

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，故並無完全載列可能對閣下重要的全部資料，且在整體上受限於本文件全文，故閣下須連同本文件全文一併閱讀。閣下於決定投資[編纂]前應閱讀整份文件。

任何投資均附帶風險。與投資於[編纂]相關的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前應細閱該節。本節所用多個詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙表」章節內界定。

概覽

我們是一家糧油批發商，總部設在揚州，主要集中在蘇中地區以「宏信龍」品牌經營超市及便利店零售業務。根據行業報告，按銷售額計，我們於2023年在揚州超市運營商中排名第二，市場份額約為9.1%，及按銷售額計，我們於2023年在蘇中地區的超市運營商中排名第五，市場份額約為2.3%，及按2023年的銷售額計，於江蘇省超市營運商中排名第20位左右，市場份額約為0.4%。於最後可行日期，我們在江蘇省經營51間超市及109間便利店，其中49間超市及108間便利店位於揚州市，兩間超市及一間便利店位於泰州市。除超市及便利店外，我們亦於揚州經營兩個商城，即江都商城及宏信龍購物中心。江都商城於1995年開業，佔地面積約 6,000 平方米，宏信龍購物中心於2020年開業，佔地面積約3,000平方米。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，批發業務產生的收益約為人民幣525.3百萬元、人民幣512.3百萬元、人民幣686.5百萬元及人民幣572.4百萬元，分別約為36.7%、38.6%、49.0%及56.9%。同年／期，我們的零售業務產生的收益約為人民幣888.5百萬元、人民幣787.9百萬元、人民幣688.6百萬元及人民幣417.8百萬元，分別佔我們總收益的約62.0%、59.3%、49.1%及41.5%。

就收入貢獻而言，我們的零售業務是2021財年及2022財年的主要收入貢獻來源，但批發業務於2023財年追上零售業務，並於2024年首九個月超越零售業務。該收入組合變動主要歸因於COVID-19疫情及終止銷售煙草產品對我們零售業務的影響，以及消費者的食品消費行為改變及我們逐漸更專注於批發業務。

概 要

根據行業報告，中國線上零售額的增長正造成線下零售額下降的趨勢。例如，中國線上零售額佔社會零售總額比重由2019年末的26.06%增加到2023年末32.72%，線上零售額持續增加，而同時線下零售額佔中國社會零售總額的比重由2019年底的73.94%下降至2023年底的67.28%，顯示線下零售額呈下降趨勢。鑒於電子商務在中國日益普及，於往績記錄期間，我們為我們的零售店鋪設立兩個小程序「龍會易購」及「宏信龍當日達」，同時為我們的商城設立小程序「江都商城」。我們亦與三大電商平台（即抖音、京東商城及微信）合作，向客戶在線銷售及交付我們的產品。然而，於往績記錄期間，我們的零售店鋪及商城的大部分收入均來自我們的零售店鋪及商城的一般銷售，而產生自我們的小程序及電商平台的收入僅分別佔我們2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月總收入的約1.0%、0.6%、1.6%及2.3%。相關風險，請參閱本文件「風險因素－我們可能無法成功與網店競爭」一段。

概 要

我們的商業模式

我們的業務涉及以下營運：

- **批發業務：**我們向經銷商及其他零售經營者（包括其他超市及便利店經營者以及餐飲業經營者）銷售糧油、食品及其他產品。於最後可行日期，我們就29個品牌或品牌系列的產品（包括著名乳製品、食用油及酒類品牌）向15名供應商取得我們的地區分銷權，其中6份協議分銷地區為揚州市江都區，6份協議分銷地區為鹽城市，1份協議分銷地區為鹽城市亭湖鎮，1份協議分銷地區為揚州市及1份協議分銷地區為揚州市江都區某著名品牌酒類專賣店。於最後可行日期，我們已成功與10名供應商續訂地區分銷協議，並正與5名供應商進行續訂地區分銷協議，該5名供應商繼續向我們提供獲授權品牌的產品。我們的董事確認，該5名供應商的地區分銷協議續期並無障礙。該等協議項下的分銷權並無明示為獨家性質。根據該等協議，我們一般享有較其他並無該等地區分銷權的分銷商更佳的定價條款。我們亦向海外客戶銷售服裝及木製品，並向分銷商及零售商銷售家電。

就批發業務而言，於往績記錄期間，食品為我們的主要收入來源。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食品銷售額分別佔我們批發收入約90.6%、85.6%、91.7%、93.3%及93.1%。尤其是，按收入貢獻計，食用油為我們批發業務的主要食品。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食用油銷售額分別佔(i)我們批發食品銷售收入約74.6%、73.4%、70.0%、72.3%及73.2%；及(ii)我們批發收入約67.7%、62.8%、64.2%、67.5%及68.2%。

本集團自2002年起開展批發業務，在中國批發市場已累積多年經驗。食用油一直為我們批發業務所售的食品之一。於2021財年，我們向益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司（「益海嘉里」）取得揚州市的地區分銷權，以分銷益海嘉里品牌的食用油。益海嘉里為一家於深圳證券交易所上市的公司的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發。根據公開資料，益海嘉里集團為中國最大的糧油生產及加工集團之一，於2023年的市場佔有率為39.0%，居中國首位，佔有主導地位。我們的董事認為，我們與益海嘉里的地區分銷權為本集團批發業務的食用油採購提供穩固基礎，並為我們於往績記錄期間的批發業務增

概 要

長作出貢獻。於取得益海嘉里的地區分銷權前，本集團向較分散的供應商採購食用油。於2022財年、2023財年及2024年首九個月，益海嘉里成為我們的最大供應商，我們於2022財年、2023財年各年及2024年首九個月向益海嘉里的採購額分別約為人民幣141.9百萬元、人民幣282.3百萬元及人民幣284.5百萬元，分別佔我們採購總額約12.5%、25.5%及30.5%。為說明我們與益海嘉里的合作對我們批發業務增長的重要性，我們批發食用油銷售收入由2022財年的約人民幣311.0百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣436.1百萬元，並由2023年首九個月的約人民幣293.3百萬元大幅增加至2024年首九個月的約人民幣387.6百萬元。其中，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們向益海嘉里採購的食用油銷售額分別佔我們批發食用油銷售收入約52.5%、72.3%及84.3%。

據我們董事所知，益海嘉里向不超過三家公司(包括我們)授出類似的揚州市地區分銷權。儘管我們與益海嘉里的地區分銷權並非獨家，但我們董事認為，本集團能夠擴大批發及受惠於與益海嘉里的地區分銷權，主要歸因於以下因素：(i)我們向食用油批發客戶提供優惠的信貸條款。例如，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們往績記錄期間內的各年度／期間的五大客戶均為批發客戶(除2022財年的客戶G為大宗銷售客戶外)，其中我們向其銷售的產品主要為我們向益海嘉里採購的食用油，而該等客戶均獲得長達90天的信貸期。根據行業顧問提供的資料，江蘇省食用油批發商的信貸期通常長達60天。儘管如此，若干歷史較長或市場地位較高的批發商可能會採取更具競爭力的信貸政策，提供更優惠的條款，以提高其市場份額及鞏固其市場地位。據我們的董事所知，本集團的信貸條款不遜於競爭對手；(ii)除食用油外，我們亦銷售其他日常食品，如穀物及牛奶，但數量較少，我們相信該等產品對滿足批發客戶的需求至為重要；及(iii)我們亦經營超市及便利店，從而以零售業務提升我們的品牌，而非僅為批發商。根據行業報告，按2023年銷售額計，我們在揚州的超市營運商中排名第二，市場佔有率約為9.1%；按2023年銷售額計，我們在

概 要

蘇中地區的超市營運商中排名第五，市場佔有率約為2.3%；按2023年銷售額計，我們在江蘇省的超市營運商中排名約第二十，市場佔有率約為0.4%。

我們與益海嘉里最新簽訂的分銷協議將於2025年12月底屆滿，且根據該協議，該協議一直有效，直至簽訂經重續分銷協議或任何一方終止協議為止。我們與益海嘉里簽訂的分銷協議每年續約，而本集團自與益海嘉里簽訂第一份分銷協議以來，已成功與其續約。

- **零售業務：**我們以「宏信龍」品牌經營超市及便利店，以及兩家商城，主要集中在蘇中地區。我們通過以下方式獲得銷售所得款項：(i)於零售店舖及商城向消費者的一般銷售；及(ii)大宗銷售給包括企業及政府實體在內的客戶。我們亦從零售店舖及商城的授權銷售中獲得銷售收入，並向品牌專櫃收取總銷售額或協定銷售目標(以較高者為準)的一定比例作為佣金。

我們的超市提供各種日常消費品(大致可分為生鮮、糧油、副食及家居用品)，以滿足客戶的日常需求，而我們的便利店每天營業16或24小時，以滿足快速購買日常消費品的需求。在連鎖店管理方面，我們採用標準化的品牌形象及店舖設計、集中採購、集中存貨控制及配送以及零售店舖統一管理的策略。該等統一措施使我們能夠從規模經濟中獲益，精簡運營，並為顧客提供可預測的購物體驗。

我們於商城銷售時裝及服裝、童裝、化妝品及個人護理產品、珠寶、配飾、鞋類、家電、消費電子產品、酒及雜貨。我們致力於提供各種商品，以滿足人們對潮流時尚產品的需求。

- **租賃業務：**除零售業務外，我們亦將零售店舖及商城的部分店舖面積或舖位租賃予餐廳、酒店及藥店等其他零售運營商並收取租金收入。
- **供應及銷售餐食：**我們設有中央廚房，生產餐食，並向當地企業、學校或政府機構配送。利用我們採購及供應優質新鮮食品配料的能力，我們亦經營一個中央廚房，生產餐食，並交付至當地企業、學校或政府實體。於最後可行日期，我們的中央廚房位於揚州，每天可生產10,000份午餐餐食及10,000份晚餐餐食。

概 要

為支持我們的批發及零售業務，除擁有兩間倉庫外，我們在揚州江都經營一個配送中心，以高速開展日常盤點、訂單分揀及包裝。該配送中心配備我們的WMS系統，以監控實時庫存信息，讓我們能夠有效管理庫存控制。WMS系統與超市及便利店採用的ERP系統相連，使我們能夠及時向超市及便利店配送產品。WMS系統亦與我們的B2B供應鏈系統相連，便於我們以有效及高效的方式向供應商下訂單。

下表載列於往績記錄期間我們按業務劃分的總收入明細：

	2021財年		2022財年		2023財年		2023年首九個月		2024年首九個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
批發業務：										
—商品銷售										
• 批發 (附註1)	515,654	36.0	495,056	37.3	679,641	48.5	434,820	44.0	568,338	56.5
—來自銷售及供應商品的										
佣金收入	9,639	0.7	17,283	1.3	6,860	0.5	6,405	0.6	4,073	0.4
小計	525,293	36.7	512,339	38.6	686,501	49.0	441,225	44.6	572,411	56.9
零售業務：										
—商品銷售 (附註2)										
• 一般銷售：	751,615	52.5	613,209	46.2	616,813	44.0	472,480	47.8	362,049	36.0
—超市	446,875	31.2	390,094	29.4	383,592	27.4	306,482	31.0	222,588	22.1
—便利店	113,165	7.9	117,664	8.9	93,848	6.7	70,296	7.1	39,650	4.0
—商城	191,575	13.4	105,451	7.9	139,373	9.9	95,702	9.7	99,811	9.9
• 大宗銷售	104,176	7.2	143,930	10.8	38,883	2.8	30,145	3.1	34,963	3.5
—來自授權銷售的佣金										
收入	32,718	2.3	30,748	2.3	32,894	2.3	21,795	2.2	20,752	2.1
小計	888,509	62.0	787,887	59.3	688,590	49.1	524,420	53.1	417,764	41.6
經營租賃租金收入	10,668	0.8	10,573	0.8	11,566	0.8	9,585	1.0	10,910	1.1
餐食供應及銷售	7,723	0.5	17,886	1.3	15,315	1.1	12,603	1.3	4,725	0.4
總收入	<u>1,432,193</u>	<u>100</u>	<u>1,328,685</u>	<u>100</u>	<u>1,401,972</u>	<u>100</u>	<u>987,833</u>	<u>100</u>	<u>1,005,810</u>	<u>100</u>

概 要

附註：

1. 批發包括糧油、食品及其他產品的銷售。
2. 於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的零售店舖及商城小程序及電商平台所產生的收入分別約為人民幣14.6百萬元、人民幣6.6百萬元、人民幣22.7百萬元及人民幣22.8百萬元。
3. 我們的總收入包括2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月分別約人民幣7.1百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣0.3百萬元及零的非重大金額，該等金額歸因於我們對加盟商的銷售額及加盟費。我們已於2023年終止加盟經營計劃。

下表載列批發、一般銷售及大宗銷售業務分部(收入按總額基準確認)於所示年度／期間的毛利及毛利率：

	2021財年		2022財年		2023財年		2023年首九個月		2024年首九個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
批發	64,407	12.5	61,774	12.5	99,752	14.7	49,401	11.4	80,403	14.1
一般銷售：	145,048	19.3	130,255	21.2	138,102	22.4	113,630	24.0	83,578	23.1
—超市	106,278	23.8	96,539	24.7	99,012	25.8	84,946	27.7	58,298	26.2
—便利店	15,862	14.0	16,556	14.1	15,145	16.1	11,730	16.7	8,603	21.7
—商城	22,908	12.0	17,160	16.3	23,945	17.2	16,954	17.7	16,677	16.7
大宗銷售	21,449	20.6	46,776	32.5	8,113	20.9	6,202	20.6	8,160	23.3
總計	<u>230,904</u>	16.8	<u>238,805</u>	19.1	<u>245,967</u>	18.4	<u>169,233</u>	18.1	<u>172,141</u>	17.8

於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，我們的收入分別約為人民幣1,432.2百萬元、人民幣1,328.7百萬元及人民幣1,402.0百萬元、人民幣987.8百萬元及人民幣1,005.8百萬元。由於我們的業務性質(即批發及零售)，存貨成本構成我們銷售成本的重要部分，同時我們須產生銷售及分銷成本以及行政及其他營運開支，以支持我們的營運，因此我們於往績記錄期間的利潤率微薄。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的淨溢利率分別約為2.4%、3.8%、3.7%及2.4%。相關風險請參閱本文件「風險因素—我們的利潤率微薄，我們未必能維持過往的盈利能力及營運資金狀況」一段。由於利潤率微薄，當我們的營運

概 要

資金(包括存貨、應收款項及應付款項)的負變動大於營運溢利時，我們將錄得經營活動所用的現金淨額。例如，我們於2021財年、2023年首九個月及2024年首九個月的經營活動所用現金淨額分別約為人民幣45.8百萬元、人民幣11.1百萬元及人民幣10.6百萬元，主要是由於營運資金負數超過我們的經營溢利所致。相關風險請參閱本文件「風險因素－於2021財年、2023年首九個月及2024年首九個月，我們有經營活動所用現金淨額，且倘在未來我們繼續錄得經營活動所用現金淨額，我們或會於履行付款責任時遇到困難」一段。

我們的產品組合

我們通過批發及零售業務，為客戶提供各種日常消費品。

概 要

下表載列所示年度／期間按總額基準確認的商品銷售收入明細：

	2021財年 人民幣千元	2022財年 人民幣千元	2023財年 人民幣千元	2023年 首九個月 人民幣千元 (未經審核)	2024年 首九個月 人民幣千元
批發業務					
批發：					
非食品	48,257	71,379	56,377	29,029	39,064
食品	467,397	423,677	623,264	405,791	529,274
食用油	348,887	310,971	436,086	293,345	387,592
糧食	15,282	24,697	33,425	15,662	39,202
酒精飲料	56,550	50,237	97,661	51,976	60,063
牛奶	42,976	33,111	34,314	26,374	26,900
其他	3,702	4,661	21,778	18,434	15,517
小計	515,654	495,056	679,641	434,820	568,338
零售業務					
零售店舖及大宗銷售：					
食品 (附註1)	525,228	491,901	384,236	297,524	253,733
非食品	75,735	64,945	81,813	58,177	46,874
煙草產品	67,708	99,158	54,788	54,788	—
折扣及優惠券扣減	(4,455)	(4,316)	(4,514)	(3,566)	(3,406)
	664,216	651,688	516,323	406,923	297,201
商城：					
電子電器	49,463	35,422	72,928	45,516	49,579
時裝、服飾和童裝	57,602	16,904	16,104	11,146	11,430
黃金、珠寶和飾品	61,619	43,751	43,732	34,226	35,357
其他 (附註2)	25,501	10,874	9,652	6,535	5,331
折扣及優惠券扣減	(2,610)	(1,500)	(3,043)	(1,721)	(1,886)
	191,575	105,451	139,373	95,702	99,811
小計	855,791	757,139	655,696	502,625	397,012
批發、一般銷售及大宗銷售的 收入總額	1,371,445	1,252,195	1,335,337	937,445	965,350

概 要

附註：

1. 本公司零售業務的食品主要包括生鮮食品、糧油及副食品。
2. 其他包括化妝品、美容產品、文具及其他雜貨。

概 要

於往績記錄期間，就我們的批發業務而言，食品是收入貢獻最主要的商品種類。我們的食品銷售收入由2022財年的約人民幣423.7百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣623.3百萬元，亦由2023年首九個月的約人民幣405.8百萬元大幅增加至2024年首九個月的約人民幣529.3百萬元。據行業顧問告知，中國食品批發量於2023年及2024年的增加，尤其是從COVID-19疫情復甦後，乃由經濟恢復及被壓抑的需求釋放所共同推動。尤其是，隨著COVID-19限制的解除，經銷商、零售經營者（如超市及便利店經營商）以及餐飲業經營者等企業恢復正常營運。經濟活動復甦，隨著食品服務機構尋求補充存貨，食品批發供應需求增加。此外，於封鎖期間，中國企業往往推遲許多採購，尤其是食品業。隨著限制放寬，零售經營者及餐飲業經營者傾向採購食品供應以滿足需求，從而帶動批發銷售額增長。此外，由於食品消費行為的改變，導致批發層面對食品配料（如糧油）的需求增加，我們於2024年首九個月批發業務的食品銷售收入增加。誠如行業顧問所告知，於2024年，於餐廳用餐的個人次數明顯增加，主要由以下幾個主要因素所推動，包括：(1)揚州及中國的整體經濟逐步復甦，導致消費者的可支配收入增加，從而增加外出用餐的消費；(2)餐廳主動尋求吸引顧客，以彌補停業期間造成的營業損失；及(3)許多人喜歡外出用餐的社交活動，因為這有助於在熱鬧的氣氛中與親朋好友聚會。由於越來越多人到店用餐，消費者減少了在零售層面從超市購買食品的支出，而與此同時，批發層面對食品配料（如糧油）的需求增加。

於往績記錄期間，就我們的零售業務而言，食品是收入貢獻最主要的商品種類。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，食品銷售收入佔零售店舖及大宗銷售收入的百分比，分別約為79.1%、75.5%、74.4%及85.4%。2024年首九個月該百分比提升主要是由於終止銷售煙草產品，於2024年首九個月煙草銷售的收入貢獻為零。於2023年12月31日，本集團終止銷售煙草產品。有關終止的詳情，請參閱本文件「歷史及發展－終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產」及「業務－我們的產品組合－終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產」各段。

我們零售業務的食品銷售收入由2021財年約人民幣525.2百萬元減少至2022財年約人民幣491.9百萬元，主要是由於2022年間揚州COVID-19疫情措施／封鎖所帶來的負面影響，我們的零

概 要

售店舖需要縮短營業時間。於2023財年，我們零售業務的食品銷售收入進一步減少至約人民幣384.2百萬元，主要是由於中國COVID-19疫情的解除後，購物習慣改變對大宗銷售的負面影響。於2024年首九個月，我們零售業務的食品銷售收入由2023年首九個月約人民幣297.5百萬元減少至約人民幣253.7百萬元。該減少主要是由於消費者的上述食品消費行為改變所致。

受食品銷售收入減少及終止銷售煙草產品（如上文所披露）的影響，我們零售業務的商品銷售收入（按總額確認）由2023年首九個月約人民幣502.6百萬元減少至2024年首九個月約人民幣397.0百萬元。

我們來自銷售電子電器的收入由2022財年的約人民幣35.4百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣72.9百萬元。據行業顧問告知，由於COVID-19疫情的解除限制在中國已基本完成，中國的消費者渴望在電子電器上消費，導致銷售激增，原因是人們尋求升級或更換舊設備，尤其是在封閉期間有更多時間呆在家中，中國的許多消費者傾向於進行家居裝修工程。

我們來自零售業務項下的時裝、服裝及童裝以及黃金、珠寶及配飾的銷售收入分別由2021財年的約人民幣57.6百萬元及人民幣61.6百萬元大幅減少至2022財年的約人民幣16.9百萬元及人民幣43.8百萬元。據行業顧問告知，中國封鎖的影響導致中國的時裝、服裝及童裝以及黃金、珠寶及配飾銷售額下降，主要是由於中國消費者優先集中於必需品消費以及實體零售店舖及百貨店關閉所致。尤其是(i)消費者需要留在家中及缺乏試衣間，阻礙了時裝、服飾及童裝的銷售；及(ii)消費者傾向於在實體店購買奢侈品，例如黃金及珠寶首飾，而鑑於COVID-19疫情後經濟復甦的不確定性，消費者在購買奢侈品時更為謹慎。

我們的客戶

我們的批發業務客戶主要包括經銷商及其他零售經營者，包括其他超市及便利店經營者以及餐飲業經營者。

我們零售業務的客戶主要由一般銷售客戶及大宗銷售客戶組成。一般銷售客戶主要為個人，通常是居住在社區內的當地居民，彼等親臨來我們的零售店舖或商城購物消費。大宗銷售客戶包括採購大量產品的企業及政府實體。

概 要

我們餐食的客戶為當地企業、學校或政府實體。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶的收入分別佔我們總收入的約5.7%、12.4%、16.2%及11.2%，而我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶的收入合計分別佔我們總收入的約18.8%、26.8%、31.8%及28.5%。

有關我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的客戶」一段。

我們的供應商

我們的供應商包括食品產品及商品的製造商、供應商及分銷商。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們向於往績記錄期間各年度／期間的最大供應商的採購分別約佔我們總採購成本的7.5%、12.5%、25.5%及30.5%，而我們向於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商的採購合共分別約佔我們總採購成本的28.0%、35.9%、42.4%及50.0%。

有關我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的供應商」一段。

概 要

定價政策

就我們的批發業務而言，設定批發價時，我們亦考慮商品類型、銷量、現行市況下的利潤率以及供應商的指示性價目表。就我們的零售業務而言，我們採用「成本加成」定價政策，據此，我們於計及我們貨物的銷售成本及相關營運成本後為我們的產品設定不同利潤率的目標價格。我們亦會不時進行市場調研，並比較競爭對手提供的同類產品的價格，根據當前市場趨勢、採購價格、季節性以及管理層釐定的定價策略來調整產品的零售價格。

競爭格局

根據行業報告，儘管中國超市零售、便利店、百貨店及預製食品（例如即食食品、預先煮熟或半熟的食品）市場的市場集中程度及範圍各不相同，但其各自市場的競爭十分激烈。超市零售行業的市場集中度相對較高，而便利店、百貨店及預製食品市場的品牌或公司眾多，市場集中度相對較低。中國糧油批發行業在一定程度上呈現出集中化趨勢。截至2024年6月，中國共有糧油批發企業317,600家。其中，江蘇省約佔5.1%，共有16,100家企業。在江蘇省內，蘇中地區約佔15.3%。於2023年，按銷售額計，我們在有關市場，即(i)就超市零售行業而言，在揚州排名第二，市場份額約為9.1%，在蘇中地區排名第五，市場份額約為2.3%，及按2023年的銷售額計，於江蘇省超市營運商中排名第20位左右，市場份額約為0.4%；(ii)就便利店市場而言，在揚州排名第四，市場份額約為6.1%；(iii)就百貨店市場而言，在揚州排名第五，市場份額約為6.2%；及(iv)就預製食品市場而言，在揚州排名第四，市場份額約為1.21%。有關超市零售行業、便利店市場、百貨店市場、預製菜及糧油批發市場的競爭格局、市場壁壘分析、市場機遇及挑戰的進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節及「業務－市場與競爭」一段。

競爭優勢

我們認為，我們擁有以下競爭優勢，包括：(i)我們的品牌「宏信龍」為江蘇省的知名品牌；(ii)我們的零售業務及批發業務相互帶來優勢互補及協同效應；(iii)我們擁有多種採購渠道，以確保產品的穩定供應；(iv)我們有完善的供應鏈管理系統；(v)我們擁有一支經驗豐富且專業的管理團隊；及(vi)我們所採取的方針旨在維持令客戶滿意的客戶服務。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的競爭優勢」一段。

概 要

業務策略

本集團的主要業務目標是進一步鞏固我們的市場地位，增加我們的市場份額，把握中國零售行業的增長機遇。為實現該等目標，我們計劃採取以下策略：(i)擴大我們的市場佔有率及零售店鋪數量；(ii)通過建立新配送中心擴大我們的倉儲能力；(iii)通過建立新的中央廚房擴大餐食的加工能力；及(iv)加強ERP系統及基礎設施系統，提高運營效率。

食品安全

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，銷售食品(包括糧油、食品等)的收入分別佔總收入的約69.3%、68.9%、71.9%及77.9%。因此，食品安全是我們業務的關鍵問題。我們作為銷售者有責任建立並落實驗收進貨、核實食品的產品質量證書及其他標籤的制度。有關食品安全的相關法律法規詳情，請參閱本文件「監管概覽－食品安全」一段。

我們已採取食品安全措施，包括(i)在選擇供應商的過程中檢查食品供應商提供的食品安全及質量證書；(ii)在採購過程中檢查產品資料；(iii)在食品運抵本公司後進行品質檢查；(iv)監控物流及倉庫狀況；及(v)檢查食品到期情況及處置過期或腐爛食品。詳情請參閱本文件「業務－食品安全」一段。於2022年，我們向中國上海市閔行區虹橋鎮當地政府機關(即客戶G)供應的粉絲曾發生未能核實批號、商標註冊及標籤資料的真實性的事件。因此，於2022年，我們被當局責令支付人民幣370,000元的罰款，並已於2022年11月妥為結清。詳情請參閱本文件「業務－食品安全－非重大食品安全事件」一段。

風險因素

建議潛在[編纂]於對[編纂]作出任何投資決定之前，仔細閱讀本文件「風險因素」一節。部分更特別的風險因素包括以下各項：(i)倘我們未能就零售店鋪找到及獲得理想的地點，我們的業務或會受到不利影響；(ii)我們的成功取決於我們有效應對客戶喜好及需求轉變的能力；(iii)我們可能無法成功與網店競爭；(iv)我們的利潤率微薄，我們未必能維持過往的盈利能力及營運資金狀況；(v)於2021財年、2023年首九個月及2024年首九個月，我們有經營活動所用現金淨額，且倘在未來我們繼續錄得經營活動所用現金淨額，我們或會於履行付款責任時遇到困難；(vi)我們依賴於我們零售店鋪及商城的業績，其或會受到我們無法控制的因素的不利影響；(vii)我們的批發業務依賴益海嘉里的食用油銷售，我們與益海嘉里的地區分銷權並非獨家，可能會被撤銷或終

概 要

止；(viii)我們未必能成功執行我們的業務計劃及我們的增長前景或會受到限制；(ix)倘我們未能就擴充計劃取得充足資金，可能會對我們的業務及增長前景造成不利影響；及(x)我們的擴展計劃涉及收購土地、建造新中央廚房及新配送中心，可能需要大量資本支出，並導致折舊增加，這可能對我們的財務業績及狀況造成不利影響。

COVID-19爆發對我們營運的影響

由於2020年年初中國出現COVID-19疫情，中國政府於往績記錄期間(2021財年及2022財年)實施各種封鎖措施以遏制其傳播。該等措施包括但不限於針對居民的居家令，每戶家庭僅允許一人每隔幾天外出執行必要任務，對全體居民進行大規模檢測，以及進行接觸者追蹤工作，以識別及隔離陽性病例密切接觸者。該等嚴格措施對居民出行施加限制，進而對我們零售店鋪及商城的訪客及購物客戶數量以及我們由此產生的收入產生不利影響。此外，由於(i)我們的部分零售店鋪及商城於2021財年及2022財年暫時關閉；及(ii)我們的零售店鋪及商城的營業時間縮短，我們的營運出現重大中斷。例如，於2021財年，我們於2021年8月及9月有超過20家零售店鋪及商城暫時關閉，各相關零售店鋪及商城於2021財年暫時關閉持續不超過45天。此外，儘管於2022財年末，我們僅有一間零售店鋪因中國政府實施的限制而暫時關閉7天，但於2022財年末，當限制初步解除時，感染病例顯著增加，對於在年底銷售旺季前往我們的零售店鋪及商城購物的客戶數量造成不利影響。因此，我們的一般銷售收入由2021財年的約人民幣751.6百萬元大幅減少至2022財年的約人民幣613.2百萬元。除上述者外，由於嚴格限制往返揚州以及揚州境內公共交通暫停服務等限制性交通措施，我們交付及交付予我們的產品受到不利影響。

儘管面對該等挑戰，我們仍能於2021財年及2022財年分別維持相對穩定的貨品銷售毛利約人民幣230.9百萬元及人民幣238.8百萬元，主要來自我們的大宗銷售，其收入及毛利分別由2021財年的約人民幣104.2百萬元及人民幣21.4百萬元增加至2022財年的約人民幣143.9百萬元及人民幣46.8百萬元。據行業顧問告知，在中國的封鎖期間，由於對未來供應的不確定性及希望盡量減少購物次數，中國的消費者傾向於搶購米、油、罐頭食品及衛生用品等必需品，因而出現囤積存貨的行為，導致中國市場的大宗銷售增加。

於COVID-19疫情期間，我們在中國政府實施各種封鎖措施以確保防控傳播時協助採購及分發基本生活必需品，且(i)於2020年獲揚州市江都區新型冠狀病毒肺炎疫情防控指揮部辦公室認

概 要

定為揚州市江都區防控重點保障供應單位，及(ii)於2021年獲揚州市商務局認定為揚州市民生保供重點企業及揚州市江都區新冠肺炎疫情防控工作指揮部認定為揚州市民生保供重點企業。

於2022年4月，上海市商務委員會建立了COVID-19疫情期間上海市生活必需品供應企業白名單，以確保有效防疫及生活必需品保障。由於上海生產生活秩序恢復正常、商業經營恢復正常，該白名單自2022年6月1日起停止更新及使用，白名單中所載所有資料不再備查。

概 要

主要財務資料概要

綜合損益表概要

	2021財年	2022財年	2023財年	2023年 首九個月	2024年 首九個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
收入	1,432,193	1,328,685	1,401,972	987,833	1,005,810
毛利	282,685	302,138	301,376	209,881	208,434
除稅前溢利	47,696	68,487	70,058	41,796	35,102
年／期內溢利	35,080	51,065	51,602	30,528	24,078

非國際財務報告準則財務計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦呈列經調整純利（非國際財務報告準則計量）及經調整純利率（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量，該等財務計量並非國際財務報告準則所規定或根據國際財務報告準則呈列。我們相信，非國際財務報告準則財務計量與相應的國際財務報告準則財務計量一併呈列，可為潛在[編纂]及管理層提供有用資料，有助於比較我們各期間的營運表現。此等非國際財務報告準則財務計量可讓[編纂]考慮我們的管理層在評估我們的表現時所使用的矩陣。

使用非國際財務報告準則財務計量作為分析工具有其限制，[編纂]不應將其與根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況分析分開考慮，或將其視為替代或優於根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況分析。此外，非國際財務報告準則財務計量的定義可能與其他公司使用的類似詞彙不同。

我們對若干項目作出調整，作為我們的非國際財務報告準則財務計量，旨在讓潛在[編纂]對我們的經營業績及財務表現有整體而公平的了解，尤其是在對我們的經營及財務表現進行期間比較和評估我們的經營及財務表現概況時。[編纂]開支主要是與[編纂]有關的開支，由於該等開支僅就[編纂]而產生，因此被加回。

概 要

經調整純利(非國際財務報告準則計量)

我們將經調整純利(非國際財務報告準則計量)定義為經加回[編纂]開支調整後的年度純利。下表載列往績記錄期間各年度／期間的經調整純利(非國際財務報告準則計量)及經調整純利率(非國際財務報告準則計量)：

	2021財年	2022財年	2023財年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	首九個月	首九個月
				人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
年／期內溢利	35,080	51,065	51,602	30,528	24,078
經調整：					
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年度／期間經調整純利(非國際 財務報告準則計量)	<u>35,080</u>	<u>52,812</u>	<u>55,051</u>	<u>33,653</u>	<u>31,354</u>
經調整純利率(非國際財務報告 準則計量)	2.4%	4.0%	3.9%	3.4%	3.1%

我們的收入於2021財年至2022財年減少約人民幣103.5百萬元，主要原因是因COVID-19而採取的疫情措施／封鎖，我們的零售店舖及商城的一般銷售收入減少。尤其是，我們的主要零售店舖及商城於春節及國慶節前後等旺季期間的銷售普遍受到影響。我們的收入由2022財年的1,328.7百萬元增加至2023財年的約人民幣1,402.0百萬元並由2023年首九個月的約人民幣987.8百萬元增加至2024年首九個月的約人民幣1,005.8百萬元。於2023財年增加的主要原因是2023財年五大客戶貢獻的收入增加，主要為我們的批發客戶。我們批發收入於2023財年及2024年首九個月增加，主要由食品銷量增加所帶動。

我們的除稅前溢利由2021財年的約人民幣47.7百萬元增加至2022財年的約人民幣68.5百萬元。該增加乃主要由於毛利率由2021財年的約19.7%上升至2022財年的約22.7%。我們的除稅前溢利由2023年首九個月的約人民幣41.8百萬元減少至2024年首九個月的約人民幣35.1百萬元，主要是由於[編纂]開支的影響。

有關詳情請參閱本文件「財務資料－綜合損益表的重要組成部分」一段。

概 要

綜合財務狀況表概要

	於12月31日			於2024年
	2021年	2022年	2023年	9月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產	412,336	397,990	377,772	374,343
流動資產	764,664	933,549	1,029,364	1,025,631
流動負債	683,875	796,414	819,983	745,206
非流動負債	95,614	88,345	93,812	136,293
流動資產淨值	80,789	137,135	209,381	280,425
資產淨值	397,511	446,780	493,341	518,475

概 要

我們的流動資產由2021年12月31日的約人民幣764.7百萬元增加約人民幣168.8百萬元至2022年12月31日的約人民幣933.5百萬元。該增加主要是由於2022財年我們的預付款項、按金及其他應收款項增加所致。於2023年12月31日，我們的流動資產進一步增加至約人民幣1,029.4百萬元，這主要是由於我們的現金及現金等價物因經營及融資活動產生的現金淨額增加所致。於2024年9月30日，我們的流動資產輕微減少至約人民幣1,025.6百萬元，主要是由於我們的現金及現金等價物因經營活動所用現金淨額減少所致。

我們的流動負債由2021年12月31日的約人民幣683.9百萬元增加約人民幣112.5百萬元至2022年12月31日的約人民幣796.4百萬元，主要是由於貿易應付款項及應付票據增加所致。我們的流動負債由2023年12月31日的約人民幣820.0百萬元減少約人民幣74.8百萬元至2024年9月30日的約人民幣745.2百萬元，乃主要由於我們的貿易應付款項及應付票據以及銀行貸款及其他借款減少所致。

整體而言，我們的流動資產淨值在整個往績記錄期間均有所增加。

於整個往績記錄期間，我們的資產淨值由2021年12月31日的約人民幣397.5百萬元增加至2022年12月31日的約人民幣446.8百萬元，再增加至2023年12月31日的約人民幣493.3百萬元，再增加至2024年9月30日的約人民幣518.5百萬元。該增加主要是由於往績記錄期間各年度／期間所產生的純利，而我們於往績記錄期間並無派付或宣派股息。

有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－綜合財務狀況表若干項目的說明」一段。

概 要

綜合現金流量表概要

	2021財年 人民幣千元	2022財年 人民幣千元	2023財年 人民幣千元	2023年 首九個月 人民幣千元 (未經審核)	2024年 首九個月 人民幣千元
營運資金變動前經營溢利	136,890	153,365	163,623	117,466	109,855
營運資金變動	(164,601)	(72,463)	(75,001)	(111,558)	(105,735)
經營(所用)／所得現金	(27,711)	80,902	88,622	5,908	4,120
已付所得稅	(18,116)	(10,867)	(19,403)	(17,051)	(14,745)
經營活動(所用)／所得現金淨額	(45,827)	70,035	69,219	(11,143)	(10,625)
投資活動所用現金淨額	(24,749)	(25,813)	(34,536)	(32,127)	(26,680)
融資活動所得／(所用)現金淨額	78,375	(65,498)	35,729	(6,375)	(50,681)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	7,799	(21,276)	70,412	(49,645)	(87,986)
外匯匯率變動影響	(1,565)	2,377	327	(214)	(448)
年／期初現金及現金等價物	178,152	184,386	165,487	165,487	236,226
年／期末現金及現金等價物	184,386	165,487	236,226	115,628	147,792

我們於所有呈報年度／期間均錄得投資活動所用現金淨額。於往績記錄期間，除2022財年、2023年首九個月及2024年首九個月外，我們錄得融資活動產生的現金淨額。2022財年、2023年首九個月及2024年首九個月，融資活動所用現金淨額主要由於淨償還銀行貸款及其他借款所致。於往績記錄期間，除2021財年、2023年首九個月及2024年首九個月外，我們錄得經營活動產生的現金淨額。2021財年，經營活動於2021財年所用現金淨額約人民幣45.8百萬元，主要反映營運資金變動的負變動，主要由於存貨增加約人民幣84.4百萬元(主要由於截至2020年12月31日止年度至2021財年的貨物銷售收入增加所致)。2024年首九個月，經營活動所用現金淨額約人民幣10.6百萬元，主要反映營運資金變動的負變動，主要由於貿易及其他應收款項增加約人民幣37.9百萬元，存貨增加約人民幣51.3百萬元及貿易及其他應付款項減少約人民幣18.7百萬元所致。相關風險請參閱本文件「風險因素－於2021財年、2023年首九個月及2024年首九個月，我們有經營活動所用現金淨額，且倘在未來我們繼續錄得經營活動所用現金淨額，我們或會於履行付款責任時遇到困難」一段。

概 要

有關我們現金流量分析的進一步詳情，請分別參閱本文件「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」一段。

概 要

主要財務比率

	於2024年 9月30日／ 截至該日止 九個月			
	於12月31日／截至該日期止年度			
	2021年	2022年	2023年	
毛利率 ⁽¹⁾	19.7%	22.7%	21.5%	20.7%
純利率 ⁽²⁾	2.4%	3.8%	3.7%	2.4%
股本回報率 ⁽³⁾	8.8%	11.4%	10.5%	6.2%
資產回報率 ⁽⁴⁾	3.0%	3.8%	3.7%	2.3%
流動比率 ⁽⁵⁾	1.1	1.2	1.3	1.4
速動比率 ⁽⁶⁾	0.7	0.8	0.9	1.0
資本負債比率 ⁽⁷⁾	78.2%	70.1%	68.8%	83.3%
利息覆蓋率 ⁽⁸⁾	3.6	4.2	4.5	3.2

附註：

- (1) 毛利率指按年／期內毛利除以相關年／期內的總收入。
- (2) 純利率指按年／期內溢利除以相關年／期內的總收入。
- (3) 股本回報率指按年／期內溢利除以於年／期末的權益總額。為作說明用途，2024年首九個月的股本回報率乃按年化基準計算，可能不代表截至2024年12月31日止年度之比率。
- (4) 資產回報率指按年／期內溢利除以於年／期末的資產總值。為作說明用途，2024年首九個月的資產回報率乃按年化基準計算，可能不代表截至2024年12月31日止年度之比率。
- (5) 流動比率指按流動資產總值除以於相關年／期末的流動負債總額。
- (6) 速動比率指按流動資產總值減存貨除以於相關年／期末的流動負債總額。
- (7) 資本負債比率指按銀行貸款及其他借款總額及租賃負債減現金及現金等價物除以於相關年／期末的權益總額。
- (8) 利息覆蓋率指按未計入融資成本淨額及稅項之溢利除以於相關年／期內的融資成本淨額。

於往績記錄期間，我們的流動比率高於1.0，而我們的速動比率（於2024年9月30日除外）低於1.0，因為存貨是我們的重要資產，分別佔2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日及2024年9月30日總資產約24.3%、24.3%、18.9%及22.7%。於往績記錄期間，我們的平均存貨

概 要

週轉日數不長。於2021財年、2022財年及2023財年，我們的平均存貨週轉日數分別約為77.5天、108.5天及97.9天。於2024年首九個月，我們的年化平均存貨週轉日數約為100.2天。

有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－節選財務比率」一段。

控股股東

根據一致行動確認書，高先生、瑞川達投資(由高先生全資擁有)、袁先生及張先生確認，彼等自2019年1月起一直於本集團的管理及營運方面一致行動，且彼等同意繼續一致行動，並就提交本公司股東大會表決與本集團日常管理及營運有關的任何建議達成共識。

於最後可行日期，高先生能夠透過下列方式行使本公司約29.68%的投票權：(i)其個人身份行使約16.36%；及(ii)瑞川達投資行使約13.32%。袁先生能夠透過其個人身份行使本公司約6.95%的投票權。張先生能夠透過其個人身份行使本公司約4.85%的投票權。因此，於最後可行日期，一致行動人士能夠行使本公司已發行股份總數約41.48%的投票權。

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，一致行動人士將有權行使本公司已發行股份總數約[編纂]%的投票權，並於[編纂]時被視為我們的控股股東。因此，高先生、瑞川達投資、袁先生及張先生為一組一致行動的控股股東。

概 要

[編纂]開支

有關[編纂]的[編纂]開支總額(包括[編纂])估計約為人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(按指示性[編纂]範圍的中位數計算)，佔估計[編纂]的約[編纂]%(按指示性[編纂]範圍的中位數計算且假設[編纂]未獲行使)。我們估計我們的[編纂]開支將包括(i)[編纂]開支(包括[編纂])約人民幣[編纂]百萬元；及(ii)[編纂]開支約人民幣[編纂]百萬元，包括(a)[編纂]的費用約人民幣[編纂]百萬元；及(b)[編纂]約人民幣[編纂]百萬元。於[編纂]開支中：(i)約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)乃發行[編纂]直接產生，並根據相關會計準則入賬列作自權益扣除；及(ii)約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)已經或將會計入綜合損益表，其中(a)[編纂]、約人民幣[編纂]百萬元、人民幣[編纂]百萬元及人民幣[編纂]百萬元已分別於2021財年、

概 要

2022財年、2023財年及2024年首九個月扣除；及(b)截至2024年12月31日止三個月及截至2025年3月31日止三個月分別為[編纂]及約人民幣[編纂]百萬元預期於[編纂]前或[編纂]後扣除。有關[編纂]的開支屬非經常性質。

股息

於往績記錄期間及直至本文件日期，本公司概無派發或宣派股息。

目前，我們並無正式的股息政策或預先確定的股息分配比例。我們派發的任何股息均將由董事會全權酌情釐定，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、總體經營狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制，以及董事會認為適當的其他因素。我們的股東可於股東大會上批准任何股息宣派，但不得超過董事會建議的金額。

不合規

於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團未涉及任何不合規事件，惟下列事項除外：(i)未能取得若干土地使用權證及房產證；(ii)我們租賃物業的所有權瑕疵及未登記情況；(iii)未能完成消防安全批准；及(iv)未按規定繳納社會保險及住房公積金供款。有關詳情，請參閱本文件「業務－不合規」一段。

未來計劃及[編纂]

我們估計，假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述[編纂]範圍的中位數)及[編纂]未獲行使，我們將自[編纂]收到的所得款項淨額(經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及預期開支後)將約為[編纂]百萬港元。我們有意將該等[編纂]用作以下用途：(i)約人民幣[編纂]百萬元或[編纂]%將用作開設新零售店舖；(ii)約人民幣[編纂]百萬元或[編纂]%將用作建立新配送中心；(iii)約人民幣[編纂]百萬元或[編纂]%將用作建立新的中央廚房；及(iv)約人民幣[編纂]百萬元或[編纂]%將用於增強我們的ERP系統及基礎設施系統，以提高我們的運營效率。

概 要

中國證監會備案

於2025年2月20日，中國證監會就本公司完成[編纂]及[編纂]以及境內未上市股轉換為H股的中國備案手續發出通知。該通知的副本可於中國證監會的官方網站上查閱。據本公司中國法律顧問告知，本公司已就[編纂]及[編纂]向中國證監會完成所有必要的備案手續，待[編纂]及[編纂]完成後，本公司將根據相關指引的規定申報[編纂]及[編纂]信息。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期間後及直至本文件日期，我們的業務營運維持穩定，我們的業務及其行業、市場或監管環境並無出現重大不利變動。於往績記錄期間後及直至本文件日期，批發及零售業務仍為我們的主要收入來源。此外，(i)於最後可行日期，我們的超市數目維持穩定於51間及便利店數目增加2間至109間；及(ii)於往績記錄期間後及直至最後可行日期，我們與不少於30名批發客戶及10名供應商展開業務關係。

[編纂]

概 要

[編纂]

經過審慎周詳之考慮後，我們的董事確認，除截至本文件日期與[編纂]相關的開支外，自2024年9月30日以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無發生任何重大不利變化，自2024年9月30日以來，亦無發生任何會對附錄一所載會計師報告中的資料產生重大影響的事件。