

## 財務資料

閣下應將以下討論及分析與附錄一會計師報告所載的綜合財務報表及隨附註釋一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

本討論及分析載有反映我們當前對未來事件及財務表現看法的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們的經驗及對歷史趨勢、當前狀況及預期未來發展的認知以及我們在具體情況下認為屬適當的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果及發展情況是否符合我們的預期及預測取決於諸多風險及不確定因素，其中許多非我們所能控制或預見。評估我們的業務時，閣下應審慎考慮本文件所提供的資料，包括「風險因素」及「業務」章節所載者，以及本文件其他地方所載者。進一步詳情，請參閱「前瞻性陳述」。

### 概覽

我們是中國領先一站式在家吃飯餐食產品品牌，根據弗若斯特沙利文的資料，按在家吃飯餐食產品的零售額計，我們於2022年在中國所有零售商中排名第一，在中國的市場份額為3.0%。我們策略性地進軍中國在家吃飯餐食產品市場，專注於在家火鍋、燒烤產品，根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，我們是2022年中國最大的食用在家火鍋、燒烤餐食供應商。

根據弗若斯特沙利文的資料，截至2022年12月31日，按零售門店的數目計，我們已建立了中國規模最大的一站式在家吃飯餐食產品的零售門店網絡。憑藉該門店網絡，我們提供線上線下購物體驗，而僅於2022年，我們已累積了超過一億份訂單。我們在全國的零售門店網絡由截至2022年12月31日的9,221家進一步增至截至2023年4月30日的9,844家。我們亦致力於開發帶有「鍋圈食匯」標誌自有品牌的產品。我們的產品以好吃方便還不貴，且質量穩定而著稱。根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年自有品牌產品的零售銷售額計，我們是中國第一大自有品牌的在家吃飯餐食產品零售商。

作為中國領先的一站式在家吃飯餐食產品品牌，我們具備把握中國在家吃飯餐食產品市場巨大增長的能力。我們提供好吃方便還不貴的在家吃飯餐食產品，並通過我們優質的食材組合及開發多樣化產品的巨大潛力，滿足不同的用餐場景。在我們的特許經營業務模式下，我們的絕大部分收益來自向加盟商銷售我們的產品，加盟商以我們的品牌開設及經營加盟店並向消費者銷售我們的產品。截至2023年4月30日，我們

---

## 財務資料

---

在中國開設了包含9,844家鍋圈食匯品牌的門店網絡，涵蓋中國29個省、自治區及直轄市。我們亦開發線上銷售渠道，包括我們的鍋圈APP、微信小程序以及流行商務型社交平台（如抖音）。此外，我們與美团及餓了麼等第三方外賣平台合作為消費者提供外賣到家服務。憑藉供應鏈及數字化管理體系的高效管理及運營，我們能夠確保產品質量及安全以及實現從食品生產到零售的高效率營運。

我們於往績記錄期間經歷快速增長。我們的總收益由2020年的人民幣2,964.7百萬元增加33.5%至2021年的人民幣3,957.8百萬元並進一步增加81.2%至2022年的人民幣7,173.5百萬元。於截至2023年4月30日止四個月，我們實現總收入人民幣2,078.2百萬元。我們的毛利由2020年的人民幣329.3百萬元增加7.9%至2021年的人民幣355.3百萬元，並進一步增加251.5%至2022年的人民幣1,249.0百萬元。我們的毛利亦由截至2022年4月30日止四個月的人民幣297.5百萬元增加47.7%至2023年同期的人民幣439.3百萬元。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年4月30日止四個月，我們的毛利率分別為11.1%、9.0%、17.4%、13.8%及21.1%。我們龐大的業務運營規模使我們能夠把握規模經濟的優勢。這是通過我們快速擴張門店網絡推動收入增長、專注於優化成本、品牌知名度上升，以及我們進一步推進數字化計劃等方面的努力而實現。經過該等努力，我們於2022年實現盈利，並錄得淨利潤人民幣241.0百萬元，而截至2023年4月30日止四個月則持續錄得淨利潤人民幣119.6百萬元。

### 編製基準

我們的歷史財務資料已根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則編製。歷史財務資料乃根據歷史成本法編製，並就重估按公允價值計入損益的金融資產及指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資作出修訂，並以公允價值計量。

編製符合國際財務報告準則的歷史財務數據需要運用若干關鍵會計估計，同時要求管理層在應用我們的會計政策過程中作出判斷。涉及較高程度的判斷或相當複雜性的部分，或相關假設及估計對歷史財務資料影響重大的部分於本文件附錄一會計師報告附註3披露。

---

## 財務資料

---

### 影響我們經營業績的主要因素

#### 在營門店數量及我們門店網絡的擴充

我們的收入主要來自向加盟商銷售在家吃飯產品，加盟商在我們的品牌下經營加盟店，並向最終消費者銷售我們的產品。因此，我們的收入主要由我們門店網絡規模驅動，其中主要由加盟店組成，且我們未來的收入增長取決於我們開設新店和擴大門店網絡覆蓋範圍的能力。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及截至2023年4月30日，我們的門店網絡分別包括4,296間、6,864間、9,216間及9,838間加盟店以及4間、4間、5間及6間自營店。儘管新店通常需要時間逐漸爬坡提升業績至正常水平，但我們相信，我們有能力利用不斷擴大的門店網絡實現規模經濟，並進一步提高我們的品牌知名度。

我們為加盟商及其加盟店提供全方位的支持。例如，我們為加盟商提供各種服務，如培訓、指導、品牌推廣、營銷及物流支持。我們亦與加盟商一起開展促銷活動，以吸引終端消費者。我們的區域經理在市場開發和門店運營戰略方面監督並指導加盟商。因此，我們的加盟商經營能力不斷提升，許多加盟商從經營一間加盟店到經營多間加盟店，逐步發展成為企業型加盟商。截至2023年4月30日，我們的9,838家加盟店由6,045名加盟商經營，約29.2%的加盟商經營一間以上加盟店。

我們計劃通過擴大地理覆蓋範圍及深化市場滲透，繼續擴大在中國大陸的業務。我們預期於省會及直轄市開設更多門店，同時會繼續滲透至新的地理區域，覆蓋中國更多縣級及以上城市，並逐步將我們的門店網絡延伸至鄉鎮，為全國鄉鎮百姓提供優質的食材。

#### 我們有能力利用中國在家吃飯餐食產品市場的快速增長

我們將加盟店數量的快速擴張及收入的大幅增長歸因於中國在家吃飯餐食產品市場的強勁增長。於COVID-19疫情期間，由於餐廳關閉、感染風險及封控措施，人們開始更頻繁地在家吃飯，導致2020年至2022年在家吃飯市場激增，這為我們的收入增長作出部分貢獻。根據弗若斯特沙利文的資料，該市場由2018年的人民幣1,479億元大幅增長至2022年的人民幣3,673億元，複合年增長率為25.5%。預計該市場將於2027年將進一步擴大至人民幣9,400億元，自2022年起的複合年增長率為20.7%。儘管我們在市場上處於領先地位，但按在家吃飯餐食產品的零售價值計，我們於2022年僅佔該市場份額的3.0%。這表明我們有充足的機會提高我們的市場滲透率。鑒於在家吃飯餐食

---

## 財務資料

---

產品市場的廣闊潛力，我們的加盟店結構靈活且以客戶為中心。由於主要面向社區經營，加盟店面積通常在40至100平方米之間，並配備兩至三名員工，且鄰近住宅區。普通加盟店的目標是為約3,000個家庭提供服務。考慮到中國人口稠密的城市地區，該數字相對較小。為迎合現代社區的需求，他們尋求以方便省時的方式在一個地方購買所有食品，我們的加盟店提供便利的一站式購物目的地，提供線下及線上購物選擇，以及廣泛的產品種類使消費者可根據其口味混搭產品。這種靈活且以客戶為中心的門店模式使我們的加盟商能夠滲透到鄰近社區。通過戰略性地提高門店密度，我們擬在當地創造規模效益，從而改善我們的服務，提高物流效率及擴大我們的品牌影響力。

### 我們能夠有效管理供應鏈及提高運營效率

我們致力垂直整合供應鏈，以提高我們的盈利能力和運營效率。目前，我們在河南有三個生產基地，自行處理及生產一定比例的主要產品，包括牛肉、肉丸和火鍋湯底。我們相信，我們的內部生產能力將支持穩定和高質量產品的大量供應同時保障食品安全。我們計劃通過投資於選定且合格的食品生產商或與之合作，進一步整合我們的上游資源，以實現規模經濟並提高我們的利潤率和成本優勢。

此外，我們的目標是與供應鏈夥伴，特別是第三方物流供應商建立更緊密的合作關係。我們利用其綜合倉儲和配送業務，打造從工廠到第三方中央倉、再到零售店的短鏈條高效率供應鏈，進一步提高效率。我們相信強大的分銷網絡將不斷為我們的業務擴充提供動力。與此同時，我們密集的門店網絡所帶來的便利性轉而使我們能夠更快地向加盟商交付貨品。於往績記錄期間，我們於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月產生配送費用人民幣121.0百萬元、人民幣155.0百萬元、人民幣257.2百萬元及人民幣76.0百萬元，分別佔我們總銷售成本的4.6%、4.3%、4.3%及4.6%。

我們致力於供應鏈的數字化和自動化，以提高我們的運營效率。我們的ERP系統使我們能夠監察從採購端到門店端的供應和需求動態以及存貨水平。通過這種方式，我們能夠分析和預測客戶的偏好和需求，並與我們的供應商溝通，及時調整採購計劃和產品開發。

---

## 財務資料

---

### 季節性及我們處理季節性浮動的能力

由於天氣、假期和學校寒暑假等多種因素，我們的業務及經營業績受到季節性波動的影響。特別是，為我們帶來大量收入的火鍋產品在寒冷的季節通常更受歡迎。根據過往情況，我們的銷售額通常在10月到次年2月之間較高。為在一定程度上抵銷季節性的影響，我們豐富了產品組合，包括燒烤產品、零食、飲品和酒精飲料等，並期望滿足更多餐飲場景的需求，如露營野餐、在家零食、水果及簡餐，以及一人食用餐等。

### 我們提供性價比更高的在家吃飯餐食產品的能力

我們以實惠價格提供多樣化產品組合的能力對維持我們的財務表現及市場地位至關重要。我們的銷售成本主要包括已售存貨成本，主要包括食品及原材料。我們存貨的價格可能受多種因素影響，包括但不限於市場供求、季節性變化、氣候及環境狀況、自然災害及政府政策的發展與變化。於往績記錄期間，我們於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月的已售存貨成本分別為人民幣2,514.1百萬元、人民幣3,438.9百萬元、人民幣5,620.8百萬元及人民幣1,554.0百萬元，佔該等年度銷售成本的95.4%、95.5%、94.9%及94.8%。

我們努力確保充足的供應，滿足我們的質量標準同時具備有競爭力的價格。我們龐大的採購規模及強大的品牌形象有助於增強我們的議價能力，從而有效地控制我們的採購成本。我們已採取措施管理成本，如整合包括國內及全球市場在內的多渠道供應資源以減少成本，與若干供應商簽訂協議，以確保在協定價格或協定範圍內供應充足，並在部分供應合約中實施價格鎖定機制。請見「業務－生產、採購和供應商－採購－採購成本控制」。我們強大的成本管理亦使我們能夠以相對較低的價格向加盟商銷售產品，以確保其盈利能力，轉而有助於我們業務的可持續增長。

### 我們有效和高效地進行銷售和營銷的能力

營銷策略的有效實施對我們的銷售增長至關重要。於往績記錄期間，我們推出各種營銷舉措，包括聘請名人代言、投放醒目的電視廣告、線下廣告、直播促銷和店內促銷活動。2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們的銷售及分銷開支為人民幣220.1百萬元、人民幣629.4百萬元、人民幣624.6百萬元及人民幣184.7百萬元，分別佔我們收入的7.4%、15.9%、8.7%及8.9%。我們預期，銷售及分銷開支的絕對金額將隨著未來業務的增長而繼續增加。然而，隨著我們業務規模和範圍的擴大，我們期望不斷提高銷售和分銷效率，並從規模經濟中受益。

---

## 財務資料

---

為進一步培養消費者忠誠度，推廣我們的品牌並提升消費者體驗，我們已推出數字會員系統，利用我們的綜合會員數據庫為所有線上和線下消費者提供服務。截至2023年4月30日，我們的註冊會員約為22.4百萬。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年，消費者滿意度高達96%，願意回購的消費者為95%。請見「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－市場推廣」。

### COVID-19的影響

自2019年12月底以來，新型冠狀病毒(COVID-19)導致的疾病的爆發對全球經濟造成重大不利影響。

我們採取了一系列應對包括Delta及Omicron等不同COVID-19變種及病毒爆發的措施及相關限制措施：

- **生產。**我們獲得地方當局許可繼續在設施進行生產，並在我們的生產設施及第三方倉庫採取嚴格的防控措施以確保我們工廠的生產不會受到重大影響。
- **供應鏈。**於2020年底及2022年下半年，我們預計疫情會導致供應鏈中斷，戰略性地在全國第三方中央倉庫保持較高的成品存貨水平，以降低在任何臨時第三方倉庫關閉的情況下的供應短缺風險。此外，在2022年上半年，我們與物流合作夥伴作出了安排，以確保我們在上海市的加盟店有足夠的供應。
- **銷售。**我們獲得了地方當局的批准，在封鎖期間繼續營業，以保證當地居民的關鍵民生物資供應。同時，我們通過在線銷售渠道提供餐飲配送服務，並與第三方食品配送平台合作，使我們的加盟商能夠向最終消費者銷售及配送產品。

---

## 財務資料

---

憑藉我們有效的應對措施及高效的供應鏈，我們成功地將生產、物流及銷售安排的被迫放緩程度減至最輕，有助我們在往績記錄期間的收入增長。因此，於往績記錄期間，我們的生產、供應鏈及日常運營並無受到重大不利影響。然而，於往績記錄期間，COVID-19疫情對我們的整體業務營運及財務表現產生的正面及負面影響不一，有關影響如下：

- **負面影響**
  - **門店關閉**。多家門店在疫情期間長期關閉，且於該等期間並無錄得任何銷售額。例如，於2020年、2021年及2022年，分別有377家、231家及882家門店連續兩週以上未錄得任何交易。具體而言，2022年河南合共有234家門店及上海有86家門店平均關閉一個月左右；
  - **COVID-19相關開支**。我們於2020年產生開支約人民幣1.1百萬元，用於購買消毒、防護、檢測及其他用品，以在我們的場所執行措施及控制，例如定期消毒及要求僱員佩戴口罩及接受檢測；
  - **存貨水平提高**。為確保原材料及產品供應穩定，我們倉庫的存貨水平較高，這亦耗費更多營運資金。
  
- **正面影響**
  - **來自線上渠道的訂單數量增加**：於COVID-19疫情期間，由於餐廳關閉、感染風險及封控措施，人們開始更頻繁地在家吃飯，導致2020年至2022年在家吃飯市場激增，此趨勢為我們的收入增長作出部分貢獻。由於我們擴充的門店網絡鄰近住宅區，故我們能夠抓住有關需求。根據其運營記錄，我們觀察到我們來自線上渠道的日均訂單從2020年的6,193份增加至2022年的68,831份；
  - **門店銷售額增長加快**：受疫情限制措施影響較小的門店銷售額有所增加。例如，2020年開設的加盟店貢獻的平均收入由2020年（開設年度）的人民幣47.5萬元增加約35.2%至2021年（開設年度後首個完整營運年度）的人民幣64.2萬元。2021年開設的加盟店貢獻的平均收入由

---

## 財務資料

---

2021年（開設年度）的人民幣25.6萬元增加約134.3%至2022年（開設年度後首個完整營運年度）的人民幣60.0萬元。有關門店銷售額增加可能部分由於疫情期間人們開始更頻繁地在家吃飯的趨勢所致。

由於COVID-19疫情已消退，我們預計其不會對我們的業務及財務業績造成進一步不利影響。

### 重要會計政策、判斷及估計

部分會計政策要求我們就會計項目採用估計和假設及複雜判斷。我們應用會計政策時使用的估計及假設以及所作判斷對我們的財務狀況及經營業績有重大影響。管理層根據過往經驗及其他因素（包括有關情況下對未來事件的合理預期）持續評估該等估計、假設及判斷。於往績記錄期間，管理層的估計或假設與實際結果並無任何重大偏差，我們亦無大幅變更該等估計或假設。預期該等估計及假設於可見將來不會有任何重大變動。

下文討論我們認為對我們至關重要或涉及編製財務報表時使用的最重大估計、假設及判斷的會計政策。對了解我們財務狀況及經營業績屬重要的其他重大會計政策、估計、假設及判斷詳述於本文件附錄一會計師報告附註2.3及3。

### 收入確認

#### 客戶合約收入

客戶合約收入乃於商品或服務的控制權轉讓予客戶時確認，該金額能反映本集團預期就交換該等商品或服務有權獲得的對價。

當合約中的對價包含可變金額時，對價金額於我們向客戶轉讓貨品或服務而有權獲得交換時估計。可變對價於合約開始時估計並受到約束，直至與可變對價相關的不確定因素得到解決時，確認的累積收入金額極有可能不會發生重大收入回撥。

---

## 財務資料

---

當合約中包含融資成分，該融資成分為客戶提供超過一年的貨品或服務轉讓融資的重大利益時，收入按應收款項的現值計量，使用貼現率折現，該貼現率將反映在客戶與我們在合約開始時的單獨融資交易中。當合約中包含融資部分，該融資部分為在我們提供了一年以上的重大財務利益時，合約項下確認的收入包括按實際利率法在合約負債上加算的利息。就客戶付款至轉讓承諾貨品或者服務的期限為一年或者更短的合約而言，交易價格採用國際財務報告準則第15號中實際權宜之計，不會對重大融資部分的影響作出調整。

### (a) 銷售在家吃飯產品及相關產品

我們主要向加盟商銷售我們的在家吃飯產品及相關產品，其次，我們向企業客戶（包括食品批發商、超市、餐廳及其他企業）以及直接向終端消費者進行銷售。在家吃飯產品及相關產品的銷售收入於控制權轉讓至客戶及客戶接收產品的時間點確認。

### (b) 提供綜合指導服務

我們與加盟商的協議一般亦包括若干較小筆的綜合指導服務費。提供綜合指導服務的收入在預期加盟期間於預定期間內按直線法確認。

### 其他收入

利用實際利率法計算按累計基準確認的利息收入，利率為在金融工具的預期壽命或更短期間（如適用）將估計未來現金收入準確折現至金融資產賬面淨值。

### 合約負債

合約負債於我們轉移相關貨品或服務前收取客戶付款或付款到期（以較早發生者為準）時確認。合約負債於我們履行合約（即將相關貨品或服務的控制權轉移至客戶）時確認為收益。

---

## 財務資料

---

### 存貨

存貨按成本與可變現淨值之間的較低者列賬。成本按加權平均成本基準釐定，就在製品及製成品而言，包括直接材料、直接人工及適當比例的間接費用。可變現淨值乃根據估計售價減將於完成及出售時產生的任何估計成本計算。

### 租賃

我們於合約開始時評估合約是否為租賃或包含租賃。倘合約賦予權利於一段時間內控制已識別資產的用途以換取對價，則合約為租賃或包含租賃。

#### 作為承租人

我們對所有租賃（惟短期租賃及低價值資產租賃除外）採取單一確認及計量方法。我們確認租賃負債以作出租賃付款，而使用權資產指使用相關資產的權利。

##### (a) 使用權資產

使用權資產乃於租賃開始日期（即相關資產可供使用的日期）確認。使用權資產按成本減任何累計折舊及任何減值損失計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債金額、初步已產生直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取租賃獎勵。使用權資產於資產租期及估計可使用年期（以較短者為準）按直線法折舊，詳情如下：

辦公物業及廠房：2至5年

租賃土地：50年

倘租賃資產的所有權於租期結束時轉移至我們或成本反映購買權的行使情況，則使用資產估計可使用年期計算折舊。

##### (b) 租賃負債

於租賃開始日期按租賃期內將作出的租賃付款現值確認租賃負債。租賃付款包括定額付款（含實質定額款項）減任何租賃獎勵應收款項、取決於指數或利率的可變租賃款項以及預期根據剩餘價值擔保支付的金額。租賃付款亦包括我們合理確定行使的購

---

## 財務資料

---

買選擇權的行使價及在租期反映我們行使終止租賃選擇權時，有關終止租賃的罰款。不取決於指數或利率的可變租賃付款在出現觸發付款的事件或條件的期間內確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，由於租賃內含利率不易釐定，故我們使用租賃開始日期的增量借款率計算。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映了利息的增長，其減少則關乎所作出的租賃付款。此外，倘存在租期修改、租期變動、租賃付款變動（如由指數或利率變動引起的未來租賃付款變動）或購買相關資產權利的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

### 按公允價值計入損益（「按公允價值計入損益」）的公允價值計量

按第三級公允價值層級計量的按公允價值計入損益的公允價值評估需要作出重大估計，包括無風險利率、預期波幅、相關財務預測、近期交易（如被投資方近期進行的集資交易）的市場信息及其他假設。該等假設及估計的變動可能會對該等投資各自的公允價值產生重大影響。

我們的財務部門就財務報告目的對第三級金融工具進行估值。我們按個案基準管理投資的估值工作。我們的財務部門至少每年一次使用估值技術釐定第三級工具的公允價值，並向本公司高級管理層及董事報告。請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.3。

我們歸類為第三級公允價值計量的按公允價值計入損益的金融資產主要為股權投資。就股權投資的公允價值評估而言，經參考證監會於2017年5月發佈的適用於聯交所上市公司董事的「有關董事在企業交易估值方面的責任指引」的指引，董事已採取以下主要行動：(i)在評估財務預測及假設時考慮可獲得的資料，包括但不限於過往財務表現、市場前景、可資比較公司狀況、經濟、政治及行業狀況；(ii)委聘獨立外部估值師協助管理層評估公允價值；(iii)考慮外部估值師的獨立性、聲譽、能力及客觀性，以確

## 財務資料

保該估值師的合適性；(iv) 審查及與我們的管理層及外部估值師討論估值模型及方法；及(v) 審閱估值師編製的估值工作文件及結果。估值技術在經獨立及獲認可國際業務估值師核實後再用於估值，並進行校準以確保輸出結果反映市場狀況。就我們的股權投資估值而言，有關第三級公允價值計量所用重大不可觀察輸入數據的詳情及定量資料載於本文件附錄一會計師報告附註41。

申報會計師已根據香港會計師公會頒佈的香港投資通函報告工作準則第200號「就投資通函內歷史財務資料出具的會計師報告」就對本集團於往績記錄期間的歷史財務資料於本文件附錄一表達整體意見執行必要審計工作。申報會計師對本集團於往績記錄期間的歷史財務資料的整體意見載於本文件附錄一第I-2頁。

聯席保薦人已開展相關盡職調查工作，包括(i) 取得估值師資質及其核心團隊成員的背景、資格及工作經驗；(ii) 獲取並審閱估值師出具的估值報告；(iii) 向估值師了解分類為第三級公允價值計量金融資產估值的主要基準及假設；(iv) 審閱會計師報告中的相關附註；及(v) 向本公司管理層及申報會計師了解彼等就第三級金融工具估值所進行的工作，以申報本集團於往績記錄期間的整體歷史財務資料。考慮到本公司管理層及申報會計師所做的工作以及如上文所述開展的相關盡職調查後，聯席保薦人概無注意到可能表明本公司管理層尚未採取充分的調查及盡職調查，或本公司管理層對估值師工作成果的依賴不合理的重大事宜。

### 物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備（在建工程除外）按成本減累計折舊及任何減值損失入賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及將資產達致其運作狀況及運往所在地作擬定用途的任何直接應佔成本。

折舊以直線法計算，按每項物業、廠房及設備項目的估計使用年期撇銷其成本至其剩餘價值。就此而言，所採用的主要年率如下：

類別	主要年率
樓宇	4.8%至5.0%
租賃物業裝修	19.0%至31.7%
機械設備	9.5%
汽車	19.0%
辦公設備	19.0%至31.7%

---

## 財務資料

---

如物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期各有不同，該項目的成本乃按合理基準在各部分之間進行分配，而每部分則各自計算折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少會於各財政年結日進行審核及調整（如適用）。

物業、廠房及設備項目（包括已首次確認的任何重大部分）於出售時或預期日後不會因使用或出售而帶來經濟利益時終止確認。在終止確認該項資產的同一年度，於損益表確認的出售或報廢的任何盈虧為有關資產的出售所得款項淨額與其賬面值間的差額。

在建工程指按成本減任何減值損失入賬及並無折舊的在建樓宇。成本包括工程期內所產生的直接建築成本及相關借入資金的資本化借款成本。竣工及可作擬定用途後，在建工程將在物業、廠房及設備項目內適當重新分類。

### 業務合併及商譽

業務合併乃以收購法列賬。轉讓對價乃以收購日期的公允價值計量，該公允價值為我們轉讓的資產於收購日期的公允價值、我們向被收購方前擁有人承擔的負債，及我們發行以換取被收購方控制權的股本權益的總和。於各業務合併中，我們選擇是否以公允價值或被收購方可識別淨資產的應佔比例，計量於被收購方的非控股權益，即於被收購方中賦予持有人在清盤時按比例分佔淨資產的現有所有權權益。非控股權益的所有其他組成部分均按公允價值計量。收購相關成本於產生時列為開支。

當所收購的一組活動及資產包括一項資源投入及一項實質過程，而兩者對創造產出的能力有重大貢獻時，我們釐定我們已收購一項業務。

當我們收購一項業務時，會根據合約條款、於收購日期的經濟環境及相關條件，評估須承擔的金融資產及負債，以作出適合的分類及標示，其中包括將被收購方主合約中的嵌入式衍生工具進行分離。

倘業務合併分階段進行，先前持有的股本權益按其於收購日期的公允價值重新計量，產生的任何損益在損益表中確認。

---

## 財務資料

---

商譽指收購日業務合併時支付的對價、非控股股東持有的淨資產以及我們原持有被收購方股權的公允價值超過本集團在所取得的被收購方可辨認資產、負債的公允價值淨額。如果支付的對價及其他項小於被收購方淨資產的公允價值，該差異在重新評估後於損益確認為議價購買收益。

初次確認商譽價值後，商譽以成本減去累計減值損失計量。商譽需至少每年評估一次，檢查是否發生減值。如果事件或情況的改變表明賬面價值可能出現減值，則需要進行更頻繁的複查。我們於每年12月31日進行商譽減值測試。為進行減值測試，業務合併取得的商譽自收購日起，分配給我們的每一個預期能從業務合併協同獲益的現金產生單位或現金產生單位組別，無論我們其他資產或負債是否被分配給上述單元或單元組。

減值損失以評估與商譽相關的現金產生單位（現金產生單位組）的可收回金額來確定。倘現金產生單位（現金產生單位組別）的可收回金額少於其賬面價值，則確認減值。已確認的商譽減值損失在後續期間不可轉回。

倘商譽已被劃撥至現金產生單位（或現金產生單位組別）而該單位內的部分業務被出售，則於釐定出售的收益或虧損時，與出售業務相關的商譽將包括在該業務的賬面值內。於該等情況下出售的商譽乃以出售業務和保留的現金產生單位部分相對價值為基礎作計量。

### 撥備

如因過往事件導致現有債務（法定或推定）及日後可能需要有資源流出以償還債務，則確認撥備，惟必須能可靠估計有關債務金額。

如折現的影響重大，則確認的撥備金額為預期需用作償還債務的未來支出於各有關期間末的現值。因時間流逝而產生的折現現值增加，列作財務成本計入損益表。

## 財務資料

### 綜合損益表選定項目

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	(人民幣千元)				
	(未經審核)				
收入	2,964,743	3,957,804	7,173,457	2,159,626	2,078,234
銷售成本	(2,635,484)	(3,602,520)	(5,924,496)	(1,862,168)	(1,638,968)
毛利	329,259	355,284	1,248,961	297,458	439,266
其他收入及收益淨額	11,274	38,725	121,460	16,849	62,096
銷售及分銷開支	(220,134)	(629,440)	(624,577)	(219,421)	(184,708)
行政開支	(161,441)	(355,676)	(403,686)	(124,744)	(142,782)
其他開支	(147)	(2,101)	(2,968)	(2,439)	(1,808)
財務成本	(1,994)	(2,834)	(2,564)	(667)	(2,062)
金融資產減值損失	—	(426)	(4,584)	(1,932)	(6,462)
除稅前利潤／(虧損)	(43,183)	(596,468)	332,042	(34,896)	163,540
所得稅(開支)／抵免	(109)	135,607	(91,060)	9,875	(43,946)
期內利潤／(虧損)	<u>(43,292)</u>	<u>(460,861)</u>	<u>240,982</u>	<u>(25,021)</u>	<u>119,594</u>
以下各方應佔利潤／ (虧損)					
母公司擁有人	(43,292)	(461,990)	229,907	(30,956)	110,397
非控股權益	—	1,129	11,075	5,935	9,197

## 財務資料

### 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，我們亦採用非國際財務報告準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤／(虧損)作為額外的財務計量指標。我們認為，該等非國際財務報告準則計量工具可通過消除若干項目的潛在影響而有利於比較不同期間及不同公司間的經營表現。

我們認為，該等計量工具為投資者及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，我們所呈列的經調整淨利潤／(虧損)(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工具相比。該等非國際財務報告準則計量工具用作分析工具存在局限性，且不應被視為獨立於或可替代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／(虧損)(非國際財務報告準則計量)界定為經加回以股份為基礎的付款開支及[編纂]開支而調整的期內淨利潤／(虧損)。

下表將我們於所呈報期間的經調整淨利潤／(虧損)(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報的最直接可比的財務計量指標(即期內淨利潤／(虧損))的對賬：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
淨利潤／(虧損)與 經調整淨利潤／ (虧損)的對賬					
期內利潤／(虧損)	(43,292)	(460,861)	240,982	(25,021)	119,594
經以下各項調整：					
以股份為基礎的 付款開支 <sup>(1)</sup>	16,415	10,262	4,604	1,535	—
[編纂]開支 <sup>(2)</sup>	—	—	11,199	—	[編纂]
經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則 計量)	<u>(26,877)</u>	<u>(450,599)</u>	<u>256,785</u>	<u>(23,486)</u>	<u>[編纂]</u>

附註：

- (1) 以股份為基礎的付款開支是指與我們對關鍵僱員的獎勵相關產生的非現金員工福利開支。任何特定時期的該等開支預期不會導致未來現金付款。
- (2) [編纂]開支主要與[編纂]有關。

## 財務資料

### 經營業績主要組成部分說明

#### 收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自在家吃飯產品及相關產品銷售，主要包括火鍋產品及燒烤產品。我們的收入亦來自向加盟商提供的綜合指導服務。於往績記錄期間，我們的全部收入均源自中國。

#### 按性質劃分的收入

下表載列我們於所示期間按性質劃分的收入明細，以金額及佔總收入百分比列示：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
銷售在家吃飯產品										
及相關產品	2,917,938	98.4	3,880,204	98.0	7,058,774	98.4	2,127,177	98.5	2,030,027	97.7
火鍋產品	2,389,863	80.6	3,091,345	78.1	5,352,027	74.6	1,670,137	77.3	1,518,322	73.1
燒烤產品	170,486	5.8	294,157	7.4	714,223	10.0	218,536	10.1	248,754	12.0
其他 <sup>(1)</sup>	357,589	12.0	494,702	12.5	992,524	13.8	238,504	11.1	262,951	12.6
綜合指導服務	46,805	1.6	77,600	2.0	114,683	1.6	32,449	1.5	48,207	2.3
總計	<u>2,964,743</u>	<u>100.0</u>	<u>3,957,804</u>	<u>100.0</u>	<u>7,173,457</u>	<u>100.0</u>	<u>2,159,626</u>	<u>100.0</u>	<u>2,078,234</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 其他主要包括飲品、一人食及即烹餐包等食品。

---

## 財務資料

---

### 銷售在家吃飯產品及相關產品

於往績記錄期間，在家吃飯產品及相關產品的銷售收入主要來自火鍋產品及燒烤產品。我們幾乎所有收入來自向加盟商銷售自有品牌產品，加盟商以我們的品牌經營加盟店並向終端消費者銷售產品。此外，我們亦向企業客戶（包括食品批發商、超市、餐廳及其他企業）以及直接向終端消費者銷售產品。

在家吃飯產品及相關產品的銷售收入增加主要歸因於加盟店網絡擴大，加盟店數目由截至2020年12月31日的4,296間增加至截至2021年12月31日的6,864間，並進一步分別增加至截至2022年12月31日及2023年4月30日的9,216間及9,838間。隨著人們因餐廳關閉、感染風險及封控措施開始更頻繁地在家吃飯，我們的在家吃飯產品成為中國各地消費者的熱門選擇，這為我們的收入增長作出部分貢獻。由於我們擴充的門店網絡鄰近住宅區，故能夠抓住有關需求。

作為我們的主要產品類別，截至2023年4月30日我們的火鍋產品包括322個SKU，主要包括肉類、肉丸及肉醬、火鍋湯底及鍋等。火鍋產品所得收入佔我們總收入的絕大部分，分別佔2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月總收入的80.6%、78.1%、74.6%及73.1%。我們正在透過推廣我們的燒烤產品，將我們的產品組合進行戰略性多元化，包括海鮮、烤串、其他肉類產品及燒烤架等，其於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月分別佔我們總收入的5.8%、7.4%、10.0%及12.0%。截至2023年4月30日，我們的燒烤產品類別有194個SKU。

### 綜合指導服務

我們與加盟商簽訂特許經營協議，授予他們經營帶有我們品牌及商標的加盟店的權利。我們向每個加盟商收取固定金額的年度綜合指導服務費，作為我們向加盟商提供培訓、指導、品牌、營銷及後勤等支持的報酬。有關加盟商與我們之間的費用安排詳情，請參閱「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－線下零售門店網絡－加盟店」。於往績記錄期間，於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們綜合指導服務收入分別為人民幣46.8百萬元、人民幣77.6百萬元、人民幣114.7百萬元及人民幣48.2百萬元，分別佔同期總收入的1.6%、2.0%、1.6%及2.3%。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間按性質及渠道劃分的收入明細，以金額及佔總收入百分比列示：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
銷售在家吃飯產品 及相關產品	2,917,938	98.4	3,880,204	98.0	7,058,774	98.4	2,127,177	98.5	2,030,027	97.7
向加盟商銷售	2,910,129	98.2	3,727,859	94.2	6,476,687	90.3	2,011,282	93.1	1,821,511	87.6
— 向個別加盟商	2,900,904	97.9	3,712,111	93.8	6,458,679	90.0	2,009,213	93.0	1,810,836	87.1
— 向企業加盟商	9,225	0.3	15,748	0.4	18,008	0.3	2,069	0.1	10,675	0.5
其他銷售渠道	7,809	0.2	152,345	3.8	582,087	8.1	115,895	5.4	208,516	10.1
— 向企業客戶 <sup>(1)</sup>	488	0.0	63,001	1.6	548,717	7.6	97,566	4.5	196,750	9.5
— 直接向終端消費者 <sup>(2)</sup>	7,321	0.2	89,344	2.2	33,370	0.5	18,329	0.9	11,766	0.6
綜合指導服務	46,805	1.6	77,600	2.0	114,683	1.6	32,449	1.5	48,207	2.3
總計	<u>2,964,743</u>	<u>100.0</u>	<u>3,957,804</u>	<u>100.0</u>	<u>7,173,457</u>	<u>100.0</u>	<u>2,159,626</u>	<u>100.0</u>	<u>2,078,234</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 主要包括食品批發商、餐廳、超市及其他企業。
- (2) 主要包括自營店及於電商平台直銷予消費者的收入。

截至2023年4月30日，我們已在中國建立由9,844間自有品牌門店組成的網絡，包括9,838間加盟店及6間自營店。於往績記錄期間，我們大部分收入來自向加盟商銷售自有品牌產品。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們向加盟商銷售的收入分別為人民幣2,910.1百萬元、人民幣3,727.9百萬元、人民幣6,476.7百萬元及人民幣1,821.5百萬元，分別佔我們同期總收入的98.2%、94.2%、90.3%及87.6%。尤其是，隨著企業加盟商的數目由截至2020年及2021年12月31日的一家增至截至2022年12月31日的30家，並進一步增至截至2023年4月30日的54家，我

## 財務資料

們向企業加盟商的產品銷售由2020年的人民幣9.2百萬元增至2021年的人民幣15.7百萬元，並分別進一步增至2022年及截至2023年4月30日止四個月的人民幣18.0百萬元及人民幣10.7百萬元。

我們亦通過向加盟商及其他銷售渠道提供服務產生收入，主要包括銷售予企業客戶及直銷予終端消費者。我們來自其他銷售渠道的收入由2020年的人民幣7.8百萬元增至2021年的人民幣152.4百萬元，並進一步增至2022年的人民幣582.1百萬元，及由截至2022年4月30日止四個月的人民幣115.9百萬元增至截至2023年4月30日止四個月的人民幣208.5百萬元，主要由於向企業客戶銷售的收入增加，尤其是向食品批發商的銷售。有關詳情，請參閱「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－我們的客戶」。

此外，我們亦通過向加盟商提供綜合指導服務產生收入。於往績記錄期間，該等收入由2020年的人民幣46.8百萬元增至2021年的人民幣77.6百萬元，並進一步增至2022年的人民幣114.7百萬元，及由截至2022年4月30日止四個月的人民幣32.4百萬元增至截至2023年4月30日止四個月的人民幣48.2百萬元。此與我們的加盟店網絡的擴張一致。

下表載列我們於所示期間按開設時間劃分的向加盟店銷售產品的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月	
	2020年		2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
(人民幣千元，百分比除外)								
於2020年前開設的 加盟店	1,586,435	54.5	1,274,629	34.2	1,633,233	25.2	393,996	21.6
於2020年開設的 加盟店	1,323,694	45.5	1,788,414	48.0	2,416,207	37.3	585,378	32.1
於2021年開設的 加盟店	-	-	664,816	17.8	1,623,929	25.1	414,589	22.8
於2022年開設的 加盟店	-	-	-	-	803,318	12.4	347,813	19.1
於截至2023年4月30日 止四個月開設的 加盟店	-	-	-	-	-	-	79,735	4.4
<b>總計</b>	<b>2,910,129</b>	<b>100.0</b>	<b>3,727,859</b>	<b>100.0</b>	<b>6,476,687</b>	<b>100.0</b>	<b>1,821,511</b>	<b>100.0</b>

於整個往績記錄期間，我們向於往績記錄期間同期開設的加盟店銷售產品的收入總體上呈穩定增長趨勢。例如，於2020年開設的加盟店的收入貢獻由2020年的人民幣1,323.7百萬元增至2021年的人民幣1,788.4百萬元，並進一步增至2022年的人民幣2,416.2百萬元。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間按門店所在地行政區層級劃分的向加盟店銷售產品的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
加盟店										
直轄市	114,129	3.9	191,197	5.1	492,769	7.6	135,338	6.7	117,979	6.5
省會城市	681,713	23.4	937,929	25.2	1,679,588	25.9	494,115	24.6	455,206	25.0
地級市	869,774	29.9	1,071,457	28.7	1,864,950	28.8	572,064	28.4	522,668	28.7
縣級市	927,396	31.9	1,103,388	29.6	1,708,382	26.4	558,908	27.8	509,032	27.9
鄉鎮	317,117	10.9	423,888	11.4	730,998	11.3	250,857	12.5	216,626	11.9
總計	<u>2,910,129</u>	<u>100.0</u>	<u>3,727,859</u>	<u>100.0</u>	<u>6,476,687</u>	<u>100.0</u>	<u>2,011,282</u>	<u>100.0</u>	<u>1,821,511</u>	<u>100.0</u>

我們的加盟店網絡擴張策略的一個重要方面涉及最初主要圍繞滲透省會城市及直轄市。通過利用該等經濟充滿活力的地區，我們可以提高品牌知名度並推動銷售增長。舉例而言，直轄市的加盟店數量由截至2020年12月31日的176家增至截至2021年12月31日的376家，並進一步增至截至2022年12月31日及2023年4月30日的687家及749家，使我們的門店佔比分別由4.1%上升至5.5%，並進一步上升至7.5%及7.5%。省會城市的門店亦有類似的上升趨勢，其中加盟店數量由截至2020年12月31日的832家增至截至2021年12月31日的1,329家，再增至截至2022年12月31日及2023年4月30日的1,959家及2,104家，使我們在該等地區的門店佔比由19.3%上升至19.4%，並進一步上升至21.2%及21.3%。因此，於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，直轄市加盟店的收入佔我們向加盟商總銷售收入的百分比整體呈上升趨勢，分別為3.9%、5.1%、7.6%及6.5%。同期，來自省會加盟店的收入佔我們向加盟商總銷售收入的百分比整體呈上升趨勢，分別為23.4%、25.2%、25.9%及25.0%。

## 財務資料

### 銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)已售存貨成本，(ii)第三方配送服務供應商的配送費用，及(iii)與我們自營生產工廠有關的生產成本。

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本主要組成部分，以實際金額及佔總銷售成本百分比列示：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
已售存貨成本	2,514,114	95.4	3,438,879	95.5	5,620,820	94.9	1,776,275	95.4	1,553,991	94.8
火鍋產品	2,061,049	78.2	2,733,166	75.9	4,119,185	69.5	1,384,011	74.3	1,118,671	68.3
燒烤產品	146,959	5.6	262,795	7.3	587,713	9.9	183,983	9.9	196,999	12.0
其他 <sup>(1)</sup>	306,106	11.6	442,918	12.3	913,922	15.5	208,281	11.2	238,321	14.5
配送費用	121,043	4.6	155,017	4.3	257,177	4.3	82,841	4.4	76,036	4.6
製造成本	327	0.0	8,624	0.2	46,499	0.8	3,052	0.2	8,941	0.6
<b>總計</b>	<b>2,635,484</b>	<b>100.0</b>	<b>3,602,520</b>	<b>100.0</b>	<b>5,924,496</b>	<b>100.0</b>	<b>1,862,168</b>	<b>100.0</b>	<b>1,638,968</b>	<b>100.0</b>

附註：

(1) 其他主要包括飲品、一人食、即烹餐包等食品。

我們的已售存貨成本佔銷售成本的百分比於整個往績記錄期間均維持穩定。我們的配送費用由2020年的人民幣121.0百萬元增加28.1%至2021年的人民幣155.0百萬元，並進一步增加65.9%至2022年的人民幣257.2百萬元。我們的配送費用由截至2022年4月30日止四個月的人民幣82.8百萬元減少8.2%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣76.0百萬元。於往績記錄期間內，我們的配送費用佔銷售成本的百分比保持相對穩定。

## 財務資料

### 敏感度分析

下表載列基於過往價格波動情況已售存貨成本變動對往績記錄期間經營業績產生影響的敏感度分析。

	已售存貨成本變動導致的期內 除稅前利潤變動		
	+/- 2%	+/- 4%	+/- 6%
	(人民幣千元)		
2020年	50,282	100,565	150,847
2021年	68,778	137,555	206,333
2022年	112,416	224,833	337,249
截至2023年4月30日止四個月	31,080	62,160	93,239

### 毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按性質劃分的毛利（以金額及佔收入百分比列示）（或毛利率）：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元；百分比除外)									
	(未經審核)									
銷售在家吃飯產品 及相關產品	282,454	9.7	277,684	7.2	1,134,278	16.1	265,009	12.5	391,059	19.3
火鍋產品	229,350	9.6	226,053	7.3	991,349	18.5	218,032	13.1	333,840	22.0
燒烤產品	16,455	9.7	19,610	6.7	100,488	14.1	26,042	11.9	42,438	17.1
其他 <sup>(1)</sup>	36,649	10.2	32,021	6.5	42,441	4.3	20,935	8.8	14,781	5.6
綜合指導服務 <sup>(2)</sup>	46,805	100.0	77,600	100.0	114,683	100.0	32,449	100.0	48,207	100.0
總計／總額	329,259	11.1	355,284	9.0	1,248,961	17.4	297,458	13.8	439,266	21.1

附註：

(1) 其他主要包括飲品、一人食、即烹餐包等食品。

(2) 由於並無就提供綜合指導服務錄得成本，故該組成部分的毛利率為100.0%。

## 財務資料

我們的毛利由2020年的人民幣329.3百萬元增長至2021年的人民幣355.3百萬元，並進一步大幅增長至2022年的人民幣1,249.0百萬元。我們的毛利亦由截至2022年4月30日止四個月的人民幣297.5百萬元增加至截至2023年4月30日止四個月的人民幣439.3百萬元。我們的毛利率於往績記錄期間普遍增加，於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月分別為11.1%、9.0%、17.4%及21.1%。我們的毛利率主要受(i)我們能否控制銷售成本及保持採購價格水平穩定；於往績記錄期間，向我們提供採購回扣的供應商數目大幅增加；(ii)不斷努力推出毛利率相對較高的新產品及升級現有產品；例如我們改良各種口味的牛肉、肉丸及毛肚產品，以滿足更多樣化的客戶需求，而大多數該等新產品的毛利率較高；例如，我們於2022年7月推出了火鍋類別的巴適黑毛肚產品，並成為深受我們終端消費者歡迎的產品之一；(iii)為加盟商進行推廣活動以支持加盟店網絡擴張及建立我們的品牌知名度；及(iv)合併我們收購的生產設施產生的額外利潤所影響。

特別是，我們的毛利率由2020年的11.1%小幅下降至2021年的9.0%，主要歸因於我們加大了促銷力度以提升品牌影響力，從而支持快速的門店網絡擴張，導致相應支出增加。我們在「517」吃貨節為加盟商進行推廣活動，在此期間會向加盟商提供額外補貼。於2021年，我們亦向開設新店作出首次採購訂單的合資格加盟商提供產品銷售折扣。其後，我們的毛利率由2021年的9.0%上升至2022年的17.4%，主要歸因於(i)利潤率較高的產品，如火鍋的巴適黑毛肚和羔羊板，以及燒烤的開花牛肉丸及肉串；(ii)由於規模經濟及品牌知名度，原材料及食品的採購成本效益有所改善（如牛肉製品採購量由2021年約9,800噸增加至2022年的17,000噸）；及(iii)由於收購我們的自營生產設施，生產成本有所改善。

我們的整體收入從人民幣2,159.6百萬元輕微下降至人民幣2,078.2百萬元，主要是因為2022年首四個月火鍋產品的銷售額較高，部分原因是人們在疫情消退後更頻繁外出吃飯。收入的小幅下降被毛利率的改善所抵銷。我們的毛利率從截至2022年4月30日止四個月的13.8%改善至截至2023年4月30日止四個月的21.1%，主要因為(i)銷售成本下降；及(ii)推出利潤相對較高的新的或升級的火鍋燒烤產品；例如，我們於2022年7月在火鍋類別中推出了巴適黑毛肚產品，該產品成為我們受終端消費者歡迎的產品之一。

## 財務資料

隨著我們的品牌知名度的提高及不斷增長的門店網絡帶來的採購量的增加，我們與供應商的議價能力有所增強，並獲得更優惠的條款。為進一步鞏固我們對供應鏈的控制及管理存貨銷售成本，我們收購三家生產工廠，即和一工廠、丸來丸去工廠及澄明工廠，用於加工牛肉、生產肉丸及火鍋湯底。由於我們的部分主要產品為自產，與從第三方供應商採購相比，我們的單位成本更低。

就不同銷售渠道產生的毛利而言，我們的毛利主要來自向加盟商銷售我們的產品，我們來自其他銷售渠道的毛利佔我們2021年毛利的比例並不重大。然而，於2020年、2022年及截至2023年4月30日止四個月，我們分別錄得來自其他銷售渠道的毛損人民幣45,000元、人民幣21.4百萬元及人民幣2.4百萬元，略微抵銷了向加盟商銷售的毛利增長。於2020年自其他銷售渠道的毛損主要來自向消費者的直接銷售。2022年及截至2023年4月30日止四個月來自其他銷售渠道的毛損主要是由於我們於2021年底推出向供應商及若干食品批發商供應若干進口食品原料有關的新業務調整所致。請參閱「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－我們的客戶」。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括(i)僱員福利開支，(ii)倉儲費，(iii)廣告及推廣開支，及(iv)差旅開支。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣220.1百萬元、人民幣629.4百萬元、人民幣624.6百萬元及人民幣184.7百萬元，分別佔收入的7.4%、15.9%、8.7%及8.9%。

下表載列我們於所示期間銷售及分銷開支的組成部分明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元；百分比除外)									
	(未經審核)									
僱員福利開支	69,835	31.7	215,262	34.2	224,462	35.9	86,935	39.6	69,570	37.7
倉儲費	86,716	39.4	131,118	20.8	189,025	30.3	57,072	26.0	51,610	27.9
廣告及推廣開支	39,921	18.1	185,094	29.4	137,566	22.0	49,191	22.4	38,311	20.7

## 財務資料

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
差旅開支	14,016	6.4	36,224	5.8	25,568	4.1	10,170	4.7	7,478	4.1
其他 <sup>(1)</sup>	9,646	4.4	61,742	9.8	47,956	7.7	16,053	7.3	17,739	9.6
<b>總計</b>	<b>220,134</b>	<b>100.0</b>	<b>629,440</b>	<b>100.0</b>	<b>624,577</b>	<b>100.0</b>	<b>219,421</b>	<b>100.0</b>	<b>184,708</b>	<b>100.0</b>

附註：

(1) 其他主要指服務費、折舊及辦公室開支。

於2020年至2021年，我們的銷售及分銷開支有所增長，與我們的業務增長一致，主要由於(i)我們的運營員工人數增加以支持我們的業務擴張；(ii)我們通過中央電視台廣告、線上品牌推廣及營銷、名人代言及線下推廣及廣告投放等營銷活動，提高我們的品牌知名度；及(iii)倉儲費大致上隨著業務規模擴大而增加。

尤其是，所產生整體倉儲費佔收益的百分比由2020年的3.0%增加至2021年的3.4%，並於其後減少至2022年的2.7%。儘管所產生倉儲費佔對加盟商的銷售收入百分比於往績記錄期間保持相對穩定，惟整體波動主要歸因於有關其他銷售渠道產生的倉儲費於往績記錄期間佔對其他銷售渠道的銷售收入的百分比波動。其他銷售渠道包括銷售予企業客戶、通過其自營店舖銷售以及在電商平台上直銷予最終客戶。於2020年，儘管倉儲費佔其他銷售渠道收入的百分比為高，惟其他銷售渠道的整體收入貢獻及倉儲費微不足道。於2021年，倉儲費佔其他銷售渠道的收入百分比上升，主要由於通過若干電商平台直銷予最終客戶，鑒於(i)我們委聘了電商業務的專門倉儲及物流服務供應商，而其收取的倉儲費相對高，及(ii)我們於電商業務相關供應鏈服務供應商的倉儲設施中存置了若干水平的存貨，以確保最終客戶在電商平台下訂單後能夠及時交貨。因此，存貨水平及相應倉儲費可能與其同期的電商業務規模不成比例，導致2021年的整體倉儲費佔收入的百分比上升。倉儲費佔其他銷售渠道收入的百分比於2022年顯著下降，主要是由於我們大幅減少通過電商平台銷售，同時增加銷售予企業客戶（產生的倉儲費率要低得多）。

## 財務資料

我們致力透過利用數字化管理系統，改善銷售及分銷效率。因此，銷售及分銷開支由2021年的人民幣629.4百萬元減少至2022年的人民幣624.6百萬元，而該開支佔我們收入的百分比由2021年的15.9%降至2022年的8.7%。銷售及分銷開支亦由截至2022年4月30日止四個月的人民幣219.4百萬元減少至截至2023年4月30日止四個月的人民幣184.7百萬元，而該開支於同期佔我們收入的百分比亦由10.2%降至8.9%，原因是我們不斷提高銷售及分銷效率。

### 行政開支

我們的行政開支主要包括(i)僱員福利開支(包括以股份為基礎的付款開支)；(ii)與我們數字化管理系統有關的IT維護及支持費用，(iii)主要與我們的辦公設備及生產設施有關的折舊及攤銷，(iv)銀行手續費，即銷售終端交易費，及(v)業務及融資活動產生的法律、專業及諮詢費用等。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們的行政開支分別為人民幣161.4百萬元、人民幣355.7百萬元、人民幣403.7百萬元及人民幣142.8百萬元，分別佔收入的5.4%、9.0%、5.6%及6.9%。

下表載列我們於所示期間行政開支的組成部分明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
僱員福利開支	87,342	54.1	215,083	60.5	244,114	60.5	86,803	69.6	76,992	54.1
IT維護及支持費用	1,172	0.7	14,061	4.0	38,168	9.5	3,688	3.0	4,753	3.3
折舊及攤銷	12,449	7.7	22,522	6.3	31,414	7.8	8,917	7.1	13,519	9.5
銀行手續費	6,909	4.3	10,774	3.0	15,452	3.8	5,370	4.3	5,767	4.0
法律、專業及諮詢費	24,141	15.0	53,731	15.1	13,107	3.2	8,622	6.9	7,610	5.3
[編纂]開支	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
研發成本	235	0.1	3,487	1.0	9,981	2.5	1,381	1.1	2,482	1.7
與短期租賃有關的										
開支	5,879	3.6	5,975	1.7	7,344	1.8	2,367	1.9	2,014	1.4
辦公室開支	7,820	4.8	8,074	2.3	5,959	1.5	1,851	1.5	3,999	2.8
其他 <sup>(1)</sup>	15,494	9.7	21,969	6.1	26,948	6.6	5,745	4.6	14,058	9.8
<b>總計</b>	<b>161,441</b>	<b>100.0</b>	<b>355,676</b>	<b>100.0</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>

附註：

(1) 其他主要包括業務發展開支及保險開支。

## 財務資料

### 其他開支

截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年4月30日止四個月，我們的其他開支分別為人民幣0.1百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣1.8百萬元。

### 財務成本

財務成本主要包括租賃負債利息的財務成本及銀行貸款及其他借款利息。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年4月30日止四個月，財務成本維持穩定，分別為人民幣2.0百萬元、人民幣2.8百萬元、人民幣2.6百萬元及人民幣2.1百萬元。

### 金融資產減值損失

金融資產減值損失主要指貿易應收款項減值撥備，主要有關應收企業客戶的款項。我們於2020年、2021年及2022年分別錄得金融資產減值損失零、人民幣0.4百萬元及人民幣4.6百萬元。截至2022年及2023年4月30日止四個月，我們亦分別錄得人民幣1.9百萬元及人民幣6.5百萬元的金融資產減值損失。金融資產減值損失增加主要是由於應收企業客戶的貿易應收款項餘額增加，導致貿易應收款項減值損失增加所致。請參閱「一綜合財務狀況表主要項目討論一貿易應收款項」。

### 其他收入及收益淨額

#### 其他收入

我們的其他收入主要包括與收益及資產相關的政府補助、利息收入及其他。下表載列我們於所示期間其他收入的明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
其他收入										
與以下各項相關的										
政府補助										
收益	2,580	21.8	8,557	30.8	28,187	47.1	882	9.9	31,986	76.9
資產	—	—	—	—	336	0.6	—	—	203	0.5
利息收入	2,235	18.9	16,583	59.7	23,024	38.5	6,595	74.0	8,551	20.6
其他 <sup>(1)</sup>	7,007	59.3	2,636	9.5	8,276	13.8	1,438	16.1	829	2.0
<b>總計</b>	<b>11,822</b>	<b>100.0</b>	<b>27,776</b>	<b>100.0</b>	<b>59,823</b>	<b>100.0</b>	<b>8,915</b>	<b>100.0</b>	<b>41,569</b>	<b>100.0</b>

附註：

(1) 其他主要包括對加盟商的罰款及租賃收入。

## 財務資料

於往績記錄期間，我們收到與收入相關的政府補助，作為對我們為當地經濟增長所作貢獻的獎勵，亦獲得與資產相關的政府補助，主要指對我們的產能擴張投資的補貼。

### 其他收益／(虧損)淨額

其他收益／(虧損)淨額主要包括(i)匯兌收益／(虧損)淨額，(ii)按公允價值計入損益的金融資產(主要為我們的理財產品)的已變現公允價值收益，及(iii)按公允價值計入損益的金融資產(主要包括我們的理財產品及[編纂]可轉換可贖回優先股)的未變現公允價值收益。

下表載列我們於所示期間其他收益／(虧損)淨額的組成部分明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日 止四個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	(人民幣千元)				
	(未經審核)				
收益／(虧損)淨額					
匯兌收益／(虧損)淨額	(2,790)	1,843	(77)	—	—
按公允價值計入損益的金融					
資產的已變現公允價值收益	2,192	8,596	4,655	2,646	794
按公允價值計入損益的金融					
資產的未變現公允價值收益：					
— 理財產品	—	334	(267)	314	190
— [編纂]可轉換可贖回優先股	—	—	58,167	4,975	19,226
其他收益及虧損	50	176	(841)	(1)	317
<b>總計</b>	<b>(548)</b>	<b>10,949</b>	<b>61,637</b>	<b>7,934</b>	<b>20,527</b>

### 所得稅開支

我們中國附屬公司須按根據企業所得稅法調整的各自法定財務報表所呈報的應納稅所得額繳納企業所得稅。根據企業所得稅法，我們中國附屬公司一般須按法定稅率25%繳納企業所得稅，而我們的若干附屬公司具有小微企業資格，並於往績記錄期間享有20%的優惠企業所得稅稅率。

---

## 財務資料

---

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已根據稅務法規繳納所有相關稅項，且與相關稅務機關並無任何爭議或未解決的稅務問題。

### 各期間經營業績比較

#### 截至2023年4月30日止四個月與截至2022年4月30日止四個月比較

##### 收入

我們的總收入於截至2022年及2023年4月30日止四個月維持相對穩定，分別為人民幣2,159.6百萬元及人民幣2,078.2百萬元。

##### 銷售在家吃飯產品及相關產品

我們的在家吃飯產品及相關產品銷售收入於截至2022年及2023年4月30日止四個月維持相對穩定，分別為人民幣2,127.2百萬元及人民幣2,030.0百萬元。火鍋產品銷售收入由截至2022年4月30日止四個月的人民幣1,670.1百萬元減少至截至2023年4月30日止四個月的人民幣1,518.3百萬元，部分歸因於疫情結束後人們外出就餐的頻率增加。該減少由燒烤產品及其他銷售收入由截至2022年4月30日止四個月的人民幣457.0百萬元增加至截至2023年4月30日止四個月的人民幣511.7百萬元所抵銷。鑒於自2023年2月起的季節變化，我們戰略性地專注於推廣燒烤產品及其他產品以迎合此類產品日受歡迎。

##### 綜合指導服務

我們的綜合指導服務收入由截至2022年4月30日止四個月的人民幣32.4百萬元增加48.6%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣48.2百萬元，主要由於我們門店網絡中的加盟商及加盟店數量增加。

##### 銷售成本

我們的銷售成本由截至2022年4月30日止四個月的人民幣1,862.2百萬元減少12.0%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣1,639.0百萬元，主要歸因於收購生產設施及火鍋產品銷量下降。我們與向第三方供應商採購相比就若干產品享有較低單位成本。

##### 毛利及毛利率

由於上文所述，我們的整體毛利由截至2022年4月30日止四個月的人民幣297.5百萬元增加47.7%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣439.3百萬元。我們的毛利率由截至2022年4月30日止四個月的13.8%上升至截至2023年4月30日止四個月的

---

## 財務資料

---

21.1%，主要由於(i)銷售成本減少；及(ii)推出新上市或升級的火鍋及燒烤產品的毛利率相對較高，例如，我們於2022年7月在火鍋類別中推出了巴適黑毛肚產品，該產品成為我們受終端消費者歡迎的產品之一。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2022年4月30日止四個月的人民幣219.4百萬元減少15.8%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣184.7百萬元，主要由於(i)僱員福利開支減少，主要由於我們努力提高數字化門店管理體系的運營效率，(ii)由於我們過往於廣告及推廣活動的投資已建立相當的品牌影響力，故2023年前四個月的廣告及推廣活動減少，導致廣告及推廣開支減少，及(iii)倉儲費減少主要歸因於2023年首四個月的火鍋產品存貨減少。

### 行政開支

我們的行政開支由截至2022年4月30日止四個月的人民幣124.7百萬元增加14.5%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣142.8百萬元，主要由於(i)業務發展活動增加導致業務發展開支增加，(ii)於2023年首四個月產生[編纂]開支，及(iii)與我們購買新辦公設備有關的折舊及攤銷開支增加。

### 其他開支

截至2022年及2023年4月30日止四個月，我們的其他開支分別為人民幣2.4百萬元及人民幣1.8百萬元。

### 財務成本

我們的財務成本由截至2022年4月30日止四個月的人民幣0.7百萬元增加209.1%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣2.1百萬元，主要由於就銀行及其他借款產生的利息所致。

### 金融資產減值損失

我們的金融資產減值損失由截至2022年4月30日止四個月的人民幣1.9百萬元增加至截至2023年4月30日止四個月的人民幣6.5百萬元，主要由於貿易應收款項減值損失由截至2022年12月31日的人民幣5.0百萬元增加至截至2023年4月30日的人民幣11.5百萬元。

---

## 財務資料

---

### 其他收入及收益淨額

我們的其他收入及收益由截至2022年4月30日止四個月的人民幣16.8百萬元增加至截至2023年4月30日止四個月的人民幣62.1百萬元。具體而言，我們的其他收入由截至2022年4月30日止四個月的人民幣8.9百萬元增加366.3%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣41.6百萬元，主要由於(i)與收入及資產有關的政府補助人民幣32.2百萬元，主要反映我們的收入增長及對當地經濟的貢獻，及(ii)利息收入由截至2022年4月30日止四個月的人民幣6.6百萬元增加至截至2023年4月30日止四個月的人民幣8.6百萬元。我們的其他收益淨額由截至2022年4月30日止四個月的人民幣7.9百萬元增加158.7%至截至2023年4月30日止四個月的人民幣20.5百萬元，主要由於按公允價值計入損益的金融資產（主要指我們的股權投資）的未變現公允價值變動所致。

### 所得稅(開支)／抵免

我們於截至2023年4月30日止四個月確認所得稅開支人民幣43.9百萬元，而截至2022年4月30日止四個月則為所得稅抵免人民幣9.9百萬元，原因是我們盈利能力的變化。

### 期內利潤

由於上文所述，我們於截至2023年4月30日止四個月錄得利潤人民幣119.6百萬元，而截至2022年4月30日止四個月則錄得虧損人民幣25.0百萬元。

### 截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

#### 收入

我們的總收入由2021年的人民幣3,957.8百萬元大幅增長81.2%至2022年的人民幣7,173.5百萬元。該增長主要由於銷售在家吃飯產品及相關產品的收入增加，其次是綜合指導服務的收入增加。

#### 銷售在家吃飯產品及相關產品

我們的在家吃飯產品及相關產品銷售收入由2021年的人民幣3,880.2百萬元增長81.9%至2022年的人民幣7,058.8百萬元，主要驅動因素為(i)我們的門店網絡快速擴張，門店數量由截至2021年12月31日的6,868家增至截至2022年12月31日的9,221家；尤其是，我們的加盟店網絡擴張策略最初主要圍繞滲透省會及直轄市，利用該等經濟活躍地區提高品牌知名度，推動銷售增長，並進一步滲透至該等地區的行政級別較低的城市。直轄市及省會城市門店總數由截至2021年12月31日的1,705家增加至截至

---

## 財務資料

---

2022年12月31日的2,646家。在門店數量增加的推動下，直轄市及省會城市門店的收入貢獻由2021年的人民幣1,129.1百萬元增加至人民幣2,172.4百萬元。此外，我們來自加盟店的收入貢獻由2021年的人民幣3,727.9百萬元增加至人民幣6,476.7百萬元，主要是由於2020年及2021年開設的加盟店的收入貢獻由2021年的人民幣2,453.2百萬元增加至2022年的人民幣4,040.1百萬元；及(ii)我們不斷努力推出新產品及升級現有產品，使我們能夠滿足更大消費者群體的多樣化需求。例如，來自燒烤產品的收入由2021年的人民幣294.2百萬元增加142.8%至2022年的人民幣714.2百萬元。同時，我們一直在推廣從飲料到即烹餐包的各種產品類別，共同推動我們收入的可持續增長。

### 綜合指導服務

我們的綜合指導服務收入由2021年的人民幣77.6百萬元增長47.8%至2022年的人民幣114.7百萬元，主要由於加盟商及加盟店數量增加。

### 銷售成本

我們的銷售成本由2021年的人民幣3,602.5百萬元增加64.5%至2022年的人民幣5,924.5百萬元，主要歸因於(i)已售存貨成本由2021年的人民幣3,438.9百萬元增加至2022年的人民幣5,620.8百萬元，及(ii)配送費用由2021年的人民幣155.0百萬元增加至2022年的人民幣257.2百萬元，原因為我們擴大在家吃飯餐食產品及相關產品的銷售。

### 毛利及毛利率

由於上文所述，我們的整體毛利由2021年的人民幣355.3百萬元增加251.5%至2022年的人民幣1,249.0百萬元，主要由於2021年至2022年的總收入增加，尤其是由於我們向加盟商的銷售增加，而該增加被2022年其他銷售渠道的毛損略微抵銷。我們自其他銷售渠道的毛損主要是由於我們向供應商及某些食品批發商銷售進口食材，而有關進口食材價格受市場波動及該等產品市價波動的影響。我們會持續調整銷售進口食材的經營策略。請參閱「業務－生產、採購和供應商－採購」及「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－我們的客戶」。

我們毛利率由2021年的9.0%上升至2022年的17.4%，主要由於(i)我們優化現有產品組合，並在各品類中推出利潤率相對較高的新火鍋及燒烤產品；例如，我們於2022年7月推出火鍋類別的黑牛肚產品，該產品成為我們終端消費者中的熱門產品之一；(ii)我們保持了不俗的成本控制能力，此乃受惠於我們的採購量增長及規模經濟的提

---

## 財務資料

---

升；例如，牛肉產品採購量由2021年約9,800噸增加至2022年約17,000噸，平均採購成本由2021年的每公斤人民幣52.6元減少至2022年的每公斤人民幣51.2元；而向我們提供採購回扣的供應商數目則由2021年的29家大幅增加至2022年的143家；(iii)我們從自營生產設施採購主要產品，包括牛肉、肉丸及火鍋底料；例如，我們自產的牛肚及牛丸產品的成本比從第三方供應商採購的成本低約5%；在收購我們的自營生產設施前，我們主要從和一肉業及其他牛肉供應商採購牛肉、從三全採購肉丸，以及從澄明食品採購火鍋底料；我們隨後分別於2021年8月及2022年11月收購了和一肉業及澄明食品；及(iv)由於我們已建立成熟的銷售網絡並加強我們的品牌知名度，我們於2022年向加盟商提供的推廣活動較少。例如，於2021年，我們向加盟商提供的推廣折扣為人民幣145.3百萬元，並於2022年大幅下跌至人民幣49.2百萬元。

### 銷售及分銷開支

儘管我們的收入增長強勁，但我們的銷售及分銷開支由2021年的人民幣629.4百萬元減少至2022年的人民幣624.6百萬元。由於我們過往於廣告及推廣活動的投資已建立相當的品牌影響力，故我們於2022年減少有關投資（尤其是我們的線上品牌推廣及營銷以及線下推廣及廣告投放），導致我們的廣告及推廣開支減少25.7%。此部分被(i)由於我們維持合理的銷售團隊規模，我們的僱員福利開支由2021年的人民幣215.3百萬元略微增加至2022年的人民幣224.5百萬元所抵銷。同時，我們在銷售及分銷方面大幅提升營運效率，此乃由於數字門店管理系統（包括視頻監控門店及數字化開店過程），這使我們能夠以高效的方式運營不斷擴大的門店網絡；及(ii)倉儲費大致上隨著業務規模擴大而增加，但由於其他銷售渠道產生的收入比例增加導致倉儲費增速放緩，2022年的倉儲費率遠低於2021年。與其他銷售渠道銷售產品有關的倉儲費的整體費率由2021年的17.6%下降至2022年的2.2%，主要是由於(i)2021年倉儲費率較高的電商平台銷售減少，及(ii)2022年向企業客戶的銷售增加，導致倉儲費率大幅下降。因此，我們的銷售及分銷開支佔收入的百分比由2021年的15.9%大幅下降至2022年的8.7%。

---

## 財務資料

---

### 行政開支

我們的行政開支由2021年的人民幣355.7百萬元增加13.5%至2022年的人民幣403.7百萬元，主要由於(i)行政人員的平均薪酬增加導致僱員福利開支增加，(ii)我們投資於數字化管理系統使IT維護及支持費用增加，及(iii)[編纂]開支所致，部分被法律、專業及諮詢費用減少所抵銷。

### 其他開支

我們的其他開支由2021年的人民幣2.1百萬元增加至2022年的人民幣3.0百萬元。該等開支主要指我們在上海COVID-19再度爆發期間作出的捐款。

### 財務成本

我們的財務成本於2021年及2022年維持相對穩定，分別為人民幣2.8百萬元及人民幣2.6百萬元。

### 金融資產減值損失

我們的金融資產減值損失由2021年的人民幣0.4百萬元增加至2022年的人民幣4.6百萬元，主要是由於我們的貿易應收款項由截至2021年12月31日的人民幣14.9百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣134.3百萬元令我們的貿易應收款項減值損失增加。

### 其他收入及收益淨額

我們的其他收入及收益由2021年的人民幣38.7百萬元增至2022年的人民幣121.5百萬元。我們的其他收入由2021年的人民幣27.8百萬元增加至2022年的人民幣59.8百萬元，主要與(i)與收入及資產有關的政府補助人民幣28.5百萬元（主要反映我們的收入增長及對當地經濟的貢獻），及(ii)利息收入由2021年的人民幣16.6百萬元增加至2022年的人民幣23.0百萬元有關。

我們於2022年確認其他收益人民幣61.6百萬元，而2021年則確認其他收益人民幣10.9百萬元。該增加主要來自我們按公允價值計入損益的金融資產的未變現公允價值收益，主要指我們的股權投資。

### 所得稅(開支)／抵免

我們於2022年確認所得稅開支人民幣91.1百萬元，而2021年則確認所得稅抵免人民幣135.6百萬元。

---

## 財務資料

---

### 年內利潤／(虧損)

由於上文所述，我們於2022年錄得利潤人民幣241.0百萬元，而2021年則錄得虧損人民幣460.9百萬元。

具體而言，我們能夠於2022年錄得淨利潤，乃由於(i)我們門店網絡由截至2021年12月31日的6,868家快速擴張至截至2022年12月31日的9,221家而令收入大幅增加；(ii)我們的毛利率由2021年的9.0%增加至2022年的17.4%，主要歸因於(a)我們門店網絡擴張帶來的規模經濟，進一步提升了我們的品牌知名度，從而加大採購量，使我們與供應商擁有強大的議價能力，因而能更好地控制採購成本；(b)升級現有產品並推出利潤率相對較高的新產品；(c)由於我們已建立成熟的銷售網絡並加強我們的品牌知名度，我們於2022年向加盟商提供的推廣活動較2021年少；及(d)以低於向第三方供應商提供的價格自我們的自營生產設施採購部分主要產品，如牛肚、牛丸；(iii)我們的銷售及分銷開支佔收入的百分比由2021年的15.9%下降至2022年的8.7%，主要是由於(a)我們的銷售網絡成熟及品牌知名度增強，而於2022年減少廣告及推廣活動令我們的廣告及推廣開支減少；及(b)僱員福利開支佔收入的百分比下降，部分歸因於我們的數字化努力，包括視頻監控門店及數字化開店過程，導致我們每名門店運營團隊員工所管理門店的平均數量由截至2020年12月31日的3.2家增至截至2022年12月31日的10.7家；(iv)行政開支佔收入的百分比由2021年的9.0%下降至2022年的5.6%，部分歸因於加強數字化管理及提高運營效率令僱員福利開支佔收入的百分比下降；及(vii)合併我們收購的生產設施產生的額外利潤。

### 截至2021年12月31日止年度與截至2020年12月31日止年度比較

#### 收入

我們的總收入由2020年的人民幣2,964.7百萬元增長33.5%至2021年的人民幣3,957.8百萬元，主要由於在家吃飯產品及相關產品銷售收入增加，其次為綜合指導服務銷售收入增加。

#### 銷售在家吃飯產品及相關產品

我們的在家吃飯產品及相關產品銷售收入由2020年的人民幣2,917.9百萬元增長33.0%至2021年的人民幣3,880.2百萬元，主要由於門店數量由截至2020年12月31日的4,300家增加至截至2021年12月31日的6,868家。其中，直轄市及省會門店總數由2020年的1,008家增至2021年的1,705家，在門店數量增加的推動下，直轄市及省會城市門

---

## 財務資料

---

店的收入貢獻由2020年的人民幣795.8百萬元增加至2021年的人民幣1,129.1百萬元。此外，我們來自加盟店的收入貢獻由2020年的人民幣2,910.1百萬元增加至2021年的人民幣3,727.9百萬元，主要是由於2020年及2021年開設的加盟店收入貢獻由人民幣1,323.7百萬元增加至2021年的人民幣2,453.2百萬元。其次，我們不斷努力豐富我們的產品種類，亦為我們的收入增長作出貢獻。例如，來自燒烤產品的收入由2020年的人民幣170.5百萬元增加72.5%至2021年的人民幣294.2百萬元。

### 綜合指導服務

我們的綜合指導服務收入由2020年的人民幣46.8百萬元增長65.8%至2021年的人民幣77.6百萬元，主要由於加盟商及加盟店數目增加。與2020年相比，我們於2021年的綜合指導服務收入實現較快增長，主要來自與2020年下半年及2021年訂約的加盟店有關的已確認收入。

### 銷售成本

我們的銷售成本由2020年的人民幣2,635.5百萬元增加36.7%至2021年的人民幣3,602.5百萬元，主要指已售存貨成本由2020年的人民幣2,514.1百萬元增加至2021年的人民幣3,438.9百萬元，整體上與業務增長及在家吃飯產品及相關產品銷售相一致。

### 毛利及毛利率

由於上文所述，我們的整體毛利由2020年的人民幣329.3百萬元增加7.9%至2021年的人民幣355.3百萬元，主要由於2020年至2021年總收入有所增加。我們的毛利率由2020年的11.1%小幅下降至2021年的9.0%，主要歸因於向加盟商提供的促銷活動增加以提升品牌影響力，這與我們快速的門店網絡擴張相一致。我們會以低價向開設新門店及首次向我們採購的合資格加盟商出售我們的產品。此外，我們在「517」吃貨節為加盟商進行推廣活動，在此期間會向加盟商提供額外補貼。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2020年的人民幣220.1百萬元增加186.0%至2021年的人民幣629.4百萬元，主要由於(i)我們參與銷售及分銷的人員由截至2020年12月31日的1,223名增至截至2021年12月31日的1,741名，以支持我們不斷拓展的業務及營銷力度加大；及(ii)我們大幅增加中央電視台廣告、線上營銷、名人代言及線下廣告投放等廣告及推廣活動。特別是，我們於2020年並無投放中央電視台廣告，但於2021年則開始

---

## 財務資料

---

投放。此外，我們亦於2021年大幅增加線下廣告投放，例如在樓宇、地鐵站等，以進一步觸達及滲透社區。因此，我們的銷售及分銷開支佔收入的百分比由2020年的7.4%大幅增加至2021年的15.9%。

### 行政開支

我們的行政開支由2020年的人民幣161.4百萬元增加120.4%至2021年的人民幣355.7百萬元，主要由於(i)擴大行政團隊令僱員福利增加；(ii)與業務及融資活動有關的法律、專業及諮詢費；及(iii)有關辦公設備的折舊及攤銷。

### 其他開支

我們的其他開支由2020年的人民幣0.1百萬元增加至2021年的人民幣2.1百萬元，主要包括我們支持河南抗洪救災工作的捐款。

### 財務成本

我們的財務成本由2020年的人民幣2.0百萬元增加至2021年的人民幣2.8百萬元，主要有關租賃辦公室的租賃負債利息增加。

### 金融資產減值損失

我們的金融資產減值損失由2020年的零增加至2021年的人民幣0.4百萬元，主要是由於我們的貿易應收款項由截至2020年12月31日的零增至截至2021年12月31日的人民幣14.9百萬元令我們的貿易應收款項減值損失增加。

### 其他收入及收益淨額

我們的其他收入及收益由2020年的人民幣11.3百萬元增至2021年的人民幣38.7百萬元。我們的其他收入由2020年的人民幣11.8百萬元增加至2021年的人民幣27.8百萬元，主要由於(i)利息收入由2020年的人民幣2.2百萬元增加至2021年的人民幣16.6百萬元；及(ii)作為我們對當地經濟增長貢獻的獎勵的政府補助增加

我們於2021年確認其他收入人民幣10.9百萬元，而2020年則確認其他虧損人民幣0.5百萬元，主要由於(i)因人民幣兌美元匯率的波動，2021年錄得與美元計值融資結算有關的匯兌收益淨額，而2020年則錄得匯兌虧損淨額；及(ii)按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益。

## 財務資料

### 所得稅(開支)／抵免

我們於2021年錄得所得稅抵免人民幣135.6百萬元，而2020年則錄得所得稅開支人民幣0.1百萬元。

### 年內虧損

由於上文所述，我們於2021年錄得虧損人民幣460.9百萬元，而2020年則錄得虧損人民幣43.3百萬元。

### 綜合財務狀況表主要項目討論

#### 非流動資產及負債

下表載列我們截至所示日期的非流動資產及負債明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
<b>非流動資產</b>				
物業、廠房及設備	21,656	76,979	357,826	380,447
使用權資產	33,607	80,415	152,330	149,700
商譽	—	—	138,010	138,010
其他無形資產	3,847	6,063	61,064	60,396
於一家聯營公司的投資	—	—	2,000	2,000
指定按公允價值計入其他				
全面收益的股權投資	6,250	95,750	98,838	93,094
其他非流動資產	5,467	18,115	30,957	26,567
按公允價值計入損益的金融資產	—	129,708	187,875	207,101
長期銀行存款	—	181,223	526,208	500,698
遞延稅項資產	35,846	174,303	116,534	78,792
<b>非流動資產總值</b>	<b>106,673</b>	<b>762,556</b>	<b>1,671,642</b>	<b>1,638,805</b>

## 財務資料

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
<b>非流動負債</b>				
遞延收入	—	—	7,335	7,132
計息銀行及其他借款	—	—	191	10,173
租賃負債	16,872	20,452	19,215	17,646
遞延稅項負債	—	1,212	61,361	64,511
<b>非流動負債總額</b>	<b>16,872</b>	<b>21,664</b>	<b>88,102</b>	<b>99,462</b>

### 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括在建工程、辦公設備、汽車、機器設備及租賃物業裝修。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們物業、廠房及設備分別為人民幣21.7百萬元、人民幣77.0百萬元、人民幣357.8百萬元及人民幣380.4百萬元。整個往績記錄期間的整體增加主要由於(i)我們投資和一工廠、丸來丸去工廠及澄明工廠等生產工廠，及(ii)為當地辦事處採購辦公設備及裝修。

### 使用權資產

我們的使用權資產主要包括租賃土地、辦公物業及工廠。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們的使用權資產分別為人民幣33.6百萬元、人民幣80.4百萬元、人民幣152.3百萬元及人民幣149.7百萬元。該增加主要有關我們收購生產工廠及租賃新增辦公物業以支持我們的業務擴張。

### 商譽

截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們分別確認商譽零、零、人民幣138.0百萬元及人民幣138.0百萬元。於2022年，商譽主要與我們收購澄明食品有關。我們於每年12月31日前對商譽進行年度減值測試。請參閱「重要會計政策、判斷及估計－業務合併及商譽」及本文件附錄一會計師報告附註16。

## 財務資料

該等計算採用了須使用判斷及估計的多個假設。本集團現金產生單位（「現金產生單位」）的可收回金額乃根據使用價值（「使用價值」）計算釐定。使用價值乃根據管理層批准的五年財務預算，在稅前現金流預測中應用折現現金流模型釐定。使用的貼現率為稅前貼現率，反映與相關操作有關的特定風險。每個時期的收入額是收入及成本的主要驅動力。收入及相關成本的增長乃根據過去的業績及管理層對市場發展的預期來估計。長期增長率乃為用於推斷預算期以外現金流量的加權平均增長率。

**2023年4月30日**

財政預算期	5年
年均增長率	13.9%
長期增長率	2.3%
平均毛利率	19.3%
稅前貼現率	20.1%

長期增長率乃基於多份行業報告中載列的預測，此預測於往績記錄期內保持一致。平均毛利率乃基於過去的業績及管理層對未來的期望釐定，過去的業績於往績記錄期內保持一致。稅前貼現率由於整個往績記錄期間澄明食品的資本結構或特定風險無重大改變而維持一致。

### 商譽減值測試

透過業務合併收購的商譽分配至澄明食品的現金產生單位進行減值測試。

澄明食品現金產生單位之可收回金額乃基於使用價值釐定，其計算乃根據高級管理層批准的五年期財政預算或預測作出的現金流量預測得出。用於推算其後現金流量的長期增長率乃基於各單位的估計增長率，當中考慮到行業增長率、過往經驗及各現金產生單位的中期或長期增長目標。

## 財務資料

下表載列現金流量預測所用稅前貼現率、用於編製現金流量預測的預測平均銷售增長率及毛利率以及用於所示日期的長期增長率。

	平均銷售 增長率 (五年期間)	平均毛利率 (五年期間)	長期增長率	稅前貼現率
2022年12月31日	15.3%	19.3%	2.3%	20.1%
2023年4月30日	13.9%	19.3%	2.3%	20.1%

截至2022年12月31日及2023年4月30日，計算澄明食品現金產生單位的使用價值時使用了假設。下文描述管理層就澄明食品現金產生單位進行商譽減值測試所依據的各項主要假設：

**預算銷售額**–預算銷售額乃以歷史銷售數據及管理層對市場前景的預期為基礎。

**預算毛利率**–以預算年度前一年所得的平均毛利率為基礎，來釐定預算毛利率所分配的價值，並就預期效益收益及預期市場發展作出調整。

**稅前貼現率**–貼現率反映與現金產生單位有關的特定風險。

分配至澄明食品現金產生單位市場發展的主要假設的價值及貼現率與外部資料來源一致。

董事認為，可收回金額所依據的主要假設的任何合理可能變動將不會導致澄明食品現金產生單位的賬面值超出其可收回金額。

### 敏感度分析

截至2022年12月31日及2023年4月30日，澄明食品的可收回金額估計將分別較賬面值超出人民幣27.9百萬元及人民幣45.1百萬元，故並無確認減值。

## 財務資料

截至2022年12月31日及2023年4月30日，下表中對減值測試檢討所用假設的變動可單獨導致澄明食品的可收回金額等於其賬面值：

	截至2022年12月31日		截至2023年4月30日	
	從	變為	從	變為
平均銷售增長率(五年期間內)	15.3%	14.2%	13.9%	12.4%
平均毛利率(五年期間內)	19.3%	18.3%	19.3%	17.9%
長期增長率	2.3%	1.1%	2.3%	0.03%
稅前貼現率	20.1%	21.5%	20.1%	22.4%

### 其他無形資產

我們的其他無形資產主要包括合資格資本化的軟件及商標。我們的其他無形資產由截至2020年12月31日的人民幣3.8百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣6.1百萬元，主要歸因於我們為升級內部IT系統採購軟件。截至2022年12月31日，我們的其他無形資產其後進一步增加至人民幣61.1百萬元，主要由於我們於2022年收購時確認的澄明食品商標的公允價值。我們的其他無形資產於2022年12月31日及2023年4月30日維持相對穩定，分別為人民幣61.1百萬元及人民幣60.4百萬元。使用壽命有限的無形資產攤銷期限及攤銷方法最少於每個財政年度末進行審閱，商標無形資產按成本列賬，並在其估計可使用年限十年內按直線法攤銷。

### 按公允價值計入損益的金融資產

我們列作非流動資產的按公允價值計入損益的金融資產主要為我們於Dmall Inc.的[編纂]可轉換可贖回優先股。我們投資於Dmall Inc.，Dmall Inc.為我們提供數字系統諮詢及共同開發服務。截至最後實際可行日期，我們並無導回自Dmall Inc.獲得的[編纂]前所得款項，反之亦然。我們列作流動資產的按公允價值計入損益的金融資產為不具保證收益的理財產品，及較少金額的保本型結構性存款。有關產品乃購自中國有聲譽的商業銀行，即中信銀行、中國建設銀行及上海浦東發展銀行。請參閱本文件附錄一會計師報告附註40。

## 財務資料

投資明細列示如下：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
<b>非流動資產</b>				
[編纂]可轉換可贖回優先股	—	129,708	187,875	207,101
<b>流動資產</b>				
理財產品	—	200,334	50,067	210,257
	<b>—</b>	<b>330,042</b>	<b>237,942</b>	<b>417,358</b>

下表載列截至所示日期我們的理財產品公允價值結餘：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
不具保證收益的理財產品	—	120,165	—	—
結構性存款	—	80,169	50,067	210,257
<b>總計</b>	<b>—</b>	<b>200,334</b>	<b>50,067</b>	<b>210,257</b>

於往績記錄期間，我們購買年利率介乎1.3%至3.8%的結構性存款。截至最後實際可行日期，我們截至上述日期的100.0%理財產品均已被贖回且實現相關投資回報。

根據我們購買此類金融資產的投資政策，我們監控閒置現金及銀行結餘金額，並在滿足相關時間的營運資金需求的前提下利用該等閒置現金以增加我們的收益。此外，我們採用一套全面的內部政策及指引來管理我們的投資，以監測與我們理財產品組合相關的投資風險。我們通過一套全面的內部政策和指引來監控和控制與我們的金融產品組合相關的投資風險，以管理我們的投資。我們的財務部負責建議、分析及評

---

## 財務資料

---

估該等產品的潛在投資。我們的管理層（包括我們的財務部門）在管理企業運營的財務方面擁有豐富的經驗。董事會決定我們的投資策略。對金融產品作出任何重大投資或修改我們現有的投資組合之前，該建議須經董事長審查及批准。

我們與該等產品相關的投資策略專注於通過合理匹配投資組合的到期日與預期經營現金需求來降低財務風險，同時產生理想的投資回報。為控制我們的風險敞口，我們在全面考慮多項因素（包括但不限於宏觀經濟環境、整體市場狀況、發行金融機構的風險控制及信用、我們自身的營運資金狀況以及投資的預期盈利或潛在虧損）後作出與金融產品相關的投資決策。

於[編纂]後，我們擬繼續嚴格按照我們的內部控制政策及組織章程細則進行投資（如結構性存款及理財產品），若有關投資為上市規則第十四章下的須予公佈交易，本公司將遵守上市規則第十四章的相關規定，包括公告、申報及／或股東批准規定（如適用）。

我們的內部控制政策規定，凡購買任何金融產品前須提交申請，當中應列明有關產品的詳情及風險，並獲得具備商業和財務顧問專業知識的管理層批准。凡購買金融產品，必須獲得財務部主管、首席財務官及董事會主席的批准。而購買不具保證收益的金融產品須經董事會主席批准。此外，我們的財務團隊會根據我們的業務發展需要和潛在風險對各項金融產品作出評估，藉以遵守內部控制政策。

我們的內部控制措施包括核實相關回報率、投資風險、投資條款，以及本金支付及估計回報是否具保證。我們亦會核對購買金額是否在許可限額之內，並在購買任何金融產品前取得妥當批准。一般而言，發行銀行不會對理財產品的本金和回報提供保障或保證。我們主要投資於中國大型商業銀行的中短期結構性存款及理財產品，所涉風險相對較低。我們投資的理財產品主要屬於在銀行間市場或中國交易所報價的低風險及流動固定收益工具。

購入金融產品後，我們通過注視經濟趨勢、利率變化、銀行信用狀況及其他因素，密切監測有關金融產品的風險。我們亦會主動向銀行跟進，務求根據所訂協議及時收取回報。

---

## 財務資料

---

### 指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資

我們指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資主要為我們於澄明食品、逮蝦記及樂口(廈門)科技有限公司(「樂口(廈門)」)的[編纂]股權投資(按公允價值計量)。於2021年11月，我們以增資形式對逮蝦記進行初始投資人民幣50.0百萬元，該公司主要從事食品(專營蝦醬產品)的生產及銷售。於2021年8月，我們向樂口(廈門)作出初始投資，該公司主要從事餐飲及供應鏈管理及食品生產。我們向樂口(廈門)的初始投資總額為人民幣37.5百萬元，包括(i)增資人民幣22.5百萬元及(ii)我們向一名賣方(為有限合夥企業)收購1.5%股權的對價人民幣15.0百萬元。對價乃經參考樂口(廈門)的業務估值並考慮其預計未來表現後釐定。

我們採用市場法釐定對逮蝦記及樂口(廈門)的投資的公允價值。具體而言，逮蝦記及樂口(廈門)的價值乃由外部估值師使用可比較上市公司的市場倍數(如市銷率)進行獨立分析，經扣除缺乏市場流通性折讓以得出逮蝦記及樂口(廈門)的股本總值。截至2020年、2021年、2022年12月31日及2023年4月30日，我們於逮蝦記的投資的公允價值分別為零、人民幣50.0百萬元、人民幣57.3百萬元及人民幣56.7百萬元，我們於樂口(廈門)的投資的公允價值分別為零、人民幣37.5百萬元、人民幣41.6百萬元及人民幣36.4百萬元。截至2022年12月31日，我們於逮蝦記及樂口(廈門)的投資的公允價值有所上升，主要由於2022年該兩家公司的收入增加，而其後截至2023年4月30日我們於逮蝦記及樂口(廈門)的投資的公允價值下降，主要由於市場整體呈下行趨勢。

截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資分別為人民幣6.3百萬元、人民幣95.8百萬元、人民幣98.8百萬元及人民幣93.1百萬元。該等變動主要由於被投資公司及在公允價值層級中以第3層計量的新投資的整體估值變動。進一步詳情載於本文件附錄一會計師報告附註19。

## 財務資料

### 流動資產淨值

下表載列我們截至所示日期的流動資產及流動負債明細：

	截至12月31日			截至	截至
	2020年	2021年	2022年	4月30日	8月31日
	(人民幣千元)			2023年	2023年
				(未經審核)	
<b>流動資產</b>					
存貨	646,588	601,616	1,047,404	550,628	498,572
貿易應收款項	—	14,890	134,325	130,228	63,429
預付款項、其他應收款項 及其他資產	294,062	479,305	440,114	511,896	512,083
受限制現金	27,123	33,474	42,164	45,639	47,971
按公允價值計入損益的 金融資產	—	200,334	50,067	210,257	421,438
現金及銀行結餘	100,821	627,573	694,954	623,148	395,989
<b>流動資產總值</b>	<b>1,068,594</b>	<b>1,957,192</b>	<b>2,409,028</b>	<b>2,071,796</b>	<b>1,939,482</b>
<b>流動負債</b>					
貿易應付款項	97,405	180,993	577,481	195,686	207,083
其他應付款項及應計費用	275,011	380,930	589,519	476,119	496,436
計息銀行及其他借款	88,244	—	95,438	95,503	71,219
租賃負債	14,079	20,355	19,938	22,919	21,203
應付稅項	13,277	1,080	20,641	13,911	6,854
<b>流動負債總額</b>	<b>488,016</b>	<b>583,358</b>	<b>1,303,017</b>	<b>804,138</b>	<b>802,795</b>
<b>流動資產淨值</b>	<b>580,578</b>	<b>1,373,834</b>	<b>1,106,011</b>	<b>1,267,658</b>	<b>1,136,687</b>

## 財務資料

我們的流動資產淨值由截至2023年4月30日的人民幣1,267.7百萬元減少至截至2023年8月31日的人民幣1,136.7百萬元，主要由於(i)現金及銀行結餘減少人民幣227.2百萬元；(ii)貿易應收款項減少人民幣66.8百萬元；及(iii)存貨減少人民幣52.1百萬元，部分被按公允價值計入損益的金融資產因從中國信譽良好的商業銀行購買保本型結構性存款而增加人民幣211.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣1,106.0百萬元增加至截至2023年4月30日的人民幣1,267.7百萬元，主要由於(i)我們結算通常為十月至來年二月的旺季做準備而採購的原材料及食品有關的貿易應付款項，使貿易應付款項減少人民幣381.8百萬元；(ii)由於我們向僱員派發年終花紅及結算應計開支、其他應付稅項及有關物業、廠房及設備的其他應付款項，其他應付款項及應計費用減少人民幣113.4百萬元；及(iii)按公允價值計入損益的金融資產增加人民幣160.2百萬元，有關增加部分被存貨減少人民幣496.8百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣1,373.8百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣1,106.0百萬元，主要由於(i)貿易應付款項增加人民幣396.5百萬元；及(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣208.6百萬元。部分被(i)存貨增加人民幣445.8百萬元；及(ii)貿易應收款項增加人民幣119.4百萬元所抵銷。

我們流動資產淨值由截至2020年12月31日的人民幣580.6百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣1,373.8百萬元，主要由於(i)現金及銀行結餘增加人民幣526.8百萬元；(ii)按公允價值計入損益的金融資產增加人民幣200.3百萬元；及(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣185.2百萬元，部分被(i)存貨減少人民幣45.0百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣105.9百萬元；及(iii)貿易應付款項增加人民幣83.6百萬元所抵銷。

### 存貨

我們的存貨主要包括(i)食品生產原材料，及(ii)成品。下表載列我們截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
原材料	–	33,544	94,774	124,730
成品	646,588	568,072	956,528	432,119
存貨減值撥備	–	–	(3,898)	(6,221)
<b>總計</b>	<b>646,588</b>	<b>601,616</b>	<b>1,047,404</b>	<b>550,628</b>

## 財務資料

我們的存貨由截至2020年12月31日的人民幣646.6百萬元減少至截至2021年12月31日的人民幣601.6百萬元，乃由於我們預期COVID-19疫情導致供應鏈中斷於是在2020年末加大成品採購。我們於2021年減少成品的存貨水平乃由於我們提升運營效率。存貨減少部分被原材料增加人民幣33.5百萬元所抵銷，而原材料增加乃由於我們於2021年收購兩間食品生產工廠。

我們的存貨增加至截至2022年12月31日的人民幣1,047.4百萬元，主要由於製成品的存貨水平增加，原因是(i)我們加盟店的數量不斷增加；(ii)為迎接2023年1月中旬相對較早到來的春節，我們加大了製成品採購；及(iii)我們為應對COVID-19疫情導致的供應鏈中斷而於2022年下半年提高存貨水平。此外，由於我們的兩個生產設施(和一工廠及丸來丸去工廠)全面投入生產以及於2022年收購澄明食品，我們的原材料增加人民幣61.2百萬元。

其後，我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣1,047.4百萬元減少至截至2023年4月30日的人民幣550.6百萬元，主要由於2022年底戰略性增加火鍋產品庫存，並其後於2023年前兩個月的旺季時銷售有關產品。

我們於往績記錄期間不時評估存貨減值，倘存貨逾期或損壞或存貨跌價，且其可變現淨值大幅減少，則可能計提撥備以將存貨撇減至可變現淨值。於往績記錄期間，我們分別於截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日確認存貨減值撥備零、零、人民幣3.9百萬元及人民幣6.2百萬元。

於往績記錄期間，我們所有存貨的賬齡均在一年以內。下表載列我們於往績記錄期間的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至4月30日
				止四個月
	2020年	2021年	2022年	2023年
存貨周轉天數 <sup>(1)</sup>	56.3	63.2	50.8	58.5

附註：

(1) 按該期間期初與期末存貨結餘的平均數除以相關期間銷售成本再乘以該期間天數計算。

## 財務資料

我們的存貨周轉天數於2020年及2021年有所增加，分別為56.3天及63.2天，於2022年減少至50.8天，反映我們銷售額增加以及供應鏈管理運營效率提高。其後，我們的存貨周轉天數由2022年的50.8天增加至截至2023年4月30日止四個月的58.5天，主要是由於戰略性增加食品生產所用的原材料庫存。

截至2023年8月31日，我們截至2023年4月30日的存貨中的人民幣457.7百萬元或約82.2%其後已消耗或出售。

### 貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要有關應收食品批發商及餐廳、超市和其他企業等其他客戶的款項。下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
貿易應收款項	–	15,316	139,335	141,700
– 未逾期	–	10,239	51,808	10,507
– 逾期少於90日	–	5,077	84,032	51,978
– 逾期90日以上	–	–	3,495	79,215
減值	–	(426)	(5,010)	(11,472)
<b>總計</b>	<b>–</b>	<b>14,890</b>	<b>134,325</b>	<b>130,228</b>

我們通常在相關銷售合約中載明與客戶的貿易條款。於往績記錄期間，我們相信我們已實施有效的信用管理制度及政策。我們通常要求加盟商在交付產品前提前付款。我們根據客戶信用管理系統並參照相關企業客戶的信用情況向若干客戶提供通常為一個月、可延長至最長六個月的信用期。我們通過考慮客戶的歷史交易、過往經驗及歷史結算模式以及前瞻性調整來評估客戶的信譽。此外，我們安排指定的銷售人員及財務團隊人員積極跟進該等企業客戶，並在他們有需要時討論還款計劃。我們安排指定的銷售人員及財務團隊人員積極跟進逾期發票。截至最後實際可行日期，截至2023年4月30日賬齡超過90天的最大貿易應收款項結餘的五名客戶已悉數結付截至2023年4月30日其各自的未償還貿易應收款項。基於該等因素，我們認為違約風險有限。管理層認為，截至2023年4月30日，概無單一客戶重大集中的信貸風險。自2023

## 財務資料

年4月30日以來，交易對手信貸風險概無重大變動，考慮到企業客戶正在進行的業務活動、市場狀況以及彼等的財務實力和股東背景，截至2023年4月30日已收回的貿易應收款項金額符合我們管理層的預期。基於2022年底及2023年上半年客戶顯示的實際還款模式，貿易應收款項的可收回程度符合管理層的預期，且無重大偏離顯示必須對貿易應收款項預期信貸虧損率作出調整。我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期與客戶之間並無重大收款問題。

我們使用撥備矩陣計算貿易應收款項的預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）。撥備矩陣初步以逾期貿易應收款項的賬齡遷移率為基礎。我們校準矩陣，以對照前瞻性資料調整過往信貸虧損經驗。舉例而言，倘預測經濟狀況預期會於下一年惡化而可能導致零售分部的違約數量增加，則會調整過往違約率。於釐定虧損率時，會考慮逾期貿易應收款項的遷移率，過往信貸虧損經驗，並就債務人的特定因素作出調整，並評估於報告日期的當前及預測的整體經濟狀況。請參閱本文件附錄一會計師報告附註23。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們分別錄得零、人民幣0.4百萬元、人民幣5.0百萬元及人民幣11.5百萬元的貿易應收款項減值。

鑒於貿易應收款項的良好收款記錄，管理層認為應收客戶的未償還貿易應收款項結餘的固有信貸風險並不重大，且作出的一般撥備充足。

我們的貿易應收款項由截至2020年12月31日的零增加至截至2021年12月31日的人民幣14.9百萬元，主要由於(i)我們於2021年在策略上拓展銷售渠道及向餐廳及超市直接銷售在家吃飯產品及相關產品；及(ii)由於我們在2021年收購兩間食品生產工廠（和一工廠及丸來丸去工廠）並承擔主要由其企業客戶（如餐廳及超市）所欠的貿易應收款項，故使應收企業客戶款項增加。截至2021年12月31日，該兩間工廠所涉貿易應收款項為人民幣6.5百萬元。截至2022年12月31日及2023年4月30日，我們的貿易應收款項分別為人民幣134.3百萬元及人民幣130.2百萬元，主要為與以下各方的交易及應收賬項增加：(i)食品供應商及食品批發商，我們向彼等出售我們批量購買的原料，請參閱「業務－我們的銷售渠道及門店網絡－我們的客戶」；(ii)直接從我們的生產廠採購的企業客戶，與該等廠房有關的貿易應收款項截至2022年12月30日為人民幣22.8百萬元，截至2023年4月30日則為人民幣13.0百萬元；及(iii)超市。相關增長主要因我們擴大了生產能力。

## 財務資料

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項賬齡分析：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
貿易應收款項				
1個月內	–	10,118	51,494	10,432
1至3個月	–	4,198	80,681	35,364
3至6個月	–	574	684	78,373
6至12個月	–	–	1,182	6,048
1至2年	–	–	284	11
<b>總計</b>	<b>–</b>	<b>14,890</b>	<b>134,325</b>	<b>130,228</b>

下表載列我們截至所示日期的食品批發商、超市、餐廳及其他貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
食品批發商				
1個月內	–	6,706	45,693	9,148
1至3個月	–	2,357	78,453	34,623
3至6個月	–	–	510	76,072
6至12個月	–	–	1,039	5,310
1至2年	–	–	276	10
<b>小計</b>	<b>–</b>	<b>9,063</b>	<b>125,971</b>	<b>125,163</b>
超市、餐廳及其他				
1個月內	–	3,412	5,801	1,284
1至3個月	–	1,841	2,228	741
3至6個月	–	574	174	2,301
6至12個月	–	–	143	738
1至2年	–	–	8	1
<b>小計</b>	<b>–</b>	<b>5,827</b>	<b>8,354</b>	<b>5,065</b>
<b>總計</b>	<b>–</b>	<b>14,890</b>	<b>134,325</b>	<b>130,228</b>

## 財務資料

下表載列我們於往績記錄期間的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至4月30日 止四個月
	2020年	2021年	2022年	2023年
貿易應收款項周轉天數 <sup>(1)</sup>	–	0.7	3.9	8.1

附註：

- (1) 某一期間的貿易應收款項周轉天數按該期間期初與期末貿易應收款項結餘（不包括減值撥備）的平均數除以相關期間收入再乘以該期間天數計算。

於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月，我們的貿易應收款項周轉天數分別為零、0.7天、3.9天及8.1天。整個往績記錄期間的整體增加主要由於我們擴大銷售渠道，貿易應收款項隨之增加，而我們授予合資格客戶最多180天的信貸期。

截至2023年8月31日，我們截至2023年4月30日的貿易應收款項中的人民幣79.4百萬元或約56.0%其後已收回。

### 預付款項、其他應收款項及其他資產

預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括預付款項、就產品採購而支付供應商的按金、可收回增值稅及其他。下表載列我們截至所示日期的預付款項、其他應收款項及其他資產明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
預付款項	170,601	297,949	230,092	331,378
按金	39,872	37,515	28,124	28,810
應收線上支付平台的款項	–	16,957	61,455	3,531
可收回增值稅	46,592	60,478	61,800	69,929
應收關聯方款項 <sup>(1)</sup>	19,236	49,734	22,063	20,605
其他	17,761	16,672	36,580	57,643
<b>總計</b>	<b>294,062</b>	<b>479,305</b>	<b>440,114</b>	<b>511,896</b>

附註：

- (1) 指向為我們關聯方的供應商支付的預付款項及按金，均為貿易性質。請參閱本文件附錄一會計師報告附註39。

## 財務資料

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2020年12月31日的人民幣294.1百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣479.3百萬元，主要包括向主要供應商作出的預付款項。我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2021年12月31日的人民幣479.3百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣440.1百萬元，主要由於預付款減少，原因為主要供應商為我們提供更多付款優惠條款。我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2022年12月31日的人民幣440.1百萬元增加至截至2023年4月30日的人民幣511.9百萬元，主要由於用於銷售在家吃飯產品（包括若干進口食材）的存貨相關預付款項增加，部分被我們與在線支付平台結算時應收在線支付平台款項減少所抵銷。

截至2023年8月31日，我們截至2023年4月30日的預付款項、其他應收款項及其他資產中的人民幣257.0百萬元或約50.2%其後已結清。

### 貿易應付款項

我們的貿易應付款項指我們於日常業務過程中就自供應商購買的貨品或服務的付款責任。

我們的貿易應付款項由截至2020年12月31日的人民幣97.4百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣181.0百萬元，主要由於我們業務擴展令貨品採購增加。我們的貿易應付款項由截至2021年12月31日的人民幣181.0百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣577.5百萬元，主要由於(i)我們增加採購，為十月至來年二月的旺季作準備；(ii)業務擴張；及(iii)供應商給予我們更優惠的付款條款。於2022年，先前要求預付款項的若干供應商開始就我們採購原材料及產品授予我們信貸期。我們的貿易應付款項由截至2022年12月31日的人民幣577.5百萬元減少至截至2023年4月30日的人民幣195.7百萬元，主要由於結算與在臨近2022年底採購原材料及食品相關的貿易應付款項。

下表載列我們截至所示日期基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
1個月內	87,756	175,777	531,637	126,734
1至3個月	8,655	3,087	40,629	44,428
3至6個月	667	470	1,891	20,817
6個月至1年	83	1,631	1,362	760
1年以上	244	28	1,962	2,947
<b>總計</b>	<b>97,405</b>	<b>180,993</b>	<b>577,481</b>	<b>195,686</b>

## 財務資料

下表載列我們於往績記錄期間的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至4月30日
				止四個月
	2020年	2021年	2022年	2023年
貿易應付款項周轉天數 <sup>(1)</sup>	10.8	14.1	23.4	28.3

(1) 某一期間的貿易應付款項周轉天數按該期間期初與期末貿易應付款項結餘的平均數除以相關期間銷售成本再乘以該期間天數計算。

我們的貿易應付款項周轉天數由2020年的10.8天增加至2021年的14.1天，並於2022年進一步增加至23.4天以及於截至2023年4月30日止四個月進一步增加至28.3天，代表我們與供應商的議價能力增強。

截至2023年8月31日，我們於截至2023年4月30日的貿易應付款項中的人民幣173.3百萬元或約88.6%其後已結清。

### 其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(i)代加盟商收取預付卡款項，(ii)應付員工工資、花紅及福利，(iii)按金及(iv)合約負債。下表載列我們截至所示日期的其他應付款項及應計費用明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
代加盟商收取預付卡款項	67,808	83,687	118,223	114,048
應付員工工資、花紅及福利	47,486	88,597	115,829	84,196
按金	46,822	72,803	111,525	117,901
合約負債	54,663	61,398	91,140	76,006
應計費用	14,276	29,354	54,320	26,297
其他應付稅項	18,594	23,037	40,550	15,372
物業、廠房及設備的				
其他應付款項	—	6,727	39,104	24,021
其他應付款項 <sup>(1)</sup>	25,362	15,327	18,828	18,278
<b>總計</b>	<b>275,011</b>	<b>380,930</b>	<b>589,519</b>	<b>476,119</b>

## 財務資料

附註：

(1) 其他應付款項主要包括有關合約負債的其他應課稅項及代加盟商收取加盟店銷售款。

我們的其他應付款項及應計費用由截至2020年12月31日的人民幣275.0百萬元增加至2021年12月31日的人民幣380.9百萬元，並進一步增加至截至2022年12月31日的人民幣589.5百萬元，主要由於以下各項增加：(i)代加盟商收取預付卡款項（指我們發行的預付卡中預付但尚未消費的款項）；(ii)隨著員工隊伍擴大而應付員工工資、花紅及福利；(iii)因加盟店網絡拓展而收自加盟商的按金；(iv)收購生產廠房有關的物業、廠房及設備的其他應付款項；及(v)合約負債。我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣589.5百萬元減少至截至2023年4月30日的人民幣476.1百萬元，主要由於(i)因向員工支付年末花紅，故應付員工工資、花紅及福利減少；(ii)就推廣活動結算應計費用；以及(iii)其他應付稅項減少，與我們業務的季節性一致。

我們的合約負債主要指因我們已收取加盟商對價（或加盟商應付對價金額）而須向加盟商提供產品或服務的責任，主要包括(i)加盟商尚未收貨的配送中在家吃飯產品及相關產品的預付款，以及(ii)待確認為收入的綜合指導服務費。

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
收自客戶的短期預付款：				
銷售在家吃飯產品及 相關產品	23,422	20,920	22,190	15,954
綜合指導服務費	31,241	40,478	68,950	60,052
<b>合約負債總額</b>	<b>54,663</b>	<b>61,398</b>	<b>91,140</b>	<b>76,006</b>

我們的合約負債由截至2020年12月31日的人民幣54.7百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣61.4百萬元，並進一步大幅增加至截至2022年12月31日的人民幣91.1百萬元，主要來自我們擴張的加盟網絡。我們的合約負債其後由截至2022年12月

## 財務資料

31日的人民幣91.1百萬元減少至截至2023年4月30日的人民幣76.0百萬元，主要由於收自(i)送貨上門的在家吃飯產品及相關產品以及(ii)綜合指導服務費用的預付款項減少所致。該等預付款項尚未確認為收入。

截至2023年8月31日，我們截至2023年4月30日的合約負債中的人民幣45.3百萬元或約59.6%其後已確認為收入。

### 流動資金及資本資源

我們過往主要通過我們業務營運所得款項和股東出資來撥付我們的現金需求。[編纂]後，我們擬透過業務營運產生的現金及[編纂]的[編纂]淨額來撥付我們未來的資本需求。我們預計為我們未來的營運撥資的融資的可用性將不會發生任何變化。

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
營運資金變動前經營					
利潤／(虧損)	(12,628)	(575,919)	322,028	27,724	171,831
營運資金變動	(516,496)	(16,811)	(41,105)	71,978	(61,615)
已付所得稅	(14,613)	(14,066)	(709)	(637)	(8,348)
已收利息	2,235	8,769	5,069	1,733	2,371
<b>經營活動(所用)／所得現金淨額</b>	<b>(541,502)</b>	<b>(598,027)</b>	<b>285,283</b>	<b>45,350</b>	<b>104,239</b>
投資活動所用現金淨額	(32,040)	(864,443)	(40,399)	329,426	(256,970)
融資活動所得現金淨額	576,839	1,777,147	32,529	(8,440)	925
現金及現金等價物增加淨額	3,297	314,677	277,413	(292,516)	(151,806)
年初現金及現金等價物	100,346	100,821	417,573	417,573	694,954

## 財務資料

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
匯兌差額影響淨額	(2,822)	2,075	(32)	-	-
年／期末現金及現金等價物	100,821	417,573	694,954	125,057	543,148

### 經營活動(所用)／所得現金流量淨額

截至2023年4月30日止四個月，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣104.2百萬元，乃通過以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前利潤人民幣163.5百萬元達致營運資金變動前經營利潤人民幣171.8百萬元而計算，並由營運資金變動進一步調整，主要包括存貨減少人民幣494.5百萬元，部分被貿易應付款項減少人民幣381.8百萬元及其他應付款項及應計費用減少人民幣98.3百萬元所抵銷。

2022年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣285.3百萬元。我們的經營活動所得現金淨額乃通過以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前利潤人民幣332.0百萬元達致營運資金變動前經營利潤人民幣322.0百萬元而計算，進一步按經營營運資金變動調整，當中主要包括貿易應付款項增加人民幣320.2百萬元及其他應付款項及應計費用增加人民幣121.8百萬元，部分被存貨增加人民幣411.4百萬元及貿易應收款項增加人民幣113.9百萬元所抵銷。

2021年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣598.0百萬元。我們的經營活動所用現金淨額乃通過以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前虧損人民幣596.5百萬元達致營運資金變動前經營虧損人民幣575.9百萬元而計算，並由營運資金變動進一步調整，主要包括預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣159.0百萬元，部分被貿易應付款項增加人民幣74.6百萬元所抵銷。

2020年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣541.5百萬元。我們的經營活動所用現金淨額乃通過以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前虧損人民幣43.2百萬元達致營運資金變動前經營虧損人民幣12.6百萬元而計算，並由營運資金變動進一步調整，主要包括(i)存貨增加人民幣480.4百萬元及(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣188.5百萬元，部分被其他應付款項及應計費用增加人民幣124.3百萬元所抵銷。

---

## 財務資料

---

### 投資活動所用現金流量淨額

截至2023年4月30日止四個月，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣257.0百萬元，主要歸因於購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣340.0百萬元，部分被出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣180.8百萬元所抵銷。

2022年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣40.4百萬元，主要由於購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣805.1百萬元及購入時原期限為三個月以上的銀行存款增加人民幣330.0百萬元，部分被出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣959.8百萬元所抵銷。

2021年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣864.4百萬元，主要由於購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣839.7百萬元及購入時原期限為三個月以上的銀行存款增加人民幣710.0百萬元，部分被出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣518.6百萬元所抵銷。

2020年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣32.0百萬元，主要由於購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣891.0百萬元及購置物業、廠房及設備項目人民幣25.8百萬元，部分被出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣893.2百萬元所抵銷。

### 融資活動所得現金流量淨額

截至2023年4月30日止四個月，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣0.9百萬元，主要歸因於計息銀行及其他借款人民幣100.0百萬元及非控股權益持有人出資人民幣2.5百萬元，部分被償還計息銀行及其他借款人民幣90.0百萬元、支付租賃負債人民幣7.9百萬元、支付予非控股權益持有人的股息人民幣2.3百萬元及支付予計息銀行及其他借款的利息人民幣1.4百萬元所抵銷。

2022年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣32.5百萬元，主要由於計息銀行及其他借款所得款項人民幣40.5百萬元，部分被償還租賃負債人民幣27.0百萬元所抵銷。

2021年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣1,777.1百萬元，主要由於投資者注資人民幣1,869.1百萬元，部分被償還計息銀行及其他借款人民幣107.9百萬元所抵銷。

## 財務資料

2020年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣576.8百萬元，主要由於投資者注資人民幣618.2百萬元及計息銀行及其他借款所得款項人民幣107.8百萬元，部分被償還計息銀行及其他借款人民幣136.9百萬元所抵銷。

### 債項

下表載列我們截至所示日期的債項明細：

	截至12月31日			截至	截至
	2020年	2021年	2022年	4月30日	8月31日
	(人民幣千元)			2023年	2023年
					(未經審核)
借款	88,244	–	95,629	105,676	80,375
租賃負債	30,951	40,807	39,153	40,565	34,512
<b>總計</b>	<b>119,195</b>	<b>40,807</b>	<b>134,782</b>	<b>146,241</b>	<b>114,887</b>

### 借款

截至2020年12月31日、截至2021年12月31日、截至2022年12月31日、截至2023年4月30日及截至2023年8月31日（即債項而言的債項日期），我們的計息銀行及其他借款分別為人民幣88.2百萬元、零、人民幣95.6百萬元、人民幣105.7百萬元及人民幣80.4百萬元。於2020年、2021年及2022年、截至2023年4月30日止四個月以及截至2023年8月31日止八個月，銀行及其他借款的實際年利率分別為3.95%至5.88%、零、4.50%至6.90%、4.50%至6.90%及4.50%至6.90%。

	截至12月31日			截至	截至
	2020年	2021年	2022年	4月30日	8月31日
	(人民幣千元)			2023年	2023年
					(未經審核)
<b>流動</b>					
銀行貸款－有抵押	30,182	–	55,076	55,159	51,167
銀行貸款－無抵押	10,037	–	40,309	40,293	20,000
其他借款－有抵押	275	–	53	51	–
其他借款－無抵押	47,750	–	–	–	52
<b>小計</b>	<b>88,244</b>	<b>–</b>	<b>95,438</b>	<b>95,503</b>	<b>71,219</b>

## 財務資料

	截至12月31日			截至	截至
				4月30日	8月31日
	2020年	2021年	2022年	2023年	2023年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
<b>非流動</b>					
銀行貸款－有抵押	–	–	–	10,000	9,000
其他借款－有抵押	–	–	191	173	156
小計	–	–	191	10,173	9,156
<b>總計</b>	<b>88,244</b>	<b>–</b>	<b>95,629</b>	<b>105,676</b>	<b>80,375</b>

於往績記錄期間，我們的借款主要用於撥付我們因業務擴張而增加的營運資金需求。我們的有抵押銀行貸款主要由若干關聯方或若干物業、廠房及設備及使用權資產提供擔保。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，關聯方提供的擔保已於隨後解除。請參閱本文件附錄一會計師報告附註27。截至最後實際可行日期，我們的債務並無可能會嚴重限制我們承擔額外債務或股權融資能力的重大限制性契諾，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期亦無任何違反契諾的情況。截至2023年8月31日，我們有未動用銀行融資人民幣100.0百萬元，其中人民幣60.0百萬元以若干使用權資產以及物業、廠房及設備作抵押。我們預期日後為我們的營運提供資金的銀行融資不會有任何變動。然而，我們無法保證我們將能以有利條款獲得銀行融資，或根本無法獲得銀行融資。

### 租賃負債

截至2020年、2021年及2022年12月31日、2023年4月30日及2023年8月31日，我們分別確認租賃負債人民幣31.0百萬元、人民幣40.8百萬元、人民幣39.2百萬元、人民幣40.6百萬元及人民幣34.5百萬元，主要乃由於我們租賃物業數目增加。

### 或有負債

截至2020年、2021年及2022年12月31日、2023年4月30日及2023年8月31日，我們並無任何重大或有負債。

## 財務資料

### 債項聲明

除上文所披露者外，截至2023年8月31日（即釐定我們債項的最後實際可行日期），我們並無任何未償還的抵押、押記、債權證、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債或其他類似債項、租購承諾、擔保或其他重大或有負債。董事已確認，自2023年8月31日起直至最後實際可行日期，我們的債項並無重大變化。

### 主要財務比率

下表載列我們於所示日期或所示期間的若干主要財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至 4月30日／ 截至4月30日 止四個月
	2020年	2021年	2022年	2023年
收入增長	不適用	33.5%	81.2%	(3.8%)
毛利率 <sup>(1)</sup>	11.1%	9.0%	17.4%	21.1%
淨利潤／(虧損)率 <sup>(2)</sup>	(1.5%)	(11.6%)	3.4%	5.8%
經調整淨利潤／(虧損)率 (非國際財務報告準則 計量) <sup>(3)</sup>	(0.9%)	(11.4%)	3.6%	6.3%
流動比率 <sup>(4)</sup>	2.2	3.4	1.8	2.6
速動比率 <sup>(5)</sup>	0.9	2.3	1.0	1.9
資產負債比率 <sup>(6)</sup>	15.1%	1.9%	4.9%	5.1%
存貨周轉天數 <sup>(7)</sup>	56.3	63.2	50.8	58.5

附註：

- (1) 毛利率按毛利除以收入計算。
- (2) 按期內淨利潤除以期內總收入計算。
- (3) 按期內經調整淨利潤／(虧損)（非國際財務報告準則計量）除以期內總收入計算。
- (4) 按期末流動資產除以期末流動負債計算。
- (5) 按期末流動資產減存貨，除以期末流動負債計算。
- (6) 按計息借款及租賃負債總額除以計息借款、租賃負債及母公司擁有人應佔權益總額，再乘以100%計算。
- (7) 按該期間期初與期末存貨結餘的平均數除以相關期間銷售成本再乘以該期間天數計算。

## 財務資料

我們的流動比率由截至2022年12月31日的1.8增加至截至2023年4月30日的2.6，我們的速動比率由截至2022年12月31日的1.0增加至截至2023年4月30日的1.9，主要表示流動負債減少，而此乃因貿易應付款項減少人民幣381.8百萬元以及其他應付款項及應計費用減少人民幣113.4百萬元所致。我們的流動比率由截至2021年12月31日的3.4下降至截至2022年12月31日的1.8，而我們的速動比率由截至2021年12月31日的2.3下降至截至2022年12月31日的1.0，主要是由於我們增加採購及業務擴張導致貿易應付款項增加人民幣396.5百萬元，令我們的流動負債有所增加，以及其他應付款項及應計費用增加人民幣208.6百萬元所致。我們的流動比率由截至2020年12月31日的2.2增加至截至2021年12月31日的3.4，而我們的速動比率由截至2020年12月31日的0.9增加至截至2021年12月31日的2.3，主要是由於現金及銀行結餘增加人民幣526.8百萬元及按公允價值計入損益的金融資產增加人民幣200.3百萬元導致我們的流動資產有所增加。

我們的資產負債比率由截至2022年12月31日的4.9%增加至截至2023年4月30日的5.1%，主要由於計息銀行及其他借款由截至2022年12月31日的人民幣95.6百萬元增加至截至2023年4月30日的人民幣105.7百萬元。我們的資產負債比率由截至2021年12月31日的1.9%增加至截至2022年12月31日的4.9%，主要是由於計息銀行及其他借款由2021年的零增加至2022年的人民幣95.6百萬元。我們的資產負債比率由截至2020年12月31日的15.1%大幅下降至2021年12月31日的1.9%，主要是由於計息銀行及其他借款由2020年的人民幣88.2百萬元減少至2021年的零以及2021年投資者注資金額增加。

### 資本開支

於往績記錄期間，我們的資本開支主要包括用於計算機、電子設備及辦公設備等物業、廠房及設備支出以及購買其他無形資產。下表載列我們於所示期間的資本開支：

	截至12月31日止年度			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	止四個月 2023年
	(人民幣千元)			
購置物業、廠房及設備	25,849	63,864	116,317	48,758
購買其他無形資產	2,609	11,382	1,660	875

## 財務資料

我們於2020年、2021年及2022年以及截至2023年4月30日止四個月的資本開支分別為人民幣28.5百萬元、人民幣75.2百萬元、人民幣118.0百萬元及人民幣49.6百萬元。我們預計於2023年將產生額外的資本開支，主要用於購置物業、廠房及設備。我們預計將透過經營現金流量為有關資本支出提供資金。我們可能會根據我們的發展計劃或根據市況和我們認為合適的其他因素調整任何特定期間的資本開支。

### 資本承擔

下表載列我們於所示日期的資本承擔：

	截至12月31日			截至4月30日
	2020年	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)			
已訂約但尚未撥備－購置 物業、廠房及設備	8,224	64,719	25,815	13,000

### 關聯方交易

我們不時與關聯方訂立交易。為向位於鹿邑澄明食品工業園的實體提供行政備案、展覽協調及客戶介紹，楊先生的女兒楊女士於2022年8月成立鹿邑縣澄明產業園管理有限公司（「澄明管理」）。於2022年8月至2023年5月，澄明管理被認定為本集團的關聯方，因為其由楊女士控制。澄明管理其後於2023年5月被出售予獨立第三方，自此不再為本集團的關聯方。請參閱本文件附錄一會計師報告附註39。

董事認為，附錄一會計師報告附註39所載的每項關聯方交易由有關方於日常業務過程中按一般商業條款進行。董事亦認為，於往績記錄期間，我們於往績記錄期間的關聯方交易不會歪曲過往業績或令歷史業績不能反映未來表現。

---

## 財務資料

---

### 資產負債表外承擔及安排

截至最後實際可行日期，我們並無訂立任何重大資產負債表外承擔或安排。

### 金融風險披露

我們已採納風險管理計劃，側重於力求最大限度減少金融市場不可預測性的潛在不利影響，因為我們面臨多種金融風險，包括外匯風險、利率風險、信用風險及流動資金風險。

#### 外匯風險

我們的主要業務在中國大陸進行，大部分交易以人民幣進行，大部分資產及負債均以人民幣計值。於往績記錄期間，我們並無重大外幣風險。

#### 利率風險

我們的銀行結餘（短期及長期銀行存款除外）因現行市場利率波動而面臨現金流量利率風險。我們的董事認為，我們就銀行結餘、長期銀行存款以及計息銀行及其他借款承擔的利率風險並不重大，因大部分借貸均按固定利率計息。

#### 信用風險

我們僅與獲認可及信譽良好的第三方進行交易。我們的政策規定，所有欲按信貸條款交易的客戶均須通過信用審核程序。此外，我們持續監控應收款項結餘，所面臨的壞賬風險並不重大。有關基於我們的信貸政策的信貸質素及最大信貸風險分析，請參閱附錄一會計師報告附註42。

#### 流動資金風險

我們監察並維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，以為我們的營運提供資金並減輕現金流量波動的影響。有關根據結算日至合約到期日的剩餘期間將我們的金融負債分類為相關到期日組別的分析，請參閱附錄一會計師報告附註42。

---

## 財務資料

---

### 資本管理

我們資本管理的首要目標是保障我們持續經營的能力，並維持穩健的資本比率，從而支持我們的業務並實現權益持有人價值最大化。

我們考慮經濟狀況變動及相關資產風險特徵管理並調節資本結構。為維持或調整資本結構，我們可調整派付予權益持有人的股息，向權益持有人退還資本或通過發行新股份。我們不受任何外部施加的資本要求規限。於往績記錄期間，資本管理的目標、政策或程序並無變動。

### 股息及股息政策

於往績記錄期間，我們並無向股東宣派或分派任何股息。然而，我們日後或會以現金或我們認為適當的其他方式分派股息。根據我們的公司章程，我們的董事會未來可能會在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求和可用資金以及其在當時可能認為相關的其他因素後宣派股息。任何宣派及派付以及股息金額均須受我們的章程文件、適用的中國法律以及我們股東的批准所規限。未來股息派付亦將取決於從我們的中國附屬公司獲得股息的能力。中國法律規定，僅可自按照中國會計準則計算的年內利潤中派付股息，中國公認會計準則下對可分派利潤的計算與國際財務報告準則下的計算在若干方面有所不同。中國法律亦規定我們的附屬公司須將其部分利潤轉撥為法定儲備，而不得作為現金股息宣派。倘若我們的附屬公司出現債務或虧損，或根據我們或我們的附屬公司未來可能訂立的銀行信貸融資或其他協議的任何限制性承諾有所規定，則來自我們的附屬公司的分派亦可能受到限制。

### 營運資金確認

董事認為，考慮到[編纂]的[編纂]淨額以及我們可用的財務資源（包括現金及現金等價物），我們有足夠的營運資金滿足我們目前（即自本文件之日起至少12個月）的需要。

### 可供分派儲備

截至2023年4月30日，本公司擁有可供分派儲備人民幣100.1百萬元。

---

## 財務資料

---

### [編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計我們的[編纂]開支(包括[編纂][編纂])將約為[編纂]港元(包括(i)約[編纂]港元的[編纂]，及(ii)約[編纂]港元的[編纂]相關費用，其中包括法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元以及其他費用及開支約[編纂]港元)，佔[編纂][編纂]總額的約[編纂]%(假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的中位數)且並無行使[編纂])，其中約[編纂]港元直接歸屬於向公眾發行[編纂]並將從權益中扣減，約[編纂]港元預計將於[編纂]後支銷。

### 未經審核[編纂]經調整有形資產淨值

詳情請參閱本文件附錄二。

### 無重大不利變動

經作出董事認為適當的充分盡職調查工作並經審慎周詳考慮後，董事確認，自2023年4月30日(即附錄一所載列的會計師報告所呈報期間的結算日)起直至本文件日期，我們的財務或經營狀況、債項、抵押、或有負債、擔保或前景概無任何重大不利變動，且自2023年4月30日以來亦無發生任何對附錄一會計師報告所載信息有重大影響的事件。

### 根據上市規則須作出的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，並無發生我們須根據上市規則第13.13至13.19條作出披露的情況。