

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。



Shiyue Daotian Group Co., Ltd.
十月稻田集團股份有限公司
(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：9676)

截至2025年6月30日止六個月中期業績公告

財務概要

	截至6月30日止六個月		變動 %
	2025年	2024年	
	人民幣百萬元		
	(未經審核)		(未經審核)
收入	3,063.5	2,620.6	16.9%
毛利	666.9	444.3	50.1%
期內利潤	116.2	125.8	(7.6%)
經調整淨利潤 ¹	294.3	148.9	97.7%

- ¹ 為補充本集團根據國際財務報告會計準則呈列的綜合財務報表，本集團亦採用並非國際財務報告會計準則規定或並非按國際財務報告會計準則呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。本集團相信，非國際財務報告準則計量為投資者及其他人士提供有用的信息，以通過協助本集團管理層相同的方式瞭解及評估我們的綜合經營業績。然而，本集團呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司所呈列類似計量指標相比。該等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，投資者不應視其為獨立於或可代替本集團根據國際財務報告會計準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

本公司董事會欣然公佈本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期綜合業績(「本公告」)，連同截至2024年6月30日止同期的比較數字。該中期業績及中期財務資料已由本公司審核委員會審閱。

綜合損益及其他全面收入表
截至2025年6月30日止六個月－未經審核

	附註	截至6月30日止六個月 2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收益	3	3,063,455	2,620,565
銷售成本		<u>(2,396,584)</u>	<u>(2,176,281)</u>
毛利	3	666,871	444,284
其他收入淨額		12,343	31,077
生物資產公允價值變動產生的收益		1,737	3,467
銷售及經銷開支		(305,212)	(239,558)
行政開支		70,427	(73,156)
貿易及其他應收款項減值虧損撥回／(支出)		<u>4,876</u>	<u>(2,089)</u>
經營利潤		310,188	164,025
財務成本	4(a)	(6,146)	(8,046)
以公允價值計量且其變動計入損益(「以公允價值計量且其變動計入損益」)的金融資產公允價值變動		<u>(182,111)</u>	<u>(23,109)</u>
除稅前溢利	4	121,931	132,870
所得稅	5	<u>(5,705)</u>	<u>(7,109)</u>
本公司權益股東應佔期內溢利及全面收入總額		<u><u>116,226</u></u>	<u><u>125,761</u></u>
每股盈利			
基本及攤薄	7	<u><u>0.11</u></u>	<u><u>0.12</u></u>

綜合財務狀況表
於2025年6月30日

	附註	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,072,821	1,050,096
使用權資產		231,074	240,029
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產		440,727	615,055
其他非流動資產		46,824	25,780
		<u>1,791,446</u>	<u>1,930,960</u>
流動資產			
生物資產		28,989	—
存貨		1,070,727	1,360,169
貿易及其他應收款項	8	559,672	609,717
手頭及銀行現金		786,721	712,972
		<u>2,446,109</u>	<u>2,682,858</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	9	434,253	253,217
合約負債		15,355	40,635
銀行貸款		200,074	645,475
租賃負債		27,011	26,488
應付所得稅		3,556	14,488
		<u>680,249</u>	<u>980,303</u>
流動資產淨值		<u>1,765,860</u>	<u>1,702,555</u>
總資產減流動負債		<u>3,557,306</u>	<u>3,633,515</u>

	附註	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債			
租賃負債		16,976	30,754
遞延收入		<u>44,511</u>	<u>47,991</u>
		<u>61,487</u>	<u>78,745</u>
資產淨值		<u>3,495,819</u>	<u>3,554,770</u>
資本及儲備			
股本		106,815	106,815
儲備		<u>3,389,004</u>	<u>3,447,955</u>
總權益		<u>3,495,819</u>	<u>3,554,770</u>

中期財務資料附註

1. 編製基準

中期財務資料乃按照香港聯合交易所有限公司證券上市規則適用之披露規定而編製，當中包括符合國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)所頒佈之國際會計準則(「國際會計準則」)第34號中期財務報告之規定。其於2025年8月28日獲授權刊發。

除預期將會於2025年度週年財務報表採納之會計政策轉變外，中期財務資料已按照2024年度週年財務報表所採納的相同會計政策而編製。有關任何會計政策變動之詳情載於附註2。

中期財務資料乃遵照國際會計準則第34號而編製，有關準則規定管理層作出影響政策應用及年初至今的資產與負債、收入及開支呈報金額的判斷、估計及假設。實際結果可能與此等估計有所不同。

中期財務資料載有簡明綜合財務報表及經篩選的解釋性附註。該等附註載有對了解自2024年度週年財務報表刊發以來本集團的財務狀況及表現變動而言屬重要的事件及交易說明。簡明綜合中期財務報表及其附註並未載有根據國際財務報告會計準則編製全份財務報表所需之所有資料。

2. 會計政策變動

本集團已於中期財務資料中就當前會計期間應用國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第21號(修訂本)，外匯匯率變化的影響－缺乏可兌換性。本集團並未進行任何以外幣結算且該外幣不能兌換成其他貨幣的交易，因此該等修訂對本中期財務資料並無構成重大影響。

本集團於本會計期間內並未應用任何尚未生效的新訂或經修訂準則。

3. 收益及分部報告

(a) 收益

本集團的主要業務為生產及銷售廚房主食食品。本集團的所有收益均於報告期間內的某個時間點確認。有關本集團主要業務及按主要產品劃分的分列收益的進一步詳情披露於附註3(b)。

(b) 分部報告

本集團按產品管理其業務。按照符合就資源分配和業績評估目的向本集團最高級別執行管理層內部報告資料的方式，本集團已呈列以下四個可報告分部。概無為形成以下可報告分部而合併任何經營分部。

- 大米產品：該分部主要生產不同類別的預包裝大米產品。
- 玉米產品：該分部主要生產預包裝玉米產品。
- 雜糧、豆類及其他產品：該分部主要生產預包裝糙米、小米、紅豆及芝麻。
- 乾貨及其他產品：該分部主要生產預包裝木耳、銀耳及蓮子以及糠、稻殼、碎米等副產品。

隨著玉米產品收益自2024年起實現顯著增長，預計玉米產品將有助於產生穩定的現金流，而玉米產品收益增長將為本集團提供良好契機，實現產品矩陣及收益來源多元化，從而改善本集團財務表現及盈利能力。本集團最高級別執行管理層認為採用新分部的做法屬恰當，並且截至2024年6月30日止六個月的分部比較資料已重述。

收益及開支乃參考該等分部產生的收益及該等分部產生的開支分配至該等可報告分部。用於報告分部業績的計量指標為毛利。本集團的資產和負債不會根據各個細分市場進行測量。因此，並無呈列分部資產及負債資料，亦無呈列有關資本開支的資料。

(i) 分部業績

於報告期內，就資源分配及評估分部表現而向本集團最高級別執行管理層提供的有關本集團可報告分部的資料載列如下。

	截至2025年6月30日止六個月				
	大米產品 人民幣千元	玉米產品 人民幣千元	雜糧、豆類 及其他產品 人民幣千元	乾貨及 其他產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
來自外部客戶的收益 及可報告分部收益	<u>2,066,467</u>	<u>433,069</u>	<u>274,276</u>	<u>289,643</u>	<u>3,063,455</u>
可報告分部毛利	<u>435,553</u>	<u>156,635</u>	<u>52,849</u>	<u>21,834</u>	<u>666,871</u>

	截至2024年6月30日止六個月				
	大米產品 人民幣千元	玉米產品 人民幣千元	雜糧、豆類 及其他產品 人民幣千元	乾貨及 其他產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
來自外部客戶的收益 及可報告分部收益	<u>1,707,209</u>	<u>514,221</u>	<u>212,050</u>	<u>187,085</u>	<u>2,620,565</u>
可報告分部毛利	<u>211,083</u>	<u>171,142</u>	<u>46,164</u>	<u>15,895</u>	<u>444,284</u>

(ii) 地理資料

本集團並無於中國境外擁有重大資產或業務。本集團的收益全部來自其於中國的客戶。因此，並無呈列基於客戶及資產地理位置的分部分析。

4 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後得出：

(a) 財務成本

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
銀行貸款的利息開支	5,025	13,270
租賃負債利息	865	1,444
外幣匯兌虧損／(收益)	256	(6,668)
	<u>6,146</u>	<u>8,046</u>

截至2025年及2024年6月30日止六個月，概無借款成本被資本化。

(b) 員工成本

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
薪金、工資及其他福利	153,655	144,004
界定供款退休計劃的供款	10,429	9,948
	<u>164,084</u>	<u>153,952</u>

(c) 其他項目

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
存貨成本	2,396,584	2,176,281
折舊		
－自有物業、廠房及設備	50,114	43,420
－使用權資產	4,601	5,915
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	555	113
租賃開支	705	827

5 所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項	<u>5,705</u>	<u>7,109</u>

(i) 於中國成立的本集團附屬公司於截至2025年6月30日止六個月，須按25%的中國企業所得稅稅率納稅(截至2024年6月30日止六個月：25%)。

(ii) 根據中國相關稅務法規，本集團的農產品初加工業務合資格獲豁免繳納所得稅。

6 股息

(i) 歸屬於中期期間的應付本公司權益股東股息

本公司董事不建議派付截至2025年6月30日止六個月的中期股息(截至2024年6月30日止六個月：人民幣零元)。

(ii) 中期期間獲批並歸屬於上一財政年度的應付本公司權益股東股息

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
其後中期期間獲批的上一財政年度末期股息， 每股普通股人民幣0.164元(截至2024年6月30日 止六個月：每股普通股人民幣0.031元)	<u>175,177</u>	<u>33,113</u>

7 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2025年6月30日止六個月每股基本盈利的計算乃基於本公司權益股東應佔溢利人民幣116,226,000元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣125,761,000元)及中期期間已發行普通股的加權平均數目1,068,153,000股(截至2024年6月30日止六個月：1,068,153,000股普通股)。

(b) 每股攤薄盈利

截至2025年及2024年6月30日止六個月，並無可攤薄的潛在流通股。因此，每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

8 貿易及其他應收款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
來自以下人士的貿易應收款項：		
－ 第三方	363,053	383,188
減：虧損撥備	(887)	(5,763)
	<u>362,166</u>	<u>377,425</u>
應收票據	<u>7,989</u>	<u>8,789</u>
應收股息	<u>4,465</u>	<u>8,038</u>
預付款項：		
－ 原材料、物流及其他	28,493	20,805
－ 廣告服務	68,851	84,343
向供應商的預付款項	<u>97,344</u>	<u>105,148</u>
可收回增值稅	59,015	82,289
應收電商平台保證金及款項	18,665	13,582
土地使用權投標及購買保證金	1,657	1,657
其他應收款項	1,058	931
其他保證金	7,313	11,858
	<u>87,708</u>	<u>110,317</u>
貿易及其他應收款項	<u>559,672</u>	<u>609,717</u>

所有貿易及其他應收款項預期於一年內收回或確認為開支。

賬齡分析

截至報告期末，本集團基於發票日期的貿易應收款項(扣除虧損撥備)賬齡分析如下。

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
3個月內	341,364	371,937
4至6個月	19,515	4,988
7至12個月	1,174	299
1年以上	113	201
	<u>362,166</u>	<u>377,425</u>

9 貿易及其他應付款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項 － 第三方	<u>159,781</u>	<u>152,677</u>
應付股息	175,177	—
應付員工相關成本	42,510	53,724
應付物業、廠房及設備建設及購買款項	17,827	22,654
其他	<u>13,290</u>	<u>12,617</u>
	<u>248,804</u>	<u>88,995</u>
按攤銷成本計量的金融負債	408,585	241,672
退款負債	1,494	2,213
應付雜項稅	<u>24,174</u>	<u>9,332</u>
	<u>434,253</u>	<u>253,217</u>

截至報告期末，本集團貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一年內或按要求	<u>159,781</u>	<u>152,677</u>

預計所有貿易及其他應付款項將於一年內結算或須按要求償還。

管理層討論與分析

宏觀及行業環境

2025年上半年，中國國內生產總值(GDP)達66.05萬億元，同比增長5.3%。面對複雜多變的全球經濟形勢，中國國民經濟頂壓前行、穩中向好，展現出強大韌性和活力。新消費亮點頻現、新產業加速成長、新動能澎湃迸發。多個維度的數據表明，中國經濟「含新量」日益增長，創新脈動愈發強勁。2025年上半年我國社會消費品零售總額達24.55萬億元，同比增長5%。整體來看，2025年上半年最終消費支出對經濟增長的貢獻率高達52%，成為拉動我國經濟增長的主要動力。中國消費市場出現了健康消費、國產品牌消費和老年人消費崛起等趨勢。其中，食品行業呈現出兩個主要趨勢：一是對健康和質量的追求，消費者從注重「吃好」轉向注重「吃健康」，偏好營養均衡、低脂肪和富含膳食纖維的食品；二是對便捷和品牌的需求，預包裝食品因其質量穩定、便於儲存和運輸的優勢，市場份額持續增長。

按照品類而言，我國廚房主食食品可分為面製品、米製品、雜糧和以玉米為代表的新型主食製品四大類。作為大米產量和消費第一大國，我國的大米消費成熟且穩定增長，市場空間廣闊。2024年12月，國家發展改革委、國家糧食和物資儲備局等七部門聯合印發《國家全穀物行動計劃(2024-2035年)》，堅持以大食物、大營養、大健康需求為導向，因地制宜發展全穀物¹產業，推動糧食節約減損，促進營養均衡，提升糧食安全保障和人民健康水平。同時，消費者日益增強的健康意識亦拉動雜糧及玉米品類增長，其中玉米以其低脂特性逐漸成為消費者日常飲食的健康新選擇。

¹ 全穀物是穀物去除外殼等不可食用部分後保留具有完整穎果結構(即胚乳、胚芽和皮層)的籽粒，最大限度保留了穀物中的膳食纖維、B族維生素、礦物質等天然營養與活性物質。全穀物主要包括糙米、全麥、燕麥、小米、玉米、蕎麥、藜麥、高粱等。

按照包裝規格，大米、玉米、雜糧、豆類及籽類產品可進一步劃分為預包裝產品和散裝產品。由於預包裝產品便於運送，且能更好保持質量、新鮮度和口感，因此更受消費者青睞。隨著中國消費者對食品質量關注度提高，產品便捷、場景化成為新剛需。更多消費者傾向於購買預包裝大米、玉米、雜糧、豆類及籽類產品，從而刺激預包裝產品市場增長率的提升。此外，消費者的多場景需求催生了主食產品休食化這一趨勢，飲食模式更加適應現代生活，預包裝玉米製品及預製雜糧食品可以滿足消費者對「健康、營養、便捷」的複合需求。

未來展望

本集團堅持以「為中國消費者提供健康、優質、安全的家庭食品」為使命，致力於為客戶提供預包裝優質大米、玉米、雜糧、豆類及乾貨產品。通過保持全渠道銷售覆蓋，我們致力於為客戶提供來自中國著名農業產區的多元化品類產品，通過提升服務質量和運營效率，目標「打造中國有價值、有影響力的食品品牌」。

我們將繼續深耕全渠道生態體系，強化我們的渠道管理能力；構建以內容為核心的智能營銷生態，持續洞察消費者需求，持續夯實品牌心智；我們將持續、密切關注整體行業動態，及時調整業務佈局和產品組合，充分發揮自身特色和優勢，拓展新渠道、新業務，持續打造健康優質的明星產品；繼續深入大米、玉米、雜糧、豆類及其他產品的精選產區，專注在優質原產地佈局打造採購、生產、檢驗、倉儲等核心能力。我們將持續推動數字化與系統建設，提升全渠道運營效率與精細化管理水平。我們將通過構建完善的業務管理平台、ERP系統和數據分析體系，進一步提升資源配置效率與決策支持能力。

業務回顧

2025年上半年，本集團持續致力於為客戶提供預包裝優質大米、玉米、雜糧、豆類及乾貨產品，矢志以「看得見，買得到」贏得消費者的青睞。本集團持續深耕現有品類，拓寬多品類產品矩陣，拓寬銷售網絡，加強多品牌各有側重的商業模式，以及夯實供應鏈管理能力，從而滿足多樣化的消費者需求。

2025上半年，本集團的總收入為人民幣3,063.5百萬元，較去年同期的人民幣2,620.6百萬元增加約16.9%。本集團的毛利由去年同期的人民幣444.3百萬元增加50.1%至報告期內的人民幣666.9百萬元，毛利率由去年同期的17.0%增加至報告期內的21.8%。較去年同期的所得稅前利潤人民幣132.9百萬元，報告期內本集團錄得所得稅前利潤人民幣121.9百萬元，較去年同期的淨利潤人民幣125.8百萬元，報告期內本集團錄得淨利潤人民幣116.2百萬元。經調整淨利潤由去年同期的人民幣148.9百萬元增加97.7%至報告期內的人民幣294.3百萬元，經調整淨利潤率由去年同期的5.7%增加至報告期內的9.6%。

我們的品牌及產品

我們是中國領先且增長迅速的家庭食品企業之一，擁有強大的多渠道品牌影響力。自成立以來，我們致力於為消費者提供優質的預包裝大米、玉米、雜糧、豆類及乾貨產品，已成功建立並運營多個備受認可的品牌，主要包括十月稻田、柴火大院和福享人家。本集團一路穩紮穩打，成功實現過往業績持續領先。

我們的核心優勢品類大米和玉米保持領先的銷售量優勢，並且盈利質量獲得了同步提升。根據弗若斯特沙利文市場地位認證，我們的品牌已獲得「連續六年東北大米中國銷量領先²」及「連續兩年玉米品類中國銷量領先³」的認可。我們深耕核心優勢品類，持續打造多個年度銷售規模達人民幣億級的單品，如：十月稻田寒露秋香五常大米、十月稻田長粒香，十月稻田黃糯玉米等。這得益於我們對消費者需求的敏感捕捉。報告期內，隨著消費趨勢從「吃飽」向「吃好」轉變，「一人食」經濟持續升溫，我們順勢推出了燒烤味玉米、麻辣味玉米，有效滿足了年輕人對於輕負擔與好口感的訴求。此外，我們的子公司

² 來源：弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，基於對中國東北大米行業的研究；按2019-2024年間行業內各企業於中國內地(不包含港澳台地區)的零售渠道銷量計；東北大米是指產自中國黑龍江省、吉林省和遼寧省產區的粳米產品；於2025年4月完成調研。

³ 來源：弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，基於對中國玉米行業的研究；按2023-2024年間行業內各企業於中國內地(不包含港澳台地區)的零售渠道銷量計；玉米品類是指包括玉米棒、玉米段、玉米粒及玉米衍生品等產品的品類；於2025年4月完成調研。

五常市彩橋米業有限公司作為五常大米新國標的主要起草單位之一，這亦奠定了我們的行業建設者的地位。

除核心優勢品類外，我們報告期內全面致力於成為家庭食品創新專家，圍繞家庭輕食、健康、低脂等核心需求拓展了家庭食品的版圖，如：糙米飯團、玉米漿包、歐芹大蒜鹽等。在家庭食品版圖中，我們的雜糧、乾貨等產品位亦在主流電商平台銷量排名前列。此外，隨著我們經營效率的提升，我們報告期內進一步向休閒食品進軍，從開袋即食角度推出多品類的食品，如：水果玉米粒、即食玉米段等，致力於滿足「好吃+健康+便捷」的三重需求，並同步導入我們在該領域長期積累的產品開發能力，以觸及更廣闊的消費需求市場。

我們的品牌十月稻田及柴火大院等保持著廣泛的知名度，弗若斯特沙利文已認證十月稻田「累計服務1.4億中國家庭用戶⁴」，品牌影響力持續提升。「中國味香香香」是我們的品牌內核，2025年上半年，我們入選了首批「中國消費名品」名單、「2024中國食品行業年度榜單」，並榮獲「品創年度品牌」、「Blooming Brands年度品牌創新案例」首十位等榮譽。圍繞我們的主品牌，我們報告期內輔以一系列全域整合營銷活動，通過「流量+內容」雙輪驅動模式，持續內容創新，使得品牌美譽度廣為傳播。舉例而言，我們圍繞兩大原創IP「玉米輕食季」、「新米季」，輔以創始人IP賦能、全域種草等，構建從產品到品牌的文化符號，講好新一代國民品牌故事。就自有IP而言，我們擁有業內少見的「雙創始人」IP，全網粉絲量突破150萬，形成了全域多賬號矩陣結合高質量內容輸出的穩定運營模式。在營銷層面，我們以場景化內容引發用戶共鳴，聯動「新白娘子傳奇」等頭部IP打造多元營銷事件，進一步擴大品牌聲量。我們在社交媒體全域種草，詼諧生動的品牌年輕化表達，給足年輕人情緒價值。品牌以高鐵、機場等高势能場景的深度覆蓋，贊助馬拉松等線下活動，強化健康生活理念，形成了線上線下內容閉環，推動品牌長效增長，助力品牌完成「從產品服務到場景服務」的戰略升級。

⁴ 來源：弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，基於對中國廚房主食行業的研究；按截至2025年3月底於中國內地(不包含港澳台地區)累計服務的家庭用戶人群總數計；於2025年4月完成調研。

我們主要提供大米產品、玉米產品、雜糧、豆類及其他產品、乾貨及其他產品。大米產品主要包括不同類別的預包裝大米產品，如五常大米、稻香米、長粒香大米、小町米等。玉米產品主要包括不同類別的預包裝玉米製品，如黃糯玉米、白糯玉米、黑糯玉米、花糯玉米、水果玉米、水果玉米粒、風味玉米、烘乾脫皮玉米粒及其他玉米製品等。雜糧及豆類產品主要包括預包裝糙米類混合雜糧、黃小米及紅小豆，該品類下其他產品指籽類及玉米產品。乾貨產品主要包括預包裝木耳、銀耳及蓮子等，該品類下其他產品主要包括糠、稻殼、碎米等副產品。我們的收入主要來源於大米產品、玉米產品及雜糧及豆類產品的銷售額。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6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
大米產品	2,066,467	67.4%	1,707,209	65.2%
玉米產品	433,069	14.1%	514,221	19.6%
雜糧、豆類及其他產品	274,276	9.0%	212,050	8.1%
乾貨及其他產品	289,643	9.5%	187,085	7.1%
合計	<u>3,063,455</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,620,565</u>	<u>100.0%</u>

報告期內我們的大米產品所得收入由去年同期的人民幣1,707.2百萬元增加21.0%至人民幣2,066.5百萬元，主要由於集團持續調整策略深耕渠道，且隨著品牌影響力提升，多渠道中高端大米銷量增加，稻香米佔大米收入比重上升，此外，我們策略性減少了低毛利大米的銷售，綜合導致大米收入增加人民幣359.3百萬元。我們的玉米產品較去年同期人民幣514.2百萬元減少15.8%至人民幣433.1百萬元，主要由於集團旨在提升盈利質量，調整營銷投放策略，導致部分平台的玉米銷售收入有所下降。我們的雜糧、豆類及其他產品所得收入由去年同期的人民幣212.1百萬元增加29.3%至報告期內的人民幣274.3百萬元，主要由於我們積極開發新產品，拓寬了產品矩陣及銷售網絡。2025年上半年，我們的乾貨及其他產品所得收入由去年同期的人民幣187.1百萬元增加54.8%至人民幣289.6百萬元，主要由於該品類中的糠、稻殼、碎米等副產品的銷量及銷售價格提升，並且集團積極開發新產品，拓寬了乾貨產品矩陣及銷售網絡，綜合導致乾貨及其他產品銷售收入增加人民幣102.6百萬元。

我們的銷售網絡

本集團的客戶包括企業客戶及個人客戶。我們通過與在線渠道合作來建立自身網絡，攜手多家在中國佔據領先地位、廣泛的消費者覆蓋及較高品牌知名度的知名電商平台，並在多個核心品類確立了顯著的市場份額領先優勢。同時，我們敏銳洞察線下零售業態的發展機遇，成功在現代商超渠道建立廣泛的銷售覆蓋網絡。憑借在線渠道的競爭優勢，我們持續深化渠道滲透，建立多渠道銷售網絡，進一步鞏固市場領先地位。

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的收入明細：

銷售渠道	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
在線渠道				
— 電商平台	1,163,282	38.0%	1,095,938	41.8%
— 在線自營店	673,485	22.0%	680,319	26.0%
現代商超渠道 ¹	495,584	16.2%	393,223	15.0%
直接客戶 ²	563,209	18.4%	321,654	12.3%
經銷網絡	167,895	5.4%	129,431	4.9%
合計	<u>3,063,455</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,620,565</u>	<u>100.0%</u>

附註：

1. 現代商超渠道主要包括向終端消費者提供我們產品的NKA及LKA。
2. 直接客戶主要包括餐飲公司、農產品公司以及其他企業及個人客戶。

報告期內我們來自在線渠道的收入佔我們總收入的大部分。來自在線渠道產生的收入由去年同期的人民幣1,776.3百萬元增加3.4%至報告期內的人民幣1,836.8百萬元。其中，我們來自電商平台的收入由去年同期的人民幣1,095.9百萬元增加6.2%至報告期內的人民幣1,163.3百萬元，主要由於集團在渠道調整策略持續深耕，此外，公司致力於提升盈利質量，繼續減少在低毛利平台的投入，綜合導致來自電商平台的收入增加。來自在線自營店的收入由去年同期的人民幣680.3百萬元減少1.0%至報告期內的人民幣673.5百萬元，主要由於集團為提升盈利質量，調整部分平台店鋪的營銷投放策略，導致部分在線自營店銷售收入有所下降，此外，公司在部分平台新開設若干店鋪，銷售收入增長，綜合導致在線自營店銷售收入略有下降。現代商超渠道產生的收入由去年同期的人民幣393.2百萬元增加26.0%至報告期內的人民幣495.6百萬元，主要由於我們持續深耕現代商超渠道，同時擴充品類，帶來該渠道銷量增加。來自直接客戶的收入由去年同期的人民幣321.7百萬元增加75.1%至報告期內的人民幣563.2百萬元，主要由於隨集團品牌認可度提升，來自企業及個人客戶的銷量增加，此外，來自農產品公司的銷售收入也有所增加。來自經銷網絡的收入由去年同期的人民幣129.4百萬元增加29.8%至報告期內的人民幣167.9百萬元，反映了公司在報告期內持續開拓經銷渠道。

我們的生產

我們始終以品質為先，通過構建完善的原料供應體系及生產管理體系確保產品品質。在原材料採購方面，我們已與各類產品供應商建立長期穩定的關係。具體而言，我們的糧食核心產區包括瀋陽新民地區、五常地區、松原地區、通河地區及敖漢地區。五常大米、敖漢小米為中國國家地理標誌產品。我們亦在其他優質地區採購雜糧、豆類、乾貨產品的原材料，如在黑龍江省大慶採購紅小豆及在內蒙古採購綠豆，以及在吉林省扶餘採購花生。

為確保原料品質的穩定性，我們採取多元化供應策略：我們與優質供應商建立長期戰略合作關係；僱用農戶進行訂單種植；並且我們針對優質品種農作物進行部分自營種植，重點佈局五常基地的稻香米種植，以及各基地及周邊的優質玉米種植。

我們不斷改良我們的生產工序，以及探索開發我們的生產技術和工藝，使我們的產品保持良好的口感及營養價值，滿足目標消費者的喜好。我們的生產流程高度標準化及自動化。此外，我們已大量投資購買先進的生產機器及設備，我們的生產團隊成員亦緊密合作，持續維護我們的生產機器及設備，以滿足我們嚴格的生產標準並提高生產效率。截至2025年6月30日，我們已在中國五個核心糧食產區附近建成五個現代化產業基地，分別為瀋陽新民產業基地、五常產業基地、松原產業基地、通河產業基地以及敖漢產業基地。截至2025年6月30日，我們正在廣西南寧建立水果玉米生產基地，預計2025年下半年完工投入生產。

供應鏈管理

通過深度整合各渠道資源，我們實現對價值鏈全環節的實時監控，使我們得以高效收集和分析消費數據，並同步訂單、庫存及產能信息。我們通過高效地制定、監察及調整我們的生產計劃，能夠快速響應實時交易信息，並在關鍵業務節點制定精準決策。憑借高效的供應鏈管理，我們執行訂單式生產，通常能夠在客戶下訂單後的三天內完成產品的生產加工，並向指定的倉庫或終端消費者發貨，有效保障產品的新鮮度和良好風味。此外，我們靈活高效的供應鏈可確保快速應對市場需求。

我們的生產高度標準化及自動化，並致力於使用最先進的設備，不斷提高我們的生產線的自動化水平。截至2025年6月30日，我們已有超過二十條自動化生產線投入使用。此外，我們通過在上海、天津、成都、瀋陽和東莞的五個自營區域配送中心以及超過十個地方倉庫建立了一個現代化庫配體系，以確保及時可靠地履行合同。

食品安全和質量控制

食品安全和產品質量是我們的首要關注事項。我們堅持提供安全且優質的產品，持續鞏固消費者信心並提升品牌聲譽。我們在經營全過程實施了嚴格的食物安全和質量控制標準和措施，涵蓋採購、生產、儲存至銷售等步驟。為實現系統化、全生命週期的質量管理，我們的質量保證團隊專注於通過實施及維護我們的質量控制體系落實我們集團層面的質量控制規劃，並負責原材料、半成品和成品質量檢查以及產品保質期管理。

我們的信息技術

本集團使用的信息技術系統涵蓋我們經營的各個方面，包括原材料供應、生產、運營及物流。我們的信息技術團隊負責開發及維護信息技術系統，以與我們的業務擴展保持同步，並能靈活定制解決方案以滿足我們的業務需要。我們已開發並採用供應鏈管理系統，以整合供應鏈資源，採取一致的價值主張，從而優化前期成本結構。此外我們利用ERP系統、運輸管理系統、倉儲管理系統、客戶關係管理系統、雲辦公系統、辦公自動化系統等互補性系統，共同賦能高效的產品運營與數據管理等關鍵職能。

財務回顧

收益及毛利

報告期內本集團錄得收入為人民幣3,063.5百萬元，較上年度上半年的人民幣2,620.6百萬元相比增加了16.9%，主要由於(i)我們深耕現有品類並持續創新，洞察消費趨勢，基於健康、安全飲食的理念，拓寬多品類產品矩陣；及(ii)我們持續、密切關注整體行業動態，調整業務佈局，充分發揮自身特色和優勢，提升品牌效應和品牌競爭力，滿足多樣化的消費者需求。

報告期內本集團毛利為人民幣666.9百萬元，較上年度上半年的人民幣444.3百萬元增加人民幣222.6百萬元。本集團毛利率由上年度上半年的17.0%增至報告期內的21.8%，主要由於我們(i)持續調整產品結構，隨消費者對品牌認可度提高，集團中高端產品的銷量增加，同時公司策略性減少對低毛利產品的投入，(ii)持續調整銷售渠道結構和戰略佈局，深耕現有各渠道，同時減少了在若干低毛利渠道的投入，及(iii)原材料水稻價格較上年度上半年有所下降。

其他收入淨額

本集團的其他收入淨額由上年度上半年的人民幣31.1百萬元減少至報告期內的人民幣12.3百萬元，主要由於上年度上半年閒置募集資金認購理財產品產生投資收益人民幣15.8百萬元，報告期內未產生理財產品投資收益，此外，上年度上半年轉回預計負債中訴訟預提金額與判決金額的差異人民幣3.8百萬元。

生物資產公允價值變動收益

本集團於報告期內種植玉米、水稻，截止2025年6月30日，部分玉米完成授粉，發生生物狀態變化，產生公允價值收益人民幣1.7百萬元，較上年度上半年有所下降，主要由種植面積變化導致。

銷售及經銷開支

本集團的銷售及經銷開支由上年度上半年的人民幣239.6百萬元增加27.4%至報告期內的人民幣305.2百萬元，主要由於我們的在部分渠道的自營店舖數量大幅增加，運營費用有較大幅度的增加，此外，對比上年度上半年，集團在部分機場和商圈增加鋪設地面廣告，廣告宣傳方面的支出增加。

行政開支

本集團的行政開支由上年度上半年的人民幣73.2百萬元略有減少至報告期內的人民幣70.4百萬元，各項費用保持穩定。

貿易及其他應收款項減值虧損撥回／支出

本集團的貿易及其他應收款項減值虧損撥回／支出由上年度上半年減值損失支出人民幣2.1百萬元變為報告期內的減值損失撥回人民幣4.9百萬元，主要由於報告期內收回部分長賬齡的貿易應收款，相應減值損失撥回。

財務成本

我們的財務成本自上年度上半年的人民幣8.0百萬元減少23.8%至報告期內的人民幣6.1百萬元，主要由於：(i)借款平均餘額較上年度上半年下降，導致報告期內利息支出減少人民幣8.2百萬元，及(ii)上年度上半年產生匯兌收益人民幣6.7百萬元，報告期內匯兌損失為人民幣0.3百萬元，綜合導致財務成本下降。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產公允價值變動損失

報告期內，本集團持有以公允價值計量的金融資產，帶來的公允價值變動損失為人民幣182.1百萬元。該等金融資產主要為集團出於戰略合作和投資意圖持有的上市公司股權。

所得稅費用

本集團報告期內所得稅費用為人民幣5.7百萬元，較上年度上半年的人民幣7.1百萬元下降19.7%，主要由於應課稅收入的減少。

期內利潤

由於上述原因，本集團期內利潤由上年度上半年的人民幣125.8百萬元，下降至報告期內的利潤人民幣116.2百萬元。

非國際財務報告準則計量

為補充本集團根據國際財務報告會計準則呈列的綜合財務報表，本集團亦採用並非國際財務報告會計準則規定或並非按國際財務報告會計準則呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。本集團相信，非國際財務報告準則計量為投資者及其他人士提供有用的信息，以通過協助本集團管理層相同的方式瞭解及評估我們的綜合經營業績。然而，本集團呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司所呈列類似計量指標相比。該等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，投資者不應視其為獨立於或可代替本集團根據國際財務報告會計準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

本集團將經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)定義為通過扣除股權投資的公允價值變動與稅後分紅收益的期內淨利潤。下表呈列期間的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)與根據國際財務報告會計準則計算及呈列的最直接可比財務計量(即期內淨利潤)的對賬：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
淨利潤與經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)調節表		
期內利潤	116,226	125,761
加：		
產生自以公允價值計量變動計入損益的金融資產的淨虧損 ¹	178,092	23,109
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	294,318	148,870

附註：

1. 本集團持有以公允價值計量變動計入損益的金融資產，其中對上市股權投資產生的公允價值變動及稅後分紅收益。

報告期內本集團的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)由上年度上半年的人民幣148.9百萬元增加97.7%至人民幣294.3百萬元，經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)由5.7%增至9.6%，主要由於我們持續調整產品結構和戰略佈局，深耕渠道，提高中高端產品在集團收入中的佔比，毛利率從17.0%增長至21.8%，淨利潤和淨利率均有增長。

存貨

本集團的存貨由截至2024年12月31日的人民幣1,360.2百萬元減少21.3%至截至2025年6月30日的人民幣1,070.7百萬元。本集團的存貨周轉日數由2024年度的113天減少至報告期的93天，主要由於公司原材料採購受季節性影響，主要於每年的第四季度收購原糧，報告期內生產領用原材料，截至2025年6月30日存貨餘額下降。

生物資產

本集團於報告期內陸續種植玉米和水稻，由獨立評估師對截至2025年6月30日的生物資產公允價值進行評估，種植玉米公允價值為人民幣15.0百萬元，種植水稻公允價值為人民幣14.0百萬元。集團種植的生物資產於每年7至10月收穫，因此在年末沒有生物資產餘額。

貿易及其他應收款項

集團的貿易應收款項由截至2024年12月31日的人民幣377.4百萬元減少4.0%至截至2025年6月30日的人民幣362.2百萬元。貿易應收款項周轉天數從2024年度的20天略有增加至報告期內的22天，貿易應收款水平保持穩定。

本集團的其他應收款項由截至2024年12月31日的人民幣223.5百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣189.5百萬元，主要由於可退換增值稅在報告期內抵扣，金額有所下降。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

於2025年6月30日，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有人民幣440.7百萬元系對上市公司的股權投資，用於戰略合作及投資，較2024年12月31日金額下降主要由於金融資產公允價值變動導致。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易應付款項由截至2024年12月31日的人民幣152.7百萬元增加4.6%至截至2025年6月30日的人民幣159.8百萬元，貿易應付款項周轉天數從上年度的11天增加至報告期內的12天，較為穩定。

本集團的其他應付款項由截至2024年12月31日的人民幣100.5百萬元增加173.0%至截至2025年6月30日的人民幣274.5百萬元，主要由於公司應付股利增加人民幣175.2百萬元。

合約負債

我們的合約負債主要為客戶的短期預收款項。所有合約負債預期將於一年內確認為收益。本集團的合約負債由截至2024年12月31日的人民幣40.6百萬元減少62.1%至截至2025年6月30日的人民幣15.4百萬元，主要由於報告期內履行了合約負債義務，並且受銷售季節性影響，截至2025年6月30日，部分客戶較2024年12月31日即春節前夕需求有所下降。

流動資金及資本資源

手頭及銀行現金

本集團的手頭及銀行現金由截至2024年12月31日的人民幣713.0百萬元增加10.3%至截至2025年6月30日的人民幣786.7百萬元，主要由於本集團在報告期內經營活動現金流入，並償還借款綜合影響。

銀行貸款

本集團的銀行貸款由截至2024年12月31日的人民幣645.5百萬元減少69.0%至截至2025年6月30日的人民幣200.1百萬元，主要由於本集團在報告期內償還借款。

資本負債比率

於2025年6月30日，本集團資本負債比率(負債總額／資產總額)為17.5%，比2024年12月31日本集團的資本負債比率23.0%有所下降，這主要由於本集團償還借款，負債金額有所下降。

財務風險

由於我們面臨多種財務風險，包括信貸風險、流動資金風險、利率風險、貨幣風險及公允價值計量風險，我們已採取風險管理計劃，重點將金融市場不可預測的潛在不利影響降到最低。

信貸風險

信貸風險指對手方不履行其合約責任而對本集團造成財務損失的風險。截至2025年6月30日，本集團的信貸風險主要來自貿易應收款項。本集團來自手頭及銀行現金以及應收票據的信貸風險有限，因為對手方為具有較高信用評級的銀行和金融機構，本集團被認為相關信貸風險較低。本集團並無提供任何會使本集團面臨信貸風險的擔保。

流動資金風險

庫務職能由本集團統一管理，其中包括盈餘現金短期投資及集資以滿足預期現金需求。本集團的政策是定期監察其流動資金需求及遵守出借契據的情況，以確保其維持充足現金儲備及主要金融機構和投資者的充足承諾資金額度，滿足長短期流動資金需求。

利率風險

利率風險指金融工具的未來現金流的公允價值因市場利率變動而波動的風險。本集團的利率風險主要來自按浮動及固定利率發放的計息借款，該等計息借款令本集團分別面臨現金流利率風險及公允價值利率風險。

貨幣風險

本集團面臨的貨幣風險主要來自以外幣計值的現金結餘。產生此風險的貨幣主要為美元及港元。

或然負債

截至2025年6月30日，本集團概無任何重大或有負債。

資本承擔及資本開支

於2025年6月30日，本集團的資本承擔約為人民幣101.5百萬元(於2024年12月31日：人民幣64.4百萬元)，主要用於購買和建造樓宇、機器及設備。

截至2025年6月30日止六個月，本集團的資本開支約為人民幣106.4百萬元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣89.2百萬元)，主要用於購買物業、廠房及設備及土地使用權。

資產抵押

於2025年6月30日，本集團就於銀行貸款質押的物業、廠房及設備及土地使用權的賬面總值為人民幣62.5百萬元(於2024年12月31日：人民幣338.7百萬元)。

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任何重大收購或出售事項。

未來重大投資或資本資產計劃

報告期內及截至本公告日期，除招股章程中披露的「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。

其他資料

遵守標準守則

本公司已採納標準守則作為董事及監事進行證券交易的守則。經向所有董事及監事作出特定查詢，彼等確認於報告期內已遵守標準守則。

遵守企業管治守則

我們致力於達成高水平的企業管治，這對我們的發展及保障股東權益至關重要。於報告期內，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文，惟對守則條文第C.2.1條的偏離除外。

根據企業管治守則第二部分守則條文C.2.1，董事長與總經理的角色應有區分，不應由同一人兼任。然而，本公司並無區分董事長及總經理，董事長及總經理的責任均由王兵先生擔任。董事會認為，由同一人同時承擔董事長及總經理的責任有利於確保本集團內部領導一致，使本集團的整體戰略規劃更有效及高效。此外，由於董事會共九名董事中有三名獨立非執行董事，董事會內將有足夠的獨立發言以保障本公司及股東的整體利益。因此，董事會認為，現有安排的權力和授權平衡將不會受到損害，此架構將使本公司能夠迅速有效地作出及實施決策。董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規守則，以維持高標準的企業管治。

遵守法律法規的情況

本集團的業務營運主要在中國進行，而本公司的股份則在聯交所上市。我們所營運的業務主要受中國、香港等相關區域的法律監管。截至2025年6月30日止六個月以及本公告日期，我們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，於報告期內，本集團未有任何重大違反該等法律法規的行為。

購買、出售及贖回上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售或轉讓庫存股份)。截至報告期末，本公司或其任何附屬公司概無持有任何庫存股份。

全球發售所得款項用途

本公司H股於2023年10月12日通過全球發售在聯交所上市，經扣除(包銷佣金及其他相關開支)後，全球發售所得款項淨額約為716.4百萬港元。本公司對於全球發售所得款項使用情況及計劃時間表如下：

擬定用途	佔所得款項 總淨額的 概約百分比	全球發售 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2025年				剩餘所得款項 淨額預期 使用時間
			截至2025年 1月1日止 尚未動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2025年 6月30日止 六個月 已動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	直至2025年 6月30日止 已使用的 所得款項淨額 (百萬港元)	於2025年 6月30日 未動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	
增強與供貨商的合作，並加強我們的採購能力	35%	250.74	90.14	40.16	200.76	49.98	於2025年末前
產能擴建、現有產線升級、增加倉儲物流覆蓋地區以及為我們業務擴張相關的生產活動提供資金	30%	214.92	81.37	20.96	154.51	60.41	於2025年末前
加深我們的渠道覆蓋並構建銷售生態體系	10%	71.64	25.79	15.03	60.88	10.76	於2025年末前
提升我們的品牌勢能	10%	71.64	29.07	21.64	64.21	7.43	於2025年末前
建設我們的數字化中台體系	5%	35.82	34.06	5.99	7.75	28.07	於2027年末前
營運資金及一般企業用途	10%	71.64	20.74	14.9	65.80	5.84	於2025年末前
合計	100%	716.40	281.17	118.68	553.91	162.49	

上市所得款項結餘將繼續根據上述擬定用途使用。由於本公司整體信息化戰略調整，本公司重新評估業務執行計劃，用於建設數字化中台體系的未動用所得款項淨額的擬定時間表晚於原計劃。

審核委員會

本公司成立審核委員會，並根據上市規則第3.21條及企業管治守則制定其書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會由本公司一名非執行董事(即常斌先生)及兩名獨立非執行董事(即史克通先生及楊志達先生)組成。楊先生為審核委員會主席。審核委員會經已審閱本集團所採納的會計原則及慣例並與本公司管理層討論財務報告事宜，亦已審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期業績。

中期財務資料回顧

本公告所載財務資料乃摘取自截至2025年6月30日止六個月的中期財務報告，該中期財務報告未經審計，惟已由畢馬威會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體獨立核數師執行的中期財務資料審閱」進行審閱，而其不附修訂結論的審閱報告刊載於即將發送予股東的中期報告內。

中期股息

董事會決議不宣派截至2025年6月30日止六個月的中期股息。

人力資源與薪酬政策

公司始終秉持「人才是公司最寶貴的資源」、「人力資源的有效管理是公司的核心競爭力」理念，不斷建設與完善人力資源管理體系，激勵並發揮人才的潛能與效用，提高人力資源的價值與貢獻。

在人才招聘方面，公司聚焦重點業務渠道，加強人才梯隊建設，不斷完善人才結構。上半年，公司集中招聘優勢資源，為拼多多等增長快速的渠道，不斷輸送人才供給，滿足戰略需要。同時，公司拓展校園招聘，引進新鮮血液，在鞏固與東北高校合作的基礎上，新增與河南、河北、山東、山西等地的高校合作，如赴鄭州大學、中國海洋大學、山西大學等雙一流高校召開宣講會等。公司還圍繞產品創新，引進供應鏈、品控等方面的專業人才，提升團隊專業能力。

在人才培養方面，公司持續推進「精準選才」與「加速培養」，深化「阿米巴」經營方式，不斷裂變自經營小組織，讓優秀的人才快速脫穎而出，承擔「謀事」和「帶人」的更高責任。公司通過建立「總—分—總」的聯動模式，實現總部統籌，小組執行，總部追蹤的人才跟進培養模式，使員工快速融入企業文化，提高專業能力。

在人員管理方面，公司加強績效管理，完善工作機制。公司制定《工作匯報與例會制度》，提高組織內部溝通和決策效率，並針對性制定與完善部分業務部門的《績效管理方案》，加強對月度目標和月度表現的評價力度，提高員工工作的有效性。

在文化建設方面，公司發佈《貫徹落實厲行節約，反對浪費的通知》，提高員工的節約意識，樹立務實的工作作風。公司也通過組織國際婦女節及端午節的活動，活躍文化氛圍，提升員工幸福感。

薪酬方面，公司逐漸完善薪酬體系，保證內部公平性和提高外部市場競爭力，達到吸引和留住人才的需要，同時兼顧公司的成本控制。公司繼續靈活使用多種薪酬結構與模式，滿足不同場景下的員工管理與激勵的需要，如對生產一線員工實行計件工資和績效激勵。對大部分線下銷售人員，實行與績效掛鉤的薪酬激勵模式，並根據市場變化不斷調整優化績效指標，鼓勵員工在完成業績目標的條件下獲得更高的收入。對部分崗位，如主播等崗位，實行全日制與非全日制並行用工方式，既能靈活開展業務又能平衡企業效率與成本。公司根據國家有關法律、法規及地方性政策，辦理和繳納各項社會保險與住房公積金，並代扣代繳員工個人所得稅。

於2025年6月30日，我們有2,225名全職僱員，其中大多數位於瀋陽、五常及北京。

股份計劃

截至2025年6月30日止六個月，本公司及其主要附屬公司並無任何股份計劃。

報告期後的重大事項

截至本公告日期，概無於2025年6月30日後發生的重大事件會對本集團的營運及財務表現造成嚴重影響。

刊發中期業績公告及中期報告

本公告已刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.shiyuedaotian.com)。載有上市規則要求的所有資料的本公司截至2025年6月30日止六個月的中期報告將適時於上述網站上刊發。

釋義

「審核委員會」	指	董事會下轄審核委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「本公司」	指	十月稻田集團股份有限公司，一家於中國註冊成立的股份有限公司，其H股於聯交所上市(股份代號為9676)
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「ERP系統」	指	企業資源規劃系統
「董事」	指	本公司董事
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.10元的境外上市外資股，以港元買賣並於聯交所上市
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	港元，香港法定貨幣

「上市規則」	指	聯交所證券上市規則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「LKA」	指	地區性超市、大賣場及便利店經營商
「標準守則」	指	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》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「NKA」	指	全國性超市、大賣場及便利店經營商
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、中華人民共和國澳門特別行政區及台灣
「招股章程」	指	本公司就全球發售及上市所刊發日期為2023年9月28日的招股章程
「報告期」	指	2025年1月1日至2025年6月30日
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.10元的普通股，包括非上市股份及H股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「監事」	指	本公司監事
「庫存股份」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義

「非上市股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.10元的普通股，以人民幣認購並繳足
「美元」	指	美元，美國法定貨幣

承董事會命
十月稻田集團股份有限公司
董事長兼執行董事
王兵先生

中國北京，2025年8月28日

於本公告日期，董事會包括執行董事王兵先生、趙文君女士、趙淑蘭女士、舒明賀先生及鄒昊先生；非執行董事常斌先生；以及獨立非執行董事史克通先生、楊志達先生及林晨先生。