

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。

农夫山泉

NONGFU SPRING CO., LTD.

農夫山泉股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：9633)

2026年中期業績公告

2026年中期業績摘要

- 總收益為人民幣29,718百萬元，同比增長16.0%；
- 母公司擁有人應佔溢利約為人民幣8,887百萬元，同比增長16.6%；
- 每股基本盈利為人民幣0.790元，同比增長16.7%。

農夫山泉股份有限公司(「本公司」或「農夫山泉」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」或「我們」)截至2026年6月30日止六個月(「報告期」)的按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製的未經審核中期業績(「業績公告」)，連同2025年同期的比較數字。

中期簡明綜合損益表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	29,718,100	25,622,201
銷售成本		<u>(11,619,525)</u>	<u>(10,165,771)</u>
毛利		18,098,575	15,456,430
其他收入及收益		856,954	807,547
銷售及分銷開支		(5,843,355)	(5,010,696)
行政開支		(1,124,979)	(1,067,728)
其他開支		(221,547)	(127,414)
財務費用		<u>(28,587)</u>	<u>(24,563)</u>
除稅前溢利	5	11,737,061	10,033,576
所得稅開支	6	<u>(2,850,215)</u>	<u>(2,411,494)</u>
母公司擁有人應佔期內溢利		<u>8,886,846</u>	<u>7,622,082</u>
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄 期內溢利	8	<u>人民幣0.790元</u>	<u>人民幣0.677元</u>

中期簡明綜合全面收益表
截至2026年6月30日止六個月

	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	<u>8,886,846</u>	<u>7,622,082</u>
其他全面收益		
可於後續期間重新分類至損益的 其他全面收益／(虧損)：		
匯兌差額：		
換算海外業務產生的匯兌差額	<u>283</u>	<u>(319)</u>
可於後續期間重新分類至損益的 其他全面收益／(虧損)淨額	<u>283</u>	<u>(319)</u>
期內其他全面收益／(虧損)(除稅後)	<u>283</u>	<u>(319)</u>
母公司擁有人應佔期內全面收益總額	<u>8,887,129</u>	<u>7,621,763</u>

中期簡明綜合財務狀況表
於2026年6月30日

	附註	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025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		27,214,880	24,719,336
使用權資產		1,316,960	1,262,195
無形資產		72,471	80,894
遞延稅項資產		1,654,679	1,346,932
長期銀行存款		5,425,783	11,087,643
質押存款		20,000	20,000
其他非流動資產		119,518	88,574
非流動資產總額		35,824,291	38,605,574
流動資產			
存貨		6,214,455	5,846,475
貿易應收款項及應收票據	9	900,671	598,151
預付款項、其他應收款項及其他資產		1,434,383	1,377,874
受限資金		8,087	8,126
現金及銀行結餘		21,080,386	11,177,574
按公平值計入損益的 金融資產(「按公平值計入損益」)		11,110,467	7,555,354
流動資產總額		40,748,449	26,563,554
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	10	2,076,471	1,654,233
其他應付款項及應計費用		25,672,142	11,961,882
合約負債		3,439,200	4,194,560
計息借貸		5,185,500	4,390,000
租賃負債		67,733	61,838
應付稅項		2,087,102	2,560,299
流動負債總額		38,528,148	24,822,812
流動資產淨額		2,220,301	1,740,742
總資產減流動負債		38,044,592	40,346,316

中期簡明綜合財務狀況表(續)

於2026年6月30日

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債		
遞延收益	384,395	359,322
遞延稅項負債	474,172	476,153
租賃負債	20,050	40,861
非流動負債總額	878,617	876,336
資產淨額	37,165,975	39,469,980
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	1,124,647	1,124,647
儲備	36,041,328	38,345,333
權益總額	37,165,975	39,469,980

中期簡明綜合財務資料附註

1. 編製基準

截至2026年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。除另有註明者外，該等財務報表均以人民幣(「人民幣」)呈列，且所有數值均調整至最近的千元單位。中期簡明綜合財務資料並不包括規定須於年度財務報表列載的所有資料及披露，並應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

2. 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者一致，惟於本期間財務資料中首次採納的下列經修訂國際財務報告準則會計準則除外。

國際財務報告準則第9號及
國際財務報告準則第7號的修訂
國際財務報告準則第9號及
國際財務報告準則第7號的修訂
國際財務報告準則會計準則
年度改進—第11冊

金融工具分類及計量的修訂

涉及自然能源生產電力的合同

國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則
第7號、國際財務報告準則第9號、國際財務報
告準則第10號及國際會計準則第7號的修訂

經修訂國際財務報告準則會計準則的性質及影響如下：

- (a) 國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂金融工具分類及計量的修訂釐清，金融資產於實體收取合約現金流量之權利屆滿或轉讓時終止確認，而金融負債則於結算日終止確認。該等修訂引入了一項會計政策選擇，允許在特定條件滿足時於結算日前透過電子支付系統結算之金融負債終止確認。該等修訂釐清了如何評估具環境、社會與治理及其他類似或有特徵之金融資產的合約現金流量特徵。此外，該等修訂明確規範了具無追索權特徵及合約連結工具之金融資產分類要求。該等修訂亦新增了指定按公平值計入其他全面收益之權益工具投資，以及具或有特徵金融工具的額外披露要求。由於本集團過往年度就金融資產及金融負債終止確認之會計政策與該等修訂一致，且本集團並無擁有該等修訂所涵蓋之金融資產，因此該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。
- (b) 國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂涉及自然能源生產電力的合同，釐清「自用」規定對適用範圍內合同的應用，並修訂現金流量對沖關係中適用範圍內合同的被對沖項目指定要求。該等修訂亦包括額外披露要求，使財務報表使用者能夠了解該等合同對實體財務表現及未來現金流量之影響。由於本集團並無任何屬於該等修訂適用範圍內之合同，因此該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。
- (c) 國際財務報告準則會計準則年度改進—第11冊載列對國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號(及隨附國際財務報告準則第7號實施指引)、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號的小範圍修訂。該等修訂包括釐清、簡化、更正或變更，以提升相應國際財務報告準則會計準則之一致性。該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。

3. 經營分部資料

就管理而言，本集團按其服務劃分業務單位，設有以下五個可呈報經營分部：

- 製造及銷售包裝飲用水及食用冰的水類產品分部；
- 製造及銷售即飲茶的即飲茶類產品分部；
- 製造及銷售功能飲料的功能飲料產品分部；
- 製造及銷售果汁飲料產品的果汁飲料產品分部；及
- 製造及銷售農產品及其他飲料的其他產品分部。

管理層個別監察本集團經營分部業績，以便作出資源分配決策及評估表現。分部表現乃基於經調整除稅前溢利而計量之可呈報分部溢利作出評估。除利息收入、財務費用、其他收入及收益以及總部和企業開支於該計量中剔除外，該經調整除稅前溢利之計量方法與本集團除稅前溢利一致。由於管理層並非定期審閱該等資料以作資源分配及表現評估，故並無呈列對分部資產及負債的分析。因此，僅呈列分部收益及分部業績。

截至2026年6月30日 止六個月	水類產品 人民幣千元 (未經審核)	即飲茶類 產品 人民幣千元 (未經審核)	功能飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	果汁飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	其他產品 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註4)						
向外部客戶銷售	9,640,815	13,122,460	3,348,468	2,922,490	683,867	29,718,100
分部業績	3,256,815	6,406,097	1,496,723	1,054,020	209,721	12,423,376
對賬：						
利息收入						282,951
其他未分配收入及收益						574,003
企業及其他未分配開支						(1,514,682)
財務費用						(28,587)
除稅前溢利						<u>11,737,061</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	<u>471,270</u>	<u>633,901</u>	<u>172,042</u>	<u>172,772</u>	<u>43,144</u>	<u>1,493,129</u>

截至2025年6月30日 止六個月	水類產品 人民幣千元 (未經審核)	即飲茶類 產品 人民幣千元 (未經審核)	功能飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	果汁飲料 產品 人民幣千元 (未經審核)	其他產品 人民幣千元 (未經審核)	總計 人民幣千元 (未經審核)
分部收益(附註4)						
向外部客戶銷售	9,442,660	10,088,816	2,897,818	2,563,885	629,022	25,622,201
分部業績	3,347,232	4,878,633	1,364,366	802,873	228,664	10,621,768
對賬：						
利息收入						306,566
其他未分配收入及收益						500,981
企業及其他未分配開支						(1,371,176)
財務費用						(24,563)
除稅前溢利						<u>10,033,576</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	<u>464,550</u>	<u>503,923</u>	<u>148,215</u>	<u>161,320</u>	<u>37,470</u>	<u>1,315,478</u>

地區資料

本集團逾99%的收益及經營溢利均來自中國內地的客戶。本集團逾97%的非流動資產(不包括遞延稅項資產及無形資產)位於中國內地。

主要客戶資料

截至2026年及2025年6月30日止六個月期間，概無來自本集團單一客戶的銷售收益佔本集團總收益的10%或以上。

4. 收益

收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
來自客戶合約的收益		
銷售商品	<u>29,718,100</u>	<u>25,622,201</u>

上述收益確認的時間是在某個時間點履行銷售及交付商品的履約義務之時。

履約責任於交付貨品後完成及通常需要預先付款(惟享有信貸期的客戶除外，其付款一般於30天內到期，對主要客戶可延長到90天)，部分合約給予客戶退貨的權利及銷售獎勵折扣，從而產生可變對價。

本集團並無原有預期期限超過一年的收益合約，因此管理層已應用國際財務報告準則第15號項下的實際權宜方法，且無需披露分配至截至報告期末未達成或部分達成的履約責任的交易價格。

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利乃扣除／(加計)下列各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
存貨銷售成本*	11,619,525	10,165,771
物業、廠房及設備折舊	1,758,649	1,555,401
使用權資產折舊	77,704	63,665
無形資產攤銷**	10,399	6,207
出售物業、廠房及設備項目的虧損	4,304	9,507
員工福利開支(包括董事及主要行政人員薪酬)：		
工資及薪金	2,068,986	1,827,548
退休金計劃供款、社會福利及其他福利***	450,133	334,106
以股權結算的股份支付開支	37,578	25,417
研發成本****	144,006	118,673
與短期租賃、可變租賃及低價值資產租賃有關的費用	80,963	96,565
存貨減值	8,951	—
貿易應收款項減值	20,773	16,197
預付款項、其他應收款項及其他資產中的金融資產減值	81	3,919
按公平值計入損益的金融資產公平值收益	(55,037)	(21,046)
出售按公平值計量且其變動計入損益的金融資產收益	(72,964)	(29,751)

* 存貨銷售成本包括與物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊及員工成本相關的開支，其亦包括在上述各類開支分別披露的總額中。

** 報告期內的無形資產攤銷計入中期簡明綜合損益表的行政開支。

*** 本集團無僱主可用作減低現有供款水平之沒收供款。

**** 研發成本包括與物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊及員工成本相關的開支，其亦包括在上述各類開支分別披露的總額中。

6. 所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
即期		
期內費用	3,129,391	2,644,267
過往期間撥備不足	30,552	3,663
遞延	(309,728)	(236,436)
合計	<u>2,850,215</u>	<u>2,411,494</u>

本集團須按實體基準就產生於或來自本集團成員公司註冊及經營所在司法權區的溢利繳納所得稅。

中國企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，本集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，除非符合以下所得稅優惠政策。

根據財政部、國家稅務總局及國家發展和改革委員會聯合發佈的《關於延續西部大開發企業所得稅政策的公告》(財政部、稅務總局、國家發展和改革委員會公告2020年第23號)，位於中國西部地區的企業，其以鼓勵類產業為主營業務且主營業務收入佔企業收入總額60%以上者，於2021年1月1日至2030年12月31日10年期間，有權享有15%的優惠所得稅稅率。因此，若干位於中國西部地區的附屬公司於報告期內有權享有15%的所得稅稅率。

此外，根據《促進中國—東盟產業合作區建設若干政策措施》的通知(桂政辦發68號)，新設立的企業，凡符合廣西自由貿易試驗區主導產業，自取得第一筆生產經營收入所屬年度起，五年內就其地方稅項獲全數豁免企業所得稅，第六年至第十年減半徵收企業所得稅地方稅項部分，實施期限為2023年10月1日至2030年12月31日。同時，根據西部大開發和高新技術企業等相關政策，如企業經認定為高新技術企業或符合享受西部大開發所得稅優惠政策條件者，減按15%的稅率徵收企業所得稅。據此，本集團於廣西成立的若干附屬公司於報告期內可按9%的稅率繳納所得稅。根據《西藏自治區企業所得稅政策實施辦法(暫行)》的通知(藏政發[2022]11號和藏政發[2026]4號)，企業的主營業務屬於西藏重點扶持和鼓勵發展的產業和項目，且主營業務收入佔企業收入總額60%以上的，自2022年1月1日至2027年12月31日，其地方稅項獲全數豁免企業所得稅。同時，根據西部大開發優惠政策，如企業符合享受西部大開發所得稅優惠政策條件者，減按15%的稅率徵收企業所得稅。因此，本集團於西藏設立的附屬公司於截至2026年6月30日止期間可按9%的稅率繳納所得稅。

於報告期內，本集團某中國附屬公司獲認可為「高新技術企業」，並因此有權享有15%的優惠所得稅稅率。有關資格由中國相關稅務機關每三年審閱一次。

本集團若干中國附屬公司從事農業，並有權享有農產品免稅。

香港利得稅

於報告期內，於香港產生的估計應課稅溢利須按16.5%的法定稅率繳納香港利得稅。

新加坡企業所得稅

於報告期內，新加坡的法定所得稅稅率為17%。由於本集團報告期內於新加坡並無應課稅收入，故並無就新加坡所得稅計提撥備。

馬來西亞企業所得稅

於報告期內，於馬來西亞產生的估計應課稅收益按馬來西亞的法定企業所得稅稅率24%計算。

美國企業所得稅

本集團美國附屬公司的州所得稅及聯邦所得稅以附屬公司期內估計應課稅溢利按州所得稅及聯邦所得稅稅率計提。附屬公司註冊所在特拉華州的州所得稅稅率為8.7%，聯邦所得稅稅率為21%。由於本集團期內於美國並無應課稅收入，故並無就美國所得稅計提撥備。

7. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
本公司宣派的股息	<u>11,134,002</u>	<u>8,547,314</u>

於2026年5月19日，本公司股東批准就本公司11,246,466,400股普通股派發2025年末期股息每股人民幣0.99元(合共人民幣11,134,002,000元)，計入「其他應付款項及應計費用」。除受託人就員工股權激勵計劃所持股份應佔股息(其不會早於解除限售日派付)外，其餘股息其後已於2026年8月派付。

於2025年5月20日，本公司股東批准就本公司11,246,466,400股普通股派發2024年末期股息每股人民幣0.76元(合共人民幣8,547,314,000元)，計入「其他應付款項及應計費用」。股息已於2025年8月派付。

本公司董事已決定不會就本中期期間建議派發股息。

8. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃基於母公司普通權益持有人應佔期內溢利及普通股加權平均數11,239,398,308股(2025年6月30日：11,246,218,693股)予以計算，已計入就員工股權激勵計劃而授予員工的股份的影響。

於計算截至2026年及2025年6月30日止期間每股攤薄盈利時，已計入就員工股權激勵計劃而授予員工的股份的影響。按認購權之貨幣價值計算，以釐定可按公平值(定為本公司股份期內之平均股份市價)購入之股份數目。

9. 貿易應收款項及應收票據

截至報告期末基於發票日期及扣除虧損撥備的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
90日內	801,179	543,190
91至180日	85,473	46,705
181日至1年	14,019	8,256
合計	<u>900,671</u>	<u>598,151</u>

10. 貿易應付款項及應付票據

貿易應付款項及應付票據為不計息，且一般須於90日內結清。

於報告期末基於發票日期的貿易應付款項及應付票據賬齡分析如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
90日內	1,991,766	1,533,827
91至180日	40,890	68,185
181日至1年	26,818	27,107
1年以上	16,997	25,114
合計	<u>2,076,471</u>	<u>1,654,233</u>

11. 報告期後事件

於報告期後直至未經審核中期簡明綜合財務報表批准日期，本集團並無發生重大事件。

管理層討論與分析

董事會欣然提呈本集團截至2026年6月30日止六個月未經審核之中期簡明綜合財務資料。該中期簡明綜合財務資料雖未經審核，但已由董事會審計委員會（「審計委員會」）和本公司獨立核數師安永會計師事務所按照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數據的審閱」進行審閱。

經濟環境狀況

2026年上半年，國際形勢複雜多變，世界經濟增長總體放緩，全球貿易增長趨緩，多數國家通脹壓力明顯上升。在複雜外部環境下，中國經濟頂住壓力，延續總體平穩、向新向優的發展態勢，展現出強大的韌性和活力。國家統計局數據顯示，2026年上半年我國國內生產總值(GDP)達到人民幣69.6萬億元，同比增長4.7%；GDP增量達3.6萬億元，創近五年同期新高。今年上半年社會消費品零售總額接近人民幣25萬億元，同比增長1.3%。

面對複雜多變的宏觀環境與持續升級的消費需求，中國飲料行業競爭格局呈現巨頭領跑、新軍破局態勢，賽道活力與競爭激烈度同步提升。同時，細分品類加速分化，健康化、功能化、多元化趨勢愈發明顯，消費者對飲品成分透明度及清潔標籤的關注度進一步提升，驅動飲料產品向更清潔配方、更少添加、更多功能的方向發展，無糖茶及功能性飲品等細分領域的增長保持強勁態勢。

與此同時，食品安全監管體系持續完善，行業規範化發展邁出新步伐。《食品委託生產監督管理辦法》和新修訂的《食品召回管理辦法》發佈並將於2026年12月1日起正式施行。兩項法規形成協同效應，從生產源頭到風險處置全鏈條釐清生產各方權責，推動食品安全監管從末端追責向前端預防與過程管控轉型。2026年5月，《網絡食品銷售經營者落實食品安全主體責任監督管理規定》正式施行，確立網絡銷售食品安全風險預防、嚴守底線、貫通監管與協同治理的管理原則，壓實入網食品銷售者的主體責任。在監管日趨精細化、透明化的背景下，具備前瞻性合規佈局、扎實研發能力與精準供應鏈管控的企業，其合規優勢與市場競爭力將更為突顯。

業務回顧

2026年上半年，本集團錄得收益人民幣29,718百萬元，較去年同期增長16.0%，其中，包裝飲用水產品的收益較去年上半年同期增長2.1%，在總收益佔比為32.4%；飲料產品的收益較去年同期增長24.1%，在總收益佔比為67.1%。下表載列本集團於所示期間各產品類別的收益和佔總收益比例明細：

產品類別	2026年		截至6月30日止6個月		變動	
	收益 (人民幣 百萬元)	比例	收益 (人民幣 百萬元)	比例	收益 (人民幣 百萬元)	比例
包裝飲用水產品	9,641	32.4%	9,443	36.9%	198	2.1%
茶飲料產品	13,122	44.2%	10,089	39.4%	3,033	30.1%
功能飲料產品	3,348	11.3%	2,898	11.3%	450	15.5%
果汁飲料產品	2,922	9.8%	2,564	10.0%	358	14.0%
其他產品(附註)	684	2.3%	629	2.4%	55	8.7%
合計	29,718	100.0%	25,622	100.0%	4,096	16.0%

附註：其他產品主要包括蘇打水飲料、咖啡飲料、植物飲料等其他飲料產品及鮮果等農產品。

註：由於四捨五入原因，個別數據存在尾差。

公司成立三十周年：穩一點、慢一點、遠一點

「路遙知馬力，日久見人心」。2026年，農夫山泉迎來成立三十周年的重要里程碑。自1996年起，本集團始終秉持「天然、健康」的產品理念，以卓絕的戰略定力，三十年如一日地堅持著對大自然的敬畏、對產品創新的極致追求、以及對消費者的尊重。這不僅保障了集團業務的長期穩定發展，也贏得了數億消費者的信賴與託付。

農夫山泉始終恪守「水源地建廠、水源地灌裝」的原則，在全國精心佈局了浙江千島湖、廣東萬綠湖、湖北丹江口、新疆天山瑪納斯、四川峨眉山、陝西太白山、吉林長白山、貴州武陵山、黑龍江大興安嶺、福建武夷山、廣西大明山、安徽黃山、湖南張家界八大公山、四川龍門山、西藏念青唐古拉山、雲南轎子雪山及海南雷瓊海口火山群十七大優質天然水源地。這些水源涵蓋深層火山岩冷泉、高山冰川雪融水、深層湖水及地下天然湧泉等多元且獨特的地質結構。水的源頭決定水的質量，而每一滴農夫山泉都有源頭。對優質天然水源的極致堅持，構建了行業內無法複製的物理與質量壁壘，也夯實了品牌的健康根基。

在不斷鞏固水源優勢的基礎上，本集團深入洞察消費者在不同場景下的細分需求，以服務大眾日常飲用為穩固基石，進一步針對母嬰、烹茶、會議、餐飲及戶外運動等多元特定用途，打造出包裝飲用水領域「品類最豐富、用途最廣泛」的產品矩陣戰略佈局。憑藉強大的研發實力與專業能力，與飲料業務的多元化創新形成雙輪驅動。

本集團始終秉持「做產品從來都是為了讓用戶多一種選擇，而不是讓貨架上多一個品牌」的理念，以極具前瞻性的研發視野與品類佈局能力，引領行業發展方向。以「東方樹葉」為代表的無糖茶等飲料產品切合消費者對天然、健康飲品日益增長的需求，長期保持良好的增長態勢。而本集團在三十周年之際特別策劃的經典產品限定返場活動，更是一次將品牌長期積累的前瞻性研發成果與消費者共創進行情懷共振的完美實踐。活動邀請消費者在線投票，15天內就收到超過300萬張投票及2萬餘條評論，引發全網熱烈討論。根據票選結果與消費者反饋，2004年推出的中國首個高濃度混合果蔬汁「農夫果園」西紅柿混合果蔬汁飲料、2016年推出的「水葡萄」果味水風味飲料、2022年推出的茶、果、汽跨界組合的「汽茶」黃皮茉莉口味飲料和2003年推出的紅色「尖叫」植物型人參風味飲料順利回歸。這些橫跨不同品類的產品在市場上的長青與回歸，深刻驗證了本集團穿越周期的前瞻判斷力。

此外，本集團還在旗下飲料產品上推出了全民同樂的「開蓋贏獎」活動，將三十周年的喜悅分享和回饋給大眾。通過擴大活動覆蓋面、延長活動周期、豐富互

動機制，進一步加強了品牌與消費者之間的互動與鏈接，在有效提升品牌活躍度的同時，也展現了集團多品類產品協同發展的營銷實力。

三十周年是一個重要的時間節點，也是一個新的起點。面向未來，本集團將繼續開拓創新，「穩一點、慢一點、遠一點」。

包裝飲用水產品

報告期內，本集團持續擴展水源地佈局，並在鞏固市場領導地位的同時堅持踐行社會責任，包裝飲用水業務錄得收益人民幣9,641百萬元，較上年同期增長2.1%，佔總收益的32.4%。

2026年上半年，農夫山泉持續擴展水源地佈局及深化品牌建設。水源地佈局方面，期內我們先後新增雲南轎子雪山和海南雷瓊海口火山群兩處全新水源地，已在全國佈局十七大水源地。品牌宣傳方面，我們持續開展「越往山裏去，水質就越好」主題尋源活動，邀請世界冠軍、行業專家、員工及家屬親臨水源地，實地感受水源地的自然生態和工廠先進的現代化生產技術，並同步借助主流媒體和達人矩陣進行全渠道傳播，持續深化消費者對農夫山泉品牌的信任與支持。

2026年春季，本集團圍繞西藏林芝優質水源地開展了全面宣傳。3月起於G318國道啟動免費送水活動，精準觸達高原長途出行場景，累計服務自駕旅客約5,000人次，透過真誠服務與口碑傳播提升品牌美譽度，積極踐行企業公益理念。4月攜手品牌代言人、世界游泳冠軍潘展樂發佈《水源地·林芝篇》廣告，構建覆蓋權威媒體、主流社交平台及線下核心樞紐的全渠道傳播矩陣，生動詮釋「每一滴農夫山泉都有源頭」的品牌理念，深化消費者對飲用天然水健康價值的認知與信任。

2026年農曆新年，我們繼續推出了「馬」年生肖紀念玻璃瓶裝礦泉水，並同步上線「馬」年賀歲動畫廣告《穩一點、慢一點、遠一點》，既承載了對全國消費者的新春祝福，也傳遞出品牌「行穩致遠」的長期主義理念。線上傳播的同時，我們

在全國重點城市的地鐵、高鐵及樓宇等核心場景進行了多維度線下投放，有效提升品牌聲量和市場觸達。

本集團始終堅持踐行社會責任，並持續完善災害救助應急機制。2026年上半年，面對部分地區發生的洪澇、暴雨等自然災害，農夫山泉一線團隊與當地經銷商快速回應，及時調配飲用水等物資送往受災地區，並全力協助受災群眾安置。

2026年7月，廣西橫州遭遇持續強降雨並發生水庫潰壩險情。本集團迅速啟動專項應急馳援機制：全面開放南寧區域全部飲用水庫存，不限調撥上限，由員工與各地經銷商協同將飲用水及相關物資運送至救災一線；同時開放新建成的橫州茉莉花生產廠區，作為臨時安置點，為受災群眾提供必要的生活保障。在持續供給應急飲用水和相關物資的基礎上，本集團另捐贈人民幣1,000萬元，專項用於廣西災區災後家園重建和農業生產恢復。

從應急供水、開放廠區到支持災後重建，本集團希望充分發揮自身供應鏈、生產基地和渠道網路優勢，在社會需要時及時提供支持。未來，本集團將繼續秉持綠色、感恩的公益理念，將社會責任融入企業長期發展，以切實行動回饋社會。

茶飲料產品

2026年上半年，本集團茶飲料業務持續推進多規格矩陣佈局與配方健康化升級，積極響應消費者多元化和健康化的飲用需求，進一步鞏固了在即飲茶市場的領先優勢，報告期內錄得收益人民幣13,122百萬元，較上年同期增長30.1%，佔總收益的44.2%。

報告期內，「東方樹葉」持續豐富產品矩陣與場景滲透。白茶產品新增335ml與900ml規格產品，進一步完善產品線佈局，為消費者提供更加豐富、靈活的飲用選擇。通過多元化的規格創新與節慶營銷協同，品牌進一步深化了與消費者的多場景連結，持續引領無糖茶行業的健康化發展。

4月，春季限定單品「東方樹葉」「龍井新茶」連續第五年如期上市，產品堅持選用100%當年明前特級龍井，以穩定的原料標準和產品品質，持續深化消費者對「東方樹葉」高品質茶飲的認知。

報告期內，本集團進一步拓展茶飲產品的創新邊界，推出「東方樹葉」首款低溫茶產品「冷萃龍井」，並於4月25日在「山姆會員商店」上架。依託本集團多年來在龍井茶原料產區的持續佈局，該產品甄選地理標誌產區春季龍井茶葉，採用低溫冷萃工藝，以更好保留春茶鮮爽、清香的風味特點；同時採用全程冷鏈銷售，減少溫度變化對產品風味及色澤的影響，呈現龍井茶嫩綠明亮的湯色和清香風味。該產品上市後獲得良好社會反響，連續數月位居「山姆會員商店」水飲類目熱銷榜與新品推薦榜前列，穩居「山姆會員商店」無糖飲品熱銷榜榜首，進一步豐富了「東方樹葉」的產品矩陣，也體現了本集團從優質產業原料、工藝創新到供應鏈保障的綜合產品能力。

報告期內，公司持續推動「茶π」系列的創新升級。在產品研發方面，全線產品實現減糖25%以上，更加突出茶感，更輕盈、更低負擔，優化風味的同時積極實踐配方健康化。在產品形象方面，煥新升級包裝標籤，在保留經典插畫調性的同時提升口味視覺辨識度。

功能飲料產品

報告期內，本集團功能飲料業務通過品類創新與既有產品升級，實現了業務板塊的結構優化和多場景的佈局優化，報告期內錄得收益人民幣3,348百萬元，較上年同期增長15.5%，佔總收益的11.3%。

報告期內，本集團順應消費者對健康化、功能化飲品日益增長的需求，進一步豐富產品矩陣，推出全新「農夫山泉」電解質飲料系列。新品推出檸檬、西柚兩種風味，並提供550ml與950ml兩種包裝規格，每瓶電解質含量分別超過350毫克及600毫克，同時添加煙酸、維生素B₆等營養成分，為運動、戶外活動及日常流汗等場景提供更多飲品選擇。在產品研發上，新品以「低糖輕負擔」為研發理念，在確保優質口感的同時，順應消費者日益關注控糖、健康的消費趨勢。新品上市後，本集團圍繞「喝電解質，補電解質」主題持續開展消費者溝通。結合2026年世界杯賽事，本集團在中央電視台等權威媒體進行廣告投放，並通過線下運動場館、校園活動等多重場景，重點觸達運動人群和年輕消費者，持續提升新品的市場認知度與渠道覆蓋。

果汁飲料產品

報告期內，本集團果汁飲料業務通過多規格產品矩陣和高品質產品，有效滿足了市場的多元化需求和對清潔標籤及精準營養的訴求，錄得收益人民幣2,922百萬元，較上年同期增長14.0%，佔總收益的9.8%。

2026年上半年，本集團果汁飲料業務聚焦天然化與場景化延伸，多品牌矩陣協同發力。高端純果汁方面，「17.5°」及「NFC」果汁持續發揮源頭直榨的供應鏈優勢，通過拓展家庭裝規格精準滲透多元居家場景；大眾果汁與果蔬汁方面，「水溶C100」系列持續夯實維生素C補充的消費心智認知，「農夫果園」則推出了100%番茄混合果汁飲料經典產品的升級回歸。

其他產品

報告期內，其他產品主要包括蘇打水飲料、咖啡飲料、植物飲料等其他飲料產品及鮮果等農產品，錄得收益人民幣684百萬元，較上年同期增長8.7%，佔總收益的2.3%。

2026年上半年，本集團繼續聚焦健康化與大眾化持續深耕。「炭久」咖啡依託公司自建生豆烘焙工廠及低溫冷萃技術，繼續夯實精品質量認知。植物飲料方面，繼「樺樹汁」飲料之後，全新「百合麥冬湯」本草飲料於2026年3月，在「山姆會員商店」上架。該產品承繼傳統經典名方與藥食同源理念，採用現代工藝確保質量，並配以中國傳統竹節造型的創新包裝，實現了傳統食養與現代美學的融合，在貫徹公司「天然、健康」品牌理念的同時，進一步豐富了本集團無糖產品的矩陣。在農產品方面，公司立足江西、廣西、雲南等農產品基地，持續深耕17.5°鮮橙、茉莉花和茶葉等優質農產品產業鏈，通過標準化與契約化農業模式確保源頭質量，在保障飲料產品的優質原料供應、向消費者提供優質鮮果產品的同時，積極踐行鄉村振興與社會責任。

展望

面對複雜多變的宏觀環境與持續升級的消費需求，中國飲料行業依然處於持續變革之中。隨著消費者健康意識不斷提升，天然、健康、低糖等消費理念日益深入人心，飲料消費的場景和需求更加多元，健康化、功能化、多元化趨勢進一步顯現，也為行業持續創新和高質量發展帶來新的空間。

面向未來，本集團將繼續堅持長期主義的發展理念，堅持「天然、健康」的產品理念，依託全國十七大優質水源地的資源優勢，持續加強產品創新、供應鏈建設和渠道能力，不斷完善全產業鏈佈局，以更豐富、更優質的產品滿足消費者不斷變化的需求。

三十年來，市場不斷變化，消費者的需求也在不斷變化，但對好產品的追求始終不變。本集團將繼續立足長期、專注產品、服務消費者，在變化的市場中不斷積累確定性的能力，為消費者創造長期價值，推動公司實現穩健、可持續發展。

財務回顧

收益及毛利

報告期內本集團錄得收益人民幣29,718百萬元，較去年上半年的人民幣25,622百萬元增長16.0%；毛利為人民幣18,099百萬元，較去年上半年的人民幣15,456百萬元增長17.1%。報告期內本集團毛利率為60.9%，與去年同期的60.3%相比增長了0.6個百分點，主要影響因素有：產品品類結構變化及果汁、糖等原物料採購價格較去年同期有所下降；同時PET原材料採購價格有所上升。

銷售及分銷開支

報告期內本集團銷售及分銷開支為人民幣5,843百萬元，較去年上半年的人民幣5,011百萬元增加16.6%，銷售及分銷開支佔總收益19.7%，較去年上半年的佔比19.6%基本持平，報告期內廣告及促銷開支較去年同期有所增加，但物流費率受產品銷售量的品項結構影響有所下降。

行政開支

報告期內本集團的行政開支為人民幣1,125百萬元，較去年上半年的人民幣1,068百萬元增加5.3%，行政開支佔總收益3.8%，與去年上半年佔比4.2%下降0.4個百分點，這主要是因為收入增加導致。

其他收入及收益

報告期內本集團其他收入及收益為人民幣857百萬元，較去年上半年的人民幣808百萬元增加6.1%，佔總收益的2.9%，主要因為理財帶來的投資收益較同期有所增加。

其他開支

報告期內本集團其他開支為人民幣222百萬元，較去年上半年的人民幣127百萬元增加74.8%，佔總收益0.7%，主要為匯兌損失人民幣180百萬元。截至2026年6月30日，本集團持有港幣1,115百萬元、美元617百萬元以及少量其他外幣，比2025年12月31日持有港幣1,647百萬元、美元606百萬元以及少量其他外幣，略有減少。

財務費用

報告期內本集團財務費用為人民幣29百萬元，較去年同期的人民幣25百萬元略有增長。

期內利潤

基於以上變動，報告期本集團利潤由去年上半年的人民幣7,622百萬元增加16.6%至人民幣8,887百萬元。

股息

本公司2025年度股東大會已於2026年5月19日批准派發截至2025年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣0.99元(含稅，共計股息人民幣約11,134百萬元)，此等股息已於2026年8月19日派發予於2026年5月23日(星期六)名列本公司股東名冊的股東。

董事會決議不宣派截至2026年6月30日止六個月的中期股息。

長期銀行定期存款、受限資金、質押存款、現金、銀行結餘及借款

於2026年6月30日，本集團的長期銀行定期存款、受限資金、質押存款、現金及銀行結餘總額為人民幣26,534百萬元，較2025年12月31日的人民幣22,293百萬元增加19.0%。本集團於2026年6月30日的授信總額度為人民幣22,033百萬元，計息借貸為人民幣5,186百萬元，較2025年12月31日的人民幣4,390百萬元增加18.1%，截至2026年6月30日已償還到期總金額人民幣9,845百萬元。所有借款均以人民幣計值。截至2026年6月30日的借款總額中，無按固定利率收取的借款金額（不含銀行承兌匯票貼現）。本集團並無實施任何利率對沖政策。

存貨

本集團的存貨由2025年12月31日的人民幣5,846百萬元增加至2026年6月30日的人民幣6,214百萬元，存貨周轉天數由2025年12月31日的95.5天減少至2026年6月30日的94.7天。

貿易應收款項及應收票據

本集團的貿易應收款項及應收票據由2025年12月31日的人民幣598百萬元增加至2026年6月30日的人民幣901百萬元。貿易應收款項及應收票據周轉天數從2025年的4.1天增加至2026年上半年的4.5天。

貿易應付款項及應付票據

本集團的貿易應付款項及應付票據由2025年12月31日的人民幣1,654百萬元增加至2026年6月30日的人民幣2,076百萬元。貿易應付款項與應付票據周轉天數從2025年的27.7天增加至2026年上半年的29.3天。

資本負債比率

於2026年6月30日，本集團資本負債比率（等於（計息借貸+租賃負債）／權益）為14.2%（報告期內本集團無少數股東權益），比2025年12月31日本集團的資本負債比率11.4%有所上升，這主要由於我們提高了應收票據融資的使用。

庫務政策

本集團針對其庫務政策採取審慎的財務管理方法，確保本集團的資產、負債及其他承擔的流動資金構架始終能夠滿足其資金需求。

報告期後重大事項

自2026年6月30日起直至本公告日期，本集團並無發生任何重大事項。

外匯風險

截至2026年6月30日，本集團持有港幣1,115百萬元、617百萬美元以及少量其他外幣。本集團會密切監察我們的外匯風險，並會在有需要時通過適當金融工具做對沖用途，以助降低外匯風險。

或有負債

截至2026年6月30日，本集團無任何重大或有負債。

資本承諾

於2026年6月30日，本集團的資本承諾約為人民幣3,970百萬元，主要用於建設生產廠房、購置生產設備。

資產抵押

於2026年6月30日，本集團並無就任何集團資產抵押。

重大投資、重大收購及出售事項

截止2026年6月30日及本公告日期，本集團並無持有任何重大投資，亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。

未來重大投資或資本資產計劃

於本公告日期，除(i)本公司於2020年8月25日刊發的招股書(「招股書」)中披露的「未來計劃及所得款項用途」及(ii)本公司日期為2026年3月24日的公告和日期為2026年4月17日的通函中所披露的「建議變更上市所得款及延長使用期限」事項外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

人力資源與酬金政策

於2026年6月30日，本集團(含本公司及本公司各附屬公司)員工總人數超過3萬名，報告期內員工福利開支總額(包括董事酬金)為人民幣2,557百萬元。

我們堅信本集團的長期可持續增長，取決於員工的專業知識、綜合能力與職業發展。集團始終將人才發展作為企業發展的動力源泉，持續完善人才分層培養體系，構建人才價值與公司長期價值同步提升的機制。本集團員工薪酬福利體

系，綜合參考市場薪酬水平、員工個人資歷與能力核定，並建立績效獎金等激勵機制。績效獎金根據集團整體經營效益(含收益、利潤等關鍵指標)、員工所屬組織績效及個人績效考評結果核定與發放，並根據業務發展持續優化制度。對為集團業務發展作出傑出貢獻的組織與個人，集團另配套股權激勵、年度榮譽體系表彰等多元化激勵舉措。整體薪酬福利政策具有較高競爭力，切實保障員工價值與企業發展的同頻共振。

為完善公司激勵機制，留住關鍵員工，牽引公司業務的可持續發展等，經2022年1月14日召開的臨時股東大會審議通過，本公司已於2022年採納員工股權激勵計劃，以激勵對本集團經營業績和未來發展發揮重要作用的管理人員和核心技術專家。根據員工股權激勵計劃，受託人在員工股權激勵計劃存續期間根據員工股權激勵計劃可不時獲得和持有的H股最高數量不得超過本公司於採納日已發行股本總額的5%，且非經股東大會特別決議批准，任何一名激勵對象通過員工股權激勵計劃累計獲得的本公司H股總量，不超過本公司股本總額的1%。激勵對象以其自有資金出資獲得激勵份額，授予價格由董事會根據授予日前一百二十個香港交易日本公司H股平均收盤價的百分之三十確定。除支付授予價格外，員工不需為取得激勵股份支付額外價款。董事會根據股東大會的授權，作為執行管理機構負責員工股權激勵計劃的實施及管理，包括但不限於酌情擬定適當的授予條件、授予價格支付期限、歸屬條件、歸屬期限安排等，以達到長期激勵目的。員工股權激勵計劃有效期為10年，截至本公告日期，員工股權激勵計劃有效期還剩餘約6年。

2022年度激勵份額授予和歸屬情況

2022年3月，本公司根據員工股權激勵計劃實施了授予，該次授予的激勵份額的歸屬已於2024年4月全部完成。有關該次授予及歸屬的完成情況，可參閱本公司2024年度報告內「人力資源與酬金政策」章節的相關內容。

2025年度激勵份額授予和歸屬安排

2025年3月，本公司根據員工股權激勵計劃實施了2025年度授予，所授予激勵份額對應本公司H股數量共計為8,118,400股，佔截至2024年12月31日本公司已發行股份總數的0.072%及佔截至2024年12月31日本公司已發行H股的0.161%。該次授予激勵份額的授予價格根據員工股權激勵計劃的規定，為授予日前一百二十個香港交易日本公司H股收盤價均值的百分之三十，即每股激勵股份港幣10.20元，已由各激勵對象於2025年4月15日前全額支付完畢。該次授予的144名激勵對象包括本公司董事吳莉敏女士、向咸松先生、饒明紅先生、韓林攸女士，和前任監事王媛女士、江曉冬先生，其中吳莉敏女士獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為326,000股、向咸松先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為181,600股、饒明紅先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為181,600股、韓林攸女士獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為90,800股、王媛女士獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為69,800股、江曉冬先生獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為59,200股；以及9名養生堂有限公司及其附屬公司（「**養生堂集團**」）員工，獲授予激勵份額對應本公司H股數量為636,000股，儘管此等人士並非由本集團成員直接委任或聘用，但這些人士都是各領域的專家或資深技術人員，為本集團在線營銷、廠房建設、研發管理、行政管理提供了強有力的支持和專家意見。本集團相信，向此等人士授予激勵份額將可激勵其為本集團做出更大貢獻，從而有助本集團的長遠發展；其餘129名激勵對象（合計獲授予的激勵份額對應本公司H股數量為6,573,400股）全部為本集團員工，且不包含本公司的其他董事、監事及其他關連人士。

吳莉敏女士、向咸松先生、饒明紅先生、韓林攸女士、王媛女士和江曉冬先生作為報告期內董事／監事，屬本公司的關連人士，根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「《上市規則》」）第14A章，向此等人士授予獎勵股份構成本公司的一項關連交易。而由於向此等人士授予獎勵股份構成本公司與其所訂服務合約的部分薪酬待遇，根據《上市規則》第14A.73(6)條及第14A.95條，該等授予獲豁免遵守申報、公告及獨立股東批准的規定。

2025年激勵對象趙利先生去世，考慮其為公司所做的貢獻，公司對授予其的對應47,600股H股激勵份額於2025年7月11日提前一次性全部完成歸屬。除此以外，上述其餘143名激勵對象本次所獲授予的激勵份額對應本公司H股數量8,070,800

股將視乎激勵對象個人及本公司的表現等績效考評結果，按以下時間表歸屬（為免歧義，下表中「交易日」指香港聯合交易所、上海證券交易所及深圳證券交易所的共同交易日）：

歸屬安排	歸屬時間	歸屬比例
第一期歸屬	2026年4月最後一個交易日	1/3
第二期歸屬	2027年4月最後一個交易日	1/3
第三期歸屬	2028年4月最後一個交易日	1/3

於2026年4月30日，授予的激勵份額中有2,441,000股已達成第一期歸屬條件而歸屬於相應的激勵對象，47,600股因激勵對象去世而提前完成歸屬，233,232股未達到歸屬條件而成為沒收股份，88,400股因相關員工發生離職降職等退出情形而成為沒收股份。

2026年度激勵份額授予和歸屬安排

2026年3月，本公司根據員工股權激勵計劃，在2025年度激勵方案的基礎上，向22名員工實施新增授予。本批所授予激勵份額對應本公司H股數量共計為452,400股，佔目前本公司已發行股份總數的0.0040%。本次授予激勵份額的授予價格根據員工股權激勵計劃的規定，為授予日前一百二十個香港交易日本公司H股收盤價均值的百分之三十，即每股激勵股份港幣14.71元，已由各激勵對象於2026年4月15日前全額支付完畢。本次授予的22名激勵對象不包括本公司董事、監事及其他關連人士。視乎激勵對象個人及本公司的表現等績效考評結果，本次所授予激勵份額將分兩期歸屬，分別於2027年4月和2028年4月最後一個香港聯交所、上海證券交易所及深圳證券交易所的共同交易日各歸屬50%。

於報告期內，有關董事及監事、關連實體參與者及其他僱員參與者獲授予及歸屬激勵股份的權益詳情載列如下：

激勵對象 姓名／類別	授予日 (附註1)	授予價格 (港幣) (附註1)	獲授予 激勵 股份數量 (股)	已歸屬日期	報告期內 的歸屬 日期前 加權平均 收市價 (港幣) (附註2)		於2026年 1月1日 尚未歸屬 的激勵 股份數量 (股)		於2026年 6月30日 尚未歸屬 的激勵 股份數量 (股)	
							報告期內 歸屬的 股份數量 (股)	報告期內 取消的 股份數量 (股) (附註3)		
吳莉敏(董事)	2025年4月15日	10.20	326,000	2026年4月30日	43.26		326,000	0	108,667	217,333
向威松(董事)	2025年4月15日	10.20	181,600	2026年4月30日	43.26		181,600	60,600	0	121,000
饒明紅(董事)	2025年4月15日	10.20	181,600	2026年4月30日	43.26		181,600	60,600	0	121,000
韓林攸(董事)	2025年4月15日	10.20	90,800	2026年4月30日	43.26		90,800	30,200	0	60,600
王媛(前任監事)	2025年4月15日	10.20	69,800	2026年4月30日	43.26	2027年4月最後 一個交易日，	69,800	23,200	0	46,600
江曉冬(前任監事)	2025年4月15日	10.20	59,200	2026年4月30日	43.26	2028年4月最後 一個交易日	59,200	17,800	1,973	39,427
報告期內收入最高的 五名人士(附註4)	2025年4月15日	10.20	717,000	2026年4月30日	43.26		717,000	130,200	108,667	478,133
關連實體參與者 (附註5)	2025年4月15日	10.20	636,000	2026年4月30日	43.26		636,000	205,600	44,241	386,159
2025年度授予的其他 僱員參與者合計	2025年4月15日	10.20	6,433,800	2026年4月30日	43.26		6,386,200	1,996,600	166,751	4,222,849
合計			8,118,400 (附註6)				8,070,800 (附註6)	2,441,000	321,632	5,308,168
2026年度新增授予的 其他僱員參與者合計	2026年3月31日	14.71	452,400	-	-	2027年4月最後 一個交易日， 2028年4月最後 一個交易日	-	-	-	452,400
合計			452,400				0	0	0	452,400

附註：

- (1) 2025年3月31日，本公司向激勵對象發出股權激勵授予函，授予價格根據該日前一百二十個香港交易日本公司H股收盤價均值的百分之三十確定，即每股激勵股份港幣10.20元；2025年4月15日，所有激勵份額的授予認購價款已由各激勵對象全額支付完畢，無任何人士放棄授予；2026年3月31日，2026年度新增授予的授予價格為根據該日前一百二十個香港交易日本公司H股收盤價均值的百分之三十，即每股激勵股份港幣14.71元，已由各激勵對象於2026年4月15日前全額支付完畢。緊接於2025年3月31日授出獎勵股份當日前一日(即2025年3月28日)本公司股份的收市價為每股港幣33.75元；緊接於2026年3月31日授出獎勵股份當日前一日(即2026年3月30日)本公司股份的收市價為每股港幣45.20元。

- (2) 為本公司股份在緊接2026年4月30日之前(即2026年4月29日)的收市價。
- (3) 即報告期內的沒收股份，會取消並由本公司指示受託人在公開市場上按市價出售，出售所得款項將在付還員工認購授予份額時支付的自有資金出資後，由受託人留存及並入信託資金池，用於未來在員工股權激勵計劃實施期間進一步購買激勵股份，或用於新增授予。報告期內，概無已失效激勵份額。
- (4) 包括本公司董事或(前任)監事。
- (5) 為9名養生堂集團員工。
- (6) 報告期內收入最高的五名人士所持有的激勵份額中包含本公司董事／(前任)監事持有的激勵份額，因相關董事／(前任)監事持有的激勵份額在本表格中亦有單獨列示，故總計數中未再重複加總。

上市所得款項用途

自2020年9月8日(「上市日期」)起至截至2026年6月30日，本集團已根據招股書所載及2026年5月19日本公司股東大會批准變更後的擬定用途逐步動用首次公開發售所得款項。

本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)主板上市的首次公開發售所得款及悉數行使超額配售權所得款總淨額(於扣除承銷費用及其他相關費用後)約為港幣9,377百萬元。截至2026年6月30日，本集團已累計動用所得款項中的約港幣6,405百萬元，佔所有募集資金的68.3%，餘下未動用所得款項約為港幣2,972百萬元。本公司股東大會於2026年5月19日批准重新分配所得款項淨額，將原用於「基礎能力建設」的尚未動用所得款淨額港幣726百萬元轉至用於「購置生產設施及新建廠房」，包括用於招股章程中披露的相關生產基地及

本集團其他生產基地的購置生產設施及新建廠房，並更新未動用所得款項的預期時間表。相關詳情可參見本公司日期為2026年3月24日的公告、日期為2026年4月17日的通函及2025年度報告。根據招股章程和經2026年5月19日本公司股東大會批准，上市所得款項淨額使用詳情和預期時間表請見下表：

	上市募集 所得款項 可供使用淨額 (港幣百萬)	截至 2026年6月30日 實際使用淨額 (港幣百萬)	截至 2026年6月30日 尚未使用淨額 (港幣百萬)	尚未動用 淨額預計 悉數使用時間 (附註)
品牌建設	2,344	1,345	999	2027年12月31日
購置銷售設施	2,344	371	1,973	2027年12月31日
購置生產設施及新建廠房	2,601 (附註)	2,601	0	已使用完畢
基礎能力建設	212 (附註)	212	0	已使用完畢
償還貸款	938	938	0	已使用完畢
補充流動資金和 其他一般企業用途	938	938	0	已使用完畢
總計	<u>9,377</u>	<u>6,405</u>	<u>2,972</u>	

附註：本公司股東大會於2026年5月19日批准重新分配所得款項淨額，將原用於「基礎能力建設」的尚未動用所得款淨額港幣726百萬元轉至用於「購置生產設施及新建廠房」，包括用於招股章程中披露的相關生產基地及本集團其他生產基地的購置生產設施及新建廠房，並更新未動用所得款項的預期時間表。相關詳情可參見本公司日期為2026年3月24日的公告、日期為2026年4月17日的通函及2025年度報告。

購買、出售及贖回本公司上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份(定義見《上市規則》))。於2026年6月30日，本公司概無持有任何庫存股份(定義見《上市規則》)。

審計委員會

本公司成立審計委員會，並根據《上市規則》第3.21條及《上市規則》附錄C1《企業管治守則》及《企業管治報告》(「企業管治守則」)制定其書面職權範圍。

報告期內，經2026年5月19日召開的2025年度股東大會批准，本公司董事會進行換屆選舉。於緊隨年度股東大會後召開的董事會會議上，董事會已通過關於委任公司董事會各專門委員會成員的決議案，任期自2026年5月19日起生效，至第九屆董事會任期屆滿之日止。審計委員會現時由本公司三名獨立非執行董事(顧朝陽先生、文鳴女士和王英哲先生)組成，其中顧朝陽先生為審計委員會召集人。相關詳情可參見本公司2026年5月19日公告內容。

審計委員會已審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合中期業績，並確認已遵從適用的會計原則、準則及規定及已作出足夠披露。截至2026年6月30日止六個月的中期業績未經審核，但已由本公司獨立核數師安永會計師事務所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數據的審閱」進行審閱。

遵守《企業管治守則》

本公司致力踐行企業管治最佳實踐，截至本中期業績公告日期，一直遵守企業管治守則所載的所有守則條文，惟下文所披露《企業管治守則》第二部分第C.2.1條的偏離者除外。

《企業管治守則》第二部分第C.2.1條訂明，董事會主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由同一人兼任。主席及行政總裁的職責劃分應清晰界定並以書面列示。鍾睒睒先生為本公司董事長兼總經理。鍾睒睒先生為本集團的創始人，擁有豐富的飲用水及軟飲料行業經驗，負責本公司業務策略及營運的整體管理，

彼自本公司於1996年成立以來對本集團的增長及業務擴展起著關鍵作用。董事會認為，由鍾睒睒先生一人兼任董事長與總經理對本公司管理有利。

此外，由經驗豐富及才能出眾的人士組成的高級管理層與董事會可確保權力與權限之間有所制衡。董事會現時由五名執行董事(包括鍾睒睒先生)、一名非執行董事及三名獨立非執行董事組成，因此，我們認為高級管理層與董事會的組成具有較高的獨立性。

董事會將不時檢討架構，以確保架構有助於執行本集團的業務策略及盡量提高其運營效率。

遵守有關董事證券交易的守則

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」)，並制定了本公司的《董事、監事及有關僱員證券交易守則》(2026年5月經股東大會批准取消監事會後，該守則相應修訂為《董事及有關僱員證券交易守則》)。經本公司作出特定查詢後，所有董事及(前任)監事確認彼等於報告期內已遵守標準守則規定的有關董事及監事證券交易的要求。

信息披露

本公告已於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.nongfuspring.com>)登載，本公司截至2026年6月30日止六個月的中期報告將於上述網站登載，並將適時寄發給本公司要求提供印刷版通訊的股東。

代表董事會
農夫山泉股份有限公司
董事長
鍾睒睒

香港，2026年8月25日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事鍾睒睒先生、吳莉敏女士、向咸松先生、饒明紅先生及韓林攸女士；非執行董事Zhong Shu Zi先生；以及獨立非執行董事顧朝陽先生、文鳴女士及王英哲先生。