

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



卫龙美味全球控股有限公司  
WEILONG Delicious Global Holdings Ltd

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9985)

截至2023年6月30日止六個月的  
中期業績公告

**2023年中期業績摘要**

- 總收入為人民幣2,327.3百萬元，同比上升3.0%；
- 毛利為人民幣1,106.2百萬元，同比上升28.4%；
- 毛利率為47.5%，同比上升9.4個百分點；
- 期內利潤為人民幣447.1百萬元，同比上升271.4%；
- 期內經調整淨利潤<sup>1</sup>為人民幣497.0百萬元，同比上升17.0%；
- 每股經調整基本盈利為人民幣0.22元，同比上升3.9%；
- 建議派發中期股息每股普通股人民幣0.12元。

<sup>1</sup> 為補充本集團根據《國際財務報告準則》呈列的中期簡明合併財務資料，本集團亦使用經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)作為額外財務計量，其不為《國際財務報告準則》所要求，亦並非根據《國際財務報告準則》呈列。本集團認為，通過減少部分項目的潛在影響，該非《國際財務報告準則》計量有利於對各期間及公司間的經營業績進行比較。

本集團認為，該措施為投資人及其他人就了解及評估本集團的營運業績提供了有用信息，如同其以相同方式為管理層提供幫助。然而，本集團呈列的經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)或同其他公司類似命名的計量不一致。採用該非《國際財務報告準則》計量作為分析工具具有局限性，閣下不應脫離本集團根據《國際財務報告準則》報告的經營業績或財務狀況或將其作為替代分析加以考慮。

卫龙美味全球控股有限公司(「本公司」或「卫龙」)董事「董事」會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2023年6月30日止六個月(「報告期」)之按《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)編製的未經審計中期簡明合併業績，連同截至2022年6月30日止同期的比較數字。

## 中期簡明合併損益表

截至2023年6月30日止六個月

	附註	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
來自客戶合同的收入	3	2,327,279	2,260,529
銷貨成本	3, 4	(1,221,077)	(1,398,981)
<b>毛利</b>		<b>1,106,202</b>	861,548
經銷及銷售費用	4	(367,183)	(269,487)
管理費用	4	(219,197)	(220,704)
金融資產減值(虧損)/收益淨額		(112)	343
其他收入淨額		25,464	59,909
其他收益/(虧損)淨額		16,038	(598,655)
<b>經營利潤/(虧損)</b>		<b>561,212</b>	(167,046)
融資收入		93,025	31,704
融資成本		(6,668)	(7,971)
融資收入淨額		86,357	23,733
<b>所得稅前利潤/(虧損)</b>		<b>647,569</b>	(143,313)
所得稅費用	5	(200,499)	(117,517)
<b>期內利潤/(虧損)</b>		<b>447,070</b>	(260,830)
以下各方應佔利潤/(虧損)：			
—本公司擁有人		447,070	(260,830)
<b>本公司擁有人應佔利潤/(虧損)的 每股盈利/(虧損)(人民幣元)</b>			
每股基本盈利/(虧損)	6	0.19	(0.13)
每股攤薄盈利/(虧損)	6	0.19	(0.13)

中期簡明合併綜合收益表  
截至2023年6月30日止六個月

	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
期內利潤／(虧損)	<u>447,070</u>	<u>(260,830)</u>
其他綜合(虧損)／收益		
可重新分類至損益的項目：		
換算海外業務的匯兌差額	(3,038)	(8,090)
不可重新分類至損益的項目：		
換算本公司的匯兌差額	<u>71,822</u>	<u>57,152</u>
期內其他綜合收益，扣除稅項	<u>68,784</u>	<u>49,062</u>
期內綜合收益／(虧損)總額	<u>515,854</u>	<u>(211,768)</u>
以下各方應佔期內綜合收益／(虧損)總額：		
— 本公司擁有人	<u>515,854</u>	<u>(211,768)</u>

## 中期簡明合併財務狀況表

2023年6月30日

		2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		1,127,272	1,127,556
使用權資產		538,036	533,705
無形資產		20,440	21,445
初始期限為三個月以上的定期存款		2,129,615	1,603,886
遞延所得稅資產		35,258	68,827
其他非流動資產		14,187	17,730
		<u>3,864,808</u>	<u>3,373,149</u>
<b>非流動資產總值</b>			
		<u>3,864,808</u>	<u>3,373,149</u>
<b>流動資產</b>			
貿易及其他應收款項及預付款項	8	166,508	240,048
存貨		433,512	599,263
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產		205,785	382,440
初始期限為三個月以上的定期存款		1,802,441	1,020,982
現金及現金等價物		774,456	1,314,453
		<u>3,382,702</u>	<u>3,557,186</u>
<b>流動資產總值</b>			
		<u>3,382,702</u>	<u>3,557,186</u>
<b>資產總值</b>			
		<u>7,247,510</u>	<u>6,930,335</u>

中期簡明合併財務狀況表(續)

2023年6月30日

		2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
借款		172,410	161,180
租賃負債		9,656	1,966
遞延收入		195,319	196,033
遞延稅項負債		56,138	46,498
		<u>433,523</u>	<u>405,677</u>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項	9	1,086,097	689,732
合同負債		151,745	225,261
即期所得稅負債		44,044	81,795
借款		1,890	120
租賃負債		4,771	3,338
		<u>1,288,547</u>	<u>1,000,246</u>
<b>負債總額</b>		<u>1,722,070</u>	<u>1,405,923</u>
<b>資產淨值</b>		<u>5,525,440</u>	<u>5,524,412</u>
<b>權益</b>			
股本		155	155
其他儲備		2,779,967	3,226,009
留存盈利		2,745,318	2,298,248
		<u>5,525,440</u>	<u>5,524,412</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>5,525,440</u>	<u>5,524,412</u>
<b>權益總額</b>		<u>5,525,440</u>	<u>5,524,412</u>
<b>權益及負債總額</b>		<u>7,247,510</u>	<u>6,930,335</u>

## 中期簡明合併財務資料附註

2023年6月30日

### 1. 編製基準

截至2023年6月30日止六個月的中期簡明合併財務資料已根據《國際會計準則》第34號中期財務報告編製。除另有註明者外，該等中期簡明合併財務資料以人民幣(「人民幣」)呈列，且所有價值均約整至最接近千位。

中期簡明合併財務資料不包括年度財務報表所需之全部資料及披露，並應連同本集團截至2022年12月31日止年度之年度合併財務報表一併閱讀。

### 2. 會計政策的變動

編製中期簡明合併財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2022年12月31日止年度之年度合併財務報表所應用者貫徹一致，惟就本期間之財務資料首次採納以下新訂及經修訂《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)除外。

《國際財務報告準則》第17號	保險合同
《國際財務報告準則》第17號 (修訂本)	保險合同
《國際財務報告準則》第17號 (修訂本)	初始應用《國際財務報告準則》第17號及《國際財務報告準則》第9號—比較資料
《國際會計準則》第1號及 《國際財務報告準則實務公告》 第2號(修訂本)	會計政策披露
《國際會計準則》第8號(修訂本)	會計估計的定義
《國際會計準則》第12號(修訂本)	與單一交易所產生之資產及負債有關之遞延所得稅
《國際會計準則》第12號(修訂本)	國際租稅變革—支柱二規則範本

新頒佈及經修訂《國際財務報告準則》的性質及影響如下：

- (a) 《國際會計準則》第1號(修訂本)要求企業披露其重要會計政策信息，而非其重大會計政策。當會計政策信息與實體財務報表所載的其他信息一併考慮時，可合理地預期會影響一般用途財務報表的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該等資料屬於重要會計政策信息。《國際財務報告準則實務公告》第2號(修訂本)就如何將重要性概念應用於會計政策披露提供了非強制性指引。本集團自2023年1月1日起應用該等修訂。該等修訂對本集團的中期簡明合併財務資料並無任何影響，但預期會影響本集團年度合併財務報表的會計政策披露。
- (b) 《國際會計準則》第8號(修訂本)澄清了會計估計變更與會計政策變更之間的區別。會計估計被定義為財務報表中存在計量不確定性的貨幣金額。修訂還澄清了實體如何使用估值技術和輸入值來應用會計估計。本集團對2023年1月1日或之後發生的會計政策變更和會計估計變更應用了該等修訂。由於本集團確定會計估計的政策與修訂一致，因此該等修訂並無對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

### 3. 分部資料

本集團主要從事辣味休閒食品的生產及銷售。本集團的大部分收入及業務活動均於中國進行。

就管理目的而言，本集團按產品劃分業務單位，及擁有以下三個可呈報經營分部：

按產品類型劃分：

- 調味麵製品，主要包括大麵筋、小麵筋、麻辣棒、小辣棒、親嘴燒及麻辣麻辣。
- 蔬菜製品，主要包括魔芋爽及風吃海帶。
- 豆製品及其他產品，主要包括軟豆皮、78°滷蛋等。

主要營運決策者（「主要營運決策者」）監察本集團各經營分部的業績，以作出有關資源分配及績效評估的決定。分部表現乃根據毛利評估。由於主要營運決策者並未為資源分配和績效評估而定期審查此類信息，因此未呈列對分部經營利潤的分析。分部資產及負債未呈列，因為主要營運決策者會集中審查資產及負債。因此，僅呈列分部收入和分部毛利。

以下是按可報告分部劃分的本集團收入與業績的分析。

#### 截至2023年6月30日止六個月

	調味麵製品 人民幣千元 (未經審計)	蔬菜製品 人民幣千元 (未經審計)	豆製品及 其他產品 人民幣千元 (未經審計)	合計 人民幣千元 (未經審計)
收入	1,288,892	933,195	105,192	2,327,279
銷售成本	(704,225)	(450,437)	(66,415)	(1,221,077)
毛利	<u>584,667</u>	<u>482,758</u>	<u>38,777</u>	<u>1,106,202</u>

#### 截至2022年6月30日止六個月

	調味麵製品 人民幣千元 (未經審計)	蔬菜製品 人民幣千元 (未經審計)	豆製品及 其他產品 人民幣千元 (未經審計)	合計 人民幣千元 (未經審計)
收入	1,341,422	817,624	101,483	2,260,529
銷售成本	(874,409)	(464,063)	(60,509)	(1,398,981)
毛利	<u>467,013</u>	<u>353,561</u>	<u>40,974</u>	<u>861,548</u>

(a) 區域資料

按客戶位置劃分的外部客戶的收入如下表所示：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
中國	2,282,282	2,235,382
海外	<u>44,997</u>	<u>25,147</u>
	<u>2,327,279</u>	<u>2,260,529</u>

本集團的大部分可辨認的資產及負債均位於中國。

(b) 有關主要客戶的資料

於截至2023年及2022年6月30日止各六個月，概無來自本集團向單一客戶的收入達到本集團總收入的10%或以上。

(c) 收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
來自客戶合同的收入		
銷售貨品	<u>2,327,279</u>	<u>2,260,529</u>

上述收入確認的時間點為於某個時間點履行了銷售及交付貨品的履約義務。

履約義務在貨品交付時即已履行，通常需要提前付款，但信貸期不超過90日的客戶除外。部分合同為客戶提供退貨權、批量折扣及廣告合作津貼，其導致可變對價。

本集團並無原有預期期限超過一年的收益合同，因此管理層應用《國際財務報告準則》第15號項下的實際權宜方法，並無需披露分配至於各報告期末未達成或部分達成的履約責任的交易價格。

#### 4. 按性質劃分的費用

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
原材料消耗	897,508	1,116,852
成品、半成品及在途貨物的存貨變動	51,943	22,800
僱員福利費用	476,513	396,798
運輸費用	73,797	76,429
水電燃氣費用	45,530	44,805
推廣及廣告費用	89,884	36,929
其他稅項費用	20,567	14,812
折舊與攤銷	64,626	64,246
差旅費用	20,180	12,953
維修及保養	14,751	13,194
辦公費用	20,748	18,070
上市開支	-	7,804
核數師酬金		
— 審計服務	1,359	89
短期租賃相關費用	8,147	5,191
其他	21,904	58,200
	<u>1,807,457</u>	<u>1,889,172</u>
銷貨成本、經銷及銷售費用及管理費用總額		

#### 5. 所得稅費用

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審計)	2022年 人民幣千元 (未經審計)
<i>即期稅項</i>		
期內利潤的即期稅項	<u>157,290</u>	<u>141,614</u>
<i>遞延所得稅</i>		
遞延稅項資產減少/(增加)	26,706	(37,662)
遞延稅項負債增加	<u>16,503</u>	<u>13,565</u>
遞延稅項費用/(抵免)總額	<u>43,209</u>	<u>(24,097)</u>
<b>所得稅費用</b>	<u><b>200,499</b></u>	<u><b>117,517</b></u>

本集團須就本集團成員所處及經營所在司法權區產生或賺取的利潤，按實體基準繳納所得稅。

## 6. 每股盈利／(虧損)

### (a) 基本

每股基本盈利／(虧損)按本公司擁有人應佔利潤／(虧損)(不含除普通股外的任何維護權益費用)除以期內發行在外普通股的加權平均數的方式計算。

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	(未經審計)	(未經審計)
本公司擁有人應佔利潤／(虧損)(人民幣千元)	447,070	(260,830)
發行在外普通股的加權平均數(千股)	<u>2,309,544</u>	<u>2,051,223</u>
每股基本盈利／(虧損)(人民幣元)	<u>0.19</u>	<u>(0.13)</u>

或有可歸還(即可被召回)的發行在外普通股不被視為發行在外股份，且不計入每股基本盈利，直至股份不再可被召回之日為止。

### (b) 攤薄

每股攤薄盈利／(虧損)是在期內所有可攤薄的潛在普通股被兌換的假設下，調整發行在外普通股的加權平均數後，根據本公司擁有人應佔利潤／(虧損)計算。

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	(未經審計)	(未經審計)
本公司擁有人應佔利潤／(虧損)(人民幣千元)	447,070	(260,830)
發行在外普通股的加權平均數(千股)	2,309,544	2,051,223
就下列各項作出調整：		
－受限制股份單位(千股)	<u>4,525</u>	<u>—</u>
每股攤薄盈利的發行在外普通股的 經調整加權平均數(千股)	<u>2,314,069</u>	<u>2,051,223</u>
每股攤薄盈利／(虧損)(人民幣元)	<u>0.19</u>	<u>(0.13)</u>

## 7. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
已宣派末期及特別股息	<u>564,276</u>	<u>—</u>

於2023年6月28日，本公司股東於股東週年大會批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派就截至2022年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.12元，末期股息總額為人民幣282,138,000元，及就截至2022年12月31日止年度的特別股息每股人民幣0.12元，特別股息總額為人民幣282,138,000元。

本公司董事會於2023年8月29日舉行的董事會議就截至2023年6月30日止六個月宣派中期股息每股人民幣0.12元，中期股息總額為約人民幣282,138,000元，佔本集團截至2023年6月30日止六個月的淨利潤約60%。該中期簡明合併財務資料並無反映該等應付股息。

## 8. 貿易及其他應收款項及預付款項

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項：		
應收第三方款項	34,749	66,554
虧損準備	(236)	(124)
	<u>34,513</u>	<u>66,430</u>
其他應收款項：		
存款	9,654	10,286
出售物業、廠房及設備的應收所得款項	656	650
提供予第三方的貸款	-	200
應收當地政府款項	30,000	50,000
其他	1,242	1,771
虧損準備	(503)	(503)
	<u>41,049</u>	<u>62,404</u>
預付款項：		
原材料預付款項	17,577	35,335
服務預付款項	22,989	6,616
待抵扣增值稅進項稅	46,100	68,348
所得稅預付款項	4,280	915
	<u>90,946</u>	<u>111,214</u>
	<u>166,508</u>	<u>240,048</u>

貿易應收款項主要來自產品的信貸銷售。本集團通常於經銷商付款後向其交付產品，而對於直銷客戶，則授予信貸期。信貸期一般不超過90日。

於2023年6月30日及2022年12月31日，基於發票日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項：		
90日內	34,662	61,842
91至180日	87	4,712
	<u>34,749</u>	<u>66,554</u>

## 9. 貿易及其他應付款項

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應付款項：		
— 第三方	96,492	171,462
— 關聯方	4,906	15,790
	<u>101,398</u>	<u>187,252</u>
其他應付款項：		
應付薪金及福利	233,196	245,048
應付關聯方款項	260	260
應付按金	89,724	88,684
應付運費	15,983	25,270
購買物業、廠房及設備的應付款項	20,947	27,853
應納稅款	11,770	24,791
合同負債相關的應付增值稅	10,328	20,417
應付水電燃氣費用	7,469	9,120
與上市有關的應付款項	-	25,668
其他	30,746	35,369
應付股息	564,276	-
	<u>984,699</u>	<u>502,480</u>
	<u>1,086,097</u>	<u>689,732</u>

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應付款項：		
90日內	<u>101,398</u>	<u>187,252</u>

## 10. 報告期後的其他事件

於2023年8月29日，本公司董事會於董事會會議宣告截至2023年6月30日止六個月中期股息每股人民幣0.12元，相當於約人民幣282,138,000元，約為本集團截至2023年6月30日止六個月淨利潤的60%。

## 管理層討論與分析

### 宏觀及行業環境

回顧2023年上半年，中國的GDP同比增長5.5%，比今年一季度的增速上升了1.0個百分點<sup>2</sup>。從需求端來看，隨著新冠疫情影響逐漸減弱，消費場景不斷修復，消費情況亦持續改善，中國的經濟正在穩步恢復常態化運行。

據艾媒諮詢近期發佈的《2023-2024年中國休閒食品產業現狀及消費行為數據研究報告》(「報告」)<sup>3</sup>顯示，2010年至2022年中國休閒食品行業市場規模持續增長，從人民幣4,100億元增長至人民幣11,654億元，預計2027年中國休閒食品行業市場規模達人民幣12,378億元。但該報告同時也提到，休閒零食由快速增量市場轉向微增市場，休閒零食市場未來競爭更加激烈。

中國是全球最大的休閒食品市場之一，規模龐大但競爭格局分散。休閒食品市場於過去幾年經歷了新冠疫情所帶來的變化，特別是在銷售渠道方面，無論是線下還是線上，消費流量均呈現多元化趨勢。近來新興的零食量販店以「單價低、品類多、環境好、距離近」迅速擴張，成功於短時間內贏得了很多消費者的選擇，進一步影響著休閒食品行業的經營生態。回顧報告期內，零食量販店於全國各地急速崛起，這不僅引發了消費模式的激烈競爭，亦為休閒食品行業的未來發展帶來新一輪機遇。

### 業務回顧

2023年上半年，本集團繼續致力於將中國的傳統美食打造成消費者能隨時隨地享用的休閒食品。我們堅持「外以消費者體驗為中心，內以創造者為本」的理念，持續增強我們的研發能力，深化對現有品類的挖掘，擴大產品組合，並加強品牌推廣。我們除了整合線上和線下的資源，亦同時積極探索適合本集團的零食量販店商業模式，以強化全國銷售和分銷網絡，進而與消費者建立更緊密的聯繫，讓消費者更便利地接觸到我們的產品。

<sup>2</sup> [http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202307/t20230715\\_1941271.html](http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202307/t20230715_1941271.html)

<sup>3</sup> <https://www.iimedia.cn/c400/93207.html>

回顧報告期內，本集團的總收入為人民幣2,327.3百萬元，較截至2022年12月31日止年度（「上年度」）同期的人民幣2,260.5百萬元增加3.0%，主要由於(i)本集團上年度對主要產品結構進行了調整以及對業務進行了升級，該調整及升級在本報告期內初具成效；(ii)本報告期內線下傳統及賣場超市渠道客流量有所下滑；及(iii)上年度本集團對主要產品結構進行調整帶來的平均售價的提升被產品銷量的減少而部分抵消。本集團的毛利由上年度同期的人民幣861.5百萬元增長28.4%至本報告期內的人民幣1,106.2百萬元，毛利率由上年度同期的38.1%提升了9.4個百分點至本報告期內的47.5%，主要是由於(i)本集團在上年度對主要產品結構進行調整帶來了平均售價的提升；(ii)報告期內原材料價格下降；及(iii)本集團持續優化生產工藝流程，優化了成本管理。本集團期內的淨利潤由上年度同期的虧損人民幣260.8百萬元增加至本報告期內的淨利潤人民幣447.1百萬元，主要是由於上年度同期發生的與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款以及報告期內本集團毛利的增加。本集團經調整淨利潤由上年度同期的人民幣424.9百萬元增加17.0%至本報告期內的人民幣497.0百萬元，經調整淨利潤率由上年度同期的18.8%提升至本報告期內的21.4%，主要由於毛利的增加。

## 我們的產品

本集團是中國辣味休閒食品行業的領導者和先行者。通過扎實深入的基礎研究和領先的生產工藝技術，經過多年的研發創新，本集團不斷延展產品組合以迅速應對不斷變化的市場狀況和消費者偏好。本集團堅持「多品類大單品」的產品策略，涵蓋了調味麵製品、蔬菜製品、豆製品及其他產品品類。調味麵製品（俗稱辣條）主要包括大麵筋、小麵筋、麻辣棒、小辣棒、親嘴燒及麻辣麻辣。蔬菜製品主要包括魔芋爽及風吃海帶。豆製品及其他產品主要包括軟豆皮、78°滷蛋等。

於報告期內，我們的收入主要來源於調味麵製品及蔬菜製品的銷售額。下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收入明細：

產品類別	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
調味麵製品	<b>1,288,892</b>	<b>55.4%</b>	1,341,422	59.3%
—精裝產品	<b>736,761</b>	<b>31.7%</b>	780,306	34.5%
—經典包裝產品	<b>552,131</b>	<b>23.7%</b>	561,116	24.8%
蔬菜製品	<b>933,195</b>	<b>40.1%</b>	817,624	36.2%
豆製品及其他產品	<b>105,192</b>	<b>4.5%</b>	101,483	4.5%
<b>合計</b>	<b><u>2,327,279</u></b>	<b><u>100.0%</u></b>	<b><u>2,260,529</u></b>	<b><u>100.0%</u></b>

本報告期內，我們的調味麵製品所得收入由上年度同期的人民幣1,341.4百萬元減少3.9%至人民幣1,288.9百萬元，主要由於(i)上年度5月份我們針對主要的產品結構進行調整，淘汰了部分低價格帶的此類產品；及(ii)本報告期內主要的線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑導致。於報告期內，精裝產品的銷售收入(以絕對金額及佔總收入的百分比計)高於經典包裝產品的銷售收入。報告期內，我們的調味麵製品所得收入佔我們總收入的百分比由上年度同期的59.3%減至55.4%，反映了我們的產品組合隨著我們蔬菜製品的銷量增長而更加多樣化。

本報告期內，我們蔬菜製品所得收入由上年度同期的人民幣817.6百萬元增加14.1%至人民幣933.2百萬元，佔我們總收入百分比由上年度同期的36.2%增至40.1%，反映了雖然線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑，但本集團由此品類產品結構調整帶來的銷量影響已基本恢復，市場需求可期。

本報告期內，我們的豆製品及其他產品所得收入由上年度同期的人民幣101.5百萬元增加3.7%至人民幣105.2百萬元，佔我們總收入百分比與上年度持平為4.5%，主要由於滷蛋需求增加帶來的增長。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收入明細：

		截至6月30日止六個月	
		2023年	2022年
調味麵製品	噸	<b>62,030</b>	81,589
	人民幣元／千克	<b>20.8</b>	16.4
蔬菜製品	噸	<b>27,361</b>	27,861
	人民幣元／千克	<b>34.1</b>	29.3
豆製品及其他產品	噸	<b>2,647</b>	2,943
	人民幣元／千克	<b>39.7</b>	34.4

本報告期內，我們的調味麵製品銷量較上年度同期減少24.0%，主要由於(i)上年度5月份我們針對主要的產品結構進行調整，淘汰了部分低價格帶的此類產品；及(ii)本報告期內線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑。蔬菜製品銷量較上年度同期略微減少1.8%，反映了因為產品結構調整帶來的影響已基本恢復。此外，我們的豆製品及其他產品銷量較上年度同期下降了10.1%，主要是由於我們優化營銷資源配置，減少了部分豆製品的營銷活動。

### 我們的客戶及銷售渠道

本集團的客戶主要為線下及線上經銷商，其次為從本集團的線上自營店購物的個人消費者。經過多年來深耕渠道建設，本集團擁有深入滲透中國市場的全國性經銷網絡。截至2023年6月30日，我們與1,838家線下經銷商合作。另外，截至2023年6月30日，我們的產品通過經銷商出售給不同國家或地區的143個購物商場、商超及連鎖便利店運營商。

我們同時佈局各大電商平台，積極拓展線上業務，與線下渠道形成有力互補。我們的線上渠道銷售模式包括線上直銷和線上經銷。為配合快速發展的線上銷售業務，我們擁有專責的電商團隊，通過對線上用戶及銷售數據分析，創造更契合消費者消費習慣的產品組合，並不斷提升我們線上用戶參與度以及後端服務能力。

近年來，零食量販店越來越受到部分消費者熱捧。本集團認為部分消費者的生活步調及消費觀念正逐步變遷。零食量販店憑藉購買方便，價格實惠等特點能夠滿足部分消費者較強的即時性消費需求。為此，本集團於報告期內積極推出針對零食量販新渠道的定制化產品，期望能更有效地抓住零食量販新渠道帶來的發展機遇。

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
線下渠道 <sup>4</sup>	2,065,162	88.7%	2,021,169	89.4%
線上渠道	262,117	11.3%	239,360	10.6%
—線上經銷 <sup>5</sup>	96,705	4.2%	117,861	5.2%
—線上直銷 <sup>6</sup>	165,412	7.1%	121,499	5.4%
<b>合計</b>	<b>2,327,279</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,260,529</b>	<b>100.0%</b>

本報告期內，我們來自線下渠道的收入佔我們總收入的大部分，我們來自線下經銷商的收入部分被給予線下經銷商的批量折扣及支付予線下經銷商的廣告合作津貼所抵銷。本報告期內，線下渠道產生的收入由上年度同期的人民幣2,021.2百萬元略微增加2.2%至人民幣2,065.2百萬元，反映了本報告期內主要的線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑以及本集團上年度對主要產品結構進行調整所帶來的影響。線上渠道產生的收入由上年度的人民幣239.4百萬元增加9.5%至本報告期內的人民幣262.1百萬元，其中來自線上經銷的收入由上年度同期的人民幣117.9百萬元減少17.9%至本報告期內的人民幣96.7百萬元，來自線上直銷的收入由上年度同期的人民幣121.5百萬元增加36.1%至本報告期內的人民幣165.4百萬元，反映了公司緊跟線上平台的流量變遷趨勢，積極捕捉線上各流量端口帶來的收入增長機會。

<sup>4</sup> 線下渠道主要包括通過線下經銷商進行的經銷。於報告期，我們通過線下經銷商之外的線下渠道產生的收入極少。

<sup>5</sup> 線上經銷指我們向天貓超市及京東超市等線上零售商或其他線上經銷商經銷商品，該等零售商及經銷商再將我們的產品銷售給消費者的銷售模式。

<sup>6</sup> 線上直銷指我們通過在多個第三方線上平台(例如天貓、京東、拼多多、抖音及快手)上的線上自營店直接向消費者銷售產品的銷售模式。

下表載列於所示期間按線下經銷商的註冊辦事處所在區域劃分的線下經銷商的收入貢獻明細，以佔我們線下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	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
華東	460,474	22.3%	435,463	21.6%
華中	373,145	18.1%	385,760	19.1%
華北	306,472	14.8%	314,310	15.6%
華南	355,937	17.2%	349,269	17.3%
中國西南地區	256,745	12.4%	247,041	12.2%
中國西北地區	267,392	13.0%	264,079	13.0%
海外 <sup>7</sup>	44,997	2.2%	25,147	1.2%
<b>合計</b>	<b>2,065,162</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,021,069</b>	<b>100.0%</b>

我們自中國不同區域的線下經銷商取得相對均衡的收入。我們國內收入的地域性分配大體上與中國不同地區的經濟發展水平及人口相符。本報告期內，由於我們開始積極探索海外市場業務，故海外所得收入相較於上年度同期大幅增長。

### 我們的生產設施及產能

我們致力於提高在生產和質量控制方面的能力。我們的多數生產線均已實現自動化，並且我們在整個生產過程中對關鍵參數實施嚴格地監控。我們擁有17位成員組成的電控和機械設計團隊，根據我們的工藝要求，從事自動化生產設備和系統的研發。我們大部分自動化設備均為內部開發。同時，我們與設備製造商建立合作關係以令生產程序自動化，並升級我們的生產設施。截至2023年6月30日，我們擁有110項與我們生產(如材料供應、膨化及切割)有關的專利。

透過生產線的自動化和標準化，本集團有效進行精細的質量控制及減少人工和能源成本。同時，為實現生產效率最大化及拓展我們的產品組合，本集團亦與可靠的OEM供應商合作生產我們銷量相對較低的產品。

<sup>7</sup> 海外收入來自於海外註冊的線下經銷商。

截至2023年6月30日，本集團在河南省擁有五個工廠，分別為漯河平平工廠、漯河衛來工廠、駐馬店衛來工廠、漯河衛到工廠及漯河杏林工廠，其中漯河杏林工廠正在建設中，該工廠的部分產線已投產。

下表載列我們於所示期間按產品類別及工廠劃分的設計產能、實際產量及產能利用率詳情：

產品類別	截至6月30日止六個月					
	2023年			2022年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
調味麵製品	117,984.9	56,053.8	47.5%	107,773.3	75,497.1	70.1%
蔬菜製品	48,114.0	26,552.0	55.2%	38,214.0	26,809.9	70.2%
豆製品及其他產品	2,204.0	1,314.0	59.6%	1,545.8	1,192.5	77.1%
<b>總計</b>	<b>168,302.9</b>	<b>83,919.8</b>	<b>49.9%</b>	<b>147,533.1</b>	<b>103,499.5</b>	<b>70.2%</b>

本報告期內，我們調味麵製品的設計產能較上年度同期有所上升，主要是由於部分產線規劃調整，蔬菜製品的設計產能上升主要是我們漯河杏林工廠增加了新的產線，豆製品及其他產品的設計產能上升主要是由於我們漯河杏林工廠增加了滷蛋產線。我們本報告期內的產能利用率較上年度降低，主要由於(i)線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑；及(ii)我們的主要產品結構調整帶來的平均售價上升對銷量的影響。

生產工廠	截至6月30日止六個月					
	2023年			2022年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
漯河平平工廠	48,465.1	22,456.9	46.3%	52,696.9	34,292.0	65.1%
漯河衛來工廠	29,053.8	16,033.4	55.2%	28,278.6	18,382.6	65.0%
駐馬店衛來工廠	32,207.0	10,115.1	31.4%	18,354.1	14,557.8	79.3%
漯河衛到工廠	44,346.1	24,800.5	55.9%	48,203.5	34,202.7	71.0%
漯河杏林工廠	14,230.9	10,513.9	73.9%	不適用	2,064.4	不適用
<b>總計</b>	<b>168,302.9</b>	<b>83,919.8</b>	<b>49.9%</b>	<b>147,533.1</b>	<b>103,499.5</b>	<b>70.2%</b>

本報告期內，我們各工廠的年化設計產能的增減變化，主要與以下各項有關(i)部分產線遷移到效率更高的漯河杏林工廠；(ii)部分產品規格調整；及(iii)部分產品產線調整。我們的產能利用率較上年度同期降低，主要由於(i)線下傳統及賣場超市渠道客流量下滑；及(ii)我們產品結構調整帶來的平均售價上升對銷量的影響。

## 我們的食品安全和品質控制

作為中國領先的休閒食品企業之一，食品安全和質量控制是企業賴以生存的根本。本集團持續強化食品質量安全管理，致力於建立健全的全鏈條、全生命週期的食品安全和品質保障體系。

該體系覆蓋了產品生產的全過程，覆蓋研發、採購、生產、儲存、經銷到銷售等環節，在整個生產過程中使用HACCP危害分析與關鍵控制點確保整個生產過程可控，在檢驗放行方面執行嚴格的《產品檢驗與放行控制程序》；在檢測能力方面，通過精端的檢測設備HPLC-MS、GC-MS、ICP-MS等針對食品添加劑、重金屬等指標進行嚴格監控；在風險管理方面，通過《食品安全信息收集及預警》、《食品安全監測及風險評估規範》、《食品安全自查管理制度》等制度進行事前預防。

本集團設立了品質管理中心，主要負責食品安全管理、原材料與包裝材料管理、生產過程管理和客服管理以及食品安全和品質保障，全力打造源頭掌控、生產管控、認證嚴控、售後把控的閉環管理體系，從而為消費者提供最優質的產品。

## 我們的研發能力

本集團一直秉承「以工業化思維，讓美食原點的價值最大化釋放」的產品研發理念。多年來一直持續提升產品競爭力，專注於升級迭代現有產品和開發新產品。其中，模塊化研發模式是我們產品研發體系的核心。本集團在食品技術、工業化生產工藝、包裝鎖鮮技術等領域設立研發團隊，配備技術人才進行深入的專項研究，再通過團隊間的協同作業，將各板塊的技術融合到多個產品開發階段中，大幅提升本集團升級現有產品及推出新產品的成功率。

本集團亦與國內食品科學行業一流學府建立了長期合作關係，共同搭建食品工程技術研究中心產業化示範基地，致力於後備人才培養，不斷強化產品與技術研發優勢。截至2023年6月30日，本集團於河南和上海建立了兩個應用研發中心，擁有61人的專業研究團隊，其中約63.9%的人員擁有碩士學位，專業覆蓋食品工程、食品安全與營養、高分子化學、生物學、檢驗檢測學等領域。憑藉多種多樣的研發活動，通過不斷地升級、革新和研發新興技術，以期滿足不斷變化的消費者偏好並推動銷售的可持續增長。

## 我們的信息技術

本集團持續強化數字化戰略，持續推進衛龍數字化的相關建設工作，從而為業務部門提質增效。憑藉信息技術的良好基礎，本集團有效地監控及優化管理體系及採購、銷售、生產等流程。本集團的信息系統基於我們的IaaS/PaaS系統、三級網絡架構、數據中心和混合雲等四大基礎設施建設。在此之上，利用ERP系統、自有的銷售管理系統、一物一碼系統、倉儲運輸系統、供應商關係管理系統、企業資產管理系統、工業物聯網、計件工資系統、OA流程審批系統及費用控制與報銷系統作多方互補，實現了產品運營和數據管理等一系列功能。

回顧本報告期內，本集團持續推進銷售管理系統的建設，從而快速地拓展市場，提高門店覆蓋率和運營效益，以及提升對門店的管控品質。同時，本集團持續構建敏捷快速回應的供應鏈體系，從部分運行良好的生產基地試點向其他生產基地推廣智慧園區管理系統、設備管理系統、生產執行控制系統，讓其他生產基地的運營更有效益。此外，本集團持續推進流程標準化及端到端的業務打通，特別是針對經銷商全生命週期管理流程、採購管理流程、新品研發流程的梳理與優化，打通業務流轉過程中的中斷點，簡化不必要的流程環節，增加風險管控點，讓流程更有效率的推動業務運營。此外，我們還持續推進ERP系統項目、供應商協同管理系統項目、電商中台系統項目、工業互聯網項目等，為我們的業務全面賦能，從而提升企業的經營效率。

## 財務回顧

### 收入及毛利

報告期內本集團錄得收入為人民幣2,327.3百萬元，較上年度上半年的人民幣2,260.5百萬元相比增加3.0%，主要由於(i)本集團上年度對主要產品結構進行了調整以及業務進行了升級，該調整及升級在報告期內初具成效；(ii)本報告期內線下傳統渠道及賣場超市渠道客流量有所下滑；及(iii)本集團在上年度對主要產品結構進行調整帶來的平均售價的提升被產品銷量的減少而部分抵銷。

報告期內本集團毛利為人民幣1,106.2百萬元，較上年度上半年的人民幣861.5百萬元增長28.4%。報告期內本集團毛利率由上年度同期的38.1%增加9.4個百分點至47.5%，主要由於(i)本集團在上年度對主要產品結構進行調整帶來了平均售價的提升；(ii)報告期內原材料價格下降；及(iii)本集團通過持續優化生產工藝流程，優化了成本管理。

### 經銷及銷售費用

報告期內本集團經銷及銷售費用為人民幣367.2百萬元，較上年度上半年的人民幣269.5百萬元增加36.3%。報告期內本集團經銷及銷售費用佔總收入的15.8%，較上年度上半年的11.9%上升3.9個百分點。本集團經銷及銷售費用的增加主要由於(i)報告期內推廣及廣告費用為人民幣89.8百萬元，較上年度上半年的人民幣36.6百萬元增加145.7%，原因是本集團在電商平台以及其他線上媒體平台開展的線上廣告活動(例如直播)和達人推廣活動以及戶外媒體上組合投放活動增加；(ii)報告期內僱員福利費用由上年度上半年的人民幣111.4百萬元(包括以股份為基礎的付款開支約人民幣9.5百萬元)增至人民幣165.1百萬元(包括以股份為基礎的付款開支約人民幣13.4百萬元)，主要由於本集團的銷售團隊不斷擴大；及(iii)專業費用的減少。

### 管理費用

本集團的管理費用於報告期內及上年度同期保持相對穩定，分別為人民幣219.2百萬元及人民幣220.7百萬元，反映了本集團僱員福利費用的增加被專業費用及上市費用的減少所抵銷。報告期內管理費用佔總收入的佔比由上年度上半年的9.8%略微下降至9.4%。

## 其他收入淨額

報告期內本集團的其他收入淨額為人民幣25.5百萬元，較上年度上半年的人民幣59.9百萬元減少57.5%，主要由於政府補貼減少。

## 其他收益／(虧損)淨額

與上年度上半年錄得其他虧損人民幣598.7百萬元相比，本集團報告期內錄得其他收益人民幣16.0百萬元，主要由於2022年4月訂立的股份購買補充協議產生的與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款人民幣628.8百萬元。

## 融資收入淨額

報告期內本集團的融資收入淨額為人民幣86.4百萬元，較上年度上半年的人民幣23.7百萬元增加263.9%，主要由於銀行利息的增加。

## 所得稅費用

報告期內本集團的所得稅費用為人民幣200.5百萬元，較上年度上半年的人民幣117.5百萬元增加70.6%，主要由於報告期內本集團的應課稅收入增加。

## 期內利潤／(虧損)

由於上述原因，本集團的期內利潤由上年度上半年的虧損人民幣260.8百萬元增加至報告期內的利潤人民幣447.1百萬元，主要是由於上年度上半年發生的與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款以及報告期內本集團毛利的增加。

## 期內經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《國際財務報告準則》計量)

為補充本集團根據《國際財務報告準則》呈列的中期簡明合併財務資料，本集團亦使用經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)作為額外財務計量，其不為《國際財務報告準則》所要求，亦並非根據《國際財務報告準則》呈列。本集團認為此非《國際財務報告準則》計量有助於消除管理層認為對本集團營運表現並無指示性意義的專案的潛在影響，從而可以就各期間及公司間的經營業績進行比較。本集團認為，該措施為投資人及其他人就瞭解及評估本集團的營運業績提供了有用資訊，如同其以相同方式為管理層提供幫助。然而，本集團呈列的經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)或同其他公司類似命名的計量不一致。採用該非《國際財務報告準則》計量作為分析工具具有局限性，投資者不應脫離本集團根據《國際財務報告準則》報告的經營業績或財務狀況或將其作為替代分析加以考慮。

本集團將經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)定義為通過加回以股份為基礎的付款開支及上市開支調整後的期內淨利潤/(虧損)。下表將根據《國際財務報告準則》計量的期內淨利潤/(虧損)進行調節，使用最直接可比的財務計量方式，得到經調整的期內淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)：

截至6月30日止六個月  
2023年                      2022年  
(人民幣千元) (人民幣千元)

淨利潤/(虧損)與經調整淨利潤 (非《國際財務報告準則》計量)調節表		
期內利潤/(虧損)	<b>447,070</b>	(260,830)
加：		
向僱員支付的以股份為基礎的報酬 <sup>(1)</sup>	<b>49,934</b>	49,107
上市開支 <sup>(2)</sup>	-	7,804
與首次公開發售前投資有關的以股份為 基礎的付款 <sup>(3)</sup>	-	628,811
	<hr/>	<hr/>
經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)	<b>497,004</b>	424,892
	<hr/>	<hr/>

附註：

- (1) 向僱員支付的以股份為基礎的報酬(非現金性質)主要呈列集團自僱員接受服務作為權益工具對價的安排。
- (2) 上市開支主要與全球發售相關。
- (3) 與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款參考本公司和若干首次公開發售前投資者簽訂的股份購買協議之補充協議，據此，本公司於2022年4月以對價1,576.2689美元向該等投資者發行及出售合共157,626,890股每股面值為0.00001美元的普通股。

報告期內本集團經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)由上年度上半年的人民幣424.9百萬元增加17.0%至人民幣497.0百萬元，主要由於本集團毛利的增加，且兩期的經調整淨利潤率(非《國際財務報告準則》計量)由18.8%增至21.4%。

## 股息

基於本集團報告期內整體績效表現，考慮本集團盈餘、整體財務狀況、以及資本支出等，董事會決定派發截至2023年6月30日中期股息(「中期股息」)每股人民幣0.12元(含稅，共計中期股息約人民幣282.1百萬元)，約為本集團截至2023年6月30日止6個月淨利潤的60%。預計派付股息日期為2023年10月12日或前後。

## 初始期限為三個月以上的定期存款、現金及現金等價物及借款

截至2023年6月30日，本集團的初始期限為三個月以上的定期存款及現金及現金等價物總額為人民幣4,706.5百萬元，較上年度末的人民幣3,939.3百萬元增加19.5%，主要由於報告期內經營活動產生的現金流入。截至2023年6月30日及2022年12月31日，本集團的借款分別為人民幣174.3百萬元及人民幣161.3百萬元。本集團的借款為本集團就建造廠房以及購買機器設備而獲得的有擔保銀行貸款。

## 存貨

本集團的存貨由截至上年度末的人民幣599.3百萬元減少27.7%至截至2023年6月30日的人民幣433.5百萬元。本集團的存貨周轉日數由上年度的82天減少至報告期的77天，主要是由於(i)本集團原材料減少，主要是由於本集團通常於收穫季(即下半年)購買若干農產品原材料；及(ii)2023年1月中旬為春節，本集團在上年度末增加了成品的儲備。

## 貿易及其他應收款項及預付款項

本集團的貿易應收款項由截至上年度末的人民幣66.4百萬元減少48.0%至截至2023年6月30日的人民幣34.5百萬元，主要是由於本集團向天貓超市及京東超市等線上零售商授予最多90天的信貸期，而2023年1月中旬為春節，該等線上零售商於上年度12月向本集團下了更多訂單。貿易應收款項周轉天數從上年度的4.9天減少至報告期的3.9天。

本集團的其他應收款項由截至上年度末的人民幣62.4百萬元減少34.2%至截至2023年6月30日的人民幣41.0百萬元，主要是由於應收當地政府款項的減少。

本集團的預付款項由截至上年度末的人民幣111.2百萬元減少18.2%至截至2023年6月30日的人民幣90.9百萬元，主要是由於待抵扣增值稅進項稅減少。

## 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

本集團持有的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產由上年度末的人民幣382.4百萬元減少46.2%至截至2023年6月30日的人民幣205.8百萬元，原因是本集團預期結構性存款產品及基金管理產品的回報率會下降而戰略性地減少了對這類產品的投資。

## 貿易及其他應付款項

本集團的貿易應付款項由截至上年度末的人民幣187.3百萬元減少45.8%至截至2023年6月30日的人民幣101.4百萬元，主要由於(i)採購原材料及包裝材料的應付款項減少；及(ii)由於本集團在上年度對產品結構進行了調整，報告期內本集團向OEM供應商採購的金額減少，導致應付OEM供應商的款項減少。貿易應付款項周轉天數從上年度的26天減少至報告期的21天。

本集團的其他應付款項由截至上年度末的人民幣502.5百萬元增加96.0%至截至2023年6月30日的人民幣984.7百萬元，主要由於本集團於2023年6月28日舉行的股東周年大會上宣派總計人民幣564.3百萬元的股息，且截至2023年6月30日該等股息並未支付。

## 合同負債

本集團的合同負債由截至上年度末的人民幣225.3百萬元減少32.6%至截至2023年6月30日的人民幣151.7百萬元，主要由於2023年1月中旬為春節，經銷商於上年度末向本集團下了更多訂單。

## 資本負債比率

截至2023年6月30日，本集團資本負債比率(按計息借款總額除以權益總額計算)為3.2%，而截至上年度末為2.9%。

## 庫務政策

本集團針對其庫務政策採取審慎的財務管理方法，確保本集團的資產、負債及其他承擔的流動資金構架始終能夠滿足其資金需求。

## 外匯風險

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣結算。內地附屬公司的功能貨幣為人民幣，而本公司及其中國內地以外附屬公司的功能貨幣為港元或美元。位於中國內地及境外的實體均有資產及負債，如於銀行及其他主要持牌支付機構的現金及初始期限為三個月以上的定期存款(以美元及港元計值)。外匯風險因匯率波動而產生。本集團已繼續密切追蹤及管理本集團大部分以外幣計值的存款所面臨的外匯匯率波動風險。

## 或有負債

截至2023年6月30日，本集團概無任何重大或有負債。

## 資本承諾

截至2023年6月30日，本集團的資本承諾約為人民幣40.9百萬元(2022年12月31日：人民幣79.5百萬元)，主要用於建設物業、廠房及設備。

## 資產抵押

截至2023年6月30日，本集團已抵押若干土地使用權，為人民幣92.8百萬元(2022年12月31日：人民幣93.8百萬元)。

## 重大投資、重大收購及出售事項

報告期內本集團並無持有任何重大投資，亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。

## 未來重大投資或資本資產計畫

於本公告日期，除招股書披露的「未來計畫及所得款項用途」外，本集團現時沒有計畫取得其他重大投資或資本資產。

## 未來展望

本集團一直秉承「讓世界人人愛上中國味」的使命以及「外以消費者體驗為中心，內以創造者為本」的價值觀，始終堅定「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數智化，樂活123年的生態平台」的願景，持續打造以消費者體驗為中心的辣味休閒食品龍頭企業。

展望未來，本集團將不斷加強品牌建設，通過以年輕消費者為核心的品牌活動，在品牌方面做好消費者調研和互動，積極探索品牌知名度和美譽度的提升，同時結合深度的線上內容營銷，本集團將提升用戶的參與度，從而為消費者提供更好的產品體驗。

與此同時，為了向消費者提供更好的產品和服務，本集團將在產品建設和品質建設上持續投入，以增強我們產品在市場上的核心競爭力。我們將持續梳理和完善本集團的產品矩陣，並在適當時候推出新品。

此外，我們將繼續堅持全渠道經銷網絡策略，持續鞏固在重點城市核心門店執行輔銷模式，在低線城市推進助銷模式，不斷擴大我們經銷網絡的廣度和深度，全面提升終端門店的覆蓋範圍以及強化終端門店的執行質量，進一步強化我們的渠道管理能力。同時，面對中國休閒食品行業渠道端的多元化變遷，零食量販店、內容電商等新渠道正在持續放量，我們將積極擁抱新渠道帶來的發展機遇，以期在新的業態中為消費者提供更好的體驗。

同時，本集團將持續鞏固生產製造能力及研發能力，持續提升組織能力，加強數智化建設，以提高總體的運營效率及消費者體驗。最後，本集團將繼續不忘初心，牢記使命，致力為消費者、客戶、股東、投資者、員工及社會爭取最大回報。

## 上市所得款項用途

本公司股份於2022年12月15日在聯交所上市，自上市日期起至截至2023年6月30日，本集團已根據招股書所載擬定用途逐步動用首次公開發售所得款項。

本公司股份於聯交所主板上市的首次公開發售所得款淨額(於扣除承銷費用及其他相關費用後)約為港幣903.3百萬元。截至2023年6月30日止，本集團已根據本公司發佈的招股書所載擬定用途累計動用所得款項中的約港幣191.4百萬元，佔所有募集資金的21.2%，餘下未動用所得款項約為港幣711.9百萬元。

所得款項淨額擬定用途	上市募集 資金可供 使用淨額 (港幣百萬元)	截至	截至	尚未動用 淨額 悉數使用 預期時間表	招股書中 披露的 預期時間表
		2023年 6月30日止 實際使用 淨額 (港幣百萬元)	2023年 6月30日止 尚未動用 淨額 (港幣百萬元)		
生產設施與供應鏈體系	514.9	62.6	452.3	2-3年	3-5年
拓展銷售和經銷網絡	135.5	74.9	60.6	1年	3-5年
品牌建設	90.3	43.1	47.2	1年	3-5年
產品研發活動及研發能力提升	90.3	5.7	84.6	1-2年	3-5年
推進數智化建設	72.3	5.1	67.2	1-2年	3-5年
<b>總計</b>	<b>903.3</b>	<b>191.4</b>	<b>711.9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

附註：由於四捨五入的原因，各比例的分項之和與合計可能有尾差。

首次公開發售所得款項結餘將繼續根據招股書披露之用途及比例使用。所得款項的預計悉數使用時間相比於招股書中所披露的預期時間表有所提前，乃主要由於本集團重新評估業務執行計劃所致。

## 報告期後重大事項

除本公告其他所披露者外，自2023年6月30日起直至本公告日期，本集團並無發生任何重大事項。

## 人力資源與酬金政策

於2023年6月30日，本集團員工總人數為5,712名，報告期內員工福利總額(包括董事酬金)約為人民幣476.5百萬元。我們始終堅信本集團的長期增長離不開員工的專業知識及能力，我們積極完善人才的選拔培養機制，提高員工的整體競爭力及對本集團的歸屬感。

人力資源是本集團最重要的資產之一，亦是本集團業務不斷成長的關鍵。本集團的薪酬政策乃根據不同地區的薪金水平、員工職級及業績表現以及市場狀況釐定。對本集團於中國內地的員工，除薪金外，本集團根據中國內地的相關法律、法規為中國內地的全部員工提供退休、失業、工傷、生育和醫療等社會保險計劃。本集團亦按照中國當地規定為中國內地員工實施住房公積金計劃。對本集團於香港及其他國家的員工，亦按照當地適用的法律要求購買保險、退休金計劃及公積金。繳付的養老保險和失業保險屬於界定供款計劃，本集團並無沒收相關供款的權利，因此於截至2023年6月30日止六個月亦無動用供款的情形。同時，我們還提供年度體檢、節假日福利等，通過多樣化的福利措施使我們的員工得到全面保障。除此之外，績效獎金等激勵機制亦被制定，以嘉許鼓勵為本集團業務做出傑出貢獻的組織及員工。整體而言，本集團將每年進行一次薪酬檢討，以確保整體薪資政策具有競爭力。

本集團引入人力資源管理系統，方便決策層、管理層全面及時了解公司人員結構和人員成長狀態，助力人力資源根據業務發展不斷完善組織架構，從而大幅提升業務協同效率。

同時，本集團對各部門職能進行系統規劃，在人才的選拔任用上重視集團內部的互補配置，在人員能力的考核上注重團隊和個人的績效綜合考核，在培養內部人才的基礎上，同步補充引進外部優秀人才，做好本集團的整個人才梯隊建設。

本集團十分注重員工培訓與發展，搭建了系統的人才培養體系，為員工發展提供資源和平台。結合集團戰略發展需求，培訓體系主要從基本通用培訓、業務專業培訓、能力提高培訓這三個方面展開，目的是助力人才的能力提升，實現組織使命與個人使命的雙達成。同時，本集團已建立統一的知識和信息共享平台「分享堂」，通過統一的信息平台方式進行知識和信息的傳播與增值。

為激勵及獎勵為本集團發展作出貢獻的董事、高級管理層成員及其他僱員，本公司於2021年1月1日批准並採納受限制股份單位計劃。受限制股份單位計劃有效期十(10)年，自採納日期起生效。該僱員激勵計劃詳情請見本公司2022年12月5日刊載於香港聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))和本公司網站([www.weilongshipin.com](http://www.weilongshipin.com))的招股書。

## 中期股息

董事會於2023年8月29日舉行會議並通過相關決議案，決議派發截至2023年6月30日止六個月中期股息每股人民幣0.12元(含稅)，合計約人民幣282.1百萬元。預計派付股息日期為2023年10月12日或前後。

對於任何因股東身份未能及時確定或錯誤確定而引致的任何索償或對代扣代繳機制的任何爭議，本公司概不負責。董事會並不知悉任何股東已放棄或同意放棄任何股息。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將由2023年9月18日(星期一)至2023年9月20日(星期三)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，於此期間將不會辦理任何股份過戶登記手續。為確保符合資格的股東有權獲派本次中期股息，所有股份過戶文件連同有關股票必須於2023年9月15日(星期五)下午四時三十分前送達本公司在香港的股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

## 環境、社會與管治

本集團始終強調可持續發展和企業社會責任的重要性，致力將可持續發展理念融入日常營運及戰略制定中，並緊跟ESG的發展趨勢和法規變化，不斷完善企業治理架構與ESG管理體系。本集團志在「讓世界人人愛上中國味」，我們將携手各方合作夥伴，鼓勵我們的持份者共同參與到ESG的協作中，踐行可持續的經營方式，努力建設成為世界創造更大價值的企業。2022年環境、社會及管治報告乃經參考上市規則附錄二十七所列載之環境、社會及管治報告指引而編製，並已於2023年4月27日在本公司及聯交所網站刊發。

本集團不斷完善管治架構，加強風險防控，提升本集團治理水平。堅守商業道德標準，大力加強廉潔培訓，為打造廉潔健康的企業環境不懈努力。本集團堅持以質量為本，始終秉持食品安全是企業「生命線」的原則，搭建三級食品安全管理流程，形成全鏈條食品安全管理，建立一物一碼信息系統，以無紙化、智能化的方式打通從原材料到銷售端的雙向追溯回路，實現產品精準跟蹤、責任到人。本集團與中國食品科學技術學會及國內多家知名高校開展合作，在探索新口味、新產品的同時，著力生產工藝創新，在為消費者探索更為安全和健康的食品同時，進一步提升食品原料利用率，降低損耗及廢棄物排放量。同時，本集團以「用心服務客戶」為核心價值觀，全力保障客戶權益，並致力於打造可持續發展的供應鏈，將商業道德、產品質量等ESG因素納入供應鏈風險管控體系中。為了滿足發展需求，本集團增加招聘渠道，全方位引進人才，並通過一系列舉措，賦能員工發展，心系員工福祉，激勵員工與僱主一起成長。

除此之外，本集團力求合理降低經營生產對環境的影響，亦積極遵守氣候變化相關政策法規，並制定了長期環境管理目標，涵蓋碳減排、廢棄物減排、能源使用效益提升、水資源使用效益提升、環境管理認證等方面。與此同時，本集團亦積極投身慈善公益事業，以社區企業公民的身份積極回饋社會。

## 購買、出售及贖回本公司上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

## 審核委員會

截至本公告日期，本公司審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張弼弘先生、徐黎黎女士及邢冬梅女士。張弼弘先生目前擔任審核委員會主席。審核委員會的主要職責為審查、檢討及監督本公司財務數據及財務數據的匯報程序，審核委員會已對本集團截至2023年6月30日止六個月的未經審核簡明合併中期業績進行了審閱，並確認已遵從適用的會計原則、準則及規定及已作出足夠披露。

截至2023年6月30日止六個月的中期業績未經審核，但已由本公司獨立核數師安永會計師事務所根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

## 遵守《上市規則》附錄十四所載的企業管治守則

本公司致力踐行企業管治最佳常規，本公司已採納《上市規則》附錄十四《企業管治守則》（「企業管治守則」）的原則及守則條文。自2023年1月1日起直至本公告日期，本公司一直遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。

## 符合《上市規則》附錄十所載的標準守則

本公司已採納《上市規則》附錄十上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為有關董事買賣本公司證券的操行守則。

經向全體董事作出特定查詢後，所有董事均確定彼等於報告期間一直遵守標準守則所載的條文。

## 刊發中期業績公告及中期報告

本公告已於香港聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<https://www.weilongshipin.com>)登載，本公司截至2023年6月30日止六個月的中期報告將於上述網站登載，並將適時寄發給本公司股東。

承董事會命  
卫龙美味全球控股有限公司  
董事長  
劉衛平

香港，2023年8月29日

截至本公告日期，執行董事為劉衛平先生、劉福平先生、孫亦農先生、彭宏志先生、劉忠思先生及陳林先生，以及獨立非執行董事為徐黎黎女士、張弼弘先生及邢冬梅女士。