

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，概不對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。



卫龙美味全球控股有限公司
WEILONG Delicious Global Holdings Ltd
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號：9985)

截至2024年12月31日止年度之
全年業績公告

2024年全年業績摘要

- 總收入為人民幣6,266.3百萬元，同比上升28.6%；
- 毛利為人民幣3,016.1百萬元，同比上升29.9%；
- 毛利率為48.1%，同比上升0.4個百分點；
- 年內利潤為人民幣1,068.1百萬元，同比上升21.3%；
- 每股基本盈利為人民幣0.46元，同比上升21.1%；
- 建議派發末期股息每股普通股人民幣0.11元，建議派發特別股息每股普通股人民幣0.18元；
- 中期股息每股普通股人民幣0.16元已於2024年10月派發。

卫龙美味全球控股有限公司(「本公司」或「卫龙美味」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)截至2024年12月31日止年度(「本年度」或「報告期」)之按《國際財務報告準則》會計準則編製的合併業績，連同截至2023年12月31日止相應年度(「上年度」)的比較數字。

合併損益表

截至2024年12月31日止年度

	附註	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
來自客戶合同的收入	3	6,266,326	4,871,666
銷貨成本	3, 6	(3,250,194)	(2,548,983)
毛利		3,016,132	2,322,683
經銷及銷售費用	6	(1,026,306)	(806,709)
管理費用	6	(491,005)	(458,927)
金融資產減值收益淨額		36	386
其他收入淨額	4	76,980	43,470
其他收益／(虧損)淨額	5	(174,820)	2,810
經營利潤		1,401,017	1,103,713
融資收入	7	179,470	197,085
融資成本	7	(19,234)	(21,526)
融資收入淨額	7	160,236	175,559
所得稅前利潤		1,561,253	1,279,272
所得稅費用	8	(493,146)	(398,918)
年內利潤		1,068,107	880,354
以下各方應佔利潤：			
—本公司擁有人		1,068,512	880,354
—非控股權益		(405)	—
本公司擁有人應佔利潤的每股盈利 (人民幣元)			
每股基本盈利	9	0.46	0.38
每股攤薄盈利	9	0.46	0.38

合併綜合收益表

截至2024年12月31日止年度

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
年內利潤	1,068,107	880,354
其他綜合收益		
可重新分類至損益的項目：		
換算海外業務的匯兌差額	7,862	(3,755)
不可重新分類至損益的項目：		
換算本公司的匯兌差額	34,753	46,961
年內其他綜合收益，扣除稅項	42,615	43,206
年內綜合收益總額	1,110,722	923,560
以下各方應佔年內綜合收益總額：		
— 本公司擁有人	1,111,143	923,560
— 非控股權益	(421)	—

合併財務狀況表

2024年12月31日

		12月31日	
		2024年	2023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		1,205,219	1,100,998
使用權資產		474,100	460,829
商譽		4,269	–
其他無形資產		17,219	19,980
初始期限為三個月以上的定期存款		2,879,414	2,570,023
遞延所得稅資產		22,224	22,683
其他非流動資產		60,270	4,343
		<u>4,662,715</u>	<u>4,178,856</u>
非流動資產總值			
流動資產			
貿易及其他應收款項及預付款項	11	253,353	211,531
存貨		878,262	419,893
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產		–	122,820
受限制現金		–	166
初始期限為三個月以上的定期存款		1,546,366	1,594,087
現金及現金等價物		841,717	526,193
		<u>3,519,698</u>	<u>2,874,690</u>
流動資產總值			
資產總值		<u>8,182,413</u>	<u>7,053,546</u>

合併財務狀況表(續)

2024年12月31日

		12月31日	
		2024年	2023年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
負債			
非流動負債			
借款		176,015	178,960
租賃負債		19,826	8,930
遞延收入		154,324	158,407
遞延所得稅負債		125,807	93,362
非流動負債總額		475,972	439,659
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	826,627	662,744
合同負債及退款負債		597,310	206,343
即期所得稅負債		53,510	33,258
借款		212,945	1,980
租賃負債		9,619	3,692
流動負債總額		1,700,011	908,017
負債總額		2,175,983	1,347,676
資產淨值		6,006,430	5,705,870
權益			
股本		155	155
其他儲備		2,009,487	2,680,382
留存盈利		3,987,709	3,025,333
本公司擁有人應佔權益		5,997,351	5,705,870
非控股權益		9,079	—
權益總額		6,006,430	5,705,870
權益及負債總額		8,182,413	7,053,546

合併財務報表附註

2024年12月31日

1. 一般資料

本公司於2018年7月6日根據開曼群島法律第22章《公司法》(1961年第3號法例，經合併及修訂)於開曼群島註冊成立為豁免有限公司。其註冊辦事處位於Maples Corporate Services Limited的辦事處(地址為PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands)。

本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要在中華人民共和國(「中國」)從事辣味休閒食品的生產和銷售。

本公司的最終控股公司為和和全球資本有限公司。最終控制方為劉衛平先生及其弟弟劉福平先生(「控股股東」)，彼等亦分別為本公司董事會主席及執行董事。

本公司股份已於2022年12月15日以首次公開發售(「首次公開發售」)方式在香港聯合交易所有限公司主板上市(「上市」)。

2.1 編製基準

合併財務報表乃按照國際會計準則及常務詮釋委員會頒佈的適用於根據《國際財務報告準則》會計準則進行報告的公司的《國際財務報告準則》會計準則及詮釋編製。財務報表符合國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的《國際財務報告準則》會計準則。合併財務報表根據歷史成本慣例進行編製，並通過對以公允價值計量且其變動計入當期損益的若干金融資產重新估值進行修改。除另有說明外，該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列及四捨五入至最接近的千元。

2.2 會計政策及披露事項變動

本集團已就目前年度財務報表，首次採納下列經修訂《國際財務報告準則》會計準則。

《國際財務報告準則》第16號(修訂本)	售後租回的租賃負債
《國際會計準則》第1號(修訂本)	負債分類為流動或非流動(「2020年修訂本」)
《國際會計準則》第1號(修訂本)	附帶契諾的非流動負債(「2022年修訂本」)
《國際會計準則》第7號及	供應商融資安排
《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	

經修訂《國際財務報告準則》會計準則的性質及影響如下：

- (a) 《國際財務報告準則》第16號修訂本闡明賣方承租人在計量售後租回交易中產生的租賃負債時使用的要求，以確保賣方承租人不確認與其保留的使用權相關的任何收益或虧損金額。由於本集團自首次應用《國際財務報告準則》第16號之日起並無涉及可變租賃付款毋須取決於指數或利率的售後租回交易，故該等修訂本並無對本集團的財務狀況或表現產生任何影響。

- (b) 2020年修訂本澄清將負債分類為流動或非流動的規定，包括遞延結算權利的含義及遞延權利必須於報告期末存在。負債的分類不受實體行使其遞延結算權利的可能性的影響。該等修訂亦澄清，負債可以其本身的權益工具結算，且僅當可轉換負債的轉換選擇權本身作為權益工具入賬時，負債的條款才不會影響其分類。2022年修訂本進一步澄清，在貸款安排所產生的負債契諾中，只有實體必須於報告日期或之前遵守的契諾會影響該負債的流動或非流動分類。實體須於報告期後12個月內遵守未來契諾的情況下，就非流動負債作出額外披露。

本集團已重新評估其於2023年及2024年1月1日的負債條款及條件，並認為其負債分類為流動或非流動於首次應用該等修訂本後維持不變。因此，該等修訂本並無對本集團的財務狀況或表現產生任何影響。

- (c) 《國際會計準則》第7號及《國際財務報告準則》第7號修訂本闡明供應商融資安排的特點，並規定須就該等安排作出額外披露。該等修訂本的披露規定旨在協助財務報表使用者了解供應商融資安排對實體的負債、現金流量及流動資金風險的影響。由於本集團並無供應商融資安排，因此該等修訂本對本集團財務報表並無任何影響。

2.3 已頒佈但尚未生效的《國際財務報告準則》會計準則

本集團並未於該等財務報表中應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂《國際財務報告準則》會計準則。本集團擬於其生效時應用該等新訂及經修訂《國際財務報告準則》會計準則(如適用)。

《國際財務報告準則》第18號	財務報表的呈列及披露 ³
《國際財務報告準則》第19號	非公共受託責任的附屬公司：披露 ³
《國際財務報告準則》第9號及 《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	金融工具分類及計量的修訂 ²
《國際財務報告準則》第9號及 《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	依賴自然能源生產電力的合同 ²
《國際財務報告準則》第10號及 《國際會計準則》第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的 資產出售或投入 ⁴
《國際會計準則》第21號(修訂本)	缺乏可兌換性 ¹
《國際財務報告準則》會計準則 年度改進—第11卷	《國際財務報告準則》第1號、《國際財務報告準則》 第7號、《國際財務報告準則》第9號、《國際財務報 告準則》第10號及《國際會計準則》第7號的修訂 ²

¹ 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度／報告期間生效

⁴ 尚未確定強制生效日期，但可供採納

本集團現正評估首次應用該等新訂及經修訂準則的影響。《國際財務報告準則》第18號引入了關於損益表內呈報的新要求，包括指定的總計及小計。該準則亦要求於附註披露管理層定義的業績指標，並對財務資料的匯總及分類提出新要求。新要求預期將影響本集團的損益表呈列以及本集團財務表現的披露。迄今為止，本集團認為新訂及經修訂準則不大可能對本集團的經營業績及財務狀況產生重大影響。

3. 分部資料

本集團主要從事辣味休閒食品的生產及銷售。本集團的大部分收入及業務活動均於中國進行。

就管理目的而言，本集團按產品劃分業務單位，及擁有以下三個可呈報經營分部：

按產品類型劃分：

- 調味麵製品，主要包括大麵筋、小麵筋、麻辣棒、小辣棒、親嘴燒及麻辣麻辣
- 蔬菜製品，主要包括魔芋爽、風吃海帶及小魔女
- 豆製品及其他產品，主要包括香辣豆皮等

主要營運決策者（「主要營運決策者」）監察本集團各經營分部的業績，以作出有關資源分配及績效評估的決定。分部表現乃根據毛利評估。由於主要營運決策者並未為資源分配和績效評估而定期審查此類信息，因此未呈列對分部經營利潤的分析。分部資產及負債未呈列，因為主要營運決策者會集中審查資產及負債。因此，僅呈列分部收入和分部毛利。

分部收入及業績

以下是按可報告分部劃分的本集團收入與業績的分析。

	調味麵製品 人民幣千元	蔬菜製品 人民幣千元	豆製品及 其他產品 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至2024年12月31日止年度				
收入	2,667,081	3,370,552	228,693	6,266,326
銷售成本	(1,401,552)	(1,701,283)	(147,359)	(3,250,194)
毛利	<u>1,265,529</u>	<u>1,669,269</u>	<u>81,334</u>	<u>3,016,132</u>
	調味麵製品 人民幣千元	蔬菜製品 人民幣千元	豆製品及 其他產品 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至2023年12月31日止年度				
收入	2,549,244	2,118,519	203,903	4,871,666
銷售成本	(1,379,477)	(1,032,501)	(137,005)	(2,548,983)
毛利	<u>1,169,767</u>	<u>1,086,018</u>	<u>66,898</u>	<u>2,322,683</u>

(a) 區域資料

按客戶位置劃分的外部客戶的收入如下表所示：

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
中國	6,187,110	4,774,043
海外	<u>79,216</u>	<u>97,623</u>
	<u>6,266,326</u>	<u>4,871,666</u>

本集團的大部分可辨認的資產及負債均位於中國。

(b) 有關主要客戶的資料

於報告期間，概無來自本集團向單一客戶的收入達到本集團總收入的10%或以上。

(c) 收入分析如下：

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
來自客戶合同的收入		
銷售貨品	<u>6,266,326</u>	<u>4,871,666</u>

上述收入確認的時間點為於某個時間點履行了銷售及交付貨品的履約義務。

履約義務在貨品交付時即已履行，通常需要提前付款，但信貸期不超過90日的客戶除外。部分合同為客戶提供退貨權及批量折扣，其導致可變對價。

年初的所有合同負債結餘均於報告期間確認為收入。

本集團概無初始預計期限超過一年的收入合同，因此管理層已應用《國際財務報告準則》第15號項下的實際權宜方法，且截至報告期末並未被要求披露分配予未履行或部分履行的履約義務的交易價格總額。

4. 其他收入淨額

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
政府補助		
收入相關(a)	49,436	19,857
資產相關(b)	6,686	5,983
銷售廢料及原材料		
與廢料及原材料相關的所得收益	28,933	20,308
與廢料及原材料相關的成本	(9,422)	(4,684)
增值稅減免	1,347	2,006
	<u>76,980</u>	<u>43,470</u>

政府補助指從各政府部門獲得的補貼收入，作為對本集團在中國的若干附屬公司的激勵。

(a) 本集團已收到與收入相關的政府補助及補貼，以作為其對當地經濟增長所作貢獻的獎勵。該等與收入相關的補助在收到該等獎勵以及滿足與獎勵有關的相關條件(倘有)時於損益中確認。該等補助概無涉及任何未達成條件或或有事項。

(b) 本集團已收到與生產工廠投資相關的若干政府補助。與資產相關的補助在相關資產的使用年期內於損益中確認。

5. 其他收益／(虧損)淨額

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的		
公允價值收益／(虧損)	(120,061)	19,377
匯兌虧損淨額	(26,540)	(8,906)
物業、廠房及設備減值	(21,970)	(4,896)
出售物業、廠房及設備虧損	(6,109)	(245)
捐贈	(2,014)	(2,348)
出售其他無形資產虧損	(1,417)	—
其他	3,291	(172)
	<u>(174,820)</u>	<u>2,810</u>

(a) 年內公允價值虧損主要包括本集團自2021年起透過信譽良好的金融機構於財富管理基金(即「增強固定收益基金」)(「基金」)投資的公允價值變動。於2024年10月，本集團獲金融機構通知，該基金正在進行其自願清盤呈請，並已委任聯合臨時清盤人(「聯合臨時清盤人」)制定可行的重組計劃。董事經考慮聯合臨時清盤人評估報告認為，截至2024年12月31日，本集團於該基金的投資的公允價值不大可能悉數變現，公允價值減少人民幣125,488,000元已於截至2024年12月31日止年度的損益中確認。

6. 按性質劃分的費用

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
原材料消耗	2,581,344	1,922,757
成品、半成品及在途貨物存貨的變動	(65,432)	36,607
僱員福利費用	1,119,817	985,388
運輸費用	200,812	150,667
水電燃氣費用	148,255	99,995
推廣及廣告費用	280,456	213,970
其他稅項費用	64,432	50,242
折舊與攤銷	142,091	128,450
差旅費用	54,448	45,188
維修及保養	50,900	35,529
辦公費用	74,529	56,252
核數師酬金		
— 審計服務	4,000	3,800
— 非審計服務	1,557	980
短期租賃相關費用	17,853	17,833
專業費用	43,288	36,129
其他	49,155	30,832
銷貨成本、經銷及銷售費用及管理費用總額	<u>4,767,505</u>	<u>3,814,619</u>

7. 融資收入淨額

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
融資收入		
銀行利息	<u>179,470</u>	<u>197,085</u>
融資成本		
借款利息開支	(19,938)	(22,398)
租賃負債的融資成本	(719)	(648)
減：物業、廠房及設備中資本化的借款成本	<u>1,423</u>	<u>1,520</u>
	<u>(19,234)</u>	<u>(21,526)</u>
融資收入淨額	<u>160,236</u>	<u>175,559</u>

(a) 資本化借款成本

截至2024年12月31日止年度，釐定將予以資本化的借款成本金額時使用的資本化率為3.97%（2023年：3.97%），該等資本化率適用於本集團的借款。

8. 所得稅費用

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
即期稅項		
年內利潤的即期稅項	404,398	306,394
遞延所得稅		
遞延所得稅資產減少	2,684	32,380
遞延所得稅負債增加	86,064	60,144
遞延稅項費用總額	88,748	92,524
所得稅項費用	493,146	398,918

(a) 開曼群島所得稅

本公司根據開曼群島《公司法》在開曼群島註冊成立為豁免有限公司，並因而獲豁免繳納當地所得稅。

(b) 英屬維爾京群島利得稅

本公司在英屬維爾京群島的直接附屬公司為根據2004年英屬維爾京群島《公司法》註冊成立，並因而獲豁免繳納英屬維爾京群島所得稅。

(c) 香港利得稅

本公司並無就香港利得稅作出撥備。根據利得稅兩級制，本集團須於報告期間根據香港利得稅就首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%的稅率繳稅。本集團於報告期間須繼續就上述超過2,000,000港元的餘下應課稅利潤按16.5%的稅率繳稅。

(d) 中國企業所得稅

在中國註冊成立的企業須於整個報告期按25%的稅率繳納所得稅，惟豁免繳納下文所載稅項者除外。

於報告期，本集團的若干中國附屬公司符合小微企業資格，並有權享有5%的優惠企業所得稅稅率。

本集團的一家中國附屬公司被認定為「高新技術企業」，因此於截至2024年及2023年12月31日止年度期間享有15%的優惠所得稅稅率。該資格由中國相關稅務機關每三年審核一次。

本集團的若干中國附屬公司從事農業，並有權享有農產品免稅。

本集團的所得稅撥備已基於現行法規、詮釋及慣例，按報告期估計應課稅利潤的適用稅率計算。

(e) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據適用中國稅務法規，在中國成立的公司就2008年1月1日後取得的利潤向外國投資者分派的股息一般須繳納10%的預扣稅。若在香港註冊成立的外國投資者符合中國與香港簽訂的雙重稅收協定安排的條件及規定，相關預扣稅率將為5%。

於2024年12月31日，已就中國註冊成立的若干附屬公司將於可見未來分派之盈利而應支付之預扣稅確認遞延所得稅負債。於2024年12月31日，餘下產自2008年1月1日之未分派盈利金額為人民幣2,830,214,000元(2023年：人民幣2,889,370,000元)，未就此撥備預扣稅。

9. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利按本公司擁有人應佔利潤(不含除普通股外的任何維護權益費用)除以該年度內發行在外普通股的加權平均數計算。

	2024年	2023年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	1,068,512	880,354
發行在外普通股加權平均數(千股)	<u>2,312,789</u>	<u>2,309,771</u>
每股基本盈利(人民幣元)	<u>0.46</u>	<u>0.38</u>

或有可歸還(即可被召回)的發行在外普通股不被視為發行在外股份，且不計入每股基本盈利，直至股份不再可被召回之日為止。

截至2024年12月31日止年度，合共3,092,870份受限制股份單位(2023年：2,981,331份)根據受限制股份單位計劃的條款及條件獲歸屬，因此在計算自歸屬日期起的每股基本盈利時已計及該等股份的影響。

(b) 攤薄

每股攤薄盈利是在本年內所有可攤薄的潛在普通股被兌換的假設下，調整發行在外普通股的加權平均數後，根據本公司擁有人應佔利潤計算。

	2024年	2023年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	1,068,512	880,354
已發行普通股加權平均數(千股)	2,312,789	2,309,771
就下列各項作出調整：		
－受限制股份單位(千股)	<u>5,787</u>	<u>6,530</u>
每股攤薄盈利的發行在外普通股的經調整加權平均數(千股)	<u>2,318,576</u>	<u>2,316,301</u>
每股攤薄盈利(人民幣元)	<u>0.46</u>	<u>0.38</u>

10. 股息

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
截至2022年12月31日止年度已宣派末期及特別股息	–	564,276
截至2023年12月31日止年度已宣派末期及特別股息	493,741	–
截至2023年12月31日止年度已宣派中期股息	–	282,138
截至2024年12月31日止年度已宣派中期股息	376,183	–
	869,924	846,414

於2024年6月6日，本公司股東於股東週年大會批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派就截至2023年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.10元，末期股息總額為人民幣235,115,000元，及就截至2023年12月31日止年度的特別股息每股人民幣0.11元，特別股息總額為人民幣258,626,000元。

於2024年8月15日，本公司董事會於董事會議批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派截至2024年12月31日止年度的中期股息每股人民幣0.16元，中期股息總額為人民幣376,183,000元。

股息於2024年7月及10月支付，惟受限制股份單位計劃受託人持有的未歸屬股份的股息除外，金額為人民幣14,065,000元，持有人於受限制股份單位歸屬後將有權獲得股息權。

截至2024年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.11元，末期股息總額為人民幣258,626,000元，以及截至2024年12月31日止年度的特別股息每股人民幣0.18元，特別股息總額為人民幣423,206,000元，其將於應屆股東週年大會上提呈。該等財務報表並無反映該等應付股息。

11. 貿易及其他應收款項及預付款項

	12月31日	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項：		
應收第三方款項	52,843	51,659
虧損準備	(5)	(41)
	<u>52,838</u>	<u>51,618</u>
其他應收款項：		
存款	5,258	4,535
出售物業、廠房及設備的應收所得款項	–	460
提供予第三方的貸款(d)	200	200
應收當地政府款項	–	29,068
其他	3,437	4,626
虧損準備	(200)	(200)
	<u>8,695</u>	<u>38,689</u>
預付款項：		
原材料預付款項	64,869	25,530
服務預付款項	17,287	28,110
待抵扣增值稅進項稅	67,480	63,151
所得稅預付款項	42,184	4,433
	<u>191,820</u>	<u>121,224</u>
	<u>253,353</u>	<u>211,531</u>

(a) 由於即期應收款項的短期性質使然，其賬面值被視為與其公允價值近似。

(b) 貿易應收款項主要來自產品的信貸銷售。本集團通常於經銷商付款後向其交付產品，而對於直銷客戶，則授予信貸期，信貸期一般不超過90日。本集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升條件。貿易應收款項結餘為免息。本集團所有貿易應收款項均來自第三方。

於2024年及2023年12月31日，基於發票日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	12月31日	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項：		
90日內	47,392	40,344
91至180日	5,451	11,315
	<u>52,843</u>	<u>51,659</u>

(c) 減值及風險敞口

本集團運用《國際財務報告準則》第9號簡化法就貿易應收款項計量預期信貸虧損。截至2024年及2023年12月31日止年度的按攤銷成本計量的貿易應收款項虧損準備並不重大。

(d) 提供予第三方的貸款為無抵押、不計息且按要求償還。

12. 貿易及其他應付款項

	12月31日	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項：		
— 第三方	204,020	154,662
— 關聯方	8,594	10,066
	<u>212,614</u>	<u>164,728</u>
其他應付款項：		
應付薪金及福利	282,361	262,432
應付關聯方款項	260	260
應付按金	80,791	80,384
應付運費	24,371	17,584
購買物業、廠房及設備的應付款項	22,848	17,786
應納稅款	30,467	26,264
合同負債相關的應付增值稅	50,020	13,415
應付水電燃氣費用	15,673	10,612
收購一間附屬公司應付對價	4,000	—
其他	103,222	69,279
	<u>614,013</u>	<u>498,016</u>
	<u>826,627</u>	<u>662,744</u>

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	12月31日	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
90日內	<u>212,614</u>	<u>164,728</u>

貿易及其他應付款項的賬面值由於其短期性質被視為與其公允價值相若。

主席報告

「我們專注於將中國傳統美食打造成消費者可隨時隨地享用的休閒食品。我們秉承「本分，創新，客戶第一，員工為本」的核心價值觀和「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數據化、自動化，樂活123年的生態平台」的美好願景，持續不斷地為消費者提供更好的產品和愉悅的消費體驗。」

尊敬的各位股東：

本人謹代表卫龙美味向股東提呈本年度本集團之年度業績。

2024年是卫龙美味砥礪奮進、有效實施各項業務發展策略、收穫成長的一年。伴隨著國內消費者的消費觀念更加趨於謹慎和理性，優質的產品、合理的定價、持續創新的品牌、精準有效的營銷、高效率的服務持續推動著國內休閒食品行業呈現出獨特的韌性和活力。

在這樣的背景下，本集團堅定信心，持續開拓市場，整體業務運營及財務業績保持良好的增長態勢，全年本集團整體收入錄得人民幣6,266.3百萬元，較上年度上升28.6%；錄得毛利率為48.1%，較上年度的47.7%提升了0.4個百分點，淨利潤錄得人民幣1,068.1百萬元，較上年度上升21.3%。

本年度，本集團持續深入了解消費者需求，結合當下消費者的口味偏好、消費場景以及消費習慣等推出多款深受消費者喜愛的新產品，進一步豐富了本集團的產品矩陣。

本年度，本集團持續拓展和優化銷售渠道，全面推進線上線下全渠道建設。在線下，我們進一步加強了與傳統連鎖商超、便利店等渠道的合作，同時我們也積極拓展零食量販店、倉儲會員店等新興渠道，從而更貼近消費者的需求；在線上，我們除了進一步加強與主流電商平台的合作，優化店鋪運營和營銷策略，亦積極開拓新興內容電商、社交電商的新模式，與消費者建立更緊密的鏈接。同時，本公司亦積極拓展海外市場。

本年度，本集團通過不斷創新的營銷策略和品牌活動，積極打造年輕化、個性化、趣味化的品牌形象，從而與年輕消費者產生更多的情感共鳴，進而走進年輕消費者的生活，提升年輕消費者對本集團的喜愛度和忠誠度。本年度，「榴槤辣條」等品牌營銷事件在年輕消費群體中引起了不錯的反響。同時，本集團亦注重品牌的「人文內核」，積極履行社會責任，關注大熊貓保護、支持公益事業，全面提升本集團的品牌形象。

本年度，我們持續踐行「員工為本」的價值觀，優化人才機制，推動組織高效成長；同時，本集團亦積極推進「數據化」、「自動化」等策略，全面推進本集團經營及管理效率的提升。

展望新的一年，我們將持續關注行業和消費者的變化，加強產品創新和品牌建設，拓展銷售渠道，重視可持續高質量發展，靈活擁抱變化，並加強供應鏈、數字化能力和組織團隊建設，不斷提升公司的經營效率，從而努力為廣大股東和客戶創造價值。

劉衛平
董事會主席

中國香港
2025年3月27日

管理層討論與分析

宏觀及行業環境

回顧2024年，面對錯綜複雜的國內外環境，中國經濟運行總體平穩，實現了全年5%的增長，充分展現了國內經濟在內外部挑戰下的韌性和潛能。經濟的穩步復甦與消費信心的逐步回升，為市場注入了新的活力。

中國消費市場以其龐大的規模和快速的增長動能，持續在經濟增長中扮演著核心角色。受全球經濟大背景與中國經濟發展狀況影響，中國消費市場不斷呈現出新的快速變化。消費需求、消費理念以及消費行為模式日益分化，在這個「分需時代」¹，更多消費者的消費觀念趨向「理性」和「悅己」，他們越來越關注購買高品質且價格合適的產品，特別是年輕一代作為消費市場的中堅力量與潮流的引領者，他們追求精緻生活、注重消費體驗以及個性化的消費，品牌意識亦在逐步增強，這些新的趨勢都為消費品牌帶來了更多新的結構性機會，並推動著品牌的持續創新，從而快速響應市場和消費者的變化。

2024年7月30日，中共中央政治局會議強調將經濟政策的著力點更多轉向改善民生和促進消費。在此背景下，食品飲料行業呈現出強勁的復甦勢頭。根據沙利文和每日食品聯合發佈的《食為天：2024中國食品飲料行業白皮書》²中指出，中國休閒零食市場在年輕人休閒需求的驅動下，正通過持續的創新和精準化營銷實現穩定增長。同時，量販零食、線上內容電商等作為新興的休閒食品零售形態，以多品牌、多品類和高性價比的優勢火速崛起並快速增長，驅動著渠道的變革。面對這樣一個日新月異的市場格局，休閒食品品牌惟有積極擁抱變化，加速創新產品與服務，從而在消費中搶佔先機。

¹ 重磅發佈|分需時代，品牌的機會在哪裡？一時趣

² 沙利文携手每日食品聯合發佈《食為天：2024中國食品飲料行業白皮書》—沙利文官網

業務回顧

2024年，本集團繼續致力於將中國的傳統美食打造成消費者能隨時隨地享用的休閒食品。我們持續升級了本集團的企業文化，在保持原有的使命「讓世界人人愛上中國味」不變的情況下，將願景進一步補充更新至「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數據化、自動化，樂活123年的生態平台」，進一步升級了核心價值觀為「本分、創新、客戶第一，員工為本」，旨在打造高效、務實、開放、創新、聚焦客戶服務質量，重視員工體驗和成長的工作環境，從而不斷地推動企業的可持續健康發展，進而為客戶及消費者提供更好的服務和體驗。

本年度內，本集團不斷創新，通過深度消費者洞察，挖掘市場需求，並加強研發能力，本集團相信，產品力是本集團發展的基石，是我們與消費者建立連接和信賴，進而建立長期忠誠度的根本。年內，本集團繼續堅持多品類的產品策略，進一步擴大產品組合，持續提升產品品質和創新能力，在產品口味、產品工藝、產品包裝等方面持續升級和創新，堅持用心做好產品，提升產品質量，滿足市場和消費者多元化和個性化的需求。

本年度內，本集團透過豐富的線上線下營銷活動組合，進一步貼近年輕消費者的生活方式和消費習慣，強化與消費者的互動，推動品牌的持續年輕化與市場滲透，從而進一步提升品牌的整體活力。圍繞本集團的核心大單品「魔芋爽」的品牌傳播，本集團持續推出創新營銷策略，通過創意活動和線上宣傳，進一步提升在魔芋品類市場的滲透率。同時，「小魔女」IP亦成為品牌年輕化的重要抓手，本集團圍繞這一形象開展多種形式的營銷活動，進一步提升了品牌的互動性與活力。

此外，跨界聯名與快閃活動亦成為本集團2024年品牌推廣的重要形式。譬如本集團與手遊《蛋仔派對》合作，推出聯名「親嘴燒」產品，以及推出「榴槤辣條」主題快閃店營銷活動等也為品牌帶來社交媒體的廣泛關注，進一步提升了品牌話題度。

本年度內，隨著中國零售行業渠道發展多元化加速，傳統渠道持續被分流，但便利店、社區超市等小型業態憑藉其即時性和便利性展現出增長韌性；新興渠道多元崛起，譬如零食量販店、內容電商、倉儲會員店等快速發展，快速推動著休閒食品行業的加速變革。本集團積極擁抱變化，抓住渠道多元化的趨勢，持續推進全渠道策略的落地實施，從而與消費者建立更多的鏈接。同時，我們亦積極推進創新營銷方式，精細化用戶運營，進而提升客戶和消費者的體驗。

本年度內，本集團的總收入為人民幣6,266.3百萬元，較上年度同期的人民幣4,871.7百萬元增加28.6%，主要由於本集團在年內有效實施各項業務發展策略，特別是積極推進全渠道建設和品牌建設，線上線下收入均穩步提升；本集團的毛利由上年度的人民幣2,322.7百萬元增長29.9%至本年度的人民幣3,016.1百萬元，毛利率由上年度的47.7%提升至本年度的48.1%，主要是由於本年度內產能利用率的提升。本集團的淨利潤由上年度的人民幣880.4百萬元增加21.3%至本年度的人民幣1,068.1百萬元，主要是由於本年度本集團的收入增加；淨利潤率由上年度的18.1%下降至本年度的17.0%。

我們的產品

本集團是中國辣味休閒食品行業的領導者和先行者。本集團堅持多品類的產品策略，涵蓋了調味麵製品、蔬菜製品、豆製品及其他產品品類。調味麵製品（俗稱辣條）主要包括大麵筋、小麵筋、麻辣棒、小辣棒、親嘴燒、麻辣麻辣等。蔬菜製品主要包括魔芋爽、風吃海帶及小魔女。豆製品及其他產品主要包括香辣豆皮等。

本年度內，本集團持續推進產品創新，推出了一系列新品，進一步豐富了產品矩陣，鞏固了本集團在辣味休閒食品市場的領先地位。

圍繞「麻辣麻辣」和「魔芋爽」系列，本集團推出了爆麻爆辣味麻辣麻辣和爆辣素毛肚魔芋爽，兩款產品優選新一代朝天椒、甄選武都花椒，多重辣椒組合，椒香濃郁，麻辣過癮。

圍繞「大面筋」系列，本集團推出了吮指烤肉味辣條，該產品甄選新疆孜然、武都大紅袍花椒以及中式傳統香料桂皮、甘草等，滋滋肉香，口口過癮。

圍繞「小魔女」系列，本集團發佈了香辣燒烤味魔芋干和酸辣火鍋味魔芋素毛肚。其中，香辣燒烤味魔芋干精選武都花椒和新疆孜然，還原地道燒烤風味，結合升級的切割工藝，打造出嚼勁十足的爽脆口感，同時富含膳食纖維，兼顧美味與健康；酸辣火鍋味魔芋素毛肚則以大片切割設計和脆爽彈牙的特點，滿足消費者對新口味和健康食品的雙重需求。

圍繞「風吃海帶」系列，本集團在傳統經典香辣口味的基礎上推出了勁爽辣滷味風吃海帶，該產品甄選天然海域好原料，只取25%中段精華，天然草本入味，秘製醬滷工藝，滷香四溢，軟糯香甜，地道中國滷味，低卡放肆吃。

這些新品不僅滿足了消費者對多樣化、個性化口味的追求，也展現本集團對市場趨勢的洞察，為品牌注入新鮮活力與持久吸引力，進一步提升了品牌在市場中的競爭力與影響力。

本年度內，我們的收入主要來源於調味麵製品及蔬菜製品的銷售額。下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收入明細：

產品類別	截至12月31日止年度			
	2024年		2023年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
調味麵製品	2,667,081	42.6	2,549,244	52.3
蔬菜製品	3,370,552	53.8	2,118,519	43.5
豆製品及其他產品	228,693	3.6	203,903	4.2
合計	6,266,326	100.0	4,871,666	100.0

本年度內，我們的調味麵製品所得收入由上年度的人民幣2,549.2百萬元增長4.6%至人民幣2,667.1百萬元，主要是由於全渠道建設的推進。我們的調味麵製品所得收入佔我們總收入的百分比由上年度的52.3%減至42.6%，反映了我們的蔬菜品類良好的增長勢頭。

本年度內，我們的蔬菜製品所得收入由上年度的人民幣2,118.5百萬元增長59.1%至人民幣3,370.6百萬元，佔我們總收入百分比由上年度的43.5%增至53.8%，主要由於(i)本集團持續加強全渠道建設以及品牌建設；及(ii)於本年度內我們持續擴大此類產品的產能。

本年度內，我們的豆製品及其他產品所得收入由上年度的人民幣203.9百萬元增加12.2%至人民幣228.7百萬元，佔我們總收入百分比與上年度的4.2%相比下降至3.6%，主要由於滷蛋產品的規劃調整。

我們的客戶和銷售渠道

本集團的客戶主要為線下及線上經銷商，其次為部分直營客戶及從本集團的線上自營店購物的個人消費者。經過多年來深耕渠道建設，本集團擁有深入滲透中國市場的全國性經銷網絡。截至2024年12月31日，我們與1,879家線下經銷商合作，服務全國或區域性的重點商超、零食量販店、連鎖便利店及其他銷售終端（「銷售終端」）。

2024年，中國新興零售渠道快速發展。零食量販店憑藉高性價比和區域化特色迅速擴展，深受年輕群體的青睞。倉儲會員店則以高品質商品、進口零食和會員服務吸引中產階層，提升消費者的購物體驗。

本集團致力提升銷售團隊服務各類渠道的專業能力，在賦能經銷商提升銷售終端服務能力的同時，持續加強銷售終端的執行能力，通過優化門店管理和執行策略，更好地提升每個銷售終端的銷售動能。本年度，我們繼續深耕線下傳統渠道，並積極搶抓新興渠道帶來的發展機會，靈活應對市場需求，有效提升線下銷售終端的銷售業績。

本集團積極佈局各大電商平台，採取多項舉措拓展線上業務，並與線下渠道形成有力互補。在主流電商平台方面，本集團在天貓、京東和拼多多等建立官方旗艦店，確保產品在不同平台的可見性和便捷購買渠道。同時，公司亦積極拓展抖音、快手、小紅書等新興內容電商平台，通過短視頻和直播等形式吸引年輕消費群體，增強品牌互動，提升市場影響力。

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度			
	2024年		2023年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
線下渠道 ⁽¹⁾	5,561,595	88.8	4,361,222	89.5
線上渠道	704,731	11.2	510,444	10.5
—線上經銷 ⁽²⁾	280,386	4.5	195,932	4.0
—線上直銷 ⁽³⁾	424,345	6.7	314,512	6.5
合計	6,266,326	100.0	4,871,666	100.0

(1) 線下渠道主要包括通過線下經銷商進行的經銷和部分新興渠道的直銷。

(2) 線上經銷指我們向天貓超市及京東超市等線上零售商或其他線上經銷商經銷商品，該等零售商和經銷商再將我們的產品銷售給消費者的銷售模式。

(3) 線上直銷指我們通過在多個第三方線上平台(例如天貓、京東、拼多多、抖音及快手)上的線上自營店直接向消費者銷售產品的銷售模式。

本年度內，線下渠道產生的收入由上年度的人民幣4,361.2百萬元增加27.5%至人民幣5,561.6百萬元，反映了本年度內本集團線下全渠道建設和品牌建設的推進帶來的成效。線下渠道產生的收入佔我們總收入的百分比由上年度的89.5%略微減少至88.8%，佔比保持穩定。

本年度內，線上渠道產生的收入由上年度的人民幣510.4百萬元增加38.1%至人民幣704.7百萬元，其中來自線上經銷的收入由上年度的人民幣195.9百萬元增長43.1%至本年度內的人民幣280.4百萬元，來自線上直銷的收入由上年度的人民幣314.5百萬元增加34.9%至本年度內的人民幣424.3百萬元，反映了本集團積極推進線上全渠道建設，特別是積極擁抱各新興線上渠道所帶來的增長機遇。

下表載列於所示期間按線下經銷商及部分直營渠道的註冊辦事處所在區域劃分的收入貢獻明細，以佔我們線下總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度			
	2024年		2023年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
華東	1,313,111	23.6	967,111	22.2
華中	875,412	15.7	749,874	17.2
華北	763,600	13.7	643,350	14.8
華南	1,094,525	19.7	781,126	17.9
中國西南地區	737,132	13.3	548,759	12.6
中國西北地區	698,599	12.6	573,379	13.1
海外 ⁽¹⁾	79,216	1.4	97,623	2.2
合計	5,561,595	100.0	4,361,222	100.0

(1) 海外收入來自於海外註冊的線下經銷商。

我們自中國不同區域的線下經銷商取得相對均衡的收入。我們國內收入的地域性分配大體上與中國不同地區的經濟發展水平及人口相符。本年度內，海外所得收入較少。

我們的生產設施及產能

本年度內，本集團持續推動生產設施的自動化升級，確保高效生產和產品品質穩定。本集團依託五大生產基地，我們擁有專業的電控和機械設計團隊，根據我們的工藝要求，從事自動化生產設備和系統的研發。我們大部分自動化設備均為內部開發。同時，我們與設備製造商建立合作關係以令生產程序自動化，並升級我們的生產設施。

同時，為實現生產效率最大化及拓展我們的產品組合，本集團亦與可靠的OEM供應商合作生產我們銷量相對低的產品。

截至2024年12月31日，本集團在河南省擁有五個工廠，分別為漯河平平工廠、漯河衛來工廠、駐馬店衛來工廠、漯河衛到工廠及漯河杏林工廠，其中漯河杏林工廠還在持續擴建中，該工廠的部分產線已投產。

下表載列我們於所示期間按產品類別及工廠劃分的設計產能、實際產量及產能利用率詳情：

產品類別	截至12月31日止年度					
	2024年			2023年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
調味麵製品	202,065.0	132,113.9	65.4%	237,722.4	114,791.6	48.3%
蔬菜製品	129,986.0	125,116.3	96.3%	96,228.0	69,309.0	72.0%
豆製品及其他產品	6,124.4	5,439.7	88.8%	5,934.4	3,893.4	65.6%
總計	<u>338,175.4</u>	<u>262,669.9</u>	<u>77.7%</u>	<u>339,884.8</u>	<u>187,994.0</u>	<u>55.3%</u>

本年度內，我們調味麵製品的設計產能較上年度減少，主要是由於部分產線調整，蔬菜製品的設計產能較上年度上升，主要是因為增加了魔芋產品的新產線，豆製品及其它產品的設計產能持平。整體產能利用率較上年度有所上升，主要是由於本集團在本年度內銷量的增長。

生產工廠	截至12月31日止年度					
	2024年			2023年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
漯河平平工廠	71,757.5	56,663.3	79.0%	95,168.2	46,707.7	49.1%
漯河衛來工廠	60,999.7	41,945.2	68.8%	57,462.2	31,984.8	55.7%
駐馬店衛來工廠	48,125.0	31,442.8	65.3%	67,435.1	24,502.5	36.3%
漯河衛到工廠	105,450.6	83,539.2	79.2%	89,892.0	56,787.5	63.2%
漯河杏林工廠	51,842.6	49,079.4	94.7%	29,927.3	28,011.5	93.6%
總計	338,175.4	262,669.9	77.7%	339,884.8	187,994.0	55.3%

本年度內，我們各工廠的年化設計產能的增減變化，主要是因為(i)部分產線遷移到效率更高的工廠；(ii)部分產品規格調整；及(iii)部分產品產線調整。本年度整體產能利用率較上年度提升，主要是由於本集團在本年度內銷量的增長。

我們的食品安全和品質控制

作為中國領先的休閒食品企業之一，我們始終以質量為核心，將食品安全視為企業的「生命線」，不斷完善和升級食品安全管理體系。我們堅守產品品質，從原料選取到生產全程嚴格把控，確保為消費者提供安全可靠的產品。同時，我們積極推動創新研發，以更健康、更美味的休閒食品滿足消費者日益多樣化的需求，致力於用優質產品贏得市場的信任與支持。

本集團建立了健全的全鏈條、全生命週期的食品安全和品質保障體系。該體系覆蓋了產品生產的全過程，覆蓋研發、採購、生產、儲存、經銷到銷售等環節，在整個生產過程中使用HACCP危害分析與關鍵控制點確保整個生產過程可控，在檢驗放行方面執行嚴格的《產品檢驗與放行控制程序》；在檢測能力方面，通過精端的檢測設備HPLC-MS、GC-MS、ICP-MS等針對食品添加劑、重金屬等指標進行嚴格監控；在風險管理方面，通過《食品安全信息收集及預警》、《食品安全監測及風險評估規範》、《食品安全自查管理制度》等制度進行事前預防。在新產品風險管理方面，依據《新品品質驗證標準》進行風險評估。

本集團亦設立了品質管理部門，主要負責原材料與包裝材料管理、生產過程管理和產品檢驗管理、代工廠以及客戶服務管理以及食品安全和品質保障，全力打造源頭掌控、生產管控、認證嚴控、售後把控的閉環管理體系，從而為消費者提供最優質的產品。

我們的研發能力

本集團始終貫徹「以工業化思維，讓美食原點的價值最大化釋放」的產品研發理念，持續構建食品科技領域的核心競爭力。基於系統性研發架構，我們建立了覆蓋全產業鏈的模組化創新體系，在食品的基礎研究、風味研究、工藝技術、工業化生產工藝、包裝鎖鮮技術等領域設立研發團隊，配備技術人才進行深入的專項研究，再通過專業團隊間的協同作業，將各板塊的技術融合到調味麵製品、菜製品、豆製品等休閒零食產品開發階段中，大幅提升本集團升級現有產品及推出新產品的成功率。

本集團亦與國內食品科學行業一流學府建立了長期合作關係，共同搭建食品工程技術研究中心產業化示範基地，就行業內前瞻性、關鍵性的技術開展聯合研究實現資源分享、優勢互補，致力於後備人才培養，不斷強化產品與技術研發優勢。截至2024年12月31日，本集團於上海建立了基礎及應用研發中心，擁有一支專業研究團隊，專業覆蓋食品工程、食品安全與營養、高分子化學、生物學、檢驗檢測學等領域。憑藉多種多樣的研發活動，通過不斷地升級、革新和研發新興技術，以滿足不斷變化的消費者偏好並推動銷售的可持續增長。

我們的信息技術

本集團持續強化數字化戰略，積極推進「卫龙美味數字化」相關建設，致力於為業務部門提升品質與效率，最終實現「自動化、數據化」的戰略目標。憑藉紮實的信息技術基礎，本集團有效地監控和優化了管理體系，涵蓋採購、銷售、研發等多個流程。

我們的信息系統基於四大核心基礎設施建設：IaaS/PaaS平台、三級網絡架構、數據中心和混合雲平台。在此基礎上，結合多種系統的有機協作，涵蓋了ERP系統、銷售管理系統、一物一碼系統、倉儲運輸系統、供應商關係管理系統、質量管理系統、企業資產管理系統、5G+工業物聯網、設備管理系統、生產執行控制系統、OA流程審批系統及費用控制與報銷系統等，實現了產品運營和企業管理等各項核心功能的全面支持。

回顧本年度內，我們繼續推進銷售管理系統的建設，旨在加速市場拓展，提升銷售終端覆蓋率和運營效益，並加強銷售終端管控品質。同時，我們在構建敏捷、快速回應的供應鏈體系方面不斷努力，通過建設供應鏈計劃系統、訂單發運系統及全自動智慧倉儲系統，確保市場需求能夠迅速滿足，並有效降低倉儲物流成本。

此外，我們通過上線並持續優化品質管制系統、研發項目管理系統、人力資源管理系統及BI分析平台，進一步提升企業整體運營效益。我們還持續推進流程標準化工作，特別是在生產現場作業標準化方面進行了全面梳理與實施。在所有信息系統的建設過程中，我們堅持流程標準化與系統固化的原則，簡化不必要的流程環節，增加風險管控點，從而提高業務運營效率。

同時，本集團也在不斷推進ERP系統優化、供應商協同管理系統優化、電商中台系統優化以及工業互聯網項目等，全面賦能業務發展，進一步提升企業經營效率。

財務回顧

如下財務業績摘錄於本集團於報告期間按照國際財務報告準則會計準則編製之財務報告：

收入及毛利

本年度本集團錄得收入為人民幣6,266.3百萬元，較上年度的人民幣4,871.7百萬元增加28.6%，主要由於本年度本集團積極推進全渠道建設和品牌建設。

本年度本集團毛利為人民幣3,016.1百萬元，較上年度的人民幣2,322.7百萬元增長29.9%。本集團毛利率由上年度的47.7%增加0.4個百分點至本年度的48.1%，主要由於產能利用率的提升。

經銷及銷售費用

本年度本集團經銷及銷售費用為人民幣1,026.3百萬元，較上年度的人民幣806.7百萬元增加27.2%。本年度本集團經銷及銷售費用佔總收入的16.4%，較上年度的16.6%下降0.2個百分點。本集團經銷及銷售費用的增加主要由於本年度僱員福利費用、推廣及廣告費用及運輸費用的增加。

管理費用

本集團的管理費用由上年度的人民幣458.9百萬元增加7.0%至本年度的人民幣491.0百萬元。本年度管理費用佔總收入的佔比由上年度的9.4%下降至7.8%。

其他收入淨額

本集團的其他收入淨額由上年度的人民幣43.5百萬元增加77.0%至本年度的人民幣77.0百萬元。

其他收益／(虧損)淨額

本集團錄得其他虧損為人民幣174.8百萬元(2023年：其他收益為人民幣2.8百萬元)，主要是由於本年度以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的公允價值虧損、匯兌虧損以及物業、廠房及設備減值的綜合影響所致。以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的公允價值虧損，主要與本集團自2021年起透過信譽良好的金融機構於財富管理基金(即「增強固定收益基金」)(「基金」)投資的公允價值變動有關。於2024年10月，本集團獲金融機構通知，該基金正在進行其自願清盤呈請，並已委任聯合臨時清盤人(「聯合臨時清盤人」)制定可行的重組計劃。董事經考慮聯合臨時清盤人評估報告認為，截至2024年12月31日，本集團於該基金的投資的公允價值不大可能悉數變現，公允價值減少人民幣125,488,000元已於截至2024年12月31日止年度的損益中確認。

本集團正在探索適當的補救措施以收回本集團透過信譽良好的金融機構於財富管理基金投資的公允價值虧損，其中包括就制定可行的重組計劃與金融機構及聯合臨時清盤人保持溝通、尋求專業法律支持及考慮可能的法律行動，以保障本公司的利益。

融資收入淨額

本集團的融資收入淨額由上年度的人民幣175.6百萬元減少8.8%至本年度的人民幣160.2百萬元，主要由於銀行利息的減少。

所得稅費用

本集團的所得稅費用由上年度的人民幣398.9百萬元增加23.6%至本年度的人民幣493.1百萬元，主要由於本年度本集團的應課稅收入增加。

年內利潤

由於上述原因，本集團的年內利潤由上年度的人民幣880.4百萬元增加21.3%至本年度的人民幣1,068.1百萬元。

股息

基於本集團本年度整體績效表現，考慮本集團盈餘、整體財務狀況、以及資本支出等，董事會將於本公司即將舉行之股東週年大會中建議派發截至本年度末末期股息(「**末期股息**」)每股人民幣0.11元(含稅，共計末期股息約人民幣258.6百萬元)，約為本集團截至2024年12月31日止年度淨利潤的24%。此建議末期股息及本公司董事會於2024年8月15日舉行的董事會會議中批准的中期股息合計約人民幣634.8百萬元，約為本集團截至2024年12月31日止年度淨利潤的59%。同時建議派發特別股息(「**特別股息**」)每股人民幣0.18元(含稅，共計特別股息約人民幣423.2百萬元)，約為本集團截至2024年12月31日止年度淨利潤的40%。末期股息及特別股息須待股東週年大會批准後方可實施。預計派付末期股息及特別股息的日期為2025年6月30日或前後。

初始期限為三個月以上的定期存款、受限制現金、現金及現金等價物及借款

截至本年度末，本集團的初始期限為三個月以上的定期存款、受限制現金及現金及現金等價物總額為人民幣5,267.5百萬元，較上年度末的人民幣4,690.5百萬元增加12.3%，主要由於本年度經營活動產生的現金流入被購買物業、廠房及設備以及支付股息所用現金而部分抵銷。截至上年度末及本年度末，本集團的借款分別為人民幣180.9百萬元及人民幣389.0百萬元。本集團的借款為本集團就建造廠房以及購買機器設備而獲得的銀行貸款。

存貨

本集團的存貨由上年度末的人民幣419.9百萬元增加109.2%至本年度末的人民幣878.3百萬元，主要由於本集團增加了部分原材料的儲備。集團的存貨周轉天數在本年度和上年度保持相對穩定，均為73天。

貿易及其他應收款項及預付款項

本集團的貿易應收款項由截至上年度末的人民幣51.6百萬元增加2.3%至截至本年度末的人民幣52.8百萬元。貿易應收款項周轉天數從上年度的4.4天減少至本年度的3.0天。

本集團的其他應收款項由截至上年度末的人民幣38.7百萬元減少77.5%至截至本年度末的人民幣8.7百萬元。

本集團的預付款項由截至上年度末的人民幣121.2百萬元增加58.3%至截至本年度末的人民幣191.8百萬元，主要是由於原材料預付款項增加。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

本集團持有的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產截至上年度末及本年度末分別為人民幣122.8百萬元及零。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易應付款項由截至上年度末的人民幣164.7百萬元增加29.1%至截至本年度末的人民幣212.6百萬元，主要由於採購原材料的應付款項增加。貿易應付款項周轉天數從上年度的25天減少至本年度的21天。

本集團的其他應付款項由截至上年度末的人民幣498.0百萬元增加23.3%至截至本年度末的人民幣614.0百萬元。

合同負債及退款負債

本集團的合同負債及退款負債由截至上年度末的人民幣206.3百萬元增加189.5%至截至本年度末的人民幣597.3百萬元，主要由於本年末春節訂單增加。

資本負債比率

截至本年度末，本集團資本負債比率(按計息借款總額除以權益總額計算)為6.5%，而截至上年度末為3.2%。

庫務政策

本集團針對其庫務政策採取保守的財務管理方法，以確保實現可持續的營運資金管理，即集團的流動性結構(包括資產、負債及其他承擔)能夠滿足集團的運營需求及其資本承諾。此外，集團會定期審查資金管理政策，以強化其投資組合策略，尤其是在基金管理產品方面，從而將投資風險降至最低，並保護集團的利益。

外匯風險

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣結算。內地附屬公司的功能貨幣為人民幣，而本公司及其中國內地以外附屬公司的功能貨幣為港元、美元或印尼盾。位於中國內地及境外的實體均有資產及負債，如於銀行及其他主要持牌支付機構的現金、受限制現金及初始期限為三個月以上的定期存款(以美元、港元及印尼盾計值)。外匯風險因匯率波動而產生。本集團已繼續密切追蹤及管理本集團大部分以外幣計值的存款所面臨的外匯匯率波動風險。

或有負債

截至上年度末以及本年度末，本集團無任何重大或有負債。

資本承諾

於本年度末，本集團的資本承諾約為人民幣169.4百萬元(上年度：人民幣49.4百萬元)，主要用於建設物業、廠房及設備。

資產抵押

於本年度末，本集團已抵押土地使用權約人民幣89.8百萬元(上年度：人民幣91.8百萬元)。

重大投資、重大收購及出售事項

於報告期內本集團並無持有任何重大投資，亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。

未來重大投資或資本資產計劃

截至本公告日期，除日期為2022年12月5日的本公司招股書(「招股書」)中披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

上市所得款項用途

本公司股份於2022年12月15日(「上市日期」)在香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」或「聯交所」)上市，自上市日期起至截至2024年12月31日，本集團已根據招股書所載擬定用途逐步動用首次公開發售所得款項。

本公司股份於聯交所主板上市的首次公開發售所得款淨額(於扣除承銷費用及其他相關費用後)約為903.3百萬港元。截至2024年12月31日止，本集團已根據招股書所載擬定用途累計動用所得款項中的約656.3百萬港元，佔所有募集資金的72.7%，餘下未動用所得款項約為247.0百萬港元。

所得款項淨額 擬定用途	上市 所得款項 可供使用 淨額 (百萬港元)	於2023年 12月31日 尚未動用 淨額 (百萬港元)	本年度 實際使用 淨額 (百萬港元)	於2024年 12月31日 尚未動用 淨額 (百萬港元)	尚未 動用淨額 預計悉數 使用時間	招股書中 披露的 預期時間表
生產設施與供應鏈體系	514.9	411.6	194.0	217.6	1-2年	3-5年
拓展銷售和經銷網絡	135.5	16.9	16.9	–	–	3-5年
品牌建設	90.3	13.9	13.9	–	–	3-5年
產品研發活動及 研發能力提升	90.3	74.8	52.0	22.8	1-2年	3-5年
推進數智化建設	72.3	57.4	50.8	6.6	1-2年	3-5年
總計	903.3	574.6	327.6	247.0	–	–

附註：由於四捨五入的原因，各比例的分項之和與合計可能有尾差。首次公開發售所得款項結餘將繼續根據招股書披露之用途及比例使用。所得款項的預計悉數使用時間相比於招股書中所披露的預期時間表有所提前，乃主要由於本集團重新評估業務執行計劃所致。此外，考慮到公司的長期發展以及原材料供應的變化，董事會決議取消招股書中披露的位於雲南曲靖的新工廠建設計劃。

持續經營

根據現行財務預測和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

對法律法規的合規

本公司的股份雖然在香港聯交所上市，但本集團的業務營運主要在中國進行。本集團所營運的業務主要受中國、香港等相關區域的法律監管。於截至2024年12月31日止年度以及截至本公告日期，本集團已遵守所適用區域對本集團有重大影響的相關法例及規例。具體而言，作為休閒食品生產商，本集團的運營受適用於食品生產、銷售及安全的法律法規、適用於消費者保護的法律法規及競爭法、以及適用於環境保護法律法規的監管。於本年度內，本集團未有任何重大違反該等法律法規的行為。

人力資源與酬金政策

於2024年12月31日，本集團員工總數為7,628名，報告期內員工福利總額(包括董事酬金)約為人民幣1,119.8百萬元。我們始終堅信本集團的長期增長離不開員工的專業知識及能力，我們積極完善人才的選拔培養機制，提高員工的整體競爭力和對本集團的歸屬感。

人力資源是本集團最重要的資產之一，亦是本集團業務不斷成長的關鍵。本集團的薪酬政策乃根據不同地區的薪金水平、員工職級及業績表現以及市場狀況釐定。對本集團於中國內地的員工，除薪金外，本集團根據中國內地的相關法律、法規為中國內地的全部員工提供退休、失業、工傷、生育和醫療等社會保險計劃。本集團亦按照中國當地規定為中國內地員工實施住房公積金計劃。對本集團於香港及其他國家的員工，亦按照當地適用的法律要求購買保險、退休金計劃及公積金。除此之外，績效獎金等激勵機制亦被制定，績效獎金會根據本集團達成的收入、利潤等目標以及員工所在的組織的績效、員工個人的績效評核發放，以嘉許鼓勵為本集團業務做出傑出貢獻的組織及員工。整體而言，本集團將每年進行一次薪酬檢討，以確保整體薪資政策具有競爭力。

為激勵及獎勵為本集團發展作出貢獻的董事、高級管理層成員及其他僱員，董事會分別於2021年1月1日及2024年3月21日(「採納日期」)批准並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有效期十(10)年，自採納日期起生效。

僱員激勵計劃詳情請見本公司刊載於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)和本公司網站(www.weilongshipin.com)的招股書以及本公司預計於2025年4月底之前公佈的2024年度報告中。

本公司根據授予方案授予員工激勵份額詳情將登載於本公司預計於2025年4月底之前公佈的2024年度報告中。

未來展望

本集團一直秉承「讓世界人人愛上中國味」的使命以及「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數據化、自動化，樂活123年的生態平台」的願景，堅持「本分、創新、客戶第一，員工為本」的價值觀，持續打造為客戶、為員工、為消費者提供更多價值的辣味休閒食品龍頭企業。

展望未來，本集團將持續深化我們的多品類策略，洞察消費者需求的變化，開發更多創新產品，並積極推動現有產品的迭代，從而滿足消費者多元化及個性化的需求；同時本集團亦將持續加大對供應鏈的投入和管理，升級質量管控體系，提升產品品質，不斷優化用戶體驗。

在品牌策略方面，本集團相信持續創新是我們業績增長的引擎，我們將積極擁抱年輕消費者喜愛的營銷方式，與年輕消費者產生更多的互動和情感鏈接，持續提升我們在年輕消費群體中的影響力。我們始終堅信，在快速變化的行業環境中，惟有精準洞察和不斷創新，才能持續激發品牌活力。

在渠道策略方面，本集團將持續推進全渠道佈局，提升消費者觸達能力。線下渠道方面，我們將繼續優化傳統渠道的佈局，拓展新興渠道的生意機會，擴張線下銷售終端以及加強銷售終端的執行能力，從而不斷提升我們的市場滲透；線上渠道方面，我們將繼續深化傳統電商平台的精細化運營，把握新興的內容電商、社交電商等新渠道的增長機遇，加強線上線下的深度融合，提升消費者在全渠道全場景下的消費體驗。

此外，堅持供應鏈品質與效率的提升亦是本集團重要的發展策略，本集團積極聚焦供應鏈環節的各個節點，持續關注各個環節的自動化水平提升，從而在保證產品品質的同時全面提升供應鏈的效率。

本集團亦注重數字化建設的推進，用新興的技術不斷提升運營效率，驅動業務的不斷創新。同時，組織人才的發展亦在企業運營中扮演著關鍵作用，本集團將持續優化組織架構，加強組織團隊建設和人才的培養，為業務的發展提供人才保障。

最後，本集團將繼續不忘初心，牢記使命，關注企業的長期價值創造，積極踐行社會責任，推動企業的長期可持續發展，致力為消費者、客戶、股東、投資者、員工及社會創造更大的價值。

股息

董事會於2025年3月27日舉行會議並通過相關決議案，建議派發截至2024年12月31日止年度末期股息每股人民幣0.11元(含稅)，末期股息合計約人民幣258.6百萬元，特別股息每股人民幣0.18元(含稅)，特別股息合計約人民幣423.2百萬元。末期股息及特別股息之派付有待本公司股東於股東週年大會上批准然後實施。預計派付股息日期為2025年6月30日或前後。

對於任何因股東身份未能及時確定或錯誤確定而引致的任何索償或對代扣代繳機制的任何爭議，本公司概不負責。董事會並不知悉任何股東已放棄或同意放棄任何股息。

股息政策

我們可以通過現金或董事會認為合適的其他方式分配股息。股息的分配由董事會酌情決定，如有必要，則須經股東的批准。董事會可在考慮我們的經營業績、財務狀況、經營要求、資本要求、股東權益和董事會認為可能相關的任何其他條件後，建議未來的股息分配。

根據適用法律法規，我們的股息政策是於上市後任何特定年度向股東分配不少於可分配利潤的25%。我們無法向閣下保證任何年度都能夠分配上述金額或任何金額的股息，或者根本不能分配股息。股息的宣派和支付也可能受到法律限制，以及本公司及我們的附屬公司已經或將來可能訂立的貸款或其他協議的限制。股息的任何宣派及派付以及股息金額將須符合我們的章程文件及開曼群島《公司法》規定。我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額將取決於我們能否從附屬公司及其他可供合法分派儲備中獲得股息。股東可於股東大會上批准任何股息宣派，但派付金額不得超過董事會建議的金額。股息僅可自可供合法分派的利潤及儲備中宣派或派付。

報告期後的重大事項

於2024年12月31日後及直至本公告日期，董事會並不知悉任何須予披露的重大事項。

股東週年大會

本公司謹定於2025年6月12日(星期四)舉行股東週年大會。有關本公司召開股東週年大會的通告將根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)規定的方式適時發佈。

暫停辦理股東登記

本公司將於2025年6月9日(星期一)至2025年6月12日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。釐定股東出席股東週年大會並於會上投票資格的記錄日期為2025年6月12日(星期四)。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2025年6月6日(星期五)下午四時三十分前送達本公司於香港的股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓)。

本公司亦將於2025年6月18日(星期三)至2025年6月20日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。釐定股東獲派末期股息及特別股息資格的記錄日期為2025年6月20日(星期五)。為符合資格獲派末期股息及特別股息，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2025年6月17日(星期二)下午四時三十分前送達本公司於香港的股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓)。

購買、出售及贖回本公司上市證券

截至本年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份)。截至2024年12月31日，本公司並未持有任何庫存股份。

審核委員會

截至2024年12月31日及本公告日期，本公司審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張弼弘先生、徐黎黎女士及邢冬梅女士。張弼弘先生目前擔任審核委員會主席。審核委員會的主要職責為審查、檢討及監督本公司財務數據及財務數據的匯報程序。審核委員會已對本集團截至2024年12月31日止年度之綜合年度業績進行審閱，確認已遵守適用會計原則、準則及要求，並已作出充分披露。

安永會計師事務所的工作範圍

本初步公告所載有關本集團截至2024年12月31日止年度的合併財務狀況表、合併損益表、合併綜合收益表及相關附註的數字，已由本集團核數師安永會計師事務所核對，與本集團於該年度的合併財務報表所載金額一致。安永會計師事務所就此進行的工作並不構成國際審計與鑑證準則理事會頒佈的國際核數準則、國際審閱委聘準則或國際保證聘約準則項下的保證聘約，因此安永會計師事務所並無就本公告作出保證。

遵守《上市規則》附錄C1所載的企業管治守則

本公司致力踐行企業管治最佳常規，本公司已採納《上市規則》附錄C1《企業管治守則》(「企業管治守則」)的原則及守則條文。截至2024年12月31日止年度，本公司一直遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。

符合《上市規則》附錄C3所載的標準守則

本公司已採納《上市規則》附錄C3上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為有關董事買賣本公司證券的操行守則。

經向全體董事作出特定查詢後，所有董事均確定彼等於截至2024年12月31日止年度一直遵守標準守則所載的條文。

刊發全年業績公告及年度報告

本公告已於香港聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<https://www.weilongshipin.com>)登載，本公司2024年度報告將適時於上述網站登載。

承董事會命
卫龙美味全球控股有限公司
董事會主席
劉衛平

香港，2025年3月27日

截至本公告日期，本公司執行董事為劉衛平先生、劉福平先生、孫亦農先生、彭宏志先生、劉忠思先生及余風先生，以及本公司獨立非執行董事為徐黎黎女士、張弼弘先生及邢冬梅女士。