

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於其屬概要，故並未包含對閣下而言可能屬重要的所有資料，其全部內容受本文件全文所限制，並應與之一併閱讀。閣下於決定投資[編纂]前應細閱整份文件。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件的「風險因素」。閣下於決定投資[編纂]前應細閱該節。

概覽

我們是中國領先且快速增長的廚房主食食品企業之一。自成立以來，我們一直致力於為客戶提供預包裝優質大米、雜糧、豆類及乾貨產品。通過保持廣泛銷售覆蓋及滿足不斷變化的消費者需求，我們於往績記錄期實現強大的銷售增長，為中國家庭打造一系列家喻戶曉的品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，在中國廚房主食食品市場按收入計的前五名企業中，我們是於2020年至2022年按收入的年複合增長率計增長最快的企業。

中國東北以其獨特的自然環境及地理條件而聞名，且通常被中國消費者視為中國最優質的農業產區。因此，我們已在中國東北構築了一個全面高效的供應鏈體系，涵蓋從採購、儲存、生產、銷售到物流的價值鏈所有關鍵階段。

我們已成功打造十月稻田及柴火大院兩個旗艦品牌為核心的品牌矩陣，並推出一系列不同規格的產品以滿足消費者需求。我們的品牌知名度及受歡迎程度為我們贏得眾多獎項及榮譽，具體而言：

- 於2019年至2022年各年，按通過綜合性電商平台（如京東及天貓）銷售大米、雜糧、豆類及籽類產品產生的收入計，我們一直是排名第一。根據弗若斯特沙利文的資料，2022年我們的市場份額為14.2%，是行業第二名市場份額的2.7倍；
- 根據弗若斯特沙利文的資料，於2019年至2022年各年，我們的旗艦品牌十月稻田及柴火大院按大米、雜糧及豆類以及籽類產品的收入計，一直持續於綜合性電商平台排名前二名；及
- 十月稻田品牌獲京東超市評為「2022年度最佳合作夥伴」，並獲天貓超市評為「2022年超棒品牌億元俱樂部」。

我們在渠道早期發展階段主動進軍綜合性電商平台、社交電商平台及社區團購平台。此戰略舉措促進我們迅速獲得寶貴的銷售網絡運營經驗。於2022年，按中國大米、雜糧、豆類及籽類市場各個有關渠道的收入計，我們保持最大的市場份額。我們廣泛的優質產品涵蓋不同品類，加上高效的供應鏈管理，使我們成為雜貨零售渠道的重要業務合作夥伴。我們近年來在雜貨零售渠道中迅速擴張，2020年至2022年的收入年複合增長率達到79.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年，我們在中國大米、雜糧、豆類及籽類的雜貨零售渠道中收入排名第四。憑藉覆蓋全國的銷售網絡，我們整合了線上及線下的銷售運營，從大量消費者反饋中洞察消費者需求。我們相信，這將指導我們未來的產品開發和營銷工作，使我們從競爭對手中脫穎而出。

概 要

根據弗若斯特沙利文的資料，中國大米、雜糧、豆類及籽類市場2022年總市場規模為人民幣10,737億元，佔中國廚房主食食品市場約人民幣1.9萬億元市場規模的57.7%，這一市場預期到2027年將達到人民幣12,650億元。根據同一資料來源，隨著中國消費者生活水平的不斷提高，預計中國優質大米、雜糧、豆類及籽類板塊的增長速度將快於中國整體大米、雜糧、豆類及籽類市場的增長速度。同時，品牌大米、雜糧、豆類和乾貨產品以及更便捷的購買方式越來越受青睞，此有利於擁有具競爭力的品牌及在不同銷售渠道有先進的運營的公司發展。我們作為中國廚房主食食品的領軍品牌，有能力抓住有關增長機遇。我們於往績記錄期保持強勁的增長勢頭。我們的收入由2020年的人民幣2,327.0百萬元增加至2022年的人民幣4,532.9百萬元，年複合增長率為39.6%，並由截至2022年3月31日止三個月的人民幣910.2百萬元增加至截至2023年3月31日止三個月的人民幣1,081.5百萬元。於2022年及截至2023年3月31日止三個月，我們的調整後淨利潤（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣364.0百萬元及人民幣77.9百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2019年至2022年連續四年成為中國預包裝東北大米產品零售市場收入最多的公司。根據同一資料來源，我們是2022年中國預包裝雜糧、豆類及籽類市場收入最多的公司。

我們的優勢

我們認為，以下優勢有助於我們保持領先的市場地位，確保我們的成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 中國領先且快速發展的廚房主食食品企業
- 多個家喻戶曉的品牌提供豐富的產品矩陣
- 覆蓋全國市場的多渠道銷售網絡
- 行業領先的品牌及營銷能力
- 戰略性佈局中國五個核心糧食產區
- 卓越的供應鏈管理及質量控制系統
- 經驗豐富的管理團隊，具有出色的執行能力

我們的戰略

為實現我們的目標，我們制定了以下戰略：

- 豐富多品牌矩陣，提升品牌勢能，鞏固領先地位
- 深耕多渠道生態體系，提升運營效率勢能，廣泛觸達千家萬戶
- 拓寬多品類產品矩陣，實現可持續增長
- 持續夯實「從農場到餐桌」的供應鏈管理能力，打造營運一體化壁壘
- 持續優化數字化營運體系，投入人才梯隊建設，凝聚企業文化

概 要

我們的品牌及產品

經過十多年不懈努力，我們已成功建立並運營三大品牌：十月稻田、柴火大院和福享人家。

- **十月稻田** 十月稻田於2011年推出，定位為專注於滿足大眾市場消費者需求的多品類廚房主食食品品牌。
- **柴火大院** 柴火大院於2011年推出，定位為抓住中高端市場。
- **福享人家** 福享人家於2018年推出，致力於為中國家庭提供物有所值的優質大米產品。

在我們的多元化品牌組合下，我們亦形成全面多元的產品組合，戰略性側重不同價格範圍、銷售渠道、產品品類和包裝風格。因此，我們能觸達廣泛的消費者群體及提升消費者對我們產品的需求。於2022年，我們有八款年收入超過人民幣100百萬元SKU，其中兩款為於2021年後推出。

我們主要提供三個產品品類：

- **大米產品**。我們的大米產品主要包括不同類別的預包裝大米產品，如稻香米、長粒香大米、小町米等。
- **雜糧、豆類及其他產品**。我們的雜糧及豆類產品主要包括預包裝糙米類混合雜糧、黃小米及紅小豆等。該品類下其他產品主要指籽類及玉米產品。
- **乾貨及其他產品**。我們的乾貨產品主要包括預包裝木耳、銀耳及蓮子等。該品類下其他產品主要包括糠、稻殼、碎米等副產品。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	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	%
大米產品	1,871,439	80.4	2,891,598	80.4	3,621,740	79.9	735,395	80.8	862,698	79.8
雜糧、豆類及其他產品	367,343	15.8	471,941	13.1	523,232	11.5	110,432	12.1	130,463	12.1
乾貨及其他產品	88,226	3.8	234,712	6.5	387,948	8.6	64,341	7.1	88,353	8.1
總計	2,327,008	100.0	3,598,251	100.0	4,532,920	100.0	910,168	100.0	1,081,514	100.0

概 要

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%
	(未經審核)									
大米產品	285,489	15.3	406,931	14.1	600,824	16.6	122,816	16.7	130,661	15.1
雜糧、豆類及其他產品	107,553	29.3	102,829	21.8	126,383	24.2	25,418	23.0	34,473	26.4
乾貨及其他產品	11,631	13.2	27,778	11.8	52,340	13.5	6,268	9.7	10,575	12.0
總計	404,673	17.4	537,538	14.9	779,547	17.2	154,502	17.0	175,709	16.2

有關我們品牌組合及產品種類的詳情，請參閱「業務－我們的品牌及產品」。

我們的銷售網絡

我們建立了廣泛而多樣化的銷售網絡，以觸達廣泛的消費者，提升品牌聲譽，鞏固競爭優勢。我們透過與線上渠道合作來建立自身網絡。根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年線上渠道銷售收入計，我們是中國大米、雜糧、豆類及籽類市場上最大的公司，市場份額為10.7%。憑藉線上渠道的競爭優勢，我們進一步深化銷售渠道滲透，建立多樣化的銷售網絡。根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年的收入計，我們在中國大米、雜糧、豆類及籽類市場的雜貨零售渠道中排名第四。我們成功把握新興渠道的機遇，進一步增強我們的競爭優勢。2020年，我們開始與社交電商平台合作。同年，我們亦開始與社區團購平台合作。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	人民幣		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%
	(未經審核)									
線上渠道										
－電商平台	1,585,577	68.1	2,190,615	60.9	2,657,296	58.6	616,986	67.8	677,324	62.6
－線上自營店	263,918	11.3	525,966	14.6	486,894	10.7	80,290	8.8	100,198	9.3
雜貨零售渠道	216,060	9.3	403,994	11.2	695,954	15.4	101,858	11.2	128,401	11.9
直接客戶 ⁽¹⁾	157,893	6.8	307,193	8.5	452,010	10.0	77,854	8.6	110,712	10.2
經銷網絡	103,560	4.5	170,483	4.7	240,766	5.3	33,180	3.6	64,879	6.0
總計	2,327,008	100.0	3,598,251	100.0	4,532,920	100.0	910,168	100.0	1,081,514	100.0

附註：

(1) 直接客戶主要包括餐飲公司、農產品公司以及其他企業及個人客戶。

概 要

我們的售價乃參考多項因素而釐定，包括品牌定位、原材料成本、生產成本及市場競爭。我們的銷售人員定期監控電商平台、雜貨零售渠道合作夥伴及經銷商銷售的產品價格，以審閱及評估我們的定價。

有關我們銷售網絡的詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

我們的生產

為向消費者提供優質的產品，我們採購來自優質糧食產地的原材料。截至2023年3月31日，我們已在中國五個核心糧食產區附近建立五個生產基地，即瀋陽新民生產基地、五常生產基地、松原生產基地、通河生產基地及敖漢生產基地。請參閱「業務－生產」。

我們不斷改良我們的生產工序，以及探索開發我們的生產技術和工藝，使我們的產品保持良好的口感、保存營養價值，滿足目標消費者的喜好。我們的生產流程高度標準化及自動化。此外，我們已大量投資購買先進的生產機器及設備，我們的生產團隊成員亦緊密合作，持續維護我們的生產機器及設備，以滿足我們嚴格的生產標準並提高生產效率。

原材料、包裝材料及主要供應商

我們的目標是採用優質原材料及包裝材料提供優質產品予客戶。我們在集團層面進行採購規劃及管控，基於過往的銷售表現跟進客戶需求，並據此做出採購決策。同時，各生產基地的採購團隊利用對本地資源的深入了解採購原材料，採購流程受本集團監管。

我們根據原材料的季節性靈活調整採購時間。例如，我們自九月至年底主要採購新鮮稻穀，以確保我們原材料的充足供應及新鮮度。於往績記錄期，我們沒有遇到任何重大原材料短缺的情況。於往績記錄期各年度或期間，來自我們五大供應商的採購分別佔我們相關年度或期間採購總額的22.1%、18.8%、13.4%及23.2%。於往績記錄期各年度或期間，來自最大供應商的採購分別佔我們相關年度或期間採購總額的8.4%、8.2%、4.8%及6.1%。有關我們的原材料、包裝材料及主要供應商的詳情，請參閱「業務－原材料、包裝材料及主要供應商」。

客戶

於往績記錄期，我們的客戶包括企業客戶及個人客戶。除我們的經銷商需於提貨前支付貸款費用外，我們通常通過評估如業務關係及信用背景等因素向我們的企業客戶授予信貸期。於往績記錄期各年度或期間，我們五大客戶產生的收益分別佔我們相關年度或期間總收益的74.5%、57.4%、55.0%及57.6%。於往績記錄期各年度或期間，我們最大客戶產生的收益分別佔我們相關年度或期間總收益的42.3%、28.1%、26.9%及29.5%。請參閱「業務－客戶」。

食品安全和質量控制

食品安全和產品質量是我們的首要關注事項。我們在經營全過程實施了嚴格的食品安全和質量控制標準和措施，涵蓋採購、生產、儲存至銷售等步驟。為實現系統化的質量管理，我們的質量保證團隊專注於通過實施及維護我們的質量控制體系落實我們集團層面的質量控制規劃，並負責原材料、半成品和成品質量檢查以及產品保質期管理。

概 要

有關我們的食品安全和質量控制措施的詳情，請參閱「業務－食品安全和質量控制」。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，中國預包裝大米、雜糧、豆類及籽類市場高度分散。根據弗若斯特沙利文報告，按2022年的收入計，我們在中國的廚房主食食品市場中排名第五。根據弗若斯特沙利文的資料，具體而言，我們是2022年中國預包裝東北大米零售產品市場以及預包裝雜糧、豆類及籽類市場收入最多的公司。

隨著領先參與者的市場份額不斷增加，我們在業務的各個方面與其他領先參與者的競爭日益激烈，包括現有產品不斷升級及新產品推出、渠道覆蓋、產品質量、消費者經驗以及客戶獲取及保留。新的競爭對手可能不時出現，這可能會進一步加劇中國廚房主食食品行業的競爭。有關其他資料，請參閱「行業概覽」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨激烈的行業競爭和較低的行業集中度。未能與其他市場參與者競爭可能會對我們的市場份額及盈利能力造成不利影響」。

歷史財務資料概要

下表呈列我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料概要。本概要摘錄自本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料。下文所載的歷史財務數據概要應與本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料（包括隨附附註）及「財務資料」所載資料一併閱讀，並以其整體為準。我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

綜合損益表的主要項目

下表載列所示期間我們綜合損益表的主要項目：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
收益	2,327,008	3,598,251	4,532,920	910,168	1,081,514
銷售成本	(1,922,335)	(3,060,713)	(3,753,373)	(755,666)	(905,805)
毛利	404,673	537,538	779,547	154,502	175,709
經營溢利／(虧損)	246,472	89,554	(375,831)	64,655	79,243
本公司權益股東應佔 年／期內溢利／(虧損)及 全面收入總額	13,974	(172,864)	(564,219)	19,752	18,613

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量。我們相信，非國際財務報告準則計量為投資者及其他人士提

概 要

供有用的信息，以通過協助我們管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列類似計量指標相比。該等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整淨利潤（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、向投資者發行的金融工具賬面值變動及[編纂]開支調整的期內淨利潤。下表為我們於呈列期間的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）與根據國際財務報告準則計算及呈列的最直接可比財務計量（即期內淨利潤或虧損）的對賬：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	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
淨利潤／(虧損)與經調整淨利潤的對賬(非國際財務報告準則計量)					
年／期內淨利潤／(虧損)	13,974	(172,864)	(564,219)	19,752	18,613
加：					
－向投資者發行的金融工具的賬面值變動 ⁽¹⁾	207,342	244,748	178,596	43,151	55,051
－以股份為基礎的付款 ⁽²⁾	-	187,348	739,569	-	-
－[編纂]開支 ⁽³⁾	-	-	10,102	-	4,232
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	<u>221,316</u>	<u>259,232</u>	<u>364,048</u>	<u>62,903</u>	<u>77,896</u>

附註：

- (1) 向投資者發行的金融工具的賬面值變動主要與授予我們A輪、B輪及C輪融資的若干投資者的金融工具有關。請參閱「財務資料－債務－向投資者發行的金融工具」。
- (2) 以股份為基礎的付款屬非現金性質，且預期不會導致我們日後作出現金付款，即(i) 2022年的與股份獎勵有關的以股份為基礎的付款人民幣691.0百萬元，代表授予王先生及趙女士的十月眾鑫實繳資本的公允價值與價格的差額，作為彼等提供服務的代價，請參閱本文件附錄一附註26(a)；及(ii)就我們的若干高級管理人員於2021年及2022年分別向B輪融資及C輪融資的新投資者轉讓實繳資本而分別於該等年度作出的以股份為基礎的付款人民幣187.3百萬元及人民幣48.6百萬元，該代價高於股份轉讓日期已轉讓實繳資本的公允價值，請參閱本文件附錄一附註22(a)及附註26(b)。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明－行政開支」。
- (3) [編纂]開支為與[編纂]有關的開支。

我們於2021年錄得淨虧損人民幣172.9百萬元，而於2020年則錄得淨利潤人民幣14.0百萬元，主要是由於(i)銷售成本增加；(ii)行政開支（尤其是以股份為基礎的付款）增加；及(iii)向投資者發行的金融工具的賬面值變動增加，而不論(iv)收益增加。我們的淨虧損由2021年的人民幣172.9百萬元大幅增至2022年的人民幣564.2百萬元，主要是由於(i)銷售成本增加；及(ii)行政開支（尤其是以股份為基礎的付款）增加，而不論

概 要

(iii)收益增加；及(iv)向投資者發行的金融工具的賬面值變動減少。截至2022年及2023年3月31日止三個月，我們的淨利潤保持相對穩定，分別為人民幣19.8百萬元及人民幣18.6百萬元，主要是由於(i)銷售成本增加；及(ii)向投資者發行的金融工具的賬面值變動增加，而不論(iii)收益增加。

請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明」。

綜合財務狀況表節選項目

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表節選項目：

	截至12月31日			截至3月31日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	823,935	1,737,342	2,058,147	2,252,505
非流動資產	311,647	646,810	1,004,405	1,041,588
資產總值	1,135,582	2,384,152	3,062,552	3,294,093
流動負債	465,654	251,697	744,856	617,521
非流動負債	387,402	1,913,867	2,424,068	2,768,055
負債總額	853,056	2,165,564	3,168,924	3,385,576
流動資產淨值	358,281	1,485,645	1,313,291	1,634,984
資產淨值／(負債淨額)	282,526	218,588	(106,372)	(91,483)

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣1,313.3百萬元增加24.5%至截至2023年3月31日的人民幣1,635.0百萬元，主要是由於(i)現金及現金等價物增加；及(ii)貿易及其他應付款項減少，部分被(iii)貿易及其他應收款項減少；及(iv)存貨減少所抵銷。我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣1,485.6百萬元減少11.6%至截至2022年12月31日的人民幣1,313.3百萬元，主要是由於(i)銀行及其他貸款增加；及(ii)貿易及其他應付款項增加，部分被(iii)存貨增加所抵銷。我們的流動資產淨值由截至2020年12月31日的人民幣358.3百萬元大幅增加至截至2021年12月31日的人民幣1,485.6百萬元，主要是由於(i)我們的存貨增加；(ii)貿易及其他應收款項增加；及(iii)銀行及其他貸款減少。請參閱「財務資料－綜合財務狀況表節選項目的討論」及「財務資料－債務」。

我們的資產淨值由截至2020年12月31日的人民幣282.5百萬元減少22.6%至截至2021年12月31日的人民幣218.6百萬元，主要是由於(i)確認優先權的贖回負債；(ii)我們於2021年的淨虧損；及(iii)權益股東之間實繳資本轉移；部分被(iv)出資；及(v)於2021年修改贖回權所抵銷。截至2022年12月31日，我們的負債淨額為人民幣106.4百萬元，而截至2021年12月31日則有資產淨值人民幣218.6百萬元，主要是由於(i)我們於2022年的淨虧損；(ii)視作分派；及(iii)向股東派付股息，部分被(iv)確認與以股份為基礎的付款有關的資本儲備所抵銷。我們的負債淨額由截至2022年12月31日的人民幣106.4百萬元減少14.0%至截至2023年3月31日的人民幣91.5百萬元，主要由於(i)截至2023年3月31日止三個月的利潤；及(ii)資本出資，部分被(iii)截至2023年3月31日止三個月確認的優先權贖回負債所抵銷。

我們向投資者發行的金融工具將因自動轉換為普通股而由負債重新指定為權益，而我們的負債淨額狀況將於[編纂]後轉為資產淨值。

概 要

請參閱「財務資料－綜合財務狀況表節選項目的討論」及「財務資料－流動資金及資本資源－流動資產淨值」。

綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	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
營運資金變動前經營現金流量	260,050	303,301	415,999	82,195	98,579
營運資金變動	(163,685)	(795,097)	(231,961)	378,427	211,768
經營所得／(所用) 現金 已付所得稅	96,365 (6,130)	(491,796) (3,364)	184,038 (6,815)	460,622 (445)	310,347 (3,345)
經營活動所得／(所用) 現金淨額	90,235	(495,160)	177,223	460,177	307,002
投資活動所用現金淨額	(197,181)	(361,170)	(316,341)	(478,614)	(71,176)
融資活動所得現金淨額	118,430	940,424	151,263	6,907	256,934
現金及現金等價物增加／ (減少) 淨額	11,484	84,094	12,145	(11,530)	492,760
年／期初現金及現金等價物	12,637	24,121	108,215	108,215	120,360
年／期末現金及現金等價物	24,121	108,215	120,360	96,685	613,120

其中，於2021年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣495.2百萬元，主要歸因於除稅前虧損人民幣165.3百萬元，經以下各項調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括向投資者發行的金融工具賬面值變動人民幣244.7百萬元及以股份為基礎的付款人民幣187.3百萬元；及(ii)營運資金變動，主要包括貿易及其他應收款項增加人民幣406.4百萬元及存貨增加人民幣402.5百萬元。

請參閱「財務資料－流動資金及資本資源」。

主要財務比率

下表載列我們於所示期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
收益增長(%)	不適用	54.6	26.0	不適用	18.8
毛利率(%) ⁽¹⁾	17.4	14.9	17.2	17.0	16.2
淨利潤／(虧損) 率(%) ⁽²⁾	0.6	(4.8)	(12.4)	2.2	1.7
經調整純利率(%) (非國際財務 報告準則計量) ⁽³⁾	9.5	7.2	8.0	6.9	7.2

概 要

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以收益再乘以100%。
- (2) 淨利潤／(虧損)率等於期內淨利潤／(虧損)除以收益再乘以100%。
- (3) 經調整純利率(非國際財務報告準則計量)等於經調整期內淨利潤(非國際財務報告準則計量)除以總收益再乘以100%。

請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」所載的若干風險。閣下於決定投資我們的[編纂]前，應細閱該節全部內容。我們面臨的部分主要風險包括：(i)我們的成功取決於我們品牌的市場認可度。任何品牌或聲譽受損均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(ii)我們未必能成功開發、推出及推廣新品牌及產品，且我們的新產品未必能獲得市場的充分認可；(iii)我們主要依靠電商平台在線上營銷及銷售產品。如果我們銷售產品所依賴的大部分電商平台中斷營業，或我們與該等平台的合作終止、惡化或成本增加，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響；(iv)我們在維護、擴大或優化我們的銷售網絡時或會遇到困難；及(v)我們的營銷活動未必能有效吸引客戶，或我們可能就通過多種渠道開展各種銷售及營銷工作產生重大成本，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所[編纂]申請批准根據(i)[編纂]將予[編纂]的H股(包括因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何H股)，及(ii)將由現有[編纂]內資股轉換的H股[編纂]及[編纂]，依據是(其中包括)經參考(i)我們於截至2022年12月31日止財政年度的收益人民幣4,532.9百萬元(相當於約5,203.7百萬港元)超過500百萬港元；及(ii)我們於[編纂]時的預期市值(根據指示性[編纂]的下限)超過[編纂]港元，我們符合上市規則第8.05(3)條項下的市值／收益測試。

我們的控股股東集團

截至最後實際可行日期，王先生、趙女士、十月稻田企業管理、十月金豐、十月眾鑫及瀋陽鴻升(「控股股東集團」)合共有權控制行使本公司70%的投票權。緊隨[編纂]完成後，控股股東集團將合共有權控制行使約[編纂]%的投票權(假設[編纂]未獲行使)或約[編纂]%的投票權(假設[編纂]獲悉數行使)，因此仍為本公司的控股股東集團。有關進一步詳情，請參閱「與控股股東集團的關係」。

[編纂]前投資

自成立以來，我們已於過去幾年完成數輪股權融資。有關進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資」。

概 要

[編纂]用途

經扣除[編纂]費用及[編纂]以及我們就[編纂]應付的估計開支，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所列[編纂]的中位數），以及假設[編纂]未獲行使，我們估計我們將從[編纂]收到[編纂]淨額約[編纂]港元。我們擬將[編纂][編纂]淨額用於以下用途：

- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於增強與供應商的合作，並加強我們的採購能力；
- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於產能擴建、現有產線升級、增加倉儲物流覆蓋地區以及為我們業務擴張相關的生產活動提供資金；
- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於加深我們的渠道覆蓋並構建銷售生態體系；
- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於提升我們的品牌勢能；
- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於建設我們的數字化中台體系，打通信息技術基礎設施、後台、中台、前台、觸點數字化全鏈路，優化對業務管理的支撐；及
- 約[編纂]%，或[編纂]港元將用於營運資金及一般企業用途。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」。

近期發展

自2023年8月起，受颱風影響連續一段時間強降雨，東北地區（如五常市）遭受洪水災害。由於我們在五常的生產基地位於受影響地區外，我們的生產、僱員出勤、設備及存貨均保持正常。我們亦成立應急小組，以應付對我們業務運營的潛在影響。然而，我們無法保證我們能夠採取足夠的措施以減輕有關不可預見事件的潛在影響，或有效應對有關事件。我們尚未收到供應商的任何正式通知，表示在履行現有合約項下向我們提供原材料的義務方面遇到困難；然而，我們預計五常市及其周邊地區的部分上游供應商可能會受到影響，此可能導致2023年收穫季節水稻供應的潛在減少及水稻價格相應上漲，從而對我們的原材料成本及財務表現產生負面影響。我們根據過往市場需求預測進行採購，以確保有充足原材料庫存而支持我們的生產，並通過溫濕度控制的倉庫確保我們存儲的原材料質量。然而，我們無法向閣下保證我們不會面臨原材料供應短缺，或不會由於洪水對中國東北相關地區的影響而受到原材料價格可能上漲的影響。考慮到市場趨勢，如有需要，我們亦可考慮提高產品價格。由於我們的多樣化產品組合具有廣泛的建議零售價，我們認為有關價格上漲（如有）不會嚴重偏離我們的原有定價，或嚴重影響我們產品的市場需求。然而，我們無法向閣下保證，我們將能夠成功地將相關成本增加轉嫁予消費者，這可能對我們的業務運營、盈利能力及財務表現造成重大不利影響。請參閱「風險因素—我們的供應鏈及業務可能受到污染物、自然災害、極端天氣、衛生傳染病、流行病及其他我們無法控制的災難性事件

概 要

的重大不利影響」。我們定期監察原材料供應、原材料價格波動，並將積極利用其他措施，包括擴大供應商網絡或委聘更多OEM供應商，以應對供應潛在短缺及原材料價格上漲（如有）。

董事確認，自2023年3月31日起直至本文件之日，我們的財務或貿易狀況或前景並無任何重大不利變動。

於往績記錄期後及直至2023年7月31日，受益於我們業務發展戰略的持續實施，我們的業務運營保持相對穩定。基於我們的管理賬目，截至2023年7月31日止七個月，我們的收益實現穩定增長。

COVID-19的影響

自2019年12月下旬以來，一種名為COVID-19的新型冠狀病毒的爆發已對全球經濟造成重大不利影響。自2020年初以來，我們經營所在國家中國一直受到COVID-19疫情的影響，並為此實施限制措施，以遏制病毒的傳播。自2022年初以來，COVID-19病毒的奧密克戎變種在中國多個省市捲土重來，各地已實施預防措施，以遏制疫情爆發的勢頭。於2022年第四季度，儘管我們的自營生產因該等預防措施導致的閉環管理而暫時受到僱員人數減少的影響，導致利用率低於2021年，但我們的整體生產活動並未受到COVID-19疫情的重大不利影響。此外，由於往績記錄期我們將產品存放在全國各地的第三方倉庫且我們的大部分收入來自在線渠道，無論是我們的物流服務抑或是我們的銷售活動均未受到重大干擾。於往績記錄期，雖然預防措施的實施確導致我們的運輸開支增加，但我們的成本並無大幅上漲，且我們的財務表現並無受到重大不利影響。因此，於往績記錄期，COVID-19疫情並未對我們的營運及財務狀況造成重大不利影響。自2022年12月起，大部分限制措施已被取消。

我們受益於中國政府應對COVID-19疫情的救濟政策，主要是於2020年減免社會保險供款金額。為抗擊COVID-19疫情，我們於2020年向武漢市捐贈60多噸大米產品。

我們日後的營運及財務表現可能會受到COVID-19其他變種或其他流行病的影響，而該等情況具有高度不確定性及不可預測性。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的供應鏈及業務可能受到污染物、自然災害、極端天氣、衛生傳染病、流行病及其他我們無法控制的災難性事件的重大不利影響」。

[編纂]統計數據

下表中的統計數據乃基於假設[編纂]已完成及根據[編纂]發行[編纂]股H股。

	基於每股H股 [編纂]港元的 [編纂]	基於每股H股 [編纂]港元的 [編纂]
我們的股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核[編纂]經調整 綜合有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 假設[編纂]未獲行使，市值乃基於緊隨[編纂]後[編纂]股已發行股份，即現有股份及預期於緊隨[編纂]及股份拆細完成後將予發行[編纂]股H股的總和計算。

概 要

- (2) 每股未經審核[編纂]經調整有形資產淨值乃於作出「財務資料－未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表」所述調整後及按緊隨[編纂]及股份拆細完成後已發行[編纂]股股份的基準計算得出，且並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何H股。

股息

於2020年、2021年、2022年及截至2023年3月31日止三個月，我們已分別向股東宣派及派付股息人民幣50.0百萬元、零、人民幣200.0百萬元及零。

我們目前擬於[編纂]後採用一般年度股息政策，即於未來每年宣派及支付不低於我們可供分派淨利潤的20%的股息。未來任何股息宣派及派付將取決於我們實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴充計劃、法律、監管及其他合同限制，以及我們認為相關的其他因素。宣派及支付任何股息的決定需獲董事會批准，並須經股東最終批准。股息僅可自可用於合法分派的溢利及儲備中宣派或派付。未來的任何淨利潤將須首先用於彌補我們過往的累計虧損，其後我們將有義務將淨利潤的10%分配至法定公積金，直到該公積金達到註冊資本的50%以上。

於往績記錄期，本公司一般根據最近期經審核年度或中期財務報表作出分派股息的決議案。根據本公司截至2022年6月30日止六個月的經審核中期財務報表，本公司於提取儲備後有保留溢利以及現金及現金等價物以供宣派及派付股息。股息乃由本公司根據於2022年9月作出的董事會決議案及股東決議案宣派及派付。中國法律顧問認為，根據中國公司法，在提取儲備後有保留溢利下，本公司可以宣派及派付股息。

[編纂]開支

[編纂]開支包括與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及所產生的其他費用。我們預期將產生[編纂]開支約[編纂]港元（基於指示性[編纂]的中位數並假設[編纂]未獲行使），佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%。我們估計，[編纂]開支將包括[編纂]費用約[編纂]港元及[編纂]費用約[編纂]港元。於[編纂]開支總額當中，約[編纂]港元將直接用於發行我們的股份，其將於[編纂]完成後自權益扣除，其餘[編纂]港元將於綜合全面收益表內支銷。董事預期，有關開支不會對我們2023年的經營業績產生重大影響。

下表載列按性質劃分的[編纂]開支明細：

[編纂]費用明細	總額 (百萬港元)
[編纂]開支	[編纂]
[編纂]開支	[編纂]
法律顧問及申報會計師的費用及開支	[編纂]
其他費用及開支	[編纂]