

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分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Shenzhen Pagoda Industrial (Group) Corporation Limited

深圳百果園實業（集團）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：2411)

截至二零二五年六月三十日止六個月中期業績公告

財務摘要

下表載列本集團於所示期間的若干關鍵財務資料。

	截至六月三十日止六個月		同比變動 %
	二零二五年	二零二四年	
	人民幣千元	人民幣千元	
收入 ^{(1) (2)}	4,375,873	5,594,124	(21.8)
毛利	215,551	618,508	(65.1)
除所得稅前（虧損）／利潤	(352,966)	99,263	(455.6)
本公司所有者應佔（虧損）／利潤	(342,053)	88,506	(486.5)
每股基本及攤薄（虧損）／盈利 (每股人民幣分)	(23.43)	5.83	(501.9)

(1) 本集團的大部分收入來自水果及其他食品銷售。截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月，水果及其他食品銷售收入分別為人民幣5,435.7百萬元及人民幣4,308.3百萬元，分別約佔截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月本集團總收入的97.2%及98.5%。其餘收入來自特許權使用費及特許經營收入、會員收入及其他收入。

(2) 本集團主要通過由其自身管理的加盟門店、委託管理的加盟門店及數量有限的自營門店組成的線下門店網絡分銷產品。截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月，加盟門店的產品銷售總收入分別為人民幣4,011.8百萬元及人民幣3,076.9百萬元，分別約佔截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月本集團總收入的71.7%及70.3%。

營運摘要

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至六月三十日	
	二零二五年	二零二四年
加盟門店		
本集團管理的加盟門店	3,570	4,707
其他	805	1,304
小計	4,375	6,011
自營門店	11	14
總計	4,386	6,025

下表載列本集團於所示期間或截至所示日期的若干其他主要營運資料。

	截止六月三十日／ 截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
零售總額(人民幣千元)⁽¹⁾	5,710,837	6,748,479
海外直銷(人民幣千元)⁽²⁾	113,341	141,027
會員人數(千人)	93,041	84,741
自有產品品牌數	51	42

(1) 有關期間零售銷售總額指以下的總額(i)門店零售銷售總額，即所有零售門店於折扣及回贈後的銷售金額，及(ii)線上零售銷售總額，即通過本集團所有線上分銷渠道出售的商品價值總額。零售總額雖是一項有用的業績指標，但並不等於本集團於有關期間的收入。

(2) 有關期間海外直銷指向海外2B客戶的銷售總額，直接入賬計為本集團於有關期間的收入。

深圳百果園實業(集團)股份有限公司(「**本公司**」)董事(「**董事**」)會(「**董事會**」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)截至二零二五年六月三十日止六個月之未經審計綜合中期業績(「**中期業績**」)。中期業績乃基於本集團未經審計中期簡明綜合財務資料編製，該等財務資料乃根據香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「**香港會計準則**」)及香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的詮釋)編製。此外，中期業績亦已由董事會審核委員會(「**審核委員會**」)審閱。

於本公告中，「我們」指本公司(定義見上文)及文義另有所指時為本集團(定義見上文)。

表現回顧

市場概覽

二零二五年上半年全國鮮果居民消費價格指數(CPI)較二零二四年同期同比增長2.7%，顯著高於同期整體CPI 0.1%的降幅，反映出消費者對鮮果健康屬性與情緒價值的認可度持續提升。然而，目前國內宏觀經濟環境的不確定性仍在延續，加上消費市場已由賣方市場轉向買方市場，消費者面臨海量選擇且轉移消費渠道的成本較低，而這一市場格局演變正促使水果零售市場企業加速各渠道業務轉型升級，注重質價比優化、服務體驗升級與消費場景創新。在此背景下，水果消費市場呈現多元趨勢：理性消費、情緒消費與健康消費並行，消費者既追求產品性價比，亦重視情感價值與健康屬性，需求層次更趨複合。

與此同時，水果供應鏈端亦正經歷深刻的結構性調整。一方面，在全球種植規模擴張、種植技術革新和物流體系完善的多重因素推動下，榴蓮、藍莓、車厘子等傳統高端水果價格顯著回落，加速大眾化進程。另一方面，藍莓、牛油果等多品類國產品牌替代效應日益凸顯，國產水果海外認可度逐年提升，推動進出口結構持續優化。二零二五年上半年國內水果出口額達37.6億美元，較二零二四年同期同比增長約6.2%；而水果進口額為約107.4億美元，較二零二四年同期同比下滑約5.3%。面對此變局，我們認為行業企業須以先進農業技術為支撐，加強提供高質價比的產品及服務，通過提供差異化產品及服務提升客戶品牌認知度並深化品牌價值，同時持續提升供應鏈效能，從多維度構建核心競爭力。

公司表現概覽

二零二五年上半年，我們繼續深化落實從二零二四年下半年開始實施的「高品質與高性價比水果專家與領導者」戰略。在客戶引流方面，我們通過「好果報恩」、「天天有驚喜」等促銷活動回饋客戶，提升客流和購買頻次；在產品供應方面，我們持續優化產品結構，精細化管控客流品和高毛利產品，提升門店盈利能力；在分銷渠道方面，我們持續鼓勵加盟商優化劣勢門店，集中資源於盈利能力強的優勢門店；在供應鏈能力建設方面，我們持續擴大供應鏈規模從而進一步增強我們的採購議價能力。儘管二零二五年上半年錄得收入下跌及淨虧損，但這是我們主動進行戰略轉型及提升經營質量的必經之路。同時，我們也認為歷經變革的我們，憑藉更健康的資產結構、優化的門店網絡及精簡的業務線，更能適應當前行業發展趨勢，也為我們未來的可持續發展奠定堅實的基礎。

本集團收入由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣5,594.1百萬元減少約21.8%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣4,375.9百萬元。本集團的毛利由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣618.5百萬元減少約65.1%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣215.6百萬元。截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的本公司擁有人應佔利潤為人民幣88.5百萬元，而截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團錄得本公司擁有人應佔虧損人民幣342.1百萬元。

公司業務摘要

零售業務群

線下門店網絡發展

截至二零二五年六月三十日，本集團線下門店網絡共擁有4,386家門店，遍佈中國22個省及直轄市的170多座城市。

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至六月三十日			
	二零二五年		二零二四年	
		%		%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	3,570	81.4	4,707	78.1
其他	805	18.3	1,304	21.7
小計	4,375	99.7	6,011	99.8
自營門店	11	0.3	14	0.2
總計	<u>4,386</u>	<u>100.0</u>	<u>6,025</u>	<u>100.0</u>

於二零二五年上半年，我們持續通過優化全國零售門店佈局以提高零售門店的營運效率，主動引導加盟商重新審視門店位置及所在商圈，搬遷或者關閉租金費用率高、人工費用高或者經營業績較差的劣勢門店，更加專注於優勢門店。因此，截至二零二五年六月三十日，本集團的零售門店較二零二四年六月三十日淨減少1,639家，即由截至二零二四年六月三十日的6,025家零售門店減少約27.0%至截至二零二五年六月三十日的4,386家零售門店。

下表載列本集團於所示期間按零售門店類型劃分的產品銷售收入貢獻。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二五年		二零二四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	3,076,312	99.5	4,004,869	99.3
其他	608	0.0	6,918	0.2
小計	3,076,920	99.5	4,011,787	99.5
自營門店	14,772	0.5	21,218	0.5
總計	<u>3,091,692</u>	<u>100.0</u>	<u>4,033,005</u>	<u>100.0</u>

二零二五年上半年，我們重新升級改造門店門頭，突出「百果園」及IP形象，以提升消費者對我們的品牌認知度。截止二零二五年六月三十日，我們已在印度尼西亞開設立七家門店，初步成功建立了區域市場佈局，為未來進一步拓展海外市場奠定了基礎。

二零二五年上半年，我們精選當季好果共計進行了20餘次主題店打造，如春節主題店、泰國水果節主題店、佳沛系列主題店及招牌軟香玉蜜瓜主題店等，通過主題店打造，將傳統購物體驗轉化為社交打卡體驗，增加品牌曝光度，促進門店銷售的同時也提升了顧客對我們品牌的認知度。

為提升消費者購物體驗和品牌形象，我們升級陳列標準，特別是節日禮盒陳列標準，並圍繞時令產品開發特定的陳列道具，如竹籃、蘋果桶。我們亦優化門店產品試吃方式，開發新款試吃架，上線新版試吃時間展示牌。同時，我們進一步強化門店的食品安全基礎標準培訓與執行，迭代《百果園食品安全手冊》，拍攝食品安全宣導視頻，強化品牌公信力。

在運營策略方面，我們繼續推行「強流量屬性大單品」和「極致性價比應季品」產品組合。例如，在二零二五年上半年我們成功推出耙耙柑、藍莓、妃子笑荔枝等八款「極致性價比應季品」，驅動新客及復購客戶的大幅度增長，該八款應季品的門店客流較二零二四年同期同比增長約95.0%，而銷售總額較二零二四年同期同比增長約63.8%，該運營策略有效提升了門店客流，為我們長期盈利結構優化奠定基礎。

線上線下一體化模式

於二零二五年上半年，通過自營APP和小程序、美团及餓了麼等線上渠道下達的訂單佔本集團總訂單約24.7%，其中通過美团線上下單的消費者佔比約52.9%。二零二五年五月，我們推出「天天有驚喜」營銷活動，每日精選一款微信群粉絲專享的特價果品，打造日銷爆品，增加微信群粉絲黏性並提升零售門店線下客流。因此，截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團門店微信群總數增至約3萬個，微信粉絲群總粉絲數量約為18.0百萬名，其中通過微信社群接龍的銷售額超過人民幣58.0百萬元，較二零二四年同期同比增長約12.9%。

為了滿足消費者在多場景、多渠道的消費需求，我們一直積極拓展內容電商板塊，在抖音、小紅書、天貓、京東等多個平台開展線上業務並進行我們的品牌宣傳和合作。於二零二五年上半年，我們在抖音直播內容做出了突破和創新，在水果產地進行溯源直播，讓消費者看到我們在助力鄉村振興、生態環境保護等方面的行動，提升我們品牌曝光度的同時也增進了消費者對我們品牌的好感度。截至二零二五年六月三十日止六個月，透過抖音直播間渠道下單購買本集團水果及水果產品的客戶總數約1.87百萬，較二零二四年同期同比增長約64.47%，本集團水果及水果產品透過抖音直播間渠道的零售銷售總額為人民幣53.49百萬元，較二零二四年同期同比增長約29.32%。

二零二五年五月，我們與電視劇《長安的荔枝》IP聯名，結合荔枝好果報恩、主題店打造、古風劇情直播及產地溯源等營銷活動，進一步煥新了品牌好感度，並賦能門店銷售增長，荔枝品類銷售額較二零二四年同期同比增長約28.0%。同時，於二零二五年上半年，我們以「全球好果健康禮」為主題，在春節、端午節及母親節等各大節日全渠道推廣物美價廉的果品禮盒，我們在春節期間推出蘇繡非遺（非物質文化遺產）聯名系列禮盒，將「蘇繡藝術」與春節禮盒相互結合，賦予禮盒文化內涵，提升禮盒可感價值，滿足消費者對非遺文化、高品質高性價比的追求。我們的禮品銷售額佔百果園門店零售銷售總額的比例從截至二零二四年六月三十日止六個月的12.8%提升至截至二零二五年六月三十日止六個月的約14.8%。

截止二零二五年六月三十日，我們在所有經銷渠道的會員數累計超過93.0百萬，使用微信小程序的用戶累計達78.58百萬人次，較二零二四年同期同比增長約13.24%。然而，由於宏觀經濟環境的不確定性加劇，部分客戶對付費會員的決策更加謹慎，付費意願有所減弱，因此，截止二零二五年六月三十日，我們的付費會員數減少至約71.9萬，較二零二四年同期同比下降約32.9%。

2B事業群

二零二五年上半年，我們繼續利用強大的供應鏈和產品資源，擴大國內及海外市場的客戶基礎及市場覆蓋範圍。我們於二零二五年上半年與多家傳統商超及線上新零售公司達成了合作。根據該合作關係，我們開始直接向彼等供應水果，以供出售給其客戶。本集團來自直銷水果及其他食品的銷售收入由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣712.8百萬元減少約1.7%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣700.5百萬元，其中，海外市場直銷水果銷售較二零二四年同期同比減少約19.6%。該減少源於二零二五年起海外市場對若干國內水果的出口實施出口限制。

截至二零二五年六月三十日止六個月，深圳般果科技有限公司（「**深圳般果**」）的商品交易總額約為人民幣11.5億元，其在全國共建立了七個總倉（其中二零二五年上半年新增一個總倉）及428個城市倉，進一步拓展其市場份額。我們相信深圳般果能有效滿足中小型水果供應商和夫妻老婆店的採購需求，在產業鏈上具有巨大滲透提升空間，從而幫助我們進一步提升供應鏈效率並擴大2B領域市場份額。

此外，我們的政企事業部專注於本集團企業客戶資源，致力於為企業客戶提供多元化的福利及各消費場景產品。政企事業部的主要業務功能包括優惠券業務及企業水果銷售。在銷售渠道方面，我們協同線上福利平台開展企業內購活動、與茶飲企業及健康行業企業等達成深度合作，全面滿足各種情境下的水果消費需求，建立強大的銷售網絡，進一步拓展我們的市場份額。

品類事業群

我們目前執行「高品質與高性價比水果專家與領導者」的運營策略。我們堅定地認為打造水果品類品牌，做有差異化的產品將為本公司在水果行業創造更大的市場空間。截至二零二五年六月三十日止六個月，招牌及A級水果銷售總額約佔百果園門店零售銷售總額的64.5%。招牌果讓我們在我們的競爭對手中脫穎而出。截止二零二五年六月三十日，我們已成功向市場推出共計51個招牌果自有產品品牌（包括摘桂冠（荔枝）及流瑩（小番茄）），且該招牌果自有產品品牌水果的零售銷售總額佔截至二零二五年六月三十日止六個月百果園門店零售銷售總額約14.9%。

為進一步深化顧客對招牌果的認知並凸顯我們的差異化優勢，二零二五年一月，我們在雲南省馬關縣舉辦了招牌墨珍寶紅果參上市發佈會；二零二五年三月，我們舉辦了花鳳金鳳梨產地溯源活動，邀請了多位達人和會員深入產地進行互動交流；二零二五年四月，我們與濰坊風箏節聯名，同時在青島開展春季招牌果限定快閃活動，現場有胭脂淚貴妃芒、花鳳金鳳梨、青妮王榴蓮等多款招牌果品。

此外，我們持續為供應商提供土壤改良、農業管理及採後保鮮技術，以提升果品質量、鎖定貨源並打造高標準的供應鏈生態系統，為推出更多招牌果及品類品牌打下基礎。

其他業務更新

圍繞零售核心環節，升級數智化系統

二零二五年上半年，我們對禮品卡商城小程序進行了升級，建立了數字化禮品能力，突破線下實體卡局限，豐富多樣的卡面和主題選擇，想要送禮的客戶可通過微信即時送達心意，能滿足消費者多樣化的贈禮需求。另外，我們也推出了「禮品售後無憂卡」，門店收銀機智能識別送禮需求，並打印「禮品售後無憂卡」，水果禮品享有者，可憑「售後無憂卡」享受我們的「不好吃，隨心退」售後服務。這一升級版的數字化贈禮平台使我們能夠提供多元化的服務產品，滿足客戶日益變化的需求，提供流暢的贈禮體驗。此外，通過這一戰略舉措，我們得以彰顯對客戶滿意度及創新服務解決方案的承諾，以提升品牌聲譽，進而擴大客戶覆蓋面。

業務展望及集團戰略

二零二五年上半年是我們踐行「高品質與高性價比水果專家與領導者」戰略最艱難的爬坡期。儘管如此，我們門店的客流仍顯著增加，銷售額回升並保持穩定，門店質量因此進一步優化。此外，我們亦在二零二五年上半年完成了門店網絡優化。展望未來，我們將繼續踐行為在為消費者提供豐富且有差異化的產品和服務的基礎上，兼顧高質價比的因素，鞏固核心客群的品牌價值感，佔領更多客戶心智。

在零售業務上，我們將迭代選品標準，強化鮮度管理，提升品控規範，確保產品質量和口感達到更高標準，提升用戶消費體驗和消費頻次。作為國內最大的水果零售渠道，我們有效洞察主流客戶不斷變化的消費趨勢，深入挖掘露營、節日出行、社交聚會等核心消費場景，提供創意多元化的產品矩陣，進一步滲透新用戶。同時，我們利用數據積累升級了科學定價系統，改進了算法，按更細化的城市商圈調整品類結構和價格策略，確保產品具備高轉化率和足夠價格競爭力。

在2B業務方面，我們將持續拓展更多品類以及海內外渠道，進一步擴大水果銷售市場份額。我們將持續開發新款水果禮盒，滿足2B客戶對福利禮品的定制需求；拓展全渠道2B客戶，進一步擴大2B客戶群；同時加強供應鏈能力建設，尤其是採購能力，通過取得優質國產水果及熱門進口水果的獨家分銷權，提升產品的競爭力及客戶對我們品牌的認知度。此外，本集團將堅定執行「全球採購，全球銷售」的戰略，推動來自不同產地的優質水果實現全球流通及貿易，讓世界各地消費者均能享用高品質的水果。

在品類品牌建設方面，我們將深化與供應商的合作，引進先進的農業技術及種子種苗，共同打造具有市場競爭力、能改變品類格局的大品類品牌，並賦能零售和2B業務，促進業務的協同效應，並提升我們的整體市場競爭力。在產品開發方面，我們將繼續著重水果產品的差異化及食品安全，通過創新產品品類及嚴格的產品全鏈品質管控，努力提升市場競爭力。一方面，我們將與政府合作，推出特色新產品，滿足消費者對獨特體驗的需求；另一方面，我們將繼續把食品安全放在首位，確保我們的產品符合水果行業的最高安全標準。

我們始終堅信，本公司「高品質與高性價比水果專家與領導者」的戰略將通過清晰的戰略規劃、紮實的業務佈局以及堅定的業務策略及計劃執行力，重新贏得消費者及加盟商對我們的信心，從而進一步鞏固我們的市場領先地位。我們的戰略措施不僅符合當前的消費趨勢，更符合可持續發展的要求，從而有助於提振市場對我們及我們產品的信心，推動本集團長期價值增長。我們深信，通過持續的戰略推進及創新，本集團將為股東、客戶、僱員及社會創造更大的財務及社會價值，為多方帶來可持續的回報。

管理層討論及分析

下表載列本集團於截至二零二五年六月三十日止六個月之未經審計綜合財務業績與截至二零二四年六月三十日止六個月之比較數據。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	人民幣千元	人民幣千元
收入	4,375,873	5,594,124
銷售成本	(4,160,322)	(4,975,616)
毛利	215,551	618,508
其他收入	17,423	27,415
其他收益淨額	6,993	22,517
銷售費用	(257,161)	(296,617)
管理費用	(216,248)	(168,696)
金融資產減值虧損撥備淨額	(39,920)	(8,884)
研發費用	(46,494)	(66,323)
營業(虧損)／利潤	(319,856)	127,920
財務收入	11,973	27,888
財務成本	(49,152)	(52,531)
財務成本淨額	(37,179)	(24,643)
分佔聯營公司及合營企業利潤／(虧損)淨額	4,069	(4,014)
除所得稅前(虧損)／利潤	(352,966)	99,263
所得稅費用	(285)	(15,308)
期內(虧損)／利潤	<u>(353,251)</u>	<u>83,955</u>
下列人士應佔(虧損)／利潤：		
本公司擁有人	(342,053)	88,506
非控股權益	<u>(11,198)</u>	<u>(4,551)</u>
	<u>(353,251)</u>	<u>83,955</u>

收入

下表分別載列本集團截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月按經營分部劃分的收入，以絕對金額及佔總收入的百分比表示。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二五年		二零二四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
水果及其他食品銷售	4,308,322	98.5	5,435,726	97.2
特許權使用費及特許經營收入	8,575	0.2	67,157	1.2
會員費收入	21,687	0.5	38,353	0.7
其他	37,289	0.8	52,888	0.9
總計	4,375,873	100.0	5,594,124	100.0

本集團的總收入由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣5,594.1百萬元減少約21.8%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣4,375.9百萬元。銷售水果及其他食品的收入佔本集團總收入的大部分，分別約佔截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月總收入的97.2%及98.5%。

本集團主要透過線下門店網絡（包括通過我們自行招募或通過區域代理引薦的加盟商開設的加盟門店及自營門店）分銷水果及其他食品。其亦通過線上渠道進行分銷。此外，其從事向若干主要客戶的直銷及小規模從事批發業務。

下表載列截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月本集團按分銷渠道劃分的水果及其他食品銷售收入明細，分別以絕對金額以及佔水果及其他食品銷售收入的百分比列示。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二五年		二零二四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店	3,076,920	71.4	4,011,787	73.8
自營門店	14,772	0.3	21,218	0.4
區域代理	479,212	11.1	627,807	11.5
直銷	700,473	16.3	712,778	13.1
線上渠道	36,945	0.9	62,136	1.2
總計	<u>4,308,322</u>	<u>100.0</u>	<u>5,435,726</u>	<u>100.0</u>

銷售水果及其他食品的收入減少主要是由於來自加盟門店的收入減少所致。

來自加盟門店的收入減少主要是由於以下各項的影響：(i)鑒於國內消費疲軟，本公司於二零二四年下半年採取措施優化毛利率較低的產品陣容，以滿足消費者對高品質與高性價比產品的需求；及(ii)本公司鼓勵加盟商將租金收入比高的門店搬遷至低租金收入比的門店，同時加盟商聚焦租金收入比更具可持續性的優勢門店，導致加盟店數量由截止二零二四年六月三十日的6,011家門店減少至截止二零二五年六月三十日的4,375家。

直銷收入減少乃主要由於本集團2B業務於海外市場的減少。由於二零二五年起海外市場對若干國家水果出口的限制，本集團向海外市場2B客戶出口水果及水果產品的銷售總額由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣141.0百萬元減少約19.6%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣113.3百萬元。由於本集團自二零二二年起持續實施優惠定價策略以擴大本集團2B業務客戶群，本集團來自國內市場2B客戶的銷售總額由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣571.8百萬元增加約2.7%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣587.1百萬元。

銷售成本

銷售成本由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣4,975.6百萬元減少約16.4%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣4,160.3百萬元。已售存貨成本佔本集團銷售成本的大部分，分別佔截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月本集團銷售成本總額的約96.1%及95.9%。銷售成本及已售存貨成本的減少幅度與水果及其他食品銷售收入的減少幅度不同，這是由於在國內消費疲弱的情況下，本公司自二零二四年下半年起採取措施優化毛利率較低的產品系列，以滿足消費者對高品質與高性價比產品的需求。

毛利及毛利率

由於以上所述，本集團的毛利由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣618.5百萬元減少約65.1%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣215.6百萬元。本集團的毛利率由截至二零二四年六月三十日止六個月的11.1%減少至截至二零二四年十二月三十一日止六個月的3.1%，其後略微上升至截至二零二五年六月三十日止六個月的4.9%，這主要是由於本公司自二零二四年下半年起採取措施優化毛利率較低的產品陣容，以滿足消費者在國內消費疲軟的大環下對高品質與高性價比產品的需求。本集團將繼續採取積極措施，包括豐富產品種類及優化產品組合，以提升毛利率。

其他收入

本集團的其他收入由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣27.4百萬元減少約36.4%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣17.4百萬元。該減少主要是由於與本公司對農業發展作出的貢獻有關的政府補助由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣14.5百萬元減少至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣2.1百萬元。

其他收益淨額

本集團錄得截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月的其他收益淨額分別為人民幣22.5百萬元及人民幣7.0百萬元。這主要是由於截至二零二五年六月三十日止六個月攤薄合營企業南京金色莊園農產品有限公司（「南京金色莊園」）投資所得虧損。

銷售費用

本集團的銷售費用由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣296.6百萬元減少約13.3%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣257.2百萬元。該減少主要是由於本集團銷售人員的人數由截至二零二四年六月三十日的1,228名減少至截至二零二五年六月三十日的1,035名。

管理費用

本集團的管理費用由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣168.7百萬元增加約28.2%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣216.2百萬元。該增加主要是由於實施本公司於二零二三年九月採納的股份獎勵計劃，導致截至二零二五年六月三十日止六個月的以股份為基礎的付款開支為人民幣17.7百萬元，而截至二零二四年同期為零，以及截至二零二五年六月三十日止六個月，因二零二四年第四季度開始的大規模系統性裁員而向僱員支付的遣散補償費為人民幣24.0百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月，因常規業務調整進行例行人力調整而產生的遣散補償費為人民幣2.7百萬元。

金融資產減值虧損撥備淨額

截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月的金融資產減值虧損淨額主要為貿易及其他應收款項的一般預期信貸虧損。截至二零二四年六月三十日止六個月，金融資產減值虧損撥備為人民幣8.9百萬元，而截至二零二五年六月三十日止六個月，金融資產減值虧損撥備為人民幣39.9百萬元。該虧損主要是由於加盟店關閉導致賬齡延長，進而導致預期信貸虧損增加。

研發費用

本集團的研發費用由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣66.3百萬元減少約29.9%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣46.5百萬元。該減少主要是由於本集團研發人員的人數由截止二零二四年六月三十日的374名減少至截止二零二五年六月三十日的288名。

財務成本淨額

財務收入由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣27.9百萬元減少約57.1%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣12.0百萬元，主要是由於銀行存款產生的利息收入減少所致。

財務成本由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣52.5百萬元減少約6.4%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣49.2百萬元，主要是由於銀行借款減少所致。

分佔於聯營公司及合營企業利潤／(虧損)淨額

本集團截至二零二五年六月三十日止六個月錄得應佔聯營公司及合營企業利潤淨額人民幣4.1百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月則錄得應佔聯營公司及合營企業虧損淨額人民幣4.0百萬元。分佔利潤乃主要由南京金色莊園所貢獻，其主要從事草莓貿易。

除所得稅前(虧損)／利潤

由於以上所述，本集團截至二零二五年六月三十日止六個月錄得除所得稅前虧損人民幣353.0百萬元，而本集團於截至二零二四年六月三十日止六個月錄得除所得稅前利潤人民幣99.3百萬元。這主要是由於(i)鑒於國內消費疲軟，本公司於二零二四年下半年採取措施優化毛利率較低的產品陣容，以滿足消費者對高品質與高性價比產品的需求；及(ii)本公司鼓勵加盟商將租金收入比高的門店搬遷至低租金收入比的門店，同時加盟商聚焦租金收入比更具可持續性的優勢門店，導致加盟店數量由截止二零二四年六月三十日的6,011家減少至截止二零二五年六月三十日的4,375家。

所得稅費用

所得稅費用由截至二零二四年六月三十日止六個月的人民幣15.3百萬元減少約98.1%至截至二零二五年六月三十日止六個月的人民幣0.3百萬元，主要是由於營業利潤減少導致應課稅收入減少。本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的除所得稅前利潤及其應課稅收入的減少幅度差異主要由於截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團部分附屬公司享有優惠稅務待遇及稅務豁免。

期內(虧損)/利潤

由於以上所述，截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團錄得的淨虧損約為人民幣353.3百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的淨利潤約為人民幣84.0百萬元。本集團的淨利潤率於截至二零二四年六月三十日止六個月為1.5%，而本集團於截至二零二五年六月三十日止六個月的淨虧損率為8.1%。

非香港財務報告準則計量 — 經調整淨(虧損)/利潤及經調整淨(虧損)/利潤率

為補充本集團根據香港財務報告準則呈列的綜合財務資料，本集團呈列經調整淨(虧損)/利潤及經調整淨(虧損)/利潤率(各自為非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量。經調整淨利潤界定為期內利潤經以股份為基礎的付款開支、與裁員或人力調整相關的遣散補償費及攤薄聯營公司及合營企業投資所得(虧損)/收益調整。經調整淨利潤率乃按期內經調整淨利潤除以有關期間的總收入計算。上述調整項目分別為於二零二四年五月二十日、二零二四年十一月二十日及二零二五年六月五日根據本公司二零二三年股份獎勵計劃授出的獎勵股份有關的開支、自二零二四年第四季度起大規模系統性裁員的遣散補償費及截至二零二五年六月三十日止六個月攤薄聯營公司廈門微玉生態農業有限公司及合營企業南京金色莊園投資所得虧損。

本集團使用未經審計非香港財務報告準則計量作為額外財務計量，以補充綜合財務資料及透過撇除本集團認為並非本集團業務表現指標的若干非經常性項目及其他項目的影響評估本集團的財務表現。本集團經營所在行業的其他公司的非香港財務報告準則計量可能與本集團不同。非香港財務報告準則計量並非香港財務報告準則項下經營表現或流動資金的計量，且不應被視為替代或優於香港財務報告準則項下除稅前利潤或經營活動所得現金流量。

非香港財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代本集團根據香港財務報告準則所呈報業績的分析。本集團呈列該非香港財務報告準則項目不應被視為本集團未來業績將不受不尋常或非經常性項目影響的推斷。

下表載列於所示期間根據香港財務報告準則計算的期內(虧損)/利潤及淨(虧損)/利潤率分別與經調整淨(虧損)/利潤及經調整淨(虧損)/利潤率的對賬。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	人民幣千元	人民幣千元
期內（虧損）／利潤（根據香港財務報告準則所呈報）	(353,251)	83,955
加：以股份為基礎的付款開支	17,688	4,959
加：與裁員或人力調整相關的遣散補償費	24,002	2,718
加：攤薄聯營公司及合營企業投資所得虧損／（收益）	16,407	(3,658)
期內經調整淨（虧損）／利潤（非香港財務報告準則計量）	<u>(295,154)</u>	<u>87,974</u>
淨（虧損）／利潤率（根據香港財務報告準則所呈報）	(8.1%)	1.5%
經調整淨（虧損）／利潤率（非香港財務報告準則計量）	(6.7%)	1.6%

流動資金及資金來源

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團主要通過業務經營所得現金、本公司股東（「股東」）出資及銀行借款為經營提供資金。

資本結構

截至二零二五年六月三十日，本集團的資產淨值為人民幣2,465.2百萬元，而截至二零二四年十二月三十一日則為人民幣2,810.3百萬元。截至二零二五年六月三十日，資產淨值主要包括流動資產人民幣5,082.7百萬元、非流動資產人民幣2,201.4百萬元、流動負債人民幣4,092.7百萬元及非流動負債人民幣726.2百萬元。

現金及銀行結餘

截至二零二四年十二月三十一日，本集團的現金及銀行存款為人民幣2,340.2百萬元，而截至二零二五年六月三十日則為人民幣2,316.5百萬元，其包括不受限制現金及現金等價物人民幣1,954.9百萬元以及限制性銀行存款人民幣361.6百萬元。

截至二零二四年十二月三十一日及二零二五年六月三十日，本集團的現金及現金等價物主要以人民幣（「人民幣」）計值。

財務風險

本集團面臨與現金及銀行結餘、銀行借款及固定利率應收貸款有關的利率風險。管理層認為整體利率風險屬不重大。本集團在銀行存有外幣現金，使本集團面臨外匯風險。本集團並無使用任何衍生合同以對沖外匯風險。管理層通過密切監控外幣匯率的變動來管理其貨幣風險，並將採取謹慎措施將貨幣折算風險降至最低。

全球發售的所得款項用途

本公司於二零二三年第一季度完成全球發售及上市，且其H股於二零二三年一月十六日（「上市日期」）於聯交所主板成功上市。在扣除承銷佣金及本公司收到的與全球發售有關的其他估計費用後，本公司自全球發售（包括部分行使超額配股權）籌得的所得款項淨額約為474.0百萬港元（「所得款項淨額」）。

下表載列截止二零二五年六月三十日本集團所得款項淨額的使用情況：

所得款項淨額 擬定用途	經調整 所得款項 淨額分配 ⁽¹⁾ (百萬)	經調整 佔所得款項 淨額總額 百分比 ⁽¹⁾	直至二零二四年 十二月三十一日 已動用所得 款項淨額之金額 (百萬)	截至二零二五年 六月三十日止 六個月已動用 所得款項 淨額之結餘 (百萬)	截至二零二五年 六月三十日 未動用所得款項 淨額之結餘 (百萬)	預期時間表 ⁽²⁾
改善及提升營運及 供應鏈系統	23.3港元	4.9%	11.4港元	11.9港元	零	—
升級及改善核心骨幹 信息科技系統及 基礎設施	169.5港元	35.8%	92.4港元	68.2港元	8.9港元	二零二六年 十二月 三十一日前
償還部分計息銀行借款	91.5港元	19.3%	91.5港元	零	零	—
作為營運資金及其他 一般企業用途使用	189.7港元	40.0%	23.3港元	156.5港元	9.9港元	二零二五年 十二月 三十一日前
總額	474.0港元	100.0%	218.6港元	236.6港元	18.8港元	

附註：

- 根據按比例調整的所得款項淨額的實際金額計算，其後根據董事會於二零二五年二月七日經考慮本公司的經營狀況及業務策略後議決，並於二零二五年三月六日獲本公司股東批准，重新分配截至二零二五年二月七日尚未動用的所得款項淨額而作出調整，惟用於償還本集團計息銀行借款的固定金額91.5百萬港元除外。有關所得款項淨額分配調整之詳情載於本公司日期為二零二五年二月七日的公告及日期為二零二五年二月十八日的通函（「重新分配與調整公告及通函」）。
- 根據本集團目前對其業務計劃及市況的估計，可能會變動及調整。

截止二零二五年六月三十日，未動用所得款項淨額已存入中國持牌銀行作為短期計息存款。本集團擬按重新分配與調整公告及通函所披露的方式動用所得款項淨額。

債務

截止二零二五年六月三十日，本集團擁有非即期銀行借款總額人民幣267.4百萬元及短期銀行借款人民幣2,282.9百萬元。該等未償還銀行借款以人民幣計值及大部分以固定利率計息，其餘部分以浮動利率計息。

本集團使用資本負債比率（資本負債比率=年末借款總額／總權益再乘以100%）以監控其資本結構。本集團的資本負債比率由截止二零二四年十二月三十一日的89.3%增加至截止二零二五年六月三十日的103.5%，主要是由於總權益減少。總權益減少主要歸因於本公司自二零二四年下半年起主動推進戰略轉型與經營效率升級的階段性影響，導致錄得本公司應佔虧損。董事會認為戰略轉型已於二零二五年上半年完成，本公司將繼續通過豐富產品品類、優化產品結構、擴大門店網絡等積極措施提升整體盈利能力。

抵押資產

截至二零二五年六月三十日，本集團就其銀行借款抵押使用權資產人民幣45.5百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣47.7百萬元）及本集團分類為物業、廠房及設備的樓宇人民幣21.4百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣22.0百萬元）。

現金流量

截至二零二五年六月三十日止六個月，經營活動所用現金淨額為人民幣123.2百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月，經營活動所得現金淨額為人民幣277.7百萬元，主要是由於截至二零二五年六月三十日止六個月經營活動所用現金乃由貿易應付款項減少人民幣61.6百萬元及按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣60.1百萬元所致。貿易應付款項減少主要由於本公司自二零二四年下半年起實施戰略轉型，關閉門店以結清貿易應付款項。該戰略轉型已於二零二五年上半年完成。

截至二零二五年六月三十日止六個月，投資活動所得現金淨額為人民幣191.4百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣1,002.7百萬元，該變動主要受以下因素的淨影響：截至二零二五年六月三十日止六個月，就位於中國深圳市鹽田區的新辦公樓支付物業、廠房及設備款項，以及以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產所得款項淨額分別為人民幣27.1百萬元及人民幣227.7百萬元。

截至二零二五年六月三十日止六個月，融資活動所用現金淨額為人民幣8.3百萬元，而截至二零二四年六月三十日止六個月，融資活動所得現金為人民幣905.8百萬元，該變動主要受以下因素的淨影響：供應商融資安排項下的還款人民幣113.6百萬元及贖回受限制存款淨額人民幣118.5百萬元。

金融資產、資本及投資管理

本集團不時投資理財產品（主要為結構性存款），以更方便現金管理。結構性存款為保本型產品，通常有固定的短期期限，並可在各自的到期日贖回，因此本質上風險相對較低。本集團的結構性存款列賬為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產。在較小程度上，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入損益的長期金融資產的公允價值收益，即主要為與相關協議項下可轉換為借款人股權的貸款有關的可轉換債務。此外，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產，包括(i)非上市股本證券及(ii)本集團投資於其認為具備發展潛力的公司的上市股本證券。

截止二零二五年六月三十日，本集團擁有(i)結構性存款（列為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產）人民幣487.7百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣669.7百萬元）；(ii)以公允價值計量且其變動計入損益的其他金融資產人民幣50.0百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣83.7百萬元）；及(iii)以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產人民幣37.5百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣35.9百萬元）。

本集團已實施資本及投資政策以監控及控制與投資活動相關的風險。本集團一般只在有剩餘現金時才投資於理財產品，原則上僅有權投資於低風險及高流動性產品，且該等投資應屬非投機性質。本集團的資本及投資政策亦規定了選擇投資項目的標準，以及每項建議投資項目應經過的詳細審查程序。

鑒於低利率趨勢下賺取較活期儲蓄或定期存款利率相對高的回報的裨益，以及結構性存款的保本性質及於相對短期內到期，董事認為，結構性存款對本集團的風險為小，且結構性存款的條款及條件屬公平合理，且符合本公司及其股東的整體利益。

資本開支

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的資本開支為人民幣27.1百萬元，主要用於支付本集團位於中國深圳市鹽田區在建的新辦公樓。

本集團主要通過經營所得現金、銀行借款及全球發售所得款項為我們的資本開支提供資金。

或有負債及擔保

截止二零二五年六月三十日，本集團並無任何或有負債、擔保或任何針對本集團的重大訴訟。

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購以及出售

認購理財產品

二零二五年上半年，本集團認購了中信銀行股份有限公司（「**中信銀行**」）及北京銀行股份有限公司（「**北京銀行**」）的若干理財產品，詳情載於下文。

- **認購中信銀行理財產品**

二零二五年一月二日，本公司認購本金總額為人民幣200百萬元的中信銀行結構性存款產品，預計年化收益率為1.05%或2.18%（取決於相關掛鉤標的定盤價格）（認購事項13）。

二零二五年三月十一日，本公司認購本金總額為人民幣140百萬元的中信銀行結構性存款產品，預計年化收益率為1.05%或2.20%（取決於相關掛鉤標的定盤價格）（認購事項15）。

二零二五年四月九日，本公司認購本金總額為人民幣160百萬元的中信銀行結構性存款產品，預計年化收益率為1.05%或2.13%（取決於相關掛鉤標的定盤價格）（認購事項17）。

- **認購北京銀行理財產品**

二零二五年一月十五日，本公司認購本金總額為人民幣170百萬元的北京銀行結構性存款產品，預計年化收益率為1.05%或2.15%（取決於相關掛鈎標的定盤價格）（認購事項14）。

二零二五年三月十八日，本公司認購本金總額為人民幣180百萬元的北京銀行結構性存款產品，預計年化收益率為1.30%或1.85%（取決於相關掛鈎標的定盤價格）（認購事項16）。

中信銀行結構性存款理財產品及北京銀行結構性存款理財產品均為信譽良好的商業銀行發行的相關風險相對較低的短期保本理財產品。因此，認購該等結構性存款理財產品的風險相對較低，亦符合本集團內部風險管理、現金管理及投資政策。認購該等結構性存款理財產品被視為本集團庫務管理的一部分，經考慮（其中包括）風險等級、投資回報及到期期限，旨在將本公司未動用資金的收益最大化，並帶來更高的資金回報。截至二零二五年六月三十日，與認購事項16及認購事項17相關的理財產品除外，上文提及的所有其他認購事項均已到期並悉數贖回。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為二零二五年一月三日、二零二五年一月十六日、二零二五年三月十二日、二零二五年三月十九日及二零二五年四月九日的公告。

除上文所披露者外，於二零二五年上半年，本公司並無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購或出售。

此外，除招股章程中「業務」及「未來計劃及所得款項用途」各節所披露的擴張計劃及按重新分配與調整公告及通函所述調整外，本集團目前並無涉及重大資產或其他業務的重大投資或收購，或出售附屬公司、聯營公司及合營企業的任何具體計劃。然而，本集團將繼續物色新的業務開發機會。

週轉率

存貨平均週轉天數由截至二零二四年六月三十日止六個月的10.9天略微增加至截至二零二五年六月三十日止六個月的12.3天。

貿易應收款項平均週轉天數由截至二零二四年六月三十日止六個月的34.2天略微增加至截至二零二五年六月三十日止六個月的35.8天，主要是由於本公司的總收入下降約21.8%。我們已採取各項措施，以維持貿易應收款項週轉天數。我們定期覆核加盟商及直銷客戶的還款進度，並每月檢討賬齡。對於出現超出三個月賬齡的貿易應收款項，我們會指派專人跟進催繳未償還款項。我們認為，我們當前的信貸控制政策有效落實。

貿易應付款項平均週轉天數由截至二零二四年六月三十日止六個月的14.1天增加至截至二零二五年六月三十日止六個月的21.5天，主要是由於本公司自二零二四年第四季度起延長其結算政策。

僱員及僱員福利開支

截止二零二五年六月三十日，本集團共有2,156名僱員，其中約16.7%來自營銷部門，15.2%來自運營及門店管理部門，16.9%來自生產及物流部門以及13.4%來自IT部門。

本集團高度重視人才的發展及儲備，以支持可持續性發展。其為管理層及其他僱員建立了完善的人才培養系統。本集團提供全方位的人才培養計劃，分別培養綜合管理、上游種植及市場運營各領域英才。

本集團已開發出一套績效評估系統，用來每年評估其僱員的表現，這構成了釐定僱員可能收取的薪酬水準、獎金及晉升的基準。銷售及營銷人員亦可根據彼等完成的銷售目標，經計及相關期間相同區域市場的門店整體銷售表現收取獎金。

於二零二五年上半年，本集團產生的僱員福利開支總額為人民幣338.2百萬元，佔本集團同期總收入的約7.7%。

此外，本公司於二零二三年九月二十八日採納了一項股份獎勵計劃，以激勵或獎勵對本集團作出貢獻的合資格人員（包括對本集團作出突出貢獻的本集團經理級別或以上的管理人員及其他核心僱員及董事會認為合適的服務供應商）。

主要供應商及主要客戶

截至二零二五年六月三十日止六個月，按總金額計，自本集團最大供應商作出的採購額分別佔本集團同期採購成本總額的約5.3%，而自其前五大供應商作出的採購總額合共佔本集團同期採購成本總額的20.4%。

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團最大客戶貢獻的收入佔本集團同期總收入的約1.5%，而其前五大客戶貢獻的總收入佔本集團同期總收入的約6.6%。前五大客戶全部為本集團的加盟商。

儲備

截止二零二五年六月三十日，本公司可供分派予股東的儲備為約人民幣94.5百萬元。

財務資料

中期簡明綜合損益表

	附註	截至六月三十日止六個月 二零二五年 人民幣千元 (未經審計)	二零二四年 人民幣千元 (未經審計)
收入	3	4,375,873	5,594,124
銷售成本	4	<u>(4,160,322)</u>	<u>(4,975,616)</u>
毛利		215,551	618,508
其他收入		17,423	27,415
其他收益淨額		6,993	22,517
銷售費用	4	(257,161)	(296,617)
管理費用	4	(216,248)	(168,696)
金融資產減值虧損撥備淨額		(39,920)	(8,884)
研發費用	4	<u>(46,494)</u>	<u>(66,323)</u>
營業(虧損)/利潤		(319,856)	127,920
財務收入		11,973	27,888
財務成本		<u>(49,152)</u>	<u>(52,531)</u>
財務成本淨額		(37,179)	(24,643)
分佔聯營公司及合營企業利潤 /(虧損)淨額		<u>4,069</u>	<u>(4,014)</u>
除所得稅前(虧損)/利潤		(352,966)	99,263
所得稅費用	5	<u>(285)</u>	<u>(15,308)</u>
期內(虧損)/利潤		<u><u>(353,251)</u></u>	<u><u>83,955</u></u>
下列人士應佔(虧損)/利潤：			
本公司擁有人		(342,053)	88,506
非控股權益		<u>(11,198)</u>	<u>(4,551)</u>
		<u><u>(353,251)</u></u>	<u><u>83,955</u></u>
本公司擁有人應佔每股(虧損)/盈利 基本及攤薄(以每股人民幣分列示)	6	<u><u>(23.43)</u></u>	<u><u>5.83</u></u>

中期簡明綜合全面收益表

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審計)	二零二四年 人民幣千元 (未經審計)
附註		
期內(虧損)/利潤	(353,251)	83,955
其他綜合收益		
其後不會重新分類至損益的項目		
以公允價值計量且其變動計入其他綜合 收益(「以公允價值計量且其變動計入 其他綜合收益」)的金融資產公允價值變動	641	3,520
與以公允價值計量且其變動計入 其他綜合收益有關的所得稅	(86)	240
期內其他綜合收益(扣除稅項)	555	3,760
期內綜合(虧損)/收益總額	(352,696)	87,715
下列人士應佔期內綜合(虧損)/收益總額：		
本公司擁有人	(341,498)	92,266
非控股權益	(11,198)	(4,551)
	(352,696)	87,715

中期簡明綜合財務狀況表

	附註	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		621,462	628,200
使用權資產		430,111	458,651
投資物業		2,308	2,352
無形資產		251,980	257,960
於聯營公司及合營企業的權益		345,714	357,283
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益 的金融資產		37,483	35,913
以公允價值計量且其變動計入損益(「以公允 價值計量且其變動計入損益」)的金融資產		49,967	61,960
限制性銀行存款		1,009	1,009
長期銀行存款		63,299	81,835
按金、預付款項及其他應收款項		385,501	428,792
遞延稅項資產		12,605	9,153
		2,201,439	2,323,108
流動資產			
存貨		238,698	330,131
生物資產		5,454	7,133
貿易應收款項	8	773,030	965,281
按金、預付款項及其他應收款項		1,319,351	1,224,273
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產		487,687	691,441
應收聯營公司及合營企業款項		6,353	20,906
限制性銀行存款		360,587	445,436
短期銀行存款		74,429	53,586
現金及現金等價物		1,817,137	1,758,293
		5,082,726	5,496,480
資產總值		7,284,165	7,819,588

	附註	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
負債			
非流動負債			
銀行借款		267,406	161,924
其他應付款項		85,807	92,521
合同負債		6,220	11,212
租賃負債		361,045	378,098
遞延稅項負債		5,755	6,295
		<u>726,233</u>	<u>650,050</u>
流動負債			
貿易應付款項	9	466,294	527,870
應計費用及其他應付款項		1,270,689	1,291,407
應付股息	7	10,006	—
合同負債		22,276	13,429
應付所得稅		1,777	1,106
應付聯營公司及合營企業款項		3,075	19,527
供應商融資安排項下的負債		15,119	128,721
銀行借款		2,282,929	2,346,721
租賃負債		20,565	30,459
		<u>4,092,730</u>	<u>4,359,240</u>
負債總額		<u>4,818,963</u>	<u>5,009,290</u>
資產淨值		<u>2,465,202</u>	<u>2,810,298</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本		1,539,338	1,588,544
儲備		834,332	1,119,024
		<u>2,373,670</u>	<u>2,707,568</u>
本公司擁有人應佔的資本及儲備		<u>2,373,670</u>	<u>2,707,568</u>
非控股權益		91,532	102,730
權益總額		<u>2,465,202</u>	<u>2,810,298</u>

中期簡明綜合財務資料附註

1 一般資料

本公司於二零零一年十二月三日在中華人民共和國（「中國」）註冊成立，是一家根據《中華人民共和國公司法》成立的有限責任公司，並於二零二零年四月十日轉為股份有限公司。本公司註冊辦公地址為：中國深圳市鹽田區海山街道鵬灣社區深鹽路2005號百果園科技大廈。

本公司股份已自二零二三年一月十六日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）主要從事經營加盟零售網絡及水果貿易。本集團的最終控制方為余惠勇先生（「余先生」）。

本中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有列明者外，所有價值已約整至最接近的千元數（「人民幣千元」）。

2 編製基準及會計政策

2.1 編製基準

截至二零二五年六月三十日止六個月的中期簡明綜合財務資料根據香港會計準則（「香港會計準則」）第34號「中期財務報告」擬備。中期簡明綜合財務資料應與截至二零二四年十二月三十一日止年度的年度報告一併閱讀，該報告根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。

2.2 會計政策

所應用之會計政策與編製本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度的財務報表所應用者（如該等年度綜合財務報表所述）一致，惟所得稅估計及採納下文所載新訂準則、準則修訂本及詮釋除外。

(a) 本集團已採納的新訂及經修訂準則

二零二五年一月一日或之後開始的財務報告期首次應用以下新訂及經修訂準則：

香港會計準則第21號及香港財務報告準則第1號之修訂本	缺乏可交換性
----------------------------	--------

截至二零二五年六月三十日止六個月已修訂準則已頒佈但尚未生效，且未提前採納：

		於以下日期或其後 開始之會計期間生效
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號之修訂本	金融工具分類及計量； 涉及依賴自然能源生產電力的合同	二零二六年一月一日
香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號	香港財務報告準則會計準則的年度改進 — 第11卷	二零二六年一月一日
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露	二零二七年一月一日
香港財務報告準則第19號	無公眾問責性的 附屬公司：披露	二零二七年一月一日
香港詮釋第5號之修訂本	香港詮釋第5號財務報表呈列 — 借款人對包含 按要求償還條款 的定期貸款的分類	二零二七年一月一日
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂本	投資者及其聯營公司 或合營企業之間 的資產出售或分配	待定

管理層正在評估採納上述修訂準則的財務影響。本集團將於修訂準則生效時予以採納。

3 收入及分部資料

(a) 分部及主要活動說明

本公司執行董事即為主要經營決策者（「**主要經營決策者**」）。主要營運決策者審閱本集團內部報告以評估表現及分配資源，以及基於該等報告釐定經營分部。

主要經營決策者評估本集團於以下可呈報經營分部的業績：

- 經營加盟及自營零售網絡（「**加盟**」）
- 銷售水果及其他食品 — 水果貿易（「**貿易**」）
- 其他

主要經營決策者根據分部業績計量評估經營分部的表現。該計量基準不包括公允價值損益對結構性存款、核數師酬金、法律及專業費用、所得稅費用、銀行存款利息收入以及借款利息費用的影響。向主要經營決策者提供的其他資料以與中期簡明綜合財務資料一致的方式計量。

(b) 分部收入及業績

	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至二零二五年六月三十日止六個月 (未經審計)				
合同收入	3,807,687	724,421	24,956	4,557,064
減：分部間收入	—	(168,370)	(12,821)	(181,191)
來自外部客戶收入	3,807,687	556,051	12,135	4,375,873
分部業績	(275,551)	10,688	(12,810)	(277,673)
未分配其他收益淨額				6,444
未分配企業費用				(56,531)
未分配財務收入				11,973
未分配財務成本				(37,179)
除所得稅前虧損				(352,966)
所得稅費用				(285)
期內虧損				(353,251)
折舊及攤銷	53,362	7,262	6,135	66,759
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	17,708	2,198	7,205	27,111
使用權資產	6,414	4,850	—	11,264
無形資產	1,193	13	—	1,206

	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至二零二四年六月三十日止六個月				
(未經審計)				
合同收入	5,032,445	747,997	19,491	5,799,933
減：分部間收入	–	(194,532)	(11,277)	(205,809)
來自外部客戶收入	<u>5,032,445</u>	<u>553,465</u>	<u>8,214</u>	<u>5,594,124</u>
分部業績	150,401	23,916	(15,002)	159,315
未分配其他收益淨額				6,723
未分配企業費用				(57,035)
未分配財務收入				27,888
未分配財務成本				<u>(37,628)</u>
除所得稅前利潤				99,263
所得稅費用				<u>(15,308)</u>
期內利潤				<u><u>83,955</u></u>
折舊及攤銷	57,190	6,562	4,821	68,573
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	46,257	6,709	35,968	88,934
使用權資產	12,484	3,584	876	16,944
無形資產	<u>806</u>	<u>–</u>	<u>–</u>	<u>806</u>

(c) 地區分部

按地區市場劃分的本集團收入分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
中國大陸	4,262,532	5,453,097
印度尼西亞	40,817	68,815
新加坡	40,567	30,372
香港及其他國家	31,957	41,840
	<u>4,375,873</u>	<u>5,594,124</u>

本集團99%以上的資產及負債均位於中國大陸。因此，並無按地區分部呈列分部資產及負債（二零二四年十二月三十一日：相同）。

截至二零二五年六月三十日止六個月，概無任何單一外部客戶對本集團的收入貢獻超過10%（截至二零二四年六月三十日止六個月：相同）。

4 按性質劃分的費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
已出售存貨成本	3,991,077	4,780,592
僱員福利開支(包括董事酬金)	338,244	331,252
物業、廠房及設備折舊	30,155	25,633
使用權資產折舊	29,418	33,992
無形資產攤銷	7,186	8,948
核數師酬金(附註a)	2,300	2,300
法律及專業費用	54,231	54,735
運輸費用	77,561	97,914
營銷及推廣費用	37,050	51,988
辦公用品	3,155	3,735
人工成本(附註b)	50,181	42,711
短期租賃相關開支	15,038	15,738
交通差旅費	5,796	7,750
娛樂費	2,019	4,790
水電費用	7,089	7,046
其他稅項費用	7,067	10,700
其他	22,658	27,428
	4,680,225	5,507,252
指：		
銷售成本	4,160,322	4,975,616
銷售費用	257,161	296,617
管理費用	216,248	168,696
研發費用	46,494	66,323
	4,680,225	5,507,252

附註：

(a) 結餘包括境外核數師的審計服務酬金人民幣1,700,000元(截至二零二三年六月三十日止六個月：人民幣1,700,000元)及境內核數師的審計服務酬金人民幣600,000元(截至二零二三年六月三十日止六個月：人民幣600,000元)。

(b) 結餘指本集團負責在倉庫及配送中心工作的外包員工的人力資源公司產生的成本。

5 所得稅費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
即期所得稅	4,362	16,305
遞延稅項	(4,077)	(997)
所得稅費用	285	15,308

所得稅費用乃通過採用適用於預期年度盈利總額的稅率確認。

6 每股盈利

(a) 每股基本(虧損)／盈利

每股基本(虧損)／盈利乃根據截至二零二五年六月三十日止六個月歸屬於本公司擁有人的(虧損)／利潤除以已發行加權平均普通股股數計算(不包括本公司根據股份獎勵計劃及以註銷為目的購回的普通股)(二零二四年：相同)。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審計)	二零二四年 (未經審計)
歸屬於本公司擁有人的(虧損)／利潤(人民幣千元)	(342,053)	88,506
已發行加權平均股數(千股)	<u>1,459,919</u>	<u>1,519,412</u>
每股基本(虧損)／盈利(以人民幣分表示)	<u>(23.43)</u>	<u>5.83</u>

(b) 每股攤薄(虧損)／盈利

截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司擁有一類可攤薄潛在普通股：股份獎勵，該獎勵被視為或有可發行股份，而於二零二五年六月三十日該條件尚未滿足(二零二四年：相同)。因此，截至二零二五年六月三十日止六個月的每股攤薄虧損與每股基本虧損相同(二零二四年：每股攤薄盈利與每股基本盈利相同)。

7 股息

截至二零二四年十二月三十一日止年度的末期股息每股普通股人民幣0.0065元(相當於年內合共約人民幣10,006,000元)已獲本公司股東於其年度股東大會上批准，並已於二零二五年六月三十日的中期簡明綜合財務狀況表中確認為應派付股息。

董事會不建議就截至二零二五年六月三十日止期間派付中期股息(二零二四年：相同)。

8 貿易應收款項

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項總額	856,350	1,034,749
減：虧損撥備	(83,320)	(69,468)
貿易應收款項淨額	<u>773,030</u>	<u>965,281</u>

本集團向客戶允諾達90日的信貸期。貿易應收款項(扣除虧損撥備前)按發票日的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
1至90日	553,115	653,062
91至180日	189,573	285,007
181至365日	41,603	36,101
一年以上	72,059	60,579
	<u>856,350</u>	<u>1,034,749</u>

於二零二五年六月三十日，信貸風險的最高風險敞口為上述貿易應收款項的賬面值，且本集團並未持有任何抵押品作為擔保(二零二四年十二月三十一日：相同)。

9 貿易應付款項

按發票日期作出貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審計)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審計)
1至30日	433,047	474,711
31至60日	18,155	20,879
61至90日	1,841	6,859
90日以上	13,251	25,421
	<u>466,294</u>	<u>527,870</u>

於二零二五年六月三十日，本集團貿易應付款項的賬面值與其公允價值相若並以人民幣計值(二零二四年十二月三十一日：相同)。

其他資料

中期股息

董事會已決議不宣派截至二零二五年六月三十日止六個月的中期股息。

企業管治實踐

本公司致力於保持高標準的企業管治，以保障股東的權益及提升企業價值與責任。本公司已採納聯交所證券上市規則（「**上市規則**」）附錄C1所載的企業管治守則（「**企業管治守則**」），作為其本身的企業管治守則。

截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司遵守企業管治守則項下的所有適用守則條文，並採納其中所載大部分最佳常規。

證券交易標準守則

自上市日期起，本公司已採納上市規則附錄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**」）作為本公司董事、監事（「**監事**」）及有關僱員進行所有證券交易及標準守則所涵蓋的其他事項的操守守則。

經向所有董事及監事作出具體查詢後確認，截至二零二五年六月三十日止六個月，全體董事及監事均已遵守標準守則所載的規定標準。於前述期間，本公司並無知悉有關僱員違反標準守則的情況。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份，如有）。截止二零二五年六月三十日，本公司並未持有任何庫存股份。

公眾持股量

根據本公司可獲得之公開資料及就董事所知，截至二零二五年六月三十日止六個月及直至本公告日期，本公司一直維持上市規則所規定之足夠公眾持股量。本公司註冊總股本至少25%由公眾人士持有。

期後事項

截止本公告日期，於二零二五年六月三十日後並無發生影響本集團的重大事件。

審核委員會

董事會已成立審核委員會，包括兩名獨立非執行董事及一名非執行董事，即吳戰箴博士(主席)、馬瑞光先生及焦岳先生。審核委員會亦已採納書面職權範圍，清楚載列其職責及責任(職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱)。

審核委員會已連同本公司高級管理層審閱本集團所採納之會計原則及慣例以及本集團截至二零二五年六月三十日止六個月之未經審計中期簡明綜合財務資料。

羅兵咸永道會計師事務所的工作範圍

中期簡明綜合財務資料未經審計，但已由本集團核數師羅兵咸永道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。

刊登二零二五年中期業績及二零二五年中期報告

本中期業績公告刊登於本公司網站(www.pagoda.com.cn)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)。本公司截至二零二五年六月三十日止六個月的中期報告(載有上市規則規定的所有資料)將根據上市規則的規定於指定時間向股東發佈並於本公司及聯交所各自網站刊登。

承董事會命
深圳百果園實業(集團)股份有限公司
董事長兼執行董事
余惠勇

中華人民共和國，深圳
二零二五年八月二十一日

截至本公告日期，董事會包括執行董事余惠勇先生、徐艷林女士、田錫秋先生及朱啟東先生；非執行董事焦岳先生；及獨立非執行董事蔣岩波博士、馬瑞光先生、吳戰箴博士、張以德先生及朱舫女士。