

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



YIHAI INTERNATIONAL HOLDING LTD.

頤海國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1579)

**截至2020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2020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2019年同期的比較數字。

本集團財務摘要

- 截至2020年6月30日止六個月的收入為人民幣2,218.1百萬元，較截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,655.8百萬元增加34.0%。
- 截至2020年6月30日止六個月的毛利為人民幣879.8百萬元，較截至2019年6月30日止六個月的人民幣624.1百萬元增加41.0%。
- 截至2020年6月30日止六個月的淨利潤為人民幣445.8百萬元，較截至2019年6月30日止六個月的人民幣292.4百萬元增加52.5%。
- 截至2020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398.9百萬元，較截至2019年6月30日止六個月的人民幣270.4百萬元增加47.5%。
- 截至2020年6月30日止六個月的每股盈利(基本)為人民幣40.67分，較截至2019年6月30日止六個月的人民幣27.88分增加45.9%。

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 2020年 6月30日 人民幣千元	經審核 2019年 12月31日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		555,566	483,393
使用權資產		162,115	151,435
無形資產		19,168	17,649
按攤銷成本計量的其他金融資產		120,000	—
遞延所得稅資產		17,245	25,445
其他資產		214,390	194,949
按公平值計入損益的金融資產		32,301	84,893
非流動資產總值		1,120,785	957,764
流動資產			
存貨		265,361	297,334
其他流動資產		129,872	168,879
貿易應收款項	5	154,887	269,175
按攤銷成本計量的其他金融資產		8,955	7,762
按公平值計入損益的金融資產		167,532	89,596
初始期限為三個月至一年的定期存款		344,404	484,845
現金及現金等價物		1,269,163	1,036,396
流動資產總值		2,340,174	2,353,987
資產總值		3,460,959	3,311,751
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	6	68	68
就僱員股份計劃持有的股份		(4)	(4)
其他儲備		739,267	949,757
保留盈利		2,062,947	1,664,028
本公司擁有人應佔資本及儲備		2,802,278	2,613,849
非控股權益		167,614	114,298
權益總額		2,969,892	2,728,147

	附註	未經審核 2020年 6月30日 人民幣千元	經審核 2019年 12月31日 人民幣千元
負債			
非流動負債			
租賃負債		21,630	26,361
遞延所得稅負債		381	381
非流動負債總額		22,011	26,742
流動負債			
貿易應付款項	7	195,899	207,490
合約負債		71,618	46,224
租賃負債		10,778	12,790
其他應付款項及應計費用		128,762	183,517
即期所得稅負債		61,999	106,841
流動負債總額		469,056	556,862
負債總額		491,067	583,604
權益及負債總額		3,460,959	3,311,751
流動資產淨值		1,871,118	1,797,125

以上中期簡明綜合資產負債表應與隨附附註一併閱讀。

中期簡明綜合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	
		2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收入	4	2,218,133	1,655,755
銷售成本	8	(1,338,370)	(1,031,658)
毛利		879,763	624,097
經銷開支	8	(210,882)	(163,989)
行政開支	8	(151,529)	(113,822)
其他收入及收益淨額	9	56,784	32,063
經營溢利		574,136	378,349
融資收入	10	12,363	8,541
融資成本	10	(774)	(1,386)
融資收入淨額	10	11,589	7,155
除所得稅前溢利		585,725	385,504
所得稅開支	11	(139,908)	(93,113)
期內溢利		445,817	292,391
以下人士應佔溢利：			
本公司擁有人		398,919	270,368
非控股權益		46,898	22,023
		445,817	292,391
其他全面收入			
可重新分類至損益的項目			
— 外幣換算差額		(7,231)	—
期內其他全面收入(扣除稅項)		(7,231)	—
全面收入總額		438,586	292,391
以下人士應佔全面收入總額：			
— 本公司擁有人		392,082	270,368
— 非控股權益		46,504	22,023
		438,586	292,391
本公司權益擁有人應佔每股盈利 (以每股人民幣分列示)			
— 基本	12	40.67	27.88
— 攤薄	12	40.67	27.69

以上中期簡明綜合損益及其他全面收益表應與隨附附註一併閱讀。

中期簡明綜合財務資料附註

1. 一般資料

頤海國際控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）在中華人民共和國（「中國」）主要從事火鍋調味料、中式複合調味料及方便速食產品的生產及銷售。

本公司於2013年10月18日在開曼群島根據開曼群島1961年第3號法例第22章公司法（經綜合及修訂）註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 31119, KY1-1205, Cayman Islands。

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

除非另有指明，否則中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列。

本中期簡明綜合財務資料已經審閱，但未經審核。

2. 編製基準

截至2020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2019年12月31日止年度的年度財務報表一併閱覽。

3. 會計政策

誠如本集團截至2019年12月31日止年度的年度綜合財務報表所述，所採用的會計政策與該等年度綜合財務報表所述者一致，惟採用可能適用於預期年度盈利總額的稅率估算所得稅（見附註11）及採用於本報告期間生效的經修訂準則及經修訂概念框架除外。

(a) 本集團採納的新訂及經修訂準則

多項經修訂準則及經修訂概念框架自本報告期間起適用，具體如下：

國際會計準則第1號及國際會計準則第8號的修訂	重大的定義
國際財務報告準則第3號的修訂	業務的定義
國際財務報告準則第7號及國際財務報告準則第9號的修訂	利率基準修訂
經修訂財務報告概念框架	

本集團並無因採納該等經修訂準則及經修訂概念框架而更改其會計政策或作出追溯調整。

本集團亦選擇提早採納國際財務報告準則第16號的修訂「與2019新型冠狀病毒疫情相關的租金減免」，其於2020年6月1日或之後的報告期間強制生效：

就與2019新型冠狀病毒疫情相關的租金減免而對國際財務報告準則第16號的修訂為承租人（而非出租人）提供寬免，可選擇豁免評估與2019新型冠狀病毒疫情相關的租金減免是否屬於一項租賃修訂。承租人可選擇按照非租賃修訂的方式對租金減免進行會計處理。

該可行權宜方法僅適用於2019新型冠狀病毒疫情直接導致且僅在符合以下所有條件方會產生的租金減免：

- 租賃付款變動導致經修訂的租賃代價大致等於或低於與緊接變動前的租賃代價；
- 租賃付款的任何減少僅影響原於2021年6月30日或之前到期的應付款項；及
- 租賃的其他條款及條件並無發生實質性變化。

本集團已將該可行權宜方法應用於所有符合上述條件而須確認租賃負債的租賃安排的租金減免。截至2020年6月30日止六個月，一筆人民幣707,000元的款項於損益內確認為租金開支減少，以反映由租金減免引起的租賃負債變動。

除上述提早採納國際財務報告準則第16號的修訂的影響外，本集團並無因採納上述經修訂準則及經修訂概念框架而更改其會計政策或作出追溯調整。

(b) 已頒佈但尚未獲本集團採用的準則的影響

若干新訂及經修訂準則以及年度改進已獲頒佈，但於本報告期間並未強制生效，且尚未獲本集團提早採納。預期該等新訂及經修訂準則以及年度改進不會對本集團本報告期間或未來報告期間以及可預見的未來交易產生重大影響。

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（被視為一個分部）。本集團的主要市場在中國，截至2020年及2019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5%。因此，並無呈列地區資料。

按產品系列劃分的收入明細如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收入		
火鍋調味料		
— 關聯方	469,224	693,889
— 第三方	746,245	393,870
小計	<u>1,215,469</u>	<u>1,087,759</u>
中式複合調味料		
— 關聯方	15,746	13,530
— 第三方	283,752	186,488
小計	<u>299,498</u>	<u>200,018</u>
方便速食產品		
— 關聯方	13,668	1,159
— 第三方	654,495	339,967
小計	<u>668,163</u>	<u>341,126</u>
其他		
— 關聯方	388	46
— 第三方	34,615	26,806
小計	<u>35,003</u>	<u>26,852</u>
總計	<u><u>2,218,133</u></u>	<u><u>1,655,755</u></u>

截至2020年及2019年6月30日止六個月，向關聯方銷售收入分別佔本集團總收入約22.5%及42.8%。

5. 貿易應收款項

	未經審核 2020年 6月30日 人民幣千元	經審核 2019年 12月31日 人民幣千元
第三方	17,603	57,480
關聯方	<u>137,675</u>	<u>214,272</u>
	155,278	271,752
減：貿易應收款項減值撥備	<u>(391)</u>	<u>(2,577)</u>
	<u><u>154,887</u></u>	<u><u>269,175</u></u>

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

	未經審核 2020年 6月30日 人民幣千元	經審核 2019年 12月31日 人民幣千元
3個月內	152,900	266,855
3至6個月	<u>2,378</u>	<u>4,897</u>
	<u><u>155,278</u></u>	<u><u>271,752</u></u>

期內貿易應收款項減值撥備的變動如下：

	未經審核 截至6月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
期初結餘	2,577	30
計提貿易應收款項減值撥備	180	—
期內收回貿易應收款項的減值撥備撥回	<u>(2,366)</u>	<u>—</u>
期末結餘	<u><u>391</u></u>	<u><u>30</u></u>

6. 股本

	股份數目 (千股)	概約金額 千美元
每股 0.00001 美元的普通股		
— 於2020年6月30日及2019年12月31日獲授權	5,000,000	50

已發行及繳足普通股：

	普通股數目 (千股)	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2020年6月30日及2019年12月31日	1,046,900	10,469	68

7. 貿易應付款項

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

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	未經審核 2020年 6月30日 人民幣千元	經審核 2019年 12月31日 人民幣千元
3個月內	193,220	204,803
3個月至6個月	1,552	2,449
6個月至1年	1,127	238
	<u>195,899</u>	<u>207,490</u>

8. 按性質劃分的開支

計入銷售成本、經銷開支及行政開支的開支分析如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
製成品及在製品存貨變動	30,126	81,192
已使用原材料及耗材	1,169,858	841,736
僱員福利開支	252,365	186,042
運輸及相關支出	71,105	45,371
廣告及其他營銷開支	37,431	42,382
物業、廠房及設備折舊	28,000	15,110
倉儲費用	18,562	14,752
稅項及附加費	17,099	13,188
公用事業費	14,246	14,271
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	12,908	13,568
差旅及招待費	11,553	14,793
使用權資產折舊	8,416	4,927
租金開支	6,122	4,800
維護費	4,322	3,613
無形資產攤銷	2,572	764
金融資產的減值虧損撥回淨額	(2,210)	—
存貨撇減	609	416
其他開支	17,697	12,544
總計	<u>1,700,781</u>	<u>1,309,469</u>

9. 其他收入及收益淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	34,957	22,836
外匯收入淨額	19,612	1,985
按公平值計入損益的金融資產的投資收入	7,464	2,759
廢料銷售	3,077	2,189
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	2,834	161
捐贈	(12,523)	(186)
處置物業、廠房及設備的虧損	(329)	(738)
其他	1,692	3,057
其他收入及收益淨額總額	<u>56,784</u>	<u>32,063</u>

10. 融資收入淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
融資收入		
— 利息收入	12,363	8,541
融資成本		
— 租賃負債利息	(774)	(1,386)
融資收入淨額	<u>11,589</u>	<u>7,155</u>

11. 所得稅開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
即期所得稅	131,708	88,461
遞延所得稅費用	8,200	4,652
所得稅開支	<u>139,908</u>	<u>93,113</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所得稅率的估計確認。截至2020年6月30日止六個月所用的估計平均年稅率約為23.9%（截至2019年6月30日止六個月：24.2%）。

12. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2020年及2019年6月30日止各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	
	2020年	2019年
本公司擁有人應佔溢利（人民幣千元）	398,919	270,368
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）	980,952	969,801
每股基本盈利（人民幣分）	<u>40.67</u>	<u>27.88</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利透過調整已發行普通股加權平均數以假設轉換所有潛在攤薄普通股而計算。

並無呈列任何每股攤薄盈利，原因是截至2020年6月30日止六個月期間概無任何已發行潛在攤薄普通股。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2020年	2019年
盈利		
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	<u>398,919</u>	<u>270,368</u>
用於計算每股基本盈利的已發行普通股 加權平均數(千股)	980,952	969,801
就以下各項作出調整：		
— 已授出及假設已歸屬受限制股份(千股)	<u>—</u>	<u>6,581</u>
用於計算每股攤薄盈利的普通股及潛在普通股 加權平均數(千股)	<u>980,952</u>	<u>976,382</u>
每股攤薄盈利(人民幣分)	<u><u>40.67</u></u>	<u><u>27.69</u></u>

13. 股息

截至2020年6月30日止六個月，支付的股息總額為人民幣203,653,000元或每股人民幣20.660分(截至2019年6月30日止六個月：人民幣148,643,000元或每股人民幣15.2952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13,829,000元(截至2019年6月30日止六個月：人民幣11,297,000元)。

2020中期業績回顧

2020年，面對2019新型冠狀病毒疫情帶來的嚴峻考驗和複雜多變的國內外環境，今年上半年中國經濟先降後升，二季度經濟增長由負轉正，主要指標呈恢復性增長，經濟運行穩步復甦，基本民生保障有力，市場預期總體向好，社會發展大局趨於穩定。上半年，社會消費品零售總額人民幣172,256億元，同比下降11.4%。隨着疫情防控形勢持續向好，復工復產復商復市加快推進。餐飲市場受疫情影響明顯，截至報告日期，整體收入還處於恢復增長的態勢當中。相比之下，疫情期間，複合調味品及方便食品家庭端消費因「宅經濟」推動，收入增長逆勢上揚。

2020年上半年，本集團主要業務重點為持續拓展國內外銷售渠道，提升渠道銷售能力，持續完善和改進內部激勵機制，以及繼續補充優化供應能力。截至2020年6月30日止六個月，本集團的收入達人民幣2,218.1百萬元，同比增長34.0%；淨利潤人民幣445.8百萬元，同比增長52.5%。

第三方銷售渠道建設方面，得益於對國內外市場的持續的開拓深耕，對內部銷售人員的有效激勵，以及對外部經銷商和售點服務滿意度的重視，來自經銷商的收入持續錄得高速增長。截至2020年6月30日，本集團的經銷商共覆蓋了中國31個省級地區與港澳台地區，以及49個海外國家和地區。

在產品方面，本集團在現有的產品火鍋調味料、中式複合調味料、方便速食三個主要品類產品中，以豐富產品使用場景和細分目標客戶群為策略，持續進行產品創新，擴充產品組合，於2020年上半年開發了26種新品。

補充優化供應能力方面，位於河北霸州的新生產基地一期北車間持續建設中，預期將在2020年9月投產。位於安徽馬鞍山的新生產基地，一期工程也已完成規劃，處於土建階段。河南漯河生產基地的建設項目已在2020年3月正式開始建設。本集團於2020年4月與四川簡陽市政府簽訂了土地購買協議，預計2020年下半年開始建設規劃簡陽工廠。海外產能擴充方面，馬來西亞合資工廠於2020年初投產，泰國工廠也已經完成土地購買協議，目前處於總體規劃階段，預期將於2021年開始正式建設。海外工廠的建設預期將緩解海外業務擴展的需求，優化海外業務供應成本。

業務回顧

2020年上半年，突如其來的2019新型冠狀病毒疫情給全球經濟帶來巨大衝擊，在全國上下統籌有效的疫情防控措施下，總體中國經濟運行先降後升、穩步復甦。但截至本報告日期，社會消費恢復還是面臨着制約，尤其是在常態化疫情防控條件下，一些聚集性、接觸性的消費活動仍然受到限制，所以目前商品零售和餐飲收入還處在逐步恢復階段。雖然調味品及方便速食類零售產品在疫情期間銷售趨勢向好，但是餐飲端所受衝擊不容忽視，本集團上半年收入增速趨緩，截至2020年6月30日止六個月，本集團的收入人民幣2,218.1百萬元，同比增長34.0%；淨利潤人民幣445.8百萬元，同比增長52.5%。

銷售渠道

本集團持續作為關聯方海底撈国际控股有限公司(股份代號：6862)（「海底撈」）及其附屬公司（「海底撈集團」）的火鍋調味料產品供應商，同時亦為中國家庭烹飪客戶、餐飲服務供應商以及食品行業公司提供烹飪調味料解決方案。截至2020年上半年，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、電商及餐飲客戶等則為第三方銷售的主要渠道。

第三方渠道的擴展和深耕一直是本集團最主要的銷售策略。本集團於2020年上半年持續下沉渠道，增加經銷商數量，豐富售點類型。具體措施上，本集團一直以來都很重視渠道滿意度，通過「親情化」措施，提升售點對於品牌的好感度及銷售熱情，重視經銷商對於內部銷售合夥人的服務反饋，以及不斷優化內部銷售人員激勵機制等。

在銷售激勵機制方面，本集團持續完善「合夥人」激勵制度細節。今年上半年亦繼續以「師徒制」不斷擴充銷售團隊，徒弟層級的「合夥人助理」數量也有明顯增加。除此之外，本集團還施行了每季度的「PK制度」，用以考核合夥人工作效率，保證有效的優勝劣汰，提升銷售團隊競爭力。

「合夥人」激勵機制是本集團於2018年初開始實行的內部銷售人員激勵。此機制取代了此前的銷售目標達成率考核方式，把每個銷售人員的業績提成直接與其負責業務單元的利潤掛鉤，並給與渠道費用使用權限和方式的充分授權。在此策略下，銷售人員作為「合夥人」可以以「企業家」身份充分主導業務單元經營，並享有培養徒弟擴充團隊的自由。

除了內部銷售的「合夥人」激勵機制外，2020年上半年，我們持續通過增加物流配送分倉提升物流效率，提升經銷商滿意度。本集團上半年增加了三個區域物流分倉，目前區域分倉數量達到九個，2020年下半年還將增加至十個。該舉措可幫助我們縮短發貨週期，提升經銷商訂貨靈活度，並有效降低渠道庫存水平，保證渠道健康可控。不僅如此，渠道效率提升，亦可令終端產品的生產日期更加新鮮，產品陳列的效果更佳。

除此之外，為了進一步優化重點客戶(KA)的陳列及銷售，本集團繼續擴大賣場「零庫存」實施範圍。「零庫存」是指替代以前的經由經銷商對重點客戶賣場進行配送的方式，貨物直接由我們的分倉運送至大賣場倉庫，以減少物流節點，節省配送費用的方式，達成對特定經銷商激勵提升的同時，達到賣場商品新鮮度的優化。目前已有多個品牌大賣場經銷商可享受「零庫存」直送待遇，並且已擴展到個別電商平台客戶。

電商渠道發展方面，本集團持續以加強消費者互動體驗為策略方向，以旗艦店為主要品牌互動陣地，加強消費者溝通，為消費者提供更為貼心的購物體驗。2020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。在非自營的線上平台比如京東超市、天貓超市等渠道，本集團除了通過持續參與平台促銷活動，還以量販裝為主，並配合贈品等方式，提升在電商大客戶平台的體驗感和銷量。截至2020年6月30日止六個月，本集團在天貓、京東等電商平台擁有5家旗艦店。本集團截至2020年6月30日止六個月電商渠道的銷售收入為人民幣159.4百萬元，同比增長35.4%。

在關聯方銷售方面(指向海底撈集團以及蜀海供應鏈集團，即蜀海(北京)供應鏈管理有限責任公司及其附屬公司)，今年上半年，2019新型冠狀病毒疫情全球爆發，海底撈集團旗下餐廳業務受到巨大影響，由於其國內外門店皆存在短期暫停營業或暫停堂食等情況，故截至2020年6月30日止六個月，本集團向關聯方的銷售收入為人民幣499.0百萬元，較2019年同期同比降低29.6%。

產品

2020年上半年，本集團以細分消費場景和目標客戶畫像為策略，持續在現有品類推出新產品。並以「產品項目制」和「產品企劃室」共同策劃的方式培育新品，通過充分授予所有員工開發新品的權限，獲得更多符合市場需求的產品。與此同時，我們不斷對已有的核心產品進行不斷的配方改良和包裝升級，旨在持續穩固核心產品的市場領先地位。截至2020年6月30日止六個月，本公司共新增了2款中式複合調味料產品，9款火鍋調味料產品，11款方便速食產品，4款休閒食品。

本集團於2020年年初，成立了若干個「產品企劃室」，與「產品項目制」並行，以期運用各企劃室專業和全面的產品策劃及推廣能力，助力產品開發及上市推廣流程。「產品項目制」是本集團自2018年開始施行的新品研發策略。員工可自行組團提出新產品創意，並由該團隊完成新產品開發項目從立項到上市的整個流程。項目組在產品上市盈利後即可得到相應獎勵。

在零售產品組合方面，本年度上半年，本集團在三個已有品類中均有不同數量的新品創新，並且配合各個季節主題和促銷節點使用各種營銷手段提升新品的銷售。本集團上半年主推沖泡粉絲、沖泡米飯等新產品，並通過年貨節、女王節、517吃貨節以及618狂歡節等線上促銷節點，持續以各類線上活動推廣產品。本集團上半年以火鍋調味料為基礎大單品持續發力的同時，重點推動中式複合調味料和方便速食品類的渠道營銷能力。

在關聯方火鍋底料產品方面，2020年上半年本集團除了繼續配合海底撈推廣千人千味鍋底產品之外，還配合消費者反饋升級了多款鍋底配方，以及合作研發了多款新口味鍋底。

截至2020年6月30日止六個月，本公司共新增了2款中式複合調味料產品，9款火鍋調味料產品，11款方便速食產品，4款休閒食品。截至2020年6月30日，本公司共擁有51款火鍋調味料產品，43款中式複合調味料產品，22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					
	2020年			2019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	746,245	24,184	30.9	393,870	13,656	28.8
關聯方	469,224	20,095	23.4	693,889	27,805	25.0
小計	<u>1,215,469</u>	<u>44,279</u>	<u>27.5</u>	<u>1,087,759</u>	<u>41,461</u>	<u>26.2</u>
中式複合調味料⁽²⁾						
第三方	283,752	10,732	26.4	186,488	7,338	25.4
關聯方	15,746	563	28.0	13,530	581	23.3
小計	<u>299,498</u>	<u>11,295</u>	<u>26.5</u>	<u>200,018</u>	<u>7,919</u>	<u>25.3</u>
方便速食⁽³⁾						
第三方	654,495	18,102	36.2	339,967	7,495	45.4
關聯方	13,668	289	47.3	1,159	26	44.6
小計	<u>668,163</u>	<u>18,391</u>	<u>36.3</u>	<u>341,126</u>	<u>7,521</u>	<u>45.4</u>
其他⁽⁴⁾	<u>35,003</u>	<u>8,064</u>	<u>4.3</u>	<u>26,852</u>	<u>4,307</u>	<u>6.2</u>
總計	<u>2,218,133</u>	<u>82,029</u>	<u>27.0</u>	<u>1,655,755</u>	<u>61,208</u>	<u>27.05</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及自加熱米飯產品
- (4) 主要包含本集團銷售的休閒食品、大豆油等原材料、黃金玉米豆及螺螄粉等

下表載列所示期間本集團按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本集團收入的百分比：

	截至6月30日止六個月			
	2020年	佔收入	2019年	佔收入
	(人民幣千元)	百分比	(人民幣千元)	百分比
火鍋調味料收入	1,215,469	54.8%	1,087,759	65.7%
中式複合調味料收入	299,498	13.5%	200,018	12.1%
方便速食收入	668,163	30.1%	341,126	20.6%
其他收入	35,003	1.6%	26,852	1.6%
總收入	2,218,133	100%	1,655,755	100%

截至2020年6月30日止六個月，本集團的三類主要產品：火鍋調味料、中式複合調味料及方便速食，均有不同程度的增長。截至2020年6月30日止六個月，本公司共新增了2款中式複合調味料產品，9款火鍋調味料產品，11款方便速食產品，4款休閒食品。截至2020年6月30日，本公司共擁有51款火鍋調味料產品，43款中式複合調味料產品，22款方便速食產品。

財務回顧

收入

本集團的收入由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,655.8百萬元增加34.0%至2020年同期的人民幣2,218.1百萬元。

按產品劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2020年	佔火鍋	2019年	佔火鍋
	收入	調味料	收入	調味料
	(人民幣千元)	收入百分比	(人民幣千元)	收入百分比
火鍋調味料產品收入				
來自第三方收入	746,245	61.4%	393,870	36.2%
來自關聯方收入	469,224	38.6%	693,889	63.8%
火鍋調味料產品總收入	1,215,469	100%	1,087,759	100%

火鍋調味料產品所得收入由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,087.8百萬元增加11.7%至2020年同期的人民幣1,215.5百萬元，佔截至2020年6月30日止六個月收入的54.8%。其中，向關聯方銷售火鍋調味料產品收入同比降低32.4%，向第三方銷售火鍋調味料產品收入同比增長89.5%。向關聯方銷售火鍋調味料產品收入下跌主要因全球2019新型冠狀病毒疫情嚴重影響餐廳門店業務。隨着本集團今年上半年對第三方經銷商渠道管理的進一步深化，內部銷售人員激勵機制的創新，銷售區域的下沉，渠道營銷的有效創新，以及終端售點銷售效率的提振，再加上新產品的推出，第三方銷售增速持續錄得較快速增長。

	截至6月30日止六個月			
	2020年		2019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	283,752	94.7%	186,488	93.2%
來自關聯方收入	15,746	5.3%	13,530	6.8%
中式複合調味料總收入	<u>299,498</u>	<u>100%</u>	<u>200,018</u>	<u>100%</u>

中式複合調味品所得收入由截至2019年6月30日止六個月的人民幣200.0百萬元增加49.7%至2020年同期的人民幣299.5百萬元，佔截至2020年6月30日止六個月收入的13.5%。其中，向關聯方銷售中式複合調味品收入增長16.4%，向第三方銷售中式複合調味品收入增長52.2%。在關聯方銷售方面，本集團持續向蜀海供應鏈集團的部分餐飲客戶提供產品和服務。本集團持續改良現有強勢單品，研發符合市場口味趨勢的新品，並結合產品特點及市場定位進行營銷活動，在第三方中式複合調味料銷售方面持續錄得喜人增長。

	截至6月30日止六個月			
	2020年		2019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	654,495	98.0%	339,967	99.7%
來自關聯方收入	13,668	2.0%	1,159	0.3%
方便速食產品總收入	<u>668,163</u>	<u>100%</u>	<u>341,126</u>	<u>100%</u>

截至2020年6月30日止六個月，疫情影響下推動「宅經濟」發展，加之本集團對方便速食經銷商商渠道的持續擴張，並且重視開發例如便利店、火車站、旅遊景點等特殊渠道，方便速食產品持續錄得較快增長。截至2020年6月30日止六個月，方便速食產品收入由截至2019年6月30日止六個月的人民幣341.1百萬元增加95.9%至人民幣668.2百萬元，佔截至2020年6月30日止六個月收入的30.1%。

按經銷網絡劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2020年		2019年	
	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比
關聯方客戶				
海底撈集團及其關聯公司	487,104	22.0%	703,135	42.5%
蜀海供應鏈集團	11,922	0.5%	5,489	0.3%
第三方客戶				
經銷商	1,545,072	69.7%	805,954	48.7%
電商	159,405	7.2%	117,750	7.1%
其他	14,630	0.6%	23,427	1.4%
總收入	<u>2,218,133</u>	<u>100%</u>	<u>1,655,755</u>	<u>100%</u>

2020年，全球各地爆發2019新型冠狀病毒疫情，全球各地均採取了嚴格的防疫措施以及相應的消費場所的限制，因而對我們的關聯方海底撈集團經營的所有餐廳經營均產生了重大影響，因此本集團截至2020年6月30日止六個月向關聯方（主指向海底撈集團以及蜀海供應鏈集團）銷售的銷售收入為人民幣499.0百萬元，同比降低29.6%。

在第三方經銷商銷售收入方面，本集團持續對經銷網絡的下沉和售點的加密，提升服務質量贏得經銷商滿意度等方式，持續提振整體產品銷售能力。並且結合產品特性開闢創新渠道，增強渠道發展潛力。不僅如此，今年上半年的2019新型冠狀病毒疫情催生了「宅經濟」的火爆，本集團通過經銷商銷售的零售產品均屬受益品類，故本期內錄得不俗業績增長。在電商方面，持續發揮旗艦店優勢的同時，借助天貓超市及京東自營等線上強勢平台，銷售額維持穩健增長。截至2020年6月30日止六個月向經銷商銷售的銷售收入為人民幣1,545.1百萬元，同比增長91.7%；電商渠道的銷售收入為人民幣159.4百萬元，同比增長35.4%。

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			
	2020年		2019年	
	(人民幣千元)	佔收入百分比	(人民幣千元)	佔收入百分比
華北 ⁽⁵⁾	1,007,683	45.4%	790,110	47.7%
華南 ⁽⁶⁾	1,106,059	49.9%	797,090	48.2%
海外市場	104,391	4.7%	68,555	4.1%
合共	<u>2,218,133</u>	<u>100%</u>	<u>1,655,755</u>	<u>100%</u>

附註：

(5) 包括黑龍江、吉林、遼寧、內蒙古、北京、天津、河北、山東、山西、河南、寧夏、陝西、甘肅、青海、新疆及西藏

(6) 包括江蘇、上海、浙江、安徽、江西、福建、湖北、湖南、廣東、重慶、貴州、廣西、四川、雲南及海南

銷售成本

本集團的銷售成本(包括原材料、僱員福利開支、折舊及攤銷及公用事業)由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,031.7百萬元增加29.7%至2020年同期的人民幣1,338.4百萬元。

毛利及毛利率

	截至6月30日止六個月			
	2020年		2019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	528,931	43.5%	411,367	37.8%
第三方	410,584	55.0%	224,602	57.0%
關聯方	118,347	25.2%	186,765	26.9%
中式複合調味料	133,371	44.5%	95,541	47.8%
第三方	129,277	45.6%	92,251	49.5%
關聯方	4,094	26.0%	3,290	24.3%
方便速食	212,092	32.4%	111,804	32.8%
第三方	207,344	31.7%	111,408	32.8%
關聯方	4,748	34.7%	396	34.2%
其他	5,369	15.3%	5,385	20.1%
總計	<u>879,763</u>	<u>39.7%</u>	<u>624,097</u>	<u>37.7%</u>

本集團的毛利潤由截至2019年6月30日止六個月的人民幣624.1百萬元增加41.0%至2020年同期的人民幣879.8百萬元，而毛利率由截至2019年6月30日止六個月的37.7%提升至2020年同期39.7%。毛利率上升的原因主要是，毛利率較高的第三方銷售業務在總銷售收入中的佔比有明顯上升。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2019年6月30日止六個月的人民幣164.0百萬元增加28.6%至2020年同期的人民幣210.9百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入由截至2019年6月30日止六個月的9.9%下降至2020年同期的9.5%。經銷開支金額增加主要原因是為深化與經銷商的合作，增設了若干分倉帶來的儲運費用增加。

行政開支

本集團的行政開支由截至2019年6月30日止六個月的人民幣113.8百萬元增加33.1%至2020年同期的人民幣151.5百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由截至2019年6月30日止六個月的6.9%下降至2020年同期的6.8%，行政開支金額的增加主要原因是籌建過程中的霸州、馬鞍山二期、漯河、簡陽、泰國及馬來西亞工廠開辦費用的支出；以及業務發展帶來行政開支的增加。

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2019年6月30日止六個月的人民幣32.1百萬元增加76.9%至2020年同期的人民幣56.8百萬元，主要是由於港幣升值產生的匯兌收益較2019年同期上升及本集團收到的政府補貼增加。

融資收益 — 淨額

本集團的融資收入淨額由截至2019年6月30日止六個月的人民幣7.2百萬元增加61.1%至2020年同期的人民幣11.6百萬元，主要是由於銀行存款利息收入增加。

除稅前利潤

由於上文所述內容，本集團的除所得稅前利潤由截至2019年6月30日止六個月的人民幣385.5百萬元增加51.9%至2020年同期的人民幣585.7百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2019年6月30日止六個月的人民幣93.1百萬元增加50.3%至2020年同期的人民幣139.9百萬元。有效稅率由截至2019年6月30日止六個月的24.2%下降至2020年同期的23.9%，主要是由於香港地區的港幣、美元對人民幣升值產生的匯兌收益及存款利息收入不需要繳納所得稅。

期內淨利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由截至2019年6月30日止六個月的人民幣292.4百萬元增加52.5%至2020年同期的人民幣445.8百萬元。每股基本盈利由截至2019年6月30日止六個月的人民幣27.88分增加至2020年同期的人民幣40.67分。而淨利率由截至2019年6月30日止六個月的17.7%增長至2020年同期的20.1%。

資金流動性及財政資源

截至2020年6月30日止六個月，本集團主要通過經營所得現金為營運提供資金。本集團擬動用內部資源、通過自然且可持續發展為其擴展及業務營運提供資金。

現金及現金等價物

截至2020年6月30日，本集團的現金及現金等價物主要是由人民幣、港元和美金組成，現金及現金等價物約為人民幣1,269.2百萬元（2019年12月31日：人民幣1,036.4百萬元）。

資產負債比率

截至2020年6月30日，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為14.2%（2019年12月31日：17.6%），下降的主要原因是貿易應付款、其他應付及應計費用及即期所得稅負債下降所致。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2020年6月30日存貨約為人民幣265.4百萬元（2019年12月31日：人民幣297.3百萬元），存貨周轉天數由截至2019年12月31日年度的39.1天降低至截至2020年6月30日止六個月的37.8天。存貨周轉天數得以減少的主要原因是本集團對庫存效率的把控得以提升。

貿易應收賬款

貿易應收賬款為日常業務過程中就銷售的商品而應收客戶的款項。截至2020年6月30日貿易應收賬款約為人民幣154.9百萬元（2019年12月31日：人民幣269.2百萬元），變動的主要原因是2020年上半年，本集團與關聯方銷售量下降所致。貿易應收賬款周轉天數由截至2019年12月31日止年度的20.0天降低至截至2020年6月30日止六個月的17.2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週期的影響，截至2020年6月30日貿易應付賬款約為人民幣195.9百萬元（2019年12月31日：人民幣207.5百萬元）。貿易應付賬款周轉天數由截至2019年12月31日止年度的27.7天下降至截至2020年6月30日止六個月的27.1天。

或然負債

截至2020年6月30日止，本公司並無任何或然負債。

資產押記

截至2020年6月30日止，本公司並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

借貸

截至2020年6月30日止，本公司並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2020年6月30日止，本公司的資本負債比率⁽⁸⁾為1.1%。

附註：

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

匯率波動風險及相關對沖

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣列值及結算。然而，本集團持有若干以港元及美元列值的現金，面臨外匯匯兌風險。本集團並無對沖外匯風險。然而，本集團將密切監控有關情況並於必要時採取一定措施，確保外匯風險處於可控範圍。

僱員及薪酬政策

截至2020年6月30日，本集團員工總人數為1,955人(含臨時工)，其中包括了生產體系員工1,421人、營銷體系員工422人及行政和管理相關職能體系員工112人。

截至2020年6月30日止六個月，本集團的總員工成本為人民幣252.4百萬元，包括薪金、工資、津貼、福利以及股票激勵計劃成本。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2020年6月30日止六個月，本集團暫無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來前景

行業及業務展望

2020年，面對2019新型冠狀病毒疫情帶來的嚴峻考驗和複雜多變的國內外環境，全球經濟皆面臨嚴峻的下行趨勢。預期2020年下半年，國內居民消費市場將進入恢復區間，整體經濟運行穩步復甦，中國市場預期總體向好，社會發展大局趨於穩定。餐飲行業作為2019新型冠狀病毒疫情影響較大的行業，短期仍充滿挑戰。針對全球疫情發展的不確定性，預期下半年本集團關聯交易增速仍面臨壓力。但就目前形勢判斷，公共衛生問題並不會對調味品零售端業務產生負面影響，行業發展依舊穩健，市場潛力巨大。

2020年，本集團依然把產品開發、渠道建設、終端營銷、海外擴展和供應補充作為公司策略重點。

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

在渠道建設方面，本集團將繼續通過內生增長和外延發展的方式積極優化並下沉銷售渠道、加強終端銷售能力、開拓全新渠道模式，以持續提升本集團的市場佔有率和行業地位。與此同時，將繼續優化和改進人員激勵政策，切實鼓勵內部銷售人員以及外部經銷商，提高售點覆蓋密度及單點銷售效率。在電商平台方面，持續提升消費者體驗為重點，不斷提升電商平台的銷售效率和品牌形象。

在終端營銷方面，本集團將持續進行積極的線上及線下推廣，以「親情化」管理為主題，服務經銷商和售點，提升費用使用效率，優化終端銷售效率。與此同時，本集團將持續深化與經銷商的合作關係，以多個區域分倉提升配送效率和「零庫存」等舉措切實有效的挖掘渠道空間及經銷商潛力。

在海外業務方面，本集團已經基本完成多個海外分公司的設立，並以積極興建海外工廠的方式持續補充海外供應。2020年，本集團預計會有更多的外貿產品交由海外代工廠生產，並積極推進投資興建海外工廠的事宜。海外業務穩定的當地產能供應，不僅能減少運輸成本，提升產品組合靈活度，更有助於產品口味的區域化調整及符合當地產品的研發。

在供應鏈方面，未來幾年，集團於全球各地將有多個國內工廠陸續建成投產。預計我們將持續在精益生產和自動化設備研發上進行投入。

重大投資的情況與前景

為舒緩日益增長的產能壓力，本集團在2020年上半年主要採取了以下措施：

其一：即將完成位於中國河北省霸州一期北車間的建設項目，北車間預計將於2020年9月正式投產。霸州一期南車間工程已經於2019年9月正式投產。霸州一期工程南北車間合計將帶來超過7萬噸產能，將包含配合海底撈集團餐廳「千人千味」底料產品開發的專用生產線以及火鍋底料零售產品生產線。霸州二期項目已經開工建設，預期在2023年底投產，設計產能3萬噸。霸州工廠項目位於華北中心地區，將有助於本集團更好地把控和管理物流成本和旺季產能壓力。

其二：馬鞍山新工廠項目已完成總體規劃，準備進入土建階段，一期規劃產能6萬噸，預期2021年底投產，該項目全部建成預期可釋放產能20萬噸，馬鞍山二期項目將配備具有國內外先進工藝技術水平的調味料生產設備及質量檢測儀器等，以提升公司整體生產線效率。

其三，本集團於2019年上半年與河南漯河臨潁縣政府簽訂了土地購買協議，漯河生產基地已於2020年3月正式開始建設，一期規劃產能7.5萬噸，預期將於2021年底投產，二期規劃產能7.5萬噸，預計將於2022年底投產。漯河工廠項目預計2022年後還會陸續增加產能，目前設計項目總產能為30萬噸。

其四，本集團於2020年4月與四川簡陽市政府簽訂了土地購買協議，簡陽生產基地項目預計2020年下半年開始建設，一期規劃產能為10萬噸，計劃2022年投產。

其五，本集團於2020年5月購買了位於泰國大城府洛加納工業園區的土地用於建設泰國工廠；泰國工廠一期設計產能2萬噸，計劃於2021年上半年開始建設，預計將於2022年投產；二期設計產能2萬噸，預計將於2025年投產。

未來重大投資計劃

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

其他資料

中期股息

董事會不建議就截至2020年6月30日止六個月向股東派付中期股息。

報告期末後事件

於報告期末後並無任何重大事項須於本公告中披露。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2020年6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司均無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

證券交易的標準守則

本公司已採納聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）。已向所有本公司董事（「董事」）作出特別查詢，而董事亦已確認彼等於截至2020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2020年6月30日止六個月內，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

遵守企業管治守則

本公司已採納並採用上市規則附錄十四《企業管治守則》及《企業管治報告》所載的原則及守則條文（「企業管治守則」）。於截至2020年6月30日止六個月內，本公司一直遵守企業管治守則的強制性守則條文。

審計委員會

本公司審計委員會（「審計委員會」）由三名委員組成，全部為獨立非執行董事（即邱家賜先生（主席）、錢明星先生及葉蜀君女士），其職權範圍乃符合上市規則。

審計委員會已考慮及審閱本集團所採納的會計政策及準則，並已與管理層討論有關內部控制及財務報告事宜，包括審閱本集團截至2020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2020年6月30日止六個月的中期財務業績已遵守相關會計標準、規則及規例，並已正式進行適當披露。

中期業績公告及中期報告的公佈

本公告登載於香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.yihchina.com)。

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

承董事會命
頤海國際控股有限公司
董事長
施永宏

中國上海，2020年8月25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。