

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佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈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。



佳華百貨控股有限公司
Jiahua Stores Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：00602)

截至二零二三年六月三十日止六個月
中期業績

財務業績

佳華百貨控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零二三年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績，連同比較數字如下：

簡明綜合全面收益表

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二三年 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)
收入	4	159,166	168,708
已售存貨成本		<u>(68,447)</u>	<u>(83,898)</u>
		90,719	84,810
其他經營收入	4	30,285	52,629
分銷成本		(112,008)	(120,658)
行政開支		(21,493)	(21,877)
融資成本	5	(20,393)	(19,801)
其他營運開支		<u>(157)</u>	<u>(156)</u>
除所得稅前虧損	6	(33,047)	(25,053)
所得稅開支	7	<u>(915)</u>	<u>(1,282)</u>
期內及本公司擁有人應佔虧損及 全面收益總額		<u><u>(33,962)</u></u>	<u><u>(26,335)</u></u>
股息	8	<u><u>-</u></u>	<u><u>-</u></u>
期內本公司擁有人應佔虧損之 每股虧損			
—基本及攤簿(人民幣分)	9	<u><u>(3.27)</u></u>	<u><u>(2.54)</u></u>

簡明綜合財務狀況表

	附註	二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元 (經審核)
資產及負債			
非流動資產			
物業、廠房及設備		129,860	150,870
投資物業		258,600	258,600
租賃使用權資產		340,814	296,092
無形資產		6,245	6,463
已付按金、預付款項及其他應收款項 於一間聯營公司權益		15,920	15,920
		—	—
		<u>751,439</u>	<u>727,945</u>
流動資產			
存貨及易耗品		8,476	12,460
應收貿易賬款及貸款	10	50,157	53,267
已付按金、預付款項及其他應收款項		33,822	34,517
限制存款		2,000	2,000
現金及現金等值		41,019	66,171
可回收稅項		120	66
		<u>135,594</u>	<u>168,481</u>
流動負債			
應付貿易賬款	11	42,739	54,029
已收按金、其他應付款項及應計費用		87,207	90,896
合約負債		16,425	19,794
租賃負債		52,581	60,360
應付一名董事款項		59	59
借款		5,712	5,712
稅項撥備		9,092	9,214
		<u>213,815</u>	<u>240,064</u>
流動負債淨值		<u>(78,221)</u>	<u>(71,583)</u>
總資產減流動負債		<u>673,218</u>	<u>656,362</u>

	二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債		
租賃負債	410,963	357,288
借款	148,607	151,464
遞延稅項負債	16,201	16,201
	<u>575,771</u>	<u>524,953</u>
淨資產	<u>97,447</u>	<u>131,409</u>
權益		
股本	10,125	10,125
儲備	87,322	121,284
	<u>97,447</u>	<u>131,409</u>
權益總額	<u>97,447</u>	<u>131,409</u>

簡明中期財務報表附註

1. 集團資訊及編製基準

佳華百貨控股有限公司(「本公司」)於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本公司主要業務為投資控股。本公司附屬公司之主要業務為於中國經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務。

本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零二三年六月三十日止六個月(「期內」)的未經審核簡明中期綜合財務報表(「簡明中期財務報表」)乃按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港會計準則(「香港會計準則」)第34號「中期財務報告」及聯交所證券上市規則附錄16的適用披露規定編製。

除預期於二零二三年年度財務報表反映的會計政策變動外，簡明中期財務報表乃按與編製本公司截至二零二二年十二月三十一日止年度之經審核財務資料(「二零二二年年度財務報表」)所採用的相同會計政策編製。該等會計政策變動的詳情載於附註2。

香港會計師公會已頒佈多項於本集團及本公司當前會計期間首次生效之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)修訂本。而本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效之新準則、修訂本或詮釋。

按照香港會計準則第34號編製簡明中期財務報表時，管理層須對影響政策之應用以及期內截至目前為止之資產、負債、收入及開支之呈報金額作出判斷、估計及假設。實際結果與此等估計或有差異。

簡明中期財務報表未包括所有於年度財務報表內要求之所需資料及披露，應與本公司截至二零二二年十二月三十一日止年度之經審核財務資料一併閱讀。

2. 採納香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)

於本期間內，本集團已採納香港會計師公會所頒佈與其業務相關，並於自二零二三年一月一日開始的會計年度生效的所有新訂及經修訂香港財務報告準則。香港財務報告準則包括香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋。

採納新訂香港財務報告準則及香港財務報告準則之修訂對本集團之簡明綜合中期財務報表並無重大影響。

3. 分部資料

就管理而言，本集團已辨識其經營分類及根據本集團有關的內部財務訊息對業務組成部分的資源分配及對該等組成部分表現的審閱編製分類資料。期內，本集團有兩個業務組成部分／經營分類，即經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務(二零二二年：經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務)。

分類資料中的若干比較金額已重新呈列以符合本期間呈列。

	經營及管理 零售店及 其他相關業務 人民幣千元 (未經審核)	提供 金融服務 人民幣千元 (未經審核)	合併 人民幣千元 (未經審核)
截至二零二三年六月三十日止期間			
分類收益	<u>157,505</u>	<u>1,661</u>	<u>159,166</u>
分類業績	(31,803)	324	(31,479)
其他未分配企業開支			<u>(2,483)</u>
除所得稅前虧損			<u>(33,962)</u>
其他分類資料			
利息收入	(593)	(1)	(594)
非流動資產添置	5,986	-	5,986
無形資產攤銷	169	49	218
物業、廠房及設備折舊	26,917	-	26,917
租賃使用權資產折舊	29,133	-	29,133
租賃負債利息	16,916	-	16,916
出售物業、廠房及設備虧損	<u>70</u>	<u>-</u>	<u>70</u>
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
於二零二三年六月三十日			
分類資產	814,395	35,754	850,149
可回收稅項			120
其他未分配企業資產			<u>36,764</u>
總資產			<u>887,033</u>
分類負債	762,603	136	762,739
稅項撥備			9,092
遞延稅項負債			16,202
其他未分配企業負債			<u>1,553</u>
總負債			<u>789,586</u>

	經營及管理 零售店及 其他相關業務 人民幣千元 (未經審核)	提供 金融服務 人民幣千元 (未經審核)	合併 人民幣千元 (未經審核)
截至二零二二年六月三十日止六個月			
分類收益	<u>165,934</u>	<u>2,774</u>	<u>168,708</u>
分類業績	(25,541)	1,749	(23,792)
其他未分配企業開支			<u>(2,543)</u>
除所得稅前虧損			<u>(26,335)</u>
其他分類資料			
利息收入	(91)	(2)	(93)
非流動資產添置	5,721	–	5,721
無形資產攤銷	417	49	466
物業、廠房及設備折舊	26,181	–	26,181
租賃使用權資產折舊	29,551	–	29,551
租賃負債利息	17,126	–	17,126
出售物業、廠房及設備虧損	<u>557</u>	<u>–</u>	<u>557</u>
	(經審核)	(經審核)	(經審核)
於二零二二年十二月三十一日			
分類資產	825,631	35,241	860,872
可回收稅項			66
其他未分配企業資產			<u>35,488</u>
總資產			<u>896,426</u>
分類負債	737,486	83	737,569
稅項撥備			9,214
遞延稅項負債			16,201
其他未分配企業負債			<u>2,033</u>
總負債			<u>765,017</u>

本集團之註冊國家為中國。註冊國家乃指本集團視作其基地之國家，為其大部分業務及管理中心所在地。

由於本集團之收入及非流動資產主要來自單一地區(即中國)，故並無獨立呈列按地區分部劃分之分部資料分析。

關於主要客戶的資料

於截至二零二二及二零二三年六月三十日止六個月，概無單一客戶佔本集團收益10%或以上。

4. 收入及其他經營收入

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)
收入		
銷售貨品	80,638	89,672
專櫃銷售所得佣金	6,859	11,630
分租店舖物業的租金收入	23,886	21,626
投資物業的租金收入	4,849	4,990
分租商場物業的租金收入	41,273	38,016
來自金融服務之利息收入	1,661	2,774
	<u>159,166</u>	<u>168,708</u>
其他收入		
利息收入	594	93
政府補貼	518	2,300
行政及管理費收入	14,404	13,298
匯兌得益	42	87
COVID-19相關租金優惠	-	10,022
其他	14,727	26,829
	<u>30,285</u>	<u>52,629</u>

收入(亦為本集團之營業額)，指售出貨品扣除增值稅及退貨及折扣、專櫃銷售所得佣金、租金收入及提供金融服務所產生的利息之後的發票價值。

5. 融資成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)
租賃負債利息	16,915	17,126
銀行借貸利息	3,478	2,675
	<u>20,393</u>	<u>19,801</u>

6. 除所得稅前虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)
除所得稅前虧損已扣除以下項目：		
物業、廠房及設備折舊	26,917	26,181
租賃使用權資產折舊	29,133	29,551
租賃負債利息	16,915	17,126
無形資產攤銷	218	466
出售物業、廠房及設備虧損	70	557
土地及樓宇的營運租賃租金	6,614	5,401
員工成本，包括董事酬金		
—薪金及其他福利	27,228	29,960
—退休金計劃供款	4,662	5,018
	<u>26,917</u>	<u>26,181</u>
及已計入：		
投資物業之租金收入	4,849	4,990
分租物業		
—基本租金	63,229	57,505
—或然租金*	1,930	2,137
	<u>65,159</u>	<u>59,642</u>

* 或然租金乃根據租賃協議按租戶相關銷售額的若干百分比計算。

7. 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)
即期所得稅		
中國企業所得稅	915	1,282

本集團於期內毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島司法權區的稅項(截至二零二二年六月三十日止六個月：無)。

由於本集團於期內並無來自香港的估計應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備(截至二零二二年六月三十日止六個月：無)。

就本集團於廣西的一家附屬公司，根據中國西部大開發計劃的優惠政策，期內就其中國企業所得稅按優惠企業所得稅稅率15%(二零二二年：15%)繳納。

本集團於中國成立的其他附屬公司於期內須根據中國所得稅條例及法規按25%(二零二二年：25%)稅率繳納中國企業所得稅。

本集團應收貿易賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元 (經審核)
30日內	9,247	12,585
31至60日	992	1,657
61至180日	699	4,438
181至365日	1,570	862
365日外	2,201	39
	14,709	19,581

本集團應收貸款的賬齡分析如下：

	二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元 (經審核)
按要求償還或一年內	35,448	33,686
合計	50,157	53,267

11. 應付貿易賬款

供應商授出的信貸期一般為30至60日。

應付貿易賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二三年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元 (經審核)
30日內	3,226	27,020
31至60日	2,977	13,020
61至180日	22,896	5,858
181至365日	9,122	2,071
一年以上	4,518	6,060
	42,739	54,029

管理層討論及分析

行業概覽

上半年，隨著經濟及社會全面恢復常態，宏觀政策具成效，國民經濟回升向好，高品質發展穩步推進。但是，世界政治經濟形勢錯綜複雜，國內經濟持續恢復發展的基礎仍不穩固。在複雜嚴峻的外部環境下，中國經濟增速明顯快於世界主要發達經濟體。

今年以來，各方面積極恢復和擴大消費，消費潛力逐步釋放，對經濟增長的拉動也明顯增強。上半年，社會消費品零售總額達到人民幣22.8萬億元，同比增長8.2%，快於去年全年。從居民人均消費支出情況看，上半年全國居民人均消費支出同比名義增長8.4%，高於上年同期5.9個百分點。綠色轉型加快，體現在投資增長的資料中。上半年，製造業綠色轉型步伐加快，新能源汽車、鋰電池製造等行業投資保持較快增長；清潔電力投資同比增長40.5%，其中太陽能發電投資增長84.4%，風力發電投資增長16.0%。實現高品質發展，高水準對外開放是重要推動力量。上半年，中國貨物貿易進出口規模在歷史同期首次突破人民幣20萬億元，同比增長2.1%。

超市零售

隨著疫情結束，消費復蘇，商品零售業出現了客流回升，復蘇向好的局面。二零二三年第一季度超市零售額同比增速為1.4%。雖然實體商超出現消費復蘇，發展向好的局面，但當前整個超市行業正在進入轉型優化升級階段，其在市場份額提升、發展壯大方面仍面臨諸多現實因素。據統計，中國百強超市企業銷售規模已經超過人民幣9,000億元，要實現市場增量並不容易。傳統商超的市場增長受限。近幾年來，新興的網上零售方式以及線上銷售管道多樣化，如直播電商、興趣電商、內容電商等，對實體商超的業務發展產生了巨大的衝擊。網上零售的發展，勢必要擠壓實體商超的市場空間。另外，無人超市已經成為了一種應用廣泛的新型零售模式。無人超市通過自動化、智慧化設備，實現了店鋪內的自動化銷售和服務，創新了線下零售模式，極大地提高了消費者購物體驗和便利性。無人超市的市場規模不斷擴大，對於傳統的實體商超的市場空間

也會存在一定的影響。加上體驗經濟時代，對於當下的年輕消費群體，尤其是Z世代人群而言，他們更傾向於趣味性和社交性強的綜合消費體驗。除了注重產品的品質與價格之外，他們也注重消費過程中的體驗。無論是線上消費還是實體店鋪消費，他們都希望能夠從中獲得一些深度的體驗感。他們所選購的不止是商品本身，而有可能是由商品延伸出的能夠滿足腦中想像與內心需求的消費場景。

地攤經濟

隨著新冠疫情的緩解和政府的支持，地攤經濟在過去幾年快速發展。地攤經濟是指以地攤形式出現的街頭小吃、小商品等小微經濟活動。在地攤經濟中，小微商販可以獲得創業的機會，消費者可以享受便宜、多樣化的商品和服務。地攤經濟的發展歷史悠久。隨著政府的支持，地攤經濟越來越受到消費者的歡迎。小吃一條街、夜市等已經成為城市經濟的重要組成部分。然而，地攤經濟的發展也面臨著一些挑戰。首先，地攤經濟存在著衛生和安全問題。其次，地攤經濟也存在著無序競爭和不良競爭的問題。最後，地攤經濟也存在著基礎設施不足的問題。總的來說，地攤經濟具有發展潛力，但仍需要政府和商販共同努力解決存在的問題。

百貨零售

中國百貨零售業是當今中國經濟發展中重要的分量，其發展情況和市場運行趨勢至關重要。二零二三年中國百貨零售市場的發展情況及居民消費降速包含幾大因素。宏觀經濟增速放緩，社會投資增速下降，對百貨零售業帶來了一定壓力，影響了部分企業的經營狀況，實體百貨店的業績有所下滑。同時，宏觀經濟形勢也改變了消費偏好，傳統的百貨店和實體店面消費者數量減少，居民消費行為也改變，出現了削減支出、少購買等特徵。另外，由於電子商務的快速發展，網路時代的到來，物流運輸技術高度發展，線上電商管道的開放，這都使得消費者得到了全新的便捷式消費體驗，把服務和品質疊加在一起的特定商品消費行為，從而改變了百貨零售行業的發展趨勢，給傳統的百貨零售行業帶來了巨大的衝擊和壓力，加劇了消費減速趨勢。

隨著互聯網技術的進步和發展，對社會生產和消費的影響越來越深，伴隨著物聯網、雲計算、大數據、人工智慧等技術的不斷普及，百貨零售業也面臨著一系列的變革。實體店鋪和管道的深度整合，把線上管道的實體店鋪進行有效整合，實現資訊的聯合、行銷方式的跨界合作，讓實體店既可以通過線上運營，採取快閃店的方式向消費者提供服務，這都是百貨零售面臨的新影響。隨著網路時代的快速發展，消費者也正在被不斷激勵去踐行更新生活方式，綠色環保，

注重品質，尊重個性，追求自由，同時形成更多元化的消費行為。傳統的百貨零售企業也正積極回應新技術的發展，為消費者提供更加完善的服務，推出各種消費服務，可以滿足消費者多元化的需求，同時也帶動了百貨零售業的科技創新。

網購市場

中國網購市場在近些年來發展越來越快，網購市場需求將會繼續保持高速發展。互聯網技術的不斷發展和升級，為中國網購市場提供了更優質的支撐。今年中國正在加快發展5G網路，網速更快，用戶體驗更好，有利於網購市場的發展，便捷、安全的體驗更有助於擴大中國網購市場的規模，在提高網購者淨增率有所幫助。社交媒體的發展，讓更多用戶了解到商品，且形成了新的消費市場，擴大了中國網購市場規模，而各大品牌及大型平台用戶的社群代言，更是為中國網購市場活力加持，增加了消費者的購買渴望，促進消費活動，將使網購市場未來的發展更受歡迎，有利於其市場需求的穩步增長。另外，隨著中國網購市場的不斷深入發展，用戶對商品品質的要求日趨提高，傳統的團購和牌商將商品品質成為企業競爭的武器，提升品質也將需要牌商多採取全方位成本。從生產技術，供應鏈上有效的管控，以及完善的售後服務，保證未來網購市場運行的穩定，用戶對與商品品質的提高，使未來網購市場更為豐富。以物聯網技術為平台，可以利用大規模的物聯網資料，以社交媒體的形式將網上消費者連接起來和整合，進行精準的消費定位，實現便捷的資訊搜索，完善的服務能夠滿足消費者的需求，增加消費者信任度，擴大市場，及促進網購市場的發展。

購物中心

二零二三上半年全國開業購物中心111個，商業總體量達965萬平方米。同比二零二二年上半年，數量持平；體量則小幅增長5.1%。跟隨經濟復蘇的步調，商業地產市場亦呈現穩步復蘇態勢，購物中心開業量在節假日前後迎來開業高峰，隨後有所回落。

上半年開業量同比收縮，與疫情前差距仍在；一方面，是購物中心開業增量逐年收縮的市場因素；另一方面，是疫後經濟發展形式對商業地產市場帶來的深遠影響。從各月情況看，上半年購物中心開業情況是在穩步恢復，未現顯著反彈，市場以觀望、穩健發展為主。華東區遙遙領先居首位，華北區躍居第三位，華南區第二位，數量僅佔比15%，與第一位差距甚遠，17個項目合計體量96萬平方米，顯然小體量項目居多。其中廣東13個專案，廣西、海南各2個。東北區依然是開業量最低的區域，僅2個專案，佔比2%，均位於瀋陽，其他城市無開業項目。從項目分佈的城市商業線級看，高線級城市佔比60%，低線級城市佔比40%，顯然高線級城市仍是主要市場。

上半年開業項目，中、小體量項目佔多，體量在15萬平方米以下的項目佔比89%，15萬平方米以上區間僅佔比11%。3~5萬平方米、5~10萬平方米、10~15萬平方米三個區間項目量相當，各佔比30%左右。商業項目小體量化的趨勢仍在繼續，社區購物中心、區域購物中心等小體量項目仍是當下增量項目的主流。15萬平方米以上的大體量項目共12個，其中大於20萬平方米的項目多達5個，包括32萬平方米的蘭州萬達茂。大體量項目主要有兩類，一是集購物、遊樂於一體的文旅綜合體，二是全業態的大型生活購物中心，項目定位與其他項目差異化十分明顯。規模之外，從上半年開業項目可見企業在加速主要產品線的外拓及創新，同時，亦有零售巨頭的跨界入局。越秀商管「國際金融中心IFC系列」走出廣州的第一個專案—武漢越秀IFC國金天地，體量12萬平方米，也是越秀商管首次探索「商城+街區」經營場景的重點建設項目。

上半年開業項目中，存量改造項目多達23個，合計體量近200萬平方米。存量改造項目打造得越來越精彩，由老舊廠房、百貨、商場、閒置物業等改造後變身的零售商業打卡地，如「年輕版高端時尚百貨SKP」、第二座「年輕力中心」、Z世代潮流主場、城市會客廳、全新年輕消費打卡地等。北京DT51，定位「年輕版」SKP，該項目是對大屯街道綠隔產業用地閒置項目進行的改造試點。專案秉承SKP的特質和品牌資源，引入眾多輕奢大牌、SKP系列自有集合店，同時延續了SKP的藝術氣質。疫情對人們生活方式和消費習慣的改變，購物中心有著敏銳的感知，從最新開業的購物中心，看到了當下的商業新風潮。上半年開出了多個高端定位商場，重慶萬象城瞄準年輕人，大打「社交、潮玩」屬性。天津和平印象城定位「年輕潮玩社交場」、重慶方圓•LIVE定位「Z世代年輕潮流主場」、吉

安愛琴海購物公園定位「全新體驗潮玩社交中心」、珠海正方優和匯·城市客廳定位「24小時社交潮玩地」、淮安融創ins park以「造夢玩家」為定位理念、及淮安旭輝Cmall打造「N+玩樂廠」概念等。年輕消費群、社交、潮玩也成為購物中心的新密碼。

在購物中心之外，特色商業也頻頻出現，值得關注的有佛山順德·ALSO、杭州萬科玉鳥集、成都祠堂街藝術社區、成都麓坊中心B館等。業態「新標配」高頻亮相縱覽上半年開業購物中心。影院、電玩、卡拉OK、健身房、兒童遊樂業態應有盡有。相應的是，一代新興品牌開啟擴張新步伐，魅KTV入駐了多家購物中心，兒童遊樂品牌美蘭、奈爾寶入駐了多家購物中心。同時，汽車體驗店成為購物中心特點，甚至形成新能源汽車品牌矩陣，而以特斯拉、小鵬、極氫、理想、蔚來等為代表的新能源汽車品牌，僅上半年便入駐了多個購物中心。書店也高頻出現在上半年新開購物中心，10幾家新開購物中心引入書店，其中不乏鐘書閣、大眾資料、西西弗書店、國文、柔佛巴魯書屋、幾何書店、新華書店、芸台書舍等品牌，均以新型門店、複合型業態形式呈現。運動熱潮下，年輕人酷愛的戶外運動，也被搬進了商業綜合體。滑板公園、籃球場、棒球場、戶外露營等屢屢出現在購物中心項目。

根據國家統計總局資料，二零二三年上半年國內生產總值達約人民幣59.3萬億元，比去年同期上升約5.5%。

上半年，社會消費品零售總額約人民幣22.8萬億元，同比增長約8.2%。其中，限額以上企業消費品零售額約人民幣8.5萬億元，同比上升約7.4%。按經營單位所在地分，城鎮消費品零售額約人民幣19.7萬億元，同比增長約8.1%；鄉村消費品零售額約人民幣3.0萬億元，同比增長約8.4%。按消費形態分，餐飲收入約人民幣2.4萬億元，上升約21.4%；商品零售約人民幣20.3萬億元，增加約6.8%。在商品零售中，限額以上企業商品零售額約人民幣7.9萬億元，增加約6.3%。上半年，全國網上零售額約人民幣7.2萬億元，同比增長約13.1%。其中，實物商品網上零售額約人民幣6.1萬億元，增長約10.8%，佔社會消費品零售總額的比重約為26.6%。在實物商品網上零售額中，吃類、穿類、用類商品分別增長8.9%、

13.3%、10.3%。按零售業態分類，限額以上實體店零售中，限額以上零售業單位中便利店、專業店、品牌專賣店、百貨店零售額同比分別增長8.2%、5.4%、4.6%、9.8%，超市零售額同比下降0.4%。

二零二三年上半年，隨著經濟社會全面恢復常態化運行，服務業經濟恢復。服務業的新業態及新模式持續創新。「雲」看展、虛擬現實試身等消費新模式不斷湧現，直播電商、即時零售等商業新業態蓬勃發展。服務業新興領域發展向好。服務消費加快恢復，對聚集型服務業拉動作用增強。居民出行意願增強，文藝旅遊市場較快恢復。服務業商務活動指數持續位於擴張區間。與實體經濟發展密切相關的資訊傳輸、軟體和資訊技術服務業，金融業等行業商務活動指數上升，業務總量增長較快。與居民消費及商旅出行密切相關的住宿和餐飲業，交通運輸、倉儲和郵政業等行業商務活動指數提升。隨著經濟社會全面恢復常，一系列擴大內需促進消費政策落地顯效，市場活力逐步恢復，城鄉消費市場趨於活躍，呈現恢復增長態勢。線上消費市場佔比穩步提升，實體店鋪經營持續恢復，綠色升級類商品銷售快速增長，居民服務消費持續回升。

業務回顧

集團截至二零二三年六月三十日止六個月，集團總收入約為人民幣1億5,920萬元，同比下降約5.6%；銷售毛利額約為人民幣1,220萬元，同比上升約111.1%；經營虧損約為人民幣3,300萬元，同比上升約31.9%；母公司權益持有人應佔虧損約為人民幣3,390萬元，同比上升約28.9%。期末8家零售門店及兩個購物中心。收入減少，主要由於工廠關閉及失業率增加而令普遍社會消費氣氛下降。另外，外商撤資而關閉工廠使常住人口減少。期內主要為升級轉營保持營運能力以增加收入，及精簡人手及保留重要員工，以保持實力迎接未來的挑戰。商品銷售減少約人民幣910萬元，專櫃銷售所得佣金減少約人民幣470萬元，店鋪物業分租收入增加約人民幣230萬元，投資物業收入減少約人民幣20萬元，商場物業租金收入增加約人民幣330萬元，及來自金融服務之利息收入減少約人民幣110萬元。集團採取積極穩健的經營策略，對實體零售作增值服務，亦對其他投

資項目找尋及發展潛在利潤機會，並開始計劃來年之分店網路及購物中心拓展之籌備工作。

回顧二零二三年之上半年，集團於營運方面作出了以下重大亮點。

(1) 籌備寶安沙井購物中心及超市，拓展新零售市場份額

期內，集團積極籌備將開立之購物中心。沙井購物中心於二零二三年七月二十八日正式開業，選址深圳寶安區沙井街道。沙井歷史悠久，被譽為蠔鄉。轄區總面積35.79平方公里，普人口約為548,000人。發展定位為「西部中心、智造重鎮、魅力蠔鄉」。沙井是工業重鎮，產業基礎雄厚，產業鏈條完善。現有法人單位約1.9萬家，已形成新一代資訊技術、高端裝備製造、線路板等主導行業。2022年，街道實現規模以上工業總產值人民幣1,400億元。沙井位於寶安區西北部，東臨新橋街道，南靠福海街道，西為海堤，北接松崗街道，是粵港澳大灣區的核心區域，空港新城主要輻射和服務區，廣深科技走廊的關鍵節點，離南沙開發區、前海國家級高新區各30分鐘車程。臨近海上田園為「寶安十景」之一，面積約163公頃，是深圳西部唯一的國家4A級綜合性景區。購物中心取名「百佳華佳漾匯」，集購物及美食總匯。項目位於寶安新橋街道，商業面積約5.4萬平米，定位「精緻型時尚生活中心」，商場融合了蠔鄉特色與文化，圍繞著不同圈層消費者的需求，設計夜市主題街、屋頂露營區、網紅菜市、趣味打卡點等主題場景，集結了140+家品牌，20+區域首店進駐，充分填補了商圈內生活方式業態的缺口。該專案是百佳華全新旗艦產品「佳漾匯」的首秀。

(2) 調整精品超市陳設及面積，應對市場競爭對手

集團對各超市部門進行調整，以提高生產效率及顧客舒適度。於生鮮陳列作升級，主通道道具升級輔助陳列；商品包裝陳列改善，商品價格、毛利結構進行調整；加入主題陳列，季節性突出、商品性價比突出；另各類教識持續完善，增加商品的互動性。於食品陳列作升級，根據協力廠商現場教學進行陳列升級，主要整改部分道具的升級，重點突出季節性、主題性、關聯性；從商品陳列美觀上進行場景優化(規格、色系、分類)；毛利結構搭配，動銷考慮，優先考慮顧客需求；擴大進口品類陳列面積，持續跟進進

口品類優化。於日用品陳列作升級，主要整改包括突出季節性、主題性、關聯性；重點品牌、品類集中陳列；考慮毛利結構搭配，商品動銷；視覺美感的調整，各類教識的增加。於動靜態宣傳，通過動靜態教識、短視頻等提升宣傳，持續保持教識的更新，短視頻的宣傳頻率，形成重點工作計畫。於其他形象調整，完成了超市指引的增加，賣場牆面視覺身份升級。經營面積方面，由大賣場模式調整為精品生活超市，面積後作其他招商項目，開源節流。

(3) 增加標杆店升級服務，提供顧客一站式消費點

期內，集團增加主力商場內之增值服務，以提高顧客之滿意度。石岩分店標杆店升級服務洽談20個專案，已上線百佳華小程序推廣宣傳；升級服務內容包括：乾洗服務，家政服務，修理鐘表，裁改衫褲，配對鑰匙，洗車服務，免費文件列印，寵物救助中心，舊衣物回收，電動車充電，預訂鮮花，預訂生日蛋糕，房產資訊收集，代訂交通車票，搬家服務，快遞服務，自助飲料機，免費包裝禮品，疏通下水道等。另制定服務獎罰制度，以提高服務之質素及顧客之滿意度。

(4) 舉辦一系列行銷活動，刺激顧客消費

期內集團積極舉辦營銷活動，並實行多業合作，以提供多元購物氛圍。順應潮流，集團開始舉行直播銷售，由直播構建的虛擬購物場景，將曾經在市場的叫賣聲帶到了現場互動的直播間裡。在直播帶貨的過程中，主播扮演線下服裝店的銷售員、導購員、美容顧問。推行垂直直播，加強主題性及互動性，增加吸引力。增加對會員專項活動，以保持一班穩定的顧客群。現場小手作攤位、顧客滿意度調查，及客戶關係管理系統優化。公眾號推文、推出線上小遊戲及互動話題，以迎合不同層面的顧客。另製作短視頻、在抖音號及視頻號作廣播招徠，以生動手法吸引關注，結合品牌活

動作直播宣傳。於宣傳物料方面，集團生產了多項視覺識別設計及管理，視覺平面設計及延展以新穎及輕鬆手法，加入歡樂及色彩卡通及文字，放入節日店面宣傳圖、公眾號長圖、直播相關畫面及會員活動宣傳設計。另外，對線下包裝物料、環保購物袋，及員工制服等亦作時尚設計。對賣場裝飾、貨架、購物禮券，及宣傳貨品枱的設計亦引入節日、品類，及季節性的主題。

(5) 加強執行分店安全管理，減少安全隱患

期內，集團對分店消防系統、電工網路及配套、運營設備(包括人貨電梯、空調系統、排煙管等)進行徹底檢查及維修工作，並對全體員工提供安全知識培訓及演練，增強防災意識。另每月召開定期安全例會，解決門店安全隱患事項，並作設施全面檢查，確保運行正常，以免影響日常營運。對冷卻塔及風櫃進行零件更換，令場地正常運作不受影響外，更節省電力消耗及費用。對門店進行裝修現場不定時進行檢查，防止施工人員在過程中違規作業。繼承前年開始之加強內控工作，對各分店、配送中心、購物中心及集團總部之所有固定資產作定期盤點，確保賬目對應及合理報廢，並更新系統資料及保存相關準確記錄。另加強管理職能流程，設立有效崗位定編機制，減低營運及人為損失，保障集團財產。對人員崗位調整、輪換，及作詳細分配計劃、深化績效考核、完善人資激勵方案。另外，將安全管理概念引入老店調整升級計劃及預算新店設計籌備內，充分利用資源及減低工程成本。強化維護保護工作及機制，引入有效警報系統。各店亦進行防恐防汛災害演練及培訓，保障員工、顧客及集團財產之安全。

未來展望及前景

二零二三年機遇與挑戰並存，本集團的團隊已做好一切準備，以面對一切困難，充分利用本集團在行業中的實力優勢，脫穎而出。

展望未來，中國仍處於快速發展階段。國內及國外之環境變化對零售業有一定的影響。加上近年資訊科技的迅速發展及擴張，對零售行業亦有很大影響。董事對本集團的業務前景充滿信心。本集團的任務乃成為中國零售業中的主要綜合企業之一。

本集團將積極緊隨當今零售業變革潮流，積極創新，並繼續透過合併與收購來改善營運表現及擴大收入，從而進一步加強其核心競爭力。本集團亦將繼續開發新商機，以擴充資產，提高公司之價值。

財務回顧

收入

截至二零二三年六月三十日止六個月，本集團的收入約人民幣1億5,920萬元，較二零二二年同期約人民幣1億6,870萬元減少5.6%。收入下跌主要由於銷售貨品減少約人民幣910萬元，專賣銷售所得佣金下跌約人民幣470萬元，來自金融業務之利息收入減少約人民幣110萬元，及投資物業租金收入減少約人民幣20萬元。不過，分租店鋪物業的租金收入上升約人民幣230萬元，分租商場物業租金收入上升約人民幣330萬元，而抵銷整體收入下跌。

銷售貨品由二零二二年同期約人民幣8,970萬元減少約10.1%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣8,060萬元，主要由於(i)來自電商的持續競爭；(ii)疫情期間當地政府強制分配銷售；(iii)居民在疫情期間普遍儲存食物和物資的習慣，以及(iv)工廠關閉和失業率上升令社區消費氣氛普遍下降。另外，外商撤資而關閉工廠使常住人口減少。截至二零二三年六月三十日止六個月銷售貨品佔本集團總收入的百分比約為50.7%，而二零二二年同期則約為53.2%。

專賣銷售所得佣金由二零二二年同期約人民幣1,160萬元下跌約40.5%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣690萬元，主要由於(i)來自電商的持續競爭；及(ii)工廠關閉及失業率增加而令普遍社會消費氣氛下降影響所致。截至二零二三年六月三十日止六個月，專賣銷售所得佣金佔本集團總收入的百分比約為4.3%，而二零二二年同期則約為6.9%。

分租店鋪物業的租金收入由二零二二年同期約人民幣2,160萬元增加約10.6%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣2,390萬元，主要由於疫情後空置租賃單位減少所致。分租店鋪物業的租金收入佔截至二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為15.0%，而二零二二年同期則約為12.8%。

投資物業租金收入由二零二二年同期約人民幣500萬元減少約4.0%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣480萬元，主要由於轉換一出租租戶而減少出租面積所致。投資物業租金收入佔截至二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為3.0%，而二零二二年同期則約為3.0%。

分租商場物業的租金收入截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣4,130萬元，比二零二二年同期約人民幣3,800萬元上升約8.7%。主要由於疫情後空置租舖減少所致。分租商場物業租金的收入佔截至二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為25.9%，而二零二二年同期則約為22.5%。

來自金融服務之利息收入由二零二二年同期約人民幣280萬元下降約39.3%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣170萬元，主要由於一個主要客戶暫停業務所致。來自金融服務之利息收入佔截至二零二三年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為1.0%，而二零二二年同期則約為1.6%。

其他經營收入

其他經營收入由二零二二年同期約人民幣5,260萬元下降約42.4%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣3,030萬元，主要由於政府補助收入減少約人民幣180萬元，COVID-19有關的租金寬免優惠減少約人民幣1,000萬元，及其他收入減少約人民幣1,200萬元。但來自供應商之行政及管理費收入增加約人民幣110萬元抵銷部份減幅。

存貨採購及變動

截至二零二三年六月三十日止六個月，存貨採購及變動金額約人民幣6,850萬元，較二零二二年同期約人民幣8,390萬元減少約18.4%，主要由於銷售貨品減少所致。截至二零二三年六月三十日止六個月，存貨採購及變動佔銷售貨品收入百分比約為84.9%，而二零二二年同期佔約93.6%。

員工成本

員工成本由二零二二年同期約人民幣3,500萬元減少8.9%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣3,190萬元，主要由於本期精簡人手所致。然而，由於二零二三年七月下旬開業的沙井新購物中心新招聘員工，截至二零二三年六月三十日員工人數有所增加。

租賃使用權攤銷

租賃使用權攤銷由二零二二年同期約人民幣2,960萬元減少約1.7%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣2,910萬元，主要由於配送中心縮小面積所致。

固定資產折舊

截至二零二三年六月三十日止六個月的物業、廠房及設備折舊由二零二二年同期的約人民幣2,620萬元增加約2.7%至約人民幣2,690萬元。主要由於翻新老店及購物中心所致。

經營租賃租金開支

經營租賃租金開支由二零二二年同期約人民幣540萬元增加至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣660萬元。主要由於期內新增短期租賃給新開購物中心員工作住宿所致。

其他營運開支

截至二零二三年六月三十日止六個月的其他營運開支約人民幣20萬元，較二零二二年同期持平，主要由於成本控制所致。

財務成本

截至二零二三年六月三十日止六個月，租賃負債利息約人民幣1,690萬元及銀行借貸利息約人民幣350萬元，較二零二二年同期的租賃負債利息約人民幣1,710萬元及銀行借貸利息約人民幣270萬元，分別減少約人民幣20萬元及增加約人民幣80萬元。租賃負債利息減少主要由於配送中心縮小面積而減少租賃負債所致；銀行借貸利息增加主要由於期內增加銀行貸款所致。

經營虧損

基於上述原因，本集團於截至二零二三年六月三十日止六個月的經營虧損約人民幣3,310萬元，而本集團於截至二零二二年六月三十日止六個月之經營虧損則錄得約人民幣2,520萬元。

所得稅開支

所得稅開支由二零二二年同期約人民幣130萬元減少約30.8%至截至二零二三年六月三十日止六個月約人民幣90萬元，主要由於期內附屬公司之評稅利潤減少所致。截至二零二三年六月三十日止六個月，適用於本集團一般附屬公司的實際稅率為25%(廣西稅率為15%)。此外，根據中國企業所得稅法，本集團須就於中國成立的附屬公司所分派的股息繳付預扣稅，適用稅率為10%。

本公司權益股東應佔虧損

基於上文所述，截至二零二三年六月三十日止六個月股東應佔虧損約人民幣3,400萬元，較二零二二年同期虧損約人民幣2,630萬元有所上升。

結算日後事項

本集團於二零二三年六月三十日後並無其他任何重大結算日後事項。

風險管理

本集團業務承受各種財務風險，包括外匯風險、信貸風險、利率風險及流動資金風險。

(i) 外匯風險

本集團於中國經營業務，故本集團大部分收入、開支及現金流量均以人民幣計值，而本集團大部分資產及負債均以人民幣及港元計值。外幣兌人民幣匯率的任何重大波動可能對本集團造成財務影響。

(ii) 信貸風險

信貸風險指金融工具的交易對手將無法根據金融工具條款履行其責任，令本集團出現財務虧損的風險。本集團面對的最大信用風險為現金及銀行存款、應收貿易賬款及貸款、已付按金及其他應收款項之賬面值。就經營及管理零售店及其他相關業務而言，本集團的信貸風險並無出現重大集中情況。大部分銷售交易以現金、信用卡付款或透過網上支付平台結算。本集團僅向擁有持續關係的企業客戶提供信貸期。視乎租金收入產生的應收貿易賬款，本集團設有界定清晰的信貸政策，包括嚴格的信貸評估及

向租戶收取租賃按金。我們會定期審閱及密切監測應收款項，以減少任何相關信貸風險。我們會主動監測本集團的應收貿易賬款、已付按金及其他應收款項，以免信貸風險嚴重集中。本集團並無因具有類似特徵的任何單一對手方或任何對手方群體受到任何重大信貸風險。本集團的銀行按金存置於香港及中國的主要金融機構，管理層相信該等機構具備高品質信貸，不會出現重大信貸風險。

(iii) 利率風險

本集團面對的利率風險主要因現金及銀行結餘產生。本集團並無採用任何衍生工具合約對沖其利率風險。本集團並無制定管理利率風險的政策。

(iv) 流動資金風險

本集團的政策為維持充足現金及銀行結餘，並取得資金以配合其營運資金需要。本集團的流動資金依賴自戶收取的現金。本公司董事信納，本集團將能於可見未來全數履行其到期財務承擔。

本集團的資金管理政策，是保障本集團按持續經營基準繼續營運的能力，以為股東帶來回報，同時兼顧其他權益持有人的利益，並維持最佳的資本結構以減低資金成本。

僱員資料、薪酬政策

於二零二三年六月三十日，本集團有640名全職僱員(於二零二二年六月三十日：635人)。本集團僱員的薪酬乃按有關僱員的個人表現、專業資格、行內經驗及相關市場趨勢釐定。管理層定期檢討本集團的薪酬政策，並評估僱員的工作表現。僱員薪酬包括薪金、津貼、年終花紅、社會保障或強制性退休金等。

上市所得款項用途

本公司於二零零七年五月八日在聯交所新發行上市股份籌集的所得款項淨額，在扣除相關的發行費用後相等於約265,000,000港元。於二零二三年六月三十日，已動用所籌得款項約207,834,000港元，尚未動用的所得款項約57,166,000港元存放在銀行，其安全性有足夠保證。

已動用所籌得款項約207,834,000港元之詳情載列如下：

- 約29,000,000港元用作收購中國深圳連鎖零售店業務；
- 約28,300,000港元用作於中國佛山鹽步及佛山容桂開設新店舖；
- 約8,750,000港元用作於中國廣西南寧開設新店舖；
- 約4,350,000港元用作於中國寶安新安街道辦開設兩家新店舖；
- 約10,400,000港元用作於中國深圳羅湖區開設新店舖；
- 約15,800,000港元用作於中國深圳布吉開設新店舖；
- 約14,300,000港元用作於中國廣西南寧開設另一家新店舖；
- 約3,690,000港元用作於中國深圳龍崗區坂田開設新超市；
- 約8,800,000港元用作於中國深圳開設一家主題餐廳及兩家茶店；
- 約3,600,000港元分別用作中國深圳寶安區及龍崗區開設一家主題餐廳及一家中式餐廳；
- 約9,200,000港元用作於中國深圳石岩開設配送中心；
- 約12,919,000港元用作於購置運輸工具；
- 約15,000,000港元用作於購買辦公室設備；
- 約3,000,000港元用作改良管理資訊系統；
- 約725,000港元用作提升本公司的品牌形象；及
- 約40,000,000港元用作翻新現有的零售店。

未動用之所得款項將由本公司動用作本公司日期為二零零七年五月八日之售股章程「未來計劃及所得款項用途」一節及以後之調整上市募集資金用途公告內所述用途。

或然負債

於二零二三年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

買賣或贖回本公司的上市證券

本公司或其任何附屬公司於期內並無買賣或贖回本公司任何上市證券。

企業管治守則

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14所載企業管治守則(「守則」)項下守則條文。除下文所披露外，本公司於期內一直遵守守則之條文。

根據守則下之守則條文E.1.2條，董事會主席應出席本公司之股東週年大會。由於董事會主席莊陸坤先生公務繁忙，故未能出席本公司於二零二三年六月九日舉行的股東週年大會。

進行證券交易的標準守則

董事會已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為本公司本身有關董事進行證券交易的準則。經向全體董事作出具體詳細查詢後，本公司確認，全體董事於截至二零二三年六月三十日止六個月期間一直全面遵守標準守則所載規定準則。

薪酬委員會

本公司於二零零七年四月三十日成立薪酬委員會。薪酬委員會由三名獨立非執行董事及一名執行董事組成，負責檢討及釐定董事及高級管理人員的合適薪酬政策，並不時向董事會提出推薦意見。

提名委員會

本公司於二零零七年四月三十日成立提名委員會。提名委員會由三名獨立非執行董事組成，負責釐定甄選合資格人選的標準、審閱委任董事加入董事會的提名及就任何建議變動向董事會提出推薦意見。

審核委員會

審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即錢錦祥先生、孫聚義先生及艾及先生。錢錦祥先生擁有上市規則第3.10(2)及3.21條規定的適當專業資格，出任審核委員會主席一職。審核委員會的主要職責包括獨立審查本公司的財務狀況、監察本公司的財務報告系統、風險管理及內部監控系統、審核過程及內部管理建議、與內部審計及外聘核數師獨立溝通，並監督及核實彼等的工作。審核委員會檢討財務申報制度、合規程序、內部監控(包括本公司在會計及財務申報職能方面的資源、員工資歷及經驗是否足夠，以及培訓課程及預算是否充足)、風險管理制度及程序以及外聘核數師的續聘及履行上述規定的職責。董事會並無偏離審核委員會就挑選、委任、辭退或罷免外聘核數師所提供的任何建議。彼等亦審閱截至二零二三年六月三十日止六個月的未經審核中期業績。該委員會為僱員作出適當安排，讓彼等可以保密方式就財務申報、內部監控及其他事宜可能出現的不當行為提出疑問。審核委員會的書面職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱。

中期報告

二零二三年中期報告將於適當時候向股東寄發，並於聯交所網站(www.hkex.com.hk)及本公司網站(www.szbj.com)內刊登。

代表董事會
佳華百貨控股有限公司
主席
莊陸坤

中國深圳，二零二三年八月三十日

於本公佈日期，董事會成員包括：

執行董事：

莊陸坤、莊沛忠、莊小雄

獨立非執行董事：

錢錦祥、孫聚義、艾及