
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)

持續關連交易

- (1) 就2019年及2020年重續
持續關連交易年度上限
- (2) 與合資公司之間買賣產品
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2018年8月8日(星期三)上午十時正假座中國北京市豐台區南三環中路恒松園松雷寫字樓6號樓2樓會議室206舉行股東特別大會，大會通告載於本通函第80頁至第83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，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。

2018年7月19日

目 錄

	頁次
釋義	1
董事會函件	6
緒言	7
不獲豁免持續關連交易	7
內部監控措施	32
暫停辦理股份過戶登記手續	34
股東特別大會	34
董事會的推薦意見	35
獨立財務顧問及獨立董事委員會的推薦意見	35
獨立董事委員會函件	37
獨立財務顧問函件	38
附錄一 – 一般資料	74
股東特別大會通告	80

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
「董事」	指	本公司董事
「現有產品互供框架協議」	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火鍋底料產品而於2017年9月18日訂立的火鍋底料產品銷售協議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小火鍋產品而於2017年9月18日訂立的自加熱小火鍋產品銷售協議的統稱
「現有蜀海銷售協議」	指	頤海上海與蜀海供應鏈於2016年6月24日訂立的銷售協議，內容有關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品
「現有總銷售協議」	指	新加坡海底撈及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、海底撈零售產品及小火鍋產品而於2016年6月24日訂立的總銷售協議，並經日期分別為2017年9月18日及2018年3月22日的兩份補充總銷售協議所補充

釋 義

「股東特別大會」	指	本公司為考慮及酌情批准海底撈及合資公司持續關連交易因彼等各自的年度上限，而於2018年8月8日舉行的股東特別大會或其任何續會
「產品互供框架協議」	指	火鍋底料產品銷售協議及小火鍋產品銷售協議的統稱
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易」	指	根據(i)海底撈總銷售協議向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品，(ii)蜀海銷售協議由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品，及(iii)根據產品互供框架協議向合資公司出售火鍋底料產品及購買小火鍋產品的統稱
「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品
「海底撈集團」	指	新加坡海底撈及其各自的附屬公司，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	新加坡海底撈及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、海底撈零售產品及小火鍋產品而於2018年7月6日訂立的總銷售協議
「海底撈零售產品」	指	本集團使用其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

釋 義

「火鍋底料產品銷售協議」	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銷售火鍋底料產品訂立的日期為2018年7月6日的火鍋底料產品銷售協議
「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，乃為就海底撈及合資公司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海底撈及合資公司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(i)就在股東特別大會上批准海底撈總銷售協議而言，指除張勇先生、舒萍女士、施永宏先生及彼等各自聯繫人以外的股東；(ii)就在股東特別大會上批准蜀海銷售協議而言，指除張勇先生、舒萍女士、施永宏先生及其各自的聯繫人以外的股東；及(iii)就在股東特別大會上批准產品互供框架協議而言，指除黨春香女士、張勇先生、舒萍女士、施永宏先生及彼等各自聯繫人以外的股東
「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日在中國成立的有限責任公司，由張勇先生及舒萍女士(控股股東)持有68%及由施永宏先生(董事長)及其妻子持有32%
「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

釋 義

「最後實際可行日期」	指	2018年7月13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
「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》
「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
「招股章程」	指	本公司日期為2016年6月30日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「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
「股東」	指	股份持有人
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「四川海底撈」	指	四川海底撈餐飲股份有限公司，一家在中國成立的股份有限責任公司，由張勇先生及舒萍女士(控股股東)直接或間接持有約33.5%、由靜遠投資持有約50%及由施永宏先生(董事長)及其妻子持有約16%
「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責任公司，由張勇先生及舒萍女士(控股股東)間接持有約62.7%及由施永宏先生(董事長)及其妻子持有約29.7%
「蜀海銷售協議」	指	頤海上海與蜀海供應鏈之間訂立的日期為2018年7月6日的銷售協議，內容有關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，間接由控股股東張勇先生及舒萍女士及其聯繫人持有約52.17%及由施永宏先生及其妻子持有約24.65%
「蜀海供應鏈集團」	指	蜀海供應鏈及其附屬公司
「小火鍋產品」	指	合資公司將予生產及銷售的自加熱小火鍋產品
「小火鍋產品銷售協議」	指	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銷售小火鍋產品訂立的日期為2018年7月6日的自加熱小火鍋產品銷售協議
「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，並由本公司控股股東張勇先生及舒萍女士控制約62.70%股權及由施永宏先生(董事長)及其妻子控制約29.7%股權
「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：

黨春香女士
孫勝峰先生
舒萍女士

非執行董事：

施永宏先生(董事長)
張勇先生
潘迪先生

獨立非執行董事：

邱家賜先生
錢明星先生
葉蜀君女士

註冊辦事處：

P.O. Box 31119 Grand Pavilion
Hibiscus Way
802 West Bay Road
Grand Cayman
KY1-1205 Cayman Islands

公司總部：

中國北京市
豐台區
南三環中路
恒松園松雷寫字樓
6號樓1樓及2樓

香港主要營業地點：

香港灣仔
皇后大道東28號
金鐘匯中心18樓

敬啟者：

持續關連交易

- (1) 就2019年及2020年重續
持續關連交易年度上限**
- (2) 與合資公司之間買賣產品
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出售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品，(ii) 根據蜀海銷售協議由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品，及(iii) 根據產品互供框架協議向合資公司出售火鍋底料產品及自合資公司購買小火鍋產品。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80頁至第83頁。

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2018年7月6日的公告，內容有關(其中包括)就2019年及2020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2018年7月6日，頤海上海與新加坡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出售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品，年期為自2019年1月1日至2020年12月31日止為期兩年。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

2018年7月6日

訂約方

- (1) 頤海上海
- (2) 新加坡海底撈

年期

海底撈總銷售協議的初始期限自2019年1月1日至2020年12月31日止，為期兩年。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火鍋餐廳的海底撈定製產品的獨家供應商。於符合海底撈集團有關大規模生產及標準化的若干規定後及於確認所需類型或產品後，本集團將獲確認為海底撈集團用於其海外(包括香港、澳門及台灣)火鍋餐廳的海底撈定製產品的獨家供應商。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本集團共同努力的成果。

董事會函件

凡涉及本集團憑借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以在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每半年提供予海底撈集團。

(c) 銷售小火鍋產品

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以在海底撈集團的火鍋餐廳向顧客展示及出售的小火鍋產品的獨家供應商。小火鍋產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本集團的產品。用以銷售的小火鍋產品數量並無確定，但將由訂約方釐定及協定。

定價基準

海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產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)生產成本，包括原材料成本、生產海底撈定製產品產生的銷售及行政開支，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

董事會函件

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)生產成本，包括原材料成本、生產海底撈零售產品產生的銷售及行政開支，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) 銷售小火鍋產品

小火鍋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)就生產小火鍋產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)類似產品當時的市價而釐定。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估小火鍋產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

款項於本集團付運產品及出具發票後按月作出。

(c) 銷售小火鍋產品

款項於本集團付運產品及出具發票後按月作出。

董 事 會 函 件

過往金額

下表載列截至2017年12月31日止兩個年度及截至2018年3月31日止三個月根據現有總銷售協議向海底撈集團所作銷售的過往金額以及截至2018年12月31日止年度的年度上限：

	截至2016年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2017年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2018年 3月31日 止三個月 (未經審核) (人民幣千元)	截至2018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	579,921	891,638	265,010	1,526,000
海底撈零售產品	17,625	13,596	2,993	30,000
小火鍋產品	零	99	260	13,700
總計	597,546	905,333	268,263	1,569,700

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2018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2020年12月31日止兩個年度海底撈總銷售協議的年度上限作出如下估計：

	截至2019年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2020年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
海底撈定製產品	2,269,600	3,462,700
海底撈零售產品	45,000	65,000
小火鍋產品	23,300	39,600
總計	2,337,900	3,567,300

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2015年、2016年、2017年12月31日及2018年3月31日海底撈集團的門店數分別為146、176、273及304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；

董事會函件

(iii) 本集團的收入於2013年至2017年大幅增加，主要歸因於對海底撈集團的銷售；及

(iv) 國內餐飲業增長。

在達致小火鍋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2015年、2016年、2017年12月31日及2018年3月31日海底撈集團的門店數分別為146、176、273及304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

(iii) 國內餐飲業以及自加熱小火鍋產品市場增長勢頭迅猛，市場前景廣闊。

股東應注意，上述建議年度上限不應被視為本公司根據海底撈總銷售協議的條款對本集團未來收益的保證或預測。

(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唯一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。

銷售小火鍋產品豐富了本集團現有產品範疇並擴大現有業務，預計會為本集團創造溢利增長來源。

(III) 有關各訂約方的資料

頤海上海主要在中國從事複合調味品的銷售。

本集團主要在中國從事複合調味品的生產及銷售。

新加坡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35.59%，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16.93%，因此為本公司的主要股東。

新加坡海底撈間接由張勇先生及舒萍女士持有約62.7%，並由施永宏先生及其妻子持有29.7%。

因此，由於為本公司控股股東的聯繫人，新加坡海底撈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)新加坡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新加坡海底撈約62.7%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有新加坡海底撈約29.7%。

(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新加坡海底撈約62.7%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有新加坡海底撈約29.7%。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549,790,513股股份，相當於已發行股份的約52.52%)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2018年7月6日的公告，內容有關(其中包括)就2019年及2020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2018年7月6日，頤海上海與蜀海供應鏈訂立蜀海銷售協議，據此，本集團同意為蜀海供應鏈集團的餐飲服務供應商供應客戶定製的產品(「蜀海定製產品」)及針對零售市場的產品(「蜀海零售產品」)，年期為自2019年1月1日至2020年12月31日止為期兩年。蜀海銷售協議的主要條款概述如下：

蜀海銷售協議

日期

2018年7月6日

訂約方

(3) 頤海上海

(4) 蜀海供應鏈

年期

蜀海銷售協議的初始期限由2019年1月1日至2020年12月31日止，為期兩年。在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，除非頤海上海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，本集團將為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)。

董事會函件

(a) 銷售蜀海定製產品

就蜀海定製產品而言，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)生產成本，包括原材料成本、生產有關蜀海定製產品產生的銷售及行政開支，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本集團向獨立第三方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，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、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本集團出具交付發票後按月付款。

過往金額

下表載列截至2017年12月31日止兩個年度及截至2018年3月31日止三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2018年12月31日止年度的年度上限：

	截至 2016年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至 2017年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至 2018年 3月31日 止三個月 (未經審核) (人民幣千元)	截至 2018年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣千元)
蜀海定製產品	4,099	8,469	3,790	12,000
蜀海零售產品	555	306	212	680
總計	4,654	8,775	4,002	12,680

董 事 會 函 件

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超出截至2018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2020年12月31日止兩個年度蜀海銷售協議的年度上限作出如下估計：

	截至 2019年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至 2020年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
蜀海定製產品	18,600	27,900
蜀海零售產品	1,060	1,600
總計	19,660	29,500

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) 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) 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
- (iv) 估計對蜀海定製產品的需求增加。蜀海供應鏈已正拓展其客戶基礎，預期將導致本集團的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。蜀海供應鏈已正拓展其客戶基礎，預期將導致本集團的蜀海零售產品的需求有所上升。

(II) 訂立蜀海銷售協議的理由及裨益

本集團向多名第三方餐飲服務供應商供應調味品，並計劃進一步擴展定製服務，擴大對更多餐飲服務客戶的銷售。蜀海供應鏈主要從事向餐飲服務供應商提供倉儲及物流服務。其廣泛的客戶網絡使本集團能夠接洽潛在餐飲服務客戶，為消費者接觸本集團的產品及推廣本集團的品牌形象提供更多機會。

(III) 有關各訂約方的資料

頤海上海主要在中國從事複合調味品的銷售。

本集團主要在中國從事複合調味品的生產及銷售。

蜀海供應鏈及其附屬公司主要從事提供儲存及物流服務業務。

(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35.59%，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16.93%，因此為本公司的主要股東。

蜀海供應鏈間接由控股股東張勇先生及舒萍女士及彼等的聯繫人持有約52.17%，並由施永宏先生及其妻子持有24.65%。

因此，由於為本公司控股股東的聯繫人，蜀海供應鏈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)新加坡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。

董事會函件

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蜀海供應鏈約52.17%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有蜀海供應鏈約24.65%。

(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蜀海供應鏈約52.17%。施永宏先生及其妻子直接或間接持有蜀海供應鏈約24.65%。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549,790,513股股份，相當於已發行股份的約52.52%)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。

董 事 會 函 件

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. 與合資公司之間買賣產品

(I) 向合資公司出售火鍋底料產品及自合資公司購買小火鍋產品

背景

茲提述本公司日期為2018年7月6日的公告，內容有關與合資公司之間買賣產品。

如該公告所披露，於2017年9月18日，頤海上海與合資公司訂立現有產品互供框架協議，據此，(i)頤海上海(代表其自己及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(ii)合資公司同意向頤海上海及其附屬公司出售小火鍋產品。現有產品互供框架協議期限自2017年9月18日起至2020年8月31日止。

本公司擬於2020年8月31日後繼續與合資公司訂立類似性質的交易。

產品互供框架協議項下的持續關連交易

於2018年7月6日，頤海上海與合資公司訂立產品互供框架協議，據此，(i)頤海上海(代表其自己及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(ii)合資公司同意向頤海上海及其附屬公司(合資公司除外)出售小火鍋產品，自2020年9月1日起至2020年12月31日止為期四個月。產品互供框架協議的主要條款載列如下。

產品互供框架協議

日期

2018年7月6日

訂約方

- (1) 頤海上海
- (2) 合資公司

年期

產品互供框架協議初步為期四個月，自2020年9月1日起至2020年12月31日止，在符合上市規則及適用法律法規的情況下，除非頤海上海於協議期限到期前向合資公司發出一個月書面通知表示反對，否則產品互供框架協議可不時進一步續期三年。於產品互供框架協議續期後，訂約方可根據當時現行情況修訂協議條款。

交易事項的性質

根據產品互供框架協議，(a) 頤海上海(代表其自己及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(b) 合資公司同意向頤海上海及其附屬公司(合資公司除外)出售小火鍋產品。

(a) 出售予合資公司的火鍋底料產品；及(b) 出售予頤海上海的小火鍋產品的數量並無在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。

於產品互供框架協議當前年期內，頤海上海與合資公司可根據符合產品互供框架協議的條款及條件就買賣火鍋底料產品及小火鍋產品不時訂立獨立協議。

定價基準

火鍋底料產品的售價及小火鍋產品的購買價將由訂約方參考若干因素釐定，有關詳情於下文進一步討論。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) 銷售火鍋底料產品

火鍋底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) 可比較公司出售類似產品的市價。

董事會函件

(b) 購買小火鍋產品

小火鍋產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) 就生產小火鍋產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。

支付條款

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。

歷史金額

下表載列於截至2017年12月31日止年度及截至2018年3月31日止三個月向合資公司出售火鍋底料產品及購買小火鍋產品的歷史金額以及截至2019年12月31日止兩個年度及截至2020年8月31日止八個月的年度上限：

	截至 截至 2017年 12月31日 止年度 (人民幣 千元)	截至 2018年 3月31日 止三個月 (人民幣 千元)	截至 2018年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣 千元)	截至 2019年 12月31日 止年度的 年度上限 (人民幣 千元)	截至 2020年 8月31日 止八個月 的年度上限 (人民幣 千元)
出售火鍋底料產品	零	728	9,500	14,500	12,800
購買小火鍋產品	2,560	2,837	131,800	191,000	165,533
總計	2,560	3,563	141,300	205,500	178,333

於最後實際可行日期，實際交易金額並無超逾截至2018年12月31日止年度的年度上限。

董事會函件

建議年度上限及釐定基準

本公司估計產品互供框架協議項下截至2020年12月31日止四個月的上限，故截至2020年12月31日止年度的年度上限如下：

	截至2020年 12月31日 止四個月 (人民幣千元)	截至2020年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
出售火鍋底料產品	12,800	25,600
購買小火鍋產品	165,533	331,066
總金額	178,333	356,666

於達致出售火鍋底料產品的上述建議年度上限時，本集團已考慮以下因素：

有關出售火鍋底料產品的年度上限按小火鍋產品的預計需求量乘以價格釐定。由於火鍋底料產品將用作生產小火鍋產品的原材料，前者的需求量與後者的市場需求成直接比例，見下文詳述。

於達致購買小火鍋產品的上述年度上限時，本集團已考慮以下因素：

- (i) 預期市場需求，尤其是，本公司已考慮到火鍋於秋冬季的季節消費模式；
- (ii) 類似產品的現行市價；
- (iii) 合資公司就生產小火鍋零售產品時產生的現有生產成本及開支；及
- (iv) 國內餐飲業以及自加熱小火鍋產品市場增長勢頭迅猛，市場前景廣闊。

(II) 與合資公司買賣產品的理由及裨益

自加熱小火鍋產品為可在零售市場買賣及可在綫上綫下銷售渠道銷售的便攜即食性新產品，其將是本集團一項新業務。

董事會函件

透過向合資公司出售火鍋底料產品，本公司可進一步保證合資公司生產的小火鍋產品能夠達到令人滿意之質量。

本集團之後向客戶出售從合營公司購買的小火鍋產品預期將為本集團創造新的收入來源及盈利增長，因為小火鍋產品為本集團的新產品。

(III) 訂約方的資料

頤海上海主要於中國從事複合調味品的銷售。

本集團主要於中國從事複合調味品的生產及銷售。

合資公司主要從事小火鍋產品的生產及銷售。

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(i)由本公司控股股東張勇先生及舒萍女士控制約62.70%股權；及(ii)由施永宏先生(董事長)及其妻子控制約29.7%股權，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，產品互供框架協議項下擬進行的交易事項構成本公司的持續關連交易。

由於向合資公司出售火鍋底料產品(用作生產小火鍋產品的原材料)與其後購買小火鍋產品相關，根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，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)出售火鍋底料產品；及(ii)購買小火鍋產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%，產品互供框架協議下的建議年度上限須遵守上市規則第十四A章下有關申報、年度審核、公告及獨立股東批准的規定。

(V) 董事就與合資公司之間買賣產品作出的確認

董事(包括獨立非執行董事)認為，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

董事會函件

執行董事)認為，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。

黨春香女士(執行董事)為合資公司的董事長，彼已根據本公司組織章程及上市規則的規定，就批准產品互供框架協議之相關董事會決議案中放棄投票。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，故彼等於批准產品互供框架協議的相關董事會決議案中放棄投票。除黨春香女士、張勇先生、舒萍女士及施永宏先生外，概無其他董事於產品互供框架協議中擁有重大權益而須於批准產品互供框架協議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，黨春香女士、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549,790,513股股份，相當於已發行股份的約52.52%)將在股東特別大會上就產品互供框架協議(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)產品互供框架協議，條件是：

1. 產品互供框架協議於2020年9月1日至2020年12月31日止四個月的年度交易金額不超過建議年度上限；
2. (i) 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產品互供框架協議項下交易的相關條文。

D. 不過度依賴海底撈集團

儘管對海底撈集團作出銷售，董事認為本公司並無過度依賴海底撈集團，原因如下：

(a) 以多元化營運模式減低依賴程度

客戶基礎多元化

儘管海底撈集團仍是本集團的重要客戶，但本集團已發展為中國領先的複合調味料生產商，主要專注於中國中高端火鍋調味料市場。多年來，本集團的經營模式多元化發展，並已於中國及全球成功建立及發展出其第三方客戶群：

- (i) 透過分銷渠道的銷售：本集團已建立廣泛及快速增長的經銷網絡。本集團的經銷網絡擴展至中國31個省級地區(包括所有一線城市、所有二線城市及226個三四線以及向下的城市)以及23個外國國家及市場。於2017年，本集團來自向獨立(或第三方)經銷商的銷售收入為約人民幣587.1百萬元，按年增長約32.7%。
- (ii) 透過電商渠道的銷售：本集團致力發展電商渠道。網絡營銷及推廣、管理及電子商務渠道監管加強，各方面均獲得全面提升。於2017年12月31日，本集團於天貓、京東及蘇寧等電商渠道設有五家旗艦店。自2015年起，本集團已成立一支團隊，專門負責開拓電商渠道及開展有針對性的線上營銷活動。於2017年12月31日，電商銷售團隊共有57名成員，較2016年12月31日(2016年：39名)增加46.2%。於2017年，本集團來自電商渠道的銷售收入為約人民幣105.9百萬元，按年增長約265.5%。就董事所知，經該等電商渠道的所有目標客戶均為獨立第三方。
- (iii) 向第三方餐飲服務供應商的銷售：作為餐飲服務供應商的供應商，本集團自2015年3月起向第三方餐飲服務供應商提供定製的複合調味品。本集團亦供應零售市場及餐飲服務供應商所須的產品。透過不斷完善向第三方餐飲服務供應商提供的多元化及定製化產品及服務，本集團的第三方餐飲服務供應商及定製化客戶參與各類餐飲業務如火鍋餐廳、麻辣香鍋餐廳和燒烤餐廳。於2017年12月31日，該等客戶的數目為82位，較2016年12月31日顯著增加約86.4%。正如透過電商渠道

的銷售，本集團自2015年起集中發展向第三方餐飲服務供應商的銷售，並為該銷售渠道提供全面支援作為未來戰略發展方向。於2017年，本集團來自向第三方餐飲服務供應商的銷售收入為約人民幣23.4百萬元，按年大幅增長約301.5%。

多元化產品組合

本集團除致力擴展客戶基礎外，亦致力發展新產品：

- (i) 本集團擁有專注的研發團隊，其以市場為導向，專門收集及分析市場信息及數據、調制及升級產品配方，並優化生產工藝及設備。就向第三方銷售標準產品而言，本集團就其所研發或改善的複合調味品擁有產品配方的所有權。於2017年，本集團先後推出(i)麻辣小龍蝦(餐飲裝)、清湯火鍋(餐飲裝)及五種不同口味的自加熱小火鍋等新產品；及(ii)除若干現有核心產品外，改進及升級新產品，除令本集團的產品更能滿足市場需求外，亦有效緩解淡季時產品不足的問題。於2017年12月31日，本集團共有44款火鍋底料產品、6款蘸醬產品、20款中式複合調味品及5種小火鍋產品，較2016年末增加3款火鍋底料產品、5款中式複合調味品及5種小火鍋產品。就該等新增的產品，僅有1款火鍋底料產品屬於海底撈定製產品，其餘12款產品均為向第三方餐飲服務供應商出售的新產品。
- (ii) 本集團擁有豐富的新產品儲備：本集團於2018年初推出3款小龍蝦調味品產品、1款佐餐醬產品、2款自加熱速食粉、1款新口味的小火鍋產品，而該等新產品為透過第三方零售渠道出售的標準產品。此外，本集團自約2017年9月起亦製造小火鍋產品。小火鍋產品亦將主要透過第三方零售渠道出售，而其目標客戶大致為零售層次的獨立第三方客戶。

上文顯示，本集團目前的銷售策略集中於獨立第三方客戶，而非海底撈集團。

董事強調本集團已致力增加來自獨立第三方分銷商及／或客戶的銷售收入；而來自海底撈集團的銷售收入於多年來亦相應增加，因此依靠來自海底撈集團銷售收入的比例亦一直維持。

本集團與海底撈集團的利益一致

儘管如此，董事相信，本集團的商業利益與海底撈集團一致，與海底撈集團維持穩定合作的關係將符合本集團及股東的整體利益。本集團一直並將持續為海底撈集團火鍋底料產品的獨家供應商。

根據海底撈總銷售協議的條款，若本集團未能滿足所需求產品的質量，或本集團所供應海底撈定制產品的質量不符合海底撈的規格，且該事宜無法在向本集團諮詢後合理期間由(不長於30日)內解決，則海底撈集團可聘用其他供應商生產火鍋調料產品。董事相信，過去數年，本集團堅持嚴格的食物安全控制，優質產品、維持穩定供應及具競爭力的價格均對海底撈集團的成功作出貢獻。因此，除了上述確保海底撈集團與本集團之間的穩定合作關係的合約安排外，董事相信，海底撈集團轉用替代供應商在商業上並不符合經濟效益及行政上負擔。

考慮到(i)本集團的主導市場份額(尤其是在中高端火鍋底料市場)；(ii)本集團作為海底撈集團在中國的火鍋底料產品獨家供應商逾十年的長期地位；及(iii)海底撈集團與本集團於配製、開發，以至監察供應予海底撈集團的火鍋底料產品符合食物安全及質量控制要求所投入的時間與成本，海底撈集團要物色能夠滿足彼等所要求的數量以及食物安全及質量控制要求的替代供應商將相當費時並佔用大量資源。該等替代供應商未必能夠在短期內達到本集團的生產能力或複製本集團的成本結構，或會增加海底撈集團的經營成本。倘海底撈集團決定另覓供應商，海底撈集團的火鍋底料產品的穩定供應及質量亦可能受影響，令致海底撈集團的聲譽受損，以至最終令收入受到不利影響。董事認為，更換海底撈集團供應商涉及的時間、成本及不確定性，構成相當困難的進入門檻，有效地打消了海底撈集團另覓供應商的意願。

董事會謹此強調，本集團於制定銷售政策時以本集團及股東的整體最佳利益行事。由於海底撈集團一直並將持續為本集團最大的客戶，倘海底撈集團對本集團的火鍋調味料的需求顯著下跌，本集團會利用本身或客戶提供的配方從其他客戶招徠生意，憑藉本集團對於生產專業知識、行業經驗及現有網絡拓展業務。除於2017年12月31日的22種為海底撈火鍋餐廳獨家生產的產品外，本集團擁有豐富的產品組合，為獨立第三方客戶零售市場供應53種產品。誠如上文所述，本集團擁有廣泛的經銷網絡，使其能夠通過實體及電子商務渠道向國內外市場消費者營銷及銷售其產品。此外，憑藉多年來服務海底撈集團的經驗，

董 事 會 函 件

本集團已在中國餐飲服務行業積累豐富的知識。本集團擁有以市場為導向的堅實的研發實力、充足的生產能力，能夠開發定製調味料配方，大規模生產優質調味品以滿足餐飲服務供應商的需求，並快速拓展至新的細分市場，以佔據巨大市場份額。

董事會亦謹此強調，儘管本集團可選擇性地擴展其銷售至其他獨立第三方分銷商及／或客戶，本集團認為現階段並無過度擴展其客戶群的商業需要，因為此將為本集團帶來不必要的額外業務及財務風險及行政負擔。透過將大量銷售量轉移到其他獨立第三方分銷商及／或客戶可相反為本集團帶來新業務及／或財務不確定性／風險，因此本集團須重新評估該等新獨立第三方分銷商及／或客戶的財務背景及信用價值，而海底撈集團與本集團一直以來維持良好的合作及信譽關係。憑藉與海底撈集團合作多年的經驗，相較與其他獨立第三方分銷商及／或客戶，海底撈集團與本集團的關係更安全、可靠及值得信賴。由於張勇先生及其妻子舒萍女士為本集團及海底撈集團的控股股東，董事認為，控股股東並不會對本集團的主要股權作出有害的行為，因此本集團依賴單一最大客戶（即海底撈集團）的風險極小。在此基礎上，董事認為與海底撈集團於可見未來建立業務關係的商業和經濟效益應超過對其作為本集團單一最大客戶的依賴。於未來與海底撈集團保持業務關係將符合本集團及股東的整體最佳利益。無論如何，本集團將確保截至2020年12月31日止三個年度各年與海底撈集團之間銷售的比例將維持於與2015年至2017年相近的水平。

(b) 依賴程度

隨著預期海底撈集團的收益將配合其於中國及全球的持續擴張而持續增長，本集團預期海底撈集團的收益貢獻佔本集團總收益的百份比將於未來維持相約的水平，並期望於未來減少。本集團預期向第三方客戶出售本集團產品的收益將因本集團積極的營銷力度、持續擴展經銷網絡以及不斷推出新產品而於未來持續增長。

就生產小火鍋產品成立合資公司則加強該趨勢。由於本集團預計向海底撈集團出售小火鍋產品的收入並不佔截至2020年12月31日止兩個年度合營企業總收入的重大部分，本集團專注於擴展其收入來源。因此，目前預期海底撈集團的收益貢獻佔本集團總收益的百分比將於可見將來持續減少。

(c) 行業格局

海底撈集團為中國火鍋餐飲服務業主要服務商之一。儘管中國火鍋餐飲服務業並非僅由數名參與者壟斷，誠如以上所述，持續上述與海底撈集團的銷售將符合本集團及股東的最佳利益。由於海底撈總銷售協議項下的合約安排，海底撈集團繼續為本集團的最大客戶，而本集團繼續為其在中國的火鍋底料產品的獨家供應商。這穩固的一致利益有助本集團與海底撈集團的預期擴充同時增長，而本集團透過新建及經擴大的經銷網絡、地域擴充及新產品的開發及推出維持及擴充本集團的多元化客戶基礎。

火鍋調味料在中國主要通過三個渠道銷售，即零售渠道、餐飲服務渠道及電商等其他渠道。根據市場顧問的研究報告，於2015年，零售渠道是最大的渠道，佔中國火鍋調味料總體市場規模的50.1%。餐飲服務渠道是第二大渠道，佔市場的46.1%。其他渠道佔市場的3.8%。

就零售渠道而言，本集團於全中國擁有經擴展及全面的分銷渠道。就餐飲服務渠道而言，除海底撈集團外，本集團已積極拓展涉及各餐飲業務的第三方餐飲服務供應商之業務如火鍋餐廳、麻辣香鍋餐廳及燒烤餐廳。就電商渠道而言，本集團於天貓、京東及蘇寧等電商渠道設有五家旗艦店，進一步提高本集團產品於未來的推廣及銷售。

(d) 相互依賴

本集團已與海底撈集團訂立多項協議，包括海底撈總銷售協議，該協議構成本集團與海底撈集團長期穩定互利的業務關係的框架。

火鍋底料產品為經營火鍋餐廳的重要部分。作為海底撈集團於中國的火鍋底料產品獨家供應商，海底撈集團依賴本集團，而本集團則對海底撈集團的成功作出貢獻。

(e) 維持未來收入的能力

根據市場顧問的研究報告，於2015年，中國複合調味料的市場規模為人民幣751億元，佔中國調味料總市場規模的18.2%。於2015年，本公司於整體複合調味料市場的市場佔有率為1.7%。根據上述報告，預期中國複合調味料市場規模日後會實現更高速增長，原

因是(i)家庭烹飪使用複合調味料的趨勢增加；及(ii)複合調味料規範化使其更適合餐飲服務供應商使用。預期中國複合調味料於2020年的市場規模達人民幣1,488億元，自2015年起計的複合年增長率為14.7%，佔中國調味料總市場規模的22.1%。

在此背景下，本集團將透過研發方便、安全及標準化的產品，以開拓家庭烹飪市場，滿足市場需求。為同時鞏固其市場份額及保持穩定的利潤率，本集團亦將研發新產品，並利用其雄厚的研發能力優化現有產品。

因此，本集團相信在該依賴下，其仍在未來能維持收入。

E. 本集團計劃維持／增加對獨立第三方銷售的比例

截至2017年12月31日止三個年度各年，對海底撈集團的銷售約為人民幣457,753,000元、人民幣597,546,000元及人民幣915,080,000元，分別佔本集團總收入約54.0%、54.9%及55.6%。誠如上文所述，截至2020年12月31日止三個年度，預期海底撈集團對本集團總收益的收益貢獻相對穩定。藉著本函件所述措施，本集團將確保該比例將會維持於與2015年至2017年相近的水平，並期望該比例會因本集團積極的營銷工作、持續擴展的分銷網絡及推出新產品而導致向第三方客戶出售產品的銷售增長而於可見未來一直減少。

董事會謹此強調，本集團於制定銷售政策時以本集團及股東的整體最佳利益行事。除上文「D. 不過度依賴海底撈集團」所述的措施外，本集團維持或增加向獨立第三方銷售比例的計劃如下：

(a) 透過分銷渠道進行銷售

本集團預期透過經銷渠道按以下方式促進銷售：(i)推行政策增加終端銷售點最小存貨單位數目及產品上架展示效率；(ii)於下半年旺季於不同城市組織多場路演活動；(iii)透過本集團銷售團隊及第三方經銷商於終端銷售點取樣本加強終端銷售點銷售控制以及提供銷售指引；及(iv)每月監控銷售及存貨水平致使不時修訂銷售計劃以配合市場需求。

(b) 透過電商渠道進行銷售

本集團亦致力透過電商開發產品及於節假日促銷。此外，除透過電商渠道五間旗艦店專注於銷售外，本集團亦指派一支團隊具體負責開拓電商渠道及開始推出目標線上營銷活動。

(c) 向第三方餐飲服務供應商進行銷售

本集團新近成立一部門服務第三方餐飲服務供應商，以於本銷售渠道提供全面支援及增加對第三方餐飲服務供應商的銷售。

(d) 多元化產品組合

本集團投放大量努力開發新產品及擴充產品儲備。例如，於2017年第二季度，本集團已推出有新包裝的若干現有核心產品的更新產品配方以回應市場需求。本集團亦於2018年初推出7種新即食調味料產品。

(e) 員工培訓

於2017年，本集團已優化銷售團隊以提升終端銷售能力及效率；同時，本集團亦為員工提供大量培訓及致力吸引及挽留人才。

(f) 定期監控

財務團隊將會定期監控海底撈集團與獨立第三方之間銷售的比例。倘若注意到向海底撈集團銷售的比例有可能超過歷史百分比，則本集團將會採取下列步驟（如適用），旨在增加對獨立第三方的銷售，致使截至2020年12月31日止三個年度各年該比例將會維持於與2015年至2017年相近的水平：(i) 於不同城市組織多項營銷活動，如試食活動及主題促銷活動；(ii) 進一步增加終端銷售點存貨水平，以及加強產品上架展示管理以引起潛在新客戶的注意；(iii) 拓闊線上新產品組合；(iv) 擴充銷售團隊及經銷網絡；(v) 加強努力向第三方餐飲服務供應商提供多元化及定制產品及服務；及(vi) 擴充研發團隊以制定及更新產品配方及開發新產品。

內部監控措施

本集團已設有全面的內部監控系統，以確保海底撈及合資公司持續關連交易的條款屬公平合理，以及海底撈及合資公司持續關連交易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。

董事會函件

- (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，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；
 - (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；及
 - (c) 具體而言，有關海底撈總銷售協議方面，財務部定期檢討向獨立第三方銷售的毛利率，並釐定將予出售予海底撈集團的產品價格，且高級管理層團隊將會核討及確認銷售價格。考慮到歷史數據及預測估計，獨立非執行董事每半年定期審閱及重新評估產品銷售價格並作出調整(如適用)維持有關銷售純利率與對獨立第三方的銷售一致。
- (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。
- (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；(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) 本公司審計委員會審閱年度財務報表、年報、中期財務報表及中期報告(包括有關持續關連交易執行情況的披露及分析)，並就該等財務報表及報告所披露的持續關連交易發表意見，包括持續關連交易的條款是否屬公平合理，以及交易金額是否在相關年度上限範圍內。
- (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。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將由2018年8月3日(星期五)至2018年8月8日(星期三)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2018年8月2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2018年8月2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80至第83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)海底撈總銷售協議，(ii)蜀海銷售協議及(iii)產品互供框架協議。

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

董事會函件

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海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議中擁有重大權益，將在股東特別大會上就批准海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議(包括其各自的建議年度上限)的普通決議案放棄投票。

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

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(或若股東為公司，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，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)乃於日常及一般業務過程中訂立，條款屬正常商業條款或更佳條款，以及屬公平合理。彼等亦認為，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)符合本公司及股東的整體利益。因此，董事建議獨立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，以就海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)的條款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，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)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，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)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(當中載有其就海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)作出的推薦意見)載於本通函第38頁至第73頁。

經考慮第一上海的意見後，獨立董事委員會認為，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)的條款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，以批准海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)。獨立董事委員會函件全文載於本通函第37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

2018年7月19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)

持續關連交易

- (1) 就 2019 年及 2020 年 重續
持續關連交易 年度上限**
- (2) 與合資公司之間買賣產品
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，以就海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)為閣下提供意見，有關交易詳情載於本公司致股東日期為2018年7月19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38頁至第73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、海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)的條款，以及第一上海就此作出的意見(載於通函第38頁至第73頁)後，吾等認為，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)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，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)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。

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，以批准海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)。

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

2018年7月19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，當中載有其就分別根據海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議擬進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括重續彼等各自的年度上限)提供的意見，以供載入本通函。



第一上海融資有限公司

香港中環

德輔道中71號

永安集團大廈

19樓

敬啟者：

持續關連交易
**(1) 就2019年及2020年重續
持續關連交易年度上限
及
(2) 與合資公司之間買賣產品**

緒言

茲提述吾等獲委聘為獨立財務顧問，以就根據海底撈總銷售協議分別根據海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議擬進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括重續彼等各自的年度上限)向獨立董事委員會及獨立股東提供意見，有關詳情載於

獨立財務顧問函件

日期為2018年7月19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。

貴集團及海底撈集團訂立日期為2016年6月24日的現有總銷售協議，以規管 貴集團向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品。由於現有總銷售協議自2016年6月24日開始生效，並將於2018年12月31日到期， 貴公司擬於2018年12月31日後繼續訂立類似性質的交易。因此，於2018年7月6日， 貴集團訂立新海底撈總銷售協議，其性質與根據現有總銷售協議進行的交易類似，期限自2019年1月1日至2020年12月31日，為期兩年。

此外，於2018年7月6日，頤海上海與蜀海供應鏈訂立蜀海銷售協議，據此， 貴集團同意為蜀海供應鏈集團的餐飲服務供應商供應客戶定製的產品及針對零售市場的產品，由2019年1月1日至2020年12月31日，為期兩年。

此外，頤海上海與合資公司訂立日期為2017年9月18日的現有產品互供框架協議，據此，(i) 頤海上海(代表其本身及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(ii) 合資公司同意向頤海上海及其附屬公司出售小火鍋產品。現有產品互供框架協議期限自2017年9月18日起至2020年8月31日止。

貴公司擬於2020年8月31日後繼續與合資公司訂立類似性質的交易。因此，於2018年7月6日，頤海上海及合資公司訂立產品互供框架協議，其性質與根據現有產品互供框架協議進行的交易類似，期限自2020年9月1日至2020年12月31日，為期四個月。

上市規則的涵義

海底撈總銷售協議

新加坡海底撈間接由張勇先生及舒萍女士(非執行董事及執行董事)持有約62.7%，及由施永宏先生及其妻子持有約29.7%股權。

因此，由於為 貴公司控股股東的聯繫人，新加坡海底撈為 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。

蜀海銷售協議

蜀海供應鏈間接由控股股東張勇先生及舒萍女士及彼等的聯繫人持有約52.17%，並由施永宏先生及其妻子持有24.65%。

因此，蜀海供應鏈由於為 貴公司控股股東的聯繫人，故為 貴公司的關連人士，故根據上市規則，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)新加坡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。

由於海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議項下擬進行的合併計算交易的建議年度上限的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，因此截至2020年12月31日止兩個年度各年的交易事項及該等交易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。

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，而新派上海由(i) 貴公司控股股東張勇先生及舒萍女士(非執行董事及執行董事)控制約62.70%股權，及(ii)施永宏先生(非執行董事)及其妻子控制約29.7%股權，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，產品互供框架協議項下擬進行的交易事項構成 貴公司的持續關連交易。

由於向合資公司出售火鍋底料產品(用作生產小火鍋產品的原材料)與其後購買小火鍋產品相關，根據上市規則第14A.82(1)條及第14A.83條，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)出售火鍋底料產品及(ii)購買小火鍋產品的年度上限合併計算。

由於產品互供框架協議項下擬進行交易的建議年度上限的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)超過5%，因此自2020年9月1日至2020年12月31日四個月期間的交易事項及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。

貴公司將召開股東特別大會以考慮及酌情批准海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易。根據上市規則，(i)張勇先生、舒萍女士及施永宏先生各自於海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議中擁有重大權益，故將在股東特別大會上就批准海底撈總銷售協議及蜀海銷售協議各自的普通決議案放棄投票；及(ii)黨春香女士、張勇先生、舒萍女士及施永宏先生於產品互供框架協議中擁有重大權益，故將在股東特別大會上就批准產品互供框架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，以就海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等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)建議海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)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海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)的普通決議案投票。

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、意見及陳述以及董事及 貴公司管理層(「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、陳述及意見以及董事及 貴公司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

獨立財務顧問函件

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，吾等並無就董事及貴公司管理層所提供的資料進行任何獨立核實，亦無對貴集團、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。

獨立股東務請注意，自最後實際可行日期起計過去兩年內，吾等曾有兩次獲貴公司委任為獨立財務顧問(即主要關於(a)未來兩年就貴公司的若干新持續關連交易及修訂現有總銷售協議項下的年度上限；及(b)貴公司有關現有總銷售協議條款更改的持續關連交易向當時的獨立董事委員會及獨立股東提供獨立財務意見)(分別誠如於貴公司日期為2017年10月18日及2018年4月12日的通函所詳述)。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海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議的直接訂約方；及(iii)吾等除該前述兩項委任外就本次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，吾等認為該前述兩項委任將不會影響吾等就本次根據海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議各協議項下擬進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易提供意見的獨立性。

主要考慮因素及理由

於達致吾等就根據海底撈總銷售協議及產品互供框架協議進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括彼等各自的建議年度上限)的意見時，吾等已考慮以下主要因素及原因：

(i) 就2019年及2020年重續海底撈總銷售協議項下持續關連交易年度上限

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底料產品、火鍋蘸料產品及中式複合調味品(統稱「底料產品」)。貴集團為中國領先且高速發展的複合調味料生產商及海底撈集團在中國的底料產品的獨家供應商，且其產品對海底撈集團的成功發展作出重大貢獻。

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

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底料產品。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底料產品的獨家供應商。這穩固的一致利益有助貴集團與海底撈集團的預期擴充同時增長，而貴集團透過新建及經擴大的經銷網絡、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。截至2017年12月31日，貴集團三個主要產品系列提供75種產品，其中22種產品為定製產品，獨家供應給海底撈火鍋餐廳，而53種產品則為零售市場開發及生產。

在經營表現方面，受惠於消費升級、消費品市場規模的擴展及中國餐飲業復甦，及依賴貴集團為海底撈集團提供服務的競爭優勢，貴集團繼續於中式中高端複合調味品市場中維持領導地位。憑藉該等有利因素，貴集團於截至2017年12月31日止財政年度（「年度」）的業務經營實現了高增長。於2017年度，貴集團的收入達到約人民幣1,646.2百萬元，與2016年度的人民幣1,088.0百萬元相比，同比增長約51.3%；而其淨利潤於2017年度高達約人民幣260.7百萬元，與2016年度的人民幣186.7百萬元相比，同比增長約39.6%。

2. 海底撈集團的背景資料

海底撈集團包括四川海底撈及新加坡海底撈以及其附屬公司，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2017年度的收益計，為中國排名第一的中式菜注餐廳公司。近年來，已有逾100百萬顧客在海底撈火鍋餐廳用餐，其中部分顧客是海底撈集團的會員。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。

2017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。2017年度，貴集團向海底撈集團銷售底料產品的收入約為人民幣915.9百萬元，較2016年度的收入約人民幣605.7百萬元增長約51.2%，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增多。在2013年至2017年過去五個年度間，貴集團向海底撈集團銷售底料產品的收入一直佔貴集團總收入的50%以上。

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2016年6月24日的現有總銷售協議，以規管貴集團向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品。由於現有總銷售協議自2016年6月24日開始生效，並將於2018年12月31日到期，貴公司擬於2018年12月31日後繼續訂立類似性質的交易。因此，於2018年7月6日，貴集團訂立新海底撈總銷售協議，其性質與根據現有總銷售協議進行的交易類似，期限由2019年至2020年為期兩年。

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火鍋底料產品，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總銷售協議以規管有關(其中包括)向海底撈集團銷售海底撈定製產品的交易。除補充總銷售協議包括向海底撈集團銷售小火鍋產品及第二份補充總協議變更若干條款外，自各訂約方訂立現有總銷售協議以來並無修訂或變更任何條款。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2019年1月1日至2020年12月31日止，為期兩年。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獨家供應商。於符合海底撈集團有關大規模生產及標準化的若干規定後及於確認所需類型或產品後，貴集團將獲確認成為海底撈集團用於其海外(包括香港、澳門及台灣)火鍋餐廳的海底撈定製產品的獨家供應商。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。

凡涉及貴集團憑借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，貴集團是向海底撈集團供應用以在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) 銷售小火鍋產品

根據海底撈總銷售協議的條款，貴集團是向海底撈集團供應用以在海底撈集團的火鍋餐廳向顧客展示及出售的小火鍋產品的獨家供應商。小火鍋產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。用以銷售的小火鍋產品數量並無確定，但將由訂約方釐定及協定。

定價基準

海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產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)生產成本，包括原材料成本、生產海底撈定製產品產生的銷售及行政開支，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，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)生產成本，包括原材料成本、生產海底撈零售產品產生的銷售及行政開支，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) 銷售小火鍋產品

小火鍋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)就生產小火鍋產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)類似產品的當前市價。獨立非執行董事將每半年定期檢討及重新評估小火鍋產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。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) 銷售小火鍋產品

款項於 貴集團付運產品及出具發票後按月作出。

根據 貴公司招股章程及2016年度及2017年度的年報(「年報」)， 貴集團向若干主要經銷商(屬獨立第三方)提供自發票日期起計介乎30天至60天(取決於其財務狀況、採購

量、往績記錄及其他因素)的貿易信用期。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、海底撈零售產品及小火鍋產品按月(即30天)支付條款屬正常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品分部(如火鍋蘸料及中式複合調味品)，並已因其業務增長而發展出面向零售客戶的零售調味品全國經銷網絡，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(即總收入的50%以上)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品的生產成本和銷售及行政開支)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第三方經銷商(「獨立經銷商」)銷售的估計總體淨利率；(iii) 貴集團的生產成本，包括就生產海底撈定製產品產生的原材料成本、銷售及行政開支；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回顧及重估 貴集團對海底撈集團的銷售的價格，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。

根據吾等對招股章程及2016年度及2017年度年報的獨立審閱，吾等注意到，於2015年至2017年三個年度，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底料產品，而以不同生產配方、包裝及口味分別向彼等銷售的底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，2015年度為約24.2%對51.6%，2016年度為約28.5%對56.0%，2017年度則為約27.9%對53.0%，而即使 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底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2015年至2017年三個年度的平均淨利率(即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後)分別約14.7%、17.0%及16.0%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，吾等獲告知底料產品為餐廳或家庭熬製火鍋湯底所用的複合調味品。 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底料產品，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。 貴集團底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底料產品，並向零售市場(側重於中高端市場)提供品種齊全的優質底料產品，迎合消費者不斷變化的期望及提高的食品安全意識。 貴集團的零售底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。

獨立財務顧問函件

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底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底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底料產品毛利率(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 貴集團底料產品的淨利率(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品分部(如火鍋蘸料及中式複合調味品)，並已因其業務增長而發展出面向零售客戶的零售調味品全國經銷網絡，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(即經常介乎 貴集團總收入的53.6%至55.7%之間)及銷量。據吾等對招股章程及年報的獨立審閱，吾等注意到， 貴集團來自獨立客戶的收益於2013年至2017年過去五個年度分別為約人民幣135.0百萬元、人民幣219.8百萬元、人民幣380.8百萬元、人民幣482.3百萬元及人民幣730.3百萬元，一直處於快速上升態勢，相當於該等期間的複合年增長率(「複合年增長率」)約為52.5%，而此於2014年至2017年過去四個年度一直佔總收益超過44.0%。

根據吾等對招股章程及年報的獨立審閱，吾等注意到於2013年至2016年過去五個年度間， 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)在穩步增長，儘管2017年略微下降約1.1%，分別約為22.0%、24.0%、34.7%、38.3%及37.2%；而同期其整體淨利率(即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後)亦以相似趨勢持續增長，分別約為7.0%、8.5%、14.7%、17.2%及15.9%，雖然與向獨立第三方客戶銷售的零售火鍋底料產品相比，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2017年過去五個年度間一直在持續增長，由約人民幣69.4百萬元、人民幣119.5百萬元、人民幣294.2百萬元、人民幣416.9百萬元增至人民幣611.8百萬元，期間複合年增長率約為72.3%；而 貴公司擁有人應佔純利於2013年至2017年五個年度間亦急速增長，分別約為人民幣22.1百萬元、人民幣

獨立財務顧問函件

42.5百萬元、人民幣124.5百萬元、人民幣186.7百萬元及人民幣261.1百萬元，同期複合年增長率約為85.4%。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第三方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。

經考慮上述 貴集團向海底撈集團供應海底撈定製產品之售價的設定機制及其支付條款，吾等認為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總銷售協議銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品的歷史交易金額：

	截至12月31日止年度					
	較2015年		較2016年		較2017年	
	2016年	增長/ (減少)	2017年	增長/ (減少)	2018年	增長/ (減少)
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
現有年度上限	598,000	33.6	994,800	66.4	1,569,700	57.8
海底撈定製產品	580,000	32.0	968,000	66.9	1,526,000	57.6
海底撈零售產品	18,000	116.7	24,000	33.3	30,000	25.0
小火鍋產品	無	不適用	2,800	不適用	13,700	389.3
實際/估計交易金額	597,546	33.5	905,333	51.5	1,449,199	60.1
海底撈定製產品	579,921	32.0	891,638	53.8	1,432,486	60.7
海底撈零售產品	17,625	112.2	13,596	(22.9)	16,178	19.0
小火鍋產品	無	不適用	99	不適用	535	440.4

(附註1)

獨立財務顧問函件

	截至12月31日止年度					
	較2015年		較2016年		較2017年	
	2016年	增長/ (減少)	2017年	增長/ (減少)	2018年	增長/ (減少)
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
現有年度上限的利用率	99.9%		91.0%		92.3%	
海底撈定製產品	100.0%		92.1%		93.9%	
海底撈零售產品	97.9%		56.7%		53.9%	
小火鍋產品	不適用		3.5%		3.9%	
貴集團總收入	1,088,014	28.4	1,646,221	51.3	不適用	(附註2)
來自海底撈集團收入						
佔 貴集團總收入的比例	54.9%		55.0%		不適用	

附註：

- 截至2018年12月31日止年度全年的估計交易金額乃基於截至2018年3月31日 貴集團向海底撈集團所售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品實際交易金額，然後按2018年全年年化計算。以2018年全年銷售海底撈定製產品為例，其截至2018年3月31日止三個月的實際交易金額約為人民幣265,010,000元，然後按計算公式人民幣265,010,000元 x 6/3個月 x 100%/37% = 人民幣1,432,486,486元年化。請參閱下文了解預測採用37%的原因。
- 董事認為對 貴集團截至2018年12月31日止年度全年的總收入進行預測未必適合。

建議年度上限

	截至12月31日止年度				
			較2018年		較2019年
	2018年	2019年	增加	2020年	增加
	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	%
建議年度上限	1,569,700	2,337,900	48.9	3,567,300	52.6
海底撈定製產品	1,526,000	2,269,600	48.7	3,462,700	52.6
海底撈零售產品	30,000	45,000	50.0	65,000	44.4
小火鍋產品	13,700	23,300	70.1	39,600	70.0

建議年度上限的釐定基準

根據 貴集團截至2018年3月31日止三個月的最近期未經審核管理賬目，自2018年1月1日至2018年3月31日期間根據現有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265.0百萬元，約為2018年度現有年度上限的17.4%，並未超出2018年度現有年度上限。

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、海底撈零售產品及小火鍋產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2015年、2016年及2017年12月31日及2018年3月31日海底撈集團的國內門店數分別為146、176、273及304所顯示，海底撈集團近期迅速擴張；
- (iii) 海底撈集團門店同店業績增長；
- (iv) 貴集團的收入於2013年度至2017年度大幅增加，主要歸因於對海底撈集團的銷售；及
- (v) 國內餐飲業增長。

建議年度上限乃通過為市場需求及生產成本的可能增加以及可能出現通脹預留低於10%的合理緩衝而得出。

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

於評估2019年及2020年兩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2019年及2020年兩個年度各年預測向海底撈集團銷售海底撈定製產品、海底撈零售產品及小火鍋產品的時間表(用於釐定海底撈總銷售協議項下的建議年度上限及根據 貴集團與海底撈集團之間最近期的海底撈定製產品銷售模式編製)。

根據吾等與管理層的討論，吾等了解到2019年及2020年兩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約人民幣2,269.6百萬元及人民幣3,462.7百萬元，乃根據 貴集團2018年度的銷售估計及已在運營中及將於2018年至2020年未來三個年度開業的新海底撈火鍋餐廳的數量釐定，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實際交易金額將於2019年及2020年未來兩個年度各年度進一步增長。

(a) 海底撈定製產品

海底撈定製產品指 貴集團使用海底撈集團擁有的海底撈集團配方製成以在中國及海外國家的海底撈火鍋餐廳使用的有關底料產品。

根據2017年度年報， 貴集團2017年度根據現有總銷售協議向海底撈集團銷售海底撈定製產品的收入約為人民幣891.6百萬元，較2016年度約人民幣579.9百萬元大幅增加約53.8%。根據吾等對招股章程的獨立審閱， 貴集團的業務一直受季節性波動影響。由於 貴集團的大部分收入來自火鍋底料產品，而火鍋消費存在季節性，因此一直以來 貴集團的火鍋底料產品銷售在冬季月份較高，而在夏季月份較低，使得每個年度下半年的收入較高（「季節性模式」）。該季節性亦可能因中國各個地區不同而不同。根據過往兩個年度的年報， 貴集團2015年至2017年三個年度各年首六個月的收入分別約佔三個年度各年的36.3%、37.0%及38.3%（平均約37%），保持穩定。倘按與2015年至2017年過往三個年度相同的收入模式一致的年化基準對有關經營表現進行預測，2018年度全年的 貴集團銷售海底撈定製產品的年度收入可能達約人民幣1,432.5百萬元（按人民幣265.0百萬元x 6/3個月x 100%/37%計算），將佔海底撈定製產品2018年度現有總銷售協議項下現有年度上限人民幣1,526.0百萬元的約93.9%。與2017年度的歷史實際交易金額約人民幣891.6百萬元相比，海底撈定製產品2018年度估計交易金額人民幣1,432.5百萬元將於年度內大幅增加約60.7%。

根據吾等對招股章程及過往兩個年度年報的進一步分析，吾等注意到 貴集團的收入一直在快速增加，分別由2013年至2017年過往五個年度的約人民幣315.9百萬元、人民幣

498.3百萬元、人民幣847.3百萬元、人民幣1,088.0百萬元增至人民幣1,646.2百萬元，期內的複合年增長率約為51.1%。考慮到以下事實：(i) 貴集團於2013年至2017年過往五個年度的出色的經營業績，呈現歷史有機增長，複合年增長率約為51.1%；及(ii) 根據管理層與海底撈集團之間的溝通及詳細討論，2018年度及其後(以較2018年度更快的發展速度)將有更多新的海底撈火鍋餐廳開業，與2018年度現有總銷售協議項下現有年度上限約人民幣1,526.0百萬元相比，2019年度海底撈定製產品的建議年度上限顯著增加約48.7%屬審慎，且按下文分析詳情可能並無不妥。

2019年及2020年兩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2,269.6百萬元及人民幣3,462.7百萬元，兩個年度的年增長率約為52.6%，略高於 貴集團於2013年至2017年過往五個年度總收入的歷史年複合增長率51.1%。倘吾等按 貴集團來自海底撈集團的收益重新計算複合年增長率，將2013年至2017年過往五個年度的歷史實際交易金額與2019年及2020年兩個年度的海底撈定制產品銷售的建議年度上限聯繫起來，則2013年至2020年八個年度的預期年複合增長率將達到約53.9%，與2019年及2020年兩個年度的年度上限增長率約52.6%非常接近。約1.3%的輕微偏差可能表示合理的緩衝，以適應2018年至2020年未來三個年度海底撈定製產品銷售的意外的增長。在此基礎上，吾等認為，2019年及2020年兩個年度海底撈定製產品的建議年度上限最高分別約人民幣2,269.6百萬元及人民幣3,462.7百萬元乃屬現實，及因此屬審慎、公平及合理。

吾等從聯交所網站注意到，海底撈集團的控股公司(「海底撈控股」)本身連同其附屬公司(包括但不限於海底撈集團(統稱「海底撈上市集團」))已於2018年5月17日提交其在聯交所主板上市的申請。基於吾等對海底撈控股的招股章程申請版本(「申請版本」)的獨立審核，截至2015年至2017年12月31日其分別擁有146、176及273家海底撈火鍋餐廳；而 貴集團已向海底撈集團出售海底撈定製產品，於2015年至2017年三個年度各年分別錄得收入約人民幣439.3百萬元、人民幣579.9百萬元及人民幣891.6百萬元，各相同期間每家海底撈火鍋餐廳的平均收入約為人民幣3.01百萬元、人民幣3.30百萬元及人民幣3.27百萬元。根據申請版本所披露的海底撈控股的業務策略及計劃，利用海底撈上市集團建議上市所得款項淨額，其將於建議上市後透過增加餐廳密度及進一步擴大地域覆蓋範圍等繼續擴大其餐廳網絡。海底撈控股目前計劃在2018年度新開180至220家新的海底撈火鍋餐廳。假設190家新的海底撈火鍋餐廳能於2018年度年底前開業及營運，則海底撈集團截至2018年12月31日將擁有463家海底撈火鍋餐廳。根據吾等對申請版本所披露的海底撈上市集團綜合現金流量表的獨立審核，其擁有非常強的能力能於2015年至2017年三個年度各年分別

獨立財務顧問函件

產生營運資金變動前經營現金流入約人民幣799.3百萬元、人民幣1,634.5百萬元及人民幣1,978.4百萬元。除從建議上市中獲得數十億港元的巨額現金所得款項淨額外，吾等認為海底撈上市集團將於未來三個年度新開更多海底撈火鍋餐廳的業務預測應屬可靠（尤其考慮到其現有的財務及人力資源）。

2018年度海底撈定製產品的現有年度上限約人民幣1,526.0百萬元（注：全年的估計交易金額將非常接近年度上限金額）與當時推斷的該等463家海底撈火鍋餐廳相比，貴集團每家海底撈火鍋餐廳產生的平均收入將約為人民幣3.30百萬元，與貴集團於2015年至2017年過往三個年度由此產生的歷史平均收入範圍介乎約人民幣3.01百萬元及人民幣3.30百萬元之間非常接近。吾等(i)已審閱已經管理層與海底撈集團之間進行詳細溝通及討論的海底撈上市集團業務擴展預測，將於2018年至2020年未來三個年度新開的海底撈火鍋餐廳預計數目連同建議的年度上限設定基準；(ii)已注意到，貴集團於2019年及2020年兩個年度各年每家海底撈火鍋餐廳出售海底撈定製產品的預計平均收入與貴集團類似歷史數據／資料基本一致；及(iii)並無知悉背後存在任何異常及／或不合理之處。經參考貴集團歷年來龐大的複合年增長率，加上海底撈控股將於未來三個年度新開大量新的海底撈火鍋餐廳的業務擴展計劃，2019年及2020年兩個年度各年的海底撈定製產品的建議年度上限分別約人民幣2,269.6百萬元及人民幣3,462.7百萬元乃屬現實及可理解，及因此屬公平及合理。

考慮到董事估計就2019年及2020年兩個年度預留低於10%的緩衝，根據吾等對公共網站<http://www.stats.gov.cn>的獨立研究，吾等從中國國家統計局2018年2月28日發佈的一份名為「中華人民共和國2017年國民經濟和社會發展統計公報」的數據公告注意到，中國餐飲業市場規模較2016年度同比增長約10.7%至約人民幣3.96萬億元，2017年度消費品零售總額約達人民幣36.6萬億元，較2016年度約人民幣33.2萬億元同比增長約10.2%，略高於中國2017年度國內生產總值增長6.9%的整體經濟增長。在此基礎上，貴集團慣常採用低於10%的合理緩衝以應付未來幾年市場需求、生產成本的任何可能增加及可能的通脹，實屬審慎、公平及合理之舉。

(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）製成的有關底料產品，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。

根據上述表格，貴集團出售海底撈零售產品的規模有限，2015年至2017年三個年度各年的歷史實際收入約為人民幣8.3百萬元、人民幣17.6百萬元及人民幣13.6百萬元，過往三個年度的複合年增長率約為12.8%。根據吾等與管理層的澄清，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。董事並無知悉2017年度海底撈零售產品銷售減少的任何特定原因。誠如董事所告知，由於海底撈零售產品銷售所涉及的歷史金額相對有限，故於2015年至2017年過往三個年度內出現大幅波動的過往收益趨勢不可用於預測2019年及2020年未來兩個年度的建議年度上限。

海底撈零售產品的建議年度上限於2019年及2020年兩個年度各年分別約為人民幣45.0百萬元及人民幣65.0百萬元，期內年增長率約44.4%。董事已簡單應用與海底撈定製產品類似的銷售增長模式來設定海底撈零售產品的相關建議年度上限。基於上文吾等就海底撈定製產品所討論的分析，吾等認為，經參考海底撈定製產品於過往數個年度的歷史實際交易金額，釐定海底撈零售產品建議年度上限的基準亦屬公平合理。

(c) 小火鍋產品

小火鍋產品指主要由合資公司生產的自加熱小火鍋產品，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。自加熱小火鍋產品乃新的便攜式即食產品，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年度成為貴集團的新業務線。貴集團小火鍋產品銷售的新業務分部於2017年度的收入總額約為人民幣61.4百萬元，惟於2017年度及截至2018年3月31日止三個月向海底撈集團的銷售僅分別為人民幣99,000元及人民幣260,000元。

於評估海底撈總銷售協議項下小火鍋產品建議年度上限的公平性及合理性時，吾等已審閱貴公司所提供2019年及2020年兩個年度各年預計向海底撈集團銷售小火鍋產品的計劃。

獨立財務顧問函件

根據吾等來自管理層的了解，合資公司剛起步及目前處於測試中國自加熱小火鍋產品市場需求的早期經營階段，因此2019年及2020年兩個年度分別涉及的建議年度上限金額人民幣23.3百萬元及人民幣39.6百萬元仍將相對有限。由於合資公司於2017年9月新成立，故無法獲得用於預測未來經營表現的充足歷史財務數據或資料構成的持續趨勢。假設貴集團於2017年5月至12月期間小火鍋產品銷售的總收入金額約人民幣61.4百萬元將按年年化，則其將於2017年度全年達到約人民幣92.2百萬元。

董事現時預計，由於後續年度小火鍋產品將逐漸被市場接受，將按平均批發價每套人民幣23.0元在分佈於中國不同城市的該等海底撈火鍋餐廳銷售約965,000套及1,640,000套小火鍋產品，因此，在預留可能增加5%的緩衝後，2019年度及2020年度的預期收入可能分別達到人民幣23.3百萬元及人民幣39.6百萬元。與2017年度全年小火鍋產品銷售的歷史年化收入金額約人民幣92.2百萬元相比，2019年及2020年兩個年度各年的建議年度上限將分別僅達到其25.2%及43.0%，吾等認為這屬審慎、公平及合理。

根據上文所分析董事的銷售估計及貴集團於2013年至2017年過往五個年度的歷史收入增長(複合年增長率約51.1%)，鑒於自加熱小火鍋產品在中國在一定程度上乃新產品，2019年及2020年兩個年度之間向海底撈集團銷售小火鍋產品的預測年增長率目前定為約70.0%，故2018年及2019年兩個年度各年的預計交易基礎金額相對較小，而當後續年度該等小火鍋產品逐漸為市場所接納及喜愛時，預期將產生顯著增大的交易金額，因此，2020年度將較2019年度擁有更強勁的增長。有鑒於此，吾等認為，2019及2020年度小火鍋產品銷售的建議年度上限人民幣23.3百萬元及人民幣39.6百萬元實屬公平及合理。

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、海底撈零售產品及小火鍋產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審慎、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、海底撈零售產品及小火鍋產品的建議年度上限涉及未來事件，且不代表對因海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易將產生的交易金額的預測。

(ii) 向蜀海供應鏈集團銷售產品

1. 蜀海銷售協議的主要條款

於2018年7月6日，頤海上海與蜀海供應鏈訂立蜀海銷售協議，據此，貴集團同意為蜀海供應鏈集團的餐飲服務供應商供應客戶定製的產品（「蜀海定製產品」）及針對零售市場的產品（「蜀海零售產品」），由2019年1月1日至2020年12月31日，為期兩年。蜀海銷售協議的主要條款概述如下。

年期

蜀海銷售協議的初始期限由2019年1月1日至2020年12月31日止，為期兩年。在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，除非頤海上海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)生產成本，包括原材料成本、生產有關蜀海定製產品產生的銷售及行政開支，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 貴集團向獨立第三方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。

根據我們自管理層所了解，銷售海底撈定制產品目前有效之定價機制亦適用於銷售蜀海定制產品，因為兩者均受 貴集團有關本公司關連人士的內部控制及銷售政策所規管。根據上文詳述我們的獨立檢討及分析，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制產品、蜀海定制產品及調味產品間的純利率(即扣除包裝成本或銷售及經銷開支後)基本上可互相比較，由2015年至2017年三個年度間分別約為14.7%、17.0%及16.0%。因此，吾等認為釐定蜀海定制產品銷售價的基準乃按一般商業條款訂立，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。

(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、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。

獨立財務顧問函件

根據招股章程及年報，貴集團已向屬獨立第三方之若干主要分銷商提供貿易信貸，由發票日期起計為期30天至60天不等，取決於其財務狀況、採購量、往績記錄及其他因素而定。我們認為根據蜀海銷售協議向蜀海供應鏈集團供應蜀海定制產品及蜀海零售產品的一個月(即30天)付款期屬一般、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品，並計劃進一步擴展定製服務，擴大對更多餐飲服務客戶的銷售。蜀海供應鏈主要從事向餐飲服務供應商提供倉儲及物流服務。其廣泛的客戶網絡使貴集團能夠接洽潛在餐飲服務客戶，為消費者接觸本集團的產品及推廣本集團的品牌形象提供更多機會。

3. 蜀海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					
	較2015		較2016		較2017	
	2016年	年增長／ (減少)	2017年	年增長／ (減少)	2018年	年增長／ (減少)
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
現有年度上限	7,210	77.3	9,630	33.6	12,680	31.7
蜀海定製產品	6,800	68.8	9,100	33.8	12,000	31.9
蜀海零售產品	410	978.9	530	29.3	680	28.3
實際／估計交易金額	4,654	14.4	8,775	88.5	4,002	不適用
蜀海定製產品	4,099	1.7	8,469	106.6	3,790	不適用
蜀海零售產品	555	1,360.5	306	(44.9)	212	不適用

(附註1) (附註1)

獨立財務顧問函件

	截至12月31日止年度					
	較2015		較2016		較2017	
	年增長／		年增長／		年增長／	
	2016年	(減少)	2017年	(減少)	2018年	(減少)
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
現有年度上限的利用率	64.5%		91.1%		31.6%	
蜀海定製產品	60.3%		93.1%		31.6%	
蜀海零售產品	135.4%		57.7%		31.2%	
貴集團總收入	1,088,014	28.4	1,646,221	51.3	不適用	(附註2)
來自蜀海供應鏈集團收入佔 貴集團總收入的比例	0.43%		0.53%		不適用	

附註：

- 2018年度的交易金額為截至2018年3月31日止三個月銷售蜀海定制產品及蜀海零售產品所產生實際交易金額分別約人民幣3,790,000元及人民幣212,000元，並無按全年基準年化以供比較。
- 董事認為對 貴集團截至2018年12月31日止年度全年的總收入進行預測未必適合。

建議年度上限

	截至12月31日止年度				
	較2018年			較2019年	
	2018年	2019年	增加	2020年	增加
	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	%
建議年度上限	12,680	19,660	55.0	29,500	50.1
蜀海定製產品	12,000	18,600	55.0	27,900	50.0
蜀海零售產品	680	1,060	55.9	1,600	50.9

建議年度上限的釐定基準

根據 貴集團截至2018年3月31日止三個月的最近期未經審核管理賬目，自2018年1月1日至2018年3月31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實際交易金額分別約為人民幣3.8百萬元及人民幣0.2百萬元，約為2018年度現有年度上限的31.6%及31.2%，並未超出2018年度現有年度上限。

獨立財務顧問函件

吾等從管理層了解到，於釐定蜀海銷售協議項下的蜀海定製產品及蜀海零售產品的上述建議年度上限時，貴公司已計及以下因素：

- (i) 貴集團向蜀海供應鏈集團歷史銷售蜀海定制產品，包括銷量及售價；
- (ii) 根據定價公式通過向獨立第三方分銷商銷售的估計整體純利率；
- (iii) 貴集團就生產蜀海定製產品而產生的現行生產成本及開支；及
- (iv) 對蜀海定製產品的需求的估計增加。蜀海供應鏈一直在擴大其客戶群，預計會令來自貴集團蜀海定制產品的需求增加。

在達致蜀海零售產品的上述建議年度上限時，貴集團已考慮下列因素：

- (i) 貴集團向蜀海供應鏈集團銷售蜀海零售產品的歷史銷量；
- (ii) 貴集團向獨立第三方分銷商出售類似產品的現行市價；
- (iii) 貴集團就生產蜀海零售產品而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。蜀海供應鏈一直在擴大其客戶群，預計會使來自貴集團的蜀海零售產品的需求增加。

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

蜀海定製產品指使用貴集團本身擁有的配方(非海底撈集團配方)製成的底料產品，供應予屬第三方餐飲服務提供商的蜀海供應鏈集團的客戶。

根據上述表格，貴集團出售蜀海定製產品的規模有限，2015年至2017年三個年度各年的歷史實際收入分別約為人民幣4.0百萬元、人民幣4.1百萬元及人民幣8.5百萬元，過往三個年度的複合年增長率約為45.8%。根據吾等與管理層澄清，向若干第三方餐飲服務供應商供應蜀海定製產品未以任何方式成為貴集團的主要收入來源，但有關額外銷售及分銷渠道將幫助貴集團獲取潛在餐飲服務客戶，及增加貴集團底料產品的消費並提升貴集團的品牌形象。董事認為，貴集團向所有客戶銷售底料產品的歷史整體銷售趨勢將在未來幾年錄得銷售增長(按向蜀海供應鏈集團銷售的比例計)，儘管所涉實際及估計銷售交易額一直並將繼續相對較小。

根據上述所分析的董事銷售估計及貴集團2013年至2017年過往五個年度按複合年增長率約51.1%增長的歷史收益，向蜀海供應鏈集團銷售蜀海定製產品的預計年度增長率現固定為約50.0%至55.0%，相互之間相差無幾。因此，我們認為2019年度及2020年度人民幣18.6百萬元及人民幣27.9百萬元的蜀海定製產品銷售額的建議年度上限應屬公平合理。

(b) 銷售蜀海零售產品

蜀海零售產品是貴集團使用自身針對零售市場所擁有的配方生產的底料產品。

根據上述表格，貴集團出售蜀海零售產品的規模非常有限，2015年至2017年三個年度各年的歷史實際收入金額僅分別為人民幣38,000元、人民幣555,000元、人民幣306,000元，過往三個年度波動較大。根據吾等與管理層澄清，蜀海零售產品供應至零售市場及其銷售是隨機的，並未以任何方式成為貴集團的主要收入來源。董事並不知悉2017年度蜀海零售產品銷售減少的任何特定原因。據董事所告知，由於蜀海零售產品銷售所涉及的歷史交易基數非常小，2015年至2017年過去三個年度內巨大波動的過去收入趨勢，對於預測2019年及2020年未來兩個年度的建議年度上限並不可靠。

2019年及2020年兩個年度各年，蜀海零售產品的建議年度上限分別約為人民幣1.06百萬元及人民幣1.60百萬元，期間內的年度增長率約為50.9%。董事僅採用類似於蜀海定製產品的銷售增長模式，為蜀海零售產品設定相關建議年度上限。根據我們上述有關蜀海定製產品的分析，吾等認為參照過往數年貴集團蜀海定製產品的歷史實際交易金額，釐定蜀海零售產品銷售的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，吾等認為就獨立股東而言，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屬恰當且公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

(iii) 與合資公司之間買賣產品

於2017年9月18日，頤海上海與合資公司訂立日期為2017年9月18日的現有產品互供框架協議，據此，(i) 頤海上海(代表其自己及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(ii) 合資公司同意向頤海上海及其附屬公司出售小火鍋產品。現有產品互供框架協議期限自2017年9月18日起至2020年8月31日止。

貴公司擬於2020年8月31日後繼續與合資公司訂立類似性質的交易。因此，於2018年7月6日，頤海上海與合資公司訂立產品互供框架協議，其性質與現有產品互供框架協議項下的交易類似，自2020年9月1日起至2020年12月31日止為期四個月。訂立產品互供框架協議的主要目的為將協議期限延長四個月直至2020年12月31日，以便現有產品互供框架協議與海底撈總銷售協議的屆滿日期共同於2020年12月31日前終止。此安排將有助於貴公司就2021年至2023年未來三個年度重續產品互供框架協議及海底撈總銷售協議的合規工作。

產品互供框架協議將於產品互供框架協議及其項下的建議年度上限根據適用的上市規則獲得相關權威機構(包括董事會及／或股東(如必要))批准後生效。

1. 產品互供框架協議的主要條款

年期

產品互供框架協議初步為期四個月，自2020年9月1日起至2020年12月31日止，在符合上市規則及適用法律法規的情況下，除非頤海上海於協議期限到期前向合資公司發出一個月書面通知表示反對，否則產品互供框架協議可不時進一步續期三個年度。於產品互供框架協議續期後，訂約方可根據當時現行情況修訂協議條款。

交易事項的性質

根據產品互供框架協議，(a) 頤海上海(代表其自己及其附屬公司，合資公司除外)同意向合資公司出售火鍋底料產品，用作生產小火鍋產品的原材料；及(b) 合資公司同意向頤海上海及其附屬公司(合資公司除外)出售小火鍋產品。

(a) 出售予合資公司的火鍋底料產品；及(b) 出售予頤海上海的小火鍋產品的數量並無在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。

於產品互供框架協議當前年期內，頤海上海與合資公司可根據符合產品互供框架協議的條款及條件就買賣火鍋底料產品及小火鍋產品不時訂立獨立協議。

定價基準

火鍋底料產品的售價及小火鍋產品的購買價將由訂約方參考若干因素釐定，有關詳情於下文進一步討論。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) 銷售火鍋底料產品

火鍋底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) 可比較公司出售類似產品的市價。

(b) 購買小火鍋產品

小火鍋產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) 就生產小火鍋產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。

吾等已與管理層討論及審核與合資公司向 貴集團及合資公司的獨立第三方客戶分別銷售小火鍋產品有關的若干發票範本，吾等注意到其每套的單位售價互相具有可比性，並且對 貴集團而言不遜於 貴集團與該等獨立第三方客戶之間類似交易的條款。

支付條款

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 貴公司於2016年度及2017年度的招股章程及年報(「年報」)，取決於其財務狀況、採購量、往績記錄及其他因素， 貴集團已向作為獨立第三方的若干主要分銷商提供貿易信貸，期限自發票日期起計介乎30天至60天。吾等認為根據產品互供框架協議(i)出售火鍋底料產品；及(ii)購買小火鍋產品的按月(即30日)支付條款為一般、典型及符合正常商業條款，因此屬公平及合理。

2. 訂立產品互供框架協議的理由

自加熱小火鍋產品為可在零售市場買賣及可在綫上綫下銷售渠道銷售的便攜即食性新產品，並已成為 貴集團一項新業務。

透過向合資公司出售火鍋底料產品， 貴公司可進一步確保合資公司生產的小火鍋產品能夠達到令人滿意的質量。

由於小火鍋產品為 貴集團的新產品， 貴集團後續向客戶出售從合資公司購買的小火鍋產品預期將為 貴集團創造新的收入來源及盈利增長。

3. 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

基於 貴集團截至2018年3月31日止三個月的未經審核管理賬目，自2018年1月1日至2018年3月31日止期間根據產品互供框架協議向合資公司銷售火鍋底料產品的實際交易金額約為人民幣728,000元，相當於2018年度現有年度上限的約7.7%，並未超過2018年度現有年度上限。於2017年度並無產生任何交易金額。

於2017年度及截至2018年3月31日止三個月，根據產品互供框架協議從合資公司購買小火鍋產品的實際交易金額分別約為人民幣2.6百萬元及人民幣2.8百萬元，相當於2017年度及2018年度現有年度上限的約5.3%及2.2%，並未超過2017年度及2018年度現有年度上限。

獨立財務顧問函件

現有及建議年度上限及釐定基準

下表載列於2018年及2019年兩個年度及截至2020年8月31日止八個月向合資公司出售火鍋底料產品及購買小火鍋產品的現有年度上限，及截至2020年12月31日止四個月的建議年度上限：

	截至2018年 12月31日 止年度	截至2019年 12月31日 止年度	較2018年 增加	截至2020年 8月31日 止八個月	截至2020年 12月31日 止四個月	截至2020年 12月31日 止年度	較2019年 增加/(減少)
出售火鍋底料產品(人民幣)	9,500,000	14,500,000	52.6%	12,800,000	12,800,000	25,600,000	76.6%
預計銷量(袋)	9,258,000	14,046,000	51.7%	12,427,000	12,427,000	24,854,000	76.9%
單位售價(約人民幣)	1.0	1.0	0.0%	1.0	1.0	1.0	0.0%
對意外需求的緩衝	3%	3%		3%	3%	3%	
購買小火鍋產品(人民幣)	131,800,000	191,000,000	44.9%	165,533,000	165,533,000	331,066,000	73.3%
預計購買量(套)	5,328,000	7,726,000	45.0%	6,696,000	6,987,500	13,683,500	77.1%
單位購買價(人民幣)	24.0	24.0	0.0%	24.0	23.0 (附註1)	23.5 (附註1)	(2.1)%
對意外需求的緩衝	3%	3%		3%	3%	3%	
總金額(人民幣)	141,300,000	205,500,000	45.4%	178,333,000	178,333,000	356,666,000	73.6%

附註1：

於現有產品互供框架協議項下的現有年度上限獲批准後，合資公司已開發出若干生產成本較低的新素食小火鍋產品，故其平均單位購買價格將低於之前。

吾等從管理層了解到，董事會在釐定產品互供框架協議的建議年度上限時已考慮以下因素：

(a) 出售火鍋底料產品

有關出售火鍋底料產品的年度上限乃根據小火鍋產品的預計需求量釐定。如下文所述，由於火鍋底料產品將用作生產小火鍋產品的原材料，前者的需求與後者的市場需求成正比。

(b) 購買小火鍋產品

於達致購買小火鍋產品的上述建議年度上限時，貴集團已考慮以下因素：

- (i) 預期市場需求，尤其是，貴公司已考慮到火鍋於秋冬季的季節消費模式；
- (ii) 類似產品的現行市價；
- (iii) 合資公司就生產小火鍋零售產品產生的現有生產成本及開支；及
- (iv) 國內餐飲業及自加熱小火鍋產品市場增長勢頭強勁，市場前景廣闊。

建議年度上限是通過採用低於10%的合理緩衝以滿足市場需求、生產成本的可能增長及可能的通脹得出。

評估建議年度上限

根據吾等與管理層的討論，吾等了解到合資公司剛起步及目前處於測試中國自加熱小火鍋產品市場需求的早期經營階段，因此，截至2020年12月31日止未來三個年度涉及的建議年度上限金額相較貴集團底料產品的歷史收益來說仍將相對有限。由於合資公司於2017年9月新成立及自加熱小火鍋產品為新產品，故無法獲得用於預測未來經營表現的充足歷史財務數據或資料構成的持續趨勢。截至2020年12月31日止未來三個年度的建議年度上限乃根據董事於中國火鍋餐飲市場中客戶對火鍋湯底及食材的口味及偏好的過往經驗，特別參考貴集團於過往數年於該市場的歷史經營表現得出。

然而，吾等已審閱包括計算公式、基準及假設在內的工作計劃以釐定產品互供框架協議自2020年9月1日至2020年12月31日止四個月的建議年度上限，其與2018年及2019年兩個年度期間及截至2020年8月31日止八個月一致；並注意到預測基準與貴集團過往數年的歷史收入增長率基本一致，因此合乎邏輯、審慎、公平及合理。

(a) 出售火鍋底料產品

評估 貴集團根據產品互供框架協議向合資公司出售火鍋底料產品的建議年度上限是否公平合理時，吾等已檢閱 貴公司所提供的工作制度，包括設定於2017年至2020年三個年度向合資公司出售火鍋底料產品建議年度上限所用的計算公式、基準及假設。

由於合資公司乃於2017年9月新近成立，故概無足夠的過往財務數據或資料能形成一個持續的趨勢，用於預測未來的經營表現。於2020年9月至12月餘下四個月的建議年度上限人民幣12.8百萬元乃基於以下各項得出：董事於中國火鍋餐飲市場中的過往經驗、董事對於2020年9月至12月四個月期間將按每袋約人民幣1.0元出售約12,427,000袋火鍋底料產品的最佳估計以及合資公司需要的火鍋底料產品數量意料之外的3%漲幅緩衝。根據以上對2020年9月至12月額外四個月的估計數據，2020年全年的建議年度上限金額屆時將達人民幣25.6百萬元，即2020年度前八個月為人民幣12.8百萬元，加上餘下四個月的人民幣12.8百萬元。2020年9月至12月後四個月的建議年度上限將與2020年1月至8月前八個月佔有的比例相同，因此，對於2020年度全年，後四個月佔全年50.0%的比例（即大於簡單按比例計算的比例 $100\% \times 4/12 = 33.3\%$ ）大於2020年1月至8月前八個月佔全年50.0%的比例（即小於簡單按比例計算的比例 $100\% \times 8/12 = 66.7\%$ ），主要原因是如上文所披露，享用火鍋餐的客戶於一個年度內存在季節性模式。因此，設定於2020年9月至12月四個月出售火鍋底料產品的建議年度上限時應用類似的季節性模式，乃合乎邏輯且合理。

難以清楚解釋2020年9月至12月僅四個月內出售火鍋底料產品的建議年度上限，故權宜之舉為對之後三個年度整體進行分析，以供獨立股東參考。董事預計，由於小火鍋產品於其後三年將逐漸被市場接受，故於2018年至2020年三個年度每年將向合資公司分別出售約9.3百萬袋、14.0百萬袋及24.9百萬袋火鍋底料產品以生產自加熱小火鍋產品，相當於2019年至2020年兩個年度每年的年增長率分別約為51.7%及76.9%。吾等從管理層處了解到，由於合資公司剛起步，且其當前處於初步的經營階段，以測試中國自加熱小火鍋產品的市場需求，故2018年至2019年兩個年度每年的交易基礎金額預期相對較低（儘管當該等小火鍋產品於其後年度逐漸被市場接受時，交易金額預期將大大增加），因此，2020年度的增長會比2019年度強勁。經考慮 貴集團於2013年至2017年過去五個年度間的歷史出色收益趨勢（複合年增長率約為51.1%），吾等認同董事對直至2020年12月31日未來三個年度的銷售預測，並因此認為，根據產品互供框架協議出售火鍋底料產品的建議年度上限應屬有理據、公平及合理。

(b) 購買小火鍋產品

評估 貴集團根據產品互供框架協議自合資公司購買小火鍋產品的建議年度上限是否公平合理時，吾等已檢閱 貴公司所提供的工作制度，包括設定於2017年至2020年三個年度自合資公司購買小火鍋產品數量所用的計算公式、基準及假設。

如上所述，由於合資公司僅新近成立以測試中國自加熱小火鍋產品的市場需求，故概無足夠的過往財務數據或資料能形成一個持續的趨勢，用於預測未來的經營表現。於2020年9月至12月餘下四個月的建議年度上限約人民幣165.5百萬元乃基於以下各項得出：董事於中國火鍋餐飲市場中的過往經驗、董事對於2020年9月至12月四個月期間將按平均每袋人民幣23.0元購買約6,987,500袋小火鍋產品的最佳估計以及 貴集團需要的小火鍋數量意料之外的約3%漲幅緩衝。根據以上對2020年9月至12月額外四個月的估計數據，2020年全年的建議年度上限金額屆時將達約人民幣331.1百萬元，即2020年度前八個月約為人民幣165.5百萬元，加上餘下四個月的人民幣165.5百萬元。2020年9月至12月後四個月的建議年度上限將與2020年1月至8月前八個月佔有的比例相同，因此，對於2020年度全年，後四個月佔全年50.0%的比例(即大於簡單按比例計算的比例 $100\% \times 4/12 = 33.3\%$)大於2020年1月至8月前八個月佔全年50.0%的比例(即小於簡單按比例計算的比例 $100\% \times 8/12 = 66.7\%$)，主要原因是享用火鍋餐的客戶於一個年度內存在上述的季節性模式。因此，設定於2020年9月至12月四個月購買小火鍋產品的建議年度上限時應用類似的季節性模式，乃合乎邏輯且合理。

與上文的出售火鍋底料產品類似，對於之後三個年度整體(而非於2020年9月至12月僅四個月)的小火鍋產品採購情況進行分析以方便獨立股東作參考，乃應屬更合乎情理的做法。董事預計，由於小火鍋產品於2018年至2020年其後三個年度將逐漸被市場接受，故於2018年至2020年三個年度每年 貴集團將分別購買約5.3百萬袋、7.7百萬袋及13.4百萬袋小火鍋產品以向海底撈集團、其他獨立分銷商及／或獨立客戶銷售，相當於2019年至2020年兩個年度每年的年增長率分別約為45.0%及73.3%。如上所述，由於合資公司剛起步，且其當前處於初步的經營階段，以測試中國自加熱小火鍋產品的市場需求，故2018年至2019年兩個年度每年的交易基礎金額預期相對較低(儘管當該等小火鍋產品於其後年度逐漸被市場接受時，交易金額預期將大大增加)，因此，2020年度的增長會比2019年度強勁；而 貴集團於2013年至2017年過去五個年度間的歷史收益擁有出色的增長趨勢(複合年增長率約為51.1%)。根據吾等的理解，近年來以及在不久的將來，火鍋餐在中國越來越

受人們歡迎，火鍋餐飲市場的最終客戶實質上應為在海底撈火鍋餐廳享用火鍋餐或在家使用自加熱小火鍋產品的客戶。按此基準，吾等認為 貴集團過去的收益可為其之後年度小火鍋產品銷售預測提供良好的參考起點及／或比較基準。經考慮 貴集團的歷史出色收益趨勢，吾等認同董事對直至2020年12月31日未來三個年度的銷售預測，並因此認為，根據產品互供框架協議的小火鍋產品建議年度上限應屬有理據、公平及合理。

經考慮以上分析及背後的理由，吾等認為，根據產品互供框架協議向合資公司出售火鍋底料產品以及自合資公司購買小火鍋產品(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. 規管海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易的內控措施

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控措施規管海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(屆時須遵守年度審核的規定)的執行情況。

根據吾等對 貴公司內控指引及年報的查閱， 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事處的高級管理人員組成的隊伍，監督海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易並確保按公平的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人員隊伍持續追蹤及定期監督海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易的進展，並向管理層報告。彼等將與財務部門審閱海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易，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(目前由兩名獨立非執行董事及一名非執行董事組成)、管理層及董事會每月或在有需要的時候進行溝通，以報告海底撈(蜀海)及合資公司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海底撈(蜀海)及合資公司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 貴公司關於海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易的內控措施保持有效完整。憑藉該等內控措施，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控措施以確保根據海底撈(蜀海)總銷售協議及產品互供框架協議擬進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易將根據正

獨立財務顧問函件

常或更優商業條款以及按對於海底撈(蜀海)集團相關成員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。

如年報所披露，獨立非執行董事已確認，於2017年度的上述海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易乃由 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2017年度的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易，並向董事會確認，海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易：(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

經計及上文提述的主要因素及理由，吾等認為分別根據海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議擬進行的海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括其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，以批准海底撈(蜀海)及合資公司持續關連交易(包括其各自的建議年度上限)以及海底撈總銷售協議、蜀海銷售協議及產品互供框架協議項下各自擬進行的交易。

此致

頤海國際控股有限公司
中國北京市
豐台區
南三環中路
恒松園松雷寫字樓
6號樓1樓及2樓

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

2018年7月19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逾16年經驗。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(%)
張勇先生 ⁽¹⁾	全權信託的創立人及受控制法團權益	372,547,021 (L)	35.59%(L)
舒萍女士 ⁽¹⁾	全權信託的創立人及受控制法團權益	372,547,021 (L)	35.59% (L)
施永宏先生 ⁽²⁾	全權信託的創立人、受控制法團權益及配偶的權益	177,243,492 (L)	16.93% (L)
黨春香女士 ⁽³⁾	信託受益人	1,010,000 (L)	0.10% (L)
孫勝峰先生 ⁽⁴⁾	信託受益人	500,000 (L)	0.05% (L)

(L)指好倉

附註：

(1) 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于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于張勇先生擁有權益的相同數目股份中擁有權益。

- (2) 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，故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數目股份中擁有權益。李海燕女士為施永宏先生的配偶，故就證券及期貨條例被視為於施永宏先生擁有權益的相同數目股份中擁有權益。

- (3) 於2016年12月28日已根據受限制股份單位計劃向黨春香女士授出1,010,000個受限制股份單位。
- (4) 於2016年12月28日已根據受限制股份單位計劃向孫勝峰先生授出500,000個受限制股份單位。

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	177,243,492 (L)	16.93% (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)
JLJH YIHAI Ltd ⁽³⁾	實益擁有人及另一人的 代名人	77,220,000 (L)	7.38% (L)
Vistra Fiduciary (HK) Limited ⁽³⁾	受託人(被動受託人除外)	77,220,000 (L)	7.38% (L)

(L) 指好倉；(S) 指淡倉

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身份於2016年6月2日為其自身利益成立的全權信託，SYH YIHAI Ltd及LHY YIHAI Ltd的全部股本由Twice Happiness Limited全資擁有，並由Cititrust Private Trust (Cayman) Limited(作為SL信託的受託人)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 以及 Cititrust Private Trust (Cayman) Limited 被視為於 SYH YIHAI Ltd 及 LHY YIHAI Ltd 持有的股份中擁有權益。施永宏先生為李海燕女士的配偶，故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數目股份中擁有權益。李海燕女士為施永宏先生的配偶，故就證券及期貨條例被視為於施永宏先生擁有權益的相同數目股份中擁有權益。

- (3) Vistra Fiduciary (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 2017 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，董事概不知悉本公司的財務或交易狀況自 2017 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）起有任何重大不利變動。

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) 除招股章程「關連交易」一節、本公司日期為2018年7月6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2017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、出售或租賃，或本集團任何成員公司擬收購、出售或租賃的任何資產中擁有任何直接或間接權益。

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) 本公司的公司總部為中國北京市豐台區南三環中路恒松園松雷寫字樓6號樓1樓及2樓。
- (c) 本公司的主要營業地點為香港灣仔皇后大道東28號金鐘匯中心18樓。
- (d) 本公司的證券登記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。

(e) 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2018年8月3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) 頤海上海與新加坡海底撈訂立的海底撈總銷售協議；
- (b) 頤海上海與蜀海供應鏈訂立的蜀海銷售協議；
- (c) 頤海上海與合資公司訂立的火鍋底料產品銷售協議；
- (d) 頤海上海與合資公司訂立的小火鍋產品銷售協議；
- (e) 獨立董事委員會發出的推薦意見函件，全文載於本通函第37頁；
- (f) 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38頁至第73頁；
及
- (g) 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2018年8月8日(星期三)上午十時正假座中國北京市豐台區南三環中路恒松園松雷寫字樓6號樓2樓會議室206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、追認及確認頤海(上海)食品有限公司(「頤海上海」)與HAI DI LAO HOLDINGS PTE. LTD. (「新加坡海底撈」，連同其附屬公司統稱「海底撈集團」)就向海底撈集團(a)銷售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品(「海底撈定製產品」)；(b)銷售使用頤海上海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品，在海底撈集團火鍋餐廳向消費者展示及銷售(「海底撈零售產品」)；(c)銷售自加熱小火鍋產品(「小火鍋產品」)訂立日期為2018年7月6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擬進行的交易事項有關的建議年度上限；

	截至12月31日止年度	
	2019年	2020年
	(人民幣千元) (人民幣千元)	
海底撈定製產品	2,269,600	3,462,700
海底撈零售產品	45,000	65,000
小火鍋產品	23,300	39,600
總金額	2,337,900	3,567,300

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、追認及確認頤海上海與蜀海(北京)供應鏈管理有限責任公司(「蜀海供應鏈」)，連同其附屬公司統稱「蜀海供應鏈集團」就為蜀海供應鏈集團的餐飲服務供應商供應客戶定製的產品(「蜀海定製產品」)及針對零售市場的產品(「蜀海零售產品」)訂立日期為2018年7月6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擬進行的交易事項有關的建議年度上限；

	截至12月31日止年度	
	2019年	2020年
	(人民幣千元) (人民幣千元)	
蜀海定製產品	18,600	27,900
蜀海零售產品	1,060	1,600
總金額	<u>19,660</u>	<u>29,500</u>

- (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、追認及確認頤海上海與馥海(上海)食品科技有限公司(「合資公司」)就頤海上海及其附屬公司向合資公司銷售火鍋底料產品訂立的日期為2018年7月6日的火鍋底料產品銷售協議(「火鍋底料產品銷售協議」)以及合資公司與頤海上海就合

股東特別大會通告

資公司向頤海上海及其附屬公司銷售小火鍋產品訂立日期為2018年7月6日的自加熱小火鍋產品銷售協議(「小火鍋產品銷售協議」)(火鍋底料產品銷售協議及小火鍋產品銷售協議統稱為「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產品互供框架協議擬進行的交易事項有關的建議年度上限；

	截至 2020年 12月31日止 年度 (人民幣千元)
銷售火鍋底料產品	25,600
購買小火鍋產品	331,066
總金額	356,666

- (iii) 授權本公司任何一位董事代表本公司為或就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。」

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

中國北京市
2018年7月19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。

股東特別大會通告

- (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2018年8月3日(星期五)至2018年8月8日(星期三)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2018年8月2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2018年8月2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。