

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



YIHAI INTERNATIONAL HOLDING LTD.

頤海國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1579)

**截至2023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2023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2022年同期的比較數字。

本集團財務摘要

- 截至2023年6月30日止六個月的收入為人民幣2,616.2百萬元，較截至2022年6月30日止六個月的人民幣2,688.5百萬元減少2.7%。
- 截至2023年6月30日止六個月的毛利為人民幣798.6百萬元，較截至2022年6月30日止六個月的人民幣765.1百萬元增加4.4%。
- 截至2023年6月30日止六個月的經營利潤為人民幣498.4百萬元，較截至2022年6月30日止六個月的人民幣389.3百萬元增加28.0%。
- 截至2023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357.8百萬元，較截至2022年6月30日止六個月的人民幣263.1百萬元增加36.0%。
- 截至2023年6月30日止六個月的每股盈利(基本)為人民幣36.59分，較截至2022年6月30日止六個月的人民幣26.84分增加36.3%。

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,721,087	1,668,759
使用權資產		222,954	239,270
無形資產		15,067	16,883
遞延所得稅資產		58,094	57,717
按公平值計入損益的金融資產		141,499	135,687
初始期限超過一年的定期存款		332,924	200,000
其他非流動資產	5	140,980	121,492
非流動資產總值		2,632,605	2,439,808
流動資產			
存貨		259,393	387,484
其他流動資產	5	49,816	54,224
貿易應收款項	6	198,410	155,627
按攤銷成本計量的其他金融資產		16,902	17,383
初始期限超過三個月及一年以內的定期存款		–	611,236
受限制現金		5,003	5,000
現金及現金等價物		2,092,082	1,880,531
流動資產總值		2,621,606	3,111,485
資產總值		5,254,211	5,551,293
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	7	67	68
就受限制股份單位計劃持有的股份		(4)	(4)
其他儲備		207,119	382,959
保留盈利		4,115,362	3,936,849
本公司擁有人應佔資本及儲備		4,322,544	4,319,872
非控股權益		236,284	217,149
權益總額		4,558,828	4,537,021

	附註	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
負債			
非流動負債			
租賃負債		68,375	75,730
遞延所得稅負債		35,552	53,412
其他非流動負債		29,616	25,297
		<u>133,543</u>	<u>154,439</u>
非流動負債總額			
		<u>133,543</u>	<u>154,439</u>
流動負債			
貿易應付款項	8	240,062	396,254
合約負債		55,628	102,785
租賃負債		41,633	38,577
其他應付款項及應計費用		139,929	203,915
即期所得稅負債		84,588	118,302
		<u>561,840</u>	<u>859,833</u>
流動負債總額			
		<u>561,840</u>	<u>859,833</u>
負債總額			
		<u>695,383</u>	<u>1,014,272</u>
權益及負債總額			
		<u>5,254,211</u>	<u>5,551,293</u>

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

	附註	未經審核 截至6月30日止六個月	
		2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收入	4	2,616,226	2,688,482
銷售成本	9	(1,817,637)	(1,923,375)
毛利		798,589	765,107
經銷開支	9	(239,756)	(314,491)
行政開支	9	(140,838)	(126,214)
其他收入及收益淨額	10	80,434	64,913
經營溢利		498,429	389,315
融資收入	11	30,840	15,225
融資成本	11	(2,343)	(3,157)
融資收入淨額	11	28,497	12,068
除所得稅前溢利		526,926	401,383
所得稅開支	12	(149,966)	(105,366)
期內溢利		376,960	296,017
以下人士應佔期內溢利：			
— 本公司擁有人		357,825	263,144
— 非控股權益		19,135	32,873
		376,960	296,017
其他全面虧損			
可重新分類至損益的項目			
— 匯兌差額		(84)	(5,802)
期內其他全面虧損(扣除稅項)		(84)	(5,802)
期內全面收入總額		376,876	290,215
以下人士應佔期內全面收入總額：			
— 本公司擁有人		357,741	257,342
— 非控股權益		19,135	32,873
		376,876	290,215
本公司擁有人應佔每股盈利			
(以每股人民幣分列示)			
— 基本	13	36.59	26.84
— 攤薄	13	36.59	26.84

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日根據開曼群島1961年第3號法例第22章公司法（經綜合及修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 31119, KY1-1205, Cayman Islands。

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

除非另有指明，否則中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列。

本中期簡明綜合財務資料已於2023年8月29日獲本公司董事會批准刊發。

本中期簡明綜合財務資料已經審閱，但未經審核。

2. 編製基準

截至2023年6月30日止六個月的本中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」（「國際會計準則第34號」）編製。

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本集團根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）所編製截至2022年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

3. 會計政策

除所得稅按預期年度盈利總額所適用的稅率估計外，編製本中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與截至2022年12月31日止年度的年度綜合財務報表所採用的會計政策一致。多項新訂或經修訂準則適用於本報告期間。本集團並無因採納該等新訂或經修訂準則而改變其會計政策或作出追溯調整。

已頒佈但本集團尚未採用的準則的影響

若干經修訂準則已頒佈但無需於自2023年1月1日開始的報告期間強制執行，本集團亦未提早採用。預計該等經修訂準則於當前或未來報告期間不會對本集團及可見未來交易造成重大影響。

4. 收入及分部資料

管理層基於主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱的報告（用以作出戰略決策）釐定經營分部。本集團的收入、開支、資產、負債及資本開支主要來源於製造及向第三方和關聯方客戶銷售火鍋調味料、中式複合調味料、方便速食產品及其他（獲主要經營決策者視為一個分部）。本集團的主要市場為中國內地，截至2023年及2022年6月30日止六個月其向海外客戶的銷售額佔總收入不足10%。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	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
於某一時點確認的收入		
火鍋調味料		
— 關聯方	839,540	613,031
— 第三方	814,675	809,895
小計	1,654,215	1,422,926
中式複合調味料		
— 關聯方	18,656	4,833
— 第三方	346,680	338,022
小計	365,336	342,855
方便速食產品		
— 關聯方	28,970	41,572
— 第三方	544,060	855,695
小計	573,030	897,267
其他		
— 關聯方	173	45
— 第三方	23,472	25,389
小計	23,645	25,434
總計	2,616,226	2,688,482

關聯方應佔銷售收入分別佔截至2023及截至2022年6月30日止六個月本集團總收入約33.9%及24.5%。

5. 其他資產

	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
物業、廠房及設備預付款項	140,980	121,492
可抵扣增值稅	28,101	26,660
營銷及諮詢開支預付款項	10,929	12,861
購買原材料預付款項	4,763	7,383
倉庫及員工宿舍短期租約預付款項	1,045	1,215
其他	4,978	6,105
	<u>190,796</u>	<u>175,716</u>
減：非即期項目	<u>(140,980)</u>	<u>(121,492)</u>
其他流動資產	<u>49,816</u>	<u>54,224</u>

6. 貿易應收款項

	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	8,121	6,163
— 關聯方	190,477	149,652
	<u>198,598</u>	<u>155,815</u>
減：減值撥備	<u>(188)</u>	<u>(188)</u>
貿易應收款項淨額	<u>198,410</u>	<u>155,627</u>

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

	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
3個月內	198,598	155,815
3個月以上	—	—
	<u>198,598</u>	<u>155,815</u>

截至2023年及2022年6月30日止六個月概無確認任何貿易應收款項減值撥備。

7. 股本

法定：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2022年1月1日、2022年6月30日、 2023年1月1日及2023年6月30日 每股0.00001美元的普通股	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>307</u>

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2022年1月1日、2022年6月30日及 2023年1月1日每股0.00001美元的普通股	<u>1,046,900,000</u>	<u>10,469</u>	<u>68</u>
購回及註銷普通股(附註)	(10,200,000)	(102)	(1)
於2023年6月30日每股0.00001美元的普通股	<u>1,036,700,000</u>	<u>10,367</u>	<u>67</u>

附註：

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

8. 貿易應付款項

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

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	未經審核 2023年 6月30日 人民幣千元	經審核 2022年 12月31日 人民幣千元
3個月內	238,744	394,221
3個月至6個月	769	1,599
6個月至1年	<u>549</u>	<u>434</u>
總計	<u>240,062</u>	<u>396,254</u>

9. 按性質劃分的開支

計入銷售成本、經銷開支及行政開支的開支分析如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
製成品存貨變動	76,524	(40,274)
已使用原材料及耗材	1,517,617	1,738,859
僱員福利開支	247,028	268,967
運輸及相關支出	77,406	105,333
廣告及其他營銷開支	34,611	67,381
物業、廠房及設備折舊	70,891	55,931
公共事業	35,268	31,106
倉儲費用	22,224	25,185
使用權資產折舊	19,360	21,276
稅項及附加費	18,634	19,126
差旅及招待費	20,648	13,125
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	14,734	11,014
維護費用	8,254	6,779
與短期租賃有關但不計入租賃負債的開支	4,357	6,626
無形資產攤銷	3,256	3,343
核數師薪酬	993	993
存貨報廢	2,289	753
其他開支	24,137	28,557
總計	<u>2,198,231</u>	<u>2,364,080</u>

10. 其他收入及收益淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助(附註)	42,969	33,336
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	6,543	7,430
外匯收益淨額	28,561	15,589
廢料銷售	7,050	7,083
處置／報廢物業、廠房及設備以及無形資產的虧損	(5,462)	(2,626)
捐贈	—	(57)
其他	773	4,158
總計	<u>80,434</u>	<u>64,913</u>

附註：

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

11. 融資收入淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
融資收入		
－ 利息收入	30,840	15,225
融資成本		
－ 租賃負債利息	(2,343)	(3,157)
融資收入淨額	<u>28,497</u>	<u>12,068</u>

12. 所得稅開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅開支	131,203	115,198
遞延所得稅開支／(抵免)	18,763	(9,832)
所得稅開支	<u>149,966</u>	<u>105,366</u>

所得稅開支乃根據管理層對預期整個財政年度的加權平均實際年度所得稅稅率的估計而確認。截至2023年6月30日止六個月使用的估計平均年度稅率約為28.5%（截至2022年6月30日止六個月：26.3%）。

13. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2023年及2022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」）持有的股份數目的差額計算。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
本公司擁有人應佔溢利（人民幣千元）	<u>357,825</u>	<u>263,144</u>
已發行普通股的加權平均數減去就受限制股份單位計劃持有的股份數目（千股）	<u>977,942</u>	<u>980,332</u>
每股基本盈利（人民幣分）	<u>36.59</u>	<u>26.84</u>

(b) 每股攤薄盈利

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

由於截至2023及2022年6月30日止六個月並無已發行潛在攤薄普通股，因而並無呈列每股攤薄盈利。

因此，每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

14. 股息

截至2023年6月30日止六個月，支付的股息總額為人民幣179,312,000元或每股人民幣17.72分（截至2022年6月30日止六個月：人民幣224,563,000元或每股人民幣21.9563分），款項已扣除就受限制股份單位計劃持有股份應佔股息人民幣12,322,000元（截至2022年6月30日止六個月：人民幣15,374,000元）。

2023中期業績回顧

2023年上半年，隨着經濟社會全面恢復常態化運行，宏觀政策顯效發力，市場需求逐步恢復，居民收入平穩增長，經濟運行整體回升向好。因疫情被催生的家庭消費零售產品需求恢復平穩，同時餐飲消費呈持續恢復態勢。

同期，本集團主要業務重點為加強渠道拓展建設與精細化管理，完善產品研發機制並逐步拓展B端市場，繼續落實多品牌戰略，同時優化自有產能供應能力。

在渠道建設方面，本集團持續注重渠道精細化、標準化管理，在渠道細分的基礎上，根據不同區域產品分佈的差異性，對調味料及方便速食合夥人進行了劃分。同時堅持優化「合夥人」考核制度，不斷打磨完善管理制度和人員激勵制度。加強建設信息化管理及智能識別系統，切實有效的提升對終端數據變動的捕捉。

在產品研發方面，本集團不斷打破產品研發邊界限制，在追求產品口味與形式創新的同時，注重消費者對使用場景的延伸及性價比需求。本集團始終堅持以「產品項目制」為導向，並結合不斷驗證的「方法論」為指導，落實研發關鍵節點，引導研發團隊對品類及行業深度研究。同時，本集團逐步拓展B端餐飲客戶及海外市場，不斷豐富產品矩陣，滿足消費者多層次、多樣性的消費需求。

本集團堅持執行多品牌策略，在現有品牌矩陣中，根據產品屬性確定「筷手小廚」與「海底撈」品牌的使用，注重品牌與產品相結合，通過線上平台傳播及線下物料展示，以及消費者互動等多種宣傳推廣方式，進一步提升消費者的對品牌的認知度，實現集團多品牌戰略規劃。

在供應能力優化方面，本集團持續優化產能配置，隨着馬鞍山二期工廠及泰國工廠投入使用，本集團自產比例及海外供應能力得到進一步提升，我們對相應產品穩定性及安全性的把控也得到進一步提升。同時，漯河生產基地一期二號車間的蘸料及香辛料新增產能3萬噸，進一步完善了本集團配套化生產體系，有助於提升供應鏈整體效率。

業務回顧

截至2023年6月30日止六個月，本集團收入為人民幣2,616.2百萬元，同比下降2.7%；淨利潤為人民幣377.0百萬元，同比增長27.3%。

銷售渠道

本集團持續為家庭烹飪客戶、餐飲服務供應商以及食品行業公司提供烹飪調味料解決方案，也作為關聯方海底撈國際控股有限公司（連同其附屬公司，統稱「**海底撈集團**」）、特海國際控股有限公司（連同其附屬公司，統稱「**特海國際集團**」）及蜀海（北京）供應鏈管理有限責任公司（連同其附屬公司，統稱「**蜀海供應鏈集團**」）以及彼等各自的附屬公司的調味料產品供應商；同時，我們亦為消費者提供美味多樣的食品。截至2023年6月30日，本集團的主要產品包含火鍋調味料，中式複合調味料和方便速食等品類，經銷商、電商及餐飲客戶等為第三方銷售的主要渠道。本集團的第三方經銷商銷售業務共覆蓋了中國34個省級行政區，以及49個海外國家和地區。

2023年上半年，本集團堅持注重第三方銷售渠道的建設和拓展，促進銷售渠道健康良性發展，繼續實施渠道和經銷商精細化、標準化管理，堅持過程考核與業績評價相結合的「合夥人」考核機制。同時為進一步提高渠道管理的標準化流程，根據不同品類在不同流通區域市場的差異性，因地制宜的對調味料及方便速食「合夥人」採取細分化管理。持續完善信息化管理制度，不斷加強信息化系統的實用性及可操作性，實現渠道精準高效溝通，以期提升整體運營效率。同時，本集團進一步深耕下沉市場，擴大產品受眾，不斷提升下沉市場渠道覆蓋能力，增加售點上架產品數量，提高渠道整體滿意度。

電商渠道發展方面，本集團為了持續加強消費者互動體驗，授權專業經銷商對部分線上旗艦店進行管理，堅持以旗艦店為主要品牌互動陣地，加強消費者溝通，以期提升電商渠道傳播影響力及運營效率，同時為消費者提供更為貼心的購物體驗。2023年上半年，本集團依舊根據不同的節日及促銷節點，制定具有針對性的營銷方案。截至2023年6月30日，本集團在天貓、京東、拼多多等電商平台擁有9家旗艦店。

在向關聯方的銷售方面（指向海底撈集團、特海國際集團以及蜀海供應鏈集團），隨着經濟社會全面恢復常態化運行，市場活力逐步恢復，線下消費場景趨於活躍，餐飲消費持續恢復，截至2023年6月30日止六個月，本集團關聯方的銷售收入為人民幣887.3百萬元，同比增長34.6%。

產品

2023年上半年，本集團不斷尋求產品創新與品類拓展的新機遇，持續培養專業性技術人才，堅持實施創新委員統籌規劃與產品組長細化研究及落地相結合的產品研發制度。通過理論與實踐相結合的方式，不斷豐富產品研發「方法論」，完善開發流程並進一步提高產品上市篩選標準。本集團結合市場需求變化，持續挖掘符合客戶及市場需求的產品，不斷豐富產品矩陣，優化產品結構，提升核心產品的市場地位。同時通過調研B端餐飲客戶需求，進一步拓展業務邊界，目前已完成客戶拓展及B端產品矩陣初級開發階段。海外產品方面，本集團充分發揮市場探索能力，轉變研發思路，以當地獨特的地方風味和異域風情為導向，以期提高海外市場產品接受度。同時，本集團繼續實施多品牌策略，根據產品屬性確定對「筷手小廚」與「海底撈」品牌的使用及推廣方案，提升品牌的知名度和美譽度。

2023年上半年，本集團推出湯料、牛油四小塊及多種方便速食等類別的新品，滿足消費者對使用場景及高性價比的多元化需求，並配合節日主題、線上傳播和促銷活動等營銷手段進行產品推廣。

截至2023年6月30日止六個月，本集團共新增了14款火鍋調味料產品，35款中式複合調味料產品，29款方便速食產品，同時，結合產品的市場反饋及動銷情況，停止銷售部分產品並整合了部分產品規格。截至2023年6月30日，本集團共銷售54款火鍋調味料產品，71款中式複合調味料產品，60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日止六個月					
	2023年			2022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	814,675	28,438	28.6	809,895	28,239	28.7
關聯方	839,540	41,393	20.3	613,031	31,715	19.3
小計	<u>1,654,215</u>	<u>69,831</u>	<u>23.7</u>	<u>1,422,926</u>	<u>59,954</u>	<u>23.7</u>
中式複合調味料 ⁽²⁾						
第三方	346,680	14,241	24.3	338,022	13,819	24.5
關聯方	18,656	792	23.6	4,833	227	21.3
小計	<u>365,336</u>	<u>15,033</u>	<u>24.3</u>	<u>342,855</u>	<u>14,046</u>	<u>24.4</u>
方便速食 ⁽³⁾						
第三方	544,060	15,239	35.7	855,695	21,586	39.6
關聯方	28,970	1,091	26.6	41,572	1,047	39.7
小計	<u>573,030</u>	<u>16,330</u>	<u>35.1</u>	<u>897,267</u>	<u>22,633</u>	<u>39.6</u>
其他 ⁽⁴⁾	<u>23,645</u>	<u>2,420</u>	<u>9.8</u>	<u>25,434</u>	<u>9,342</u>	<u>2.7</u>
總計	<u>2,616,226</u>	<u>103,614</u>	<u>25.2</u>	<u>2,688,482</u>	<u>105,975</u>	<u>25.4</u>

附註：

- (1) 主要包含本集團銷售的火鍋底料及火鍋蘸料產品
- (2) 主要包含本集團銷售的中式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、自加熱米飯、沖泡粉及乾拌飯產品
- (4) 主要包含本集團銷售的貿易類原材料及包裝物等

下表載列所示期間本公司按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本公司收入的百分比：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022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	1,654,215	63.2%	1,422,926	52.9%
中式複合調味料收入	365,336	14.0%	342,855	12.8%
方便速食收入	573,030	21.9%	897,267	33.4%
其他收入	23,645	0.9%	25,434	0.9%
總收入	<u>2,616,226</u>	<u>100%</u>	<u>2,688,482</u>	<u>100%</u>

財務回顧

收入

本集團的收入由截至2022年6月30日止六個月的人民幣2,688.5百萬元降低2.7%至2023年同期的人民幣2,616.2百萬元。

按產品劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	收入 (人民幣 千元)	佔火鍋 調味料收入 百分比	收入 (人民幣 千元)	佔火鍋 調味料收入 百分比
火鍋調味料產品收入				
來自第三方收入	814,675	49.2%	809,895	56.9%
來自關聯方收入	839,540	50.8%	613,031	43.1%
火鍋調味料產品總收入	<u>1,654,215</u>	<u>100%</u>	<u>1,422,926</u>	<u>100%</u>

火鍋調味料產品所得收入由截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,422.9百萬元增長16.3%至2023年同期的人民幣1,654.2百萬元，佔同期收入的63.2%。其中，向關聯方銷售火鍋調味料產品收入同比增長36.9%，原因主要是餐飲復蘇關聯方門店收入增加，及向第三方銷售的火鍋調味料產品收入同比增長0.6%；

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	收入 (人民幣 千元)	佔中式 複合調味料 收入百分比	收入 (人民幣 千元)	佔中式 複合調味料 收入百分比
中式複合調味料收入				
來自第三方收入	346,680	94.9%	338,022	98.6%
來自關聯方收入	18,656	5.1%	4,833	1.4%
中式複合調味料總收入	<u>365,336</u>	<u>100%</u>	<u>342,855</u>	<u>100%</u>

中式複合調味料所得收入由截至2022年6月30日止六個月的人民幣342.9百萬元增長6.6%至2023年同期的人民幣365.3百萬元，佔同期收入的14.0%。其中，向關聯方銷售中式複合調味料收入增長286.0%，增長原因主要是因新品上市後品項增加；向第三方銷售中式複合調味料收入增長2.6%，增長原因主要是調味料產品升級及新品上市。

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比	收入 (人民幣 千元)	佔方便 速食產品 收入百分比
方便速食產品收入				
來自第三方收入	544,060	94.9%	855,695	95.4%
來自關聯方收入	28,970	5.1%	41,572	4.6%
方便速食產品總收入	<u>573,030</u>	<u>100%</u>	<u>897,267</u>	<u>100%</u>

方便速食產品所得收入由截至2022年6月30日止六個月的人民幣897.3百萬元降低36.1%至2023年同期的人民幣573.0百萬元，佔同期收入的21.9%。其中，向關聯方銷售方便速食產品收入降低30.3%，向第三方銷售方便速食產品收入降低36.4%，主要原因為報告期內消費場景恢復多元化，自加熱小火鍋需求下降，及方便食品銷售結構變化。

按經銷網絡劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2023年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	2022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、特海國際集團、 蜀海供應鏈集團	887,339	33.9%	659,481	24.6%
第三方客戶				
經銷商	1,570,028	60.0%	1,858,120	69.1%
電商	155,883	6.0%	159,392	5.9%
其他	2,976	0.1%	11,489	0.4%
總收入	2,616,226	100%	2,688,482	100%

2023年上半年隨着經濟社會全面恢復常態化運行，市場活力逐步恢復，線下消費場景更加積極，餐飲消費持續恢復，截至2023年6月30日止六個月向關聯方銷售的銷售收入為人民幣887.3百萬元，同比增長34.6%。

截至2023年6月30日止六個月向經銷商銷售的收入為人民幣1,570.0百萬元，同比降低15.5%；及電商渠道的銷售收入為人民幣155.9百萬元，同比降低2.2%。

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			
	2023年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	2022年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比
華北 ⁽⁵⁾	1,137,334	43.5%	1,108,883	41.2%
華南 ⁽⁶⁾	1,314,345	50.2%	1,424,313	53.0%
其他市場	164,547	6.3%	155,286	5.8%
總收入	2,616,226	100%	2,688,482	100%

附註：

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

銷售成本

本集團的銷售成本(包括原材料、僱員福利開支、折舊及攤銷及公用事業等)由截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,923.4百萬元降低5.5%至2023年同期的人民幣1,817.6百萬元，銷售成本的下降主要是由於油脂類原料、牛肉包等採購價格下降。

毛利及毛利率

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022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	544,563	32.9%	466,156	32.8%
第三方	391,171	48.0%	388,046	47.9%
關聯方	153,392	18.3%	78,110	12.7%
中式複合調味料	120,455	33.0%	108,863	31.8%
第三方	117,721	34.0%	108,090	32.0%
關聯方	2,734	14.7%	773	16.0%
方便速食	133,213	23.2%	189,672	21.1%
第三方	126,367	23.2%	181,830	21.2%
關聯方	6,846	23.6%	7,842	18.9%
其他	358	1.5%	416	1.6%
總計	<u>798,589</u>	<u>30.5%</u>	<u>765,107</u>	<u>28.5%</u>

本集團的毛利由截至2022年6月30日止六個月的人民幣765.1百萬元增長4.4%至2023年同期的人民幣798.6百萬元，而毛利率由截至2022年6月30日止六個月的28.5%增長至2023年同期30.5%。毛利率增長的原因主要是部分原料價格下降導致銷售成本下降。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2022年6月30日止六個月的人民幣314.5百萬元降低23.8%至2023年同期的人民幣239.8百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入由截至2022年6月30日止六個月的11.7%減少至2023年同期的9.2%。經銷開支減少的主要原因是廣告費用及運輸費用下降。

行政開支

本集團的行政開支由截至2022年6月30日止六個月的人民幣126.2百萬元增長11.6%至2023年同期的人民幣140.8百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由截至2022年6月30日止六個月的4.7%增長至2023年同期的5.4%。行政開支增加主要原因是差旅辦公費用及新開工廠開辦費用增加。

其他收入及收益淨額

本集團的其他收入及收益淨額由截至2022年6月30日止六個月的人民幣64.9百萬元增加23.9%至2023年同期的人民幣80.4百萬元，主要是由於匯率變化導致本集團匯兌收益增加以及收到的政府補助增加。

融資收入淨額

本集團的財務收支淨額由截至2022年6月30日止六個月的人民幣12.1百萬元增加136.1%至2023年同期的人民幣28.5百萬元，主要是由於本集團存款金額增加從而利息收入增加。

除所得稅前利潤

由於上文所述內容，本集團的除所得稅前利潤由截至2022年6月30日止六個月的人民幣401.4百萬元增長31.3%至2023年同期的人民幣526.9百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2022年6月30日止六個月的人民幣105.4百萬元增長42.3%至2023年同期的人民幣150.0百萬元。有效稅率由截至2022年6月30日止六個月的26.3%增加至2023年同期的28.5%，主要是由於本集團中國內地附屬公司預計向本集團境外附屬公司所分派溢利的預扣稅增加。

期內利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由截至2022年6月30日止六個月的人民幣296.0百萬元增長27.3%至2023年同期的人民幣377.0百萬元。每股基本盈利由截至2022年6月30日止六個月的人民幣26.84分增長至2023年同期的人民幣36.59分。而淨利率由截至2022年6月30日止六個月的11.0%增長至2023年同期的14.4%。主要是由於原材料價格下降、毛利率上升、費用下降及其他收益增加。

資金流動性及財政資源

截至2023年6月30日，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2023年6月30日，本集團的現金及現金等價物主要是由人民幣、美元和新加坡元組成，現金及現金等價物約為人民幣2,092.1百萬元（2022年12月31日：人民幣1,880.5百萬元）。

資產負債比率

截至2023年6月30日，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為13.2%（2022年12月31日：18.3%）。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2023年6月30日存貨約為人民幣259.4百萬元（2022年12月31日：人民幣387.5百萬元），存貨周轉天數從截至2022年12月31日止年度的33.3天降低到截至2023年6月30日止六個月的32.0天。存貨周轉天數減少的主要原因是本集團對庫存效率的把控進一步提升。

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2023年6月30日貿易應收賬款約為人民幣198.4百萬元（2022年12月31日：人民幣155.6百萬元），變動的主要原因是關聯方收入增加。貿易應收賬款周轉天數從截至2022年12月31日止年度的11.6天增加到截至2023年6月30日止六個月的12.2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2023年6月30日貿易應付賬款約為人民幣240.1百萬元（2022年12月31日：人民幣396.3百萬元）。貿易應付賬款周轉天數從截至2022年12月31日止年度的29.4天上升到截至2023年6月30日止六個月的31.5天。

或然負債

截至2023年6月30日，本公司並無任何重大或然負債。

資產押記

截至2023年6月30日，本公司並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

借貸

截至2023年6月30日，本公司並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2023年6月30日，本公司的資本負債比率⁽⁸⁾為2.4%。

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，本集團持有若干以新幣及美元列值的現金，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2023年6月30日止本集團員工總人數為2,713人（含臨時工），其中包括了生產體系員工2,052人，營銷體系員工509人，行政和管理相關職能體系員工152人。

截至2023年6月30日止六個月，本集團的總員工成本為人民幣247.0百萬元，包括薪金、工資、津貼、福利。本集團緊貼業務發展需求，不斷優化激勵體系，實施具有競爭力的薪酬政策。

重大收購及出售事項

截至2023年6月30日止六個月，本集團無附屬公司、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

2023年上半年，隨着經濟社會全面恢復常態化運行，國民經濟回升向好，消費市場恢復態勢總體比較平穩。2023年下半年，隨着各項促進消費政策逐步落實，消費環境、消費秩序將進一步改善，居民消費能力和消費信心將持續提升，消費市場有望持續呈現回升向好態勢。

2023年下半年，本集團仍將產品研發、品牌推廣、渠道建設及供應鏈優化作為公司策略重點。

在產品研發方面，本集團將繼續堅持以「產品項目制」為導向，不斷完善產品研發「方法論」，注重理論與實踐相結合，引入創新型人才，在提高產品研發能力的同時，保持研發團隊的靈活性與創造力。通過更為嚴苛的產品篩選模式，不斷提升產品的綜合競爭能力，以期滿足消費者多層次、多樣化的消費需求。同時，本集團將繼續開發B端產品市場，在已涵蓋的產品種類中不斷挖掘餐飲客戶需求，豐富B端產品矩陣。在海外業務方面，注重以當地特色風味為產品開發基礎，以期不斷提高海外消費者對本集團產品的認識與接受程度。

在品牌策略方面，本集團將繼續實施多品牌戰略，通過線上線下等多渠道的宣傳推廣方式，提升消費者對「海底撈」及「筷手小廚」等品牌的認知度，不斷豐富產品形式和口味，提高品牌忠誠度。

在渠道建設方面，本集團將繼續堅持渠道精細化、標準化的管理方式。通過靈活運用信息化管理體系，完善智能追蹤識別系統，不斷提高本集團智能化管理水平。同時，我們將持續打磨完善管理制度和人員激勵制度，切實鼓勵內部銷售人員和外部經銷商，以期提升渠道整體運營效率，並進一步覆蓋下沉市場，提升單點銷售賣力，持續提高本集團的市場佔有率和行業地位。

在供應鏈優化方面，本集團將在現有產能基礎上持續提升產能利用率，不斷提高現有供應鏈精益化生產能力及覆蓋能力，優化供應技術品類分工，提高生產線自動化程度，並優化供應端成本。同時，隨着東南亞供應中心初步建成，本集團將逐步優化整合海外採購資源，降低運輸和物流成本，提升海外供應鏈效率，通過輻射東南亞市場，逐步擴散至海外其他區域市場。

重大投資的情況與前景

為進一步補充優化產能，本集團主要採取了以下措施：

其一，河北省霸州二期項目已於2022年6月開始建設，預計於2023年第三季度投產。由於相關市場需求的變化，方便速食產品的規劃年產能已調整至2.8萬噸，主要覆蓋華北及東北地區方便速食產品的銷售，有助於本集團更好地把控物流成本，緩解旺季產能壓力。

其二，四川省簡陽生產基地主要以火鍋底料及複合調味料產品為主，年規劃產能3萬噸，預計於2023年底投產。該生產基地將重點覆蓋西南地區底料及複合調味料需求，並開發區域性的B端客戶。

其三，泰國工廠位於泰國大城府洛加納工業園區，主要生產火鍋底料及複合調味料產品，一期年規劃產能1.5萬噸，已於2023年4月投產；及二期設計產能2萬噸，預計將於2025年投產。泰國工廠目前主要輻射東南亞市場，後期將逐步供應海外其他區域市場。

其四，頤海安徽科技牛油生產基地引進先進牛油生產線，實現牛油原料升級。一期年規劃產能5.7萬噸，預計於2023年10月底投產。該工廠將重點覆蓋集團內部需求，並開發B端客戶，同時後續將根據實際需求啟動二期項目建設。

未來重大投資計劃

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

其他資料

中期股息

董事會不建議就截至2023年6月30日止六個月向本公司股東（「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須於本公告中披露。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期，本公司在香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）以總代價約199,740,172港元購回合共10,200,000股其股份（「**股份**」）。上述於報告期購回的所有股份已於2023年6月13日註銷。

董事會認為，該等購回將有利於本公司並最終為股東創造價值。有關該等購回及註銷的詳情，請參閱本公司日期為2023年5月8日的公告及於2023年5月及2023年6月刊發的翌日披露報表。

除上述披露者外，於報告期，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2023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2023年6月30日止六個月內，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

遵守企業管治守則

本公司已採用上市規則附錄十四《企業管治守則》（「**企業管治守則**」）第二部分所載的良好企業管治的原則及守則條文。於截至2023年6月30日止六個月內，本公司一直遵守企業管治守則的守則條文。

審計委員會

董事會轄下審計委員會（「**審計委員會**」）由三名委員組成，全部為獨立非執行董事（即邱家賜先生（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2023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2023年6月30日止六個月的中期財務業績已遵守相關會計標準、規則及規例，並已正式進行適當披露。

中期簡明綜合財務資料審閱

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據國際審計準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」對本集團截至2023年6月30日止六個月的中期財務資料進行審閱。根據彼等的審閱，彼等並無發現任何事宜使致彼等認為中期財務資料在各重大方面並無根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

中期業績公告及中期報告的公佈

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

報告期的中期報告已包括上市規則附錄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。

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

香港，2023年8月29日

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