

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。



Shenzhen Pagoda Industrial (Group) Corporation Limited

深圳百果園實業(集團)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：2411)

截至二零二二年十二月三十一日止年度 年度業績公告

財務摘要

下表載列本集團於所示期間的若干關鍵財務資料。

	截至十二月三十一日止年度		同比變動 %
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	
收入 ⁽¹⁾⁽²⁾	11,311,995	10,289,375	9.9
毛利	1,314,286	1,156,436	13.6
除所得稅前利潤	346,362	257,527	34.5
本公司所有者應佔利潤	323,297	230,345	40.4
基本及攤薄盈利(每股人民幣仙)	21.55	15.36	40.3

(1) 本集團的大部分收入來自水果及其他食品銷售。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，水果及其他食品銷售收入分別為人民幣9,991.8百萬元及人民幣10,981.8百萬元，分別約佔截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度本集團總收入的97.1%及97.1%。其餘收入來自特許權使用費及特許經營收入、會員收入及其他收入。

(2) 本集團主要通過由其自身管理的加盟門店、委託管理的加盟門店及數量有限的自營門店組成的線下門店網絡分銷產品。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，加盟門店的產品銷售總收入分別為人民幣8,127.1百萬元及人民幣8,851.5百萬元，分別約佔截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度本集團總收入的81.3%及80.6%。其餘收入來自特許權使用費及特許經營收入、會員收入及其他收入。

營運摘要

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至十二月三十一日	
	二零二二年	二零二一年
加盟門店		
本集團管理的加盟門店	4,577	4,254
其他	1,054	980
小計	5,631	5,234
自營門店	19	15
總計	5,650	5,249

下表載列本集團於所示期間或截至所示日期的若干其他主要營運資料。

	截至十二月三十一日 / 截至該日止年度	
	二零二二年	二零二一年
零售總額(人民幣千元) ⁽¹⁾	14,580,673	13,664,959
會員人數(千人)	74,029	64,449
付費會員人數(千人)	967	724
自有產品品牌數	31	27

(1) 有關期間零售銷售總額指以下的總額(i)門店零售銷售總額，即所有零售門店於折扣及回贈後的銷售金額，及(ii)線上零售銷售總額，即通過本集團所有線上分銷渠道出售的商品價值總額。零售總額雖是一項有用的業績指標，但並不等於本集團於有關期間的收入。

建議末期股息

董事會建議就截至二零二二年十二月三十一日止年度向全體股東派付末期股息每股普通股人民幣0.076元(含税)，同年的股息合共約為人民幣120.7百萬元。

深圳百果園實業(集團)股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二二年十二月三十一日止年度之合併年度業績(「年度業績」)。年度業績乃基於本集團合併財務報表編製，該等財務報表乃根據香港財務報告準則(「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」)及香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒布的詮釋)編製。此外，年度業績亦已由董事會審核委員會(「審核委員會」)審閱。

於本公告中，「我們」指本公司(定義見上文)及文義另有所指時為本集團(定義見上文)。

業務回顧及展望

市場概覽

二零二二年，世界仍然被新冠疫情及地緣政治的不確定性所籠罩。儘管面臨各種挑戰及內外部下行壓力，中國宏觀經濟仍然取得了穩定進展，根據中國國家統計局（「**國家統計局**」）的數據，二零二二年中國國內生產總值增長了3.0%。

二零二二年初，主要由於各地區的新冠疫情反覆以及中國中央與地方政府相應採取的各種公共衛生措施，國內消費品及零售業普遍面臨著客流量減少、消費信心下降、生產活動暫停、供應鏈中斷等壓力。然而，自二零二二年底以來，隨著全國範圍內防疫政策的取消，國內零售環境得到了逐步有效的改善。在持續的消費復甦及寬鬆的宏觀政策的推動下，預計未來一段時間的增長勢頭將繼續改善。根據國家統計局的數據，二零二三年一月及二月，中國零售總額達到人民幣7.71萬億元，同比增長3.5%。該增長與二零二二年十二月的下降1.8%形成對比。過往數年持續的疫情對中國零售業的參與者造成了根本性影響，彼等需要有效調整及改變運營，以優化供應鏈管理，提高現金流量穩定性，並加強線上能力，從而應對不斷變化的消費習慣。

特別是，在疫情後的電商時代，越來越多的品牌加大多渠道力度，提供線上線下一體化（「**OMO**」）購物體驗，消費者旅程變得愈加複雜。面對多個購物渠道，值得注意的是，根據消費者的需求及消費習慣，中國絕大部分消費者在購物過程中在線上線下頻繁轉變。因此，消費者旅程日益碎片化，對零售品牌減少跨渠道的摩擦，同時不斷為消費者提供創新及無縫的線上線下融合體驗提出新的要求。根據目標消費者的需求重塑及重建具吸引力及個性化的消費者旅程是中國零售品牌未來成功的關鍵。

二零二二年對本集團各層面而言都是不平凡的一年。本公司於二零二三年一月完成全球發售（「**全球發售**」）及其H股上市（「**上市**」），其H股股份成功於二零二三年一月十六日（「**上市日期**」）在香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）主板上市，實現公司歷史上的一個重要里程碑。這不僅表明本集團作為中國領先的水果零售經營商的地位，也開啟了本集團實現其使命的新篇章，即百果園將讓越來越多的人享受美味實惠的水果，向彼等傳播水果知識及文化，為彼等帶來健康及幸福。

整體業務及財務表現

線下門店網絡開發

本集團擁有中國最大的貼近社區、OMO及店倉一體化的水果專營零售網絡，為消費者提供高度便利的消費體驗。本集團已建立一個廣泛的由其自身管理的加盟門店、委託管理的加盟門店及數量有限的自營門店組成的全國性線下零售門店網絡。

儘管二零二二年新冠疫情造成了嚴峻的零售環境，但本集團仍成功在全國範圍內不斷擴大其零售門店網絡。截至二零二二年十二月三十一日，本集團線下門店網絡共有5,650家門店，位於中國超過22個省及直轄市的140多座城市。

下表載列本集團截至所示日期的加盟門店及自營門店總數。

	截至十二月三十一日			
	二零二二年		二零二一年	
		%		%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	4,577	81.0	4,254	81.0
其他	1,054	18.7	980	18.7
小計	5,631	99.7	5,234	99.7
自營門店	19	0.3	15	0.3
總計	5,650	100.0	5,249	100.0

下表載列於所示期間本集團按零售門店類型分類的產品銷售收入貢獻明細。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店				
本集團管理的加盟門店	8,849,917	99.3	8,125,229	99.4
其他	1,544	0.0	1,832	0.0
小計	8,851,461	99.3	8,127,061	99.4
自營門店	61,062	0.7	48,296	0.6
總計	8,912,523	100.0	8,175,357	100.0

加盟門店現時構成本集團大部分線下門店網絡。本集團從戰略上構建了具有高度自主權、強大支援系統及規範化管理機制的特許經營業務模式。本集團相信，本集團的成功一直並將會繼續建立在加盟商健康及可持續發展的基礎上。本集團將加盟商視為其商業夥伴，並建立了互利的關係。本集團為加盟商提供強大的品牌、供應鏈及運營支持，為許多夢想創業的人創造了一個有利的創業平台。這包括持續對加盟商進行門店管理及運營方面的全面培訓，以及指定區域督導經理的及時指導。本集團還建立了分區經營體系。該體系基於門店所處商圈的動態數據，通過智能訂貨系統為門店匹配個性化產品組合、定價及促銷活動，幫助加盟商實現門店的精細化運營，降低加盟商運營難度，並通過門店助手信息系統讓加盟商實時掌握其門店的經營情況。本集團對加盟商實行高度統一的經營管理指導，實現門店規範經營，確保產品品質、消費者體驗及加盟商的健康發展。

OMO模式的覆蓋及升級

二零二二年，本集團繼續在各方面優化OMO運營模式。意識到健康飲食習慣認知不斷提升的重要性及消費模式碎片化，本集團認為，通過線上銷售平台及線下門店提供高度綜合及便利的消費體驗方面的能力是本集團零售系統未來成功的關鍵。

在日趨繁忙的都市生活中，消費的「便利性」對於水果這樣的購買頻次高的產品尤為重要。本集團線下零售門店主要位於距目標終端消費者步行15分鐘內，是終端消費者社區生活圈的一部分，具有路徑依賴性、容易滿足社區消費者的個性化需求、開店靈活及成本低等顯著優勢。本集團維護智能選址系統，它能夠綜合周邊商圈的變化、客流、消費能力等參數，有助於為加盟商在住戶密度高、消費能力強的社區高效、精準地佈局其門店提供意見。

此外，為促進本集團的OMO戰略，其線下零售門店實行高效的店倉一體化，可提供到店自提和及時達及次日達送貨選擇的送貨到家服務。水果是在陳列及面銷環節附加值最高的大生鮮品類之一。線下門店需要通過店內展示、面銷及試吃活動，打造強烈的水果零售氛圍、刺激消費。

另一方面，本集團繼續探索線上機會，通過手機APP、微信小程序、電子商務及社交商務平台（如天貓、京東及抖音）的店面以及第三方外賣平台（如美團、口碑及餓了麼）的店面，為消費者提供方便與多樣的線上購物選擇。本集團為選擇送貨到家或到店自提服務的客戶提供差異化產品，以有效提升購買頻次及對社區消費者的覆蓋面，同時通過社群營銷、拼團等促銷活動，鼓勵消費者線上下單及到店自提，以提升交叉銷售。於二零二二年，本集團約27.2%的訂單乃透過多個線上渠道下達。截至二零二二年十二月三十一日，本集團擁有約10.6百萬名微信粉絲（官方賬號）、1.8百萬名抖音粉絲及336,000名微博粉絲。此外，指導店長建立約22,500個門店微信群，推動有趣互動的產品推廣和會員活動，並實時與超過12.9百萬名微信社群粉絲進行互動和溝通。憑藉OMO模式以及強大的行業專業知識及洞察，本集團相信其有利的定位，可滿足消費者不斷演變及日益碎片化的消費行為需求。例如，本集團在二零二二年開始推廣「每日一抖」計劃，推動全國所有零售門店每天在抖音平台直播或發佈短視頻。二零二二年，在抖音上本集團和零售門店發佈內容的總曝光量達數億次。二零二二年，在抖音平台上，本集團及門店進行的直播觀看數累計達七千五百萬人次，自營和指定達人短視頻曝光量累計達一億六千萬。

最後但同樣重要的是，於二零二二年，本集團透過擴大企業對企業(2B)客戶基礎繼續發展其2B水果業務。於二零二二年，本集團來自直銷的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣522.8百萬元增加約38.5%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣723.8百萬元。

水果專營零售網絡的OMO及店倉一體化與水果的高頻消費性質為提供了對消費者的持續而廣泛的接觸。截至二零二二年十二月三十一日，本集團在所有分銷渠道的會員數累計超過74百萬名，付費會員數超過96.7萬名，及使用微信小程序的用戶累計達54百萬人次。

品牌組合及產品組合

本集團是中國水果行業中少有的兼具知名產品品牌及渠道品牌的企業之一。本集團採用多品牌策略吸引不同人群的消費者並迅速佔領市場份額。目前，全國範圍的零售門店主要以「百果園」及「果多美」兩個渠道品牌進行運營。截至二零二二年十二月三十一日，在所有5,650家線下零售門店中，5,533家以百果園品牌經營，110家以果多美品牌經營，其餘以本集團其他區域渠道品牌經營。

本集團強調以客戶為核心，並已制定支持其使命及核心價值「讓天下人享受水果好生活」的發展策略。在好吃的水果產品方面，本集團在中國率先設立一套全面、系統的基於口感的水果產品書面四級質量分級體系。根據設有各種關鍵指標的專有品質體系，果品劃分為招牌、A、B及C級四個等級，對應不同價位，迎合不同消費者。截至二零二二年十二月三十一日，本集團已成功向市場推出31個本集團於中國獨家分銷的招牌及A級自有產品品牌。這類水果深受消費者歡迎，招牌及A級水果的零售價通常高於同類型B級水果的零售價。招牌級及A級水果銷售總額約佔二零二二年百果園門店的門店零售銷售總額的70%。此外，就同類型產品而言，與二零二一年相比，二零二二年自有品牌水果的月平均重複購買率普遍比同類B級水果高出約50%。本集團持續發展產品品牌，二零二二年年內，一共推出四個品牌，而全部自有品牌水果的門店零售銷售額比二零二一年增加了約36%，佔二零二二年百果園門店總零售銷售額約11%。二零二一年，全部自有品牌水果的門店零售銷售額佔二零二一年百果園門店總零售銷售額約8%。此外，本集團自有品牌水果比同類B級產品呈現了更多的競爭優勢。例如，二零二二年，有超過40個合作種植基地採用本集團提供的農業技術方案種植良枝蘋果，本集團的明星產品品牌之一。於二零二二年，該產品的零售門店銷售額達約人民幣58百萬元，比二零二一年增長了約56%。良枝蘋果的零售價普遍為本集團B級蘋果零售價的兩倍。

此外，除新鮮水果外，本集團亦開始分銷果製品（如乾果及果汁）以及其他大生鮮產品，包括蔬菜、肉類及海鮮、糧油及乳製品。本集團已註冊並使用一個商標Panda.F（熊貓大鮮）作為其所有其他大生鮮產品的品牌名稱。

本集團打算繼續部署「線上做寬、線下做專」的業務模式，繼續專注於線下水果及果製品業務，並於線上提供更多大生鮮產品，延伸其服務邊界。

智能倉儲及供應鏈管理

截至二零二二年十二月三十一日，本集團已建立一個全國性的倉儲網絡，現時在中國各地有29個倉庫，該等倉庫亦為當地的初步加工配送中心。該等初步加工配送中心位於29個城市，總建築面積超過19.47萬平方米。從29個初步加工配送中心中，其中16個中心由本集團運營，其餘13個中心由本集團的區域代理嚴格按照本集團的質量要求運營。

本集團已經在進行數字化智能倉儲物流系統升級，這將使其能有效減少普遍的倉儲及物流失誤，包括提貨失誤、數量錯誤及錯誤配送等。為此，本集團已經在通過安裝自動上架及出庫系統提升倉儲自動化水準。據此，本集團亦已在優化物理倉儲設計（主要為倉儲智能車輛的路線規劃），以支持上述升級。

本集團已建立從果園到門店的整個產業鏈的標準化水果品控體系，以確保先進的保鮮及控損機制。在倉儲環節，本集團按果品屬性實行分品類分批次的精細化管理以確保水果達到統一的出倉標準。為保證果品的穩定安全，本集團對農藥殘留進行定性及定量樣品檢測，以確保水果的穩定性及安全性。在配送環節，本集團考量諸多因素，包括溫濕度，甚至車速及車內佈局等。本集團通過持續優化運營細節，維持水果從倉到店的品質與鮮度，同時提升配送的效率及準確性。在銷售端，本集團實施智能化產品鮮度管理系統，它為每種產品按照其保質期設定可售賣時間，輔助門店及時調價及制定促銷策略，降低損耗，保證水果到消費者的品質與鮮度。

此外，基於好吃戰略，水果必須由源頭開始有效控制質量。本集團利用其經驗及專業知識，繼續在戰略上參與產業鏈上游。本集團通過以農業技術、信息技術及資本資源賦能種植基地合作夥伴，並對水果全生長週期進行嚴格品質管理，能夠生產優質水果，提高產量，從而圍繞百果園建立一個大型標準化優質供應商生態網絡。本集團預計，對上游供應鏈的滲透將使其能夠在早期參與穩定產品品質及孵化自有品牌產品的過程，並繼續在整個產業鏈上發揮影響力及管理。二零二二年，向本集團提供各類農業技術相關服務的供應商採購的金額，約佔同年水果採購總額的35%，較二零二一年增長5%。

於二零二二年第二季度，本集團已自全球領先的測試、檢驗和認證公司SGS SA獲得食品安全管理體系ISO 22000證書。ISO 22000為國際上獲認可的標準體系，側重於各級食品安全管理及食品安全保障。該標準體系涵蓋本集團的關鍵運營環節，包括採購、倉儲、物流和銷售。獲得並持有ISO 22000證書表明本公司有能力實施有關供應商管理、合規性和風險分析相關的食品安全協議及規定。

行業及業務展望

展望二零二三年，中國經濟預計將在後疫情時代繼續復甦及增長。然而，宏觀經濟環境下存在不確定性，例如疫情可能區域性捲土重來，運營成本增加，以及地緣政治緊張局勢升級導致的全球供應鏈中斷。本集團認為，其在中國零售業的經營在短期內將充滿挑戰及機遇，這取決於其適應消費者信心恢復及消費模式演變的能力。從長遠來看，鑒於本集團公認的品牌聲譽、廣泛且多樣的產品供應及嚴格的產品品質控制、尖端的線上線下一體化運營及穩定的供應鏈管理，本集團對其發展仍持樂觀態度。

本集團的願景是成為全球第一大果業公司。其圍繞分銷渠道、產品品牌、會員運營等方面制定發展戰略，進一步擴大市場份額，強化市場地位。本集團戰略的核心是精細化戰略，亦為本集團為消費者提供的核心價值。二零二三年，本集團將繼續實施其發展策略，並進一步推動及實施以下各項：

- **持續佈局產業鏈上游，強化優質產品的核心競爭優勢**

本集團將不斷加大在水果種植端的佈局，通過農業技術、信息技術及資本資源賦能種植基地，培育優質果品，保障優質果源，打造水果產品品牌，強化產品的核心競爭優勢。本集團還將繼續加強水果產品品牌的孵化能力，發展更多自有優質產品品牌，以增強消費者黏性及盈利能力。於二零二三年，本集團將繼續加強其農業科技相關服務、滲透供應鏈、孵化更多自有品牌產品。在此情況下，本集團我們擬就選定的核心產品在產地附近建立專門的加工廠。

- **進一步改善供應鏈管理，優化倉儲、物流及品控體系**

本集團將繼續擴大及升級其初加工配送中心網絡，提升單位倉儲面積、所覆蓋門店數、日均配送量等核心指標，支持加盟門店網絡的擴張以及企業對企業(2B)水果業務與優質大生鮮業務的快速增長。本集團亦將對倉庫及運輸管理系統進行升級，進一步推行自動化管理及探索自動倉儲體系，提升倉儲及物流效率，降低成本。

- **持續拓展分銷網絡及渠道品牌**

本集團將通過持續向低線城市滲透、進一步擴張現有城市門店及全國化地域擴張，持續拓展分銷網絡的廣度與深度，實現更有效、更深入的消費者觸達。本集團計劃進一步滲透現有市場，並因地制宜推出體驗店、高端店、普通社區店等多種類型門店，覆蓋多樣化的消費場景。本集團還一直在中國發展更多的區域渠道品牌，以提高其市場份額及對消費群體的覆蓋率。尤其是，為應對不斷變化的消費需求及日益碎片化的消費行為，其將繼續通過探索線上機會及簡化多渠道工作來優化其OMO模式。其亦將加強內容營銷，強化品牌形象，傳遞品牌價值。此外，本集團亦將透過物色新客戶及開拓額外分銷渠道及場景，繼續加強其2B業務。

- **加速拓展大生鮮業務**

考慮到蔬菜與水果特性相近，供應鏈管理及運營的相似性及重合度，本集團將憑藉其技術優勢及在上游種植的豐富經驗，持續拓展在大生鮮業務的產品品類。本集團將不斷完善、整合蔬果類供應鏈體系，建立大生鮮產品的品控標準，並通過完善的倉儲物流網絡以及OMO模式，加速大生鮮業務於全國市場的滲透率。

- **通過信息技術投入及賦能，加快全運營及產業鏈數字化**

本集團計劃持續投資於信息技術的研發及升級，通過對全產業鏈各環節的技術賦能，促進業務的數字化，提升全產業鏈運營效率及協同能力。例如，本集團將持續優化上游種植的數字化管理系統，加強對農業數據的智能化運用，實現對種植基地產量及品質的精準預測與精確管理，並提高技術人員的工作效率。本集團將不斷完善供應商交易平台，結合信息預測模型，實現庫銷數據的實時同步，並對在採購、倉儲及物流環節中的產品品質及損耗率進行精準監控。此外，本集團將持續推動會員數字化運營，整合線上線下信息資源，實現會員全生命週期消費數據的實時分析與應用。

管理層討論及分析

下表載列本集團於截至二零二二年十二月三十一日止年度之綜合財務業績以及與截至二零二一年十二月三十一日止年度之比較數據：

	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
收入	11,311,995	10,289,375
銷售成本	(9,997,709)	(9,132,939)
毛利	1,314,286	1,156,436
其他收入	40,826	34,559
其他收益，淨額	25,382	8,055
銷售費用	(498,759)	(451,730)
管理費用	(321,579)	(307,065)
金融資產減值虧損撥備淨額	(2,178)	(5,370)
研發費用	(172,980)	(139,742)
營業利潤	384,998	295,143
財務收入	31,771	24,091
財務成本	(83,739)	(78,190)
財務成本，淨額	(51,968)	(54,099)
分佔於聯營公司及合營公司之利潤，淨額	13,332	16,483
除所得稅前利潤	346,362	257,527
所得稅費用	(40,225)	(36,164)
年內利潤	306,137	221,363
下列人士應佔利潤：		
本公司所有者	323,297	230,345
非控股權益	(17,160)	(8,982)
	306,137	221,363

收入

下表分別載列本集團截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度按經營分部劃分的收入，以絕對金額及佔總收入的百分比表示。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
水果及其他食品銷售	10,981,764	97.1%	9,991,758	97.1%
特許權使用費及特許經營收入	168,844	1.5%	160,288	1.5%
會員收入	90,132	0.8%	77,670	0.8%
其他	71,255	0.6%	59,659	0.6%
總計	11,311,995	100.0%	10,289,375	100.0%

本集團的總收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣10,289.4百萬元增加約9.9%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣11,312.0百萬元。銷售水果及其他食品的收入佔本集團總收入的大部分，分別約佔二零二一年及二零二二年總收入的97.1%及97.1%。

本集團主要透過線下門店網絡(包括通過我們自行招募或通過區域代理引薦的加盟商開設的加盟門店及自營門店)分銷水果及其他食品。其亦通過線上渠道進行分銷。此外，其從事向若干主要客戶的直銷及小規模從事批發業務。

下表載列截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度本集團按分銷渠道劃分的水果及其他食品銷售收入明細，分別以絕對金額以及佔水果及其他食品銷售收入的百分比列示。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
加盟門店	8,851,461	80.6%	8,127,061	81.3%
自營門	61,062	0.6%	48,296	0.5%
區域代理	1,072,740	9.7%	968,022	9.7%
直銷	723,782	6.6%	522,750	5.2%
線上渠道	272,719	2.5%	325,629	3.3%
總計	10,981,764	100.0%	9,991,758	100.0%

銷售水果及其他食品的收入增加主要是由於(i)本集團零售門店總數由截至二零二一年十二月三十一日的5,249家零售門店淨增加7.6%至截至二零二二年十二月三十一日的5,650家零售門店，導致來自加盟門店的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣8,127.1百萬元增加約8.9%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣8,851.5百萬元，及(ii)本集團通過制定有利的定價策略加快發展直銷業務，以擴大企業客戶基礎；因此，本集團來自直接銷售的水果及其他食品的銷售收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣522.8百萬元增加約38.5%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣723.8百萬元。

銷售成本

銷售成本由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣9,132.9百萬元增加約9.5%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣9,997.7百萬元，主要是由於已售存貨成本增加。已售存貨成本佔本集團銷售成本的大部分，分別佔截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度本集團銷售成本總額的約95.3%及95.2%。已售存貨成本增加與水果及其他食品銷售收入波動一致。

毛利及毛利率

由於以上所述，本集團的毛利由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣1,156.4百萬元增加約13.6%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣1,314.3百萬元。本集團的毛利率由截至二零二一年十二月三十一日止年度的11.2%增加至截至二零二二年十二月三十一日止年度的11.6%。

其他收入

本集團的其他收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣34.6百萬元增加約18.1%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣40.8百萬元。該增加主要是由於與銀行借款產生的財務成本相關補貼有關的政府補貼增加人民幣10.1百萬元所致，部分被提供予本集團的加盟商、區域代理及供應商的財務援助所產生的利息收入減少人民幣2.0百萬元及加盟商罰款收入(即本集團根據相關特許經營協議自加盟商收取的各種偶然性罰款)減少人民幣1.6百萬元所抵銷。

其他收益淨額

本集團的其他收益淨額由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣8.1百萬元增加約215.1%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣25.4百萬元。該增加主要是由於以公允價值計量且其變動計入損益(「以公允價值計量且其變動計入損益」)的金融資產公允價值收入淨額(即本集團從國內知名商業銀行購入的短期結構性存款產生的利息收入)增加人民幣15.5百萬元。此外，二零二一年至二零二二年的其他收入淨額增加亦部分因於二零二二年確認的匯兌收益淨額人民幣2.9百萬元所致，而於二零二一年，匯兌虧損淨額為人民幣1.5百萬元。

銷售費用

本集團的銷售費用由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣451.7百萬元增加約10.4%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣498.8百萬元。該增加主要是由於本集團銷售及營銷人員的平均年薪待遇及人數增加。

管理費用

本集團的管理費用由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣307.1百萬元增加約4.7%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣321.6百萬元。該增加主要是由於本集團管理人員的平均年薪待遇增加。

研發費用

本集團的研發費用由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣139.7百萬元增加約23.8%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣173.0百萬元。該增加主要是由於本集團研發人員的平均年薪待遇增加。

金融資產減值虧損撥備淨額

二零二一年及二零二二年的金融資產減值虧損淨額主要為貿易及其他應收款項的一般預期信貸虧損。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，金融資產減值虧損撥備淨額分別為人民幣5.4百萬元及人民幣2.2百萬元。

財務成本淨額

財務收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣24.1百萬元增加約31.9%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣31.8百萬元，主要是由於銀行存款產生利息收入。

財務成本由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣78.2百萬元增加約7.1%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣83.7百萬元，主要是由於與本集團的銀行借款及租賃負債有關的利息開支增加。

分佔於聯營公司及合營企業收益淨額

本集團不時以少數股權方式對公司進行投資，例如初創公司，包括專門從事農業技術及設備開發或提供種植管理諮詢解決方案的公司，以利用其學術或技術專長來補充本集團的自有研發能力。

截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團錄得的分佔於聯營公司及合營企業收益淨額分別為人民幣16.5百萬元及人民幣13.3百萬元。

除所得稅前利潤

由於以上所述，本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度錄得除所得稅前利潤人民幣346.4百萬元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣257.5百萬元增加約34.5%。

所得稅費用

所得稅費用由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣36.2百萬元增加約11.2%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣40.2百萬元，主要是由於本集團的應課稅收入增加。本集團於二零二二年的除所得稅前利潤及其應課稅收入的增量幅度差異主要由於本集團若干附屬公司於截至二零二二年十二月三十一日止年度享有稅收優惠及免稅所致。

年內利潤

由於以上所述，本集團的淨利潤由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣221.4百萬元增加約38.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣306.1百萬元。本集團的淨利潤率由截至二零二一年十二月三十一日止年度的2.2%提高至截至二零二二年十二月三十一日止年度的2.7%。

非香港財務報告準則計量 – 經調整純利及經調整純利率

為補充本集團根據香港財務報告準則呈列的合併財務資料，本集團呈列經調整純利及經調整純利率（各自為非香港財務報告準則計量）作為額外財務計量。經調整純利界定為扣除上市費用前的年內利潤，並按相關年度的純利加回上市開支計算。經調整淨利潤率乃按年內經調整淨利潤除以有關年度的總收入計算。上市費用指有關本集團於二零二三年一月完成的全球發售及上市及其先前上市籌備的費用。

本集團使用未經審計非香港財務報告準則計量作為額外財務計量，以補充合併財務資料及透過撇除本集團認為並非本集團業務表現指標的若干非經常性項目的影響評估本集團的財務表現。本集團經營所在行業的其他公司的非香港財務報告準則計量可能與本集團不同。非香港財務報告準則計量並非香港財務報告準則項下經營表現或流動資金的計量，且不應被視為替代或優於香港財務報告準則項下除稅前利潤或經營活動所得現金流量。

非香港財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代本集團根據香港財務報告準則所呈報業績的分析。本集團呈列該非香港財務報告準則項目不應被視為本集團未來業績將不受不尋常或非經常性項目影響的推斷。

下表載列於所示年度根據香港財務報告準則計算的年內利潤及純利率分別與經調整純利及經調整純利率的對賬。

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二二年	二零二一年
	人民幣千元	人民幣千元

年內利潤(根據香港財務報告準則所呈報)	306,137	221,363
加：		
與先前籌備上市有關的上市費用	–	13,157
與全球發售及上市有關的上市費用	32,250	16,350
年內經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)	<u>338,387</u>	<u>250,870</u>
淨利潤率(根據香港財務報告準則所呈報)	2.7%	2.2%
經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)	3.0%	2.4%

流動資金及資金來源

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團主要通過經營活動、本公司股東(「股東」)出資及銀行借貸為經營提供資金。

此外，本公司於二零二三年第一季度完成全球發售及上市，並收到所得款項淨額約474.0百萬港元(包括部分行使超額配股權而獲得的所得款項淨額)。本集團目前有意主要以其自身的內部資源為其擴張及業務經營撥付資金，並有意動用自全球發售收到的所得款項淨額。

資本結構

截至二零二二年十二月三十一日，本集團的資產淨值為人民幣3,019.5百萬元，而截至二零二一年十二月三十一日則為人民幣2,713.0百萬元。截至二零二二年十二月三十一日的資產淨值主要包括流動資產人民幣4,729.6百萬元、非流動資產人民幣2,080.1百萬元、流動負債人民幣3,155.3百萬元及非流動負債人民幣635.0百萬元。

截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物主要以人民幣(「人民幣」)計值。

現金及銀行結餘

截至二零二一年十二月三十一日，本集團的現金及銀行存款為人民幣1,188.4百萬元，而截至二零二二年十二月三十一日則為人民幣1,776.2百萬元，其包括不受限制現金及現金等價物人民幣1,485.9百萬元以及限制性銀行存款人民幣290.3百萬元。

財務風險

本集團面臨與現金及銀行結餘、銀行借款及固定利率應收貸款有關的利率風險。管理層認為整體利率風險屬不重大。本集團在銀行存有外幣現金，使本集團面臨外匯風險。本集團並無使用任何衍生合約以對沖外匯風險。管理層通過密切監控外幣匯率的變動來管理其貨幣風險，並將採取謹慎措施將貨幣折算風險降至最低。

全球發售的所得款項用途

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團未收取任何全球發售所得款項。

本公司於二零二三年第一季度完成全球發售及上市。在扣除承銷佣金及本公司收到的與全球發售有關的其他估計費用後，本公司自全球發售（包括部分行使超額配股權）籌得的所得款項淨額約為474.0百萬港元，分別由全球發售所籌得的422.6百萬港元及根據行使部分超額配股權而發行股份所籌得的51.4百萬港元組成。

本集團擬按本公司於二零二二年十二月二十九日的招股章程（「招股章程」）中「未來計劃及所得款項用途」一節所披露的方式使用其全球發售所得款項。

債務

截至二零二二年十二月三十一日，本集團擁有非即期銀行借貸總額人民幣103.8百萬元及短期銀行借貸人民幣1,231.2百萬元。該等未償還銀行借款以人民幣計值及大部分以固定利率計息，其餘部分以浮動利率計息。

本集團使用資產負債比率（資產負債比率= 年末借貸總額／總權益再乘以100%）以監控其資本結構。本集團的資產負債比率由截至二零二一年十二月三十一日的53.5%下降至截至二零二二年十二月三十一日的44.2%，主要是由於償還銀行借款令貸款結餘由截至二零二一年十二月三十一日的人民幣1,452.5百萬元減少人民幣117.6百萬元至截至二零二二年十二月三十一日的人民幣1,334.9百萬元。

抵押資產

截至二零二二年十二月三十一日，本集團就其銀行借款抵押使用權資產人民幣50.9百萬元及本集團分類為物業、廠房及設備的樓宇人民幣24.6百萬元。

現金流量

截至二零二二年十二月三十一日止年度，經營活動所得現金淨額由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣283.9百萬元增加至人民幣589.2百萬元，主要是由於除所得稅項前利潤人民幣346.4百萬元，並就折舊及攤銷總額人民幣128.4百萬元及財務成本淨額人民幣52.0百萬元等若干非現金項目作為調整。影響本集團從經營活動所得現金的其他因素包括貿易應付款項以及應計費用及其他應付款項分別增加人民幣164.7百萬元及人民幣134.6百萬元。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，投資活動所得現金淨額為人民幣619.8百萬元，而截至二零二一年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣577.9百萬元，主要是由於截至二零二二年十二月三十一日止年度，贖回以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產淨額人民幣436.6百萬元。而截至二零二一年十二月三十一日止年度，收購以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產淨額人民幣623.1百萬元。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，融資活動所用現金淨額為人民幣307.8百萬元，而截至二零二一年十二月三十一日止年度，融資活動所得現金淨額為約人民幣404.0百萬元，主要是由於截至二零二二年十二月三十一日止年度償還銀行借款淨額人民幣117.6百萬元，而截至二零二一年十二月三十一日止年度的銀行借款所得款項淨額為人民幣523.0百萬元。

金融資產、資本及投資管理

本集團不時投資理財產品（主要為結構性存款），以更方便現金管理。結構性存款為保本型產品，通常有固定的短期期限，並可在各自的到期日贖回，因此本質上風險相對較低。本集團的結構性存款列賬為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產。在較小程度上，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入損益的長期金融資產的公允價值收入，即主要為與相關協議項下可轉換為借款人股權的貸款有關的可轉換債務。此外，本集團亦錄得以公允價值計量且其變動計入其他合併收益的金融資產，包括(i)非上市股本證券及(ii)本集團投資於其認為具備發展潛力的公司的上市股本證券。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團擁有(i)結構性存款（列為以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產）人民幣623.8百萬元（二零二一年：人民幣1,040.0百萬元）；(ii)以公允價值計量且其變動計入損益的其他金融資產人民幣86.6百萬元（二零二一年：人民幣82.3百萬元）；及(iii)以公允價值計量且其變動計入其他合併收益的金融資產人民幣18.4百萬元（二零二一年：人民幣10.9百萬元）。

本集團已實施資本及投資政策以監控及控制與投資活動相關的風險。本集團一般只在有剩餘現金時才投資於理財產品，原則上僅有權投資於低風險及高流動性產品，且該等投資應屬非投機性質。本集團的資本及投資政策亦規定了選擇投資項目的標準，以及每項建議投資項目應經過的詳細審查程序。

鑒於低利率趨勢下賺取較活期儲蓄或定期存款利率相對高的回報的裨益，以及結構性存款的保本性質及於相對短期內到期，董事認為，結構性存款對本集團的風險為小，且結構性存款的條款及條件屬公平合理，且符合本公司及其股東的整體利益。

資本開支

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團的資本開支為人民幣165.0百萬元，主要用於支付本集團位於中國深圳市鹽田區在建的新辦公樓。

本集團主要通過經營所得現金及銀行借款為我們的資本開支提供資金。自二零二三年起，亦可能將全球發售所得款項用於為資本開支提供資金。

或有負債及擔保

截至二零二二年十二月三十一日，本集團並無任何重大未記錄的或有負債、擔保或任何針對本集團的訴訟。

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購以及出售

於二零二二年，本公司並無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購以及出售。

此外，除招股章程中「業務」及「未來計劃及所得款項用途」各節所披露的擴張計劃外，本集團目前並無涉及重大資產或其他業務的重大投資或收購，或出售附屬公司、聯營公司及合營企業的任何具體計劃。然而，本集團將繼續物色新的業務開發機會。

週轉率

存貨平均週轉天數由二零二一年的10.1天略微增加至二零二二年的10.7天。

貿易應收款項平均週轉天數由二零二一年的43.4天減少至二零二二年的36.7天，主要是由於我們主動收款。

貿易應付款項平均週轉天數由二零二一年的13.0天增加至二零二二年的15.6天，主要是由於本集團批發業務的採購由二零二一年底延長至二零二二年初，而其通常於每年年底完成（二零一九年及二零二零年的週轉天數分別為16.0天及15.5天）。

僱員及僱員福利開支

截至二零二二年十二月三十一日，本集團共有3,006名僱員，其中約21.2%來自營銷部門，18.2%來自運營及門店管理部門，17.6%來自生產及物流部門以及16.3%來自IT部門。

本集團高度重視人才的發展及儲備，以支持可持續性發展。其為管理層及其他員工建立了完善的人才培養系統。本集團提供全方位的人才培養計劃，分別培養綜合管理、上游種植及市場運營各領域英才。

本集團已開發出一套績效評估系統，用來每年評估其僱員的表現，這構成了釐定僱員可能收取的薪酬水準、獎金及晉升的基準。銷售及營銷人員亦可根據彼等完成的銷售目標，經計及相關期間相同區域市場的門店整體銷售表現收取獎金。

於二零二二年，本集團產生的僱員福利開支總額為人民幣717.8百萬元，佔本集團同年總收入的約6.3%。

主要供應商及主要客戶

截至二零二二年十二月三十一日止年度，按總金額計，自本集團最大供應商作出的採購額分別佔本集團同年採購成本總額的約7.5%，而自其前五大供應商作出的採購總額合共佔本集團同年採購成本總額的20.4%。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團最大客戶貢獻的收入佔本集團同年總收入的約1.8%，而其前五大客戶貢獻的總收入佔本集團同年總收入的約8.2%。前五大客戶全部為本集團的加盟商。

儲備

截至二零二二年十二月三十一日，本公司可供分派予股東的儲備為約人民幣390.0百萬元。

財務資料

合併損益表

	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
收入	3	11,311,995	10,289,375
銷售成本	6	(9,997,709)	(9,132,939)
毛利		1,314,286	1,156,436
其他收入	4	40,826	34,559
其他收益，淨額	5	25,382	8,055
銷售費用	6	(498,759)	(451,730)
管理費用	6	(321,579)	(307,065)
金融資產減值虧損撥備淨額		(2,178)	(5,370)
研發費用	6	(172,980)	(139,742)
營業利潤		384,998	295,143
財務收入	7	31,771	24,091
財務成本	7	(83,739)	(78,190)
財務成本，淨額	7	(51,968)	(54,099)
分佔聯營公司及合營企業利潤，淨額		13,332	16,483
除所得稅前利潤		346,362	257,527
所得稅費用	8	(40,225)	(36,164)
年內利潤		306,137	221,363
下列人士應佔利潤：			
本公司擁有人		323,297	230,345
非控股權益		(17,160)	(8,982)
		306,137	221,363
本公司擁有人應佔每股盈利			
基本及攤薄（以每股人民幣分列示）	9	21.55	15.36

合併綜合收益表

	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
年內利潤	306,137	221,363
其他綜合虧損		
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收 益(「以公允價值計量且其變動計入其 他綜合收益」)的金融資產公允價值變 與上列項目有關的所得稅	(3,975) (496)	(49,437) 5,884
年內其他綜合虧損(扣除稅項)	<u>(4,471)</u>	<u>(43,553)</u>
年內綜合收益總額	<u>301,666</u>	<u>177,810</u>
下列人士應佔年內綜合收益總額：		
本公司擁有人	318,826	186,792
非控股權益	<u>(17,160)</u>	<u>(8,982)</u>
	<u>301,666</u>	<u>177,810</u>

附註

合併財務狀況表

	於十二月三十一日	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	450,153	308,027
使用權資產	547,036	609,620
投資物業	2,529	2,618
無形資產	241,752	247,729
於聯營公司及合營企業的權益	363,563	324,451
以公允價值計量且其變動計入 其他綜合收益的金融資產	18,413	10,864
以公允價值計量且其變動計入損益 (「以公允價值計量且其變動計入損益」) 的金融資產	86,628	82,286
限制性銀行存款	1,009	1,009
長期銀行存款	20,000	100,000
按金、預付款項及其他應收款	343,245	321,401
遞延稅項資產	5,791	6,839
	2,080,119	2,014,844
流動資產		
存貨	336,785	246,760
生物資產	6,139	4,525
貿易應收款項	10 1,118,438	1,156,227
按金、預付款項及其他應收款項	848,802	857,536
以公允價值計量且其變動計入 損益的金融資產	623,800	1,039,995
貸款予關聯方	39,512	12,608
應收聯營公司款項	932	15
限制性銀行存款	289,306	272,690
短期銀行存款	–	250,000
現金及現金等價物	1,465,908	564,666
	4,729,622	4,405,022
資產總值	6,809,741	6,419,866

		於十二月三十一日	
	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
負債			
非流動負債			
銀行借款		103,750	17,084
其他應付款項		66,988	72,266
合同負債		23,262	30,853
租賃負債		433,392	518,937
遞延稅項負債		7,585	11,040
		<u>634,977</u>	<u>650,180</u>
流動負債			
貿易應付款項	11	509,916	345,196
應計費用及其他應付款項		1,318,170	1,178,246
合同負債		22,503	18,249
應付所得稅		13,885	11,674
應付聯營公司款項		25,370	15,882
銀行借款		1,231,191	1,435,427
租賃負債		34,238	52,051
		<u>3,155,273</u>	<u>3,056,725</u>
負債總額		<u>3,790,250</u>	<u>3,706,905</u>
資產淨值		<u>3,019,491</u>	<u>2,712,961</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本		1,500,000	1,500,000
儲備		1,454,686	1,135,859
本公司擁有人應佔的資本及儲備		2,954,686	2,635,859
非控股權益		64,805	77,102
權益總額		<u>3,019,491</u>	<u>2,712,961</u>

合併財務資料附註

1 一般資料

本公司於二零零一年十二月三日在中華人民共和國（「中國」）註冊成立，是一家根據《中華人民共和國公司法》成立的股份有限公司。本公司註冊辦公地址為中國廣東省深圳市鹽田區沙頭角街道田心社區沙鹽路3018號鹽田現代產業服務中心（一期）A座6層6A-2。

於二零二零年四月十日，本公司轉為股份有限公司，註冊資本為人民幣1,500,000,000元。

本公司股份已自二零二三年一月十六日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）主要從事經營加盟零售網絡及水果交易（「上市業務」）。本集團的最終控制方為余惠勇先生（「余先生」）。

2 編製基準

本集團的合併財務報表乃根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。合併財務報表已根據歷史成本法編製，惟以下除外：

- 若干金融資產及投資物業 — 以公允價值計量；及
- 若干生物資產 — 以公允價值減去出售成本計量。

編製符合香港財務報告準則之合併財務報表須採用若干關鍵會計估計。在應用本集團會計政策之過程中，管理層亦須行使其判斷。

本集團在整個截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度內一貫採用了在截至二零二二年十二月三十一日止年度有效的所有相關準則、修訂及詮釋。

- (a) 於截至二零二二年十二月三十一日止年度已頒佈但尚未生效且尚未提前獲採納的新訂及經修訂準則、改進、解釋及會計指引

以下為於截至二零二二年十二月三十一日止年度已頒佈但尚未生效且未提前獲採納的新訂及經修訂準則、改進、解釋及會計指引。本集團計劃該等新準則、準則修訂本、會計指引及年度改進在其生效時予以採納：

		於以下日期 或其後開始 之會計 年度期間生效
香港會計準則第1號及 香港財務報告準則 實務報告第2號之修訂本	會計政策披露	二零二三年 一月一日
香港財務報告準則第4號 之修訂本	延長暫時豁免應用香港 財務報告準則第9號	二零二三年 一月一日
香港會計準則第12號之修訂本	產生自單一交易的資產及 負債相關的遞延稅項	二零二三年 一月一日
香港會計準則第8號之修訂本	會計估計之定義	二零二三年 一月一日
香港財務報告準則第17號	保險合同	二零二三年 一月一日
香港財務報告準則第17號 之修訂本	香港財務報告準則第17號之修訂	二零二三年 一月一日
香港財務報告準則第17號	首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	二零二三年 一月一日
香港詮釋第5號 (二零二零年)	財務報表編製 – 借款人對包含 按要求償還條款的 定期貸款的分類	二零二四年 一月一日

- (b) 尚未生效且本集團尚未提前採納的新訂及經修訂準則、改進、詮釋及會計指引

		於以下日期 或其後開始 之會計 年度期間生效
香港財務報告準則第16號 之修訂本	售後租回中的租賃負債	二零二四年 一月一日
香港會計準則第1號之修訂本	將負債分類為流動或非流動	二零二四年 一月一日
香港會計準則第1號之修訂本	附帶契約的非流動負債	二零二四年 一月一日
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號之修訂本	投資者及其聯營公司或 合營企業之間的資產出售或分配	待釐定

根據董事會的評估，該等新訂及經修訂準則、改進、解釋及會計指引與本集團無關，或在其生效時不會對本集團的財務業績和狀況造成重大影響。

3 收入及分部資料

(a) 分部及主要活動說明

本公司執行董事即為主要經營決策者。主要營運決策者審閱本集團內部報告以評估表現及分配資源，以及基於該等報告釐定經營分部。

主要經營決策者評估本集團於以下可呈報經營分部的業績：

- 經營加盟及自營零售網絡（「**加盟**」）；
- 銷售水果及其他食品 — 水果貿易（「**貿易**」）。
- 其他

主要經營決策者根據分部業績計量評估經營分部的表現。該計量基準不包括公允價值收益對結構性存款、法律及專業費用、上市費用、所得稅開支、銀行存款利息收入以及借款利息費用的影響。向主要經營決策者提供的其他資料以與歷史財務資料一致的方式計量。

(b) 分部收入及業績

本集團截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度按經營分部劃分的收入及業績分析如下：

	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至二零二二年 十二月三十一日止年度				
合同收入	10,539,960	777,343	12,325	11,329,628
減：分部間收入	—	(16,640)	(993)	(17,633)
來自外部客戶收入	10,539,960	760,703	11,332	11,311,995
分部業績	397,641	47,667	8,398	453,706
未分配其他收益淨額				20,394
未分配企業費用				(107,449)
未分配財務收入				31,771
未分配財務成本				(52,060)
除所得稅前利潤				346,362
所得稅開支				(40,225)
年內利潤				306,137
折舊及攤銷	115,218	10,277	2,863	128,358
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	175,893	2,101	14,533	192,527
使用權資產	28,830	—	—	28,830
無形資產	9,484	—	—	9,484

	加盟 人民幣千元	貿易 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至二零二一年 十二月三十一日止年度				
合同收入	9,973,084	645,445	11,378	10,629,907
減：分部間收入	—	(336,858)	(3,674)	(340,532)
來自外部客戶收入	9,973,084	308,587	7,704	10,289,375
分部業績	355,826	(6,622)	8,031	357,235
未分配其他收益淨額				20,633
未分配企業費用				(96,484)
未分配財務收入				24,091
未分配財務成本				(47,948)
除所得稅前利潤				257,527
所得稅開支				(36,164)
年內利潤				<u>221,363</u>
折舊及攤銷	107,762	7,457	2,599	117,818
以下項目之增加：				
物業、廠房及設備	80,703	750	19,666	101,119
使用權資產	382,577	—	—	382,577
無形資產	10,069	—	—	10,069

(c) 地區分部

按地區市場劃分的本集團收入分析如下：

	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
中國大陸	11,157,622	10,138,716
香港及其他國家	154,373	150,659
	<u>11,311,995</u>	<u>10,289,375</u>

4 其他收入

	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
政府補助	17,299	7,225
加盟商罰款收入	2,422	4,041
貸款產生的利息收入	19,117	21,120
其他	1,988	2,173
	<u>40,826</u>	<u>34,559</u>

5 其他收益淨額

	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
生物資產之公允價值收益／(虧損)	1,134	(494)
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產之 公允價值收益淨額	24,736	9,248
處置物業、廠房及設備虧損	(4,090)	(224)
租賃終止收益／(虧損)	719	(213)
出售聯營公司及合營企業收益	-	1,248
匯兌收益／(虧損)淨額	2,883	(1,510)
	<u>25,382</u>	<u>8,055</u>

6 按性質劃分的費用

	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
已出售存貨成本	9,519,373	8,705,686
僱員福利開支(包括董事酬金)	717,801	676,031
上市費用	32,250	16,350
物業、廠房及設備折舊	45,894	40,202
使用權資產折舊	67,003	63,314
無形資產攤銷	15,461	14,302
法律及諮詢費用	80,443	74,756
運輸費用	214,639	198,641
營銷及推廣費用	58,879	65,483
辦公用品	12,034	13,127
人工成本	77,375	43,301
短期租賃相關開支	44,388	34,380
交通差旅費	12,117	12,805
娛樂費	18,272	7,670
水電費用	17,453	15,421
其他稅項費用	19,541	18,477
其他	38,104	31,530
	<u>10,991,027</u>	<u>10,031,476</u>
指：		
銷售成本	9,997,709	9,132,939
銷售費用	498,759	451,730
管理費用	321,579	307,065
研發費用	172,980	139,742
	<u>10,991,027</u>	<u>10,031,476</u>

7 財務成本淨額

	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
財務成本		
銀行借款利息開支	52,776	47,948
租賃負債利息開支	31,679	30,242
	<u>84,455</u>	<u>78,190</u>
減：鹽田辦公樓中的資本化金額	(716)	—
	<u>83,739</u>	<u>78,190</u>
財務收入		
銀行存款利息收入	(31,771)	(24,091)
財務成本淨額	<u>51,968</u>	<u>54,099</u>

8 所得稅費用

	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
即期所得稅	43,128	39,594
遞延稅項	(2,903)	(3,430)
所得稅費用	<u>40,225</u>	<u>36,164</u>

組成本集團的公司在中國成立及運營。除一家附屬公司於二零一七年十月獲得高新技術企業（「**高新技術企業**」）證書外，大部分附屬公司須於截至二零二二年十二月三十一日止年度按25%（二零二一年：相同）的稅率繳納企業所得稅（「**企業所得稅**」）。該附屬公司享有15%的優惠稅率，直至二零二三年十月證書到期。進一步享有該高新技術企業稅收優惠的權利取決於中國稅務機關成功重續證書。根據中國企業所得稅法第27條及企業所得稅法實施條例第86條，截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的農產品加工應佔收入及開支獲豁免徵收企業所得稅，惟須由本公司附屬公司的中國當地稅務機關進行年度審核。

9 本公司擁有人應佔每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度歸屬於本公司擁有人的利潤除以已發行加權平均普通股股數計算。

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二二年	二零二一年
歸屬於本公司擁有人的利潤(人民幣千元)	323,297	230,345
已發行加權平均股數(千股)	1,500,000	1,500,000
每股基本盈利(以人民幣分表示)	<u>21.55</u>	<u>15.36</u>

(b) 每股攤薄盈利

由於截至二零二二年十二月三十一日止年度並無發行潛在攤薄普通股，故呈列的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同(二零二一年：相同)。

10 貿易應收款項

	於十二月三十一日	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
貿易應收款項總額	1,156,260	1,191,298
減：虧損撥備	(37,822)	(35,071)
貿易應收款項淨額	<u>1,118,438</u>	<u>1,156,227</u>

貿易應收款項按發票日期的賬齡分析如下：

	於十二月三十一日	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
1至90日	803,891	784,079
91至180日	284,697	332,889
181至365日	40,157	47,500
一年以上	27,515	26,830
	<u>1,156,260</u>	<u>1,191,298</u>

本集團貿易應收款項的賬面值按下列貨幣計值：

	於十二月三十一日	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
人民幣	1,094,816	1,144,286
美元	16,179	9,231
港元	7,443	2,710
	<u>1,118,438</u>	<u>1,156,227</u>

11 貿易應付款項

貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	於十二月三十一日	
	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
0至30日	476,403	317,811
31至60日	21,164	20,757
61至90日	2,494	2,224
90日以上	9,855	4,404
	<u>509,916</u>	<u>345,196</u>

本集團貿易應付款項的賬面值與其公允價值相若並以人民幣計值。

12 股息

擬派二零二二年末期股息每股普通股人民幣0.076元，相當於本年度合共約人民幣120,729,000元，須經本公司股東於應屆年度股東大會上批准。(二零二一年：無)。建議股息總額預期將以二零二二年十二月三十一日的保留盈利派付，但於年底未確認為負債。

其他資料

末期股息

董事會建議就截至二零二二年十二月三十一日止年度向全體股東派付末期股息每股普通股人民幣0.076元(含稅)。

建議末期股息將以人民幣宣派，並以港元(「港元」)派付予本公司H股持有人(「H股股東」)。以港元派付的末期股息將按本公司應屆年度股東大會(「年度股東大會」)前五個營業日中國人民銀行公佈的人民幣兌港元的平均匯率由人民幣換算為港元，而向本公司內資股持有人派付的末期股息將以人民幣派付。該建議末期股息須待股東於應屆年度股東大會上批准，預期將於二零二三年七月十日(星期一)或前後派付。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例(以下統稱「《企業所得稅法》」)，非居民企業應當就其來源於中國境內的所得繳納企業所得稅，適用稅率為10.0%。為此，任何以非個人股東名義(包括以香港中央結算(代理人)有限公司、其他代理人或受託人、或其他組織及團體名義)登記的H股股份皆被視為由非居民企業股東(定義見《企業所得稅法》)所持有的股份，本公司將在代扣代繳10.0%企業所得稅後，向該等非居民企業股東派發末期股息。

本公司在向個人股東派發二零二二年末期股息時，將按10%或20%的稅率扣繳個人所得稅，但稅務法規、相關稅收協定或通知另有規定的，將按相關規定及稅收徵管要求具體辦理。

企業管治實踐

本公司致力於保持高標準的企業管治，以保障股東的權益及提升企業價值與責任。本公司已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」），作為其本身的企業管治守則。

本公司於二零二三年一月十六日在聯交所上市，上市規則附錄十四所載企業管治守則於上市日期前不適用於本公司。自上市日期起至本公告日期止，本公司一直遵守企業管治守則的所有適用守則條文，並採納守則所載大部分最佳常規。

證券交易標準守則

自上市日期起，本公司已採納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」）作為本公司董事、監事及有關僱員進行所有證券交易及標準守則所涵蓋的其他事項的操守守則。

由於本公司於二零二三年一月十六日在聯交所上市，故於截至二零二二年十二月三十一日止年度無須遵守標準守則。

經向董事及監事作出具體查詢後確認，全體董事及監事於上市日期起至本公告日期止一直遵守標準守則所載的規定標準。於上述期間，本公司並無知悉有關僱員違反標準守則的情況。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

由於本公司股份於截至二零二二年十二月三十一日止年度並無於聯交所上市，於審閱年度內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

自上市日期起至本公告日期止期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

公眾持股量

根據本公司可獲得之公開資料及就董事所知，自上市日期起及直至本公告日期，本公司一直維持上市規則所規定之足夠公眾持股量。本公司註冊總股本至少25%由公眾人士持有。

期後事項

於二零二二年十二月三十一日後發生以下重大事件：

- (i) 於上市日期，本公司根據全球發售按發售價每股H股5.60港元發行78,947,500股H股，其H股（包括上市後由內資股轉換的1,094,072,605股H股）於聯交所主板上市；
- (ii) 於二零二三年一月十六日及二零二三年二月二十二日，本集團認購若干理財產品，總金額為人民幣350.0百萬元。截至本公告日期，該等理財產品尚未到期；
- (iii) 於二零二三年二月五日，本集團額外認購廣西真誠農業有限公司註冊資本人民幣10.0百萬元，完成認購後，本集團於廣西真誠農業有限公司的權益增加至42%；及
- (iv) 於二零二三年二月八日，國際承銷商（定義見招股章程）部分行使超額配股權，據此，本公司於二零二三年二月十三日進一步發行9,596,500股H股。該等股份於二零二三年二月十三日開始在聯交所主板上市及買賣。

截至本公告日期，除上文所披露者外，於二零二二年十二月三十一日後並無發生影響本集團的重大事件。

審核委員會

董事會已成立審核委員會，包括兩名獨立非執行董事及一名非執行董事，即吳戰箴博士(主席)、馬瑞光先生及潘攀先生。審核委員會亦已採納書面職權範圍，清楚載列其職責及責任(職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱)。

審核委員會已連同本公司高級管理層審閱本集團所採納之會計原則及慣例以及本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度之合併財務資料。審核委員會認為，相關財務報表的編製符合適用會計準則及要求，並已作出充分披露。審核委員會亦已檢討本集團所採納的會計原則及慣例，以及甄選及委任外聘核數師。

羅兵咸永道會計師事務所的工作範圍

本集團的核數師，羅兵咸永道會計師事務所已就本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的合併財務狀況表、合併損益表、合併其他綜合收益表及相關附註所列數字與本集團該年度的草擬合併財務報表所列載數額一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成鑒證業務，因此羅兵咸永道會計師事務所並未對本公告發出任何意見或鑒證結論。

年度股東大會

召開年度股東大會之通告將於本公司網站(www.pagoda.com.cn)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)刊登，並將根據上市規則規定於指定時間內以指定方式寄發予股東。

刊登二零二二年年度業績及二零二二年年度報告

本年度業績公告刊登於本公司網站(www.pagoda.com.cn)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)。本公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的年度報告(載有上市規則規定的所有資料)將根據上市規則的規定於指定時間寄發予股東並於聯交所及本公司各自網站刊登。

刊登二零二二年環境、社會及管治報告

本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的環境、社會及管治報告將根據上市規則的規定於指定時間分別刊載於上述本公司及聯交所網站。

致謝

事會謹此向一直支持本集團及為本集團作出貢獻的本集團股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶致以衷心的感謝。

承董事會命
深圳百果園實業(集團)股份有限公司
董事長兼執行董事
余惠勇

中華人民共和國，深圳
二零二三年三月二十八日

截至本公告日期，董事會包括執行董事余惠勇先生、徐艷林女士、田錫秋先生、焦岳先生及朱啟東先生；非執行董事潘攀先生及胡祺昊先生；及獨立非執行董事蔣岩波博士、馬瑞光先生、吳戰箴博士、張以德先生及朱舫女士。