

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。



YIHAI INTERNATIONAL HOLDING LTD.

頤海國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1579)

**截至2024年6月30日止六個月
中期業績**

頤海國際控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)截至2024年6月30日止六個月(「報告期」)的未經審計綜合中期業績，連同2023年同期的比較數字。

本集團財務摘要

- 截至2024年6月30日止六個月的收入為人民幣2,926.9百萬元，較截至2023年6月30日止六個月的人民幣2,616.2百萬元增加11.9%。
- 截至2024年6月30日止六個月的毛利為人民幣877.5百萬元，較截至2023年6月30日止六個月的人民幣798.6百萬元增加9.9%。
- 截至2024年6月30日止六個月的經營利潤為人民幣414.0百萬元，較截至2023年6月30日止六個月的人民幣498.4百萬元減少16.9%。
- 截至2024年6月30日止六個月的本公司擁有人應佔淨利潤為人民幣308.3百萬元，較截至2023年6月30日止六個月的人民幣357.8百萬元減少13.8%。
- 截至2024年6月30日止六個月的每股盈利(基本)為人民幣31.78分，較截至2023年6月30日止六個月的人民幣36.59分減少13.1%。

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,856,382	1,808,895
使用權資產		243,048	226,914
無形資產		10,125	11,984
遞延所得稅資產		69,894	65,766
按公平值計入損益的金融資產		279,651	197,052
到期日超過一年的定期存款		164,727	437,172
其他非流動資產	5	126,633	119,229
非流動資產總值		2,750,460	2,867,012
流動資產			
存貨		342,228	370,532
其他流動資產	5	63,076	62,358
貿易應收款項	6	195,774	258,125
按攤銷成本計量的其他金融資產		14,616	19,509
到期日一年以內的定期存款		54,994	162,533
受限制現金		5,016	5,011
現金及現金等價物		1,864,581	2,309,358
流動資產總值		2,540,285	3,187,426
資產總值		5,290,745	6,054,438
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	7	67	67
就受限制股份單位計劃持有的股份		(4)	(4)
其他儲備		306,355	317,749
保留盈利		4,088,529	4,500,117
本公司擁有人應佔資本及儲備		4,394,947	4,817,929
非控股權益		189,344	271,481
權益總額		4,584,291	5,089,410

	附註	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
負債			
非流動負債			
租賃負債		92,056	54,267
遞延所得稅負債		31,320	60,242
其他非流動負債		38,006	33,808
		<u>161,382</u>	<u>148,317</u>
非流動負債總額			
		<u>161,382</u>	<u>148,317</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	281,034	402,788
合約負債		47,258	77,351
租賃負債		20,864	31,993
其他應付款項及應計費用		148,775	187,020
即期所得稅負債		47,141	117,559
		<u>545,072</u>	<u>816,711</u>
流動負債總額			
		<u>545,072</u>	<u>816,711</u>
負債總額			
		<u>706,454</u>	<u>965,028</u>
權益及負債總額			
		<u>5,290,745</u>	<u>6,054,438</u>

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

	附註	未經審計	
		截至6月30日止六個月	
		2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
收入	4	2,926,925	2,616,226
銷售成本	9	(2,049,417)	(1,817,637)
毛利		877,508	798,589
經銷開支	9	(352,261)	(239,756)
行政開支	9	(140,207)	(140,838)
其他收入及收益淨額	10	28,966	80,434
經營溢利		414,006	498,429
融資收入		47,997	30,840
融資成本		(2,442)	(2,343)
融資收入淨額	11	45,555	28,497
除所得稅前溢利		459,561	526,926
所得稅開支	12	(125,418)	(149,966)
期內溢利		334,143	376,960
以下人士應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		308,280	357,825
— 非控股權益		25,863	19,135
		334,143	376,960
其他全面虧損			
可重新分類至損益的項目			
— 匯兌差額		(12,841)	(84)
期內其他全面虧損(扣除稅項)		(12,841)	(84)
期內全面收益總額		321,302	376,876
以下人士應佔期內全面收益總額：			
— 本公司擁有人		295,439	357,741
— 非控股權益		25,863	19,135
		321,302	376,876
本公司擁有人應佔每股盈利			
(以每股人民幣分列示)			
— 基本	13	31.78	36.59
— 攤薄	13	31.78	36.59

附註：

1. 一般資料

頤海國際控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）在中華人民共和國（「中國」）及若干海外國家及地區主要從事火鍋調味料、複合調味料及方便速食產品的生產及銷售。

本公司於2013年10月18日根據開曼群島1961年第3號法例第22章公司法（經綜合及修訂）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地址為Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 31119, KY1-1205, Cayman Islands。

本公司股份在香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」或「聯交所」）主板的全球發售（「全球發售」）已於2016年7月13日完成。

除非另有指明，否則中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列。

本中期簡明綜合財務資料已於2024年8月27日獲本公司董事會批准刊發。

本中期簡明綜合財務資料已經審閱，但未經審計。

2. 編製基準

截至2024年6月30日止六個月的本中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」（「國際會計準則第34號」）編製。

3. 會計政策

編製本中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表所採用的會計政策一致，惟以下經修訂準則的採用除外：

本集團採用的經修訂準則

本集團自2024年1月1日起首次應用以下修訂：

國際會計準則第1號的修訂本	將負債分類為流動或非流動
國際會計準則第1號的修訂本	附帶契諾的非流動負債
國際財務報告準則第16號的修訂本	售後回租中的租賃負債
國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號的修訂本	供應商融資安排

上述修訂對過往期間確認的金額並無任何影響，且預期不會對當前或未來期間產生重大影響。

已頒佈但本集團尚未採用的新訂或經修訂準則的影響

若干新訂或經修訂會計準則已頒佈但毋須於自2024年1月1日開始的報告期間強制執行，本集團亦未提早採用。預計該等新訂或經修訂會計準則於當前或未來報告期間不會對本集團及可見未來交易造成重大影響。

	修訂及詮釋	生效日期
國際會計準則第21號的修訂本	缺乏可交換性	2025年1月1日
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂本	關於金融工具的分類和計量的修訂	2026年1月1日
國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露	2027年1月1日
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司的披露	2027年1月1日
國際會計準則第28號及國際財務報告準則第10號的修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資	待定

4. 收入及分部資料

管理層基於主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱的報告（用以作出戰略決策）釐定經營分部。本集團的收入、開支、資產、負債及資本開支主要來源於製造及向第三方和關聯方客戶銷售火鍋調味料、複合調味料、方便速食產品及其他（獲主要經營決策者視為一個分部）。本集團的主要市場為中國內地，截至2024年及2023年6月30日止六個月，其向海外客戶的銷售額佔本集團的總收入不足10%。因此，並無呈列地區資料。於2024年6月30日，位於中國的非流動資產賬面值（金融資產及遞延所得稅資產除外）約為人民幣1,941,203,000元（2023年12月31日：人民幣1,890,154,000元），而位於其他國家及地區的非流動資產總值（金融資產及遞延所得稅資產除外）則約為人民幣294,985,000元（2023年12月31日：人民幣276,868,000元）。

按產品系列劃分的收入明細如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
於某一時點確認的收入		
火鍋調味料		
— 關聯方	887,273	839,540
— 第三方	860,246	814,675
小計	<u>1,747,519</u>	<u>1,654,215</u>
複合調味料		
— 關聯方	24,232	18,656
— 第三方	430,179	346,680
小計	<u>454,411</u>	<u>365,336</u>
方便速食產品		
— 關聯方	77,567	28,970
— 第三方	622,907	544,060
小計	<u>700,474</u>	<u>573,030</u>
其他		
— 關聯方	—	173
— 第三方	24,521	23,472
小計	<u>24,521</u>	<u>23,645</u>
總計	<u><u>2,926,925</u></u>	<u><u>2,616,226</u></u>

關聯方應佔銷售收入分別佔截至2024年及2023年6月30日止六個月本集團總收入約33.8%及33.9%。

5. 其他資產

	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
物業、廠房及設備預付款項	126,633	119,229
可收回增值稅	38,861	41,279
營銷及諮詢開支預付款項	16,061	14,211
倉庫及員工宿舍短期租約預付款項	1,734	1,218
購買原材料預付款項	979	2,056
其他	5,441	3,594
	<u>189,709</u>	<u>181,587</u>
減：非即期項目	<u>(126,633)</u>	<u>(119,229)</u>
其他流動資產	<u>63,076</u>	<u>62,358</u>

6. 貿易應收款項

	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	12,771	11,326
— 關聯方	183,191	246,987
	<u>195,962</u>	<u>258,313</u>
小計	195,962	258,313
減：減值撥備	<u>(188)</u>	<u>(188)</u>
貿易應收款項淨額	<u>195,774</u>	<u>258,125</u>

本集團的第三方銷售大部分以向客戶交付貨物前收取客戶墊款的方式進行，當中僅有少數客戶獲授介乎30至90天的信貸期。本集團的關聯方客戶獲授出30天的信貸期。根據貿易應收款項的確認日期於各結算日的賬齡分析如下：

	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
3個月內	<u>195,962</u>	<u>258,313</u>

截至2024年及2023年6月30日止六個月概無確認任何貿易應收款項減值撥備。

7. 股本

法定：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2023年1月1日、2023年6月30日、 2024年1月1日及2024年6月30日 每股0.00001美元的普通股	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>307</u>

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2023年1月1日每股0.00001美元的普通股	1,046,900,000	10,469	68
購回及註銷普通股(附註)	<u>(10,200,000)</u>	<u>(102)</u>	<u>(1)</u>
於2023年6月30日、2023年12月31日 及2024年6月30日 每股0.00001美元的普通股	<u>1,036,700,000</u>	<u>10,367</u>	<u>67</u>

附註：

截至2023年6月30日止六個月，本公司於聯交所購回其本身合共10,200,000股普通股，總代價約為人民幣175,757,000元。於2023年6月30日，所有有關購回股份均已註銷。

8. 貿易應付款項

貿易應付款項主要源自購買原材料。供應商授出的貿易應付款項信貸期通常為30至90天。

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	未經審計 2024年 6月30日 人民幣千元	經審計 2023年 12月31日 人民幣千元
3個月內	267,581	395,481
3個月至6個月	12,353	6,863
6個月至1年	<u>1,100</u>	<u>444</u>
總計	<u>281,034</u>	<u>402,788</u>

9. 按性質劃分的開支

計入銷售成本、經銷開支及行政開支的開支分析如下：

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
製成品存貨變動	18,601	76,524
已使用原材料及耗材	1,737,047	1,517,617
僱員福利開支	311,661	247,028
運輸及相關支出	101,238	77,406
廣告及其他營銷開支	82,931	34,611
物業、廠房及設備折舊	79,805	70,891
公共事業	50,718	35,268
倉儲費用	27,149	22,224
使用權資產折舊	16,648	19,360
稅項及附加費	19,979	18,634
差旅及招待費	23,798	20,648
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	17,828	14,734
維護費用	10,280	8,254
與短期租賃有關但不計入租賃負債的開支	5,524	4,357
無形資產攤銷	3,631	3,256
核數師薪酬	993	993
存貨報廢	1,512	2,289
其他開支	32,542	24,137
總計	2,541,885	2,198,231

10. 其他收入及收益淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助(附註)	27,241	42,969
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	12,717	6,543
外匯(虧損)/收益淨額	(17,976)	28,561
廢料銷售	4,278	7,050
處置物業、廠房及設備的虧損	(112)	(5,462)
捐贈	(711)	—
其他	3,529	773
總計	28,966	80,434

附註：

政府補助主要來自於政府補貼收入。概無有關該等補助的未履行情況或其他或然情況。本集團並無直接受惠於任何其他形式的政府資助。

11. 融資收入淨額

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
融資收入		
– 利息收入	47,997	30,840
融資成本		
– 租賃負債利息	(2,442)	(2,343)
融資收入淨額	<u>45,555</u>	<u>28,497</u>

12. 所得稅開支

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅開支	158,468	131,203
遞延所得稅(抵免)/開支	(33,050)	18,763
所得稅開支	<u>125,418</u>	<u>149,966</u>

所得稅開支乃根據管理層對預期整個財政年度的加權平均實際年度所得稅稅率的估計而確認。截至2024年6月30日止六個月使用的估計平均年度稅率約為27.3% (2023年：28.5%)。

13. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2024年及2023年6月30日止六個月的每股基本盈利乃按本公司擁有人應佔本集團溢利除以已發行普通股加權平均數與報告期內根據本公司受限制股份單位計劃持有的股份數目的差額計算。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	<u>308,280</u>	<u>357,825</u>
已發行普通股的加權平均數減去就受限制股份單位計劃持有的股份數目(千股)	<u>970,132</u>	<u>977,942</u>
每股基本盈利(人民幣分)	<u>31.78</u>	<u>36.59</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利透過調整發行在外普通股的加權平均數以假設轉換所有潛在攤薄普通股而計算。

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
本公司擁有人應佔溢利及用於釐定每股攤薄盈利的溢利(人民幣千元)	308,280	357,825
已發行普通股的加權平均數減去就受限制股份單位計劃持有的股份(千股)	970,132	977,942
就以下項目調整		
— 受限制股份(千股)	33	—
每股攤薄盈利的加權平均股數(千股)	970,165	977,942
每股攤薄盈利(人民幣分)	<u>31.78</u>	<u>36.59</u>

截至2024年6月30日止六個月，每股攤薄盈利乃通過調整發行在外的普通股加權平均數計算，以假設所有潛在攤薄普通股經已轉換。本公司的潛在攤薄普通股包括根據本公司股份獎勵計劃可能歸屬的股份。根據股份獎勵計劃授出的發行在外股份所附帶的認購權貨幣價值，計算應可以公平值(按本公司股份的期內平均市價釐定)收購的股份數目(定義為「受限制股份」)。上述所計算的股份數目乃與受限制股份可獲歸屬的股份數目作比較。

截至2023年6月30日止六個月，本集團並無任何潛在攤薄股份。

14. 股息

(a) 本財政期間應付本公司擁有人的股息

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
中期期末後宣派的中期股息每股普通股 人民幣0.2825元，以本公司保留盈利派付	<u>292,868</u>	<u>—</u>

於報告期末，並無確認中期股息為負債。

(b) 過往財政年度已付本公司擁有人的股息

	未經審計	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
於報告期內批准及派付的截至2023年12月31日止 年度末期股息，每股普通股人民幣0.74元， 以本公司保留盈利派付	<u>719,183</u>	<u>179,312</u>

截至2024年及2023年6月30日止六個月，已付股息金額分別扣除就受限制股份單位計劃所持股份應佔的股息人民幣49,446,000元及人民幣12,322,000元。

2024年中期業績回顧

2024年上半年，國內經濟運行總體平穩，居民收入穩定增長，宏觀政策效應逐漸釋放，國民經濟延續穩中有進的向好態勢，為消費市場需求和消費支出持續恢復提供了良好的環境。

2024年上半年，本集團主要業務重點為加強渠道建設與精細化管理，完善產品研發機制並進一步拓展B端及海外市場，推動多品牌戰略，同時優化供應鏈管理。

在渠道建設方面，本集團通過精細化、規範化的渠道管理策略，深入市場調研，注重銷售渠道健康良性發展的同時，結合渠道多樣性特點，積極嘗試佈局新興渠道，以加強銷售渠道的拓展及延伸。同時，本集團優化了「合夥人」考核制度，採用以「增量」為核心的考核及激勵機制，以激發銷售團隊的積極性和創造力。除此之外，本集團持續深化信息化系統的建設和創新。通過融合智能識別技術，我們能夠收集並分析渠道周轉、售點數量、分銷率及市場活躍度的情況，這一舉措不僅加強了我們對銷售趨勢的監控能力，而且使我們能夠迅速捕捉市場動態，及時調整策略以適應變化。

在產品研發方面，本集團堅持以「產品項目制」為導向，結合長期積累並不斷驗證的「方法論」為指導，洞察消費者需求變化，並通過對上游原料、工藝等多維度探索與嘗試，持續對產品口味及形式進行多元化的創新，滿足消費者對使用場景多樣性的延伸及性價比的需求。同時，本集團進一步開拓B端客戶及海外市場，通過細分客戶需求，因地制宜拓展產品矩陣，優化產品結構，不斷滿足不同地域消費客群多層次、多樣性的消費需求。

在品牌策略方面，本集團繼續執行多品牌推廣策略，根據精準定位產品屬性，確定「筷手小廚」與「海底撈」品牌的使用，確保品牌特性與產品優勢相輔相成，形成協同效應。同時通過物料展示、聯名宣傳及消費者互動等方式，對「筷手小廚」品牌進行線上線下的平台傳播，不斷提升品牌活力和消費者忠誠度，實現本集團多品牌戰略規劃。

在供應鏈管理方面，本集團位於河北省霸州二期的項目已於2024年一季度投產，規劃年產能為方便速食產品2.8萬噸；本公司附屬公司頤海（安徽）食品科技有限公司的牛油生產基地一期已於2024年二季度投產，年規劃產能5.7萬噸。本集團不斷調整和優化產能配置以適應市場需求的變化，並通過技術創新、工藝改進，以及嚴格的供應鏈控制體系，不斷強化生產流程的高效性和靈活性，從而進一步提高產品質量和生產效率，確保產品的安全性和穩定性，提升產品競爭力。同時，本集團致力於不斷提高工廠的智能化生產水平及自產比例，並積極佈局海外供應鏈體系，以增強全球供應網絡的穩定性。

業務回顧

截至2024年6月30日止六個月，本集團收入為人民幣2,926.9百萬元，同比增長11.9%；淨利潤為人民幣334.1百萬元，同比降低11.4%。

銷售渠道

本集團持續為家庭烹飪客戶、餐飲服務供應商以及食品行業公司提供烹飪調味料解決方案，也作為本集團關聯方海底撈國際控股有限公司（連同其附屬公司，統稱「**海底撈集團**」）、特海国际控股有限公司（連同其附屬公司，統稱「**特海國際集團**」）、蜀海（北京）供應鏈管理有限責任公司（連同其附屬公司，統稱「**蜀海供應鏈集團**」）及彼等各自的附屬公司的調味料產品供應商；同時，我們亦為消費者提供美味多樣的食品。截至2024年6月30日止六個月，本集團的主要產品包含火鍋調味料，複合調味料和方便速食等品類，經銷商、電商及餐飲客戶等為第三方銷售的主要渠道。截至2024年6月30日止六個月，本集團的第三方經銷商銷售業務共覆蓋了中國34個省級行政區，以及49個海外國家和地區。

2024年上半年，本集團仍將精細化、標準化的渠道管理模式作為第三方銷售渠道建設和拓展的核心戰略，通過分析量化不同渠道和區域的差異性，為其匹配相應的管理模式及人員結構，細化渠道管理。同時進一步完善「合夥人」考核機制，針對不同的渠道發展階段，制定科學合理的過程考核與業績評價指標，通過將「增量利潤」代替「責任利潤」作為主要考核激勵指標，充分調動員工積極性及主觀能動性，提升渠道運作效率。本集團堅持信息化系統建設，搭建數據分析平台，加強其實用性及可操作性，增加數據動態捕捉維度，實現銷售渠道高效率、自動化、智能化運作，為渠道建設發展和戰略佈局提供有力的支持與保障。截至2024年6月30日止六個月，第三方銷售收入為人民幣1,937.9百萬元，同比增長12.1%。

電商渠道方面，本集團不僅重新明確了電商板塊的目標客群和市場定位，還通過採取一系列的線上營銷策略調整和組織架構優化措施，實現電商渠道專業化運營，並根據線上線下消費者畫像的差異性，挖掘適應於線上平台的強勢單品。根據不同的節日及促銷節點，制定具有針對性的營銷方案，並通過「線條小狗」IP聯名、「早胡晚紅」快閃活動以及音樂節互動等方式，積極發揮線上平台產品、渠道及營銷三位一體的串聯作用，增加與消費者互動的同時，激發年輕圈層在「夜經濟」浪潮下的新選擇，不斷提高產品及品牌的曝光度。截至2024年6月30日，本集團在天貓、京東、拼多多等電商平台擁有9家旗艦店。本集團截至2024年6月30日止六個月，電商渠道的銷售收入為人民幣175.3百萬元，同比增長12.4%。

在向關聯方的銷售方面（指向海底撈集團、特海國際集團以及蜀海供應鏈集團），隨著餐飲市場持續恢復，加之關聯方通過洞察消費需求改善經營策略，創新優質的服務吸引消費者，本集團的關聯方銷售也有所增長。截至2024年6月30日止六個月，本集團關聯方的銷售收入為人民幣989.1百萬元，同比增長11.5%。

產品

2024年上半年，本集團繼續堅持創新委員統籌管理，產品組長細化落實的產品研發制度，堅持理論規劃與實踐操作相結合的產品研發方式，積極探索消費者多元化、個性化的需求，努力嘗試產品口味與形式的創新。通過與地方政府合作的方式，將傳統釀造工藝與科學生產相融合，進一步探索地方口味的獨特性及其傳承演變，不斷開拓挖掘市場需求，並帶給消費者全新的味蕾體驗。本集團持續開拓B端市場，將C端口味、消費趨勢等變化信息與B端需求相互轉換，不斷豐富B端產品矩陣，並進一步分析構建用戶畫像，結合專業的渠道對接模式，為B端不同客群提供差異化的烹飪調味料解決方案。海外產品方面，本集團堅持深入研究目標市場的飲食文化，根據當地消費者的口味偏好、消費習慣，對產品進行多維度創新調整，提高產品接受度，不斷擴大海外市場覆蓋區域。同時借助本集團供應鏈優勢及口味洞察優勢，持續提升海外B端與電商客戶對產品的認可度。

目前，本集團主營產品仍集中於火鍋調味料、複合調味料及方便速食系列。截至2024年6月30日止六個月，各品類新增產品合計超50個，其中包括零添加系列、快捷菜系列、小龍蝦調味料及多種方便速食的新口味。同時，我們結合產品的市場反饋及動銷情況，停止銷售部分產品並整合部分產品規格。截至2024年6月30日，本集團在售的產品超過200款（不含B端定制產品）。

下表載列於所示期間本集團按產品類別及經銷渠道劃分的收入、銷量及平均售價數據：

	截至6月30日止六個月					
	2024年			2023年		
	收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	每公斤 平均售價 (人民幣元)	收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	每公斤 平均售價 (人民幣元)
火鍋調味料⁽¹⁾						
第三方	860,246	32,863	26.2	814,675	28,438	28.6
關聯方	887,273	51,881	17.1	839,540	41,393	20.3
小計	<u>1,747,519</u>	<u>84,744</u>	<u>20.6</u>	<u>1,654,215</u>	<u>69,831</u>	<u>23.7</u>
複合調味料⁽²⁾						
第三方	430,179	18,218	23.6	346,680	14,241	24.3
關聯方	24,232	1,396	17.4	18,656	792	23.6
小計	<u>454,411</u>	<u>19,614</u>	<u>23.2</u>	<u>365,336</u>	<u>15,033</u>	<u>24.3</u>
方便速食⁽³⁾						
第三方	622,907	18,097	34.4	544,060	15,239	35.7
關聯方	77,567	4,754	16.3	28,970	1,091	26.6
小計	<u>700,474</u>	<u>22,851</u>	<u>30.7</u>	<u>573,030</u>	<u>16,330</u>	<u>35.1</u>
其他⁽⁴⁾	<u>24,521</u>	<u>5,337</u>	<u>4.6</u>	<u>23,645</u>	<u>2,420</u>	<u>9.8</u>
總計	<u>2,926,925</u>	<u>132,546</u>	<u>22.1</u>	<u>2,616,226</u>	<u>103,614</u>	<u>25.2</u>

附註：

- (1) 主要包含本集團銷售的火鍋底料及火鍋蘸料產品
- (2) 主要包含本集團銷售的中式、西式複合調味料、即食醬、雞粉及香辛料製品等產品
- (3) 主要包含本集團銷售的自加熱火鍋等自熱產品，以及沖泡粉、快捷菜、膨化食品等
- (4) 主要包含本集團銷售的貿易類原材料及包裝物等

下表載列所示期間本公司按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本公司收入的百分比：

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔收入 百分比
火鍋調味料收入	1,747,519	59.7%	1,654,215	63.2%
複合調味料收入	454,411	15.5%	365,336	14.0%
方便速食收入	700,474	23.9%	573,030	21.9%
其他收入	24,521	0.9%	23,645	0.9%
總收入	2,926,925	100%	2,616,226	100%

財務回顧

收入

本集團的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣2,616.2百萬元增加11.9%至2024年同期的人民幣2,926.9百萬元。

按產品劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔火鍋 調味料收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔火鍋 調味料收入 百分比
火鍋調味料產品收入				
來自第三方收入	860,246	49.2%	814,675	49.2%
來自關聯方收入	887,273	50.8%	839,540	50.8%
火鍋調味料產品總收入	1,747,519	100%	1,654,215	100%

火鍋調味料產品所得收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,654.2百萬元增加5.6%至2024年同期的人民幣1,747.5百萬元，佔同期收入的59.7%。其中，向關聯方銷售火鍋調味料產品收入同比增加5.7%，增長原因主要是關聯方門店客流量增加而促進需求增加。向第三方銷售的火鍋調味料產品收入同比增長5.6%，增長原因主要是火鍋蘸料新產品增加。

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔複合 調味料收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔複合 調味料收入 百分比
複合調味料收入				
來自第三方收入	430,179	94.7%	346,680	94.9%
來自關聯方收入	24,232	5.3%	18,656	5.1%
複合調味料總收入	<u>454,411</u>	<u>100%</u>	<u>365,336</u>	<u>100%</u>

複合調味料所得收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣365.3百萬元增加24.4%至2024年同期的人民幣454.4百萬元，佔同期收入的15.5%。其中，向關聯方銷售複合調味品收入增加29.9%，增長原因主要是新品冒菜及麻辣燙調味料產品上市；向第三方銷售複合調味料收入增長24.1%，增長原因主要是小龍蝦調味料新產品上市及B端客戶定制類調味料增加。

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比
方便速食產品收入				
來自第三方收入	622,907	88.9%	544,060	94.9%
來自關聯方收入	77,567	11.1%	28,970	5.1%
方便速食產品總收入	<u>700,474</u>	<u>100%</u>	<u>573,030</u>	<u>100%</u>

方便速食產品所得收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣573.0百萬元增加22.2%至2024年同期的人民幣700.5百萬元，佔同期收入的23.9%。其中，向關聯方銷售方便速食產品收入增加167.7%，增長原因主要是膨化和滷味食品銷量增加；向第三方銷售方便速食產品收入增長14.5%，增長原因主要是小火鍋產品升級和新品上市。

按經銷網絡劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比
關聯方客戶				
海底撈集團、特海國際集團及 蜀海供應鏈集團	989,072	33.8%	887,339	33.9%
第三方客戶				
經銷商	1,691,362	57.8%	1,536,599	58.7%
電商	175,284	6.0%	155,883	6.0%
其他				
餐飲及食品公司	67,086	2.3%	33,429	1.3%
一次性銷售活動	4,121	0.1%	2,976	0.1%
總收入	<u>2,926,925</u>	<u>100%</u>	<u>2,616,226</u>	<u>100%</u>

2024年上半年隨著餐飲市場持續恢復，加之關聯方經營策略改善，本集團的關聯方銷售也有所增長，截至2024年6月30日止六個月向關聯方（主要指海底撈集團、特海國際集團以及蜀海供應鏈集團）銷售的銷售收入為人民幣989.1百萬元，同比增加11.5%。

截至2024年6月30日止六個月向經銷商銷售的銷售收入為人民幣1,691.4百萬元，同比增長10.1%，主要原因為主題活動宣傳及新品推廣力度加強；電商渠道的銷售收入為人民幣175.3百萬元，同比增長12.4%，主要原因為我們加強了線上直播及產品的宣傳推廣。

按地域劃分的收入

下表列示了本集團於所示期間以地域劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入 (人民幣 千元)	佔收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔收入 百分比
華北 ⁽⁵⁾	1,233,406	42.1%	1,137,334	43.5%
華南 ⁽⁶⁾	1,495,767	51.1%	1,314,345	50.2%
其他市場	197,752	6.8%	164,547	6.3%
總收入	2,926,925	100%	2,616,226	100%

附註：

- (5) 包括黑龍江、吉林、遼寧、內蒙古、北京、天津、河北、山東、山西、河南、寧夏、陝西、甘肅、青海、新疆及西藏
- (6) 包括江蘇、上海、浙江、安徽、江西、福建、湖北、湖南、廣東、重慶、貴州、廣西、四川、雲南及海南

銷售成本

本集團的銷售成本(包括原材料、僱員福利開支、折舊及攤銷及公用事業等)由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,817.6百萬元增加12.8%至2024年同期的人民幣2,049.4百萬元，銷售成本的增加主要是由於銷量的增加。

毛利及毛利率

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 %	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 %
火鍋調味料	546,676	31.3%	544,563	32.9%
第三方	416,171	48.4%	391,171	48.0%
關聯方	130,505	14.7%	153,392	18.3%
複合調味料	157,545	34.7%	120,455	33.0%
第三方	153,046	35.6%	117,721	34.0%
關聯方	4,499	18.6%	2,734	14.7%
方便速食	172,947	24.7%	133,212	23.2%
第三方	161,463	25.9%	126,366	23.2%
關聯方	11,484	14.8%	6,846	23.6%
其他	340	1.4%	358	1.5%
總計	877,508	30.0%	798,588	30.5%

本集團的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣798.6百萬元增加9.9%至2024年同期的人民幣877.5百萬元，而毛利率由截至2023年6月30日止六個月的30.5%降低至2024年同期30.0%，毛利率降低的原因主要是對關聯方銷售的火鍋底料依據市場進行價格調整所致。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2023年6月30日止六個月的人民幣239.8百萬元增加46.9%至2024年同期的人民幣352.3百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入由截至2023年6月30日止六個月的9.2%增加至2024年同期的12.0%。經銷開支增加的主要原因是線上營銷費用及運輸費用增加。

行政開支

本集團的行政開支由截至2023年6月30日止六個月的人民幣140.8百萬元減少0.4%至2024年同期的人民幣140.2百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由截至2023年6月30日止六個月的5.4%減少至2024年同期的4.8%。

其他收入及收益淨額

本集團的其他收入及收益淨額由截至2023年6月30日止六個月的人民幣80.4百萬元減少63.9%至2024年同期的人民幣29.0百萬元，主要是匯兌損失淨額增加和政府補助下降所致。

融資收入淨額

本集團的融資收入淨額由截至2023年6月30日止六個月的人民幣28.5百萬元增加60.0%至2024年同期的人民幣45.6百萬元，主要是由於集團平均存款金額增加以及存款利率上升利息收入增加。

除所得稅前利潤

由於上文所述內容，本集團的除所得稅前利潤由截至2023年6月30日止六個月的人民幣526.9百萬元減少12.8%至2024年同期的人民幣459.6百萬元，主要是經銷開支增加所致。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2023年6月30日止六個月的人民幣150.0百萬元減少16.4%至2024年同期的人民幣125.4百萬元。有效稅率由截至2023年6月30日止六個月的28.5%減少至截至2024年同期的27.3%。

期內淨利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由截至2023年6月30日止六個月的人民幣377.0百萬元減少11.4%至2024年同期的人民幣334.1百萬元。每股基本盈利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣36.59分減少至2024年同期的人民幣31.78分。而淨利率由截至2023年6月30日止六個月的14.4%減少至2024年同期的11.4%，主要是由於經銷開支上升及其他收入及收益下降導致淨利潤下降。

資金流動性及財政資源

截至2024年6月30日止六個月，本集團主要通過經營所得現金為營運提供資金。本集團擬動用內部資源、通過自然且可持續發展為其擴展及業務營運提供資金。

現金及現金等價物

截至2024年6月30日，本集團的現金及現金等價物主要是由人民幣和美金組成，現金及現金等價物約為人民幣1,864.6百萬元（2023年12月31日：人民幣2,309.4百萬元）。

資產負債比率

截至2024年6月30日，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為13.4%（2023年12月31日：15.9%）。本集團並無任何銀行借款。

附註：

(7) 資產負債比率按財政期末的總負債除以總資產計算

存貨

存貨主要包括原材料、在製品與製成品。截至2024年6月30日存貨約為人民幣342.2百萬元（2023年12月31日：人民幣370.5百萬元），存貨周轉天數從截至2023年12月31日止年度的32.9天減少到截至2024年6月30日止六個月的31.3天。存貨周轉天數減少的主要原因是本集團對庫存效率的把控得以提升。

貿易應收賬款

貿易應收賬款為日常業務過程中就銷售的商品而應收客戶的款項。截至2024年6月30日貿易應收賬款約為人民幣195.8百萬元（2023年12月31日：人民幣258.1百萬元），變動的主要原因是對關聯方的貿易應收款存在季節性差異。貿易應收賬款周轉天數從截至2023年12月31日止年度的12.3天增加到截至2024年6月30日止六個月的14.0天。

貿易應付賬款

貿易應付賬款為日常業務過程中向供應商購買商品或服務而應支付的款項。受產銷淡旺季及季節性採購周期的影響，截至2024年6月30日貿易應付賬款約為人民幣281.0百萬元（2023年12月31日：人民幣402.8百萬元）。貿易應付賬款周轉天數從截至2023年12月31日止年度的34.7天減少到截至2024年6月30日止六個月的30.0天。

或然負債

截至2024年6月30日，本公司並無任何重大或然負債。

資產押記

截至2024年6月30日，本公司並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

借貸

截至2024年6月30日，本公司並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2024年6月30日，本公司的資本負債比率⁽⁸⁾為2.5%。

附註：

(8) 資本負債比率按總債務除以總權益計算。總債務界定為包括租賃負債在內的計息負債

匯率波動風險及相關對沖

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣列值及結算。然而，本集團持有若干以美元及其他外幣列值的現金及銀行結餘，面臨外匯匯兌風險。本集團並無對沖外匯風險。然而，本集團將密切監控有關情況並於必要時採取一定措施，確保外匯風險處於可控範圍。

僱員及薪酬政策

截至2024年6月30日，本集團員工總人數為3,070人（含臨時工），其中包括了生產體系員工2,310人，營銷體系員工610人，行政和管理相關職能體系員工150人。

截至2024年6月30日止六個月，本集團的總員工成本為人民幣311.7百萬元，包括薪金、工資、津貼、福利。本集團緊貼業務發展需求，不斷優化激勵體系，實施具有競爭力的薪酬政策。

重大收購及出售事項

截至2024年6月30日止六個月，本集團暫無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來前景

行業及業務展望

2024年下半年，隨著宏觀政策效應持續釋放，擴內需促消費政策逐步落實，市場消費潛能有望持續擴大，國民經濟延續回升向好。

2024年下半年，本集團將繼續把產品研發、海外拓展、品牌推廣及渠道建設作為公司策略重點。

在產品研發方面，本集團將堅持以「創新委員」為主導的「產品項目制」，並進一步完善產品研發「方法論」，落實研發關鍵節點，強化產品上市標準，不斷尋求產品創新與品類拓展的新機遇。在提升產品研發能力及市場洞察能力的同時，緊密跟蹤消費者需求趨勢變化，不斷對原有產品改良升級，推出符合當下消費趨勢的新品，提升產品綜合競爭實力，以期滿足消費者多元化的口味及使用場景需求。同時，本集團也將持續開拓B端市場，通過結合C端市場多樣性的口味需求及集團供應鏈生產技術，加之靈活創新的產品研發團隊及專業化的渠道支持，將不斷豐富B端產品矩陣及市場覆蓋度，以期能進一步提升B端客戶的信任感及滿意度。

在海外業務方面，本集團將堅持深入探索海外市場飲食文化和風土人情，不斷了解當地市場的口味需求和消費趨勢，尋找現有產品與當地口味的共性和差異，為產品研發提供了更為廣泛的視角和靈感。通過不斷豐富的產品類型及獨特的產品口味，強化原有海外受眾認可度的同時，進一步切入「清真」及中東市場，以期提升海外客群及區域的整體覆蓋程度。同時，本集團不斷拓展C端海外核心主流商超，並逐步開發海外電商及B端市場份額，以期提高海外市場整體銷售收入。隨著東南亞供應中心建成，泰國工廠產能逐漸釋放，配套資源逐步優化，海外供應鏈體系將進一步完善，實現集團海外資源整合和優化配置，不斷提高海外供應鏈效率，擴大對海外市場的輻射程度。

在品牌策略方面，本集團將繼續實施多品牌戰略，通過社交媒體、品牌活動等多渠道創新性營銷策略與消費者建立聯繫，加強與消費者的互動溝通，並進一步引入數據分析系統，對品牌傳播效果進行評估和優化，確保營銷活動的有效性和針對性，不斷提升消費者對「海底撈」及「筷手小廚」等品牌的認知度與體驗感。

在渠道建設方面，本集團將堅持精細化和標準化管理，適應不同地區市場特點，規範運營流程，並加強經銷商管理以提升合作效率。我們致力於挖掘多樣化的售點類型和渠道活動，滿足不同消費者需求。同時，我們一直關注員工專業知識和拓展能力對業務發展的重要性，將不斷完善人才選拔培養機制，優化激勵政策，增強員工積極性和歸屬感。

在電商領域，我們將繼續完善線上渠道運營管理，加強分銷店鋪和旗艦店的規範性和協同性，並通過與線上經銷商和消費者的互動溝通，提升滿意度和忠誠度。此外，我們將進一步發掘和發揮電商渠道在市場趨勢預測和引領方面的作用，為本集團提供市場洞察方面的支持。

重大投資的情況與前景

報告期內，本集團概無持有重大投資。

未來重大投資計劃

本集團將繼續廣泛尋找潛在的策略性投資機會，持續尋求可為本集團在產品研發、產品組合、渠道擴張抑或成本控制等方面，帶來協同效應的潛在優質標的。

其他資料

中期股息

董事會已決議向於2024年9月16日（星期一）名列本公司股東名冊的本公司股東宣派中期股息每股人民幣0.2825元，總額約為人民幣292,867,750元。中期股息將按照中國人民銀行於2024年8月27日（星期二）召開的董事會會議日期前五個工作天（不包括該日）公佈的人民幣兌換港幣平均匯率換算，以港幣派付。因此，將派付的中期股息為每股0.3088港元。預期中期股息將於2024年9月27日（星期五）或之前派付。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於2024年9月11日(星期三)至2024年9月16日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定股東收取中期股息的權利。為符合資格收取中期股息，所有已填妥的過戶文件連同相關股票須於2024年9月10日(星期二)下午四時三十分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖)。

報告期末後事件

於報告期末後並無任何重大事項須於本公告中披露。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2024年6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司均無購買、贖回或出售本公司任何上市證券(包括出售任何庫存股份(如有))。

證券交易的標準守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)證券上市規則(「**上市規則**」)附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**標準守則**」)。已向所有本公司董事(「**董事**」)作出特別查詢，而董事亦已確認彼等於截至2024年6月30日止六個月內一直遵守標準守則。

可能擁有本公司內幕消息的本公司僱員亦須遵守證券交易的標準守則。於截至2024年6月30日止六個月內，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

遵守企業管治守則

本公司已採用上市規則附錄C1《企業管治守則》(「**企業管治守則**」)第二部分所載的良好企業管治的原則及守則條文。於截至2024年6月30日止六個月內，本公司一直遵守企業管治守則的守則條文。

審計委員會

董事會轄下審計委員會（「**審計委員會**」）由三名委員組成，全部為獨立非執行董事（即崔勁女士（主席）、錢明星先生及葉蜀君女士），其職權範圍乃符合上市規則。審計委員會已考慮及審閱本集團所採納的會計原則及慣例，並已與管理層討論有關內部控制及財務報告事宜，包括審閱本集團截至2024年6月30日止六個月的未經審計中期簡明綜合財務業績。審計委員會認為截至2024年6月30日止六個月的中期財務業績已遵守相關會計標準、規則及規例，並已正式進行適當披露。

中期簡明綜合財務資料審閱

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」對本集團截至2024年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料進行審閱。根據彼等的審閱，彼等並無發現任何事宜使致彼等認為中期簡明綜合財務資料在各重大方面並無根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

中期業績公告及中期報告的公佈

本公告登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.yihchina.com)。

報告期的中期報告已包括上市規則附錄D2規定的所有資料並將適時向股東寄發（倘股東要求）並於聯交所及本公司網站公佈。

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

香港，2024年8月27日

於本公告日期，本公司執行董事為施永宏先生、郭強先生、孫勝峰先生、舒萍女士及趙曉凱先生；本公司非執行董事為張勇先生；以及本公司獨立非執行董事為崔勁女士、錢明星先生及葉蜀君女士。