

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之內容概不負責，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之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2019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2019年6月30日止六個月(「報告期」)的未經審核綜合中期業績，連同2018年同期的比較數字。

集團財務摘要

- 截至2019年6月30日止六個月的收入為人民幣1,655.8百萬元，較截至2018年6月30日止六個月的人民幣1,004.0百萬元增加64.9%。
- 截至2019年6月30日止六個月的毛利為人民幣624.1百萬元，較截至2018年6月30日止六個月的人民幣362.8百萬元增加72.0%。
- 截至2019年6月30日止六個月的淨利潤為人民幣292.4百萬元，較截至2018年6月30日止六個月的人民幣189.8百萬元增加54.1%。
- 截至2019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270.4百萬元，較截至2018年6月30日止六個月的人民幣184.6百萬元增加46.5%。
- 截至2019年6月30日止六個月的每股基本盈利為人民幣27.88分，較截至2018年6月30日止六個月的人民幣19.04分增加46.4%。

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 2018年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		423,928	308,616
使用權資產	3	113,912	—
土地使用權		—	75,034
無形資產		6,769	5,309
遞延所得稅資產		19,237	23,889
其他資產		198,053	156,027
按公平值計入損益的金融資產		52,161	12,000
非流動資產總值		814,060	580,875
流動資產			
存貨		204,936	275,815
其他流動資產		180,661	213,178
貿易應收款項	5	215,947	206,893
按攤銷成本計量的其他金融資產		7,246	5,368
現金及現金等價物		1,163,926	1,179,910
流動資產總值		1,772,716	1,881,164
資產總值		2,586,776	2,462,039
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	6	68	68
就僱員股份計劃持有的股份		(5)	(5)
儲備		2,130,477	2,005,127
本公司擁有人應佔資本及儲備		2,130,540	2,005,190
非控股權益		56,554	34,531
權益總額		2,187,094	2,039,721
負債			
非流動負債			
租賃負債	3	28,891	—
非流動負債總額		28,891	—
流動負債			
貿易應付款項	7	201,611	188,659
合約負債		12,877	45,350
租賃負債	3	9,481	—
其他應付款項及應計費用		109,277	103,616
即期所得稅負債		37,545	84,693
流動負債總額		370,791	422,318
負債總額		399,682	422,318
權益及負債總額		2,586,776	2,462,039

以上中期簡明綜合資產負債表應與隨附附註一併閱讀。

中期簡明綜合全面收入表

	附註	未經審核	
		截至6月30日止六個月	
		2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
收入	4	1,655,755	1,003,952
銷售成本	8	(1,031,658)	(641,104)
毛利		624,097	362,848
經銷開支	8	(163,989)	(87,477)
行政開支	8	(113,822)	(55,536)
其他收入及收益淨額	9	32,063	30,776
經營溢利		378,349	250,611
融資收入	10	8,541	4,329
融資成本	10	(1,386)	—
融資收入淨額	10	7,155	4,329
除所得稅前溢利		385,504	254,940
所得稅開支	11	(93,113)	(65,114)
期內溢利		<u>292,391</u>	<u>189,826</u>
以下人士應佔溢利：			
本公司擁有人		270,368	184,584
非控股權益		22,023	5,242
期內其他全面收入		—	—
全面收入總額		<u>292,391</u>	<u>189,826</u>
以下人士應佔全面收入總額：			
— 本公司擁有人		270,368	184,584
— 非控股權益		22,023	5,242
本公司權益持有人應佔每股盈利 (以每股人民幣分列示)			
— 基本	12	27.88	19.04
— 攤薄	12	27.69	18.88

以上中期簡明綜合全面收入表應與隨附附註一併閱讀。

中期簡明綜合財務資料附註

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」）主要從事火鍋調味料、中式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日在開曼群島根據開曼群島1961年第3號法例第22章公司法（經綜合及修訂）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」）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經審閱未經審核。

2. 編製基準

截至2019年6月30日止六個月期間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。

本中期簡明綜合財務資料不包括年度財務報表一般包括的各類附註。因此，本中期簡明綜合財務資料應與截至2018年12月31日止年度的本集團年度財務報表（根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製）一併閱覽。

已採納的會計政策與上一個財政年度及相應中期報告期間所應用者一致，惟對所得稅的估計（見附註11）及下文所採納新訂及經修訂準則除外。

(a) 本集團採納的新訂及經修訂準則

多項新訂或經修訂準則自本報告期間起適用，本集團因採納《國際財務報告準則》第16號「租賃」而更改其會計政策及作出追溯調整。

採納租賃準則及新會計政策的影響於下文附註3披露。其他準則對本集團會計政策並無任何影響，故毋須追溯調整。

中期簡明綜合財務資料附註

3. 會計政策變動

本附註解釋了採用《國際財務報告準則第16號「租賃」》對本集團財務信息的影響，並且下文附錄3(b)披露了自2019年1月1日起適用的新會計政策。

本集團自2019年1月1日起追溯適用國際財務報告準則第16號，並且按照該準則的過渡條款，未重述2018報告年度的比較數字。因此，因採用新租賃準則而作出的重新分類及調整在2019年1月1日期初資產負債表內確認。

(a) 因採用國際財務報告準則第16號所確認的調整

因採用國際財務報告準則第16號，本集團為之前根據《國際會計準則第17號「租賃」》的原則歸入「經營租賃」的租賃確認了租賃負債。該等負債以剩餘租賃付款額按2019年1月1日的承租人適用增量借款利率折現的現值計量。2019年1月1日租賃負債適用的承租人加權平均增量借款利率（適用於還款期相似的借款）為4.75%和4.90%。

	人民幣千元
2018年12月31日披露的經營租賃承諾	23,834
首次執行日使用承租人的增量借款利率進行折現	22,794
減：按直線法作為費用確認的短期租賃	(6,428)
2019年1月1日確認的租賃負債	16,366
其中包括：	
流動租賃負債	5,958
非流動租賃負債	10,408

使用權資產在採用國際財務報告準則第16號時按修訂追溯的基礎進行計量。使用權資產根據與租賃負債相等的金額計量，並按照2018年12月31日資產負債表內確認的與該租賃相關的預付或計提的租賃付款額予以調整。概無虧損性租賃合同須在首次執行日對使用權資產進行調整。

此外，過往在綜合資產負債表中分類為獨立項目的集團的土地使用權，自2019年1月1日起亦被重新分類為部分使用權資產。

已確認的使用權資產與以下資產類別相關：

	未經審核	
	2019年 6月30日 人民幣千元	2019年 1月1日 人民幣千元
土地使用權	74,227	75,034
不動產及倉庫	39,685	16,917
	<u>113,912</u>	<u>91,951</u>

中期簡明綜合財務資料附註

3. 會計政策變動(續)

(a) 因採用國際財務報告準則第16號所確認的調整(續)

會計政策變更影響2019年1月1日資產負債表的下列項目：

- 使用權資產 — 增加人民幣91,951,000元
- 土地使用權 — 減少人民幣75,034,000元
- 其他流動資產 — 減少人民幣551,000元
- 租賃負債 — 增加人民幣16,366,000元

對截至2019年1月1日保留盈利的淨影響就保證任何調整而言屬不重大。

(i) 所應用的可行權宜方法

於首次應用國際財務報告準則第16號時，本集團已使用以下該準則所允許的可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵的租賃組合採用單一折現率；
- 依賴先前關於租賃是否虧損的評估；
- 於2019年1月1日的剩餘租期短於12個月的經營租賃作為短期租賃處理；
- 於首次應用日計量使用權資產時扣除初始直接費用；以及
- 如果合同包含續租或終止租賃的選擇權，則可在確定租期時使用後見之明。

本集團亦已選擇不重新評估合同在首次應用日是否為租賃合同或是否包含租賃。相反，對於在過渡日之前簽訂的合同，本集團依據其應用國際會計準則第17號和國際財務報告詮釋委員會詮釋第4號「確定一項安排是否包含租賃」作出的評估。

中期簡明綜合財務資料附註

3. 會計政策變動(續)

(b) 本集團的租賃活動及其會計處理

本集團租賃了多處辦公室、庫房及擁有長期租賃的土地使用權。每份合同的租賃條款均單獨商定，並且包括眾多不同的條款及條件。租賃協議不包含財務契約條款，但租賃資產不得用作借款抵押。

在2018財政年度以前，不動產、廠房及設備租賃一直被歸入經營租賃。在經營租賃下支付的款項(扣除出租人提供的任何租賃激勵)在租賃期內按照直線法計入損益。

自2019年1月1日起，在本集團預期可使用租賃資產之日，租賃(包括土地使用權)應確認為使用權資產和相應負債。每筆租賃付款額均在相應負債與財務費用之間分攤。財務費用在租賃期限內計入損益，以使各期負債餘額產生的利息率保持一致。使用權資產按照直線法在資產使用壽命與租賃期兩者中較短的一個期間內計提折舊。

租賃產生的資產和負債在現值基礎上進行初始計量。租賃負債包括下列租賃付款額的淨現值：

- 固定付款額(包括實質固定付款額)，扣除應收的租賃激勵；
- 取決於指數或比率的可變租賃付款額；
- 承租人根據餘值擔保預計應付的金額；
- 購買選擇權的行權價，前提是承租人合理確定將行使該選擇權；以及
- 中止租賃的罰款金額，前提是租賃期反映出承租人將行使終止租賃選擇權。

租賃付款額按照租賃內含利率折現。如果無法確定該利率，則應採用承租人的增量借款利率，即承租人為在類似經濟環境下獲得價值相近的資產，以類似條款和條件借入資金而必須支付的利率。

中期簡明綜合財務資料附註

3. 會計政策變動(續)

(b) 本集團的租賃活動及其會計處理(續)

使用權資產按照成本計量，其中成本包括以下項目：

- 租賃負債初始計量金額；
- 在租賃期開始日或之前支付的租賃付款額，扣除收到的租賃激勵；
- 任何初始直接費用；以及
- 復原成本。

與短期租賃相關的付款額按照直線法在損益中確認為費用。短期租賃是指租賃期限為12個月或不足12個月的租賃。

續租及終止選擇權

本集團的部分物業租賃包含續租選擇權及終止租賃選擇權。這些條款的使用目的在於將合同管理的操作靈活性達到最大化。大部分續租選擇權和終止租賃選擇權僅由本集團行使，而非由相應的出租人行使。

中期簡明綜合財務資料附註

4. 收入及分部資料

管理層基於首席執行官(被視為主要經營決策者)審閱的報告(用來作出戰略決策)釐定經營分部。本集團的收入、開支、資產、負債及資本支出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、中式複合調味料、方便速食產品及其他。本集團的主要市場在中國，其向海外客戶的銷售額不到總收入的5%。因此，並無呈列地區資料。

按產品系列劃分的收入明細如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
收入		
火鍋調味料		
— 關聯方	693,889	523,407
— 第三方	393,870	245,653
小計	<u>1,087,759</u>	<u>769,060</u>
中式複合調味料		
— 關聯方	13,530	12,180
— 第三方	186,488	110,192
小計	<u>200,018</u>	<u>122,372</u>
方便速食產品		
— 關聯方	1,159	3,231
— 第三方	339,967	104,457
小計	<u>341,126</u>	<u>107,688</u>
其他		
— 關聯方	46	1,222
— 第三方	26,806	3,610
小計	<u>26,852</u>	<u>4,832</u>
總計	<u><u>1,655,755</u></u>	<u><u>1,003,952</u></u>

向關聯方的銷售收入佔本集團於截至2019年6月30日止六個月的總收入的約42.8% (2018年：53.8%)。

中期簡明綜合財務資料附註

5. 貿易應收款項

	未經審核 2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 2018年 12月31日 人民幣千元
第三方	38,247	42,122
關聯方	177,730	164,801
	<u>215,977</u>	<u>206,923</u>
減：減值撥備	(30)	(30)
貿易應收款項－淨額	<u><u>215,947</u></u>	<u><u>206,893</u></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出介乎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。根據貿易應收款項淨額的確認日期於各結算日的賬齡分析如下：

	未經審核 2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 2018年 12月31日 人民幣千元
3個月內	184,103	202,929
3至6個月	31,844	3,964
	<u>215,947</u>	<u>206,893</u>

中期簡明綜合財務資料附註

6. 股本

	2019年 股	2018年 股	2019年 千美元	2018年 千美元
每股0.0001美元的普通股				
— 於2018年1月1日、 2018年12月31日及 2019年6月30日獲授權	<u>5,000,000,000</u>	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>50,000</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2018年1月1日、2018年12月31日及 2019年6月30日	<u>1,046,900,000</u>	<u>10,469</u>	<u>68</u>

7. 貿易應付款項

貿易應付款項主要源自購買原材料。賣方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：

	未經審核 2019年 6月30日 人民幣千元	經審核 2018年 12月31日 人民幣千元
3個月內	190,260	172,376
3個月至6個月	4,462	9,759
6個月至1年	6,889	6,524
	<u>201,611</u>	<u>188,659</u>

中期簡明綜合財務資料附註

8. 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：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
製成品及在製品存貨變動	151,785	89,526
已使用原材料及耗材	771,143	475,482
僱員福利開支	186,042	103,980
運輸及相關支出	45,371	24,279
廣告及其他營銷開支	42,382	13,844
物業、廠房及設備折舊	15,110	15,278
差旅及招待費	14,793	5,712
倉儲費用	14,752	9,384
公用事業	14,271	10,212
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	13,568	6,566
稅項及附加費	13,188	9,236
租金開支	4,800	7,832
使用權資產折舊	4,927	—
維護	3,613	2,797
土地使用權攤銷	—	488
無形資產攤銷	764	548
存貨撇減	416	24
其他開支	12,544	8,929
總計	<u>1,309,469</u>	<u>784,117</u>

中期簡明綜合財務資料附註

9. 其他收入及收益淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	22,836	20,835
按公平值計入損益的金融資產的利息收入	2,759	3,939
廢料銷售	2,189	956
外匯收入淨額	1,985	4,038
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	161	412
處置物業、廠房、設備的虧損	(738)	(67)
其他	2,871	663
其他收入及收益淨額總額	<u>32,063</u>	<u>30,776</u>

10. 融資收入淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
融資收入		
— 利息收入	<u>8,541</u>	<u>4,329</u>
融資成本		
— 租賃負債利息	<u>(1,386)</u>	<u>—</u>
融資收入淨額	<u>7,155</u>	<u>4,329</u>

中期簡明綜合財務資料附註

11. 所得稅開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅	88,461	65,724
遞延所得稅費用／(抵免)	4,652	(610)
所得稅開支	<u>93,113</u>	<u>65,114</u>

(a) 開曼群島所得稅

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，故獲豁免繳納當地所得稅。

(b) 香港利得稅

截至2019年6月30日止六個月，本集團已就估計應課稅溢利按16.5%的稅率撥備香港利得稅。截至2018年6月30日止六個月，本集團並未在香港產生或賺取任何估計應課稅溢利。

(c) 新加坡所得稅

本集團於2019年2月18日在新加坡設立了一間全資附屬公司，截至2019年6月30日止六個月，已就估計應課稅溢利按17%的稅率撥備新加坡利得稅。

(d) 中國企業所得稅(「企業所得稅」)

本集團已根據現行法例、詮釋及有關慣例於截至2019年及2018年6月30日止六個月就估計應課稅溢利按25%的企業所得稅稅率計算其中國業務的所得稅撥備。

(e) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據適用的中國稅務法規，於中國成立的公司就2008年1月1日之後賺取的溢利向境外投資者分派股息一般須按10%稅率繳納預扣稅。倘若境外投資者於香港註冊成立，並符合中國與香港訂立的雙邊稅務安排項下的條件及規定，則相關預扣稅稅率將為5%。

集團於可見未來沒有計劃分派於2019年6月30日本集團於中國註冊成立的附屬公司的保留盈利。因此，並無就此確認遞延所得稅負債。

中期簡明綜合財務資料附註

12. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2019年及2018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集團受限制股份單位計劃（「受限制股份單位計劃」）所持股份數目之差額計算。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
本公司擁有人應佔溢利（人民幣千元）	<u>270,368</u>	<u>184,584</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（千股）	<u>969,801</u>	<u>969,680</u>
每股基本盈利（人民幣分）	<u>27.88</u>	<u>19.04</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利透過調整已發行普通股加權平均數以假設轉換所有潛在攤薄普通股而計算。於2019年及2018年6月30日的潛在攤薄普通股僅限已授出及假設已歸屬的受限制股份（「受限制股份」）。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2019年	2018年
盈利		
本公司擁有人應佔溢利（人民幣千元）	<u>270,368</u>	<u>184,584</u>
用於計算每股基本盈利的已發行普通股加權平均數（千股）	<u>969,801</u>	<u>969,680</u>
就以下各項作出調整：		
— 已授出及假設歸屬受限制股份（千股）	<u>6,581</u>	<u>8,021</u>
用於計算每股攤薄盈利的普通股及潛在普通股加權平均數（千股）	<u>976,382</u>	<u>977,701</u>
每股攤薄盈利（人民幣分）	<u>27.69</u>	<u>18.88</u>

13. 股息

截至2019年6月30日止六個月支付的股息總額為人民幣148,643,000元或每股人民幣15.2952分（2018年：金額為人民幣48,291,000元或每股人民幣4.9822分），扣除就限制性股份單位計劃持有股份應佔股息人民幣11,297,000元（2018年：人民幣3,867,000元）。

2019上半年業績回顧

2019年上半年，盡管面對錯綜複雜的國內國際形勢，國民經濟運行總體延續總體平衡、穩中有進的發展態勢。居民消費價格漲勢溫和，消費增長總體加快，消費內部的升級還在繼續推進。在持續推進改革創新，深化供給側結構性改革，優化營商環境，大規模減稅降費等政策下，市場主體活力被持續激發。2019年上半年，餐飲市場增長平穩，調味品行業總體趨勢向好。

2019年上半年，本集團主要業務重點為持續深耕全國銷售渠道及提升渠道銷售能力，在多品牌架構下持續豐富產品及品牌組合，持續完善和改進內部激勵機制，以及繼續補充優化供應能力。截至2019年6月30日止六個月，本集團的收入達到人民幣1,655.8百萬元，同比增長64.9%；淨利潤達到人民幣292.4百萬元，同比增長54.1%。

非關聯方線下渠道方面，得益於持續的渠道下沉和開拓創新，對內部銷售人員的有效激勵，以及對外部經銷商服務質量的提升，第三方經銷商渠道銷售業績得到持續提振。截至2019年6月30日，本集團的經銷商共覆蓋了中國31個省級地區與港澳台地區，以及49個海外國家和地區。

電商銷售渠道方面，本集團以自營旗艦店為主要品牌互動陣地，通過各個營銷節點的特色推廣活動，增強品牌形象。並持續通過提升配送效率和客戶服務水平，提升消費者線上消費體驗。截至2019年6月30日止六個月，本集團的線上銷售額從2018年同期的人民幣80.2百萬元，同比增長46.9%至人民幣117.8百萬元。

在產品方面，在「產品項目制」的激勵下，本集團與本期持續提升新品發布數量，於上半年開發了29種新品。並在現有主打產品火鍋調味料、中式複合調味料、方便速食三個大類的基礎上，積極開發新的產品品類。

在人員激勵方面，本集團持續積極創新符合自身特色的激勵機制，於2019年上半年開始引入了銷售「合伙人裂變」機制，旨在解決銷售渠道深化發展中可能遇到的人才瓶頸和動力延續的問題。

在關聯方產品銷售方面，2019年上半年本集團繼續配合海底撈國際控股有限公司（股份代號：6862，其股份於香港聯合交易所有限公司上市）及其附屬公司（「**海底撈集團**」）推廣火鍋餐廳「千人千味鍋底」產品；並配合海底撈海外店面的拓展，進一步改善適合當地要求的鍋底配方；不僅如此，本集團亦根據消費者口味趨勢持續配合研發並創新各式地方特色風味鍋底。

補充優化供應能力方面，根據市場需求及自身發展需要，本集團於2019上半年持續擴充產能。2019年上半年，位於河北霸州的新工廠已於上半年開始試產，預計霸州一期工程將於年內完成全部建設並投產，霸州二期工程也將於明年建成投產。位於安徽馬鞍山的二期新生產基地，也在持續建設中。本集團於報告期內，於河南漯河簽訂了土地購買協議，漯河生產基地的建設項目將在2019年下半年開始建設。新工廠的陸續建設投產預計將會緩解本集團業務快速發展帶來的產能壓力。本集團還將通過在新生產基地內逐步引入全自動化生產線，提升總體生產效率，降低人員成本。不僅如此，未來隨着新品類產品的推出，新工廠也可滿足本集團引入相應的新類型生產線的需求。

業務回顧

2019年上半年，雖然國內外經濟形勢依然復雜嚴峻，全球經濟增長有所放緩，外部不穩定不確定因素增多，國內發展不平衡不充分問題仍較突出，經濟面臨新的下行壓力。但總體來說，上半年中國國民經濟運行依然處於合理區間，延續了總體平穩、穩中有進的發展態勢。在供給側結構性改革深入推進，經濟結構不斷優化，居民收入增長快於經濟增速，市場銷售穩中有升，網上零售增速和佔比繼續提高的大環境下，餐飲行業及零售穩步增長，調味品行業增長趨勢持續向好。截至2019年6月30日止六個月，本集團的收入達到人民幣1,665.8百萬元，同比增長64.9%；淨利潤達到人民幣292.4百萬元，同比增長54.1%。

銷售渠道

本集團不僅向關聯方海底撈集團提供火鍋調味料產品，亦為中國家庭烹飪客戶、餐飲服務供應商以及食品行業公司的烹飪調味料解決方案提供商。通過經銷商，電商，餐飲客戶等第三方渠道銷售火鍋調味料，中式復合調味料和方便速食等產品。

提升第三方零售渠道銷售能力依然是本集團的策略重點之一。進一步下沉銷售網絡，增加經銷商數量，提升單個售點的銷售效率，增強對經銷商的管理能力，以及優化內部銷售人員激勵機制，是本集團銷售策略的幾個主要方向。

2019年上半年，為了解決渠道發展過程中可能遇到的人才瓶頸和激勵延續性問題，我們在已有「合伙人」激勵機制基礎上開始實行「合伙人裂變」制度，依托「師徒制」管理基因，通過授權合伙人培養助理，助理漸裂變為「徒弟合伙人」，並一同分享「師傅合伙人」業務單元利潤的方式，維持渠道下沉所需人力的持續供應，即給予「師傅合伙人」發展超出舊有區域業務，開拓下沉新渠道的動力。

「合伙人」激勵機制是本集團於2018年初開始實行的內部銷售人員激勵。此機制取代了此前的銷售目標達成率考核方式，把每個銷售人員的業績提成直接與其負責業務單元的利潤掛鉤，並給與渠道費用使用權限和方式的充分授權。在此策略下，銷售人員作為「合伙人」獲得更充分的業務自主權，工作熱情得到極大鼓勵，銷售額增速及費用使用效率也得到了明顯提升。

除了內部銷售的「合伙人」激勵機制外，2019年上半年，我們通過提升對經銷商的配送服務效率和滿意度，達成對外部經銷商的激勵。一直以來，本集團對於渠道庫存控管非常嚴格。為了進一步精細管理，並直接激勵經銷商，本集團已於今年上半年建立了五個區域物流分倉，並計劃於下半年建立更多區域分倉，以此舉措縮短發貨周期，降低經銷商起訂數量，令經銷商在訂貨頻次更為靈活的同時，進而降低經銷商庫存，保證渠道健康拓展，並有效保證了終端產品的新鮮程度。不僅如此，本集團自上半年開始小範圍試行直接送貨至大賣場渠道，以直接減少儲貨環節的方式，達成特定類型經銷商端「零庫存」，目前該策略試運行情況良好，經銷商反饋積極。

電商渠道發展方面，本集團持續以加強消費者互動體驗為策略方向，以旗艦店為主要品牌互動陣地，加強消費者溝通，為消費者提供更為貼心的購物體驗。在優化消費者購物體驗方面，本集團利用多個物流分倉，提升消費體驗。在線上營銷方面，本集團根據不同的節日及促銷節點，制定具有針對性的營銷方案，「年貨節」、「38女王節」、「吃貨節」、「618」等重點促銷期間均獲得不俗表現。在非自營的線上平台比如京東超市、天貓超市等渠道，本集團除了通過持續參與平台促銷活動，還以量販裝為主，並配合贈品等方式，提升在電商大客戶平台的體驗感和銷量。截至2019年6月30日止六個月，本集團在天貓、京東等電商平台擁有5家旗艦店。本集團2019年上半年電商渠道的銷售收入為人民幣117.8百萬元，同比增長46.9%。

受益於多年服務海底撈集團及其關聯公司，本集團積累了對中國餐飲服務行業的豐富經驗。在標準化餐飲裝產品銷售方面，本集團持續致力於開發符合餐飲市場需求的產品，擴充餐飲產品庫。並通過進行各類試吃、展會活動、樣品派發等形式推廣品牌及產品，進而發展更多餐飲渠道線上及線下經銷。餐飲定制化產品方面，因規模經濟等原因，本集團自2019年上半年起，不直接服務於第三方終端餐飲客戶，產品銷售服務將通過蜀海（北京）供應鏈管理有限責任公司（「**蜀海供應鏈**」）及其附屬公司（「**蜀海供應鏈集團**」）提供給終端餐飲客戶。鑑於此業務調整，截至2019年6月30日止六個月，第三方餐飲銷售收入為人民幣11.3百萬元，較2018年同期減少43.5%。

在關聯方銷售方面（指向海底撈集團及其關聯公司），在中國餐飲行業及火鍋餐飲消費市場穩步增長的背景下，上半年海底撈集團餐廳業務獲得持續穩定增長。截至2019年6月30日止六個月，本集團向關聯方的銷售收入為人民幣708.6百萬元，較2018年同期增長31.2%。

產品

2019年上半年，本集團繼續圍繞去年開始施行的多品牌戰略，積極發展各個子品牌產品，並開始打破固有品類邊界，以「產品項目制」激勵員工組成小組開發更多符合市場趨勢的產品。與此同時，我們對已有的核心產品進行不斷的配方改良和包裝升級，旨在不斷穩固核心產品的市場領先地位。截至2019年6月30日止六個月，本公司共新增了7款中式複合調味料產品，3款火鍋底料產品，1款自加熱小火鍋產品，3款自加熱米飯，3款即食醬產品，4款休閒食品以及8款標準化餐飲裝產品。

「產品項目制」是本集團自2018年開始施行的新品研發策略。在該激勵機制下，依靠本集團強大的研發平台和渠道支持，員工可自行組團提出新產品創意，並由該團隊完成新產品開發項目從立項到上市的整個流程。項目組在產品上市盈利後即可得到相應獎勵。該政策授予全體員工開發新品的機會，提升了新產品開發效率和員工探索市場的積極性。目前該機制運行良好，報告期內新產品上市數量亦有所增加。

在零售產品組合方面，2019年上半年，本集團重點推廣小龍蝦調味料、即食醬及自加熱系列產品。複合調味料品類中，作為對抗火鍋季節性的主要品類，本集團於上半年在原有的四種口味基礎上又推出了三款小龍蝦調味料以及鹵汁系列產品，以中國各地特色辣椒為主要原料的即食醬系列亦於上半年推出了三個新口味，並在今年上半年逐漸進入線下渠道銷售。在方便速食類別中，本集團再次對自加熱產品的包裝和配料優化和升級，並且根據自加熱產品的使用場景需求，推出了三款全新的自加熱米飯產品。

在關聯方火鍋底料產品方面，2019年上半年本集團除了繼續配合海底撈推廣「千人千味鍋底」產品之外，還配合消費者反饋與海底撈集團合作升級了多款鍋底配方，以及配合研發了多款新口味鍋底，如咖喱鍋底和椰奶鍋底等；另外配合海底撈集團國外門店特殊需求，本集團亦同步改善了英國、加拿大、澳洲以及東南亞一些國家的鍋底配方。

截至2019年6月30日止六個月，本公司共新增了7款中式複合調味料產品，3款火鍋底料產品，1款自加熱小火鍋產品，3款自加熱米飯，3款即食醬產品，4款休閒食品以及8款標準化餐飲裝產品。截至2019年6月30日，本公司共擁有59款火鍋調味料產品，35款中式複合調味料產品，11款方便速食產品。

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6個月					
	2019年			2018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	393,870	13,656	28.8	245,653	8,698	28.2
關聯方	693,889	27,805	25.0	523,407	19,766	26.5
小計	<u>1,087,759</u>	<u>41,461</u>	<u>26.2</u>	<u>769,060</u>	<u>28,464</u>	<u>27.0</u>
中式複合調味料⁽²⁾						
第三方	186,488	7,338	25.4	110,192	4,383	25.1
關聯方	13,530	581	23.3	12,180	431	28.3
小計	<u>200,018</u>	<u>7,919</u>	<u>25.3</u>	<u>122,372</u>	<u>4,814</u>	<u>25.4</u>
方便速食⁽³⁾						
第三方	339,967	7,495	45.4	104,457	2,814	37.1
關聯方	1,159	26	44.6	3,231	65	49.7
小計	<u>341,126</u>	<u>7,521</u>	<u>45.4</u>	<u>107,688</u>	<u>2,879</u>	<u>37.4</u>
其他⁽⁴⁾	<u>26,852</u>	<u>4,307</u>	<u>6.2</u>	<u>4,832</u>	<u>601</u>	<u>8.0</u>
總計	<u>1,655,755</u>	<u>61,208</u>	<u>27.1</u>	<u>1,003,952</u>	<u>36,758</u>	<u>27.3</u>

附註：

- (1) 主要包含本集團銷售的火鍋底料及火鍋蘸料各產品
- (2) 主要包含本集團銷售的中式複合調味料和即食醬產品
- (3) 主要包含本集團銷售的自加熱小火鍋及自加熱米飯各產品
- (4) 主要包括本集團銷售的休閒食品、大豆油等原材料、黃金玉米豆、螺螄粉等

下表載列所示期間本集團按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本集團收入的百分比：

	截至6月30日止6個月			
	2019年		2018年	
	(人民幣千元)	佔收入百分比	(人民幣千元)	佔收入百分比
火鍋調味料收入	1,087,759	65.7%	769,060	76.6%
中式複合調味料收入	200,018	12.1%	122,372	12.2%
方便速食產品收入	341,126	20.6%	107,688	10.7%
其他收入	26,852	1.6%	4,832	0.5%
總收入	<u>1,655,755</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,003,952</u>	<u>100.0%</u>

截至2019年6月30日止六個月，本集團的三類主要產品：火鍋調味料、中式複合調味料及方便速食，較2018年同期均呈現較快增長。截至2019年6月30日止六個月，本公司共新增了7款中式複合調味料產品，3款火鍋底料產品，1款自加熱小火鍋產品，3款自加熱米飯，3款即食醬產品，4款休閒食品以及8款標準化餐飲裝產品。截至2019年6月30日，本公司共擁有59款火鍋調味料產品，35款中式複合調味料產品，11款方便速食產品。

財務回顧

收入

本集團的收入由截至2018年6月30日止六個月的人民幣1,004.0百萬元增加64.9%至2019年同期的人民幣1,655.8百萬元。

按產品劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2018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
火鍋調味料收入				
來自第三方收入	393,870	36.2%	245,653	31.9%
來自關聯方收入	693,889	63.8%	523,407	68.1%
火鍋調味料產品總收入	<u>1,087,759</u>	<u>100.0%</u>	<u>769,060</u>	<u>100.0%</u>

火鍋調味料產品所得收入由截至2018年6月30日止六個月的人民幣769.1百萬元增加41.4%至2019年同期的人民幣1,087.8百萬元，佔截至2019年6月30日止六個月收入的65.7%。其中，向關聯方銷售火鍋調味料產品收入增長32.6%，向第三方銷售火鍋調味料產品收入增長60.3%。向關聯方銷售火鍋調味料產品收入增長主要受到海底撈業績穩定增長、餐廳門店數量增長等方面影響。隨着本集團對第三方經銷商渠道管理的進一步深化，內部銷售人員激勵機制的創新，銷售區域的下沉，渠道營銷的有效創新，以及終端售點銷售效率的提振，再加上新產品的推出，第三方銷售增速持續錄得較快速增長。

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2018年	
	收入	佔中式 複合調味品 收入百分比	收入	佔中式 複合調味品 收入百分比
	(人民幣千元)		(人民幣千元)	
中式複合調味品收入				
來自第三方收入	186,488	93.2%	110,192	90.0%
來自關聯方收入	13,530	6.8%	12,180	10.0%
中式複合調味品總收入	<u>200,018</u>	<u>100.0%</u>	<u>122,372</u>	<u>100.0%</u>

中式複合調味品所得收入由截至2018年6月30日止六個月的人民幣122.4百萬元增加63.4%至2019年同期的人民幣200.0百萬元，佔截至2019年6月30日止六個月收入的12.1%。其中，向關聯方銷售中式複合調味品收入增長11.1%，向第三方銷售中式複合調味品收入增長69.2%。在關聯方銷售方面，本集團持續和蜀海供應鏈的部分餐飲客戶提供產品和服務。上半年本集團在第三方中式複合調味料業務方面，繼續持續改良現有強勢單品，研發符合市場口味趨勢的新產品，並結合各類符合產品特點及市場定位的營銷活動，在保持產品創新性的同時錄得持續銷售額增長。

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2018年	
	收入	佔方便 速食產品 收入 百分比	收入	佔方便 速食產品 收入 百分比
	(人民幣千元)		(人民幣千元)	
方便速食產品收入				
來自第三方收入	339,967	99.7%	104,457	97.0%
來自關聯方收入	1,159	0.3%	3,231	3.0%
方便速食產品總收入	<u>341,126</u>	<u>100.0%</u>	<u>107,688</u>	<u>100.0%</u>

截至2019年6月30日止六個月，方便速食品類持續錄得較快增長，本集團不僅對於自加熱小鍋產品進行配方升級和口味優化，並於2019年上半年推出了三款不同口味的自加熱米飯產品。得益於經銷商渠道的持續下沉，以及例如便利店、火車站、旅遊景點等新渠道的持續擴展，並配合廣告投放，以及具有特色的推廣活動和節日促銷計劃，該產品收入持續獲得喜人增速。截至2019年6月30日止六個月，方便速食產品收入由2018年同期的人民幣107.7百萬元增加216.7%至人民幣341.1百萬元。佔截至2019年6月30日止六個月收入的20.6%

按經銷網絡劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2019年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	2018年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比
關聯方客戶				
海底撈集團及其聯屬公司	708,624	42.8%	540,040	53.8%
第三方客戶				
經銷商	805,954	48.7%	363,170	36.1%
電商	117,750	7.1%	80,231	8.0%
其他				
第三方餐飲企業	11,315	0.7%	20,006	2.0%
一次性銷售活動	12,112	0.7%	505	0.1%
總收入	1,655,755	100.0%	1,003,952	100.0%

隨着中國火鍋餐飲行業的穩定增長和消費升級的持續，本公司的海底撈餐飲業務銷售額在2019年持續錄得穩定增長。得益於海底撈餐廳門店數量的持續快速增長，本集團截至2019年6月30日止六個月向關聯方（主要是向海底撈集團銷售）的銷售收入為人民幣708.6百萬元，同比增長31.2%。

在第三方經銷商銷售收入方面，通過本集團持續對經銷網絡的下沉和售點的加密，對內部銷售激勵機制的完善，提升服務質量贏得經銷商滿意度等方式，持續提振整體產品銷售能力。並且結合產品特性開闢創新渠道，增強渠道發展潛力。在電商方面，持續發揮旗艦店優勢的同時，借助天貓超市及京東自營等線上強勢平台，銷售額維持高速增長。截至2019年6月30日止六個月向經銷商銷售的銷售收入為人民幣806.0百萬元，同比增長121.9%；電商渠道的銷售收入為人民幣117.8百萬元，同比增長46.9%；第三方餐飲企業銷售收入人民幣11.3百萬元，較2018年同期減少43.5%。

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			
	2019年	佔收入	2018年	佔收入
	(人民幣千元)	百分比	(人民幣千元)	百分比
華北 ⁽⁵⁾	790,110	47.7%	520,684	51.9%
華南 ⁽⁶⁾	797,090	48.1%	454,834	45.3%
海外市場	68,555	4.2%	28,434	2.8%
合共	<u>1,655,755</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,003,952</u>	<u>100.0%</u>

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)由截至2018年6月30日止六個月的人民幣641.1百萬元增加60.9%至2019年同期的人民幣1,031.7百萬元。

毛利及毛利率

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2018年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
火鍋調味料	411,367	37.8%	270,518	35.2%
第三方	224,602	57.0%	131,475	53.5%
關聯方	186,765	26.9%	139,043	26.6%
中式複合調味料	95,541	47.8%	58,193	47.6%
第三方	92,251	49.5%	54,660	49.6%
關聯方	3,290	24.3%	3,533	29.0%
方便速食	111,804	32.8%	32,628	30.3%
第三方	111,408	32.8%	31,536	30.2%
關聯方	396	34.2%	1,092	33.8%
其他	5,385	20.1%	1,509	31.2%
總計	624,097	37.7%	362,848	36.1%

本集團的毛利潤由截至2018年6月30日止六個月的人民幣362.8百萬元增加72.0%至2019年同期的人民幣624.1百萬元，而毛利率由截至2018年6月30日止六個月的36.1%上升至2019年同期的37.7%。毛利率有上升的原因主要是生產效率提升，高毛利產品銷售佔比提升及部分產品銷售價格提升。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2018年6月30日止六個月的人民幣87.5百萬元增加87.4%至2019年同期的人民幣164.0百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入的百分比由2018年上半年的8.7%上升至2019年同期的9.9%。經銷開支增加主要原因是為深化與經銷商合作，建立了多區域分倉提升配送效率及服務帶來的儲運費用增加以及終端推廣加強深化。

行政開支

本集團的行政開支由2018年6月30日止六個月的人民幣55.5百萬元增加105.0%至2019年同期的人民幣113.8百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由2018年上半年的5.5%上升至2019年同期的6.9%。行政開支增加的主要原因是籌建過程中的霸州、馬鞍山二期及漯河工廠開辦費的相關支出；業務的發展帶來行政開支的增加。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益淨額由2018年6月30日止六個月的人民幣30.8百萬元增加4.2%至2019年同期的人民幣32.1百萬元，主要是由於本集團收到的政府補貼所致。

融資收益 — 淨額

本集團的融資收入淨額由2018年6月30日止六個月的人民幣4.3百萬元增加67.4%至2019年同期的人民幣7.2百萬元。由於本集團的資金充足，對資金的運營管理能力也日益成熟穩健，銀行存款利息收入較上年同期增長明顯。

除稅前利潤

由於上文所述內容，本集團的除所得稅前利潤由2018年6月30日止六個月的人民幣254.9百萬元增加51.2%至2019年同期的人民幣385.5百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由2018年6月30日止六個月的人民幣65.1百萬元增加43.0%至2019年同期的人民幣93.1百萬元。有效稅率由2018年6月30日止六個月的25.5%降低至2019年同期的24.2%，主要是由於香港地區的港幣、美元對人民幣升值產生的滙兌收益及存款利息收入不需要繳納所得稅。

期內淨利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由2018年6月30日止六個月的人民幣189.8百萬元增加54.1%至2019年同期的人民幣292.4百萬元。每股基本盈利由2018年6月30日止六個月的人民幣19.04分增加至截至2019年同期的人民幣27.88分。而淨利率由截至2018年6月30日止六個月的18.9%降低至2019年同期的17.7%。

資金流動性及財政資源

截止2019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2019年6月30日止，本集團的現金及現金等價物主要是由人民幣、港元和美金組成，現金及現金等價物約為人民幣1,163.9百萬元(2018年12月31日：人民幣1,179.9百萬元)。

資產負債比率

截至2019年6月30日止，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為15.5% (2018年12月31日：17.2%)，下降的主要原因是合約負債、即期所得稅負債下降。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2019年6月30日止存貨約為人民幣204.9百萬元(2018年12月31日：人民幣275.8百萬元)，存貨周轉天數從截至2018年12月31日止年度的46.4天下降到截至2019年6月30日止六個月的41.9天。存貨周轉天數得以減少的主要原因是本集團在2019年上半年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2019年6月30日止貿易應收賬款約為人民幣215.9百萬元(2018年12月31日：人民幣206.9百萬元)，變動的主要原因是2019年上半年，本集團與關聯方及部分第三方(如電商平台客戶)銷售量增加所致。貿易應收賬款周轉天數從截至2018年12月31日止年度的22.7天略微上升到截至2019年6月30日止六個月的23.0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2019年6月30日止貿易應付賬款約為人民幣201.6百萬元(2018年12月31日：人民幣188.7百萬元)。貿易應付賬款周轉天數從截至2018年12月31日止年度的35.6天下降到截至2019年6月30日止六個月的34.0天。

或然負債

截至2019年6月30日止，本集團並無任何或然負債。

資產押記

截至2019年6月30日止，本集團並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

借貸

截至2019年6月30日止，本集團並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2019年6月30日止，本集團的資本負債比率⁽⁸⁾為1.8%。

附註：

(8) 資本負債比率按總債務除以總權益計算。總債務界定為包括並非於日常業務過程中產生的計息負債。

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，本集團持有若干以港元及美元列值的現金，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2019年6月30日止，本集團員工總人數為2,260人（含臨時工），其中包括了生產體系員工1,829人，營銷體系員工310人，行政和管理相關職能體系員工121人。

截至2019年6月30日止六個月，本集團的總員工成本為人民幣186.0百萬元，包括薪金、工資、津貼、福利以及股票激勵計劃成本。

僱員的薪酬包括薪金及津貼。本集團亦為員工提供培訓，以提升其技術及產品知識。本集團的薪酬政策乃基於僱員個人的表現制定，並會定期予以檢討。

重大收購及出售事項

截至2019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

2019年上半年，世界經濟增長及世界貿易擴張都有所放緩，國內長期積累的一些結構性矛盾凸顯，經濟有下行壓力。下半年，國家統計局預計外部環境依舊比較複雜的，國內經濟形仍有下行壓力，但是經濟平穩運行的基本面不變，政策儲備還有空間，加之國內市場不斷地壯大，綜合來看，皆有利於實現全年既定的經濟以及社會發展的主要目標。

在產品開發方面，本集團持續以多個子品牌細分應用場景及產品類別，以「讓美味變輕鬆」為主題標語打造產品、品牌及企業形象。通過產品的結構化創新，進一步拓寬業務邊界，圍繞火鍋調味料、中式複合調味料、方便速食及休閒食品等品類持續推陳出新，在穩固現有強勢單品市場地位的同時，發揮本集團研發及探尋市場的能力，豐富產品矩陣。在新品開發上，我們也將繼續運用「產品項目制」激勵策略，以獨特地方風味和異域風情為方向，持續引入差異化新品。也將配合嚴格的產品下市制度，及時調整產品組合，培育大單品，淘汰表現不佳的產品，提升產品的綜合競爭力。

在渠道建設方面，本集團將繼續通過內生增長和外延發展的方式積極優化並下沉銷售渠道、加強終端銷售能力、開拓全新渠道模式，以持續提升本集團的市場佔有率和行業地位。與此同時，將繼續優化和改進人員激勵政策，切實鼓勵內部銷售人員以及外部經銷商，提高售點覆蓋密度及單點銷售效率。在電商平台方面，將通過增加人工智能客服機器人和加強菜鳥物流售後客服深度合作，優化客戶服務體驗，精簡客服人員，提升部門的運營效率。

在終端營銷方面，本集團將持續進行積極的線上及線下推廣，根據各個子品牌的產品特點，以有效的渠道費用花費方式，提升各類終端銷售效率。與此同時，本集團將持續深化與經銷商的合作關係，以多個區域分倉提升配送效率和「零庫存」等舉措切實有效的挖掘渠道空間及經銷商潛力。

在海外業務方面，本集團將啟動海外子公司規劃，設立多個海外子公司，並逐漸把部分外貿產品轉為海外工廠生產或加工，減少生產和運輸成本的同時，有助於產品口味的區域化調整及符合當地產品的研發。

在供應鏈方面，我們將在新建成的霸州工廠中首次引入兩條全自動化生產線，未來幾年，我們也將有多個工廠陸續建成投產。預計我們將持續在精益生產和自動化設備研發上進行投入。

重大投資的情況與前景

為舒緩日益增長的產能的壓力，本集團在2019年主要採取了以下措施：

其一：基本完成位於中國河北省霸州的新工廠廠房建設項目。霸州一期工程廠房於2018年基本竣工，截至2019年上半年，該項目已開始試產，預計霸州工廠一期工程包含的南車間於2019年8月投入量產，北車間將於2019年年底投入量產，預期將帶來超過7萬噸產能，將包含配合海底撈餐廳「千人千味」底料產品開發的專用生產線以及火鍋底料零售產品生產線。該項目位於華北中心地區，將有助於本集團更好地把控和管理物流成本和旺季產能壓力。

其二：新簽訂的位於中國安徽省的馬鞍山調味料生產基地二期項目的建設。本集團於2018年8月於安徽馬鞍山與當地政府簽訂了土地購買協議，預計此項目2022年可建成試產，並將貢獻約20萬噸的新增產能。該工廠將配備具有國內外先進工藝技術水平的調味料生產設備及質量檢測儀器等，以提升公司整體生產線效率。

其三，本集團於2019年上半年與河南漯河臨潁縣政府簽訂了土地購買協議，漯河生產基地一期預計2019年下半年開始建設，預計於2020年底建成試產，一期產能預計達到8至10萬噸，二期設計產能20萬噸，預計將於2021年建成並試生產。

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

董事會不建議就截至2019年6月30日止六個月向股東派付中期股息。

報告期末後事件

於報告期末後並無任何重大事項需於本公告中披露。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2019年6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司均無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

證券交易的標準守則

本公司已採納聯交所證券上市規則（「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」）。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2019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2019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

本公司已採納並採用上市規則附錄十四《企業管治守則》及《企業管治報告》所載的原則及守則條文（「企業管治守則」）。於截至2019年6月30日止六個月內，本公司一直遵守企業管治守則的強制性守則條文。

審計委員會

本公司審計委員會（「審計委員會」）由三名委員組成，全部為獨立非執行董事（即邱家賜先生（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政策及準則，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2019年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務業績。審計委員會認為截至2019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。

中期業績公告及中期報告的公佈

本公告登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.yihchina.com)。

報告期的中期報告已包括上市規則附錄十六規定的所有資料並將適時向股東寄發並於聯交所及本公司網站公佈。

奉董事會命
頤海國際控股有限公司
主席
施永宏

香港，2019年8月20日

於本公告日期，本公司執行董事為施永宏先生、黨春香女士、孫勝峰先生、舒萍女士及郭強先生；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邱家賜先生、錢明星先生及葉蜀君女士。