

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之內容概不負責，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份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之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)

## 內幕消息公告 二零二三年前三季度最新運營狀況

本公告乃重慶洪九果品股份有限公司(「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」或「我們」)董事會(「董事會」)根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條及第13.10B條而作出。

本公司謹此公佈本集團截至二零二三年九月三十日止九個月(「**2023年前三季度**」或「**本期**」)最新運營狀況。本公告中財務數據僅用於說明最新運營狀況且未經審計。

得益於2023年前三季度針對下游客戶有效的信用管理手段、積極拓展包括直播電商及綜合電商領域在內的短賬期新興零售業務機會、公司品牌形象升級並廣泛開展低成本、高曝光率的線下推廣等措施，我們於本期內實現了整體業績的快速增長及經營性現金流轉正。

### 收入及淨利潤表現

本集團2023年前三季度收入約為人民幣13,427.1百萬元(同比增長26.4%)，本集團2023年前三季度淨利潤同比增長幅度與收入增長水平一致。

本集團收入及淨利潤主要增長驅動因素及展望如下：

**一、產品端：核心單品矩陣效應逐步加強、儲備更多單品級別業務增長曲線，連同「全品級、全品類、全區域」的供貨實力增強了下游客戶對於本公司的依賴度**

我們六大核心單品<sup>1</sup>2023年前三季度的收入貢獻約人民幣6,524.5百萬元（同比增長30.6%），是驅動我們收入增長的主要動力。其中，葡萄銷售金額較上年同期上漲約126%，榴蓮銷售金額較上年同期上漲約26%。由此可見，我們正於更多單品中複製榴蓮單品上所取得的成功發展軌跡並逐步形成強勁的多元產品矩陣，分散經營風險的同時更好地滿足下游客戶全方位的需求。

非核心單品2023年前三季度的收入同比增長超過20%，其中例如馳名單品「洪九奉上好」奉節黃桃、「獼天大聖」貴長獼猴桃等國產高端水果單品也收獲了終端消費者極高的口碑反饋。因此，在非核心單品與我們的六大核心單品相互協同及補強作用的貢獻下持續增強了本公司「全品級、全品類、全區域」的供貨能力，吸引更多下游客戶與我們的合作，增強了下游客戶對於本公司的依賴度的同時儲備了更多單品級別業務增長曲線。

此外，我們在單品層面的全方位發展趨勢也有利於擴大我們與上游種植端的合作深度與廣度，加速推出更多富有原產地特色的優質水果、降低採購成本，並由此形成良性業務循環。

**二、渠道端：初涉電商領域，深挖下游賣場流量資源及品牌營銷活動圈粉效應，形成「線上線下」相互引流，以「輕資產、低費用」方式延展「端到端」模式至C端客戶群體**

**線上業務**

我們自2023年年初籌備及開展電商領域業務以來，已於天貓、抖音、快手、拼多多等平台運營旗艦店。我們主要於抖音平台進行直播促銷及與C端客戶互動、通過小紅書營銷、達人直播等流量曝光方式將消費者引流到我們的線上旗艦店。通過精準的選品洞見、完善的售後服務及多年以來本公司「端到端」模式所構建品控能力及履約實力，我們為消費者帶來更好的消費體驗，從而增加我們於新興零售渠道的銷售金額。

<sup>1</sup>註：就本公告而言，指榴蓮、山竹、龍眼、火龍果、車厘子以及葡萄

## 線下推廣

我們也於2023年內在重慶、上海、香港等多地線下場景中開展全方位、高曝光率的品牌推廣活動，例如「2023榴蓮自由節」、「錦繡河山，奉上好品」展銷推介和採摘體驗活動及作為官方合作夥伴參展亞洲國際果蔬展覽會。與此同時，我們在合作的下游超市賣場中配備促銷人員、升級視覺陳列方案，從而提升品牌黏性並持續加強「線上線下」相互引流的正向效應，以「輕資產、低費用」的方式延展「端到端」模式至C端客戶群體。

## 經營性活動現金流表現

本集團2023年前三季度經營性活動現金流入淨額約為人民幣26.9百萬元，上年同期經營性活動現金流為淨流出。

本集團經營性活動現金流實現轉正的主要驅動因素及展望如下：

### 一、「精準化、個性化、結構化」的信用管理效應初顯，疫情對於應收賬款的不利影響被加速消化

鑒於2022年我們的部份客戶受到疫情影響，並且該等影響在不同程度下延續至2023年，因此該部份客戶與本集團的付款週期有所延長。截止2023年9月30日，尚有部份形成於2022年12月31日前的應收賬款（「長賬齡應收賬款」）未進行回收。考慮到目前疫情已結束，本集團具備在宏觀環境下靈活調整業務的操作空間，因此我們於2023年內積極調整對於下游客戶的信用管理執行方針，通過對客戶逐一深度分析後逐步收緊對於下游特定客戶的信用額度、增加信用審核環節、提升欠款催收力度、積極拓展新客戶分散信用風險及根據不同客戶的具體情況進行業務賦能等一系列「精準化、個性化、結構化」的管控手段實現對於長賬齡應收賬款的加速回收。

### 二、以現金流指標指引渠道發展策略，有序增加「短賬期」渠道及「短賬期」客戶的銷售佔比

自2023年初，我們結合公司長期發展目標評估宏觀經濟及行業上下游走勢，提高了現金流指標於發展策略中的權重比例，並順勢調整下游渠道規劃，從而尋求業績增長及現金流穩健度之間的最佳平衡。

考慮到電商業務「短賬期」的特徵，我們通過加大對於直播電商及綜合電商的佈局，持續提升新興零售渠道的銷售規模，我們也積極與部份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。於此同時，我們也將持續重點加強與各渠道中其他具備「短賬期」特徵客戶的合作，從而實現長期發展目標。

本公告所載資料乃以對本集團未經審核綜合管理賬目及董事會目前可得資料的初步審閱為依據，並非基於任何經由本公司獨立核數師或董事會審計委員會審核或審閱的數字或數據。本公告內的數據亦可能會修改或調整。本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務必審慎行事。

承董事會命  
重慶洪九果品股份有限公司  
董事長兼執行董事  
鄧洪九

中國重慶  
2023年10月23日

於本公告日期，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。