

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



Dynasty Fine Wines Group Limited 王朝酒業集團有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：828)

截至二零二一年十二月三十一日止年度 全年業績公告

財務摘要

- 收入增長28%至約為306,000,000港元(二零二零年：238,700,000港元)。
- 毛利翻倍至約為121,900,000港元(二零二零年：60,100,000港元)。
- 歸屬於本公司所有者的溢利約為32,800,000港元(二零二零年：116,400,000港元，包括酒堡及相關設施出售的非經常性收益淨額(除稅後)約183,700,000港元及根據僱員改革計劃向僱員支付賠償約26,700,000港元)。
- 每股基本盈利為2.63港仙(二零二零年：9.32港仙)。

王朝酒業集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)謹此公告本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)按下文附註2所載準則編製的截至二零二一年十二月三十一日止年度的經審計綜合業績，連同截至二零二零年十二月三十一日止年度之比較數字如下：

綜合收益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
來自客戶合同的收入	3	305,950	238,673
貨品銷售成本	4	(184,019)	(178,554)
毛利		121,931	60,119
分銷成本	4	(48,428)	(53,456)
管理費用	4	(51,801)	(75,696)
金融資產的減值損失淨額		655	(613)
其他收入、其他收益及虧損－淨額	5	7,973	246,732
經營溢利		30,330	177,086
財務收益	6	2,702	1,143
財務費用	6	(77)	(107)
財務收益－淨額	6	2,625	1,036
除所得稅前溢利		32,955	178,122
所得稅費用	7	(20)	(62,430)
年內溢利		32,935	115,692
溢利歸屬於：			
本公司所有者		32,811	116,378
非控制性權益		124	(686)
		32,935	115,692
		港仙	港仙
歸屬於本公司所有者的每股溢利			
－每股基本及攤薄盈利	9	2.63	9.32

綜合全面收益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
年內溢利	32,935	115,692
其他綜合收益：		
可能重新分類至損益的項目		
外幣折算差額	<u>9,438</u>	<u>16,739</u>
年內綜合收益總額	<u><u>42,373</u></u>	<u><u>132,431</u></u>
年內綜合收益總額歸屬於：		
—本公司所有者	41,721	132,014
—非控制性權益	<u>652</u>	<u>417</u>
	<u><u>42,373</u></u>	<u><u>132,431</u></u>

綜合資產負債表

於二零二一年十二月三十一日

		於十二月三十一日	
		二零二一年	二零二零年
	附註	千港元	千港元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		73,993	70,835
使用權資產		19,826	21,460
於一家聯營公司的投資		—	—
遞延所得稅資產		—	—
		<hr/>	<hr/>
非流動資產總值		93,819	92,295
流動資產			
應收賬款	10	13,801	29,124
應收票據	11	8,581	13,897
其他應收款項	10	5,637	9,064
預付款項	10	29,126	2,728
存貨		250,565	257,315
現金及現金等價物		196,808	182,541
		<hr/>	<hr/>
流動資產總值		504,518	494,669
資產總值		598,337	586,964

綜合資產負債表(續)

於二零二一年十二月三十一日

	附註	於十二月三十一日	
		二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
負債			
非流動負債			
租賃負債		<u>757</u>	<u>2,094</u>
流動負債			
應付賬款	12	99,333	94,531
合同負債	13	53,882	96,242
其他應付及應計款項	12	184,524	174,182
或有負債撥備	14	487	2,738
租賃負債		<u>1,824</u>	<u>2,020</u>
流動負債總額		<u>340,050</u>	<u>369,713</u>
負債總額		<u>340,807</u>	<u>371,807</u>
權益			
歸屬於本公司所有者之權益			
股本		124,820	124,820
其他儲備		1,169,365	1,160,455
累計虧損		<u>(1,054,790)</u>	<u>(1,087,601)</u>
歸屬於本公司所有者之資本及儲備		239,395	197,674
非控制性權益		<u>18,135</u>	<u>17,483</u>
權益總額		<u>257,530</u>	<u>215,157</u>
權益及負債總額		<u><u>598,337</u></u>	<u><u>586,964</u></u>

1 一般資料

本公司於二零零四年七月二十九日在開曼群島根據開曼群島公司法註冊成立為一間獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands，而其主要辦事處位於香港灣仔軒尼詩道139號中國海外大廈十六樓E及F室。

本公司為一間投資控股實體，而附屬公司之主要業務為生產及銷售葡萄酒產品。

本公司在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

2 主要會計政策概要

編製該等綜合財務報表時所採用的主要會計政策載列如下。除非另有指明外，所呈列之所有年度均貫徹應用該等政策。

2.1 編製基準

(i) 遵守香港財務報告準則及香港公司條例

本公司綜合財務報表乃按照所有適用的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)及香港公司條例(第622章)(「香港公司條例」)的披露要求編製。

(ii) 歷史成本法

財務報表乃按照歷史成本法編製。

(iii) 本集團採用的新準則及準則修訂

本集團在二零二一年一月一日開始的年報期間首次採用了下列修訂：

- 利率基準改革—第2階段—《香港財務報告準則第9號》、《香港會計準則第39號》、《香港財務報告準則第7號》、《香港財務報告準則第4號》及《香港財務報告準則第16號》之修訂

本集團亦選擇提前採用下列準則修訂：

- 香港財務報告準則二零一八年至二零二零年之年度改進
- 與從單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項—《香港會計準則第12號》之修訂；及
- 二零二一年六月三十日後Covid-19相關租金減免。

上述修訂對過往期間確認的金額並無任何影響，且預計不會對當前或未來期間產生重大影響。

(iv) 本集團尚未採用的新準則及解釋公告

本集團並未提前採用已發佈但在截至二零二一年十二月三十一日止的報告期間尚未生效的新會計準則及解釋公告。該等準則預計在當期或未來報告期間不會對主體及可預見的未來交易產生重要影響。

3 分部資料

根據本集團的內部報告，主要營運決策者從產品角度考慮業務，並已確定經營分部為紅葡萄酒、白葡萄酒及主要與銷售起泡葡萄酒、白蘭地及冰葡萄酒有關的所有其他產品。執行董事根據毛利評估經營分部的表現。本集團的所有收入均來自外部客戶。

	紅葡萄酒 千港元	白葡萄酒 千港元	其他 千港元	總計 千港元
二零二一年				
來自客戶合同的收入	<u>156,113</u>	<u>123,534</u>	<u>26,303</u>	<u>305,950</u>
毛利	<u>57,226</u>	<u>58,413</u>	<u>6,292</u>	<u>121,931</u>
存貨減值撥備	(870)	(688)	(146)	(1,704)
折舊	(3,241)	(2,564)	(546)	(6,351)
金融資產的減值損失撥回	<u>335</u>	<u>264</u>	<u>56</u>	<u>655</u>
二零二零年				
來自客戶合同的收入	<u>154,935</u>	<u>77,005</u>	<u>6,733</u>	<u>238,673</u>
毛利	<u>37,846</u>	<u>23,678</u>	<u>(1,405)</u>	<u>60,119</u>
存貨減值撥備	(3,959)	(1,967)	(172)	(6,098)
折舊	(6,741)	(3,351)	(293)	(10,385)
金融資產的減值損失	<u>(398)</u>	<u>(198)</u>	<u>(17)</u>	<u>(613)</u>

分部毛利總額與除所得稅前溢利總額對賬如下：

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
呈報分部毛利	121,931	60,119
分銷成本	(48,428)	(53,456)
管理費用	(51,801)	(75,696)
金融資產的減值損失淨額	655	(613)
其他收入、其他收益及虧損－淨額	<u>7,973</u>	<u>246,732</u>
經營溢利	30,330	177,086
財務收益－淨額	<u>2,625</u>	<u>1,036</u>
除所得稅前溢利	<u>32,955</u>	<u>178,122</u>

3 分部資料(續)

- (a) 各呈報分部的資產及負債總金額並非定期提供予主要經營決策者。
- (b) 年內，以下三位外部客戶(二零二零年：無)貢獻超過本集團總收入之10%。該些收入歸屬於紅葡萄酒及白葡萄酒分部。

	二零二一年 千港元
客戶甲	34,835
客戶乙	32,857
客戶丙	31,588

- (c) 本集團絕大多數銷售來自於中國。

4 按性質分類的開支

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
所用原材料及消耗品	114,554	100,307
製成品及在製品之變動	8,197	11,893
加工及組裝開支	-	425
廣告、市場推廣及其他推廣開支	15,819	11,084
按內銷額計算的消費稅及其他稅項	26,310	23,901
僱員福利開支(附註(a))	68,469	99,789
倉儲開支	1,531	2,903
運輸	8,572	9,237
差旅費	4,918	3,988
物業、廠房及設備折舊	3,632	7,162
使用權資產折舊	2,719	3,223
顧問及專業費用	4,128	4,972
經營租賃付款	95	393
維護費用	3,454	4,781
核數師酬金	2,651	2,532
存貨的減值撥備	1,704	6,098
其他開支	17,495	15,018
貨物銷售成本、分銷成本、管理費用總計	<u>284,248</u>	<u>307,706</u>

- (a) 本集團的附屬公司於二零二零年推行僱員改革計劃，導致終止僱傭合同及提前退休的補償金額分別為23,062,000港元及3,644,000港元。

5 其他收入、其他收益及虧損－淨額

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
政府補助	5,469	3,172
撥備可能付予僱員的賠償(附註14)	2,296	(630)
出售酒堡收益	–	246,136
就採購原酒的合同責任向供應商支付的彌償	–	(132)
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(347)	(1,092)
其他	555	(722)
	<u>7,973</u>	<u>246,732</u>

6 財務收益－淨額

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
財務收益－利息收入	2,702	1,143
財務費用－已付租賃負債利息	(77)	(107)
	<u>2,625</u>	<u>1,036</u>

7 所得稅費用

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
當期所得稅	20	27
遞延所得稅	–	–
	<u>20</u>	<u>27</u>
企業所得稅	20	27
土地增值稅(「土地增值稅」)(附註(a))	–	62,403
	<u>20</u>	<u>62,430</u>

(a) 土地增值稅

中國土地增值稅以銷售物業所得款項減去可扣除開支(包括土地使用權租賃費用及所有物業開發開支)的土地增值按介乎30%至60%的累進稅率徵收，並於收益表內列作所得稅費用。

8 股息

於二零二一年及二零二零年概無宣派或派付股息。

9 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃以下各項相除後計算：

- 歸屬於本公司所有者之溢利，
- 財務年度內發行的普通股加權平均數。

	二零二一年	二零二零年
歸屬於本公司所有者之溢利(千港元)	<u>32,811</u>	<u>116,378</u>
已發行普通股加權平均數(以千計)	<u>1,248,200</u>	<u>1,248,200</u>
歸屬於本公司普通股權益持有人之溢利(港仙)	<u>2.63</u>	<u>9.32</u>

(b) 每股攤薄盈利

由於本集團於截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度並無攤薄工具，故截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度，本集團每股攤薄盈利等於其每股基本盈利。

10 應收賬款、其他應收款項及預付款項

(a) 應收賬款

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
來自客戶合同應收賬款	34,858	48,668
應收賬款壞賬撥備	<u>(21,057)</u>	<u>(19,544)</u>
應收賬款－淨額	<u>13,801</u>	<u>29,124</u>

本集團授予客戶90日(二零二零年：90日)的信用期。應收賬款的賬齡分析如下：

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
最多90天	1,035	22,158
逾期30天以上	13,134	6,472
逾期90天以上	321	909
逾期270天以上	<u>20,368</u>	<u>19,129</u>
	<u>34,858</u>	<u>48,668</u>

本集團應收賬款的賬面值主要以人民幣計值。

10 應收賬款、其他應收款項及預付款項(續)

(a) 應收賬款(續)

(i) 應收賬款的公允價值

由於流動應收賬款屬短期性質，其賬面值被視作與其公允價值相同。

(ii) 應收賬款

本集團應用《香港財務報告準則第9號》的簡化方法計量預期信用損失，其就所有應收賬款使用存續期預期損失撥備。於本年度內，損失撥備增加1,513,000港元至21,057,000港元。

(b) 其他應收款項

該等款項通常源自本集團日常經營活動以外之交易。當還款期限超過六個月時，則可能會按商業利率收取利息。本集團一般不會收取抵押品。

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
將予抵扣稅款	3,570	4,470
預付員工現金	329	349
已付保證金	100	3,790
其他應收款項	2,995	3,980
	<u>6,994</u>	<u>12,589</u>
減：其他應收款項的損失撥備	<u>(1,357)</u>	<u>(3,525)</u>
	<u>5,637</u>	<u>9,064</u>

(c) 預付款項

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
向下列各方支付預付款項		
– 第三方	28,685	2,305
– 關聯方	441	423
	<u>29,126</u>	<u>2,728</u>

11 應收票據

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
銀行承兌票據	<u>8,581</u>	<u>13,897</u>

於二零二一年十二月三十一日，數額為8,581,000港元的應收票據為到期日在6個月內的銀行承兌票據(二零二零年：數額為6,768,000港元及7,129,000港元，到期日分別在6個月及12個月內)，此等項目分類為以公允價值計量且變動計入其他綜合收益的金融資產。

12 應付賬款、其他應付款項及應計款項

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
應付賬款	<u>99,333</u>	<u>94,531</u>
其他應付款項及應計款項		
– 促銷支出應計費用	55,735	35,327
– 應付本公司一名股東款項(附註(a))	42,404	42,404
– 其他應付稅費	13,665	19,283
– 應付工資	32,635	14,457
– 其他	<u>40,085</u>	<u>62,711</u>
	<u>184,524</u>	<u>174,182</u>
	<u>283,857</u>	<u>268,713</u>

(a) 應付本公司一名股東款項與二零零四年以來累計應付若干董事之酬金有關。應付股東款項為無抵押、免息且無固定還款期。

(b) 應付賬款及其他應付款項之賬面值因其短期的性質而被視作與其公允價值相同。

(c) 根據發票日期，應付賬款(包括應付關聯方交易性質的款項)的賬齡分析如下：

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
0至30日	22,000	55,031
31日至90日	6,886	592
91日至180日	820	149
超過180日	<u>69,627</u>	<u>38,759</u>
	<u>99,333</u>	<u>94,531</u>

13 合同負債

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
從經銷商取得之預收款	<u>53,882</u>	<u>96,242</u>

14 或有負債撥備

	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
撥備可能支付僱員的賠償	<u>487</u>	<u>2,738</u>

截至本公告日期，三名員工針對本公司附屬公司終止勞動合同的仲裁仍在進行中，董事認為潛在賠償金額不大可能高於490,000港元(二零二零年：2,740,000港元)。

管理層討論及分析

概覽

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的收入增長28%至306,000,000港元(二零二零年-238,700,000港元)，而本公司所有者應佔本集團溢利減少至32,800,000港元(二零二零年-116,400,000港元)。

根據年內已發行股份加權平均數1,248,000,000股(二零二零年-1,248,000,000股)計算，每股本公司股份(「股份」)盈利為每股2.63港仙(二零二零年-每股9.32港仙)。截至二零二一年十二月三十一日止年度並無潛在攤薄股份。

二零二一年本公司所有者應佔溢利減少，主要是由於確認二零二零年一月完成的酒堡及相關設施出售(「出售事項」)的收益(除土地增值稅後)約183,700,000港元。剔除有關出售事項的非經常性收益以及因二零二零年實施僱員改革計劃而向員工支付的非經常性賠償約26,700,000港元，截至二零二零年十二月三十一日止年度經調整綜合虧損約為41,300,000港元。本集團從經調整綜合虧損中扭虧為盈，取得年度綜合溢利，受惠於中高端葡萄酒產品銷售增加及毛利率改善。

財務回顧

收入

本集團的收入指銷售葡萄酒產品所得款項。本集團的收入總額由二零二零年的約238,700,000港元增長28%至二零二一年的約306,000,000港元。收入增長主要由於產品銷量顯著增長，尤其是產品組合優化後中高端葡萄酒產品銷量增長，以及年內若干升級和定制產品市場價格上漲。二零二一年下半年，隨著中國部分地區發生洪水和暴雨以及更多零星COVID-19病例再次出現，對消費意欲產生不利影響，本集團的收入增長較本年度上半年有所放緩。

年內，本集團「王朝」品牌旗下紅葡萄酒及白葡萄酒產品的平均出廠售價上升。由於中國消費者偏好紅葡萄酒，本集團的紅葡萄酒產品定價可以較高，故本集團紅葡萄酒的平均出廠售價一般高於其白葡萄酒。

二零二一年，售出的葡萄酒總瓶數增加至約11,900,000瓶(二零二零年-約9,900,000瓶)。紅葡萄酒的銷售繼續為本集團的主要收入來源，佔本集團全年收入的約51%(二零二零年-65%)，但白葡萄酒的銷售是本集團收入的增長動力，同比增長約60%，受益於若干升級白葡萄酒產品的平均售價上漲以及抓住年內乾白葡萄酒市場的增長。

貨品銷售成本

下表載列年內貨品銷售成本(扣除存貨減值撥備之影響前)的主要部分：

	二零二一年 %	二零二零年 %
原料成本		
— 葡萄及葡萄汁	46	44
— 酵母及添加劑	2	2
— 包裝材料	21	20
— 其他	1	1
總原料成本	70	67
製造間接開支	19	23
消費稅及其他稅項	11	10
總銷售成本	100	100

本集團生產葡萄酒產品所需的主要原材料包括葡萄及葡萄汁、酵母、添加劑及包裝材料(包括酒瓶、瓶蓋、標籤、木塞及包裝箱)。年內，葡萄及葡萄汁成本為銷售成本的主要組成部分，佔本集團總銷售成本約46%，與二零二零年度的約44%相比，年內主要因葡萄及葡萄汁採購價格上升而有所增加。

製造間接開支主要包括折舊、物料、公用設施費用、維修及保養開支、生產與相關部門的薪金及有關員工開支，以及生產相關的其他開支。年內，製造間接開支佔銷售成本的百分比與二零二零年相比減少，乃主要由於生產精細化及維修及保養開支和物料使用下降所致。

毛利率

利潤率乃根據包括消費稅在內的銷售成本及銷售總額計算。整體毛利率從二零二零年的25%大幅提升至二零二一年的40%，主要是由於若干升級定制紅葡萄酒及白葡萄酒產品的平均售價較二零二零年有所上升、以及產品銷售結構改善和生產精細化所致。

於二零二一年，紅葡萄酒產品及白葡萄酒產品的毛利率分別為37%及47%(二零二零年—分別為24%及31%)。

其他收入、其他收益及虧損－淨額

其他收入、其他收益及虧損主要包括出售事項收益、與企業發展有關的政府補助和對僱員的潛在賠償的撥備。

根據以人民幣400,000,000元(相當於446,500,000港元)代價的出售事項，出售事項於二零二零年一月二十三日完成，因此出售事項的收益淨額(扣除土地增值稅前)246,100,000港元於二零二零年確認。

截至二零二一年十二月三十一日止年度的其他收入、其他收益及虧損指收益淨額8,000,000港元(二零二零年－約246,700,000港元)。收益淨額下降主要是由於出售事項為一次性交易，因此年內並無有關出售事項收益。

分銷成本

分銷成本主要包括廣告及市場推廣開支、有關葡萄酒產品銷售的倉儲費用、銷售及市場部門的薪金及相關員工開支以及其他相關開支。年內，分銷成本佔本集團收入的約16%(二零二零年－22%)。分銷成本與收入的比率下降是由於優化倉庫使倉儲費用減少及二零二零年根據僱員改革計劃使員工成本減少。年內，本集團繼續透過與當地經銷商合辦一系列宣傳活動、平面及戶外廣告、葡萄酒晚宴、品酒活動、數碼通訊、贊助活動及展覽，有效推廣及營銷其品牌和產品。本集團將確保其宣傳策略乃針對市場動態和競爭。

管理費用

管理費用包括行政部、財務部和人力資源部人員的薪金及相關員工開支、法律及專業費用、折舊與攤銷開支、減值撥備以及其他相關管理費用。

年內，管理費用佔本集團收入的百分比約為本集團收入的17%(二零二零年－32%)。比例下降的主要原因是二零二零年實施僱員改革計劃導致向僱員非經常性支付賠償。剔除該非經常性支付後，管理費用較二零二零年仍有下降，主要是由於有效成本控制措施及二零二零年僱員改革計劃實施後員工成本下降。

財務收益－淨額

年內，財務收益淨額有所增加，主要是由於銀行利息收入較二零二零年有所增加。

所得稅費用

由於本集團於兩個年度均無於香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港稅項計提撥備。

根據中華人民共和國企業所得稅法(「**企業所得稅法**」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司之稅率為25%。

中國企業所得稅按估計應課稅溢利計提撥備，該溢利乃基於根據適用於中國營運之附屬公司的相關所得稅法計算。

中國土地增值稅以銷售物業所得款項減去可扣除開支(包括土地使用權租賃費用及所有物業開發開支)的土地增值按介乎30%至60%的累進稅率徵收。所得稅費用減少主要是由於年內與出售事項有關的土地增值稅。

現金流量

於二零二一年，本集團已加強現金流量管理，本集團的現金流入主要來自經營活動。

經營活動現金流量由二零二零年的約12,100,000港元微增至二零二一年的約12,600,000港元，主要是由於利息收入增加所致。

投資活動的現金流出淨額由二零二零年的約2,400,000港元增加至二零二一年的約4,600,000港元，主要是由於年內購置機器及改善設施所致。

融資活動現金流出淨額由二零二零年的約2,800,000港元減少至二零二一年的約2,100,000港元，主要歸因於年內租賃付款減少。

財務管理與資本運作政策

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的收入、費用、資產及負債主要以人民幣計量。營運資金已存放在經認可財務機構作為短期存款(以人民幣、美元或港元計量)。本公司於宣派股息時亦將以港元派付股息(如有)。本公司並無就外匯風險進行任何對沖或運用其他衍生產品。儘管本集團目前的營運並不會產生任何重大外匯風險，本集團將會繼續密切監察外幣動向，並採納適當的審慎措施。

本集團一直保持充裕的財務資源及現金淨額狀況，本集團並無借貸及因此面對的利率波動財務風險微不足道。

本集團投資政策的目的是在於確保無指定用途資金的投資，在滿足資本需求和確保流動資金的前提下，得到切實可行的最大回報。

業務回顧

銷售分析

A) 分銷

截至二零二一年十二月三十一日止年度，收入上升主要由於：

- (a) 隨著新型冠狀病毒肺炎(「COVID-19」)疫情於中國受控，政府放寬對消費場所的限制，消費場景及消費意欲恢復，以及經濟增長而令銷售復甦；然而，由於洪水和暴雨的出現以及中國若干地區更多零星的COVID-19病例再次出現，使得經濟復甦放緩，這對二零二一年下半年的消費意欲產生了不利影響；
- (b) 與去年銷售相比，受到年內品牌及產品升級後銷售組合改善使中高端葡萄酒產品銷售上升的拉動；及
- (c) 受益於年內本集團的銷售團隊加強與經銷商合作及經銷商亦於節慶前進貨，這也體現了營銷改革後的階段性成果。

於年內，本集團繼續實施營銷改革，以及落實產品和渠道策略。在產品策略方面，本集團構建了滿足不同消費場景、覆蓋全品類、全主流價位的優質產品組合，實現與「5+4+N產品戰略」相匹配的優化產品佈局，以充分挖掘消費市場的潛力。在渠道策略方面，本集團加強其宣傳，特別是自二零二一年三月起冠名高鐵列車，投放網絡媒體廣告，增加產品和品牌曝光度，強化品牌形象。此外，本集團著力拓展分銷渠道，包括煙酒專賣店、商超、餐飲、社群圈層。在夯實傳統銷售渠道的基礎上，本集團亦通過靈活的互動形式和主題性參與活動、意見領袖推廣、內容營銷等打通社群圈層，實現渠道的多元化和互通互聯。同時，本集團將進一步落實「萬千百工程」，目標在20,000家商店中展示，舉辦1,000次品酒活動並組織100次回廠遊，持續推進終端網絡建設工作。

王朝於二零二一年繼續落實以市場需求為導向的「5+4+N產品戰略」及隨後完成組織架構升級：「5」代表五大主線系列，即乾化系列、七年藏系列、梅鹿輒系列、經典系列及暢銷系列，實現產品的全主流價位段覆蓋；「4」代表四大優勢品類，即乾紅葡萄酒、乾白葡萄酒、白蘭地及起泡酒，增加市場的縱向佔有率；而「N」代表N項需求定制，滿足中國消費者的多元化需求。二零二一年，王朝調整產品、銷售渠道和營銷佈局，取得顯著成效。

本集團亦於二零二一年一月舉行了首場白蘭地系列新品招商品鑒會，以及於二零二一年四月參加了在成都舉行的第104屆全國糖酒商品交易會(春季糖酒會)，期間集團大力推廣其全系列的最新產品矩陣。本集團亦於二零二一年十月中旬在天津舉辦與第105屆全國糖酒商品交易會(秋季糖酒會)相關系列活動。這些活動包括參加秋季糖酒會、組織「酒先知」葡萄酒展會、王朝廠區開放日、國家級技術中心新址落成剪綵儀式、王朝乾化葡萄酒和王朝白蘭地以及世界頂級葡萄酒品酒活動。這些活動得到經銷商的熱烈響應。

本集團以「王朝」品牌產銷超過100種葡萄酒產品，迎合中國葡萄酒市場不同消費者群的各項需求和喜好，其中以大眾市場產品為主。年內，本集團推出高端新品—王朝辛丑牛年生肖紀念乾紅葡萄酒，將高端品質與中國生肖文化相融合，引領「國潮風」。於二零二一年六月，王朝典藏系列第二代赤霞珠乾紅葡萄酒煥新上市，價格覆蓋大眾消費主流價格帶，適合全渠道零售，此次升級統一了設計風格，提升了辨識度。在二零二一年十月舉行的新營銷模式與戰略發布會上，王朝推出了兩款主打入門級產品價位、面向年輕消費者的新品系列，分別是「甘如飴」及「怡色」。前者以白葡萄酒為主，開啟了集團產品年輕化戰略的新篇章。

此外，本集團亦透過於中國的現有分銷網絡，銷售主要自法國、意大利、澳大利亞、智利及美國進口之外國品牌葡萄酒，以帶入部分傳統「舊世界」以及「新世界」品種，迎合偏愛外國高檔葡萄酒口味消費者的專門市場。本集團目前精簡銷售約50種進口葡萄酒產品，其品牌數量約10個。

本集團相信，隨著中期消費者的財富及可支配收入增加以及國潮風興起，會穩定助益王朝國產葡萄酒的需求量。

B) 網上銷售

本集團與經銷商鞏固合作關係以於電商平台經營在線商店銷售產品，例如京東商城、天貓商城及拼多多，以及通過新零售平台全面創新品牌、品類、業務體系、流程和模式，包括微博、RED(小紅書app)、Kuai(快手app)及TikTok(抖音app)。通過這些付出，將促進本集團的品牌傳播，使其可繼續獲得主流消費群體和同類人群的關注，並提高本集團面向年輕消費者的產品的有效市場滲透率。本集團亦成立電商團隊，積極培養電商直播人才，進一步拓展銷售渠道，建立新客戶群。

本集團策略性地計劃並繼續為未來改善網上銷售渠道投入資源，優化在線商店界面，以捕捉中國客戶消費行為的變化。年內，除現有電商平台特供產品之外，本集團亦不斷為直播等新興營銷渠道開發新產品，同時加強網上銷售舊產品的價格管理。本集團相信線上平台不僅是本集團與消費者之間的企業對客戶交易平台，亦是品牌新增的市場推廣及宣傳渠道，因此網上平台應可提升本集團的整體業務潛力。

研究及技術

二零二一年十月，王朝國家級技術中心新址隆重舉行落成剪綵儀式，該中心於二零二零年獲批設立博士後工作站。該工作站初次研究特色玫瑰香酵母的篩選，藉以釀造更醇厚可口的葡萄酒。王朝的技術中心於二零二一年還成立了釀酒和品酒工作室。迄今為止，工作室已開展五輪葡萄酒介紹和品鑒活動，涵蓋花果酒、起泡酒、白葡萄酒、紅葡萄酒和白蘭地。這些活動進一步拓寬了工作室員工的專業素養，使王朝員工對葡萄酒產品有了更深入的了解，從而提高其技術和新產品開發能力。國家級技術中心新址落成，將進一步推動集團新產品、新釀酒工藝的研發。

葡萄或葡萄汁供應

生產優質葡萄酒主要取決於充足而優質的葡萄或葡萄汁的供應。目前，本集團有十多個長期的主要葡萄汁供應商，主要位於天津、河北、寧夏及新疆等地區。本集團優先處理如何確保本集團擁有可靠的優質葡萄及葡萄汁供應以應對本集團業務增長帶來的生產需要，因此，本集團繼續與種植葡萄的業務夥伴積極合作，致力擴大現有葡萄園與提高規模經濟效益，以及於葡萄園配備先進技術以保證質量。對於超級和極級優質葡萄酒，通過限制產量從而提供更高質量的葡萄和葡萄汁。至於優化供應網絡，本集團亦一直物色符合質量標準的新供應商，並於發出訂單前對葡萄汁進行測試，該等程序保證本集團獲得優質葡萄及葡萄汁供應，亦盡量減低因收成不理想而中斷生產的影響。

二零二零年十一月與天津食品集團有限公司(「天津食品」)訂立採購框架協議後，從天津食品採購葡萄及葡萄汁(包括原酒)，不僅可以保持葡萄及葡萄汁(包括原酒)的質量穩定，亦可縮短本集團的交貨時間以及運輸及倉儲成本。此外，天津食品將繼續在葡萄採摘及壓榨過程中遵循本集團提供的指引及建議，可確保葡萄汁(包括原酒)的質量符合本集團的標準。

產能

於二零二一年十二月底，本集團的全年產能保持在50,000噸(二零二零年—50,000噸)。該產能足以讓本集團迅速響應市場需求，並為可持續盈利增長提供平台。

展望及未來計劃

展望二零二二年，本集團將聚焦產品品質，重塑消費場景，努力引導市場消費，同時繼續將王朝打造成為中國葡萄酒的代表品牌，將其葡萄酒打造成為標誌性產品。本集團將蓄勢待發，在復興之路上乘勢而上，引領中國葡萄酒的發展。

本集團亦將積極推進「5+4+N產品戰略」，升級產品並進行市場基礎建設。本集團將堅定不移地迎合消費需求，創新我們的葡萄酒系列。同時，我們將加大品牌投入，激發品牌活力，以及推進主要產品發展，穩步提質，控價增質，將王朝美酒風尚帶給更多的中國消費者。

未來，為順應行業發展趨勢，王朝將加強在大眾市場和中端產品以及面向年輕消費者的產品的佈局。我們還將拓展分銷渠道，力爭在未來三年內佈局100,000家終端店，拓展1,000家經銷商，並大力開拓新零售平台，從而抓住日益增長的年輕消費市場的機遇，並力求屆時實現年銷售額超過人民幣10億元的目標。

此外，王朝將從「新」出發，從三方面搶佔年輕消費群體市場。首先是「新產品」。王朝將推出口味較甜和易飲口感的產品，包裝更將呈現年輕化和中國風。二是「新渠道」。在堅持將製造、分銷和零售業務融為一體的同時，王朝將繼續關注於即飲渠道、啤酒銷售渠道和商業與客戶端餐飲渠道。三是「新價格」。王朝將更加重視中端到大眾市場的年輕細分市場，為其新產品定價。此外，王朝也注意到乾白葡萄酒的巨大增長空間，因為它們的消費量遠低於中國乾紅葡萄酒的消費量。因此，本集團將大力發展具有較強優勢的乾白葡萄酒系列。

由於中國出現COVID-19零星病例，本集團業務可能受到進一步防控措施的影響，若無其他不可預見的市場情況，本集團目前預計，本集團二零二二年全年收入將保持穩健增長。

截至二零二一年十二月三十一日止年度後至本公告日期，概無發生重大事件。

人力資源管理

優質及盡心盡力的員工是本集團最寶貴的資產。本集團致力於增強員工凝聚力，策勵彼等認同並一致為本集團完成企業目標作出貢獻。為此，本集團為香港及中國各級員工制定了具競爭力、符合市場慣例及行業水準的薪酬方案，並提供各種附加福利，包括培訓、醫療、保險及退休福利。本集團致力於員工培訓及發展，以支持業務及個人需要，鼓勵員工參與外部專業技術研討會及修讀其他培訓計劃及課程，有助員工提升技術知識及技能，加強彼等的市場洞察力及提高其商業觸覺。本集團已根據地方法律、市場狀況、行業慣例及本集團目標的實現情況以及員工個人表現檢討及調整人力資源及薪酬政策，尤其是以表現為基礎的花紅獎勵。

於二零二一年十二月三十一日，本集團在香港和中國共聘用231名員工(包括董事)(二零二零年—258名)。截至二零二一年十二月三十一日止年度，薪金及有關成本總額(包括董事袍金及根據僱員改革計劃向僱員支付的賠償)約為68,500,000港元(二零二零年—99,800,000港元)。年內減少人手主要原因是二零二零年實施僱員改革計劃，精簡優化人員和業務單位結構。

流動資金及財務資源

由於本集團繼續採取審慎的財務資源管理政策，故本集團的流動資金及財務狀況維持穩健。於二零二一年十二月三十一日，本集團的現金及短期存款為196,100,000港元(二零二零年—182,100,000港元)。有關增長主要由於匯率變動對現金及現金等價物的影響。其充裕的資源及充足的現金狀況，可滿足業務發展、經營及資本開支的營運資金需求。新投資機會(如有)的所需資金將由本集團內部資源或股份發行所得款項撥付。

資本結構

於二零二一年十二月三十一日，本集團擁有現金及流動資金196,100,000港元(二零二零年—182,100,000港元)，這些反映了其健全的資本結構。本集團預計其現金足以支持其在可見未來的營運及資本開支需要。

本集團亦以負債資產比率為基準控制資本。於二零二一年十二月三十一日，本集團的負債資產比率(負債總額除以資產總值，以百分比表示)約為57%(二零二零年—63%)。本集團的負債資產比率下降並維持在健全水平。

於二零二一年十二月三十一日，本公司的市值約為505,500,000港元(二零二零年—約636,600,000港元)。

資本承擔、或有負債及資產抵押

於二零二一年十二月三十一日，年末並無已訂約但尚未產生的資本開支(二零二零年一無)，亦無作出任何資產抵押。

本集團的或有負債乃有關勞動仲裁(見附註14)。

重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於截至二零二一年十二月三十一日止年度，除了上海一家非全資擁有及非主要的附屬公司清算完成外，本集團並無附屬公司、聯營公司或合營企業的任何重大收購或出售。

主要風險及不明朗因素

以下為本集團面對的主要風險及不明朗因素，此處未能詳列所有因素，除下列主要風險範疇外，亦可能存在其他風險及不明朗因素。本集團將進一步完善對風險的管理，並對以下風險密切監控並尋求積極的應對措施：

1. 市場風險

本集團的活動令其面臨各種金融風險：市場風險(包括匯兌風險及利率風險)、信用風險及流動性風險。本集團整體風險管理計劃注重金融市場的不可預測性及尋求盡量降低對本集團財務表現之潛在不利影響。

2. 商業風險

本集團面臨來自葡萄酒行業國內外公司的各種競爭，亦發現若干進口葡萄酒競爭對手進入市場，而本地競爭者則以較低售價及仿冒酒搶佔市場。為維持競爭力，本集團繼續提升品牌價值、產品質量並加強研發，以推出新產品或別具一格的新產品，如節慶特色產品，以豐富產品組合；及以入門級產品價位為核心，面向年輕消費者的產品系列，開啟了本集團產品年輕化戰略的新篇章。

3. 營運風險

因本集團的生產線已使用多年，若干機器逐漸老化，導致生產力下降。倘不能有效解決產能下降的問題，可能會影響本集團的銷售計劃。為滿足客戶需求，生產部門不斷研究生產線的技術升級並引進合適設備以令本集團保持較高的生產水平。

本集團業務須受規管各項事宜的廣泛法律及法規所規限。尤其是，本集團運營之持續性視乎遵守適用環境、健康及安全以及其他法規而定。本集團的內部律師協助識別、監控及提供支持以識別及管理法律層面的法律風險及適時尋求外部法律顧問。

4. 經銷商／客戶流失

經銷商／客戶流失會對本集團的業務產生不利影響。本集團與經銷商／客戶及市場保持密切聯繫及竭力向彼等交付高品質葡萄酒以迎合彼等購買意向及滿意度。

環保政策及表現

本集團充分認識到在整個業務經營過程中環境可持續性發展的重要性。作為一個負責任的企業，本集團透過謹慎管理污染物排放、能源消耗及用水量，包括設立或升級供暖鍋爐、節能變壓器、擴建污水處理站及其他舉措，致力於確保對環境影響最小化。本集團透過提升僱員對節能及高效使用能源的意識促進環保，旨在減少能源消耗及節省成本，此舉有益於環境且符合本集團的商業目標。

遵守法律及法規

董事會重視本集團有關遵守法律及監管要求的政策及常規。本集團委聘外部法律顧問，以確保本集團之交易及業務乃於適用的法律框架內進行。相關僱員及經營單位會不時獲悉適用法律、規則及法規之更新資料。本集團繼續遵守相關法律及法規，例如《公司條例》(香港法例第622章)、聯交所證券上市規則(「上市規則」)以及其他適用的法律法規。根據可得資料，董事認為，截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團並無知悉任何未遵守相關法律法規而對本集團產生重大影響之情況。

股息

董事並不建議就截至二零二一年十二月三十一日止年度向本公司股東(「股東」)派付任何末期股息。

購買、出售或贖回股份

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何股份。

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之標準守則(「標準守則」)作為董事進行證券交易的守則。本公司已向全體董事進行特別查詢，而彼等已確認截至二零二一年十二月三十一日止整個年度一直遵守標準守則內有關董事進行證券交易的規定。

遵守企業管治守則及企業管治報告

本公司於截至二零二一年十二月三十一日止年度已遵守上市規則附錄14所載企業管治守則及企業管治報告(「守則」)守則條文。現有常規會定期檢討，以配合企業管治的最新常規。

審核委員會

截至二零二一年十二月三十一日止年度，審核委員會由三名獨立非執行董事組成，各成員均擁有豐富的核數、法律事宜、商業、會計、企業內部控制及監管事宜經驗。審核委員會已與本公司核數師共同審閱本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的財務報表；及討論有關本集團的內部控制及風險管理系統之事宜。

審閱業績公告

本集團的核數師，羅兵咸永道會計師事務所已就本業績公告中有關本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的綜合資產負債表、綜合收益表、綜合全面收益表及相關附註所列數字與本集團該年度的經審計綜合財務報表所列載數額核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》、《香港審閱準則》或《香港鑒證準則》而執行的鑒證業務，因此羅兵咸永道會計師事務所並未對業績公告發出任何鑒證意見。

於本公司及聯交所網站刊載全年業績及年度報告

本公司將在本公司網站(www.dynasty-wines.com)及聯交所網頁登載上市規則附錄16規定的本全年業績公告。本公司截至二零二一年十二月三十一日止年度之年度報告(當中載有上市規則附錄16所規定的本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度之詳細業績及其他資料)將適時寄發予股東及刊載於本公司網站(www.dynasty-wines.com)及聯交所網頁。本公司將適時另行刊發公告。

股東週年大會

股東週年大會(「股東週年大會」)通告將於本公司網站及聯交所網頁刊載及於釐定下屆股東週年大會召開日期之後適時寄發予股東。

致謝

藉此機會，董事會主席衷心感謝董事會成員的支持，並表揚他們的英明領導和熱忱貢獻。

董事會主席也要向尊貴股東、客戶、經銷商、葡萄種植者、供應商、業務夥伴及多年來支持我們的所有其他持份者，衷心表示感謝。

最後，董事會主席謹此衷心致謝曾在本年度不懈努力、發揮團隊精神的全體員工和管理層團隊。

承董事會命
主席
萬守朋先生

香港，二零二二年三月二十九日

於本公告日期，董事會包括三名執行董事萬守朋先生、李廣禾先生及黃滿友先生；三名非執行董事Heriard-Dubreuil Francois先生、王正中先生及Robert Luc先生；以及三名獨立非執行董事張國旺博士、楊鼎立先生及孫如暉先生。