

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，概不會就本公告全部或任何部份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。



(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：00980)

公佈截至二零二五年六月三十日止半年度業績

財務摘要

截至二零二五年六月三十日止，本集團：

- 營業額達人民幣95.91億元，同比下降約12.0%。同店銷售同比下降約8.20%，其中大型綜合超市業態下降約9.85%，超級市場業態下降約6.16%，便利店業態下降約11.67%。
- 毛利額約為人民幣11.40億元，同比下降約8.9%，毛利率約11.89%，同比增加約0.40個百分點。綜合收益率約22.84%。
- 經營盈利約為人民幣0.81億元，同比增長約466.6%，經營利潤率約為0.84%，同比增加約0.71個百分點。歸屬於本公司的股東應佔盈利約為人民幣0.42億元，同比增加盈利約為人民幣0.97億元。每股基本收益達人民幣0.03元。
- 擁有門店達3,091家。回顧期內，本集團新開門店95家，其中大型綜合超市業態新開門店0家；超級市場業態新開門店83家，其中直營門店21家，加盟門店62家；便利店業態新開門店12家，其中直營門店5家，加盟門店7家。

註1：綜合收益＝毛利＋其他收益＋其他收入及其他利得及損失

註2：綜合收益率＝（毛利＋其他收益＋其他收入及其他利得及損失）／營業額

註3：經營盈利＝稅前盈利－應佔聯營公司業績

註4：經營利潤率＝（稅前盈利－應佔聯營公司業績）／營業額

簡明綜合損益及其他綜合收益表

截至二零二五年六月三十日止六個月

		截至六月三十日止六個月	
		二零二五年	二零二四年
		(未經審計)	(未經審計)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
營業額	3	9,591,172	10,896,547
銷售成本		<u>(8,451,077)</u>	<u>(9,644,651)</u>
毛利		1,140,095	1,251,896
其他收益	3	639,751	902,425
其他收入及其他利得及損失	5	410,898	282,829
分銷及銷售成本		(1,696,579)	(1,973,101)
行政開支		(311,328)	(324,077)
預期信用損失模式下信貸損失，扣除撥回		250	(3,040)
其他經營開支	6	(13,242)	(15,999)
應佔聯營公司業績		3,169	3,244
財務成本	7	<u>(88,948)</u>	<u>(106,655)</u>
稅前盈利	8	84,066	17,522
所得稅費用	9	<u>(24,359)</u>	<u>(45,372)</u>
本期盈利(虧損)及本期綜合收益(損失)總額		<u>59,707</u>	<u>(27,850)</u>
本期盈利(虧損)及本期綜合收益(損失)總額歸屬於：			
本公司股東		42,246	(54,809)
非控制性權益		<u>17,461</u>	<u>26,959</u>
		<u>59,707</u>	<u>(27,850)</u>
每股收益(虧損)－基本(人民幣分)	11	<u>3.1</u>	<u>(4.9)</u>

簡明綜合財務狀況表
於二零二五年六月三十日

	附註	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
非流動資產			
物業、機器及設備		2,838,353	2,954,612
在建工程		4,005	9,199
使用權資產		3,960,942	4,363,238
商譽		143,214	144,175
無形資產		121,971	115,363
於聯營公司之權益		240,641	237,525
按公允價值計量且其變動計入損 益的金融資產		74,885	67,565
應收融資租賃款—非流動部分		32,837	42,953
定期存款		2,724,622	3,214,024
遞延稅項資產		79,377	83,028
其他非流動資產		49,204	150,701
		10,270,051	11,382,383
流動資產			
存貨		1,605,362	1,879,688
應收融資租賃款—流動部分		32,148	33,771
預付租金		—	4,157
應收賬款及應收票據	12	260,864	262,893
按金、預付款及其他應收款		665,231	735,843
按公允價值計量且其變動計入損 益的金融資產		1,287,591	1,333,454
應收最終控股公司款		8	8
應收同系附屬公司款		36,099	48,118
應收聯營公司款		634	581
定期存款		2,530,058	2,005,933
受限制的銀行存款		22,456	16,356
現金及現金等價物		870,425	1,602,613
		7,310,876	7,923,415
持有待售資產		—	356,572
		7,310,876	8,279,987
資產合計		17,580,927	19,662,370

	附註	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
資本及儲備			
股本		1,479,600	1,119,600
儲備		(1,367,268)	(1,406,239)
本公司股東權益		112,332	(286,639)
非控制性權益		365,817	354,570
權益合計		478,149	67,931
非流動負債			
遞延稅項負債		118,171	161,006
租賃負債		3,267,479	3,698,516
		3,385,650	3,859,522
流動負債			
應付賬款及應付票據	13	3,275,941	3,870,893
應付稅項		136,357	108,714
其他應付款及預提費用		1,271,443	1,718,446
租賃負債		694,665	628,976
票券負債及預收貸款		8,218,931	8,730,204
應付最終控股公司款		42,777	61,545
應付同系附屬公司款		76,370	195,673
應付聯營公司款		644	746
		13,717,128	15,315,197
與持有待售資產相關的負債		–	419,720
		13,717,128	15,734,917
負債合計		17,102,778	19,594,439
權益和負債合計		17,580,927	19,662,370

簡明綜合財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

1. 主營業務

聯華超市股份有限公司(「**本公司**」)為一家在中國註冊成立的股份有限公司。其註冊地址和主要營業地址為中國上海市普陀區真光路1258號7樓713室。本公司在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板上市。

本公司董事認為本公司的直接控股股東為百聯集團有限公司(「**百聯集團**」)，該公司為在中國成立的國有企業，以及在中國成立的上海百聯集團股份有限公司(「**百聯股份**」)，該公司為在上海證券交易所上市的公司。本公司的最終控股公司為百聯集團。

本公司及其附屬公司(「**本集團**」)主要業務活動包括經營連鎖超級市場、大型綜合超市和便利店，主要經營地點在中國的華東地區。

於二零二五年六月三十日，本集團淨流動負債達人民幣6,406,252,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣7,454,930,000元)。考慮到本集團非流動無限制定期存款可直接提取的款項人民幣2,520,100,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣1,690,000,000元)，票券負債的歷史結算及增加模式(在票券負債及預收賬款下披露)，本公司董事認為本集團流動資金風險已被有效地監控，本集團能夠持續經營。

簡明綜合財務報表以人民幣列示，與本公司及其附屬公司的功能貨幣相同。

2. 重大會計政策

簡明綜合財務報表按歷史成本法編製，惟若干金融工具酌情按公允價值計量。

除因應用香港財務報告準則會計準則之修訂而導致會計政策之新增／變動外，截至二零二五年六月三十日止六個月期間的簡明綜合財務報表所採用之會計政策及計算方法與本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度之年度綜合財務報表所呈列者相同。

採用經修訂香港財務報告準則

於本中期期間，本集團首次應用以下由香港會計師公會所頒佈之於二零二五年一月一日開始之本集團年度期間強制生效之香港財務報告準則會計準則之修訂，用以編製本集團簡明綜合財務報表。

香港會計準則第21號之修訂	缺乏可兌換性
---------------	--------

於本期間應用香港財務報告準則會計準則之修訂不會對本集團本期間及以往期間之財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載之披露產生重大影響。

3. 營業額及其他收益

本集團主要經營連鎖式大型綜合超市、超級市場及便利店。於本期間確認之營業額分析如下：

(i) 與客戶之間的合約產生的收入分類

收益類型

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審計) 人民幣千元	二零二四年 (未經審計) 人民幣千元
營業額		
銷售商品	<u>9,591,172</u>	<u>10,896,547</u>
服務		
從供應商取得之收入(服務收入)	440,798	657,273
從加盟店取得之加盟金收入	17,761	18,829
因預付票券於其他零售店使用而 取得之佣金收入	<u>4,644</u>	<u>659</u>
	<u>463,203</u>	<u>676,761</u>
	<u><u>10,054,375</u></u>	<u><u>11,573,308</u></u>

營業額確認時間

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審計) 人民幣千元	二零二四年 (未經審計) 人民幣千元
在某一時間點確認	9,595,816	10,897,206
在某一時段按履約進度確認	<u>458,559</u>	<u>676,102</u>
	<u><u>10,054,375</u></u>	<u><u>11,573,308</u></u>

3. 營業額及其他收益 (續)

(i) 與客戶之間的合約產生的收入分類 (續)

營業額確認時間 (續)

分部資料中與客戶之間的合約產生的收入金額如下。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審計) 人民幣千元	二零二四年 (未經審計) 人民幣千元
與客戶之間的合約產生的收入		
—銷售商品	<u>9,591,172</u>	<u>10,896,547</u>
與客戶之間的合約產生的收入—服務	<u>463,203</u>	<u>676,761</u>
出租商鋪租金收入	<u>176,548</u>	<u>225,664</u>
	<u>639,751</u>	<u>902,425</u>
營業額及其他收益總額	<u><u>10,230,923</u></u>	<u><u>11,798,972</u></u>

(ii) 租賃

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審計) 人民幣千元	二零二四年 (未經審計) 人民幣千元
經營租賃：		
固定租賃付款額	<u>174,438</u>	<u>222,082</u>
融資租賃：		
租賃淨投資產生之融資收益	<u>2,110</u>	<u>3,582</u>
租賃產生之收入總額	<u><u>176,548</u></u>	<u><u>225,664</u></u>

4. 分部資料

以下為經過本集團首要經營決策者之總經理的審閱，用作資源配置及業績評估之依據的主要業務及經營分部分析之本集團收益(包括營業額及其他收益)及業績：

	分部收益		分部業績	
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
大型綜合超市	4,116,687	5,220,509	1,830	94,228
超級市場	5,363,098	5,756,369	9,979	29,776
便利店	704,771	785,340	(9,585)	(18,432)
其他業務	46,367	36,754	8,251	1,277
	10,230,923	11,798,972	10,475	106,849

分部總業績調節為稅前綜合收益如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
分部業績	10,475	106,849
應佔聯營公司業績	3,169	3,244
處置3家目標公司的收益		
(定義見二零二四年年報附註39)	187,126	—
不可分配利息收入	7,526	16,491
不可分配的按公允價值計量且其變動計入損益之		
金融資產之公允價值變化收益(損失)	7,329	(4,892)
不可分配開支	(131,559)	(104,170)
稅前盈利	84,066	17,522

4. 分部資料 (續)

上述所報告的一切分部收益乃源自外部客戶。

所有本集團之收益及分部業績乃歸因於中國客戶。

分部業績不包括應佔聯營公司業績、處置3家目標公司的收益、總部收支之分配(包括總部管理資金產生之利息收入)及部分按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產之公允價值變化收益(損失)。此乃向本集團首要經營決策者匯報用以資源配置及分部表現評估之報告。

由於首要經營決策者並無使用有關分部資產及負債的數據評估可報告分部的表現，因而並無披露有關資料。

5. 其他收入及其他利得及損失

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
因銀行存款及定期存款而產生的利息收入	84,730	122,218
政府補貼 (註i)	21,905	14,618
處置3家目標公司的收益	187,126	—
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之		
公允價值變動收益	34,631	14,783
收到的按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		
之股息	10	10
終止確認使用權資產及租賃負債所得淨收益	43,643	50,917
廢品及物料銷售收入	5,180	6,827
折損收入 (註ii)	11,356	7,331
手續費收入	3,100	5,057
違約金收入	5,879	48,841
會員卡收入	454	2,280
其他	12,884	9,947
	410,898	282,829

5. 其他收入及其他利得及損失 (續)

註：

- (i) 本集團收到來自中國地區政府的無條件補貼人民幣21,905,000元(二零二四年六月三十日：人民幣14,618,000元)，以鼓勵若干附屬公司在中國若干地區的業務開展。
- (ii) 本集團以預期兌換率確認折損金額，參照本集團發行但客戶在一定時期內未使用的票券比例的歷史信息得出的比率制定。折損金額從票券負債確認為其他收入。

6. 其他經營開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
處置物業、機器及設備之虧損	609	7,203
關店費用	11,325	5,077
違約金支出	40	3,087
其他	1,268	632
	<u>13,242</u>	<u>15,999</u>

7. 財務成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
租賃負債之利息費用	81,627	94,010
應收票據貼現之費用	7,321	12,645
	<u>88,948</u>	<u>106,655</u>

8. 稅前盈利

稅前盈利計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
稅前盈利已扣除(計入)下列各項：		
攤銷及折舊		
無形資產之攤銷	12,408	17,104
物業、機器及設備折舊	156,242	172,475
使用權資產折舊	393,957	441,460
攤銷及折舊合計	<u>562,607</u>	<u>631,039</u>
存貨成本中確認之費用	8,451,077	9,646,212
預期信用損失模式下減值損失，扣除轉回	(250)	3,040
人工成本	<u>867,039</u>	<u>974,992</u>
存貨跌價準備轉回	—	(1,561)
應佔聯營公司業績		
應佔稅前業績	(4,247)	(4,155)
應佔所得稅費用	<u>1,078</u>	<u>911</u>
	<u>(3,169)</u>	<u>(3,244)</u>

9. 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
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
中國企業所得稅當期稅項	62,748	44,086
以前年度撥備不足(超額撥備)	795	(227)
遞延稅項(抵免)費用	(39,184)	1,513
	<u>24,359</u>	<u>45,372</u>

因本集團並未從香港賺取或獲取任何應課稅盈利，故並無就香港利得稅作出撥備。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》以及企業所得稅法實施條例的規定，中國境內的附屬公司適用25%的企業所得稅率。若干位於中國西部特定省份的附屬公司執行15%的優惠稅率。此外，作為小型微利企業的某些附屬公司還可享受5%至10%不等的優惠企業所得稅稅率。

10. 股息

於兩個中期期間內，本公司董事建議不派付中期股息。

11. 每股收益(虧損)－基本

本公司股東應佔每股基本收益(虧損)乃根據下列資料計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年	二零二四年
	(未經審計)	(未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
收益(虧損)		
本公司股東應佔本期收益(虧損)	<u>42,246</u>	<u>(54,809)</u>

11. 每股收益(虧損)－基本(續)

	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)
股份數目		
計算每股基本收益(虧損)的普通股股份加權平均數	<u>1,370,208,000</u>	<u>1,119,600,000</u>

由於兩個期間內均未發行稀釋性潛在普通股，因此未列報稀釋的每股收益(虧損)。

12. 應收賬款及應收票據

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
應收賬款－來自客戶合約	268,833	270,006
應收票據	—	1,900
減：信貸虧損撥備	<u>(7,969)</u>	<u>(9,013)</u>
	<u>260,864</u>	<u>262,893</u>

12. 應收賬款及應收票據 (續)

報告期末的應收賬款減信貸虧損撥備後的淨額主要來自銷貨給批發商，信貸期介乎30至60日(二零二四年十二月三十一日：30至60日)，其賬齡分析列示如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至30日	259,070	250,710
31至60日	40	—
61至90日	23	1,189
90日以上	1,731	9,094
	<u>260,864</u>	<u>260,993</u>

賬齡根據商品或服務的控制權轉移至客戶之日起至報告期末而定。

以下為根據應收票據的發行日期對應收票據進行的賬齡分析。

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至180日	—	1,900

以下為根據每個報告期末應收票據的剩餘到期日對應收票據進行的到期分析。

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至180日	—	1,900

12. 應收賬款及應收票據 (續)

應收賬款客戶主要為信用良好的機構。管理層認為未逾期亦未減值之應收賬款的信貸品質均較好，且該等債務人並無違約過往紀錄，就已逾期的應收賬款而言，本集團應用撥備矩陣計量預期信貸虧損。

已逾期之應收賬款賬齡：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
逾期1-30日	23	1,189
逾期超過30日	<u>1,731</u>	<u>9,094</u>
	<u>1,754</u>	<u>10,283</u>

13. 應付賬款及應付票據

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
應付賬款	2,200,063	2,765,969
應付票據 (註)	<u>1,075,878</u>	<u>1,104,924</u>
	<u>3,275,941</u>	<u>3,870,893</u>

註：

截至二零二五年六月三十日及二零二四年六月三十日止六個月期間內，本公司的某些附屬公司收到其他附屬公司的票據並貼現給銀行。此類交易的現金流量在現金流量表中作為融資活動列示。

13. 應付賬款及應付票據 (續)

於報告期末之應付賬款主要源自信貸期介乎30至60日之商品採購(二零二四年十二月三十一日：30日至60日)之商品採購，其賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至30日	728,456	769,929
31至60日	409,152	540,407
61至90日	255,993	381,477
90日以上	806,462	1,074,156
	2,200,063	2,765,969

賬齡根據商品或服務的控制權轉移至本集團之日起至報告期末而定。

於每個報告期末，根據發行日期對應付票據進行的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至180日	1,075,878	1,104,924

於每個報告期末，根據到期日期對應付票據進行的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至180日	1,075,878	1,104,924

管理層討論與分析

經營環境

二零二五年上半年，全球經濟不確定性加劇，美國政府實施的「對等關稅」政策尤其對國際貿易環境造成進一步衝擊。在此複雜多變的國際形勢下，中國經濟在增長過程中展現出較強的抗壓力與持續力。隨着宏觀政策組合效應的持續釋放，國民經濟保持平穩運行，全國消費市場總體呈現價格穩定、溫和復蘇的良好態勢。根據中國國家統計局數據，二零二五年上半年，全國居民消費價格指數(CPI)同比微降0.1%，物價水平保持基本穩定；社會消費品零售總額達人民幣24.5萬億元，同比增長5.0%，其中糧油食品等必選類商品零售同比增長9.1%。隨着中國政府擴內需政策的密集出臺，國內消費內循環的重要性進一步凸顯，居民消費意願和能力得到有效提振。同時，消費市場的復蘇呈現出區域性分化的特徵，北京市場受有效需求不足、競爭加劇等因素影響，上半年社會消費品零售總額同比下降3.8%；而長三角地區消費回暖趨勢明顯，其中上海市社會消費品零售總額同比增長1.7%，為區域消費回暖注入動能。

當前，我國消費結構正經歷深刻變革，呈現出理性化與體驗感並重的鮮明特徵。在收入增長預期趨於溫和的背景下，理性消費觀念深入人心，消費者更加注重商品的實際價值與使用效能，「質價比」成為購物時的核心考量因素。與此同時，情緒價值和消費體驗對提升用戶認可度和複購率方面的作用愈發凸顯，像IP營銷這類富有高體驗感的活動正受到廣大消費者的青睞。值得關注的是，媒介的影響力也在持續深化。以抖音、視頻號為代表的短視頻平台，憑藉內容推薦與社交互動的雙重優勢，已成為商品推廣的重要陣地，其對消費者偏好的塑造與影響正不斷加深。

面對消費需求的持續演變與行業競爭的日益加劇，包括本集團在內的傳統零售商普遍面臨運營模式轉型升級的迫切挑戰，對此，需精准捕捉消費需求變化，着力構建對消費者真正具有吸引力的商品體系以穩定客流；同時深化調改升級、推進降本增效，全力提升核心競爭力。在此背景下，本集團聚焦生鮮運營、轉型增能、商品管理、營銷創新、成本控制、數字化發展、組織優化及安全質量等關鍵維度重點發力，致力於實現「讓消費者更喜愛我們」的企業願景。

財務回顧

營業額

回顧期內，本集團營業額約人民幣95.91億元，同比減少約人民幣13.05億元，下降約12.0%。主要受消費需求演變與行業競爭加劇等因素的持續影響；同時，本集團整體戰略規劃調整，出售部分附屬公司股權，縮小無盈利銷售規模，致整體銷售規模有所下降。

毛利額

回顧期內，本集團的毛利額約人民幣11.40億元，同比減少約人民幣1.12億元，同比下降約8.9%。回顧期內，本集團整體毛利率約為11.89%，較去年同期的毛利率11.49%上升約0.40個百分點。主要系本集團優化商品管理，一方面推進生鮮標品化模式，減少損耗，提升生鮮毛利；另一方面，通過打造特色商品，聚焦權重品類，提升自有品牌商品佔比，提高商品收益率。

其他收益

回顧期內，本集團的其他收益約人民幣6.40億元，同比減少約人民幣2.63億元，同比下降約29.1%。因縮小銷售規模，從供貨商取得的相關收入較去年同期減少約人民幣2.16億元。大型綜合超市業態實施「小型化、社區化」戰略調整，優化商品結構、壓縮經營面積、科學規劃功能分區等，致本集團出租商鋪租金收入同比減少約人民幣0.49億元。

其他收入及其他利得及損失

回顧期內，本集團的其他收入及其他利得約人民幣4.11億元，同比增加約人民幣1.28億元，增長約45.3%，主要系本集團整體戰略規劃調整，出售部分附屬公司股權收益。

分銷及銷售成本

回顧期內，本集團的分銷及銷售成本約人民幣16.97億元，同比減少約人民幣2.77億元，同比減少約14.0%，主要因本集團調整無盈利網點規模，繼續強化營運費用的管控，優化資源配置。

行政開支

回顧期內，本集團的行政開支約人民幣3.11億元，同比減少約人民幣0.13億元，下降約3.9%。

其他經營開支

回顧期內，本集團的其他經營開支約人民幣0.13億元，同比減少支出約人民幣0.03億元。

應佔聯營公司業績

回顧期內，本集團應佔聯營公司業績約人民幣0.03億元，同比基本持平。

稅前盈利

回顧期內，本集團稅前盈利約人民幣0.84億元，同比增加盈利約人民幣0.67億元。

所得稅費用

回顧期內，本集團的所得稅費用約人民幣0.24億元，同比減少約人民幣0.21億元。

歸屬於本公司股東的盈利

回顧期內，本集團歸屬於本公司股東的盈利人民幣0.42億元，同比增加盈利約人民幣0.97億元。回顧期內，淨利潤率約為0.44%，同比上升0.94個百分點。按照本集團截至二零二五年六月三十日止六個月的已發行股本加權平均13.702億股計算，每股基本收益約人民幣0.03元。

流動性及財務資源

於二零二五年六月三十日，本集團現金及各項銀行結餘約人民幣61.48億元。

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的應付賬款周轉期約為57天。存貨周轉期約為40天。

回顧期內，本集團並無運用任何金融工具作對沖風險。於二零二五年六月三十日，本集團並無在外發行任何套利保值金融工具。

資本負債比率

於二零二五年六月三十日，本集團的資本負債比率（資本負債比率等於除租賃負債外的計息負債總額除以權益總額計算）為0.0%（二零二四年十二月三十一日：0.0%）。

零售業務增長情況

大型綜合超市

回顧期內，大型綜合超市業態營業額約人民幣38.44億元，同比減少約人民幣8.81億元，同比下降約18.6%，佔本集團營業額約40.1%。

回顧期內，營業額下降主要系本集團基於整體戰略規劃調整，出售部分附屬公司股權，縮小無盈利銷售規模，導致營業額同比有所減少。

回顧期內，大型綜合超市業態錄得毛利額約人民幣5.37億元，同比減少約人民幣0.61億元。毛利率同比上升約1.32個百分點至約13.98%。本集團加大品類調整力度，提升自有品牌佔比，毛利率有所上升。大型綜合超市業態實施「小型化、社區化」戰略調整，優化商品結構、壓縮經營面積、科學規劃功能分區，出租商鋪租金收入同比減少約人民幣0.43億元。回顧期內，大型綜合超市業態錄得綜合收益約人民幣9.43億元，同比減少約人民幣3.34億元，綜合收益率同比下降約2.51個百分點至約24.52%。

回顧期內，大型綜合超市業態分銷及銷售成本和行政開支合計約為人民幣8.74億元，同比減少約人民幣2.35億元。本集團持續聚焦降本增效，調整虧損網點規模，助力費用持續降低。大型綜合超市業態錄得經營利潤盈利約為人民幣0.02億元，同比減少盈利約人民幣0.92億元。經營利潤率同比下降約1.94個百分點至約0.05%。

截至六月三十日

二零二五年 二零二四年

毛利率(%)	13.98	12.66
綜合收益率(%)	24.52	27.03
經營利潤率(%)	0.05	1.99

超級市場

回顧期內，超級市場業態營業額約人民幣50.17億元，同比減少約人民幣3.55億元，同比下降約6.6%，佔本集團營業額約52.3%。回顧期內，超級市場業態以精準定位社區需求為核心，通過差異化場景打造與精細化運營模式創新，全面推動效能提升。另一方面出售部分附屬公司股權，縮小無盈利銷售規模，導致營業額同比有所減少。

回顧期內，超級市場業態錄得毛利額約人民幣5.17億元，毛利額同比減少約人民幣0.42億元，同比下降約7.6%。超級市場業態將門店升級為「社區生活服務中心」，着重強化低毛利的生鮮與民生商品供給，毛利率同比下降約0.11個百分點至約10.31%。回顧期內，超級市場業態錄得綜合收益約人民幣9.32億元，同比減少約人民幣0.95億元。綜合收益率同比下降約0.54個百分點至約18.57%。

回顧期內，超級市場業態錄得經營利潤約人民幣0.10億元，同比減少約人民幣0.20億元。經營利潤率下降約0.35個百分點至約0.20%。

截至六月三十日

二零二五年 二零二四年

毛利率(%)	10.31	10.42
綜合收益率(%)	18.57	19.11
經營利潤率(%)	0.20	0.55

便利店

回顧期內，便利店業態錄得營業額約人民幣6.89億元，同比減少約人民幣0.76億元，同比下降約9.9%，佔本集團營業額約7.2%。本集團基於整體戰略規劃，主動關閉部分長期虧損的門店，營業額同比減少。

回顧期內，便利店業態錄得毛利額約為人民幣0.76億元，同比減少約人民幣0.06億元，同比下降約7.0%。毛利率上升約0.34個百分點至約11.00%。錄得綜合收益約人民幣0.94億元，同比減少約人民幣0.11億元。綜合收益率同比下降約0.11個百分點至約13.60%。

回顧期內，便利店業態經營虧損約人民幣0.10億元，同比減少虧損約人民幣0.08億元，經營利潤率上升約1.02個百分點至約-1.39%。

截至六月三十日

二零二五年 二零二四年

毛利率(%)	11.00	10.66
綜合收益率(%)	13.60	13.71
經營利潤率(%)	-1.39	-2.41

財務業績分析

	截至六月三十日止六個月		
	人民幣百萬元		
	二零二五年	二零二四年	同比轉變(%)
營業額	9,591	10,897	-12.0
毛利	1,140	1,252	-8.9
綜合收益	2,191	2,437	-10.1
經營盈利	81	14	466.6
所得稅費用	24	45	-46.3
歸屬於本公司股東的本期盈利			
（虧損）	42	(55)	177.1
每股基本收益（虧損）（人民幣元）	0.03	(0.05)	163.0
每股股息（人民幣元）	不派發	不派發	不適用

資本架構

於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持有，無其他任何銀行借款。

回顧期內，本公司的股東權益由約人民幣-2.87億元增加至約人民幣1.12億元，主要為期間增加股本人民幣3.60億元和歸屬於本公司股東盈利約人民幣0.42億元所致。

本集團已質押資產的詳情

截至二零二五年六月三十日止，本集團並無質押任何資產。

外匯風險

本集團收支項目大多以人民幣計價。回顧期內，本集團並無因匯率波動而遇到任何重大困難或自身的營運或流動資金因此受到影響。本集團並無訂立任何協議或購買金融工具，以對沖本集團的匯率風險。本公司董事（「董事」）相信，本集團能夠滿足其外匯需要。

股本

截至二零二五年六月三十日止，本公司已發行股本如下：

已發行股份類別	股份數目	百分比
內資股	1,075,397,400	72.68
非上市外資股	31,602,600	2.14
H股	<u>372,600,000</u>	<u>25.18</u>
合計	<u><u>1,479,600,000</u></u>	<u><u>100.00</u></u>

茲提述本公司日期為二零二五年二月二十五日內容有關（其中包括）建議認購新內資股的關連交易完成的公告（「該公告」）。除非文義另有所指，否則本公告所用詞彙與該公告所界定者具有相同涵義。本公司已接獲中國證券登記結算有限責任公司出具日期為二零二五年二月二十四日的有關根據內資股認購事項發行的新內資股股份登記證明，且本公司已根據於股東特別大會上向獨立股東尋求的特別授權，按每股人民幣1.00元（相當於約1.10051港元）的認購價向百聯集團妥為配發及發行360,000,000股內資股（「認購股份」）。認購股份佔本公司緊接內資股認購事項完成前已發行股本的約32.15%，及本公司緊隨內資股認購事項完成後已發行股本的約24.33%。內資股認購事項已根據股份認購協議的條款及條件於二零二五年二月二十五日完成。詳情請見本公司日期為二零二四年五月十二日及二零二五年二月二十五日的公告及日期為二零二四年七月三十一日的通函。

或有負債

截至二零二五年六月三十日止，本集團概無任何重大或有負債。

推動轉型增能

回顧期內，本集團聚焦長三角核心區域，通過多維度調改舉措推動主力業態轉型增能，實現業務優化與升級：大型綜合超市業態持續向「小型化、社區化」方向轉型，超級市場業態採取更精細化的運營模式，便利店業態保持規模穩定發展，加盟業務向集約化方向發展。回顧期內，本集團一方面穩步推進網點拓展，共新開門店95家，其中直營店26家，加盟店69家，在長三角區域新開門店總數達66家，佔比69.5%；另一方面，為順應市場環境變化、提升整體網點質量，本集團有序梳理門店，共關閉門店121家，包括直營店21家和加盟店100家。

回顧期內，本集團大型綜合超市業態圍繞門店發展與轉型策略展開系統性革新，以「全場景覆蓋、體驗升級、效率驅動」為戰略核心，通過業態融合創新、空間功能重構及數字化技術賦能，構建差異化競爭優勢，加速推動傳統大賣場向「品質生活樞紐」的轉型升級。其中，在上海區域中環店率先啟動「小型化、社區化」戰略轉型並樹立標杆的基礎上，魯班店接續推進同一戰略目標的深化調整，通過壓縮經營面積、優化商品結構、科學規劃功能分區，在滿足家庭消費基礎需求的同時，強化年輕客群偏好的品類佈局，並嵌入社區便民服務與銀髮經濟特色模塊，形成覆蓋全年齡段、適配多元消費場景的社區型品質購物空間。

回顧期內，本集團超級市場業態以精准錨定社區需求為核心，通過差異化場景打造與精細化運營模式創新，全面推動效能提升。在社區型大店的佈局中，着重強化生鮮與民生商品供給，同時增設早餐鋪、關東煮快煮商品等便民服務，將門店升級為「社區生活服務中心」，滿足居民「一站式」生活需求；社區型小店則聚焦高頻剛需品類，通過精簡SKU優化商品結構，有效提升坪效，實現「小而精」的運營突破；流量型門店則選址於交通樞紐或核心商業區，以高端休閒品類為主營方向，引入網紅商品及潮流品類，精准觸達年輕消費群體與流動客流。

回顧期內，本集團不斷探索創新發展路徑，一方面，在浙江區域積極孵化折扣業態，拓展業務新賽道。目前已開出網點13家，覆蓋浙江地區多個城區，單店模型不斷迭代和優化。另一方面，加大網點佈局力度，填補市場空白區域。截至二零二五年六月三十日止，本集團共擁有門店3,091家，其中約83.5%的門店位於華東地區。

	大型 綜合超市	超級市場	便利店	合計
直營	98	840	288	1,226
加盟	—	1,425	440	1,865
合計	<u>98</u>	<u>2,265</u>	<u>728</u>	<u>3,091</u>

註： 1、 上述數據為截至二零二五年六月三十日。

2、 自二零二五年一月起，聯華超市(江蘇)有限公司、安徽世紀聯華發展有限公司及上海世紀聯華超市虹口有限公司不屬於本公司附屬公司，其所屬門店截至二零二五年六月三十日合計32家不列入上述統計範圍。

聚焦生鮮獲客

回顧期內，本集團聚焦生鮮獲客，多維度精準施策，在供應鏈管理上持續強化源頭直採，建立多產地備份機制以降低供應風險、確保生鮮商品穩定供應，同時，進一步推進區域資源整合，不斷提高生鮮供應鏈的覆蓋率與運作效率，為吸引顧客打下堅實基礎；商品管理層面着力優化策略，一方面推行生鮮標品化特色模式以滿足消費者對標準化產品的需求，另一方面聚焦權重品類打造特色商品，以差異化經營吸引消費者目光；營銷推廣注重豐富形式與擴大覆蓋，門店端以民生商品為引流核心，結合商圈特性定制營銷策略，通過強化視覺與量感陳列營造濃厚購物氛圍，電商平台則積極拓寬渠道，重點打造週末爆品，借助線上線下融合營銷精準觸達生鮮消費客群；此外，本集團還通過整合採購與加工中心、搭建生配倉店體系強化現場運營水平，在保證生鮮商品品質和供應穩定性的同時，為消費者提供便捷購買渠道與優質購物體驗，全方位提升生鮮獲客率。

深耕商品優勢

回顧期內，本集團面對零售市場的激烈競爭，深耕商品優勢領域積極佈局，多管齊下推動業務發展。在合作層面，深化JBP合作模式，擴大與供應商的合作規模與層級，聯合優質供應商構建多層次、多維度的合作體系；深化與頭部品牌供應商的戰略合作，進一步優化商品結構和供應鏈管理，充分釋放品牌銷售潛力，實現銷售增長與市場影響力的雙重提升。在產品策略上，各區域公司因地制宜定制大單品，推進核心SKU建設以增強價格競爭力；着力提升自有品牌佔比，拓展銷售渠道，開發屬地化產品，優化品牌結構，精準優化定價，通過靈活施策提升經營收益。在供應鏈端，不斷提高直採直供比例，推進商品標品化進程，保障產品品質與供應穩定性；優化供應商管理體系，引入優質資源，提升整體運營效率，持續鞏固並強化本集團的商品核心優勢。

創新營銷賦能

回顧期內，本集團將創新營銷賦能作為破局關鍵，多管齊下全力開拓零售新局面。超級市場業態圍繞熱門主題精心策劃營銷活動，重點打造「CNY」、「春季踏青季」、「三十四周年慶」等三檔S級檔期活動，通過深化與業態門店及重點供應商的資源聯動，不僅實現了品牌聲量的顯著提升，更達成了客流與銷售的雙重增長目標。大型綜合超市業態以「國貨V當潮」活動為重要抓手，提供全方位的營銷助力，成功點燃了消費者對國貨的熱情，為優質國貨搭建起回歸市場的堅實橋樑。回顧期內，本集團充分借力新媒介提升品牌聲量，借助網紅門店的區位優勢，打造獨具特色的視頻號IP，將文化、商業與互動元素巧妙融合，以新穎獨特的視角講述門店故事，持續輸出具備品牌溫度的內容，這一舉措迅速拉近了與消費者的距離，有效激發了粉絲經濟的巨大潛力，在為品牌發展注入新活力的同時，也為零售業務開闢了新的增長空間。

數字化發展與賦能

回顧期內，本集團全方位推進門店數字化轉型，通過實現任務精準到人、作業標準化、操作移動化及跟蹤可視化，依託一站式數據廣告牌與作業平台，顯著提升門店運營效率、降低成本並提高人效。同時，編製數字化門店及大數據平台目錄，構建起完善的數據治理體系，為數據的高效管理與安全提供了堅實保障。期間，本集團重點推進四大數字化專項任務協同落地，包括通過聚焦提升門店精細化管理水平，強化運營顆粒度實現工作任務化；以EAM系統升級為核心抓手，打通業財流程斷點，實現業財一體化；借助AI技術與數字化硬件實現精準觸達，增強品牌競爭力，實現營銷精準化；重構數據廣告牌、優化作業平台，為決策提供有力數據支撐，實現運營數據化。回顧期內，本集團數字化轉型取得階段性成果，為未來持續發展注入強勁動力。

優化組織與機制－僱傭、培訓和發展

截至二零二五年六月三十日，本集團共有20,900名員工。人工總開支約為人民幣86,704萬元。

回顧期內，本集團加速推進組織變革，通過優化組織配置為業務轉型提供支撐，保障公司戰略有效落地，具體包括：完成大型綜合超市業態上海城市中心和標超營運中心的組建，明確職能設置、組織架構落位及崗位定編與人員配置，夯實上海區域賣場業務運營基礎。深化總部組織變革，通過系統梳理職能，清晰規劃總部與各成員企業在組織架構、部門設置、核心職能分佈上的定位劃分，推動總部整體組織架構持續優化，強化專項支撐力量，為組織戰略轉型提供全方位保障。通過上述舉措，本集團進一步理順組織架構與職能分工，為下一階段業務轉型和戰略落地奠定了堅實的組織基礎。

回顧期內，本集團進一步深化管理變革，從總部到門店進行全方位、系統性優化。在公司總部層面，着力改善管理效率配比；在門店一線層面，強化編製管理，分步細化人員優化路徑，同時聚焦重點崗位補缺，全力提升整體運營效率。回顧期內，本集團注重機制變革，推進考核體系優化，重新梳理業務團隊考核方式，完善營採指標體系；聚焦核心目標，在超級市場業態上海區域試行營採績效合一模式。此外，進一步優化門店端一般合夥人模式，擬定全員參與的全新方案，同時積極推進超級合夥人模式的複製與推廣。

回顧期內，本集團加大人才獲取和人才培養投入力度。築牢梯隊建設根基，聚焦後備人才選拔培養。採用線上線下相結合的靈活培訓形式，持續滿足業務發展對培訓的需求。

強化管理降本

回顧期內，本集團聚焦降租減租、營運控費及人工成本優化，通過多項舉措實現降本增效，持續強化成本意識與精細化管理，控本成效顯著。具體措施如下：

在降租減租方面，通過完善租金測算模型，以「單價對標、坪效對比、得房率」等模型為談判依據，制定紅線門店租金重談清單，推動高成本門店租金重議；通過到期續租門店、低績效門店的降租操作，全力落實降租減租，效果突出。在營運降本與能耗管控方面，通過優化人員配置，推行多崗合一與智能排班，提升人員效能；在運營過程中，聚焦損耗與能耗兩大核心，建立門店損耗監控日報機制，針對鮮食、冷鏈、生鮮等高損耗品類實施精細控損；同時結合「冷鏈配送入櫃」動作，實現能耗的最優調度。在營促銷資源投放管理方面，明確所有營促銷活動及會員投放均以「提升來客量、增加複購率」為目標，以ROI為考核基準；結合投後複盤與預測測算，建立投產比管理機制，確保資源向高效率場景集中傾斜。

策略與計劃

二零二五年下半年，預計中國經濟將依託穩健的發展根基與持續擴容的內需市場，延續整體發展韌性。國內宏觀經濟調控將進一步強化促消費政策組合，通過多維度舉措鞏固消費復蘇態勢，提振市場信心。屆時，一系列促消費政策將與後續落地的育兒支持、就業促進、養老保障等各類民生保障政策形成協同效應，使消費潛力進一步得到有效釋放，以切實增強居民消費能力與意願，為消費市場注入活力。

二零二五年下半年，預計消費者需求將加速迭代，新業態與新模式會持續湧現，消費者對於購物體驗、商品品質和服務的要求也將不斷提升。對此，本集團將緊密圍繞改革轉型戰略的核心要求，聚焦核心能力提升，進一步深化改革重組；秉持自驅敏捷的發展理念，充分激發員工的創造力和潛能。同時，持續深耕超級市場業態與大型綜合超市業態的優化升級，加速創新商品與供應鏈體系建設，精準捕捉消費趨勢，以滿足消費者日益多元化的需求。

二零二五年下半年，本集團將繼續聚焦穩增長的核心目標，以客戶思維為導向，強化聯華品牌價值，圍繞「標超發展與精細化運營、賣場轉型與升級、商品和供應鏈發展、快客拓展創新加盟業務、跨界協同及增效、數字化發展與賦能、節約成本專項、組織提效和人員優化」等八大核心任務展開系統性佈局，錨定品牌高質量發展主線，以直營體系為核心深度夯實品牌根基、鍛造核心競爭力，以加盟網絡為抓手加速拓展品牌邊界、擴大市場影響力，凝聚品牌力量，為構建更具韌性、更富活力的品牌發展格局注入強勁勢能。

二零二五年下半年，本集團將聚焦供應鏈升級、運營效率提升、營銷賦能創新、線上線下協同發展，多維度聚力推動銷售增長。同時，將以戰略轉型為核心凝聚全員共識，以組織文化為強韌紐帶，彙聚起攻堅克難的強大合力，為本集團發展提供堅實支撐。

期後事項

自二零二五年七月一日起至本中期業績公告之日，概無任何對本公司業績形成重大影響的期後事項。

中期股息

本公司董事會建議不派發截至二零二五年六月三十日止的中期股息。

購買、出售或贖回股份

截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司及附屬公司並無購買、出售或贖回任何本公司之上市證券。於二零二五年六月三十日，本公司並無持有任何庫存股份。

審核委員會

本公司之審核委員會（「**審核委員會**」）已與管理層考慮及審閱本集團所採納之會計原則及方法，已討論內部監控及財務呈報等事宜，並已審閱本集團截至二零二五年六月三十日止六個月未經審計的簡明中期賬目。審核委員會對本集團所採納之會計原則及方法無任何不同意見。

遵守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》

本公司已採納上市規則附錄C3所載之《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「證券交易標準守則」）作為本公司全體董事、監事及有關僱員進行證券交易之守則。經向所有董事、監事及相關僱員作出特定查詢後，董事會欣然宣佈所有董事、監事及有關僱員於回顧期內全面遵守證券交易標準守則所載之條文。

符合上市規則附錄C1《企業管治守則》

董事會欣然確認，除下文所述事項以外，本公司於回顧期內符合上市規則附錄C1第二部分的《企業管治守則》（截至二零二五年六月三十日生效中）（「守則」）之所有守則條文。除了下列偏離事項，概無董事知悉有任何資料合理地顯示，本公司於現時或期內任何時候存在不符合守則的情況。有關偏離事項如下：

守則條文B.2.2條規定，每名董事（包括有指定任期的董事）應輪流退任，至少每三年一次。根據本公司的公司章程（「章程」）規定，本公司董事由股東大會任免，任期不超過三年，且可連選連任。本公司考慮到本公司經營管理決策實施的連續性，故章程內暫無明確規定董事輪流退任機制，故對上述守則條文有所偏離。

守則條文C.1.6條(其自二零二五年七月一日起已獲重新編號為守則條文C.1.5)有關非執行董事在董事會及股東大會的出席情況及參與情況：

本公司於二零二五年三月二十八日召開第八屆董事會第十次會議，執行董事張慧勤女士、非執行董事沈沉女士及非執行董事曹海倫先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零二五年六月十九日召開二零二四年度股東周年大會(「**二零二四年度股東周年大會**」)，非執行董事曹海倫先生及獨立非執行董事李國明先生因其他工作原因未出席二零二四年度股東周年大會。

本公司於二零二五年六月十九日召開第八屆董事會第十一次會議，非執行董事曹海倫先生及獨立非執行董事李國明先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零二五年八月二十八日召開第八屆董事會第十二次會議，非執行董事曹海倫先生及獨立非執行董事陳瑋先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

上述董事均在收到相關董事會會議材料後，委託本公司其他董事代為出席會議並行使表決權。董事會會議審議有關事項，並順利通過各項決議案。董事會會議會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

此外，本公司已於二零二四年度股東周年大會召開前向董事會所有董事提供了會議相關材料。二零二四年度股東周年大會順利通過各項普通決議案。二零二四年度股東周年大會會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事，以便未出席會議的董事了解二零二四年度股東周年大會上決議的事項。

承董事會命
聯華超市股份有限公司
董事長
濮韶華

中華人民共和國，上海，二零二五年八月二十八日

於本公告日期，本公司董事如下：

執行董事： 王曉琰、張慧勤及朱定平；

非執行董事： 濮韶華、沈沉、曹海倫及楊琴；

獨立非執行董事： 夏大慰、李國明、陳瑋及趙歆晟。