香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHINA FOODS LIMITED
中國食品有限公司
（於百慕達註冊成立之有限公司）
（股份代號：506）

截至2025年6月30日止六個月期間之中期業績公告

財務摘要

下表列示中國食品有限公司（「**本公司**」）及其附屬公司（統稱「**本集團**」）截至2025年6月30日止六個月期間（「**中期期間**」）的中期業績與2024年同期業績之比較：

	截至6月30日止六個月期間		
	2025年	2024年	變動
	（人民幣百萬元）	*（人民幣百萬元）*	
	（未經審核）	（未經審核）	
• 收入	**12,278.1**	11,335.1	+8.3%
• 毛利率	**38.1%**	34.6%	+3.5百分點
• 分銷及銷售支出比率	**26.3%**	22.5%	+3.8百分點
• 行政支出比率	**1.7%**	1.9%	-0.2百分點
• 經調整EBIT*	**1,359.2**	1,271.9	+6.9%
• 經調整EBITDA^	**1,787.4**	1,682.5	+6.2%

董事會（「**董事會**」）並未宣佈派發中期期間的中期股息（截至2024年6月30日止六個月期間：無）。

經調整EBIT*指：

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	（人民幣百萬元）	*（人民幣百萬元）*
	（未經審核）	（未經審核）
除税前溢利	**1,357.4**	1,269.3
對賬：融資成本	**1.8**	2.6
經調整EBIT*	**1,359.2**	1,271.9

經調整EBITDA^指：

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	（人民幣百萬元）	*（人民幣百萬元）*
	（未經審核）	（未經審核）
經調整EBIT*	**1,359.2**	1,271.9
對賬：		
物業、廠房及設備折舊	**386.1**	368.6
使用權資產折舊	**31.5**	33.9
無形資產攤銷	**10.6**	8.1
經調整EBITDA^	**1,787.4**	1,682.5

中期業績

董事會欣然宣佈本集團中期期間之未經審核簡明綜合中期業績，連同去年之比較數據。於2025年6月30日及截至該日止六個月期間之未經審核簡明綜合中期業績已由本公司審核委員會審閱。

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月期間

		截至6月30日止六個月期間	
		2025年	2024年
	附註	***人民幣千元***	*人民幣千元*
		（未經審核）	（未經審核）
收入	*4*	**12,278,061**	11,335,111
銷售成本		**(7,602,388)**	(7,417,286)
毛利		**4,675,673**	3,917,825
其他收入，收益及虧損淨額	*5*	**127,007**	125,499
分銷及銷售支出		**(3,235,163)**	(2,555,538)
行政支出		**(211,245)**	(217,881)
扣除撥回後預期信貸虧損模式下的減值虧損淨額		**170**	(960)
經營溢利		**1,356,442**	1,268,945
融資成本	*6*	**(1,822)**	(2,572)
應佔聯營公司業績		**2,731**	2,924
除税前溢利	*7*	**1,357,351**	1,269,297
所得税支出	*8*	**379,261**	(303,757)
期間溢利及全面收益總額		**978,090**	965,540
應佔溢利及全面收益總額：			
－本公司擁有人		**577,845**	565,232
－非控股權益		**400,245**	400,308
		978,090	965,540
每股盈利			
－每股基本及攤薄盈利*（人民幣分）*	*10*	**20.66**	20.21

簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	**2025年6月30日** **人民幣千元** **（未經審核）**	2024年12月31日 *人民幣千元* （經審核）
非流動資產			
物業、廠房及設備		**5,659,578**	5,450,960
使用權資產		**630,402**	653,044
無形資產		**3,552,296**	3,544,591
於聯營公司之投資		**167,954**	194,623
預付款項及其他資產		**30,282**	23,731
遞延稅項資產		**449,189**	458,192
		10,489,701	10,325,141
流動資產			
存貨		**971,523**	1,443,480
應收貿易款項	*11*	**649,713**	339,410
預付款項、按金及其他應收款項		**1,163,195**	1,096,624
按公平值計入其他全面收益之金融資產		**18,058**	6,581
關聯公司欠款		**382,089**	354,166
可抵扣稅款		**23,868**	14,428
抵押銀行存款		**4,184**	4,133
現金及現金等值項目		**5,046,875**	4,014,404
		8,259,505	7,273,226

簡明綜合財務狀況表(續)

於2025年6月30日

	附註	**2025年6月30日** ***人民幣千元*** **(未經審核)**	2024年12月31日 *人民幣千元* (經審核)
流動負債			
應付賬款及應付票據	*12*	**1,312,778**	804,247
其他應付款項及應計負債		**5,725,337**	4,827,521
租賃負債		**37,473**	39,339
合約負債		**180,419**	865,961
欠關聯方款項		**745,580**	331,614
流動所得稅負債		**221,658**	168,278
		8,223,245	7,036,960
流動資產淨額		**36,260**	236,266
總資產減流動負債		**10,525,961**	10,561,407
股本及儲備			
股本		**293,201**	293,201
股份溢價及儲備		**6,318,647**	6,168,777
本公司持有人應佔權益		**6,611,848**	6,461,978
非控股權益		**3,538,080**	3,736,238
權益總值		**10,149,928**	10,198,216
非流動負債			
租賃負債		**40,864**	46,246
遞延稅項負債		**121,129**	97,937
遞延收入		**214,040**	219,008
		376,033	363,191
資產淨額		**10,149,928**	10,198,216

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月期間

1 一般資料

中國食品有限公司(「**本公司**」)為一家於百慕達註冊成立的有限責任公司。本公司之註冊辦事處位於Clarendon House, 2 Church Street, Hamilton HM 11, Bermuda。

本公司乃在英屬維爾京群島註冊成立的中國食品(控股)有限公司的附屬公司。本公司董事(「**董事**」)認為,最終控股公司為於中華人民共和國(「**中國**」)註冊的國有企業中糧集團有限公司。

於截至2025年6月30日止六個月期間,本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)參與加工、裝瓶及分銷汽水飲料產品以及分銷不含氣飲料產品。

簡明綜合財務報表以人民幣(「**人民幣**」)列報,人民幣亦為本公司的功能貨幣。

2 編製基準

簡明綜合財務報表已根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港會計準則第34號(「**香港會計準則第34號**」)「中期財務報告」以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)適用的披露規定編製。

3 重大會計政策資料

除若干金融工具以公平值計量(如適用)外,簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製。

除採用香港財務報告準則(修訂本)所導致的會計政策新增/變動外,截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者一致。

應用香港財務報告準則會計準則(修訂本)

於本中期期間,本集團已首次應用香港會計師公會頒佈並於本集團2025年1月1日開始之年度期間強制生效之以下香港財務報告準則會計準則(修訂本),以編製本集團簡明綜合財務報表:

香港會計準則第21號(修訂本)	缺乏可兑換性

於本中期期間應用香港財務報告準則會計準則(修訂本)對本集團於本期間及過往期間的財務狀況及表現及/或該等簡明綜合財務報表所載的披露並無重大影響。

4 收入及分部資料

與客戶合約的收入拆分

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（未經審核）
商品類型		
汽水	**9,384,629**	8,577,161
果汁	**1,674,604**	1,661,095
水品類	**576,189**	532,392
其他	**642,639**	564,463
總計	**12,278,061**	11,335,111
確認收入的時間		
某個時間點	**12,278,061**	11,335,111

分部資料

本集團的收入及綜合業績主要來自加工、裝瓶及分銷汽水及不含氣飲料，本集團以產品特徵及生產過程的性質、產品的客戶類型、分銷產品的方法以及監管環境的性質一致的方式，將其視為一個單獨的可報告分部。因此，並無呈列分部資料。

地域資料

本集團的全部經營收入源於中國內地經營的客戶，以及本集團除遞延稅項資產外的非流動資產主要位於中國內地，故並無根據香港財務報告準則第8號「經營分部」呈列地域資料。

主要客戶資料

於中期期間，並無源自單一客戶的收入達本集團收入的10%或以上（截至2024年6月30日止六個月：無）。

5 其他收入，收益及虧損淨額

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（未經審核）
其他收入		
政府補助*（附註）*	**62,720**	73,993
銷售副產品及廢料項目淨收入	**8,740**	3,443
利息收入	**16,402**	17,281
其他	**58,895**	40,129
	146,757	134,846
其他收益及虧損		
出售物業、廠房及設備虧損	**(24,559)**	(3,760)
滙兑差額淨額	**(2,268)**	(1,915)
其他	**7,077**	(3,672)
	(19,750)	(9,347)
總計	**127,007**	125,499

附註： 本公司在中國內地若干省份經營的附屬公司獲授多項用作投資的政府補助。政府補助相關的未承辦支出已分別計入簡明綜合財務狀況表中的遞延收入（非流動部分）及其他應付款項及應計負債（流動部分）。並無任何與確認為收入的補助有關的尚未符合之條件或或有事項。

6 融資成本

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（未經審核）
租賃負債之利息	**1,822**	2,572

7 稅前溢利

稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
	(未經審核)	(未經審核)
就以下項目(撥回)／確認之減值虧損：		
－應收貿易款項	**(160)**	927
－其他應收款項	**(10)**	33
	(170)	960
無形資產攤銷	**10,641**	8,136
確認為開支的存貨成本(包括存貨撇減撥回人民幣4,043,000元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣5,966,000元))	**7,606,431**	7,423,252
折舊		
－物業、廠房及設備	**386,106**	368,539
－使用權資產	**31,484**	33,932
工資、薪金及福利費	**1,094,248**	1,027,389

8 所得稅支出

	截至6月30日止六個月期間	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
	(未經審核)	(未經審核)
中國企業所得稅		
－即期稅款	**323,585**	357,167
－過往年度撥備不足	**23,481**	–
	347,066	357,167
遞延稅項	**32,195**	(53,410)
所得稅支出	**379,261**	303,757

由於本集團的收入並非於香港產生或取得，故並無就香港稅項計提撥備。

中國企業所得稅撥備乃根據本集團按照中國相關所得稅法規及規例釐定的應課稅的法定所得稅稅率25%計算，惟於本中期期間及過往中期期間本集團的若干中國實體按優惠所得稅稅率15%及9%繳稅。

9 股息

於中期期間，有關截至2024年12月31日止年度的末期股息每股港幣16.6仙（截至2024年6月30日止六個月：有關截至2023年12月31日止年度每股港幣15.9仙）已宣派予本公司擁有人。於本中期期間宣派的末期股息總額為人民幣427,975,000元（於2024年6月30日止六個月：人民幣413,989,000元）。

於本中期期間結束後，董事已議決不會就本中期期間宣派任何股息。

10 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2025年6月30日止六個月每股基本盈利數額乃按本公司擁有人應佔期間溢利人民幣577,845,000元（截至2024年6月30日止六個月期間：人民幣565,232,000元）及期內已發行普通股之加權平均數2,797,223,396股（截至2024年6月30日止六個月：2,797,223,396股）計算。

(b) 每股攤薄盈利

於截至2025年及2024年6月30日止六個月期間，本集團概無持有或發行具攤薄作用之工具，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

11 應收貿易款項

	2025年6月30日	2024年12月31日
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（經審核）
應收貿易款項	**671,821**	361,976
減：信貸虧損撥備	**(22,108)**	(22,566)
總計	**649,713**	339,410

本集團對關鍵客戶的銷售基於交貨後7至90天的信貸期，而對於其他客戶則通常須預收款項或於交貨時收款。本集團尋求維持嚴格控制其未償還應收款項及設有信貸控制專員，務求將信貸風險減至最低。高級管理層定期審核逾期結餘。鑒於本集團涉及大量不同客戶之應收貿易款項，故其信貸風險非高度集中。本集團並無就其應收款項結餘持有任何抵押品或其他信用增級。

以下為按交貨日期呈列的應收貿易款項的賬齡分析：

	2025年6月30日	2024年12月31日
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（經審核）
6個月內	**649,700**	338,566
6至12個月	**13**	844
總計	**649,713**	339,410

12 應付貿易賬款及應付票據

	2025年6月30日	2024年12月31日
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（經審核）
應付貿易賬款	**1,311,257**	802,896
應付票據	**1,521**	1,351
總計	**1,312,778**	804,247

按交貨日呈列的應付貿易賬款及應付票據之賬齡分析如下：

	2025年6月30日	2024年12月31日
	人民幣千元	*人民幣千元*
	（未經審核）	（經審核）
3個月內	**1,248,657**	774,157
3個月至12個月內	**59,715**	27,096
1年以上	**4,406**	2,994
總計	**1,312,778**	804,247

本集團若干應付票據以金額為人民幣4,184,000元（2024年12月31日：人民幣4,133,000元）之本集團銀行存款予以擔保。

管理層論析

業務現狀

本公司現獲授權經營可口可樂系列產品範圍共計19個省級行政區域，向消費者提供汽水、果汁、水、乳飲料、能量飲料、茶、咖啡、功能型營養飲料、運動飲料及植物蛋白飲料等10大品類、25個品牌的產品。

今年上半年，本公司可口可樂系列產品銷量保持增長，市場表現令人矚目。相較於整個中國內地市場態勢，本公司不僅保持了銷量的穩定提升，收入更實現了顯著的增長加速。這一積極趨勢使得本公司的市場領先地位得到進一步鞏固，展現出強勁的競爭力和發展動能。在可口可樂裝瓶業務之外，智慧零售業務期內設備規模實現快速擴張且穩居行業首位。另一創新平台中糧悅享會，專注產品價格提升，重視發展非可口可樂產品業務，年內收入同比增加。展望未來，我們的願景是致力於成為世界一流的食品飲料集團。

發展策略

2025年，中國食品延續深化以「重塑」為核心的戰略升級工作，通過產品品牌重塑、營銷網絡重塑、價值鏈重塑、供應體系重塑、組織機構重塑及執行文化重塑的縱深推進，進一步優化客戶體驗、提升運營效益並增強盈利能力，為可持續高質量發展構築堅實根基。我們堅定貫徹「提質、增效、創新、體系、開放、綠色」的經營理念，穩步推進全品類飲料業務與創新業務協同佈局，持續弘揚「幹！拼！贏！」的企業精神，全力實現「高質量、可持續」的戰略發展目標，具體發展理念如下：

- 提質：持續推動主力產品、新產品、高單價並高毛利產品銷售；持續推動渠道結構優化，不斷強化新零售渠道、餐飲渠道、旅遊渠道等的開發建設；持續優化供應鏈佈局，提升整體供應鏈管理效率。

- 增效：進一步深化供應鏈全區域整合，深入研判原材料價格變化趨勢，擴大集中採購範圍和規模，強化資源投入的精準性和效益性。

- 創新：全面推動數字化升級工作，持續提升數字化營銷、數字化供應鏈和數字化治理能力，並不斷輸出數據賦能成果。

- 體系：堅持依法治企，不斷完善運營全環節的合規性；持續秉承以貢獻者為本的原則，不斷優化組織架構和薪酬激勵機制，為業務的快速、健康、可持續發展提供保障。

- 開放：全力推動生態圈建設，上游與供應商共享信息、庫存、備件等資源，共同降本增效，下游利用數字化營銷工具打通B2B2C鏈路，與客戶一起共同更高效地服務消費者。

- 綠色：堅持可持續高質量發展，單位能耗及排放持續下降，做到全年「零死亡、零重傷、零超標、零污染」。

行業環境

2025年上半年，中國各地區深入貫徹落實政府決策部署，國民經濟頂住壓力、迎難而上，經濟運行總體平穩、穩中向好，社會大局保持穩定。國內生產總值66.05萬億元，按不變價格計算，同比增長5.3%，其中，第二產業增加值23.90萬億元，增長5.3%。全國居民人均消費支出扣除價格因素後，同比增長5.3%，非酒精即飲行業總體銷售情況保持穩定。

業績回顧

2025年中期業績與2024年中期業績相比摘要如下：

	截至2025年6月30日止 *（人民幣百萬元）*	截至2024年6月30日止 *（人民幣百萬元）*	變動率
收入	**12,278.1**	11,335.1	+8.3%
銷量			+5.5%
毛利率			+3.5百分點

2025年上半年，國內經濟穩步前行，消費需求穩定釋放，中國食品精準施策優化價格體系、升級產品結構、拓展渠道資源，實現銷量與收入的量價協同增長。

期內，本公司毛利率同比實現提升，得益於多數原材料採購價格同比下降的利好效應，部分抵消了鋁價持續高位運行帶來的成本壓力。公司同步強化資本性支出管控與經營性現金流精細化管理，不斷優化資源配置效率以保障財務韌性。

穩步優化產品結構

汽水品類

期內，無糖品類以量收雙位數高增長有力驅動汽水品類實現超越大盤的增速，本公司經營區域內汽水品類市佔率超50%，鞏固了其市場龍頭地位。汽水品類銷量同比增長可觀，疊加產品價格提升策略成效，共同拉高收入同比增長9%，毛利率同步提升。

新品「雪碧無糖冰檸酷莓」上市，通過清新檸檬邂逅酸甜莓果，清香噴灑四溢，搭配超強氣泡，和極凍涼感技術，氣泡，冰涼，酸爽，三重衝擊，由舌尖穿越全身，持久凍感爆爽！通過雪碧品類口味創新，實現20-39歲消費群體－學生、年輕上班族及千禧一代消費者招募，提振品牌形象、強化品牌酷爽優勢及轉化競爭品類消費者的目標達成。

可口可樂分享瓶回歸並升級玩法，產品與營銷不斷推陳出新，緊密契合消費者需求，尤其是年輕群體日益變化的社交偏好。

果汁品類

儘管受消費升級趨勢影響，國內低濃度果汁市場面臨挑戰。但在產品價格提升的戰略作用下，本公司果汁品類整體收入逆勢增長1%。

期內，本公司核心橙味產品持續夯實市場基礎，保持了穩定的增長態勢。「酷兒」重新上市，其借獨特的260ML球形包裝設計，兼具便攜性與新穎外觀，贏得了消費者的青睞。本公司借助「酷兒」的歸來，成功打造新的增長引擎，為品類營收增長貢獻了重要力量。

品類積極推進多口味協同發展。在非橙口味領域，實施規格升級計劃，通過420ML轉切450ML規格，加量不加價，激發市場需求。「汁汁桃桃」、「青緹葡萄」、「紅緹葡萄」、「熱帶果粒」四種小口味豐富了品類的口味矩陣，滿足消費者多樣化的飲用需求。

果汁品類聚焦利潤包裝發展，針對分享裝市場，重點推廣適合家庭消費的1.25L大規格包裝，該包裝形式的市場佔比已實現提升，成為拉動品類收入增長的重要因素，有力支撐了品類盈利水平的改善。

水品類

期內，本公司水品類策略的調整帶來冰露的執行提升，「冰露」鋪貨網點對比同期增長迅猛，水品類銷量同比增幅超過兩成，帶動收入同比高單位數增長。

「悅活」2025年戰略錨定天然蘇打水賽道，以「無添加」差異化突圍紅海市場。採用精簡扁平化設計升級品牌標誌，品牌名稱突破葉子，色彩親和自然，並賦予更多品牌理念。天然礦泉水包裝去水源地信息，強化品類與核心稀有元素；天然蘇打水以「山巒疊嶂與水波漣漪」為靈感升級自然山水瓶型，標簽採用燙銀工藝，全面提升價值感。上半年聯合京東推出平台專屬產品。瓶身設計以黑鑽為靈感體現產品稀缺性，搶佔高端場景。體育營銷借勢北半馬等賽事滲透運動人群，媒介端發力小紅書實現高曝光與滲透率，深化品類教育與促進電商引流。

未來我們將持續聚焦水品類堅持高質量發展，積極開拓高端水產品，依托「冰露」廣泛的渠道網絡優勢，把握蘇打水的健康消費趨勢，擴充蘇打水的產品組合，通過改變品類結構來改善水品類盈利能力，拉動整體利潤。

即飲咖啡

期內，本公司推出新品「COSTA輕爽黑咖」，以COSTA門店同款咖啡豆、輕盈0脂肪特性和果味平衡口感，成功吸引健康、減脂人群。

未來本公司將堅持關注核心口味和新品，深耕便利店和傳統渠道，抓住夏季窗口，做好冰凍化，借助UTC及店內促銷，快速提升咖啡銷量。

功能飲料

期內核心品牌「魔爪」，銷量上有重大突破，同比錄得接近五成增長，持續領跑中國內地同品牌代理商。另一品牌「獵獸」產品定位維生素能量飲料，區隔於魔爪，強調產品「功能性」，目標消費群體更為大眾，包含打工族、藍領人群等，瞄準高速服務區和工礦渠道。

新零售業務－中糧悅享會

中糧悅享會從事飲料食品線上渠道銷售，業務覆蓋全國各個省、直轄市和自治區。期內，公司著重渠道優化與核心產品價格提升，通過線上線下包裝差異化策略有效規避價格競爭，保障全渠道有序發展。同時，公司大力發展非可樂產品業務，深度拓展公域平台代理經銷模式，規模化引入優質新品牌合作，目前合作品牌已達18個，有效加重非可樂市場份額。

本公司持續提升線上業務數字化、智能化水平，通過快樂會小程序和D2C渠道各平台店建立會員數據庫，對會員進行精準營銷，增強暢銷商品供應，強化非價格營銷手段，優化線上商品結構，重塑價值鏈，有效加強轉化效果和促進銷售收入，收入同比達成雙位數增長。

智慧零售業務－中糧智尚

期內，中糧智尚智慧零售業務規模（設備台數）迅速擴張，設備台數保持行業榜首地位，實現全國佈局31個省份，覆蓋逾350個城市，帶動同比收入顯著增長。

自動售貨機不受時間、地點限制的優點，能有效填補沒有零售商舖覆蓋的銷售真空地帶，也能在商舖關門後的真空時段繼續為消費者提供服務。除實體產品外，虛擬商品的銷售能力更展現了自動售貨機巨大的發展潛力。本公司持續優化支付後廣告等流量變現產品，成功接入如「微信讀書」等穩定變現渠道。同時，推出虛擬產品售賣模式，開闢了不佔用貨道資源的新收入來源。

未來我們除了會持續擴大業務規模外，還會積極豐富商品種類，為消費者提供更多優質選擇。未來，本公司將依托自創的「藍京靈」系統為核心，增加投放自動售貨機以外的智能設備，打造智能套件的平台一體化方案，繼續強化盈利能力，為股東帶來更好的回報。

展望

從下半年情況看，儘管外部環境還有不少的不確定性，內部結構調整的壓力較大。但上半年經濟穩中有進的發展態勢和成效，為完成全年目標打下了較好基礎。多年來高質量發展大勢和實踐，不僅凝聚了共識，積累了新動能，更推進了經濟再平衡，提高了經濟可持續發展能力。加之宏觀政策協同發力，將為經濟穩定運行保駕護航。所以綜合判斷，下半年中國經濟保持穩定增長是有支撐的。消費市場方面，上半年趨於活躍，下半年在消費政策的推動下會繼續保持良好發展態勢。

2025年下半年預計主要原材料價格保持穩定，但不排除貿易戰會對原材料供應帶來不利影響，導致主材成本上漲。管理層將持續積極推動產品結構升級、業務組合優化等重點戰略，以改善毛利率。相信通過重塑工作，公司能建立新消費形式下的競爭優勢，打造適應未來多變複雜市場環境的應對能力，增強符合可持續高質量發展要求的盈利能力，進一步提升整體利潤率。

財務回顧

收入

銷量及收入分別錄得同比增加5.5%及8.3%。收入上升主要由於銷量及產品均價雙雙增加。

毛利率

期內，本公司毛利率同比實現提升，得益於多數原材料採購價格同比下降的利好效應，部分抵消了鋁價持續高位運行帶來的成本壓力。

其他收入及收益

其他收入及收益主要包括利息收入及政府補貼，同比無重大變化。

分銷及銷售費用比率／行政費用比率

於中期期間，因市場競爭激烈，本公司投放更多市場推廣費用，因此分銷及銷售支出比率有所提升。行政支出比率同比則沒有重大變化。

融資成本

融資成本主要是租賃負債之利息，同比無重大變化。

所得稅支出

所得稅支出為人民幣3.79億元，增加24.9%。於中期期間，本公司若干附屬公司（統稱為「**附屬公司**」）響應其當地稅務機關的通知展開自查。完成有關自查並與當地稅務機關確認後，附屬公司已繳回2021年至2023年期間之所得稅合共約人民幣23,481,000元。

流動資金及財務資源

本公司資金部集中管理：

- 重新分配本集團之財務資源；
- 為本集團爭取有成本效益之資金；
- 管理利率及匯率風險在內之財務風險；及
- 抓緊提高收益之機會。

資金部定期及密切監察其整體現金及債務狀況、檢討其融資成本及到期情況以方便及時再融資。為更有效的使用現金，本集團已在中國內地使用現金池。此外，資金部制定財務風險管理流程，並由本公司高級管理層定期審閱。

於2025年6月30日的簡明綜合財務狀況表中，本集團之無抵押現金及現金等值項目合共約為人民幣50.47億元（2024年12月31日：約人民幣40.14億元）。流動資產淨額約為人民幣0.36億元（2024年12月31日：約人民幣2.36億元）。

資本結構

於2025年6月30日及截至該日止六個月期間，本公司之已發行股份總數保持不變，仍為2,797,223,396股。於2025年6月30日的簡明綜合財務狀況表中，本集團並無有計息銀行借貸（2024年12月31日：無）。

於2025年6月30日，母公司擁有人應佔淨資產約為人民幣66.12億元（2024年12月31日：約人民幣64.62億元），本集團淨現金（無抵押現金及現金等值項目減計息銀行及其他借貸）約為人民幣50.47億元（2024年12月31日：約人民幣40.14億元）及槓杆比率（本集團借貸對比母公司擁有人應佔淨資產比率）為零（2024年12月31日：零）。

或然負債及資產抵押

於2025年6月30日及2024年12月31日，本集團並無任何重大或然負債或資產抵押（若干應付票據除外）。

外匯管理

本集團之貨幣資產、貨幣負債及交易主要以人民幣計值及計入於在中國內地營運的附屬公司（功能貨幣為人民幣）的賬目。

儘管本集團並無使用任何金融工具用作對沖目的，本集團的資金部積極及密切監察匯率風險。外匯風險並不重大。

人力資源

於2025年6月30日，本集團於中國內地及香港共僱用17,675名僱員(2024年12月31日：17,533名）。本集團根據僱員之崗位、表現、經驗及現時市場慣例釐定僱員薪酬，並提供管理及專業培訓予僱員。

本集團透過豁免強制性公積金職業退休計劃或強制性公積金計劃為在香港的僱員提供退休福利，並提供人壽保險及醫療保險；根據中國法律為中國內地員工提供養老保險、醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險及住房公積金。

本集團堅信優秀的人才是公司最寶貴的財富，是保障本集團可持續發展的基礎。本集團已建立了有關員工招聘、勞動合同、薪酬福利、考勤管理、培訓與發展、績效考核、紀律政策、員工權益保障等一系列政策制度，確保員工的基本權益，保證員工不因民族、年齡、性別等因素受到歧視，嚴禁僱用童工，反對任何形式的強迫勞動。

本集團亦秉承「以貢獻者為本」的人才發展理念，為員工提供良好的職業發展平台和完整的培訓體系。本集團不斷完善人才培養機制和培訓課程體系，為各層級員工提供相應的管理技能及專業技能培訓，以提升員工的知識技能，確保集團與員工的共同發展。

本公司及其附屬公司並未有購股權計劃或股份獎勵計劃。

中期股息

董事會並未宣派截至中期期間之中期股息（2024年6月30日：無）。

企業管治常規

於截至2025年6月30日止六個月整個期間內，本公司一直採用《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「**上市規則**」）附錄C1《企業管治守則》（「**企業管治守則**」）的原則並遵守所有適用的守則條文（「**守則條文**」），惟守則條文C.2.1除外。

企業管治守則條文第C.2.1條規定，主席與行政總裁的角色不應由一人同時兼任。於本中期期間，董事會主席（「**主席**」）及本公司董事總經理（「**董事總經理**」，即本公司首席執行官）於2025年1月6日之前由慶立軍先生同時擔任，原因是董事會相信，慶先生於相關時間作為執行董事及董事總經理，其在本集團的經營及管理方面具有豐富經驗及有助促進本集團業務策略之執行及提升其營運效率，故慶先生擔任該等職位的責任符合本公司及其股東之利益。董事會亦認為，由於自2025年1月1日起至2025年1月6日董事會由六名其他經驗豐富的人士（包括一名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事）組成，故該等安排將不會削弱董事會及管理層之間權力與授權的平衡。此外，就本集團主要決策而言，本公司將於適當時候諮詢董事會委員會及高級管理層。

繼展在中先生於2025年1月6日獲委任為執行董事兼董事總經理後，主席與首席執行官的角色已區分，因此本公司自2025年1月6日起已遵守企業管治守則之守則條文C.2.1條。

董事進行的證券交易

本公司已採納上市規則附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**標準守則**」)作為董事進行證券交易之操守守則。經本公司作出具體查詢後,本公司所有董事確認彼等於整個中期期間一直遵守標準守則所載列之規定標準。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於中期期間,本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱中期業績

於2025年6月30日及截至該日止六個月期間的簡明綜合中期財務資料已經由本集團核數師天職香港會計師事務所有限公司根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」與本公司審核委員會進行審閱。

期後事項

截至本公告日期,概無發生重大期後事項。

刊登中期業績及中期報告

本業績公告於香港交易及結算所有限公司披露易網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.chinafoodsltd.com)上刊登。本公司2025年中期報告將於適當時候在上述網站上刊登,並將寄發予本公司之股東。

承董事會命
中國食品有限公司
主席
慶立軍

香港,2025年8月26日

於本公告日期,董事會成員包括:慶立軍先生為董事會主席及非執行董事;展在中先生為執行董事;曹高峰先生、陳剛先生及宋亮先生為非執行董事;以及李鴻鈞先生、莫衛斌先生及梁家麗女士(銀紫荊星章)為獨立非執行董事。