

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，概不對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。



MIXUE Group
蜜雪冰城股份有限公司
(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：2097)

截至2025年6月30日止六個月
中期業績公告

蜜雪冰城股份有限公司（「本公司」，連同其附屬公司，統稱「本集團」）董事（「董事」）會（「董事會」）謹此公佈本公司截至2025年6月30日止六個月（「報告期」）的未經審核綜合中期業績，連同截至2024年6月30日止六個月的比較數字。

於本公告內，「我們」指本公司，或如文義另有所指，指本集團。除本公告另有界定者外，本公告內所用詞彙與本公司日期為2025年2月21日的招股章程（「招股章程」）所界定者具有相同涵義。

中期業績摘要

	截至6月30日止六個月		
	(未經審核)	(未經審核)	同比變動
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	
收入	14,874,809	10,677,054	39.3%
毛利	4,706,373	3,402,695	38.3%
期內利潤	2,718,214	1,886,899	44.1%
每股基本盈利 (人民幣元)	7.23	5.23	38.2%

管理層討論與分析

財務回顧

收入

本集團截至2025年6月30日止六個月錄得收入為人民幣14,874.8百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣10,677.1百萬元增加39.3%。該增加主要歸因於商品和設備銷售產生的收入增加，其次是加盟和相關服務產生的收入增加。

商品和設備銷售的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣10,384.2百萬元增加39.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣14,494.7百萬元。加盟和相關服務的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣292.9百萬元增加29.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣380.1百萬元。該增加主要歸因於我們的門店網絡擴張。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,274.4百萬元增加39.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣10,168.4百萬元，主要是由於銷售額增加。

毛利

截至2025年6月30日止六個月，本集團的毛利為人民幣4,706.4百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣3,402.7百萬元增加38.3%。

具體而言，商品和設備銷售的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的30.5%降低至截至2025年6月30日止六個月的30.3%，這主要是由於若干原材料採購成本的上升及收入的結構變化。

我們的加盟和相關服務的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的81.7%上升至截至2025年6月30日止六個月的82.7%，這主要是由於我們的加盟門店網絡持續擴張，從而增強了規模經濟效益。

其他收入及收益淨額

我們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80.9百萬元增加96.0%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣158.6百萬元，主要是由於我們不斷增加的定期存款所帶來的利息收入增加及政府補助增加，部分被外幣存款的匯兌損失所抵銷。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣651.5百萬元增加40.2%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣913.7百萬元。截至2025年6月30日止六個月，銷售及分銷開支佔我們總收入的6.1%，與截至2024年6月30日止六個月的6.1%持平。

行政開支

我們的行政開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣279.5百萬元增加56.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣437.7百萬元。截至2025年6月30日止六個月，行政開支佔我們總收入的2.9%，較截至2024年6月30日止六個月的2.6%略升0.3個百分點。

研發開支

我們的研發開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣40.3百萬元增加1.7%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣41.0百萬元。截至2025年6月30日止六個月，研發開支佔我們總收入的0.3%，與截至2024年6月30日止六個月的0.4%基本持平。

財務成本

我們的財務成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣4.4百萬元減少52.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2.1百萬元，主要是由於償還銀行借款。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣614.9百萬元增加22.0%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣750.1百萬元，主要是由於我們的稅前利潤增加。

期內利潤

由於上述變動，我們的期內利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,886.9百萬元增加44.1%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,718.2百萬元。

流動資金和撥款來源

本集團採取審慎的流動資金管理政策。截至2025年6月30日止六個月期間，我們滿足現金需求的資金主要來源於業務運營所得現金。截至2025年6月30日，本集團現金及現金等價物、定期存款及受限制現金以及以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產為人民幣17,611.8百萬元，較截至2024年12月31日的人民幣11,109.5百萬元增加58.5%，該增加主要歸因於(i)經營活動產生現金淨額，及(ii)報告期間我們於香港公開發售及超額配股權獲行使所得款項。

計息銀行及其他借款

截至2025年6月30日，本集團無任何計息銀行及其他借款（截至2024年12月31日：零）。

重大投資

截至2025年6月30日，本集團並無按單一基準作出或持有任何重大投資（包括任何對被投企業投資價值等於或大於本集團截至2025年6月30日資產總值5%的投資）（截至2024年12月31日：零）。

重大收購及出售

自上市日期起至2025年6月30日期間，本集團並未進行任何有關附屬公司、合併聯屬實體、聯營公司及合營企業的重大收購或出售。

資產質押

截至2025年6月30日，本集團並未抵押或質押任何資產（截至2024年12月31日：零）。

重大投資或資本資產的未來規劃

截至2025年6月30日，本集團並無就重大投資或資本資產作出詳細的未來規劃。

槓桿比率

截至2025年6月30日，本集團的槓桿比率（即截至期末的債務總額除以資產總額，再乘以100%）為21.7%，而截至2024年12月31日為23.9%。

外匯敞口

於報告期間，我們的絕大部分收入及開支以人民幣計值，而全球發售所得款項淨額以港元計值。就全球發售所得款項而言，人民幣與港元之間的匯率波動將影響人民幣的相對購買力。本集團會密切監察我們的外匯風險，並在必要時採取措施以保證外匯風險在可控範圍內。

或有負債

截至2025年6月30日，本集團無重大或有負債（截至2024年12月31日：零）。

資本承擔

截至2025年6月30日，本集團的資本承擔為人民幣74.9百萬元（截至2024年12月31日：人民幣398.6百萬元），主要用於建設生產廠房、購置生產設備等。

員工及薪酬

截至2025年6月30日，本集團共有8,117名員工（截至2024年12月31日：7,025名）。截至2025年6月30日止六個月，員工薪酬總支出（包括股權激勵費用）為人民幣897.8百萬元，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣600.7百萬元。

我們的員工薪酬主要包括工資、獎金及社會保險金。我們參加主管地方市級及省級政府組織的多項員工社會保險計劃，包括住房、養老、醫療、工傷、生育及失業福利計劃。

我們為員工提供學習知識和培養技能的機會。我們擁有有效的培訓體系，包括入職培訓和持續的在職培訓，以提高員工的知識和技能水平。新入職員工的入職培訓涵蓋企業文化及政策、業務及日常運營流程介紹等內容。我們定期提供涵蓋日常運營到一般管理技能的在職培訓，以提升員工的整體專業能力。

業務回顧

我們是一家全球領先的現製飲品企業，聚焦為廣大消費者提供單價約人民幣6元（約1美元）的高質平價的現製果飲、茶飲、冰淇淋和咖啡等產品。我們旗下有現製茶飲品牌「蜜雪冰城」和現磨咖啡品牌「幸運咖」。以2024年度的終端零售額計，我們在全球食品飲料行業排名第72位。

我們持續打造並強化以「供應鏈+品牌IP+門店運營」為核心的競爭力，力爭實現「三位一體的總成本領先」。首先，積極建設行業領先的端到端供應鏈體系，全面覆蓋採購、生產、物流、研發等環節，同步實施嚴格的質量管控與效率優化舉措。其次，著力打造家喻戶曉的全民品牌和深受消費者喜愛的IP，形成獨特的消費者心智佔位。與此同時，建立標準化的運營管理體系，通過健康、可持續發展的加盟模式實現規模化運營。

2025年上半年，本集團業績保持穩健增長。在國內及海外市場，我們持續聚焦供應鏈強化、品牌IP建設和門店運營優化，旨在為消費者打造更高質平價的產品和更優的消費體驗。我們對不同區域及品牌的運營策略各有差異。在中國，「蜜雪冰城」品牌穩健擴張門店網絡、持續滲透下沉市場、全面提升門店經營質量。「幸運咖」品牌依託集團強大的供應鏈體系及運營能力，強化差異化優勢、加速門店佈局。在海外，我們持續深耕東南亞市場亦適時開拓新市場。我們在印度尼西亞和越南市場重點對存量門店實施運營調改及優化舉措，以助力門店實現長期可持續的穩健經營。於報告期間，上述兩國市場門店數量有所減少。

截至2025年6月30日，我們已在全球（涵蓋中國及海外12個國家）構建起超過53,000家的門店網絡。2025年上半年，本集團實現收入人民幣14,874.8百萬元，同比增長39.3%；淨利潤為人民幣2,718.2百萬元，同比增長44.1%。

我們的品牌及產品

我們的現製茶飲品牌——「蜜雪冰城」

憑藉覆蓋中國及海外市場的龐大門店網絡，「蜜雪冰城」為消費者提供高質平價的現製果飲、茶飲及冰淇淋，核心產品的價格通常為人民幣2元至8元。「蜜雪冰城」產品矩陣豐富多元，涵蓋經典常青款、季節性及區域性產品，全面滿足不同消費場景和需求。

2025年上半年，「蜜雪冰城」核心產品表現穩健，冰鮮檸檬水、新鮮冰淇淋、茉莉奶綠、珍珠奶茶及棒打鮮橙位列門店銷量前五。同期，我們持續推新，陸續推出山楂系列飲品、香芋系列冰淇淋、龍井系列茶飲及藍莓系列飲品等多款新品。這些新品在保持極致的產品性價比的同時，為消費者帶來了新鮮感和更豐富的產品選擇，獲得了市場的廣泛認可。

我們的現磨咖啡品牌——「幸運咖」

基於「蜜雪冰城」的成功經驗，我們於2017年推出了現磨咖啡品牌「幸運咖」，以進一步拓展產品品類。「幸運咖」使用精挑細選的優質食材和設備，為消費者現場製作高質平價的咖啡。核心產品的價格通常為人民幣5元至10元，覆蓋經典款、流行款及創新款現磨咖啡飲品，滿足多樣化消費需求。

2025年上半年，「幸運咖」創新推出十餘款果咖系列新品，定價在人民幣6元至8元。我們精選鮮橙、青提、芭樂、蘋果、石榴、百香果、荔枝和草莓等多種時令水果，通過專業工藝將新鮮水果產品與現磨咖啡融合，打造出清爽獨特的果咖風味。憑藉創新的產品理念、優質的原料及極具競爭力的價格優勢，我們的果咖產品迅速獲得市場的廣泛認可。

我們的門店網絡

截至2025年6月30日，我們已構建起龐大門店網絡，通過遍佈全球的逾53,000家門店為消費者提供高質平價的產品。其中，中國內地的門店網絡已遍佈31個省份、自治區及直轄市，超過300個地級市，覆蓋所有線級城市。我們門店網絡的廣度和深度將我們與中國內地其他現製飲品品牌區別開來。截至2025年6月30日，我們在中國內地以外開設了約4,700家門店，通過持續深耕東南亞市場並適時開拓新市場，穩步推進全球化佈局。

2025年上半年，在中國市場，針對「蜜雪冰城」品牌，我們在穩健擴張門店網絡、持續滲透下沉市場的同時，通過增強現有的智慧門店解決方案、提升門店線上渠道運營能力、夯實食品安全培訓與管控等舉措，全面提升門店經營質量。2024年10月起，我們有序推進智能出液機在全國門店的測試及推廣。截至2025年6月30日，我們的智能出液機已覆蓋超5,600家「蜜雪冰城」門店，其規模化推廣將進一步提升門店運營效率、提升產品標準化水平、降低食品安全風險，並優化消費者體驗。針對「幸運咖」品牌，我們依託集團強大的供應鏈體系及運營能力，重點通過提升產品力以強化差異化優勢，同時加速在全國範圍內的門店佈局。

2025年上半年，在海外市場，我們以為消費者打造更高質平價的產品和更優的消費體驗為目標，聚焦於提升供應鏈效率、強化品牌IP建設、優化門店運營。我們在印度尼西亞和越南市場重點對存量門店實施運營調改及優化舉措，以助力門店實現長期可持續的穩健經營。於報告期間，上述兩國市場門店數量有所減少。同時，我們成功開拓中亞市場，於哈薩克斯坦首都阿拉木圖市開設了首家門店。

下表載列截至所示日期我們在中國內地及中國內地以外門店數。

	截至6月30日	
	2025年	2024年
中國內地	48,281	38,613
中國內地以外	4,733	4,605
總計	<u>53,014</u>	<u>43,218</u>

下表載列截至所示日期我們在中國內地按城市線級劃分的門店數及其佔比。

	截至6月30日			
	2025年		2024年	
	門店數量	%	門店數量	%
一線城市	2,356	4.9	1,812	4.7
新一線城市	8,878	18.4	7,671	19.9
二線城市	9,243	19.1	7,033	18.2
三線及以下城市	<u>27,804</u>	<u>57.6</u>	<u>22,097</u>	<u>57.2</u>
中國內地門店總數	<u>48,281</u>	<u>100.0</u>	<u>38,613</u>	<u>100.0</u>

我們的加盟模式

我們主要採用加盟模式來擴張我們的門店網絡。在該模式下，我們授權加盟商開設加盟門店並使用我們的品牌銷售現製飲品，同時向我們購買門店物料及設備用於其日常運營。作為加盟門店的擁有者，加盟商對門店的經營業績負責，且須遵循我們全面、標準化的運營流程及要求。

我們始終踐行「與加盟商利益與共」的理念，通過一系列制度設計與加盟商共同建立了健康、可持續的加盟模式。我們為加盟商提供從選址、培訓到運營全週期的支持，在助力其持續成長的同時，也為我們業務的可持續發展奠定堅實的基礎。從收入模式而言，我們不以加盟費和相關服務費為主要收入。2025年上半年，加盟費及相關服務費收入佔比僅為2.6%。我們大規模的極致高效的供應鏈體系為加盟商提供了具有競爭力的一站式解決方案，從而增強其市場競爭力及盈利能力，亦有效提升消費者體驗。同時，我們通過高度數字化的運營體系對加盟商進行標準化的管理以及持續不斷的賦能，從而提升加盟商運營效率。在利益與共的理念下，截至2025年6月30日，我們與加盟商共同實現了行業領先的門店規模。

下表載列於所示期間我們中國內地及中國內地以外的加盟門店數量變動。

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
期初	46,462	37,516
期內開業	7,721	6,480
期內閉店	1,187	799
期末	<u>52,996</u>	<u>43,197</u>

2025年上半年，憑藉強大的品牌和產品，我們的加盟門店規模實現高質量擴張。我們的加盟門店數量由截至2024年6月30日的43,197家，增長至截至2025年6月30日的52,996家。2024年上半年以及2025年上半年期間，關閉的加盟門店數量分別為799家及1,187家。

2025年上半年，隨著門店規模擴張，我們的加盟商數量亦實現增長。我們的加盟商數量由截至2024年6月30日的19,310名，增長至截至2025年6月30日的23,404名。

我們戰略性經營少量直營門店，主要為獲得運營洞察並加強我們的品牌。截至2025年6月30日，我們的直營門店數量為18家，截至2024年6月30日為21家。

我們的供應鏈

作為在中國現製飲品行業中最早設立中央工廠的企業，我們構建了大規模的高度數字化的端到端供應鏈體系，實現核心飲品食材100%自主生產。這一戰略佈局不僅保障了產品品質的穩定性，更形成了極具競爭力的供應鏈優勢。

- **採購**。我們建立了覆蓋全球的數字化採購網絡，採購的原材料主要包括食品類大宗商品、農產品及其他輔料等。憑藉源頭直採和規模化採購的優勢，我們能夠以低於行業平均水平的價格採購眾多核心原材料，令我們以更高性價比的產品吸引消費者和加盟商。
- **生產**。2012年，我們成為中國現製飲品行業中最早設立中央工廠的企業。目前我們在河南、海南、廣西、重慶、安徽擁有五大生產基地。通過自研自產的體系，我們提供包括糖、奶、茶、咖、果、糧、料在內的全品類一站式的飲品食材解決方案。規模化為我們帶來的成本優勢和精益化、智能化的生產管理能力，使得行業內其他企業在核心飲品食材上很難通過模仿達到我們的高質平價水平。
- **物流**。2014年起，我們在中國現製飲品行業內最早開始自建專屬物流體系，目前已形成覆蓋國內外的自主運營的倉儲體系和專屬的配送網絡，支持了廣闊的門店佈局。截至2025年6月30日，我們在中國構建了由29個倉庫組成的倉儲體系，配送網絡覆蓋33個省級行政區、超過300個地級市；此外，我們已在海外4個國家建立了本地化的倉儲體系和配送網絡。
- **研發**。我們建立了完整的研發體系，涵蓋與產品口味和配方相關的應用研發，以及對食材相關的技術、生產工藝、配方及設備等進行的基礎研發。我們通過現製飲品應用研發與基礎研發的緊密銜接，形成獨特研發優勢。因此，我們能夠在持續升級核心飲品食材的同時，不斷推出滿足消費者需求的高質平價的現製飲品。
- **質量控制**。依託數字化供應鏈管理系統，我們建立了「從農田到餐桌」的高標準質量控制體系。從源頭直採、生產加工到倉儲配送，我們在每個環節都嚴格執行統一的高標準質量控制，為消費者提供始終如一的高品質產品體驗。

我們的超級IP——「雪王」

為了實現品牌實體化，與消費者進一步建立情感連結，我們於2018年推出了「蜜雪冰城」品牌的終身代言人「雪王」——一個手持冰淇淋權杖、憨態可掬的卡通人物。自推出以來，「雪王」便憑藉其正直、友善、熱情、進取的性格深受粉絲喜愛。

圍繞「雪王」IP，我們持續開展優質、充滿趣味且多樣化的內容創作，從朗朗上口、旋律優美的「蜜雪冰城」主題音樂短片（「你愛我，我愛你，蜜雪冰城甜蜜蜜」），到2023年首部動畫作品「雪王駕到」，再到2024年推出的另一部動畫作品「雪王之奇幻沙州」，通過豐富的視聽內容，不斷強化IP影響力。2025年5月，我們推出了「雪王駕到」的英語、法語及葡萄牙語等版本，面向全球發行，將以「雪王」為主角的甜蜜故事傳播至全球各地。

2025年上半年，我們在中國河南省的重要交通樞紐——鄭州東站附近開設「蜜雪冰城」旗艦店。該店充分發揮區位客流優勢，通過特色飲品與「雪王」IP文創消費場景的創新融合，打造了集品牌展示、消費體驗與文化傳播於一體的綜合性空間。該旗艦店的運營不僅有效提升了「蜜雪冰城」品牌及「雪王」IP形象，更成為區域消費新地標，並提供了旗艦店示範樣板。

通過多年的內容創作和IP運營，「雪王」已經成為了中國現製飲品行業中唯一一個超級IP，不僅加深了我們與消費者的情感連結，亦將我們的品牌和其他品牌區別開來。

營銷

我們堅持高質平價的價值主張以及「甜蜜與愛」的品牌文化，將「蜜雪冰城」打造成為了家喻戶曉的全民品牌，吸引了大量消費者和粉絲。

為了加速品牌建設，我們構建了全方位的品牌營銷矩陣。在線上渠道，我們依託「雪王」IP打造創新性營銷內容。截至2025年6月30日，「#蜜雪冰城」話題在抖音平台累計播放量已超過542億次。在線下場景，我們憑藉消費者觸手可及的龐大的門店網絡，結合「雪王」巡遊、「百變雪王全球展」等沉浸式活動，與消費者拉近距離、加深連結。同時，我們實現線上線下營銷活動的無縫銜接，以最大化品牌傳播效果。

數字化

數字化建設是我們提升運營效率、實現可持續發展的重要部分。我們構建了覆蓋在線下單、門店運營、供應鏈及企業管理等關鍵業務環節的全方位數字化基礎設施。此外，我們通過專屬的「蜜雪冰城」應用程序及微信和支付寶小程序與消費者直接互動，從而積累第一手的消費者洞察，為產品創新和運營決策提供有力支持。

業務展望

過去二十多年來，我們堅持簡單和專注，打造了強大和成功的品牌。未來，我們將持續把握不斷變化的趨勢，通過以下策略繼續踐行可持續發展，打造全球化的百年品牌：

- **鞏固在中國現製飲品行業的領先地位，並尋求海外拓展機會**

我們將持續拓展在中國的門店網絡。對於「蜜雪冰城」品牌，我們會進一步開拓新市場並深耕現有市場，從而覆蓋更廣泛的消費人群；對於「幸運咖」品牌，我們將借助集團強大的供應鏈體系及運營能力，加速在全國範圍內的門店佈局。憑藉高質平價的價值主張，我們相信我們的滲透及擴張計劃將持續滿足消費者對高質平價產品的共同需求。

就海外市場而言，儘管我們會根據各國家或地區的營商環境及門店的表現動態調整發展策略，但我們將繼續專注於開拓東南亞市場，並繼續擴大當地的加盟門店網絡。同時，我們計劃適時開拓其他市場，以打造具有世界級影響力的全球化食品飲料品牌。我們將綜合考慮人口規模、經濟增長、收入水平、文化特徵、消費者偏好等因素，以全局視角制定市場拓展策略。

- **進一步加強打造百年品牌相關基礎設施及運營體系的建設**

首先，我們會進一步提升我們的端到端供應鏈。在中國，我們將持續提升供應鏈體系的廣度和深度，開發更多、更豐富的優質資源，打造更加敏捷高效的物流體系，持續穩健地投資建設產能，並加大以新技術、新材料驅動的研發創新。在海外，我們會構建更加豐富、靈活的全球化供應鏈平台，有力支持全球化戰略和海外業務發展。

其次，我們致力於以數字化和智能化賦能各業務環節，提升經營效率和經營質量。例如，我們將持續提升數字化營銷和消費者管理系統，從而更好地滿足市場需求。我們將持續優化現有的智慧門店解決方案，包括門店選址系統、門店運營系統、門店補配貨系統等智能化系統，從而更好地賦能加盟商。我們將持續提升自動化、數字化、智能化的先進製造能力，充分運用領先的生產設備和機器人，以及先進的製造管理系統，從而更好地提升生產效率和質量。

此外，我們會持續深耕品牌IP，充分發揮「雪王」IP超越飲品、融入生活的文化屬性，豐富其文化內涵、挖掘其文化潛力，成為獨樹一幟的全球文化符號。具體而言，我們將通過推出更多以多元形式呈現的優質內容（包括但不限於動畫系列、電影及特色商品）來擴大「雪王」的內容矩陣，並繼續與領先品牌及IP展開聯名合作，擴大我們的品牌影響力。

最後，我們會堅持長期可持續發展，不斷創造社會價值，從科技創新、生態環境、教育事業、鄉村振興等方向推進社會責任工作。

企業管治

董事會致力達到高水平的企業管治標準。董事會認為高水平的企業管治標準對本公司而言不可或缺，是保障股東的利益以及提升企業價值及加強問責的框架。

遵守企業管治守則

由於本公司H股（「**H股**」）已於2025年3月3日（「**上市日期**」）在香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）上市，故《聯交所證券上市規則》（「**上市規則**」）附錄C1所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）僅自上市日期起適用於本公司。

於自上市日期起至本公告日期止整個期間，本公司已遵守企業管治守則所載所有適用守則條文。

遵守標準守則

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**」），以規範董事、監事及相關僱員進行的本公司證券交易及標準守則涵蓋的其他事項。

全體董事、監事及相關僱員經作出具體問詢後確認，自上市日期起至本公告日期止期間，其已遵守標準守則。

審計委員會

董事會審計委員會（「**審計委員會**」）由三名獨立非執行董事（即黃宣德先生（主席）、潘慧妍女士及朱璽先生）組成。黃宣德先生與朱璽先生持有上市規則第3.10(2)條及第3.21條規定的適當專業資格。

審計委員會已與本公司管理層審閱截至2025年6月30日止六個月的未經審核綜合財務報表。審計委員會認為，中期業績符合適用會計準則、法律法規，且本公司已就此作出適當披露。審計委員會亦就本公司採納的會計政策及慣例以及內部控制與本公司管理層進行討論。

安永會計師事務所的工作範圍

本公司核數師安永會計師事務已按照香港會計師公會所頒佈的香港審閱業務準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱截至2025年6月30日止六個月的未經審核綜合財務報表。

其他資料

購買、出售或贖回本公司的上市證券或出售庫存股份

自上市日期起至本公告日期止期間，概無本公司或其任何附屬公司購買、出售或贖回本公司的任何上市證券（包括出售任何庫存股份（定義見上市規則））。

截至2025年6月30日，本公司並無持有任何庫存股份（定義見上市規則）。

所得款項用途

H股於2025年3月3日在聯交所上市，經扣除包銷佣金及相關成本及開支，本公司收取的全球發售所得款項淨額（包括悉數行使超額配股權）約為3,799百萬港元，將用於招股章程所載用途。

截至本公告日期，招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節先前所披露所得款項淨額的擬定用途並無發生變動。倘所得款項淨額並未及時用於擬定用途，在相關法律法規允許的範圍內，本公司將僅將所得款項淨額作為短期存款存放於持牌銀行或金融機構。有關所得款項用途的明細詳情，請參閱本公司將適時刊發的中期報告。

中期股息

董事會並未建議分派截至2025年6月30日止六個月的中期股息。

重大訴訟

於截至2025年6月30日止六個月期間，本公司並未涉及任何可能會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大訴訟或仲裁。於截至2025年6月30日止六個月期間及直至本公告日期，董事亦不知悉由或向本集團作出的任何待決，或面臨會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大訴訟或申索。

報告期後事項

本公司並不知悉自2025年6月30日起至本公告日期期間的任何重大期後事項。

中期簡明綜合損益表

		截至6月30日止六個月	
	附註	2025年 (未經審核) 人民幣千元	2024年 (未經審核) 人民幣千元
收入	4	14,874,809	10,677,054
銷售成本		<u>(10,168,436)</u>	<u>(7,274,359)</u>
毛利		4,706,373	3,402,695
其他收入及收益淨額		158,602	80,889
銷售及分銷開支		(913,679)	(651,491)
行政開支		(437,650)	(279,515)
研發開支		(41,037)	(40,327)
財務成本		(2,072)	(4,405)
金融資產減值虧損		(1,101)	(3,077)
分佔聯營公司虧損		<u>(1,154)</u>	<u>(3,016)</u>
稅前利潤	5	3,468,282	2,501,753
所得稅開支	6	<u>(750,068)</u>	<u>(614,854)</u>
期內利潤		<u>2,718,214</u>	<u>1,886,899</u>
以下各方應佔：			
母公司擁有人		2,692,884	1,884,458
非控股權益		<u>25,330</u>	<u>2,441</u>
		<u>2,718,214</u>	<u>1,886,899</u>
母公司普通股權持有人應佔每股收益	8		
基本(人民幣元)		<u>7.23</u>	<u>5.23</u>
攤薄(人民幣元)		<u>7.23</u>	<u>5.23</u>

中期簡明綜合全面收益表

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
期內利潤	2,718,214	1,886,899
其他全面收益		
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
因換算海外業務而產生的匯兌差額	1,330	(11,178)
於後續期間將重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)淨額	1,330	(11,178)
於後續期間不會重新分類至損益的其他全面虧損：		
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的股權投資的公允價值變動	—	(870)
於後續期間將不會重新分類至損益的其他全面虧損淨額	—	(870)
期內其他全面收益／(虧損)，扣除稅項	1,330	(12,048)
期內全面收益總額	<u>2,719,544</u>	<u>1,874,851</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	2,693,735	1,876,170
非控股權益	<u>25,809</u>	<u>(1,319)</u>
	<u>2,719,544</u>	<u>1,874,851</u>

中期簡明綜合財務狀況表

	附註	2025年6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2024年12月31日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	9	5,382,169	5,317,826
投資性物業	9	17,529	—
使用權資產		393,800	382,189
其他無形資產		41,773	41,964
於聯營公司的投資		103,846	—
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面 收益的股權投資		6,590	6,590
遞延稅項資產		106,716	76,005
定期存款及受限制現金		2,742,349	1,966,926
其他非流動資產		117,018	95,771
非流動資產總值		8,911,790	7,887,271
流動資產			
存貨		2,991,706	2,215,352
貿易應收款項	10	34,750	25,624
預付款項、其他應收款項及其他資產		485,200	512,505
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產		5,113,517	3,491,643
定期存款及受限制現金		1,350,469	1,315,804
現金及現金等價物		8,405,472	4,335,123
流動資產總值		18,381,114	11,896,051
流動負債			
貿易應付款項	11	2,507,498	1,767,263
其他應付款項及應計費用		2,077,385	2,043,625
合約負債		535,386	359,636
租賃負債		63,719	52,004
應付稅款		506,549	294,310
流動負債總額		5,690,537	4,516,838
流動資產淨值		12,690,577	7,379,213
總資產減流動負債		21,602,367	15,266,484

附註 2025年6月30日 2024年12月31日
(未經審核) (經審核)
人民幣千元 人民幣千元

非流動負債		
遞延收益	141,773	134,090
租賃負債	47,388	40,548
其他應付款項及應計費用	19,945	20,712
遞延稅項負債	3,446	2,492
其他負債	5,000	—
合約負債	3,351	7,822
非流動負債總額	220,903	205,664
資產淨值	21,381,464	15,060,820
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	379,619	360,000
儲備	20,870,625	14,595,519
	21,250,244	14,955,519
非控股權益	131,220	105,301
權益總額	21,381,464	15,060,820

中期簡明綜合財務資料附註

1. 擬備基準

截至2025年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。該等財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有金額約整至最接近千位。中期簡明綜合財務資料並不包含年度財務報表要求的全部資料及披露，且應與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

2. 會計政策的變更及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與編製本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所採用者一致，惟就本期間的財務資料首次採用以下經修訂國際財務報告準則會計準則除外。

國際會計準則第21號（修訂本）

缺乏可兌換性

經修訂準則並無對該等財務資料產生重大財務影響。

3. 經營分部資料

本集團通過最高行政管理人員管理其整體業務以進行資源分配及表現評估。本集團的主要經營決策者為本集團的首席執行官，其審閱本集團的綜合經營業績，以作出有關資源分配及表現評估的決策。因此，概無呈列可呈報分部資料。

地區資料

(i) 來自外部客戶的收入

本集團大部分收入和經營利潤來自中國內地。

有關主要客戶的資料

截至2025年及2024年6月30日止各六個月，概無對單一客戶作出的銷售佔本集團收入的10%或以上。

4. 收入

收入主要指向加盟商銷售商品及設備，以及提供加盟及相關服務的收入。收入分析如下：

分類收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
來自客戶合約的收入		
商品和設備銷售		
商品銷售	13,843,184	9,926,304
設備銷售	651,504	457,894
加盟及相關服務*	380,121	292,856
來自客戶合約的總收入	<u>14,874,809</u>	<u>10,677,054</u>
收入確認時間		
在某一時點轉讓的商品及服務	14,523,086	10,411,199
服務隨時間轉讓	351,723	265,855
來自客戶合約的總收入	<u>14,874,809</u>	<u>10,677,054</u>

* 加盟和相關服務費乃根據合約條款釐定，概無可變對價。

履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

商品和設備銷售

當客戶在門店或指定地點獲取及接受交付產品時，履約責任即告達成。就大部分銷售交易而言，客戶於獲交付商品及設備前預先付款。

加盟和相關服務

幾乎所有履約責任於提供服務時隨時間達成。一般而言，加盟和相關服務合約為期3年或4年。加盟和相關服務費須按年作出墊款。

於2025年6月30日及2024年6月30日，分配至餘下（未履行或部分未履行）履約責任的交易價格金額如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)
預期確認為收入的金額：		
1年內	535,386	388,026
1年後	3,351	12,530
總計	<u>538,737</u>	<u>400,556</u>

分配至餘下履約責任的大部分交易價格金額預期將於一年內確認為收入。本集團概無受限制的可變對價。

5. 稅前利潤

本集團的稅前利潤乃經扣除以下各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本*	9,436,025	6,757,553
運輸費用	467,672	331,220
物業、廠房及設備折舊	203,627	136,681
投資性物業折舊	221	—
使用權資產折舊	42,629	51,371
其他無形資產攤銷	2,678	2,099
員工福利開支(包括董事、最高行政人員及監事的薪酬)：		
工資及薪金	760,737	496,036
以股權結算的股份支付開支	9,266	6,521
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	127,779	98,113
專業服務費	34,772	32,978
存貨減值	32,547	17,422
預付款項、其他應收款項及其他資產減值淨額	45	1,320
貿易應收款項減值淨額	1,056	1,757
與短期租賃有關的開支	5,236	10,297
上市費用	3,965	9,179
核數師薪酬	1,887	—

* 上文列示的已售存貨成本金額不包括物業、廠房及設備折舊、投資性物業折舊、使用權資產折舊、存貨減值、員工福利開支、短期租賃開支及運輸費用的成本。

6. 所得稅

本集團須按實體基準就於本集團成員公司註冊及經營所在稅務司法管轄區產生或取得的利潤繳納所得稅。

中國企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，本集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，惟獲得下文所載稅項豁免者除外。

從事「西部地區鼓勵類產業」業務的若干附屬公司可享有15%的企業所得稅優惠稅率。

於海南自由貿易港註冊及運營，且符合核心業務收入佔60%以上標準的若干附屬公司，可享有15%的企業所得稅優惠稅率。

若干附屬公司從事農產品預處理，可免徵有關稅項。

香港利得稅

於期內，香港利得稅已按於香港產生的估計應課稅利潤的16.5%計提撥備，惟本集團一間附屬公司根據利得稅兩級制屬合資格實體除外。該附屬公司的首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%的稅率徵稅，而餘下應課稅利潤則按16.5%的稅率徵稅。

其他

於其他國家註冊成立的附屬公司須按其經營所在國家各自適用的企業所得稅率繳稅。於期內，印度尼西亞國內法定企業所得稅率為22%。於期內，適用於馬來西亞及越南附屬公司的所得稅率為24%及20%。

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
即期所得稅	779,825	596,847
遞延所得稅	(29,757)	18,007
總計	<u>750,068</u>	<u>614,854</u>

7. 股息

截至2025年6月30日止六個月期間，本公司並無派付或宣派股息(2024年6月30日：零)。

8. 母公司普通權益持有人應佔每股收益

每股基本盈利乃根據母公司普通權益持有人應佔期內利潤，及於期內372,474,421股（2024年6月30日：360,000,000股）發行在外普通股的加權平均數計算，並根據期內供股情況進行調整。

基本及攤薄每股盈利的計算乃基於：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)
收益		
母公司持有人應佔利潤（人民幣千元）	2,692,884	1,884,458
股份		
用於計算每股基本盈利的期內發行在外普通股的加權平均數	372,474,421	360,000,000
每股基本盈利（人民幣元）	7.23	5.23

本集團並無攤薄潛在普通股，因此，截至2025年及2024年6月30日止六個月期間的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

9. 物業、廠房及設備以及投資性物業

於截至2025年6月30日止六個月期間，本集團購入資產的成本為人民幣293,932,000元（2024年6月30日：人民幣1,451,079,000元）。

賬面淨值人民幣17,750,000元的資產轉為投資物業，原因是本集團持有的部分物業已根據經營租賃出租或將予出租。

該物業被確認為投資性物業，並使用成本模式進行核算。

於截至2025年6月30日止六個月期間，並無確認任何減值虧損（2024年6月30日：零）。

10. 貿易應收款項

於報告期末，貿易應收款項的賬齡分析（基於發票日期及經扣除虧損準備）如下：

	2025年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年12月31日 人民幣千元 (經審核)
1年以內	<u>34,750</u>	<u>25,624</u>
總計	<u><u>34,750</u></u>	<u><u>25,624</u></u>

11. 貿易應付款項

於報告期末，基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2025年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年12月31日 人民幣千元 (經審核)
1個月內	2,419,279	1,719,436
1至3個月	64,836	35,422
3至6個月	12,249	6,613
6個月至1年	7,414	1,259
1年以上	<u>3,720</u>	<u>4,533</u>
總計	<u><u>2,507,498</u></u>	<u><u>1,767,263</u></u>

貿易應付款項為不計息，一般於30日內結算。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mxbc.com)。本公司截至2025年6月30日止六個月的中期報告將適時於相同網站刊發以供查閱。

致謝

董事會謹此向本集團股東、管理團隊、僱員、業務合作夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻致以誠摯謝意。

承董事會命
蜜雪冰城股份有限公司
執行董事兼首席執行官
張紅甫先生

香港，2025年8月27日

於本公告日期，董事會成員包括(i)執行董事張紅超先生、張紅甫先生、蔡衛森女士及趙紅果女士，及(ii)獨立非執行董事潘慧妍女士、朱璽先生及黃宣德先生。