

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部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。



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2019年12月31日止年度
年度業績公告**

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(統稱「本集團」)截至2019年12月31日止年度(「報告期」)的經審核綜合業績，連同2018年同期的比較數字。

本集團財務摘要

- 2019年的收入為人民幣4,282.5百萬元，較2018年的人民幣2,681.4百萬元增加59.7%。
- 2019年的毛利為人民幣1,641.4百萬元，較2018年的人民幣1,038.9百萬元增加58.0%。
- 2019年的淨利潤為人民幣795.0百萬元，較2018年的人民幣547.9百萬元增加45.1%。
- 2019年的本公司擁有人應佔淨利潤為人民幣718.6百萬元，較2018年的人民幣517.8百萬元增加38.8%。
- 2019年的每股盈利(基本及攤薄)分別為人民幣0.741元和人民幣0.741元。

綜合資產負債表

	於12月31日	
	2019年	2018年
附註	人民幣千元	人民幣千元
資產		
非流動資產		
物業、廠房及設備	483,393	308,616
使用權資產	151,435	–
土地使用權	–	75,034
無形資產	17,649	5,309
遞延所得稅資產	25,445	23,889
其他資產	194,949	156,027
按公平值計入損益的金融資產	84,893	12,000
	<u>957,764</u>	<u>580,875</u>
非流動資產總值		
流動資產		
存貨	297,334	275,815
其他流動資產	168,879	213,178
貿易應收款項	4 269,175	206,893
按攤銷成本計量的其他金融資產	7,762	5,368
按公平值計入損益的金融資產	89,596	–
初始期限超過三個月及一年以內的定期存款	484,845	–
現金及現金等價物	1,036,396	1,179,910
	<u>2,353,987</u>	<u>1,881,164</u>
流動資產總值		
	<u>3,311,751</u>	<u>2,462,039</u>
資產總值		
權益		
本公司擁有人應佔權益		
股本	5 68	68
就僱員股份計劃持有的股份	(4)	(5)
儲備	2,613,785	2,005,127
	<u>2,613,849</u>	<u>2,005,190</u>
本公司擁有人應佔資本及儲備	2,613,849	2,005,190
非控股權益	114,298	34,531
	<u>2,728,147</u>	<u>2,039,721</u>
權益總額		

		於12月31日	
		2019年	2018年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
負債			
非流動負債			
租賃負債		26,361	—
遞延所得稅負債		381	—
		<u>26,742</u>	<u>—</u>
非流動負債總額			
		<u><u>26,742</u></u>	<u><u>—</u></u>
流動負債			
貿易應付款項	6	217,418	188,659
合約負債		46,224	45,350
租賃負債		12,790	—
其他應付款項及應計費用		173,589	103,616
即期所得稅負債		106,841	84,693
		<u>556,862</u>	<u>422,318</u>
流動負債總額			
		<u><u>556,862</u></u>	<u><u>422,318</u></u>
負債總額			
		<u><u>583,604</u></u>	<u><u>422,318</u></u>
權益及負債總額			
		<u>3,311,751</u>	<u>2,462,039</u>
流動資產淨值			
		<u><u>1,797,125</u></u>	<u><u>1,458,846</u></u>

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
收入	3	4,282,488	2,681,373
銷售成本	7	(2,641,088)	(1,642,476)
毛利		1,641,400	1,038,897
經銷開支	7	(383,344)	(241,474)
行政開支	7	(265,590)	(163,196)
其他收入及收益淨額	8	79,035	86,203
經營溢利		1,071,501	720,430
融資收入	9	23,679	10,071
融資成本	9	(1,560)	—
融資收入淨額	9	22,119	10,071
除所得稅前溢利		1,093,620	730,501
所得稅開支	10	(298,615)	(182,597)
年內溢利		795,005	547,904
以下人士應佔溢利：			
本公司擁有人		718,634	517,793
非控股權益		76,371	30,111
其他全面收入			
可重新分類至損益的項目			
— 匯兌差額		843	—
年內其他全面收入（扣除稅項）		843	—
全面收入總額		795,848	547,904
以下人士應佔全面收入總額：			
— 本公司擁有人		719,469	517,793
— 非控股權益		76,379	30,111
本公司擁有人應佔每股盈利 (以每股人民幣分列示)			
— 基本	11	74.1	53.4
— 攤薄	11	74.1	53.1

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，否則綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列。

該等財務報表已於2020年3月25日獲董事會批准刊發。

2. 重大會計政策概要

本附註提供於編製此等綜合財務報表時採納的重大會計政策清單。除另有註明外，此等政策於所有列報年度內貫徹應用。綜合財務報表乃為本集團（包括本公司及其附屬公司）編製。

2.1 編製基準

(i) 遵守國際財務報告準則及香港公司條例

本集團的綜合財務報表已按照所有適用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）及香港公司條例（「香港公司條例」）（第622章）的披露規定編製。

(ii) 歷史成本法

財務報表已按歷史成本基準編製，惟若干按公平值計量的金融資產及負債除外。

(iii) 本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團就自2019年1月1日起的年度報告期間首次採用下列與經營相關的新準則、修訂及詮釋：

- 國際財務報告準則第16號租賃
- 國際財務報告準則2015年至2017年週期的年度改進
- 計劃修訂、縮減或結算 – 國際會計準則第19號的修訂本
- 詮釋第23號所得稅處理的不確定性。

由於採納國際財務報告準則第16號，本集團須變更其會計政策。本集團選擇追溯採納新規則，但確認於2019年1月1日首次採用新準則的累計影響。有關事項於下文附註2.2披露。上述其他修訂及詮釋對過往期間確認的金額並無任何影響且預計不會對本期間或未來期間產生重大影響。

(iv) 尚未採納的新準則、修訂本及經修訂概念框架

若干新會計準則、修訂本及經修訂概念框架已頒佈但並非於2019年12月31日報告期間強制生效及本集團並無提早採納。預期該等準則、修訂本及經修訂概念框架不會對本報告期間或未來報告期間的本集團以及可預見未來交易產生重大影響。

2.2 會計政策變動

本附註解釋了採用國際財務報告準則第16號租賃對本集團財務報表的影響。

如上文附註2.1所述，本集團自2019年1月1日起追溯採用國際財務報告準則第16號租賃，並且按照該準則的具體過渡條款，未重述2018年報告期間的比較數字。因此，因採用新租賃準則而作出的重新分類及調整在2019年1月1日期初資產負債表內確認。

因採用國際財務報告準則第16號，本集團為之前根據國際會計準則第17號租賃的原則歸入「經營租賃」的租賃確認了租賃負債。該等負債以剩餘租賃付款額按2019年1月1日的承租人適用增量借款利率折現的現值計量。2019年1月1日租賃負債適用的承租人加權平均增量借款利率（適用於還款期相似的借款）為4.75%。

(i) 所應用的可行權宜方法

於首次應用國際財務報告準則第16號時，本集團已使用以下該準則所允許的可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵的租賃組合採用單一折現率
- 依賴先前關於租賃是否虧損的評估，作為進行減值審閱的替代方法 — 於2019年1月1日並無虧損性合約
- 於2019年1月1日的剩餘租期短於12個月的經營租賃作為短期租賃處理
- 於首次應用日計量使用權資產時扣除初始直接費用，及
- 如果合同包含續租或終止租賃的選擇權，則可在確定租期時使用後見之明。

本集團亦已選擇不重新評估合同在首次應用日是否為租賃合同或是否包含租賃。相反，對於在過渡日之前簽訂的合同，本集團依據其應用國際會計準則第17號和國際財務報告準則詮釋委員會詮釋第4號「確定一項安排是否包含租賃」作出的評估。

(ii) 租賃負債的計量

	人民幣千元
2018年12月31日披露的經營租賃承擔	23,834
首次應用日使用承租人的增量借款利率進行折現	22,794
減：按直線法作為費用確認的短期租賃	(6,428)
2019年1月1日確認的租賃負債	16,366
其中包括：	
流動租賃負債	5,958
非流動租賃負債	10,408

(iii) 使用權資產的計量

使用權資產根據與租賃負債相等的金額計量，並按照2018年12月31日資產負債表內確認的與該租賃相關的任何預付或計提的租賃付款額予以調整。

(iv) 於2019年1月1日在資產負債表確認的調整

會計政策變更影響2019年1月1日資產負債表的下列項目：

- 使用權資產 — 增加人民幣91,951,000元
- 土地使用權 — 減少人民幣75,034,000元
- 其他流動資產 — 減少人民幣551,000元
- 租賃負債 — 增加人民幣16,366,000元

對截至2019年1月1日保留盈利的淨影響就保證任何調整而言屬不重大。

(v) 出租人會計處理

- 本集團無須因採納國際財務報告準則第16號就根據經營租賃作為出租人持有資產的會計處理作出任何調整。

3. 收入及分部資料

按產品系列劃分的收入明細如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
收入		
火鍋調味料		
— 關聯方	1,592,331	1,143,243
— 第三方	<u>1,221,033</u>	<u>812,277</u>
小計	<u>2,813,364</u>	<u>1,955,520</u>
中式複合調味料		
— 關聯方	49,468	26,784
— 第三方	<u>345,477</u>	<u>228,731</u>
小計	<u>394,945</u>	<u>255,515</u>
方便速食產品		
— 關聯方	20,492	4,704
— 第三方	<u>978,475</u>	<u>444,569</u>
小計	<u>998,967</u>	<u>449,273</u>
其他		
— 關聯方	880	1,364
— 第三方	<u>74,332</u>	<u>19,701</u>
小計	<u>75,212</u>	<u>21,065</u>
總計	<u><u>4,282,488</u></u>	<u><u>2,681,373</u></u>

關聯方應佔銷售收入分別佔截至2019年及2018年12月31日止年度總收入的38.8%及43.9%。

4. 貿易應收款項

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
第三方	57,480	42,122
關聯方	<u>214,272</u>	<u>164,801</u>
	271,752	206,923
減：減值撥備	<u>(2,577)</u>	<u>(30)</u>
貿易應收款項－淨額	<u><u>269,175</u></u>	<u><u>206,893</u></u>

- (i) 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。根據貿易應收款項的確認日期於各結算日的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
3個月內	266,581	202,929
3至6個月	<u>2,594</u>	<u>3,964</u>
	<u><u>269,175</u></u>	<u><u>206,893</u></u>

- (ii) 上述貿易應收款項的賬面值與其公平值相若。
- (iii) 減值及風險承擔

本集團採用國際財務報告準則第9號計量預期信貸虧損，就所有貿易應收款項整個存續期計量預期虧損撥備。

5. 股本

	2019年 股份	2018年 股份	2019年 千美元	2018年 千美元
法定：				
每股 0.00001 美元的普通股				
— 於2018年1月1日、2018年及 2019年12月31日	<u>5,000,000,000</u>	<u>5,000,000,000</u>	<u>50</u>	<u>50</u>

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	普通股面值 美元	普通股 等額面值 人民幣千元
於2018年1月1日、2018年及 2019年12月31日	<u>1,046,900,000</u>	<u>10,469</u>	<u>68</u>

6. 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。

於12月31日，基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
3個月內	208,272	172,376
3個月至6個月	3,091	9,759
6個月至1年	<u>6,055</u>	<u>6,524</u>
總計	<u>217,418</u>	<u>188,659</u>

7. 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：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
製成品存貨變動	25,060	(111,464)
已使用原材料及耗材	2,349,507	1,572,846
僱員福利開支	453,612	308,169
運輸及相關支出	116,760	70,196
廣告及其他營銷開支	74,997	42,098
物業、廠房及設備折舊	39,410	21,166
倉儲費用	38,674	21,954
公共事業	33,920	24,554
稅項及附加費	33,351	23,831
差旅及招待費	26,660	14,627
技術支援費用、專業費用及其他服務費用	24,606	14,143
維修維護費	13,376	8,288
使用權資產折舊	12,431	—
租金開支	9,190	16,198
核數師薪酬		
— 核數服務	2,100	2,100
— 非核數服務	464	329
無形資產攤銷	2,729	1,177
土地使用權攤銷	—	1,135
金融資產減值虧損淨值	1,963	290
存貨撇減	1,521	165
其他開支	29,691	15,344
總計	<u>3,290,022</u>	<u>2,047,146</u>

8. 其他收入及收益淨額

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
政府補助	51,919	40,951
按公平值計入損益的金融資產的投資收入	6,395	8,753
廢料銷售	6,347	3,524
外匯收入淨額	6,430	29,728
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	3,788	1,725
處置物業、廠房及備的虧損	(1,620)	(612)
其他	5,776	2,134
	<u>79,035</u>	<u>86,203</u>
其他收入及收益淨額總額	<u>79,035</u>	<u>86,203</u>

9. 融資收入淨額

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
融資收入		
— 利息收入	23,679	10,071
融資成本		
— 租賃負債利息	(1,560)	—
	<u>22,119</u>	<u>10,071</u>
融資收入淨額	<u>22,119</u>	<u>10,071</u>

10. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
即期所得稅	299,790	195,932
遞延所得稅抵免		
— 暫時差額的產生及撥回	<u>(1,175)</u>	<u>(13,335)</u>
所得稅開支	<u>298,615</u>	<u>182,597</u>

(a) 開曼群島所得稅

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，故獲豁免繳納當地所得稅。

(b) 香港利得稅

截至2019年12月31日止年度，本集團已就估計應課稅溢利按16.5%的稅率撥備香港利得稅。截至2018年12月31日止年度，本集團並未在香港產生或賺取任何估計應課稅溢利。

(c) 海外所得稅

本公司在海外註冊成立的附屬公司須就年內估計應課稅溢利按10%至21%的稅率繳納海外利得稅。

(d) 中國企業所得稅（「企業所得稅」）

本集團已根據現行法例、詮釋及有關慣例於截至2019年及2018年12月31日止年度就估計應課稅溢利按25%的稅率計算其中國業務的所得稅撥備。

(e) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據適用的中國稅務法規，於中國成立的公司就2008年1月1日之後賺取的溢利向境外投資者分派股息一般須按10%稅率繳納預扣稅。倘若境外投資者於香港註冊成立，並符合中國與香港訂立的雙邊稅務安排項下的條件及規定，則相關預扣稅稅率將為5%。

截至2019年12月31日，本集團於中國註冊成立的附屬公司的未分派盈利合共為人民幣1,658,732,000元。董事認為，除一家中國附屬公司於2019年向其唯一一名境外股東(亦為本公司附屬公司)分派其保留盈利外，該等附屬公司不大可能會於可見將來分派有關盈利，故本公司能夠控制該等控制附屬公司的分派時間。因此，儘管該等保留盈利存在可評稅暫時差額，但並無遞延所得稅負債於該等財務報表內確認。

對本集團除所得稅前溢利所徵稅款與按法定稅率產生的理論稅款的差額如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
除所得稅前溢利	1,093,620	730,501
按有關國家適用於溢利的國內稅率計算的稅項	303,530	173,851
不可扣稅開支	9,180	8,950
毋須課稅收入	(34,095)	—
年內中國附屬公司向境外附屬公司所分派溢利的 預扣稅	20,000	—
並無確認遞延所得稅資產的稅項虧損	—	1,103
確認過往未確認稅項虧損	—	(1,307)
稅項支出	<u>298,615</u>	<u>182,597</u>

11. 每股盈利

a. 每股基本盈利

截至2019年及2018年12月31日止年度各年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年內根據受限制股份單位計劃所持股份數目之差額計算。

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	718,634	517,793
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(千股)	969,884	969,801
每股基本盈利(人民幣分)	<u>74.1</u>	<u>53.4</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。由於截至2019年12月31日止年度並無已發行潛在攤薄普通股，因而並未就截至2019年12月31日止年度呈列每股攤薄盈利。

	截至12月31日止年度	
	2019年	2018年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	<u>718,634</u>	<u>517,793</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)	969,884	969,801
就以下各項作出調整：		
— 已授出及假設已歸屬的受限制股份(千股)	<u>—</u>	<u>6,293</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>969,884</u>	<u>976,094</u>
每股攤薄盈利(人民幣分)	<u>74.1</u>	<u>53.1</u>

12. 股息

(i) 普通股

於2019年已付股息總額為人民幣148,643,000元或每股人民幣15.2952分(2018年：人民幣48,291,000元或每股人民幣4.9822分)(乃扣除為受限制股份計劃持有的股份應佔股息人民幣11,297,000元(2018年：人民幣3,867,000元))。

(ii) 於報告期末未確認的股息

根據於2020年3月25日通過的決議案，本公司董事會建議以本公司的股份溢價派付末期股息每股本公司普通股人民幣20.593分，其截至2019年12月31日止年度的金額為人民幣215,588,000元。末期股息將於2020年5月22日舉行的股東週年大會上提呈本公司股東批准。截至2020年12月31日止年度，建議派發的股息不會於該等綜合財務報表中反映為應付股息，而是反映為股份溢價賬撥備。

13. 報告期後事項

2020年初起，新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)於中國及其他一些國家和地區傳播，對經濟活動產生了一定影響。茲提述海底撈國際控股有限公司日期為2020年1月28日及2020年2月2日有關海底撈集團於中國內地的餐廳經營因爆發COVID-19而暫停的公告。根據海底撈國際控股有限公司日期為2020年3月11日的公告及於本公告日期，海底撈集團於中國內地的若干餐廳已經恢復營業，其餘餐廳將根據相關餐廳所在地區疫情緩解的進展分批恢復營業。由於海底撈集團為本集團的最大客戶，故門店停業時間延長可能影響本集團的業務、經營及財務業績。本集團已採取所有可能有效措施應對疫情對業務的影響。截至目前本集團第三方零售業務正常運行。本集團將繼續留意有關狀況的變動，並於未來作出適時回應及調整。

2019年度業績回顧

2019年，雖然國內外風險挑戰明顯上升，但中國國民經濟運行總體依舊平穩，發展質量穩步提升，主要預期目標較好實現。消費作為經濟增長主動力作用進一步鞏固，最終消費支出對國內生產總值增長的貢獻率為57.8%，高於資本形成總額26.6個百分點。居民消費持續升級提質。與此同時，線上消費佔社會消費品零售總額比例進一步提升。在持續推進改革創新，深化供給側結構性改革，優化營商環境，大規模減稅降費等政策下，市場主體活力被持續激發。2019年，餐飲市場收入規模持續平穩增長，調味品行業總體亦持續趨勢向好。

2019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2019年12月31日止年度，本集團的收入達人民幣4,282.5百萬元，同比增長59.7%；淨利潤人民幣795.0百萬元，同比增長45.1%。

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2019年12月31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。

電商銷售渠道方面，本集團以自營旗艦店為主要品牌互動陣地，通過各個營銷節點的特色推廣活動，提升品牌在消費者心目中的好感度。並持續通過提升配送效率和消費體驗，提升用戶粘性。截至2019年12月31日止年度，本集團的線上銷售額從2018年度的人民幣217.4百萬元，同比增長26.4%至人民幣274.9百萬元。

在產品方面，在「產品項目制」的激勵下，本集團於本期持續提升新品發佈數量，於2019年開發了42種新品。並在現有主打產品火鍋調味料、中式複合調味料、方便速食三個大類的基礎上，積極開發新的產品品類。

在人員激勵方面，本集團持續積極創新符合自身特色的激勵機制，於2019年開始引入了銷售「合伙人裂變」，旨在解決銷售渠道深化發展中可能遇到的人才瓶頸和動力延續的問題。並於下半年修訂了合伙人競爭及淘汰機制的細則，激勵機制的不斷優化進一步提升了銷售體系員工的執行力和銷售動力。

在關聯方產品銷售方面，2019年本集團繼續配合海底撈國際控股有限公司（股份代號：6862）（「海底撈」）推廣火鍋餐廳千人千味鍋底產品；並配合海底撈海外店面的拓展，開發適合當地要求的鍋底配方；不僅如此，本集團亦根據消費者口味趨勢持續研發並創新各式地方特色風味鍋底。

補充優化供應能力方面，根據市場需求及自身發展需要，本集團於2019年持續擴充產能。位於河北霸州的新生產基地一期工程南車間已於2019年9月正式投產，預計霸州一期工程北車間將會在2020年8月前完成全部建設並投產。安徽馬鞍山二期新生產基地，正在進行前期規劃，準備進入土建階段。本集團於本期內，於河南漯河簽訂了土地轉讓協議，漯河生產基地的建設項目已在2019年下半年開始建設。新工廠的陸續建設投產預計將會緩解本集團業務快速發展帶來的產能利用率壓力。

業務回顧

2019年，雖然中美貿易磋商為全球市場帶來很多不確定因素，全球經濟增長有所放緩，經濟面臨新的下行壓力。但總體來說，全年中國國民經濟運行總體平穩，發展主要預期目標均有較好實現。在供給側結構性改革深入推進，經濟結構不斷優化，居民收入增長快於經濟增速，居民消費總額穩中有升，網上零售增速和佔比繼續提高的大環境下，餐飲及零售行業穩步增長，調味品行業增長趨勢持續向好。截至2019年12月31日止年度，本集團的收入達到人民幣4,282.5百萬元，同比增長59.7%；淨利潤達到人民幣795.0百萬元，同比增長45.1%。

銷售渠道

本集團持續作為關聯方海底撈集團（即海底撈及其附屬公司）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2019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。

對於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。在具體實施上，本集團通過以下幾個方式提升銷售，包括進一步覆蓋更多的中國城市及海外國家，增加國內外經銷商數量，以「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伙人的服務反饋，以及不斷優化內部銷售人員激勵機制等。

2019年，為了解決渠道發展過程中可能遇到的人才瓶頸和管理架構問題，我們在已有「合伙人」激勵機制基礎上開始實行「合伙人裂變」制度，依托「師徒制」管理基因，通過授權合伙人培養助理，助理漸裂變為「徒弟合伙人」，並一同分享「師傅合伙人」業務單元利潤的方式，維持渠道發展所需人力的持續供應，即給予「師傅合伙人」發展超出舊有區域業務，開拓下沉新渠道的時間和動力。2019年，集團還明確了銷售體系的淘汰競爭機制，即「PK制度」，旨在淘汰業務能力差的合伙人，激勵業務發展突出的合伙人。並且希望以「家族制」的方式，綁定合伙人團隊的內部利益，提升合伙人自律性以及績效指標達成效率，促進激勵機制更有效的執行。

「合伙人」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「合伙人」獲得更充分的業務自主權，工作熱情得到極大鼓勵，銷售額增速及費用使用效率也得到了明顯提升。

除了內部銷售的「合伙人」激勵機制外，2019年上半年，我們通過提升對經銷商的配送服務效率和滿意度，達成對外部經銷商的激勵。一直以來，本集團對於渠道庫存控管非常嚴格。為了進一步精細管理，並直接激勵經銷商，本集團已於年內建立了六個區域物流分倉，縮短發貨周期，降低經銷商起訂數量，令經銷商有訂貨頻次更為靈活的同時，達到降低經銷商庫存的目的。以進一步保證渠道拓展的健康和可控程度，並有效地保證了終端產品的生產日期新鮮，讓產品陳列更加有競爭力。除此之外，為了進一步優化重點客戶(KA)的陳列及銷售，本集團於本年度開始在符合要求的大賣場施行「零庫存」。「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。

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。本年度，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，年貨節、吃貨節、618、雙11、火鍋節等重點促銷期間均獲得不俗表現。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2019年12月31日止年度，本集團在天貓、京東等電商平台擁有5家旗艦店。本集團2019年電商渠道的銷售收入為人民幣274.9百萬元，同比增長26.4%。

在關聯方銷售方面(指向海底撈集團及其關聯公司)，在中國餐飲行業及火鍋餐飲消費市場穩步增長的背景下，本年度海底撈集團餐廳業務獲得持續穩定增長。截至2019年12月31日止年度，本集團向關聯方的銷售收入為人民幣1,663.2百萬元，較2018年同比增長41.4%。

產品

2019年，本集團繼續圍繞去年開始施行的多品牌戰略，持續優化品牌架構，並以「產品項目制」激勵員工開發更多符合市場需求的新品。與此同時，我們對已有的核心產品進行不斷的配方改良和包裝升級，旨在不斷穩固核心產品的市場領先地位。截至2019年12月31日止年度，本公司共新增了8款中式複合調味料產品，7款火鍋調味料產品，2款自加熱小火鍋產品，3款自加熱米飯，4款即食醬產品，4款休閒食品以及14款標準化餐飲裝產品。

「產品項目制」是本集團自2018年開始施行的新品研發策略。在該激勵機制下，依靠本集團強大的研發平台和渠道支持，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。該政策授予全體員工開發新品的機會，提升了新產品開發效率和員工探索市場的積極性。目前該機制運行良好，期內新產品上市數量亦有所增加。

在零售產品組合方面，本年度，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。除了上半年重點推廣的小龍蝦調味料和「好好吃飯」拌飯醬之外，本集團於9-12月以「歡聚時刻吃火鍋」為主題對重點推廣牛油火鍋底料及自熱小火鍋系列等產品，在火鍋相關產品的需求旺季獲得市場積極的反響。

在關聯方火鍋底料產品方面，2019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2019年12月31日，本公司共擁有61款火鍋調味料產品，37款中式複合調味料產品，12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12月31日止年度					
	2019年		2018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	1,221,033	42,311	28.9	812,277	28,153	28.9
關聯方	1,592,331	65,666	24.2	1,143,243	43,772	26.1
小計	<u>2,813,364</u>	<u>107,977</u>	<u>26.1</u>	<u>1,955,520</u>	<u>71,925</u>	<u>27.2</u>
中式複合調味料⁽²⁾						
第三方	345,477	13,775	25.1	228,731	8,851	25.8
關聯方	49,468	2,075	23.8	26,784	963	27.8
小計	<u>394,945</u>	<u>15,850</u>	<u>24.9</u>	<u>255,515</u>	<u>9,814</u>	<u>26.0</u>
方便速食⁽³⁾						
第三方	978,475	22,817	42.9	444,569	10,749	41.4
關聯方	20,492	519	39.5	4,704	89	52.9
小計	<u>998,967</u>	<u>23,336</u>	<u>42.8</u>	<u>449,273</u>	<u>10,838</u>	<u>41.5</u>
其他⁽⁴⁾	<u>75,212</u>	<u>13,081</u>	<u>5.7</u>	<u>21,065</u>	<u>2,985</u>	<u>7.1</u>
總計	<u>4,282,488</u>	<u>160,244</u>	<u>26.7</u>	<u>2,681,373</u>	<u>95,562</u>	<u>28.1</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公司按產品類別劃分的收入的絕對值及佔本公司收入的百分比：

	截至12月31日止年度			
	2019年		2018年	
	人民幣千元	佔收入百分比	人民幣千元	佔收入百分比
火鍋調味料收入	2,813,364	65.7%	1,955,520	72.9%
中式複合調味料收入	394,945	9.2%	255,515	9.5%
方便速食收入	998,967	23.3%	449,273	16.8%
其它收入	75,212	1.8%	21,065	0.8%
總收入	4,282,488	100.0%	2,681,373	100.0%

截至2019年12月31日止年度，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，較2018年全年均呈現較快增長。截至2019年12月31日，本公司共新增了8款中式複合調味料產品，7款火鍋調味料產品，2款自加熱小火鍋產品，3款自加熱米飯，4款即食醬產品，4款休閒食品以及14款標準化餐飲裝產品。截至2019年12月31日，本公司共擁有61款火鍋調味料產品，37款中式複合調味料產品，12款方便速食產品。

財務回顧

收入

本集團的收入由截至2018年12月31日止年度的人民幣2,681.4百萬元增加59.7%至2019年年度的人民幣4,282.5百萬元。

按產品劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2019年		2018年	
	收入 (人民幣千元)	佔火鍋調味料 收入百分比	收入 (人民幣千元)	佔火鍋調味料 收入百分比
火鍋調味料產品收入				
來自第三方收入	1,221,033	43.4%	812,277	41.5%
來自關聯方收入	1,592,331	56.6%	1,143,243	58.5%
火鍋調味料產品總收入	<u>2,813,364</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,955,520</u>	<u>100.0%</u>

火鍋調味料產品所得收入由截至2018年12月31日止年度的人民幣1,955.5百萬元增加43.9%至2019年度的人民幣2,813.4百萬元，佔截至2019年12月31日止年度收入的65.7%。其中，向關聯方銷售火鍋底料產品收入增長39.3%，向第三方銷售火鍋調味料產品收入增長50.3%。向關聯方銷售火鍋調味料產品收入增長主要受到海底撈業績穩定增長、餐廳門店數量增長等方面影響。隨着本集團在2019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12月31日止年度			
	2019年		2018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 調味料入 百分比
中式複合調味料收入				
來自第三方收入	345,477	87.5%	228,731	89.5%
來自關聯方收入	49,468	12.5%	26,784	10.5%
中式複合調味料總收入	<u>394,945</u>	<u>100.0%</u>	<u>255,515</u>	<u>100.0%</u>

中式複合調味品所得收入由截至2018年12月31日止年度的人民幣255.5百萬元增加54.6%至2019年年度的人民幣394.9百萬元，佔截至2019年12月31日止年度收入的9.2%。其中，向關聯方銷售中式複合調味品收入增長84.7%，向第三方銷售中式複合調味品收入增長51.0%。在關聯方銷售方面，本集團持續向蜀海供應鏈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12月31日止年度			
	2019年		2018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	978,475	97.9%	444,569	99.0%
來自關聯方收入	20,492	2.1%	4,704	1.0%
方便速食產品總收入	<u>998,967</u>	<u>100.0%</u>	<u>449,273</u>	<u>100.0%</u>

截至2019年12月31日止年度，方便速食產品持續錄得較快增長，本集團持續對自加熱產品進行優化升級，不僅升級了包裝外盒材質以及餐具包，還推出了三款不同口味的自加熱米飯產品，及兩款自加熱小火鍋新品。得益於經銷商渠道的持續下沉，以及例如便利店、火車站、旅遊景點等新渠道的持續擴展，以及在上半年與若干院線及廣告傳媒合作，進行了電影貼片和樓宇平面廣告宣傳，和各個節日促銷計劃，此類別產品收入持續獲得喜人增速。截至2019年12月31日止年度，方便速食產品收入由2018年年度的人民幣449.3百萬元增加122.3%至人民幣999.0百萬元。佔截至2019年12月31日止年度收入的23.3%

按經銷網絡劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2019年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	2018年 收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比
關聯方客戶				
海底撈集團及其關聯公司	1,663,171	38.8%	1,176,095	43.9%
第三方客戶				
經銷商	2,304,284	53.8%	1,263,248	47.1%
電商	274,917	6.4%	217,398	8.1%
其他				
第三方餐飲企業	12,638	0.3%	21,597	0.8%
一次性銷售活動	27,478	0.6%	3,035	0.1%
總收入	4,282,488	100.0%	2,681,373	100.0%

隨着中國火鍋餐飲行業的穩定增長和消費升級的持續，本公司的海底撈餐飲業務銷售額在2019年持續錄得穩定增長。得益於海底撈餐廳門店數量的持續快速增長，本集團截至2019年12月31日止年度向關聯方（主指向海底撈集團銷售）銷售的銷售收入為人民幣1,663.2百萬元，同比增長41.4%。

在第三方經銷商銷售收入方面，通過本集團持續對經銷網絡的下沉和售點的加密，對內部銷售激勵機制的完善，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。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2019年12月31日止年度向經銷商銷售的銷售收入為人民幣2,304.3百萬元，同比增長82.4%；電商渠道的銷售收入為人民幣274.9百萬元，同比增長26.4%；

按地域劃分的收入

下表列示了本公司於所示期間以地域劃分的收入：

	截至12月31日止年度			
	2019年		2018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⁾	1,924,586	44.9%	1,339,493	50.0%
華南 ⁽⁶⁾	2,199,216	51.4%	1,255,998	46.8%
海外市場	158,686	3.7%	85,882	3.2%
總計	4,282,488	100.0%	2,681,373	100.0%

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2018年12月31日止年度的人民幣1,642.5百萬元增加60.8%至2019年度的人民幣2,641.1百萬元。

毛利及毛利率

	截至12月31日止年度			
	2019年		2018年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
火鍋調味料	1,116,862	39.7%	768,809	39.3%
第三方	678,812	55.6%	455,567	56.1%
關聯方	438,050	27.5%	313,242	27.4%
中式複合調味料	185,178	46.9%	125,423	49.1%
第三方	172,569	50.0%	117,592	51.4%
關聯方	12,609	25.5%	7,831	29.2%
方便速食	326,855	32.7%	138,715	30.9%
第三方	319,616	32.7%	136,927	30.8%
關聯方	7,239	35.3%	1,788	38.0%
其它	12,505	16.6%	5,950	28.2%
總計	1,641,400	38.3%	1,038,897	38.7%

本集團的毛利潤由截至2018年12月31日止年度的人民幣1,038.9百萬元增加58.0%至2019年年度的人民幣1,641.4百萬元，而毛利率由截至2018年12月31日止年度的38.7%降低至2019年年度38.3%。毛利率略微下降的原因主要是，毛利率較低的方便速食產品銷售額佔總收入比例與去年同期相比有明顯提升。

經銷開支

本集團的經銷開支由截至2018年12月31日止年度的人民幣241.5百萬元增加58.7%至2019年年度的人民幣383.3百萬元。本集團的經銷開支佔本集團收入為9.0%，與2018年同期持平。經銷開支增加主要原因是為深化與經銷商的合作，建立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2018年12月31日止年度的人民幣163.2百萬元增加62.7%至2019年年度的人民幣265.6百萬元。本集團行政開支佔本集團收入的百分比由2018年年度的6.1%微增至2019年年度的6.2%，行政開支的增加主要原因是籌建過程中的霸州、馬鞍山二期、漯河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

本集團的其他收入及收益淨額由2018年12月31日止年度的人民幣86.2百萬元下降8.4%至2019年年度的人民幣79.0百萬元，主要是由於港幣升值產生的匯兌收益較同期下降所致。

融資收益 – 淨額

本集團的融資收入淨額由2018年12月31日止年度的人民幣10.1百萬元增加118.8%至2019年年度的人民幣22.1百萬元的融資收益淨額，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2018年12月31日止年度的人民幣730.5百萬元增加49.7%至2019年年度的人民幣1,093.6百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由2018年12月31日止年度的人民幣182.6百萬元增加63.5%至2019年年度的人民幣298.6百萬元。有效稅率由2018年12月31日止年度的25.0%上升至2019年同期的27.3%，主要是由於2019年，我們於中國內地的其中一家子公司向其於香港的唯一股東（亦為本公司的子公司）分派股息的預扣稅。

年內淨利潤

由於上文所述內容，本集團淨利潤由2018年12月31日止年度的人民幣547.9百萬元增加45.1%至2019年年度的人民幣795.0百萬元。每股基本盈利由2018年12月31日止年度的人民幣0.534元增加至2019年年度的人民幣0.741元。而淨利率由截至2018年12月31日止年度的20.4%降低至2019年年度的18.6%。

資金流動性及財政資源

截止2019年12月31日止年度，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2019年12月31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1,036.4百萬元(2018年12月31日：人民幣1,179.9百萬元)。

資產負債比率

截至2019年12月31日，本集團的資產負債比率⁽⁷⁾為17.6%(2018年12月31日：17.2%)，上升的主要原因是租賃負債、其他應付及應計費用上升所致。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及製成品。截至2019年12月31日存貨約為人民幣297.3百萬元(2018年12月31日：人民幣275.8百萬元)，存貨周轉天數從截至2018年12月31日止年度的46.4天下降到截至2019年12月31日止年度的39.1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2019年12月31日貿易應收賬款約為人民幣269.2百萬元(2018年12月31日：人民幣206.9百萬元)，變動的主要原因是2019年，本集團與關聯方及部分第三方(如電商經銷客戶)銷售量增加所致。貿易應收賬款周轉天數從截至2018年12月31日止年度的22.7天降低到截至2019年年度的20.0天。

貿易應付賬款

貿易應付賬款為日常業務過程中向供應商購買商品或服務而應支付的款項。受產銷淡旺季及季節性採購周期的影響，截至2019年12月31日貿易應付賬款約為人民幣217.4百萬元(2018年12月31日：人民幣188.7百萬元)。貿易應付賬款周轉天數從截至2018年12月31日止年度的35.6天降低到截至2019年年度的27.7天。

或然負債

截至2019年12月31日止，本公司並無任何或然負債。

資產押記

截至2019年12月31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2019年12月31日止，本公司並無任何銀行借款。

資本負債比率

截至2019年12月31日止，本公司的資本負債比率⁽⁸⁾為1.4%。

附註：

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

匯率波動風險及相關對沖

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣列值及結算。然而，本集團持有若干以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2019年12月31日止，本集團員工總人數為1,907人(含臨時工)，其中包括了生產體系員工1,413人，營銷體系員工358人，行政和管理相關職能體系員工136人。

截至2019年12月31日止十二個月，本集團的總員工成本為人民幣453.6百萬元，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2019年12月31日止年度，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

當前世界經濟貿易增長放緩，動蕩源和風險點增多，國內結構性體制性周期性問題交織，經濟下行壓力依然較大。與此同時，由於新型冠狀病毒疫情的影響，預期2020年，居民消費市場面臨着嚴峻下行趨勢，短期經濟將會面臨陣痛和挑戰，但整體中國經濟長期向好的發展趨勢並沒有改變。在新的形勢下，相信中國政府會進一步採取措施穩增長、促發展，化危為機，繼續前行。

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，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，希望能逐步建立海外產品的穩定產能供應，不僅能減少運輸成本，提升產品組合靈活性，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2019年主要採取了以下措施：

其一：基本完成位於中國河北省霸州一期南車間的建設項目。並已於2019年9月正式投產。霸州一期北車間預計將於2020年8月正式投產。霸州一期工程預期將帶來超過7萬噸產能，將包含配合海底撈餐廳「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。霸州二期項目目前還在規劃階段，預期在2022年底完成。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：本集團於2018年8月於安徽馬鞍山與當地政府簽訂了土地購買協議，計劃總產能15萬噸，預計將在2021年底前投產6萬噸，2023年全部建成投產。截至目前，該工廠已經完成整體規劃，準備進入土建設計階段。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，漯河生產基地已經於2019年下半年開始建設，預計於2021年底前投產，一期預期產能15萬噸，二期設計產能15萬噸，預計將於2024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。

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司已採用香港聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四《企業管治守則》（「企業管治守則」）所載的原則及守則條文，且於截至2019年12月31日止年度，本公司一直遵守企業管治守則的守則條文，惟偏離企業管治守則條文第A.2.1條除外。

企業守則條文第A.2.1條

根據企業管治守則條文第A.2.1條，董事長與首席執行官的角色應用區分，並不應由一人同時兼任。

自2018年12月9日起，黨春香女士已由本公司首席執行官調任為本公司副總裁，而非執行董事兼董事長施永宏先生已獲委任為本公司首席執行官。因此，本公司董事長及首席執行官的角色由同一人兼任。施永宏先生兼任本公司董事長及首席執行官的角色，原因為他在食品及餐飲服務行業擁有豐富經驗及知識以及在海底撈集團擁有管理經驗，以改善本公司營運效率。

鑒於本集團經營所在業務環境不斷轉變，故董事長與首席執行官必須熟悉中國調味料市場，並對市場變化有敏銳觸覺，方可推動本集團業務。因此，董事會認為，區分董事長與首席執行官的角色可能會為本集團日常營運帶來不必要的成本。

董事會認為，施永宏先生兼任兩個角色有助本公司迅速有效地制定及實施決策，且不會損害董事會與本公司管理層之間的權力制衡。本公司已成立董事委員會，其成員主要由獨立非執行董事組成，並負責重要的企業管治職能。擁有適合本公司業務的技能及經驗的三名獨立非執行董事亦為董事會提供寶貴的獨立意見。作出所有重大決策時已諮詢董事會及適當委員會成員，以及高級管理層團隊。因此，董事會認為，已存在充份的權力制衡及保障。

由於企業管治的良好慣例，自2020年3月25日起，施永宏先生辭任首席執行官一職，而郭強先生獲委任為本公司首席執行官。進一步詳情請參閱日期為2020年3月25日有關首席執行官變更的公告。

遵守標準守則

本公司已採納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」）。已向所有董事作出特別查詢，而各董事均已確認彼等於截至2019年12月31日止年度一直遵守標準守則。

可能擁有本公司內幕消息的本公司僱員亦須遵守標準守則。於截至2019年12月31日止年度，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

購買、出售或贖回上市證券

截至2019年12月31日止年度，本公司及其任何附屬公司均無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

審計委員會

董事會審計委員會（「審計委員會」）由三名委員組成，包括三名獨立非執行董事（即邱家賜先生（審計委員會主席）、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公司和本集團所採納的會計原則及慣例，並已與管理層討論有關內部控制及財務報告事宜。審計委員會認為截至2019年12月31日止年度的年度財務業績已遵守相關會計標準、規則及規例，並已進行適當披露。

核數師

本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所已同意，有關本公告所載截至2019年12月31日止年度的本集團年度業績的數字與該年度本集團經審核綜合財務報表所載金額一致。

受限制股份單位計劃

本公司已根據其股東（「股東」）於2016年2月24日的決議案及董事會於2016年2月24日的決議案批准及採納受限制股份單位計劃（「受限制股份單位計劃」）。受限制股份單位計劃並不受限於上市規則第十七章的條文，因為受限制股份單位計劃並不涉及由本公司授出可認購新股份的購股權。

根據受限制股份單位計劃，受限制股份單位（「受限制股份單位」）並無附帶任何可於本公司股東大會上投票的權利。除非及直至該等與受限制股份單位獎勵（「獎勵」）相關的股份於受限制股份單位歸屬時實際轉讓予受限制股份單位受託人（「受限制股份單位受託人」），否則並無受限制股份單位受託人因授出獎勵而享有任何股東權利。除非董事會全權酌情決定另有指明，否則受限制股份單位受託人並無任何權利分享與獎勵相關的任何股份的任何現金或非現金收入、股息或分派及／或出售非現金及非實物分派的所得款項。詳情請參閱本公司日期為2016年6月30日的招股章程「附錄四－法定及一般資料」章節。

本公司於2016年12月28日根據受限制股份單位計劃批准及授出9,140,000個受限制股份單位。詳情請參閱本公司日期為2016年12月28日的公告。於2019年12月，於2016年12月28日授出的9,140,000個受限制股份單位中，由於我們僱員辭任，其中748,000個受限制股份單位已被撤銷，而其餘全部受限制股份單位（即8,392,000個受限制股份單位）已根據該公告載列的歸屬期予以歸屬。

本公司於2018年12月9日根據受限制股份單位計劃批准及授出1,510,000個受限制股份單位。詳情請參閱本公司日期為2018年12月10日的公告。於2019年12月，全部1,510,000個受限制股份單位已根據該公告載列的歸屬期予以歸屬。

本公司於2019年12月27日根據受限制股份單位計劃批准及授出750,000個受限制股份單位。詳情請參閱本公司日期為2019年12月27日的公告。於2019年12月，全部750,000個受限制股份單位已根據該公告載列的歸屬期予以歸屬。

截至2019年12月31日後事項

2020年初起，新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)於中國及其他一些國家和地區傳播，對經濟活動產生了一定影響。我們提述海底撈日期為2020年1月28日及2020年2月2日有關海底撈集團於中國內地的餐廳經營因爆發COVID-19而暫停的公告。根據海底撈日期為2020年3月11日的公告及於本公告日期，海底撈集團於中國內地的部分餐廳已經恢復營業，其餘的門店將根據相關餐廳所在地疫情緩解的進展分批恢復營業。由於海底撈集團為本集團的最大客戶，故門店停業時間延長可能影響本集團的業務、經營及財務業績。本集團已採取所有可能有效措施應對疫情對業務的影響。截至目前本集團第三方零售業務正常運行。本集團將繼續留意有關狀況的變動，並於未來作出適時回應及調整。

末期股息

董事會決議於2020年5月22日（星期五）舉行的應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上建議向股東派付截至2019年12月31日止年度的末期股息每股人民幣20.593分。預計於2020年6月15日（星期一）或前後，向於2020年6月1日（星期一）名列於本公司股東名冊的股東派付總額約為人民幣215.6百萬元之末期股息。末期股息將按照中國人民銀行於2020年3月25日（星期三）召開的董事會（不包括該日）前五個工作日公佈的人民幣兌換港幣平均基準匯率換算，以港幣派付。上述建議派付末期股息須待股東於股東週年大會上審議及批准後方可作實。

暫停辦理股份過戶登記手續及記錄日期

本公司將於2020年5月19日（星期二）至2020年5月22日（星期五）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定股東出席將於2020年5月22日（星期五）舉行的股東週年大會並於會上投票的資格。於2020年5月18日（星期一）（「記錄日期」）營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東均有權出席股東週年大會並於會上投票。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2020年5月18日（星期一）下午四時三十分前送達本公司香港股份過戶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）。

本公司亦將於2020年5月28日（星期四）至2020年6月1日（星期一）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定股東收取末期股息的權利。於2020年6月1日（星期一）營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東均有權收取末期股息。為符合資格收取末期股息，所有股份過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2020年5月27日（星期三）下午四時三十分前送達本公司香港股份過戶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）。

年度業績公告及年度報告的公佈

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

截至2019年12月31日止年度的年度報告已包括上市規則規定的所有資料並將適時向股東寄發並於香港聯交所及本公司網站公佈。

致謝

董事會謹此對本公司股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶向本集團作出的支持及貢獻表示衷心感謝。

承董事會命
頤海國際控股有限公司
施永宏
董事長

香港，2020年3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、黨春香女士、孫勝峰先生及舒萍女士；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。