

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並未包含閣下可能認為重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前，應閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，應仔細閱讀該節。本節所使用的不同詞語於本文件「釋義」及「技術詞彙表」章節界定。

概覽

我們是誰

我們是中國速凍食品行業的龍頭企業，致力於在家庭、餐廳及外出用餐等多種消費場景中提供食品。根據弗若斯特沙利文資料，按2024年收入計，我們是中國最大的速凍食品公司，市場份額為6.6%。尤其是在速凍食品行業，2024年，我們在中國速凍調製食品市場排名第一，市場份額為13.8%，是第二名的約五倍；2024年，我們在中國速凍菜餡製品市場排名第一，市場份額為5.0%，超過該市場第二名至第四名的市場份額總和；2024年，我們在中國速凍麵米製品市場排名第四，市場份額為3.2%。中國的速凍食品行業競爭激烈且分散，於2024年按收入計，五大參與者的市場份額合計為15.0%。

我們開發了涵蓋三大品類的多樣化產品組合：速凍調製食品、速凍菜餡製品及速凍麵米製品。我們的產品戰略性地定位於不同的細分市場和價位，以滿足多樣化的消費者需求。我們建立了以旗艦品牌「安井 」為核心，輔以自有品牌「凍品先生 」及「安井小廚 」，連同我們戰略性收購的品牌「洪湖誘惑 」、「柳伍 」、「功夫食品 」等共同組成的品牌組合。

概 要

下圖展示了我們橫跨三大品類，多個品牌的豐富產品組合：

品牌及產品矩陣



自2001年成立以來，我們由行業專家組成的核心管理團隊展現了對消費者需求的敏銳洞察及對市場動態的精準把握，成功抓住速凍食品行業的多次關鍵發展機遇。通過差異化的增長戰略，我們在該快速增長的市場中脫穎而出，逐步奠定行業中的領先地位。

下圖展示了我們連創佳績的發展歷程：

我們的歷程



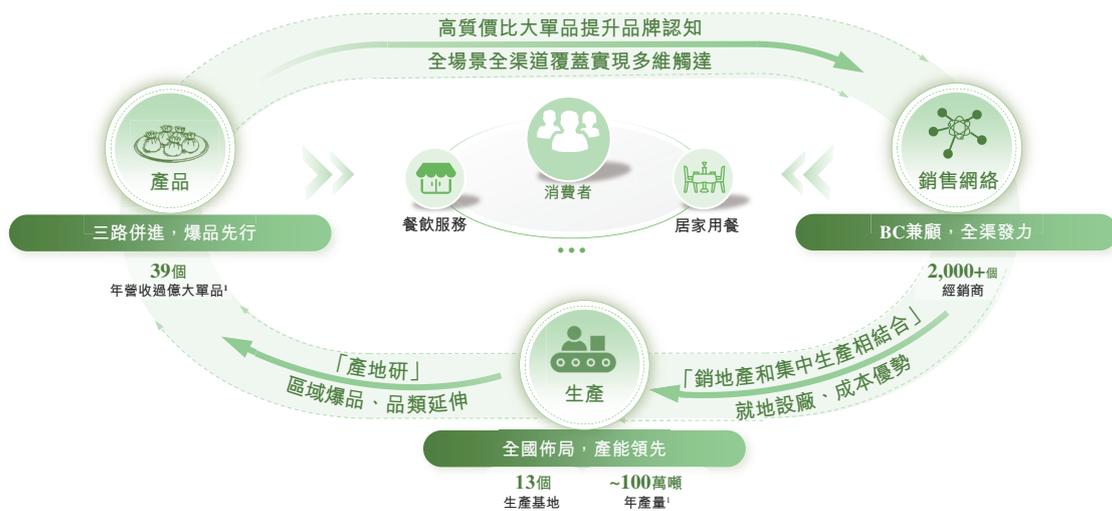
附註：(1)自2022年起。資料來源：弗若斯特沙利文。

概 要

我們的核心競爭力

產品開發能力、銷售網絡拓展能力及生產能力所驅動的飛輪效應鑄就並強化了我們的市場領導地位。如下圖所示，我們持續推出橫跨不同品類的大單品，打造出兼顧多樣化市場需求及產品質量的產品組合，提升我們的品牌知名度。我們的產品開發優勢為銷售渠道帶來強勁動力。我們構建了覆蓋全國的廣泛銷售網絡，觸達企業客戶和個人消費者，並涵蓋餐飲及家庭烹飪等場景。該網絡主要通過與經銷商合作實現。憑藉對區域市場的深刻洞察，銷地產和集中生產相結合的靈活生產模式（即大部分產品於銷售地附近生產，結合若干產品採用集中生產模式，如牛肉卷、羊肉卷、以淡水魚為主的產品及以雞肉為主的產品）和生產能力所帶來的規模經濟效應，我們不僅能夠滿足全國性市場需求，還能持續挖掘區域增長機會，不斷推出大單品。

業務模式及核心競爭力



附註：(1) 截至2024年12月31日止年度。

產品。依託我們的產品開發實力，我們能夠向企業客戶推出各種產品，並為個人客戶端開發爆品系列。於2024年，我們擁有39個營收超過人民幣1億元的大單品。我們於2019年推出的鎖鮮裝系列是我們產品開發的標誌範例。這一產品系列採用專為個人消費者設計的鎖鮮小包裝，成功擴大了我們在零售市場的影響力。鎖鮮裝系列產品業績2022年營收超過人民幣10億元，並保持強勁增長勢頭；2022年至2023年其收入增長達17.6%，隨後在2023年至2024年增長18.9%。與此同時，該產品系列亦保持了穩定且亮眼的盈利能力。

概 要

銷售網絡。我們的產品組合使我們能夠與經銷商建立更緊密的關係，同時持續拓展銷售網絡及提高市場滲透率。依託經銷商網絡，我們在全國實現了全渠道、全區域的銷售覆蓋，觸達多樣化消費場景下的企業客戶和個人消費者。特別是，我們助力經銷商與我們共同成長，逐步打造了一個忠誠且強大的經銷商網絡。截至2024年12月31日，與我們合作五年或以上的經銷商達736個，於2024年該等經銷商的合計收入貢獻高達人民幣87億元，佔當期通過經銷商實現總收入的70%以上。2024年，我們每家經銷商平均為我們貢獻年收入人民幣6.1百萬元，根據弗若斯特沙利文的資料，遠超中國其他行業頭部公司水平。

生產。依託全國銷售網絡，我們在業務規模達一定水平的地區戰略性地建立生產基地，以滿足區域銷售需求並實行銷地產和集中生產相結合的模式。該策略使我們優化物流成本、快速響應市場變化，實現經濟效應，從而建立了我們的成本競爭優勢，使我們能夠以更具競爭力的價格提供更多優質產品。截至2024年12月31日，我們運營13個生產基地，年產能超過一百萬噸。為進一步加強產品開發能力，我們實施「產地研」策略，快速推出融合區域特色食材和料理風格且有潛力契合全國消費者口味的新產品。

於往績記錄期間，我們在保持行業領先規模的同時持續實現強勁的財務表現，及穩健的增長和盈利能力。我們的收入從2022年的人民幣12,105.6百萬元增長15.4%至2023年的人民幣13,964.9百萬元，並進一步增加7.6%至2024年的人民幣15,029.6百萬元。我們於2022年、2023年及2024年的淨利潤率分別為9.2%、10.7%及10.1%。

我們的品牌和產品

我們從事速凍食品的研發、生產和銷售，專注於速凍調製食品、速凍菜餚製品以及速凍麵米製品。根據弗若斯特沙利文的資料，於往績記錄期間，我們的產品組合包含500多種產品，是速凍食品行業產品種類最豐富的企業之一。經過20多年的業務經營及發展，我們已在消費者中建立了顯著的品牌影響力及認可度。我們的「安井(安井)」品牌自2010年獲國家工商行政管理總局認定為「中國馳名商標」。

概 要

- 在速凍調製食品品類中，我們的產品主要包括「安井(安井)」品牌下的產品，如魚豆腐、魚丸、撒尿肉丸及烤腸等。
- 在速凍菜餚製品品類中，我們採用多品牌策略，包括「安井(安井)」、「凍品先生(凍品先生)」、「安井小廚(安井小廚)」、「洪湖誘惑(洪湖誘惑)」及「柳伍(柳伍)」品牌。我們的產品主要包括小龍蝦、小酥肉、蝦滑、牛肉／羊肉卷、蛋餃及酸菜魚等。
- 在速凍麵米製品品類中，我們的主要產品包括「安井(安井)」牌產品，如燒麥、奶香饅頭、手抓餅及紅糖發糕等。

我們通過多元化的產品組合為消費者提供速凍食品，無縫銜接多個核心消費場景。對於餐廳及其他餐飲業務，尤其是主營火鍋、麻辣燙、燒烤及關東煮的業務，我們通過自身銷售網絡，為他們提供速凍食品，幫助他們保持食品品質的一致性並提高烹飪效率。對於家庭消費，我們通過商超、便利店、新零售及電商平台觸達個人消費者，滿足家庭對快速便捷烹飪的需求。此等產品加強了我們的品牌知名度，並與終端客戶建立了更緊密的聯繫，推動經銷商與我們的持續增長。

下表載列所示年度我們按產品類別劃分以絕對金額及佔總收入的百分比呈列的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
速凍調製食品	6,296,764	52.0	7,002,194	50.1	7,793,218	51.9
速凍菜餚製品	3,015,913	24.9	3,916,311	28.0	4,335,641	28.8
速凍麵米製品	2,402,293	19.8	2,532,713	18.1	2,450,786	16.3
其他 ⁽¹⁾	390,648	3.3	513,660	3.8	449,943	3.0
總計	12,105,618	100.0	13,964,878	100.0	15,029,588	100.0

附註：

(1) 其他主要包括銷售農業副產品（例如魚糜、魚粉及其他魚類副產品）。

概 要

於整個往績記錄期間，速凍食品類別的整體收入增長主要歸因於(i)由於我們品牌知名度提高及不斷努力擴大和升級我們的產品組合，使客戶對我們產品的需求持續增加；(ii)我們的銷售網絡不斷擴大；及(iii)收購湖北新柳伍，其豐富了我們的小龍蝦的產品組合並導致我們整體產品銷售增加。特別是，我們銷售速凍菜餚製品的收入由2022年的人民幣3,015.9百萬元增至2023年的人民幣3,916.3百萬元，並進一步增至2024年的人民幣4,335.6百萬元，CAGR為19.9%，主要是由於(i)我們努力開發速凍菜餚製品，以把握該細分市場加速的增長，(ii)若干暢銷產品的銷量增加，例如蝦滑、小酥肉、牛肉和羊肉卷，及(iii)收購湖北新柳伍。具體而言，於2022年、2023年及2024年，銷售小龍蝦產品的收入分別為人民幣1,173.6百萬元、人民幣1,586.1百萬元及人民幣1,700.6百萬元，佔同年總收入的9.7%、11.4%及11.3%。此外，由於速凍菜餚製品業務的快速增長，其對總收入的貢獻由2022年的24.9%增加至2024年的28.8%。

下表載列所示年度我們按產品類別劃分的毛利潤和毛利潤率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)
	(人民幣千元，百分比除外)					
速凍調製食品	1,615,156	25.7	1,957,275	28.0	2,245,993	28.8
速凍菜餚製品	299,472	9.9	424,488	10.8	481,181	11.1
速凍麵米製品	555,143	23.1	638,300	25.2	584,610	23.9
其他	90,757	23.2	137,094	26.7	96,498	21.4
總計／整體	<u>2,560,528</u>	<u>21.2</u>	<u>3,157,157</u>	<u>22.6</u>	<u>3,408,282</u>	<u>22.7</u>

於2022年、2023年及2024年，我們的整體毛利潤率保持相對穩定，分別為21.2%、22.6%及22.7%。

- 於整個往績記錄期間，我們速凍調製食品的毛利潤率有所改善，主要是受毛利潤率通常相對較高的鎖鮮裝系列產品銷量增加所推動。

概 要

- 於往績記錄期間，我們的速凍菜餚製品的毛利潤率相對低於其他產品類別，主要由於(i)小龍蝦產品的毛利潤率相對低於其他產品，於2022年、2023年及2024年，毛利潤率分別為4.4%、3.8%及6.4%；及(ii)該產品類別產品的合同製造令總體毛利潤率下降。通過將若干產品的生產外判，我們通常會產生與聘請合同製造商有關的額外成本，此舉對我們的利潤率造成不利影響。根據弗若斯特沙利文的資料，這符合行業慣例。
- 我們速凍麵米製品的毛利潤率由2022年的23.1%增加至2023年的25.2%，主要由於棕櫚油等若干原材料成本下降。我們速凍麵米製品的毛利潤率由2023年的25.2%減少至2024年的23.9%，主要由於因應競爭加劇而開展的促銷活動導致該類別產品的售價下降。
- 其他的毛利潤率由2022年的23.2%增加至2023年的26.7%，主要由於收購湖北新柳伍導致毛利潤率通常相對較高的魚粉產品銷售增加。其他的毛利潤率其後由2023年的26.7%減少至2024年的21.4%，主要由於(i)魚粉的售價因競爭加劇由2023年的每噸人民幣6,700元下降至2024年的每噸人民幣5,400元；及(ii)由於原材料成本增加，2024年魚糜的毛利潤率有所下降。

有關我們於往績記錄期間毛利潤和毛利潤率的變動詳情，請參閱「財務資料 — 經營業績的同年對比」。

概 要

銷售網絡

我們建立了廣泛的銷售網絡，可以有效地銷售我們的產品並覆蓋中國各地的多元化消費者群。我們亦將銷售網絡擴展至海外市場。我們建立覆蓋全國的銷售及經銷網絡，企業客戶端和個人客戶端兼顧，全渠道發力。我們主要透過位於不同地區的經銷商銷售產品。下表載列於所示年度按客戶地理區域劃分以絕對金額及佔總收入的百分比呈列的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
中國內地						
華東地區.....	5,581,450	46.2	6,054,370	43.4	6,439,227	42.8
華北地區.....	1,602,037	13.2	2,094,253	15.0	2,203,197	14.7
華中地區.....	1,506,901	12.4	1,780,900	12.8	1,910,003	12.7
華南地區.....	1,033,055	8.5	1,154,457	8.3	1,257,267	8.4
東北地區.....	1,028,958	8.5	1,203,889	8.6	1,288,564	8.6
西南地區.....	672,471	5.6	815,091	5.8	931,958	6.2
西北地區.....	572,597	4.7	733,763	5.2	831,962	5.5
小計.....	11,997,469	99.1	13,836,723	99.1	14,862,178	98.9
海外市場.....	108,149	0.9	128,155	0.9	167,410	1.1
總計.....	12,105,618	100.0	13,964,878	100.0	15,029,588	100.0

請參閱「財務資料－經營業績的主要組成部分說明－收入－按地理區域劃分的收入」。

下表載列所示年度我們按銷售渠道劃分以絕對金額及佔總收入的百分比呈列的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
經銷商.....	9,757,738	80.6	11,318,764	81.1	12,311,205	81.9
KA客戶 ⁽¹⁾	973,499	8.0	843,010	6.0	822,481	5.5
特通直營客戶 ⁽²⁾	808,416	6.7	1,049,547	7.5	1,003,997	6.7
新零售及電商平台 ⁽³⁾ ..	565,965	4.7	753,557	5.4	891,905	5.9
總計.....	12,105,618	100.0	13,964,878	100.0	15,029,588	100.0

附註：

(1) KA客戶主要包括全國性及區域性商超。

概 要

- (2) 特通直營客戶主要包括連鎖餐飲公司、休閒食品公司及其他企業客戶。
- (3) 新零售及電商平台主要包括採用線上線下一體化業務模式的零售商，以及在主流電商平台的自營門店。

下表載列所示年度我們按客戶地理區域劃分的毛利潤和毛利潤率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)
	(人民幣千元，百分比除外)					
中國內地						
華東地區.....	1,237,071	22.2	1,473,646	24.3	1,546,414	24.0
華北地區.....	366,711	22.9	489,908	23.4	532,091	24.2
華中地區.....	292,143	19.4	365,068	20.5	413,317	21.6
華南地區.....	220,121	21.3	252,943	21.9	253,790	20.2
東北地區.....	214,827	20.9	268,283	22.3	299,366	23.2
西南地區.....	105,716	15.7	149,310	18.3	170,410	18.3
西北地區.....	106,146	18.5	146,572	20.0	172,649	20.8
小計.....	2,542,735	21.2	3,145,730	22.7	3,388,037	22.8
海外市場.....	17,793	16.5	11,427	8.9	20,245	12.1
總計／整體.....	<u>2,560,528</u>	<u>21.2</u>	<u>3,157,157</u>	<u>22.6</u>	<u>3,408,282</u>	<u>22.7</u>

下表載列所示年度我們按銷售渠道劃分的毛利潤和毛利潤率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)	毛利潤	毛利潤率 (%)
	(人民幣千元，百分比除外)					
經銷商.....	1,886,449	19.3	2,376,602	21.0	2,673,322	21.7
KA客戶.....	402,975	41.4	360,343	42.7	314,229	38.2
特通直營客戶.....	137,849	17.1	185,907	17.7	168,946	16.8
新零售及電商平台...	133,255	23.5	234,305	31.1	251,785	28.2
總計／整體.....	<u>2,560,528</u>	<u>21.2</u>	<u>3,157,157</u>	<u>22.6</u>	<u>3,408,282</u>	<u>22.7</u>

概 要

下表載列所示年度按銷售渠道劃分的銷量及平均銷售價格明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	銷量	平均銷售價格	銷量	平均銷售價格	銷量	平均銷售價格
	(人民幣千元/ 噸)	(人民幣千元/ 噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)
經銷商	733,085	13.3	835,896	13.5	944,554	13.0
KA客戶	50,677	19.2	41,869	20.1	44,307	18.6
特通直營客戶	60,954	13.3	85,986	12.2	93,835	10.7
新零售及電商平台	22,684	25.0	30,211	24.9	37,652	23.7
總計	867,400	14.0	993,961	14.1	1,120,349	13.4

品牌塑造和營銷

我們擁有強大的品牌塑造和營銷能力。於往績記錄期間，我們的品牌塑造和營銷工作全面、與時俱進、務實有效。於2022年、2023年及2024年，我們的銷售和經銷費用分別為人民幣873.0百萬元、人民幣925.8百萬元及人民幣986.2百萬元，分別佔同期總收入的7.2%、6.6%及6.6%。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的銷售和經銷費用佔收入的比例於同期遠低於行業平均水平，充分體現了我們品牌塑造和營銷的高效。視覺營銷是我們品牌建設最有效的方式之一。我們基於行業特性、發展階段、渠道策略及目標受眾特徵，構建了獨有的、系統化的視覺營銷傳播體系、打造出專屬的視覺符號。此外，隨著短視頻平台的近期發展，我們的營銷策略從靜態的視覺營銷升級為動態的短視頻宣傳，動靜結合。在渠道發展方面，採取覆蓋現代零售和傳統市場的廣告覆蓋策略，結合在銷售點的產品展示和戶外廣告的展示方式。

概 要

生產

截至2024年12月31日，我們已運營12個國內生產基地和一個海外生產基地。我們的生產基地地理位置優越，能夠滿足區域銷售的需求，使我們能夠有效提高採購和物流效率，優化生產和庫存管理，並快速響應當地客戶的需求。我們於2022年、2023年及2024年的實際產量分別為870,656噸、986,996噸及1,104,768噸，於各年度的整體產能利用率分別為92.2%、91.1%及97.2%。

研發

我們相信產品研發和生產工藝對我們的成功和可持續增長至關重要。我們堅持「市場導向+技術創新」的方針，專注於滿足客戶對於優質和價格具競爭力的速凍食品的需求。我們的市場洞察和研發實力使得企業客戶端及時跟進，個人客戶端升級換代，創造暢銷產品，確保產品質量和成本效率，並適應不斷變化的消費者需求和行業發展趨勢。我們的研發活動以廈門和無錫的研發中心為主、以全國各地生產基地的研發部門為輔，形成全國性的研發能力佈局。我們的研發中心已獲認定為國家級企業技術中心，為速凍魚糜產品行業中第一家，亦是截至2024年12月31日唯一一家獲此認定的研發中心。我們的技術和生產能力進一步助力我們持續推出具有競爭力的產品，例如，我們在魚糜生產技術方面的創新簡化了生產流程，同時提高蛋白質保留率和原材料利用率。

客戶及供應商

我們的客戶主要是經銷商、KA客戶、特通直營公司、新零售平台及個人終端客戶。於2022年、2023年及2024年，於往績記錄期間內各年度來自我們前五大客戶的銷售收入合計分別佔我們總收入的8.0%、6.4%及6.3%，於往績記錄期間內各年度來自我們最大客戶的銷售收入佔我們同期總收入的2.3%、1.9%及1.8%。我們的董事認為不存在客戶集中風險，因為於往績記錄期間內各年度，我們來自單一客戶的銷售收入不超過我們總收入的5%。

概 要

我們的供應商主要包括肉類、魚糜、小龍蝦、鮮魚、麵粉、蔬菜和調味品的原材料供應商以及合同製造商。於往績記錄期間，我們原材料的採購價格維持相對穩定。舉例而言，魚糜（主要原材料之一）於2022年、2023年及2024年的採購價格維持相對穩定，分別為每噸人民幣12,800元、人民幣12,700元及人民幣13,700元；肉類（包括雞肉，亦為主要原材料）於2022年、2023年及2024年的採購價格維持相對穩定，分別為每噸人民幣8,500元、人民幣7,700元及人民幣7,100元。於往績記錄期間，我們主要自中國內地採購原材料，而自中國內地以外國家及地區採購的原材料佔我們於往績記錄期間的原材料總採購額少於7.0%。因此，地緣政治緊張局勢升溫以及中美雙方實施的關稅對我們的採購影響有限，因此未對我們的營運及財務表現造成不利影響。於2022年、2023年及2024年，我們向往績記錄期間內各年度前五大供應商的採購總額分別佔我們總採購額的12.0%、11.3%和12.3%，而我們向往績記錄期間內各年度最大供應商的採購額佔我們同期總採購額的4.6%、3.9%和3.7%。我們的董事認為不存在供應商集中風險，因為於往績記錄期間內各年度，我們向單一供應商的採購額不超過我們總採購額的5%。

食品安全和質量控制

我們將食品質量和安全放在首位。我們全面的質量控制體系已獲得國內和國際的質量體系認證。有賴優越的食品安全檢測能力和專門的質量控制人員支持，我們已建立一套嚴格的質量管理體系。我們的全方位數字化質控系統實現從原材料採購至生產、包裝、配送、及客戶簽收的全流程追溯。自成立以來，我們一直維持良好的食品安全記錄，並會繼續將安全與質量置於首位。

我們參與行業標準的制定及修訂，促進行業規範健康發展。我們參與制定中國速凍食品術語的行業標準。2021年，我們作為發起人及主要起草單位，聯合國家相關科研院所發佈了冷凍魚糜國際標準，凸顯了我們在塑造行業最佳實踐方面的重大能力。

我們的優勢

我們相信，以下優勢有助於我們保持領先的市場地位，確保我們成功並從競爭對手中脫穎而出：

- 中國最大的速凍食品企業；
- 全區域、全渠道、深入滲透的全國銷售網絡；

概 要

- 以大單品為核心的跨品類多元化產品組合；
- 銷地產和集中生產相結合及規模化效應帶來成本優勢；
- 先進的數字化能力，提升科學決策和全流程運營效率；及
- 富有遠見及經驗豐富的管理團隊以及積極的企業文化。

請參閱「業務－我們的優勢」。

我們的戰略

為進一步發展我們的業務，我們採取以下戰略：

- 鞏固領先市場地位；
- 提升銷售網絡；
- 提升數字化及智能化生產；
- 拓展海外業務；及
- 吸引、培養及激勵人才。

請參閱「業務－我們的戰略」。

競爭格局

於2024年，按收入計，我們在中國速凍調製食品市場及速凍菜餡製品市場排名第一，在速凍麵米製品市場排名第四。憑藉不斷豐富的、暢銷全國的產品組合、全區域、全渠道、深入滲透的全國銷售網絡以及提升營運效率的卓越數字化能力，我們相信我們已做好充分準備以在行業競爭中脫穎而出並在速凍食品行業保持前列地位。

歷史及財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間財務資料的概要財務數據，乃摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告。下文所載財務數據概要應與本文件所載財務報表（包括相關附註）一併閱讀，並完整參考有關財務資料。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益表

下表載列所示年度我們的綜合損益表概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
收入	12,105,618	13,964,878	15,029,588
銷售成本 ⁽¹⁾	(9,545,090)	(10,807,721)	(11,621,306)
毛利潤	2,560,528	3,157,157	3,408,282
其他收入和收益淨額	243,266	290,377	261,713
銷售和經銷費用	(873,000)	(925,754)	(986,208)
管理費用	(375,471)	(426,785)	(553,816)
研發費用	(93,328)	(94,471)	(97,214)
其他費用	(11,347)	(58,965)	(39,686)
財務費用	(12,376)	(14,215)	(1,540)
金融資產(減值虧損)/減值			
虧損轉回	(11,457)	4,413	(7,326)
分佔聯營企業(虧損)/利潤	(4)	4,452	4,070
除稅前利潤	1,426,811	1,936,209	1,988,275
所得稅費用	(309,307)	(435,049)	(474,657)
年內利潤	1,117,504	1,501,160	1,513,618
以下各方應佔利潤：			
母公司擁有人	1,101,030	1,478,067	1,484,831
非控股權益	16,474	23,093	28,787
	1,117,504	1,501,160	1,513,618

附註：

- (1) 銷售成本主要包括(i)原材料成本，(ii)製造間接費用，及(iii)外包服務成本，主要與就生產若干產品而聘請的合同製造商有關。於2022年、2023年及2024年，原材料成本分別佔我們銷售成本的69.2%、66.5%及64.1%。

概 要

非國際財務報告準則指標

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）作為額外財務指標。我們認為，該非國際財務報告準則指標通過消除若干項目的潛在影響，有利於比較不同年度及不同公司間的經營表現。我們認為，該指標為[編纂]及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，我們所呈列的非國際財務報告準則指標未必可直接與其他公司所呈列的類似指標相比。採用該非國際財務報告準則指標不應被視為可替代我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）定義為透過加回股份支付費用及[編纂]費用而調整的年內利潤。下表調整了經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）並根據國際財務報告準則呈列（即年內利潤）：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
年內利潤.....	1,117,504	1,501,160	1,513,618
加：			
— 股份支付費用 ⁽¹⁾	33,460	19,208	100,808
— [編纂]費用 ⁽²⁾	—	—	[編纂]
經調整淨利潤（非國際財務報告 準則指標）.....	1,150,964	1,520,368	1,614,697

附註：

- (1) 股份支付費用為非現金性質，主要指就我們向主要僱員作出獎勵而產生的僱員福利費用。
- (2) [編纂]費用指就[編纂]產生的費用。

我們的經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）由2022年的人民幣1,151.0百萬元增加32.1%至2023年的人民幣1,520.4百萬元，並進一步增加6.2%至2024年的人民幣1,614.7百萬元，與我們的業務增長一致。

我們的淨利潤由2022年的人民幣1,117.5百萬元增加34.3%至2023年的人民幣1,501.2百萬元，與我們的業務增長一致。我們的淨利潤維持相對穩定，於2023年及2024年分別為人民幣1,501.2百萬元及人民幣1,513.6百萬元。

概 要

綜合財務狀況表主要項目

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的節選資料，乃摘錄自本文件附錄一所載經審計綜合財務報表：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
		(人民幣千元)	
流動資產總值	10,292,160	10,426,345	10,350,573
非流動資產總值	5,850,555	6,874,083	7,024,527
資產總值	16,142,715	17,300,428	17,375,100
流動負債總額	3,862,752	4,006,063	3,678,769
非流動負債總額	380,954	393,782	425,998
負債總額	4,243,706	4,399,845	4,104,767
流動資產淨值	6,429,408	6,420,282	6,671,804
資產淨值	11,899,009	12,900,583	13,270,333
權益			
股本	293,294	293,294	293,294
庫存股份	(47,053)	(45,714)	(108,593)
儲備	11,433,043	12,380,443	12,767,828
非控股權益	219,725	272,560	317,804
權益總額	11,899,009	12,900,583	13,270,333

我們的流動資產淨值由2022年12月31日的人民幣6,429.4百萬元減少0.1%至2023年12月31日的人民幣6,420.3百萬元，主要由於其他應付款項及應計費用增加人民幣343.2百萬元，部分被(i)計息銀行及其他借款減少人民幣163.6百萬元、(ii)流動資產總值增加人民幣134.2百萬元，及(iii)貿易應付款項及應付票據減少人民幣38.8百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由2023年12月31日的人民幣6,420.3百萬元增加3.9%至2024年12月31日的人民幣6,671.8百萬元，主要由於(i)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣2,288.0百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣517.8百萬元；及(iii)計息銀行及其他借款減少人民幣214.2百萬元，部分被(i)現金及現金等價物減少人民幣2,299.1百萬元；(ii)存貨減少人民幣282.1百萬元；及(iii)應付股息增加人民幣277.5百萬元所抵銷。我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產主要為理財產品，其性質為結構性存款及債券。我們主要投資於中國內地主要商業銀行發行的中短期金融產品。儘管我們購買的若干金融產品可能不保本，惟該等產品通常被歸類為低風險至中等風險，風險評級為R1級及R2級。

概 要

我們的資產淨值由2022年12月31日的人民幣11,899.0百萬元增加8.4%至2023年12月31日的人民幣12,900.6百萬元，主要由於當年獲得利潤人民幣1,501.2百萬元，部分被2023年已派付的2022年末期股息人民幣330.5百萬元及2023年中期股息人民幣221.4百萬元所抵銷。

我們的資產淨值由2023年12月31日的人民幣12,900.6百萬元增加2.9%至2024年12月31日的人民幣13,270.3百萬元，主要由於當年獲得利潤人民幣1,513.6百萬元，部分被2024年已派付的2023年末期股息人民幣518.6百萬元及2024年中期股息人民幣680.7百萬元所抵銷。

綜合現金流量表概要

下表載列所示年度我們的現金流量概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
經營活動所得現金流量淨額.....	1,361,327	1,907,058	2,024,015
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	(4,749,238)	266,009	(3,132,159)
融資活動所得／(所用)現金流量淨額	5,421,382	(705,392)	(1,190,643)
年初現金及現金等價物.....	1,024,626	3,057,910	4,527,451
匯兌差額的影響淨額.....	(187)	1,866	(342)
年末現金及現金等價物.....	3,057,910	4,527,451	2,228,322

於2024年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣2,024.0百萬元，指我們的除稅前利潤人民幣1,988.3百萬元，經以下調整：非現金及非經營項目，主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣451.8百萬元，部分被已付所得稅人民幣440.4百萬元所抵銷。於2023年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣1,907.1百萬元，主要指我們的除稅前利潤人民幣1,936.2百萬元。於2022年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣1,361.3百萬元，指我們的除稅前利潤人民幣1,426.8百萬元，部分被貿易應付款項及應付票據減少人民幣129.0百萬元所抵銷。

於2024年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣3,132.2百萬元，主要歸因於(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣11,079.5百萬元，及(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣844.4百萬元，部分被出售以公允價值計量且

概 要

其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣8,846.1百萬元所抵銷。於2023年，我們的投資活動所得現金流量淨額為人民幣266.0百萬元，主要歸因於(i)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣2,651.0百萬元，及(ii)出售定期存款所得款項人民幣2,539.4百萬元，部分被(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣3,006.0百萬元，(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣1,415.4百萬元，及(iii)購買定期存款人民幣546.4百萬元所抵銷。於2022年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣4,749.2百萬元，主要歸因於(i)購買定期存款人民幣2,346.3百萬元及(ii)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣2,100.0百萬元。

於2024年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣1,190.6百萬元，主要歸因於(i)支付股息人民幣921.8百萬元；及(ii)償還計息銀行及其他借款人民幣698.0百萬元，部分被計息銀行及其他借款所得款項人民幣483.0百萬元所抵銷。於2023年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣705.4百萬元，主要歸因於(i)償還計息銀行及其他借款人民幣679.2百萬元及(ii)支付股息人民幣552.0百萬元，部分被計息銀行及其他借款所得款項人民幣564.5百萬元所抵銷。於2022年，我們的融資活動所得現金流量淨額為人民幣5,421.4百萬元，主要歸因於發行股份人民幣5,674.6百萬元，部分被支付股息人民幣205.0百萬元所抵銷。

請參閱「財務資料－流動資金和資本資源－現金流量」。

節選財務比率

下表載列所示年度或截至所示日期我們的主要財務比率：

	截至12月31日／截至該日止年度		
	2022年	2023年	2024年
收入增長率(%)	不適用	15.4	7.6
毛利潤率(%)	21.2	22.6	22.7
淨利潤率(%)	9.2	10.7	10.1
資產負債比率(%)	4.1	2.6	1.2
流動比率	2.7	2.6	2.8
經調整淨利潤率(%) (非國際財務 報告準則指標)	9.5	10.9	10.7

概 要

資產負債比率

我們的資產負債比率由截至2022年12月31日的4.1%減少至截至2023年12月31日的2.6%，主要由於債務由截至2022年12月31日的人民幣497.2百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣331.5百萬元。

我們的資產負債比率由截至2023年12月31日的2.6%減少至截至2024年12月31日的1.2%，主要由於債務由截至2023年12月31日的人民幣331.5百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣155.3百萬元。

流動比率

我們的流動比率於2022年及2023年維持相對穩定，分別為2.7倍及2.6倍。

我們的流動比率由2023年的2.6倍上升至2024年的2.8倍，主要由於我們的流動負債總額減少，而該減少主要歸因於(i)其他應付款項及應計費用減少人民幣517.8百萬元，及(ii)計息銀行及其他借款減少人民幣214.2百萬元，部分被我們的流動資產總值減少所抵銷。

有關上述財務比率的計算方法，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定[編纂]我們的股份前，應仔細閱讀該節的全文。我們認為，我們面臨的最重大風險包括但不限於以下各項：(i)我們的業務受消費者口味及市場需求變化的影響；(ii)我們所處的行業競爭激烈，如我們無法有效競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；(iii)未能開發及推出新產品可能對我們的競爭力、業績及未來增長前景造成重大不利影響；(iv)我們依賴經銷商將產品投放到市場，而我們可能無法有效管理經銷商；(v)我們的業務依賴於品牌認知度。未能維護或有效推廣我們品牌可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；及(vi)未能保持產品品質或食品安全可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

請參閱「風險因素」。

概 要

單一最大股東

截至最後實際可行日期，本公司全部已發行股本由國力民生持有約25.00%，而國力民生則由杭建英女士及陸秋文女士分別持有約29.94%及約25.15%股權。杭建英女士與陸秋文女士於2023年9月10日訂立一致行動協議，且彼等合共持有國力民生約55.09%股權，根據中國公司法及中國證監會頒佈的《上市公司收購管理辦法》，彼等被認定為本公司的「實際控制人」。國力民生自2000年11月6日成立以來實質經營投資業務，專注於對未上市及上市企業的股權投資，投資領域廣泛。

緊隨[編纂]完成後，並假設並無根據[編纂]及2023年股票期權激勵計劃發行新股份，國力民生將持有我們已發行股本的約[編纂]%。因此，[編纂]完成後，國力民生將繼續為我們的單一最大股東。

在上海證券交易所上市

自2017年2月起，我們的A股在上海證券交易所上市（股票代碼：603345）。董事確認，自我們在上海證券交易所上市以來，我們在任何重大方面並無違反上海證券交易所規則及中國其他適用證券法律及法規的情況，且就董事於作出一切合理查詢後所知，亦無有關我們在上海證券交易所的合規記錄的重大事項須提請投資者關注。根據上海證券交易所網站上的備案文件以及從公開渠道獲得的信息，中國法律顧問認為，上述董事對我們合規記錄所作出的確認屬準確合理。根據聯席保薦人進行的獨立盡職調查及中國法律顧問的上述意見，聯席保薦人並不知悉有任何事宜以致其在任何重大方面就我們董事對本公司於上海證券交易所的合規記錄所作出的確認產生合理懷疑。

於往績記錄期間前，我們董事及高級管理人員發生數宗法律合規事件，主要原因是疏忽、非故意行為及／或不熟悉相關披露要求。詳情請參閱「董事、監事及高級管理層－有關我們董事及高級管理層的進一步資料」。

概 要

[編纂]用途

經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及其他估計費用，假設[編纂]未獲行使，並假設[編纂]每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]範圍的中位數），我們估計將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]百萬港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂][編纂]按以下金額用於以下用途：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於擴大銷售及經銷網絡；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於提升採購能力、優化供應鏈及搭建供應鏈系統；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於將業務營運數字化；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於產品開發及技術創新；及
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將撥作營運資金及一般公司用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

[編纂]

概 要

[編 纂]

概 要

股息及股息政策

根據2024年8月通過及生效的組織章程細則，我們的目標是宣派現金股息不少於該年度實現的可分派利潤的40%，前提是我們有足夠的營運資金，及本公司的外部商業環境及營運條件概無重大不利變動。截至2022年及2023年12月31日止年度，我們分別宣派股息人民幣330.5百萬元及人民幣740.1百萬元。

於2025年4月，董事會建議就截至2024年12月31日止年度派發股息人民幣296.5百萬元，該建議已於2025年5月獲股東批准。我們就截至2024年12月31日止年度合共宣派人民幣977.2百萬元。

近期發展及無重大不利變動

近期發展

截至2025年3月31日止三個月的未經審計財務資料

我們的收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣3,722.8百萬元減少3.8%至2025年同期的人民幣3,581.4百萬元，主要由於(i)2025年第一季度整體消費環境相對疲弱，加上暖冬的影響，導致火鍋食材的消費有所下降；及(ii)2024年及2025年的農曆新年時間不同。由於2025年的農曆新年是在1月底，我們的客戶在2024年的最後一個季度開始囤積產品；而2024年的農曆新年接近2月中旬，我們的客戶在2024年1月份就開始採購以備存貨。農曆新年的時間差異導致2024年第一季度的銷售額更高。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的銷售成本保持相對穩定，分別為人民幣2,766.8百萬元及人民幣2,770.2百萬元。由於上述原因，我們的毛利潤由截至2024年3月31日止三個月的人民幣955.9百萬元減少15.1%至2025年同期的人民幣811.2百萬元。

我們的淨利潤由截至2024年3月31日止三個月的人民幣441.1百萬元減少10.8%至2025年同期的人民幣393.4百萬元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的淨利潤率保持相對穩定，分別為11.8%及11.0%。

我們的資本支出由截至2024年3月31日止三個月的人民幣219.4百萬元增加30.9%至2025年同期的人民幣287.3百萬元，主要由於購買物業、廠房及設備項目，以及購買其他無形資產。

概 要

我們的資產總值由截至2024年12月31日的人民幣17,375.1百萬元減少3.2%至截至2025年3月31日的人民幣16,816.8百萬元，主要由於存貨減少人民幣483.4百萬元。我們的負債總額由截至2024年12月31日的人民幣4,104.8百萬元減少23.5%至截至2025年3月31日的人民幣3,140.1百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣424.8百萬元，及(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣392.1百萬元。截至2024年12月31日及截至2025年3月31日，我們的資產淨值保持相對穩定，分別為人民幣13,270.3百萬元及人民幣13,676.7百萬元。

截至2025年3月31日止三個月，我們經營活動所得現金流量淨額為人民幣659.6百萬元。

我們截至2025年3月31日止三個月的未經審計中期簡明綜合財務資料已由申報會計師根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。有關詳情，請參閱本文件附錄一A。

無重大不利變動

於往績記錄期間後，我們繼續發展我們的業務。董事確認，直至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年12月31日（即本文件附錄一所呈報期間的結算日）以來概無重大不利變動，且自2024年12月31日以來亦無發生任何會對本文件附錄一所載會計師報告所示資料造成重大影響的事件。

[編纂]費用

[編纂]費用指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計我們的[編纂]費用將約為人民幣[編纂]百萬元（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數）且[編纂]並無獲行使），相當於[編纂][編纂]總額（基於我們[編纂]指示性[編纂]的中位數並假設[編纂]並無獲行使）的[編纂]%。我們預期會產生約人民幣[編纂]百萬元的[編纂]費用，其中約人民幣[編纂]百萬元預期將於綜合損益表內確認為行政開支，約人民幣[編纂]百萬元預期將於[編纂]後直接確認為權益扣減。我們的[編纂]費用按性質包括(i)[編纂]約人民幣[編纂]百萬元及(ii)非[編纂]相關費用約人民幣[編纂]百萬元，包括法律顧問及申報會計師費用及開支約人民幣[編纂]百萬元以及其他費用及開支約人民幣[編纂]百萬元。