長。

同時，與國內優質水果產區地方政府合作開發品牌水果產業示範項目，整合產地資源，充分發揮本公司「端到端」先進數字化供應鏈、覆蓋全國的銷售及分銷網絡等綜合優勢，帶動國內水果產業標準化、品牌化、集約化發展，促進行業優化升級，助推果園增產、果農增收，增加就業，帶來廣泛的經濟和社會效益。本公司在新華社主辦的首屆中國鄉村振興品牌大會獲得「特色水果類十大成長性企業品牌案例」榮譽，是對本公司推動果業發展、發揮品牌在鄉村振興事業中的引領作用的充分認可。

近期業務發展

1、「洪九泰好吃榴蓮專列」成功首發

2023年6月，滿載28個鐵路冷櫃的「洪九泰好吃榴蓮專列」成功首發。該班列是西部陸海新通道首列中老泰榴蓮冷鏈班列（老撾萬象－重慶江津－四川成都），由重慶國際物流集團攜手江津區、洪九果品等單位開通運行，對提升西部陸海新通道冷鏈效率，服務成渝經濟圈品質生活具有重大意義和影響。

相較傳統海運和陸運，鐵路冷鏈專列有效提升了東南亞進口水果的運輸效率，降低運輸成本，實現降本增效，同時能更好的確保果品的新鮮度，讓東南亞水果進境駛入「快車道」。用更短的時效、更優的品質、更實惠的價格，為國內消費者帶來更好的消費體驗，讓消費者實現「榴蓮自由」。本次冷鏈班列測試班的開行，為後續常態化開行奠定了市場和運營基礎，有利於本公司持續鞏固「端到端」供應鏈優勢。

2、完成經認證經營者（「AEO」）高級認證

於2023年6月，本公司成功通過了海關AEO（Authorized Economic Operator，即經認證經營者）高級認證，成為重慶市首家從事進口水果貿易的海關高級認證企業。高級AEO認證意味着本公司已經採用了一套有效的管理流程，通過自願性符合適用於包括稅務及海關相關義務在內的全球物流鏈的合規、可靠性和安全性標準而獲得國際認可，從而將進出口業務中所隱含的風險降至最低。

AEO是經認證經營者的簡稱，AEO項目將通過預審的企業認定為低風險，從而使其邊檢流程更加有效。此外，AEO項目的成員資格可以為進口商、出口商、承運人和供應鏈中的其他多方貿易交易提供便利，並在如下角度提高其市場能力及全球競爭力。

經AEO認證，本公司

- 被海關當局視為低風險，更小概率因邊境檢查而出現貨物延誤；
- 可以享受更快的通過邊境的便利，以及在邊境中斷後更快恢復業務的好處。從而節省時間，降低易腐貨物損壞的風險，並使整個邊境通關時效更加可預測；及

- 通過採取各種安全措施降低了裝運信息被潛在篡改的風險。這一舉措可使海關機關建立信心，從而提高本公司的聲譽和市場能力。

綜上所述，高級AEO認證將十分確切地提升我們的通關效率，保證我們進口水果運輸時效性，為我們進口水果的貨架期贏得更多時間。我們相信，憑藉着高級AEO認證的完成，我們的競爭力將會進一步增強，助力我們進一步升級供應鏈管理體系，深度參與國際貿易。

3、喜獲首屆中國鄉村振興品牌大會「十大成長性企業品牌案例」榮譽

2023年4月，我們在由新華社主辦的「首屆中國鄉村振興品牌大會」中獲得了「特色水果類十大成長性企業品牌案例」的榮譽，充分印證了我們在推動果業發展、發揮品牌在鄉村振興事業中的引領作用。未來，我們將積極助力鄉村振興，助農增收致富，為推動產業高質量發展貢獻力量。

展望、未來前景及策略

「端到端」的高效供應鏈是決定本公司成功的核心因素及競爭優勢。本公司計劃進一步完善本公司的水果供應鏈，包括本公司將：

- 進一步擴大上游採購網絡及增加滲透率。從海外端來看，本公司將積極拓展在海外優質水果原產地的本地化佈局，適時將本公司已經在泰國、越南驗證成功的本地化佈局拓展至更多國家和地區，如菲律賓、智利。同時，本公司將會加大海外團隊的招募，與當地果園建立直接合作，最大限度縮短供應鏈流程。從國內端來看，本公司將在國內部分優質水果產區建立專業採購子公司，與當地果農、農村合作社等加深合作，推出更多富有原產地特色的優質水果，並與當地政府合作開發品牌水果產業示範項目，帶動國內水果產業的標準化、品牌化發展，促進行業優化升級；
- 擴大本公司的銷售及分銷網絡，在全國設立新的銷售分公司，以提升本公司的服務能力；同時，本公司將進一步發揮供應鏈優勢，緊跟水果零售市場的新變化，提升商超及新興零售渠道佔比，比如本公司積極佈局實時零售、小區生鮮連鎖，並持續為目前正快速增長的直播電商提供水果供應鏈一站式解決方案，以抓住新的增長機遇；
- 繼續深耕已有優勢品類，提升六大核心品類的收入及比例，並以現有核心品類為基礎，持續開發新品類；及

- 強化對物流及倉儲的管理能力。比如，本公司通過推進與核心港口、大型航運企業、陸海新通道合作，開拓新的物流通道，進一步夯實物流佈局，助力水果集散分撥中心的打造，促進物流、貿易、產業的高效融合。

其次，品牌知名度和認可度是本公司長久發展的關鍵，本公司將持續深入推行品牌戰略，包括本公司將：

- 通過優化營銷及推廣策略提升我們的品牌知名度。以市場為導向，進一步推出更多符合當下消費者需求的產品，加大投資，通過清晰的品牌定位和產品層級、品牌價值理念分享、品牌形象升級、品牌傳播方法優化等多種方式不斷提升本公司品牌知名度和影響力，建立「洪九果品」與品質鮮果的強關聯性；及
- 繼續提升我們的品牌力，不斷通過優質產品在消費者心中留下美味記憶。我們相信好的產品會說話，本公司將繼續優化上游種植合作，尋找更多優質原產地，從種植開始通過對當地果園服務來把控產品品質，同時完善加工及運營能力，不斷為消費者呈現高品質、健康、美味及有差異化的品牌水果產品。

再次，數字化系統升級及全球水果產業互聯網平台開發亦是本公司未來發展的重點之一，包括本公司將：

- 進一步開發及升級本公司的「洪九星橋系統」，對國際物流環節中起運港、目的港貨物進行更精細化管控，並基於鐵運管控需求對系統做出優化，運用產地端、物流端、銷地端全鏈路數據進行深度分析，輔助商業決策；及
- 打造水果產業互聯網平台，在種植前、種植中及種植後對果園進行記錄和溯源，並與流通環節各公司進行數字化接口互通，加速企業間信息傳遞效率，基於平台沉澱的行業大數據，生成更加多元化的數據分析方案。

最後，本公司將進一步加強內控管理，升級財務、合同管理等信息化系統，優化薪酬體系，完善人才激勵機制，為本公司快速發展夯實職能管理和人才基礎。

財務回顧

收入

我們的收入由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣7,152.2百萬元增長19.37%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣8,537.5百萬元。收入增加主要是由於因客戶對我們強大供應鏈管理能力和品牌形象的認可，市場對我們優質水果產品的需求增加，核心單品銷售收入增長高於總收入增長速度，前五大客戶銷售收入增長亦有效發揮頭部客戶示範效應，從而驅動水果產品銷量增加。

按種類劃分的水果銷售收入

下表載列我們於所示期間按種類劃分的水果產品收入貢獻，各項均以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示。

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	人民幣千元	百分比(%)	人民幣千元	百分比(%)
核心水果產品	4,265,793	49.97	3,517,439	49.18
其他水果產品	4,271,692	50.03	3,634,789	50.82
總計	<u>8,537,485</u>	<u>100</u>	<u>7,152,228</u>	<u>100</u>

本公司視榴蓮、火龍果、龍眼、葡萄、車厘子及山竹六個水果品類為本公司的核心水果產品。核心水果產品的銷售額由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣3,517.4百萬元增加21.28%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣4,265.8百萬元，佔相關期間我們總收入的49.18%及49.97%。核心水果產品的收入增長主要是由於本公司在去年底開拓榴蓮採購區域的基礎上進一步提升越南榴蓮採購數量，利用泰國與越南榴蓮的季節互補性，更好的滿足國內消費者對榴蓮的強勁市場需求，同時，提升物流運輸效率，降低產品損耗率，確保果品在更短的時效內以更新鮮的品質抵達消費者手中，我們榴蓮整體的銷售金額較去年上半年提升了15.15%。隨著COVID-19疫情防控解除，市場消費需求增長及海關通關提速，本公司加大了進口葡萄、火龍果的採購量，因此，葡萄、火龍果銷售金額較去年上半年分別增長149.66%、19.48%。

按品牌劃分的水果銷售收入

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	人民幣千元	百分比(%)	人民幣千元	百分比(%)
品牌水果產品	6,268,868	73.43	5,297,707	74.07
非品牌水果產品	2,268,617	26.57	1,854,521	25.93
總計	<u>8,537,485</u>	<u>100</u>	<u>7,152,228</u>	<u>100.0</u>

品牌水果產品的銷售額由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣5,297.7百萬元增長18.33%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣6,268.9百萬元，佔相關期間我們總收入的74.07%及73.43%。絕對金額的增加主要是由於我們持續深入推行品牌戰略，升級核心品牌定位並增強價值傳播，成功的品牌戰略令市場需求增加。

銷售成本

銷售成本由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣5,798.9百萬元增長24.59%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣7,224.9百萬元。該增長與本公司銷售規模增長基本一致。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣1,353.4百萬元下降3.01%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣1,312.6百萬元。我們的毛利率由截至2022年6月30日止六個月的18.92%下降至截至2023年6月30日止六個月的15.37%，主要是由於(i)2022年上半年核心品類之一榴蓮因市場供需關係變動，毛利率提升較快；及(ii)隨著COVID-19疫情防控解除，核心品類整體進口量持續恢復，市場供需關係變化帶來榴蓮等品類價格回落，導致我們的產品價格隨市場價格變化亦有所下降。上年度通過前期市場佈局整合，本公司在銷售渠道端贏得更高的話語權，行業地位進一步提升。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣99.0百萬元增長22.34%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣121.1百萬元。銷售及分銷開支增加主要是由於(i)支持業務增長的員工成本增加；及(ii)為了推行品牌戰略，提升品牌知名度和消費者黏性，加大品牌推廣力度。

行政開支

我們的行政開支由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣94.9百萬元增長0.17%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣95.0百萬元。行政開支增加主要是由於(i)隨著業務擴展，員工成本增加；及(ii)本公司上年同期因籌備H股在聯交所主板上市向中介機構支付各項服務費，本報告期減少了該筆費用。同時，本公司通過採取系列降本增效措施，促進管理費用率下降。

貿易應收款項減值損失

貿易應收款項減值損失由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣124.4百萬元增長47.76%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣183.8百萬元。主要因為(i)本公司的貿易應收款項有所增加；及(ii)由於受COVID-19疫情及宏觀經濟環境影響，部分客戶特別是區域終端批發商及小型超市客戶日常經營遇到困難，與本公司的付款週期有所延長，進而導致本公司貿易應收款項周轉天數有所上升。

其他淨收益

其他淨收益由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣30.4百萬元增加213.42%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣95.3百萬元。其他淨收益增加主要是由於匯兌收益淨額增加、政府補助的增加。

其他開支

其他開支由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣1.6百萬元增加135.39%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣3.8百萬元。其他開支增加主要是由於附屬公司辦公樓處置導致費用增加。

所得稅

我們的所得稅由截至2022年6月30日止六個月的約人民幣177.7百萬元下降18.92%至截至2023年6月30日止六個月的約人民幣144.1百萬元。所得稅下降主要是與我們盈利規模一致。

期內利潤

由於上述原因，截至2022年6月30日止六個月及截至2023年6月30日止六個月，我們的利潤分別為約人民幣858.8百萬元及約人民幣802.9百萬元。

每股基本收益

截至2023年6月30日止六個月的每股基本收益為人民幣0.57元（截至2022年6月30日止六個月約為人民幣0.63元）。

貿易及其他應收款項

截至2023年6月30日，我們的貿易及其他應收款項為約人民幣10,150.6百萬元，較2022年12月31日的約人民幣8,996.0百萬元增加約人民幣1,154.6百萬元。貿易應收款項周轉天數從2022年12月31日的144.8天增加至2023年6月30日的188.5天，主要是由於2023年上半年受過去三年COVID-19疫情及宏觀經濟環境影響，本公司部分下游客戶特別是區域終端批發商及小型超市客戶日常經營遇到困難，應收款項付款週期所有延長。

流動資金及資本資源

我們主要通過投資者出資、H股一般性授權新股配售融資、內資股增發首期付款及銀行和其他金融機構借款為我們的業務運營提供資金。我們的現金及現金等價物由截至2022年12月31日的約人民幣149.2百萬元增加至截至2023年6月30日的約人民幣556.5百萬元。我們的現金及現金等價物主要包括銀行存款。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的約人民幣6,156.6百萬元增加至截至2023年6月30日的約人民幣7,238.7百萬元。我們截至2023年6月30日的流動比率（流動資產／流動負債）約為2.93倍，而截至2022年12月31日約為2.85倍。

我們的銀行貸款由截至2022年12月31日的約人民幣2,282.8百萬元增加至截至2023年6月30日的約人民幣2,775.8百萬元，主要是由於我們為就水果產品採購及擴大物流及供應鏈設施提供資金而增加銀行貸款，這與我們的業務擴張一致。利息按固定利率收取。我們不使用任何金融工具進行套期保值。於2022年12月31日及2023年6月30日，我們錄得槓桿比率（使用截至相關期末的計息借款總額減現金除以權益總額再乘以100%計算）分別為33.5%及27.6%。

外匯風險管理

我們的絕大多數收益以人民幣收取。我們可將部分人民幣收益兌換為其他貨幣以償還外幣債務，例如向若干供應商作出的付款（如有）。缺少可動用外幣可能限制我們匯出足夠外幣，或在其他方面限制我們償還外幣計值債務的能力。截至2023年6月30日止六個月，我們未採取任何長期合約、貨幣借款或其他方式對沖外匯風險。

或然負債

截至2023年6月30日，我們並無重大或然負債。

資產抵押

截至2023年6月30日，貿易應收款項人民幣3,244.5萬元已抵押作銀行貸款的擔保。除此之外，本集團並無就任何集團資產進行抵押。

所持重大投資

截至2023年6月30日止六個月，我們並無於其他公司的股權中持有任何重大投資。

重大投資及資本資產的未來計劃

截至本公告日期，本公司並無任何重大投資及資本資產的未來計劃。

附屬公司及聯營公司的重大收購及出售

截至2023年6月30日止六個月，我們並未進行有關附屬公司及聯營公司的重大收購及出售。

僱員與酬金政策

截至2023年6月30日，我們擁有2,696名全職僱員。本集團始終堅信我們的長期增長取決於員工的專業知識、經驗及發展，我們把員工視為企業發展的重要戰略資源，積極完善人才選拔培養機制，提高員工的整體競爭力和對本集團的歸屬感。我們亦完善了僱員職業發展路徑及人才培養制度，幫助僱員實現自我成長。本集團的員工薪金及福利水平參考市場以及個人資歷及經驗而定，並根據個人及本集團的表現及對市況的評估酌情向合資格的員工發放績效獎金，整體薪資政策具有競爭力。

報告期後事項

發行境內未上市普通股股份

茲提述本公司日期為2023年4月4日的公告，2023年5月8日及2023年7月11日之公告，日期為2023年5月15日的通函以及2023年5月31日的2023年第三次臨時股東大會、2023年第一次內資股類別股東大會及2023年第一次H股類別股東大會投票結果公告，內容有關本公司擬發行不超過30,487,802股境內未上市普通股股份。發行價格為人民幣16.40元／股，所得款項總額預計為約人民幣500.00百萬元，所得款項擬用於強化水果供應鏈及補充流動資金。於本公告日期，發行境內未上市普通股股份尚需滿足該等公告及通函提及的先決條件，包括但不限於中國證券監督管理委員會批准。

銷售渠道優化調整

本公司新興零售渠道主要包括社區團購、社區生鮮連鎖店、即時電商及綜合電商，其中，於COVID-19疫情爆發後，自2020年年底以來社區團購收入貢獻大幅上升，隨著後疫情時期國內消費復蘇，居民消費也擁有更多便利選擇，社區團購業務在本公司發展戰略中的重要性逐漸降低。本公司根據當前鮮果零售市場的變化趨勢和本公司品牌化的戰略發展需要，將優勢資源轉向電商和其他增長潛力更大的銷售渠道，自2023年8月起，本公司視訂單量情況優化調整部分城市分揀倉，並對原分揀倉員工進行優化調整。本次調整也有利於節省分揀倉租金及相關配套設備成本、人力成本，有效實現降本增效。

除本公告披露的以外，於2023年6月30日後及直至本公告日期，本公司並無進行任何重大報告期後事項。

其他資料

遵守企業管治守則

本公司致力於維持及促進高標準的企業管治，此舉對本公司發展及保障股東權益至關重要。本公司採納企業管治守則的守則條文作為本公司企業管治常規的基準。截至2023年6月30日止六個月，本公司一直遵守企業管治守則的守則條文。

遵守標準守則

本公司已採納標準守則作為董事及監事進行證券交易的守則。經向所有董事及監事作出特定查詢，彼等確認截至2023年6月30日止六個月一直遵守標準守則。

購買、出售或贖回上市證券

截至2023年6月30日止六個月，本公司及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。

中期股息

董事會不建議派發截至2023年6月30日止六個月之中期股息。

審計委員會

審計委員會的委員由三名獨立非執行董事（即徐克美女士（主席），劉秀琴女士及安銳先生）組成。

審計委員會已連同管理層審閱本集團採納的會計政策及常規以及內部控制事宜，並已審閱本集團截至2023年6月30日止六個月未經審計綜合財務報表。審計委員會認為相關財務報表的編製符合適用的會計準則及要求，並已作出足夠的披露。

刊發中期業績及中期報告

本中期業績公告將於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.hjfruit.com)刊發。載有上市規則要求的所有資料的本公司截至2023年6月30日止六個月之中期報告將適時寄發予股東，並將於上述網站上刊發。

釋義

在本公告中，除非文義另有所指，下列詞語具有如下含義：

「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載《企業管治守則》
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本公告而言，不包括中國香港、中國澳門特別行政區及中國台灣
「灼識諮詢」	指	灼識企業管理諮詢(上海)有限公司
「本公司」	指	重慶洪九果品股份有限公司，一家於中國註冊成立的股份有限公司，於2022年9月5日在聯交所主板上市(股份代號：6689)
「核心水果產品」或 「核心單品」或 「核心品類」	指	榴蓮、火龍果、龍眼、葡萄、車厘子及山竹六個水果品類
「COVID-19」	指	2019冠狀病毒病，由一種被稱為嚴重急性呼吸綜合症冠狀病毒2型的新型病毒引起的疾病
「董事」	指	本公司董事

「內資股」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的內資股，該等股份以人民幣認購或入賬列作已繳股款
「本集團」	指	本公司及其附屬公司，或按文義所指，於本公司成為其現有附屬公司的控股公司之前的期間，則指有關附屬公司或其前身(視情況而定)經營的業務
「H股」	指	本公司股本中每股面值為人民幣1.00元的境外上市外資股，在聯交所上市並以港元買賣(股份代號：6689)
「香港」	指	中華人民共和國香港特別行政區
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「上市規則」	指	《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「主板」	指	聯交所運營的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM及與GEM並行運作
「標準守則」	指	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》
「報告期」	指	2023年1月1日至2023年6月30日期間
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「股份」	指	本公司股份，包括內資股及H股
「股東」	指	本公司股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

「附屬公司」或 「子公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「監事」	指	本公司的監事
「%」	指	百分比

承董事會命
重慶洪九果品股份有限公司
董事長
鄧洪九

中國重慶，2023年8月28日

截至本公告日期，董事會包括董事長兼執行董事鄧洪九先生；執行董事江宗英女士、彭何先生、楊俊文先生及譚波女士；非執行董事夏蓓先生、董佳訊先生及陳彤彤先生；及獨立非執行董事徐克美女士、劉秀琴女士、安銳先生及劉安洲先生。