

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佈之內容概不負責，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佈之全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容所引致之任何損失承擔任何責任。



TONTINE

CHINA TONTINE WINES GROUP LIMITED

中國通天酒業集團有限公司

(於百慕達註冊成立的有限公司)

(股份代號：389)

截至二零一六年六月三十日止六個月

中期業績公佈

財務摘要

- 收益增加約28.0%至約人民幣178,064,000元（二零一五年同期：人民幣139,080,000元）。
- 毛利增加約23.9%至約人民幣62,349,000元（二零一五年同期：人民幣50,331,000元（重列））。
- 本公司擁有人應佔期內溢利及全面收益總額上升約38.4%至約人民幣13,290,000元（二零一五年同期：人民幣9,604,000元（重列））。
- 每股基本及攤薄溢利上升約40%至約人民幣0.7分（二零一五年同期：人民幣0.5分（重列））。

中國通天酒業集團有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然公佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一六年六月三十日止六個月（「本期間」或「回顧期間」）未經審核中期業績，連同截至二零一五年六月三十日止六個月比較數字如下：

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至二零一六年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一六年 (未經審核) 人民幣千元	二零一五年 (未經審核) (經重列) 人民幣千元
收益	3	178,064	139,080
銷售成本		<u>(115,715)</u>	<u>(88,749)</u>
毛利		62,349	50,331
銀行利息收入		380	381
銷售及分銷開支		(18,062)	(21,052)
行政開支		(29,356)	(19,340)
生物資產之公平值變動		<u>1,431</u>	<u>1,591</u>
除稅前溢利	5	16,742	11,911
稅項	6	<u>-</u>	<u>-</u>
期內溢利及全面收益總額		<u><u>16,742</u></u>	<u><u>11,911</u></u>
下列人士應佔期內溢利及全面收益總額：			
本公司擁有人		13,290	9,604
非控股權益		<u>3,452</u>	<u>2,307</u>
		<u><u>16,742</u></u>	<u><u>11,911</u></u>
每股盈利	7		
基本 (人民幣分)		<u><u>0.7</u></u>	<u><u>0.5</u></u>
攤薄 (人民幣分)		<u><u>0.7</u></u>	<u><u>0.5</u></u>

簡明綜合財務狀況表
於二零一六年六月三十日

		於二零一六年 六月三十日 (未經審核)	於二零一五年 十二月三十一日 (經審核) (經重列)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	9	141,830	145,381
預付租賃款項		55,500	56,862
收購物業、廠房及設備的已付按金		-	7,343
生物資產	10	4,288	2,857
		<u>201,618</u>	<u>212,443</u>
流動資產			
存貨		286,569	312,719
貿易應收賬款	11	86,051	84,702
按金及其他應收賬款		12,900	12,153
可收回稅項		5,551	5,551
預付租賃款項		2,723	2,723
銀行結餘及現金		285,799	201,942
		<u>679,593</u>	<u>619,790</u>
流動負債			
貿易應付賬款	12	35,906	9,307
其他應付款項及應計費用		30,933	33,363
稅項負債		10,003	9,961
		<u>76,842</u>	<u>52,631</u>
流動資產淨值		<u>602,751</u>	<u>567,159</u>
總資產減流動負債		<u>804,369</u>	<u>779,602</u>
資本及儲備			
股本		17,624	17,624
儲備		709,207	687,892
本公司擁有人應佔權益		726,831	705,516
非控股權益		77,538	74,086
權益總額		<u>804,369</u>	<u>779,602</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零一六年六月三十日止六個月

1. 編製基準

簡明綜合財務報表按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港會計準則第34號中期財務報告以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄16的適用披露規定編製。

2. 主要會計政策

於本中期期間，本集團已首次採納由香港會計師公會頒佈且已於本中期期間強制生效的香港財務報告準則的若干修訂。

除下列所述者外，截至二零一六年六月三十日止六個月之簡明綜合財務報表所採用的會計政策及計算方法與編製本集團截至二零一五年十二月三十一日止年度的年度財務報表所依循者相一致。

香港會計準則第16號及香港會計準則第41號農業：生產性植物的修訂

本集團已於本中期期間首次應用香港會計準則第16號及香港會計準則第41號農業：生產性植物的修訂。香港會計準則第16號物業、廠房和設備及香港會計準則第41號農業的修訂界定生產性植物並規定符合生產性植物定義的生物資產須作為物業、廠房及設備按照香港會計準則第16號而非香港會計準則第41號列賬。種植生產性植物所得農產品繼續按香港會計準則第41號列賬。

上述香港會計準則第16號及香港會計準則第41號的修訂之變動的影響概要

於簡明綜合損益及其他全面收益表中呈列有關上文所述香港會計準則第16號及香港會計準則第41號的修訂之變動對本期及過往中期期間業績之影響按項目列出如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
銷售成本增加	(1,245)	(992)
生物資產之公平值變動增加	<u>1,431</u>	<u>1,591</u>
本公司擁有人應佔期內溢利增加淨額	<u><u>186</u></u>	<u><u>599</u></u>

於本集團之簡明綜合財務狀況表中呈列有關上文所述香港會計準則第16號及香港會計準則第41號的修訂之變動對本集團於緊接上一財政年度年終（即二零一五年十二月三十一日）之影響如下：

	於二零一五年 十二月三十一日 (原先呈列) 人民幣千元	調整 人民幣千元	於二零一五年 十二月三十一日 (經重列) 人民幣千元
物業、廠房及設備	130,686	14,695	145,381
生物資產	7,620	(4,763)	2,857
對資產淨值之整體影響	<u>138,306</u>	<u>9,932</u>	<u>148,238</u>
累計虧損及對權益之整體影響	<u>(455,474)</u>	<u>9,932</u>	<u>(445,542)</u>

於本集團之簡明綜合財務狀況表中呈列有關上文所述香港會計準則第16號及香港會計準則第41號的修訂之變動對本集團於比較期初（即二零一五年一月一日）之影響如下：

	於二零一五年 一月一日 (原先呈列) 人民幣千元	調整 人民幣千元	於二零一五年 一月一日 (經重列) 人民幣千元
物業、廠房及設備	139,896	11,945	151,841
生物資產	7,470	(4,744)	2,726
對資產淨值之整體影響	<u>147,366</u>	<u>7,201</u>	<u>154,567</u>
累計虧損及對權益之整體影響	<u>(464,684)</u>	<u>7,201</u>	<u>(457,483)</u>

	對每股基本盈利之影響		對每股攤薄盈利之影響	
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 人民幣分	二零一五年 人民幣分	二零一六年 人民幣分	二零一五年 人民幣分
調整前數字	0.7	0.4	0.7	0.4
有關採納香港會計準則 第16號及香港會計準則 第41號的修訂之會計 政策變動引致的調整	<u>-</u>	<u>0.1</u>	<u>-</u>	<u>0.1</u>
調整後數字	<u>0.7</u>	<u>0.5</u>	<u>0.7</u>	<u>0.5</u>

3. 收益

收益指就銷售貨品已收及應收款項淨額，再減去退貨及折扣。

4. 分類資料

以下為本集團可呈報及經營分類的收益及業績分析。

	東北地區 人民幣千元	華北地區 人民幣千元	華東地區 人民幣千元	中南地區 人民幣千元	西南地區 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至二零一六年六月三十日止六個月 (未經審核)						
來自外部客戶的分類收益	<u>36,736</u>	<u>33,580</u>	<u>47,160</u>	<u>30,732</u>	<u>29,856</u>	<u>178,064</u>
分類溢利	<u>10,700</u>	<u>10,360</u>	<u>10,809</u>	<u>7,284</u>	<u>6,379</u>	<u>45,532</u>
截至二零一五年六月三十日止六個月 (未經審核)(經重列)						
來自外部客戶的分類收益	<u>23,011</u>	<u>28,683</u>	<u>39,617</u>	<u>22,978</u>	<u>24,791</u>	<u>139,080</u>
分類溢利	<u>5,746</u>	<u>8,124</u>	<u>10,175</u>	<u>5,344</u>	<u>5,498</u>	<u>34,887</u>

收益

因可呈報及經營分類的總收益即為本集團的收益，故並無提供可呈報及經營分類的收益的對賬。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 (未經審核)	二零一五年 (未經審核) (經重列)
	人民幣千元	人民幣千元
溢利		
分類溢利總額	45,532	34,887
未分配金額：		
銀行利息收入	380	381
其他企業支出	<u>(29,170)</u>	<u>(23,357)</u>
綜合除稅前溢利	<u>16,742</u>	<u>11,911</u>

以下為本集團可呈報及經營分類的資產及負債分析：

	東北地區 人民幣千元	華北地區 人民幣千元	華東地區 人民幣千元	中南地區 人民幣千元	西南地區 人民幣千元	合計 人民幣千元
於二零一六年六月三十日(未經審核)						
分類資產	<u>20,169</u>	<u>15,539</u>	<u>21,442</u>	<u>14,713</u>	<u>14,188</u>	<u>86,051</u>
分類負債	<u>1,911</u>	<u>1,628</u>	<u>2,232</u>	<u>1,495</u>	<u>1,465</u>	<u>8,731</u>
於二零一五年十二月三十一日(經審核)						
分類資產	<u>9,948</u>	<u>18,948</u>	<u>26,387</u>	<u>12,818</u>	<u>16,601</u>	<u>84,702</u>
分類負債	<u>2,007</u>	<u>2,653</u>	<u>3,688</u>	<u>2,164</u>	<u>2,469</u>	<u>12,981</u>
				於二零一六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一五年 十二月三十一日 (經審核) (經重列) 人民幣千元	
資產						
分類資產總額				86,051		84,702
其他未分配金額						
物業、廠房及設備				141,830		145,381
預付租賃款項				58,223		59,585
收購物業、廠房及設備的已付按金				-		7,343
生物資產				4,288		2,857
存貨				286,569		312,719
按金及其他應收賬款				12,900		12,153
可收回稅項				5,551		5,551
銀行結餘及現金				285,799		201,942
綜合資產總額				881,211		832,233
				於二零一六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	
負債						
分類負債總額				8,731		12,981
其他未分配金額						
貿易應付賬款				35,906		9,307
其他應付款項及應計費用				22,202		20,382
稅項負債				10,003		9,961
綜合負債總額				76,842		52,631

5. 除稅前溢利

截至六月三十日止六個月	
二零一六年	二零一五年
(未經審核)	(未經審核)
	(經重列)
人民幣千元	人民幣千元

除稅前溢利已扣除下列項目：

確認為開支的存貨成本	93,853	70,168
物業、廠房及設備折舊	5,882	6,290
預付租賃款項攤銷	1,362	1,362
減：計入物業、廠房及設備的金額	(893)	(893)
	<u>469</u>	<u>469</u>
外匯虧損淨額	72	6
股份基礎給付(計入行政開支)	8,025	—
廣告及推廣開支(計入銷售及分銷開支)	<u>750</u>	<u>6,047</u>

6. 稅項

於報告期末，本集團仍有未動用稅項虧損可抵銷未來溢利，因此本期間並無計提稅項撥備。

7. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利是根據以下數字計算：

截至六月三十日止六個月	
二零一六年	二零一五年
(未經審核)	(未經審核)
	(經重列)
人民幣千元	人民幣千元

盈利

本公司擁有人應佔期內溢利及用以計算每股
基本及攤薄盈利的盈利

	<u>13,290</u>	<u>9,604</u>
--	---------------	--------------

於二零一六年及
二零一五年
六月三十日
(未經審核)
股份數目

股份數目

就每股基本及攤薄盈利而言之普通股加權平均數

2,013,018,000

截至二零一六年六月三十日止六個月，計算每股攤薄盈利不會假設本公司之購股權獲行使，原因為該等購股權的行使價高於授出日期至期間結算日的每股平均市場價格。

8. 股息

於截至二零一六年六月三十日止六個月，並無宣佈及派發股息。本公司董事已決定不會就本期間派付任何股息。

9. 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備於本中期期間之變動概述如下：

	人民幣千元
於二零一六年一月一日(經審核)(經重列)	145,381
添置	2,331
期內折舊	(5,882)
	<u>141,830</u>
於二零一六年六月三十日(未經審核)	<u>141,830</u>

10. 生物資產

葡萄樹於本期間的變動概述如下：

	人民幣千元
於二零一六年一月一日(經審核)(經重列)	2,857
生物資產之公平值變動	1,431
	<u>4,288</u>
於二零一六年六月三十日(未經審核)	<u>4,288</u>
於二零一五年一月一日(經審核)(經重列)	2,726
生物資產之公平值變動	1,591
	<u>4,317</u>
於二零一五年六月三十日(未經審核)(經重列)	<u>4,317</u>

於兩個期間內，並無收穫任何農產品。所有葡萄均於每個曆年的八月至十一月進行採收。截至二零一六年及二零一五年六月三十日止期間，本集團已委聘獨立估值師第一太平戴維斯估值及專業顧問有限公司釐定葡萄樹的公平值。

11. 貿易應收賬款

本集團授予其貿易客戶90天的信貸期，惟新客戶則須在交貨時付款。於報告期末按發票日期（與各自的收入確認日期相若）呈列的貿易應收賬款的賬齡分析如下。

	於二零一六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30天	25,745	42,484
31至60天	44,189	22,001
61至90天	16,117	20,217
	<u>86,051</u>	<u>84,702</u>

12. 貿易應付賬款

於報告期末按發票日期呈列的貿易應付賬款的賬齡分析如下：

	於二零一六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30天	9,058	3,706
31至60天	26,848	4,221
61至90天	-	1,380
	<u>35,906</u>	<u>9,307</u>

採購原材料的平均信貸期介乎兩至三個月不等。

13. 股份基礎給付的交易

本公司的以權益結算購股權計劃：

本公司股東於二零零九年十一月十九日採納購股權計劃（「該計劃」），其主要目的是給予合資格參與者（包括董事、僱員、貨物及服務供應商、顧問、諮詢人、承包商、業務夥伴或服務合作夥伴）獎勵。

下表披露本公司於本中期期間根據該計劃授出的購股權的變動：

參與者類別	授出日期	於二零一六年 一月一日 尚未行使	於本期間內 授出	於本期間內 失效／沒收	於本期間內 行使	於二零一六年 六月三十日 尚未行使
董事	二零一六年五月九日	—	16,550,000	—	—	16,550,000
僱員	二零一二年五月十八日	40,000,000	—	—	—	40,000,000
	二零一六年五月九日	—	99,300,000	—	—	99,300,000
		40,000,000	99,300,000	—	—	139,300,000
總計		40,000,000	115,850,000	—	—	155,850,000

於二零一六年五月九日，本公司向其一名董事及合資格僱員授出購股權，以根據該計劃按行使價每股0.263港元認購本公司合共115,850,000股每股面值0.01港元之股份。

授出日期	購股權數目	行使期	行使價
二零一二年五月十八日	40,000,000 (二零一五年十二月三十一日： 40,000,000)	二零一二年五月十八日至 二零一七年五月十七日	0.71港元
二零一六年五月九日	115,850,000 (二零一五年十二月三十一日： 不適用)	二零一六年五月九日至 二零二一年五月八日	0.263港元

就於本中期期間授出的購股權而言，本公司股份於授出日期之收市價為0.255港元。本公司購股權之公平值乃運用二項式期權定價模式予以估計。計算購股權公平值所使用之變量及假設乃基於本公司之最佳估計。本公司購股權價值隨若干主觀假設之不同變量而有異。該模式之輸入數據如下：

授出日期	二零一六年五月九日
授出日期之股份價格	0.255港元
行使價	0.263港元
預期波動	48.12%
無風險利率	0.96%
預期股息率	0.00%

截至二零一六年六月三十日止期間，本公司確認與本公司授出購股權有關的開支總額人民幣8,025,000元（二零一五年六月三十日：無）。

管理層討論及分析

行業概覽

中國國家統計局公佈二零一六年上半年國內生產總值同比增長約6.7%，維持二零一五年的放緩趨勢。自春節後中國葡萄酒市場開始進入淡季，國內葡萄酒市場保持緩慢平穩的整固狀態。對葡萄酒生產商而言，二零一六年上半年仍處於相對困難的經營環境。

隨著中華人民共和國（「中國」）知名葡萄酒品牌逐漸向各檔次市場滲透，中國葡萄酒市場競爭加劇，汰弱留強的勢態更為明顯；這過程亦有助市場去產能和去庫存。由此，知名品牌市佔率逐步提升，而小型企業漸漸失去據點，強者愈強的現象演變成市場常態。故此，品牌效應和產品認受性對葡萄酒企業的可持續經營更形重要。

自2012年起，高端葡萄酒銷量與價格在中國市場雙雙受挫，使得高端葡萄酒產品備受考驗。經過多年調整，消費者結構已發生轉變。目前，葡萄酒消費主要以大眾化中、低端產品為主要目標，市場消費已回歸理性。

至於銷售渠道方面，雖然傳統的經銷模式仍然為主流分銷途徑，但網購、連鎖、專賣等多管道和線上線下融合的銷售模式亦日益受葡萄酒生產商重視。電商和線上線下融合的銷售模式主要是以個人消費客戶為主，故此沒有受到政府限制公務消費的影響。這些電商亦利用他們的網路平台加強對二、三線城市和鄉鎮的滲透，有利於進一步挖掘葡萄酒市場的銷售潛力。此外，葡萄酒商高度重視葡萄酒教育和文化推廣，以加強對客戶的黏度。

財務回顧

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團錄得收益約人民幣178,064,000元，較去年同期增加約28.0%；而本公司擁有人應佔本集團期內溢利及全面收益總額約為人民幣13,290,000元，較去年同期的人民幣9,604,000元（重列）增加約38.4%。本公司於本期間的每股基本盈利約為人民幣0.7分，較去年同期的人民幣0.5分（重列），增加約40.0%。

於本期間，本集團的銷售重點仍以大眾化產品為主，管理層銳意加強中低價葡萄酒的生產和銷售以迎合大眾化的消費需求。本集團繼續致力於進行業務優化，針對性調整佈局與產品組合。配合大眾化路線，營銷策略以量取勝，並透過擴寬產品組合和精簡銷售管道提升銷量。

上述經營要點導致本期間收益上升，不過毛利率稍微回落。但由於銷售及分銷開支顯著減省得宜，從而幫助除息、稅、折舊及攤銷前盈利率及淨利潤率按期分別上升約1.1個百分點至13%及0.8個百分點至9.4%。

收益表現

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團收益按年上升28.0%至約人民幣178,064,000。由於中國政府繼續推行反腐措施並號召節約型消費模式，以及葡萄酒消費趨向迎合大眾負擔能力水準的產品，本集團的大眾化甜葡萄酒產品收入於回顧期大幅增加，佔整體收益更進一步上升至約56.8%。

本集團高端產品干葡萄酒產品銷售量亦錄得升幅，但幅度不及甜葡萄酒，故此佔整體收益比重略為下降至約37.2%。

此外，集團的冰酒及白酒錄得強勁升幅，惟白蘭地明顯下降；但它們總共僅佔收益比重的約6.0%。

銷售成本

下表列出本集團於截至二零一六年六月三十日止六個月生產所需各項成本：

	截至六月三十日止六個月		
	二零一六年 (人民幣千元)	二零一五年 (人民幣千元)	轉變百分比
原材料			
— 葡萄及葡萄汁	46,512	33,698	38.0%
— 酵母及其他添加劑	6,169	2,902	112.6%
— 包裝材料	36,005	28,536	26.2%
— 其他	195	305	-36.1%
原材料成本總計	<u>88,881</u>	<u>65,441</u>	35.8%
生產間接費用	4,441	5,719	-22.3%
消費稅及其他稅項	<u>22,393</u>	<u>17,589</u>	27.3%
銷售成本總計	<u><u>115,715</u></u>	<u><u>88,749</u></u>	30.4%

本集團於回顧期間總銷售成本按年上升30.4%至約人民幣115,715,000元，其增幅稍高於收益28.0%的漲幅。

本集團生產葡萄酒產品所需要的主要原材料為葡萄、葡萄汁、酵母及添加劑以及包裝材料，包括酒瓶、瓶蓋、標籤、軟木瓶塞和包裝盒。於回顧期內，原材料佔本集團銷售成本比重約76.8%，較去年同期高約3.1個百分點。

於銷售成本佔比重較高的原材料中，葡萄及葡萄汁按年上升38.0%至約人民幣46,512,000元；除因銷售量上升而帶動用量增加外，葡萄及葡萄汁的來料價格按年上升，導致該項成本明顯上升。葡萄及葡萄汁於回顧期內佔總銷售成本比重亦由去年同期的38.0%上升至回顧期間的40.2%，增幅約為2.2個百分點。

葡萄供應

優質葡萄酒產品的產量主要是端視優質葡萄及葡萄汁的充裕供應程度。現時，本集團向285位位於中國吉林省集安市周邊地區的鴨綠江沿岸長白山麓的葡萄果農，獲取葡萄供應。本集團已與葡萄果農供應商各自訂立為期20年的長期合同，以鞏固可靠和穩定的優質葡萄供應，從而滿足本集團的需要。為加強品質管理，本集團的葡萄園管理隊伍會負責監督葡萄的種植、栽培及採收。

於回顧期內，本集團的葡萄汁供應來自中國和法國，並且本集團亦從法國進口「卡圖磨坊」、「法萊雅」等葡萄酒。本集團一直致力物色符合本集團質量要求的新葡萄果農、葡萄汁及進口葡萄酒供應商，以強化供應鏈的品質和穩定性，以滿足本集團的生產需求。

本集團對供應商所提供的葡萄、葡萄汁及進口葡萄酒進行全面測試。該等測試可確保本集團獲得的原材料均來自符合公司品質要求的優質葡萄果農、葡萄汁及進口葡萄酒供應商。

毛利、毛利率及除息、稅、折舊及攤銷前盈利

回顧期內，毛利持續按年上升，升幅約23.9%至約人民幣62,349,000元，該升幅主要受惠於整體收益的增加；但毛利率方面，因銷售成本升幅高於收益升幅，按年下降1.2個百分點至35.0%，但較2015年全年毛利率32.2%，略為改善。

下列表格說明回顧期內本集團毛利、毛利率及與去年同期比較：

	截至六月三十日止六個月		
	二零一六年	二零一五年	與去年同期相比
整體毛利 (人民幣千元)	62,349	50,331	23.9%
整體毛利率	35.0%	36.2%	-1.2個百分點
未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)			

下列表格展現除息、稅、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)及與去年同期比較：

	截至六月三十日止六個月		
	二零一六年	二零一五年	與去年同期相比
除息、稅、折舊及攤銷前盈利(EBITDA) (人民幣千元)	23,093	16,591	39.2%
除息、稅、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)率	13.0%	11.9%	1.1個百分點

反映本集團現金流的EBITDA於回顧期內約為人民幣23,093,000元，按年上升39.2%。主要歸因於收益、毛利上升和銷售及分銷開支下降，從而抵消了行政開支增加的負面影響。未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利率按年上升1.1個百分點至13.0%。

銷售及分銷開支按年下降14.2%至約人民幣18,062,000元。銷售及分銷開支主要包括廣告及推廣費用、運輸成本、銷售佣金以及有關銷售與市場推廣人員的雜項開支。

本集團由二零一五年開始調整其廣告策略，重點為維持適度的市場曝光率，回顧期內持續削減廣告支出，該類支出於回顧年度約為人民幣750,000元，2015年同期約為人民幣6,047,000元，按年下降約87.6%。

行政開支於回顧期間按年上升51.8%至約人民幣29,356,000元；有關開支的增幅主要來自於數額約為人民幣8,025,000元因授出購股權而構成的一次性開支費用。若扣除此項費用，本集團於回顧期內的行政開支金額較去年同期的升幅約為10%，低於回顧期內的收益升幅。

公司擁有人應佔溢利

回顧期內公司擁有人應佔溢利約為人民幣13,920,000元，按年上升38.4%。這主要歸因於回顧期內收益及毛利上升，以及銷售及分銷開支下跌，從而帶動集團的淨利潤率增加0.8個百分點至9.4%。

經營回顧

下表詳細列出回顧期內期本集團各項產品收入：

	截至六月三十日止六個月				
	二零一六年		二零一五年		收入轉變 百分比
收入	佔總收入的 百分比	收入	佔總收入的 百分比		
	(人民幣 千元)		(人民幣 千元)		
甜葡萄酒	101,197	56.8%	75,143	54.0%	34.7%
干葡萄酒	66,296	37.2%	55,654	40.0%	19.1%
冰酒	7,258	4.1%	4,649	3.4%	56.1%
白蘭地	2,371	1.4%	3,354	2.4%	-29.3%
白酒	942	0.5%	280	0.2%	236.4%
總計	178,064	100.0%	139,080	100.0%	28.0%

鑒於葡萄酒業市場的持續整固，二零一六上半年本集團進一步調整市場戰略，焦點仍以滿足普羅大眾日常消費為主的甜葡萄酒產品。

低毛利率的甜葡萄酒佔集團的二零一六上半年總收益比重的56.8%，而較高檔次產品干葡萄酒的比重則為37.2%，這兩種葡萄酒合佔回顧期內總收益的94.0%。冰酒於回顧期內佔總收益比重的4.1%，白蘭地1.4%，白酒0.5%。

回顧期內，甜葡萄酒、干葡萄酒、白酒及冰酒的收益及毛利皆錄得明顯升幅，唯白蘭地的收益及毛利回落，反映消費者對此類產品的需求並不穩定，市場有待開發及鞏固。

於回顧期內，集團推出8款新產品，其中甜葡萄酒7款及干葡萄酒1款，它們約佔二零一六上半年總收入的0.4%；雖然比重不高，但反映出集團銳意創新的經營部署。集團產品種類的多樣化，有助滿足不同類型消費者的口味和需求。

銷售量及平均售價表現

	截至六月三十日止六個月				
	二零一六年		二零一五年		平均每噸 售價變動 百分比
	銷售總 數量 (噸)	平均每噸 銷售價 (人民幣 千元/噸)	銷售總 數量 (噸)	平均每噸 銷售價 (人民幣 千元/噸)	
甜葡萄酒	6,978	14.5	4,985	15.1	-3.8%
干葡萄酒	2,903	22.8	2,394	23.2	-1.8%
冰酒	48	151.2	48.5	95.9	57.7%
白蘭地	162	14.6	215	15.6	-6.2%
白酒	2	470.8	0.5	559.6	-15.9%
總計	10,093	17.6	7,643	18.2	-3.0%

有見市場需求仍以中低檔產品為主導，本集團於回顧期內持續調整產品價格以針對主流客戶群的大眾化需求。本集團於回顧期銷售總量按年上升32.1%至10,093噸；其中甜葡萄酒按年增加40.0%、干葡萄酒21.3%、白酒300.0%；但白蘭地及冰酒的銷售量卻分別下跌24.7%及1.0%。

由於銷售產品組合進一步走向大眾化路線，平均每噸售價按年下降3.0%至人民幣17,642元。

甜葡萄酒、干葡萄酒、白蘭地、白酒於回顧期內皆錄得平均每噸售價按年下跌，其中白酒更達15.9%；這反映集團產品不論高、中、低檔更進一步邁向普羅消費。但冰酒的平均每噸售價卻錄得按年升幅。

銷售和分銷網絡

本集團出售絕大部份產品予經銷商，而經銷商將本集團的葡萄酒產品分銷和出售予第三方零售商，包括超市及煙酒專賣店以及餐廳和酒店餐廳等餐飲店。這些經銷商亦會直接向最終消費者及其他代理經銷商出售及分銷產品。所有經銷商均為獨立第三方，普遍從事葡萄酒產品的分銷和銷售業務。

本集團持續審閱其經銷商的銷售表現。於二零一六年六月三十日，本集團的產品通過分佈於中國22個省、3個自治區和4個直轄市的122名經銷商出售。經銷商數目較去年同期減少13名，反映管理層銳意精簡分銷網絡架構，剔除銷售紀錄較差的經銷商。於回顧期內，本集團全國經銷商的平均銷售收入按年增加41.7%至約人民幣1,460,000元，反映理順分銷網絡有助銷售效率大幅提升。

本集團與各選定的經銷商訂立為期一年的標準經銷協議（於現有經銷協議屆滿時與訂約各方成功磋商後須受年度重續所規限）。為方便和協助經銷商對本集團產品進行市場推廣和銷售，本集團承擔付運成本，並主要通過各類型針對性廣告策略，側重宣傳適量飲用葡萄酒有助身體健康，以期建立消費者忠誠度及提高本公司產品的受歡迎程度。

網上銷售方面，於回顧期間網上銷售的收益雖然佔比不高，但本集團覺得此銷售管道的潛力極大，及有利於本集團推展多元化的經銷渠道及增大銷售的覆蓋面。

產量

本集團位於吉林通化與山東煙台白洋河之生產設施於回顧期內共產出10,275噸產品，其中於吉林通化的產量為8,068噸，而煙台白洋河基地之產出為2,207噸。二零一六年上半年以產量與銷量比較的產銷率為98.2%，反映接近全產全銷。

地域市場表現

下表按於中國銷售地區細分本期間的本集團收入：

	截至六月三十日止六個月				
	二零一六年		二零一五年		收入轉變 百分比
	人民幣千元	佔總收入的 百分比	人民幣千元	佔總收入的 百分比	
東北地區	36,736	20.5%	23,011	16.6%	59.6%
華北地區	33,580	18.9%	28,683	20.6%	17.1%
華東地區	47,160	26.5%	39,617	28.5%	19.0%
中南地區	30,732	17.3%	22,978	16.5%	33.7%
西南地區	29,856	16.8%	24,791	17.8%	20.4%
合計	178,064	100.0%	139,080	100.0%	28.0%

以地域收入而言，華東於回顧期間繼續為集團的最大市場，收益按年上升19.0%，並佔總收益比重的26.5%。該地區所覆蓋的地域包括若干國內較為富庶的省份，區內人均收入水準相對較高，葡萄酒產品於該地區市場普遍較受市場接納。回顧期內，集團於該地區內的經銷商數目減少6名至36名，以數目計仍為全國經銷商最多的區域；經銷商的平均銷售收入按年上升38.9%至約人民幣1,310,000元，此為本集團在全國各區域經銷商最低的平均銷售金額，反映該區域競爭劇烈。

東北市場由於接近吉林通化生產基地，對集團而言具主場之利，其收益按年上升59.6%，並佔總收益的比重的20.5%，取代華北市場，成為集團第二大市場。東北市場業務表現優異，主要受惠於產品在當地獲得較高的認受性及品牌效應。回顧期內，集團於該地區內的經銷商數目增加2名至21名，此為期內惟一有增加分銷商數目的地區。經銷商的平均銷售收入按年上升44.4%至約人民幣1,750,000元，此為集團全國各區域經銷商最高的平均銷售金額。

華北市場收益按年上升17.1%，並佔總收益的18.9%。回顧期內，集團於該地區內的經銷商數目減少6名至24名；經銷商的平均銷售收入按年上升46.3%至約人民幣1,400,000元。

中南地區的收益錄得按年增幅33.7%，並佔總收益比重的17.3%。回顧期內，集團於該地區內的經銷商數目減少1名至21名；經銷商的平均銷售收入按年上升40.1%至約人民幣1,460,000元。

西南地區的收益按年增加20.4%，並佔總收益比重的16.8%，集團於該地區內的經銷商數目減少2名至20名；經銷商的平均銷售收入按年上升32.5%至約人民幣1,490,000元。

上述不同地區的收入佔比，反映集團的地域銷售更趨均勻發展，此有助分散業務風險及擴大收入及盈利基礎；管理層更致力於發掘國內二、三線城市的葡萄酒銷售潛力。

經營指標回顧

存貨周轉日數：

集團的存貨金額於二零一六年六月三十日約為人民幣286,569,000元，較2015年底的人民幣約312,719,000元，有所下降，因為部分高檔的葡萄汁原材料已用於生產高毛利率的冰酒，從而盤活集團資產。於回顧期末的存貨中，約41%供高檔產品用，其餘59%供中、低檔產品用；若以存貨性質來分類，約14.8%為原材料、76.5%為在製品及8.7%為製成品。由於回顧期末的存貨金額下降，導致回顧期存貨平均周轉日數達回落至584日，相對去年同期的792日及2015年的717日，有大幅改善。

貿易應收賬款周轉日數：

回顧期內本集團貿易應收賬款周轉日數為87.5日，較去年同期的88日相符，並較2015年的113日，有所改善。87.5日之周轉日數稍優於本集團賦予客戶90日的賒賬期。

貿易應付賬款周轉日數：

回顧期內本集團貿易應付賬款周轉日數為44日，稍高於去年同期的36日及2015年的33日，主因是今年五、六月期間購入大批包裝材料，供七、八月生產葡萄酒時用。

產品經營分析

下表載列本集團產品於本期在毛利的佔比及毛利率表現：

	截至 二零一六年 六月三十日 止六個月 所佔毛利 比重	較去年同期 轉變百分點	截至 二零一六年 六月三十日 止六個月 毛利率	較去年同期 轉變百分點
甜葡萄酒	48.1%	2.5	29.6%	-0.9
干葡萄酒	45.3%	-1.8	42.6%	0.0
冰酒	4.5%	-0.2	38.6%	-12.2
白蘭地	1.1%	-1.1	30.1%	-3.2
白酒	1.0%	0.6	65.3%	-0.4
總計	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>35.0%</u>	<u>-1.2</u>

甜葡萄酒

甜葡萄酒為本集團於回顧期內銷量及毛利貢獻最大的產品，收益約達人民幣101,197,000元，較去年同上升34.7%，反映大眾化產品的需求殷切。而其毛利貢獻約為人民幣29,991,000元，按年增加30.5%。甜葡萄酒佔回顧期內集團整體毛利比重為48.1%，更超越干葡萄酒，成為毛利貢獻最大的產品。

由於該產品以大眾化市場為主，因此其毛利率相對集團其他產品略低，約為29.6%，較去年同期微跌0.9個百分點，但較二零一五年全年毛利率22.1%，則有明顯改善。

回顧期內，為滿足市場對於大眾化類型產品消費需求的增長，本集團共推出7款新的甜葡萄酒產品。

品種多樣化，是本集團產品其中一大優勢。截至回顧期，本集團共擁有48款甜葡萄酒產品，與二零一五年的46款相近。

干葡萄酒

干葡萄酒於回顧期內的收益約為人民幣66,296,000元，按年上升19.1%，反映高端產品雖受市場接受，但升幅不及中、低端產品。干葡萄酒的毛利率仍維持與去年同期相若的42.6%，說明市場需求穩固及客戶對該產品認受性強。干葡萄酒與去年同期相比，其毛利貢獻增幅與收益漲幅同步約19.1%，約達人民幣28,226,000元。由於甜葡萄酒佔比大幅提升，故此干葡萄酒佔回顧期內集團整體毛利的比重由去年同期的47.1%微跌至回顧期內的45.3%。

回顧期內，本集團共擁有65款干葡萄酒產品，較二零一五年減少24款，因為行銷策略集中力度於受消費者偏好的產品，以維持較高的毛利率。

冰酒

回顧期內冰酒的收益約為人民幣7,258,000元，按年增加56.1%；冰酒於回顧期內的毛利按年上升18.8%至約人民幣2,804,000元，而毛利率為38.6%，按年滑落12.2個百分點。由於冰酒所用的原材料葡萄汁成本價格較高，所以對其毛利率構成壓力。期內冰酒佔本集團整體毛利的比重為4.5%。冰酒為本集團搶佔高端市場份額的拳頭產品。

白蘭地

回顧期內，本集團於白蘭地產品的收益按年下跌29.3%至約人民幣2,371,000元，反映出白蘭地產品的市場需求不甚穩定；該產品的毛利貢獻更按年下滑36.1%至約人民幣713,000元；毛利率下挫達3.2個百分點至30.1%。該類產品佔整體毛利的比重約為1.1%。

白酒

回顧期內白酒的收益為約人民幣942,000元，按年猛升236.4%；集團的白酒業務的毛利貢獻按年上升234.2%至約人民幣615,000元，而毛利率為65.3%，按年微跌0.4個百分點。期內白酒產品佔本集團整體毛利的比重為1.0%。

業務前景

鑒於全球經濟前景不明朗及國內經濟走勢持續放緩，預計中國葡萄酒市場在短期至中期內，仍將處於緩慢深度調整的過程。

由於集團的財政狀況穩健，於二零一六年六月三十日時，銀行存款及現金高達約人民幣285,799,000元，並沒有銀行負債，所以具有充足財政資源，讓集團可以靈活捕捉投資機遇。

本集團計劃於今年下半年在香港成立貿易公司，進行雙向的葡萄酒買賣活動，一方面為國內市場引入進口紅酒，另一方面把國內釀製的紅酒推銷往海外市場。管理層預期此貿易公司有助擴寬集團的業務範圍，及有利於提升盈利能力。

董事會亦考慮於海外市場併購高質素的酒莊，以豐富集團的產品組合，迎合不同客戶的口味和需要。但董事會將採取審慎態度進行，對可能併購酒莊的營運、產品品質，以至目標市場進行詳細的調研，方作出最終決定。

本集團部署開發自身較高端品牌而成立的吉林通天酒莊，預計今年下半年取得政府的經營執照，該酒莊的年產能約為500噸。本集團計劃利用該酒莊的優勢，出產具品牌特色由葡萄種植到酒水釀造的一條龍中高端產品，延長產業生產線之外，更希望能深化品牌建設，逐漸於行業中形成別具一格的牌，從而支持集團業務持續發展。

於網絡銷售平臺方面，集團正探討、研究與不同企業的戰略合作，開發酒類產品綜合網上銷售平臺，在主打自家產品的同時，亦銷售其他品牌產品。

預計今年下半年市場形勢仍極具挑戰，但管理層將以積極態度面對及全力挖掘市場機會。根據過往經驗，下半年是酒類產品的傳統旺季，經銷商一般會於十二月底前大量入貨，準備來年的春節銷售。管理層因此預計下半年的銷售會較上半年有所提升。集團將繼續嚴格控制成本，以力求為股東維持穩定的回報。

財務管理和財資政策

本集團的收入、開支、資產及負債絕大部份以人民幣（「人民幣」）列值，因此並不承受外匯波動的重大風險。

鑑於外幣匯兌風險極微，董事將密切監察外幣波動，而不會訂立任何外匯對沖安排。

本集團將繼續尋求審慎的財資管理政策，目前流動資金充裕，並具備充足現金以應付日常營運及未來發展所需的資本。

本集團擁有充裕的現金和銀行結餘，處於淨現金狀況，因此本集團所面對的與利率波動相關的財務風險極微。

流動資金及財務資源

於回顧期間，我們均維持穩健和正數的營運資金，而本集團一般是以過往經營所得的內部現金流來撥資業務運作。於二零一六年六月三十日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣285,799,000元，擁有充足的財務資源及穩健的現金狀況來滿足業務發展、營運及資本開支的營運資金需求。

中期股息

董事會並不建議就截至二零一六年六月三十日止六個月支付任何中期股息（二零一五年同期：無）。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

於本期間內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券。

遵守證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為董事進行證券交易的操守守則。本公司已對全體董事作出具體查詢，且全體董事已確認於本期間內一直遵守標準守則所規定的標準。

企業管治

於本期間內，本公司已採用上市規則附錄14所載之企業管治守則（「企業管治守則」）之原則，並遵守企業管治守則所載之守則條文及若干建議最佳常規，惟偏離企業管治守則之守則條文第A.2.1條除外，其載列主席與行政總裁（「行政總裁」）的職能應有所區分及不應由同一人擔任。王光遠先生（「王先生」）負責本集團整體業務策略以及發展與管理。董事會認為，本公司董事會主席兼行政總裁王先生可領導董事會為本集團作出主要業務決策，並讓董事會有效地作出決定，對本集團業務的管理和發展有利。因此，儘管有所偏離，王先生仍出任本公司董事會主席兼行政總裁的雙重職務。

審核委員會及財務報表之審閱

本公司已根據上市規則第3.21及3.22條之規定，成立訂有符合企業管治守則規定的具體書面職權範圍的審核委員會。本公司審核委員會現由三名獨立非執行董事組成，包括薛偉健先生、黎志強先生及楊強先生，而薛先生為審核委員會主席。審核委員會負責審閱本集團財務資料、監察本集團財務申報制度、內部監控及風險管理程序以及檢討本集團的財務及會計政策及常規。審核委員會已與本公司管理層一同審閱本集團採納的會計政策及常規，討論（其中包括）內部監控及財務申報事宜，包括審閱本集團本期間的未經審核中期業績。

於本公司及聯交所網頁公佈中期業績

本中期業績公佈已刊載於聯交所網站(<http://www.hkex.com.hk>)及本公司網站(<http://www.tontine-wines.com.hk>)。本公司將於適當時候向本公司股東寄發截至二零一六年六月三十日止六個月的中期報告，當中載有上市規則規定的一切資料，同時亦於上述網站可供閱覽。

致謝

本人謹代表董事會衷心感激各股東、投資者、業務夥伴和客戶一直以來對我們的支持。本人亦謹此感謝高級管理團體和各同事在過去多年來默默耕耘，為本集團作出極大貢獻。

承董事會命
主席兼執行董事
王光遠

香港，二零一六年八月二十三日

於本公佈日期，執行董事為王光遠先生、張和彬先生及王麗娟女士，而獨立非執行董事為薛偉健先生、黎志強先生及楊強先生。

本文件備有中英文版本。如中英文版本有任何歧異，概以英文版本為準。