

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。



Dali Foods Group Company Limited

達利食品集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：3799)

截至二零二二年六月三十日止六個月的 中期業績公告

達利食品集團有限公司(「本公司」或「達利」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣布本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)截至二零二二年六月三十日止六個月的未經審核中期簡明合併財務業績，連同二零二一年相應期間的比較數字。截至二零二二年六月三十日止六個月的未經審核中期簡明合併業績已經本公司審核委員會(「審核委員會」)審閱。

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	變動百分比
收益	10,318,094	11,287,241	-8.6%
毛利	3,637,049	4,325,165	-15.9%
毛利率	35.2%	38.3%	-3.1個百分點
扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	2,676,065	3,150,308	-15.1%
純利	1,705,623	2,012,830	-15.3%
純利率	16.5%	17.8%	-1.3個百分點
每股盈利	人民幣0.13元	人民幣0.15元	-15.3%

股息

董事會議決就截至二零二二年六月三十日止六個月宣派中期股息每股普通股0.071港元。

中期簡明合併損益及其他綜合收益表
截至二零二二年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
收益	5(a)	10,318,094	11,287,241
銷售成本	6(a)	<u>(6,681,045)</u>	<u>(6,962,076)</u>
毛利		3,637,049	4,325,165
其他收入及收益	5(b)	933,707	798,109
銷售及經銷開支		(1,843,043)	(2,041,500)
行政開支		(381,760)	(340,649)
融資成本		<u>(67,351)</u>	<u>(36,818)</u>
除稅前溢利	6	2,278,602	2,704,307
所得稅開支	7	<u>(572,979)</u>	<u>(691,477)</u>
期內溢利		<u>1,705,623</u>	<u>2,012,830</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		<u>1,705,623</u>	<u>2,012,830</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	9		
基本			
一期內溢利		<u>人民幣0.13元</u>	<u>人民幣0.15元</u>
攤薄			
一期內溢利		<u>人民幣0.13元</u>	<u>人民幣0.15元</u>

中期簡明合併損益及其他綜合收益表(續)
截至二零二二年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
其他綜合收益		
於後續期間可能重新分類至損益的 其他綜合收益：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(20,578)</u>	<u>1,692</u>
於後續期間可能重新分類至損益的 其他綜合收益淨額	<u>(20,578)</u>	<u>1,692</u>
期內其他綜合收益(除稅淨額)	<u>(20,578)</u>	<u>1,692</u>
期內綜合收益總額	<u><u>1,685,045</u></u>	<u><u>2,014,522</u></u>
以下人士應佔綜合收益總額：		
母公司擁有人	<u><u>1,685,045</u></u>	<u><u>2,014,522</u></u>

中期簡明合併財務狀況表
於二零二二年六月三十日

	附註	於二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,428,738	5,309,988
投資物業		211,812	216,504
使用權資產		685,887	702,726
其他無形資產		1,161	1,152
預付款項		246,742	365,228
遞延稅項資產		53,644	47,479
非流動資產總值		<u>6,627,984</u>	<u>6,643,077</u>
流動資產			
存貨		1,017,523	1,194,257
貿易應收款項	10	1,455,264	1,371,487
預付款項及其他應收款項		1,037,861	1,050,093
按公平值計入損益的金融資產		-	500,000
質押存款		178,300	831
現金及銀行結餘		17,119,976	16,645,709
流動資產總值		<u>20,808,924</u>	<u>20,762,377</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	798,049	1,028,354
其他應付款項及應計費用		1,188,149	1,190,383
計息銀行及其他借款		5,445,241	5,272,601
租賃負債		18,563	18,501
應付股息	8	890,053	-
應付稅項		270,874	205,450
流動負債總額		<u>8,610,929</u>	<u>7,715,289</u>
流動資產淨額		<u>12,197,995</u>	<u>13,047,088</u>
資產總值減流動負債		<u>18,825,979</u>	<u>19,690,165</u>

中期簡明合併財務狀況表(續)

於二零二二年六月三十日

	於二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	9,403	18,061
遞延收入	323,923	336,584
遞延稅項負債	14,158	99,496
	<hr/>	<hr/>
非流動負債總額	347,484	454,141
	<hr/>	<hr/>
資產淨值	18,478,495	19,236,024
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	112,712	112,712
庫存股份	(1,572,914)	-
儲備	19,938,697	19,123,312
	<hr/>	<hr/>
總權益	18,478,495	19,236,024
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

中期簡明合併財務報表附註

1. 公司資料

達利食品集團有限公司(「本公司」)根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊地址為Maples Corporate Services Limited, PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要在中國內地從事食品及飲料生產及銷售。

本公司董事認為，本公司的控股公司為Divine Foods Limited(「母公司」)，一家在英屬處女群島(「英屬處女群島」)成立的公司。本公司的控股股東為許世輝先生、陳麗玲女士、許陽陽女士、Divine Foods Limited、Divine Foods-1 Limited、Divine Foods-2 Limited、Divine Foods-3 Limited、Hi-Tiger Limited及許氏家族信託(統稱為「控股股東」)。

2. 呈列基準

截至二零二二年六月三十日止六個月之中期簡明合併財務資料乃根據香港會計準則第34號中期財務報告而編製。該中期簡明合併財務資料並不包括年度財務資料所要求的所有資料及披露，並應與本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 會計政策和披露的變動

編製中期簡明合併財務資料所採用的會計政策與編製本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的全年合併財務報表所應用者一致，惟於本期間的財務資料首次採用以下經修訂《香港財務報告準則》(「香港財務報告準則」)除外。

香港財務報告準則第3號的修訂	概念框架的提述
香港會計準則第16號的修訂	物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項
香港會計準則第37號的修訂	虧損合約—履行合約的成本
香港財務報告準則二零一八年至二零二零年的年度改進	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號隨附之說明例子及香港會計準則第41號的修訂

3. 會計政策和披露的變動(續)

經修訂《香港財務報告準則》的性質及影響於下文載述：

- (a) 《香港財務報告準則》第3號的修訂本以二零一八年六月頒佈的引用財務報告概念框架取代引用先前財務報表編製及呈列框架，而毋須大幅度改變其規定。該等修訂亦就《香港財務報告準則》第3號就實體引用概念框架以釐定構成資產或負債的內容的確認原則增設一項例外情況。該例外情況規定，對於可能屬於《香港會計準則》第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於企業合併中產生，則應用《香港財務報告準則》第3號的實體應分別參考《香港會計準則》第37號或香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第21號，而非概念框架。此外，該等修訂澄清或然資產於收購日期不符合確認條件。本集團已對二零二二年一月一日或之後發生的業務合併前瞻性地採納該等修訂。由於期內概無因發生業務合併產生該等修訂範圍內的或然資產、負債及或然負債，該等修訂對本集團的財務狀況及表現概無任何影響。
- (b) 《香港會計準則》第16號的修訂本禁止實體從物業、廠房及設備項目的成本中扣除資產達到管理層預定的可使用狀態(包括位置與條件)過程中產生項目的任何出售所得款項。實體必須將任何該等項目的出售所得款項及該等項目的成本計入損益。本集團對二零二一年一月一日或者之後提供使用的物業、廠房和設備項目追溯應用該等修訂。由於在二零二一年一月一日或之後並無出售可供使用的財產、廠房及設備時所產生的該等項目，該等修訂對本集團的財務狀況或表現概無任何影響。
- (c) 《香港會計準則》第37號的修訂本澄清，就根據《香港會計準則》第37號評估合約是否屬虧損性而言，履行合約的成本包括與合約直接相關的成本。與合約直接相關的成本包括履行該合約的增量成本(例如直接勞工及材料)及與履行合約直接相關的其他成本分配(例如分配履行合約所用物業、廠房及設備項目的折舊開支以及合約管理及監管成本)。一般及行政成本與合約並無直接關連，除非根據合約明確向對手方收取費用，否則不包括在內。本集團已對其於二零二二年一月一日尚未履行其所有責任的合約前瞻性地採納該等修訂及概無識別虧損合約。因此，該等修訂對本集團的財務狀況或表現概無任何影響。

3. 會計政策和披露的變動(續)

(d) 《香港財務報告準則》二零一八年至二零二零年的年度改進載有《香港財務報告準則》第1號、《香港財務報告準則》第9號、《香港財務報告準則》第16號相應闡釋範例及《香港會計準則》第41號的修訂本。適用於本集團的修訂詳情如下：

- 《香港財務報告準則》第9號金融工具：澄清實體於評估新增或經修改金融負債的條款是否與原始金融負債的條款有實質性差異時所包含的費用。該等費用僅包括借方與貸方之間。本集團已對於二零二二年一月一日或之後修改或交換的金融負債前瞻性地採納該修訂本。由於期內本集團並無對財務負債進行修改，故該修訂對本集團的財務狀況或表現概無任何影響。
- 《香港財務報告準則》第16號租賃：刪除《香港財務報告準則》第16號相應闡釋範例13中出租人有關租賃物業裝修的付款說明。這消除了於採納《香港財務報告準則》第16號時在處理租賃激勵方面的潛在混淆。

4. 經營分部資料

為便於管理，本集團按其產品劃分業務單元，分為四個可呈報經營分部，詳情如下：

- (a) 生產及銷售家庭消費；
- (b) 生產及銷售休閒食品；
- (c) 生產及銷售即飲飲料；及
- (d) 其他。

「其他」分部包括銷售與食品及飲料生產有關的包裝物料及來自投資物業的優質辦公室空間的租金收入。

管理層監察本集團經營分部的毛利，旨在作出有關資源分配及業績評估的決策。概無披露本集團經營分部資產及負債的分析，此乃由於有關分析並無定期提交予最高營運決策者審閱。

4. 經營分部資料(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

	家庭消費 人民幣千元 (未經審核)	休閒食品 人民幣千元 (未經審核)	即飲飲料 人民幣千元 (未經審核)	其他 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註5)					
銷售予外部客戶	1,726,237	4,527,545	2,964,949	1,088,201	10,306,932
其他收益	-	-	-	11,162	11,162
					<u>10,318,094</u>
分部毛利	702,364	1,487,822	1,424,558	22,305	3,637,049
對賬：					
其他收入及收益					933,707
銷售及經銷開支					(1,843,043)
行政開支					(381,760)
融資成本					(67,351)
除稅前溢利					<u>2,278,602</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	58,020	83,332	124,833	4,691	270,876
資本開支*					
已分配	96,479	101,246	100,222	-	297,947
未分配					<u>26,291</u>
					<u>324,238</u>

4. 經營分部資料(續)

截至二零二一年六月三十日止六個月

	家庭消費 人民幣千元 (未經審核)	休閒食品 人民幣千元 (未經審核)	即飲飲料 人民幣千元 (未經審核)	其他 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註5)					
銷售予外部客戶	1,678,615	4,859,641	3,683,251	1,056,263	11,277,770
其他收益	-	-	-	9,471	9,471
					<u>11,287,241</u>
分部毛利	746,990	1,714,707	1,842,384	21,084	4,325,165
對賬：					
其他收入及收益					798,109
銷售及經銷開支					(2,041,500)
行政開支					(340,649)
融資成本					<u>(36,818)</u>
除稅前溢利					<u>2,704,307</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	79,277	94,274	164,959	4,722	343,232
資本開支*					
已分配	344,444	134,361	74,119	253	553,177
未分配					<u>26,354</u>
					<u>579,531</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、使用權資產、投資物業以及無形資產。

地理資料

由於本集團90%以上的收益及經營溢利來自在中國內地的銷售，且本集團逾90%的非流動資產位於中國內地，故並無根據香港財務報告準則第8號經營分部呈列地理資料。

有關一名主要客戶的資料

由於概無本集團向單一客戶的銷售佔本集團總收益的10%或以上，故並無根據香港財務報告準則第8號經營分部呈列主要客戶資料。

5. 收入、其他收入及收益

(a) 收入的分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
來自客戶合約的收益	10,306,932	11,277,770
來自其他來源的收益		
租金收入總額	<u>11,162</u>	<u>9,471</u>
	<u>10,318,094</u>	<u>11,287,241</u>

來自客戶合約的收益的分項收益資料

截至二零二二年六月三十日止六個月

分部	家庭消費	休閒食品	即飲飲料	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>1,726,237</u>	<u>4,527,545</u>	<u>2,964,949</u>	<u>1,088,201</u>	<u>10,306,932</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓貨物	<u>1,726,237</u>	<u>4,527,545</u>	<u>2,964,949</u>	<u>1,088,201</u>	<u>10,306,932</u>

截至二零二一年六月三十日止六個月

分部	家庭消費	休閒食品	即飲飲料	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>1,678,615</u>	<u>4,859,641</u>	<u>3,683,251</u>	<u>1,056,263</u>	<u>11,277,770</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓貨物	<u>1,678,615</u>	<u>4,859,641</u>	<u>3,683,251</u>	<u>1,056,263</u>	<u>11,277,770</u>

5. 收入、其他收入及收益(續)

(b) 其他收入及收益：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
銀行利息收入	418,030	317,985
政府補貼*	478,842	443,438
銷售邊角料的收入淨額	35,563	33,278
出售物業、廠房及設備項目的收益	32	117
匯兌差額淨額	317	3,177
其他	923	114
	<u>933,707</u>	<u>798,109</u>

* 政府補貼包括本公司的附屬公司自相關政府機關收到的與企業擴張及效率提高有關的各類補貼。

6. 除稅前溢利

本集團的除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
(a) 銷售成本：		
存貨銷售成本	<u>5,713,286</u>	<u>5,929,422</u>
(b) 僱員福利開支(包括董事及行政總裁薪酬)：		
工資及薪金	1,141,817	1,106,404
以權益結算股份獎勵開支	20,132	-
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	<u>176,296</u>	<u>149,843</u>
	<u>1,338,245</u>	<u>1,256,247</u>

6. 除稅前溢利(續)

截至六月三十日止六個月
二零二二年 二零二一年
人民幣千元 人民幣千元
(未經審核) (未經審核)

(c) 其他項目：

物業、廠房及設備折舊	308,182	387,618
投資物業折舊	4,692	4,722
使用權資產折舊	16,963	16,434
無形資產攤銷	275	409
推廣及廣告開支	937,991	1,164,864
研發成本	38,927	35,290
匯兌差額淨額(附註5(b))	(317)	(3,177)
銀行利息收入(附註5(b))	(418,030)	(317,985)
政府補貼(附註5(b))	(478,842)	(443,438)
出售物業、廠房及設備項目的虧損	1,935	104
貿易應收賬款減值	4,018	2,987
存貨減值(撥回)/撥備	(859)	607

物業、廠房及設備、投資物業及使用權資產折舊以及無形資產攤銷計入中期簡明合併損益及其他綜合收益表的「行政開支」、「銷售及分銷開支」及「銷售成本」。

研發成本計入中期簡明合併損益及其他綜合收益表的「行政開支」及「銷售成本」。

7. 所得稅

本集團須就本集團成員公司在所在及經營的司法權區產生或源自該等司法權區的溢利按實體方式繳納所得稅。

根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島所得稅。

香港利得稅乃根據本期間內於香港產生之估計應課稅溢利稅率16.5%(二零二一年：16.5%)作出撥備，惟本集團一間附屬公司成為符合利得稅兩級制的實體。該附屬公司的首筆2,000,000港元(二零二一年：2,000,000港元)應課稅溢利將按8.25%(二零二一年：8.25%)徵稅，而其餘應課稅溢利則按16.5%(二零二一年：16.5%)徵稅。

根據中華人民共和國(「中國」)所得稅法，在中國成立的本公司附屬公司須按25%的稅率繳納所得稅，惟部分附屬公司除外，其於二零一四年一月一日至二零三零年十二月三十一日間之不同期間按15%的優惠稅率繳付所得稅。

7. 所得稅(續)

根據《中國企業所得稅法》，就向外資企業投資者宣派來自於中國大陸成立之外資企業的股息徵收10%預扣稅。有關規定自二零零八年一月一日起生效，並適用於二零零七年十二月三十一日後所產生之盈利。此外，根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》及其相關法規，倘一名合資格香港稅務居民為中國公司的「實益擁有人」並持有其25%或以上股權，則該名香港稅務居民自中國產生的股息收入須按5%稅率繳納預扣稅。遞延稅項負債已根據該等附屬公司就二零零八年一月一日以後產生的溢利於可見未來將分派的預期股息計提撥備。

所得稅開支的主要組成部分如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項	664,482	664,287
遞延稅項	<u>(91,503)</u>	<u>27,190</u>
期內稅項支出總額	<u>572,979</u>	<u>691,477</u>

8. 股息

每股普通股為0.076港元(相等於約人民幣0.0625元)的末期股息合共1,040,753,000港元(相等於約人民幣889,792,000元)於二零二二年五月十八日的股東週年大會上批准，且結餘於二零二二年六月三十日確認為負債。

董事會議決就截至二零二二年六月三十日止六個月宣派中期股息每股普通股0.071港元(相等於約人民幣0.0623元)，合共972,282,000港元(相等於約人民幣852,812,000元)(截至二零二一年六月三十日止六個月：1,191,388,000港元(相等於約人民幣992,498,000元))。

9. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔期內溢利及期內已發行普通股之加權平均數股13,521,222,894(二零二一年：13,694,117,500股)計算。

每股攤薄盈利乃根據期內母公司普通股權益持有人應佔期內溢利計算。計算中使用的普通股加權平均數是於每股基本盈利計算中使用的期內已發行普通股數目，並假設所有具攤薄潛力的普通股視為普通股轉換為無償發行的普通股加權平均數。

每股基本及攤薄盈利的計算基於：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)
盈利		
母公司普通股權益持有人應佔溢利	<u>1,705,623</u>	<u>2,012,830</u>
		股份數目
		截至六月三十日止六個月
		二零二二年 二零二一年 (未經審核) (未經審核)
股份		
用於計算每股基本盈利的期內已發行 普通股加權平均數	13,521,222,894	13,694,117,500
攤薄影響—普通股加權平均數： 以股權結算的股份獎勵	<u>4,627,297</u>	<u>—</u>
	<u>13,525,850,191</u>	<u>13,694,117,500</u>

10. 貿易應收款項

信用期介乎30至90天。於報告期末，按發票日期作出並扣除虧損撥備的貿易應收款項的賬齡分析列示如下：

	二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
90天內	1,367,528	1,198,171
91至180天	82,842	163,122
181至365天	4,894	10,194
	<u>1,455,264</u>	<u>1,371,487</u>

11. 貿易應付款項及應付票據

於報告期末，根據交易日期劃分的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	二零二二年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
90天內	785,899	1,018,249
91至365天	11,271	7,871
1至2年	10	873
2年以上	869	1,361
	<u>798,049</u>	<u>1,028,354</u>

貿易應付款項不計息，一般於30天內結算。

管理層討論及分析

二零二二年以來新冠疫情在中國境內多地反覆，整體宏觀環境面臨挑戰，上半年全國國內生產總值和社會消費品零售總額分別錄得2.5%增長和0.7%下降，相比較二零二一年全年8.1%和12.5%的增速，均有所放緩。此外，地緣政治不確定因素帶動原材料價格大幅上漲，對下游行業整體盈利能力帶來壓力。面對挑戰，集團受益於大眾化日常消費的板塊佈局，各個品類需求相對穩定，展現較強的抗風險能力。在供應鏈上，全國化的工廠佈局保證正常生產運作，全國化強大物流體系保證運輸車輛運行和產品供應順暢，從而一定程度上減少疫情管控帶來的負面影響，整體運營基本穩定。在運營成本和效率上，集團擁有從工廠到終端的強大自有供應鏈，並且通過全產業鏈和產品線的柔性佈局，降低履約成本，進一步強化管理和運營效率，發揮規模優勢。隨著疫情逐步好轉，集團相信憑藉不斷強化的執行力，優秀的產品和營銷創新能力，下半年業績預計將明顯改善。長期來看，集團的綜合優勢和前瞻性的產業佈局將帶來健康、穩健的增長。

消費者對於健康生活的嚮往和品質的追求仍是市場不變的主線。集團將產業升級作為中長期業務發展重點，從多維度實現品牌提升。豆本豆作為行業發展的引領者，已經確立領軍地位，二零二一年市場佔有率達到國內市場第一。近年來持續通過領先的技術工藝、豐富的產品矩陣和創新的營銷，推動植物基健康生活的理念普及。上半年，豆本豆進一步推動產業高端化，展開更具深度的品類教育，倡導均衡的膳食營養結構，深入傳播豆奶牛奶一起喝的健康理念。在產品方面，借助綠色低碳有機豆奶產品，推動豆奶高端形象的認知深入人心。借助新品的基礎上，豆本豆積極開展創新營銷，同時結合領先技術全面打開產業空間和格局，不斷提升豆奶的產業高度。美焙辰以運營效率和規模效應作為雙輪驅動發展。各銷售大區按照區域特點梳理團隊、網點和線路，提升運營效率；渠道生態建設方面，扶持經銷商做大做強，制定更加精細化的合作政策，提高經銷商利潤率；另外，集團穩步推進中保麵包的發展，加快區域拓寬，進一步提升整體板塊規模效應。樂虎通過一系列舉措，積極打造市場氛圍，持

續提高鋪市率。在渠道管理方面，通過提升渠道激勵，提升經銷商積極性和導入高質量經銷商。在終端管理上，通過擴大陳列、投放冰櫃等，進一步搶佔高能市場。最後，通過體育賽事贊助等營銷方式，實現對消費者的覆蓋，持續提升品牌力。和其正不斷提升渠道效率，強化產品創新能力，創造新的增長機遇。在終端網點上提升陳列，加大高質量網點規模；經銷商生態建設方面，制定更標準化、更精細化的合作模式，推動經銷商能力提升；產品方面，立足草本的創新概念，推出特調涼茶和氣泡涼茶，強化其功能屬性，疊加高顏值國潮包裝，拓展更多消費場景。休閒食品把握疫情機遇，貫徹高端化策略，深化同終端客戶合作，提升銷售質量。集團順應疫情下居家消費需求的擴大趨勢，圍繞年輕消費群體，加快產品更新速度，持續推出時尚有趣的新品，保持產品競爭力。同時加大便利店、超市等現代渠道高質量網點打造，擴大高端產品的收入與貨架佔比，提升單店質量。內部團隊打造方面也頗有成效，團隊提升同重點客戶戰略合作關係，效率提升明顯，為長期健康增長打下紮實基礎。

集團在多個方面進一步深化創新營銷能力。首先，以深度營銷推動品牌升級和產業升級。例如，豆本豆對「全民營養周豆奶營養普及大會」進行公益支持，與行業內專家共同強調營養均衡及雙蛋白的重要性，積極倡導「每天兩杯奶」的營養健康概念，推進植物營養意識的普及；和其正引領技術創新，以健康的現熬萃取工藝，融合花與茶口味推出特調涼茶，重鑄產業活力。其次，集團進一步深化精準投放能力，和消費者展開深度溝通，成效顯著。在投放深度方面，通過權威媒體央視新聞、中國日報等進行廣告及聯名合作，提升了品牌形象的高度；在投放廣度方面，通過各大衛視覆蓋區域市場，通過熱播劇、熱播綜藝、新興社交媒體等精準覆蓋不同圈層的年輕消費群體；在知識性教育方面，通過營造話題、知乎和微博等官宣方式精準覆蓋消費人群，同消費者展開深入互動。最後，集團通過

內外部相結合推進系統性進程。對內強化合作，與銷售人員緊密配合，同時提高團隊數字化信息決策能力；對外緊密與第三方機構的合作，例如歐睿、尼爾森和凱度等，使得團隊對於市場信息的把握度更為全面。

疫情反覆、地緣政治衝突等多方面因素推動了全球範圍內原材料成本的整體上升，集團對此積極推出多種舉措，展現出較強的業務韌性和紮實的管理水平。一方面，集團推動產品組合優化，提升高毛利產品佔比；另一方面緊密追蹤低毛利產品銷售趨勢，通過精準市場數據分析，強化價格監控，及時調整渠道和人員投入，精細管控成本。在生產方面，持續推動生產效率和資源利用效率提升，降低運營成本，例如完善設備標準化保養、循環利用材料等。在採購方面，繼續優化供應商結構，完善市場數據分析，強化價格跟蹤，優化採購計劃，降低採購成本。除了成本的精細管控，集團資金管理效率進一步優化，帶動整體盈利能力提升。例如，通過高效渠道費用及營銷費用管理提升整體費用管理；利用資金歸集管理的規模優勢，對運營資金進行有效管理，提高資金使用率；積極爭取政策性低息貸款，補充流動資金，降低營運成本。

作為中國食品飲料行業的領導者之一，集團高度重視環境，社會責任和企業治理。在管理方面，首先作為最高執行者的董事會制定和審核可持續發展策略和風險管理政策，協調環境、社會及管治(「ESG」)的相關資源，監測工作小組在產品品質研發，環境治理，可持續原材料採購，供應商管理等各方面實施效果，並且基於ESG探討市場競爭格局、未來企業戰略和運營模式。其次，利用第三方數據和諮詢機構，考量新興法規、科技、法律等最新進展，完善分析風險和機遇帶來的戰略和財務影響。在產品研發方面，集團致力研發更綠色、低碳產品。低碳產品涵蓋一個完整生命週期評估，涵蓋資源開採、加工利用、以及最終廢棄處理的全階段。豆本豆不斷提升品質，推出有機系列；在原料和包裝運用上，加大植物農場種植，全部使用植物性原料，採用綠色環保包裝，減少碳排放量。和其正氣泡涼茶採取瓶裝無菌技術，加大無糖和低糖新品的研發。在低碳和環保技術方面，集團秉承國家碳中和目標，投入高效能和低排放設備。節能領域進行能源結構調整，利用清潔能源項目，推動長期排放量下降，例如對

燃氣鍋爐燃燒器進行技術改造，長期減少氮氧化合物排放量。水資源和循環用水策略上，最大限度回收再利用蒸汽冷凝水和其他可循環利用的水資源，並且逐步推動供應商節約用水，降低用水強度，開發循環水以及替代水源。材料使用方面，對包裝標準進行技術改造，降低材料使用量，例如對瓶胚和瓶蓋標準重量進行改造，從而降本增效。在公司治理方面，集團堅持「以人為本」的理念，實施多層次、精細化的員工激勵與福利政策。上半年針對核心骨幹，通過股份激勵計劃，進行中長期激勵，並且根據該計劃分批從公開市場購買股份，董事會審查和制定授出的股份數目，從而將員工利益與公司、股東利益相協同，推動企業的可持續發展。

二零二二年上半年，本集團收入同比下降8.6%至人民幣103.18億元。家庭消費分部收入同比上升2.8%至人民幣17.26億元，休閒食品分部收入同比下降6.8%至人民幣45.28億元，即飲飲料分部收入同比下降19.5%至人民幣29.65億元。實現毛利人民幣36.37億元，同比下降15.9%；家庭消費、休閒食品及即飲飲料分部的毛利分別為人民幣7.02億元、14.88億元及14.25億元，同比分別下降6.0%、13.2%及22.7%。集團整體毛利率為35.2%，比去年上半年下降3.1個百分點；稅前利潤為人民幣22.79億元，同比下降15.7%；淨利潤同比下降15.3%至人民幣17.06億元，淨利潤率為16.5%，同比下降1.3個百分點。現金流保持穩定，淨現金為人民幣142.20億元。

回顧二零二二年上半年，公司積極推進產業升級，各個產業取得了令人矚目的成績，在產品研發、新品推出、創新營銷和公司治理等方面均有亮點。展望下半年，集團將繼續完善高效創新機制，擴大全渠道平台，打造優秀團隊，進一步鞏固休閒食品的行業領先地位，不斷提升即飲板塊市場份額，多維度推動植物蛋白產業發展，擴大短保產業的規模優勢和效率。集團相信下半年的業績增長更具紮實基礎，竭力為股東創造更大的回報。

家庭消費產業

二零二二年上半年，家庭消費產業增長勢頭強勁，銷售收入由二零二一年上半年的人民幣16.79億元增加2.8%至二零二二年上半年的人民幣17.26億元，佔集團整體銷售額的比例持續提升。毛利率下降3.8個百分點至40.7%，主要由於美焙辰增速較快及原材料上漲。經過四年多的建設，家庭消費產業已經建立全國領先的市場地位，品牌影響力日漸凸顯，渠道網絡進一步強化，經銷商生態日益完善。二零二二年上半年，集團通過產品推新及強化營銷等方式，繼續擴大市場份額，強化品牌力。並且持續優化銷售體系及搶佔社團等新興渠道，鞏固終端滲透並且不斷改善運營效率。

• 美焙辰

隨著中國經濟的發展，城鎮化水平持續提高，居民生活節奏加速，消費者對便捷早餐的需求日益凸顯，消費頻次持續提高，短保麵包行業已經進入蓬勃發展的階段。美焙辰作為短保麵包市場中領先的全國性品牌，充分把握市場趨勢，憑藉卓越的產品品質和強大的品類運營能力，持續推動行業的產業化進程。二零二二年上半年，銷售收入上升7.5%至人民幣6.60億元。

上半年以來，美焙辰繼續完善經銷商生態，優化操作模式，進一步夯實發展質量和效率。在經銷商體系建設上，制定更加精細化的考核指標和緊密的合作方式，及時進行數據跟蹤和結果反饋，幫助經銷商快速擴大規模、增強盈利能力。在運營方式上，集團對渠道和網絡進一步優化，提升運營效率，增加協同效應。在新品方面，策略性推出中保麵包，使得集團能夠以更低成本、更靈活的運營模式實現新一輪的終端拓展。

展望下半年，美焙辰將繼續鞏固發展質量，進一步擴大銷售規模，強化品牌競爭力，致力於打造中國最具影響力的短保品牌。

- **豆本豆**

隨著疫情後消費者健康意識的提高、對可持續發展關注的提升，植物蛋白品類在全球範圍內迎來高速增長，日漸成為主流消費。在中國，消費者對於包裝豆奶的認知度也在逐漸提升，整體市場穩健發展。

豆本豆作為豆奶行業的領軍品牌，已經樹立起優異的品牌形象，構建起完善的產品矩陣，擁有行業領先的研發實力。近年來，豆本豆堅持天然無添加的產品理念，持續進行消費者教育，引領行業產業化發展。推動產業升級。產品方面，豆本豆精選東北黑土地的限定有機大豆，利用原生天然膳食纖維、原生植物蛋白等工藝，推出新品有機豆奶系列，此產品自主研發的「天然零添加」專利技術獲得中國食品工業協會科學技術特等獎。借助這一產品系列，豆本豆進一步推動產業的高端化，塑造豆奶的高端品質形象，為消費者提供更健康、更全面的植物營養。創新營銷方面，豆本豆聯合權威的行業協會及專家，共同推廣「每天兩杯奶，豆奶和牛奶」的健康飲食理念，深度傳播「雙蛋白」均衡飲食的知識和理念。通過產品組合、技術升級以及創新營銷等方式，豆本豆繼續推動產業發展，打造植物營養新標杆。二零二二年上半年，銷售收入上升0.1%至人民幣10.66億元。

展望下半年，豆本豆將繼續助力國民提升膳食健康，倡導健康飲食的新理念。集團相信，憑藉自身的品牌塑造能力和品類運營能力，豆本豆將引領植物蛋白產業取得更大的成功。

休閒食品產業

隨著消費品質升級和健康化飲食的長期趨勢日益彰顯，休閒食品板塊堅定貫徹新品策略，通過不斷推出口感更新鮮美味，包裝更精緻的產品，推動產品力提升。二零二二年上半年，由於受到疫情影響，銷售收入由二零二一年上半年的人民幣48.60億元下降6.8%至人民幣45.28億元，毛利率下跌2.4個百分點，主要由於食用油、雞蛋、糖等原材料大幅上漲所致。集團根據渠道分化的市場趨勢，優化資源分配，進一步推動高端化進程。雖然受到市場環境的短期影響，但是休閒食品市場容量龐大，行業格局有序，長期向好趨勢不變，相信隨著產業升級效果的彰顯和疫情的逐步消散，業績將恢復健康增長。

• 烘焙糕點

烘焙糕點是中國休閒食品中體量最大的品類，近年來保持高速增長。達利園作為烘焙糕點領域家喻戶曉的品牌，擁有行業排名第一的市佔率，憑藉豐富的產品組合、出色的品牌美譽度和廣闊的渠道資源建立起穩固的競爭優勢。

集團堅持貫徹新品策略，持續挖掘市場潛能，基於不同年齡群體、功能需求和消費場景，豐富產品矩陣，開發新渠道。二零二二年上半年，達利園進行「老品新作」，推出升級版瑞士卷「全新小白卷」。新品外觀更精緻，口感清新軟潤，囊括了消費者喜愛的三種新潮口味「芝士莓莓」、「元氣酸奶」和「西柚芒芒」，將持續鞏固達利園在瑞士卷細分市場的領導地位，煥發品牌新活力。藍蒂堡曲奇得到比利時國際美味評鑒所著名評委的認可，榮獲國際美味獎，為品牌帶來極大的知名度。在渠道方面，利用新品積極拓展優質終端，強化品牌在高勢能網點的佈局，推動渠道結構的高端化。

相比發達國家，中國烘焙糕點市場集中度仍然較低，頭部企業市場份額還有廣闊的提升空間。未來，達利園將繼續鞏固現有優勢，推進新品更迭，提升渠道效率，持續推動收入規模和毛利水平提升。

- **薯類膨化食品**

可比克是中國本土薯片領先品牌，在年輕消費群體中擁有良好口碑，具有完善的產品矩陣。二零二二年上半年，可比克持續進行產品升級，推出造型獨特的新品「小彎曲薯片」。新品採用土豆原切，配合小彎曲造型，凸顯脆爽口感和濃郁口味；包裝上採用明亮配色形成強烈視覺衝擊，塑造小彎曲輕鬆活潑的產品個性，使得整體產品更品質感，引領零食新時尚。另一方面，可比克大力投入創新營銷，包括拓展新興直播渠道等方式，持續擴大在年輕消費群體中的影響力。

未來，可比克將繼續把握年輕消費趨勢，持續投入品牌營銷，通過特色產品積極推動多種渠道銷售，從而不斷提升可比克的市場份額。

- **餅乾類**

好吃點是中國市場家喻戶曉的品牌，具備強大的品牌知名度，豐富的產品矩陣覆蓋各類消費場景和消費人群。二零二二年上半年，好吃點圍繞新一代的年輕消費群體，根據不同渠道特點及需求，結合市場潮流及時尚元素，對產品進行包裝升級，推進品牌年輕化。

展望未來，好吃點將圍繞產品定位、營銷和渠道強化核心競爭力，推進品牌升級，提高中高端市場滲透率，為集團貢獻更高的利潤率。

即飲飲料產業

二零二二年上半年，疫情在國內所有反覆，導致經濟活動在一定程度上受到阻礙，部分品類消費場景缺失。銷售收入由二零二一年上半年的人民幣36.83億元下降19.5%至二零二二年上半年的人民幣29.65億元。毛利率下降2.0個百分點至48.0%，主要由於切片等原材料價格上升，而產品組合優化部分抵銷原材料價格上漲的影響。面對疫情挑戰，集團積極強化渠道網絡體系，通過改革團隊利潤分配和加大終端網點激勵等方式，充分提升銷售團隊及經銷商的執行力和主動性，同時以創新型產品帶動增長和品牌質量提升，相信隨著經濟活動恢復，業績也將大幅改善。

- 功能飲料

隨著社會生活節奏的加快，飲用提神、抗疲勞飲品的消費群體日益增多，功能飲料的飲用頻率也持續提高。近年來功能飲料市場保持高速增長，市場規模持續擴大，是近年來領跑飲料行業的優質賽道。樂虎通過差異化的規格定位和品牌營銷，在行業中建立起了一批忠實的消費群體，龍頭品牌的優勢明顯。二零二二年上半年，由於疫情反覆導致消費場景缺失，樂虎銷售收入同比下降7.8%至人民幣17.51億元。

經過半年多的發展，樂虎的渠道利潤分配及團隊架構得到優化，渠道活力進一步健康釋放，終端掌控力得以加強，原有市場滲透不斷提高。為把握快速增長的市場機遇，樂虎積極開發新區域市場，通過提升既有經銷商和引入新經銷商相結合的方式，推動終端佈局的快速擴大。在渠道策略上，聚焦高產出終端，進行場景化營銷，擴大品牌影響力。借助品牌效應帶動下沉市場擴張，全面擴大銷售。在品牌營銷上，繼續與線上、線下的專業體育賽事進行合作，強化專業功能飲料的品牌形象。

未來，樂虎將持續強化專業品牌形象，優化激勵機制和渠道投放，進一步擴大品牌在全國市場的滲透率，鞏固並提升在功能飲料的市場地位。

- **涼茶**

涼茶市場具備良好的基礎，擁有廣闊紮實的市場容量和穩定的價盤。和其正是中國傳統的特色茶飲，本身自帶國潮與功能性屬性。在飲料市場的創新型機遇不斷湧現的當下，和其正通過一系列創新舉措，正在重塑涼茶品牌及市場格局。由於疫情影響，二零二二年上半年，涼茶產業銷售收入下降35.4%至人民幣6.76億元。

目前，通過老品新作，傳承經典，疊加時尚，和其正已經具有較大的市場體量和品牌認知度。產品方面，和其正打破傳統涼茶印象，創新推出新派涼茶，在涼茶中融入花和茶的特調口味，滿足年輕人養生新需求。營銷方面，針對年輕消費群體採取創新營銷方式，借助國潮風在新媒體平台上進行話題營造和消費者互動，取得良好的消費者反饋。通過一系列舉措，和其正不斷培育年輕消費群體飲用習慣，把握快速增長的新型茶飲市場，推動著涼茶市場格局進行重塑。

展望未來，和其正將繼續把握年輕消費群體需求，持續提升品牌調性與活力，推動新品銷售，實現銷售的健康增長。

其他財務信息

銷售及經銷開支

本集團的銷售及經銷開支由二零二一年上半年的人民幣20.42億元下降9.7%至二零二二年上半年的人民幣18.43億元。此開支佔收益的百分比比較二零二一年上半年有所下降，主要由於本集團控制了相應渠道的產品推廣宣傳和促銷開支，帶來銷售及經銷開支的下降。

行政開支

本集團的行政開支由二零二一年上半年的人民幣3.41億元上升12.1%至二零二二年上半年的人民幣3.82億元。此開支佔收益的百分比較二零二一年上半年有所上升，主要由於管理人員平均薪酬的上升和股權激勵計劃的實施，導致人工成本上漲。

現金

本集團主要通過經營活動所產生的現金流量及上市所得款項滿足流動資金需要。本集團的質押存款、現金及銀行存款總值由二零二一年十二月三十一日的人民幣166.47億元增加至二零二二年六月三十日的人民幣172.98億元。該提升主要由於二零二二年上半年本集團經營現金淨流入人民幣17.12億元，購置機器設備、新建工廠等資本開支現金流出人民幣3.24億元，以及理財產品、借款和回購股份的現金流變動。

存貨

本集團的存貨由二零二一年十二月三十一日的人民幣11.94億元下降14.8%至二零二二年六月三十日的人民幣10.18億元，主要由於上半年本集團結合原材料市場價格波動，有效地控制了材料庫存。存貨周轉天數由二零二一年的28.9天上升至二零二二年六月三十日的29.8天。

貿易應收款項

本集團的貿易應收款項由於二零二一年十二月三十一日的人民幣13.71億元上升6.1%至於二零二二年六月三十日的人民幣14.55億元，主要由於受國內疫情持續影響，本集團放寬了部分渠道經銷商的信用條件，從而導致貿易應收款項有所上升。貿易應收款項周轉天數由二零二一年的18.3天上升至二零二二年上半年的24.7天。

貿易應付款項及應付票據

本集團的貿易應付款項及應付票據由於二零二一年十二月三十一日的人民幣10.28億元下降22.4%至於二零二二年六月三十日的人民幣7.98億元，主要由於本集團結合材料價格波動，加強了存貨採購的管控，使得應付款項及應付票據相應下降。貿易應付款項及應付票據周轉天數由二零二一年的25.6天下降至二零二二年上半年的24.6天。

借款

本集團於二零二二年六月三十日的短期借款餘額為人民幣54.45億元，當中70.0%以人民幣計值(二零二一年十二月三十一日：人民幣52.73億元)，本集團短期借款主要為無抵押銀行借款，年利率介乎1%至3%之間。受益於目前國內各項宏觀經濟政策及各金融機構對實體經濟的支持政策，本集團獲取了與上述支持政策相關的借款。

於二零二二年六月三十日，本集團的資產負債比率為32.7%，資產負債比率乃負債總額除以權益加上負債總額。資產負債比率較二零二一年的29.8%有所上升，主要由於本集團二零二一年末期股息於二零二二年六月三十日尚未支付，及員工股權激勵相關的股份回購。

外幣風險

本集團的業務位於中國內地，故幾乎全部交易以人民幣進行。因為本集團於中國內地的附屬公司幾乎全部資產及負債以人民幣計值，所以本公司的中國內地附屬公司不存在重大外幣風險。於二零二二年六月三十日，本集團以港元計值的資產及負債主要由本公司及若干附屬公司(於中國內地以外地區註冊成立)持有，並以人民幣以外的其他貨幣作為功能貨幣。

本公司及這些附屬公司(於中國內地以外地區註冊成立)亦持有以人民幣計值的銀行結餘，從中產生外幣風險。本集團並未進行任何對沖活動。

或然負債

於二零二二年六月三十日，本集團無任何重大或然負債。

資產質押

於二零二二年六月三十日，本集團質押存款為人民幣1.78億元(二零二一年十二月三十一日：人民幣83.1萬元)。

上市所得款項用途

本公司股份於二零一五年十一月二十日在聯交所主板上市，來自全球發售所得款項淨額約為86.65億港元(扣除本公司因全球發售應付的包銷費用佣金及估計開支)。根據二零一五年十一月十日發佈的招股章程(「招股章程」)內「未來計劃及所得款項用途」所載的擬定用途，於二零二二年六月三十日的已動用金額如下：

上市所得款項用途(截至二零二二年六月三十日)

單位：百萬港元

序號	項目	佔比	可動用	於 二零二二年 六月三十日 止期間已動用	截至 二零二二年 六月三十日 止累計已動用	截至 二零二二年 六月三十日 止累計未動用	應用未動用所 得款項淨額的 預期時間表
1	開發、推出及 推廣新產品	20%	1,733	-	1,733	-	不適用
2	擴充及提升生產設施 及生產網絡	20%	1,733	-	1,733	-	不適用
3	提升在銷售渠道的 地位及推廣品牌	20%	1,733	-	1,733	-	不適用
4	潛在收購及業務合作	30%	2,600	-	-	2,600	預計將於 二零二四年 十二月三十一日 或之前全部動用
5	營運資金及其他 一般公司用途	10%	866	-	866	-	不適用
合計		100%	8,665	-	6,065	2,600	

本公司無意將所得款項用作有別於招股章程所述的用途。

資本開支及資本承擔

本集團於二零二二年上半年的資本開支為人民幣3.24億元，主要用於(i)新設工廠的廠房及車間建設；及(ii)各工廠生產車間設備更新和修繕改造。

於二零二二年六月三十日，本集團與物業、廠房及設備有關的資本承擔為人民幣4.79億元，主要用於(i)新設及擴建工廠的廠房建設及設備採購；及(ii)各工廠的設備升級。

人力資源及員工薪酬

本集團始終堅信人才是企業的核心競爭力，把員工視為企業發展的重要戰略資源，積極建立完善的人才選拔培養機制，提高員工的整體競爭力和對本集團的歸屬感。二零二二年上半年，本集團持續引進大量專業人才，並積極從現有員工中發掘人才，長期與全國重點高校人才聯合建立培養機制。建立導師管理制度和培訓管理體系、外部標杆企業考察等的學習發展模式，形成競聘上崗、績效考核的人才選拔晉升機制，保障企業人才的核心競爭力，並培養出一支經驗豐富、穩定可靠的管理團隊。同時，本集團持續優化升級我們的管理結構，推進精細化管理，升級信息化管理，加強總部對市場的控制，為集團的持續發展打下堅實的基礎。

於二零二二年六月三十日，本集團僱有員工合共40,573人(於二零二一年十二月三十一日：40,745人)。本集團僱員的薪酬乃參照其職位、表現、經驗及現行市場上的薪金趨勢而釐定。除基本薪金外，本集團為其僱員提供多項員工福利。截至二零二二年六月三十日止六個月，僱員福利開支總額(包括董事薪酬)為人民幣13.38億元(截至二零二一年六月三十日止六個月：人民幣12.56億元)，主要由於本集團管理人員平均薪酬的上漲。

展望

展望二零二二年下半年，集團將繼續把握發展機遇，聚焦增長，引領家庭消費和健康消費潮流，不斷擴大市場份額並且爭奪增量市場。在家庭消費板塊，推動美焙辰銷售質量與規模的雙向提升，進一步深化豆本豆的品牌教育及品類教育，推動植物蛋白產業化進程。在休閒食品板塊，貫徹高端化策略，通過創新產品鞏固行業龍頭地位。在即飲飲料產業，提升經銷商和團隊激勵機制，加大老品新作力度。在渠道拓寬上，堅持全渠道策略，擴大現代渠道覆蓋，強化新興渠道建設，進一步推進傳統渠道效率。

本集團會堅持審慎的財務管理政策，保持充沛的現金流，維持健康的財務狀況。在強化內生增長的同時，本集團將繼續關注併購和外部合作的機會。

未來，本集團將繼續堅持用心創品質的理念和務實進取的企業文化，不忘初心，繼續為消費者帶來更美味、健康的產品，繼續為股東創造豐厚的回報。

股息

於二零二二年八月二十六日，董事會議決就截至二零二二年六月三十日止六個月宣派中期股息每股普通股0.071港元（「二零二二年中期股息」）予於二零二二年九月十六日名列本公司股東名冊內之股東。二零二二年中期股息佔截至二零二二年六月三十日止六個月本公司股東應佔溢利五十個百分點。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定本公司股東有權收取二零二二年中期股息的資格，本公司將於二零二二年九月十四日(星期三)至二零二二年九月十六日(星期五)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間內將不會登記任何本公司股份過戶。有權收取二零二二年中期股息的記錄日期為二零二二年九月十六日(星期五)。為符合資格收取二零二二年中期股息，所有股份過戶連同有關股票須於二零二二年九月十三日(星期二)下午四時三十分前交回本公司的香港證券登記分處Link Market Services (Hong Kong) Pty Limited，地址為香港皇后大道中28號中滙大廈16樓1601室。二零二二年中期股息的預期派付日期為二零二二年九月三十日(星期五)。

遵守企業管治守則

本公司已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則(「**企業管治守則**」)的守則條文。董事會認為，截至二零二二年六月三十日止六個月內，除守則條文第C.2.1條外，本公司一直遵守企業管治守則所載的適用守則條文。本公司將繼續檢討及完善其企業管治常規以確保遵守企業管治守則。

守則條文第C.2.1條訂明，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。本公司已委任許世輝先生擔任本公司的主席兼行政總裁。董事會相信由同一人擔任主席兼行政總裁，有助本公司以更快的反應速度、更高效率及更有效制定業務策略及執行業務計劃。董事會相信，由執行董事及獨立非執行董事組成的董事會足以平衡其權力與權限。

遵守標準守則

本公司已採納了一套標準不低於上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)規定的有關董事及有關僱員(可能擁有本公司內幕消息的僱員)進行本公司證券交易的行為守則(「**證券買賣守則**」)。經向全體董事作出特定查詢後，所有董事已確認彼等於截至二零二二年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則及證券買賣守則。

審核委員會

本集團截至二零二二年六月三十日止六個月的未經審核中期簡明合併財務報表已由審核委員會審閱。審核委員會認為，該等財務報表符合適用的會計準則、上市規則及所有其他適用的法律規定。

購回、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零二二年六月三十日止六個月，本公司及其任何附屬公司概無購回、出售或贖回任何本公司的上市證券。

報告期後事項

於截至二零二二年六月三十日止六個月之後本集團並無發生重大事項。

刊發中期業績及中期報告

本公告於香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.dali-group.com)刊發。截至二零二二年六月三十日止六個月的中期報告將於稍後寄發予本公司股東及刊登於上述網站。

代表董事會
達利食品集團有限公司
主席
許世輝

香港，二零二二年八月二十六日

於本公告日期，董事會包括執行董事許世輝先生、莊偉強先生、許陽陽女士及黃佳瑩女士；非執行董事許碧英女士及胡曉玲女士；獨立非執行董事劉小斌先生、林志軍博士及吳港興先生。