

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，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



YIHAI INTERNATIONAL HOLDING LTD.

頤海國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1579)

**截至2025年6月30日止六個月
中期業績**

頤海國際控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」或「我們」）截至2025年6月30日止六個月（「報告期」）的未經審計綜合中期業績，連同2024年同期的比較數字。

本集團財務摘要

- 截至2025年6月30日止六個月的收入為人民幣2,927.4百萬元，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣2,926.9百萬元，維持穩定。
- 截至2025年6月30日止六個月的毛利為人民幣865.0百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣877.5百萬元減少1.4%。
- 截至2025年6月30日止六個月的經營利潤為人民幣430.5百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣414.0百萬元增加4.0%。
- 截至2025年6月30日止六個月的本公司擁有人應佔淨利潤為人民幣309.5百萬元，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣308.3百萬元，維持穩定。
- 截至2025年6月30日止六個月的每股盈利（基本）為人民幣31.90分，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣31.78分，維持穩定。

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,042,877	1,943,138
使用權資產		257,345	264,891
無形資產		8,519	10,250
遞延所得稅資產		78,381	71,162
按公平值計入損益的金融資產		352,880	356,227
到期日超過一年的定期存款		—	104,835
其他非流動資產	5	49,447	69,852
非流動資產總值		2,789,449	2,820,355
流動資產			
存貨		382,661	465,531
其他流動資產	5	90,391	96,155
貿易應收款項	6	207,228	285,405
按攤銷成本計量的其他金融資產		14,294	17,707
按公平值計入損益的金融資產		44,356	—
到期日一年以內的定期存款		310,582	227,254
受限制現金		5,022	5,020
現金及現金等價物		1,520,183	1,881,867
流動資產總值		2,574,717	2,978,939
資產總值		5,364,166	5,799,294
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	7	67	67
就受限制股份單位計劃持有的股份		(4)	(4)
其他儲備		325,655	326,688
保留盈利		4,171,577	4,242,876
本公司擁有人應佔資本及儲備		4,497,295	4,569,627
非控股權益		143,162	163,533
權益總額		4,640,457	4,733,160

		未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
附註			
負債			
非流動負債			
租賃負債		57,245	67,103
遞延所得稅負債		68,349	55,493
其他非流動負債		39,307	40,208
非流動負債總額		164,901	162,804
流動負債			
貿易應付款項	8	266,909	482,210
合約負債		55,309	95,771
租賃負債		39,198	26,416
其他應付款項及應計費用		141,891	180,509
即期所得稅負債		55,501	118,424
流動負債總額		558,808	903,330
負債總額		723,709	1,066,134
權益及負債總額		5,364,166	5,799,294

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

	附註	未經審計 截至6月30日止六個月	
		2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	4	2,927,391	2,926,925
銷售成本	9	(2,062,428)	(2,049,417)
毛利		864,963	877,508
經銷開支	9	(369,512)	(352,261)
行政開支	9	(156,474)	(140,207)
其他收入及收益淨額	10	91,491	28,966
經營溢利		430,468	414,006
融資收入		21,814	47,997
融資成本		(2,083)	(2,442)
融資收入淨額	11	19,731	45,555
除所得稅前溢利		450,199	459,561
所得稅開支	12	(121,090)	(125,418)
期內溢利		329,109	334,143
以下人士應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		309,480	308,280
— 非控股權益		19,629	25,863
		<u>329,109</u>	<u>334,143</u>
其他全面虧損			
可重新分類至損益的項目			
— 匯兌差額		(1,033)	(12,841)
期內其他全面虧損（扣除稅項）		(1,033)	(12,841)
期內全面收益總額		<u>328,076</u>	<u>321,302</u>
以下人士應佔期內全面收益總額：			
— 本公司擁有人		308,447	295,439
— 非控股權益		19,629	25,863
		<u>328,076</u>	<u>321,302</u>
本公司擁有人應佔每股盈利			
（以每股人民幣分列示）			
— 基本	13	31.90	31.78
— 攤薄	13	31.90	31.78

附註：

1. 一般資料

頤海國際控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）在中華人民共和國（「中國」）及若干海外國家及地區主要從事火鍋調味料、複合調味料及方便速食產品的生產及銷售。

本公司於2013年10月18日根據開曼群島1961年第3號法例第22章公司法（經綜合及修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 31119, KY1-1205, Cayman Islands。

本公司股份在香港聯合交易所有限公司主板的全球發售已於2016年7月13日完成。

除非另有指明，否則中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列。

本中期簡明綜合財務資料已於2025年8月25日獲本公司董事會批准刊發。

本中期簡明綜合財務資料已經審閱，但未經審計。

2. 編製基準

截至2025年6月30日止六個月的本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」（「國際會計準則第34號」）編製。

3. 會計政策

編製本中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所採用的會計政策一致，惟以下經修訂準則的採用除外：

本集團採用的經修訂準則

本集團自2025年1月1日起首次應用以下經修訂準則：

國際會計準則第21號的修訂本

缺乏可交換性

上述經修訂準則與本集團無關，因此，對過往期間確認的金額並無任何影響，且預期不會對當前或未來期間產生重大影響。

尚未採納的新訂或經修訂準則及年度改進

以下為2025年1月1日開始的報告期間已頒佈但非強制性且本集團未提前採納的新訂或經修訂會計準則及年度改進：

		生效日期
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂本	關於金融工具的分類和計量的修訂	2026年1月1日
年度改進	國際財務報告會計準則的年度改進 – 第11冊	2026年1月1日
國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露	2027年1月1日
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司的披露	2027年1月1日
國際會計準則第28號及國際財務報告準則第10號的修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資	待定

預期該等新訂或經修訂會計準則及年度改進不會對本集團於當前或未來報告期間以及可預見的未來交易產生重大影響，惟如本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所述，自國際財務報告準則第18號生效日期起採納該準則預計將對本集團綜合財務報表的呈列及披露產生若干普遍影響。

4. 收入及分部資料

管理層基於主要經營決策者（「**主要經營決策者**」，即本公司執行董事）審閱的報告（用以作出戰略決策）釐定經營分部。本集團的收入、開支、資產、負債及資本開支主要來源於製造及向第三方和關聯方客戶銷售火鍋調味料、複合調味料、方便速食產品及其他（獲主要經營決策者視為一個分部）。本集團的主要市場為中國內地，截至2025年及2024年6月30日止六個月，其向海外客戶的銷售額佔本集團的總收入不足10%。因此，並無呈列地區資料。於2025年6月30日，位於中國的非流動資產賬面值（金融資產及遞延所得稅資產除外）約為人民幣2,057,037,000元（2024年12月31日：人民幣1,996,046,000元），而位於其他國家及地區的非流動資產賬面值（金融資產及遞延所得稅資產除外）則約為人民幣301,151,000元（2024年12月31日：人民幣292,085,000元）。

按產品系列劃分的收入明細如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
於某一時點確認的收入		
火鍋調味料		
— 第三方	924,663	860,246
— 關聯方	758,152	887,273
小計	1,682,815	1,747,519
複合調味料		
— 第三方	450,614	430,179
— 關聯方	41,127	24,232
小計	491,741	454,411
方便速食產品		
— 第三方	644,623	622,907
— 關聯方	64,382	77,567
小計	709,005	700,474
其他		
— 第三方	43,830	24,521
總計	2,927,391	2,926,925

關聯方應佔銷售收入分別佔截至2025年及2024年6月30日止六個月本集團總收入約29.5%及33.8%。

5. 其他資產

	未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
可收回增值稅	62,303	67,362
物業、廠房及設備預付款項	49,447	69,852
營銷及諮詢開支預付款項	12,414	17,230
購買原材料預付款項	8,831	1,922
倉庫及員工宿舍短期租約預付款項	2,175	2,186
其他	4,668	7,455
	<u>139,838</u>	<u>166,007</u>
減：非即期項目	<u>(49,447)</u>	<u>(69,852)</u>
其他流動資產	<u>90,391</u>	<u>96,155</u>

6. 貿易應收款項

	未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	34,839	48,424
— 關聯方	<u>172,577</u>	<u>237,169</u>
	<u>207,416</u>	<u>285,593</u>
減：減值撥備	<u>(188)</u>	<u>(188)</u>
貿易應收款項淨額	<u>207,228</u>	<u>285,405</u>

本集團的第三方銷售大部分以向客戶交付貨物前收取客戶墊款的方式進行，當中僅有少數客戶獲授介乎30至90天的信貸期。本集團的關聯方客戶通常獲授出30天的信貸期。根據貿易應收款項的確認日期於各結算日的賬齡分析如下：

	未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
3個月內	<u>207,416</u>	<u>285,593</u>

截至2025年及2024年6月30日止六個月概無確認任何貿易應收款項減值撥備。

7. 股本

法定：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2024年1月1日、2024年6月30日、 2025年1月1日及2025年6月30日 每股0.00001美元的普通股	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>307</u>

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2024年1月1日、2024年6月30日、 2025年1月1日及2025年6月30日 每股0.00001美元的普通股	<u>1,036,700,000</u>	<u>10,367</u>	<u>67</u>

8. 貿易應付款項

貿易應付款項主要源自購買原材料。供應商授出的貿易應付款項信貸期通常為30至90天。

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	未經審計 2025年 6月30日 人民幣千元	經審計 2024年 12月31日 人民幣千元
3個月內	253,446	480,058
3個月至6個月	12,824	1,985
6個月至1年	<u>639</u>	<u>167</u>
總計	<u>266,909</u>	<u>482,210</u>

9. 按性質劃分的開支

計入銷售成本、經銷開支及行政開支的開支分析如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
製成品存貨變動	10,866	18,601
已使用原材料及耗材	1,691,314	1,737,047
僱員福利開支	370,124	311,661
運輸及相關支出	125,603	101,238
物業、廠房及設備折舊	90,679	79,805
公共事業	57,066	50,718
廣告及其他營銷開支	53,614	82,931
稅項及附加費	30,544	19,979
倉儲費用	27,760	27,149
差旅及招待費	25,324	23,798
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	17,982	17,828
使用權資產折舊	16,850	16,648
維護費用	11,971	10,280
與短期租賃有關但不計入租賃負債的開支	8,603	5,524
無形資產攤銷	2,659	3,631
存貨報廢	1,996	1,512
核數師薪酬	993	993
其他開支	44,466	32,542
總計	2,588,414	2,541,885

10. 其他收入及收益淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助(附註)	68,099	27,241
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	8,817	12,717
外匯收益／(虧損)淨額	14,155	(17,976)
廢料銷售	2,108	4,278
處置／報廢物業、廠房及設備以及無形資產的虧損	(1,441)	(112)
捐贈	(329)	(711)
其他	82	3,529
總計	91,491	28,966

附註：

政府補助主要來自於政府補貼收入。概無有關該等補助的未履行情況或其他或然情況。本集團並無直接受惠於任何其他形式的政府資助。

11. 融資收入淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月 2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
融資收入		
－利息收入	21,814	47,997
融資成本		
－租賃負債利息	(2,083)	(2,442)
融資收入淨額	<u>19,731</u>	<u>45,555</u>

12. 所得稅開支

	未經審計	
	截至6月30日止六個月 2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
即期所得稅開支	115,453	158,468
遞延所得稅開支／(抵免)	5,637	(33,050)
所得稅開支	<u>121,090</u>	<u>125,418</u>

所得稅開支乃根據管理層對預期整個財政年度的加權平均實際年度所得稅稅率的估計而確認。截至2025年6月30日止六個月使用的估計平均年度稅率約為26.9% (2024年：27.3%)。

13. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2025年及2024年6月30日止六個月的每股基本盈利乃按本公司擁有人應佔本集團溢利除以已發行普通股加權平均數與報告期內根據本公司受限制股份單位(「受限制股份單位」)計劃(「受限制股份單位計劃」)持有的股份數目的差額計算。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月 2025年	2024年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	<u>309,480</u>	<u>308,280</u>
已發行普通股的加權平均數減去就受限制股份單位計劃持有的股份數目(千股)	<u>970,132</u>	<u>970,132</u>
每股基本盈利(人民幣分)	<u>31.90</u>	<u>31.78</u>

(b) 每股攤薄盈利

本公司授出的受限制股份單位對每股盈利有潛在攤薄影響。每股攤薄盈利透過調整發行在外普通股的加權平均數以假設轉換來自本公司授出的受限制股份單位所有潛在攤薄普通股而計算（共同構成計算每股攤薄盈利的分母）。並無調整盈利（分子）。

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
本公司擁有人應佔溢利及用於釐定每股攤薄盈利的溢利（人民幣千元）	309,480	308,280
已發行普通股的加權平均數減去就受限制股份單位計劃持有的股份（千股）	970,132	970,132
就以下項目調整		
— 受限制股份單位（千個）	—	33
每股攤薄盈利的加權平均股數（千股）	970,132	970,165
每股攤薄盈利（人民幣分）	31.90	31.78

截至2025年6月30日止六個月，本集團並無任何潛在攤薄股份。

14. 股息

(a) 本財政期間應付本公司擁有人的股息

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中期期末後宣派的中期股息每股普通股 0.3107港元（相當於人民幣0.2836元） （2024年：已派付每股普通股人民幣0.2825元）	275,129	273,508

於報告期末，並無確認中期股息為負債。

(b) 已付過往財政年度本公司擁有人的股息

	未經審計 截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於報告期內批准及派付的截至2024年12月31日止 年度末期股息，每股普通股0.4283港元 （相當於人民幣0.3950元）（2023年：人民幣0.74元）	380,779	719,183

(c) 截至2025年及2024年6月30日止六個月，上文(b)項所披露的已付股息金額分別扣除了就受限制股份單位計劃所持股份應佔的股息人民幣26,128,000元及人民幣49,446,000元。

2025年中期業績回顧

2025年上半年，經濟運行總體平穩，宏觀促銷費政策逐漸顯效發力，消費市場活力穩步恢復，但居民消費能力和信心仍有待提升，消費內生動能仍需增強。

2025年上半年，本集團在第三方業務方面實現營收人民幣2,063.7百萬元，同比增長6.5%，主要得益於不斷完善的產品研發機制與精細化的渠道管理，加之持續優化的供應鏈體系支撐B端與海外業務的進一步拓展。

本集團在產品研發上，堅持以滿足市場需求作為出發點，銷售團隊通過多維度分析區域內消費特徵及競品市場表現，捕捉消費者對產品的需求變化，以提供符合各區域銷售的產品。同時，本集團注重持續提升產品品質、優化研發效率，增強整體研發能力。在該策略下，第三方各品類中均有良好表現，如火鍋調味料中牛油火鍋底料及蘸料增長較快，其中牛油火鍋底料實現收入人民幣225.5百萬元，同比增長20.5%，蘸料實現收入人民幣185.9百萬元，同比增長12.6%；複合調味料中的魚調料與24道菜系列，通過細分消費者需求和消費場景，產品迎合了更多細分消費者的偏好，其中魚調料實現收入人民幣58.8百萬元，同比增長15.1%，24道菜系列實現收入人民幣31.7百萬元，同比增長17.5%；方便速食中回家煮系列產品，銷售收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7.9百萬元，增長到截至2025年6月30日止六個月的人民幣37.4百萬元。

本集團在渠道建設上，秉持精細化與標準化的雙輪驅動策略，通過深入市場調研與分析，實施符合各渠道特色的管理標準，在區域化布局的基礎上持續推進渠道結構優化。一方面，我們通過補充多元化價格帶的產品鞏固傳統成熟渠道的市佔率，並借助渠道的多樣性，推出出攤炒制等服務，拓寬消費場景的覆蓋維度，讓產品觸達更廣泛的消費群體。另一方面，我們進一步挖掘細分渠道的增長潛力，推出渠道定制化產品，契合消費者小家庭模式下的採購特點，滿足更多群體的消費需求。同時，在管理模式上，我們不斷優化「合夥人」的考核制度，結合渠道發展階段增加科學合理的柔性指標，動態調整評價維度，充分激發合夥人的積極性、創造力與協作能力，推動銷售渠道發展。截至2025年6月30日止六個月，第三方經銷商渠道的銷售收入為人民幣1,727.2百萬元，同比增長2.1%。

本集團在供應鏈管理上，始終以優化產能配置為核心，通過技術創新與工藝升級，輔以不斷完善的供應鏈管控體系，促進生產流程靈活高效，既提升了產品質量與生產效率，也強化了產品的安全性與穩定性。本集團積極布局海外供應鏈體系，隨着泰國工廠產能爬升，海外供應輻射半徑不斷延伸，全球供應網絡的覆蓋能力得以增強。同時，依托供應鏈體系優勢，我們組建了B端類底料產品銷售團隊，對接B端客戶及B端經銷商，根據其定制產品及市場熱門口味轉化等需求，提供全方位解決方案。截至2025年6月30日止六個月，第三方B端的銷售收入為人民幣155.5百萬元，同比增長131.7%。

業務回顧

截止2025年6月30日止六個月，本集團收入為人民幣2,927.4百萬元，較去年同期持平；淨利潤為人民幣329.1百萬元，同比降低1.5%。

銷售渠道

本集團持續為家庭消費者、餐飲與食品公司以及關聯方海底撈国际控股有限公司（連同其附屬公司，統稱為「**海底撈集團**」）、特海国际控股有限公司（連同其附屬公司，統稱「**特海國際集團**」）、蜀海（北京）供應鏈管理有限責任公司（連同其附屬公司，統稱「**蜀海供應鏈集團**」）及彼等各自附屬公司提供多樣美味的調味料及豐富便捷的食品。截至2025年6月30日止六個月，本集團的主要產品包含火鍋調味料、複合調味料和方便速食、零食等品類，經銷商、電商及餐飲客戶等為第三方銷售的主要渠道。本集團的第三方經銷商銷售業務共覆蓋了中國34個省級行政區，以及49個海外國家和地區。

2025年上半年，本集團在渠道管理方面維持以第三方銷售渠道的下沉與拓展為核心銷售策略，分析不同渠道與區域的需求差異，通過定制化產品及多元化價格帶的產品的不斷補充，促進區域產品與渠道的精準匹配，深耕下沉市場，提升整體動銷能力。同時，本集團進一步完善「合夥人」考核體系，將「增量利潤」作為關鍵激勵指標，結合渠道發展階段增加科學合理的柔性指標，持續激發員工主觀能動性，推動渠道運作效率穩步提升。此外，本集團借助信息化建設逐步實現數據動態捕捉，為渠道策略優化、產品迭代及市場布局提供更精準的數據支持，助力渠道競爭力與市場份額的持續提升。截至2025年6月30日止六個月，第三方銷售收入為人民幣2,063.7百萬元，同比增長6.5%。

電商渠道方面，本集團於2025年上半年主要總結電商運營經驗，結合實際業務需求調整線上策略方向，不再通過大規模費用投入開展線上活動，而是聚焦線上平台的節日節點，以配合目標產品宣傳為核心方式開展平台推廣，積極發揮線上平台的媒體屬性與傳播影響力。目前為止，本集團在天貓、京東、拼多多等電商平台擁有10家旗艦店。截至2025年6月30日止六個月，本集團電商渠道的銷售收入為人民幣175.9百萬元，同比增長0.3%。

在向關聯方的銷售方面，隨着市場價格動態變化，與關聯方交易的產品在定價上不斷進行適應性調整，產品結構也隨着消費者口味變化更新迭代。截至2025年6月30日止六個月，本集團關聯方的銷售收入為人民幣863.7百萬元，同比減少12.7%。

產品

2025年上半年，本集團在創新委員統籌管理、產品小組協作執行的基礎上，結合銷售團隊自主選品的政策，將消費者需求作為探索多元化、個性化創新研發方向的核心推動力，深度調研及挖掘地域特色口味，豐富產品類型及價格帶，拓展產品的消費場景，持續擴大消費人群覆蓋。通過以上研發方向的工作，我們可以不斷優化產品結構，促進產品從口味、包裝、使用場景等各方面貼合市場趨勢及消費者需求。在B端產品研發中，我們通過選定基礎口味，根據口味需求對其配比組合的方式，使產品呈現出多樣性的組合口味，並結合市場熱門口味不斷升級迭代，以滿足更多B端客戶多元化的需求。

海外產品方面，本集團持續研究海外目標市場的飲食文化與民俗風情，通過捕捉當地消費者口味偏好及消費習慣，嘗試將現有產品與地方口味融合轉換，以贏得當地消費者的青睞與喜愛。同時，憑藉集團供應鏈優勢，結合自身產品特色持續更新迭代既有產品口味，既強化原有海外受眾認可度，又積極響應市場需求變化，並逐步接觸海外空白國家，提高海外客群、區域的整體覆蓋度。

目前，本集團主營產品集中於火鍋調味料、複合調味料及方便速食、零食等系列。截至2025年6月30日止六個月，各品類新增產品合計超50個，其中包括地域風味調味料、小龍蝦調味料、魚調料等新口味及多種方便速食新品。同時，我們結合產品的市場反饋及動銷情況，停止銷售部分產品並整合部分產品規格。截至2025年6月30日止六個月，本集團銷售的產品超過200款（不含B端定制產品）。

下表載列於所示期間本集團按產品類別及經銷渠道劃分的收入、銷量及平均售價數據：

	截至6月30日止六個月					
	2025年			2024年		
	收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	每公斤 平均售價 (人民幣元)	收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	每公斤 平均售價 (人民幣元)
火鍋調味料 ⁽¹⁾						
第三方	924,663	37,233	24.8	860,246	32,863	26.2
關聯方	758,152	46,054	16.5	887,273	51,881	17.1
小計	<u>1,682,815</u>	<u>83,287</u>	<u>20.2</u>	<u>1,747,519</u>	<u>84,744</u>	<u>20.6</u>
複合調味料 ⁽²⁾						
第三方	450,614	20,150	22.4	430,179	18,218	23.6
關聯方	41,127	2,912	14.1	24,232	1,396	17.4
小計	<u>491,741</u>	<u>23,062</u>	<u>21.3</u>	<u>454,411</u>	<u>19,614</u>	<u>23.2</u>
方便速食 ⁽³⁾						
第三方	644,623	20,833	30.9	622,907	18,097	34.4
關聯方	64,382	3,862	16.7	77,567	4,754	16.3
小計	<u>709,005</u>	<u>24,695</u>	<u>28.7</u>	<u>700,474</u>	<u>22,851</u>	<u>30.7</u>
其他 ⁽⁴⁾	<u>43,830</u>	<u>9,466</u>	<u>4.6</u>	<u>24,521</u>	<u>5,337</u>	<u>4.6</u>
總計	<u>2,927,391</u>	<u>140,510</u>	<u>20.8</u>	<u>2,926,925</u>	<u>132,546</u>	<u>22.1</u>

附註：

(1) 主要包含本集團銷售的火鍋底料及火鍋蘸料產品

(2) 主要包含本集團銷售的中式、西式複合調味料、即食醬、雞粉及香辛料製品等產品

(3) 主要包含本集團銷售的自加熱小火鍋等自熱產品，以及沖泡粉、快捷菜、膨化食品等

(4) 主要包含本集團銷售的貿易類原材料及包裝物等

下表載列所示期間本公司按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本公司收入的百分比：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	(人民幣千元)	佔收入百分比	(人民幣千元)	佔收入百分比
火鍋調味料收入	1,682,815	57.5%	1,747,519	59.7%
複合調味料收入	491,741	16.8%	454,411	15.5%
方便速食收入	709,005	24.2%	700,474	23.9%
其他收入	43,830	1.5%	24,521	0.9%
總收入	<u>2,927,391</u>	<u>100%</u>	<u>2,926,925</u>	<u>100%</u>

財務回顧

收入

本集團的收入截至2025年6月30日止六個月為人民幣2,927.4百萬元，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣2,926.9百萬元，維持穩定。

按產品劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入 (人民幣千元)	佔火鍋調味料 收入百分比	收入 (人民幣千元)	佔火鍋調味料 收入百分比
火鍋調味料產品收入				
來自第三方收入	924,663	54.9%	860,246	49.2%
來自關聯方收入	758,152	45.1%	887,273	50.8%
火鍋調味料產品總收入	<u>1,682,815</u>	<u>100%</u>	<u>1,747,519</u>	<u>100%</u>

火鍋調味料產品所得收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,747.5百萬元減少3.7%至2025年同期的人民幣1,682.8百萬元，佔同期收入的57.5%。其中，向關聯方銷售火鍋調味料產品收入同比減少14.6%，下降的原因主要是本集團向關聯方客戶就火鍋調味料的銷售量減少；向第三方銷售的火鍋調味料產品收入同比增長7.5%，增長原因主要是本公司根據消費場景與消費者的需求推出了新的牛油火鍋底料產品和新口味的火鍋蘸料產品。

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入 (人民幣 千元)	佔複合 調味料 收入百分比	收入 (人民幣 千元)	佔複合 調味料 收入百分比
複合調味料收入				
來自第三方收入	450,614	91.6%	430,179	94.7%
來自關聯方收入	41,127	8.4%	24,232	5.3%
複合調味料總收入	<u>491,741</u>	<u>100%</u>	<u>454,411</u>	<u>100%</u>

複合調味料所得收入由2024年6月30日止六個月的人民幣454.4百萬元增加8.2%至2025年同期的人民幣491.7百萬元，佔同期收入的16.8%。其中，向關聯方銷售複合調味品收入增加69.8%，增長原因主要是關聯方對新品冒菜調味料及麻辣燙調味料的需求增加；向第三方銷售複合調味料收入增長4.7%，增長原因主要是B端客戶對於複合調味料的需求增加。

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比
方便速食產品收入				
來自第三方收入	644,623	90.9%	622,907	88.9%
來自關聯方收入	64,382	9.1%	77,567	11.1%
方便速食產品總收入	<u>709,005</u>	<u>100%</u>	<u>700,474</u>	<u>100%</u>

方便速食產品所得收入由2024年6月30日止六個月的人民幣700.5百萬元增加1.2%至2025年同期的人民幣709.0百萬元，佔同期收入的24.2%。其中，向關聯方銷售方便速食產品收入減少17.0%，減少原因主要是關聯方對滷味食品的需求減少；向第三方銷售方便速食產品收入增長3.5%，增長原因主要是回家煮系列新產品增加。

按經銷網絡劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比
關聯方客戶				
海底撈集團、特海國際 集團、蜀海供應鏈集團	863,661	29.5%	989,072	33.8%
第三方客戶				
經銷商	1,727,188	59.0%	1,691,362	57.8%
電商	175,899	6.0%	175,284	6.0%
其他				
餐飲及食品公司	155,475	5.3%	67,086	2.3%
一次性銷售活動	5,168	0.2%	4,121	0.1%
總收入	2,927,391	100%	2,926,925	100%

2025年上半年，隨着市場價格動態變化，與關聯方交易的產品在定價上不斷進行適應性調整，產品結構也隨着消費者口味變化更新迭代，截至2025年6月30日止六個月向關聯方銷售的銷售收入為人民幣863.7百萬元，同比減少12.7%。

截至2025年6月30日止六個月向經銷商銷售的銷售收入為人民幣1,727.2百萬元，同比增長2.1%，增長主要原因為本集團加強了對KA終端的營銷管理和支持；電商渠道的銷售收入為人民幣175.9百萬元，同比增長0.3%；餐飲及食品公司的銷售收入為人民幣155.5百萬元，同比增長131.7%，增長主要原因為新客戶的拓展和為客戶提供了更多定制化的產品。

按地域劃分的收入

下表列示了本集團於所示期間以地域劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比
華北 ⁽⁵⁾	1,198,530	40.9%	1,233,406	42.1%
華南 ⁽⁶⁾	1,463,030	50.0%	1,495,767	51.1%
其他市場	265,831	9.1%	197,752	6.8%
總收入	<u>2,927,391</u>	<u>100%</u>	<u>2,926,925</u>	<u>100%</u>

附註：

(5) 包括黑龍江、吉林、遼寧、內蒙古、北京、天津、河北、山東、山西、河南、寧夏、陝西、甘肅、青海、新疆及西藏

(6) 包括江蘇、上海、浙江、安徽、江西、福建、湖北、湖南、廣東、重慶、貴州、廣西、四川、雲南及海南

銷售成本

本集團的銷售成本(包括原材料、僱員福利開支、折舊及攤銷及公用事業)由截至2024年6月30日止六個月的人民幣2,049.4百萬元增加0.6%至2025年同期的人民幣2,062.4百萬元，銷售成本增加主要是由於銷量上升。

毛利及毛利率

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 %	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 %
火鍋調味料	525,441	31.2%	546,676	31.3%
第三方	420,705	45.5%	416,171	48.4%
關聯方	104,736	13.8%	130,505	14.7%
複合調味料	165,293	33.6%	157,545	34.7%
第三方	159,892	35.5%	153,046	35.6%
關聯方	5,401	13.1%	4,499	18.6%
方便速食	170,489	24.0%	172,947	24.7%
第三方	161,523	25.1%	161,463	25.9%
關聯方	8,966	13.9%	11,484	14.8%
其他	3,740	8.5%	340	1.4%
總計	<u>864,963</u>	<u>29.5%</u>	<u>877,508</u>	<u>30.0%</u>

本集團的毛利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣877.5百萬元減少1.4%至2025年同期的人民幣865.0百萬元，而毛利率由截至2024年6月30日止六個月的30.0%降低至2025年同期的29.5%，毛利率降低的原因主要是關聯方毛利率下降和B端等低毛利產品收入佔比上升。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣352.3百萬元增加4.9%至2025年同期的人民幣369.5百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入由截至2024年6月30日止六個月的12.0%上升至2025同期的12.6%。經銷開支增加的主要原因是物流費用上升。

行政開支

本集團的行政開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣140.2百萬元增加11.6%至2025年同期的人民幣156.5百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由截至2024年6月30日止六個月的4.8%增加至2025同期的5.3%。行政開支增加的主要原因是產業鏈延伸儲備人員費用，以及辦公室租賃和裝修費上升。

其他收入及收益－淨額

本集團的其他收入及收益淨額由截至2024年6月30日止六個月的人民幣29.0百萬元增加215.5%至2025年同期的人民幣91.5百萬元，主要是由於政府補助增加和匯率變化產生匯兌收益。

融資收入－淨額

本集團的融資收入淨額由截至2024年6月30日止六個月的人民幣45.6百萬元減少56.8%至2025年同期的人民幣19.7百萬元，主要是由於本集團平均存款金額下降以及存款利率下降，導致利息收入減少。

除所得稅前利潤

由於上文所述內容，本集團的除所得稅前利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣459.6百萬元減少2.0%至2025年同期的人民幣450.2百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣125.4百萬元減少3.4%至2025年同期的人民幣121.1百萬元。有效稅率由截至2024年6月30日止六個月的27.3%減少至截至2025年同期的26.9%。

期內淨利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣334.1百萬元減少1.5%至2025年同期的人民幣329.1百萬元。每股基本盈利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣31.78分增加至2025年同期的人民幣31.90分。而淨利率由截至2024年6月30日止六個月的11.4%減少至2025年同期的11.2%。

資金流動性及財政資源

截至2025年6月30日止六個月，本集團主要通過經營所得現金為營運提供資金。本集團擬動用內部資源、通過自然且可持續發展為其擴展及業務營運提供資金。

現金及現金等價物

截至2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物主要是由人民幣和美金組成，現金及現金等價物約為人民幣1,520.2百萬元（2024年12月31日：人民幣1,881.9百萬元）。

資產負債比率

截至2025年6月30日，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為13.5%（2024年12月31日：18.4%）。本集團並無任何銀行借款。

附註：

(7) 資產負債比率按財政期末的總負債除以總資產計算。

存貨

存貨主要包括原材料、在製品與製成品。截至2025年6月30日存貨約為人民幣382.7百萬元（2024年12月31日：人民幣465.5百萬元），存貨周轉天數從截至2024年12月31日年度的34.0天增加到截至2025年6月30日止六個月的37.0天。存貨周轉天數增加的主要原因是產業鏈延伸增加半成品的庫存。

貿易應收賬款

貿易應收賬款為日常業務過程中就銷售的商品而應收客戶的款項。截至2025年6月30日貿易應收賬款約為人民幣207.2百萬元（2024年12月31日：人民幣285.4百萬元），變動的主要原因是對關聯方的貿易應收款存在季節性差異。貿易應收賬款周轉天數從截至2024年12月31日止年度的15.2天減少到截至2025年6月30日止六個月的15.1天。

貿易應付賬款

貿易應付賬款為日常業務過程中向供應商購買商品或服務而應支付的款項。受產銷淡旺季及季節性採購周期的影響，截至2025年6月30日貿易應付賬款約為人民幣266.9百萬元（2024年12月31日：人民幣482.2百萬元）。貿易應付賬款周轉天數從截至2024年12月31日止年度的35.9天減少到截至2025年6月30日止六個月的32.7天。

或然負債

截至2025年6月30日，本公司並無任何重大或然負債。

資產押記

截至2025年6月30日，本公司並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

借貸

截至2025年6月30日，本公司並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2025年6月30日，本公司的資本負債比率⁽⁸⁾為2.1%。

附註：

(8) 資本負債比率按總債務除以總權益計算。總債務界定為包括租賃負債在內的計息負債。

匯率波動風險及相關對沖

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣列值及結算。然而，本集團持有若干以美元及新幣列值的現金，面臨外匯匯兌風險。本集團並無對沖外匯風險。然而，本集團將密切監控有關情況並於必要時採取一定措施，確保外匯風險處於可控範圍。

僱員及薪酬政策

截至2025年6月30日，本集團員工總人數為3,597人，其中包括了生產體系員工2,842人，營銷體系員工610人，行政和管理相關職能體系員工145人。

截至2025年6月30日止六個月，本集團的總員工成本為人民幣370.1百萬元，包括薪金、工資、津貼、福利。本集團緊貼業務發展需求，不斷優化激勵體系，實施具有競爭力的薪酬政策。

重大收購及出售事項

截至2025年6月30日止六個月，本集團暫無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來前景

行業及業務展望

2025年下半年，隨着宏觀政策效應持續釋放，有望進一步提高居民收入水平，增強居民消費能力，同時持續優化消費環境，培育新的消費增長點，推動消費市場進一步向穩向好發展。

2025年下半年，本集團將繼續把產品研發、海外拓展及渠道建設作為公司策略重點。

在產品研發方面，本集團將堅持以市場導向的選品決策機制。通過推行「銷售團隊招標、研發團隊投標」的模式，由銷售團隊依據市場需求分析提出產品需求，研發團隊據此開展研發並提供備選方案，進一步落實渠道銷售團隊的自主選品決策權，以期可以緊密跟蹤並精準匹配市場需求趨勢，持續推出符合當下消費需求的新品。另外，我們將深耕B端市場的研發能力建設。本集團將持續探索B端市場需求，依托產品研發及供應鏈生產優勢，通過多維度拆解分析消費趨勢、洞察B端市場熱門口味變化，一方面增強標品的可搭配性，另一方面強化定制化生產的綜合能力，以更好適配B端市場的多樣化需求。

在海外業務方面，本集團將延續對海外市場飲食文化背景的深度探索，持續聚焦當地口味需求與消費趨勢，將國內已有的經典口味進一步推向海外市場，同時注重還原當地口味，以期提升海外消費者的整體認可度。此外，本集團將通過開拓直營的終端海外客戶，提升海外終端售點數量，不斷加大區域覆蓋程度，讓產品更廣泛地觸達終端消費者。隨着東南亞供應中心的建成，海外工廠產能將逐漸釋放，配套資源逐步優化，一方面為本集團持續開拓海外B端客戶提供定制化及多品類的產品供應支撐，可以不斷擴大在海外B端市場的份額；另一方面，也將進一步完善本集團海外供應鏈體系，實現海外資源整合和優化配置，不斷提高海外供應鏈效率，助力本集團切入海外空白市場，擴大對全球市場的覆蓋程度。

在渠道建設方面，本集團將持續深耕下沉渠道，加強終端建設。一方面，我們將推行出攤等試吃活動，增強與終端消費者的互動觸達；另一方面，我們將推動KA渠道落地「三直」模式（直管、直配、直營），不斷擴大對終端售點的管理及覆蓋度。同時，根據細分市場的需求，增加終端兼職銷售人員數量，提升終端建設的整體協同度，並不斷加強終端親情化服務，以期增強消費者對品牌的好感度與消費熱情。同時，我們將嘗試在渠道建設方面引入AI技術，以期利用數據分析細化客戶畫像，了解產品動銷趨勢及市場競爭格局，為優化渠道管理策略提供強有力的支持。此外，我們仍將持續優化人員激勵政策，完善人才選拔培養機制，強化員工專業能力與拓展能力，以期不斷為業務發展注入內生動力。

重大投資的情況與前景

報告期內，本集團概無持有重大投資。

未來重大投資計劃

本集團將繼續廣泛尋找潛在的策略性投資機會，持續尋求可為本集團在產品研發、產品組合、渠道擴張抑或成本控制等方面，帶來協同效應的潛在優質標的。

其他資料

中期股息

董事會已決議向於2025年9月12日（星期五）名列本公司股東名冊的本公司股東（「股東」）宣派中期股息每股0.3107港元（相當於人民幣0.2836元）。中期股息按照中國人民銀行於2025年8月25日（星期一）召開的董事會會議日期（不包括該日）前五個工作日公佈的人民幣兌換港元平均匯率換算，以港幣派付。預期中期股息將於2025年9月24日（星期三）或之前派付。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於2025年9月9日（星期二）至2025年9月12日（星期五）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定股東收取中期股息的權利。為符合資格收取中期股息，所有已填妥的過戶文件連同相關股票須於2025年9月8日（星期一）下午四時三十分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司（地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖）。

報告期末後事件

於報告期末後並無任何重大事項須於本公告中披露。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2025年6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司均無購買、贖回或出售本公司任何上市證券（包括出售任何庫存股份（如有））。

證券交易的標準守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）。已向所有本公司董事（「董事」）作出特別查詢，而董事亦已確認彼等於截至2025年6月30日止六個月內一直遵守標準守則。

可能擁有本公司內幕消息的本公司僱員亦須遵守證券交易的標準守則。於截至2025年6月30日止六個月內，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

遵守企業管治守則

本公司已採用上市規則附錄C1《企業管治守則》(「企業管治守則」)第二部分所載的良好企業管治的原則及守則條文。於截至2025年6月30日止六個月內，本公司一直遵守企業管治守則的守則條文。

審計委員會

審計委員會由三名委員組成，全部為獨立非執行董事(即崔勁女士(主席)、王新先生及李平女士)，其職權範圍乃符合上市規則。審計委員會已考慮及審閱本集團所採納的會計原則及慣例，並已與管理層討論有關內部控制及財務報告事宜，包括審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審計中期簡明綜合財務業績。審計委員會認為截至2025年6月30日止六個月的中期財務業績已遵守相關會計標準、規則及規例，並已正式進行適當披露。

中期簡明綜合財務資料審閱

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」對本集團截至2025年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料進行審閱。根據彼等的審閱，彼等並無發現任何事宜使致彼等認為中期簡明綜合財務資料在各重大方面並無根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

中期業績公告及中期報告的公佈

本公告登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.yihchina.com)。

報告期的中期報告已包括上市規則附錄D2規定的所有資料並將適時向股東寄發(倘股東要求)並於聯交所及本公司網站公佈。

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

香港，2025年8月25日

於本公告日期，本公司執行董事為施永宏先生、郭強先生、孫勝峰先生、舒萍女士及趙曉凱先生；本公司非執行董事為張勇先生；以及本公司獨立非執行董事為崔勁女士、王新先生及李平女士。