

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分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。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2460)

截至2025年6月30日止六個月 中期業績公告

財務摘要

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
收入(人民幣千元)	6,205,594	7,616,023
本公司擁有人應佔期內利潤(人民幣千元)	805,098	1,128,104
每股基本收益(人民幣元)	0.34	0.56
每股中期股息(人民幣元)	0.118	—

董事會欣然宣佈本集團截至2025年6月30日止六個月之未經審核綜合業績：

合併損益及其他綜合收益表

截至2025年6月30日止六個月－未經審核

	附註	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)
收入	3	6,205,594	7,616,023
銷售成本		(3,309,495)	(3,863,402)
毛利		2,896,099	3,752,621
其他收入	4	217,251	112,656
其他收益及虧損	5	(479)	(4,063)
預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)		(586)	(1,068)
經銷及銷售費用		(1,884,283)	(2,090,359)
行政開支		(144,420)	(144,828)
研發成本		(14,764)	(17,938)
財務成本		(1,034)	(1,115)
上市開支		—	(18,912)
稅前利潤		1,067,784	1,586,994
所得稅開支	6	(244,770)	(432,135)
期內利潤	7	823,014	1,154,859
歸屬於以下的利潤：			
— 本公司擁有人		805,098	1,128,104
— 非控股權益		17,916	26,755
		823,014	1,154,859

截至6月30日止六個月		
	2025年	2024年
附註	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
其他綜合(開支)收益：		
其後將不會重新分類至損益的項目：		
功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	(180,776)	57,583
其後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務而產生的匯兌差額	99,999	(57,723)
期內綜合收益總額	<u>742,237</u>	<u>1,154,719</u>
歸屬於以下的綜合收益總額：		
— 本公司擁有人	724,321	1,127,964
— 非控股權益	17,916	26,755
	<u>742,237</u>	<u>1,154,719</u>
每股收益(人民幣元)		
基本	9 <u>0.34</u>	<u>0.56</u>

合併財務狀況表

於2025年6月30日－未經審核

		2025年 6月30日 附註 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		6,098,238	5,923,500
使用權資產		568,719	578,651
遞延稅項資產		149,148	91,834
購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金		63,040	136,158
其他非流動資產		4,390	3,522
		<u>6,883,535</u>	<u>6,733,665</u>
流動資產			
存貨		393,858	504,209
貿易及其他應收款項	10	885,324	667,877
可收回所得稅		103,068	118,491
應收直接控股公司款項		22,473	22,697
定期銀行存款		4,663,964	4,946,590
現金及現金等價物		7,723,830	5,700,765
		<u>13,792,517</u>	<u>11,960,629</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	11	4,344,367	3,718,714
合同負債		594,923	193,338
銀行借款－一年內到期		6,020	6,035
應付股東款項		3,522,933	2,370,394
應付所得稅		211,066	19,444
租賃負債－一年內到期		14,225	14,107
		<u>8,693,534</u>	<u>6,322,032</u>

	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)
流動資產淨值	5,098,983	5,638,597
總資產減流動負債	<u>11,982,518</u>	<u>12,372,262</u>
資本及儲備		
股本	8	8
儲備	<u>10,866,360</u>	<u>11,300,368</u>
本公司擁有人應佔權益	10,866,368	11,300,376
非控股權益	<u>578,814</u>	<u>560,898</u>
權益合計	<u>11,445,182</u>	<u>11,861,274</u>
非流動負債		
應付股東款項－非流動	131,579	131,579
遞延稅項負債	217,172	201,226
銀行借款－一年後到期	23,988	11,148
租賃負債－一年後到期	21,476	25,388
遞延收入	<u>143,121</u>	<u>141,647</u>
	<u>537,336</u>	<u>510,988</u>
	<u>11,982,518</u>	<u>12,372,262</u>

合併財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月－未經審核

1. 編製基準

簡明合併財務報表乃根據香港會計師公會頒佈的香港會計準則第34號（「香港會計準則第34號」）「中期財務報告」及上市規則的適用披露規定編製。

2. 主要會計政策

簡明合併財務報表已按照歷史成本法編製，惟若干以重估金額或公允價值（視何者適用而定）計量的若干物業及金融工具則除外。

除下述因應用香港財務報告準則修訂本產生的額外會計政策，截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所使用的會計政策及計算方法，與截至2024年12月31日止年度本集團年度財務報表所呈列者相同。

應用香港財務報告準則（修訂本）

於本中期期間，本集團已就編製本集團簡明合併財務報表，首次應用以下由香港會計師公會頒佈並於2025年1月1日開始之本集團年度期間強制生效之香港財務報告準則（修訂本）：

香港會計準則第21號（修訂本） 缺乏可交換性

於本期間應用香港財務報告準則修訂本對本集團本中期及過往期間之財務狀況及表現及／或簡明合併財務報表所載之披露並無重大影響。

3. 收入及分部資料

收入指於各期內銷售包裝飲用水及飲料的已收及應收款項（扣除退貨及撥備）。

收入明細

	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)
產品種類		
銷售包裝飲用水	5,250,699	6,828,706
銷售飲料	954,895	787,317
合計	<u>6,205,594</u>	<u>7,616,023</u>
收入確認時間		
在某一時間點	<u>6,205,594</u>	<u>7,616,023</u>

地域市場

本集團逾99%的收入及營運收益來自位於中國大陸的客戶，且本集團逾99%的非流動資產（不包括金融資產及遞延稅項資產）位於中國大陸。

分部資料

為分配資源及評估表現，主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱根據相同會計政策編製的本集團整體業績及財務狀況。因此，管理層認為本集團僅有一個經營分部。

分部資產及負債

主要經營決策者所採用的本集團分部報告計量方法並無計入資產及負債。因此，並無呈列分部資產及負債。

4. 其他收入

	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)
利息收入		
— 銀行存款	157,165	70,251
以公允價值計量且其變動計入當期損益的		
金融資產的投資收入	2,090	3,641
政府補助	37,713	20,721
回收包裝材料銷售	16,851	16,729
其他	3,432	1,314
	<u>217,251</u>	<u>112,656</u>

5. 其他收益及虧損

	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)
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(3,985)	(6,781)
折價收購子公司的收益	—	5,442
匯兌收益淨額	4,140	134
其他	(634)	(2,858)
	<u>(479)</u>	<u>(4,063)</u>

6. 所得稅開支

	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)
即期稅項		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	285,930	360,905
過往年度撥備不足	208	182
	<u>286,138</u>	<u>361,087</u>
遞延稅項	(41,368)	71,048
	<u>244,770</u>	<u>432,135</u>

於兩個期間內，由於本集團並無於香港產生或源自香港的應稅利潤，故並無作出香港利得稅撥備。

根據英屬維爾京群島的規則及規例，本集團毋須於英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

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》，中國子公司於期內的稅率為25%，惟於各期內若干子公司合資格享有稅率為20%的企業所得稅優惠。

7. 期內利潤

	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)
期內利潤經扣除以下各項後得出：		
員工成本(包括董事酬金)	980,216	1,074,074
物業、廠房及設備折舊	350,276	239,282
使用權資產折舊	14,836	14,477

8. 股息

於2024年4月，本公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元（「股息宣派」），於2024年10月本公司完成上市後生效。除股息宣派外，本公司或組成本集團的集團實體於截至2024年6月30日止六個月並無派付或宣派其他股息。

於2025年3月，本公司董事建議就截至2024年12月31日止年度派付末期股息每股普通股人民幣0.307元及特別股息每股普通股人民幣0.176元，總金額為人民幣1,158,329,000元，已於2025年6月6日的股東週年大會上獲股東批准。

於2025年8月，董事會宣派截至2025年6月30日止六個月的中期股息每股普通股人民幣0.118元，總額為人民幣282,987,000元（截至2024年6月30日止六個月：無）。

9. 每股盈利

本公司持有人應佔每股基本及攤薄盈利按下列數據計算：

	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)
盈利		
計算每股基本盈利之本公司擁有人應佔盈利	805,098	1,128,104
股份數量		
計算每股基本盈利之普通股加權平均數	2,398,196,600	2,000,000,000

10. 貿易及其他應收款項

	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)
貿易應收款項		
— 第三方	430,454	280,027
— 同系子公司	17,118	11,991
	447,572	292,018
減：信貸虧損準備	(37,350)	(36,765)
	410,222	255,253
其他應收款項	35,492	30,022
應收票據	153,000	30,000
預付供應商款項	15,715	13,229
可收回增值稅款	270,895	339,373
	885,324	667,877

以下為於各報告期末按商品交付日期呈列的貿易應收款項(扣除信貸虧損準備)的賬齡分析：

	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)
0至90天	402,639	243,869
91至180天	5,847	8,853
181至365天	1,109	1,678
超過365天	627	853
	410,222	255,253

於各報告期末，應收票據的賬齡均在90日內。

本集團的政策是給予其貿易客戶60至90天的信貸期。具有良好還款記錄的大型或長期客戶可獲授較長的信貸期。

於接納任何有信貸限額的新客戶前，本集團會評估彼等的歷史背景及於市場的可信度。信貸限額將參考研究結果釐定，並將每年覆核一次。

11. 貿易及其他應付款項

	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)
貿易應付款項(附註)		
－ 第三方	765,369	529,961
－ 同系子公司	118,865	95,334
	<u>884,234</u>	<u>625,295</u>
應付銷量折扣及推廣費用	1,397,822	965,540
應付工資	191,874	404,895
應付按金	379,398	385,728
廣告應付款項	140,327	165,836
運輸應付款項	399,848	246,961
應計上市開支	–	7,549
其他應付款項及應計費用		
－ 第三方	689,085	658,930
－ 同系子公司	261,779	257,980
	<u>950,864</u>	<u>916,910</u>
	<u>4,344,367</u>	<u>3,718,714</u>

附註：

於期內，供應商授予本集團的信貸期介乎15天至60天。以下為於各報告期末按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	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)
0至90天	881,508	621,974
91至180天	1,329	2,705
181至365天	1,204	570
超過365天	193	46
	<u>884,234</u>	<u>625,295</u>

貿易應付款項為無抵押及不計息。

管理層討論及分析

宏觀及行業環境

2025年上半年，國內生產總值同比增長5.3%，經濟總體頂住壓力實現平穩運行。消費市場方面，上半年全國社會消費品零售總額同比增長5%，但增長動能呈現分化態勢。在此背景下，中國軟飲料行業市場潛力依然巨大，健康化、功能化、高性價比等多元需求明顯提升，消費場景亦不斷向辦公、運動、家庭等場景延伸拓展。在市場格局方面，品牌競爭態勢加劇，但頭部企業市場地位持續穩固，行業集中度進一步提升。

業務回顧

本集團致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲，主要包括「怡寶」、「本優」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」等品牌及系列。本集團打造了一系列市場領先的產品組合，主要分為兩類：包裝飲用水產品和飲料產品，在中國消費者中得到廣泛認可。

本集團2025年上半年錄得收入共計人民幣6,205.6百萬元，較同期下降18.5%。其中，包裝飲用水產品的收入佔總收入的比例為84.6%，飲料產品的收入佔總收入的比例為15.4%。下表載列本集團於所示期間各產品類別的收入和佔總收入比例明細：

產品類別	截至6月30日止六個月			
	2025年	佔總	2024年	佔總
	金額	收入百分比	金額	收入百分比
	(人民幣百萬元)	(%)	(人民幣百萬元)	(%)
包裝飲用水產品	5,250.7	84.6	6,828.7	89.7
小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾	3,194.4	51.4	4,329.6	56.9
中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾	1,828.6	29.5	2,267.9	29.8
桶裝水產品 ⁽³⁾	227.7	3.7	231.2	3.0
飲料產品	954.9	15.4	787.3	10.3
合計	<u>6,205.6</u>	<u>100.0</u>	<u>7,616.0</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

包裝飲用水產品

本集團以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。截至2025年6月30日，本集團的包裝飲用水產品包括「怡寶」、「怡寶露」、「本優」、「FEEL」品牌下的瓶裝水產品以及「怡寶」和「加林山」品牌下的桶裝水產品。

報告期內，包裝飲用水產品錄得收入人民幣5,250.7百萬元，較去年同期下降23.1%，佔報告期內總收入的84.6%。

回顧2025年上半年包裝飲用水業務，本集團致力於成為水之集大成者，堅持「好水不分水種」的發展理念，推動多品牌多水種發展。以「怡寶」、「本優」為重點發力品牌，通過規格擴充豐富產品線發展。上半年「本優」全國擴產佈局，應對激烈市場競爭，銷量同比保持高速增長。高端產品「怡寶露」天然礦泉水推出年度典藏款「詩話密碼」系列產品，延續東方美學基調，以高雅傳統文化及現代藝術表現手法創作設計包裝，持續提升產品禮贈及收藏屬性，打造品牌美譽度。

飲料產品

近年來，本集團保持包裝飲用水業務穩步發展的同時，持續推動飲料業務的發展，2025年上半年，本集團飲料領域共推出14款新品SKU，「至本清潤系列」、「蜜水系列」持續豐富口味及產品規格的延伸，滿足消費者在即飲、分享及家庭使用等全場景下的差異化需求，積極打造第二增長曲線。報告期內，飲料產品錄得收入人民幣954.9百萬元，較去年同期增長21.3%，佔報告期內總收入的15.4%。

本集團報告期內有四個品牌的茶飲料產品，包括「至本清潤」草本植物飲料、「佐味茶事」無糖茶飲料以及「願事之茗」、「午後奶茶」奶茶飲料。「至本清潤」堅持以中國傳統原料，打造「記憶中的味道」，為廣大消費者提供更多清潤之選，上市450ml「燉梨」新口味，口感清潤，清甜不膩，特別適合換季乾燥、炎熱出行、學習居家等場景飲用，基於口味清爽適合暢飲，延伸「燉梨」1L裝。「佐味茶事」無糖茶飲料順應減糖健康消費趨勢，對品牌及產品進行了全面升級，以0糖0卡、真茶萃取為核心賣點，推出鐵觀音和岩茶的1L暢飲裝新品，為消費者帶來自在生活的美好體驗。「願事之茗」奶茶飲料上半年持續推廣，精選茗茶和新西蘭進口奶源，茶感甘醇，奶味清甜，持續圍繞幸運、滿足的品牌調性，為大眾提供口味和情緒的雙重享受。

本集團目前有兩個品牌的果汁類飲料產品，即「蜜水系列」水果飲料和「假日系列」果汁飲料。其中，「蜜水系列」堅持「新鮮、健康、用心」的品牌理念，以「用心配，才對味」為核心主張，為消費者呈現鮮如現泡、清爽適口的飲品體驗。為持續回饋消費者喜愛，品牌持續提供多樣口味、規格供選擇。「蜜水檸檬」推出1L大容量規格。新口味「蜜水青提」480ml常規裝與350ml迷你裝、1L家庭裝上市，新品精選清新甘甜的青提汁，搭配優質進口蜂蜜，滋味清甜爽口、鮮如現泡，帶消費者一起感受春日的新鮮。

本集團其他飲料產品主要包括運動飲料「魔力」及咖啡飲料「焰焙」等。其中「魔力」堅持「健康、積極、力量」的品牌理念，以「快速補充電解質和能量」、「中國國家隊官方運動飲料」為傳播核心，為消費者提供健康清爽的專業運動飲料。報告期內品牌持續優化產品包裝，全新上市550ml運動蓋以及1L大包裝產品，滿足不同運動場景下的產品需求。「焰焙」圍繞「助燃生活動力」的品牌定位，以「濃醇焰焙，燃力加倍」為核心主張，為消費者提供濃鬱醇香的咖啡體驗，全新上市拿鐵、摩卡兩個口味新品。

銷售網絡

本集團堅持渠道多樣化發展趨勢，穩步推進渠道優化，並開展渠道分類優化調整，在提升渠道效率的同時豐富渠道客戶類型，包括傳統渠道、KA渠道、特通渠道、教育渠道、休閒／娛樂渠道、電商渠道、餐飲渠道及其他渠道。在鞏固傳統渠道優勢地位同時，積極拓展客戶體系，設定專項經銷商如品類經銷商、餐飲服務商、特渠服務商等類別，加強客戶自營能力，助力渠道及品項發展。持續拓展新興渠道，完善了線上業務矩陣佈局，迎合家庭消費場景搭建家庭渠道線上購買通道，推動多渠道共同發展，滿足市場和消費者需求。

品牌建設

本集團採取「聚焦資源、集中發力」的戰略方針，秉持長期主義的理念。繼續以大型戶外廣告作為主要宣傳方式，同時在線上聚焦於微信、微博等主流互聯網平台，加大產品曝光，提升品牌聲量。堅持長期主義，持續推進體育營銷。2025年，本集團再度成為中國國家隊官方合作夥伴，持續深化中國國家隊官方飲用產品身份。深度捆綁國際賽事，先後合作第34屆國際乒聯乒乓球亞洲杯、2025國際籃聯男籃亞洲杯預選賽等賽事，利用運動員資源，借勢賽事熱點，加固消費者對國家隊官方飲用產品身份認知。本集團正式宣佈冠名中國足球超級、甲級及乙級三級聯賽，進一步深化在足球領域的佈局。此外，集團持續深化馬拉松賽事合作，依托城市場景化營銷窗口，持續提升品牌曝光度。

在包裝飲用水領域，怡寶品牌長期深耕體育營銷，以中國國家隊／TEAM CHINA、中國足球職業聯賽、馬拉松三大頂級體育IP為支點，構建具備深度與廣度的體育營銷體系，令每一瓶怡寶皆成為健康生活的見證者。作為「中國國家隊官方飲用水」，怡寶為70餘支國家運動隊提供安全、健康的飲用水服務，全力支持中國體育健兒於國際賽場斬獲卓越成績。本集團借助中國足球職業聯賽，通過賽事贊助、球迷活動、青訓支持等多元聯動方式，提升怡寶品牌影響力。「一路相伴，你我的怡寶」，特聘馬拉松奧運冠軍基普喬格擔任怡寶馬拉松推廣大使，怡寶品牌13年來始終陪伴每一位跑步愛好者。

在飲料品牌建設方面，本集團沿用差異化營銷策略，滿足消費者多元化喜好。中式經典草本植物飲料「至本清潤」繼續攜手擊劍世界冠軍孫一文女士以及舞蹈詩劇《只此青綠》IP，秉持弘揚優秀傳統文化、傳承東方美學之理念，通過線上線下消費者互動、媒介投放等多元方式，持續深化品牌之中式經典形象。「蜜水檸檬」品牌與潮流IP「B.Duck小黃鴨」達成聯名營銷合作，攜手推出「一起即享新鮮YA」主題營銷活動，強化品牌年輕化形象。「魔力」品牌持續推進體育營銷戰略，作為中國國家隊官方運動飲料，攜手品牌運動官王欣瑜女士，與足球職業聯賽及馬拉松等賽事展開深度合作，確立「專業運動飲料」之品牌定位。

生產

報告期內，本集團堅定踐行「1+N」產能戰略，持續推進產能佈局優化以強化競爭力。在包裝水領域，依據優質水源地開發及物流樞紐選址標準有序實施產能擴張：武夷山大包裝生產線已於2025年第一季度順利投產；下半年計劃增設2家工廠，自建的浙江工廠預計第四季度投產，1家合作工廠推進設備安裝與資質審批並預計第三季度投產。在飲料領域，在現有4家自有工廠穩定運營基礎上，新增2家合作工廠以優化華南地區及華東地區產能結構，有效降低綜合運營成本並提升市場響應效率。此外，宜興工廠二期項目已全面投入運營，湖北工廠建設亦按既定計劃穩步推進。隨着新工廠相繼建成投運，本集團自有產能佔比將持續提升，這不僅有效增強生產自主性、穩定性並降低整體生產成本，更為未來市場份額的持續拓展與盈利增長奠定堅實基礎，持續鞏固行業領先地位。

質量控制

本集團遵循「華潤飲料全價值鏈食品安全與質量管理體系」，並在運行過程中不斷完善，全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。在全流程當中開展多種質量檢查及測試程序，包括外觀及重量檢查、物理性能測試、化學分析及微生物測試等，確保產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。本集團的質量控制措施亦適用於合作生產夥伴。

新品研發

報告期內，本公司持續深化研發戰略，驅動產品矩陣的多元化升級與市場競爭力提升。

在產品研發層面，我們專注於滿足消費者日益增長的多樣化需求，特別是健康養生趨勢。秉承對品質的執着追求與市場趨勢的敏銳洞察，研發團隊成功推出了多款創新飲品，包括至本清潤枇杷燉梨、蜜水青提、焙焙咖啡等。其中，至本清潤枇杷燉梨飲料的問世，標誌着本公司在中式養生飲品領域的又一重要突破。該產品匠心選用碭山酥梨、漳州枇杷等優質原料，輔以黃冰糖，將傳統燉煮工藝精髓與現代生產技術精妙融合，凝聚自然的饋贈，為消費者帶來清新甘爽、潤肺生津的感官體驗，精準契合健康訴求。研發全程貫穿技術創新和工藝優化的嚴謹精神，從原料篩選、配方調試到生產工藝確定，每個環節均歷經反覆試驗與嚴格檢測，確保產品品質與口感臻於至善。同時，本公司積極拓展產學研合作，引入外部科研機構及高校的先進技術和理念，為研發提供強大技術支持。

未來展望

展望下半年，在消費市場持續提振與行業機遇挑戰並存的背景下，消費者需求愈發多元化：追求健康、安全、高性價比的同時，亦日益關注消費中的情緒價值，對飲料產品創新提出了更高維度的要求。本集團將始終堅持品牌驅動戰略，緊密圍繞消費者核心價值，一方面持續提供健康、安全、多使用場景的包裝飲用水產品，並積極打造極具成長潛力的飲料第二曲線；另一方面，不斷深化終端網點覆蓋，借力體育營銷提升品牌認知度。本集團致力於通過滿足消費者多元場景需求的健康產品矩陣，以及激發市場活力的高效渠道網絡，矢志打造消費者信賴的民族飲料品牌。

財務回顧

收入

報告期內，本集團從兩類商品產生收入，即包裝飲用水產品及飲料產品。

報告期內本集團錄得收入人民幣6,205.6百萬元，較去年同期的人民幣7,616.0百萬元減少18.5%，主要是由於包裝水銷量減少，以及加大營銷資源投入，並進行渠道優化調整的影響。

銷售成本

本集團的銷售成本主要包括：(i)原材料及包裝材料成本；(ii)合作生產夥伴服務費；及(iii)生產費用。

報告期內本集團的銷售成本為人民幣3,309.5百萬元，較去年同期的人民幣3,863.4百萬元減少14.3%，主要是由於包裝水銷量下降，原材料價格下降，以及價值鏈延伸、調整合作生產夥伴費率等成本控制措施的綜合影響。

毛利及毛利率

報告期內本集團的毛利為人民幣2,896.1百萬元，較去年同期的人民幣3,752.6百萬元減少22.8%。報告期內本集團的毛利率為46.7%，毛利率同比減少2.6個百分點，主要是由於收入下降以及產品結構變化的綜合影響。

其他收入

報告期內本集團其他收入為人民幣217.3百萬元，佔總收入的3.5%，較去年同期的人民幣112.7百萬元增加92.8%，主要是由於利息收入和政府補助增加。

其他收益及虧損

報告期內本集團的其他收益及虧損為虧損人民幣0.5百萬元，較去年同期的虧損人民幣4.1百萬元減少88.2%，主要是由於出售物業、廠房及設備的虧損淨額減少。

預期信貸虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）

本集團在預期信貸虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）由2024年上半年的人民幣1.1百萬元減少45.2%至報告期內的人民幣0.6百萬元，主要是由於加強貿易應收款項信用風險管理。

經銷及銷售費用

本集團的經銷及銷售費用主要包括：(i)員工成本，主要指與本集團的銷售和營銷人員有關的工資、獎金、養老金費用和其他社會保險費用等；(ii)營銷和推廣費用，主要指為本集團的客戶、零售網點和終端消費者提供服務的營銷活動費用，例如廣告、體育賽事及綜藝節目合作、貨架展示和促銷材料；(iii)物流服務開支，主要為本集團產品運輸服務所產生的費用；(iv)折舊及攤銷，主要與商用冷藏展示櫃有關；及(v)其他費用，如差旅費。

報告期內本集團的經銷及銷售費用為人民幣1,884.3百萬元，較去年同期的人民幣2,090.4百萬元減少9.9%，主要由於與銷量相關的運輸等費用減少。

行政開支

本集團的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)諮詢費用；(iii)主要與設備及辦公樓有關的折舊及攤銷；及(iv)其他（包括工廠開辦費等）。

報告期內本集團的行政開支為人民幣144.4百萬元，較去年同期的人民幣144.8百萬元減少0.3%。

研發成本

本集團的研發成本主要包括：(i)研發人員的員工成本；(ii)與諮詢服務有關的服務費；及(iii)試驗檢驗費。

本集團的研發成本由2024年上半年的人民幣17.9百萬元減少至報告期內的人民幣14.8百萬元。

財務成本

本集團的財務成本主要包括銀行借款利息以及租賃負債利息。

本集團的財務成本由2024年上半年的人民幣1.1百萬元減少至報告期內的人民幣1.0百萬元。

所得稅

本集團的所得稅由2024年上半年的人民幣432.1百萬元減少至報告期內的人民幣244.8百萬元，主要是由於稅前利潤減少。

期內利潤

由於上述原因，本集團的期內利潤由2024年上半年的人民幣1,154.9百萬元減少28.7%至報告期內的人民幣823.0百萬元，而本集團的淨利潤率由2024年上半年的15.2%降至報告期內的13.3%。

存貨

本集團的存貨主要包括：(i)原材料及消耗品，主要包括包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水和飲料產品。原材料及消耗品佔本集團存貨的大部分。

本集團的存貨由2024年12月31日的人民幣504.2百萬元減少21.9%至2025年6月30日的人民幣393.9百萬元。存貨周轉天數由2024年12月31日的22.6天增加至2025年6月30日的24.6天。

貿易及其他應收款項

本集團的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項、可收回增值稅款、預付供應商款項及其他應收款項。

本集團的貿易及其他應收款項由2024年12月31日的人民幣667.9百萬元增加至2025年6月30日的人民幣885.3百萬元。貿易應收款項周轉天數從2024年12月31日的7.5天增加至2025年6月30日的10.8天。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易及其他應付款項主要指貿易應付款項、應付銷售折扣及推廣費用、應付工資、應付按金、廣告應付款項及運輸應付款項。

本集團的貿易及其他應付款項由2024年12月31日的人民幣3,718.7百萬元增加至2025年6月30日的人民幣4,344.4百萬元。貿易應付款項周轉天數從2024年12月31日的36.9天增加至2025年6月30日的41.3天。

銀行借款

於2025年6月30日，本集團的流動及非流動銀行借款結餘為人民幣30.0百萬元。該銀行借款以人民幣計值，並按與中國人民銀行規定的貸款利率掛鈎的浮動利率計息，截至2025年6月30日的實際年利率為2.36%。該銀行借款主要用於日常經營使用。

流動資金及資本資源

於2025年6月30日，本集團銀行存款和現金總額為人民幣12,387.8百萬元，主要以港幣和人民幣持有。本集團通過集中資金管理，保持合理和充足的現金水平。

槓桿比率

於2025年6月30日，本集團槓桿比率（等於截至同日的計息債務總額（包括租賃負債及應付附屬公司非控股股東款項的計息比例）除以權益總額再乘以100%）為0.6%，與2024年12月31日本集團的槓桿比率0.5%基本持平。

重大投資、重大收購及出售

截至2025年6月30日止六個月，本集團未有根據上市規則附錄D2第32(4A)段須披露的重大投資情況及有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來重大投資或資本資產計劃

於本公告日期，除招股章程披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

或有負債

截至2025年6月30日止六個月，本集團無任何重大或有負債。

資本開支

截至2025年6月30日止六個月，本集團的資本開支約為人民幣620.6百萬元（截至2024年6月30日止六個月：人民幣999.2百萬元），主要用於購置物業、廠房及設備、購買使用權資產以及購置其他非流動資產。

資產抵押

於2025年6月30日，本集團以抵押賬面價值為人民幣116.6百萬元的房屋建築物及土地使用權，作為銀行借款的擔保（於2024年12月31日：人民幣119.6百萬元）。

外匯風險

本集團的大部分收入和大部分支出均以人民幣計價。本集團的附屬公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣作為其功能貨幣（即人民幣及港元）。本集團進行若干以外幣計值的交易，因此產生匯率波動風險。本集團目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

人力資源及薪酬政策

截至2025年6月30日，本集團有11,468名全職僱員，其中大部分位於中國大陸。下表載列按職能劃分的僱員人數：

職能	截至2025年6月30日	
	僱員人數	佔僱員總數的百分比 (%)
銷售及市場推廣	8,810	76.8
行政	319	2.8
研發	93	0.8
生產	2,246	19.6
合計	11,468	100

本集團堅持「以人為本」，致力於建立專業高效的管理體系，在所有僱傭實踐中提供公平和平等的機會，並通過完善人才選拔和培養機制，包括為新入職員工提供企業文化、業務及行業的新員工培訓，以提高彼等對本集團的了解及履行職責的能力；定期向員工提供度身訂造的內部培訓課程或安排員工參加第三方提供的培訓課程，以提高彼等的技術技能；為若干員工及優秀年輕骨幹提供管理技能培訓機會，以幫助彼等過渡至管理職位等，鼓勵員工充分發揮創造力，保持核心團隊的積極性和穩定性。同時，本集團遵循法律法規有關工資待遇及福利的要求，不斷完善薪酬福利管理辦法，努力為員工提供全面且具有競爭力的薪酬福利保障，包括為員工提供具競爭力的薪金、全面的保險計劃及以績效為基礎的獎勵計劃，該等計劃通常基於員工個人的表現及本集團業務的整體表現。另外，我們通過多元化的文體活動豐富員工業餘生活，亦設立「員工互助基金」對遭受重大疾病、重大意外事故的員工家庭及時發放救助款。截至2025年6月30日，該項目共資助超過220個員工家庭，發放基金超人民幣6.7百萬元。

全球發售及所得款項淨額用途

本公司於2024年10月23日於聯交所成功上市，並於2024年11月12日部分行使招股章程所述的超額配股權，經扣除承銷費用及相關開支，總上市所得款項淨額為人民幣5,213.5百萬元。

於2025年6月30日，上市所得款項淨額已使用人民幣1,093.8百萬元，餘額於香港持牌銀行作為定期存款的方式持有。

當前招股章程所披露所得款項淨額的擬定用途並無重大變動，有關進一步資料，請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」章節。下表為截至2025年6月30日本公司全球發售募集的所得款項淨額使用情況，未動用所得款項餘額的預期時間表乃本公司經考慮當前及未來的市場發展狀況及公司業務需求後作出的估計，因此可能予以變更。

招股章程所述的用途	計劃比例	所得款項淨額 (人民幣百萬元)	截至2025年 6月30日止 已動用款項 (人民幣百萬元)	於2025年 6月30日 尚未動用結餘 (人民幣百萬元)	悉數動用尚未動用 所得款項淨額的時間表
(1) 戰略性擴張和優化產能	30%	1,564.1	275.4	1,288.7	於2029年9月30日或之前
(2) 加速銷售渠道擴張及提升渠道效率	23%	1,199.1	276.0	923.1	於2029年9月30日或之前
(3) 進行銷售和營銷活動	23%	1,199.1	439.9	759.2	於2027年9月30日或之前
(4) 增強產品研發能力	3%	156.4	37.0	119.4	於2029年9月30日或之前
(5) 數字化升級	3%	156.4	60.3	96.1	於2029年9月30日或之前
(6) 進行潛在投資及併購機會	8%	417.1	0	417.1	2025年暫時無計劃
(7) 營運資金及作一般公司用途	10%	521.3	5.2	516.1	
總計	100%	5,213.5	1,093.8	4,119.7	

中期股息

董事會已決議於2025年10月24日（星期五），向於2025年9月17日（星期三）名列本公司股東名冊內的股東派發截至2025年6月30日止六個月之中期股息，每股人民幣0.118元（「**中期股息**」）。中期股息將以港幣現金支付。股東有權選擇以人民幣現金收取全部或部分中期股息。中期股息的港幣金額按照本公告日期前（包括本公告日期在內）五個工作天中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣的中間價的平均價人民幣1元兌換港幣1.09661元計算，並四捨五入到小數點後三位計算，相當於每股港幣0.129元。

除非股東以股息貨幣選擇表格選擇以人民幣現金收取中期股息，否則中期股息將以港幣現金支付。股息貨幣選擇表格預計於2025年9月19日（星期五）寄發予股東，倘股東選擇以人民幣收取全部或部分中期股息，股東須填妥股息貨幣選擇表格以作出有關選擇，並最遲須於2025年10月8日（星期三）下午4時30分前送抵本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司辦理登記手續，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定獲得中期股息的資格，本公司將於2025年9月15日（星期一）至2025年9月17日（星期三）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格享有中期股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於2025年9月12日（星期五）香港時間下午4時30分前，送交本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司（地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓）進行登記。

期後事項

於報告期結束後至本公告日期，並無發生任何於重大方面影響本集團業務營運的重大事項。

企業管治常規

本公司深知在本集團管理架構及內部控制程序引入優良的企業管治元素的重要性，藉以達致有效的問責性。

本公司已應用企業管治守則所載的原則並採納當中所述的守則條文。本公司堅信，董事會中執行董事與獨立非執行董事的組合應保持平衡，以使董事會有強大的獨立性，能夠有效作出獨立判斷。

本公司於報告期內一直遵守企業管治守則列載之所有適用守則條文。

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所載之標準守則作為其證券交易之守則，以規管董事的所有證券交易及標準守則涵蓋之其他事項。

本公司已向全體董事作出特定查詢，彼等確認於報告期內一直遵守標準守則。

購買、出售或贖回上市證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券（包括出售庫存股份（定義見上市規則））。截至2025年6月30日，本公司或其附屬公司並無持有庫存股份。

審核委員會及審閱中期業績

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會（「**審核委員會**」），並訂有書面職權範圍。審核委員會由兩名非執行董事（即林國龍先生及曹越女士）及四名獨立非執行董事（即姚洋博士、周永健博士、李引泉先生及鄭寶川女士）組成。審核委員會主席為姚洋博士。李引泉先生擁有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當會計或相關財務管理專業知識。審核委員會的主要職責為檢討及監督本公司的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，以及提名及監察外聘核數師及企業管治守則規定的其他職責。

審核委員會已連同董事會及本公司核數師審閱本集團所採用的會計原則及政策以及本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核合併財務報表。審核委員會認為相關財務報表的編製符合適用的會計準則及要求，並已作出足夠的披露。

本公司核數師之工作範圍

本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期財務資料已由本公司的獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行的中期財務資料審閱」進行審閱。

刊登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.crbeverage.com)。載有上市規則所規定的所有資料的本公司2025年中期報告將於適當時候寄發予需要印刷本的股東，並於上述網站刊載。

釋義

「董事會」 指 本公司董事會

「企業管治守則」 指 上市規則附錄C1所載的企業管治守則

「中國」 指 中華人民共和國，但就本公告而言，且僅作地區參考，除文義所指外，不包括香港、澳門特別行政區及台灣地區

「本公司」	指	華潤飲料(控股)有限公司，一家以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市(股份代號：2460)
「合作生產夥伴」	指	建立合作夥伴關係以有效滿足市場需求的生產工廠(包括代工廠)
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售(定義見招股章程)
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣，分別為港元及港仙
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「香港」	指	中國香港特別行政區
「上市」	指	股份在聯交所主板上市
「上市日期」	指	2024年10月23日，即股份上市及獲准在聯交所開始買賣的日期
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(經不時修訂)
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「招股章程」	指	本公司日期為2024年10月15日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指	截至2025年6月30日止六個月
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0000005美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有上市規則所賦予的涵義

「美元」	指	美國法定貨幣美元
「中國國家隊／ TEAM CHINA」	指	是包含各運動項目國家隊與綜合性運動會中國體育代表團的集體形象和統一稱謂
「IP」	指	知識產權
「KA渠道」	指	關鍵客戶渠道
「SKU」	指	最低庫存單位的首字母縮寫，可購買的每種不同產品和服務的唯一標識
「%」	指	百分比

承董事會命
華潤飲料(控股)有限公司
 董事會主席兼執行董事
張偉通先生

中國香港，2025年8月29日

於本公告日期及自吳霞女士之辭任及周劍波先生之委任同日起生效後，本公司董事會包括執行董事張偉通先生、李樹清先生及周劍波先生；非執行董事張建民先生、林國龍先生、肖寧先生、曹越女士及趙典博士；及獨立非執行董事周永健博士、李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士。