

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。



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)

截至二零二二年十二月三十一日止年度的 年度業績公告

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」)截至二零二二年十二月三十一日止年度的合併業績連同二零二一年相應年度比較數字。

財務摘要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	變動百分比
收益	19,957,199	22,294,000	-10.5%
毛利	7,023,954	8,155,606	-13.9%
毛利率	35.2%	36.6%	-1.4個百分點
扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	4,777,240	5,854,125	-18.4%
純利	2,990,088	3,725,225	-19.7%
純利率	15.0%	16.7%	-1.7個百分點
每股盈利	人民幣0.22元	人民幣0.27元	-19.7%

股息

董事會已議決宣派截至二零二二年十二月三十一日止年度的末期股息每股普通股0.053港元及特別股息每股普通股0.053港元。

合併損益及其他綜合收益表
截至二零二二年十二月三十一日止年度

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
收益	4(a)	19,957,199	22,294,000
銷售成本		<u>(12,933,245)</u>	<u>(14,138,394)</u>
毛利		7,023,954	8,155,606
其他收入及收益	4(b)	1,451,152	1,428,745
銷售及經銷開支		(3,536,240)	(3,884,073)
行政開支		(747,751)	(628,358)
融資成本	6	<u>(127,352)</u>	<u>(86,241)</u>
除稅前溢利	5	4,063,763	4,985,679
所得稅開支	7	<u>(1,073,675)</u>	<u>(1,260,454)</u>
年內溢利		<u>2,990,088</u>	<u>3,725,225</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		<u>2,990,088</u>	<u>3,725,225</u>

合併損益及其他綜合收益表(續)
截至二零二二年十二月三十一日止年度

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
年內溢利	<u>2,990,088</u>	<u>3,725,225</u>
其他綜合收益		
匯兌差額：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(83,871)</u>	<u>6,565</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>(83,871)</u>	<u>6,565</u>
年內其他綜合收益(除稅淨額)	<u>(83,871)</u>	<u>6,565</u>
年內綜合收益總額	<u>2,906,217</u>	<u>3,731,790</u>
以下人士應佔綜合收益總額：		
母公司擁有人	<u>2,906,217</u>	<u>3,731,790</u>
母公司普通股權益持有人應佔 每股盈利	8	
基本		
一年內溢利	<u>人民幣0.22元</u>	<u>人民幣0.27元</u>
攤薄		
一年內溢利	<u>人民幣0.22元</u>	<u>人民幣0.27元</u>

合併財務狀況表
於二零二二年十二月三十一日

		於 二零二二年 十二月 三十一日 附註 人民幣千元	於 二零二一年 十二月 三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,573,032	5,309,988
投資物業		207,121	216,504
使用權資產		669,349	702,726
無形資產		1,033	1,152
預付款項		214,070	365,228
遞延稅項資產		53,105	47,479
		<hr/>	<hr/>
非流動資產總值		6,717,710	6,643,077
流動資產			
存貨		1,062,910	1,194,257
貿易應收款項	10	1,493,776	1,371,487
預付款項及其他應收款項		989,986	1,050,093
按公平值計入損益的金融資產		-	500,000
質押存款		69,058	831
現金及銀行結餘		16,669,944	16,645,709
		<hr/>	<hr/>
流動資產總值		20,285,674	20,762,377
流動負債			
貿易應付款項	11	974,624	1,028,354
其他應付款項及應計費用		1,205,044	1,190,383
計息銀行借款		5,457,823	5,272,601
租賃負債		18,626	18,501
應付稅項		219,326	205,450
		<hr/>	<hr/>
流動負債總額		7,875,443	7,715,289
		<hr/>	<hr/>
流動資產淨額		12,410,231	13,047,088
		<hr/>	<hr/>
資產總值減流動負債		19,127,941	19,690,165

合併財務狀況表(續)
於二零二二年十二月三十一日

	於 二零二二年 十二月 三十一日 人民幣千元	於 二零二一年 十二月 三十一日 人民幣千元
非流動負債		
計息銀行借款	32,000	-
租賃負債	477	18,061
遞延收入	332,154	336,584
遞延稅項負債	69,302	99,496
	<hr/>	<hr/>
非流動負債總額	433,933	454,141
	<hr/>	<hr/>
資產淨值	18,694,008	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
儲備	18,581,296	19,123,312
	<hr/>	<hr/>
總權益	18,694,008	19,236,024
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

財務報表附註

1. 公司及集團資料

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。本公司的註冊辦事處為Maples Corporate Services Limited，地址為P.O. 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(統稱為「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(「董事」)認為，本公司的控股公司為Divine Foods Limited(「母公司」)，為一家在英屬維京群島(「英屬維京群島」)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及Hi-Tiger Limited(統稱為「控股股東」)。

2.1 編製基準

該等財務報表已根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)所頒佈的香港財務報告準則(「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」)及詮釋)、香港公認會計原則及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表乃根據歷史成本常規法編製，惟按公平值計入損益的金融資產以公平值計量除外。除另有說明者外，該等財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，所有價值均已湊整至最接近千位。

合併基準

合併財務報表包括本公司及其附屬公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的財務報表。附屬公司指本公司對其有直接或間接控制權的實體(包括結構性實體)。當本集團能通過其參與承擔或享有投資對象可變回報的風險或權利，並能夠向投資對象使用其權力影響該等回報(即現有權利可使本集團能於當時指揮投資對象的相關活動)，即代表本集團擁有投資對象的控制權。

2.1 編製基準(續)

合併基準(續)

一般會推定過半數投票權形成控制權。當本公司直接或間接擁有少於投資對象過半數投票權或類似權利時，本集團於評估其是否對投資對象擁有權力時會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與該投資對象其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司財務報表的報告期間與本公司相同，並採納連貫一致的會計政策編製。附屬公司的業績自本集團取得控制權當日起合併入賬，並繼續合併入賬直至該控制權終止當日止。

損益及其他綜合收益各組成部分歸屬於本集團母公司擁有人及非控股權益，即使會引致非控股權益產生虧絀結餘。所有集團內公司間資產及負債、股權、收入、開支及所有與本集團成員公司間交易有關的現金流均於合併賬目時悉數抵銷。

倘事實及情況反映上文所述三項控制權因素其中一項或多項有變，則本集團會重估其是否仍然控制投資對象。附屬公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)，列作權益交易入賬。

倘本集團失去一間附屬公司的控制權，則會終止確認(i)該附屬公司的資產(包括商譽)及負債；(ii)任何非控股權益的賬面值；及(iii)計入權益的累計匯兌差額；並確認(i)已收代價的公平值；(ii)任何獲保留投資的公平值；及(iii)損益內任何所產生的盈餘或虧損。先前於其他綜合收益確認的本集團應佔組成部分會視乎情況按倘本集團直接出售相關資產或負債所要求的相同基準重新分類至損益或保留溢利。

2.2 會計政策變動及披露

本集團已就本年度財務報表首次採納下列經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第3號之修訂	概念框架之提述
香港會計準則第16號之修訂	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號之修訂	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 附之說明性示例及香港會計準則第41號 之修訂

適用於本集團的經修訂香港財務報告準則的性質及影響敘述如下：

- (a) 香港財務報告準則第3號修訂以二零一八年六月頒佈的財務報告概念框架之提述(「概念框架」)取代先前財務報表編製及呈列框架之提述，而毋須大幅更改其規定。該等修訂亦對香港財務報告準則第3號有關實體參考概念框架以釐定資產或負債之構成之確認原則加入一項例外情況。該例外情況規定，對於屬香港會計準則第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業務合併中產生，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應用該等修訂。由於年內並無業務合併，故該等修訂並無對本集團的財務狀況及表現造成任何影響。
- (b) 香港會計準則第16號修訂禁止實體從物業、廠房及設備項目的成本中扣除使資產達到管理層擬定之營運狀態所需位置與條件過程中產生的項目銷售之任何所得款項。相反，實體須於損益中確認銷售任何有關項目之所得款項及據香港會計準則第2號存貨所釐定之該等項目之成本。本集團已對二零二一年一月一日或之後可供使用的物業、廠房及設備項目追溯應用該等修訂。由於在物業、廠房及設備可供使用之前，並無生產項目被出售，故該等修訂並無對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。
- (c) 香港會計準則第37號修訂澄清，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費用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，否則不包括在內。本集團已對其在二零二二年一月一日尚未履行所有責任的合約前瞻性地應用該等修訂，且並無發現任何虧損合約。因此，該等修訂並無對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

2.2 會計政策變動及披露(續)

(d) 香港財務報告準則二零一八年至二零二零年之年度改進載列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號隨附之說明性示例及香港會計準則第41號修訂。適用於本集團之該等修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第9號金融工具：澄清實體於評估一項新訂或經修訂金融負債之條款是否實質上不同於原金融負債之條款時所計入之費用。該等費用僅包括借款人與貸款人之間已付或已收之費用，其中包括借款人或貸款人代表另一方支付或收取之費用。本集團已自二零二二年一月一日前瞻性地應用該等修訂。由於本集團的金融負債於年內並無修訂或交換，故該等修訂並無對本集團的財務狀況或表現造成任何影響。

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則

本集團並未於該等財務報表中採納以下已頒布但未生效的新訂及經修訂的香港財務報告準則。

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂(二零一一年)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資 ³
香港財務報告準則第16號之修訂	售後租回的租賃負債 ²
香港財務報告準則第17號	保險合約 ¹
香港財務報告準則第17號之修訂	保險合約 ^{1,5}
香港財務報告準則第17號之修訂	初次應用香港財務報告準則第17號及香港財務報告準則第9號—比較資料 ⁶
香港會計準則第1號之修訂	負債分類為流動或非流動 (「二零二零年修訂」) ^{2,4}
香港會計準則第1號之修訂	與契諾人的非流動負債 (「二零二二年修訂」) ²
香港會計準則第1號及香港財務報告準則實務公告第2號之修訂	會計政策披露 ¹
香港會計準則第8號之修訂	會計估計之定義 ¹
香港會計準則第12號之修訂	與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項 ¹

¹ 於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二四年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 尚未釐定強制生效日期，惟可供採納

⁴ 由於二零二二年修訂，二零二零年修訂之生效日期已遞延至二零二四年一月一日或之後開始的年度期間。此外，由於二零二零年修訂及二零二二年修訂，香港詮釋第5號財務報表的呈報—借款人對載有按要求償還條款的定期貸款的分類已進行修訂，以使相應措詞保持一致而結論不變

⁵ 由於在二零二零年十月頒佈香港財務報告準則第17號的修訂，香港財務報告準則第4號獲修訂以擴大暫時豁免，允許保險公司於二零二三年一月一日之前開始的年度期間應用香港會計準則第39號而非香港財務報告準則第9號

⁶ 選擇應用與本修訂所載分類重疊法有關之過渡選項之實體應在初次應用香港財務報告準則第17號時應用

預期適用於本集團的香港財務報告準則之進一步資料於下文描述。

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則(續)

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂(二零一一年)針對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(二零一一年)之間有關投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資規定的不一致之處。該等修訂規定，當投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資構成一項業務時，須悉數確認來自一項下游交易的收益或虧損。當交易涉及不構成一項業務的資產時，來自該交易的收益或虧損於該投資者的損益內確認，惟僅以不相關投資者於該聯營公司或合營企業的權益為限。該等修訂將前瞻性地應用。香港會計師公會於二零一六年一月取消香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂(二零一一年)的先前強制生效日期，新的強制生效日期將在對聯營公司及合營企業會計處理進行更全面的檢討完成後決定。然而，該等修訂現時可採納。

香港財務報告準則第16號之修訂訂明賣方一承租人在計量售後租回交易產生的租賃負債時所採用的規定，以確保賣方一承租人不確認任何與其保留的使用權有關的收益或虧損金額。該等修訂於二零二四年一月一日或之後開始的年度期間生效，並應追溯應用於初次應用香港財務報告準則第16號日期後訂立的售後租回交易(即二零一九年一月一日)。允許提早採納。該等修訂預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

香港會計準則第1號之修訂：負債分類為流動或非流動澄清將負債分類為流動或非流動的規定，特別是確定一個實體是否有權在報告期後至少12個月內推遲清償負債。負債的分類不受該實體行使其延遲償還負債權利的可能性的影響。該等修訂亦澄清被視為償還負債的情況。於二零二二年，香港會計師公會發布二零二二年修訂，進一步澄清在貸款安排產生的負債契諾中，只有實體必須在報告日或之前遵守的契諾才影響該負債的流動或非流動分類。此外，二零二二年修訂要求將來自貸款安排的負債分類為非流動負債的實體在有權推遲結算該等受限於實體在報告期後12個月內遵守未來契諾的負債時進行額外披露。該等修訂於二零二四年一月一日或之後開始的年度期間生效，並應追溯應用。允許提早採納。提前應用二零二零年修訂的實體必須同時應用二零二二年修訂，反之亦然。本集團目前正在評估修訂的影響以及現有貸款協議是否需要修訂。根據初步評估，該等修訂預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

2.3 已頒布但尚未生效的香港財務報告準則(續)

香港會計準則第1號之修訂會計政策披露規定，實體需披露彼等主要會計政策資料而非重大會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可以合理預期會影響通用財務報表的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該會計政策資料屬重大。香港財務報告準則實務公告第2號之修訂就如何將重要性概念應用於會計政策披露提供非強制指引。香港會計準則第1號之修訂於二零二三年一月一日或之後開始年度期間生效及允許提早採納。由於提供於香港財務報告準則之實務報告第2號之修訂的指引為非強制性，則該等修訂的生效日期屬非必要。本集團目前正重新檢視會計政策披露，以確保符合該等修訂。

香港會計準則第8號之修訂明確區分會計估計之變動及會計政策之變動。會計估計的定義為在計量不明朗因素的財務報表之貨幣金額。該等修訂亦闡明如何使用計量技術及輸入數據得出會計估計。該等修訂於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並在該期間開始或之後應用會計政策的變動及會計估計的變動。允許提早採納。該等修訂預計將不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

香港會計準則第12號之修訂縮小香港會計準則第12號裡首次確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相同的應課稅及可扣減臨時差異的交易，如租賃及退役責任。因此，實體須因該等交易產生的臨時差異，而確認遞延稅項資產(前提是有足夠的可動用應課稅溢利)及遞延稅項責任。該等修訂於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並須於所呈列的較早比較期間開始時，應用與租賃及退役責任相關的交易，任何累計影響確認為於該適合日期期初的保留溢利或其他股權成分。此外，該等修訂須對除租賃及退役責任以外的交易進行追溯。該等修訂預計將不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

3. 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，以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。

截至二零二二年 十二月三十一日止年度	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益(附註4)					
銷售予外部客戶	3,704,740	9,029,759	5,123,163	2,080,781	19,938,443
其他收益	-	-	-	18,756	18,756
					<u>19,957,199</u>
分部毛利	1,511,641	3,104,098	2,368,997	39,218	7,023,954
對賬：					
其他收入及收益					1,451,152
銷售及經銷開支					(3,536,240)
行政開支					(747,751)
融資成本					<u>(127,352)</u>
除稅前溢利					<u>4,063,763</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	124,571	167,922	178,617	9,382	480,492
資本開支*					
已分配	114,562	242,670	285,820	-	643,052
未分配					<u>27,228</u>
資本開支總額					<u>670,280</u>

3. 經營分部資料(續)

截至二零二一年 十二月三十一日止年度	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益(附註4)					
銷售予外部客戶	3,635,158	9,942,565	6,595,874	2,100,802	22,274,399
其他收益	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>19,601</u>	<u>19,601</u>
					<u>22,294,000</u>
分部毛利	1,563,263	3,398,934	3,150,399	43,010	8,155,606
對賬：					
其他收入及收益					1,428,745
銷售及經銷開支					(3,884,073)
行政開支					(628,358)
融資成本					<u>(86,241)</u>
除稅前溢利					<u>4,985,679</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	137,781	189,437	312,510	9,414	649,142
資本開支*					
已分配	559,659	379,118	307,224	253	1,246,254
未分配					<u>92,807</u>
資本開支總額					<u>1,339,061</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

由於本集團的90%以上收益及經營溢利來自在中國內地銷售貨物，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。

4. 收入、其他收入及收益

收入的分析如下：

(a) 收入：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
來自客戶合約的收益	19,938,443	22,274,399
來自其他來源的收益		
投資物業經營租賃的租金收入總額	<u>18,756</u>	<u>19,601</u>
	<u><u>19,957,199</u></u>	<u><u>22,294,000</u></u>

來自客戶合約的收益

(i) 分項收益資料

截至二零二二年十二月三十一日止年度

分部	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>3,704,740</u>	<u>9,029,759</u>	<u>5,123,163</u>	<u>2,080,781</u>	<u>19,938,443</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓 貨物	<u>3,704,740</u>	<u>9,029,759</u>	<u>5,123,163</u>	<u>2,080,781</u>	<u>19,938,443</u>

截至二零二一年十二月三十一日止年度

分部	家庭消費 人民幣千元	休閒食品 人民幣千元	即飲飲料 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨物或服務種類					
銷售貨物	<u>3,635,158</u>	<u>9,942,565</u>	<u>6,595,874</u>	<u>2,100,802</u>	<u>22,274,399</u>
收益確認時間					
於某一時間點轉讓 貨物	<u>3,635,158</u>	<u>9,942,565</u>	<u>6,595,874</u>	<u>2,100,802</u>	<u>22,274,399</u>

4. 收入、其他收入及收益(續)

(a) 收入：(續)

來自客戶合約的收益(續)

(i) 分項收益資料(續)

下表列載於本報告期確認的收益金額，該等金額於報告期初計入合約負債，並自過往期間履行的履約義務確認：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
於報告期初計入合約負債的已確認收益：		
銷售貨物	<u>300,941</u>	<u>510,855</u>

(ii) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售貨物

履約責任於交付食品及飲料後即告完成，而付款一般會於交付後30至90天內到期。部分合約賦予客戶有權退貨及獲提供批量回扣，從而導致產生受限制可變代價。

(b) 其他收入及收益

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
銀行利息收入淨額	829,386	676,505
政府補貼*	546,572	672,319
銷售邊角料的收入淨額	72,647	75,819
出售物業、廠房及設備項目的收益	255	863
匯兌差額淨額	1,142	2,961
其他	<u>1,150</u>	<u>278</u>
	<u>1,451,152</u>	<u>1,428,745</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。該等補貼並無未達成條件或者或然事項。

5. 除稅前溢利

本集團持續經營業務的除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
(a) 銷售成本：		
存貨銷售成本	11,106,145	12,061,018
(b) 僱員福利開支(包括董事及行政總裁薪酬)：		
工資及薪金	2,135,659	2,219,730
以股本結算的股份獎勵開支	60,397	—
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	360,464	318,409
	<u>2,556,520</u>	<u>2,538,139</u>
(c) 其他項目：		
物業、廠房及設備折舊	542,527	738,853
投資物業折舊	9,383	9,413
使用權資產折舊	33,665	33,149
無形資產攤銷	550	790
推廣及廣告開支	1,813,733	2,116,738
研發成本	75,251	69,292
匯兌差額淨額	(1,142)	(2,961)
銀行利息收入(附註4(b))	(829,386)	(676,505)
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額	2,079	419
政府補貼(附註4(b))	(546,572)	(672,319)
貿易應收款項減值(附註10)	3,591	4,351
存貨撇減	1,350	1,780

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」。

研發成本計入合併損益及其他綜合收益表的「行政開支」及「銷售成本」。

6. 融資成本

持續經營業務的融資成本分析列載如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
銀行貸款利息	125,990	84,129
租賃負債利息	<u>1,362</u>	<u>2,112</u>
	<u>127,352</u>	<u>86,241</u>

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維京群島的規則及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬維京群島所得稅。

香港利得稅已就年內在香港產生的估計應課稅溢利按16.5%（二零二一年：16.5%）的稅率作出撥備，惟根據利得稅兩級制，本集團一間附屬公司為合資格法團除外。該附屬公司首2,000,000港元（二零二一年：2,000,000港元）應課稅溢利的稅率為8.25%（二零二一年：8.25%），餘下應課稅溢利則按16.5%（二零二一年：16.5%）徵稅。

根據中國所得稅法，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，於二零一四年一月一日至二零二零年十二月三十一日的不同期間按15%的優惠稅率繳納所得稅。

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。

7. 所得稅(續)

所得稅開支的主要組成部分如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
即期所得稅	1,109,495	1,213,885
遞延所得稅	35,820	46,569
年內稅項支出總額	<u>1,073,675</u>	<u>1,260,454</u>

按本公司及其大多數附屬公司所在司法權區應用於除稅前溢利的法定稅率的稅項開支與按實際稅率的稅項開支的對賬如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
除稅前溢利	<u>4,063,763</u>	<u>4,985,679</u>
按法定稅率繳納的稅項(25%)	1,015,941	1,246,420
若干附屬公司享有減免稅項的影響	(38,051)	(69,004)
關於削減若干開支的稅項優惠	(7,515)	(7,308)
動用過往期間的稅項虧損	(468)	(2,073)
毋須納稅的收入*	(9,514)	(12,730)
不可扣稅的開支	1,826	1,706
未確認稅項虧損	4,463	3,212
本集團的中國附屬公司可分派利潤的5%預扣稅的影響	<u>106,993</u>	<u>100,231</u>
按本集團實際稅率繳稅的稅項支出	<u>1,073,675</u>	<u>1,260,454</u>

* 毋須納稅的收入主要包括根據中國稅法免徵所得稅的來自初級農產品加工的溢利。

8. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃根據母公司普通股權益持有人應佔年內溢利及年內已發行13,370,854,630股(二零二一年：13,694,117,500股)普通股的加權平均數計算。

每股攤薄盈利金額乃基於母公司普通股權益持有人應佔年內溢利計算。此項計算所用的普通股加權平均數為計算每股基本盈利所用的期內已發行普通股數目，以及假設視作轉換所有具潛在攤薄影響的普通股為普通股而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乃基於下表：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
盈利		
母公司普通股權益持有人應佔溢利	<u>2,990,088</u>	<u>3,725,225</u>
		股數
		二零二二年 二零二一年
股份		
用於計算每股基本盈利的年內已發行普通股的加權平均數	13,370,854,630	13,694,117,500
攤薄影響—普通股加權平均數：		
以股本結算的股份獎勵	<u>14,637,752</u>	<u>—</u>
	<u>13,385,492,382</u>	<u>13,694,117,500</u>

9. 股息

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
中期一每股普通股0.071港元(二零二一年中期：0.087港元)	839,047	992,498
建議末期及特別一每股普通股0.106港元 (二零二一年末期：0.076港元)	<u>1,284,465</u>	<u>889,792</u>
	<u>2,123,512</u>	<u>1,882,290</u>

建議派付的本年度末期股息及特別股息須待本公司股東於應屆股東週年大會上批准後，方可作實。

10. 貿易應收款項

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
貿易應收款項	1,509,609	1,383,729
減值	<u>(15,833)</u>	<u>(12,242)</u>
	<u>1,493,776</u>	<u>1,371,487</u>

信用期介乎30至90天。於報告期末，按發票日期及扣除虧損撥備後作出的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
90天內	1,386,819	1,198,171
91至180天	74,173	163,122
181至365天	<u>32,784</u>	<u>10,194</u>
	<u>1,493,776</u>	<u>1,371,487</u>

10. 貿易應收款項(續)

貿易應收款項虧損撥備變動如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
年初	12,242	7,891
減值虧損(附註5(c))	<u>3,591</u>	<u>4,351</u>
年末	<u><u>15,833</u></u>	<u><u>12,242</u></u>

於各報告日期採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的多個客戶分部組別的賬齡釐定。該計算反映或然率加權結果、貨幣時值及於報告日期可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟條件預測的合理及可靠資料。

下表採用撥備矩陣，載列本集團貿易應收款項所承受的信貨風險資料：

於二零二二年十二月三十一日

	90天內	91至180天	181至365天	總計
預期信貸虧損率	0.34%	0.50%	24.54%	1.05%
賬面總值(人民幣千元)	1,391,618	74,543	43,448	1,509,609
預期信貸虧損(人民幣千元)	4,799	370	10,664	15,833

於二零二一年十二月三十一日

	90天內	91至180天	181至365天	總計
預期信貸虧損率	0.44%	1.43%	31.24%	0.88%
賬面總值(人民幣千元)	1,203,418	165,486	14,825	1,383,729
預期信貸虧損(人民幣千元)	5,247	2,364	4,631	12,242

11. 貿易應付款項

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
貿易應付款項	<u>974,624</u>	<u>1,028,354</u>

於報告期末，根據交易日期劃分的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
90天內	950,907	1,018,249
91至365天	22,629	7,871
1至2年	869	873
2年以上	<u>219</u>	<u>1,361</u>
	<u>974,624</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，國內受到疫情散發、極端天氣等因素衝擊，疊加地緣政治局勢動盪不安，宏觀環境面臨較大的複雜性和嚴峻性。雖然疫情防控政策優化帶來了消費場景有序恢復，但是短期內不確定因素仍然存在，此外經濟放緩使得消費者對於支出更加理性。面對多變的環境，集團規劃多種策略把握增長機遇。長期來看，中國消費長期向好基本面沒有改變，消費結構將持續優化升級。

集團是中國食品飲料龍頭企業，具備綜合產業和多品類的佈局，擁有多個消費者高度認可的品牌，並通過廣泛而深入的全國性渠道網絡建立起核心競爭力。回顧二零二二年，集團不斷夯實自身的領先優勢，捕捉各產業板塊的市場機遇，並在渠道管理、產品創新、精準營銷、團隊建設和社會責任方面顯著提升。隨着疫情後消費場景的恢復，集團線下渠道的扎實基礎和內部高效機制的落地將進一步強化其競爭優勢，推動業績健康穩健增長。

戰略性的產業佈局，面向未來持續創新：從產業角度出發，休閒食品具備萬億市場體量，是最大的銷售貢獻板塊，市場容量和格局為集團長期穩健增長提供了巨大空間，雖然受疫情影響休閒食品板塊銷售收入有所下降，但憑藉產品升級迭代與新興市場的發力，未來將不斷獲取市場份額；家庭消費板塊受益於消費者對於便捷早餐的需求，賽道紅利明顯，持續的市場培育帶來強大的增長機遇，銷售穩健增長；即飲板塊中消費者對具有功效性飲品需求擴大，雖然消費場景缺失疊加費用政策調整導致銷售同比下滑，但隨着出行和消費場景的修復，以及機制改革紅利釋放，高速增長可期。集團致力為消費者提供更健康、營養、綠色的產品，二零二二年，豆本豆推出更品質感的高端植物有機豆奶系列，所採用自主研發的「天然零添加豆奶全豆生產技術」獲得中國食品工業協會頒發的科學技術獎特等獎，展現了強大的技術研發能力。集團以消費者需求為核心，把握消費升級下的品質化趨勢，以更強大的產品力提升品牌定位，依託優化的產品組合和高附加值的新品進一步提升利潤水平，休閒食品和家庭消費板塊下半年毛利率比上半年顯著提升。

消費者高度認可的品牌矩陣，持續推進品牌年輕化：集團以多品牌多品類策略驅動可持續增長，長期積累中不斷注入品牌勢能。七個核心品牌銷售規模超人民幣十億元，其中四個核心品牌銷售規模超人民幣二十億元。達利園、豆本豆排名全國市場第一，可比克、好吃點排名國產品牌第一。產品緊密契合消費者偏好，多元化產品組合滿足多種消費場景需求，集團在消費者心目中具有顯著的品牌認可度和美譽度。在此基礎上，集團在多個方面進一步深化營銷能力，沉澱品牌資產，提升用戶忠誠度，追求品牌長效發展。首先，根據消費者核心需求制定創新和精準的營銷策略，加深消費者教育，推動產業升級。例如：豆本豆作為豆奶行業的領軍品牌，聯合國家權威機構與專家發佈《豆奶營養健康與消費共識》。其次，在精準高效觸達目標消費人群方面，集團通過微博、小紅書、抖音等社媒渠道同年輕人群緊密溝通，通過大屏、梯媒、電視劇等營銷媒介深化同家庭消費人群的情感連結，並且根據不同品牌的消費群體進行定製化場景營銷，強調差異化的品牌形象。在投放效率上，集團不斷精細化團隊協作和緊密內外配合，加強團隊協作，運用創新營銷方式提升投放效率。

發揮廣泛渠道優勢，提升團隊專業運營能力：集團具有其他同業不可複製的遍佈全國的渠道網絡核心優勢。集團與超過六千個經銷商建立起長期穩定的商業關係，實現終端網點規模化擴張，覆蓋數百萬銷售終端，結合全國三十六個食品飲料基地，使得新品能高效觸達大眾消費群體，且渠道協同效應顯著，為更好的釋放多品牌多品類的潛力優勢打下堅實基礎支撐。二零二二年，集團進一步釐定業務指標和可視化數據管理，優化利潤分配空間以提高終端積極性和利潤水平，持續鞏固與經銷商長期共贏關係。渠道運營方面，集團通過事業部制提升團隊專業化運營能力，進一步開拓市場，提高效益，同時對網點進行精細化管理，終端管控力不斷提升。早餐事業部進一步加大對於經銷商扶持，打造優質全國基礎設施加速銷售健康增長，鞏固領先地位。樂虎作為消費者高度認可的功能飲料品牌，優化銷售管理、網點覆蓋和貨架陳列等方面的運營能力，進一步強化終端覆蓋。隨着優質網點增加和渠道操作的精細化，集團將更好的

把握跨品類產業佈局帶來的增長機遇，市場紅利將不斷湧現，為長期健康增長夯實基礎。集團相信人才是企業核心競爭力之一。在團隊管理方面，集團堅持以人為本，發揮員工主觀能動性，近年來不斷強化業績評價體系，引進優質人才，完善團隊管理；在專業化運營方面，構築科學的企業組織架構，持續推進高效運營，促進可持續發展。二零二二年，集團持續引進專業人才，優化績效目標和激勵機制，提高團隊專業性，整體效率不斷加強。為了進一步激發員工積極性和集團未來策略性增長，董事會於二零二三年一月決議根據股份獎勵計劃向集團僱員及高級管理人員授出合共224,330,000股獎勵股份，進一步綁定核心員工與企業的長期利益，也為吸納新團隊創造有效條件。

踐行社會責任，探索可持續發展：集團作為中國食品飲料行業的領導者之一，高度重視環境氣候管理和社會責任。在環境氣候和碳中和方面，集團近年來持續完善環境治理相關數據資源的採集和分析，踐行綠色理念，並通過和第三方機構合作，共同識別、評估和管理環境氣候帶來的風險和機遇，從資源效率、供應鏈管理、產品規劃等各方面長期探索可持續發展業務模式。在公益方面，集團高度重視社會責任，用實際行動不斷向社會各界傳遞正能量聲音，已設立多個公益慈善基金。適逢達利園二十週年，集團攜手中國青少年發展基金會，在六一國際兒童節當天發起「關愛留守兒童，笑臉助力希望」公益活動，援建希望小學，彰顯公益形象。疫情期間，集團積極承擔社會責任，向上海市兒童基金會等公益團體捐獻物資，援助受疫情影響的相關人群。

二零二二年，本集團收入同比下降10.5%至人民幣199.57億元。其中家庭消費分部收入同比上升1.9%至人民幣37.05億元，休閒食品分部收入下滑9.2%至人民幣90.30億元，即飲飲料分部收入同比下滑22.3%至人民幣51.23億元。實現毛利人民幣70.24億元，同比下降13.9%；家庭消費、休閒食品及即飲飲料分部的毛利分別為人民幣15.12億元、31.04億元及23.69億元，同比分別下降3.3%、8.7%及24.8%。集團擁有顯著優於行業平均水準的利潤水準，整體毛利率為35.2%，比去年下降1.4個百分點；稅前利潤為人民幣40.64億元，同比下降18.5%；淨利潤同比下降19.7%至人民幣29.90億元，淨利潤率為15.0%，同比下降1.7個百分點。截至年底淨現金達到人民幣112.49億元。

隨着消費升級、場景豐富和創新產品湧現，未來消費市場持續擴容，市場發展空間巨大。展望二零二三年，集團將不斷推進休閒食品健康增長，激發即飲板塊迸發新的市場活力，推進植物基的高端和創新，擴大短保的優質終端網點佈局和規模化優勢。同時受益於股份獎勵計劃的實施，團隊專業的執行能力和高效的組織架構體系提升業績的引擎作用將進一步增強，集團多年來在產品和渠道上的深厚積澱與充滿活力的組織體系形成有效共振，業績增長潛力有望不斷釋放，將為股東創造更大的回報。

休閒食品產業

目前休閒食品產業已達到萬億規模，市場集中度仍然較低，隨着勞動力、品牌投入、可持續生產等成本的升高，產業集中度將進一步提高，將呈現強者恆強的產業競爭格局。同時隨着消費場景恢復，疊加產業升級效果的彰顯，全產業鏈和全渠道佈局龍頭企業的優勢日益明顯。

集團作為中國休閒食品的代表品牌，深耕產業二十年，打造了中國最具產業規模和發展潛力的多品牌、多品類業務矩陣，並已建設起廣闊的全國化渠道網絡。二零二二年，由於受到疫情影響，銷售收入由二零二一年的人民幣99.43億元下降9.2%至人民幣90.30億元，毛利率上升0.2個百分點至34.4%，主要由於產品組合優化抵銷了食用油、雞蛋、糖等原材料大幅上漲的影響。

近年來，集團持續加強專業化終端銷售團隊的建設，強化對網點的維護和開拓。同時優化和經銷商的利潤分配機制，提升經銷商的積極性和利潤水平，建立長期共贏關係。在此基礎上，集團終端滲透率不斷提升，使得優化的產品組合和高價值新品能夠更為有效全面地觸達消費者。集團深耕傳統及現代渠道，在渠道佈局中有着不可替代的主導優勢，相信隨着消費場景的恢復，集團的線下渠道優勢會不斷釋放。

隨着消費品質升級和健康化飲食的長期趨勢日益彰顯，休閒食品把握健康、綠色的消費需求，研發上不斷突破，挖掘上游優質產地和原材料，為消費者提供高品質產品，並不斷迭代推新，推出更為年輕化的新品，包括蘇打餅乾、小彎曲薯片、威化、曲奇等，提升品牌形象。

- **烘焙糕點**

烘焙糕點是我國休閒食品中體量最大的品類，相比發達國家，中國人均烘焙糕點消費仍然較低，具備強大品牌勢能、研發能力和渠道資源的企業將能進一步擴大銷售規模，提升市場份額。

達利園作為烘焙糕點領域家喻戶曉的品牌，過往十年持續保持行業銷量第一的市佔率，依託細分品類的顯著龍頭地位和深入人心的品牌形象建立起穩固的競爭優勢。

二零二二年，達利園利用高價值新品提升利潤空間，進一步優化對渠道的管理和投入。產品方面集團始終秉持「用心創品質」的品牌理念，嚴格把控產品質量，持續為消費者帶來健康美味的烘焙糕點，並積極把握個性化、年輕化的消費趨勢。二零二二年，達利園重點打造提拉米蘇派及全麥麵包等單品，進一步提升健康的品牌形象，並攜手故宮推出二十週年聯名禮盒，不斷為民族品牌注入新的活力。借助產品組合優化和高價值新品，集團在渠道端的產品定價力和話語權不斷提升，並持續加強終端銷售團隊投入和數字化管理，在鞏固傳統渠道優勢的基礎上，不斷拓展現代渠道，推動渠道結構升級。

未來，達利園將繼續鞏固現有優勢，強化創新能力，推進新品更迭，提升渠道效率，推動收入規模和毛利水平不斷提升。

- **薯類膨化食品**

受益於年輕消費群體推動，中國薯片市場快速發展，市場規模持續擴大，過往十年保持健康複合增長。在消費升級的大趨勢下，年輕消費群體對於優質原料、健康食品的要求提升，行業準入門檻及工藝要求不斷提高，促進頭部品牌集中度提升。

可比克作為中國國產薯片領先品牌，連續十年保持行業第一，在年輕消費群體中擁有良好口碑，擁有多年沉澱的用戶基礎，具備強大的研發能力和多元的產品矩陣。可比克精準捕捉年輕消費者喜好，在產品及營銷端不斷優化，進一步打造年輕化品牌形象。產品工藝方面，可比克甄選優質馬鈴薯品種推出純切系列，依託上游原產地的深度佈局和全國化的生產規模不斷加強對原料和產品品質的掌控力。產品創新方面，可比克推出新品「小彎曲薯片」，優化原有的純切薯片的規格包裝上，在提升口感的同時，滿足年輕消費者的個性化需求，於終端呈現差異化的產品形象。同時，在創新營銷方面不斷投入，深耕校園等年輕化營銷場景，與年輕消費者保持多維度的緊密溝通。

未來，可比克將繼續把握年輕消費趨勢，推進產品創新和品牌營銷，積極推動多種渠道的拓展，通過富有新意的特色產品和包裝打造年輕活力的粉絲群體，不斷提升可比克的市場佔有率。

- **餅乾**

餅乾市場雖然經過多年發展，但是市場規模較成熟發達國家仍有差距，在消費場景不斷延展的推動下，行業仍有較大擴容空間。

好吃點是國產第一的餅乾品牌，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，集團從消費場景的拓展出發，持續挖掘細分品類，進一步佈局蘇打、曲奇、威化等高價值潛力賽道，覆蓋更廣消費人群，並向高端化拓展。「蘇噠SOULDAR」蘇打餅乾系列迎合消費者的健康化需求；「威幸Veekin」威化餅乾系列主打休閒消費場景，滿足消費者的個性口味需求，伴隨消費升級，市場持續擴容；藍蒂堡曲奇得到比利時國際美味評鑑所著名評委的認可，榮獲國際美味獎，其出色的口感和包裝設計充分迎合禮品化需求。針對多元消費場景，集團對渠道進行不斷升級，積極佈局便利店和零食連鎖等增量新渠道，以更為便捷即時的消費體驗不斷拉近與消費者的互動。

展望未來，好吃點將打造更為立體的產品結構，進一步挖掘在產品、渠道、營銷方面的核心競爭力，推進品牌高端化，擴大品牌影響力。

家庭消費產業

二零二二年，家庭消費產業保持穩健增長勢頭，銷售收入由二零二一年的人民幣36.35億元增加1.9%至二零二二年的人民幣37.05億元，佔比集團銷售額的18.6%。毛利率下降2.2個百分點至40.8%，主要由於原材料價格上漲。隨着集團在銷售體系及渠道網絡上的持續投入和優化，家庭消費產業已建立起全國領先的市場地位。未來，集團將繼續開展品牌和渠道建設，並通過產品的創新營銷、良好的渠道和終端體驗不斷提升品牌美譽度，進一步推進高質量收入和毛利增長。

- 短保麵包

隨着居民消費水平提升，城鎮化進程下生活節奏日益加快，消費者對便捷早餐的需求日益凸顯，短保麵包因其新鮮、營養、美味的產品特性滿足消費者對便捷性及品質化的更高要求，滲透率不斷提升，同時隨着消費者對短保品牌口碑重視度的提升，行業進入壁壘進一步提高。

美焙辰作為短保麵包領軍品牌，自二零一八年推出以來始終保持市場前二的領導地位。擁有全國性的基礎設施和廣闊的終端網絡，目前覆蓋超過15萬的終端網點，規模優勢明顯。憑藉優質的研發工藝，不斷推出價平質優的產品，滿足消費者多種需求。雖然疫情管控使得短保麵包的運輸環節及線下消費場景受到一定影響，集團及時調整產品策略，補充部分中保產品，在不確定的環境下展現靈活的操作能力。二零二二年，銷售收入上升3.5%至人民幣14.38億元。

美焙辰始終強調產品差異化和功能性，持續精進產品矩陣，二零二二年，推出即食漢堡等熱銷單品，獲得年輕消費者好評。不斷優化經銷商體系，強化對經銷商的管理和資源投入，針對不同發展階段的經銷商設立精細化目標，提升專注度和盈利能力，建立起穩健的合作關係。在終端網點方面，隨着線下消費場景的恢復，持續擴充以商超及學校渠道為代表的優質終端網點。

展望二零二三年，美焙辰作為全國性的短保麵包領軍品牌，將不斷夯實銷售質量，擴充市場份額，提升經營效率，持續為消費者提供價平質優的產品。

- 豆奶

近年來消費者對健康與可持續發展理念的關注持續提升，植物基在全球範圍內迎來高速增長，日漸主流。其中大豆擁有營養價值高、易於大規模獲取等特點，是最具營養、最具市場空間的植物基之一。對比海外市場，包裝豆奶在中國的人均消費量仍然很低，有廣闊提升空間。隨着消費者對豆奶營養認知度不斷提升，消費人群持續擴大，市場擴容空間巨大，且進一步向頭部品牌集中。

豆本豆自從二零二一開始作為豆奶行業排名第一的領軍品牌，市佔率持續提升。得益於品類教育成果的逐步釋放、產品生態的進一步豐富和渠道網絡的不斷完善，豆本豆持續引領產業發展，乘健康之風打造植物營養新標桿。二零二二年，銷售收入上升0.9%至人民幣22.66億元。

- 消費者教育方面，二零二二年，豆本豆聯合權威機構與專家發佈《豆奶營養健康與消費共識》，並攜手行業專家共同推廣「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，拓寬豆奶行業容量。
- 產品方面，豆本豆在不斷精進的研發工藝下持續推新，最新研發工藝「天然零添加豆奶全豆生產技術」為消費者提供更健康、更全面的植物營養價值，並在有機全豆奶的產品基礎上不斷拓展出新，推出以有機全豆奶、有機純豆奶、有機黑豆奶等有機系列，樹立高端健康的品牌形象。
- 經銷商管理方面，通過合理利潤分配引入優質經銷商，充分發揮資源優勢，實現商超、餐飲、學校、便利店等多元化網點覆蓋，銷售質量不斷提升。

展望二零二三年，豆本豆將繼續助力國民提升膳食健康，並憑藉不斷精進的技術工藝、持續的創新營銷，進一步帶領豆奶行業的健康發展。集團相信，憑藉自身的產品打造能力、品牌運營能力及渠道開拓能力，豆本豆將持續賦能產業，引領植物基行業取得更大的成功，未來將雙重受益於市場增長及份額提升。

即飲飲料產業

二零二二年，疫情反覆帶來線下消費場景的一定缺失。即飲板塊銷售收入由二零二一年的人民幣65.96億元下降22.3%至二零二二年人民幣51.23億元。毛利率下降1.6個百分點至46.2%，主要由於切片等原材料價格上升，產品組合優化部分抵銷原材料價格上漲的影響。面對疫情帶來的挑戰，集團著眼長期價值，加強終端建設和掌控，穩定價盤和品牌形象，以優化團隊考核指標和合作機制等方式，充分提升銷售團隊及經銷商的執行力和積極性，完善渠道網絡體系。集團相信，隨着疫情後經濟活動和消費場景的恢復，團隊專業化執行能力提升，即飲飲料收入將大幅改善。

- 功能飲料

隨着社會節奏的加快、健身運動人群的增加，功能飲料的消費人群不斷擴大，且覆蓋工作和休閒運動兩大消費場景，市場保持高速增長，市場規模持續擴容。依託產品清晰的功能屬性，功能飲料呈現高用戶黏性和高複購率，是近年來領跑飲料行業的優質賽道，同時疫情後戶外運動及賽事的恢復將為該賽道進一步注入增長活力。

樂虎通過專業的品牌形象、差異化的規格定位和強大的渠道網絡，在行業中建立起了忠實的消費群體，龍頭品牌的優勢明顯。二零二二年，由於疫情反覆導致消費場景缺失，樂虎銷售收入同比下降12.4%至人民幣28.23億元。

二零二二年，樂虎強化終端建設和高質量網點開發，通過終端冰櫃陳列等方式，加強高產出網點質量，同時通過團隊架構的優化和激勵機制的提升，強化地面團隊作戰能力和數字化管理，進一步強化對終端操作能力。在品牌營銷方面，繼續與線上、線下的專業體育賽事進行合作，樹立專業的品牌形象，吸引目標消費人群。

展望未來，樂虎強大的渠道網絡和持續的渠道建設將使其顯著受益於疫情後消費場景恢復，另一方面樂虎將積極把握競爭格局變化帶來的機遇，不斷強化專業功能飲料的品牌形象，在積極獲取市場增量的同時，提升品牌的市場份額。

- **茶飲料**

中國的茶文化具有上千年的歷史，擁有龐大的消費者基礎。茶飲料作為傳統茶飲衍生而成的產品，可滿足消費、情感、社交等多種消費場景，目前已達千億市場規模。近年來圍繞着優質高端原材料和包裝，茶飲料產品不斷升級，發展潛力巨大。集團的茶飲料板塊包括涼茶、「茶U」系列和其他茶飲料，產品矩陣不斷豐富，協同效應明顯。由於疫情影響，二零二二年，茶飲料銷售收入下降32.3%至人民幣15.24億元。

涼茶有着傳承數百年的文化積澱，具備廣闊扎實的市場容量，擁有良好的基礎和穩定的價盤。和其正作為深耕涼茶行業的領先者，通過一系列創新舉措，賦能產業升級。二零二二年，和其正打破行業邊界，創新推出新派涼茶「莉茶」，在傳統涼茶的基礎上融入花和茶的特調口味，突出有花有茶的低糖涼茶配方，立足年輕消費者的日常輕養生需求。營銷方面，針對職場新人及大學生群體等目標人群，和其正在各類新媒體平台營造多個熱議話題，與年輕受眾進行溝通互動，取得良好的消費者反饋。通過產品和營銷策略的不斷革新，和其正精準觸達年輕消費者需求，並把握快速增長的新型茶飲市場機遇，為涼茶產業注入全新活力。

隨着消費者對健康的追求日益提升，無糖和低糖飲料市場規模增長迅速，集團敏銳捕捉市場趨勢，通過長期產品積累和用戶洞察，推出「茶U」系列，主打無糖純茶和低糖果茶的新式茶飲單品，以健康綠色成分和創新型包裝提升品牌形象，吸引年輕消費群體，帶動增長。

展望未來，茶飲料將通過創新產品提升品牌調性，持續培育年輕消費群體，實現銷售質量的健康增長。

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人民幣38.84億元下降9.0%至二零二二年人民幣35.36億元。下降主要由於促銷宣傳費用的減少。此開支佔收益的百分比由二零二一年的17.4%上升至二零二二年的17.7%。

- **行政開支**

本集團的行政開支由二零二一年人民幣6.28億元上升19.0%至二零二二年人民幣7.48億元。此開支佔收益的百分比由二零二一年的2.8%上升至二零二二年的3.7%，上升主要由於股份獎勵計劃的實施，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166.47億元增長至二零二二年十二月三十一日的人民幣167.39億元。

- **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11.0%至於二零二二年十二月三十一日的人民幣10.63億元，主要由於本集團結合產品的市場需求，對產成品庫存實施了更為有效的管控，使得年末產成品餘額有所下降。存貨周轉天數由二零二一年的28.9天上升至二零二二年的31.4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8.9%至於二零二二年十二月三十一日的人民幣14.94億元，主要由於本集團放寬部分優質經銷商的信用條件，導致貿易應收款項上升。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的25.8天。

- **貿易應付款項**

本集團的貿易應付款項由於二零二一年十二月三十一日的人民幣10.28億元下降5.2%至於二零二二年十二月三十一日的人民幣9.75億元，與去年基本持平。貿易應付款項周轉天數由二零二一年的25.6天上升至二零二二年的27.9天。

- **借款**

本集團於二零二二年十二月三十一日的借款餘額為人民幣54.90億元(二零二一年十二月三十一日：人民幣52.73億元)，本集團借款為無抵押銀行借款，年化利率介乎1%至5%之間。

於二零二二年十二月三十一日，本集團的資產負債比率為30.8%，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%略有上升，原因是本集團於二零二二年新增的無抵押銀行借款。

- **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。於二零二二年十二月三十一日，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**

於二零二二年十二月三十一日，本集團無任何重大或然負債。

- 資產質押

於二零二二年十二月三十一日，本集團質押存款人民幣0.69億元（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，於二零二二年十二月三十一日的已動用金額如下：

上市所得款項用途(截至二零二二年十二月三十一日)

單位：百萬港元

序號	項目	佔比	可動用	於二零二二年十二月三十一日止年度已動用	截至二零二二年十二月三十一日止累計已動用	截至二零二二年十二月三十一日止累計未動用	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的資本開支為人民幣6.70億元，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。

於二零二二年十二月三十一日，本集團與物業、廠房及設備有關的資本承擔為人民幣4.13億元，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，本集團持續引進大量專業高端人才，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、外部標桿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的堅實的基礎。

於二零二二年十二月三十一日，本集團僱有員工合共39,518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。截至二零二二年十二月三十一日止年度，僱員福利開支總額(包括董事薪酬)為人民幣25.57億元(截至二零二一年十二月三十一日止年度：人民幣25.38億元)，主要由於本集團股份獎勵計劃的實施及僱有員工人數減少的綜合影響，導致僱員福利開支總額略有上升。

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十二月三十一日止年度，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所有守則條文。

根據守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁之間職責的分工應清楚界定並以書面列載。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、非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截至二零二二年十二月三十一日止年度內一直遵守標準守則及證券買賣守則。

截至二零二二年十二月三十一日止年度內，本公司並無察覺有任何有關僱員不遵守證券買賣守則之事件。

審核委員會

本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的年度業績及合併財務報表已由本公司審核委員會(「**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。

核數師的工作範圍

本公司核數師安永會計師事務所(為執業會計師)已同意本初步公告所載有關本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度合併財務狀況表、合併損益及其他綜合收益表以及相關附註之數字，與本集團本年度合併財務報表所載金額一致。安永會計師事務所就此進行的工作並不構成根據香港會計師公會所頒佈的香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港核證委聘準則而進行的核證服務委聘，故安永會計師事務所並無就本初步公告作出保證。

購回、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零二二年十二月三十一日止年度，就股份獎勵計劃而言，股份獎勵計劃的信託人購回共計506,388,500股股份，代價總額約為2,113,980,000港元。

除本公告所披露者外，截至二零二二年十二月三十一日止年度，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

於二零二三年一月十六日，本公司議決根據股份獎勵計劃向本集團274名僱員及高級管理人員(「承授人」)授出合共224,330,000股獎勵股份。授予承授人的224,330,000股獎勵股份佔本公司於二零二三年一月十六日已發行股本約1.638%。

授出的獎勵股份將根據相關歸屬條件(包括達成本公司及承授人的相關業績目標)歸屬。待歸屬條件達成後，承授人可自下列日期起按每股獎勵股份3.50港元之價格購買獎勵股份：

歸屬安排	歸屬日期	所歸屬獎勵股份 之最高百分比
第一批歸屬	二零二四年四月一日	佔於二零二三年一月十六日 所授出獎勵股份總數的50%
第二批歸屬	二零二五年四月一日	佔於二零二三年一月十六日 所授出獎勵股份總數的50%

除本公告所披露者外，於截至二零二二年十二月三十一日止年度之後，本集團並無發生重大事項。

股東週年大會

本公司股東週年大會(「股東週年大會」)將於二零二三年五月十八日(星期四)舉行，召開股東週年大會的通知將於稍後刊發及寄發予股東。

末期股息及特別股息

董事會建議就截至二零二二年十二月三十一日止年度派付末期股息每股普通股0.053港元(相等於約人民幣0.0469元)(「二零二二年末期股息」)及截至二零二二年十二月三十一日止年度的特別股息每股普通股0.053港元(相當於人民幣約0.0469元)(「二零二二年特別股息」)，付款總額約為1,451,576,000港元(相等於約人民幣1,284,465,000元)。派付二零二二年末期股息及二零二二年特別股息須待股東於股東週年大會上批准後，方可作實。

待於股東週年大會上取得股東批准後，二零二二年末期股息及二零二二年特別股息預計將於二零二三年七月七日(星期五)或前後派付予於二零二三年五月三十一日(星期三)名列本公司股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於二零二三年五月十五日(星期一)至二零二三年五月十八日(星期四)(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以釐定股東出席股東週年大會並於會上投票的資格。為符合股東出席股東週年大會並於會上投票的資格，所有股份過戶連同有關股票須於二零二三年五月十二日(星期五)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登記，地址為香港皇后大道中28號中滙大廈16樓1601室。

此外，為釐定股東有權收取二零二二年末期股息及二零二二年特別股息的資格，本公司將於二零二三年五月二十五日(星期四)至二零二三年五月三十一日(星期三)(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。為符合資格收取二零二二年末期股息及二零二二年特別股息，所有股份過戶連同有關股票須於二零二三年五月二十四日(星期三)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。

刊發年度業績及年報

本公告刊載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)。載有上市規則規定的所有資料的本公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的年報將於稍後寄發予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，二零二三年三月二十九日

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；獨立非執行董事吳港興先生、劉小斌先生及林志軍博士。