

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12月31日止年度之  
全年業績公告

**2023年全年業績摘要**

- 總收入為人民幣4,871.7百萬元，同比上升5.2%；
- 毛利為人民幣2,322.7百萬元，同比上升18.5%；
- 毛利率為47.7%，同比上升5.4個百分點；
- 年內利潤為人民幣880.4百萬元，同比上升481.9%；
- 年內經調整淨利潤<sup>1</sup>為人民幣970.3百萬元，同比上升6.3%；
- 每股基本盈利為人民幣0.38元，同比上升442.9%；
- 每股經調整基本盈利為人民幣0.42元，同比持平；
- 建議派發末期股息每股普通股人民幣0.10元，建議派發特別股息每股普通股人民幣0.11元；
- 中期股息每股普通股人民幣0.12元已於2023年10月派發。

<sup>1</sup> 為補充本集團根據《國際財務報告準則》呈列的合併財務報表，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綜合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「卫龙美味」)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12月31日止年度(「報告期」)之按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製的合併業績，連同截至2022年12月31日止相應年度的比較數字。

## 合併損益表

截至2023年12月31日止年度

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
來自客戶合同的收入	3	4,871,666	4,632,221
銷貨成本	3, 6	<u>(2,548,983)</u>	<u>(2,672,616)</u>
毛利		2,322,683	1,959,605
經銷及銷售費用	6	(806,709)	(633,300)
管理費用	6	(458,927)	(481,687)
金融資產減值收益淨額		386	182
其他收入淨額	4	43,470	107,578
其他收益/(虧損)淨額	5	<u>2,810</u>	<u>(597,686)</u>
經營利潤		1,103,713	354,692
融資收入	7	197,085	71,067
融資成本	7	<u>(21,526)</u>	<u>(13,382)</u>
融資收入淨額	7	<u>175,559</u>	<u>57,685</u>
所得稅前利潤		1,279,272	412,377
所得稅費用	8	<u>(398,918)</u>	<u>(261,080)</u>
年內利潤		<u>880,354</u>	<u>151,297</u>
以下各方應佔利潤：			
—本公司擁有人		<u>880,354</u>	<u>151,297</u>
本公司擁有人應佔利潤的每股盈利 (人民幣元)			
每股基本盈利	9	0.38	0.07
每股攤薄盈利	9	<u>0.38</u>	<u>0.07</u>

## 合併綜合收益表

截至2023年12月31日止年度

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
年內利潤	880,354	151,297
其他綜合收益		
可重新分類至損益的項目：		
換算海外業務的匯兌差額	(3,755)	(16,500)
不可重新分類至損益的項目：		
換算本公司的匯兌差額	46,961	115,880
年內其他綜合收益，扣除稅項	43,206	99,380
年內綜合收益總額	923,560	250,677
以下各方應佔年內綜合收益總額：		
— 本公司擁有人	923,560	250,677

# 合併財務狀況表

2023年12月31日

	12月31日	
	2023年	2022年
附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>資產</b>		
<b>非流動資產</b>		
物業、廠房及設備	1,100,998	1,127,556
使用權資產	460,829	533,705
無形資產	19,980	21,445
初始期限為三個月以上的定期存款	2,570,023	1,603,886
遞延所得稅資產	22,683	68,827
其他非流動資產	4,343	17,730
<b>非流動資產總值</b>	<b>4,178,856</b>	<b>3,373,149</b>
<b>流動資產</b>		
貿易及其他應收款項及預付款項	11 211,531	240,048
存貨	419,893	599,263
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產	122,820	382,440
受限制現金	166	–
初始期限為三個月以上的定期存款	1,594,087	1,020,982
現金及現金等價物	526,193	1,314,453
<b>流動資產總值</b>	<b>2,874,690</b>	<b>3,557,186</b>
<b>資產總值</b>	<b>7,053,546</b>	<b>6,930,335</b>

# 合併財務狀況表(續)

2023年12月31日

		12月31日	
		2023年	2022年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
借款		178,960	161,180
租賃負債		8,930	1,966
遞延收入		158,407	196,033
遞延所得稅負債		93,362	46,498
		<u>439,659</u>	<u>405,677</u>
<b>非流動負債總額</b>			
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項	12	662,744	689,732
合同負債及退款負債		206,343	225,261
即期所得稅負債		33,258	81,795
借款		1,980	120
租賃負債		3,692	3,338
		<u>908,017</u>	<u>1,000,246</u>
<b>流動負債總額</b>			
<b>負債總額</b>			
		<u>1,347,676</u>	<u>1,405,923</u>
<b>資產淨值</b>			
		<u>5,705,870</u>	<u>5,524,412</u>
<b>權益</b>			
股本		155	155
其他儲備		2,680,382	3,226,009
留存盈利		3,025,333	2,298,248
		<u>5,705,870</u>	<u>5,524,412</u>
<b>本公司擁有人應佔權益</b>			
<b>權益總額</b>			
		<u>5,705,870</u>	<u>5,524,412</u>
<b>權益及負債總額</b>			
		<u>7,053,546</u>	<u>6,930,335</u>

# 合併財務報表附註

2023年12月31日

## 1. 一般資料

本公司於2018年7月6日根據開曼群島法律第22章《公司法》(1961年第3號法例，經合併及修訂)於開曼群島註冊成立為豁免有限公司。其註冊辦事處位於Maples Corporate Services Limited的辦事處(地址為PO Box 309, Umland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands)。

本公司為一家投資控股公司。本集團主要在中華人民共和國(「中國」)從事辣味休閒食品的生產和銷售。

本公司的最終控股公司為和和全球資本有限公司。最終控制方為劉衛平先生及其弟弟劉福平先生，彼等亦分別為本公司董事會主席及執行董事。

本公司股份已於2022年12月15日以首次公開發售(「首次公開發售」)方式在香港聯合交易所有限公司主板上市(「上市」)。

## 2.1 編製基準

合併財務報表乃按照國際財務報告準則詮釋委員會頒佈的適用於根據《國際財務報告準則》進行報告的公司的《國際財務報告準則》(「國際財務報告準則」)及詮釋編製。財務報表符合國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的《國際財務報告準則》。合併財務報表根據歷史成本慣例進行編製，並通過對以公允價值計量且其變動計入當期損益的若干金融資產重新估值進行修改。除另有說明外，該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列及四捨五入至最接近的千元。

## 2.2 會計政策及披露事項變動

本集團已就目前年度財務報表，首次採納下列新訂及經修訂國際財務報告準則。

《國際財務報告準則》第17號	保險合同
《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

新訂及經修訂《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)作出重要性判斷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。該等修訂對本集團財務報表中任何項目的計量、確認或呈報並無任何影響。

- (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。由於本集團的方法及政策與修訂一致，因此該等修訂並無對本集團的財務報表造成影響。
- (c) 《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縮小了《國際會計準則》第12號初始確認例外的範圍，使其不再適用於產生同等應課稅及可抵扣暫時差額的交易，如租賃及棄置義務。因此，實體須就該等交易產生的暫時差額確認遞延稅項資產(惟有足夠的可動用應課稅利潤)及遞延稅項負債。

在應用該等修訂本時，本集團已釐定使用權資產及租賃負債分別產生的暫時差額。然而，由於相關遞延稅項結餘符合《國際會計準則》第12號項下抵消條件，該等修訂本不會對合併財務狀況表呈列的整體遞延稅項結餘產生任何重大影響。

- (d) 《國際會計準則》第12號(修訂本)國際租稅變革—支柱二規則範本引入強制性臨時豁免確認及披露因實施經濟合作與發展組織發佈的支柱二規則範本產生的遞延稅項。該等修訂本亦為受影響實體引入披露規定，以幫助財務報表使用者更好了解實體面對的支柱二所得稅風險，包括於支柱二法案生效期間單獨披露與支柱二所得稅有關的即期稅項，以及於法案生效或實質性生效但尚未生效期間披露支柱二所得稅風險的已知或可合理估計的資料。本集團已追溯應用該等修訂。由於本集團不屬於支柱二規則範本的範圍，該等修訂本對本集團並無任何影響。

### 2.3 已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則

本集團並未於該等財務報表中應用以下已頒佈但尚未生效的經修訂國際財務報告準則。本集團擬於其生效時應用該等經修訂國際財務報告準則(如適用)。

《國際財務報告準則》第10號及 《國際會計準則》第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合資企業之間的資產出售或注資 <sup>3</sup>
《國際財務報告準則》第16號(修訂本)	售後租回的租賃負債 <sup>1</sup>
《國際會計準則》第1號(修訂本)	負債分類為流動或非流動 <sup>1</sup>
《國際會計準則》第1號(修訂本)	附帶契諾的非流動負債 <sup>1</sup>
《國際會計準則》第7號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	供應商融資安排 <sup>1</sup>
《國際會計準則》第21號(修訂本)	缺乏可兌換性 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> 於2024年1月1日或之後開始的年度期間生效

<sup>2</sup> 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效

<sup>3</sup> 尚未釐定強制生效日期，惟可供採納

本集團現正評估首次應用該等經修訂國際財務報告準則的影響。至今，本集團認為此等經修訂國際財務報告準則不大可能對本集團的經營業績及財務狀況產生重大影響。

### 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、麻辣麻辣及霸道熊貓
- 蔬菜製品，主要包括魔芋爽、風吃海帶及小魔女
- 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。

#### 分部收入及業績

以下是按可報告分部劃分的本集團收入與業績的分析。

	調味 麵製品 人民幣千元	蔬菜製品 人民幣千元	豆製品及 其他產品 人民幣千元	合計 人民幣千元
<b>截至2023年12月31日止年度</b>				
收入	2,549,244	2,118,519	203,903	4,871,666
銷貨成本	<u>(1,379,477)</u>	<u>(1,032,501)</u>	<u>(137,005)</u>	<u>(2,548,983)</u>
毛利	<u>1,169,767</u>	<u>1,086,018</u>	<u>66,898</u>	<u>2,322,683</u>
<b>截至2022年12月31日止年度</b>				
收入	2,718,613	1,693,339	220,269	4,632,221
銷貨成本	<u>(1,634,171)</u>	<u>(900,160)</u>	<u>(138,285)</u>	<u>(2,672,616)</u>
毛利	<u>1,084,442</u>	<u>793,179</u>	<u>81,984</u>	<u>1,959,605</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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中國	4,774,043	4,566,747
海外	<u>97,623</u>	<u>65,474</u>
	<u>4,871,666</u>	<u>4,632,221</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

於報告期間，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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
來自客戶合同的收入		
銷售貨品	<u>4,871,666</u>	<u>4,632,221</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及批量折扣，其導致可變對價。

年初的所有合同負債結餘均於報告期間確認為收入。

本集團概無初始預計期限超過一年的收入合同，因此管理層已應用《國際財務報告準則》第15號項下的實際權宜方法，且截至報告期末並未被要求披露分配予未履行或部分履行的履約義務的交易價格總額。

#### 4. 其他收入淨額

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
政府補助		
收入相關(a)	19,857	85,586
資產相關(b)	5,983	4,144
銷售廢料及原材料		
與廢料及原材料相關的所得收益	20,308	24,058
與廢料及原材料相關的成本	(4,684)	(8,679)
增值稅減免	2,006	2,469
	<u>43,470</u>	<u>107,578</u>

政府補助指從各政府部門獲得的補貼收入，作為對本集團在中國的若干附屬公司的激勵。

(a) 本集團已收到與收入相關的政府補助及補貼，以作為其對當地經濟增長所作貢獻的獎勵。該等與收入相關的補助在收到該等獎勵以及滿足與獎勵有關的相關條件(倘有)時於損益中確認。該等補助概無涉及任何未達成條件或或有事項。

(b) 本集團已收到與生產工廠投資相關的若干政府補助。與資產相關的補助在相關資產的使用年期內於損益中確認。

#### 5. 其他收益／(虧損)淨額

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的		
公允價值收益(a)	19,377	25,654
出售物業、廠房及設備虧損	(245)	(2,185)
捐贈	(2,348)	(2,021)
與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款	-	(628,811)
匯兌收益／(虧損)淨額	(8,906)	13,185
物業、廠房及設備減值	(4,896)	(7,026)
其他	(172)	3,518
	<u>2,810</u>	<u>(597,686)</u>

(a) 包括於截至2022年12月31日止年度與遠期外匯合同收購及結算有關的公允價值虧損人民幣5,238,000元。

## 6. 按性質劃分的費用

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
原材料消耗	1,922,757	2,141,677
成品、半成品及在途貨物存貨的變動	36,607	(38,318)
僱員福利費用	985,388	852,998
運輸費用	150,667	160,191
水電燃氣費用	99,995	92,353
推廣及廣告費用	213,970	139,266
其他稅項費用	50,242	44,538
折舊與攤銷	128,450	135,267
差旅費用	45,188	30,129
維修及保養	35,529	32,003
辦公費用	56,252	38,511
上市開支	-	34,852
核數師酬金		
- 審計服務	3,800	2,680
- 非審計服務	980	28
短期租賃相關費用	17,833	11,158
專業費用	36,129	70,479
其他	30,832	39,791
	<u>3,814,619</u>	<u>3,787,603</u>
銷貨成本、經銷及銷售費用及管理費用總額		

## 7. 融資收入淨額

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
融資收入		
銀行利息	<u>197,085</u>	<u>71,067</u>
融資成本		
借款利息開支	(22,398)	(16,289)
租賃負債的融資成本	(648)	(391)
減：物業、廠房及設備中資本化的借款成本	<u>1,520</u>	<u>3,298</u>
	<u>(21,526)</u>	<u>(13,382)</u>
融資收入淨額	<u>175,559</u>	<u>57,685</u>

### (a) 資本化借款成本

截至2023年12月31日止年度，釐定將予以資本化的借款成本金額時使用的資本化率為3.97% (2022年：3.97%)，該等資本化率適用於本集團的借款。

## 8. 所得稅費用

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
<i>即期稅項</i>		
年內利潤的即期稅項	<u>306,394</u>	<u>274,397</u>
<i>遞延所得稅項</i>		
遞延所得稅資產減少／(增加)	<u>32,380</u>	(36,866)
遞延所得稅負債增加	<u>60,144</u>	<u>23,549</u>
遞延稅項費用／(抵免)總額	<u>92,524</u>	<u>(13,317)</u>
所得稅項費用	<u>398,918</u>	<u>261,080</u>

### (a) 開曼群島所得稅

本公司根據開曼群島《公司法》在開曼群島註冊成立為豁免有限公司，並因而獲豁免繳納當地所得稅。

### (b) 英屬維爾京群島利得稅

本公司在英屬維爾京群島的直接附屬公司為根據2004年英屬維爾京群島《公司法》註冊成立，並因而獲豁免繳納英屬維爾京群島所得稅。

### (c) 香港利得稅

本公司並無就香港利得稅作出撥備。根據利得稅兩級制，本集團須於報告期間根據香港利得稅就首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%的稅率繳稅。本集團於報告期間須繼續就上述超過2,000,000港元的餘下應課稅利潤按16.5%的稅率繳稅。

### (d) 中國企業所得稅

在中國註冊成立的企業須於整個報告期按25%的稅率繳納所得稅，惟豁免繳納下文所載稅項者除外。

於報告期，本集團的若干中國附屬公司符合小微企業資格，並有權享有5%的優惠企業所得稅稅率。

本集團的一家中國附屬公司被認定為「高新技術企業」，因此於截至2023年12月31日止年度期間享有15%的優惠所得稅稅率。該資格由中國相關稅務機關每三年審核一次。

本集團的若干中國附屬公司從事農業，並有權享有農產品免稅。

本集團的所得稅撥備已基於現行法規、詮釋及慣例，按報告期估計應課稅利潤的適用稅率計算。

(e) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據適用中國稅務法規，在中國成立的公司就2008年1月1日後取得的利潤向外國投資者分派的股息一般須繳納10%的預扣稅。若在香港註冊成立的外國投資者符合中國與香港簽訂的雙重稅收協定安排的條件及規定，相關預扣稅率將為5%。

於2023年12月31日，已就中國註冊成立的若干附屬公司將於可見未來分派之盈利而應支付之預扣稅確認遞延稅項負債。於2023年12月31日，餘下產自2008年1月1日之未分派盈利金額為人民幣2,889,370,000元(2022年：人民幣2,889,370,000元)，未就此撥備預扣稅。

## 9. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利按本公司擁有人應佔利潤(不含除普通股外的任何維護權益費用)除以該年度內發行在外普通股的加權平均數計算。

	2023年	2022年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	880,354	151,297
已發行普通股加權平均數(千股)	<u>2,309,771</u>	<u>2,163,327</u>
每股基本盈利(人民幣元)	<u>0.38</u>	<u>0.07</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。

截至2023年12月31日止年度，合共2,981,331份受限制股份單位(2022年：1,765,867份)根據受限制股份單位計劃的條款及條件獲歸屬，因此在計算自歸屬日期起的每股基本盈利時已計及該等股份的影響。

(b) 攤薄

每股攤薄盈利是在本年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計算。

	2023年	2022年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	880,354	151,297
已發行普通股加權平均數(千股)	2,309,771	2,163,327
就下列各項作出調整：		
－受限制股份單位(千股)	<u>6,530</u>	<u>5,693</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>2,316,301</u>	<u>2,169,020</u>
每股攤薄盈利(人民幣元)	<u>0.38</u>	<u>0.07</u>

## 10. 股息

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
截至2022年12月31日止年度已宣派末期及特別股息	564,276	—
截至2023年12月31日止年度已宣派中期股息	282,138	—
	<u>846,414</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。

於2023年8月29日，本公司董事會於董事會議批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派截至2023年12月31日止年度的中期股息每股人民幣0.12元，中期股息總額為人民幣282,138,000元。

股息於2023年7月及10月支付，惟受限制股份單位計劃受託人持有的未歸屬股份的股息除外，金額為人民幣14,815,000元，持有人於受限制股份單位歸屬後將有權獲得股息權。

截至2023年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.10元，末期股息總額為人民幣235,115,000元，以及截至2023年12月31日止年度的特別股息每股人民幣0.11元，特別股息總額為人民幣258,626,000元，其將於應屆股東週年大會上提呈。該等財務報表並無反映該等應付股息。

## 11. 貿易及其他應收款項及預付款項

	12月31日	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>貿易應收款項：</b>		
應收第三方款項	51,659	66,554
虧損準備	(41)	(124)
	<u>51,618</u>	<u>66,430</u>
<b>其他應收款項：</b>		
存款	4,535	10,286
出售物業、廠房及設備的應收所得款項	460	650
提供予第三方的貸款(d)	200	200
應收當地政府款項	29,068	50,000
其他	4,626	1,771
虧損準備	(200)	(503)
	<u>38,689</u>	<u>62,404</u>
<b>預付款項：</b>		
原材料預付款項	25,530	35,335
服務預付款項	28,110	6,616
待抵扣增值稅進項稅	63,151	68,348
所得稅預付款項	4,433	915
	<u>121,224</u>	<u>111,214</u>
	<u>211,531</u>	<u>240,048</u>

(a) 由於即期應收款項的短期性質使然，其賬面值被視為與其公允價值近似。

(b) 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。本集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升條件。貿易應收款項結餘為免息。本集團所有貿易應收款項均來自第三方。

於2023年及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：

	12月31日	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>貿易應收款項：</b>		
90日內	40,344	61,842
91至180日	11,315	4,712
	<u>51,659</u>	<u>66,554</u>

(c) 減值及風險敞口

本集團運用《國際財務報告準則》第9號簡化法就貿易應收款項計量預期信貸虧損。截至2023年及2022年12月31日止年度的按攤銷成本計量的貿易應收款項虧損準備並不重大。

(d) 提供予第三方的貸款為無抵押、不計息且按要求償還。

12. 貿易及其他應付款項

	12月31日	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項：		
— 第三方	154,662	171,462
— 關聯方	10,066	15,790
	<u>164,728</u>	<u>187,252</u>
其他應付款項：		
應付薪金及福利	262,432	245,048
應付關聯方款項	260	260
應付按金	80,384	88,684
應付運費	17,584	25,270
購買物業、廠房及設備的應付款項	17,786	27,853
應納稅款	26,264	24,791
合同負債相關的應付增值稅	13,415	20,417
應付水電燃氣費用	10,612	9,120
與上市有關的應付款項	—	25,668
其他	69,279	35,369
	<u>498,016</u>	<u>502,480</u>
	<u>662,744</u>	<u>689,732</u>

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	12月31日	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
90日內	<u>164,728</u>	<u>187,252</u>

貿易及其他應付款項的賬面值由於其短期性質被視為與其公允價值相若。

## 主席報告

尊敬的各位股東：

本人謹代表卫龙美味全球控股有限公司(「卫龙美味」或「本公司」)向股東提呈本公司及其附屬公司(「我們」或「本集團」)截至2023年12月31日止年度(「本年度」或「2023年」)之年度業績。

2023年是卫龙美味主動創新和加快推進全渠道建設的一年，國內經濟在新冠疫情衝擊後逐步復甦，消費者的生活方式和消費觀念正在發生諸多變化，這些變化也帶來了休閒食品行業渠道的多元化變遷以及消費者的多樣化需求，為我們的發展帶來了新的機遇和挑戰。

在這樣的背景下，本集團堅定信心，積極擁抱變化和趨勢，整體業務運營及財務業績保持穩定，全年本集團整體收入錄得人民幣4,871.7百萬元，較截至2022年12月31日止年度(「上年度」或「2022年」)上升5.2%；錄得毛利率為47.7%，較上年度的42.3%提升了5.4個百分點；淨利潤錄得人民幣880.4百萬元，較上年度上升481.9%。經調整淨利潤錄得人民幣970.3百萬元，較上年度上升6.3%。

本年度，本集團積極洞察消費者需求，順應消費者的喜好持續拓寬產品線，不斷創新推出新產品。繼本年度9月推出新品麻辣辣條「霸道熊貓」後，本集團在10月又推出了魔芋新品素毛肚「小魔女」，12月又推出了新品辣脆片「脆火火」，進一步豐富了本集團的產品矩陣。

本年度，本集團持續加強線上線下全渠道建設，全面發展和服務各個渠道，積極擁抱新興的線下零食量販渠道和線上內容電商渠道帶來的新機遇。同時，本公司亦積極拓展海外市場。

本年度，本集團積極加強品牌建設，通過新奇有趣、有話題度的活動與年輕消費客群互動，從而抓住消費者的興趣點，打造具有傳播力的話題，進而提升本集團的品牌曝光度和知名度。同時本集團亦注重品牌的「人文內核」，積極參與品牌公益，履行社會責任，全面提升本集團的品牌形象。

本年度，本集團亦積極引進和培養人才，不斷強化核心管理力量。同時，本集團亦持續推進供應鏈升級、數字化升級，全面提升本集團的經營及管理效率。

展望新的一年，本集團將持續加強產品創新，提升產品核心競爭力；加強品牌建設，持續打造倍受年輕消費者喜愛的品牌形象。同時，消費需求的不斷變化正在重塑渠道的格局，本集團將繼續加強全渠道建設，積極擁抱新興流量渠道帶來的發展紅利，並加強供應鏈、數字化能力和組織團隊建設，不斷提升公司的經營效率，從而努力為廣大股東和客戶創造價值。

劉衛平  
董事會主席

中國香港  
2024年3月21日

## 管理層討論與分析

### 宏觀及行業環境

回顧2023年，中國GDP同比實現5.2%的增長，在外部壓力和內部挑戰的雙重影響下，中國經濟持續穩定恢復，中國消費市場也呈現回暖的勢態，全年社會消費品零售總額較去年增加7.2%。宏觀經濟持續恢復向好，經濟內生動力逐步增強。

根據CBNDATA發佈的《2023中國消費品牌增長力白皮書》顯示，2023年是中國的消費提振年，中國消費品牌在競爭加劇的背景之下積極「應變」，不斷加大對產品研發、供應鏈和渠道建設的投入，同時聚焦精細化渠道運營和著眼於為消費者創造更多的價值提升。雖然消費總量增速放緩，消費行為也在呈現越來越多樣化，但隨著消費邏輯的重建，積極擁抱變化的企業有望在激烈的競爭中贏得新的機遇和發展。

在消費市場中，食品行業作為生活基礎必需品，在居民消費支出中佔據重要位置，休閒食品行業在消費復甦進程中亦起著重要的支撐作用，在各類消費品大類中具有顯著的韌性。隨著行業競爭更加激烈，性價比消費、理性消費傾向突出，同時銷售渠道也呈現多元化發展趨勢，零售業態向小型化、社區化、到家化發展，特別是零食量販渠道的快速崛起，加速改變了休閒食品產業的生態，對行業的產品定價、門店渠道管理、供應鏈效率等帶來新的機遇和挑戰。線上渠道的競爭也呈現白熱化趨勢，以抖音為代表的內容電商迅速發展，豐富了更多的消費購買場景，從而賦予線上渠道更多的增長空間和活力。

變者恆通，多元化的銷售渠道需要消費品企業更加精細化的運營，休閒食品企業想要獲得長期的可持續發展，需要靈活運用全渠道策略，最大限度地覆蓋不同的消費者群體，以滿足消費者不斷變化的需求，進而穩步前行，在市場中搶佔先機。

## 業務回顧

2023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。我們升級了本集團的企業文化，在保持原有的使命「讓世界人人愛上中國味」、願景「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」不變的情況下，本年度升級了核心價值觀為「客戶第一，員工為本，誠信經營，創造變化」，旨在更好地服務客戶，成就員工，從而不斷地推動企業的可持續發展，進而為消費者提供更好的服務和體驗。

本年度內，我們不斷創新，探索多品類策略，通過消費者洞察挖掘更多的消費者需求，同時加強研發能力，推出多款創新性的辣味休閒食品，擴大產品組合。此外，本集團持續加強品牌建設，提升品牌影響力。

本年度內，O2O、零食量販店、內容電商等新零售渠道快速發展，多元化的渠道推動了休閒食品行業的加速變革，面對這一發展趨勢，我們與時俱進，積極擁抱新興渠道帶來的增長機遇，並持續加強全渠道的運營和拓展策略，進而與消費者建立更緊密的聯繫，讓消費者更便利地買到我們的產品。

本年度內，本集團的總收入為人民幣4,871.7百萬元，較上年度的人民幣4,632.2百萬元增加5.2%。主要由於O2O、零食量販店、內容電商等新興渠道帶來的收入增長被由於流量下滑的線下傳統渠道的收入下降所部分抵消。本集團的毛利由上年度的人民幣1,959.6百萬元增長18.5%至本報告期內的人民幣2,322.7百萬元，毛利率由上年度的42.3%提升至本年度的47.7%，主要是由於(i)本集團在上年度對主要產品結構調整帶來了平均售價的提升；(ii)本年度原材料價格下降；及(iii)本集團通過持續優化生產工藝流程，優化了成本管理。本集團的淨利潤由上年度的人民幣151.3百萬元增加481.9%至本年度內的人民幣880.4百萬元，主要是由於(i)毛利的增加；(ii)上年度有與首次公開發售前投資有關的以股份為基礎的付款，金額為人民幣628.8百萬元。經調整淨利潤由上年度的人民幣913.1百萬元增加6.3%至本年度內的人民幣970.3百萬元，經調整淨利潤率由上年度的19.7%提升至本年度的19.9%，主要由於毛利的上升。

## 我們的產品

我們的產品陪伴了中國一代又一代年輕人的成長。以大眾食材為主，本集團秉承「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，通過扎實深入的基礎研究和領先的生產工藝技術，積極推出新產品，以應對不斷變化的市場狀況和滿足消費者不斷變化的需求。

本年度內，本集團繼續堅持「多品類、大單品」的產品策略。本集團的產品目前涵蓋了調味麵製品、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、麻辣麻辣、霸道熊貓及脆火火。蔬菜製品主要包括魔芋爽、風吃海帶及小魔女。豆製品及其他產品主要包括軟豆皮、78°滷蛋等。

本年度內，本集團推出新品麻辣辣條「霸道熊貓」，魔芋素毛肚「小魔女」及辣脆片「脆火火」。新產品不僅代表了我們對傳統美食的開拓創新，也體現了我們對消費市場變化的洞察。新產品將滿足消費者更多元的味覺體驗，同時也能進一步豐富本集團的產品矩陣，提升品類競爭力。

「霸道熊貓」麻辣辣條源自正宗川菜風味提煉，基於對市場需求的深度洞察，本集團反復研究論證經典川味之精髓，同時也傳承發揚川菜烹飪的非遺技藝，在不斷改進的風味實驗中對正宗麻辣口味進行改進和升級。此外，在新品的外觀和命名上，「霸道熊貓」蘊含了衛龍美味年輕化的品牌思考和對助力傳統文化傳承的希冀。

「小魔女」魔芋素毛肚，主打大片、脆爽和少負擔。這是繼衛龍美味發明魔芋爽後在魔芋品類上的推新，「小魔女」最大程度的還原火鍋毛肚的脆感和形態，同時升級了產品切割「35x35mm」的素毛肚更大片，為消費者創造更加滿足的口感體驗。同時，「小魔女」在包裝IP上精心設計了一款鬼馬精靈形象的二次元品牌形象，風格可愛又玩趣，充分滿足年輕消費者的情感需求和審美傾向。

「脆火火」辣脆片選用優質小麥，精選優質辣椒、花椒，採用非油炸擠壓膨化工藝，黃金比例胚體脆而不碎、醇香可口，解決當前市面上辣條產品不夠脆、膨化食品不夠辣的痛點。「脆火火」主打脆辣嗨爽，通過動感、搞怪、有趣的品牌調性進一步擴大年輕消費受眾，持續建設和年輕消費者玩在一起的品牌形象。

本年度內，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12月31日止年度			
	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	2,549,244	52.3	2,718,613	58.7
蔬菜製品	2,118,519	43.5	1,693,339	36.6
豆製品及其他產品	203,903	4.2	220,269	4.7
<b>合計</b>	<b>4,871,666</b>	<b>100.0</b>	<b>4,632,221</b>	<b>100.0</b>

本年度內，我們的調味麵製品所得收入由上年度的人民幣2,718.6百萬元減少6.2%至人民幣2,549.2百萬元，主要由於線下傳統渠道流量下滑帶來的影響。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的58.7%減少至本年度的52.3%，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。

本年度內，我們蔬菜製品所得收入由上年度的人民幣1,693.3百萬元增加25.1%至人民幣2,118.5百萬元，佔我們總收入百分比由上年度的36.6%增至43.5%，主要由於(i)本集團積極挖掘消費者對此類產品的需求，不斷迭代升級此類產品；及(ii)我們於本年度亦持續擴大此類產品的產能。

本年度內，我們的豆製品及其它產品所得收入由上年度的人民幣220.3百萬元減少7.4%至人民幣203.9百萬元，佔我們總收入百分比與上年度略微下降0.5個百分點，主要由於本集團豆製品銷售下滑。

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12月31日止年度	
		2023年	2022年
調味麵製品	噸	<b>124,427.2</b>	150,557.5
	人民幣元／千克	<b>20.5</b>	18.1
蔬菜製品	噸	<b>71,454.7</b>	54,523.5
	人民幣元／千克	<b>29.6</b>	31.1
豆製品及其他產品	噸	<b>5,315.4</b>	6,087.4
	人民幣元／千克	<b>38.4</b>	36.2

本年度內，我們的調味麵製品銷量較上年度減少17.4%，主要由於線下傳統渠道流量下滑帶來的影響。蔬菜製品銷量較上年度增加31.1%，主要由於本集團積極挖掘消費者對此類產品的需求，不斷迭代升級此類產品。此外，我們的豆製品及其他產品銷量較上年度下降12.7%，主要由於本集團豆製品銷售下滑。

### 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以及部分零食量販系統客戶。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12月31日，我們與1,708家線下經銷商合作。另外，截至2023年12月31日，我們的產品通過經銷商出售給不同國家或地區的147個購物商場、商超及連鎖便利店運營商。

我們擁有專業的銷售團隊，協助經銷商擴大零售終端覆蓋，提升門店的執行和服務能力，從而提升線下終端門店的銷售業績。本年度內，O2O、零食量販店等新興渠道快速崛起，成為休閒食品產業中不可忽視的新渠道。本集團在2023年下半年，加快了擁抱新興渠道的步伐，與各主要零食量販系統達成了緊密合作。

我們亦佈局各大電商平台，包括傳統電商和新興內容電商，做到全平台電商渠道覆蓋，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，有效觸達消費者。我們的線上模式包括線上直銷和線上經銷，與線下渠道形成有力互補。我們創造話題內容，通過短視頻、自播和達播與消費者增加互動，提升內容電商的流量轉化和複購。

下表載列於所示年度我們按銷售渠道劃分的收入：

	截至12月31日止年度			
	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>(1)</sup>	4,361,222	89.5	4,145,924	89.5
線上渠道	510,444	10.5	486,297	10.5
—線上經銷 <sup>(2)</sup>	195,932	4.0	236,727	5.1
—線上直銷 <sup>(3)</sup>	314,512	6.5	249,570	5.4
<b>合計</b>	<b>4,871,666</b>	<b>100.0</b>	<b>4,632,221</b>	<b>100.0</b>

- (1) 線下渠道主要包括通過線下經銷商進行的經銷。我們通過線下經銷商及零食量販系統之外的線下渠道產生的收入極少。
- (2) 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。
- (3) 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。

本年度內，線下渠道產生的收入由上年度的人民幣4,145.9百萬元增加5.2%至本年度的人民幣4,361.2百萬元，主要由於O2O、零食量販店等新興渠道帶來的收入增長被由於流量下滑的線下傳統渠道的收入下降所部分抵消。

線上渠道產生的收入由上年度的人民幣486.3百萬元增加5.0%至本年度內的人民幣510.4百萬元，其中來自線上經銷的收入由上年度的人民幣236.7百萬元減少17.2%至本年度的人民幣195.9百萬元，來自線上直銷的收入由上年度的人民幣249.6百萬元增加26.0%至本年度內的人民幣314.5百萬元，反映了公司緊跟線上平台的流量變遷趨勢，積極捕捉線上以抖音為代表的內容電商等流量端口帶來的收入增長機會。

下表載列於所示年度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，以佔我們總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	人民幣 千元	佔總收入 %	人民幣 千元	佔總收入 %
華東	967,111	22.2	876,993	21.2
華中	749,874	17.2	797,083	19.2
華北	643,350	14.8	642,391	15.5
華南	781,126	17.9	692,216	16.7
中國西南地區	548,759	12.6	488,063	11.8
中國西北地區	573,379	13.1	583,704	14.1
海外 <sup>(4)</sup>	97,623	2.2	65,474	1.5
<b>合計</b>	<b>4,361,222</b>	<b>100.0</b>	<b>4,145,924</b>	<b>100.0</b>

(4) 海外收入來自於海外註冊的線下經銷商。

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。本年度，由於我們積極拓展海外市場業務，故海外所得收入大幅增長。

### 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的監控。我們擁有專業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（「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。

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，使我們具備極高柔性的生產能力。同時，為實現生產效率最大化及拓展我們的產品組合，本集團亦與可靠的原設備製造商（「OEM」）合作生產我們銷量相對較低的產品。

截至2023年12月31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擴產建設中，該工廠的部分產線已投產。

下表載列我們於所示年度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：

產品分部	截至12月31日止年度					
	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	237,722.4	114,791.6	48.3%	242,422.3	138,447.0	57.1%
蔬菜製品	96,228.0	69,309.0	72.0%	84,392.0	54,357.0	64.4%
豆製品及其他產品	5,934.5	3,893.4	65.6%	3,257.0	2,609.0	80.1%
<b>總計</b>	<b>339,884.9</b>	<b>187,994.0</b>	<b>55.3%</b>	<b>330,071.3</b>	<b>195,413.0</b>	<b>59.2%</b>

本年度內，我們調味麵製品的設計產能較上年度有所下降，主要是由於部分產品產線的規劃調整。蔬菜製品的設計產能較上年度上升，主要是因為漯河杏林工廠增加了新產線，豆製品及其它產品的設計產能較上年度亦提升，主要是由於漯河杏林工廠增加了鹵蛋產線。整體產能利用率較上年度有所下降，主要是由於調味麵製品的產能利用率下降。

生產工廠	截至12月31日止年度					
	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	95,168.2	46,707.7	49.1%	107,244.7	60,011.3	56.0%
漯河衛來工廠	57,462.2	31,984.8	55.7%	57,647.3	37,114.4	64.4%
駐馬店衛來工廠	67,435.1	24,502.5	36.3%	57,665.0	23,020.3	39.9%
漯河衛到工廠	89,892.0	56,787.5	63.2%	96,204.5	65,073.1	67.6%
漯河杏林工廠	29,927.4	28,011.5	93.6%	11,309.8	10,193.9	90.1%
<b>總計</b>	<b>339,884.9</b>	<b>187,994.0</b>	<b>55.3%</b>	<b>330,071.3</b>	<b>195,413.0</b>	<b>59.2%</b>

本年度內，我們各工廠的年化設計產能的增減變化，主要是因為(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。2023年的整體產能利用率較2022年有所下降，主要是由於調味麵製品的產能利用率下降。

## 我們的食品安全和品質控制

我們堅持以質量為本，始終秉持食品安全是企業「生命線」的原則，持續精進食品安全體系建設。我們堅守產品品質底線，保障食品安全；推動創新研發，力求為消費者創造出更健康、更美味的休閒食品。

本集團建立了健全的全鏈條、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。在新產品風險管理方面，依據《新品品質驗證標準》進行風險評估。

本集團亦設立了品質管理部門，主要負責原材料與包裝材料管理、生產過程管理和產品檢驗管理、OEM以及客戶服務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

我們一直秉承「以工業化思維，讓美食原點的價值最大化釋放」的研發理念。多年來一直持續提升產品競爭力，專注於現有產品的升級迭代和新產品開發。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12月31日，本集團於河南和上海建立了兩個應用研發中心，擁有一支專業研究團隊，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，持續推進卫龙美味數字化的相關建設工作，從而為業務部門提質增效，實現「互聯互通，一切業務數智化」的目標。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、研發等流程。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、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、5G+工業物聯網、智慧園區管理系統、設備管理系統、生產執行控制系統、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，實現產品運營和資料管理等一系列功能。

本年度內，我們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（「門店」）覆蓋率和運營效益，以及提升對門店的管控品質。同時，我們持續構建敏捷快速回應的供應鏈體系，建設供應鏈計劃系統、立體倉庫管理系統、質量管理系統、研發項目管理系統、人資績效管理系統、財務集中化管理項目、BI自助分析平台等，讓企業整體的運營更有效益。此外，我們持續推進流程標準化及端到端的業務打通，特別是針對銷售與供應鏈的計劃協同管理流程、研發項目管理流程的梳理與優化，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系統優化、供應商協同管理系統優化、電商中台系統優化、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

如下財務業績摘錄於本集團於報告期間按照國際財務報告準則編製之財務報告：

### 收入及毛利

本年度本集團錄得收入為人民幣4,871.7百萬元，較上年度的人民幣4,632.2百萬元相比則增加5.2%，主要由於O2O、零食量販店、內容電商等新興渠道帶來的收入增長被由於流量下滑的線下傳統渠道帶來的收入下降所部分抵消。

本年度本集團毛利為人民幣2,322.7百萬元，較上年度的人民幣1,959.6百萬元增長18.5%。本集團毛利率由上年度的42.3%增加5.4個百分點至本年度的47.7%，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)本年度原材料價格下降；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

本年度本集團經銷及銷售費用為人民幣806.7百萬元，較上年度的人民幣633.3百萬元增加27.4%。本年度本集團經銷及銷售費用佔總收入的16.6%，較上年度的13.7%增加2.9個百分點。本集團經銷及銷售費用的增加主要由於(i)僱員福利費用由上年度的人民幣248.7百萬元(包括以股份為基礎的付款開支約人民幣17.4百萬元)增至本年度的人民幣346.3百萬元(包括以股份為基礎的付款開支約人民幣17.3百萬元)，主要由於本集團的銷售團隊不斷擴大；(ii)本年度推廣及廣告費用為人民幣214.0百萬元，較上年度的人民幣139.3百萬元增加53.6%，原因是本集團推廣及廣告投入的增加；及(iii)專業費用的減少。

### 管理費用

本集團的管理費用由上年度的人民幣481.7百萬元減少4.7%至本年度的人民幣458.9百萬元，主要由於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消。本年度管理費用佔總收入的佔比由上年度的10.4%下降至9.4%。

### 其他收入淨額

本集團的其他收入淨額由上年度的人民幣107.6百萬元減少59.6%至本年度的人民幣43.5百萬元，主要由於政府補貼減少。

### 其他收益／(虧損)淨額

與上年度錄得其他虧損人民幣597.7百萬元相比，本集團於本年度錄得其他收益人民幣2.8百萬元，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

本集團的融資收入淨額由上年度的人民幣57.7百萬元增加204.3%至本年度的人民幣175.6百萬元，主要由於銀行利息的增加。

## 所得稅費用

本集團的所得稅費用由上年度的人民幣261.1百萬元增加52.8%至本年度的人民幣398.9百萬元，主要由於(i)本年度本集團的應課稅收入增加；及(ii)本集團增加預扣稅計提，以備後續於中國註冊成立的附屬公司盈餘匯出。

## 年內利潤

由於上述原因，本集團的年內利潤由上年度的人民幣151.3百萬元增加481.9%至本年度人民幣880.4百萬元，主要是由於與上年度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本年度本集團毛利的增加。

## 年內經調整淨利潤(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》呈列的合併財務報表，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項目的潛在影響，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了解及評估本集團的綜合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，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年內淨利潤。下表將根據《國際財務報告準則》計量的年內淨利潤進行調節，使用最直接可比的財務計量方式，得到經調整的年內淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)：

	截至12月31日止年度	
	2023年 (人民幣千元)	2022年 (人民幣千元)
<b>淨利潤與經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)調節表</b>		
年內利潤	<b>880,354</b>	151,297
加：		
向僱員支付的以股份為基礎的報酬 <sup>(1)</sup>	<b>89,981</b>	98,133
上市開支 <sup>(2)</sup>	—	34,852
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
<b>經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)</b>	<b>970,335</b>	<b>913,093</b>

附註：

- (1) 向僱員支付的以股份為基礎的報酬(非現金性質)主要呈列本集團自僱員接受服務作為權益工具對價的安排。
- (2) 上市開支主要與首次公開發售相關。
- (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。

本集團的年內經調整淨利潤(非《國際財務報告準則》計量)由上年度的人民幣913.1百萬元增加6.3%至本年度的人民幣970.3百萬元，主要由於本集團毛利的增加，且本年度的經調整淨利潤率(非《國際財務報告準則》計量)由上年度的19.7%增至19.9%。

## 股息

基於本集團本年度整體績效表現，考慮本集團盈餘、整體財務狀況、以及資本支出等，董事會將於本公司即將舉行之股東週年大會中建議派發截至本年度末末期股息(「末期股息」)每股人民幣0.10元(含稅，共計末期股息約人民幣235.1百萬元)，約為本集團截至2023年12月31日止年度淨利潤的27%。此建議末期股息及本公司董事會於2023年8月29日舉行的董事會議中批准的中期股息合計約人民幣517.3百萬元，約為本集團截至2023年12月31日止年度淨利潤的60%。同時考慮到本年度是本集團上市1週年，建議派發特別股息(「特別股息」)每股人民幣0.11元(含稅，共計特別股息約人民幣258.6百萬元)，約為本集團截至2023年12月31日止年度淨利潤的30%。末期股息及特別股息須待股東週年大會批准後方可實施。預計派付末期股息及特別股息的日期為2024年6月28日或前後。

## 初始期限為三個月以上的定期存款、受限制現金、現金及現金等價物及借款

截至本年度末，本集團的初始期限為三個月以上的定期存款、受限制現金及現金及現金等價物總額為人民幣4,690.5百萬元，較上年度末的人民幣3,939.3百萬元增加19.1%，主要由於本年度經營活動產生的現金流入。截至上年度末及本年度末，本集團的借款分別為人民幣161.3百萬元及人民幣180.9百萬元。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

本集團的存貨由上年度末的人民幣599.3百萬元減少29.9%至本年度末的人民幣419.9百萬元。本集團的存貨周轉天數由上年度的82天減少至本年度的73天，主要由於(i)本集團原材料減少；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22.3%至截至本年度末的人民幣51.6百萬元，主要是由於2023年1月中旬為春節，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天減少至本年度的4.4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38.0%至截至本年度末的人民幣38.7百萬元，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111.2百萬元增加9.0%至截至本年度末的人民幣121.2百萬元，主要是由於就第三方服務供應商提供諮詢服務的預付款項的增加被原材料預付款項以及待抵扣增值稅進項稅的減少所部分抵消。

## 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67.9%至截至本年度末的人民幣122.8百萬元，原因是本集團戰略性地減少了對結構性存款產品及基金管理產品的投資。

## 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12.1%至截至本年度末的人民幣164.7百萬元，主要由於主要是由於2023年1月中旬為春節，本集團於上年度12月增加了向供應商的採購。貿易應付款項周轉天數從上年度的26天減少至本年度的25天。

本集團的其他應付款項於截至上年度末及本年度末保持相對穩定，分別為人民幣502.5百萬元及人民幣498.0百萬元。

## 合同負債及退款負債

本集團的合同負債及退款負債由截至上年度末的人民幣225.3百萬元減少8.4%至截至本年度末的人民幣206.3百萬元，主要由於2023年1月中旬為春節，經銷商於上年末向本集團下了更多訂單。

## 資本負債比率

截至本年度末，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、受限制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

截至上年度末以及本年度末，本集團無任何重大或有負債。

## 資本承諾

於本年度末，本集團的資本承諾約為人民幣49.4百萬元(上年度：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

於本年度末，本集團已抵押土地使用權約人民幣91.8百萬元(上年度：人民幣93.8百萬元)。

## 重大投資、重大收購及出售事項

於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劃

截至最後可行日期，除日期為2022年12月5日的本公司招股書(「招股書」)中披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

## 上市所得款項用途

本公司股份於2022年12月15日(「上市日期」)在聯交所上市，自上市日期起至截至2023年12月31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903.3百萬港元。截至2023年12月31日止，本集團已根據招股書所載擬定用途累計動用所得款項中的約328.8百萬港元，佔所有募集資金的36.4%，餘下未動用所得款項約為574.6百萬港元。

所得款項淨額 擬定用途	上市 所得款項 可供使用 淨額 (百萬港元)	於2022年 12月31日 尚未動用 淨額 (百萬港元)	本年度 實際使用 淨額 (百萬港元)	於2023年 12月31日 尚未動用 淨額 (百萬港元)	尚未 動用淨額 預計悉數 使用時間	招股書中 披露的 預期時間表
生產設施與供應鏈體系	514.9	507.1	95.5	411.6	2-3年	3-5年
拓展銷售和經銷網絡	135.5	135.5	118.6	16.9	1年	3-5年
品牌建設	90.3	80.3	66.4	13.9	1年	3-5年
產品研發活動及 研發能力提升	90.3	90.0	15.2	74.8	1-2年	3-5年
推進數智化建設	72.3	72.3	14.9	57.4	1-2年	3-5年
<b>總計</b>	<b>903.3</b>	<b>885.2</b>	<b>310.6</b>	<b>574.6</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。此外，考慮到公司的長期發展以及原材料供應的變化，董事會決議取消招股書中披露的位於雲南曲靖的新工廠建設計劃。

## 持續經營

根據現行財務預測和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

## 對法律法規的合規

本公司的股份雖然在香港聯交所上市，但本集團的業務營運主要在中國進行。本集團所營運的業務主要受中國、香港等相關區域的法律監管。於截至2023年12月31日止年度以及截至本公告日期，本集團已遵守所適用區域對本集團有重大影響的相關法例及規例。具體而言，作為休閒食品生產商，本集團的運營受適用於食品生產、銷售及安全的法律法規、適用於消費者保護的法律法規及競爭法、以及適用於環境保護法律法規的監管。於本年度內，本集團未有任何重大違反該等法律法規的行為。

## 人力資源與酬金政策

於2023年12月31日，本集團員工總數為6,079名，報告期內員工福利總額(包括董事酬金)約為人民幣985.4百萬元。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和對本集團的歸屬感。

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。除此之外，績效獎金等激勵機制亦被制定，績效獎金會根據本集團達成的收入、利潤等目標以及員工所在的組織的績效、員工個人的績效評核發放，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。

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，董事會分別於2021年1月1日及2024年3月21日(「採納日期」)批准並採納受限制股份單位計劃(「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。

僱員激勵計劃詳情請見本公司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))的招股書以及本公司預計於2024年4月底之前公佈的2023年度報告中。

本公司根據授予方案授予員工激勵份額詳情將登載於本公司預計於2024年4月底之前公佈的2023年度報告中。

## 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「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，堅持「客戶第一，員工為本，誠信經營，創造變化」的價值觀，持續打造為客戶、為員工、為消費者提供更多價值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，積極構建品牌的認知優勢，深入消費者洞察，以消費者的需求和體驗為導向，並通過以年輕消費者為核心的品牌活動以及加強線上內容電商、社交電商等流量渠道的精細化運營，積極探索消費者的心智滲透，從而不斷提升本集團的品牌知名度和美譽度。

本集團將持續在產品建設和品質建設上投入，為了向消費者提供更好的產品和服務，年內我們的新產品推出後迅速進入市場，這些創新產品不僅豐富了我們的產品矩陣，也強化了本集團在辣味休閒食品領域的地位，我們相信，不斷的創新、突破及與時俱進是企業成長的至勝關鍵。

同時，本集團將繼續加強線上線下全渠道發展策略，零食量販渠道、抖音電商等的快速崛起給零食企業帶來新的發展機遇。在競爭加劇的背景下，本集團將積極應變，加強全渠道建設，一方面夯實傳統渠經銷渠道的運營效率以及門店的執行質量，另一方面積極加強與零食量販系統的合作，持續拓展零食系統的門店覆蓋。此外，本集團同樣重視線上的全渠道建設，兼顧傳統電商平台的精細化運營以及新興內容電商的拓展，從而滿足不同場景下消費者的需求，進而強化全渠道營運和提升全渠道的品牌影響力。

此外，為了更好地迎接渠道演變帶來的發展機遇，本集團還將持續提升供應鏈能力，從而更好地滿足客戶和終端市場的需求。本集團將持續提升研發能力和組織能力，加強數智化建設，以提高本集團總體的運營效率。

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。

## 股息

董事會於2024年3月21日舉行會議並通過相關決議案，建議派發截至2023年12月31日止年度末期股息每股人民幣0.10元(含稅)，末期股息合計約人民幣235.1百萬元，特別股息每股人民幣0.11元(含稅)，特別股息合計約人民幣258.6百萬元。末期股息及特別股息之派付有待本公司股東於股東週年大會上批准然後實施。預計派付股息日期為2024年6月28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。

## 股息政策

我們可以通過現金或董事會認為合適的其他方式分配股息。股息的分配由董事會酌情決定，如有必要，則須經股東的批准。董事會可在考慮我們的經營業績、財務狀況、經營要求、資本要求、股東權益和董事會認為可能相關的任何其他條件後，建議未來的股息分配。

根據適用法律法規，我們的股息政策是於上市後任何特定年度向股東分配不少於可分配利潤的25%。我們無法向閣下保證任何年度都能夠分配上述金額或任何金額的股息，或者根本不能分配股息。股息的宣派和支付也可能受到法律限制，以及本公司及我們的附屬公司已經或將來可能訂立的貸款或其他協議的限制。股息的任何宣派及派付以及股息金額將須符合我們的章程文件及開曼群島《公司法》規定。我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額將取決於我們能否從附屬公司及其他可供合法分派儲備中獲得股息。股東可於股東大會上批准任何股息宣派，但派付金額不得超過董事會建議的金額。股息僅可自可供合法分派的利潤及儲備中宣派或派付。

## 報告期後的重大事項

於2023年12月31日後及直至本公告日期，董事會並不知悉任何須予披露的重大事項。

## 股東週年大會

本公司謹定於2024年6月6日(星期四)舉行股東週年大會。有關本公司召開股東週年大會的通告將根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)規定的方式適時發佈。

## 暫停辦理股東登記

本公司將於2024年6月3日(星期一)至2024年6月6日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2024年5月31日(星期五)下午四時三十分前送達本公司於香港的股份過戶登記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)。

本公司亦將於2024年6月13日(星期四)至2024年6月17日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。為符合資格獲派末期股息及特別股息，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2024年6月12日(星期三)下午四時三十分前送達本公司於香港的股份過戶登記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)。

## 購買、出售及贖回本公司上市證券

截至本年度，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2023年12月31日及本公告日期，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12月31日止年度之綜合年度業績進行審閱，確認已遵守適用會計原則、準則及要求，並已作出充分披露。

## 安永會計師事務所的工作範圍

本初步公告所載有關本集團截至2023年12月31日止年度的合併財務狀況表、合併損益表、合併綜合收益表及相關附註的數字，已由本集團核數師安永會計師事務所核對，與本集團於該年度的合併財務報表所載金額一致。安永會計師事務所就此進行的工作並不構成國際審計與鑑證準則理事會頒佈的國際核數準則、國際審閱委聘準則或國際保證聘約準則項下的保證聘約，因此安永會計師事務所並無就本公告作出保證。

## 遵守《上市規則》附錄C1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C1《企業管治守則》（「企業管治守則」）的原則及守則條文。截至2023年12月31日止年度，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C3所載的標準守則

本公司已採納《上市規則》附錄C3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截至2023年12月31日止年度一直遵守標準守則所載的條文。

## 刊發全年業績公告及年度報告

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2023年度報告將適時於上述網站登載。

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，2024年3月21日

截至本公告日期，本公司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，以及本公司獨立非執行董事為徐黎黎女士、張弼弘先生及邢冬梅女士。