

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。

农夫山泉

NONGFU SPRING CO., LTD.

農夫山泉股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：9633)

2024年中期業績公告

2024年中期業績摘要

- 總收益為人民幣22,173百萬元，同比增長8.4%；
- 母公司擁有人應佔溢利約為人民幣6,240百萬元，同比增長8.0%；
- 每股基本盈利為人民幣0.55元，同比增長8.0%；

農夫山泉股份有限公司(「本公司」或「農夫山泉」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」或「我們」)截至2024年6月30日止六個月(「報告期」)的按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製的未經審核中期業績(「業績公告」)，連同2023年同期的比較數字。

中期簡明綜合損益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	22,173,084	20,462,425
銷售成本		<u>(9,140,616)</u>	<u>(8,152,496)</u>
毛利		13,032,468	12,309,929
其他收入及收益，淨額		1,039,655	900,521
銷售及分銷開支		(4,971,457)	(4,695,318)
行政開支		(913,377)	(958,569)
其他開支		(5,536)	(2,589)
財務費用		<u>(39,438)</u>	<u>(29,670)</u>
除稅前溢利	5	8,142,315	7,524,304
所得稅開支	6	<u>(1,902,736)</u>	<u>(1,748,883)</u>
母公司擁有人應佔期內溢利		<u>6,239,579</u>	<u>5,775,421</u>
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄 期內溢利	8	<u>人民幣0.55元</u>	<u>人民幣0.51元</u>

中期簡明綜合全面收益表
截至2024年6月30日止六個月

	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	<u>6,239,579</u>	<u>5,775,421</u>
其他全面收益		
可於後續期間重新分類至損益的其他全面收益：		
匯兌差額：		
換算海外業務產生的匯兌差額	<u>128</u>	<u>773</u>
可於後續期間重新分類至損益的 其他全面收益淨額	<u>128</u>	<u>773</u>
期內其他全面收益(除稅後)	<u>128</u>	<u>773</u>
母公司擁有人應佔期內全面收益總額	<u>6,239,707</u>	<u>5,776,194</u>

中期簡明綜合財務狀況表
於2024年6月30日

		2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		19,311,683	17,179,628
使用權資產		994,849	946,979
無形資產		73,008	74,222
遞延稅項資產		1,077,461	921,333
長期銀行存款		10,527,397	1,510,722
其他非流動資產		38,376	42,831
		<u>32,022,774</u>	<u>20,675,715</u>
非流動資產總額			
		<u>32,022,774</u>	<u>20,675,715</u>
流動資產			
存貨		3,336,543	3,091,729
貿易應收款項及應收票據	9	703,194	547,021
預付款項、其他應收款項及其他資產		969,006	694,778
質押存款		6,839	2,677
現金及銀行結餘		16,601,323	24,125,210
按公平值計入損益的金融資產		2,426,761	—
		<u>24,043,666</u>	<u>28,461,415</u>
流動資產總額			
		<u>24,043,666</u>	<u>28,461,415</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	10	1,859,344	1,770,098
其他應付款項及應計費用		18,947,579	9,288,983
合約負債		2,409,942	3,584,921
計息借貸		3,856,714	3,120,619
租賃負債		73,051	58,030
應付稅項		1,847,080	2,053,907
		<u>28,993,710</u>	<u>19,876,558</u>
流動負債總額			
		<u>28,993,710</u>	<u>19,876,558</u>
流動(負債)/資產淨額		<u>(4,950,044)</u>	<u>8,584,857</u>
總資產減流動負債		<u>27,072,730</u>	<u>29,260,572</u>

中期簡明綜合財務狀況表(續)

於2024年6月30日

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債		
遞延收益	325,666	303,061
遞延稅項負債	329,187	355,356
租賃負債	16,394	31,250
非流動負債總額	<u>671,247</u>	<u>689,667</u>
資產淨額	<u>26,401,483</u>	<u>28,570,905</u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	1,124,647	1,124,647
儲備	25,276,836	27,446,258
權益總額	<u>26,401,483</u>	<u>28,570,905</u>

中期簡明綜合財務資料附註

1. 編製基準

截至2024年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。除另有註明者外，該等財務報表均以人民幣(「人民幣」)呈列，且所有數值均調整至最近的千元單位。中期簡明綜合財務資料並不包括規定須於年度財務報表列載的所有資料及披露，並應與本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

於2024年6月30日，本集團錄得流動負債淨額人民幣4,950,044,000元。鑒於流動負債淨額狀況，董事在評估本集團是否有充足財務資源持續經營時，已仔細考慮本集團未來流動資金及表現以及其可用的資金來源。

考慮到本集團在中國內地持有的長期銀行存款人民幣10,527,397,000元可自由兌換為現金，董事確信本集團可在可見未來全額履行到期的財務義務。

2. 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者一致，惟於本期間財務資料中首次採納的下列經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)除外。

國際財務報告準則第16號的修訂	售後租回的租賃負債
國際會計準則第1號的修訂	將負債分類為流動或非流動(「2020年修訂本」)
國際會計準則第1號的修訂	附帶契諾的非流動負債(「2022年修訂本」)
國際會計準則第7號及	供應商融資安排
國際財務報告準則第17號的修訂	

新訂及經修訂準則對該等財務報表並無重大財務影響。

3. 經營分部資料

就管理而言，本集團按其服務劃分業務單位，設有以下五個可呈報經營分部：

- 製造及銷售包裝飲用水的水類產品分部；
- 製造及銷售即飲茶的即飲茶類產品分部；
- 製造及銷售功能飲料的功能飲料產品分部；
- 製造及銷售果汁飲料產品的果汁飲料產品分部；及
- 製造及銷售農產品及其他飲料的其他產品分部。

管理層個別監察本集團經營分部業績，以便作出資源分配決策及評估表現。分部表現乃基於經調整除稅前溢利而計量之可呈報分部溢利作出評估。除利息收入、財務費用、其他收入及收益以及總部和企業開支於該計量中剔除外，該經調整除稅前溢利之計量方法與本集團除稅前溢利一致。由於管理層並非定期審閱該等資料以作資源分配及表現評估，故並無呈列對分部資產及負債的分析。因此，僅呈列分部收益及分部業績。

截至2024年6月30日 止六個月	水類產品 人民幣千元 (未經審核)	即飲茶類 產品 人民幣千元 (未經審核)	功能飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	果汁飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	其他產品 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註4)						
向外部客戶銷售	8,530,540	8,430,158	2,550,420	2,113,962	548,004	22,173,084
分部業績	2,743,339	3,717,407	1,050,251	499,172	158,587	8,168,756
對賬：						
利息收入						543,827
其他未分配收入及收益						495,829
企業及其他未分配開支						(1,026,659)
財務費用						(39,438)
除稅前溢利						<u>8,142,315</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	<u>441,972</u>	<u>448,404</u>	<u>141,759</u>	<u>140,882</u>	<u>36,244</u>	<u>1,209,261</u>

截至2023年6月30日 止六個月	水類產品 人民幣千元 (未經審核)	即飲茶類 產品 人民幣千元 (未經審核)	功能飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	果汁飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	其他產品 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註4)						
向外部客戶銷售	10,442,008	5,286,470	2,457,528	1,685,600	590,819	20,462,425
分部業績	3,801,813	2,279,894	986,242	497,357	158,378	7,723,684
對賬：						
利息收入						439,223
其他未分配收入及收益						461,299
企業及其他未分配開支						(1,070,232)
財務費用						(29,670)
除稅前溢利						<u>7,524,304</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	<u>491,105</u>	<u>274,652</u>	<u>132,744</u>	<u>105,285</u>	<u>38,786</u>	<u>1,042,572</u>

地區資料

本集團逾99%的收益及經營溢利均來自中國內地的客戶，而本集團逾99%的可識別資產和負債均位於中國內地。

主要客戶資料

截至2024年及2023年6月30日止六個月，概無來自本集團單一客戶的銷售收益佔本集團總收益的10%或以上。

4. 收益

收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
來自客戶合約的收益		
銷售商品	<u>22,173,084</u>	<u>20,462,425</u>

上述收益確認的時間是在某個時間點履行銷售及交付商品的履約義務之時。

履約責任於交付貨品後完成及通常需要預先付款(惟享有信貸期的客戶除外，其付款一般於30天內到期，對主要客戶可延長到90天)，部分合約給予客戶退貨的權利及銷售獎勵折扣，從而產生可變對價。

本集團並無原有預期期限超過一年的收益合約，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，且無需披露分配至截至報告期末未達成或部分達成的履約責任的交易價格。

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利乃扣除／(計入)下列各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
存貨銷售成本*	9,140,616	8,152,496
物業、廠房及設備折舊	1,310,254	1,233,533
使用權資產折舊	52,287	52,496
無形資產攤銷**	5,504	6,123
出售物業、廠房及設備項目的虧損	4,611	2,140
員工福利開支(包括董事及主要行政人員薪酬)：		
工資及薪金	1,670,326	1,600,359
退休金計劃供款、社會福利及其他福利***	307,258	234,732
以股權結算的股份支付開支	5,516	15,202
研發成本****	140,353	127,082
與短期租賃及低價值資產租賃有關的費用	93,749	73,583
存貨撥備	-	3,702
貿易應收款項減值	9,905	7,714
預付款項、其他應收款項及其他資產中的金融資產減值	1,298	4,150
按公平值計入損益的金融資產公平值收益	(4,727)	-

* 存貨銷售成本包括與物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊及員工成本相關的開支，其亦包括在上述各類開支分別披露的總額中。

** 報告期間的無形資產攤銷計入中期簡明綜合損益表的行政開支。

*** 本集團無僱主可用作減低現有供款水平之沒收供款。

**** 研發成本包括與物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊及員工成本相關的開支，其亦包括在上述各類開支分別披露的總額中。

6. 所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期－中華人民共和國(「中國」)		
期內費用	2,087,358	2,180,135
過往期間(超額撥備)/撥備不足	(2,325)	1,303
遞延	<u>(182,297)</u>	<u>(432,555)</u>
合計	<u>1,902,736</u>	<u>1,748,883</u>

本集團須按實體基準就產生於或來自本集團成員公司註冊及經營所在司法權區的溢利繳納所得稅。

中國企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，本集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，除非符合以下免稅規定。

期內，中國附屬公司的法定中國企業所得稅稅率為25%。根據財政部、國家稅務總局及國家發展和改革委員會聯合發佈的《關於延續西部大開發企業所得稅政策的公告》(財稅[2020]23號)，位於中國西部地區的企業，其鼓勵類業務活動主營收益佔企業收入總額60%以上者，於2021年1月1日至2030年12月31日10年期間，有權享有15%的優惠所得稅稅率。因此，若干位於中國西部地區的附屬公司於報告期間有權享有15%的所得稅稅率。

本集團若干中國附屬公司從事農業，並有權享有農產品免稅。

香港利得稅

於報告期間，於香港產生的估計應課稅溢利須按16.5%的法定稅率繳納香港利得稅。由於本集團在本期間並無於香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅計提撥備。

7. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
本公司宣派的股息	<u>8,434,850</u>	<u>7,647,597</u>

於2024年5月21日，本公司股東批准就本公司11,246,466,400股股份派發2023年末期股息每股人民幣0.75元(合共人民幣8,434,850,000元)，其中人民幣8,434,850,000元計入「其他應付款項及應計費用」。股息將於2024年8月派付。

於2023年5月16日，本公司股東批准就本公司11,246,466,400股股份派發2022年末期股息每股人民幣0.68元(合共人民幣7,647,597,000元)。

本公司董事已決定不會就本中期期間建議派發股息。

8. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃基於母公司普通權益持有人應佔期內溢利及普通股加權平均數11,245,206,063股(2023年6月30日：11,243,168,674股)計算。

於計算截至2024年及2023年6月30日止期間每股攤薄盈利時，已計入就員工股權激勵計劃而授予員工的股份的影響。按認購權之貨幣價值計算，以釐定可按公平值(定為本公司股份期內之平均股份市價)購入之股份數目。

9. 貿易應收款項及應收票據

於報告期末基於發票日期及扣除虧損撥備的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
90日內	641,281	506,235
91至180日	49,361	28,158
181至365日	12,552	12,628
	<u>703,194</u>	<u>547,021</u>

10. 貿易應付款項及應付票據

貿易應付款項及應付票據均為不計息，且一般須於90日內結清。

於報告期末基於發票日期的貿易應付款項及應付票據賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
90日內	1,768,626	1,598,162
91至180日	54,583	130,883
181至365日	28,439	28,910
一年以上	7,696	12,143
	<u>1,859,344</u>	<u>1,770,098</u>

11. 報告期後事件

於報告期後直至未經審核中期簡明綜合財務報表批准日期，本集團並無發生重大事件。

管理層討論與分析

董事會欣然提呈本集團截至2024年6月30日止六個月未經審核中期簡明綜合財務資料。該中期簡明綜合財務資料雖未經審核，但已由董事會審計委員會(「審計委員會」)和本公司獨立核數師安永會計師事務所按照香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務數據的審閱」進行審閱。

經濟環境狀況

2024年上半年，面對更趨複雜嚴峻和不確定的外部環境，中國經濟運行總體平穩，穩中有進。國家統計局數據顯示，2024上半年國內生產總值(GDP)達到人民幣61.7萬億元，同比增長5.0%。中國消費市場在上半年呈現恢復向好態勢。社會消費品零售總額達人民幣23.6萬億元，同比增長3.7%。數據表明，作為經濟增長的重要引擎，內需正在逐步釋放潛力。

中國軟飲料行業市場潛力仍然巨大，品牌競爭愈加激烈。隨消費者對飲品健康化訴求的愈加明顯，市場也向著更天然、更健康、更鼓勵創新的方向發展。其中以無糖茶為代表，近幾年保持高速增長。

2024年上半年，國家市場監督管理總局《食品生產經營企業落實食品安全主體責任監督管理規定(徵求意見稿)》向社會公開徵求意見。隨著監管機構和消費者對食品安全和產品品質的持續關注，擁有健全食品安全管理體系、落實可持續供應鏈管理、構建專業食品人才梯隊的企業，競爭優勢將更加明顯。

業務回顧

2024年上半年，本集團錄得收益人民幣22,173百萬元，較去年同期增長8.4%，其中，包裝飲用水產品的收益較去年上半年同期下降18.3%，在總收益佔比為38.5%；飲料產品的收益較去年同期增長36.7%，在總收益佔比為61.1%。下表載列本集團於所示期間各產品類別的收益和佔總收益比例明細：

產品類別	2024年		截至6月30日止6個月 2023年		變動	
	收益 (人民幣 百萬元)	佔總收益 比例	收益 (人民幣 百萬元)	佔總收益 比例	金額 (人民幣 百萬元)	比例
包裝飲用水產品	8,531	38.5%	10,442	51.0%	-1,911	-18.3%
茶飲料產品	8,430	38.0%	5,286	25.8%	3,144	59.5%
功能飲料產品	2,550	11.5%	2,457	12.0%	93	3.8%
果汁飲料產品	2,114	9.5%	1,686	8.3%	428	25.4%
其他產品(附註)	548	2.5%	591	2.9%	-43	-7.3%
合計	22,173	100.0%	20,462	100.0%	1,711	8.4%

附註：其他產品主要包括蘇打水飲料、含氣風味飲料、檸檬汁飲料、咖啡飲料產品等其他飲料產品，及鮮果等農產品。

包裝飲用水產品

2024年的1月份和2月份，本集團包裝飲用水產品銷售情況良好，該兩個月的銷售收益較去年同期增長19.0%。但自2024年2月底開始，網絡上出現大量對本公司及創始人的輿論攻擊和惡意詆毀，對我們的品牌及銷售產生了嚴重的負面影響。2024年上半年本集團錄得包裝飲用水產品收益為人民幣8,531百萬元，較去年同期下降18.3%，佔總收益的38.5%。

2024年3月以來，我們通過各種方式向公眾澄清真相，並於2024年5月20日在公司官方微信公眾號發佈題為《自2月25日來針對農夫山泉和創始人鍾睒睒的謠言及其真相|比流量重要的是真相，是基於事實本身的善惡是非判斷》的文章，針對網上流傳的相關謠言進行了匯總回應和澄清。我們亦採取行動追究惡意造謠者的法律責任，相關行政執法部門依法對部分造謠網絡賬號進行了處置，執法和司法機關也對其中部分情節嚴重的責任主體啟動了法律責任追究程序。

2024年4月，我們推出了「農夫山泉」純淨水產品。這是農夫山泉持續二十四年專注生產飲用天然水之後首次重回純淨水賽道。我們的「農夫山泉」純淨水產品與天然水產品同樣來自優質天然水源，區別於市場上絕大多數同品類產品。純淨水產品為550ml瓶裝，使用與天然水產品同樣的瓶型，標籤則採用與天然水產品的紅色包裝對比強烈的綠色。我們以「所有農夫山泉都來自天然水源」的廣告語向消費者傳達和強化我們的所有飲用水產品的天然水源地優勢，並在產品宣傳海報上以「綠瓶有點甜，紅瓶更健康」的具象化表達，向消費者清晰闡明兩款產品的差異化定位，滿足消費者的多樣化需求。

我們繼續加大對水源地的宣傳，邀請消費者到我們遍佈全國的各大水源地參觀。人們紛紛發佈視頻和文章分享參觀農夫山泉水源地的感受，4月至5月間，各頭部大V上線達人視頻素材超過200篇，累計曝光量近5億次，累計互動超過1,000萬次。

2024年1月，我們新上市了19升PET桶裝「農夫山泉」飲用天然水產品。該產品同樣源自優質天然水源，使用PET原料製作的桶身為一次性包裝，無需交付桶押金，安全便捷，給終端客戶和消費者提供更好的服務體驗。

農曆新年，我們繼續推出了「龍」年生肖紀念玻璃瓶裝礦泉水以及「龍」年賀歲動畫廣告《舞龍少女》，牽動國民情愫，讓美好祝福直抵人心。

上半年我們還推出了新產品「農夫山泉」食用冰，以「好水出好冰」的產品理念，放大天然水源地優勢。冰，水為之，食用冰新形態給「農夫山泉」品牌帶來新的活力，也打開了冰、飲共生的新場景。目前「農夫山泉」食用冰已上線全國十四個城市的多個便利條系，吸引眾多年輕消費者嘗鮮體驗及新媒體上的廣泛分享。

茶飲料產品

今年上半年本集團茶飲料產品繼續維持高速增長，報告期內錄得收益人民幣8,430百萬元，較去年同期增長59.5%，佔總收益的38.0%。

「東方樹葉」持續夯實「東方樹葉中國茶」的品牌定位。3月，春季限定「龍井新茶」三度回歸，繼續受到消費者的認可和喜愛，第一批5萬箱上線後17小時售罄，第二批僅1小時全網售罄。同時，「東方樹葉」繼續豐富900ml規格，春節期間再推烏龍茶和黑烏龍口味，並以「過年一起喝喝茶」為傳播主題拓展更多飲用場景，讓越來越多的消費者愛上中國茶。

「茶π」亦在今年上半年推出新口味「茉莉花檸檬茶」，伴隨新口味上市，「茶π」持續圍繞瓶身插畫講述品牌故事，在上海、杭州、南京、深圳、廣州、武漢、重慶、西安、成都九座城市地標商圈，緊密關聯新口味瓶身的「飛行奇遇」故事，開展「茶π上新」主題巡迴展，線下覆蓋人數超過500萬人。通過新口味，加深大眾對「茶π」產品的果味茶品類認知，通過線下活動，強化茶π插畫故事，提升品牌價值。

功能飲料產品

報告期內，本集團功能飲料產品錄得收益為人民幣2,550百萬元，較去年同期增長3.8%，佔總收益的11.5%。

報告期內，「尖叫」推出乳鈣型、茶氨酸型兩款新口味，為品牌20周年經典包裝注入新的品牌活力，並通過開展「尖叫新口味上場」籃球校園行等派樣活動，深入高校運動人群，提升品牌運動形象，為消費者提供更多產品選擇。

「力量帝」維他命水開展彩虹維他命主題推廣，和知名IP Color Run 2024合作，為熱愛戶外運動的年輕人提供維他命補給。同時第3年舉辦「VBD國際街舞大賽」活動，與街舞選手合作在街舞圈層中持續推廣潮流、活力的品牌屬性。

果汁飲料產品

我們的果汁飲料產品通過產品換代升級煥發新的活力，報告期內錄得收益為人民幣2,114百萬元，較去年同期增長25.4%，佔總收益的9.5%。

報告期內，「農夫果園」配合當下果汁產品更清潔、更健康的發展趨勢，完成經典產品100%番茄混合果蔬汁、100%胡蘿蔔混合果蔬汁的升級回歸，配方升級、原料升級、工藝升級，不加糖、不加任何添加劑，0脂肪、0香精、0防腐劑、0人工色素，用更好、更健康的產品回應消費者的殷切期盼，上市以來收穫新老消費者的關注與喜愛。

「水溶C100」複合果汁飲料於2月上市「血橙味」新口味，擴展產品口味矩陣，並展開維生素C主題相關推廣。每瓶「水溶C100」含有大於等於100mg的維生素C，滿足成人每日所需，陽光馥鬱的血橙風味，開啟新一年的活力。

其他產品

報告期內，我們繼續執行聚焦重點品項的策略，其他產品(主要包括蘇打水飲料、含氣風味飲料、檸檬汁飲料、咖啡飲料等其他飲料產品，及鮮果等農產品)錄得收益為人民幣548百萬元，較去年同期下降7.3%，佔總收益的2.5%。

「炭灸」咖啡於1月推出900mL大容量裝的無糖經典黑咖，建議零售價為人民幣9.9元，主打高性價比賣點。產品使用農夫山泉自有烘焙工廠出品的深烘焙咖啡豆，0糖0卡0脂0香精0咖啡速溶粉，低酸微苦。產品上市後，進一步擴充「炭灸」無糖黑咖產品矩陣，強化品牌「無糖黑咖專家」形象。

展望

上半年的網絡輿情給本集團品牌形象和包裝飲用水產品的銷售帶來了影響，但是，憑藉強勁的綜合實力和對正道的堅持，我們有充分的信心和能力迎接和應對各種機遇和挑戰。2024年8月10日，本集團創始人鍾睒睒先生出席中央電視台《對話》欄目，對諸多輿論爭議話題做出了回應，並分享了農夫山泉在水源地建設、農業建設、社會責任等方面持續踐行的長期主義經營理念。節目播出後，鍾睒睒先生低調、腳踏實地的風格和兼具遠見與堅持的理想主義實幹家精神受到廣大觀眾的贊譽和好評，向公眾展現了農夫山泉客觀真實的正面形象。

未來，我們將繼續加強品牌建設，持續加大對水源地的宣傳和對飲料產品的提升和創新，進一步發展和夯實水和飲料雙引擎的格局，持續壯大農夫山泉的品牌基礎和競爭優勢，始終堅持「天然、健康」的產品理念，不斷求精和創新，向消費者提供更優質的產品和服務。而對於造謠和誹謗詆毀農夫山泉的企業和個人，我們必將堅決追究其法律責任，堅持正義，絕不退縮。

財務回顧

收益及毛利

報告期內本集團錄得收益人民幣22,173百萬元，較去年上半年的人民幣20,462百萬元增長8.4%；毛利為人民幣13,032百萬元，較去年上半年的人民幣12,310百萬元增長5.9%。報告期內本集團毛利率由去年同期的60.2%下降1.4個百分點至58.8%，主要影響因素包括純淨水產品新品上市促銷的影響、包裝飲用水產品銷量下降帶來固定成本分攤上升、以及果汁原料價格的上升。

銷售及分銷開支

報告期內本集團銷售及分銷開支為人民幣4,971百萬元，較去年上半年的人民幣4,695百萬元增長5.9%。報告期內廣告及促銷開支對比去年同期有所提升，但物流費率受產品銷售量的品項結構影響有所下降，故此，銷售及分銷開支佔總收益22.4%，較去年上半年的佔比22.9%下降0.5個百分點。

行政開支

報告期內本集團的行政開支為人民幣913百萬元，較去年上半年的人民幣959百萬元下降4.8%，行政開支佔總收益4.1%，較去年上半年佔比4.7%略降0.6個百分點。

其他收入及收益

報告期內本集團其他收入及收益為人民幣1,040百萬元，較去年上半年的人民幣901百萬元上升15.4%，佔總收益的4.7%，主要為定期存款帶來的利息收入增加。報告期內匯兌收益約人民幣25百萬元。截至2024年6月30日，本集團持有港幣1,553百萬元、美元475百萬元以及少量其他外幣，比2023年12月31日持有港幣1,478百萬元、美元450百萬元以及少量其他外幣，略有增加。

財務費用

報告期內本集團財務費用由去年同期的人民幣30百萬元增加至人民幣39百萬元，略有增加。

期內利潤

基於以上變動，報告期本集團利潤由去年上半年的人民幣5,775百萬元增加8.0%至人民幣6,240百萬元。

股息

本公司2023年度股東大會已於2024年5月21日批准派發截至2023年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣0.75元(含稅，共計股息人民幣約8,435百萬元)，此等股息將於2024年8月28日派發予於2024年5月25日(星期六)名列本公司股東名冊的股東。

董事會決議不宣派截至2024年6月30日止六個月的中期股息。

長期銀行存款、質押存款、現金、銀行結餘及借款

於2024年6月30日，本集團的長期銀行存款、質押存款、現金及銀行結餘總額為人民幣27,136百萬元，較2023年12月31日的人民幣25,639百萬元增加5.8%。本集團於2024年6月30日的授信總額度為人民幣18,240百萬元，計息借貸為人民幣3,857百萬元，較2023年12月31日的人民幣3,121百萬元增加23.6%，截至2024年6月30日已償還到期總金額人民幣7,983百萬元。所有借款均以人民幣計值。截至2024年6月30日的借款總額中，無按固定利率收取的借款金額(不含銀行承兌匯票貼現)。本集團並無實施任何利率對沖政策。

存貨

由於生產備貨、原料期末庫存增加，本集團的存貨由2023年12月31日的人民幣3,092百萬元增加至2024年6月30日的人民幣3,337百萬元，存貨周轉天數由2023年12月31日的55.0天增加至2024年6月30日的64.2天。

貿易應收款項及應收票據

本集團的貿易應收款項及應收票據由2023年12月31日的人民幣547百萬元增加至2024年6月30日的人民幣703百萬元。貿易應收款項及應收票據周轉天數從2023年的4.4天增加至2024年上半年的5.1天。

貿易應付款項及應付票據

本集團的貿易應付款項及應付票據由2023年12月31日的人民幣1,770百萬元增加至2024年6月30日的人民幣1,859百萬元。貿易應付款項與應付票據周轉天數從2023年的33.8天增加至2024年上半年的36.2天。

資本負債比率

於2024年6月30日，本集團資本負債比率(等於(計息借貸+租賃負債)/權益)為14.9%(報告期內本集團無少數股東權益)，比2023年12月31日本集團的資本負債比率11.2%有所上升，這主要由於我們提高了應收票據融資的使用。

於2024年6月30日，本集團錄得流動負債淨額人民幣4,950百萬元，這主要是由於我們增加了長期(一年以上)定期存款的安排。截至2024年6月30日，本集團在中國內地持有的長期銀行存款為人民幣10,527百萬元，比2023年12月31日的人民幣1,511百萬元有大幅提升，其中人民幣10,527百萬元現金存單可在需要時自由兌換為現金。

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。

報告期後重大事項

自2024年6月30日起直至本報告日期，本集團並無發生任何重大事項。

外匯風險

截至2024年6月30日，本集團持有港幣1,553百萬、美元475百萬以及少量其他外幣。截至本報告日期，美元和港幣兌人民幣匯率均有所上升，但仍需關注外匯市場進一步動向。本集團會密切監察我們的外匯風險，並會在有需要時通過適當金融工具做對沖用途，以助降低外匯風險。

或有負債

截至2024年6月30日，本集團無任何重大或有負債。

資本承諾

於2024年6月30日，本集團的資本承諾約為人民幣5,708百萬元，主要用於建設生產廠房、購置生產設備。

資產抵押

於2024年6月30日，本集團並無就任何集團資產抵押。

重大投資、重大收購及出售事項

於2023年12月31日，本公司與浙江省建德市人民政府就「農夫山泉建德飲用水及飲料綜合產業基地項目」(「該項目」)簽署投資協議(「投資協議」)。根據投資協議，本公司計劃對該項目的總投資額為人民幣50億元。該項目詳情請參閱本公司日期為2023年12月31日的須予披露交易—與建德市人民政府訂立投資協議公告。投資該項目旨在為本公司繼續依託千島湖優質的天然水資源進一步擴大產能，從而提高本集團的整體競爭力和投資回報。由於根據上市規則就投資協議項下該項目投資金額計算的最高適用百分比率高於5%但低於25%，訂立投資協議構成一項須予披露交易，須遵守上市規則第14章項下的申報及公告規定，惟獲豁免遵守股東批准規定。報告期內，本公司已在建德市設立全資子公司農夫山泉(建德更樓)飲料有限公司(「該項目公司」)，該項目公司的經營範圍包括飲料生產、食品銷售等，該項目公司註冊資本為人民幣5,000萬元，報告期內已全部繳足。該項目於報告期間無任何變現及未變現的損益及任何已收股息。於2024年6月30日，該項目資產佔本公司總資產百分比低於0.12%。後續視乎該項目進展，若構成《上市規則》下重大投資事項，本公司將根據《上市規則》要求於其中期報告及/或年報中進行披露。

除上述披露外，截止2024年6月30日及本公告日期，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

於本報告日期，除本公司於2020年8月25日刊發的招股書(「招股書」)中披露的「未來計劃及所得款項用途」和本報告中的「重大投資、重大收購及出售事項」所披露的事項外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

人力資源與酬金政策

於2024年6月30日，本集團(含本公司及本公司各附屬公司)員工總人數超過2萬名，報告期內員工福利開支總額(包括董事酬金)為人民幣1,983百萬元。我們始終堅信本集團的長期增長取決於員工的專業素質、技能提升與持續成長，我們不斷優化人才選拔與培養體系，提高員工的整體競爭力，並深化他們對集團的文化認同與歸屬感。本集團整體薪資政策具有較高市場競爭力與內部公平性，員工薪金及福利水平參考市場以及個人資歷及能力而定，並設立績效獎金等激勵機制。我們通過生產力的持續提升以實現員工收入逐年增加，組織和個人發展共贏。我們持續推行績效獎金等激勵機制，依據集團的財務目標、員工所在的組織績效以及個人的績效表現評核發放，表彰和激勵為集團業務作出卓越貢獻的組織和個人，充分體現績效導向，促進企業持續發展。

為完善公司激勵機制，留住關鍵員工，牽引公司業務的可持續發展等，經2022年1月14日召開的臨時股東大會審議通過，本公司已於2022年採納員工股權激勵計劃，以激勵對本集團經營業績和未來發展發揮重要作用的管理人員和核心技術專家。根據員工股權激勵計劃，受託人在員工股權激勵計劃存續期間根據員工股權激勵計劃可不時獲得和持有的H股最高數量不得超過本公司於採納日已發行股本總額的5%，且非經股東大會特別決議批准，任何一名激勵對象通過員工股權激勵計劃累計獲得的本公司H股總量，不超過本公司股本總額的1%。

2022年3月，本公司根據員工股權激勵計劃實施了授予，所授予激勵份額對應本公司H股數量共計為6,636,400股，佔本公司已發行股份總數的0.059%及佔本公司已發行H股的0.1318%。該次授予激勵份額的授予價格根據員工股權激勵計劃的規定，為授予日前一百二十個香港交易日本公司H股收盤價均值的百分之三十，即每股激勵股份13.22港元，已由各激勵對象於2022年4月15日前全額支付完畢。該次授予的108名激勵對象包括本公司董事向咸松先生、饒明紅先生、韓林攸女士和監事劉熹悅先生。其中向咸松先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為108,000股、饒明紅先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為99,000股、韓林攸女士獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為90,800股、劉熹悅先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為99,000股；以及一名養生堂集團員工，獲授予激勵份額對應本公司H股數量為39,600股，該名員工在參與養生堂集團向本集團提供IT服務的關連交易項目時，為本集團信息系統建設做出了重大貢獻(該員工已於2023年調入本集團)；其餘103名激勵對象全部為本集團員工，且不包含本公司的董事、監事、其他關連人士及本公司H股上市前一日(即2020年9月7日)登記於本公司股東名冊的股東。員工股權激勵計劃有效期為10年，截至本公告日，員工股權激勵計劃有效期還剩餘約7年。

於2022年4月，獲授激勵份額中，有2,610,000股激勵份額已達成第一期歸屬條件而歸屬於相應的激勵對象，剩餘44,184股激勵份額未符合歸屬條件的激勵股份作為沒收股份。相關詳情可參見本公司2021年報和2022年報相關內容。

於2023年4月，獲授激勵份額中，有1,708,200股激勵份額已達成第二期歸屬條件而歸屬於相應的激勵對象，285,048股激勵份額未達到歸屬條件而成為沒收股份，此外還有102,760股激勵份額因相關員工發生離職降職等退出情形而成為沒收股份。相關詳情可參見本公司2023年報相關內容。

於2024年4月，獲授激勵份額中，有1,837,234股激勵份額已達成第三期歸屬條件而歸屬於相應的激勵對象，19,692股激勵份額未達到歸屬條件而成為沒收股份，此外還有29,282股激勵份額因相關員工發生離職降職等退出情形而成為沒收股份。

至此，本公司2022年根據員工股權激勵計劃授予的激勵份額6,636,400股中，累計6,155,434股激勵份額完成歸屬，480,966股激勵份額成為沒收股份。沒收股份由公司指示受託人在公開市場上按市價出售，出售所得款項將在付還員工認購授予激勵份額時支付的自有資金出資後，由受託人留存及併入信託資金池，用於未來在員工股權激勵計劃實施期間進一步購買激勵股份。

有關董事及監事、關連實體參與者及其他僱員參與者獲授予及歸屬激勵股份的權益詳情載列如下：

激勵對象 姓名/類別	授予日	授予價格 (港幣)	獲授予 激勵份額 數量 (股)	已歸屬 日期	報告期內 的歸屬 日期前 加權平均 收市價 (港幣) (附註1)	剩餘 歸屬日期	於2024年	報告期內	報告期內	於2024年
							1月1日 尚未 歸屬的 激勵份額 數量 (股)	報告期內 歸屬的 激勵份額 數量 (股)	沒收的 激勵份額 數量 (股) (附註2)	6月30日 尚未 歸屬的 激勵份額 數量 (股)
向咸松(董事)	2022年 3月29日	13.22	108,000		45.080		32,400	32,400	0	0
饒明紅(董事)	2022年 3月29日	13.22	99,000		45.080		29,600	29,600	0	0
韓林攸(董事)	2022年 3月29日	13.22	90,800	2022年 4月29日、	45.080		27,368	27,368	0	0
劉熹悅(監事)	2022年 3月29日	13.22	99,000	2023年 4月28日 及2024年 4月30日	45.080	無	29,630	29,630	0	0
報告期內收入 最高的五名人士	2022年 3月29日	13.22	132,600		45.080		39,800	39,800	0	0
關連實體參與者 (附註3)	2022年 3月29日	13.22	39,600		45.080		12,012	12,012	0	0
其他僱員參與者 合計	2022年 3月29日	13.22	6,067,400		45.080		1,715,398	1,666,424	48,974	0
總計		-	-		-		1,926,008	1,877,034	48,974	0

激勵對象 姓名/類別	授予日	授予價格 (港幣)	獲授予 激勵份額 數量 (股)	已歸屬 日期	2023年內 的歸屬 日期前 加權平均 收市價 (港幣)	截至2023年 12月31日 剩餘 歸屬日期	於2023年	2023年內	2023年內	於2023年
							1月1日 尚未 歸屬的 激勵 份額數量 (股) (附註4)	2023年內 歸屬的 激勵份額 數量	沒收的 激勵份額 數量 (股)	12月31日 尚未 歸屬的 激勵份額 數量 (股)
2023年內收入最高的 五名人士 (包括董事及/或 監事)	2022年 3月29日	13.22	365,800	2022年 4月29日、 2023年 4月28日及 2024年 4月30日	45.080	2024年 4月30日	219,400	109,800	0	109,600

附註：

- (1) 為本公司股份在緊接2024年4月30日之前，即2024年4月29日的收市價。
- (2) 報告期內的沒收股份會直接取消並由公司指示受託人在公開市場上按市價出售，出售所得款項將在付還員工認購授予份額時支付的自有資金出資後，由受託人留存及並入信託資金池，用於未來在員工股權激勵計劃實施期間進一步購買激勵股份。報告期內，概無已失效激勵份額。
- (3) 該員工原為養生堂集團員工，已於2023年調入本集團。
- (4) 就所有類別的計劃參與者而言，於2023年1月1日尚未歸屬的激勵份額總數為3,982,216股，2023年內已歸屬的激勵份額數目為1,708,200股，及緊隨2023年已歸屬激勵份額日期前的激勵股份加權平均收市價為45.080港元。沒收股份數目等於已註銷激勵份額數目，且於2023年內並無已失效激勵份額。

於報告期內，本公司未授出任何激勵份額。

上市所得款項用途

自2020年9月8日(「上市日期」)起至截至2024年6月30日，本集團已根據招股書所載擬定用途逐步動用首次公開發售所得款項。本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市的首次公開發售所得款及悉數行使超額配售權所得款淨額總和(於扣除承銷費用及其他相關費用後)約為港幣9,377百萬元。截至2024年6月30日止，本集團已根據本公司發佈的招股書所載擬定用途累計動用所得款項中的約港幣4,901百萬元，佔所有募集資金的52.26%，餘下未動用所得款項約為港幣4,476百萬元。上市所得款項結餘將繼續根據招股書披露之用途及比例使用。詳情請見下表：

	上市募集 可供使用淨額 (港幣百萬)	截至 2024年6月30日 實際使用淨額 (港幣百萬)	截至 2024年6月30日 尚未動用淨額 (港幣百萬)	尚未動用 淨額預計 悉數使用時間 (附註)
品牌建設	2,344	1,003	1,341	2026年12月31日
購置銷售設備	2,344	371	1,973	2026年12月31日
購置生產設施及新建廠房	1,875	1,439	436	2026年12月31日
基礎能力建設	938	212	726	2026年12月31日
償還貸款	938	938	0	不適用
補充流動資金和 其他一般企業用途	938	938	0	不適用
總計	<u>9,377</u>	<u>4,901</u>	<u>4,476</u>	2026年12月31日

附註：

根據2024年4月18日公佈的本公司2023年度報告，上市所得款項結餘將繼續根據招股書披露之用途及比例使用，尚未動用所得款項淨額預計悉數使用時間為2024年12月31日。由於後疫情時代經濟恢復情況尚不明朗以及新地緣政治局勢演變存在不確定性，對本集團經營環境造成一定影響，本集團在業務擴張和使用上市所得款方面均採取平穩審慎的發展戰略，因此，本集團使用上市所得款項淨額的整體進程有所推遲。而同時，得益於推行穩健的經營策略，本集團維持了較充裕的現金流，亦在持續使用自有資金發展品牌建設、購置銷售設備等。為此，在遵循符合本公司及其股東的整體最佳利益的原則下，董事會批准公司視乎市場環境，遵循招股書披露的用途於2026年12月31日前逐步使用上市所得款項。

董事會認為，延長使用上市所得款項的預期時間表不會對本集團現有業務及營運造成任何重大不利影響，且上市所得款項用途並無變動，此舉符合本公司及其股東的整體最佳利益。

購買、出售及贖回本公司上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

審計委員會

本公司成立審計委員會，並根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「《上市規則》」）第3.21條及《上市規則》附錄C1《企業管治守則》及《企業管治報告》（「《企業管治守則》」）制定其書面職權範圍。於本公告發佈日期，審計委員會由本公司三名獨立非執行董事（Stanley Yi Chang先生、楊磊先生和呂源先生）組成。Stanley Yi Chang先生為審計委員會主席。

審計委員會已審閱本集團截至2024年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合中期業績，並確認已遵從適用的會計原則、準則及規定及已作出足夠披露。截至2024年6月30日止六個月的中期業績未經審核，但已由本公司獨立核數師安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

遵守《企業管治守則》

本公司致力踐行企業管治最佳實踐，自2024年1月1日起直至本中期業績公告日期，一直遵守企業管治守則所載的所有守則條文，惟下文所披露企業管治守則第二部分第C.2.1條的偏離者除外。

《企業管治守則》第二部分第C.2.1條訂明，董事會主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由同一人兼任。主席及行政總裁的職責劃分應清晰界定並以書面列示。鍾睽睽先生為本公司董事長兼總經理。鍾睽睽先生為本集團的創始人，擁有豐富的飲用水及軟飲料行業經驗，負責本公司業務策略及營運的整體管理，彼自我們於1996年成立以來對我們的增長及業務擴展起著關鍵作用。董事會認為，由鍾睽睽先生一人兼任董事長與總經理對本公司管理有利。

此外，由經驗豐富及才能出眾的人士組成的高級管理層與董事會可確保權力與權限之間有所制衡。董事會現時由五名執行董事(包括鍾睽睽先生)、一名非執行董事及三名獨立非執行董事組成，因此，我們認為高級管理層與董事會的組成具有較高的獨立性。

董事會將不時檢討架構，以確保架構有助於執行本集團的業務策略及盡量提高其運營效率。

遵守有關董事證券交易的守則

本公司已採納《上市規則》附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)，制定了本公司的《董事、監事及有關僱員證券交易守則》。經本公司作出特定查詢後，所有董事及監事確認彼等於報告期間已遵守標準守則規定的有關董事及監事證券交易的要求。

信息披露

本公告已於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.nongfuspring.com>)登載，本公司截至2024年6月30日止六個月的中期報告將於上述網站登載，並將適時寄發給本公司要求提供印刷版通訊的股東。

代表董事會
農夫山泉股份有限公司
董事長
鍾睽睽

香港，2024年8月27日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事鍾睽睽先生、吳莉敏女士、向咸松先生、饒明紅先生及韓林攸女士；非執行董事Zhong Shu Zi先生；以及獨立非執行董事Stanley Yi Chang先生、楊磊先生及呂源先生。