
此 乃 要 件 請 即 處 理

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文件的內容概不負責，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文件全部或任何部分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。

閣下如對本通函的任何內容或應採取的行動有任何疑問，應諮詢閣下的股票經紀或其他註冊證券交易商、銀行經理、律師、專業會計師或其他專業顧問。

閣下如已售出或轉讓名下所有頤海國際控股有限公司的股份，應立即將本通函連同隨附的代表委任表格交予買方或其他承讓人或經手買賣的銀行、股票經紀或其他代理商，以便轉交買方或承讓人。



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)

- (1) 就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限**
(2) 重選執行董事
及
(3) 股東特別大會通告

獨立董事委員會及獨立股東的獨立財務顧問



本公司謹訂於2020年12月31日(星期四)上午十時正假座中國上海市松江區滬亭北路65號九亭中心5號樓609室舉行股東特別大會，大會通告載於本通函第105頁至第108頁。

無論閣下是否能夠出席股東特別大會，務須按照代表委任表格印列的指示填妥表格，並盡快交回本公司的香港股份過戶登記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17M樓，惟無論如何須於股東特別大會或其任何續會指定舉行時間不少於48小時前送達。填妥及交回代表委任表格後，股東仍可依願親身出席股東特別大會並於會上投票。

本通函及隨附的代表委任表格的中、英文版本可於本公司網站(www.yihchina.com)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)查閱。

2020年12月15日

目 錄

	頁次
釋義	1
董事會函件	7
緒言	7
不獲豁免持續關連交易	8
內部監控措施	37
重選執行董事	39
暫停辦理股份過戶登記手續	40
股東特別大會	40
董事會的推薦意見	41
獨立財務顧問及獨立董事委員會的推薦意見	41
獨立董事委員會函件	43
獨立財務顧問函件	45
附錄一 – 一般資料	98
股東特別大會通告	105

釋 義

於本通函內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「組織章程細則」	指	本公司的組織章程細則
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「董事會」	指	董事會
「本公司」	指	頤海國際控股有限公司，一家於2013年10月18日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，其股份自2016年7月13日起在聯交所主板上市
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「持續關連交易」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「方便速食品」	指	合資公司生產及銷售的沖泡粉、乾拌飯、自熱米飯及自熱小火鍋的統稱
「董事」	指	本公司董事
「現有海底撈 總銷售協議」	指	新加坡海底撈與頤海上海為規管本集團向海底撈集團出售海底撈定製產品、海底撈零售產品及自熱小火鍋而訂立的日期為2018年7月6日的總銷售協議
「現有合資公司產品 互供框架協議」	指	頤海上海與合資公司就頤海上海及其附屬公司向合資公司出售調味料產品而訂立的日期為2017年9月18日及2018年7月6日的火鍋底料產品銷售協議以及合資公司與頤海上海就合資公司向頤海上海及其附屬公司出售自熱小火鍋而訂立的日期為2017年9月18日及2018年7月6日的自熱小火鍋產品銷售協議的統稱

釋 義

「現有不獲豁免協議」	指	現有蜀海購買協議、現有合資公司產品互供框架協議、現有海底撈總銷售協議及現有蜀海銷售協議的統稱
「現有蜀海購買協議」	指	本公司與蜀海供應鏈就蜀海供應鏈集團向本集團銷售蜀海食材而訂立的日期為2019年6月10日的購買協議
「現有蜀海銷售協議」	指	頤海上海與蜀海供應鏈就本集團向蜀海供應鏈集團銷售火鍋底料產品、火鍋蘸料產品及其他複合調味料產品而訂立的日期為2018年7月6日的銷售協議
「股東特別大會」	指	本公司為考慮及酌情批准頤海持續關連交易而將於2020年12月31日舉行的股東特別大會或其任何續會
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「海底撈」	指	海底撈国际控股有限公司，一家根據開曼群島法律註冊成立的有限責任公司，其股份於聯交所主板上市（股份代號：6862）
「海底撈定製產品」	指	本集團使用海底撈集團擁有的配方製成並在其火鍋餐廳使用的火鍋底料及中式複合調味料產品
「海底撈集團」	指	海底撈及其附屬公司，其主要業務為在中國及海外國家經營連鎖火鍋餐廳
「海底撈總銷售協議」	指	海底撈與本公司訂立的日期為2020年12月7日的總銷售協議，以規管本集團向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品

釋 義

「海底撈零售產品」	指	本集團使用本集團擁有的配方製成的零售火鍋底料、火鍋蘸料及中式複合調味料產品，在海底撈集團火鍋餐廳向消費者展示及銷售，與本集團通過獨立第三方經銷商銷售的產品相同
「香港」	指	中國香港特別行政區
「獨立董事委員會」	指	董事會下轄的獨立委員會，由全體獨立非執行董事組成，即邱家賜先生、錢明星先生及葉蜀君女士，乃為就頤海持續關連交易向獨立股東提供意見而成立
「獨立財務顧問」或 「第一上海」	指	第一上海融資有限公司，根據證券及期貨條例可從事第6類（就機構融資提供意見）受規管活動的持牌法團，為獨立董事委員會及獨立股東有關頤海持續關連交易的獨立財務顧問
「獨立股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義，而就在股東特別大會上批准頤海持續關連交易而言，指除張勇先生、舒萍女士及施永宏先生及彼等各自的聯繫人以外的股東
「獨立第三方」	指	與本公司或其任何附屬公司的任何董事、主要行政人員、主要股東或其各自的任何聯繫人概無關連的人士
「靜海投資」	指	簡陽市靜海投資有限公司，一家於2011年5月11日在中國註冊成立的有限責任公司，為靜遠投資的全資附屬公司

釋 義

「靜遠投資」	指	簡陽市靜遠投資有限公司，一家於2009年3月13日在中國註冊成立的有限責任公司，於最後實際可行日期分別由張勇先生、李海燕女士、舒萍女士及施永宏先生擁有52%、16%、16%及16%
「合資公司」	指	馥海(上海)食品科技有限公司，一家在中國成立的公司，為本公司擁有60%股權的附屬公司
「合資公司產品互供框架協議」	指	合資公司調味料產品銷售協議及合資公司方便速食品銷售協議的統稱
「合資公司調味料產品銷售協議」	指	本公司與合資公司就本集團向合資公司出售調味料產品而訂立的日期為2020年12月7日的調味料產品銷售協議
「合資公司方便速食品銷售協議」	指	合資公司與本公司就合資公司向本集團出售方便速食品而訂立的日期為2020年12月7日的方便速食品銷售協議
「最後實際可行日期」	指	2020年12月9日，即本通函付印前為確定當中所載若干資料的最後實際可行日期
「樂達海生」	指	上海樂達海生企業管理諮詢有限公司，一家於2017年5月23日在中國註冊成立的有限責任公司，分別由北京宜涵諮詢管理有限公司(由張勇先生及舒萍女士控制的公司)擁有約62.70%及施永宏先生擁有約14.85%
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則(經不時修訂)
「標準守則」	指	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》

釋 義

「不獲豁免框架協議」	指	海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議、蜀海購買協議及合資公司產品互供框架協議的統稱
「中國」	指	中華人民共和國，而就本通函而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「受限制股份單位」	指	受限制股份單位
「受限制股份單位計劃」	指	本公司於2016年2月24日批准並採納的受限制股份單位計劃
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「蜀海定製產品」	指	本集團為蜀海供應鏈集團的餐飲服務供應商客戶定製的火鍋底料產品、火鍋蘸料產品及其他複合調味料產品
「蜀海食材」	指	蜀海供應鏈集團根據蜀海購買協議向本集團銷售的食材
「蜀海購買協議」	指	本公司與蜀海供應鏈就蜀海供應鏈集團向本集團銷售蜀海食材而訂立的日期為2020年12月7日的購買協議
「蜀海零售產品」	指	本集團向蜀海供應鏈集團銷售針對零售市場的火鍋底料產品、火鍋蘸料產品及其他複合調味料產品

釋 義

「蜀海供應鏈」	指	蜀海(北京)供應鏈管理有限責任公司，一家於2014年6月3日在中國成立的有限責任公司，由樂達海生持有約45%及靜海投資持有約27.56%
「蜀海供應鏈集團」	指	蜀海供應鏈及其附屬公司
「新加坡海底撈」	指	HAI DI LAO HOLDINGS PTE. LTD.，一家在新加坡註冊成立的有限公司，為海底撈的全資附屬公司
「自熱小火鍋」	指	由合資公司生產並銷售的自熱小火鍋產品，屬方便速食品的一類
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「主要股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「新派上海」	指	新派(上海)餐飲管理有限公司，一家於中國成立的有限公司，為海底撈的全資附屬公司
「頤海持續關連交易」	指	(i)根據海底撈總銷售協議向海底撈集團出售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品，(ii)根據蜀海銷售協議由本集團向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品及蜀海零售產品，(iii)根據蜀海購買協議向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材，及(iv)根據合資公司產品互供框架協議向合資公司出售調味料產品並從合資公司購入方便速食品的統稱
「頤海上海」	指	頤海(上海)食品有限公司，一家於中國成立的外資企業，為本公司的間接全資附屬公司
「%」	指	百分比



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)

執行董事：

施永宏先生 (董事長)

郭強先生

孫勝峰先生

舒萍女士

趙曉凱先生

註冊辦事處：

P.O. Box 31119

Grand Pavilion

Hibiscus Way

802 West Bay Road

Grand Cayman KY1-1205

Cayman Islands

非執行董事：

張勇先生

中國公司總部：

中國上海市

普陀區

真北路2500號

1810室

獨立非執行董事：

邱家賜先生

錢明星先生

葉蜀君女士

香港主要營業地點：

香港灣仔

皇后大道東248號

陽光中心40樓

敬啟者：

(1) 就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限

(2) 重選執行董事

及

(3) 股東特別大會通告

緒言

本通函旨在向閣下提供有關為考慮下列各項而於股東特別大會上提呈的建議的資料：(i)根據海底撈總銷售協議向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品；(ii)根據蜀海銷售協議由本集團向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品及

蜀海零售產品；(iii)根據蜀海購買協議向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材，及(iv)根據合資公司產品互供框架協議向合資公司銷售調味料產品及自合資公司購買方便速食品；及(v)建議重選趙曉凱先生為執行董事。本通函載有符合上市規則的說明函件，並載列一切合理所需的資料，使股東可在知情情況下決定投票贊成或反對決議案。召開股東特別大會的通告載於本通函第105頁至第108頁。

於2020年上半年，COVID-19疫情對火鍋餐飲行業造成巨大影響，導致我們向海底撈集團(本公司的關連人士)的銷售大大降低。然而，本公司仍維持龐大的第三方客戶基礎，包括超市、各大市場及便利店等零售市場，且於2020年上半年錄得銷售收入為人民幣1,700百萬元。本公司認為，儘管COVID-19疫情帶來諸多挑戰，但「居家」經濟的問世以及本公司對方便速食品的推廣使本公司獲得該銷售成就。因此，COVID-19疫情於本公司而言既是挑戰也是機遇，且本公司於估算年度上限時已考慮該情況在內。

不獲豁免持續關連交易

A. 海底撈總銷售協議

(I) 向海底撈集團銷售產品

背景

茲提述本公司日期為2020年12月7日的公告，內容有關就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限。

海底撈總銷售協議下的持續關連交易

於2020年12月7日，本公司與海底撈訂立海底撈總銷售協議，據此，本集團同意向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品，自2021年1月1日至2023年12月31日止，為期三年。海底撈總銷售協議的主要條款概述如下。

海底撈總銷售協議

日期

2020年12月7日

訂約方

- (1) 本公司
- (2) 海底撈

年期

海底撈總銷售協議的初始期限自2021年1月1日至2023年12月31日止，為期三年。在符合上市規則及適用法律法規的情況下，海底撈總銷售協議可不時再續期三年，除非各訂約方於海底撈總銷售協議年內以書面同意作出終止；或海底撈總銷售協議因適用法律法規規定、證券監管機構規定或任何具管轄權的法院的判決或決定而被終止。在重續海底撈總銷售協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

(a) 銷售海底撈定製產品

根據海底撈總銷售協議的條款，本集團為海底撈集團用於其中國大陸火鍋餐廳的海底撈定製產品的供應商。於符合有關大規模生產及標準化的若干規定後，本集團亦成為海底撈集團用於其中國香港、中國澳門、中國台灣及海外火鍋餐廳的海底撈定製產品的供應商。然而，倘本集團未能滿足所要求的產品數量或本集團所供應海底撈定製產品的質量不符合海底撈集團的規定，與本集團協商後且在合理期限（不超過30天）內未得到解決的情況下，海底撈集團可委聘其他供應商。根據海底撈總銷售協議，本集團可委聘合約製造商生產海底撈定製產品。

海底撈定製產品的銷售乃以列明產品類別、購買數量、售價、付運日期等的個別訂單為基準而進行。海底撈定製產品的售價應按照下文所列定價政策而釐定。

海底撈集團擁有海底撈定製產品配方（「海底撈集團配方」）的所有權，並授權本集團及本集團的合約生產商按免特許權使用費的基準以海底撈集團配方進行生產。本集團必須並應採取合理的措施促使合約生產商：(i)對海底撈集團配方予

以保密，及(ii)禁止向任何主要在中國從事火鍋業務及市場份額超過0.5%的海底撈集團競爭對手銷售使用該等配方的產品（惟海底撈集團作出書面同意除外）。

凡涉及海底撈集團與本集團合力對海底撈集團配方作出的任何升級改良，海底撈集團將會擁有該所有權，而本集團及其合約生產商將有權使用該升級配方以生產海底撈定製產品。就以該升級配方將予生產的產品銷售而言，根據海底撈總銷售協議，有關訂約方將會訂立補充協議，以確認升級配方屬海底撈集團與本集團共同努力的成果。

凡涉及本集團憑藉自身努力對海底撈集團配方作出的任何升級改良，除非有關訂約方另行協定，否則本集團將擁有該升級配方的所有權。倘本集團同意向海底撈集團供應以該升級配方生產的任何產品，根據海底撈總銷售協議，有關訂約方將會訂立補充協議，以確認升級配方屬本集團自身努力的成果及確認該升級配方的使用。

(b) 銷售海底撈零售產品

根據海底撈總銷售協議的條款，本集團是向海底撈集團供應用以在海底撈集團網上平台和海底撈集團的火鍋餐廳向顧客展示及出售的海底撈零售產品之獨家供應商。海底撈零售產品按本集團自身的配方生產。海底撈集團不得向任何第三方經銷商出售本集團的產品。

海底撈零售產品的銷售乃以列明產品類別、購買數量、付運日期等的個別訂單為基準而進行。按城市劃分的海底撈零售產品售價應每半年提供予海底撈集團。

(c) 銷售方便速食品

根據海底撈總銷售協議的條款，本集團是向海底撈集團供應用以在海底撈集團火鍋餐廳和海底撈集團的網上平台向顧客展示及出售的方便速食品的獨家供應商。方便速食品按本集團自身的配方生產。海底撈集團不得向任何第三方經銷商出售本集團的產品。用以銷售的方便速食品數量並無確定，但將由訂約方釐定及協定。

定價基準

海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的銷售價格由各方參考下列各項因素釐定。倘定價政策於未來有任何改變，本集團應完全遵守上市規則第十四A章項下的相關規定（如適用）。

(a) 銷售海底撈定製產品

海底撈定製產品的售價乃由訂約雙方經公平磋商並參考(i)過往銷售價格、(ii)根據定價公式計算得出的向獨立第三方經銷商所作出售的估計整體淨利率、(iii)就生產海底撈定製產品產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政開支，及(iv)可資比較公司向獨立第三方經銷商出售同類產品的市場價格而釐定。經計及過往數據及預測估計，獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估海底撈定製產品的售價，並作出適當調整，以維持該等銷售的淨利率與向獨立第三方經銷商作出的銷售的淨利率相同。倘就海底撈定製產品產生的銷售成本及開支出現任何大幅變動，本集團亦會調整售價。

(b) 銷售海底撈零售產品

海底撈零售產品的售價應與本集團向獨立第三方經銷商提供的類似產品的定價政策一致，且由訂約雙方經公平磋商並參考(i)就生產海底撈定製產品產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政開支，及(ii)類似產品的當時市價而釐定。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估海底撈零售產品的售價及在生產成本出現任何重大變動時作出調整。

(c) 銷售方便速食品

方便速食品的售價應由訂約方於參考以下各項後經公平磋商釐定：(i)就生產方便速食品所產生的生產成本（包括原材料成本）、銷售及行政開支，及(ii)類似產品的當時市價而釐定。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估方便速食品的售價及在生產成本出現任何重大變動時作出調整。

支付條款

海底撈總銷售協議項下的結算應按照雙方商定的結算方式及時妥善辦理。

(a) 銷售海底撈定製產品

就對中國火鍋餐廳的銷售而言，須於付運產品及出具發票後按月付款；就對海外火鍋餐廳的銷售而言，則按個別訂單的購買量付款。

(b) 銷售海底撈零售產品

款項須於本集團付運產品及出具發票後按月作出。

(c) 銷售方便速食品

款項須於本集團付運產品及出具發票後按月作出。

過往金額

下表載列截至2019年12月31日止兩個年度以及截至2020年9月30日止九個月根據現有海底撈總銷售協議向海底撈集團及其聯繫人所作銷售的過往金額以及截至2020年12月31日止年度的年度上限：

	截至2018年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2019年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2020年 9月30日 止九個月 (人民幣千元) (未經審核)	截至2020年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣千元)
海底撈定製產品	1,145,717	1,574,464	914,881	3,462,700
海底撈零售產品	13,422	30,686	29,273	65,000
自熱小火鍋	4,689	20,478	26,704	39,600
總計 (附註)	<u>1,163,828</u>	<u>1,625,628</u>	<u>970,858</u>	<u>3,567,300</u>

董事會函件

附註：

截至2019年12月31日止兩個年度以及截至2020年9月30日止九個月，向海底撈集團所作銷售的過往金額為人民幣1,162,738,000元，人民幣1,625,239,000元和人民幣970,857,000元。

新加坡海底撈與頤海上海於2018年7月6日訂立現有海底撈總銷售協議，自2019年1月1日起至2020年12月31日止，為期兩年。於2018年9月26日海底撈上市前，根據過往日期為2016年6月24日的銷售協議（其後經日期為2017年9月18日及2018年3月22日的兩份補充總銷售協議進行補充）（「過往海底撈總銷售協議」），本集團一直向新加坡海底撈、四川海底撈餐飲股份有限公司（「四川海底撈」）及彼等當時的附屬公司供應產品。截至2018年12月31日止三年，過往海底撈總銷售協議項下的交易金額包括銷往新加坡海底撈、四川海底撈以及彼等當時的附屬公司的銷售額。新加坡海底撈、四川海底撈以及彼等當時的附屬公司於2018年年中至年末就海底撈的上市進行重組，而董事並不知悉部分該等公司不再屬海底撈集團的一部分。因此，本集團於現有海底撈總銷售協議中已包含銷往該等公司的銷售額。本集團將不再向該等聯繫人供應產品。

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2020年12月31日止年度的年度上限。

建議年度上限及釐定基準

本公司估計截至2023年12月31日止三個年度海底撈總銷售協議的年度上限如下：

	截至2021年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2023年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
海底撈定製產品	3,580,000	5,060,000	6,580,000
海底撈零售產品	150,000	271,000	408,000
方便速食品 (附註)	186,000	362,000	552,000
總計	3,916,000	5,693,000	7,540,000

附註：

自熱小火鍋屬方便速食品的一類。本集團已開發出多種新產品，如沖泡粉、乾拌飯及自熱米飯，該等產品將銷售至海底撈集團。

董事會函件

在達致海底撈定製產品及海底撈零售產品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 與海底撈集團的歷史交易金額；
- (ii) 正如於2017年、2018年、2019年12月31日及2020年6月30日海底撈集團的門店數分別為273、466、768及935所顯示，海底撈集團近年迅速擴張；海底撈集團門店同店業績增長；
- (iii) 本集團的收入於2013年至2019年大幅增加，部分歸因於對海底撈集團的銷售；及
- (iv) 國內餐飲業的發展。

在達致方便速食品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 與海底撈集團的歷史交易金額；
- (ii) 本集團推出新方便速食品，例如沖泡粉及乾拌飯；
- (iii) 正如於2017年、2018年、2019年12月31日及2020年6月30日海底撈集團的門店數分別為273、466、768及935所顯示，海底撈集團近年迅速擴張；海底撈集團門店同店業績增長；及
- (iv) 國內餐飲業以及方便速食品市場增長勢頭迅猛，市場前景廣闊。

年度上限的估算值乃根據海底撈集團新開張的火鍋餐廳於2019年至2023年期間約58.8%的年增長率計算得出。

股東務請注意，上述建議年度上限不應詮釋為本公司根據海底撈總銷售協議的條款對本集團未來收入的保證或預測。

(II) 訂立海底撈總銷售協議的理由及裨益

本集團的主要業務是研發、生產、經銷及銷售優質火鍋底料、火鍋蘸料及中式複合調味料產品。海底撈集團是中國最大的連鎖火鍋餐廳。作為海底撈集團在中國的火鍋底料產品供應商，本集團從與海底撈集團的合作中受益。本集團已與海底撈集團建立長期穩定關係。此種關係乃公平合理、對本集團的穩定經營及業務擴張有益且符合本公司及股東的整體利益。

銷售方便速食品豐富了本集團現有產品範疇並擴大現有業務，且由於方便速食品（如自熱小火鍋）獲得了市場的青睞，因此亦對本集團的溢利增長做出了貢獻。

(III) 有關各訂約方的資料

本集團主要在中國從事火鍋調味料產品、中式複合調味料產品及方便速食產品（主要是自熱小火鍋）的生產及銷售。

海底撈及其附屬公司主要在中國及海外國家從事火鍋餐廳業務以及其他附加業務。

(IV) 上市規則的涵義

張勇先生及其妻子舒萍女士（分別為非執行董事及執行董事）合共持有本公司已發行股份總數約35.63%，因此為本公司的控股股東。董事長施永宏先生持有本公司已發行股份總數的約16.97%，因此為本公司的主要股東。

海底撈由控股股東張勇先生及舒萍女士持有約68.16%，並由施永宏先生及其妻子持有約15.95%。

由於海底撈為本公司控股股東的聯繫人，因此為本公司的關連人士，而根據上市規則，本集團與海底撈集團之間的銷售交易構成本公司的持續關連交易。

由於(i)根據海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議將銷售的產品性質相似及(ii)海底撈及蜀海供應鏈均為控股股東張勇先生及舒萍女士的聯繫人，因此根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議項下擬進行的交易將合併計算。因此，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議的年度上限乃合併計算。

由於合併計算交易的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，海底撈總銷售協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

(V) 董事就海底撈總銷售協議作出的確認

董事(包括獨立非執行董事)認為，海底撈總銷售協議已且將於本集團日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，屬公平合理且符合本公司及股東整體利益。董事(包括獨立非執行董事)認為，海底撈總銷售協議下的建議年度上限屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

除張勇先生、舒萍女士及施永宏先生外，概無董事於海底撈總銷售協議擁有任何重大權益或須就董事會決議案放棄投票。張勇先生及其妻子舒萍女士直接或間接持有海底撈約68.16%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有海底撈約15.95%。

(VI) 獨立股東批准

張勇先生及其妻子舒萍女士直接或間接持有海底撈約68.16%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有海底撈約15.95%。根據上市規則，張勇先生、舒萍女士及施永宏先生及彼等各自的聯繫人(合共持有550,710,513股股份，相當於已發行股份的約52.60%)將在股東特別大會上就批准海底撈總銷售協議(包括建議年度上限)的普通決議案放棄投票。

本公司將於股東特別大會上尋求獨立股東批准(其中包括)海底撈總銷售協議,條件是:

1. 海底撈總銷售協議的年度交易金額須不超過相關年度上限;
2. (i) 海底撈總銷售協議將於本集團的日常及一般業務過程中(a)按正常商業條款或更佳條款訂立;或(b)倘無可供比較資料,則按不遜於本集團可從獨立第三方獲得的條款訂立;及
(ii) 交易將根據海底撈總銷售協議按公平合理的條款訂立,並符合本公司及股東的整體利益。

本公司將遵守上市規則有關海底撈總銷售協議項下交易的相關條文。

B. 蜀海銷售協議

(I) 向蜀海供應鏈集團銷售產品

背景

茲提述本公司日期為2020年12月7日的公告,內容有關就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限。

蜀海銷售協議下的持續關連交易

於2020年12月7日,本公司與蜀海供應鏈訂立蜀海銷售協議,據此,本集團同意供應蜀海定製產品及蜀海零售產品,自2021年1月1日至2023年12月31日,為期三年。

蜀海銷售協議的主要條款概述如下。

蜀海銷售協議

日期

2020年12月7日

訂約方

- (1) 本公司
- (2) 蜀海供應鏈

年期

蜀海銷售協議自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在符合上市規則及適用法律法規的情況下蜀海銷售協議可不時再續期三年，除非本公司於協議期限屆滿前向蜀海供應鏈發出一個月書面通知表示反對。在重續蜀海銷售協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據蜀海銷售協議的條款，本集團將為蜀海供應鏈集團及其聯繫人供應蜀海定製產品及蜀海零售產品。蜀海定製產品將由蜀海供應鏈集團向其餐飲服務客戶進行出售及經銷。蜀海零售產品僅供蜀海供應鏈集團內部使用。蜀海供應鏈集團不得將本集團的產品售予任何第三方經銷商或任何零售渠道，並須確保其客戶不會向任何第三方經銷商銷售本集團的產品。

本集團將每半年按城市向蜀海供應鏈集團提供所有蜀海定製產品及蜀海零售產品的價格表。蜀海定製產品及蜀海零售產品的售價乃基於下文所載的定價政策釐定。蜀海定製產品及蜀海零售產品將按個別訂單基準進行銷售，訂單列明產品類型、採購量、交付日期等。

定價基準

蜀海定製產品及蜀海零售產品的銷售價格須由各方參考多項因素而釐定，有關詳情於下文進一步披露。本集團將每半年檢討及重新評估售價及作出調整（如有必要）。檢討及調整（如有）將由獨立非執行董事作出。倘定價政策於未來有任何改變，本集團應完全遵守上市規則第十四A章項下的相關規定（如適用）。

(a) 銷售蜀海定製產品

就蜀海定製產品而言，售價乃由訂約方經公平磋商並參考(i)過往銷售價格；(ii)根據定價公式計算得出的向獨立第三方經銷商所作出售的估計整體淨利率；(iii)就生產蜀海定製產品產生的生產成本(包括原材料成本)以及銷售及行政開支，及(iv)可資比較公司向獨立第三方經銷商出售類似產品的市場價格而釐定。

經計及過往數據及預測估計，獨立非執行董事每半年檢討及重新評估蜀海定製產品的售價，並作出適當調整，以維持該等銷售的淨利率與本集團向獨立第三方經銷商銷售的淨利率相同。若就蜀海定製產品產生的銷售成本及開支發生任何重大變動，本集團亦會調整售價。

(b) 銷售蜀海零售產品

就蜀海零售產品而言，售價應與本集團向獨立第三方經銷商提供的類似產品的定價政策一致，且由訂約方經公平磋商並參考(i)就生產蜀海零售產品產生的生產成本(包括原材料成本)以及銷售及行政開支，及(ii)類似產品的當時市價而釐定。獨立非執行董事每半年定期檢討及重新評估蜀海零售產品的售價，並在生產成本出現重大變動時作出調整。

支付條款

蜀海供應鏈集團須於付運產品及本集團出具交付發票後按月付款。

董事會函件

過往金額

下表載列截至2019年12月31日止兩個年度以及截至2020年9月30日止九個月根據現有蜀海銷售協議向蜀海供應鏈集團所作銷售的過往金額以及截至2020年12月31日止年度的年度上限：

	截至2018年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2019年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2020年 9月30日 止九個月 (人民幣千元) (未經審核)	截至2020年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣千元)
蜀海定製產品	11,912	36,870	17,406	130,060
蜀海零售產品	320	540	863	1,600
總計	12,232	37,410	18,269	131,660

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2020年12月31日止年度的年度上限。

建議年度上限及釐定基準

本公司估計截至2023年12月31日止三個年度蜀海銷售協議的年度上限如下：

	截至2021年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2023年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
蜀海定製產品	82,000	110,000	150,000
蜀海零售產品	2,400	3,360	4,200
總計	84,400	113,360	154,200

在達致蜀海定製產品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 本集團過往向蜀海供應鏈集團銷售的蜀海定製產品，包括銷量及售價；
- (ii) 2020年至2021年的建議年度上限有輕微下降，原因是預計COVID-19疫情會對中小型餐飲服務客戶造成影響；
- (iii) 根據定價公式計算得出的向獨立第三方經銷商所作出售的估計整體淨利率；
- (iv) 本集團就生產蜀海定製產品產生的現有生產成本及開支；及
- (v) 估計對蜀海定製產品的需求增加。蜀海供應鏈一直在拓展其客戶基礎，預期將導致本集團對蜀海定製產品的需求有所上升。

在達致蜀海零售產品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 本集團過往向蜀海供應鏈集團銷售的蜀海零售產品數量；
- (ii) 本集團向獨立第三方經銷商銷售的類似產品的現行市價；
- (iii) 本集團就生產蜀海零售產品所產生的現有生產成本及開支；及
- (iv) 對蜀海零售產品的估計需求。蜀海供應鏈一直在拓展其客戶基礎，預期將導致對本集團蜀海零售產品的需求有所上升。

蜀海供應鏈集團現時擁有20家公司，於中國15大城市中開展其業務，服務約6,500位零售客戶。本公司了解到蜀海供應鏈未來的業務計劃為通過擴大客戶基礎，提供豐富的食品及飲料種類，以擴展其於中國及海外的市場。

董事預期定製餐飲業務於2021年將逐漸恢復，且根據蜀海供應鏈的業務計劃，本公司估計2021年至2023年每年的交易金額將有約30%的增長水平。

(II) 訂立蜀海銷售協議的理由及裨益

自2019年年中，本集團透過蜀海供應鏈向多名第三方餐飲服務供應商供應調味料產品，這是因為蜀海供應鏈擁有龐大的客戶網絡且其目前正向許多著名企業供應食材。蜀海供應鏈主要從事向餐飲服務供應商供應食材及提供倉儲及物流服務。其龐大的客戶網絡能夠為本集團產品帶來更多的客戶並提高本集團的品牌形象。

(III) 有關各訂約方的資料

蜀海供應鏈及其附屬公司主要從事食材供應及提供倉儲及物流服務。

(IV) 上市規則的涵義

張勇先生及其妻子舒萍女士（分別為本公司非執行董事及執行董事）合共持有本公司已發行股份總數約35.63%，因此為本公司的控股股東。董事長施永宏先生持有本公司已發行股份總數約16.97%，因此為本公司的主要股東。

蜀海供應鏈由樂達海生持有約45%及靜海投資持有約27.56%。

由於蜀海供應鏈為本公司控股股東（張勇先生及舒萍女士）的聯繫人，因此為本公司的關連人士，而根據上市規則，蜀海銷售協議項下擬進行交易構成本公司的持續關連交易。

由於(i)根據海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議將銷售的產品性質相似及(ii)海底撈及蜀海供應鏈均為控股股東張勇先生及舒萍女士的聯繫人，因此根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議項下擬進行的交易將合併計算。因此，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議的年度上限乃合併計算。

由於合併計算交易的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，蜀海銷售協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

(V) 董事就蜀海銷售協議作出的確認

董事(包括獨立非執行董事)認為，蜀海銷售協議已且將於本集團日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，屬公平合理且符合本公司及股東整體利益。董事(包括獨立非執行董事)認為，蜀海銷售協議下的建議年度上限屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

除張勇先生、舒萍女士及施永宏先生外，概無董事於蜀海銷售協議擁有任何重大權益或須就有關批准蜀海銷售協議的董事會決議案放棄投票。蜀海供應鏈由樂達海生控制，而樂達海生由北京宜涵諮詢管理有限公司(由張勇先生及舒萍女士控制的公司)持有約62.70%及由施永宏先生擁有約14.85%。

(VI) 獨立股東批准

根據上市規則，張勇先生、舒萍女士及施永宏先生及彼等各自的聯繫人(合共持有550,710,513股股份，相當於已發行股份的約52.60%)將在股東特別大會上就批准蜀海銷售協議(包括建議年度上限)的普通決議案放棄投票。

本公司將於股東特別大會上尋求獨立股東批准(其中包括)蜀海銷售協議，條件是：

1. 蜀海銷售協議的年度交易金額須不超過相關年度上限；
2. (i) 蜀海銷售協議將於本集團的日常及一般業務過程中(a)按正常商業條款或更佳條款訂立；或(b)倘無可供比較資料，則按不遜於本集團可從獨立第三方獲得的條款訂立；及
(ii) 交易將根據蜀海銷售協議按公平合理的條款訂立，並符合本公司及股東的整體利益。

本公司將遵守上市規則有關蜀海銷售協議項下交易的相關條文。

C. 蜀海購買協議

(I) 向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材

背景

茲提述本公司日期為2020年12月7日的公告，內容有關（其中包括）重續2021年至2023年持續關連交易的年度上限。

蜀海購買協議下的持續關連交易

於2020年12月7日，本公司與蜀海供應鏈訂立蜀海購買協議，據此，本集團同意向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材，自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期不超過三年。蜀海購買協議的主要條款概述如下。

蜀海購買協議

日期

2020年12月7日

訂約方

- (1) 本公司
- (2) 蜀海供應鏈

條款

蜀海購買協議初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在遵守上市規則及適用法律法規的情況下，蜀海購買協議可不時再續期三年，除非本公司於協議期限屆滿前向蜀海供應鏈發出通知表示反對。重續蜀海購買協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據蜀海購買協議的條款，本集團將向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材。該等蜀海食材將主要用於生產方便速食品。

蜀海食材的售價乃基於下文所載的定價政策釐定。蜀海食材將按個別訂單基準進行購買，訂單列明產品類型、購買量及交付日期等。

定價基準

蜀海食材的購買價應由訂約方於參考可資比較公司出售類似食材的市價後經公平磋商釐定。蜀海食材將按不遜於蜀海供應鏈集團向任何獨立第三方提供的條款向本集團出售。

採購團隊會與獨立第三方至少就相若數量的產品磋商兩份其他同類交易以釐定蜀海供應鏈提供的價格與條款是否公平合理及是否與不相關第三方所提供的價格與條款相當。本集團將確保蜀海食材的購買價將不遜於採購團隊自獨立第三方供應商獲取的報價。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估蜀海食材的購買價。

支付條款

本公司須於付運產品及蜀海供應鏈集團出具交付發票後按月付款。

過往金額

下表載列截至2019年12月31日止七個月及截至2020年9月30日止九個月根據現有蜀海購買協議購買蜀海食材的過往金額以及截至2020年12月31日止年度的年度上限：

截至2019年12月31日 止七個月 (人民幣千元)	截至2020年9月30日 止九個月 (人民幣千元) (未經審核)	截至2020年12月31日 止年度的年度上限 (人民幣千元)
22,266	40,756	228,037

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2020年12月31日止年度的年度上限。

建議年度上限及釐定基準

本公司就截至2023年12月31日止三個年度蜀海購買協議的年度上限作出如下估計：

截至2021年12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2023年12月31日 止年度 (人民幣千元)
215,000	300,000	375,000

在達致上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 蜀海供應鏈集團的歷史交易金額；
- (ii) 自熱小火鍋自2017年推出以來銷售量的快速增長以及需求量的估計增長，該增長表現在本集團於2019年方便速食品（主要是自熱小火鍋）的銷售收入，達到約人民幣999.0百萬元，與2017年銷售收入約人民幣61.4百萬元相比急劇增長了逾16.3倍；

- (iii) 2020年至2021年的年度上限有輕微下降，原因是(a)本集團需確保第三方供應商能夠穩定供應食材及(b)經考慮採購及物流成本，為生產方便速食品，本集團增加霸州、鄭州、成都裝配工廠，將部分採購訂單分配給其他第三方供應商；
- (iv) 自獨立第三方購買類似食材的歷史購買額。截至2019年12月31日止年度，本集團購買袋裝牛肉或牛雜總額達約人民幣276.7百萬元；及
- (v) 可資比較公司出售類似食材的市價。

蜀海供應鏈集團多年來一直向海底撈火鍋餐廳供應牛肉、牛雜、蝦等肉類產品，其產品質量、穩定的供應及健康標準的優勢深受海底撈集團及於其食用火鍋的最終端客戶的信任。

本集團自2019年下半年起首次採購蜀海食材，因此該期間購買蜀海食材的歷史交易金額僅達到人民幣22.3百萬元。蜀海食材達到質量及健康標準後，本集團不斷增加其自蜀海供應鏈集團採購量，並在未來幾年將其原有採購來源從其他第三方供應商轉變為蜀海供應鏈集團。

本集團於2019年從獨立供應商中購買類似的牛肉牛雜火鍋食材的購買金額約為人民幣276.7百萬元，介於蜀海購買協議項下2021年至2022年各年為人民幣215百萬元及人民幣300百萬元的建議年度上限之間。本集團現計劃進一步擴大方便速食品的生產及銷售力度，於2021年至2023年三個年度各年從蜀海供應鏈集團採購更多食材。經考慮本集團的方便速食品銷量急劇增長（自2017年至2019年三年間增加了近16.3倍）及本集團積極的業務擴張計劃（即於未來幾年不斷創新、研發並生產更多種類的方便速食品），本公司應將其更多的產品供應來源從小分散供應商轉變為蜀海供應鏈集團，該集團能夠滿足本公司的需求，多年來受到本公司的肯定。

(II) 訂立蜀海購買協議的理由及裨益

本集團生產方便速食品並計劃進一步擴大其生產及銷售，是由於其日益受歡迎的需求。蜀海供應鏈集團主要從事供應食材及提供倉儲及物流服務予餐飲服務供應商。蜀海供應鏈在中國擁有八個生產基地，其產品已取得AIB及ISO22000認證。目前，蜀海供應鏈集團是海底撈集團餐廳的主要食品供應商之一，其亦向其他知名企業供應食品。其食材的範圍廣泛，使本集團能夠獲得可用於生產方便速食品的優質食材。蜀海供應鏈集團亦擁有強大的研發團隊，使其能夠開發及生產優質產品及就食品安全向本集團作出保證。

(III) 有關各訂約方的資料

本集團主要在中國從事火鍋調味料產品、中式複合調味料產品及方便速食產品（主要是自熱小火鍋）的生產及銷售。

蜀海供應鏈及其附屬公司主要從事供應食材及提供倉儲及物流服務。

(IV) 上市規則的涵義

張勇先生及其妻子舒萍女士（分別為本公司非執行董事及執行董事）合共持有本公司已發行股份總數約35.63%，因此為本公司的控股股東。董事長施永宏先生持有本公司已發行股份總數的約16.97%，因此為本公司的主要股東。

蜀海供應鏈由樂達海生持有約45%及靜海投資持有約27.56%。

由於蜀海供應鏈為本公司控股股東（張勇先生及舒萍女士）的聯繫人，因此為本公司的關連人士，而根據上市規則，蜀海購買協議項下擬進行的交易構成本公司的持續關連交易。

由於計算交易的適用百分比率（定義見上市規則第14.07條）超過5%，蜀海購買協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准的規定。

(V) 董事就蜀海購買協議作出的確認

董事（包括獨立非執行董事）認為，蜀海購買協議已且將於本集團日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，屬公平合理且符合本公司及股東整體利益。董事（包括獨立非執行董事）認為，蜀海購買協議下的建議年度上限屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

除張勇先生、舒萍女士及施永宏先生外，概無董事於蜀海購買協議擁有任何重大權益或須就董事會決議案放棄投票。蜀海供應鏈由樂達海生控制，而樂達海生由北京宜涵諮詢管理有限公司（由張勇先生及舒萍女士控制的公司）持有約62.70%及由施永宏先生擁有約14.85%。

(VI) 獨立股東批准

根據上市規則，張勇先生、舒萍女士及施永宏先生及彼等各自的聯繫人（合共持有550,710,513股股份，相當於已發行股份的約52.60%）將在股東特別大會上就批准蜀海購買協議（包括建議年度上限）的普通決議案放棄投票。

本公司將於股東特別大會上尋求獨立股東批准（其中包括）蜀海購買協議，條件是：

1. 蜀海銷售協議的年度交易金額須不超過相關年度上限；
2. (i) 蜀海購買協議將於本集團的日常及一般業務過程中(a)按正常商業條款或更佳條款訂立；或(b)倘無可供比較資料，則按不遜於本集團可從獨立第三方獲得的條款訂立；及
(ii) 交易將根據蜀海購買協議按公平合理的條款訂立，並符合本公司及股東的整體利益。

本公司將遵守上市規則有關蜀海購買協議項下交易的相關條文。

D. 合資公司產品互供框架協議

(I) 向合資公司銷售調味料產品及自合資公司購買方便速食品

背景

茲提述本公司日期為2020年12月7日的公告，內容有關重續2021年至2023年持續關連交易的年度上限。

合資公司產品互供框架協議下的持續關連交易

於2020年12月7日，本公司與合資公司訂立合資公司調味料產品銷售協議及合資公司方便速食品銷售協議，據此，(i)根據合資公司調味料產品銷售協議，本公司(為其本身及代表其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售調味料產品，用作生產方便速食品的原材料；及(ii)根據合資公司方便速食品銷售協議，合資公司同意向本集團(合資公司除外)出售方便速食品，自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。

合資公司產品互供框架協議的主要條款概述如下。

合資公司產品互供框架協議

日期

2020年12月7日

訂約方

- (1) 本公司
- (2) 合資公司

年期

合資公司產品互供框架協議的初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在遵守上市規則及適用法律法規的情況下，合資公司產品互供

框架協議可不時再續期三年，除非本公司於協議期限屆滿前一個月向合資公司發出書面通知表示反對。重續合資公司產品互供框架協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據合資公司產品互供框架協議，(a)本公司（為其本身及代表其附屬公司，合資公司除外）同意向合資公司出售調味料產品，用作生產方便速食品的原材料；及(b)合資公司同意向本公司及其附屬公司（合資公司除外）出售方便速食品。

(a)出售予合資公司的調味料產品及(b)出售予本公司的方便速食品的數量並無在合資公司產品互供框架協議中釐定，但將由相關訂約方不時協商釐定。

於合資公司產品互供框架協議當前年期內，本公司與合資公司可根據符合合資公司產品互供框架協議的條款及條件就買賣調味料產品及方便速食品不時訂立獨立協議。

定價基準

調味料產品的售價及方便速食品的購買價須由訂約方參考多項因素而釐定，有關詳情於下文進一步披露。如一方擬調整前述價格，應提前一個月書面通知，並經雙方協商一致。

(a) 銷售調味料產品

調味料產品的售價應由訂約方於參考以下各項後經公平磋商釐定：(i)本集團就生產產品所產生的現行生產成本及開支，及(ii)可資比較公司出售類似產品的市價。向合資公司出售的調味料產品銷售價格應不遜於對獨立第三方的銷售價格。

(b) 購買方便速食品

方便速食品的購買價應由訂約方於參考以下各項後經公平磋商釐定：(i)就生產方便速食品所產生的生產成本(包括原材料成本)、銷售及行政開支，及(ii)類似產品的當時市價。方便速食品的購買價格應不遜於獨立第三方提供的報價。

支付條款

合資公司產品互供框架協議項下的結算應按照雙方商定的結算方式及時妥善辦理，並在次月結清。

過往金額

下表載列截至2019年12月31日止兩個年度及截至2020年9月30日止九個月根據現有合資公司產品互供框架協議向合資公司銷售調味料產品及購買自熱小火鍋的過往金額以及截至2020年12月31日止年度的年度上限：

	截至2018年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2019年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2020年 9月30日 止九個月 (人民幣千元) (未經審核)	截至2020年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣千元)
銷售調味料產品	7,918	58,396	59,793	121,251
購買自熱小火鍋	96,750	127,219	69,764	331,066
總計	104,668	185,615	129,557	452,317

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2020年12月31日止年度的年度上限。

建議年度上限及釐定基準

本公司估計截至2023年12月31日止三個年度合資公司產品互供框架協議的年度上限如下：

	截至2021年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2023年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
銷售調味料產品	530,000	833,000	1,250,000
購買方便速食品	356,000	534,000	748,000
總計	886,000	1,367,000	1,998,000

在達致出售調味料產品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

有關出售調味料產品的年度上限按方便速食品的預計需求量釐定。由於調味料產品將用作生產方便速食品的原材料，前者的需求量與後者的市場需求成直接比例，相關資料載於下文。

在達致購買方便速食品的上述建議年度上限時，本集團已計及以下因素：

- (i) 類似產品的現行市價；
- (ii) 本集團推出新方便速食品，例如沖泡粉及乾拌飯；
- (iii) 合資公司就生產方便速食品時產生的現有生產成本及開支；及
- (iv) 國內餐飲業以及方便速食品市場增長勢頭迅猛，市場前景廣闊。

本集團自2017年9月成立以來一直向合資公司供應調味料產品供其生產方便速食品。本集團通常從蜀海供應鏈集團採購牛肉及牛雜，其他食材則從其他獨立供應商採購。合資公司主要將所有食材及調味料產品組合成方便速食品包裝銷售給本集團、其他獨立經銷商及獨立客戶。由於合資公司不斷創新研發及生產新的方便速食品銷往市場，因此合資公司須增加其從本集團的調味料產品採購量以及從蜀海供應鏈集團及／或其他獨立供應商的食材採購量。得益於過往兩年的經驗，蜀海食材的質量及健康標準令人信納，本集團不斷增加其從蜀海供應鏈集團的採購量，且並在未來幾年將其原有採購來源從其他第三方供應商轉變為蜀海供應鏈集團。

本集團現採取研發策略以開發新產品，即「基於項目的產品系統」，這是一項依賴於本集團強大的研發平台及支持渠道的激勵機制，其僱員將組成一支團隊以研發創新性新產品，該等新產品的研發項目將由團隊負責整個工作流程，即從提議到推廣上市。於項目完成推廣至市場並獲得盈利後，該項目團隊將即時獲得相應獎勵。該政策為所有員工提供機會研發新產品，提高了新產品的研發效率並激發員工探索各種市場。該機制目前運行情況良好，於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，推廣至市場的新產品數量分別增加了5款、7款、12款及22款方便速食品，截至2017年至2019年止三個年度各年以及截至2020年6月30日止六個月，分別產生了人民幣61.4百萬元、人民幣449.3百萬元、人民幣999.0百萬元及668.2百萬元的收入。每款方便速食品於2017年至2019年分別不斷產生人民幣12.3百萬元、人民幣64.2百萬元至人民幣83.2百萬元的平均收入。本集團於可預見未來將繼續創新研發並生產更多種類的方便速食品。

(II) 訂立合資公司產品互供框架協議的理由及裨益

方便速食品為可在零售市場買賣及可在線上線下銷售渠道銷售的便攜即食產品。

透過向合資公司出售調味料產品，本公司可進一步保證合資公司將生產的方便速食品能夠達到令人滿意之質量。

本集團可通過本集團的天貓旗艦店等特有渠道向客戶提供合資公司的產品，進一步加大方便速食品的銷售，提升本公司的盈利能力。

(III) 有關各訂約方的資料

本集團主要在中國從事火鍋調味料產品、中式複合調味料產品及方便速食品（主要是自熱小火鍋）的生產及銷售。

合資公司主要從事方便速食品的生產及銷售。

新派上海主要從事餐飲管理及餐飲服務。

(IV) 上市規則的涵義

合資公司目前為本公司持有60%股權的非全資附屬公司。由於合資公司由新派上海擁有40%股權，而新派上海為海底撈全資附屬公司，且張勇先生及舒萍女士均為海底撈的控股股東，因此合資公司為本公司的關連附屬公司。因此，就上市規則而言，合資公司產品互供框架協議項下擬進行的交易構成本公司的持續關連交易。

由於向合資公司出售調味料產品（用作生產方便速食品的原材料）與其後購買方便速食品相關，根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，合資公司產品互供框架協議項下擬進行的出售及購買交易將合併計算並將其視為一項交易處理。因此，有關(i)出售調味料產品；及(ii)購買方便速食品的年度上限合併計算。

由於適用百分比率（定義見上市規則第14.07條）超過5%，因此合資公司產品互供框架協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

(V) 董事就合資公司產品互供框架協議作出的確認

董事(包括獨立非執行董事)認為，合資公司產品互供框架協議已且將於本集團日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，屬公平合理且符合本公司及股東整體利益。董事(包括獨立非執行董事)認為，合資公司產品互供框架協議下的建議年度上限屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

由於張勇先生、舒萍女士及施永宏先生間接於新派上海擁有股權，而新派上海於合資公司持有40%股權，故彼等於批准合資公司產品互供框架協議之相關董事會決議案中放棄投票。除張勇先生、舒萍女士及施永宏先生外，概無其他董事於合資公司產品互供框架協議中擁有重大權益而須於批准合資公司產品互供框架協議及其項下之建議年度上限的董事會決議案中放棄投票。

(VI) 獨立股東批准

根據上市規則，張勇先生、舒萍女士、施永宏先生及彼等各自的聯繫人(合共持有550,710,513股股份，相當於已發行股份的約52.60%)將在股東特別大會上就批准合資公司產品互供框架協議(包括建議年度上限)的普通決議案放棄投票。

本公司將於股東特別大會上尋求獨立股東批准(其中包括)合資公司產品互供框架協議，條件是：

1. 合資公司產品互供框架協議的年度交易金額須不超過相關年度上限；
2. (i) 合資公司產品互供框架協議將於本集團的日常及一般業務過程中(a)按正常商業條款或更佳條款訂立；或(b)倘無可供比較資料，則按不遜於本集團可從獨立第三方獲得的條款訂立；及
(ii) 交易將根據合資公司產品互供框架協議按公平合理的條款訂立，並符合本公司及股東的整體利益。

本公司將遵守上市規則有關合資公司產品互供框架協議項下交易的相關條文。

內部監控措施

本集團已設有全面的內部監控系統，以確保不獲豁免框架協議的條款屬公平合理，以及不獲豁免框架協議乃按正常商業條款或更佳條款在本集團日常業務過程中進行，並符合本公司及股東的整體利益。相關內部監控措施包括：

- (i) 本集團已指定一支由業務經營、法律、風險控制及財務部以及董事會辦公室組成的高級管理層團隊以持續監察持續關連交易。有關高級管理層團隊持續追蹤及定期監察持續關連交易進程，並向董事會報告。
- (ii) 本公司業務部有關人員將定期查核市場價格情況，以考慮特定交易的收費定價是否公平合理以及遵照有關持續關連交易的定價基準：
 - (a) 市場推廣團隊均不時（定期及／或在議價前）經由研究調查收集市場情報以及獲取獨立第三方報價，確定本身產品相較於市場類似產品的質素如何以及市場內每類產品的參考價格。產品的基準價格及售價將錄入本集團的計算機系統，因此產品的購買價及售價將作為系統內價格的參考；及
 - (b) 本公司將定期按月檢討本身產品的銷售、利潤率、市場及盈利能力，以及確保交易在年度上限的範圍以內。
- (iii) 本集團高級管理層團隊連同財務部定期監控每類持續關連交易的實際產生金額，以確保不會超過相關年度上限。
- (iv) 本集團高級管理層團隊定期組織及進行內部監控測試以評估持續關連交易相關內部監控措施的完整性及有效性。

董事會函件

- (v) 董事會按年檢討持續關連交易的執行情況，以及每半年審閱財務報表（包括持續關連交易的披露情況）。檢討內容主要包括本集團及關連人士於相關年度或半年度是否已履行持續關連交易的相關協議條款，以及本集團與關連人士之間所產生的實際交易金額是否在年度上限範圍內。
- (vi) 本集團高級管理層團隊按月收集及檢討持續關連交易，以保證(i)關連人士於相關月份已履行持續關連交易的相關協議條款；及(ii)本集團與關連人士之間所產生及估計產生的實際交易金額在年度上限範圍內。
- (vii) 獨立非執行董事每年檢討持續關連交易，並在本公司年報中就持續關連交易是否(i)在本集團日常業務過程中；(ii)按正常商業條款或更佳條款以及按屬公平合理的條款進行；(iii)按照相關協議的條款進行；及(iv)符合本公司及股東的整體利益作出年度確認。
- (viii) 審計委員會指派獨立內部審計團隊任務，確保有關持續關連交易的本公司內部控制措施保持有效及完整。
- (ix) 為協助本公司遵守上市規則第十四A章所列的適用規則，本公司的外聘核數師根據「《香港核證工作準則第3000號－「審核或審閱過往財務資料以外的核證工作」」的規定並參照香港會計師公會頒佈的「《實務說明》第740號－關於香港上市規則所述持續關連交易的核數師函件」對本公司的持續關連交易執行工作，並根據適用的會計準則及上市規則就已在本公司年報中披露的持續關連交易發出函件。

重選執行董事

根據組織章程細則第16.2條，由董事會委任以填補董事會臨時空缺或增任董事的任何董事任期僅直至本公司下一屆股東週年大會召開之時，但合資格可於該會議上膺選連任。根據上市規則附錄十四第A.4.2條，所有為填補臨時空缺而獲委任的董事應在接受委任後的首次股東大會上接受股東推選。因此，董事會於2020年8月25日委任趙曉凱先生以填補因執行董事辭職而產生的臨時空缺，趙曉凱先生將於股東特別大會上退任並膺選連任。

趙曉凱先生，44歲，現為本公司供應體系總監。其負責管理本公司供應體系的工作，致力於優化及管控工廠的生產、倉儲物流及技術研究等工作。其於風險管理和控制、成本優化、質量控制與供應鏈管理方面擁有豐富經驗。趙先生於2017年3月31日加入本公司，擔任總經理特別助理職位，並自2017年12月1日起擔任供應管理部之總監。於此之前，趙先生於2016年5月至2017年3月擔任青島道格拉斯洋酒有限公司製造總經理一職，於2004年4月至2016年4月就職於亨氏(青島)食品有限公司，曾擔任運營總監職位，於2000年10月至2004年4月擔任聯合利華百仕福質量審核員，於1998年7月至2000年10月擔任濰坊裕華食品有限公司生產主任。趙曉凱先生於1998年畢業於集美大學，取得工程學士學位。

根據本公司與趙先生訂立的服務協議，趙先生的任期將由2020年8月25日起計三年，惟須遵守本公司組織章程細則所載退任及輪值告退的規定。趙先生或本公司可發出不少於一個月的書面通知終止服務協議。趙先生有權收取本公司薪酬委員會參照本公司及其表現可能釐定的薪酬、酌情花紅或其他福利。本公司董事的薪酬詳情載於本公司年報。

於最後實際可行日期，趙先生於160,000股股份中擁有的權益(定義見證券及期貨條例第XV部)載列如下：

身份／權益性質	普通股數目	佔已發行 股本總額的 股權概約 百分比 (%)
實益擁有人	160,000	0.015

除本通函所披露者外，趙先生(i)於本公司或本集團其他成員公司並無擔任其他職位；(ii)於最近三年並無於證券在香港或海外任何證券市場上市的其他公眾公司擔任任何董事職務；(iii)與本公司任何其他董事、高級管理層、主要股東或控股股東(定義見上市規則)並無任何關聯；(iv)並無於根據證券及期貨條例第XV部的證券中擁有任何權益；及(v)並無根據上市規則第13.51(2)(h)條及第13.51(2)(v)條任何規定須予披露的資料；且概無其他事宜須提請本公司股東垂注。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將由2020年12月28日(星期一)至2020年12月31日(星期四)期間(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，以決定股東是否合資格出席股東特別大會並於會上投票。於2020年12月24日(星期四)營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東將合資格出席股東特別大會並於會上投票。為符合資格出席股東特別大會並於會上投票，所有過戶文件連同有關股票及過戶表格必須於2020年12月24日(星期四)下午四時三十分前交回本公司的香港證券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。

股東特別大會

股東特別大會通告載於本通函第105頁至第108頁，會上(其中包括)將向股東提呈普通決議案，以考慮及批准(i)根據海底撈總銷售協議(包括建議年度上限)向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品；(ii)根據蜀海銷售協議(包括建議年度上限)由本集團向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品及蜀海零售產品；(iii)根據蜀海購買協議自蜀海供應鏈購買蜀海食材；(iv)根據合資公司產品互供框架協議(包括建議年度上限)向合資公司銷售調味料產品及自合資公司購買方便速食品；及(v)建議重選趙曉凱先生為執行董事。

隨函附奉股東特別大會適用的代表委任表格。該代表委任表格亦刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)。無論閣下是否能夠出席股東特別大會，務須按照隨附代表委任表格印列的指示填妥表格，並於股東特別大會或其任何續會指定舉行時間不少於48小時前交回本公司的香港證券登記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17M樓。填妥及交回代表委任表格後，股東仍可依願親身出席股東特別大會或其任何續會並於會上投票。

根據上市規則，張勇先生、舒萍女士、施永宏先生及彼等各自的聯繫人於各不獲豁免框架協議中擁有重大權益，將在股東特別大會上就批准各不獲豁免框架協議（包括建議年度上限）的普通決議案放棄投票。

除所披露者外，概無其他股東於建議決議案中有任何重大權益，因此並無其他股東須就該等決議案放棄投票。

根據上市規則第13.39(4)條及組織章程細則第13.5條，於任何股東大會上提呈表決的決議案須以投票方式決定，惟大會主席真誠決定容許純粹有關上市規則所訂明的程序或行政事宜的決議案以舉手方式表決除外。

於投票表決時，每名親身或委派代表出席大會的股東（或若股東為法團，則其正式授權的代表）可就股東名冊內以其名義登記的每股股份投一票。有權投一票以上的股東毋須盡投其票或以同一方式投出全部票數。

董事會的推薦意見

董事認為，不獲豁免框架協議的條款（包括頤海持續關連交易項下的建議上限）屬公平合理，且屬正常商業條款或更佳條款，以及頤海持續關連交易乃於日常及一般業務過程中進行。彼等亦認為，頤海持續關連交易及建議重選執行董事符合本公司及股東的整體利益。因此，董事建議股東投票贊成將於股東特別大會上提呈的全部相關普通決議案。

獨立財務顧問及獨立董事委員會的推薦意見

獨立董事委員會已告成立，以就頤海持續關連交易（包括建議年度上限）向獨立股東提供意見，而第一上海已獲委任為獨立財務顧問，以向獨立董事委員會及獨立股東提供意見。

董事會函件

獨立財務顧問認為，不獲豁免框架協議(包括建議年度上限)乃按正常商業條款在本集團日常及一般業務過程中進行。獨立財務顧問亦認為，不獲豁免框架協議(包括建議年度上限)屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。第一上海發出的獨立財務顧問函件全文(當中載有其就不獲豁免框架協議(包括建議年度上限)作出的推薦意見)載於本通函第45頁至第97頁。

經考慮第一上海的意見後，獨立董事委員會認為，不獲豁免框架協議的條款(包括建議年度上限)就獨立股東而言屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。因此，獨立董事委員會建議獨立股東投票贊成將於股東特別大會上提呈的相關普通決議案，以批准不獲豁免框架協議(包括建議年度上限)。獨立董事委員會函件全文載於本通函第43頁至第44頁。

此致

列位股東 台照

代表董事會
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長
謹啟

2020年12月15日



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)

- (1) 就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限
- (2) 重選執行董事
- 及
- (3) 股東特別大會通告

敬啟者：

吾等已獲委任為獨立董事委員會，以就頤海持續關連交易（包括建議年度上限）為閣下提供意見，有關交易詳情載於本公司致股東日期為2020年12月15日的通函（本函件為其中一部分）中的董事會函件內。吾等謹此提呈閣下垂注通函第45頁至第97頁所載的獨立財務顧問函件。除文義另有所指外，通函所界定詞彙於本函件內具有相同涵義。

經考慮董事會函件所載的資料、不獲豁免框架協議的條款，以及第一上海就此作出的意見（載於通函第45頁至第97頁）後，吾等認為，不獲豁免框架協議（包括建議年度上限）乃按正常商業條款在本集團日常及一般業務過程中進行。吾等亦認為，不獲豁免框架協議（包括建議年度上限）符合本公司及股東的整體利益，以及就獨立股東而言屬公平合理。

獨立董事委員會函件

因此，吾等建議獨立股東投票贊成將於股東特別大會上提呈的相關普通決議案，以批准(i)海底撈總銷售協議(包括建議年度上限)、(ii)蜀海銷售協議(包括建議年度上限)、(iii)蜀海購買協議(包括建議年度上限)及(iv)合資公司產品互供框架協議(包括建議年度上限)。

此致

獨立股東 台照

頤海國際控股有限公司

邱家賜

錢明星

葉蜀君

獨立非執行董事

謹啟

2020年12月15日

獨立財務顧問函件

以下為獨立財務顧問向獨立董事委員會及獨立股東發出的函件全文，當中載有其就根據各不獲豁免框架協議擬進行的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）提供的意見，以供載入本通函。



第一上海融資有限公司

香港

德輔道中71號

永安集團大廈

19樓

敬啟者：

就2021年至2023年重續持續關連交易年度上限

緒言

茲提述吾等獲委聘為獨立財務顧問，以就分別根據海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議、蜀海購買協議及合資公司產品互供框架協議（統稱「不獲豁免框架協議」）擬進行的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）向獨立董事委員會及獨立股東提供意見，有關詳情載於日期為2020年12月15日向股東寄發的通函（「通函」），而本函件為通函一部分。除非文義另有所指，否則本函件所使用詞彙與通函所界定者具有相同涵義。

貴集團多年來已與其關連人士訂立(其中包括)以下各項協議,該等協議將於2020年12月31日屆滿:(i)現有海底撈總銷售協議、(ii)現有蜀海銷售協議、(iii)現有蜀海購買協議及(iv)現有合資公司產品互供框架協議。

貴公司擬於2020年12月31日後繼續訂立類似性質的交易。因此,於2020年12月7日,貴集團分別訂立(i)海底撈總銷售協議、(ii)蜀海銷售協議、(iii)蜀海購買協議及(iv)合資公司產品互供框架協議,其性質與根據現有協議進行的交易類似,期限自2021年起至2023年止,為期三年。

上市規則的涵義

海底撈總銷售協議

張勇先生(非執行董事)及其妻子舒萍女士(執行董事)合共持有貴公司已發行股份總數的約35.63%,因此彼等為貴公司的控股股東。施永宏先生(董事長)持有貴公司已發行股份總數的約16.97%,因此為貴公司的主要股東。

海底撈由控股股東張勇先生及舒萍女士持有約68.16%,並由施永宏先生及其妻子持有約15.95%。

由於海底撈為貴公司控股股東的聯繫人,因此為貴公司的關連人士,根據上市規則,貴集團與海底撈集團之間的銷售交易構成貴公司的持續關連交易。

由於(i)根據海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議將銷售的產品性質相似及(ii)海底撈及蜀海供應鏈均為控股股東張勇先生及舒萍女士的聯繫人,因此根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條,海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議項下擬進行的交易將合併計算。因此,海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議的年度上限乃合併計算。

由於合併計算交易的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%,海底撈總銷售協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

蜀海銷售協議

張勇先生及其妻子舒萍女士（分別為 貴公司非執行董事及執行董事）合共持有 貴公司已發行股份總數的約35.63%，因此為 貴公司的控股股東。施永宏先生（董事長）持有 貴公司已發行股份總數的約16.97%，因此為 貴公司的主要股東。

蜀海供應鏈由樂達海生持有約45%，並由靜海投資持有約27.56%。

由於蜀海供應鏈為 貴公司控股股東（張勇先生及舒萍女士）的聯繫人，因此為 貴公司的關連人士，而根據上市規則，蜀海銷售協議項下擬進行交易構成 貴公司的持續關連交易。

由於(i)根據海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議將銷售的產品性質相似及(ii)海底撈及蜀海供應鏈均為控股股東張勇先生及舒萍女士的聯繫人，因此根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議項下擬進行的交易將合併計算。因此，海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議的年度上限乃合併計算。

由於合併計算交易的適用百分比率（定義見上市規則第14.07條）超過5%，蜀海銷售協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

蜀海購買協議

張勇先生及其妻子舒萍女士（分別為 貴公司非執行董事及執行董事）合共持有 貴公司已發行股份總數的約35.63%，因此為 貴公司的控股股東。董事長施永宏先生持有 貴公司已發行股份總數的約16.97%，因此為 貴公司的主要股東。

蜀海供應鏈由樂達海生持有約45%，並由靜海投資持有約27.56%。

由於蜀海供應鏈為 貴公司控股股東（張勇先生及舒萍女士）的聯繫人，因此為 貴公司的關連人士，而根據上市規則，蜀海購買協議項下擬進行交易構成 貴公司的持續關連交易。

由於計算交易的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，蜀海購買協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

合資公司產品互供框架協議

合資公司目前為 貴公司持有60%股權的非全資附屬公司。由於合資公司由新派上海擁有40%股權，而新派上海為海底撈全資附屬公司，且張勇先生及舒萍女士均為海底撈的控股股東，因此合資公司為 貴公司的關連附屬公司。因此，就上市規則而言，合資公司產品互供框架協議項下擬進行的交易構成 貴公司的持續關連交易。

由於向合資公司出售調味料產品作為生產方便速食品的原材料及與其後購買方便速食品相關，根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，合資公司產品互供框架協議項下擬進行的出售及購買交易將合併計算並將其視為一項交易處理。因此，有關(i)出售調味料產品；及(ii)購買方便速食品的年度上限合併計算。

由於適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，因此合資公司產品互供框架協議項下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告及獨立股東批准規定。

貴公司現召開股東特別大會以考慮及酌情批准頤海持續關連交易(包括各自的建議年度上限)。

根據上市規則，張勇先生、舒萍女士及施永宏先生及彼等各自的聯繫人於海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議、蜀海購買協議及合資公司產品互供框架協議中擁有重大權益，並將於股東特別大會就批准上述協議的普通決議案放棄投票。

獨立董事委員會

貴公司已成立由全體三位獨立非執行董事邱家賜先生、錢明星先生及葉蜀君女士組成的獨立董事委員會，以就各不獲豁免框架協議項下的頤海持續關連交易(包括各自的建議年度上限)向獨立股東提供意見。

吾等已獲委任為獨立財務顧問，以就下列各項向獨立董事委員會及獨立股東提供意見：(i)各不獲豁免框架協議項下的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）是否於 貴集團日常及一般業務過程中按正常商業條款開展、就獨立股東而言是否屬公平合理以及是否符合 貴公司及股東的整體利益；及(ii)獨立股東應如何就將於股東特別大會上提呈以批准各不獲豁免框架協議項下的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）的普通決議案投票。

吾等的獨立性

獨立股東務請注意，自最後實際可行日期起計過去兩年內，吾等獲委任為 貴公司及海底撈各自當時的獨立董事委員會的獨立財務顧問，為下列兩項事項提供獨立財務意見：

- (i) 關於(1)自蜀海供應鏈購買蜀海食材及(2)修訂2019年及2020年蜀海銷售協議及產品互供框架協議項下年度上限的持續關連交易，詳情載於 貴公司日期為2019年6月14日的通函；及
- (ii) 蜀韻東方協議項下的新持續關連交易及建議重續其項下2019年及2020年的年度上限，詳情載於海底撈日期為2019年10月28日的通函。

吾等亦同時擔任 貴公司及海底撈的獨立財務顧問，而吾等堅定認為將不會因為下列原因而影響吾等的獨立性。

鑒於(i)吾等在前述兩項委任中為獨立角色；(ii)概無吾等母集團的成員公司為各不獲豁免框架協議的直接訂約方或於其中擁有重大權益；及(iii)吾等除該前述兩項委任外就現時兩項委任所收取的獨立財務顧問費用只佔吾等母集團收入一個很小的百分比，吾等認為 貴公司及海底撈的前述及現時各兩項委任將不會影響吾等就本次根據各不獲豁免框架協議進行的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）提供意見的獨立性。

吾等意見的基礎

於達致吾等的推薦建議時，吾等依賴 貴公司提供的資料及事實，並假設向吾等作出的任何陳述乃屬真實、準確及完整。吾等亦依賴通函所載聲明、資料、意見及陳述以及 貴公司董事及管理層（「**管理層**」）向吾等提供的資料及陳述。吾等假設通函所

載或所述的所有資料、陳述及意見以及 貴公司董事及管理層所提供並須就此承擔全部責任的所有資料、陳述及意見於作出時乃屬真實及準確，並將於通函寄發日期仍屬準確。

董事願就通函所載資料的準確性共同及個別承擔全部責任，並於作出一切合理查詢後確認，就彼等所深知及確信，通函內所表達的意見乃經審慎周詳考慮後始行達致，而通函並無遺漏任何其他事實，致使通函所載任何陳述有所誤導。吾等認為，吾等已獲提供充分資料，並為吾等的意見構成合理基礎。吾等並無理由懷疑任何有關資料遭隱瞞，且吾等亦不知悉任何事實或情況將導致向吾等提供的資料以及作出的陳述及意見失實、不確或有所誤導。經作出一切合理查詢後，董事進一步確認，就彼等所深知，彼等相信並無遺漏其他事實或陳述，致使通函（包括本函件）內任何陳述有所誤導。然而，吾等並無就 貴公司董事及管理層所提供的資料進行任何獨立核實，亦無對就 貴集團、海底撈集團、蜀海供應鏈集團及合資公司的業務及事務進行任何獨立調查。

主要考慮因素及理由

於達致吾等就根據各不獲豁免框架協議進行的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）的意見及建議時，吾等已考慮以下主要因素及原因：

A. 海底撈總銷售協議

1. 貴集團背景資料

貴集團主要從事於中國生產及銷售火鍋調味料產品、中式複合調味料產品及方便速食品（主要是自熱小火鍋）；及向第三方銷售的主要銷售渠道包括經銷商、電商及其他特殊渠道（如火車站、旅遊景點等）。貴集團為中國領先且高速發展的複合調味料產品生產商及海底撈集團在中國的調味料產品的主要供應商，且其產品對海底撈集團的成功發展作出重大貢獻。截至2020年6月30日，貴集團共有51種火鍋調味料產品、43種中式複合調味料產品以及22種方便速食品。

貴集團初始於2005年成為海底撈集團調味料產品的內部供應商，此後一直為海底撈集團在中國的調味料產品的主要供應商，(i)向海底撈集團供應定製調味料產品；及(ii)向其他關聯方客戶供應零售產品及定製調味料產品。貴集團亦為中國家庭客戶烹飪調味料產品供應商、餐飲服務以及食品公司供應商。

貴集團已與海底撈集團訂立多項協議，共同構成其持續長期、穩定及互利的業務關係框架。該等協議乃按公平基準訂立，覆蓋海底撈集團向貴集團提供的若干服務以及向海底撈集團出售貴集團的調味料產品。由於該等合約安排，海底撈集團繼續為貴集團自其成立起最大客戶，而貴集團繼續為其在中國的調味料產品主要供應商。這穩固的一致利益有助貴集團與海底撈集團的持續擴充同步增長，而貴集團透過新建及經擴大的經銷渠道、地域擴充及新產品的開發及推出維持及擴充其多元化客戶基礎。同時，貴集團亦為中國家庭烹飪客戶、餐飲服務供應商及食品行業公司提供烹飪調味料產品解決方案。

在經營表現方面，在網絡零售持續增速及佔比不斷提升的宏觀環境下，餐飲業及零售業實現穩定增長，調味料產品行業增長趨勢亦不斷提升，貴集團繼續於中式中高端複合調味料產品市場中保持領導地位。憑藉該等有利因素，貴集團於截至2019年12月31日止七個財政年度（「年度」）的業務經營實現了高增長。於2019年度，貴集團錄得收入約人民幣4,282.5百萬元，與2018年度的人民幣2,681.4百萬元相比，同比增長約59.7%；而其淨利潤於2019年度創下新高，達到約人民幣718.6百萬元，與2018年度的人民幣517.8百萬元相比，同比增長約38.8%。

2. 海底撈集團的背景資料

海底撈集團包括海底撈（股份代碼：6862）及其附屬公司，主要以其著名商標「海底撈」在中國及海外國家從事連鎖火鍋餐廳經營。

在過去二十年間，海底撈集團發展成為中國最大的連鎖火鍋餐廳，按2015年度至2019年度的收入計，其為中國排名第一的中式菜注餐廳公司。於2019年度，海底撈集團火鍋餐廳服務了逾244百萬顧客，全年平均翻檯率為4.8次／天，截至2019年12月31

日海底撈會員增至54.73百萬。按照若干關鍵績效指標（包括但不限於餐桌周轉率、每間餐廳年度銷售額及年度客流量），海底撈集團在主要中式菜注品牌中排名第一。

2019年度，得益於中國餐飲業及火鍋餐飲消費市場的增長，海底撈集團實現同店銷售穩定增長及火鍋餐廳數量快速擴張。2019年度，貴集團向海底撈集團銷售調味料產品的收入約為人民幣1,625.6百萬元，較2018年度的收入約人民幣1,163.8百萬元增長約39.7%，主要是由於海底撈火鍋餐廳的同店收入穩定增長及在中國各地不同城市的新海底撈火鍋餐廳數量高速增長。在2013年至2019年過去七個年度間，貴集團向海底撈集團銷售調味料產品的收入一直佔貴集團總收入的重大比例。

3. 海底撈總銷售協議的主要條款

貴集團及海底撈集團訂立日期為2018年7月6日的現有海底撈總銷售協議，以規管貴集團向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品。由於現有海底撈總銷售協議自2018年7月6日開始生效，並將於2020年12月31日到期，貴公司擬於2020年12月31日後繼續訂立類似性質的交易。因此，於2020年12月7日，貴集團訂立新海底撈總銷售協議，其性質與根據現有海底撈總銷售協議進行的交易類似，期限自2021年起至2023年止為期三年。

貴集團於日常及一般業務過程中銷售為海底撈集團定製的調味料產品，供其在中國的火鍋餐廳使用。股份於聯交所上市前，頤海上海與四川海底撈及新加坡海底撈訂立現有海底撈總銷售協議及其兩份補充協議以規管有關（其中包括）向海底撈集團銷售海底撈定製產品的交易。海底撈總銷售協議的主要條款概述如下：

年期

海底撈總銷售協議的初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在符合上市規則及適用法律法規的情況下，海底撈總銷售協議可不時再續期三年，除非各訂約方於海底撈總銷售協議年期內以書面同意作出終止；或海底撈總銷售協議因適用法律法規規定、證券監管機構規定或任何具管轄權的法院

的判決或決定而被終止。在重續海底撈總銷售協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

(a) 銷售海底撈定製產品

根據海底撈總銷售協議的條款，貴集團為海底撈集團用於其中國火鍋餐廳的海底撈定製產品的主要供應商。於符合有關大規模生產及標準化的若干規定後，貴集團亦為海底撈集團用於其香港、澳門、台灣及海外火鍋餐廳的海底撈定製產品的供應商。然而，倘貴集團未能滿足所要求的產品數量或貴集團所供應海底撈定製產品的質量不符合海底撈集團的規定，與貴集團協商且在合理期限（不超過30天）內未得到解決的情況下，海底撈集團可委聘其他供應商。根據海底撈總銷售協議，貴集團可委聘合約製造商生產海底撈定製產品。

海底撈定製產品的銷售乃以列明產品類別、購買數量、售價、付運日期等的個別訂單為基準而進行。海底撈定製產品的售價應按照下文所列定價政策而釐定。

海底撈集團擁有海底撈定製產品配方（「海底撈集團配方」）的所有權，並授權貴集團及貴集團的合約生產商按免特許權使用費的基準以海底撈集團配方進行生產。貴集團必須並應採取合理的措施促使合約生產商：(i)對海底撈集團配方予以保密，及(ii)禁止向任何主要在中國從事火鍋業務及市場份額超過0.5%的海底撈集團競爭對手銷售所有使用該等配方的產品（惟海底撈集團作出書面同意除外）。

凡涉及海底撈集團與貴集團合力對海底撈集團配方作出的任何升級改良，海底撈集團將會擁有該所有權，而貴集團及其合約生產商將有權使用該升級配方以生產海底撈定製產品。就以該升級配方生產的產品的銷售而言，根據海底撈總銷售協議，有關訂約方將會訂立補充協議，以確認升級配方屬海底撈集團與貴集團共同努力的成果。

凡涉及 貴集團憑藉自身努力對海底撈集團配方作出的任何升級改良，除非有關訂約方另行協定，否則 貴集團將擁有該升級配方的所有權。倘 貴集團同意向海底撈集團供應以該升級配方生產的任何產品，根據海底撈總銷售協議，有關訂約方將會訂立補充協議，以確認升級配方屬 貴集團自身努力的成果及確認該升級配方的使用。

(b) 銷售海底撈零售產品

根據海底撈總銷售協議的條款， 貴集團為向海底撈集團供應用以在海底撈集團的網上平台及海底撈集團火鍋餐廳向顧客展示及出售的海底撈零售產品之獨家供應商。海底撈零售產品按 貴集團自身的配方生產。海底撈集團不得向任何第三方經銷商出售 貴集團的產品。

海底撈零售產品的銷售乃以列明產品類別、購買數量、付運日期等的個別訂單為基準而進行。按城市劃分的海底撈零售產品售價每半年提供予海底撈集團。

(c) 銷售方便速食品

根據海底撈總銷售協議的條款， 貴集團為向海底撈集團供應用以在海底撈集團的火鍋餐廳及海底撈集團網上平台向顧客展示及出售的方便速食品的獨家供應商。方便速食品按合資公司自身的配方生產。海底撈集團不得向任何第三方經銷商出售 貴集團的產品。用以銷售的方便速食品數量並無確定，但將由訂約方釐定及協定。

定價基準

海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的銷售價格由各方參考下列各項因素釐定。倘定價政策於未來有任何改變， 貴集團應完全遵守上市規則第十四A章項下的相關規定（如適用）。

(a) 銷售海底撈定製產品

海底撈定製產品的售價乃由訂約各方經公平磋商並參考(i)過往銷售價格、(ii)根據定價公式計算得出的向獨立第三方經銷商（「獨立經銷商」）所作出售的估

計整體淨利率、(iii)生產海底撈定製產品產生的生產成本(包括原材料成本)以及銷售及行政開支,及(iv)可資比較公司向獨立經銷商出售同類產品的市場價格而釐定。

經計及過往數據及預測估計,獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估海底撈定製產品的售價,並作出適當調整,以維持該等銷售的淨利率與向獨立經銷商作出的銷售淨利率相同。倘就海底撈定製產品產生的銷售成本及開支出現任何大幅變動,貴集團亦會調整售價。

(b) 銷售海底撈零售產品

海底撈零售產品的售價應與貴集團向獨立經銷商提供的類似產品的定價政策一致,且由訂約各方經公平磋商並參考(i)生產海底撈零售產品產生的生產成本(包括原材料成本)以及銷售及行政開支,及(ii)類似產品的現行市價而釐定。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估海底撈零售產品的售價及在生產成本出現任何重大變動時作出調整。

(c) 銷售方便速食品

方便速食品的售價應由訂約各方於參考以下各項後經公平磋商釐定:(i)就生產方便速食品所產生的生產成本(包括原材料成本)以及銷售及行政開支;及(ii)類似產品的現行市價而釐定。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估方便速食品的售價及在生產成本出現任何重大變動時作出調整。

支付條款

海底撈總銷售協議項下的結算應按照雙方商定的條款及時妥善辦理。

(a) 銷售海底撈定製產品

就對中國火鍋餐廳的銷售而言,須於付運產品及出具付運發票後按月付款;就對海外火鍋餐廳的銷售而言,則按個別訂單的購買量付款。據管理層表示,向海外火鍋店銷售的實際付款時間表通常與向中國火鍋店銷售的實際付款時間表相若。

(b) 銷售海底撈零售產品

款項於 貴集團付運產品及出具發票後按月作出。

(c) 銷售方便速食品

款項於 貴集團付運產品及出具發票後按月作出。

根據 貴公司2018年及2019年兩個年度的年報(「**頤海年報**」)， 貴集團大部分第三方銷售乃通過收取客戶預付款後再向客戶發貨的方式進行，僅少數客戶獲得30天至90天的信用期，而其關聯方客戶(如海底撈集團及蜀海供應鏈集團)獲得30天的信用期；而於2018年及2019年12月31日， 貴集團賬齡在三個月內的貿易應收款項結餘佔比均超過98%。根據有關觀察，吾等認為根據海底撈總銷售協議向海底撈集團提供海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品按月(即30天)支付條款屬正常典型及符合一般商業條款，因此屬公平合理。

4. 對海底撈總銷售協議主要條款的評估

根據吾等對 貴公司日期為2016年6月30日的招股章程(「**頤海招股章程**」)的獨立審閱，吾等了解到 貴集團與海底撈集團已建立長期緊密業務關係。在過去二十年的發展中，雖然 貴集團逐步拓展至其他調味料產品分部(如火鍋蘸料及中式複合調味料產品)，並已因其業務增長而發展出面向零售客戶的零售調味料產品全國經銷網絡，但海底撈集團仍一直為 貴集團的單一最大客戶，佔其大部分收入及銷量。為保持海底撈集團為主要客戶之一並與其培養長期業務關係， 貴集團向海底撈集團提供大幅批量購買折扣，以成本加成定價公式(主要包括所供應調味料產品的生產銷售成本以及行政開支)為其售予海底撈集團的產品定價。於股份2016年7月上市前，作為海底撈集團的內部供應商， 貴集團擬借助海底撈品牌的公認聲譽拓展業務及通過為海底撈集團提供服務積累行業知識。

自2014年8月以來， 貴集團已就其銷售海底撈定製產品採取新定價政策，使其能夠保持商業上可接受的淨利率，該淨利率與向獨立第三方客戶(「**獨立客戶**」)銷售所

產生的淨利率相同，同時仍能夠與海底撈集團及其聯屬公司培養互利、公平公正及長期的合作關係。然而，貴集團就其向海底撈集團及其聯屬公司銷售的定價仍然有別於其向獨立客戶銷售的定價，主要是因為海底撈定製產品完全不需要具吸引力的包裝及營銷工作，故此向海底撈集團及其聯屬公司銷售無需大量包裝成本或銷售及經銷開支（「包裝成本或銷售及經銷開支」），而這構成貴集團向獨立客戶進行銷售之成本結構的主要部分。

按照同時適用於四川海底撈及新加坡海底撈及其聯屬公司的該新定價政策，價格乃參考以下各項釐定：(i) 歷史銷售價格，(ii) 貴集團按照定價公式計算的向獨立經銷商銷售的估計總體淨利率，(iii) 貴集團就生產海底撈定製產品產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政成本，及(iv) 可資比較公司向獨立經銷商所售類似產品的市場價格。主要由於該新定價政策及向關聯方的銷量增加，貴集團向關聯方（包括海底撈集團）銷售所得收入快速增長，從而亦使其整體收入及利潤此後快速增長。經考慮歷史數據及預測，獨立非執行董事每半年定期檢討及重估貴集團對海底撈集團銷售的價格，並酌情調整價格以保持類似於其向其他獨立經銷商所作銷售的淨利率。吾等已獨立審閱貴集團於2019年及2020年兩個年度該等相關審閱報告的四份記錄，並注意到其已遵循在關聯方與其他獨立經銷商／獨立客戶之間保持一致、公平及公正待遇的定價政策。

吾等已進一步對2018年度及2019年度頤海年報進行審閱，並了解到，於2017年至2019年過去三個年度，向海底撈集團銷售海底撈定製產品的每公斤平均售價略低於向獨立客戶所售調味料產品，而以不同生產配方、包裝及口味分別向彼等銷售的調味料產品的有關毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前）差別巨大，2017年度約為27.9%對53.0%，2018年度約為27.4%對56.1%，2019年度則約為27.5%對55.6%，即使貴集團將向海底撈集團及獨立客戶供應的海底撈定製產品及調味料產品之間的淨利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後）基本上可按2017年至2019年過去三個年度分別約為16%、19%及17%的平均淨利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後）進行互相比較。

根據吾等就有關產品之間毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前）的巨大差別與管理層進行的澄清，吾等獲告知調味料產品為餐廳或家庭熬製火鍋湯底所用的複合調味料產品。貴集團一直根據特定配方及加工技術利用多種優質原材料生產調味料產品，該等原材料主要包括植物油或動物油、辣椒、花椒及其他香辛料及配料。貴

集團調味料產品的配方已得到海底撈集團上億顧客的充分驗證及青睞。通過不斷努力地開發及升級配方、優化生產流程及實施嚴格的質量控制措施，貴集團一直向海底撈火鍋餐廳供應定製調味料產品，並向零售市場（側重於中高端市場）提供品種齊全的優質調味料產品，迎合消費者不斷變化的期望及提高的食品安全意識。貴集團的零售調味料產品在以下方面區別於向海底撈集團供應的定製產品：

- (i) 貴集團採用自己的配方生產零售產品，但採用海底撈集團配方生產其定製產品；
- (ii) 貴集團零售產品的包裝通常設計更精心以吸引零售端消費者；
- (iii) 鑒於店內消費者與家庭烹飪消費者通常有著不同偏好，貴集團零售產品及定製產品的口味不同；及
- (iv) 貴集團零售產品的包裝尺寸一般小於海底撈定製產品。

基於以上理解，獨立股東可認為貴集團已能夠(i)就售予獨立客戶的零售調味料產品設定較高的售價及毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前），而(ii)就海底撈定製產品設定較低的售價及毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前），尤其是鑒於海底撈的大批購買量以及就向全國各地不同城市海底撈火鍋餐廳交付海底撈定製產品產生的極低包裝成本或銷售及經銷開支。貴集團就向獨立客戶供應的零售調味料產品設定較高售價乃為補償就此產生的較高包裝成本或銷售及經銷開支。實際上，該等不同定價安排即意味著在海底撈集團與獨立客戶之間所售調味料產品毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前）的上述相對較大差別，最終對貴集團調味料產品的淨利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後）並無損害。

自貴集團多年前成立以來，雖然貴集團逐步拓展至其他調味料產品分部（如火鍋蘸料及中式複合調味料產品），並已因其業務增長而發展出面向零售客戶的零售調味料產品全國經銷網絡，但海底撈集團仍一直為貴集團的單一最大客戶，佔其大

部分收入及銷量。然而，自2020年2月以來發生的重大COVID-19疫情肆虐全球各地，導致各地為抗擊COVID-19疫情而採取嚴格防疫措施及相應消費場所限制措施，進而對海底撈集團在全國各地經營的所有餐飲業務造成重大影響。因此，截至2020年6月30日止六個月，貴集團錄得來自銷售予海底撈集團及蜀海供應鏈集團的收入約人民幣499.0百萬元，同比減少約29.6%，佔貴集團的總收入約22.5%。根據海底撈截至2020年6月30日止六個月的中期報告，其首先於截至2020年6月30日止六個月錄得淨虧損約人民幣964.6百萬元，而截至2019年6月30日止六個月則錄得淨利潤約人民幣911.0百萬元。

根據吾等對頤海招股章程及頤海年報的獨立審閱，吾等注意到，貴集團的整體毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前）於2013年度至2015年度間穩步增長，分別約為22.0%、24.0%及34.7%，於2016年度至2019年度四個年度增長至約37%至38%，儘管2017年度略微下降約1.1%；而其整體淨利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後）與同期相比亦以相似趨勢持續增長，儘管與向獨立客戶銷售的零售調味料產品相比，向海底撈集團供應的海底撈定製產品的平均售價相對較低及因此整體毛利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支前）更低。因此，吾等認為其具有商業合理性，而不會有損或有害獨立股東利益。

此外，就實際盈利能力而言，貴集團的毛利於2013年至2019年過去七個年度間一直在持續增長，分別由2013年度的約人民幣69.4百萬元增至人民幣1,641.4百萬元，期間複合年增長率約為69.4%；而貴公司擁有人應佔純利於2013年至2019年七個年度間亦急速增長，分別由2013年度的僅人民幣22.1百萬元增至約人民幣718.6百萬元，同期較大的複合年增長率約為78.7%。基於該情況，其進一步顯示貴集團與海底撈集團及其他獨立客戶之間的不同定價安排並無對貴集團的整體盈利能力造成不利影響，且在商業上具合理性，而不會有損或有害獨立股東利益，因此就獨立股東而言屬公平合理並符合貴集團及股東的整體利益。

吾等已審閱2019年及2020年兩個年度有關貴集團向海底撈集團及獨立客戶銷售海底撈零售產品及方便速食品的20張發票樣本，並注意到該等類似產品的售價之間具有可比性，且不遜於海底撈集團與該等獨立客戶之間類似交易的條款。

獨立財務顧問函件

經考慮上述 貴集團向海底撈集團供應海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食食品之售價的設定機制及其支付條款，吾等認為根據現有海底撈總銷售協議向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及自熱小火鍋乃按照正常商業條款，已經並將會在 貴集團的日常及一般業務過程中進行，就獨立股東而言屬公平合理且符合 貴公司及股東的整體利益。

5. 海底撈總銷售協議的歷史交易金額、現有年度上限及建議年度上限

歷史交易金額

下表載列於下文所示期間根據現有海底撈總銷售協議銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及自熱小火鍋的歷史交易金額：

	截至12月31日止年度					
	較2017年		較2018年		較2019年	
	2018年 人民幣千元	增長／(減少) %	2019年 人民幣千元	增長／(減少) %	2020年 人民幣千元	增長／(減少) %
現有年度上限	1,569,700	57.8	2,337,900	48.9	3,567,300	52.6
海底撈定製產品	1,526,000	57.6	2,269,600	48.7	3,462,700	52.6
海底撈零售產品	30,000	25.0	45,000	50.0	65,000	44.4
自熱小火鍋 (附註1)	13,700	389.3	23,300	70.1	39,600	70.0
實際／估計交易金額	1,163,828	28.6	1,625,628	39.7	970,858	不適用
海底撈定製產品	1,145,717	28.5	1,574,464	37.4	914,881	不適用
海底撈零售產品	13,422	(1.3)	30,686	128.6	29,273	不適用
自熱小火鍋	4,689	4,636.4	20,478	336.7	26,704	不適用
					(附註2)	
現有年度上限的利用率	74.1%		69.5%		27.2%	
海底撈定製產品	75.1%		69.4%		26.4%	
海底撈零售產品	44.7%		68.2%		45.0%	
自熱小火鍋	34.2%		87.9%		67.4%	
貴集團總收入	2,681,373	62.8	4,282,488	59.7	不適用	不適用
					(附註3)	
來自海底撈集團收入 佔 貴集團總收入 的比例	43.4%		38.0%		不適用	

獨立財務顧問函件

附註：

1. 自熱小火鍋乃 貴集團四種主要方便速食品（即沖泡粉、乾拌飯、自熱米飯及自熱小火鍋）之一，由合資公司進行生產及銷售。截至2020年6月30日， 貴集團合共有22款方便速食品。
2. 貴集團於2020年度向海底撈集團銷售的海底撈定製產品、海底撈零售產品及自熱小火鍋的實際交易金額為截至2020年9月30日止九個月的實際交易金額。由於2020年度上半年COVID-19疫情對海底撈集團的餐飲業務及收入造成重大影響，管理層認為，按年化基準根據截至2020年9月30日止九個月的海底撈定製產品、海底撈零售產品及自熱小火鍋的實際交易金額對預測估計交易金額進行比較並不合適。
3. 董事認為對 貴集團截至2020年12月31日止年度全年的總收入進行預測未必適合。 貴集團於2020年度的收入總額為截至2020年9月30日止九個月的收入。

建議年度上限

	截至12月31日止年度				
	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	較2021年增加 %	2023年 人民幣千元	較2022年增加 %
建議年度上限	3,916,000	5,693,000	45.4	7,540,000	26.4
海底撈定製產品	3,580,000	5,060,000	41.3	6,580,000	30.0
海底撈零售產品	150,000	271,000	80.7	408,000	50.6
方便速食品	186,000	362,000	94.6	552,000	52.5

建議年度上限的釐定基準

根據 貴集團截至2020年9月30日止九個月的最近期未經審核管理賬目，自2020年1月1日起至2020年9月30日期間根據現有海底撈總銷售協議向海底撈集團銷售海底撈定製產品的實際交易金額約為人民幣914.9百萬元，約為2020年度現有年度上限的26.4%，該金額尚未被超越。

吾等從管理層了解到，於釐定有關海底撈總銷售協議項下的海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的上述建議年度上限時， 貴公司已計及以下因素：

- (i) 與海底撈集團的歷史交易金額；

- (ii) 正如於2017年、2018年及2019年12月31日及2020年6月30日海底撈集團的門店數分別為273、466、768及935所顯示，海底撈集團近年迅速擴張；
- (iii) 貴集團的收入於2013年度至2019年度大幅增加，部分歸因於對海底撈集團的銷售；及
- (iv) 國內餐飲業增長。

董事認為海底撈總銷售協議項下的建議年度上限就獨立股東而言屬公平且合理，並符合 貴公司及股東整體利益。

海底撈集團於2021年至2023年未來三個年度之業務計劃

吾等亦同時擔任 貴公司及海底撈集團的獨立財務顧問，因此吾等有機會就2021年至2023年未來三個年度的業務計劃與海底撈集團管理層（「海底撈管理層」）進行探討。通過新開業火鍋餐廳，不斷提高市場份額，實現收入的持續增長，乃一直為海底撈集團的業務計劃及戰略。具體業務擴展計劃如下：

海底撈管理層認為，在其火鍋餐廳已佈局的北京、上海、廣州及深圳等一線城市及其他二、三線城市仍具有增加海底撈集團餐廳密度及鞏固市場地位的巨大潛力。為此， 貴集團計劃集中精力在翻檯率較高或顧客等位時間較長的現有餐廳的周邊商業區增加新店，將客流引導至附近的新火鍋店並改善顧客體驗。

儘管有上述計劃，但因中國城鎮化的推進和消費水平的升級，海底撈集團亦已增加並將進一步拓展餐廳覆蓋地區，而海底撈管理層知悉該改變表明各直轄市、省會及青島、廈門、寧波、大連、珠海、蘇州、無錫等二線城市和其他三線及以下城市存在火鍋餐飲業務機遇。以主要城市的海底撈集團現有餐廳為中心，其將制定增長策略，根據現有火鍋餐廳的表現擴大對鄰近地區的覆蓋範圍。海底撈集團亦將探索在新地區市場開設新火鍋餐廳。

海底撈集團有逾1,000人的合資格店長人選。海底撈集團的大部分新火鍋餐廳均位於或鄰近其現有餐廳地區，原因是其店長一般會選擇在其餐廳的相同及鄰近地區遞交新餐廳提案。除業務增長外，海底撈集團亦將於未來幾年在新地區及國家策略性拓展其火鍋餐廳網絡。一般而言，海底撈集團現有火鍋餐廳的實際數量在中國國內市場及海外國家分別約佔90%及10%。吾等已獨立審閱海底撈集團截至2020年6月30日止六個月的中期報告，並了解到海底撈集團於2020年6月30日分佈於中國一線、二線、三線及以下城市以及海外國家的現有火鍋餐廳的佔比分別為22.0%、41.5%、26.7%及9.8%；而中國內地每位顧客的平均消費在人民幣101.8元至人民幣118.1元之間，平均為人民幣108.0元。

然而，為更好地把握「內循環」理念（於下文詳述）所可能帶來的業務可能持續增長機會，海底撈集團現時計劃加快步伐在中國開設新火鍋店。海底撈管理層相信，在國內租賃地區以相對較低的租金成本擴張開設新火鍋店，是海底撈集團的絕佳機會，目前預期海底撈集團實施未來業務發展計劃將基本遵循多年來的成功往績。海底撈集團的歷史火鍋店增長來源於中國巨大的火鍋市場需求，但與同期中國火鍋市場的歷史增長率並非成正比。

事實上，吾等已審閱海底撈年報並從中獲悉，於2017年、2018年及2019年12月31日，海底撈集團分別於中國各地及海外國家擁有273、466及768家火鍋店，相當於2017年至2019年過去三個年度的複合年增長率約為67.7%。

根據2020年12月Frost & Sullivan (Beijing) Inc.上海分公司（「行業顧問」）編製的有關中國餐飲服務市場的行業報告（「行業報告」），同期中國火鍋市場所得收入由2015年約人民幣3,553億元增加至2018年的人民幣4,738億元，並進一步增加至2019年的人民幣5,188億元，相當於2015年至2019年五個年度的複合年增長率約為9.9%。因此，預期中國火鍋店的未來年度增長率與海底撈集團未來三個年度擬開火鍋店的估計年度增長率不成正比，故不應視作考量未來數年業務擴張計劃合理性的基準。

基於吾等對行業報告的獨立審閱，吾等了解到，有賴於中國大量餐飲需求，中國地方火鍋市場（包括一線及較低級別城市以及農村地區）擁有龐大消費基礎及良好增長潛力，均將有助於海底撈集團的擴張計劃。根據行業報告，中國一線城市火鍋市場收入由2015年的約人民幣328億元增加至2019年的人民幣473億元，並預期將進一步增加至2024年的人民幣679億元，而中國較低級別城市及農村地區火鍋市場則由2015年的人民幣3,225億元增加至2019年的人民幣4,715億元，並預期將進一步增加至2024年的人民幣6,876億元。如海底撈年報所披露，海底撈集團的整體同店平均翻檯率於2018年度及2019年度幾乎維持飽和在5.2次／天，而其整體同店銷售則由2018年度約人民幣11,880百萬元增加至2019年度的約人民幣12,066百萬元，相當於兩個年度輕微增長約1.6%。因此，管理層認為火鍋市場規模及其強勁增長潛力為海底撈集團透過鞏固於一線城市的市場地位及擴大於較低級別城市及農村地區的市場份額進一步增加其滲透率打下穩固基礎。根據海底撈集團現有業務規劃，於2021年至2023年未來三個年度，其業務發展將更加專注於三線及以下城市，計劃於該等農村地區開設約47%的新店，而於2018年及2019年12月31日約為25%。基於吾等對年報的審閱，海底撈集團於三線及以下城市的同店銷售增長率表現超卓，2019年度的年度增長率為8.3%，整體平均數字則僅為1.6%；而於該等三線及以下城市的整體同店平均翻檯率由2018年度的4.9次／天增加至2019年度的5.2次／天。有鑒於此，海底撈集團集中精力發展現有店舖翻檯率高或等待時間長的大都市區以將客流分流至附近新店及提升客戶體驗的現有業務規劃屬明智之策。與此同時，海底撈集團將擴大於相鄰地區及較低級別城市以至農村地區的覆蓋面，以滿足中國強勁的火鍋市場潛力。

中國火鍋市場的市場集中度不斷增加，意味著海底撈集團作為市場領頭羊預期將會擴大市場份額，因而進一步支持海底撈集團於中國的擴張計劃。根據行業報告，由於中國火鍋市場高度分散，估計海底撈集團等中國火鍋行業龍頭企業，將有能力憑藉其知名品牌、食品質量及搭配、性價比、環境、良好服務聲譽、理想位置及可靠的供應鏈以及訓練有素的僱員，大幅增加市場份額。根據行業顧問，中國火鍋市場由2015年約人民幣3,553億元增加至2019年的人民幣5,188億元，及預期將於2019年至2024年按複合年增長率約7.1%進一步增加至2024年約人民幣7,323億元。以收入計，2019年中國火鍋店市場的前五大企業合共僅佔7.8%市場份額，其中海底撈在2019年中國火鍋店市場排名首位，以收入計佔

4.5%市場份額，而其2017年的市場份額為2.2%（如招股章程所披露）。根據行業報告，以收入計，海底撈集團目前為全球最大的火鍋店集團。因此，考慮到自2020年3月起COVID-19疫情於中國逐漸得到控制及海底撈集團於中國的火鍋店開始恢復營業並遵守地方疫情防控規定採取嚴格措施，憑藉海底撈集團現有財務及人力資源以及於火鍋餐飲市場的專業知識，海底撈集團於火鍋餐飲市場的領先地位、現有財務及人力資源、於火鍋餐飲市場的專業知識以及預期市場集中度構成其未來按計劃速度擴張的基礎。截至最後實際可行日期，海底撈集團於中國的火鍋店全部恢復營業，並繼續開設新火鍋店。COVID-19疫情預期將不會對海底撈集團於中國的業務營運產生長期不利影響。綜上所述，吾等贊同海底撈管理層的意見認為海底撈集團的現有擴張計劃屬合理。

基於吾等從公共網站的獨立研究，並根據中華人民共和國國家統計局官方網站提取的統計資料，吾等注意到城市、城鎮及農村地區的中國居民人均可支配收入及居民人均消費支出在2013年至2019年過去七個年度間與日俱增，複合年增長率約在7.2%至10.1%之間。

吾等已與海底撈管理層進行進一步討論並獲其告知，海底撈集團的前景乃由中國人民的國內消費能力及其海底撈餐廳對火鍋餐飲服務的預期增長需求量所推動。因此，吾等已審閱（其中包括）國際貨幣基金組織（由189個國家組成）發佈日期為2020年10月的《世界經濟展望》報告（「國際貨幣基金組織報告」）所載經濟資訊。經參考國際貨幣基金組織報告，吾等注意到遍及世界的COVID-19疫情對2020年全球宏觀經濟造成不利影響，但之後有望恢復。根據國際貨幣基金組織報告，(i)在2020年5月及6月期間，多個經濟體從封鎖狀態暫時重新開放，而全球經濟開始從2020年4月深陷的低谷中有所回升；及(ii)隨著2020年度的收緊及2021年度的恢復，2021年度全球國內生產總值水平預計比2019年的高0.6%。就中國而言，國際貨幣基金組織報告表明，儘管2020年上半年出現明顯的經濟衰退，國際貨幣基金組織預測中國的國內生產總值於2021年至2023年未來三個年度將增長約8.7%、5.8%及5.7%。吾等了解到，宏觀經濟環境有望恢復，而海底撈集團已經並將繼續為其業務的持續發展作出努力。

基於吾等對中國飯店協會發佈的2020中國餐飲業年度報告的獨立審閱，中國餐飲業的整體經營環境正在恢復，與2020年第一季度相比，2020年第二季度的營業收入及客戶成交率分別增長約55.9%及42.8%。

根據海底撈集團截至2020年9月30日止九個月的最近期末經審核管理賬目，自2020年7月1日起至2020年9月30日三個月的實際交易金額佔截至2020年9月30日止九個月總金額近50%，這表明 貴集團於2020年度第三季度（含三個月）的業務經營規模堪比2020年度上半年（含六個月），並預示緊隨中國政府嚴格管控COVID-19疫情後有恢復的跡象，但 貴集團仍未全面展開其經營規模。此情況與該期間內中國餐飲市場的整體經營環境相符。因此，管理層再次強調，由於COVID-19疫情對餐飲行業影響很大，故將2020年度的實際交易金額與2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限進行比較屬意義不大，甚至可能具誤導性。

國家統計局發佈2020年1月至10月期間的資料顯示，儘管國內消費市場正逐步回升，但對境外感染病例的防控以及國內二次疫情仍對國內環境造成巨大壓力，且住宿及飲食行業服務需求明顯不斷下降。國家需要加大力度進一步促進國內消費。由於國內疫情病例時有增加，各地已積極採取防控措施遏制疫情擴散，例如停掉公共業務活動並禁止人群聚集。消費者群體的消費心理尚待恢復及增強。展望未來，儘管海外有爆發二次疫情的可能，但 貴公司認為目前國內的防控措施實施到位，且於未來幾年因餐飲行業進一步回升，海底撈集團、蜀海供應鏈集團以及合資公司的交易金額將會增加。

近期，中國政府發佈「雙循環」（即國內循環／內循環+國際循環／外循環）新理念－中國第十四個五年規劃中的一項重要政策框架－的發展模式以解決當下經濟困局。以內循環為本能夠打破中國因國際分工而對海外市場產生的依賴並降低外部風險對中國經濟的影響。透過促進國內消費，降低出口依賴性，中國不

斷減少其對外貿的依賴。因此，中國政府加大鼓勵國內消費支出及行業生產以實現自給自足的發展目標以及實現全面建成小康社會的目標。中國不會過度依賴於出口相關業務活動的外界經濟動力。預計中國的國內消費將比以往幾年大大改善／提高。因此，海底撈管理層估計，海底撈集團於收入、客戶成交率及消費者開支方面的業務規模亦將相應提高，由此帶來更高的火鍋餐飲服務需求量。

鑒於以上政策變化，「內循環」理念將於未來幾年為中國國內餐飲市場帶來新的業務發展機遇，這是人們眾望所歸的，尤其是考慮到許多西方國家政府並未有效控制或無法控制COVID-19疫情的爆發。大多數中國公民不願前往該等採取更為嚴格限制措施的西方國家旅遊。因此，目前預計中國國內餐飲市場的餐飲服務（包括但不限於火鍋餐飲服務）需求量或將大大增加。基於上述觀察及了解，吾等認為，海底撈集團將於2019年度至2023年度開張更多火鍋餐廳，複合年增長率約為58.8%，其業務預測值屬合理且並不激進／誇張，尤其是考慮到火鍋餐飲服務的市場需求及其內部現有的財務及人力資源。

對建議年度上限的評估

於評估2021年至2023年未來三個年度的海底撈總銷售協議的建議年度上限的公平性及合理性時，吾等已審閱 貴公司所編製及提供2021年至2023年未來三個年度各年預測向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的時間表。

(a) 海底撈定製產品

海底撈定製產品為 貴集團採用海底撈集團的海底撈集團配方所生產的調味料產品，以供應中國及海外國家的海底撈火鍋餐廳。

根據吾等與管理層的討論，吾等了解到2021年至2023年未來三個年度各年向海底撈集團銷售海底撈定製產品的建議年度上限分別人民幣3,580百萬元、人民幣5,060百萬元及人民幣6,580百萬元，乃根據(i) 貴集團2019年度的實際銷售額（即，不是2020年度，此乃由於海底撈集團的實際經營業績因COVID-19疫情

在全國範圍內爆發，導致海底撈火鍋餐廳於2020年度暫時停業近一個半月而被嚴重影響)；(ii)管理層以往於中國火鍋餐廳的運營經驗；及已在運營中及將於2021年至2023年未來三個年度開業的新火鍋餐廳的預計數量釐定，管理層與海底撈集團已就該估計進行詳細溝通及討論。受益於中國食品服務業及火鍋餐飲市場的增長，海底撈集團不僅在中國實現穩定的同店銷售增長，海底撈火鍋餐廳數亦迅速擴大，因此海底撈集團對海底撈定製產品的需求大幅增加，而 貴集團目前預計銷售海底撈定製產品及海底撈零售產品的交易金額將於2021年至2023年未來三個年度各年度進一步增長。根據海底撈集團於2020年7月6日刊發的公告，儘管COVID-19疫情爆發，但疫情已得到控制，且中國整體餐飲市場的消費情況有所改善，海底撈集團仍積極開設新火鍋餐廳，並繼續推動海底撈餐飲網路的擴張。事實上，自2020年3月12日起，海底撈集團的大部分火鍋餐廳已陸續重新開業，並逐漸恢復正常經營；而海底撈集團旗下火鍋餐廳的整體經營情況亦逐月持續改善。

根據吾等對2018年及2019年兩個年度的頤海招股章程及頤海年報的獨立審閱，吾等注意到， 貴集團的收入已由2013年度的約人民幣315.9百萬元快速增長至2018年及2019年兩個年度的人民幣2,681.4百萬元及人民幣4,282.5百萬元，及2013年至2019年七個年度的複合年增長率約為54.4%。考慮到(i) 貴集團於2019年度向海底撈集團銷售海底撈定製產品持續增加約人民幣1,574.5百萬元且預計於2023年度收入達人民幣6,580百萬元，2019年至2023年五個年度的複合年增長率約為43.0%；及(ii)根據管理層與海底撈集團的溝通及詳細商討，2021年至2023年未來三個年度將有更多新海底撈火鍋餐廳開業，複合年增長率約為58.8%，其後將以較2019年度更快的速度增長，管理層目前預計，2021年至2023年未來三個年度，海底撈定製產品銷售的建議年度上限大幅增加，將與2019至2023年度新開業火鍋餐廳數量的預期最高複合年增長率約58.8%基本相稱。獨立股東應注意，新開業火鍋餐廳的最高數量通常分佈於每個年度的每個月，因此，未來三個年度各年銷售海底撈定製產品的預計收入增幅比例應低於新開業火鍋餐廳最高數量的增幅比例。

2021年至2023年未來三個年度各年海底撈定製產品銷售的建議年度上限分別約為人民幣3,580百萬元、人民幣5,060百萬元及人民幣6,580百萬元，2021年至2023年三個年度的複合年增長率約為35.6%。倘吾等按 貴集團來自銷售海底撈定製產品的收入重新計算複合年增長率，將2019年度的歷史交易金額與2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限相聯繫，則2019年至2023年五個年度的預期複合年增長率將達到約43.0%，高於2021年至2023年未來三個年度約35.6%的複合年增長率，增長了7.4個百分點，該增長主要是由於2019年度的實際交易金額基數較低。吾等已將海底撈集團在2019年度與2021年至2023年未來三個年度的每家火鍋餐廳的海底撈定製產品消費量進行比較，並得知每家火鍋餐廳的平均消費量在較小區間內，即人民幣1.4百萬元至人民幣1.9百萬元之間，在此基礎上，吾等認為，2021年至2023年未來三個年度海底撈定製產品銷售的建議年度上限最高分別約人民幣3,580百萬元、人民幣5,060百萬元及人民幣6,580百萬元，乃屬有理且切合實際，故屬公平合理。

於評估海底撈集團積極開展的業務擴張計劃（即於2021年至2023年未來三個年度以約58.8%的複合年增長率開設新火鍋餐廳）時，吾等將考慮以下因素：(a)海底撈集團是否具備足夠資源來實施該計劃；及(b)整體火鍋餐飲市場是否具備足夠空間來容納其擴張力度／成果。根據海底撈集團日期為2018年9月12日的招股章程（「海底撈招股章程」）所披露的業務策略及計劃，透過利用其股份於2018年9月在聯交所主板上市（「海底撈上市」）所得款項淨額約7,269百萬港元，其將於海底撈上市後通過加大餐廳密度及進一步擴大地域覆蓋範圍等方式繼續擴大其餐廳網路。根據吾等對海底撈招股章程及其2018年度及2019年度的年報（「海底撈年報」）所披露的海底撈集團綜合現金流量表的獨立審閱，其於2015年至2019年過往五個年度各年均具有強勁的能力產生營運資金變動前的經營現金流入分別約人民幣799百萬元、人民幣1,635百萬元、人民幣1,978百萬元、人民幣2,907百萬元及人民幣5,087百萬元。除從海底撈上市獲得的可觀現金所得款項淨額約7,269百萬港元外，吾等認為，海底撈集團的業務預測（即於2021年至2023年未來三個年度以約58.8%的複合年增長率開設更多火鍋餐廳），尤其是考慮到其現有的財力及人力資源，並非不切實際及不可靠。事實上，根據海底撈招股章程及海底撈年報，海底撈集團於2017年、2018年及2019年12月31日分別擁有273家、466家及768家位於中國及海外國家的火鍋餐廳，2017年至2019年過往三個年度的複合年增長率約為67.7%。於2020年6月30日，位於中國及海外的海底撈火鍋餐廳共有935家。

於2019年12月31日，海底撈集團擁有768家火鍋餐廳，其中712家位於中國216個城市，56家位於台灣、香港及其他海外國家；而其整體同店銷售額由2019年度的人民幣11,880百萬元略微增加約1.6%至人民幣12,066百萬元，每位顧客的平均消費由2018年度的人民幣101.1元略微增加至2019年度的人民幣105.2元及截至2020年6月30日止六個月的人民幣112.8元。管理層亦認為，隨著每年全國城市居民平均可支配收入的增加，預計消費者將會改善彼等生活方式並提高消費水平，從而促進外出就餐文化，增加對海底撈等服務更佳的中高端餐廳的需求。在此情況下，可證明海底撈集團在中國及海外國家更廣闊地區的滲透率及鞏固其市場佔有率方面仍有巨大潛力，而海底撈集團於未來數年繼續加快開設新火鍋餐廳屬合理的商業考慮。

(b) 海底撈零售產品

海底撈零售產品指使用 貴集團本身擁有的配方（非海底撈集團配方）製成的有關調味料產品，在海底撈火鍋餐廳向消費者展示及銷售，與 貴集團通過獨立經銷商銷售的產品相同。

根據 貴集團過往的銷售資料， 貴集團向海底撈集團出售海底撈零售產品的規模有限，2017年至2019年過往三個年度各年的交易金額約為人民幣13.6百萬元、人民幣13.4百萬元及人民幣30.7百萬元，過往三個年度的複合年增長率約為50.2%。根據吾等從管理層了解到的情況，海底撈零售產品主要用於在海底撈火鍋餐廳展示及銷售，其銷售為隨機及附帶於該等餐廳食用火鍋的顧客，因此並非 貴集團或海底撈集團的主要收入來源。管理層並無知悉2018年度海底撈零售產品銷售略微減少的任何特定原因；而海底撈零售產品2017年至2019年過往三個年度的銷售複合年增長率基本與 貴集團2017年至2019年過往三個年度的整體收入增長趨勢一致，儘管收入基數金額相對有限。

海底撈零售產品的建議年度上限於2021年至2023年未來三個年度各年將分別約為人民幣150百萬元、人民幣271百萬元及人民幣408百萬元，2019年至2023年五個年度的複合年增長率約為91.0%。管理層目前預計，2021年至2023年未來三個年度海底撈零售產品銷售的建議年度上限的大幅增加，這是由於2019年度的

歷史交易金額相對較少，且管理層認為於疫情期間，在家食用火鍋的零售客戶對該調味料產品的需求將大幅增加。基於此觀察及管理層的理解，吾等認為，釐定2021年至2023年未來三個年度海底撈零售產品的建議年度上限的基準屬公平合理。

(c) 方便速食品

方便速食品指主要由合資公司生產的沖泡粉、乾拌飯、自熱米飯及自熱小火鍋，儘管涉及的收入金額相對有限，但可以豐富現有產品範圍及擴大 貴集團現有業務，有望成為 貴集團新的利潤增長來源。方便速食品乃新的便攜即食產品，可在零售市場購買或銷售，並可通過線上及線下銷售渠道進行銷售，且已於2017年度成為 貴集團首條新業務線。

貴集團於2017年至2019年過往三個年度各年向海底撈集團銷售該等方便速食品業務線（主要包括自熱小火鍋）的總收入分別約為人民幣61.4百萬元、人民幣444.6百萬元及人民幣999.0百萬元，爆發式複合年增長率約為4.03倍；但2017年至2019年過去三個年度向海底撈集團銷售該等自熱小火鍋的銷售額僅分別約人民幣98,500元、人民幣4.7百萬元及人民幣20.5百萬元，2018年至2019年兩個年度的年增長率約為4.36倍，而2017年度的實際交易金額可能非常小，因此，吾等將其排除在年增長計算之外。

於評估海底撈總銷售協議項下方便速食品銷售的建議年度上限的公平性及合理性時，吾等已審閱 貴公司所編製及提供2021年至2023年未來三個年度各年預計向海底撈集團銷售方便速食品的時間表。

根據吾等從管理層了解到的情況，合資公司於2017年9月成立並開始運營，以測試中國市場對自熱小火鍋的市場需求，該產品已逐步被市場廣泛接受，因此管理層將2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限分別設定為人民幣186百萬元、人民幣362百萬元及人民幣552百萬元，與2017年至2019年過往三個年度相對有限的歷史交易金額相比，似乎較為強勁。由於該產品線於2017年9月開始運作，海底撈集團實現的實際交易金額仍有限，董事目前預計，2021年度方便速食品的銷售額將大幅增加至人民幣186百萬元，而2019年度的銷售額約為人

民幣20.5百萬元，複合年增長率約為2.28倍；而預計銷售額將於2022年及2023年未來兩個年度各年放緩至相對穩定的水平（即人民幣362百萬元及人民幣552百萬元），同期年增長率約為94.6%及52.5%。管理層目前預計，2021年至2023年未來三個年度方便速食品銷售的建議年度上限大幅增加，這是由於2019年度的歷史交易金額相對較少，且管理層認為於疫情期間，在家／辦公室簡易用餐的零售客戶對該方便速食品的需求將大幅增加。倘吾等將2019年度的歷史交易金額與2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限相聯繫，重新計算 貴集團方便速食品（包括自熱小火鍋）銷售所得收入的複合年增長率，則2019年至2023年五個年度的預計複合年增長率將為約127.9%，與2018年至2019年過往兩個年度方便速食品收入總額的過往年增長率約4.36倍相比，仍屬保守。在此基礎上，吾等認為，2021年至2023年未來三個年度方便速食品銷售的建議年度上限分別不超過約人民幣186百萬元、人民幣362百萬元及人民幣552百萬元，並非不切實際，故屬公平合理。

經考慮上述因素及分析，吾等認為，管理層在釐定海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的建議年度上限時採納的理據及基準就獨立股東而言屬公正、公平及合理，並符合 貴公司及股東的整體利益。

然而，務請獨立股東注意海底撈定製產品、海底撈零售產品及方便速食品的上述建議年度上限涉及未來事件，且不代表對因頤海持續關連交易將產生的交易金額的預測。

B. 蜀海銷售協議

1. 蜀海銷售協議的主要條款

於2020年12月7日， 貴公司與蜀海供應鏈訂立蜀海銷售協議，據此， 貴集團同意向蜀海供應鏈集團供應調味料產品、火鍋蘸料產品及其他複合調味料產品。

年期

蜀海銷售協議的初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。於遵守上市規則及適用法律法規的情況下，蜀海銷售協議可不時再續期三年，除非 貴公司於協議期限屆滿前向蜀海供應鏈發出一個月書面通知。在重續蜀海銷售協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據蜀海銷售協議的條款， 貴集團將向蜀海供應鏈集團供應蜀海定製產品及蜀海零售產品。蜀海定製產品及蜀海零售產品將由蜀海供應鏈集團向其餐飲服務供應商客戶進行出售及經銷。蜀海供應鏈集團不得將 貴集團的產品售予任何第三方經銷商或任何零售渠道，並須確保其客戶不會向任何第三方經銷商銷售 貴集團的產品。

貴集團將每半年按城市向蜀海供應鏈集團提供所有蜀海定製產品及蜀海零售產品的價格表。蜀海定製產品及蜀海零售產品的售價乃基於下文所載的定價政策釐定。蜀海定製產品及蜀海零售產品將按個別訂單基準進行銷售，訂單列明產品類型、採購量、交付日期等。

定價基準

蜀海定製產品及蜀海零售產品的銷售價格須由各方參考多項因素而釐定，有關詳情於下文進一步披露。 貴集團將每半年檢討及重新評估售價及作出調整（如有必要）。檢討及調整（如有）將由獨立非執行董事作出。倘定價政策於未來有任何改變， 貴集團應完全遵守上市規則第十四A章項下的相關規定（如適用）。

(a) 銷售蜀海定製產品

就蜀海定製產品而言，售價乃由訂約各方經公平磋商並參考(i)過往銷售價格；(ii)根據定價公式計算得出的向獨立經銷商所作出售的估計整體淨利率，(iii)就生產蜀海定製產品產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政開支，及(iv)可資比較公司向獨立經銷商出售類似產品的市場價格而釐定。

經計及過往數據及預測估計，獨立非執行董事每半年定期檢討及重新評估蜀海定製產品的售價，並作出適當調整，以維持該等銷售的淨利率與貴集團向獨立經銷商作出的銷售的淨利率相同。若就蜀海定製產品產生的銷售成本及開支發生任何重大變動，貴集團亦會調整售價。

根據吾等自管理層所了解的情況，銷售海底撈定製產品目前有效之定價機制亦適用於銷售蜀海定製產品，因為兩者均受貴集團有關貴公司關連人士的內部控制及銷售政策所規管。根據上文詳述吾等的獨立審閱及分析，將由貴集團分別向海底撈集團、蜀海供應鏈集團及獨立客戶供應的海底撈定製產品、蜀海定製產品及調味料產品間的純利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後）基本上可互相比較，2017年至2019年過往三個年度間分別約為15%、19%及17%的平均淨利率（即扣除包裝成本或銷售及經銷開支）。因此，吾等認為釐定蜀海定製產品銷售價的基準乃按正常商業條款訂立，就獨立股東而言屬公平合理，並符合貴公司及股東的整體利益。

(b) 銷售蜀海零售產品

就蜀海零售產品而言，售價應與貴集團向獨立經銷商提供的類似產品的定價政策一致，且由訂約方經公平磋商並參考(i)就生產蜀海零售產品產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政開支及(ii)類似產品的現行市價而釐定。獨立非執行董事每半年定期檢討及重新評估蜀海零售產品的售價及在生產成本出現重大變動時作出調整。

支付條款

蜀海供應鏈集團須於付運產品及貴集團出具交付發票後按月付款。

根據頤海2019年度的年報，貴集團的第三方銷售大部分通過收取客戶預付款項後再向客戶發貨的方式進行，僅有少數客戶獲得30至90天的信用期，其關聯方客戶（如海底撈集團及蜀海供應鏈集團）獲得30天的信用期；而於2018年及2019年12月31日，貴集團賬齡於三個月內的各貿易應收賬款結餘佔其98%以上。基於此觀察，吾等認為根據蜀海銷售協議向蜀海供應鏈集團供應蜀海定製產品及蜀海零售產品按月（即30天）支付條款屬一般、典型及正常的商業條款，故屬公平合理。

2. 訂立蜀海銷售協議的理由

貴集團向多名第三方餐飲服務供應商供應調味料產品，並計劃將其定製服務及銷售進一步擴展至更多餐飲服務客戶。蜀海供應鏈集團主要從事向餐飲服務供應商供應食材以及提供倉儲及物流服務。其龐大的客戶網絡能夠使 貴集團接觸潛在餐飲服務客戶，為 貴集團產品帶來更多的客戶並提高 貴集團的品牌形象。

3. 蜀海銷售協議的過往金額、現有年度上限及建議年度上限

歷史交易金額

下表載列於下文所示期間內根據現有蜀海銷售協議銷售蜀海定製產品及蜀海零售產品的歷史交易金額：

	截至12月31日止年度					
	2018年 人民幣千元	較2017年增加 %	2019年 人民幣千元	較2018年增加 %	2020年 人民幣千元	較2019年增加 %
現有年度上限	12,680	31.7	80,860	537.7	131,660	62.8
蜀海定製產品	12,000	31.9	79,800	565.0	130,060	63.0
蜀海零售產品	680	28.3	1,060	55.9	1,600	50.9
實際／估計交易金額	12,233	39.4	37,410	205.8	18,269	不適用
蜀海定製產品	11,913	40.7	36,870	209.5	17,406	不適用
蜀海零售產品	320	5.3	540	68.8	863	不適用
					(附註1)	(附註1)
現有年度上限的利用率	96.5%		46.2%		13.9%	
蜀海定製產品	99.3%		46.2%		13.4%	
蜀海零售產品	47.0%		50.9%		53.9%	
貴集團總收入	2,681,373	62.9	4,282,488	59.7	不適用	不適用
					(附註2)	
蜀海供應鏈收入佔 貴集團 總收入比例	0.46%		0.87%		不適用	

獨立財務顧問函件

附註：

- 2020年度的交易金額為截至2020年9月30日止九個月銷售蜀海定製產品及蜀海零售產品所產生的歷史交易金額分別約人民幣19,145,000元及人民幣796,000元，並無為進行比較而按全年基準年度化。
- 董事認為就 貴集團截至2020年12月31日止全年度的總收入作出預測或不合適。 貴集團於2020年度的收入為截至2020年9月30日止九個月的收入。

建議年度上限

	截至12月31日止年度				
			較2021年	較2022年	
	2021年	2022年	增加	2023年	增加
	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	%
建議年度上限	84,400	113,360	34.3	154,200	36.0
蜀海定製產品	82,000	110,000	34.1	150,000	36.4
蜀海零售產品	2,400	3,360	40.0	4,200	25.0

建議年度上限的釐定基準

根據 貴集團截至2020年9月30日止九個月的最近期未經審核管理賬目，由2020年1月1日至2020年9月30日期間根據現有蜀海銷售協議向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品及蜀海零售產品的歷史交易金額分別約為人民幣17.4百萬元及人民幣0.9百萬元，相當於2020年度現有年度上限的約13.4%及53.9%，該等金額並無超過相關年度上限。

吾等從管理層方面得知，在釐定根據蜀海銷售協議有關蜀海定製產品的上述建議年度上限時， 貴集團已計及以下因素：

- 貴集團過往向蜀海供應鏈集團銷售的蜀海定製產品，包括銷量及售價；
- 由於COVID-19疫情預計會對中小型餐飲服務客戶造成影響，因此2020年度至2021年度的建議年度上限有輕微下降；
- 根據定價公式透過向獨立經銷商銷售的估計整體淨利率；

- (iv) 貴集團就生產蜀海定製產品產生的現行生產成本及開支；及
- (v) 估計對蜀海定製產品的需求增加。蜀海供應鏈一直在拓展其客戶基礎，預期將導致對 貴集團蜀海定製產品的需求有所上升。

在達致蜀海零售產品的上述建議年度上限時， 貴集團已計及以下因素：

- (i) 貴集團過往向蜀海供應鏈集團銷售的蜀海零售產品數量；
- (ii) 貴集團向獨立經銷商銷售的類似產品的現行市價；
- (iii) 貴集團就生產蜀海零售產品所產生的現行生產成本及開支；及
- (iv) 對蜀海零售產品的估計需求。蜀海供應鏈一直在拓展其客戶基礎，預期將導致對 貴集團蜀海零售產品的需求有所上升。

蜀海供應鏈現時擁有20家公司，於中國15大城市中開展其業務，服務約6,500位零售客戶。 貴公司了解到蜀海供應鏈未來的業務計劃為擴大客戶基礎，提供豐富的飲食種類，擴展其於中國及海外的市場。

董事預期定製餐飲業務於2021年將逐漸恢復，且根據蜀海供應鏈集團的業務計劃， 貴公司估計2021年至2023年每年的交易金額將有約30%的增長水平。

董事認為，蜀海銷售協議項下的建議年度上限就獨立股東而言屬公平合理，並符合 貴公司及股東的整體利益。

對建議年度上限的評估

(a) 銷售蜀海定製產品

蜀海定製產品是指採用 貴集團本身擁有的配方（即並非海底撈集團配方）生產供應給蜀海供應鏈集團的第三方餐飲服務供應商客戶的調味料產品。

根據上述表格， 貴集團銷售蜀海定製產品的規模有限。2017年至2019年過往三個年度各年的歷史交易金額分別約為人民幣8.5百萬元、人民幣11.9百萬元及人民幣36.9百萬元，過往三個年度的複合年增長率約為2.08倍。根據吾等從管理層所了解的情況，向多名第三方餐飲服務供應商供應蜀海定製產品根本並非 貴集團的主要收入來源，但此額外銷售及經銷渠道將有助 貴集團獲得接觸潛在餐飲服務客戶的機會、增加消費者接觸 貴集團調味料產品的機會及提升 貴集團的品牌形象。董事認為，即使所涉實際及估計銷售交易金額一直並將繼續相對較小， 貴集團向所有客戶銷售調味料產品的過往整體銷售趨勢將反映未來年度蜀海供應鏈集團銷售的銷售增長。

根據吾等的討論及從管理層了解的情況， 貴集團於過往直接向眾多獨立經銷商及／或餐飲服務客戶供應定製調味料產品（此乃 貴集團內部業務重組計劃一部分），由於規模經濟， 貴集團將不再向餐飲服務客戶提供該等定製服務及銷售，而將由蜀海供應鏈集團提供該等定製服務，此乃由於蜀海供應鏈集團擁有更廣泛的客戶網絡且其目前向中國各大著名企業供應食材。蜀海供應鏈集團主要從事於向餐飲服務供應商供應食材以及提供存儲及物流服務，其廣泛的客戶網絡提高 貴集團產品面向客戶的曝光率並提升 貴集團的品牌形象。 貴集團將繼續監察蜀海供應鏈的表現，尤其是其在探尋新的餐飲服務客戶方面的表現。倘其表現未令人信納， 貴集團或考慮其他獨立經銷商提供的服務或由 貴集團重建此服務。

貴集團的第三方定製餐飲業務的發展持續停滯不前。於2018年度， 貴集團自第三方定製餐飲客戶獲得的收入約為人民幣21.6百萬元，較同期下降約7.8%。於2018年度， 貴集團自第三方定製餐飲客戶獲得的收入約佔其當時自獨立客戶獲得的總收入的1%。由於自第三方定製餐飲客戶獲得的收入相對較不重大，則

維繫一支專為提供服務的團隊（目前約有10名員工）及維繫餐飲服務客戶以及開發新的餐飲服務客戶對 貴集團而言不具成本效益。相反，因蜀海供應鏈（目前約有200名員工）擁有更豐富的行業經驗及供應鏈管理經驗，利用其高銷售量及客戶關係團隊對 貴集團而言更具成本效益。

根據第三方定製餐飲業務的現有業務模式， 貴集團須向由獨立經銷商帶來的餐飲服務客戶提供定製調味料產品的付運服務並向該等客戶提供所需的其他服務。鑒於蜀海供應鏈集團於服務餐飲服務客戶方面具有豐富資源，發貨及售後服務將由蜀海供應鏈集團提供而不是 貴集團。此外，由於透過與蜀海供應鏈集團的合作， 貴集團擁有更多的客戶，其品牌識別度亦得到提升，且由於蜀海供應鏈集團與餐飲市場各種餐廳以及於火鍋、燒烤、中餐、快餐、零售、快遞及其他業務方面的企業客戶都已建立客戶關係，因此 貴集團預計定製調味料產品的銷售量將大幅上升。因此，鑒於維繫一支專為餐飲服務客戶服務的團隊及委聘獨立經銷商進行第三方定製餐飲業務對 貴集團而言不具成本效益，開展其內部業務重組計劃乃符合 貴集團的最佳利益。

基於吾等對頤海年報的獨立審閱，吾等獲悉， 貴集團於2017年至2019年過往三個年度向獨立經銷商銷售的調味料產品（主要為零售產品）分別約為人民幣587.1百萬元、人民幣1,263.2百萬元及人民幣2,304.3百萬元，該期間的複合年增長率約為1.98倍。向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品約2.08倍的複合年增長率與 貴集團於2017年至2019年過往三個年度向獨立經銷商銷售調味料產品約1.98倍的複合年增長率基本一致，但兩者收入規模則大相徑庭。這可能意味著蜀海供應鏈集團多個年度以來在幫助 貴集團擴大業務網絡及增加銷售收入方面發揮了很大作用，因此訂立蜀海銷售協議符合 貴集團及股東的整體利益。

根據管理層的建議，由於蜀海定製產品銷售額的歷史交易金額相對有限，2017年至2019年三個年度的約2.08倍複合年增長率的過往銷售趨勢不應視之為預測2021年至2023年未來三個年度建議年度上限的可靠依據。管理層認為，由於將銷售人員大幅提升20倍（ 貴集團下增加10名，蜀海供應鏈集團下增加200名），而蜀海供應鏈集團於中國15大城市開展其業務並服務於約6,500位零售客

戶，目前預計蜀海定製產品的銷售量將能夠大大上漲。鑒於向獨立經銷商銷售的調味料產品總體大大增加，貴集團現計劃在未來幾個年度擴大其向蜀海供應鏈集團銷售的蜀海定製產品銷售量，於2019年至2023年五個年度達到約42.0%的銷售增長率；而於2021年度的年增長率瘋狂上升後，2022年至2023年兩個年度各自的年增長率下降至分別約為34.1%及36.4%。吾等注意到蜀海定製產品於2021年度的建議年度上限為人民幣82百萬元，與2019年度貴集團歷史實際交易金額人民幣36.9百萬元相比，年增長率約為122.2%。經考慮貴集團於2017年至2019年過去三個年度向獨立經銷商銷售調味料產品約1.98倍的複合年增長率且進一步增長並為市場接納的可預見巨大潛力，吾等認為2021年至2023年未來三個年度各年銷售蜀海定製產品的建議年度上限分別人民幣82百萬元、人民幣110百萬元及人民幣150百萬元屬審慎、實際、公平及合理。

(b) 銷售蜀海零售產品

蜀海零售產品是指採用貴集團本身擁有的配方生產針對零售市場的調味料產品。

根據上述表格，貴集團銷售蜀海零售產品的規模非常有限，2017年至2019年三個年度各年的歷史交易金額分別為僅人民幣304,550元、人民幣320,000元及人民幣540,000元，複合年增長率約為33.2%。根據吾等與管理層的澄清，在零售市場供應及銷售蜀海零售產品屬隨機，且根本並非貴集團的主要收入來源。據董事所告知，由於銷售蜀海零售產品所涉及的歷史交易金額相對非常有限，故此2017年至2019年過去三個年度內的過往收入趨勢不應視之為預測2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限的可靠依據。

蜀海零售產品2021年至2023年三個年度各年的建議年度上限將分別約為人民幣2.4百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣4.2百萬元，該期間的複合年增長率約為32.3%。董事僅採用與蜀海定製產品類似的銷售增長模式，為蜀海零售產品設定2021年至2023年未來三個年度的相關建議年度上限，但將2021年度而非如往常將2019年度設定為開始預測年度，原因是2017年至2019年的過往基礎交易金額仍然非常有限。基於上述有關蜀海定製產品的討論分析，吾等認為，參考過往幾個年度貴集團蜀海定製產品的歷史交易金額以釐定銷售蜀海零售產品建議年度上限的依據亦屬公平合理。

經考慮上述因素及分析後，吾等認為管理層在釐定蜀海定製產品及蜀海零售產品的建議年度上限時所採用的理據及依據對獨立股東而言屬公正、公平及合理，並符合 貴公司及股東的整體利益。

C. 蜀海購買協議

1. 蜀海購買協議的主要條款

於2020年12月7日， 貴公司與蜀海供應鏈訂立蜀海購買協議，據此， 貴集團同意向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材，自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期不超過三年。蜀海購買協議的主要條款概述如下。

年期

蜀海購買協議初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在遵守上市規則及適用法律法規的情況下，蜀海購買協議可不時再續期三年，除非 貴公司於協議期限屆滿前向蜀海供應鏈發出通知表示反對。重續蜀海購買協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據蜀海購買協議的條款， 貴集團將向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材。蜀海食材將主要用於方便速食品的生產。

蜀海食材的售價乃基於下文所載的定價政策釐定。蜀海食材將按個別訂單基準進行購買，訂單列明產品類型、購買量及交付日期等。

定價基準

蜀海食材的購買價應由訂約方於參考可比較公司出售類似食材的市價後經公平磋商釐定。蜀海食材將按不遜於蜀海供應鏈集團向任何獨立第三方提供的條款向 貴集團出售。

採購團隊會與獨立第三方至少就相若數量的產品磋商兩份其他同類交易以釐定蜀海供應鏈提供的價格與條款是否公平合理及是否與不相關第三方所提供的價格與條款相當。貴集團將確保蜀海食材的購買價將不遜於採購團隊自獨立第三方供應商獲取的報價。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估蜀海食材的購買價。

吾等已獨立審閱於2019年及2020年兩個年度有關蜀海供應鏈集團向其獨立客戶及貴集團各自銷售食材（類似於蜀海食材）的20張發票樣本，吾等獲悉，其單位售價互相之間具有可比性，貴集團獲提供不遜於獨立客戶及貴集團進行類似交易的條款。

支付條款

貴公司須於付運產品及蜀海供應鏈集團出具交付發票後按月付款。

根據2019年度的頤海年報，貴集團賣方授出的信用期通常為30至90天，其於2018年及2019年12月31日賬齡為三個月內的貿易應付款項結餘分別約為91.4%及95.8%。基於此觀察，吾等認為根據蜀海購買協議購買蜀海食材按月（即30天）支付條款屬一般、典型及按正常商業條款，因此屬公平合理。

2. 訂立蜀海購買協議的理由

貴集團生產自熱小火鍋並計劃進一步擴大其生產及銷售，是由於其日益受歡迎的需求。蜀海供應鏈集團主要從事供應食材及提供倉儲及物流服務予餐飲服務供應商。蜀海供應鏈在中國擁有八個生產基地，其產品已取得AIB及ISO22000認證。目前，蜀海供應鏈集團是海底撈集團餐廳的主要食品供應商之一，其亦向其他知名企業供應食品。其食材的範圍廣泛，使貴集團能夠獲得可用於生產自熱小火鍋的優質食材。蜀海供應鏈集團亦擁有強大的研究及開發團隊，使其能夠開發及生產優質產品及就食品安全向貴集團作出保證。

3. 蜀海購買協議之過往金額、現有年度上限及建議年度上限

歷史交易金額

下表載列於下文所示期間根據現有蜀海購買協議就購買蜀海食材的歷史交易金額：

	截至12月31日止年度			
	2019年 人民幣千元	較2018年增加 %	2020年 人民幣千元	較2019年增加 %
現有年度上限	-	-	228,037	不適用
實際交易金額	22,266	不適用	40,756 (附註1)	不適用 (附註1)
現有年度上限之利用率	不適用		17.9%	不適用

附註：

- 2020年度的交易金額為截至2020年9月30日止九個月購買蜀海食材產生的人民幣40.8百萬元的歷史交易金額，並無為進行比較而按全年基準年度化。

建議年度上限

	截至12月31日止年度				
	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	較2021年增加 %	2023年 人民幣千元	較2022年增加 %
蜀海食材	215,000	300,000	39.5	375,000	25.0

建議年度上限釐定基準

根據 貴集團截至2020年9月30日止九個月之最近期未經審核管理賬目，自2020年1月1日起至2020年9月30日期間，根據現有蜀海購買協議向蜀海供應鏈集團購買蜀海食材的歷史交易金額約為人民幣40.8百萬元，佔2020年度現有年度上限的17.9%，該金額尚未被超越。

吾等自管理層了解到，就蜀海購買協議的蜀海食材釐定上述建議年度上限時，貴集團已考慮以下因素：

於釐定以上建議年度上限時，貴集團已考慮以下因素：

- (i) 與海供應鏈集團的歷史金額；
- (ii) 自熱小火鍋自2017年推出以來銷售量的快速增長以及需求量的估計增長，該增長表現在貴集團於2019年方便速食品（主要是自熱小火鍋）的銷售收入，達到約人民幣999.0百萬元，與2017年銷售收入約人民幣61.4百萬元相比大大增加了逾16.3倍；
- (iii) 2020年至2021年的年度上限有輕微下降，原因是(a) 貴集團需確保第三方供應商能夠穩定供應食材及(b)經考慮採購及物流成本，為生產方便速食品，貴集團增加霸州、鄭州、成都組裝工廠，將部分採購訂單分配給當地其他第三方供應商；
- (iv) 自獨立第三方購買類似食材的歷史購買額。截至2019年12月31日止年度，貴集團購買袋裝牛肉或牛雜總額達約人民幣276.7百萬元；及
- (v) 可資比較公司出售類似產品的市價。

董事認為，就獨立股東而言，蜀海購買協議之建議年度上限屬公平及合理，並符合貴公司及股東的整體利益。

對建議年度上限的評估

就評估貴集團為合營公司自蜀海供應鏈集團購買蜀海食材以根據蜀海購買協議生產方便速食品的建議年度上限公平性及合理性而言，吾等已審閱由貴公司提供的2021年至2023年三個年度的計劃，包括購買蜀海食材金額的計算公式、理由及假設。

誠如上一份日期為2019年6月14日的通函所述，合資公司乃於2020年9月新成立以測試中國自熱小火鍋的市場需求，且管理層準確預測市場接納程度的經驗有限。貴集團於2017年度下半年首次引入並推出其方便速食品（主要包括自

熱小火鍋)，並進一步於2018年度上半年由線上銷售渠道擴充至線下銷售渠道。除透過日漸成熟的現有調味料產品銷售渠道進行補貨外，貴集團亦專注於自熱產品的方便速食特點，開闢了便利店、高速公路服務站及新零售渠道等各類調味料產品之前並未進入的新渠道。因此，貴集團於2019年度來自銷售方便速食品（主要包括自熱小火鍋）的收入約人民幣999.0百萬元（或銷售量23,336噸），相較於2017年度收入約人民幣61.4百萬元（或銷售量1,361噸），複合年增長率高達4.03倍，當中接近98%來自獨立客戶。貴集團於2018年度及2019年度各年度來自銷售方便速食品的收入佔總收入分別約16.8%及23.3%。鑒於此等出乎意料的優秀銷售業績，貴集團計劃增加額外穩定及可靠的優質材料來源，以符合把握2021年至2023年未來三個年度方便速食品需求急速增加的生產要求。

根據管理層對中國火鍋餐飲市場的過往經驗，以及對期內牛肉及牛雜消耗量的最佳估計，蜀海購買協議項下2021年至2023年未來三個年度的建議年度上限分別為人民幣215百萬元、人民幣300百萬元及人民幣375百萬元。此類牛肉及牛雜食材應與其他火鍋食材一起包裝，例如肉類、蔬菜、蘑菇及魚丸／牛肉丸等，構成一套的速食自熱小火鍋於市場上出售。誠如管理層所告知，由於購買蜀海食材的歷史交易金額因時間非常短而相對有限，因此，2018年及2019年兩個年度的歷史購買趨勢對於預測2021年至2023年未來三個年度的年度上限而言並不可靠。

基於我們對貴集團歷史經營數據的獨立審閱，「方便速食品」（主要包括自熱小火鍋）的銷售業務分部於2017年9月開始營業，收入較少，約為人民幣61.4百萬元（或銷售量為1,361噸），但於2018年及2019年兩個年度分別大幅增加至約人民幣449.3百萬元（或銷售量為10,838噸）及人民幣999.0百萬元（或銷售量為23,336噸），相較於2017年至2019年三個年度，其複合年增長率高達4.03倍，或相較於2017年至2019年三個年度的收入金額增長超過16.3倍，主要由於2017年度的基數金額僅佔不足四個月，從而令2018年度的收入大幅增加。

根據我們從管理層所了解的情況，蜀海供應鏈集團多年來一直為海底撈火鍋餐廳的主要供應商，向其供應牛肉、牛雜、蝦醬及其他肉類等。蜀海供應鏈集團的產品質量、供應穩定及健康標準的優勢深受海底撈集團及於其食用火鍋的最終端客戶的信賴。貴集團自2019年度下半年起首次採購蜀海食材，因此該期間購買蜀海食材的歷史交易金額僅達到人民幣22.3百萬元。蜀海食材達到質量及健康標準後，貴集團不斷增加其自蜀海供應鏈集團採購量及金額，並在未來幾年將其原有採購來源從其他獨立供應商轉變為蜀海供應鏈集團。於2019年度，貴集團已向獨立供應商購買類似的牛肉及牛雜火鍋食材，金額約為人民幣276.7百萬元，介乎於蜀海購買協議項下2021年至2022年兩個年度人民幣215百萬元及人民幣300百萬元的建議年度上限之間。貴集團現計劃於2021年至2023年三個年度各年自蜀海供應鏈集團採購更多食材，從而進一步擴大其方便速食品的生產及銷售。於2017年至2019年三個年度，經考慮貴集團的方便速食品的銷量大幅增長近16.3倍，以及其業務擴張計劃，即於未來幾年不斷創新、開發並生產更多種類及選擇的方便速食品，這可能表明，為於2021年至2023年三個年度中進一步生產方便速食品而購買蜀海食材的建議年度上限並非不切實際或過於進取。

吾等發現，貴集團自2013年至2019年過往六個年度的歷史收入呈現大幅增長趨勢，該期間的複合年增長率約為54.4%。近期，貴集團於2018年及2019年兩個年度各年分別錄得收入約人民幣2,681百萬元及人民幣4,282百萬元，2018年度至2019年度強勁增長約59.7%。根據吾等對管理層於中國火鍋餐飲市場的經驗的瞭解，由於食材乃於餐桌上新鮮煮熟，因此火鍋成為中餐中的健康選擇，並且由於中國客戶愈加重視食品質量及營養，因此其經常受到青睞。火鍋餐飲市場的最終客戶應與在實體火鍋店用餐或在家裡享受自熱小火鍋的客戶大致相同。多年來，中國人越來越喜愛吃火鍋餐，以及預期在不久的將來保持此趨勢。根據中國產業信息網(www.chyxx.com)上關於中國火鍋餐飲市場狀況及發展前景的內容，火鍋餐飲的收入已成為中國餐飲行業各種餐飲形式／風格中的最大領域，於2017年及2018年兩個年度分別達約人民幣5,431億元及人民幣8,757億元，在兩年間的年均增長率約61.2%。就市場份額而言，火鍋餐飲分別於2017年及2018年兩個年度各年分別佔中國整體餐飲市場的約13.7%及20.5%，於2018年度顯著

增加6.8個百分點。在此基礎上，吾等認為 貴集團的過往經營業績可為預測未來幾年的業務發展進程提供可靠的參考或可比較的基準。在此基礎上，吾等認為 貴集團的過往收入可為預測未來幾年方便速食品的銷售提供可靠的參考或可比較的基準。考慮到 貴集團突出的過往收入趨勢後，吾等同意董事對2021年至2023年未來三個年度的生產預測，因此，吾等認為根據蜀海購買協議購買蜀海食材用於生產更多方便速食品的建議年度上限屬審慎、實際、公平及合理。

經考慮上述因素及分析後，吾等認為，管理層於釐定根據蜀海購買協議購買蜀海食材的建議年度上限時的理據及基準對獨立股東而言屬公正、公平及合理，且符合 貴公司及股東的整體利益。

D. 合資公司產品互供框架協議

1. 合資公司產品互供框架協議的主要條款

於2020年12月7日， 貴公司及合資公司訂立合資公司產品互供框架協議，以(i)向合資公司銷售 貴公司及其附屬公司的調味料產品；及(ii)合資公司向 貴公司及其附屬公司銷售方便速食品。

年期

合資公司產品互供框架協議的初始期限自2021年1月1日起至2023年12月31日止，為期三年。在遵守上市規則及適用法律法規的情況下，合資公司產品互供框架協議可不時再續期三年，除非 貴公司於協議期限屆滿前一個月向合資公司發出書面通知表示反對。重續合資公司產品互供框架協議時，訂約方可根據當時情況修訂協議的條款。

交易性質

根據合資公司產品互供框架協議，(a) 貴公司(為其本身及代表其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售調味料產品，用作生產方便速食品的原材料；及(b)合資公司同意向 貴公司及其附屬公司(合資公司除外)出售方便速食品。

(a)出售予合資公司的調味料產品及(b)出售予 貴公司的方便速食品的數量並無在合資公司產品互供框架協議中釐定，但將由相關訂約方不時協商釐定。

於合資公司產品互供框架協議當前年期內， 貴公司與合資公司可根據符合合資公司產品互供框架協議的條款及條件就買賣調味料產品及方便速食品不時訂立獨立協議。

定價基準

調味料產品的售價及方便速食品的購買價須由訂約方參考多項因素而釐定，有關詳情於下文進一步披露。如一方擬調整前述價格，應提前一個月書面通知，並經雙方協商一致。

(a) 銷售調味料產品

調味料產品的售價應由訂約方於參考以下各項後經公平磋商釐定：(i) 貴集團就生產產品所產生的現行生產成本及開支，及(ii)可資比較公司出售類似產品的市價。

吾等已獨立審核 貴集團於2019年及2020年兩個年度向 貴集團的合資公司及獨立客戶各自銷售調味料產品的20張發票樣本，吾等獲悉，相似調味料產品之間的售價具有可比性， 貴集團獲提供不遜於合資公司與有關客戶進行類似交易的條款。

(b) 購買方便速食品

方便速食品的購買價應由訂約方於參考以下各項後經公平磋商釐定：(i)就生產方便速食品所產生的生產成本（包括原材料成本）以及銷售及行政開支，及(ii)類似產品的現行市價。

吾等已獨立審閱於2019年及2020年兩個年度合資公司向 貴集團及合資公司的獨立客戶各自銷售方便速食品的20張發票樣本，吾等獲悉，其單位售價互相之間具有可比性， 貴集團獲提供不遜於 貴集團與有關獨立客戶進行類似交易的條款。

支付條款

合資公司產品互供框架協議項下的結算應按照雙方商定的結算方式及時妥善辦理，並在次月結清。

根據2019年度的頤海年報， 貴集團大部分第三方銷售乃透過收取客戶預付款後再向客戶發貨的方式進行，僅少量客戶獲授30至90天的信用期，其關聯方客戶獲授30天的信用期；而於2018年及2019年12月31日 貴集團賬齡為三個月內的貿易應收款項結餘超過98%。另一方面， 貴集團賣方授出的信用期通常為30至90天，其於2018年及2019年12月31日賬齡為三個月內的貿易應付款項結餘分別約為91.4%及95.8%。基於此觀察，吾等認為根據合資公司產品互供框架協議(i)銷售調味料產品及(ii)購買方便速食品按月(即30天)支付條款屬一般、典型及符合正常條款進行，因此屬公平合理。

2. 訂立合資公司產品互供框架協議的理由

自熱方便速食品為可在零售市場買賣及可在線上綫下銷售渠道銷售的便攜即食性新產品，其將是 貴集團一項新業務。

透過向合資公司出售調味料產品， 貴公司可進一步確保合資公司生產的方便速食品能夠達到令人滿意之質量。

貴集團可通過集團的天貓旗艦店等特有渠道向客戶提供合資公司的產品，進一步加大方便速食品的銷售，提升 貴公司的盈利能力。

3. 合資公司產品互供框架協議的歷史交易金額、現有年度上限及建議年度上限

歷史交易金額

根據 貴集團截至2020年9月30日止九個月的最新經審核管理賬目，於2020年1月1日至2020年9月30日根據現有產品互供框架協議向合資公司銷售調味料產品的歷史交易金額約為人民幣59.8百萬元，相當於2020年度現有年度上限的約49.3%，惟尚未超過有關上限。

根據 貴集團截至2020年9月30日止九個月的最新未經審核管理賬目，於2020年1月1日至2020年9月30日期間根據現有產品互供框架協議向合資公司購買方便速食品的歷史交易金額約人民幣69.8百萬元，相當於2020年度現有年度上限的約21.1%，惟尚未超過有關上限。

現有及建議年度上限及釐定基準

下表載列2018年至2020年三個年度向合資公司銷售調味料產品及購買自熱小火鍋的現有年度上限：

	截至12月31日止年度					
	2018年 較2017年增加		2019年 較2018年增加		2020年 較2019年增加	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
現有年度上限	141,300	178.7	258,362	82.8	452,317	75.1
銷售調味料產品	9,500	295.8	67,362	609.1	121,251	80.0
購買自熱小火鍋	131,800	172.9	191,000	44.9	331,066	73.3
實際／估計交易金額	104,668	3,988.6	185,615	77.3	129,557	不適用
銷售調味料產品 (附註1)	7,918	不適用	58,396	637.5	59,793	不適用
購買自熱小火鍋	96,750	3,679.3	127,219	31.5	69,764	不適用
					(附註2)	(附註2)
現有年度上限的利用率	74.1%		71.8%		28.6%	
銷售調味料產品	83.3%		86.7%		49.3%	
購買自熱小火鍋	73.4%		66.6%		21.1%	

獨立財務顧問函件

附註：

1. 2017年度並無銷售調味料產品的歷史交易金額。
2. 2020年度的交易金額為截至2020年9月30日止九個月銷售調味料產品及購買自熱小火鍋產生的實際交易金額，分別約人民幣59.8百萬元及人民幣69.8百萬元，並無為進行比較而按全年基準年度化。

截至12月31日止年度

2021年	2022年	較2021年增加	2023年	較2022年增加
人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	%

建議年度上限

銷售調味料產品	530,000	833,000	57.2	1,250,000	50.1
購買方便速食品	356,000	534,000	50.0	748,000	40.1

建議年度上限的釐定基準

吾等從管理層方面得知，於釐定合資公司產品互供框架協議的建議年度上限時，董事會已計及以下因素：

(a) 銷售調味料產品

有關出售調味料產品的年度上限按方便速食品的預計需求量釐定。由於調味料產品將用作生產方便速食品的原材料，前者的需求與後者的市場需求成正比，相關資料載於下文。

(b) 購買方便速食品

在達致購買方便速食品的上述建議年度上限時，貴集團已計及以下因素：

(i) 類似產品的現行市價；

(ii) 貴集團推出新的方便速食品，如沖泡粉及乾拌飯；

- (iii) 合資公司就生產方便速食品時產生的現有生產成本及開支；及
- (iv) 國內餐飲業以及自熱方便速食品市場增長勢頭迅猛，市場前景廣闊。

對建議年度上限的評估

貴集團自2017年9月成立以來一直向合資公司供應調味料產品供其生產方便速食品。貴集團通常從蜀海供應鏈集團採購牛肉及牛雜，其他食材則從其他獨立供應商採購。合資公司主要將所有食材及調味料產品組合成方便速食品包裝銷售予貴集團、其他獨立分銷商及獨立客戶。由於合資公司不斷創新研發及生產新的方便速食品銷往市場，因此合資公司須增加其從貴集團的調味料產品採購量以及從蜀海供應鏈集團及／或其他獨立供應商的食材採購量。得益於過往兩年的經驗，蜀海食材的質量及健康標準令人信納，貴集團不斷增加其從蜀海供應鏈集團的採購量及金額，並在未來幾年將其原有採購來源從其他第三方供應商轉變為蜀海供應鏈集團。

(a) 銷售調味料產品

於評估貴集團根據合資公司產品互供框架協議向合資公司銷售調味料產品時的建議年度上限的公平性及合理性，吾等已審閱貴公司所編製及提供業務計劃及安排，包括設定於2021年至2023年未來三個年度向合資公司銷售調味料產品的銷售額所用的計算公式、基準及假設。

根據管理層的建議以及已於貴公司截至2020年6月30日止六個月之中期報告（「中期報告」）所披露，貴集團不時大力創新及開發新調味料產品／方便速食品；及貴集團於2020年度上半年已新開發並增加合共（其中包括）9種火鍋調味料產品及11種方便速食品，其中，沖泡粉、乾拌飯及自熱米飯三款新產品預計在未來幾年受市場廣泛接受及消費。管理層現預計該三款新方便速食品於2021年

度可能會產生收入合共達到人民幣21億元，因此，貴集團須向合資公司提供更多的調味料產品以生產現有的自熱小火鍋及該新增的方便速食品。

貴集團現採取研發策略以開發新產品，即「基於項目的產品系統」，這是一項依賴於貴集團研發平台及支持渠道的激勵機制，其僱員將組成一支團隊以研發創新性新產品，該等新產品的研發項目將由團隊負責整個工作流程，即從提議到推廣上市。於項目完成推廣至市場並獲得盈利後，該項目團隊將即時獲得相應獎勵。該政策為所有員工提供機會研發新產品，提高了新產品的研發效率並激發員工探索各種市場。該機制目前運行情況良好，截至2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，推廣至市場的新產品數量分別增加了5款、7款、12款及22款方便速食品，於2017年至2019年三個年度各年及截至2020年6月30日止六個月分別產生收入人民幣61.4百萬元、人民幣449.3百萬元、人民幣999.0百萬元以及人民幣668.2百萬元。每款方便速食品於2017年至2019年分別不斷產生人民幣12.3百萬元、人民幣64.2百萬元至人民幣83.2百萬元的平均收入。由於貴集團於可預見未來將繼續創新研發並生產更多種類的方便速食品，2021年度人民幣530百萬元的建議年度上限約為2019年度人民幣58.4百萬元的歷史交易金額的9.1倍，屬合理且不過於進取。

為了解決預期未來人們對方便速食品種類廣泛及揀選不斷上升的需求問題，貴集團有確切的計劃，即於中國及海外建造至少六個新生產基地，其中四個基地分別位於國內的河北省霸州市、安徽省馬鞍山市、河南省漯河市及四川省簡陽市，而剩下兩個基地將建於馬來西亞及泰國。這六個新生產基地於各個階段的建造工程已於／將於2020年度及／或2021年度開工。管理層認為，該等新生產基地的建造預計能夠大大緩解國內及海外業務快速擴張的需求並優化海外業務的供應成本。因此，管理層已確認合資公司將具備足夠生產力完成其2021年至2023年三個年度生產方便速食品的訂單。

由於上述不斷的創新及研發，自2021年至2023年未來三個年度向合資公司銷售以生產方便速食品的調味料產品的建議年度上限將分別達到人民幣530百萬元、人民幣833百萬元及人民幣1,250百萬元，以解決該等年度預計快速增長的市場需求問題。由於在不包括上述三款即將推出的新方便速食品情況下，2018年及2019年各年度向合資公司銷售調味料產品的歷史交易金額在短期內相對有限，分別約為人民幣7.9百萬元及人民幣58.4百萬元，因此過往銷售趨勢對於預測2021年至2023年未來三個年度向合資公司銷售調味料產品的建議年度上限無關且不可靠。

在考慮以上預測銷售額時，管理層現時預計2021年度向合資公司銷售用於生產方便速食品的調味料產品會大幅增加至人民幣530百萬元，而2019年度則約為人民幣54.1百萬元，複合年增長率約為3.1倍；而2022年至2023年兩個年度各年為人民幣833百萬元及人民幣1,250百萬元，預計銷量將按相對穩定的速度增加，各自年增長率約57.2%及50.1%。根據中期報告，貴集團截至2020年6月30日止六個月銷售方便速食品所得收入約為人民幣668.2百萬元，較2019年度同期人民幣341.1百萬元增長了約95.9%。貴集團認為，儘管於COVID-19疫情下調味料產品及方便速食品的銷售趨勢保持樂觀狀態，但對整體餐飲行業的影響不容小覷，且貴集團於2020年度上半年的收入增長有所放緩。倘吾等回顧貴集團於2017年至2019年過往三個年度來自方便速食品（即主要包括自熱小火鍋）總收入約4.03倍的複合年增長率增長，吾等相信，於2021年至2023年未來三個年度，向合資公司銷售調味料產品的建議年度上限應屬審慎、實際，因此屬公平及合理。

(b) 購買方便速食品

於評估貴集團根據合資公司產品互供框架協議向合資公司購買方便速食品的建議年度上限的公平性及合理性時，吾等已檢閱貴公司所編製及提供業務計劃及安排，包括設定於2021年至2023年未來三個年度自合資公司購買方便速食品（包括自熱小火鍋）採購額所用的計算公式、基準及假設。

與上文分析的銷售調味料產品類似，由於合資公司乃於2017年9月成立，且 貴集團購買自熱小火鍋的實際基礎交易金額仍然有限，管理層現時預計2021年度向合資公司購買用於銷往市場的調味料產品會大幅增加至人民幣356百萬元，而2019年度則約為人民幣127.2百萬元，複合年增長率約為2018年及2019年過往兩個年度的年增長率約為31.5%的1.67倍，此乃由於預計未來幾年市場將廣泛接受並消費三款新產品，即沖泡粉、乾拌飯及自熱米飯；而2022年及2023年兩個年度各年為人民幣534百萬元及人民幣748百萬元，預計銷量會按相對穩定的速度增加，相當於年增長率分別約為50.0%及40.1%。誠如上文所討論者，由於調味料產品將用作生產方便速食品的原材料，前者的需求量與後者的市場需求成正比。根據吾等的觀察，吾等得知2021年至2023年未來三個年度購買方便速食品的建議年度上限將穩定在調味料產品銷售量的約60%至67%。因此，調味料產品銷量於2021年至2023年三個年度的複合年增長率約為53.6%，與同期方便速食品（包括自熱小火鍋）採購額約45.0%的複合年增長率大致可比。基於上述考慮，吾等認為2021年至2023年未來三個年度的預計銷售趨勢在重大方面一致，因此屬合乎邏輯、審慎、公平及合理。

經考慮以上分析及背後的理由，吾等認為，根據合資公司產品互供框架協議向合資公司出售調味料產品及自合資公司購買方便速食品（包括其建議年度上限）乃按正常商業條款進行，將於 貴集團的日常及一般業務過程中開展，對於獨立股東屬公平合理並符合 貴公司及股東的整體利益。

4. 規管頤海持續關連交易的內部控制措施

根據上市規則第14A.55至14A.59條， 貴公司必須設立適宜且足夠的內部控制措施規管頤海持續關連交易（屆時須遵守年度審核的規定）的執行情況。

獨立財務顧問函件

根據吾等對 貴公司內控指引及頤海年報的查閱， 貴公司已指派一支由 貴集團業務經營、法律、風險控制及財務部門以及董事會辦公室組成的高級管理層團隊，監督頤海持續關連交易並確保彼等按公平基準開展交易以及不得超過年度上限。 貴集團的此高級管理層團隊持續追蹤及定期監督頤海持續關連交易的進展，並不時向管理層報告。彼等將與財務部門審閱頤海持續關連交易，以確保不會超過年度上限。彼等亦將與 貴公司的審計委員會（目前由三名獨立非執行董事組成）、管理層及董事會每月或在有需要的時候進行溝通，以報告頤海持續關連交易的進度以及要求獲得批准修改現有交易條款。 貴集團不同職能部門的主管亦將會定期獲悉頤海持續關連交易的條款及定價政策。 貴公司審計委員會亦已指派獨立內部審計團隊任務，以確保 貴公司關於頤海持續關連交易的內部控制措施保持有效完整。憑藉該等內部控制措施，獨立非執行董事因此可以每年評估以及確認上述措施的執行情況。

基於上述內容，董事會認為，已實行充足且有效的內部控制措施以確保根據各不獲豁免框架協議擬進行的頤海持續關連交易將根據正常或更優商業條款以及按對於海底撈集團相關成員、蜀海供應鏈集團以及合資公司而言不優於與獨立第三方進行交易時的價格進行，並因此不會損害 貴集團及股東的整體利益。

如頤海年報所披露，獨立非執行董事已確認，於2019年度的上述頤海持續關連交易乃由 貴集團(i)於其日常及一般業務過程中；(ii)按正常或更優商業條款；以及(iii)根據規管該等交易的相關協議（包括其中所載的定價原則及指引）以及按公平合理且符合 貴公司及股東整體利益的條款予以訂立。

此外， 貴集團的核數師已審閱2019年度的頤海持續關連交易，並向董事會確認，頤海持續關連交易：(i)已獲董事會批准；(ii)乃按照 貴集團的定價政策；(iii)乃根據規管交易的相關協議訂立；以及(iv)並無超過相關的年度上限。

推薦建議

經計及上述主要因素及理由，吾等認為根據各不獲豁免框架協議擬進行的頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）乃於 貴集團的日常及一般業務過程中按正常商業條款進行，對於獨立股東而言屬公平合理並符合 貴公司及股東的整體利益。因此，吾等建議獨立股東以及獨立董事委員會推薦獨立股東投票贊成將於股東特別大會上提呈的決議案，以根據各不獲豁免框架協議及其項下擬進行的交易批准頤海持續關連交易（包括各自的建議年度上限）。

此致

頤海國際控股有限公司
中國上海市
普陀區
真北路2500號
1810室

獨立董事委員會及列位獨立股東 台照

代表
第一上海融資有限公司
董事
鄭志光
謹啟

2020年12月15日

附註：

鄭志光先生一直為證券及期貨條例項下第6類（就機構融資提供意見）受規管活動的負責人，於企業融資行業擁有豐富的經驗。彼曾參與就涉及香港上市公司的許多各類關連交易提供獨立財務顧問服務並完成相關交易。

1. 責任聲明

本通函載有根據上市規則而提供的本公司資料，本公司董事共同及各別就本通函承擔全部責任。董事經作出一切合理查詢後確認，據彼等所深知及確信，本通函所載資料在所有重要方面均屬準確及完整，且並無誤導或欺詐成份，亦無遺漏其他事項導致本通函中任何陳述或本通函產生誤導。

2. 權益披露

截至最後實際可行日期，本公司董事及最高行政人員以及彼等各自的聯繫人於本公司或本公司任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份及債權證中所擁有(a)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的權益及淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視作擁有的權益及淡倉）；或(b)根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所指登記冊的權益及淡倉；或(c)根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益及淡倉如下：

董事姓名	身份／權益性質	普通股數目	佔已發行股本總額的股權概約百分比 (%)
施永宏先生 ⁽¹⁾	全權信託的創立人、受控制法團權益、配偶的權益、實益擁有人及信託受益人	177,703,492 (L)	16.97% (L)
舒萍女士 ⁽²⁾	全權信託的創立人、受控制法團權益、配偶的權益、實益擁有人及信託受益人	373,007,021 (L)	35.63% (L)

董事姓名	身份／權益性質	普通股數目	佔已發行股本 總額的股權概 約百分比 (%)
張勇先生 ⁽²⁾	全權信託的創立人、受 控制法團權益、配偶 的權益、實益擁有人 及信託受益人	373,007,021 (L)	35.63% (L)
孫勝峰先生	實益擁有人	200,000 (L)	0.019% (L)
郭強先生	配偶的權益及實益擁 有人	400,000 (L)	0.04% (L)
趙曉凱先生	實益擁有人	160,000 (L)	0.015% (L)

(L) 指好倉

附註：

- (1) 施永宏先生及李海燕女士（作為財產授予人及保護人）為彼等自身利益成立SL信託，其間接持有SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd的全部股本，而SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd則持有合共177,243,492股股份。就證券及期貨條例而言，施永宏先生及李海燕女士被視為於SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd擁有權益的股份中擁有權益。

施永宏先生為李海燕女士的配偶並就證券及期貨條例而言被視為於李海燕女士擁有權益的相同股份數目中擁有權益。李海燕女士為施永宏先生的配偶並就證券及期貨條例而言被視為於施永宏先生擁有權益的相同股份數目中擁有權益。

- (2) 張勇先生及舒萍女士（作為財產授予人及保護人）為彼等自身利益成立ZYSP信託，其持有ZYSP YIHAI Ltd的全部股本，而ZYSP YIHAI Ltd則持有372,547,021股股份。就證券及期貨條例而言，張勇先生及舒萍女士被視為於ZYSP YIHAI Ltd擁有權益的股份中擁有權益。

張勇先生為舒萍女士的配偶，故就證券及期貨條例而言被視為於舒萍女士擁有權益的相同數目股份中擁有權益。舒萍女士為張勇先生的配偶，故就證券及期貨條例被視為於張勇先生擁有權益的相同數目股份中擁有權益。

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，概無本公司董事或最高行政人員及彼等各自的聯繫人於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有或被視為擁有任何根據證券及期貨條例第XV部第7及第8

分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視作擁有的權益及淡倉）；或根據證券及期貨條例第352條須登記於本公司存置的登記冊的權益或淡倉，或根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

3. 主要股東

於最後實際可行日期，下列人士（本公司董事或最高行政人員除外）於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須知會本公司及聯交所的權益或淡倉；或擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第XV部第336條須予存置的權益登記冊的權益或淡倉：

主要股東 姓名／名稱	身份／權益性質	普通股數目	佔已發行股 本總額的股權 概約百分比 (%)
UBS Trustees (B.V.I.) Limited ⁽¹⁾	受託人（被動受託人 除外）	372,547,021 (L)	35.59% (L)
ZYSP YIHAI Ltd ⁽¹⁾	實益擁有人	372,547,021 (L)	35.59% (L)
Cititrust Private Trust (Cayman) Limited ⁽²⁾	受託人（被動受託人 除外）	177,243,492 (L)	16.93% (L)
李海燕 ⁽²⁾	全權信託的創立人、 受控制法團權益及 配偶的權益	177,703,492 (L)	16.97% (L)
Twice Happiness Limited ⁽²⁾	受控制法團權益	177,243,492 (L)	16.93% (L)
LHY YIHAI Ltd ⁽²⁾	實益擁有人	88,621,746 (L)	8.47% (L)
SYH YIHAI Ltd ⁽²⁾	實益擁有人	88,621,746 (L)	8.47% (L)
UBS Group AG ⁽³⁾	受控制法團權益	77,917,411 (L)	7.44% (L)
JLJH YIHAI Ltd ⁽⁴⁾	實益擁有人及另一人 的代名人	66,568,000 (L)	6.36% (L)
Vistra Trust (HK) Limited ⁽⁴⁾	受託人（被動受託人 除外）	66,568,000 (L)	6.36% (L)

(L) 指好倉

附註：

- (1) ZYSP信託為張勇先生及舒萍女士以財產授予人及保護人身份於2016年6月1日為彼等自身利益成立的全權信託。ZYSP YIHAI Ltd的全部股本由UBS Trustees (B.V.I.) Limited (作為ZYSP信託的受託人) 全資擁有。就證券及期貨條例而言，張勇先生及舒萍女士 (作為ZYSP信託的創立人) 以及UBS Trustees (B.V.I.) Limited被視為於ZYSP YIHAI Ltd持有的股份中擁有權益。
- (2) SL信託為施永宏先生及李海燕女士以財產授予人及保護人的身份為其自身利益於2016年6月2日成立的全權信託。SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd的全部股本由Twice Happiness Limited全資擁有及由Cititrust Private Trust (Cayman) Limited (作為SL信託的受託人身份) 最終擁有。就證券及期貨條例而言，施永宏先生及李海燕女士 (作為SL信託的創立人)、Twice Happiness Limited及Cititrust Private Trust (Cayman) Limited被當作於SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd持有的股份擁有權益。施永宏先生為李海燕女士的配偶並就證券及期貨條例而言被視為於李海燕女士擁有權益的相同股份數目中擁有權益。李海燕女士為施永宏先生的配偶並就證券及期貨條例而言被視為於施永宏先生擁有權益的相同股份數目中擁有權益。
- (3) UBS Group AG透過全資附屬公司於其控制的法團權益中擁有77,917,411股股份權益。
- (4) Vistra Trust (HK) Limited為受託人及JLJH YIHAI Ltd為管理受限制股份單位計劃的代名人。JLJH YIHAI Ltd根據受限制股份單位計劃為合資格參與者的利益持有由我們授出涉及受限制股份單位的相關股份。

除上文所披露者外，於最後實際可行日期，本公司並不知悉有任何人士 (本公司董事或最高行政人員除外) 於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須知會本公司及聯交所的權益或淡倉；或擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須予存置的登記冊的權益或淡倉。

4. 資格及同意書

已於本通函提供意見或建議的專家的資格如下：

名稱	資格
第一上海	可從事證券及期貨條例項下第6類 (就機構融資提供意見) 受規管活動的持牌法團

- (a) 於最後實際可行日期，第一上海並無於本集團任何成員公司的股本中擁有任何實益權益，亦無擁有可認購或提名他人認購本集團任何成員公司的證券的任何權利 (不論是否可依法強制執行)，且自2019年12月31日 (即本公司最近期刊發經審核賬目的日期) 起，其概無於本集團任何成員公司所收購或出售或租賃，或擬收購或出售或租賃的任何資產中直接或間接擁有任何權益。

- (b) 第一上海已就刊發本通函及按本通函所載形式及內容載入其意見及函件(視情況而定)以及引述其名稱發出同意書,且迄今並無撤回有關同意書。

5. 重大不利變動

於最後實際可行日期,董事確認本公司的財務或交易狀況自2019年12月31日(即本公司最近期刊發經審核財務報表的編製日期)起概無任何重大不利變動。

6. 訴訟

於最後實際可行日期,本集團成員公司概無牽涉任何重大訴訟或仲裁程序,且據董事所知,本集團任何成員公司概無任何尚未了結或對其構成威脅的重大訴訟或索償。

7. 董事的服務合約

於最後實際可行日期,概無董事與本公司或本集團任何成員公司訂立上市規則第13.68條所述的任何服務合約(不包括一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須作出賠償(法定賠償除外)的合約)。

8. 董事權益

- (a) 董事概不知悉任何董事或其各自的聯繫人於最後實際可行日期在與本集團業務直接或間接構成或可能構成競爭的任何業務中擁有任何根據上市規則須予披露的權益。
- (b) 除本公司2019年度報告「董事會報告－關連及持續關連交易」一節、本公司日期為2020年12月7日的公告及本通函所披露者外,概無董事於最後實際可行日期仍然有效且對本集團整體業務屬重要的任何合約或安排中擁有重大權益。
- (c) 自2019年12月31日(即本公司最近期刊發經審核綜合賬目的日期)起,概無董事於本集團任何成員公司所收購或出售或租賃,或擬收購或出售或租賃的任何資產中直接或間接擁有任何權益。

9. 一般資料

- (a) 本公司的註冊辦事處為P.O. Box 31119, Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, Grand Cayman, KY1-1205, Cayman Islands。
- (b) 本公司的中國公司總部為中國上海市普陀區真北路2500號1810室。
- (c) 本公司的香港主要營業地點為香港灣仔皇后大道東248號陽光中心40樓。
- (d) 本公司的開曼群島主要股份過戶代理登記處位於Royal Bank House, 3rd Floor, 24 Shedden Road, Grand Cayman, KY1-1110, Cayman Islands。
- (e) 本公司的香港股份過戶登記分處為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17M樓。
- (f) 本通函及隨附的代表委任表格的中英文版本有任何歧義，概以英文版本為準。

10. 備查文件

下列文件副本可自本通函日期起至2020年12月30日（包括該日）止星期一至星期五（公眾假期除外）的正常辦公時間內，在Davis Polk & Wardwell的辦事處可供查閱，地址為香港遮打道3A號香港會所大廈18樓：

- (a) 本公司與海底撈訂立的海底撈總銷售協議；
- (b) 本公司與蜀海供應鏈訂立的蜀海銷售協議；
- (c) 本公司與合資公司訂立的蜀海購買協議；
- (d) 本公司與合資公司訂立的合資公司調味料產品銷售協議；
- (e) 本公司與合資公司訂立的合資公司方便速食品銷售協議；

- (f) 獨立董事委員會發出的推薦意見函件，全文載於本通函第43頁至第44頁；
- (g) 第一上海（即獨立財務顧問）發出的意見函件，全文載於本通函第45頁至第97頁；及
- (h) 本附錄一第4段所述的同意書。



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)

股東特別大會通告

茲通告頤海國際控股有限公司(「本公司」)謹訂於2020年12月31日(星期四)上午十時正假座中國上海市松江區滬亭北路65號九亭中心5號樓609室舉行股東特別大會(「股東特別大會」)，以處理下列事項：

作為普通決議案

1. 「動議

- (i) 批准本公司與海底撈國際控股有限公司(「海底撈」)，連同其附屬公司「海底撈集團」就(a)銷售海底撈集團擁有的配方製成並在其火鍋餐廳使用的火鍋底料及中式複合調味料產品；(b)銷售本公司擁有的配方製成的零售火鍋底料、火鍋蘸料及中式複合調味料產品，以在海底撈集團網上平台和海底撈集團火鍋餐廳向消費者展示及銷售；及(c)向海底撈集團出售方便速食品訂立日期為2020年12月7日的總銷售協議(「海底撈總銷售協議」)，以及其項下擬進行的交易事項；
- (ii) 批准、追認及確認下文所述與海底撈總銷售協議項下擬進行的交易事項有關的建議年度上限：

截至2021年 12月31日止年度	截至2022年 12月31日止年度	截至2023年 12月31日止年度
人民幣3,916,000,000元	人民幣5,693,000,000元	人民幣7,540,000,000元

股東特別大會通告

- (iii) 授權本公司任何一位董事代表本公司為或就海底撈總銷售協議而簽署、蓋章、執行、完善、交付及作出其酌情認為必要或適宜或恰當的所有該等文件、契據、行動、事宜及事情，並在其酌情認為適宜及符合本公司利益的情況下，對海底撈總銷售協議或其條款作出及同意任何非重大性質的更改。」

2. 「動議

- (i) 批准本公司與蜀海(北京)供應鏈管理有限責任公司(「蜀海供應鏈」，連同其附屬公司「蜀海供應鏈集團」)就銷售為蜀海供應鏈集團的餐飲服務客戶定製的產品及針對零售市場的產品訂立日期為2020年12月7日的銷售協議(「蜀海銷售協議」)，以及其項下擬進行的交易事項；
- (ii) 批准、追認及確認下文所述與蜀海銷售協議項下擬進行的交易事項有關的建議年度上限：

截至2021年 12月31日止年度	截至2022年 12月31日止年度	截至2023年 12月31日止年度
----------------------	----------------------	----------------------

人民幣84,400,000元 人民幣113,360,000元 人民幣154,200,000元

- (iii) 授權本公司任何一位董事代表本公司為或就蜀海銷售協議而簽署、蓋章、執行、完善、交付及作出其酌情認為必要或適宜或恰當的所有該等文件、契據、行動、事宜及事情，並在其酌情認為適宜及符合本公司利益的情況下，對蜀海銷售協議或其條款作出及同意任何非重大性質的更改。」

3. 「動議

- (i) 批准本公司與蜀海供應鏈就購買食材訂立日期為2020年12月7日的購買協議(「蜀海購買協議」)，以及其項下擬進行的交易事項；

股東特別大會通告

- (ii) 批准、追認及確認下文所述與蜀海購買協議項下擬進行的交易事項有關的建議年度上限：

截至2021年 12月31日止年度	截至2022年 12月31日止年度	截至2023年 12月31日止年度
----------------------	----------------------	----------------------

人民幣215,000,000元 人民幣300,000,000元 人民幣375,000,000元

- (iii) 授權本公司任何一位董事代表本公司為或就蜀海購買協議而簽署、蓋章、執行、完善、交付及作出其酌情認為必要或適宜或恰當的所有該等文件、契據、行動、事宜及事情，並在其酌情認為適宜及符合本公司利益的情況下，對蜀海購買協議或其條款作出及同意任何非重大性質的更改。」

4. 「動議

- (i) 批准本公司與馥海(上海)食品科技有限公司(「合資公司」)就本公司及其附屬公司向合資公司銷售調味料產品訂立日期為2020年12月7日的調味料產品銷售協議(「合資公司調味料產品銷售協議」)及合資公司與本公司就合資公司向本公司及其附屬公司出售方便速食品訂立日期為2020年12月7日的方便速食品銷售協議(「合資公司方便速食品銷售協議」)(合資公司調味料產品銷售協議及合資公司方便速食品銷售協議統稱為「合資公司產品互供框架協議」)，以及其項下擬進行的交易事項；
- (ii) 批准、追認及確認下文所述與合資公司產品互供框架協議項下擬進行的交易事項有關的建議年度上限：

截至2021年 12月31日止年度	截至2022年 12月31日止年度	截至2023年 12月31日止年度
----------------------	----------------------	----------------------

人民幣886,000,000元 人民幣1,367,000,000元 人民幣1,998,000,000元

股東特別大會通告

- (iii) 授權本公司任何一位董事代表本公司為或就合資公司產品互供框架協議而簽署、蓋章、執行、完善、交付及作出其酌情認為必要或適宜或恰當的所有該等文件、契據、行動、事宜及事情，並在其酌情認為適宜及符合本公司利益的情況下，對合資公司產品互供框架協議或其條款作出及同意任何非重大性質的更改。」

5. 「動議重選趙曉凱先生為本公司執行董事。」

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

中國上海市
2020年12月15日

附註：

- (1) 凡有權出席大會及於會上投票的任何股東，均有權委任一名或多名代表（倘該名股東為兩股或多股股份的持有人），代其出席大會及代其投票。受委代表毋須為本公司股東。填妥及交回代表委任表格後，本公司股東亦可親身出席股東特別大會並於會上投票。在此情況下，其代表委任表格將被視作撤回論。
- (2) 若任何股份由聯名持有人共同持有，則任何一位聯名持有人可親身或委派代表就有關股份投票，猶如其為唯一有權投票者。但若超過一位該等聯名持有人出席任何大會，則排名較前者親身或由其代表作出的投票將獲接納，而其他聯名持有人的投票則排除在外，就此而言，排名先後以股東名冊內就聯名股權的排名次序釐定。
- (3) 隨函附奉大會適用的代表委任表格。
- (4) 代表委任表格連同經簽署的授權書或其他授權文件（如有）或該授權書或授權文件的核證本，必須於大會或其續會指定舉行時間不少於48小時前交回本公司的香港證券登記及過戶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17M樓，方為有效。
- (5) 股東特別大會將以投票方式表決。
- (6) 本公司將由2020年12月28日（星期一）至2020年12月31日（星期四）期間（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，以決定股東是否合資格出席股東特別大會並於會上投票。於2020年12月24日（星期四）營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東將合資格出席股東特別大會並於會上投票。為符合資格出席股東特別大會並於會上投票，所有過戶文件連同有關股票及過戶表格必須於2020年12月24日（星期四）下午四時三十分前交回本公司的香港證券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。