

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)

**截至二零一八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98.1%至約人民幣160,500,000元(二零一七年同期：人民幣81,000,000元)
- 毛利增加約138.7%至約人民幣60,400,000元(二零一七年同期：人民幣25,300,000元)
- 本公司擁有人應佔期內溢利及全面收益總額為約人民幣18,200,000元(二零一七年同期：本公司擁有人應佔虧損及全面開支總額為人民幣39,600,000元)
- 每股基本及攤薄盈利為人民幣0.9分(二零一七年同期：每股基本及攤薄虧損為人民幣2.0分)

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」）截至二零一八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，連同截至二零一七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

截至二零一八年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元
收益	3	160,488	81,044
銷售成本		<u>(100,101)</u>	<u>(55,775)</u>
毛利		60,387	25,269
其他收入、收益及虧損	5	54	240
銷售及分銷開支		(15,796)	(44,530)
行政開支		(23,714)	(23,646)
融資成本	6	-	(64)
生物資產的公平值變動		<u>1,736</u>	<u>1,559</u>
除稅前溢利（虧損）	7	22,667	(41,172)
稅項	8	<u>-</u>	<u>-</u>
期內溢利（虧損）及全面收入（開支）總額		<u>22,667</u>	<u>(41,172)</u>
應佔期內溢利（虧損）及全面收入（開支）總額：			
本公司擁有人		18,211	(39,592)
非控股權益		<u>4,456</u>	<u>(1,580)</u>
		<u>22,667</u>	<u>(41,172)</u>
每股盈利（虧損）	9		
基本（人民幣分）		<u>0.9</u>	<u>(2.0)</u>
攤薄（人民幣分）		<u>0.9</u>	<u>(2.0)</u>

簡明綜合財務狀況表
於二零一八年六月三十日

		二零一八年 六月 三十日 (未經審核) 附註 人民幣千元	二零一七年 十二月 三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	11	149,678	153,095
預付租賃款項		50,052	51,414
生物資產	12	4,639	2,903
		<u>204,369</u>	<u>207,412</u>
流動資產			
存貨		246,809	257,744
貿易應收賬款	13	81,757	85,388
按金及預付款項		14,392	5,575
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		160,092	153,647
		<u>511,324</u>	<u>510,628</u>
流動負債			
貿易應付賬款	14	6,931	11,847
其他應付款項及預提費用		25,155	44,775
稅項負債		9,961	9,961
		<u>42,047</u>	<u>66,583</u>
流動資產淨值		<u>469,277</u>	<u>444,045</u>
總資產減流動負債		<u>673,646</u>	<u>651,457</u>
資本及儲備			
股本		17,624	17,624
儲備		580,806	563,073
本公司擁有人應佔權益		598,430	580,697
非控股權益		75,216	70,760
權益總額		<u>673,646</u>	<u>651,457</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零一八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附錄16的適用披露規定編製。

2. 主要會計政策

除下列所述者外，截至二零一八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二零一七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。

應用新訂香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）及其修訂

於本中期期間，本集團已首次應用以下由香港會計師公會頒佈且於二零一八年一月一日或之後開始的年度期間強制生效的新訂香港財務報告準則及其修訂，以供編製本集團之簡明綜合財務報表：

香港財務報告準則第9號	金融工具
香港財務報告準則第15號	來自客戶合約的收益及相關修訂
香港（國際財務報告 詮釋委員會）—詮釋第22號	外幣交易及預付代價
國際財務報告準則第2號之修訂	以股份支付交易之分類及計量
香港財務報告準則第4號之修訂	與香港財務報告準則第4號保險合約一併應用的 香港財務報告準則第9號金融工具
香港會計準則第28號之修訂	作為二零一四至二零一六年週期香港財務報告準則之 年度改進的一部分
香港會計準則第40號之修訂	轉讓投資物業

新訂香港財務報告準則及其修訂乃根據各自準則及修訂之相關過度條文應用，其導致下文所述會計政策、所呈報金額及／或披露之變動。

2.1 應用香港財務報告準則第15號來自客戶合約的收益對會計政策之影響及變動

本集團於本中期期間首次應用香港財務報告準則第15號。香港財務報告準則第15號取代香港會計準則第18號*收益*、香港會計準則第11號*建設合約*及相關詮釋。

本集團已追溯應用香港財務報告準則第15號，而首次應用此準則之累計影響乃於首次應用日期（二零一八年一月一日）確認。於首次應用日期之任何差異乃於期初累積虧損（或權益之其他組成部分（倘適當））確認，而毋須重列比較資料。因此，若干比較資料可能無法比較，原因是比較資料乃根據香港會計準則第18號*收益*、香港會計準則第11號*建設合約*及相關詮釋編製。

2.2 應用香港財務報告準則第9號對會計政策之影響及變動

於本期間，本集團已應用香港財務報告準則第9號*金融工具*及其他香港財務報告準則隨之發生的相關修訂。香港財務報告準則第9號引入下列各項之新規定：1) 金融資產與金融負債的分類和計量；2) 金融資產及其他項目（如合約資產及應收租賃款項）之預期信用損失（「預期信用損失」）；及3) 一般對沖會計。

本集團已根據香港財務報告準則第9號所載的過渡條文，向於二零一八年一月一日（首次應用日期）尚未終止確認的工具以及向於二零一八年一月一日已終止確認並無應用規定的工具，追溯應用香港財務報告準則第9號（即應用分類及計量規定（包括減值））。於二零一七年十二月三十一日之賬面值與於二零一八年一月一日之賬面值之間的差異乃於期初保留溢利確認，而毋須重列比較資料。

因此，若干比較資料可能無法比較，原因是比較資料乃根據香港會計準則第39號*金融工具：確認和計量*編製。

於二零一八年一月一日，本公司董事根據香港財務報告準則第9號，使用毋需過度成本或努力即可獲得的合理及可支持的資料，審核及評估本集團的現有按攤銷成本計量之金融資產是否減值。

於二零一八年一月一日，額外之信貸損失撥備人民幣478,000元已於累計損失確認。額外之損失撥備於貿易應收款項扣除。

3. 收益

銷售貨品的收入在客戶取得貨品控制權時確認，而本集團現有付款權利，亦有可能收回代價。

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
截至二零一八年六月三十日						
止六個月(未經審核)						
來自外部客戶的分類收益	<u>30,905</u>	<u>26,154</u>	<u>47,961</u>	<u>26,930</u>	<u>28,538</u>	<u>160,488</u>
分類溢利	<u>9,996</u>	<u>7,561</u>	<u>12,668</u>	<u>7,099</u>	<u>7,201</u>	<u>44,525</u>
截至二零一七年六月三十日						
止六個月(未經審核)						
來自外部客戶的分類收益	<u>16,048</u>	<u>14,085</u>	<u>24,158</u>	<u>12,663</u>	<u>14,090</u>	<u>81,044</u>
分類溢利	<u>(4,386)</u>	<u>(2,443)</u>	<u>(4,581)</u>	<u>(2,938)</u>	<u>(3,354)</u>	<u>(17,702)</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	
	二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元
分類溢利(虧損)總額	44,525	(17,702)
未分配金額：		
生物資產公平值變動	1,736	1,559
其他企業收入	54	244
其他企業支出	<u>(23,648)</u>	<u>(25,273)</u>
綜合除稅前溢利(虧損)	<u>22,667</u>	<u>(41,172)</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
於二零一八年六月三十日 (未經審核)						
分類資產	<u>16,991</u>	<u>13,183</u>	<u>27,277</u>	<u>9,578</u>	<u>14,728</u>	<u>81,757</u>
分類負債	<u>4,578</u>	<u>4,019</u>	<u>7,613</u>	<u>4,244</u>	<u>4,476</u>	<u>24,930</u>
於二零一七年十二月三十一日 (經審核)						
分類資產	<u>20,720</u>	<u>11,726</u>	<u>23,764</u>	<u>9,493</u>	<u>19,685</u>	<u>85,388</u>
分類負債	<u>4,955</u>	<u>4,020</u>	<u>7,931</u>	<u>3,831</u>	<u>4,814</u>	<u>25,551</u>
				於二零一八年 六月 三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一七年 十二月 三十一日 (經審核) 人民幣千元	
資產						
分類資產總額				81,757	85,388	
其他未分配金額						
物業、廠房及設備				149,678	153,095	
預付租賃款項				52,775	54,137	
生物資產				4,639	2,903	
存貨				246,809	257,744	
按金及預付款項				14,392	5,575	
可收回稅項				5,551	5,551	
銀行結餘及現金				160,092	153,647	
綜合資產總額				715,693	718,040	
負債						
分類負債總額				24,930	25,551	
其他未分配金額						
貿易應付賬款				6,931	11,847	
其他應付款項及預提費用				225	19,224	
稅項負債				9,961	9,961	
綜合負債總額				42,047	66,583	

主要產品產生之收入

以下為本集團主要產品產生之收入分析。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元
甜葡萄酒	87,264	47,886
干葡萄酒	65,581	28,103
白蘭地	3,786	2,839
其他	3,857	2,216
	<u>160,488</u>	<u>81,044</u>

5. 其他收入、收益及虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
銀行利息收入	54	244
撇銷物業、廠房及設備虧損	-	(4)
	<u>54</u>	<u>240</u>

6. 融資成本

成本指銀行借貸產生之利息。

7. 除稅前溢利(虧損)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元
除稅前溢利(虧損)已扣除(計入)下列項目：		
確認為開支的存貨成本	79,170	45,238
撇銷存貨(計入銷售成本)	-	804
物業、廠房及設備折舊	5,393	5,673
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>
廣告及推廣開支(計入銷售及分銷開支)	<u>2,048</u>	<u>36,661</u>

8. 稅項

於截至二零一八年及二零一七年六月三十日止六個月，本集團運用若干未動用稅項虧損抵銷即期稅項開支。由於未來利潤流不可預測，因此並無確認遞延稅項資產。

9. 每股盈利(虧損)

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利(虧損)乃根據以下數字計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一八年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元
盈利(虧損)		
本公司擁有人應佔期內盈利(虧損)及用以計算每股基本及攤薄盈利(虧損)的盈利(虧損)	<u>18,211</u>	<u>(39,592)</u>
		於二零一八年 及二零一七年 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(虧損)而言之普通股加權平均數		<u>2,013,018,000</u>

截至二零一七年六月三十日止六個月，計算每股攤薄虧損不會假設本公司之購股權獲行使，原因為購股權獲行使會導致每股虧損減少。

截至二零一八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，原因為購股權行使價高於於截至二零一八年六月三十日止六個月的每股平均市場價。

10. 股息

本公司於截至二零一八年及二零一七年六月三十日止期間，並無向本公司普通股股東派付或建議派付股息，亦自報告期結束以來並無派付任何股息。

11. 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
於二零一八年一月一日（經審核）	153,095
添置	1,976
期內折舊	<u>(5,393)</u>
於二零一八年六月三十日（未經審核）	<u>149,678</u>

12. 生物資產

生物資產（指種植結果植物葡萄）於本期間的變動概述如下：

	人民幣千元
於二零一八年一月一日（經審核）	2,903
生物資產之公平值變動	<u>1,736</u>
於二零一八年六月三十日（未經審核）	<u>4,639</u>
於二零一七年一月一日（經審核）	2,687
生物資產之公平值變動	<u>1,559</u>
於二零一七年六月三十日（未經審核）	<u>4,246</u>

於兩個期間內，並無收穫任何農產品。所有葡萄通常於每年的八月至十一月進行採收。截至二零一八年及二零一七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。

13. 貿易應收賬款

本集團授予其貿易客戶30至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 二零一八年 六月 三十日 (未經審核) 人民幣千元	於 二零一七年 十二月 三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30天	27,528	56,001
31至60天	29,710	29,387
61至90天	24,519	—
	<u>81,757</u>	<u>85,388</u>

減值資產的詳情載於附註14。

14. 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 二零一八年 六月 三十日 (未經審核) 人民幣千元	於 二零一七年 十二月 三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30天	4,094	9,171
31至60天	2,837	2,676
	<u>6,931</u>	<u>11,847</u>

採購原材料的平均信貸期介乎兩至三個月不等。

15. 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。

授出日期	於二零一八年 六月三十日之尚未 行使購股權數目	行使期	行使價
二零一六年五月九日	99,300,000份 (二零一七年 十二月三十一日： 99,300,000份)	二零一六年五月九日至 二零二一年五月八日	0.263港元

下表披露本公司於本中期期間根據該計劃授出的全部購股權的變動：

參與者類別	授出日期	於 二零一八年 一月一日尚 未行使	於本期間 內授出	於本期間 內失效/註銷	於本期間 內行使	於 二零一八年 六月三十日 尚未行使
一名董事	二零一六年五月九日	16,550,000	-	-	-	16,550,000
僱員	二零一六年五月九日	82,750,000	-	-	-	82,750,000
總計		99,300,000	-	-	-	99,300,000

管理層討論及分析

行業概覽

中國國家統計局公佈二零一八年上半年國內生產總值較上年同期增長6.8%¹，國內經濟總體延續了穩中向好的發展趨勢，符合市場預期。中國經濟已進入消費升級加速期，使得消費結構向更高層次轉化。而消費升級對葡萄酒市場而言，意味著消費者在追求品質更好、價格較高的葡萄酒。

目前，中國估計有近四千萬的葡萄酒習慣飲用者²。隨著國內消費者趨向年輕化，中產階級和富裕階層不斷擴大，飲用葡萄酒的習慣人數繼續上升。中國消費者正在快速走向成熟，中產階級和富裕階層對葡萄酒的認知和普及率提高，葡萄酒的態度觀念亦有所改變。從以往飲用葡萄酒主要是商務應酬或社交需要，逐漸變為出於對自身健康的需要，消費者品牌意識也日漸增強。

根據中國葡萄酒市場白皮書數據顯示，受到進口葡萄酒的衝擊，截至二零一七年為止，國產葡萄酒產量已經繼二零一三年以來錄得連續5年產量下滑³。在進口葡萄酒總額逐年增加，加上中國政府於二零一八年五月一日開始調低進口貨物增值稅稅率，國產葡萄酒在國內市場承受一定的壓力。進口葡萄酒近年逐漸轉向中、低端市場，與國內葡萄酒競爭更形強烈，部份國內葡萄酒生產商轉向將產品推向中、高端，避免與進口的低端產品直接割價競爭。此外，轉向中、高端市場亦有利於國內葡萄酒生產商提升彼等經營利潤率。

二零一八年上半年中國酒類進口量為133.6萬千升，同比增長38.1%⁴。中國的葡萄酒消費市場仍以紅葡萄酒為主流，佔總銷售額九成以上。這與歐洲等成熟的葡萄酒市場不同，該等國家的靜態葡萄酒中，紅葡萄酒的消費佔比約為54%⁵。隨著生活水平的提高和中產階級的崛起，中國的葡萄酒消費群體和消費量也在不斷增長，據 Vinexpo（波爾多葡萄酒暨烈酒展覽會）和 IWSR（國際葡萄酒及烈酒研究所）估計⁶，中國葡萄酒市場在未來5年時間裡，平均每年將增長超過30%。

¹ http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201807t20180717_1610160.html

² <http://www.lookvin.com/article/news/detail-48518.html>

³ http://epaper.21jingji.com/html/2018-03/20/content_82209.htm

⁴ <http://s.askci.com/news/chanxiao/20180726/1503201126858.shtml>

⁵ <http://www.winechina.com/html/2018/02/201802293722.html>

⁶ <http://www.lookvin.com/article/news/detail-47668.html>

財務回顧

於截至二零一八年六月三十日止六個月內，集團業績錄得顯著改善，並且相比去年度同期轉虧為盈。集團的理想業績主要得益於主要產品甜葡萄酒及乾葡萄酒的銷量及銷售收入的大幅增長；加上甜葡萄酒的毛利率較去年同期明顯提升，令到集團整體毛利錄得可觀增長。另一方面，集團繼續加強成本控制及提升營運效益，令集團實現於回顧期內錄得淨利潤。

截至二零一八年六月三十日止六個月，本集團收益較去年同期上升約98%至人民幣160,488,000元。整體毛利為人民幣60,387,000元，而集團毛利率受惠於收益上升而上調至約37.6%。回顧期內，本公司擁有人應佔溢利為人民幣18,211,000元，而去年同期則錄得虧損人民幣39,592,000元。回顧期內，每股基本及攤薄盈利約為人民幣0.9分（二零一七年同期：每股基本及攤薄虧損人民幣2.0分）。

下列表格說明期內本集團毛利、毛利率及比較：

	截至六月三十日止六個月		與去年同期 相比變化
	二零一八年	二零一七年	
總體毛利 (人民幣千元)	60,387	25,269	+ 139.0%
總體毛利率	37.6%	31.2%	+ 6.4個百分點

回顧期內，集團的銷售及分銷開支較去年同期大幅下調65%至人民幣15,796,000元；而廣告及推廣開支更同比下調94%至人民幣2,048,000元。這兩項支出的大幅減少，有利於提升集團的整體營運效益，促使集團於回顧期內錄得溢利。

截至二零一八年六月三十日止六個月，集團兩個生產基地合共產出7,032噸各類產品，同比增加75%。由於產出增加，集團於回顧期內，銷售成本總計為人民幣100,101,000元，比去年同期上升約79.5%。其中於銷售成本中佔比最大的原材料成本增加約78.7%至人民幣71,908,000元。

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，原材料成本總額佔本集團銷售成本總額約72%。

下表載列本集團於二零一八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		轉變百分比
	二零一八年 人民幣千元	二零一七年 人民幣千元	
原材料成本總額	71,908	40,241	79%
生產間接費用	8,011	4,998	60%
消費稅及其他稅項	20,182	10,536	92%
銷售成本總計	<u>100,101</u>	<u>55,775</u>	79%

經營回顧

國內經濟趨向穩定發展，加上中國中產階級的迅速崛起，推動了葡萄酒普及化，令葡萄酒消費成為生活一部份。就國內葡萄酒消費模式而言，葡萄酒消費已經更加大眾化並可以負擔，亦開始從高端、昂貴及奢侈招待品牌轉移，集團在回顧期內繼續全力推展以針對普羅大眾日常消費需要為主要對象的中、低端葡萄酒產品，並且加強迎合年輕消費群的網絡推廣及個性化的營銷方式。這種有別於以往以高薪聘請代言人及大額投放於傳統廣告平台的推廣模式，不單為集團節省可觀的市場推廣成本，並且從集團業績證明，創新的銷售模式有效推動集團主要產品的銷售增長。

集團為「中國葡萄酒行業十大品牌」之一，深受行業及消費者認同。於回顧期內，集團的產品品質進一步獲得業內認可，繼「通天北冰紅冰酒」於去年獲得「帕耳國際有機葡萄酒大賽」金獎最高分及「通天白冰葡萄酒」在首屆「中國通化杯國際甜葡萄酒大賽」榮獲銀獎後，集團的「通天白冰葡萄酒2015」在今年5月亦榮獲「2018布魯塞爾葡萄酒大獎賽」中國產區銀獎。

於回顧期內，集團繼續集中資源於中、低價格葡萄酒產品，針對大眾化市場的銷售，同時加強對市場認可度較高的中端乾葡萄酒產品的推廣。

集團的甜葡萄酒毛利率於回顧期內顯著提升，同比增加接近10個百分點至34.9%。甜葡萄酒銷售佔集團的二零一八年上半年總收益的54.4%，集團的乾葡萄酒於回顧期內毛利率為41.3%，同比輕微上升。這產品於上半年的銷售佔比則為40.9%，這兩種產品共佔二零一八年上半年總收益的95.3%，比去年同期輕微上升。回顧期內，白蘭地和其他酒類產品如白酒和冰酒於二零一八年上半年的收入各佔總收益比重約2.3%和2.4%。回顧期內，集團的葡萄酒產品種類共145款。

產品產量及銷售

本集團位於吉林省通化與山東煙台白洋河之生產設施於回顧期內分別產出4,897噸及2,135噸產品。

本集團於回顧期內銷售總量比去年同期上升約63.4%至7,938噸，集團整體產量相對去年同期大幅上升。二零一七年年底葡萄酒行業稍有抬頭趨勢，集團為加大產品宣傳、提高消費者認知度實行買贈活動，刺激消費群體，經過二零一七年下半年的促銷活動，使集團產品在消費者心中得到認可，有助期內銷售明顯提升。產品平均每噸售價與去年同期相比上升約21.2%至人民幣20,219元，這亦是帶動集團整體毛利上升的其中一個原因。在各種酒類產品中，以其他酒類包括冰酒和白酒平均每噸售價最高，平均每噸售價達人民幣70,204元；而銷量最高的甜葡萄酒和乾葡萄酒平均每噸售價分別為人民幣16,743元和人民幣26,778元。

本集團主要通過經銷商將本集團的葡萄酒產品分銷予第三方零售商，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終端消費者及其他代理經銷商出售及分銷產品。

截至二零一八年六月三十日，本集團的產品通過分佈於中國20個省、3個自治區和3個直轄市的107名經銷商出售，這數目比去年同期略有增加，期內，集團根據經銷商的表現，淘汰績效較低的經銷商，同時亦新增一定數目經銷商，以優化其銷售網絡。

地域市場表現

下表載列本集團各地域市場二零一八年上半年及二零一七年上半年的收益分佈：

	二零一八年 上半年	二零一七年 上半年
東北地區	19%	20%
華北市場	16%	17%
華東地區	30%	30%
西南地區	18%	17%
中南地區	17%	16%

以地域收入而言，華東地區於回顧期內繼續為集團的最大市場，其收入達人民幣47,961,000元，佔總收益比重的30%，比去年同期上升約99%。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，葡萄酒消費於該地區市場較為普及，但該地區由於消費力集中競爭亦較其他地區更為激烈。

東北地區為吉林通化生產基地所在，於回顧期內的收入為人民幣30,905,000元，佔總收益的比重為19%，比去年同期上升約93%，為集團第二大市場。由於集團產品在當地獲得較高的認受性及具有品牌效應，東北市場業務表現相對穩定。

華北市場收入於回顧期內為人民幣26,154,000元，該區於總收益佔比為16%。西南地區的收入為人民幣28,538,000元，並佔總收益比重的18%。中南地區的收入為人民幣26,930,000元，並佔總收益比重的17%。

經營指標回顧

存貨週轉日數

集團於期末的存貨週轉日數為571日，較去年同期的1,161日大幅下降，主要由於二零一八年上半年銷售增長，令存貨週轉期有所減少。

貿易應收賬款週轉日數

於二零一八年六月三十日，本集團貿易應收賬款週轉日數為94日，貿易應收賬款則較期初減少至人民幣81,757,000元。

產品經營分析

下表載列本集團各酒類產品於二零一八年上半年及二零一七年上半年的收益分佈：

	二零一八年		二零一七年		變幅百分比
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月		
	收益	佔總收益的	收益	佔總收益的	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	
甜葡萄酒	87,264	54%	47,886	59%	82%
乾葡萄酒	65,581	41%	28,103	35%	133%
白蘭地	3,786	2%	2,839	3%	33%
其他酒類	3,857	3%	2,216	3%	74%
總計	160,488	100%	81,044	100%	98%

甜葡萄酒

截至二零一八年六月三十日止六個月，甜葡萄酒持續為本集團產量及銷量最大的產品，該產品二零一八年上半年銷售收入為人民幣87,264,000元，比去年同期上升82%，而其毛利貢獻則上升151.7%至人民幣30,488,000元，此產品毛利貢獻佔集團整體毛利50.5%。回顧期內，集團的甜葡萄酒銷售收入增長主要得益於集團為加大產品宣傳、提高消費者認知度實行「買贈」營銷活動，刺激消費群體，經過二零一七年下半年的促銷活動，集團產品取得消費者認可，有助整體銷售上升。期內，集團進一步調整產品結構，淘汰毛利較低的品種，同時亦開發了相對毛利較高的品種，使甜葡萄酒的綜合毛利有所上漲，該產品銷售上升，亦帶動其毛利率較去年同期提升接近10個百分點。

乾葡萄酒

乾葡萄酒於回顧期內的銷售收入為人民幣65,581,000元，比去年同期大幅上升133%，而其毛利上升137%至人民幣27,070,000元。乾葡萄酒銷售收入同比增長主要由於消費者對乾型葡萄酒的認知度隨著生活水平的提高，口感上的適應，對低糖、健康餐飲的追求，令其對乾型葡萄酒的需求有所增加。於回顧期內，乾葡萄酒的毛利貢獻佔總毛利比重44.8%，與去年佔比相約。

白蘭地

回顧期內，本集團於白蘭地產品的銷售收入為約人民幣3,786,000元；毛利率為25.8%。該類產品佔總體毛利的比重約1.6%。

其他產品

集團的其他產品，含高檔的冰酒和白酒。冰酒屬高端產品，近幾年為迎合市場需求，集團進一步開發了中端的冰酒。期內，加大對中端冰酒的推銷力度，受到市場的歡迎，而銷售量上升令此分項銷售收入同比有所增長。本集團的冰酒於二零一八年上半年度銷售收入為人民幣2,642,000元，毛利率則為48.1%。回顧期內其他酒類合計佔本集團總體毛利的比重為3.1%。

業務前景

全球最大的兩個經濟體中國與美國的貿易戰不斷升溫，兩國之間相互限制對方的產品進口，或大幅提升關稅，成為影響全球的經濟發展最大障礙。另一方面，美國政府與歐盟所訂定關於關稅及減少貿易壁壘的協議也未能釋除歐洲社會對美國保護主義的疑慮。上述的不明朗因素對於國內的消費市場將造成一定的心理壓力。

國內今年開始減低葡萄酒進口稅率，將對國內葡萄酒生產商造成進一步衝擊。國產葡萄酒的產出則連續五年下跌。於二零一七年，國產葡萄酒在國內市場的佔比為約61%，而進口葡萄酒的數量則以15%幅度增長。由於近年進口葡萄酒數量快速增長，當中也包括為數不少的劣質葡萄酒或廉價代工葡萄酒。國內消費者經過數年的體驗之後，對葡萄酒消費亦漸趨向成熟，不再片面迷信進口酒的品質一定比國產酒好。近年國內的葡萄酒品質亦不斷提升。以通天酒業為例，集團的冰紅葡萄酒就曾分別獲得國際有機葡萄酒大賽及亞洲葡萄酒質量大賽的金獎。

國內葡萄酒的消費群已由高端的公費宴客轉向由中產階級及八、九十年代出生的年輕一代主導。這消費群有一定的國際視野，在葡萄酒消費方面，更注重性價比。因應這類消費群的消費動機、需求，品牌也隨之開始出現分化，企業的營銷策劃和零售方向也要隨著市場步伐而同步改變。

隨著國產酒品質的提高，以及消費需要的多樣化越見明顯，特別是消費者從入門級走向進階級的過程中，對產品的要求會不斷提高，市場將會出現個性化細分，國產葡萄酒也會迎來更好的發展機遇。同時，國產葡萄酒要守住並開拓市場，質量穩定和提升的工作亦非常重要，保證產品的質量安全，逐漸建立消費者對國產葡萄酒的質量信任乃至忠誠度。為配合消費者對產品個性化的要求，集團將繼續透過系統化品牌建設及推廣，加強目標消費群對集團產品的認知和認同，同時將進一步推廣其檔次及售價較高的冰酒及酒莊酒。

集團為開發自身高端產品而成立的吉林通天酒莊，已完成調試，計劃於今年逐步投產。集團將利用該酒莊的優勢，由葡萄種植到釀製整合配套，出產具品牌特色的國產中、高端產品，自營中、高端葡萄酒酒莊亦有利於進一步加強品牌建設。通天酒莊的年產能為500噸，集團將因應市場對酒莊出產精品自主品牌產品的反應，有序調整產量。

集團亦積極利用自身在東北地區的人脈及資源優勢，尋求實現業務於相關領域多元化發展。集團正進一步探討投資於具有效益的農業項目的可行性，期望充分利用本身的地域及行業資源優勢，擴闊集團的業務範圍和收入來源。

財務管理和財資政策

本集團的收入、開支、資產及負債絕大部分以人民幣（「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年度經營所得的內部現金流來撥資業務運作。於二零一八年六月三十日，本集團的現金及現金等價物大部分以人民幣計值，約為人民幣160,092,000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二零一八年六月三十日止六個月支付任何中期股息（二零一七年同期：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行為守則。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。

審核委員會審閱

本期間的中期業績乃未經審核及未經本公司核數師審閱。

本公司審核委員會（現由全體獨立非執行董事組成，包括林曉波先生、黎志強先生及楊強先生，而林曉波先生為主席）已經與本公司管理層一同審閱本集團採納的會計政策及常規及本集團於本期間的未經審核簡明綜合財務報表。

於本公司及聯交所網站公佈中期業績

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本期間中期報告，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，二零一八年八月二十四日

於本公佈日期，執行董事為王光遠先生、張和彬先生及王麗君女士，而獨立非執行董事為黎志強先生、林曉波先生及楊強先生。

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。