

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，並明確表示概不會就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。



茶百道

Sichuan Baicha Baidao Industrial Co., Ltd.

四川百茶百道實業股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2555)

截至2025年6月30日止六個月之中期業績公告

四川百茶百道實業股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)截至2025年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核簡明綜合中期業績，連同2024年同期的比較數字如下：

財務表現摘要

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	2,499,550	2,395,829
毛利	814,762	760,056
稅前利潤	413,567	309,380
期內利潤	332,913	238,628
本公司擁有人應佔期內利潤	325,903	237,047
每股盈利(人民幣元)		
— 基本	0.221	0.178
— 攤薄	0.221	0.177
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	340,346	394,878

管理層討論與分析

業務回顧

2025年上半年，本集團錄得收入人民幣2,499.6百萬元，較去年同期增加4.3%，其中，銷售貨品及設備的收入較去年同期增加3.8%，特許權使用費及加盟費的收入較去年同期增加2.4%，其他收入較去年同期增加52.0%。下表載列本集團於所示期間各類型收入和佔總收入比例明細：

	2025年		截至6月30日止6個月		變動	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
			(以千計，百分比除外)			
銷售貨品及設備 ⁽¹⁾	2,357,846	94.3	2,270,516	94.8	87,330	3.8
特許權使用費及加盟費 ⁽²⁾	100,607	4.0	98,278	4.1	2,329	2.4
其他 ⁽³⁾	41,097	1.7	27,035	1.1	14,062	52.0
總計	<u>2,499,550</u>	<u>100.0</u>	<u>2,395,829</u>	<u>100.0</u>	<u>103,721</u>	<u>4.3</u>

註：

- (1) 銷售貨品及設備：本集團向加盟店銷售乳製品、茶葉及水果等製作茶飲的材料及配料，以及包材及門店設備。本集團亦向第三方買家銷售森冕新材料生產的可生物降解吸管及杯子等包裝材料。
- (2) 特許權使用費及加盟費：包括加盟商支付的不可退還的前期初始費用、特許權使用費收入及開業前培訓服務費。
- (3) 其他：主要包括(i)本集團的加盟門店設計服務收入；(ii)外賣平台的線上運營及管理服務收入；及(iii)茶百道直營店收入。

報告期內，本集團聚焦門店網絡質量的優化，穩控整體擴張節奏，並透過持續的產品創新升級，推動用戶黏性及交易頻次穩步提升。報告期內，外部渠道階段性的促銷活動對門店收入形成補充性拉動。與此同時，本集團持續推進供應鏈優化、費用結構管理及分層加盟支持政策，不斷提升營運效率及加盟體系的穩健性，進一步夯實長期門店網絡深化與拓展的穩固基礎。

門店網絡

我們在中國的茶百道門店網絡由戰略性地鋪設在各線城市的門店組成。我們在維持於一線城市及新一線城市的地位以提升品牌知名度及緊跟不斷變化的市場趨勢的同時，一直滲透並將繼續滲透至擁有巨大消費增長潛力的低線級城市。這一深思熟慮的佈局確保我們可服務更多消費者、在各線城市建立品牌知名度。

下表載列本集團截至2025年6月30日按中國城市等級劃分的門店明細。

	截至6月30日			
	2025年		2024年	
	門店數量	%	門店數量	%
一線城市	784	9.3	852	10.2
新一線城市	2,147	25.4	2,192	26.1
二線城市	1,688	20.0	1,710	20.4
三線城市	1,618	19.2	1,605	19.1
四線及以下城市	2,207	26.1	2,026	24.2
總計	<u>8,444</u>	<u>100.0</u>	<u>8,385</u>	<u>100.0</u>

報告期內，我們持續優化門店終端經營質量，中國門店數量穩步提升，由截至2024年6月30日的8,385家，增加至截至2025年6月30日的8,444家，同比增長0.7%。

我們戰略性地在核心城市經營少量直營門店，以打造沉浸式消費體驗，作為品牌形象展示及創新場景的載體。截至2025年6月30日，我們的直營門店數量為14家，其中於2025年5月開業的成都寬窄巷子旗艦店以川蜀文化為靈感，融合手作茶飲、場景體驗及文旅聯動，進一步豐富品牌文化價值與消費者體驗。

我們按計劃繼續推進境外業務。截至2025年6月30日，海外門店已開設21家，其中於韓國、馬來西亞、泰國、澳大利亞、中國香港、中國澳門、西班牙分別開設了11家、4家、1家、2家、1家、1家及1家門店，並根據海外市場需求持續完善供應鏈、本地化研發及品牌推廣能力。

我們的加盟模式

報告期內，我們的茶百道門店網絡主要為加盟店。我們對加盟店持續嚴格監督，確保門店營運在各個方面均得到妥善管理及優化從而取得成功。我們全面參與加盟店的運營，包括參與規劃及選址，為加盟商及店內員工提供採購、員工招聘、質量控制、日常管理等多個方面的深入培訓。此外，我們還供應原材料、設備以及提供物流、營運及營銷服務，以支持我們的加盟商取得成功。加盟商主要專注於其門店的日常運維、現場員工管理及客戶服務。通過以這種方式劃分責任，我們確保我們的加盟商獲得必要的支持和指導，同時保持他們在管理其門店方面的自主權。這種方式促進了我們與加盟商之間密切的合作夥伴關係，有助於茶百道品牌的整體成功與發展。

下表載列我們於所示期間的加盟商數量變動情況。

	加盟商數量	
	截至6月30日止6個月	
	2025年	2024年
期初	5,742	5,538
期內新增	596	667
期內終止 ⁽¹⁾⁽²⁾	(505)	(508)
期末	<u>5,833</u>	<u>5,697</u>

下表載列我們於所示期間的加盟店數量變動情況。

	加盟店數量	
	截至6月30日止6個月	
	2025年	2024年
期初	8,382	7,795
期內新增	466	826
期內終止 ⁽²⁾	(418)	(245)
期末	<u>8,430</u>	<u>8,376</u>

註：

- (1) 截止2025年6月30日，終止合作的505名加盟商包括(i)265名通過將門店轉讓予其他加盟商而停止合作的加盟商；(ii)228名因其自身原因而與我們終止合作或協議屆滿後未與我們重續合作的加盟商；及(iii)12名由我們終止合作的加盟商。
- (2) 截止2025年6月30日，已終止合作的加盟商數量超過同期關閉加盟店數量，主要是由於截止2025年6月30日終止合作的265名加盟商的門店由其他加盟商接手繼續經營。就於截止2025年6月30日關閉的418家加盟店而言，我們已經終止與其中139家關閉加盟店的加盟商的關係，而我們仍與其中279家關閉加盟店的加盟商保持關係，儘管門店已關閉，但該等加盟商運營一家或多家門店。

產品開發

我們的產品組合包括各種經典茶飲、季節性茶飲及區域性茶飲。在茶百道門店，我們的經典茶飲通常全年供應，而季節性茶飲及區域性茶飲僅在特定時間或區域銷售，主要取決於相關時令水果或當地特色水果的可獲得性、消費者接受度以及銷售及營銷因素。

我們始終堅持對原料品質的把控，並在傳承經典風味的基礎上持續探索創新，挖掘消費者需求。報告期內，我們針對國內市場推出了55款新品，升級迭代了9款產品。其中，新品荔枝冰奶選用新鮮荔枝與七窰茉香雪芽茶底，搭配優質牛乳，呈現柔滑口感與清新果香的平衡，上市後受到消費者廣泛喜愛。

供應鏈管理

報告期內，本集團持續完善供應鏈網絡佈局，提升原材料採購、倉配效率及交付品質。截至2025年6月30日，全國共設立26個倉配中心，2025年上半年新開設青島倉，進一步提升華東區域的配送服務能力。

各區域倉配中心服務周邊平均配送半徑500公里的門店，約93.8%的門店實現下單後次日達，約95%的門店每週獲得兩次或以上的配送服務，同時已在北京、上海、成都及重慶等地推行夜間配送，覆蓋門店超500家。我們通過不同溫層的配送和倉配中心的設立，提供就近配送來提升時效和頻率，確保門店收到新鮮和高質量的原材料。

截至2025年6月30日，本集團對茶百道門店的水果統一配送已覆蓋門店總數的80%，通過擴大產地自採，及幹線配送加城市配送加快遞配送持續優化水果供應鏈。我們已構建起全鏈路高頻冷鏈供應網路，實現了車厘子、桑葚、楊梅、荔枝等嬌氣水果從產地至門店的高效供應和快速周轉。

在上游原料佈局方面，本集團位於福建福州的原葉茶生產基地及位於四川成都的包材生產基地持續推進生產設備技術改造，進一步精進原物料品質，保障茶葉及包材穩定供應及門店飲品的品質呈現。

為匹配本公司境外業務發展需要，本集團前置對接各國家和地區進出口環節，通過改善交付管理及推動信息化系統上線，全力支持本公司境外業務發展。

品牌及營銷

我們持續透過會員忠誠度計劃及推薦獎勵提升用戶黏性，優化會員體驗並鞏固核心消費群體。截至2025年6月30日，我們的註冊會員數已超過159.5百萬名，活躍會員數達34.2百萬名。

報告期內，我們圍繞新品上市及品牌週年活動，綜合運用數字化營銷、跨界聯名及藝人代言等方式，持續擴大品牌聲量，並豐富與消費者的互動場景，進一步提升用戶活躍度與參與感，深化品牌認知。截至2025年6月30日，「茶百道」品牌相關主要話題於主流社交公眾信息平台（如微博、抖音、小紅書、快手等）閱讀／播放量累計達204億次；官方自媒體賬號矩陣傳播達8.6億次；通過廣告投放等方式獲得曝光量超8.5億次。

數字化建設

數智化營銷，創新驅動增長。持續圍繞微信、抖音、支付寶等平台，深度整合平台能力，拓展交易渠道。報告期內，本集團新增3家異業合作渠道，持續豐富獲客途徑。本集團持續完善易用的營銷工具，面向用戶推出具備創新互動形式的玩法與會員服務，累計達9項以上。在持續為總部提供更多營銷工具的同時，通過搭建區域營銷工作台和店鋪營銷工具系統，為區域及門店賦予更多自主營銷能力。

圍繞門店運營提質增效，持續推進並整合三方能力。通過強化選址系統的數據服務功能，對招商系統進行優化升級，以提供更加豐富的客戶標籤，並為門店評估提供數據工具。以門店作為核心着力點，本集團為運營管理提供包含門店盈利模型、門店評價、門店健康度管理等內的管理工具，提升督導與門店管理效能。通過探索智能製備技術在門店的應用，降低門店斷貨風險，減少損耗。

展望

2025年下半年，我們將繼續圍繞本集團發展策略，持續夯實門店經營質量，推進門店網絡擴展，進一步滲透國內市場，穩步佈局海外市場；持續加強產品研發能力並豐富產品矩陣，開發更多契合市場趨勢及消費者需求的產品；不斷提升供應鏈協同與交付能力，提升整體運營效率；加強品牌建設與消費者連接，持續豐富品牌內涵。同時，面對競爭日益激烈的現製茶飲市場，我們將加強成本管控和風險管理，積極把握市場機遇，審慎應對各類挑戰。

財務回顧

收入及毛利

報告期內本集團錄得收入人民幣2,499.6百萬元，較去年上半年的人民幣2,395.8百萬元上升4.3%；毛利為人民幣814.8百萬元，較去年上半年的人民幣760.1百萬元增長7.2%。報告期內，本集團毛利率由去年同期的31.7%上升0.9個百分點至32.6%。

其他收入

報告期內本集團其他收入為人民幣23.7百萬元，較去年上半年的人民幣24.8百萬元下降4.4%，主要由於銀行存款利率下降導致利息收入減少。

分銷及銷售費用

報告期內本集團分銷及銷售費用為人民幣150.1百萬元，較去年上半年的人民幣105.2百萬元增加42.7%，主要是由於(i)為應對市場競爭及迎合產品上新頻率，本集團加大對新產品發佈相關的費用；(ii)為進一步提升品牌知名度，本集團持續通過數字化營銷、IP營銷、跨界合作、藝人代言及週年慶活動等策略擴大品牌聲量及影響力；及(iii)為執行品牌建設和市場推廣策略，分銷及銷售部門員工平均薪酬較去年上半年有所增加。

行政費用

報告期內本集團的行政費用為人民幣257.4百萬元，較去年上半年的人民幣218.4百萬元增加17.9%，主要是由於僱員薪酬及三方諮詢服務費增加。

研發費用

報告期內本集團的研發費用為人民幣14.1百萬元，較去年上半年的人民幣14.5百萬元減少2.8%，與上年同期基本持平。

其他開支

報告期內本集團的其他開支為人民幣1.1百萬元，較去年上半年的人民幣1.6百萬元減少31.3%，主要是本年為社會公益機構捐款減少所致。

財務費用

報告期內本集團的財務費用為人民幣2.1百萬元，較去年上半年的人民幣2.7百萬元減少22.2%，主要是租賃負債變化所致。

所得稅費用

報告期內本集團的所得稅費用為人民幣80.7百萬元，較去年上半年的人民幣70.8百萬元增加14.0%，主要是應課稅收入增加所致。

期內利潤

基於以上變動，報告期內本集團利潤由去年上半年的人民幣238.6百萬元增加39.5%至人民幣332.9百萬元。

非國際財務報告準則計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，本集團亦使用若干非國際財務報告準則計量（即經調整EBITDA、經調整EBITDA利潤率、經調整淨利潤及經調整淨利潤率）作為額外財務衡量指標。該等非國際財務報告準則計量並非國際財務報告準則所規定，亦並非按其呈列。本集團相信，該等非國際財務報告準則計量通過消除某些項目的潛在影響而方便比較本集團的經營表現。本集團亦相信，該等非國際財務報告準則計量呈列有用信息，以與協助管理層相同的方式了解及評估本集團的綜合經營業績。然而，本集團非國際財務報告準則計量的呈列未必可與其他公司呈列的類似計量指標相比。該等非國際財務報告準則計量作為分析工具的使用存在局限性，本公司股東（「股東」）及潛在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準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

下表載列於所示期間本集團的EBITDA（非國際財務報告準則計量）、經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）與期內利潤的對賬，後者乃根據國際財務報告準則呈列。

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
期內利潤	332,913	238,628
加：		
所得稅費用	80,654	70,752
折舊及攤銷	46,291	42,079
財務費用	2,060	2,664
利息收入	(18,217)	(21,629)
EBITDA（非國際財務報告準則計量）	443,701	332,494
加：		
自損益扣除的上市開支 ⁽¹⁾	—	7,197
以權益結算以股份為基礎的付款開支 ⁽²⁾	7,433	3,832
具有其他優先權的可贖回股份的 公允價值變動虧損 ⁽³⁾	—	145,221
經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）	451,134	488,744
經調整EBITDA利潤率（非國際財務報告準則計量）	18.0%	20.4%
期內利潤	332,913	238,628
加：		
自損益扣除的上市開支 ⁽¹⁾	—	7,197
以權益結算以股份為基礎的付款開支 ⁽²⁾	7,433	3,832
具有其他優先權的可贖回股份的 公允價值變動虧損 ⁽³⁾	—	145,221
經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）	340,346	394,878
經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）	13.6%	16.5%

註：

- (1) 自損益扣除的上市開支與本公司全球發售（「**全球發售**」）有關。
- (2) 以權益結算以股份為基礎的付款開支指已授出股份於授出日期的公允價值（經計及認購股權的代價）。由於該項目屬非現金項目，故對其作出調整，且預期不會導致未來現金付款。
- (3) 具有其他優先權的可贖回股份公允價值變動虧損指具有其他優先權的可贖回股份公允價值變動。由於特殊權利於本公司上市後終止，具有其他優先權的可贖回股份由負債重新指定為權益。由於該項目屬非現金項目，故對其作出調整，且預期不會導致未來現金付款。

現金及現金等價物

於2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物結餘總額為人民幣3,243.9百萬元，較於2024年12月31日的人民幣3,559.9百萬元減少8.9%，減少原因主要為2025年上半年支付上年度利潤分配款項。

存貨

報告期內本集團聚焦重點品項、提升經營效率，本集團的存貨由截至2024年12月31日的人民幣206.8百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣188.4百萬元。存貨周轉天數由截至2024年12月31日的22.1天減少至截至2025年6月30日的21.2天，系集團持續進行供應鏈精細化管控所致。

貿易及其他應收款項、按金及預付款項

本集團的貿易及其他應收款項、按金及預付款項由截至2024年12月31日的人民幣228.5百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣211.6百萬元。貿易應收款項周轉天數從截至2024年12月31日的0.6天增加至截至2025年6月30日的1.0天，主要為根據與若干加盟商訂立的加盟合約付款條款，可進行分期還款且銷售代價的部分將於一年後收回。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易及其他應付款項由截至2024年12月31日的人民幣674.5百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣604.5百萬元。貿易應付款項周轉天數從截至2024年12月31日的35.1天減少至截至2025年6月30日的31.3天，主要為臨時調整了與個別供應商的結算方式。

銀行借款

截至2025年6月30日，本集團並無任何銀行借款。

合約負債

本集團的合約負債由截至2024年12月31日的人民幣219.3百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣158.5百萬元，主要是本集團對加盟商銷售貨品及設備部分讓利以及對新開門店加盟費進行了減免，預收加盟商款項減少所致。

租賃負債

本集團的租賃負債由截至2024年12月31日的人民幣105.5百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣85.3百萬元，主要是隨租賃付款變動所致。

物業、廠房及設備

本集團的物業、廠房及設備的賬面值由截至2024年12月31日的人民幣216.5百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣222.3百萬元，主要是研發場地升級及為打造成都寬窄巷子旗艦店投入增加，其餘為物業、廠房及設備正常折舊所致。

流動資金及資本資源

本集團已採納審慎的資金管理政策。本集團非常重視資金的隨時供應和獲取，有足夠的備用銀行融資來應對日常營運和滿足未來發展的資金需求，維持穩定的流動性狀態。於報告期內，本集團主要將通過經營活動產生的現金用於本集團的業務。截至2024年12月31日以及2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物分別為人民幣3,559.9百萬元及人民幣3,243.9百萬元。本集團的現金主要用於滿足業務營運的需要。本集團通過經營活動產生的現金、全球發售的所得款項以及其他未來股權或債務融資以滿足本集團的資本需求。

外匯風險

本集團主要在中國經營。本集團主要因全球發售所得款額以港幣計值，以及有若干以美元計值的銀行存款而面臨外匯風險。於報告期內，本集團未曾進行任何外匯對沖相關活動。然而，本集團的管理層持續監測外匯風險並將於日後有需要時考慮採取適當對沖措施。

或有負債

截至2025年6月30日，本集團無任何重大或有負債。

資本承擔

截至2025年6月30日，本集團的資本承擔約為人民幣22.5百萬元，主要用於已訂約但未於歷史財務資料中計提撥備的有關購置物業、廠房及設備以及無形資產的資本支出及投資合營企業的承擔。

資產抵押

於2025年6月30日，本集團並無就任何集團資產抵押。

資本負債比率

截至2025年6月30日，本集團並無任何銀行借款，因此並無呈列資本與負債的比率。

重大投資、重大收購及出售事項

截至2025年6月30日，本集團並無持有任何重大投資（包括截至2025年6月30日其價值佔本集團資產總值5%或以上的被投資公司的任何投資），亦無任何有關子公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。出於現金管理目的，我們向金融機構認購理財產品。報告期內及於本公告日期，概無與單一金融機構認購該等理財產品的情況需要根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「上市規則」）第14章、第14A章或附錄D2予以披露。認購上述理財產品並無動用本公司的全球發售所得款項。

未來重大投資或資本資產計劃

於本公告日期，除本公司招股章程（「招股章程」）中披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有其他未來重大投資或資本資產計劃。

員工及薪酬政策

於2025年6月30日，本集團擁有2,133名員工，報告期內員工福利開支總額（包括董事酬金）為人民幣225.7百萬元。本集團的員工薪金及福利水平參考市場以及個人資歷及能力而定，並設立績效獎金等激勵機制。

本集團持續優化員工晉升制度和職業發展通道，為員工提供公平的職業發展機會，激發內在動能，加快人才成長。本公司不斷優化人才培養體系，採取線上線下結合的模式，為員工提供線上學習平台和豐富前沿的課程資源，聚焦於通用類、專業類及人才發展類培訓主題，滿足員工不同場景的學習與發展需求，助力員工的職場進階。

為完善公司激勵機制，激發骨幹員工的積極性及創造性，促進本集團業績的可持續增長，在提升本集團價值的同時為合資格參與者帶來增值利益，從而實現合資格參與者與本集團的共同發展，經本公司2023年6月27日召開的臨時股東大會審議通過，本公司採納首次公開發售前員工激勵計劃並成立四川同創共進企業管理合夥企業（有限合夥）（「**同創共進**」）（作為首次公開發售前員工激勵平台）。同創共進已認購本公司6,386,000股股份（「**股份**」），約佔本公司已發行股份總數的0.4322%。相關股份所對應的獎勵已於2023年8月10日授予合資格參與者，且所有出資額已悉數支付。於上市後，本公司將不會根據首次公開發售前員工激勵計劃進一步授出股份。其他有關首次公開發售前員工激勵計劃的進一步詳情，請參見招股章程附錄六「法定及一般資料－5.首次公開發售前員工激勵計劃」。

報告期後重大事項

自2025年6月30日起直至本公告日期，本集團並無發生任何重大事項。

上市所得款項用途

本公司於2024年4月23日（「上市日期」）在聯交所主板上市，以每股17.50港元（「港元」）的發售價發行147,763,400股新股，扣除與全球發售有關的包銷佣金、費用及其他開支後，上市所得款項淨額約為2,463.3百萬港元。上市所得款項已經並將繼續按招股章程中「未來計劃及所得款項用途」一節所披露的計劃動用，即：

項目	百分比	分配作 相關用途 的款項 (百萬港元)	於報告期內 已動用款項 (百萬港元)	於報告期末 尚未動用 款項 (百萬港元)	悉數動用 尚未動用 款項的 預期時間表
提高整體運營能力及強化供應鏈	51%	1,256.3	151.8	839.3	2027年6月
發展我們的數字化能力，及委聘和培訓專業人才	20%	492.7	78.8	320.8	2027年6月
品牌打造及推廣活動	12%	295.6	7.2	—	
推廣自營咖啡品牌及在中國各地鋪設咖啡店網絡	5%	123.1	2.7	119.0	2027年6月
產品開發及創新，包括招募、培訓及保留內部研發人員以及在總部建立研發中心並配備先進的軟件及硬件以精簡及優化我們的產品開發工作	2%	49.3	5.7	37.0	2027年6月
營運資金及作一般企業用途	10%	246.3	118.1	—	
總計	100%	2,463.3	364.3	1,316.1	

我們已將尚未動用的所得款項淨額存放於中國或香港的持牌商業銀行或金融機構的計息賬戶。我們將遵守有關外匯登記及所得款項匯款的中國法律。

中期股息

根據本公司利潤分配政策，董事會建議以本公司H股上市發行後的總股本1,477,634,250股為基數向本公司全體股東派發2025年中期股息，每股派發現金股息人民幣0.18元（稅前），其中：根據本公司實施的H股「全流通」而持有本公司H股的股東，其股息以人民幣支付；其他H股股東股息以港幣支付，港幣匯率以2025年第一次臨時股東大會（含會議當日）前3個工作日中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣平均基準匯率計算。本公司將共計派發現金股利人民幣265,974,165元。2025年中期股息將以本公司自有資金（而非上市所得款項）撥付。

該建議中期股息須待股東於2025年第一次臨時股東大會上批准，預期將於2025年10月28日（星期二）或前後派付。

為釐定有權獲派建議2025年中期股息的資格，記錄日期將定於2025年10月3日（星期五）。本公司將於2025年9月30日（星期二）至2025年10月3日（星期五）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，該期間不會辦理H股過戶登記。

為符合獲派建議2025年中期股息（須待股東於2025年第一次臨時股東大會上批准）的資格，本公司H股持有人須於2025年9月29日（星期一）下午4時30分之前，將股份過戶文件送達本公司香港H股股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司以作登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

遵守企業管治守則

本公司致力於維持高水平的企業管治以保障股東利益、提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄C1所載企業管治守則（「**企業管治守則**」），作為其本身的企業管治守則。據董事所知，本公司於截至2025年6月30日止六個月期間已遵守企業管治守則第二部分內載列的所有適用守則條文。

遵守標準守則

本公司已以上市規則附錄C3所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為董事及監事進行證券交易之守則。在向所有董事及監事作出特定查詢後，各董事及監事均確認彼等於截至2025年6月30日止六個月期間已遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

於截至2025年6月30日止六個月期間，本公司或其任何子公司概無購買、出售或贖回本公司任何證券（包括出售庫存股份（定義詳見上市規則））。於2025年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份。

審閱中期業績

董事會審核委員會成員包括非執行董事陳達博士與獨立非執行董事楊志達先生及程麗女士，由楊志達先生擔任審核委員會主席。審核委員會已與本公司管理層共同審閱本集團所採納的會計原則及慣例，討論財務申報事宜，並已審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期業績。

本公司獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行（香港執業會計師）亦已審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合財務報表。

刊發中期業績公告及2025年中期報告

本中期業績公告刊載於聯交所網站（www.hkexnews.hk）及本公司網站（www.chabaidao.com），本公司將適時發佈本公司2025年中期報告，並於聯交所網站及本公司網站刊載。

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月

		截至6月30日止六個月	
	附註	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
收入	3	2,499,550	2,395,829
銷售成本		(1,684,788)	(1,635,773)
毛利		814,762	760,056
其他收入	4	23,685	24,775
具有其他優先權的可贖回股份的公允 價值變動虧損		—	(145,221)
其他收益及虧損，淨額		8,418	26,276
分銷及銷售費用		(150,149)	(105,229)
行政費用		(257,375)	(218,364)
研發費用		(14,126)	(14,519)
其他開支		(1,106)	(1,600)
上市開支		—	(7,197)
應佔合營企業業績		(8,482)	(6,933)
財務費用		(2,060)	(2,664)
稅前利潤		413,567	309,380
所得稅費用	5	(80,654)	(70,752)
期內利潤		332,913	238,628
其他全面開支			
將不會重新分類至損益的項目：			
以公允價值計量且其變動計入其他全面 收益(「以公允價值計量且其變動計入 其他全面收益」)的權益工具投資的 公允價值虧損		(148,915)	(23,499)
將不會重新分類至損益的項目相關所得稅		7,190	5,875
		(141,725)	(17,624)
其後可能重新分類至損益的項目：			
換算海外業務的匯兌差額		(4,369)	—
期內其他全面開支，扣除所得稅		(146,094)	(17,624)
期內全面收益總額		186,819	221,004

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元
		(未經審核)	(未經審核)
應佔期內利潤：			
— 本公司擁有人		325,903	237,047
— 非控股權益		7,010	1,581
		<u>332,913</u>	<u>238,628</u>
應佔期內全面收益總額：			
— 本公司擁有人		179,809	219,423
— 非控股權益		7,010	1,581
		<u>186,819</u>	<u>221,004</u>
每股盈利 (人民幣元)			
基本	7	<u>0.221</u>	<u>0.178</u>
攤薄		<u>0.221</u>	<u>0.177</u>

簡明綜合財務狀況表

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		222,325	216,485
使用權資產		120,518	139,954
無形資產		99,957	98,833
於合營企業的投資		26,118	36,909
以公允價值計量且其變動計入其他 全面收益的權益工具	8	320,728	466,978
以公允價值計量且其變動計入當期損益 (「以公允價值計量且其變動計入當期 損益」) 的金融資產	9	218,000	217,000
其他應收款項及預付款項	10	40,110	29,579
遞延稅項資產		163,781	150,533
		<u>1,211,537</u>	<u>1,356,271</u>
流動資產			
存貨		188,381	206,824
貿易及其他應收款項、按金及預付款項	10	171,495	198,893
應收關聯方款項		607	607
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產	9	173,615	171,465
現金及現金等價物		3,243,920	3,559,917
		<u>3,778,018</u>	<u>4,137,706</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	11	604,494	674,522
合約負債		105,517	136,886
應付所得稅		43,244	27,124
租賃負債		39,947	40,743
應付股息	6	262,192	531,948
		<u>1,055,394</u>	<u>1,411,223</u>
流動資產淨值		<u>2,722,624</u>	<u>2,726,483</u>
總資產減流動負債		<u>3,934,161</u>	<u>4,082,754</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			
合約負債		53,026	82,423
租賃負債		45,306	64,766
遞延稅項負債		1,253	1,872
		<u>99,585</u>	<u>149,061</u>
資產淨值		<u>3,834,576</u>	<u>3,933,693</u>
資本及儲備			
股本		147,763	147,763
儲備		<u>3,653,133</u>	<u>3,761,418</u>
本公司擁有人應佔權益		3,800,896	3,909,181
非控股權益		<u>33,680</u>	<u>24,512</u>
總權益		<u>3,834,576</u>	<u>3,933,693</u>

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

1. 一般資料及編製基準

四川百茶百道實業股份有限公司於2020年12月31日在中國根據《中國公司法》成立為股份有限公司。其母公司為四川恒盛合瑞實業集團有限公司（「**恒盛合瑞**」，於中國成立）及其最終母公司為成都錦柏森企業管理有限公司（「**成都錦柏森**」，於中國成立）。其最終控制方為王霄錕先生及其配偶劉洧宏女士（統稱為「**控股股東**」），王霄錕先生亦為本公司董事長兼執行董事。本公司股份已於2024年4月23日在香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）主板上市（「**上市**」）。

本公司為一家投資控股公司，其子公司從事向加盟商銷售設備及貨品業務，以及向加盟商提供特許權及加盟服務。本公司及其子公司（「**本集團**」）的主要業務及地理市場位於中國。

簡明綜合財務報表以人民幣（「**人民幣**」）呈列，其亦為本集團大多數實體經營所在主要經濟環境的貨幣。

簡明綜合財務報表乃按國際會計準則理事會（「**國際會計準則理事會**」）頒佈的國際會計準則第34號中期財務報告以及聯交所證券上市規則的適用披露規定編製。

2. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干以公允價值計量的金融工具（如適用）除外。

截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所採用的會計政策及計算方法與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務資料所呈列者相同。

應用國際財務報告準則（「**國際財務報告準則**」）修訂本

於本中期期間，本集團已首次應用下列由國際會計準則理事會頒佈並於2025年1月1日開始的本集團年度期間強制生效的國際財務報告準則修訂本，以編製本集團簡明綜合財務報表：

國際會計準則第21號修訂本

缺乏可兌換性

於本中期期間應用國際財務報告準則的修訂本對本集團於本期間及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載的披露並無重大影響。

3. 收入及分部資料

(i) 分拆加盟商合約收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
銷售貨品及設備：		
— 貨品	2,309,364	2,142,747
— 設備	48,482	127,769
	<u>2,357,846</u>	<u>2,270,516</u>
特許權使用費及加盟費收入：		
— 不可退還的前期初始費用	46,319	44,126
— 特許權使用費收入	46,827	44,994
— 開業前培訓服務費	7,461	9,158
	<u>100,607</u>	<u>98,278</u>
其他	<u>41,097</u>	<u>27,035</u>
	<u><u>2,499,550</u></u>	<u><u>2,395,829</u></u>

(ii) 分部資料

本資料向控股股東之一、本公司執行董事王霄錕先生（作為本集團的主要經營決策者（「主要經營決策者」））報告，以進行資源分配及表現評估。並無本集團的業績或資產及負債的其他分析定期提交主要經營決策者審閱，而主要經營決策者會審閱本集團整體的總體業績及財務狀況。因此，主要經營決策者已確定一個經營分部，且根據國際財務報告準則第8號「經營分部」僅披露實體層面的收入、主要客戶及地理資料。

4. 其他收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
政府補助	3,989	1,316
利息收入：		
— 銀行存款及存款證	18,217	21,629
已收賠償金（附註）	<u>1,479</u>	<u>1,830</u>
	<u><u>23,685</u></u>	<u><u>24,775</u></u>

附註： 賠償金主要為本集團的供應商就提供不合格產品支付的款項。

5. 所得稅費用

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
即期稅項：		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	87,331	75,233
遞延稅項	(6,677)	(4,481)
總計	<u>80,654</u>	<u>70,752</u>

根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，除從事「西部地區鼓勵類產業」的若干子公司合資格享有15%的企業所得稅優惠稅率，本集團在中國運營的法定企業所得稅稅率為25%。

6. 股息

截至2024年12月31日的應付股息已於本期間向股東派付。

於本中期期間，已就截至2024年12月31日止年度宣派總股息為人民幣295,527,000元的末期股息每股普通股人民幣0.20元(稅前)予本公司擁有人，其中人民幣33,335,000元已於本中期期間派付，而餘下款項則於2025年6月30日的簡明綜合財務狀況表內「應付股息」中入賬。

本中期期末後，本公司董事建議派發截至2025年6月30日止期間每股普通股人民幣0.18元(稅前)的中期股息，合計為人民幣265,974,000元，惟須經股東於應屆股東大會批准方可作實。

7. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股盈利乃根據以下數據計算：

盈利：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
用於計算每股基本及攤薄盈利的盈利	<u>325,903</u>	<u>237,047</u>

股份數目：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 股 (未經審核)	2024年 股 (未經審核)
用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數目	1,472,159,250	1,334,174,474
潛在攤薄普通股的影響：		
就首次公開發售前員工激勵計劃(定義見附註12) 發行的股份的攤薄影響	<u>4,144,984</u>	<u>3,199,660</u>
用於計算每股攤薄盈利的普通股加權平均數目	<u>1,476,304,234</u>	<u>1,337,374,134</u>

8. 以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的權益工具

於截至2024年6月30日止六個月，本集團通過全資基金於若干上市實體購買股權投資，現金代價為人民幣402,100,000元，且直接於若干上市實體購買權益工具，現金代價為人民幣50,000,000元。該等投資並非持作交易，而是持作長期策略用途，且於本中期期間，本集團繼續持有上述股權投資。本公司董事已選擇將於該等權益工具的投資指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益，原因是彼等認為於損益中確認該等投資的公允價值短期波動與本集團長期持有該等投資的策略及實現彼等表現潛力不一致。

於本中期期間，由於清盤一支全資擁有的基金，該基金原始管理的相關股權投資已全部出售並同時透過另一個投資平台回購。因此，本集團對該等股權投資的持有情況並無發生重大變動。

9. 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 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動		
非上市基金 (附註(i))	<u>173,615</u>	<u>171,465</u>
非流動		
於具有其他優先權的普通股的投資	<u>218,000</u>	<u>217,000</u>
總計	<u><u>391,615</u></u>	<u><u>388,465</u></u>

附註：

- (i) 由於管理層預期於報告期後十二個月內變現該等金融資產，故非上市基金分類為流動。

10. 貿易及其他應收款項、按金及預付款項

	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)
流動		
貿易應收款項 (附註(i))	17,910	9,274
其他應收款項	12,224	10,555
可收回增值稅	21,436	21,508
租賃按金	1,688	1,182
員工借支	747	1,422
預付款項		
— 原材料、設備及其他	50,730	31,129
— 廣告服務 (附註(ii))	66,760	123,823
	171,495	198,893
非流動		
租賃按金	5,863	6,047
預付在建工程款項	28	1,111
預付廣告服務款項 (附註(ii))	34,219	22,421
	40,110	29,579
總計	211,605	228,472

附註：

- (i) 本集團的貿易應收款項主要為關於特許權及加盟業務的應收款項。該等款項主要與若干獨立門店有關，而該等門店並無重大財務困難，故根據過往經驗及管理層的評估，逾期款項可被收回。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用增強。
- (ii) 該等款項指本集團與若干第三方就未來廣告服務訂立的若干協議，其中人民幣34,219,000元(2024年12月31日：人民幣22,421,000元)的款項預計於報告期末起計十二個月內不會動用。因此，相應部分預付款分類為非流動資產。

以下為按交付貨品／提供加盟服務日期呈列的貿易應收款項賬齡分析：

	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)
90天內	17,910	9,274

本集團的管理層密切監控貿易及其他應收款項的信用質量，並考慮債務的信用質量是否良好。

本集團就特許權及加盟業務向其加盟商授出30天的信用期。

於2024年12月31日及2025年6月30日，已逾期的計入本集團貿易應收款項結餘的債務金額並不重大，本集團同意期後結算，且該等客戶的信用質量尚未轉差。

11. 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 (附註(i))	287,807	295,017
按金 (附註(ii))	102,918	116,337
營運支持服務費 (附註(iii))	27,792	22,792
其他應付款項	81,104	115,654
應付工資	72,826	86,548
其他應付稅項	32,047	38,174
	604,494	674,522

附註：

- (i) 未償還應付款項主要是指於2024年12月31日及2025年6月30日須向供應商支付的製成品及設備的款項。
- (ii) 該等款項是指收取的加盟商按金，如果未續約，則會在加盟期結束時退還。
- (iii) 該等款項主要是指應付予區域代理的服務費，以協助本集團在新區域提供主要與特許經營網絡有關的營運支持服務，並根據區域代理合約管理及維護相應加盟商。

貿易應付款項的信用期通常為自發票日期起計30至90天。

按發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	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)
90天內	278,531	275,361
91至365天	8,817	19,373
365天以上	459	283
	287,807	295,017

12. 以股份為基礎的付款

於2023年6月27日，本集團採納首次公開發售前員工激勵計劃（「首次公開發售前員工激勵計劃」）並成立有限合夥企業同創共進（作為首次公開發售前員工激勵平台），旨在提高首次公開發售前員工激勵計劃合資格參與者（「合資格參與者」）的積極性及創造力，促進本集團業績的可持續增長，在提升本集團價值的同時為合資格參與者帶來增值利益，從而實現合資格參與者與本集團的共同發展。同創共進已認購638,600股股份，約佔於首次公開發售前員工激勵計劃採納日期已發行股份總數的0.4802%，包括具有其他優先權的可贖回股份。

作為首次公開發售前員工激勵平台的有限合夥人，合資格參與者須根據本公司董事會批准的數額認購於其中的合夥權益，並根據本公司董事會的安排作出相應出資，從而持有本公司股份的間接權益。

同創共進的相應權益已於2023年8月10日授予合資格參與者，且所有出資額已悉數支付。合資格參與者向首次公開發售前員工激勵平台合共出資人民幣29,433,000元，以認購638,600股本公司股份。於股份拆細後，已授出獎勵對應的每股股份的認購價將為每股人民幣4.609元。

本公司的股份須受轉讓限制規限且有關限制將按以下方式解除：

- 股份總數的30%將於上市日期第一個週年日後的第一個營業日至上市日期第二個週年日前的最後一個營業日解除轉讓限制；
- 股份總數的30%將於上市日期第二個週年日後的第一個營業日至上市日期第三個週年日前的最後一個營業日解除轉讓限制；及
- 股份總數的40%將於上市日期第三個週年日後的第一個營業日至上市日期第四個週年日前的最後一個營業日解除轉讓限制。

除上述時間表外，僅當本公司及承授人分別達成若干業績目標（個別及共同稱為「業績目標」），股份方可進一步解除限制。本公司董事會薪酬委員會應審查及確定業績目標的達成情況，並向本公司董事會作出相應報告。

下表披露期內首次公開發售前員工激勵計劃的變動情況：

	股份數目
股份拆細後	
於2024年1月1日尚未行使	6,386,000
於2024年1月1日至2024年6月30日止期間已沒收	<u>(650,000)</u>
於2024年6月30日尚未行使	<u>5,736,000</u>
於2025年1月1日及2025年6月30日尚未行使	<u>5,475,000</u>

上述已授出股份於授出日期的公允價值為人民幣37,147,000元（經扣除已收現金代價），將根據本集團最終歸屬的股份估計，在歸屬期內以直線法確認為開支。

於本中期期間，本集團確認以股份為基礎支付的開支合共人民幣7,433,000元（截至2024年6月30日止六個月：人民幣3,832,000元）。

承董事會命
四川百茶百道實業股份有限公司
執行董事兼董事長
王霄錕先生

中國成都，2025年8月29日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事王霄錕先生、汪紅學先生、戴利女士及陳克遠先生；非執行董事陳達博士；及獨立非執行董事楊志達先生、唐勇博士及程麗女士。