



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 2460



全球發售

联席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人



UBS 瑞銀集團



中銀國際 BOCI



中信證券

BofA SECURITIES



聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

CICC 中金公司

招銀國際
CMB INTERNATIONAL

聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人



滙豐 HSBC



華泰國際
SHANTAI INTERNATIONAL



農銀國際
ABC INTERNATIONAL



建銀國際
CDB INTERNATIONAL

重要提示

倘閣下對本招股章程任何內容有任何疑問，應徵詢獨立專業意見。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

全球發售

全球發售項下的發售股份數量：347,826,200 股股份（視乎超額配股權行使與否而定）

香港發售股份數量：38,261,000 股股份（可予重新分配）

國際發售股份數量：309,565,200 股股份（可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定）

最高發售價：每股股份14.50港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%香港聯交所交易費（須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還）

面值：每股股份0.0000005美元

股份代號：2460

聯席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人



聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人



聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人



香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本招股章程的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本招股章程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。

本招股章程連同本招股章程附錄五「送呈香港公司註冊處處長及展示文件」所列文件，已遵照香港法例第32章《公司（清盤及雜項條文）條例》第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本招股章程或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期發售價由整體協調人（為其本身及代表承銷商）與我們於定價日協定。預期定價日為2024年10月21日（星期一）（香港時間）或前後，惟無論如何不遲於2024年10月21日（星期一）中午十二時正（香港時間）。發售價將不超過14.50港元，且目前預期不低於每股發售股份13.50港元。倘整體協調人（為其本身及代表承銷商）與我們因任何理由於2024年10月21日（星期一）中午十二時正（香港時間）前未協定發售價，則全球發售將不會進行並將告失效。

香港發售股份的申請人或須於申請時（視乎申請渠道而定）就每股香港發售股份支付最高發售價14.50港元，連同1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%香港聯交所交易費，倘最終釐定的發售價低於14.50港元，則多繳股款可予退還。

整體協調人（為其本身及代表承銷商）在認為合適的情況下可在取得我們同意後，於截止遞交香港公開發售申請當日（即上午或之前隨時將香港發售股份數量及／或指示性發售價範圍下調至低於本招股章程所述者（即13.50港元至14.50港元）。進一步詳情載於本招股章程「全球發售的架構」及「如何申請香港發售股份」。

有意投資者於作出投資決定前，應仔細考慮本招股章程所載全部資料，包括本招股章程「風險因素」一節所載風險因素。倘於上市日期上午八時正前出現若干理由，則整體協調人（為其本身及代表承銷商）可終止香港承銷商於香港承銷協議項下的責任。請參閱本招股章程「承銷—承銷安排及開支—香港公開發售—終止理由」。

發售股份並無且將不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且僅可(a)根據美國證券法第144A條，或在獲豁免遵守美國證券法登記規定的情況下，或於不受美國證券法登記規定約束的交易中，在美國境內向「合資格機構買家」提呈發售及出售，及(b)根據美國證券法S規例在美國境外以離岸交易方式提呈發售及出售。

重要通知

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。我們不會就香港公開發售向公眾人士提供本招股章程的印刷本。

本招股章程在本公司網站 www.crbeverage.com 及香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 可供閱覽。倘閣下需要本招股章程的印刷本，閣下可從上述網址下載並打印。

2024年10月15日

致投資者的重要通知：
全電子化申請程序

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。我們不會就香港公開發售向公眾人士提供本招股章程的印刷本。

本招股章程在香港聯交所網站 www.hkexnews.hk「披露易>新上市>新上市資料」一欄及我們的網站 www.crbeverage.com 可供閱覽。倘閣下需要本招股章程印刷本，可從上述網址下載並打印。

閣下可通過以下其中一種方法申請認購香港發售股份：

- (1) 在網上通過 www.hkeipo.hk 的網上白表服務提出申請；或
- (2) 通過香港結算EIPO渠道以電子化方式促使香港結算代理人代表閣下申請，包括通過指示閣下的經紀或託管商（為香港結算參與者）透過香港結算的FINI系統發出電子認購指示，代表閣下申請認購香港發售股份。

我們不會提供任何實體渠道以接收公眾人士的任何香港發售股份認購申請。本招股章程電子版本的內容與按照《公司（清盤及雜項條文）條例》第342C條向香港公司註冊處處長登記的招股章程印刷本的內容相同。

倘閣下為中介公司、經紀或代理，務請閣下提示顧客、客戶或主事人（倘適用）注意，本招股章程於上述網址可供網上閱覽。

有關閣下可通過電子方式申請認購香港發售股份的程序之進一步詳情，請參閱本招股章程「如何申請香港發售股份」。

重要提示

閣下應通過網上白表服務或香港結算EIPO渠道申請認購最少200股香港發售股份，且為表中所列數字之一。倘閣下通過網上白表服務提出申請，閣下可參閱下表了解閣下所選股份數目的應付金額。閣下申請香港發售股份時必須全數支付申請時相關的應付最高金額。倘閣下通過香港結算EIPO渠道提出申請，閣下須按閣下的經紀或託管商指定的金額（按適用的香港法例及法規釐定）預先支付申請款項。

所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元
200	2,929.24	6,000	87,877.40	100,000	1,464,623.26	5,000,000	73,231,162.50
400	5,858.50	7,000	102,523.62	200,000	2,929,246.50	6,000,000	87,877,395.00
600	8,787.73	8,000	117,169.85	300,000	4,393,869.76	7,000,000	102,523,627.50
800	11,716.99	9,000	131,816.09	400,000	5,858,493.00	8,000,000	117,169,860.00
1,000	14,646.23	10,000	146,462.33	500,000	7,323,116.26	9,000,000	131,816,092.50
1,200	17,575.48	20,000	292,924.66	600,000	8,787,739.50	10,000,000	146,462,325.00
1,400	20,504.73	30,000	439,386.98	700,000	10,252,362.76	12,000,000	175,754,790.00
1,600	23,433.97	40,000	585,849.30	800,000	11,716,986.00	14,000,000	205,047,255.00
1,800	26,363.21	50,000	732,311.63	900,000	13,181,609.26	16,000,000	234,339,720.00
2,000	29,292.46	60,000	878,773.96	1,000,000	14,646,232.50	19,130,400 ⁽¹⁾	280,188,286.22
3,000	43,938.70	70,000	1,025,236.28	2,000,000	29,292,465.00		
4,000	58,584.94	80,000	1,171,698.60	3,000,000	43,938,697.50		
5,000	73,231.17	90,000	1,318,160.93	4,000,000	58,584,930.00		

- (1) 閣下可申請認購的香港發售股份最高數目，即初步提呈發售的香港發售股份的約50%。
- (2) 應付金額包括經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。倘閣下的申請獲接納，經紀佣金將支付予交易所參與者（定義見上市規則）或網上白表服務供應商（就透過網上白表服務供應商的申請渠道作出的申請而言），而證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費將分別支付予證監會、聯交所及會財局。

申請認購任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，且任何有關申請將不獲受理。

預期時間表⁽¹⁾

倘以下香港公開發售預期時間表出現任何變動，我們將在香港於香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 www.crbeverage.com 刊發公告。

香港公開發售開始 2024年10月15日(星期二)
上午九時正

通過指定網站 www.hkeipo.hk 根據網上白表服務

完成電子認購申請的截止時間⁽²⁾ 2024年10月18日(星期五)
上午十一時三十分

開始辦理認購申請登記⁽³⁾ 2024年10月18日(星期五)
上午十一時四十五分

(a) 通過網上銀行轉賬或繳費靈付款轉賬完成

網上白表申請付款及(b) 向香港結算發出

電子認購指示的截止時間⁽⁴⁾ 2024年10月18日(星期五)
中午十二時正

倘閣下指示作為香港結算參與者的經紀或託管商通過香港結算的FINI系統發出電子認購指示代表閣下申請香港發售股份，建議閣下聯繫閣下的經紀或託管商以了解發出上述指示的截止時間，該截止時間可能與上文所述截止時間不同。

截止辦理認購申請登記⁽³⁾ 2024年10月18日(星期五)
中午十二時正

預期定價日⁽⁵⁾ 2024年10月21日(星期一)
中午十二時正或之前

預期時間表⁽¹⁾

在香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司

網站 www.crbeverage.com 刊登最終發售價、國際發售的踴躍程度、

香港公開發售的申請認購水平及香港發售

股份的分配基準的公告..... 2024年10月22日(星期二)

下午十一時正或之前

通過多種渠道公佈香港公開發售分配結果

(包括獲接納申請人的身份證明文件號碼(如適用))，包括：

- 分別於我們的網站 www.crbeverage.com 及香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 發佈公告⁽⁹⁾ 2024年10月22日(星期二)
下午十一時正或之前
- 可於指定分配結果網站 www.hkeipo.hk/IPOResult 或 www.tricor.com.hk/ipo/result 的「配發結果」頁面通過「按身份證號碼搜索」功能查詢 2024年10月22日(星期二)
下午十一時正至
2024年10月28日(星期一)
午夜十二時正
- 致電分配結果電話查詢熱線 +852 3691 8488 2024年10月23日(星期三)至
2024年10月28日(星期一)
上午九時正至下午六時正
(星期六、星期日及香港公眾假期除外)

就全部或部分獲接納申請寄發股票或

將股票存入中央結算系統⁽⁷⁾⁽⁹⁾⁽¹⁰⁾ 2024年10月22日(星期二)或之前

預期時間表⁽¹⁾

就全部或部分獲接納申請（倘每股發售股份的

最終發售價低於申請時初步支付的每股

發售股份最高發售價）（如適用）或

就全部或部分未獲接納申請寄發網上白表

電子自動退款指示／退款支票⁽⁸⁾⁽⁹⁾⁽¹¹⁾.....2024年10月23日（星期三）或之前

預期股份開始在香港聯交所買賣..... 2024年10月23日（星期三）

上午九時正

附註：

- (1) 除另有說明外，所有日期及時間均指香港日期和時間。
- (2) 於截止遞交申請日期上午十一時三十分後，閣下不得根據網上白表服務透過指定網站www.hkeipo.hk遞交申請。倘閣下於上午十一時三十分之前已遞交申請，並已從指定網站取得申請參考編號，閣下將獲准透過完成支付申請股款繼續辦理申請手續，直至截止遞交申請日期中午十二時正（即截止辦理申請登記時）為止。
- (3) 倘若於2024年10月18日（星期五）上午九時正至中午十二時正之間任何時間，香港發出八號或以上熱帶氣旋警告信號、「黑色」暴雨警告及／或發生極端情況（統稱「惡劣天氣信號」），則當日將不會開始或截止辦理申請登記。請參閱「如何申請香港發售股份－E. 惡劣天氣下的安排」。
- (4) 透過香港結算EIPO渠道向香港結算發出電子認購指示或指示閣下的經紀或託管商代表其通過香港結算EIPO渠道申請認購香港發售股份的申請人，應參閱「如何申請香港發售股份－A. 申請香港發售股份－2. 申請渠道」。
- (5) 預期定價日為2024年10月21日（星期一）或前後，惟無論如何不遲於2024年10月21日（星期一）中午十二時正。倘我們與整體協調人（為其本身及代表承銷商）因任何理由未能於2024年10月21日（星期一）中午十二時正或之前協定發售股份的定價，則全球發售將不會進行並將告失效。我們預期於定價日或前後公佈發售股份的定價。
- (6) 本節所載網站及網站所載任何資料均非本招股章程的一部分。
- (7) 僅於全球發售成為無條件且「承銷－承銷安排及開支－香港公開發售－終止理由」一節所述終止權利未獲行使的情況下，股票方會於上市日期（預期為2024年10月23日（星期三））上午八時正成為有效所有權憑證。投資者如根據公開發佈的分配詳情或在獲發股票或股票成為有效所有權憑證前買賣股份，須自行承擔一切風險。
- (8) 電子自動退款指示／退款支票會就全部或部分未獲接納香港公開發售申請發出，而倘最終發售價低於申請時應付每股發售股份價格，則亦會就全部或部分獲接納申請發出。申請人提供的部分申請人身份證明文件號碼（或倘屬聯名申請人，則排名首位申請人的部分身份證明文件號碼）或會打印於退款支票（如有）。該等資料亦會轉交第三方作退款用途。銀行或會在兌現退款支票前要求核對申請人的身份證明文件號碼。倘申請人填寫的身份證明文件號碼不準確，或會導致退款支票無效或延誤兌現退款支票。

預期時間表⁽¹⁾

- (9) 通過**網上白表**服務申請認購1,000,000股或以上香港發售股份的申請人可於2024年10月23日(星期三)或我們公佈為寄發／領取股票／電子自動退款指示／退款支票日期的有關其他日期上午九時正至下午一時正親身前往香港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)領取股票。合資格親身領取的個人申請人不得授權任何其他人士代為領取。如閣下為公司申請人並合資格派人領取，閣下的授權代表須攜同蓋上公司印鑑的公司授權書領取。個人及授權代表於領取時均須出示獲香港股份過戶登記處接納的身份證明。
- (10) 通過香港結算EIPO渠道申請認購香港發售股份的申請人應參閱「如何申請香港發售股份－D. 寄發／領取股票及退回申請股款」一節了解詳情。
- (11) 申請人若通過**網上白表**服務提出申請並以單一銀行賬戶繳付申請股款，則退回股款(如有)將以電子自動退款指示形式發送至該銀行賬戶。申請人若通過**網上白表**服務提出申請並以多個銀行賬戶繳付申請股款，則退回股款(如有)將以申請人(或如屬聯名申請，則為排名首位的申請人)為抬頭人的退款支票的形式，以普通郵遞方式寄往其申請指示所示地址，郵誤風險概由彼等自行承擔。
- (12) 申請認購1,000,000股以下香港發售股份的申請人的股票及／或退款支票以及任何未領取股票，將按相關申請所列地址以普通郵遞方式寄出，郵誤風險概由申請人承擔。
- (13) 進一步資料載於「如何申請香港發售股份－D. 寄發／領取股票及退回申請股款」一節。

有關全球發售的架構(包括其條件)及香港發售股份申請程序的詳情，請分別參閱「全球發售的架構」及「如何申請香港發售股份」章節。

倘全球發售未成為無條件或根據其條款而終止，全球發售將不會進行。在此情況下，我們將在其後於切實可行情況下盡快發佈公告。

致有意投資者的重要通告

本公司僅就香港公開發售及香港發售股份刊發本招股章程，本招股章程並不屬於出售或招攬認購或購買除香港發售股份以外任何證券的要約。本招股章程不得用作亦不屬於在任何其他司法權區或任何其他情況下作出的出售或招攬認購或購買任何證券的要約。我們概無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區公開發售發售股份或派發本招股章程。在其他司法權區派發本招股章程和發售及出售發售股份須受限制，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管部門登記或獲其授權准許或獲得豁免，否則不得進行有關活動。

閣下應僅根據本招股章程所載資料作出投資決定。我們並無授權任何人士向閣下提供與本招股章程所載資料不符的資料。閣下不得將任何並非載於本招股章程的資料或聲明視為已獲我們、聯席保薦人、整體協調人、資本市場中介人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人或承銷商、我們或彼等各自的任何董事或顧問或參與全球發售的任何其他人士或各方授權而加以依賴。我們網站 www.crbeverage.com 所載資料並不屬於本招股章程的一部分。

	頁次
預期時間表	iii
目錄	vii
概要	1
釋義	28
技術詞彙表	40
前瞻性陳述	44
風險因素	46
豁免嚴格遵守上市規則	80
有關本招股章程及全球發售的資料	86

目 錄

董事及參與全球發售的各方.....	90
公司資料.....	100
行業概覽.....	102
監管概覽.....	119
歷史、發展及公司架構.....	143
業務.....	153
關連交易.....	271
董事及高級管理層.....	291
與控股股東的關係.....	308
主要股東.....	318
股本.....	321
財務資料.....	324
基石投資者.....	384
未來計劃及所得款項用途.....	394
承銷.....	400
全球發售的架構.....	411
如何申請香港發售股份.....	422
附錄一 — 會計師報告.....	I-1
附錄二 — 未經審計備考財務資料.....	II-1
附錄三 — 本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要.....	III-1
附錄四 — 法定及一般資料.....	IV-1
附錄五 — 送呈香港公司註冊處處長及展示文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。作為概要，其並不包含可能對閣下屬重要的所有信息，且其全部內容受本文件全文限制，請結合本文件全文一併閱讀。閣下在決定投資發售股份前，應閱讀整份文件。

任何投資均存在風險。投資發售股份的部分特定風險載列於本文件「風險因素」。閣下在決定投資發售股份前，應仔細閱讀該節。

我們是誰

我們是中國包裝飲用水行業和中國即飲軟飲行業的知名企業。根據灼識諮詢報告，我們於1990年開始生產，是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。歷經40年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計的市場份額分別為18.4%及32.7%）。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌。以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。舉例來說，我們戰略性地佈局中大規格包裝飲用水，於2021年至2023年，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。

憑藉我們在包裝飲用水市場已建立的品牌形象、覆蓋全國的銷售網絡和產能佈局，我們一直積極參與研發及創新，並已戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，市場份額為4.7%；此外，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速及淨利潤增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）均排名前二。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於主要地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位。

我們的控股股東之一華潤集團是一家總部位於香港的國有企業集團，於2024年位列《財富》世界五百強排名第72位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團下屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成分股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位。我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有緊密契合的企業文化。受益於彼此之間在銷售渠道、數字化、原材料採購、工程管理及ESG舉措等多領域的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。我們積極踐行社會責任，堅持質量價值觀。自2019年起，我們成為TEAM CHINA／中國國家隊的合作夥伴。我們的「怡寶」品牌被評為「中國國家隊官方飲用水」，為70餘支中國國家運動隊提供安全健康的包裝飲用水及飲料產品，提供專業、健康的補給。我們持續為消費者提供健康和優質的產品，推動「怡寶」成為深受信賴、廣為人知的國民品牌。

我們的商業模式

我們致力於為消費者提供即飲軟飲產品，倡導健康、積極的生活方式。為此，我們密切關注生活方式的轉變和消費需求的發展，積極開展產品研發，以不斷豐富我們的產品種類。我們以體育營銷為重點的營銷策略一直是我們品牌成長的關鍵組成部分。自2013年起，我們一直與馬拉松等體育賽事合作，強化了我們的品牌形象。以我們作為中國飲用純淨水市場第一品牌的「怡寶」品牌為核心，佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位，覆蓋包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料等核心品類。經過多年的努力，我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局。截至最後實際可行日期，我們主要擁有「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等13個品牌的產品組合，共計59個SKU。下圖列示截至最後實際可行日期我們的包裝飲用水及飲料產品。



我們主要通過覆蓋全國的銷售及經銷網絡銷售產品產生收入。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。根據灼識諮詢報告，於2023年，從區域分佈來看，我們的包裝飲用水產品在中國6大省份（即廣東、湖南、四川、海南、廣西及湖北）的包裝飲用水市場中佔有最高的市場份額。根據灼識諮詢報告，於2023年，該6大省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約30%，使該等省份成為包裝飲用水消費的核心市場。我們在該等核心市場的競爭地位展現了我們的市場競爭力，我們致力於進一步將業務拓展到其他市場。根據灼識諮詢報告，於2023年，我們亦在中國另外17個省份的包裝飲用水市場中名列前三，該17個省份的包裝飲用水市場規模約佔中國包裝飲用水市場總市場規模約60%。與覆蓋全國的銷售網絡相匹配，我們亦策略性地部署了綜合產能佈局，實施了嚴格的質量管理體系，並建立了覆蓋全國的數字化供應鏈管理能力。

競爭優勢及業務策略

我們的優勢

我們相信我們的業務成功及市場地位由以下主要優勢所支撐：

- 我們是中國包裝飲用水行業和中國即飲軟飲行業的知名企業，增長勢頭強勁、盈利持續提升；
- 我們戰略性地推行體育營銷以傳遞我們的品牌形象，通過多元化營銷全方位觸達更廣泛的消費人群；
- 我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇；
- 我們建立了強管控、高效率的銷售及經銷網絡；
- 我們建立了與覆蓋全國的銷售網絡有效協同的綜合產能佈局，持續推動降本增效；
- 我們彰顯企業擔當，積極推動綠色可持續發展；及
- 我們由具有遠見卓識的管理團隊領導，並得到了股東的強大戰略支持。

我們的戰略

我們計劃實施以下戰略：

- 提升渠道效率、加速全渠道擴張；
- 擴張及優化產能，提高供應鏈效率；
- 堅持體育營銷策略，強化品牌知名度，加強與消費者的互動；
- 加快拓展新產品品類，加強研發投入；
- 整合產業價值鏈並探索潛在收購，利用市場機會助力業務增長；
- 推進數字化轉型，構建互聯互通的管理體系，提升運營效率；及
- 堅持不懈地吸引、培養和留住頂尖人才，推動組織進步。

我們的品牌及產品

我們致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在我們多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲。截至最後實際可行日期，我們擁有13個品牌的產品組合，包括合共59個SKU。下表載列截至最後實際可行日期我們按品牌和產品品類劃分的主要產品的若干主要資料：

產品品類	品牌	描述	品牌上市時間	單瓶容量	終端客戶建議零售價	SKU數量
包裝飲用水產品.....	怡寶	瓶裝／桶裝 飲用純淨水	1990年代	350毫升、400毫升、 555毫升、1.18升、 1.55升、2.08升、 4.5升、6升、 12.8升及18.9升	人民幣1.5元至 人民幣23元	10
		瓶裝飲用純淨水 及飲用天然水		520毫升及5升	不適用 ⁽¹⁾	3
	怡寶露	玻璃瓶裝高端 天然礦泉水	2022年	350毫升及750毫升	人民幣15.0元至 人民幣30.0元	2

概 要

產品品類	品牌	描述	品牌上市時間	單瓶容量	終端客戶建議零售價	SKU數量
	本優	瓶裝天然礦泉水及飲用天然水	2023年	350毫升及555毫升	人民幣1.5元至人民幣2.0元	3
	加林山	桶裝天然礦泉水及飲用純淨水	2010年	18.9升	人民幣18.0元至人民幣22.0元	2
	FEEL氣泡蘇打水 ⁽²⁾	罐裝／瓶裝氣泡蘇打水	2022年	330毫升及480毫升	人民幣3.0元至人民幣4.0元	4
茶飲料產品.....	至本清潤 ⁽³⁾	草本植物飲料	2021年	310毫升、450毫升、1升及1.5升	人民幣3.0元至人民幣8.5元	8
	佐味茶事	無糖茶飲料	2019年	430毫升	人民幣5.0元	3
	午後奶茶	奶茶飲料	2011年 ⁽⁴⁾	430毫升及500毫升	人民幣4.0元至人民幣5.0元	3
果汁類飲料產品.....	蜜水系列 ⁽⁵⁾	風味水	2018年	350毫升及480毫升	人民幣4.0元至人民幣5.0元	7
	假日系列	低濃度果汁	2019年	440毫升及1.5升	人民幣4.0元至人民幣8.5元	5
	源自世界的廚房	低濃度果汁	2022年	500毫升	人民幣5.0元	1
其他產品.....	魔力	運動飲料	2011年 ⁽⁴⁾	500毫升	人民幣5.0元	3
	火咖	咖啡飲料	2011年 ⁽⁴⁾	180毫升、260毫升、280毫升及440毫升	人民幣3.5元至人民幣6.0元	5

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，我們的「怡寶」品牌下若干瓶裝水SKU不進行零售。
- (2) 我們在「FEEL」品牌下擁有兩個碳酸飲料SKU，分別為330毫升及480毫升的青檸味罐裝及瓶裝氣泡蘇打水。
- (3) 我們在「至本清潤」品牌下擁有一個果汁類飲料SKU，為450毫升的「至本清潤」酸梅湯。
- (4) 「午後奶茶」、「魔力」及「火咖」品牌的推出時間指我們與「麒麟」品牌建立戰略合作關係並開始將其作為我們產品組合的一部分銷售該等產品的時間。
- (5) 我們在「蜜水系列」品牌下擁有一個碳酸飲料SKU，即480毫升的蜜水檸檬果汁汽水。

概 要

下表載列我們按產品品類劃分的部分產品圖片示例：

品類

示例

包裝飲用水
小規格瓶裝
水產品⁽¹⁾



中大規格瓶裝
水產品⁽²⁾



桶裝水產品⁽³⁾ . .



飲料產品



概 要

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的收入：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
包裝飲用水產品	10,817,805	95.4	11,905,738	94.3	12,446,560	92.1	3,624,024	92.0	3,720,746	89.7
小規格瓶裝水產品	6,922,561	61.0	7,484,417	59.3	7,715,685	57.1	2,298,777	58.3	2,317,541	55.9
中大規格瓶裝水產品	3,469,225	30.6	3,962,285	31.4	4,242,914	31.4	1,177,076	29.9	1,258,838	30.3
桶裝水產品	426,019	3.8	459,036	3.6	487,961	3.6	148,171	3.8	144,367	3.5
飲料產品	522,076	4.6	717,038	5.7	1,068,168	7.9	315,573	8.0	429,085	10.3
合計	<u>11,339,881</u>	<u>100.0</u>	<u>12,622,776</u>	<u>100.0</u>	<u>13,514,728</u>	<u>100.0</u>	<u>3,939,597</u>	<u>100.0</u>	<u>4,149,831</u>	<u>100.0</u>

我們以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們以「怡寶」為核心品牌的包裝飲用水產品產生的收入分別為人民幣10,796.8百萬元、人民幣11,887.4百萬元、人民幣12,405.3百萬元、人民幣3,616.4百萬元及人民幣3,691.8百萬元，分別佔同期包裝飲用水產品總收入的99.8%、99.8%、99.7%、99.8%及99.2%。於往績記錄期間，我們的收入增長主要受包裝飲用水產品的驅動，主要是由於我們加強了銷售網絡的滲透並擴大了部分產品的銷售區域，使客戶對我們產品的需求增加。同時，於往績記錄期間，我們銷售飲料產品產生的收入的絕對金額及佔總收入的百分比均有所增長，主要是由於：(i)我們持續擴展產品組合；(ii)我們擴大了飲料產品銷售網絡；及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的銷量明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	銷量	%	銷量	%	銷量	%	銷量	%	銷量	%
	(以千公噸為單位，百分比除外)									
包裝飲用水產品.....	11,786	98.8	12,727	98.5	13,491	98.0	3,849	97.9	4,163	97.2
小規格瓶裝水產品.....	5,604	47.0	5,889	45.6	6,189	45.0	1,812	46.1	1,935	45.2
中大規格瓶裝水產品.....	4,284	35.9	4,846	37.5	5,274	38.3	1,439	36.6	1,616	37.7
桶裝水產品.....	1,898	15.9	1,992	15.4	2,028	14.7	598	15.2	612	14.3
飲料產品.....	139	1.2	188	1.5	275	2.0	81	2.1	119	2.8
合計.....	<u>11,925</u>	<u>100.0</u>	<u>12,915</u>	<u>100.0</u>	<u>13,766</u>	<u>100.0</u>	<u>3,930</u>	<u>100.0</u>	<u>4,282</u>	<u>100.0</u>

於整個往績記錄期間，我們包裝飲用水及飲料產品所有產品品類的銷量均有所增加。

- 我們的包裝飲用水產品銷量由2021年的11.8百萬公噸增加8.0%至2022年的12.7百萬公噸，並進一步增加6.0%至2023年的13.5百萬公噸，並由截至2023年4月30日止四個月的3.8百萬公噸增加8.2%至2024年同期的4.2百萬公噸，主要是由於我們的中大規格瓶裝水產品的銷量增加。
- 我們的飲料產品銷量由2021年的0.1百萬公噸增加35.3%至2022年的0.2百萬公噸，並進一步增加46.3%至2023年的0.3百萬公噸，主要受「至本清潤」、「假日系列」和「蜜水系列」的銷量增長所驅動。我們的飲料產品銷量由截至2023年4月30日止四個月的約81,000公噸增加46.9%至2024年同期的約119,000公噸，主要受我們在2023年4月30日之後推出的新飲料SKU的銷量增長所驅動。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的平均售價明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣元／公噸)				
包裝飲用水產品	918	935	923	942	894
小規格瓶裝水產品	1,235	1,271	1,247	1,269	1,198
中大規格瓶裝水產品	810	818	804	818	779
桶裝水產品	225	230	241	248	236
飲料產品	3,761	3,812	3,885	3,896	3,606

附註：

- (1) 根據灼識諮詢報告，呈列按重量計的平均售價符合行業慣例，亦是中國即飲軟飲行業中一個常見的披露指標，而非使用其他指標（如按單容器計的平均售價）呈列。根據同一資料來源及基於公開資料，(a)中國即飲軟飲市場及(b)中國包裝飲用水市場的其他前五大公司（按2023年零售額計）均未披露按單容器計的平均售價。鑒於小規格瓶裝水、中大規格瓶裝水、桶裝水及飲料產品品類的容量規格、產品類型、品牌及市場定位各不相同，按單容器計的平均售價未必具代表性。相反，向終端客戶提供的建議零售價可為我們主要產品的不同容量提供價格參考。請參閱「業務－我們的品牌及產品」。

於2021年、2022年及2023年，我們包裝飲用水產品的平均售價保持相對穩定。截至2024年4月30日止四個月，我們包裝飲用水產品的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於我們的包裝飲用水產品組合發生變化，以及我們在市場競爭激烈的情況下提高了向客戶（主要是經銷商）提供的折扣。我們通常會在考慮市場競爭、預算和財務業績等各種因素後，定期制訂折扣定價計劃。

於2021年至2023年，我們飲料產品的平均售價逐年上漲，主要反映了我們的議價能力因我們品牌知名度的提高和我們業務規模的擴大而有所增強。截至2024年4月30日止四個月，我們飲料產品的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於我們的飲料產品組合發生變化。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	<i>(人民幣千元，百分比除外)</i>									
包裝飲用水產品.....	4,821,639	44.6	5,052,642	42.4	5,675,174	45.6	1,606,826	44.3	1,821,992	49.0
飲料產品.....	149,727	28.7	206,462	28.8	360,040	33.7	100,956	32.0	133,150	31.0
合計.....	<u>4,971,366</u>	<u>43.8</u>	<u>5,259,104</u>	<u>41.7</u>	<u>6,035,214</u>	<u>44.7</u>	<u>1,707,782</u>	<u>43.3</u>	<u>1,955,142</u>	<u>47.1</u>

我們包裝飲用水產品的毛利率由截至2023年4月30日止四個月的44.3%上升至2024年同期的49.0%，主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本佔收入的百分比下降，原因為相關材料（如PET及紙箱）的市價下跌；(ii)實施降本增效舉措，例如包裝優化、膜包比例提高、注胚自有化比例提高，以及主要由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制；及(iii)我們自有工廠生產的產品比例增加。我們包裝飲用水產品的毛利率由2022年的42.4%增加至2023年的45.6%，主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料（如PET及紙箱）的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略；及(ii)實施降本增效舉措，例如包裝優化、膜包比例提高、注胚自有化比例提高，以及主要由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制。我們的包裝飲用水產品的毛利率由2021年的44.6%下降至2022年的42.4%，主要是由於PET市價上漲，導致我們原材料及包裝材料成本增加，部分被主要由於我們議價能力增強而單位合作生產夥伴服務費減少所抵銷。

截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們飲料產品的毛利率保持相對穩定，分別為32.0%及31.0%，主要是由於我們的飲料產品組合發生變化，導致截至2024年4月30日止四個月我們飲料產品的平均售價下降，部分被若干原材料市價下跌及生產效率提高所抵銷。我們飲料產品的毛利率由2022年的28.8%增至2023年的33.7%，主要是由於：(i)我們的原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料（如PET及紙箱）

概 要

的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略；及(ii)我們飲料產品的平均售價增加。於2021年及2022年，我們飲料產品的毛利率分別為28.7%及28.8%，主要是由於我們飲料產品的平均售價上漲，部分被原材料及包裝材料成本的增加所抵銷，該增加是由於PET的市價上漲。

有關詳情，請參閱「業務－我們的品牌及產品」、「財務資料－合併損益表的主要組成部分－收入」、「財務資料－合併損益表的主要組成部分－毛利及毛利率」及「財務資料－經營業績」。

我們的銷售網絡

我們已建立廣泛的銷售網絡，觸達眾多消費者，提高我們的品牌聲譽並夯實我們的競爭優勢。經過多年努力，我們已建立起由經銷商及次級經銷商組成的全面經銷商網絡，使我們能夠有效地接觸到廣泛的消費者群體並覆蓋我們所有的銷售渠道，包括傳統渠道、現代渠道、餐飲渠道、特通渠道、電商渠道及其他渠道。我們亦與全國性及區域性商超、連鎖便利店及電商平台等若干客戶保持直營關係。下表載列我們於所示期間按客戶貢獻劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審計)									
經銷	10,047,300	88.6	11,195,213	88.7	11,923,447	88.2	3,547,233	90.0	3,672,700	88.5
直營	1,292,581	11.4	1,427,563	11.3	1,591,281	11.8	392,364	10.0	477,131	11.5
合計	<u>11,339,881</u>	<u>100.0</u>	<u>12,622,776</u>	<u>100.0</u>	<u>13,514,728</u>	<u>100.0</u>	<u>3,939,597</u>	<u>100.0</u>	<u>4,149,831</u>	<u>100.0</u>

我們根據產品定位、生產成本、市場競爭以及銷售網絡中經銷商及直營客戶的合理利潤水平等各種因素為產品定價。我們向經銷商及直營客戶提供我們產品的建議零售價。我們的經銷商及直營客戶不得採取任何可能嚴重擾亂我們產品零售價的行動。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

營銷及品牌推廣

我們採用多方位的營銷策略，旨在與受眾建立聯繫，並以有意義、有影響力的方式推廣我們的品牌，如體育營銷、綜藝節目營銷及在途營銷舉措，使我們能夠在消費者的日常生活中保持強大的影響力。我們已制定以體育營銷為重點的營銷策略，以配合產品消費場景與體育賽事之間的重疊與關聯。我們一直通過與TEAM CHINA／中國國家隊、頂級體育賽事、馬拉松賽事、其他大眾體育賽事及全國性體育頻道（如CCTV-5）合作，積極倡導全民運動和全民健康。我們的多元化營銷策略使我們能夠有效地傳播我們的品牌價值，在多個平台上與我們的消費者互動，並推動業務增長。請參閱「業務－營銷及品牌推廣」。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶是購買和經銷我們產品的經銷商及我們的直營客戶。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，除客戶E（其為我們的直營客戶）外，我們的前五大客戶均為我們的經銷商。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，來自我們前五大客戶的收入分別佔該等有關期間總收入的20.7%、18.2%、17.6%及15.5%。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，來自最大客戶的收入分別佔該等有關期間總收入的8.4%、7.3%、7.1%及6.1%。

我們的生產

截至2024年4月30日，我們在中國擁有13家已投產的自有工廠及31家合作生產夥伴，生產包裝飲用水及飲料產品。於2023年及截至2024年4月30日止四個月，我們的已投產自有工廠和合作生產夥伴的包裝飲用水及飲料產品標準產能分別為18.8百萬公噸及6.4百萬公噸，而我們的包裝飲用水及飲料產品於2023年及截至2024年4月30日止四個月的實際年總產量分別為13.5百萬公噸及4.3百萬公噸。我們擁有自動化及高效的生產能力，與我們的全國銷售網絡無縫對接。截至2024年4月30日，我們擁有61條自有生產線及70條由我們的合作生產夥伴擁有的生產線，其中許多一體化高速生產線從歐洲引進。我們亦引進無菌生產線來生產我們的飲料產品。請參閱「業務－我們的生產」。

概 要

供應鏈管理

我們的水源採購自第三方供水系統及我們的直接水源。下表載列於往績記錄期間，來自第三方供水系統的購水量及來自我們直接水源的取水量。

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%
	(千公噸)									
第三方供水系統 ⁽¹⁾	7,447.1	98.6	7,676.0	98.7	8,139.2	98.4	2,256.5	98.4	3,604.5	98.9
直接水源 ⁽²⁾	103.3	1.4	103.7	1.3	134.7	1.6	37.4	1.6	38.7	1.1
總計.....	<u>7,550.4</u>	<u>100.0</u>	<u>7,779.7</u>	<u>100.0</u>	<u>8,273.9</u>	<u>100.0</u>	<u>2,293.8</u>	<u>100.0</u>	<u>3,643.3</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 包括河源工廠（前稱為碧優選工廠）於2023年從第三方供水系統採購的地表水，其水源為萬綠湖。
- (2) 於往績記錄期間的直接水源指廣東省加林山，我們從該地區獲取天然礦泉水。

我們通常與工廠附近的第三方供水系統合作，確保我們在獲得優質及穩定水源的同時提高物流和運輸效率。此外，我們已積極進行佈局，以獲取中國知名優質水源。請參閱「業務－供應鏈管理」。

原材料及包裝材料

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料包括PET、紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及白糖。其中，PET用於製造瓶子，是我們的主要原材料及包裝材料。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，PET採購額分別為人民幣1,665.2百萬元、人民幣2,165.6百萬元、人民幣1,992.7百萬元及人民幣526.3百萬元，分別佔同期我們採購總額的約21.8%、25.2%、23.6%及22.0%。

供應商

我們的主要供應商為原材料及包裝材料供應商、物流服務、營銷服務及倉儲服務提供商及我們的合作生產夥伴。於往績記錄期間各期間，我們最大的PET原材料供應商華潤化學將於我們上市後成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章）。請參閱「關連交易」。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，向我們最大供應商的採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的7.0%、9.7%、11.0%及11.8%。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，向我們前五大供應商的合計採購金額分別佔我們於該等期間採購總額的31.0%、33.5%、33.2%及28.5%。

質量控制

我們非常重視產品質量，我們認為這對我們的業務的可持續增長至關重要。我們在整個運營過程的不同階段開展各種質量檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢查、微生物測試及重量檢查，以確保我們的產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。我們實施專有的「華潤怡寶全價值鏈食品安全與質量管理體系」（一種SPM體系），並在多年來的運行過程中不斷仔細完善，以全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。我們的質量控制措施亦適用於我們的合作生產夥伴。請參閱「業務－質量控制」。

競爭格局

根據灼識諮詢報告，按零售額計，中國即飲軟飲市場預計到2028年將擴大至人民幣12,032億元。中國即飲軟飲市場相對集中，按2023年零售額計，前五大企業貢獻的市場份額為42.6%，預計將繼續上升。主要企業將憑藉良好的品牌知名度、現有銷售渠道、全面的產品組合及研發能力維持並提高其市場份額。根據灼識諮詢報告，按2023年零售額計，我們在中國即飲軟飲市場排名第五，市場份額為4.7%。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。按零售額計，該市場於2023年佔中國即飲軟飲市場的23.6%，預計到2028年將增至26.1%。中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年

的58.6%。按零售額計，飲用純淨水是中國包裝飲用水市場最大的細分市場，於2023年達到人民幣1,206億元，佔中國包裝飲用水市場的56.1%。預計該細分市場將持續增長，到2028年零售額將達到人民幣1,798億元，佔中國包裝飲用水市場的57.2%。按零售額計，我們於2023年在中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年我們在包裝飲用水市場及飲用純淨水市場的市場份額分別為18.4%及32.7%。請參閱「行業概覽」。

風險因素

我們的業務及全球發售涉及本招股章程「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定投資我們的股份前，應仔細閱讀該節的全部內容。我們認為我們面臨的最重大風險包括但不限於以下各項：(i)我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績；(ii)我們在高度競爭的市場中運營；(iii)產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響；(iv)我們可能無法有效管理和發展我們的經銷網絡和其他銷售渠道，並有效維持我們與客戶的業務關係或管理我們的客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響；(v)有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響；及(vi)任何涉及我們的品牌、客戶、合作生產夥伴、原材料及包裝材料乃至整個即飲軟飲行業的負面輿論都會損害我們的聲譽，這可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

歷史財務資料概要

下表呈列摘錄自本招股章程附錄一會計師報告所載我們截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2023年及2024年4月30日止四個月的合併損益及其他綜合收益表及合併現金流量表以及我們截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日的合併財務狀況表的合併財務數據概要。以下數據及討論應與我們的合併財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀。

概 要

合併損益表的主要項目

下表載列於所示期間我們的合併損益表中若干主要項目：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
收入	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831
銷售成本.....	(6,368,515)	(7,363,672)	(7,479,514)	(2,231,815)	(2,194,689)
毛利	4,971,366	5,259,104	6,035,214	1,707,782	1,955,142
其他收入.....	295,956	340,172	367,246	83,939	76,291
其他收益及虧損	(10,577)	(3,187)	(14,622)	(1,468)	1,060
預期信貸虧損模式下的					
減值虧損 (扣除撥回) ...	9,480	(27,222)	(3,817)	(4,421)	(745)
經銷及銷售費用	(3,756,727)	(3,877,617)	(4,086,510)	(1,152,763)	(1,274,481)
行政開支.....	(253,238)	(265,029)	(300,562)	(109,413)	(97,784)
研發成本.....	(48,979)	(49,179)	(61,510)	(9,954)	(13,065)
財務成本.....	(1,782)	(1,617)	(42,516)	(15,150)	(731)
上市開支.....	-	-	(14,490)	-	(14,066)
稅前利潤.....	1,205,499	1,375,425	1,878,433	498,552	631,621
所得稅開支.....	(347,358)	(386,704)	(547,063)	(142,766)	(170,955)
年／期內利潤	858,141	988,721	1,331,370	355,786	460,666
歸屬於：					
本公司擁有人	858,141	989,808	1,329,341	356,654	446,679
非控股權益.....	-	(1,087)	2,029	(868)	13,987

於往績記錄期間，本公司擁有人應佔我們的淨利潤增加，主要是由於我們的包裝飲用水及飲料產品業務以及毛利的持續增長。請參閱「財務資料－合併損益表的主要組成部分」。

概 要

合併財務狀況表的經選定項目

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表的經選定資料：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
流動資產合計.....	7,199,084	7,630,494	5,557,977	5,649,920
非流動資產合計.....	1,889,356	2,974,350	7,443,777	8,024,012
總資產	9,088,440	10,604,844	13,001,754	13,673,932
流動負債合計.....	4,185,842	4,329,442	5,188,357	5,308,485
非流動負債合計.....	318,627	379,624	440,624	462,182
負債合計	4,504,469	4,709,066	5,628,981	5,770,667
流動資產淨值.....	3,013,242	3,301,052	369,620	341,435
資產淨值／權益合計	4,583,971	5,895,778	7,372,773	7,903,265
本公司擁有人應佔權益.....	4,583,971	5,573,765	6,903,058	7,349,643
非控股權益.....	-	322,013	469,715	553,622

我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣7,372.8百萬元增加至截至2024年4月30日的人民幣7,903.3百萬元，主要是由於(i)期內利潤人民幣460.7百萬元；及(ii)收購一間子公司的非控股權益人民幣69.9百萬元，該金額與我們於截至2024年4月30日止四個月收購武漢華新達飲品技術有限公司(現稱華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)70%的股權有關。我們的資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣5,895.8百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣7,372.8百萬元，主要是由於(i)年內利潤為人民幣1,331.4百萬元；(ii)收購一間子公司的非控股權益人民幣84.0百萬元，該金額與我們於2023年收購河源市碧優選飲用水有限公司(現稱華潤怡寶飲料(河源)有限公司)79%的股權有關；及(iii)非控股權益向子公司注資人民幣61.7百萬元。我們的資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣4,584.0百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣5,895.8百萬元，主要是由於(i)年內利潤為人民幣988.7百萬元；及(ii)收購一間子公司的非控股權益人民幣323.1百萬元，該金額與我們於2022年收購華潤怡寶飲料(宜興)有限公司70%的股權有關。

概 要

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元略微減少至截至2024年4月30日的人民幣341.4百萬元，主要是由於(i)我們的貿易及其他應付款項略有增加，主要是由於(其中包括)我們的貿易應付款項及運輸應付款項增加(與2024年4月開始的銷售旺季有關)，部分被應付工資減少所抵銷，主要由於截至2024年4月30日止四個月支付2023年度獎金，而截至2024年4月30日僅應計四個月的獎金；及(ii)我們應付子公司非控股股東款項增加(與我們收購華潤怡寶飲料(武漢)有限公司有關)。我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣3,301.1百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元，主要是由於：(i)應收同系子公司款項減少人民幣3,536.6百萬元及長期定期銀行存款增加人民幣1,577.1百萬元的綜合影響；及(ii)與我們的建設項目及部分採購有關的貿易及其他應付款項增加。截至2021年12月31日及2022年12月31日，我們的流動資產淨值保持相對穩定，分別為人民幣3,013.2百萬元及人民幣3,301.1百萬元，主要由於與活期存款有關的現金及現金等價物增加，部分被應收同系子公司款項減少所抵銷。有關詳情，請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干組成部分的說明」及「財務資料－流動資產淨值」。

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	827,192	844,929	1,718,183	745,640	751,636
投資活動所得(所用)					
現金淨額.....	681,954	1,222	(2,090,451)	(982,105)	(642,378)
融資活動(所用)所得					
現金淨額.....	(19,467)	(21,201)	(60,598)	5,883,709	6,016
現金及現金等價物淨					
增加(減少).....	1,489,679	824,950	(432,866)	5,647,244	115,274
年/期初現金及現金等價物 ...	191,662	1,682,810	2,507,631	2,507,631	2,074,698
外匯匯率變動的影響	1,469	(129)	(67)	119	(99)
年/期末現金及現金等價物 ...	1,682,810	2,507,631	2,074,698	8,154,994	2,189,873

請參閱「財務資料－流動性及資本資源－現金流量」。

概 要

經選定財務比率

下表呈列截至所示日期或所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日或截至該日止年度			截至4月30日 或截至該日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	毛利率 ⁽¹⁾	43.8%	41.7%	44.7%
淨利潤率 ⁽²⁾	7.6%	7.8%	9.9%	11.1%
總資產回報率 ⁽³⁾	10.1%	10.0%	11.3%	無意義 ⁽⁹⁾
權益回報率 ⁽⁴⁾	20.7%	18.9%	20.1%	無意義 ⁽⁹⁾
投入資本回報率 ⁽⁵⁾	15.5%	14.6%	16.9%	無意義 ⁽⁹⁾
流動比率 ⁽⁶⁾	1.72倍	1.76倍	1.07倍	1.06倍
速動比率 ⁽⁷⁾	1.62倍	1.63倍	1.00倍	1.00倍
槓桿比率 ⁽⁸⁾	0.7%	0.5%	0.5%	1.1%

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以期內收入再乘以100%。
- (2) 淨利潤率等於期內利潤除以期內收入再乘以100%。
- (3) 總資產回報率等於期內利潤除以期初及期末總資產結餘平均值再乘以100%。
- (4) 權益回報率等於期內利潤除以期初及期末權益總額結餘平均值再乘以100%。
- (5) 投入資本回報率等於營業利潤乘以1減實際所得稅率的差，除以投入資本，再乘以100%。
- (6) 流動比率等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於截至同日的流動資產總值減存貨再除以流動負債總額。
- (8) 槓桿比率等於截至同日的計息債務總額（包括租賃負債及應付子公司非控股股東款項的計息比例）除以權益總額再乘以100%。
- (9) 由於期內數字與往績記錄期間前三年的數字不可比較，故該等比率並無意義。

請參閱「財務資料－經選定財務比率」。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）及Plateau分別擁有本公司60%及40%的權益。

華潤集團（飲料）由華潤創業全資擁有，而華潤創業則由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。緊隨全球發售完成後，華潤集團（飲料）將擁有本公司經擴大股本約51%（假設超額配股權未獲行使）。因此，華潤（集團）、華潤集團（華創）、華潤創業及華潤集團（飲料）於上市後將構成我們的一組控股股東。華潤（集團）由國務院國有資產監督管理委員會最終控制。

Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Dong Yi女士通過其全資擁有的公司Plateau Holding Limited擁有Plateau Investment Limited的100%股權。緊隨全球發售完成後，Plateau將擁有本公司經擴大股本的約34%（假設超額配股權未獲行使）。因此，Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau於上市後將構成我們的另一組控股股東。

請參閱「與控股股東的關係」。

我們已與控股股東的若干聯繫人訂立並預期將於上市後繼續進行若干交易，根據上市規則第十四A章，該等交易將構成不獲豁免的持續關連交易。請參閱「關連交易」。

首次公開發售前投資

於2022年8月5日，Plateau以1,000百萬美元的對價收購了本公司400股股份。請參閱「歷史、發展及公司架構－首次公開發售前投資」。

所得款項用途

假設發售價為每股發售股份14.00港元(即發售價範圍的中位數)，經扣除我們有關全球發售的承銷佣金及其他估計開支，並假設超額配股權並無獲行使，我們估計將會從全球發售收取所得款項淨額約4,726.4百萬港元。根據我們的策略，我們擬將全球發售所得款項的下述金額用作下述用途：

- 所得款項淨額的約30%，即1,417.9百萬港元，用於戰略性擴張和優化產能，以提高整體供應鏈效率；
- 所得款項淨額的約23%，即1,087.1百萬港元，用於加速銷售渠道擴張及提升渠道效率；
- 所得款項淨額的約23%，即1,087.1百萬港元，用於進行銷售和營銷活動，增強品牌活力，強化品牌形象，提升銷售表現；
- 所得款項淨額的約3%，即141.8百萬港元，用於增強我們的產品研發能力，以持續拓展新的產品品類和SKU；
- 所得款項淨額的約3%，即141.8百萬港元，用於數字化升級，包括提升我們在銷售、運營、生產和物流等領域的數字化能力，從而提高我們的運營效率；
- 所得款項淨額的約8%，即378.1百萬港元，用於進行潛在投資及併購機會；及
- 所得款項淨額的約10%，即472.6百萬港元，作為營運資金及作一般公司用途。

請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

近期發展及無重大不利變動

近期發展

於2024年4月，經於2024年4月21日舉行的董事會會議批准，本公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元（「股息」），惟須待全球發售完成後方可作實。上市後的新股東將無權獲派發股息。於滿足適用法律及法規的規定後，該等股息的大部分預計將於上市後的約12個月支付。我們將於上市後的年報中披露支付股息的詳情。截至2023年12月31日，我們的合併保留利潤為人民幣64億元。我們擬動用自有現金資源（全球發售所得款項除外）支付股息。截至2023年12月31日，我們的現金及現金等價物及定期銀行存款結餘為人民幣59億元。除股息外，我們於上市前的餘下合併保留利潤（佔截至2023年12月31日合併保留利潤的60%以上）將留存用於企業發展或上市後與現有股東及我們股份的未來持有人共享。

截至最後實際可行日期，河源工廠已取得其生產所需的消防安全檢查批准、污水排入排水管網許可證及排污許可證；長沙工廠已取得排污許可證及消防安全檢查批准，並正在準備申請污水排入排水管網許可證及環保設施竣工驗收；成都工廠已就成都工廠二期擴建項目（其中若干生產線已於2024年4月投入運營）取得消防安全檢查批准及房屋建築竣工驗收，並正在申請環保設施竣工驗收。就成都工廠一期而言，我們已取得所有必要的批文及許可證。

於往績記錄期間後，我們的業務營運持續擴張。我們的包裝飲用水產品銷量由截至2023年6月30日止六個月的約6.8百萬公噸增加7.2%至2024年同期的約7.3百萬公噸。我們的飲料產品銷量由截至2023年6月30日止六個月的約141,000公噸增加54.6%至2024年同期的約218,000公噸。此外，截至最後實際可行日期，我們擁有13個品牌的產品組合，共59個SKU。截至同日，我們已投產的自有工廠的標準年產能為12.4百萬公噸。

概 要

於截至2024年6月30日止六個月，我們錄得總收入人民幣7,616.0百萬元及毛利人民幣3,752.6百萬元，較2023年同期分別同比增長5.6%及13.2%。

具體而言，我們的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣7,209.5百萬元增加5.6%至2024年同期的人民幣7,616.0百萬元，乃由於我們的包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

- 包裝飲用水產品產生的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣6,648.0百萬元增加2.7%至2024年同期的人民幣6,828.7百萬元，主要是由於隨著我們提高了銷售網絡的滲透率並擴大了若干產品（尤其是中大規格瓶裝水產品，收入貢獻由截至2023年6月30日止六個月的人民幣2,107.4百萬元增加人民幣160.5百萬元至2024年同期的人民幣2,267.9百萬元）的銷售區域，從而使客戶對我們產品的需求增加。
- 飲料產品產生的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣561.4百萬元增加40.2%至2024年同期的人民幣787.3百萬元，主要是由於客戶對我們飲料產品的需求增加。該增加主要歸因於：(i)我們產品組合的持續擴張；(ii)我們飲料產品銷售網絡的擴大；及(iii)我們飲料產品品牌知名度的提升。

我們的銷售成本由截至2023年6月30日止六個月的人民幣3,895.4百萬元減少至2024年同期的人民幣3,863.4百萬元。我們的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣3,314.0百萬元增加13.2%至2024年同期的人民幣3,752.6百萬元。我們的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的46.0%增加至2024年同期的49.3%，主要受我們包裝飲用水產品的毛利率增加所驅動。該增加主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本佔收入的百分比下降，原因為相關材料（如PET及紙箱）的市價下跌；(ii)實施降本增效舉措，例如注胚吹瓶自有化比例提高、包裝優化及膜包比例提高，以及主要由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制；及(iii)我們自有工廠生產的產品比例增加。截至2024年6月30日止六個月的飲料產品毛利率較截至2023年6月30日止六個月略有下降，主要是由於2024年上半年飲料產品的平均售價因飲料產品的產品組合發生變化而有所下降，部分被原材料及包裝材料的市價下跌及生產效率提高所抵銷。儘管如此，截至2024年6月30日止六個月的飲料產品毛利率較截至2024年4月30日

止四個月略有上升，主要是由於：(i)2024年第二季度銷售旺季飲料產品的平均售價有所提高；及(ii)單位生產成本下降，此乃由於(a)飲料產品新生產線的投產及(b)銷售旺季銷量增加，我們的固定成本佔收入的比例相應下降。

此外，我們的經銷及銷售費用由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,929.1百萬元增加8.4%至2024年同期的人民幣2,090.4百萬元，主要是由於：(i)物流服務開支增加，與(a)銷量增加及(b)飲料產品的銷量增長迅速引起的遠距離運輸增加有關；及(ii)我們的營銷及推廣費用增加，主要是由於我們加大體育營銷及電視廣告力度，以提升我們的品牌影響力。同時，我們的研發成本由截至2023年6月30日止六個月的人民幣13.7百萬元增加30.8%至截至2024年同期的人民幣17.9百萬元，主要是由於我們持續努力推出新產品並探索新品類，導致試驗費及員工成本增加。與2023年同期相比，我們的行政開支於截至2024年6月30日止六個月保持相對穩定。

由於我們持續關注生產力及成本效益並享受我們實現的規模效應所帶來的優勢，與2023年同期相比，我們的淨利潤及淨利潤率於截至2024年6月30日止六個月亦有所提升。

上文所披露的截至2024年6月30日止六個月的財務數據摘錄自我們截至2024年6月30日止六個月的未經審計中期財務報表，該等財務報表已根據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」編製，並由申報會計師根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。

無重大不利變動

董事確認，直至本招股章程日期，自2024年4月30日（即我們最近期經審計財務報表的日期）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，且自2024年4月30日以來，亦無任何事件將對本招股章程附錄一所載會計師報告所示資料產生重大影響。

COVID-19疫情的影響

COVID-19疫情爆發及相關限制性政策導致社交網絡及業務活動減少，從而對我們的業務運營產生不利影響。例如，與2021年相比，我們部分工廠於2022年的實際產量和使用率有所下降。具體而言，我們的若干工廠（如上海工廠）的生產活動出現臨時中斷。為應對該等生產挑戰，我們迅速調整生產策略以符合實際銷售數據，並加強對成本效益及生產力的關注。此外，我們與合作生產夥伴進行持續對話，以確保穩定

的產能。除若干工廠的生產活動臨時中斷外，我們的生產活動於往績記錄期間並無因COVID-19疫情而受到任何不利影響。隨著疫情的緩解，我們的營運於2023年1月基本恢復正常。於往績記錄期間，我們的實際產量由2021年的12.0百萬公噸穩步增加至2022年的13.1百萬公噸，並進一步增加至2023年的13.5百萬公噸，並由截至2023年4月30日止四個月的3.9百萬公噸增加至截至2024年4月30日止四個月的4.3百萬公噸。

COVID-19疫情亦為供應鏈帶來挑戰，尤其影響物流，從而限制我們的採購及經銷能力。由於COVID-19疫情，2022年生產活動受限導致庫存轉移，致使我們與此有關的物流服務開支增加。為此，我們實施了一系列積極的策略，例如豐富我們的供應商基礎、加強我們對原材料價格的分析方法，並促進各部門之間以及與業務合作夥伴的緊密溝通，以增強我們供應鏈的彈性。就銷售及營銷而言，由於2022年的推廣活動相對較少，我們的營銷及推廣開支因COVID-19疫情而有所減少。因此，我們加強了線上渠道，以更好地滿足消費者對消費渠道的多樣化需求。此外，由於COVID-19導致商旅需求下降，我們於2022年錄得採購商旅服務的交易金額相對較低。整體而言，儘管COVID-19疫情帶來挑戰，但於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，其並無對我們的營運或財務狀況造成重大不利影響，且我們的收入及淨利潤於往績記錄期間保持上升趨勢。

董事認為，COVID-19疫情爆發對我們的營運及財務狀況的整體影響並不重大，原因是(i)我們的收入於往績記錄期間持續增長；(ii)我們的生產僅受到有限的干擾；例如我們的上海工廠經歷了約一個月的臨時中斷，並迅速恢復正常運營；及(iii)隨著疫情的緩解及管制措施的大幅取消，我們的營運已自2023年1月起全面恢復。

然而，概不保證我們的營運、生產活動或財務狀況日後不會因COVID-19疫情或其他自然災害、流行病或疫情爆發而受到影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與流行病和其他疾病爆發以及包括戰爭和恐怖主義行為在內的事件相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的運營」。

概 要

全球發售統計數據

下表統計數據基於假設：(i)全球發售已完成及347,826,200股股份已根據全球發售發行；及(ii)超額配股權未獲行使。

	基於發售價 每股發售股份 13.50港元	基於發售價 每股發售股份 14.50港元
股份市值 ⁽¹⁾	31,695.7 百萬港元	34,043.5 百萬港元
未經審計備考經調整合併每股 有形資產淨值 ⁽²⁾	5.39港元	5.55港元

附註：

- (1) 市值乃基於緊隨全球發售完成後預期將發行的2,347,826,200股股份（假設超額配股權未獲行使）計算。
- (2) 未經審計備考經調整每股有形資產淨值乃經作出本招股章程附錄二所述調整後得出。倘計及「— 近期發展及無重大不利變動 — 近期發展」所披露的全球發售及已宣派股息付款，並假設股份拆細及全球發售已於2024年4月30日完成，則基於已發行股份總數為2,347,826,200股，截至2024年4月30日，本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值將分別為每股人民幣3.84元（相當於4.23港元，基於每股股份13.50港元的發售價計算）及每股人民幣3.97元（相當於4.37港元，基於每股股份14.50港元的發售價計算）。

股息

本公司是一家根據開曼群島法律以存續方式註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的支付和金額將取決於能否從我們的子公司獲得股息。於往績記錄期間，除於2024年4月宣派的股息外，本公司並無宣派或支付任何股息。請參閱「— 近期發展及無重大不利變動 — 近期發展」。我們過往的股息分派記錄不可作為決定我們未來可能宣派或支付的股息水平的參考或依據。我們目前並無股息政策或預設的股息支付率。股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或支付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前

景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。除我們合法可供分派的利潤及儲備外，不會宣派或支付任何股息。無法保證任何年份將宣派或分派任何金額的股息。

上市開支

上市開支指與全球發售有關的專業費用、承銷佣金及其他費用。假設超額配股權未獲行使，並基於發售價每股發售股份14.00港元（即發售價範圍的中位數）計算，我們預計將產生約人民幣130.0百萬元（143.2百萬港元）的上市開支，包括：(i)承銷相關費用人民幣75.2百萬元（82.8百萬港元）；及(ii)非承銷相關費用人民幣54.8百萬元（60.4百萬港元），進一步分類為：(a)法律顧問及會計師費用人民幣32.2百萬元（35.5百萬港元）；及(b)其他費用及開支人民幣22.6百萬元（24.9百萬港元），截至2024年4月30日，其中約人民幣28.6百萬元（31.4百萬港元）已於合併損益表內扣除，約人民幣26.6百萬元（29.3百萬港元）預計將於合併損益表內扣除，而約人民幣74.9百萬元（82.4百萬港元）預計將於全球發售完成後從權益中扣除。假設發售價為每股發售股份14.00港元（即指示性發售價範圍的中位數）且超額配股權未獲行使，上市開支預計將佔全球發售所得款項總額約2.9%。上述上市開支為最新實際估計數字，僅供參考，實際金額可能與此估計有所差別。

申請於聯交所上市

我們已向香港聯交所申請批准我們根據全球發售將予發行的股份上市及買賣，理由是（其中包括）我們符合上市規則第8.05(1)條的利潤測試，當中參考：(i)我們截至2023年12月31日止年度的股東應佔利潤超過35百萬港元；及(ii)我們截至2022年12月31日止兩個年度的股東應佔利潤總額超過45百萬港元。

釋 義

於本招股章程內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干技術詞彙於本招股章程「技術詞彙表」中解釋。

「會計師報告」	指	本集團的會計師報告，其全文載於本招股章程附錄一
「聯屬人士」	指	直接或間接控制該特定人士或直接或間接受該特定人士控制或與該特定人士受直接或間接共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	會計及財務匯報局
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行通常開放為公眾辦理一般銀行業務的日子（星期六、星期日或香港公眾假期除外）
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島
「《開曼公司法》」或「《公司法》」	指	《開曼群島公司法》第22章（1961年第3號法例，經綜合及修訂），經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中央結算系統」	指	由香港結算設立及管理的中央結算及交收系統
「怡寶長沙」	指	華潤怡寶飲料（長沙）有限公司，一家於2012年10月17日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一
「怡寶成都」	指	華潤怡寶飲料（成都）有限公司，一家於2014年9月1日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一

釋 義

「怡寶中國」	指	華潤怡寶飲料(中國)有限公司，一家於1996年8月1日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一
「怡寶中國投資」	指	華潤怡寶飲料(中國)投資有限公司，一家於2011年8月26日在中國註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一
「怡寶控股」	指	華潤怡寶飲料(控股)有限公司，一家於2009年11月23日在香港註冊成立的有限公司，為我們的子公司之一
「中國」	指	中華人民共和國，但就本招股章程而言，且僅作地區參考，除文義所指外，本招股章程中對「中國」之提述均不包括香港特別行政區、澳門特別行政區及台灣地區
「灼識諮詢」或「行業顧問」	指	灼識行業諮詢有限公司，本公司的行業顧問
「灼識諮詢調查」	指	灼識諮詢於2023年9月對2,000名消費者進行的一項消費者調查，除其他標準外，該等消費者均年滿18歲、在當前城市居住一年以上且有經常飲用包裝飲用水的習慣
「《公司條例》」	指	香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「《公司(清盤及雜項條文)條例》」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

釋 義

「本公司」	指	華潤飲料(控股)有限公司(前稱華潤麒麟飲料(大中華)有限公司及華潤飲料(大中華)有限公司)，一家於1995年7月4日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業有限公司，並於2024年4月16日遷冊至開曼群島
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義，指華潤(集團)、華潤集團(華創)、華潤創業、華潤集團(飲料)、Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau(視乎文義而定)
「華潤啤酒」	指	華潤啤酒(控股)有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：0291)
「華潤化學」	指	華潤化學材料科技股份有限公司，一家在中國註冊成立的公司，為華潤集團的子公司，其於深圳證券交易所上市(股份代號：301090)
「華潤集團」	指	華潤(集團)及其控股公司以及彼等各自的子公司(另有明確界定者除外)
「華潤(集團)」	指	華潤(集團)有限公司，一家於1983年7月8日在香港註冊成立的有限公司，為中國華潤有限公司的間接全資子公司，亦為我們的控股股東之一

釋 義

「華潤置地」	指	華潤置地有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：1109)
「華潤萬象生活」	指	華潤萬象生活有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：1209)
「華潤電力」	指	華潤電力控股有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，為華潤集團的子公司，其於香港聯交所上市(股份代號：0836)
「華潤創業」	指	華潤創業有限公司，一家於2015年7月28日在香港註冊成立的有限公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一
「華潤集團(飲料)」	指	華潤集團(飲料)有限公司，一家於2007年4月3日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一
「華潤集團(華創)」	指	華潤集團(華創)有限公司，一家於2015年7月8日在英屬維爾京群島註冊成立的英屬維爾京群島商業公司，由華潤(集團)間接全資擁有並為我們的控股股東之一
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事
「企業所得稅」	指	企業所得稅
「企業所得稅法」	指	中華人民共和國企業所得稅法，經不時修訂、補充或以其他方式修改

釋 義

「ESG」	指	環境、社會及企業管治
「交易所參與者」	指	(a)根據上市規則可於香港聯交所或透過香港聯交所進行交易的人士；及(b)名列於香港聯交所存置的名單、登記冊或名冊作為可於香港聯交所或透過香港聯交所進行交易的人士
「極端情況」	指	在八號或以上颱風信號由三號或以下颱風信號取代之前，香港任何政府當局因公共交通服務受嚴重影響受阻、廣泛地區水浸、嚴重山泥傾瀉、大規模停電或任何其他惡劣情況而宣佈發生的「極端情況」
「FINI」	指	「Fast Interface for New Issuance」，由香港結算營運的網上平台，上市股份須使用該平台獲准買賣及(如適用)收集以及處理相關認購及交收的特定資料
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「本集團」或「我們」	指	本公司及其子公司(或按文義所指本公司及其任何一間或多間子公司)
「《新上市申請人指南》」	指	聯交所頒佈的《新上市申請人指南》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「網上白表」	指	透過指定網站 www.hkeipo.hk 於網上遞交申請以申請人本身名義發行香港發售股份
「網上白表服務供應商」	指	於指定網站 www.hkeipo.hk 所列明由本公司指定的網上白表服務供應商
「港元」	指	香港法定貨幣，分別為港元及港仙

釋 義

「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司，為香港交易及結算所有有限公司的全資子公司
「香港結算EIPO」	指	通過指示香港結算代理人代 閣下提出申請的方式申請認購香港發售股份，有關香港發售股份將以香港結算代理人的名義發行並直接存入中央結算系統，以記存於 閣下指定的香港結算參與者股份戶口，包括通過指示 閣下的經紀或託管商（須為香港結算的結算參與者或託管商參與者）使用香港結算的FINI系統發出 電子認購指示 以代 閣下申請認購香港發售股份
「香港結算代理人」	指	香港中央結算（代理人）有限公司，為香港結算全資子公司
「香港結算參與者」	指	獲准以直接結算參與者、全面結算參與者或託管商參與者身份參與中央結算系統的參與者
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港發售股份」	指	根據香港公開發售按發售價初步提呈發售以供認購的38,261,000股股份，可按本招股章程「全球發售的架構」所述重新分配
「香港公開發售」	指	根據本招股章程所載條款及條件提呈發售香港發售股份以供香港公眾人士認購，詳情載於本招股章程「全球發售的架構－香港公開發售」
「香港股份過戶登記處」	指	卓佳證券登記有限公司
「香港聯交所」或「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有有限公司的全資子公司

釋 義

「香港承銷商」	指	本招股章程「承銷－香港承銷商」中所列之香港公開發售承銷商
「香港承銷協議」	指	由本公司與聯席保薦人及香港承銷商就香港公開發售所訂立的日期為2024年10月14日的承銷協議，詳情載於本招股章程「承銷－承銷安排及開支」
「獨立第三方」	指	據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，獨立於本公司或並非本公司關連人士的人士或公司及彼等各自的最終實益擁有人
「國際發售股份」	指	根據國際發售按發售價初步提呈發售以供認購的309,565,200股股份，連同（如相關）因任何超額配股權獲行使而可能發行的任何額外股份，可按本招股章程「全球發售的架構」所述重新分配
「國際發售」	指	國際承銷商根據S規例在美國境外以離岸交易方式及在美國境內根據第144A條或美國證券法的任何其他登記豁免僅向合資格機構買家按發售價提呈發售國際發售股份，詳情載於本招股章程「全球發售的架構」
「國際承銷商」	指	國際發售的承銷商
「國際承銷協議」	指	預期由本公司與國際承銷商就國際發售訂立的承銷協議，詳情載於本招股章程「承銷－國際發售」

釋 義

「聯席賬簿管理人」	指	如「董事及參與全球發售的各方」一節指定的聯席賬簿管理人
「聯席全球協調人」	指	如「董事及參與全球發售的各方」一節指定的聯席全球協調人
「聯席牽頭經辦人」	指	如「董事及參與全球發售的各方」一節指定的聯席牽頭經辦人
「聯席保薦人」	指	如「董事及參與全球發售的各方」一節指定的聯席保薦人
「麒麟」	指	麒麟控股株式會社，一家在全球範圍內運營的啤酒、飲料及健康科學與製藥的跨國公司，及本公司前股東
「最後實際可行日期」	指	2024年10月6日，即本招股章程刊發前為確定其中所載若干資料的最後實際可行日期
「上市」	指	股份在香港聯交所主板上市
「上市委員會」	指	香港聯交所上市委員會
「上市日期」	指	股份上市及獲准在香港聯交所開始買賣的日期，預期為2024年10月23日（星期三）或前後
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則（經不時修訂）
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「主板」	指	聯交所營運之股票市場（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM並與其並行運作

釋 義

「《大綱及細則》」或 「《組織章程大綱及 細則》」或「《細則》」	指	本公司的《組織章程大綱》及／或《組織章程細則》 (經修訂及重述)，將於上市日期生效，其概要載於 本招股章程附錄三
「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會
「發售價」	指	每股發售股份的最終發售價(不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%香港聯交所交易費)
「發售股份」	指	香港發售股份及國際發售股份，連同(如相關)本公司因超額配股權獲行使而可能發行的任何額外股份
「超額配股權」	指	預期將由本公司授予國際承銷商的購股權，可由整體協調人(為其本身及代表國際承銷商)根據國際承銷協議行使，據此，本公司或須按發售價額外配發及發行合計最多52,173,800股股份，藉此(其中包括)補足國際發售的超額分配(如有)，進一步詳情載於本招股章程「全球發售的架構」
「整體協調人」	指	如「董事及參與全球發售的各方」一節指定的整體協調人
「中國人民銀行」	指	中國人民銀行
「Plateau」	指	Plateau Consumer Limited，一家於2022年1月12日在開曼群島註冊成立的公司，為我們的控股股東之一

釋 義

「定價日」	指	釐定發售價的日期，預期為2024年10月21日（星期一）（香港時間）或前後，或整體協調人（為其本身及代表承銷商）及本公司可能協議的較後時間，但無論如何不遲於2024年10月21日（星期一）中午十二時正
「招股章程」	指	就香港公開發售刊發的本招股章程
「省」	指	中國各省，或按文義所指，省級自治區或由中國中央政府直接管轄的直轄市
「合資格機構買家」	指	第144A條所界定的合資格機構買家
「S規例」	指	美國證券法S規例
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「第144A條」	指	美國證券法第144A條
「國家外匯管理局」	指	中國國家外匯管理局
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「證券法」	指	中華人民共和國證券法，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0000005美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「國家稅務總局」	指	中國國家稅務總局

釋 義

「穩定價格操作人」	指	UBS AG Hong Kong Branch
「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「借股協議」	指	預期由穩定價格操作人與華潤集團(飲料)有限公司於定價日或前後訂立的借股協議
「子公司」	指	具有《公司條例》第15條所賦予的涵義
「往績記錄期間」	指	截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月
「承銷商」	指	香港承銷商及國際承銷商
「承銷協議」	指	香港承銷協議及國際承銷協議
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、屬地及受其管轄的所有地區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)以及據此頒佈的規則及規例
「%」	指	百分比

在本招股章程，除非文義另有所指，否則「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」及「主要股東」等詞彙具有上市規則所賦予的涵義。

除非另有說明或文義另有所指，否則本招股章程內所有數據均為截至本招股章程日期之數據。

釋 義

本招股章程所提述的中國實體、中國法律或法規及中國政府機關的英文名稱為其中文名稱的譯名，僅供識別。如有任何歧義，概以中文名稱為準。

本招股章程所載若干金額及百分比數字均已約整。因此，若干表格所載合計數據未必為前述數據之算術總和。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本招股章程所用若干技術詞彙的解釋。因此，該等詞彙及其涵義未必與該等詞彙的標準行業涵義或用法一致。

「AI」	指	人工智能
「氨基酸」	指	一種構成蛋白質基本結構單元的有機化合物
「App」	指	移動應用程序，即設計為在智能手機、平板電腦或其他移動設備上運行的應用程序
「飲料產品」	指	我們的飲料產品，就本招股章程而言，指除包裝飲用水以外的即飲軟飲，包括茶飲料及果汁類飲料等
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「中部地區」	指	我們的銷售區域，就本招股章程而言，包括湖南省、江西省及福建省
「無菌冷灌裝工藝」	指	一種允許在無菌條件下冷灌裝產品且無需將產品長時間暴露在高溫下亦無需添加防腐劑的技術
「合作生產夥伴」	指	建立合作夥伴關係以有效滿足市場需求的生產工廠（包括代工廠）
「COVID-19」	指	2019冠狀病毒病疫情，一種由最新發現的冠狀病毒（重症急性呼吸綜合徵冠狀病毒2，SARS-CoV-2）引起的傳染病
「膳食纖維」	指	一種源自植物的食物，不能被人體消化酶完全消化，是人體必需的营养物質

技術詞彙表

「東部地區」	指	我們的銷售區域，就本招股章程而言，包括上海市、江蘇省、浙江省、安徽省、河南省及湖北省
「電解質」	指	人體內的陽離子、陰離子，是人體必需的營養物質
「FSSC22000」	指	FSSC22000食品安全管理體系，國際通行的體系，包含完整的認證方案，為整個食品供應鏈提供認證模式
「GDP」	指	國內生產總值
「GMP」	指	良好生產規範標準，確保產品始終按其預期用途及產品規格所要求的質量標準生產及控制的質量保證
「IP」	指	知識產權
「ISO22000」	指	ISO22000食品安全管理體系，是國際標準化組織實施的國際通行的食品安全管理體系
「ISO9001」	指	ISO9001質量管理體系，是國際標準化組織實施的國際通行的質量管理體系
「IT」	指	信息技術
「KA」	指	大客戶
「KA客戶」	指	本公司的主要客戶群，主要包括全國性及區域性商超、連鎖便利店、餐廳、航空公司、加油站運營商、酒店運營商及若干電商平台
「L」或「升」	指	液體容量的公制單位，等於1,000毫升

技術詞彙表

「偏硅酸」	指	一種易被人體吸收且能有效地維持人體電解質平衡和生理機能的物質
「ml」或「毫升」	指	液體容積的公制單位，等於千分之一升
「OPP」	指	定向聚丙烯，一種通過拉伸聚丙烯製成的薄膜材料
「PET」	指	聚對苯二甲酸乙二醇酯，可用於塑料瓶的吹塑成型
「PETG」	指	聚對苯二甲酸乙二醇酯-1,4-環己烷二甲醇酯，是一種環氧樹脂
「山梨酸鉀」	指	一種用作食品防腐劑的化學品
「PTS」	指	產品跟蹤系統
「PVC」	指	聚氯乙烯，一種多用途的熱塑聚合物，通常用於製造包括水管等各種其他產品
「RTD」	指	即飲
「研發」	指	研究及開發
「SKU」	指	最低庫存單位的首字母縮寫，可購買的每種不同產品和服務的唯一標識
「南部地區」	指	我們的銷售區域，就本招股章程而言，包括廣東省、廣西壯族自治區及海南省
「西南地區」	指	我們的銷售區域，就本招股章程而言，包括重慶市、四川省、貴州省、雲南省及陝西省
「SPM」	指	供應、生產及營銷

技術詞彙表

「TEAM CHINA／ 中國國家隊」	指	是包含各運動項目國家隊與綜合性運動會中國體育代表團的集體形象和統一稱謂
「三線及以下城市」	指	除北京、上海、廣州、深圳、成都、西安、武漢、蘇州、鄭州、重慶、杭州、南京、天津、長沙、東莞、寧波、合肥、昆明、青島、佛山、瀋陽、濟南、無錫、廈門、福州、溫州、金華、哈爾濱、大連、貴陽、南寧、泉州、石家莊、長春、南昌、惠州、常州、嘉興、徐州、南通、太原、保定、珠海、中山、台州、臨沂、濰坊、紹興及煙台外的中國所有城市
「公噸」	指	等於1,000千克的質量單位
「5S」	指	整理、整頓、清掃、清潔及素養，一種組織、清潔、發展及維持高效工作環境的方法論
「十三五規劃」	指	概述中國於2016年至2020年的政府政策及優先事項的框架及路線圖

前瞻性陳述

本招股章程載有前瞻性陳述。本招股章程所載除過往事實陳述以外的一切陳述，包括但不限於關於我們的未來財務狀況、策略、計劃、宗旨、目的、目標及我們參與或正尋求參與的市場的未來發展，以及上下文包含「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「擬」、「將會」、「可能會」、「計劃」、「認為」、「預料」、「尋求」、「應」、「可」、「將」、「繼續」等詞語或類似措詞或反義措詞的陳述，均為前瞻性陳述。該等前瞻性陳述涉及已知及未知的風險、不確定因素及其他因素，其中部分風險及因素超出我們所能控制的範圍，可能會導致我們的實際業績、表現或成就或行業業績，與前瞻性陳述所表述或隱含的任何未來業績、表現或成就存在重大差異。該等前瞻性陳述基於我們對現時及未來業務策略和未來所處經營環境作出的多項假設而編製。可能會導致我們的實際表現或成就與前瞻性陳述所載者存在重大差異的重要因素包括下列各項：

- 我們成功執行業務計劃及策略的能力；
- 我們經營和擬擴展業務所在行業及市場的未來發展、趨勢及情況；
- 我們運營所在司法權區的整體政治及經濟狀況；
- 我們的業務經營及前景；
- 我們的資本開支計劃；
- 天氣、自然災害及氣候變化；
- 我們的競爭對手的行動及發展；
- 我們的財務狀況及表現；
- 資本市場發展；
- 我們的股息政策；
- 有關我們業務及業務計劃各方面的中國中央及地方政府及其他相關司法權區法律、規則及規定和有關政府部門規則、規定及政策的任何變更；及
- 我們可能尋求的各種商機。

前 瞻 性 陳 述

可能會導致實際表現或成就出現重大差異的其他因素，包括但不限於本招股章程「風險因素」及其他章節所論述者。我們謹提醒閣下不宜過分倚賴僅反映管理層截至本招股章程刊發日期的意見的前瞻性陳述。我們並無責任因出現新資料、未來發生事件或其他理由而更新或修訂任何前瞻性陳述。鑒於該等風險、不確定因素及假設，本招股章程所論述的前瞻性事件未必會發生。本節所載警告聲明適用於本招股章程所載全部前瞻性陳述。

閣下於投資股份前，應審慎考慮本招股章程所載的所有資料，包括下文所述的風險及不確定因素。該等風險可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們股份的成交價可能因任何該等風險而大幅下跌，而閣下可能會損失全部或部分投資。閣下應特別注意，我們是一家以存續方式於開曼群島註冊成立的公司且我們的絕大部分業務均在中國進行。有關中國法律及監管環境的更多信息，請參閱「監管概覽」。

該等因素為可能發生或可能不會發生的或然事件，而我們無法就任何該等或然事件發生的可能性發表意見。除非另有說明，否則所提供的資料為截至最後實際可行日期的資料，於此日期之後將不會更新，並受「前瞻性陳述」中的警示聲明所規限。

與我們的業務及行業有關的風險

我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績。

我們的成功在很大程度上取決於消費者的品味、偏好及消費習慣以及我們提供滿足不斷變化的消費者需求的產品的能力，而消費者品味、偏好及消費習慣的變化往往難以預測。由於包括人口結構特徵的變化、社會趨勢、消費者生活方式和消費模式的變化、對產品健康影響的擔憂或看法、對產品原材料及包裝材料的原產地或來源的擔憂、媒體與公眾輿論及經濟環境等各種因素影響，消費者對包裝飲用水和飲料的需求不斷變化。例如，隨著食品及飲料消費的健康意識不斷提高，若干產品品類（如包裝飲用水及無糖飲料）較其他類型的即飲軟飲產品更受歡迎。

此外，由於旅行、度假及休閒活動模式的變化以及電子商務及其他購物方式的加速發展，消費行為正在迅速演變。如果我們無法在消費者所需的地點及時間滿足其對產品的需求，或如果我們無法應對經銷渠道（包括電子商務）的變化，我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

如果我們不能有效地預測和應對即飲軟飲不斷變化的趨勢和消費者對即飲軟飲的偏好，我們的銷售和增長可能會受到不利影響。實現增長取決於我們能否成功開發、推出及營銷新產品。新產品存在固有風險，包括市場及消費者接受度的不確定性或對我們現有產品供應的潛在影響。我們亦可能須增加新產品開發的開支。成功的創新取決於我們能否精準地預測消費者的接受程度，以及獲得、保護及維持必要的知識產權。否則可能會損害我們的競爭地位並對我們的銷售、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們在高度競爭的市場中運營。

我們身處中國的即飲軟飲行業，該行業現在並將持續保持高度競爭。我們面臨來自現有競爭對手及新行業進入者的激烈競爭。我們的部分競爭對手已在多個品類建立了市場地位，並擁有更多的財務、研發、營銷及其他資源。因此，他們可更靈活地適應不斷變化的市場趨勢或推出更好的產品以滿足不斷變化的消費者需求。他們也可能在即飲軟飲業務的生產及其他方面取得我們可能無法成功應對的技術進步。我們亦與一些較小的品牌競爭，其可能更具創新性，能夠更好地將新產品推向市場，並更有效、更迅速地進入和服務利基市場。我們亦與其他市場參與者就獲取合作生產夥伴的委託加工服務而進行競爭。

此外，我們的競爭對手可能通過合併、收購及整合獲得市場份額。他們亦可能使用不合理或掠奪性定價，甚至可能從事損害我們聲譽的活動。倘我們無法有效應對，我們的聲譽、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

競爭壓力可能導致我們降低向客戶收取的價格，或限制我們提高價格的能力，這可能會減弱我們的盈利能力，尤其是在原材料或其他成本增加的情況下。該等壓力亦可能增加營銷成本，連同店內廣告、插播廣告及其他營銷費用。競爭壓力亦可能導致我們的渠道及產品組合從利潤更高的方向轉移。倘我們未能持續加強營銷及創新能力以維持消費者興趣、品牌忠誠度、市場份額及盈利能力以保持競爭力，則我們的業務可能會受到不利影響。

風險因素

產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們業務的成功部分取決於我們能否維持消費者對我們所有包裝飲用水產品及飲料產品的安全性及質量的信心。我們已制定各種質量及安全標準以及質量控制系統，該質量控制系統的有效性取決於其設計以及其執行的有效性。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何與重大產品責任風險有關的產品責任索賠或事件，而有關責任（無論單獨或總體而言）對本集團而言屬重大。我們的質量控制系統可能未必始終有效，或我們可能無法及時識別質量控制系統中的任何缺陷。我們未能發現或預防或有效回應的任何產品質量或食品安全問題可能導致責任索賠、聲譽受損及相關部門的處罰，這可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

任何未能或被認為未能符合我們的質量或安全標準，包括產品受到污染及其他事故、未按規範生產，或貼錯標籤的指控（無論是實際發生或被認為是）均可能發生在我們或我們的合作生產夥伴、客戶或供應商的營運中。這可能導致重大業務中斷，包括耗時且代價高昂的生產中斷、產品召回、市場撤回、產品責任索賠及負面報導，亦可能導致產品存貨損毀、因產品在一段時間內無法供應而導致銷售損失、適用監管機構的罰款以及高於預期的退貨率。此外，我們可能須就原材料及包裝材料受污染、產品質量及食品安全問題產生的損失與我們的原材料及包裝材料供應商、合作生產夥伴及客戶進行磋商或提起訴訟。該等訴訟可能會導致大量成本，這可能會進一步影響我們的銷售、盈利能力及前景。

任一或所有該等事件均可能導致消費者喪失信心及信任，可能損害與我們品牌相關的商譽，可能導致消費者選擇其他產品，並可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

風險因素

我們可能無法有效管理和發展我們的經銷網絡和其他銷售渠道，並有效維持我們與客戶的業務關係或管理我們的客戶，這可能對我們的品牌、運營和經營業績造成不利影響。

維持高效的經銷網絡使我們的包裝飲用水及飲料產品順利交付予消費者，而我們的經銷商在擴大我們的地理覆蓋範圍及推動包裝飲用水及飲料產品的銷售方面發揮著重要作用。一般而言，我們的經銷商向我們購買產品，將其轉售予次級經銷商及終端客戶。於往績記錄期間，經銷商的採購佔我們銷售額的絕大部分。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的經銷商貢獻的收入分別佔我們總收入的88.6%、88.7%、88.2%及88.5%。請參閱「業務－我們的銷售網絡－經銷」。

未能與我們的現有經銷商維持業務關係，在失去現有經銷商後未能與新經銷商建立關係，以及無法管理及擴大經銷商的經銷覆蓋範圍可能對我們的經銷網絡造成不利影響，進而對我們的業務以及我們的品牌、經營業績及財務狀況造成不利影響。我們拓展經銷網絡覆蓋範圍的能力亦受相關監管規定、競爭格局以及消費者品味、偏好及消費習慣變化的影響。未能有效應對此類變化可能會對我們的業務及前景造成不利影響。

此外，倘我們的經銷商未能有效營銷及銷售我們的包裝飲用水及飲料產品，我們的市場聲譽可能受損，而我們發展業務的能力可能也會受到不利影響。此外，我們可能無法成功管理經銷商的行為，我們也未必能夠成功發現或防止我們的任何經銷商不遵守我們現有經銷協議條款的情況。經銷商的任何違規行為可能對我們的品牌及與其他經銷商的關係造成負面影響。

在某些情況下，我們的經銷商可能會將我們的產品出售給我們對其日常業務活動的監控有限或無法監控的次級經銷商。我們可能無法準確追蹤我們產品的次級經銷商的銷售及存貨水平，這可能導致我們對銷售趨勢的預測不準確，並影響我們有效及時制定及調整營銷及產品策略的能力。截至最後實際可行日期，我們與超過3,500家次級經銷商訂立了三方協議。此外，我們的經銷網絡亦涵蓋我們與之並無合同關係的其他次級經銷商。我們的次級經銷商並無與我們進行任何採購、付款或其他直接交易。倘我們的次級經銷商未能及時經銷我們的產品，或已與我們簽訂三方協議的次級經銷商未能遵守有關協議條款，則可能會影響我們的銷售及損害我們品牌的聲譽，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

風險因素

此外，我們亦直接向全國性及區域性商超、連鎖便利店及電商平台等客戶進行直營。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的直營客戶貢獻的收入分別佔我們總收入的11.4%、11.3%、11.8%及11.5%。請參閱「業務－我們的銷售網絡－直營」。未能與我們的直營客戶維持業務關係或未能與新的直營客戶建立關係，可能會對我們的品牌、經營業績及財務狀況造成不利影響。

此外，於往績記錄期間，在我們的直營中，通過線上銷售渠道產生的銷售額一直在顯著增長。隨著電子商務及社交媒體平台日益普及，我們可能會面臨線下及線上銷售渠道之間的競爭及競食。倘我們未能平衡線上及線下銷售渠道之間的營銷工作或優化產品組合及定價策略，或未能有效管理該等渠道的整合，則該等渠道之間的競爭及競食可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。此外，於往績記錄期間，我們直接向第三方電商平台及通過第三方電商平台向消費者銷售若干產品。因此，倘電商平台出現任何重大中斷，我們通過線上渠道的銷售及品牌形象可能會受到不利影響。倘我們未能有效管理線上銷售的持續及有效發展，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響。

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料種類為PET（用於製造瓶子）。我們的其他原材料及包裝材料主要包括奶粉、糖、紙箱、瓶蓋及標籤。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣3,722.8百萬元、人民幣4,576.8百萬元、人民幣4,507.6百萬元、人民幣1,351.0百萬元及人民幣1,355.0百萬元，分別佔我們總銷售成本的約58.5%、62.2%、60.3%、60.5%及61.7%。鑒於原材料及包裝材料成本預計將繼續佔我們銷售成本的一大部分，原材料及包裝材料價格的任何大幅上漲均可能對我們的利潤率造成重大不利影響。我們所使用的原材料及包裝材料受制於我們無法控制的各種因素（如商品價格波動、供需變化、物流及加工成本、通貨膨脹以及政府法規及政策）導致的價格波動，我們不確定我們是否能夠將任何此類價格上漲轉嫁予我們的客戶。

風險因素

此外，倘所有或大量原材料及包裝材料供應商無法或不願意滿足我們的要求，我們可能會面臨原材料及包裝材料短缺或成本增加的情況。我們的原材料及包裝材料供應商可能因各種原因而無法滿足我們的需求，包括自然災害、天氣、生產問題、流行病、農作物歉收、罷工、運輸中斷或政府監管。更換原材料及包裝材料供應商可能成本高昂且耗時。倘我們無法及時獲得數量足夠、質量令人滿意或價格可接受的原材料及包裝材料，我們的產量、產品質量及利潤率可能會受到重大不利影響。

任何涉及我們的品牌、客戶、合作生產夥伴、原材料及包裝材料乃至整個即飲軟飲行業的負面輿論都會損害我們的聲譽，這可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們的成功取決於我們為現有及新產品以及我們的企業聲譽建立及維持品牌形象的能力。我們的廣告、營銷及推廣計劃未必能夠對我們的品牌形象或消費者對我們產品的偏好及需求產生預期的影響。尤其是，我們的合作關係可能會因與我們合作或支持的組織及賽事有關的個人或實體的實際或被指控的不當行為而受到負面報導。

有關產品安全、質量及／或成分含量問題、我們的環境影響及我們營運的可持續發展的申索，或產品污染的指控，即使是虛假或毫無根據的，均可能損害我們的品牌形象，並可能導致消費者選擇替代產品。倘我們或我們的僱員、合作生產夥伴、客戶、供應商、物流服務提供商或其他業務合作夥伴未能保持我們的產品質量，採取或被認為採取不道德、非法或對社會不負責任的方式（包括在產品的採購、內容或銷售、客戶的服務和待遇或客戶數據的使用方面），消費者對我們產品的需求亦可能大幅減少。

此外，我們的品牌形象或產品質量認知及食品安全可能受到訴訟、消費者組織等第三方在媒體上的不利報導、一般研究及監管或其他政府查詢以及影響即飲軟飲行業的擬議或新立法的不利影響。尤其是，有關我們產品中的成分或包裝材料中的物質被認為存在或可能存在負面健康影響的相關不利公眾輿論、第三方研究或其他指控（無論是否有效）可能導致新增政府法律法規、對我們採取實際或可能不利的法律行動，以及消費者對我們產品產生負面看法，任何一種情況均可能導致對我們產品的需求減少或導致更改產品設計，這可能會導致成本高昂、耗時並降低產品的吸引力。在社交媒體或社交網站上發佈有關本公司或我們任何品牌的負面帖子或評論，即使是不準確或惡意的，也可能產生負面宣傳，從而損害我們的品牌或本公司的聲譽。損害消費者信任的商業事件，無論是孤立的還是經常性的，也無論是源自我們還是我們的合作生產夥

風險因素

伴、客戶、供應商、物流服務提供商或其他業務合作夥伴，都可能會嚴重降低品牌價值或可能引發對我們產品的抵制，並可能會對消費者對我們產品的需求以及我們的聲譽及經營業績產生負面影響。倘該等事件通過社交媒體或數字媒體迅速傳播（包括出於惡意原因），則可能會加劇該等事件的影響或導致訴訟或其他程序。

此外，與整個即飲軟飲行業或在該行業經營的其他公司有關的負面輿論可能會導致消費者對我們的品牌產生負面看法並影響消費者對我們產品的需求，而我們的業務及前景可能會因此受到重大不利影響。

我們的業務受季節性影響，這可能會導致我們的經營業績出現波動。

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年第二及第三季度主要因天氣轉暖而迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該等季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。請參閱「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－特定因素－天氣及季節性」。

於一個財政年度期間，銷量亦可能因其他原因而波動，包括新產品推出以及營銷及推廣活動的時機。此外，天氣及平均溫度的變化可能會導致對我們產品的需求有所波動。例如，反季或異常的天氣可能會擾亂我們的運營並損害我們的財務表現。請參閱「一天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響」。

由於該等波動，同一財年內不同期間、不同財政年度的相同期間或不同財政年度之間的銷售額及經營業績的對比未必能反映我們的表現。我們於任何特定季度或半年度的業績未必能反映整個財政年度的業績。我們未來的財務狀況及經營業績可能於全年持續波動。投資者不應依賴中期業績作為本集團預期全年業績的指標。

風險因素

我們產品的有效營銷和推廣對於我們產品的成功至關重要。不當的營銷活動將影響我們的聲譽，並可能導致行政處罰，這可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

我們經營的成功取決於我們銷售及營銷活動的有效性。我們在銷售及營銷活動中投入了大量的資金，以提高品牌知名度及推廣新產品。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們產生的經銷及銷售費用分別為人民幣3,756.7百萬元、人民幣3,877.6百萬元、人民幣4,086.5百萬元、人民幣1,152.8百萬元及人民幣1,274.5百萬元，分別佔我們總收入的33.1%、30.7%、30.2%、29.3%及30.7%。然而，我們無法完全保證與合作夥伴在營銷活動中的合作不會終止，在此情況下，我們的銷售及營銷活動、業務運營及財務表現可能會受到不利影響。此外，倘我們的銷售及營銷計劃包含不當內容，我們的聲譽可能會受損，這可能會導致行政處罰。因此，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響。

尤其是，就新產品而言，我們可能進行推廣活動，並在產品推出後產生大量銷售及營銷開支，以刺激消費者需求，這可能會影響我們的盈利能力。競爭壓力亦可能限制我們隨後提高新產品價格的能力。我們可能無法成功推出任何新產品，同時在產品推出後即刻維持及提高盈利能力，或根本無法推出新產品。

此外，我們可能須制定及採用新的營銷策略，以迎合不斷演變的市場趨勢及不斷變化的消費者偏好。未能制定有效的營銷策略以迎合不斷改變的市場趨勢及消費者偏好，可能會導致不必要的經銷及銷售費用，這可能會對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

我們與生產設備、設施、技術和其他運營方面相關的投資、維護或升級可能無法成功實施，這可能對我們的業務增長產生重大不利影響。

我們持續維護現有生產設備及設施，通過升級現有設備及設施來擴大生產能力、購買新設備及建設新設施，並改進生產技術，以確保我們業務的順利運營及推動業務增長。

風險因素

尤其是，隨著我們業務的增長，我們可能需要通過各種措施（包括新建工廠及擴建現有工廠）來擴大我們的產能。請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。我們的新工廠可能未能及時準備就緒，我們的產能亦可能無法成功擴大。多項因素可能會延遲我們的擴張計劃或增加我們的成本，包括：(i) 未能籌集足夠資金以建立及維持營運資金以在新工廠經營業務；(ii) 未能及時從相關政府部門取得環境及監管批文、許可證或牌照；(iii) 未能為我們的工廠找到新選址；(iv) 建築材料及生產設備短缺或延遲交付或價格上漲，以及影響施工進度的各種其他因素，導致我們的新建或擴建現有工廠的延遲交付；及(v) 技術變革、產能擴張或其他因市況變化而須對我們的新工廠計劃作出的變動。

此外，倘日後市場需求下降，我們可能無法收回建設任何新工廠或擴建任何現有工廠及維持擴大產能所產生的成本。我們任何擴張計劃的延遲或取消亦可能使我們與多個對手方（包括但不限於總承包商及分包商、設備供應商、融資方及相關政府部門）發生糾紛。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

此外，我們分配人力及其他資源以管理該等業務。該等投資、維護及升級可能無法成功進行，或無法於短期內產生正現金流量或盈利回報。該等投資、維護及升級可能因技術或行業標準的更新而失效或過時，這可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響。

反常或異常天氣、自然災害（如風暴、地震、火災、乾旱或洪水）或長期氣候變化可能會給我們和我們的合作生產夥伴以及供應商的生產設施帶來實際風險，損害我們的生產能力，擾亂我們的供應鏈和經銷。特別是，它們可能會加劇原材料及包裝材料、能源和燃料商品價格的波動，並有可能擾亂原材料及包裝材料、能源和燃料的供應，從而對我們生產產品的能力造成不利影響。此外，天氣或平均溫度的變化可能會導致對我們產品的需求波動，這可能會對我們的業務及財務業績產生負面影響。有關水資源短缺的風險，請參閱「－水資源短缺和水質不佳可能會對我們的業務產生不利影響」。

風險因素

此外，對氣候變化（包括全球變暖）的擔憂已引發了針對低碳發展及綠色製造的立法及監管舉措。適用於我們的相關法律或法規（例如《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國環境影響評價法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《關於進一步加強塑膠污染治理的意見》（發改環資[2020]80號））的變動或不斷演變的詮釋可能導致我們的合規成本、資本開支及其他財務責任增加，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。舉例而言，《關於進一步加強塑膠污染治理的意見》（「《意見》」）禁止及限制若干塑膠製品的生產、銷售及使用，並推廣採用替代產品。我們目前使用的塑膠包裝不屬於《意見》禁止及限制生產、銷售及使用的塑膠製品，因此《意見》的實施於短期內不會對我們產生重大不利影響。然而，倘日後對塑膠製品實施更嚴格的監管規定，廣泛使用一次性塑膠製品作為容器的即飲軟飲行業企業將受到更多影響及限制。倘上游塑膠包裝行業日後並無重大技術突破，預期我們將面臨與原材料採購及生產工藝有關的製造成本的普遍上升。倘我們未能及時有效應對成本上升，則我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

如果我們的第三方服務提供商和業務合作夥伴，包括我們的合作生產夥伴，不能令人滿意地履行其承諾和責任，我們的業務和財務業績可能會受到不利影響。

在開展業務時，我們就若干服務依賴與第三方（包括合作生產夥伴、原材料及包裝材料供應商、客戶、物流服務提供商、推廣服務提供商、供水商及其他第三方）的關係以支持我們運營的關鍵要素。該等第三方面臨與我們類似的風險，即與業務中斷、系統故障及僱員失誤以及網絡安全及數據保護有關的風險，亦面臨其自身的法律、監管及市場風險。

我們的第三方服務提供商及業務合作夥伴可能無法及時並根據協定條款或適用法律履行其各自的承諾及責任。此外，我們可能無法控制我們的第三方服務提供商及業務合作夥伴的業務運營或管治及合規制度、慣例及程序，這增加了我們的財務、法律、聲譽及運營風險。倘我們無法有效管理我們與第三方服務提供商及業務合作夥伴的關係，或我們的第三方服務提供商或業務合作夥伴因任何原因未能令人滿意地履行

風險因素

其承諾及責任，則我們的業務、經營業績及財務狀況將受到影響。在與第三方的現有合同到期時，我們可能無法按對我們有利的商業條款續簽該等合同或及時找到合適的替代者，這種情況可能會對我們的業務造成不利影響。

尤其是，我們與幫助我們生產的多家合作生產夥伴保持長期合作關係。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，來自我們合作生產夥伴的產品分別佔我們產品總產量的約68.1%、68.9%、66.9%及52.9%。一般而言，我們面臨與我們的合作生產夥伴生產相關的諸多風險，包括對交付時間表的控制減少及由於我們無法控制的原因（包括意外事故及其他不可預測事件）導致合作生產夥伴出現財務困難或運營中斷。未能有效管理上述任何風險可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

此外，我們的主要供應商數量有限。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，我們向前五大供應商的採購額分別約為人民幣24億元、人民幣29億元、人民幣28億元及人民幣7億元，分別佔我們總採購額的約31.0%、33.5%、33.2%及28.5%。請參閱「業務－供應鏈管理－供應商」。倘我們目前的主要供應商決定終止與我們的業務關係，或倘我們目前的主要供應商提供的貨品及服務未能符合我們的標準，或倘我們目前的服務、設備或原材料及包裝材料供應因任何原因而中斷，則我們可能無法及時或根本無法輕易地切換至其他合資格供應商。倘發生該等事件，我們的業務、經營業績和財務狀況可能會受到不利影響。

我們可能面臨產能不足的問題，這或會阻礙我們滿足客戶需求的能力並損害我們的發展前景。

截至2024年4月30日，我們在中國擁有13家已投產的自有工廠。請參閱「業務－我們的生產－生產工廠－我們的自有工廠」。此外，截至同日，我們與31家合作生產夥伴進行委託加工合作。倘日後我們的任何工廠或合作生產夥伴的工廠生產中斷，尤其是在我們的部分或全部產品需求旺盛的時期，我們可能無法滿足對我們產品的整體需求，或對我們任何產品的特定需求。在該等情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

我們工廠的中斷可能對我們的業務產生重大不利影響。此外，我們的合作生產夥伴或供應商的工廠或我們客戶的設施亦可能會發生中斷。造成中斷的原因有很多，包

風險因素

括火災、自然災害、天氣、水資源短缺、生產或分配問題、疾病、廣泛傳播的疾病、罷工、人工短缺、運輸或供應中斷、合同糾紛、政府監管及行動、網絡安全攻擊、戰爭或恐怖主義。

尤其是，有效的供應鏈管理及高效的生產是我們業務成功的關鍵。我們供應鏈的任何延遲或中斷均可能對我們履行與客戶合同責任的能力產生不利影響。同時，我們的生產流程十分複雜。生產過程中可能因我們無法控制的各種原因而出現問題，包括原材料及包裝材料的質量缺陷、缺乏生產條件或因自然災害或其他災難性事件而暫停生產、勞工問題、停電、技術或機械問題。未能有效管理上述任何一項均可能中斷我們的生產流程及產品交付，從而損害我們的業務及聲譽。

此外，當對我們產品的實際需求超過預測需求時，我們亦可能遇到產能不足的問題。倘我們無法及時有效地解決產能不足的問題，我們的產品生產可能會受到不利影響，從而可能使我們的業務、經營業績及財務狀況受到不利影響。

我們的業務和運營成果可能會因物流服務提供商的任何交貨延誤、貨物處理不當或運輸成本增加而受到負面影響。

於往績記錄期間，我們的大部分產品運輸由物流服務提供商提供。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的物流服務開支分別為人民幣911.1百萬元、人民幣1,123.4百萬元、人民幣1,046.3百萬元、人民幣295.2百萬元及人民幣370.9百萬元，分別佔我們總收入的8.0%、8.9%、7.7%、7.5%及8.9%。我們的大部分產品通過陸運、鐵運或水運交付。我們的物流服務提供商提供的服務可能因不可預見的事件而延後、暫停或取消，這可能會延遲或中斷我們產品的銷售或交付，或導致我們的成本增加。交付延遲可能因我們無法控制的各種原因而發生，包括我們的物流服務提供商操作不當、勞資糾紛或罷工、發生意外事件、爆發疫情、地震及其他自然災害以及戰爭或恐怖主義行為。與物流服務提供商的糾紛或與彼等的合同關係終止亦可能導致產品延遲交付或成本增加。我們可能無法按商業上可接受的條款維持或重續與現有物流服務提供商的合同關係，或者根本不能維持或重續，或我們將能找到合適的替代提供商。此外，我們的物流服務提供商提供的運輸服務未必能夠始終令客戶滿意。任何延遲交付、產品損壞或其他相關問題均可能導致產品召回、產品責任及我們的聲譽受損，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

風險因素

同時，我們的物流服務提供商的運輸成本受我們無法控制的因素影響，包括燃料價格波動、道路通行費及過橋費增加以及運輸法規的變化。物流服務提供商的服務成本增加可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們未能充分管理庫存可能會導致庫存陳舊。

維持最佳庫存水平對我們業務的成功至關重要。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的庫存結餘分別為人民幣414.1百萬元、人民幣588.1百萬元、人民幣377.4百萬元及人民幣366.9百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的庫存週轉天數分別為19.1天、24.8天、23.6天及20.5天。未能充分管理庫存風險可能導致庫存陳舊、庫存價值下降或庫存撇銷。此外，與包裝飲用水產品比較，我們的飲料產品因保質期相對較短，因此面臨的庫存陳舊風險更高。

就原材料及包裝材料而言，我們通常維持安全庫存並採用多種採購方式。對於製成品，我們針對旺季和淡季實施不同的備貨策略。請參閱「業務－庫存管理」。然而，我們未必能夠準確預測相關趨勢及事件並始終維持充足的庫存水平。市場對我們所銷售產品的需求意外下降可能導致庫存過多，而我們可能通過提供折扣或進行推廣活動以處置滯銷庫存，這可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。同時，庫存不足可能導致我們失去銷售機會，而我們的經營業績亦可能受到不利影響。

對業務、產品、技術、產能或專有技術的擴張、收購或投資可能會讓我們面臨風險和不確定性。

於往績記錄期間，我們於2022年通過增資的方式持有華潤怡寶飲料(宜興)有限公司70%的股權，並於2023年上半年通過增資的方式持有河源市碧優選飲用水有限公司(現稱華潤怡寶飲料(河源)有限公司)79%的股權。此外，我們於2024年收購了我們的前合作生產夥伴武漢華新達飲品技術有限公司(現稱華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)70%的股權。請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註32。

風險因素

我們計劃持續積極尋求戰略機會以收購或投資我們認為將有利於我們產品開發、研發能力、技術及經銷網絡的業務、產品、技術、產能或專有技術。我們可能無法按預期成功執行我們的擴張及收購計劃並完成相關交易。

我們通過收購及投資實現增長的能力取決於我們識別及結合適當目標以及按合理條款獲得必要融資的能力。尤其是，收購可能涉及重大風險及不確定因素，包括但不限於：(i)難以將所收購的公司、人員、設備、設施或產品(如適用)整合至我們的業務，尤其是不同的生產及質量管理以及其他業務職能；(ii)延遲實現或無法實現收購及投資的利益及協同效應；(iii)分散我們管理層對其他業務的時間及注意力；(iv)整合成本高於預期；或(v)難以挽留所收購業務的關鍵員工。

同時，我們可能無法實現預期的投資效益或回報並及時收回該等投資。收購亦可能令我們產生債務或須攤銷所購無形資產，從而會損害我們的經營業績。我們亦可能在所收購業務中發現於內部控制、數據充分完整性、服務質量、監管合規以及責任方面存在收購前未能發現的缺陷。我們可能因此而遭受處罰、捲入訴訟或承擔其他責任。在整合所收購業務或產品方面的任何困難或與該等業務或產品有關的意外處罰、訴訟或責任可能對我們的業務、經營業績及或財務狀況產生不利影響。

未能有效管理我們未來的增長可能對我們的業務運營和前景產生重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的收入有所增長。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的收入分別為人民幣11,339.9百萬元、人民幣12,622.8百萬元、人民幣13,514.7百萬元、人民幣3,939.6百萬元及人民幣4,149.8百萬元。然而，這僅反映我們的過往表現，並不代表我們未來的表現。我們增長的可持續性取決於若干因素，其中許多因素超出我們的控制範圍，包括不斷變化的消費者偏好和需求、競爭、監管演變以及經濟狀況的變化。倘我們無法有效管理我們的業務增長並根據需要進一步擴大我們的業務，我們可能無法按時或在我們的預算範圍內成功實施必要的戰略以促進我們的業務前景，或者根本不能實施。因此，我們未必能夠維持過往所實現的增長。倘未能有效管理我們的未來增長，可能會對我們的業務營運及前景造成重大不利影響。

風險因素

我們於往績記錄期間獲得政府補助及稅收優惠待遇，任何政府補助或稅收優惠待遇的終止或相關政策的任何變化可能對我們的財務表現及經營業績產生不利影響。

於往績記錄期間，我們根據相關稅收優惠政策獲得政府補助及稅收優惠待遇。然而，我們日後可能無法繼續享有類似的政府補助及優惠稅收待遇。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們分別確認政府補助人民幣82.9百萬元、人民幣87.8百萬元、人民幣61.3百萬元、人民幣8.7百萬元及人民幣16.9百萬元。同時，於往績記錄期間，我們的兩家子公司作為小微企業符合資格享有20%的企業所得稅（「企業所得稅」）優惠稅率。請參閱「財務資料－合併損益表的主要組成部分－其他收入」及「財務資料－合併損益表的主要組成部分－所得稅開支」。倘我們不再收取或受益於政府補助或享有稅收優惠待遇，我們的財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

我們面臨貿易應收款項的相關信貸風險。

我們的貿易應收款項主要來自我們產品的信用銷售。我們通常在客戶付款後向其交付產品，同時向若干直營客戶授予不超過90天的信貸期。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的貿易應收款項結餘（信貸虧損準備前）分別為人民幣277.8百萬元、人民幣270.6百萬元、人民幣267.3百萬元及人民幣399.3百萬元，代表我們截至各日期與貿易應收款項有關的信貸風險的最大風險敞口。於2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們分別通過損益確認預期信貸虧損模式下的減值虧損（扣除撥回）人民幣27.2百萬元、人民幣3.8百萬元及人民幣0.7百萬元。我們未必能夠及時收回應收客戶款項，這可能導致我們的貿易應收款項週轉緩慢並限制我們的營運資金資源。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的貿易應收款項週轉天數分別為8.3天、7.9天、7.3天及9.7天。請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干組成部分的說明－貿易及其他應收款項」。倘我們未能及時收到客戶付款，我們的現金流量及財務狀況可能會受到不利影響。此外，倘我們決定就該等付款提出申索，因客戶拖欠付款而產生的糾紛亦可能對我們而言屬耗時及成本高昂，且我們未必能勝訴，在此情況下，我們的流動資金、業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

風險因素

我們面臨遞延稅項資產可收回性方面的風險。

截至2024年4月30日，我們的遞延稅項資產為人民幣205.6百萬元。遞延稅項資產一般於可抵免暫時差異有可能用以抵銷應納稅利潤時就全部可抵免暫時差異予以確認。儘管遞延稅項資產可能使我們減少未來稅項付款，但我們的遞延稅項資產亦可能對本集團構成風險，因為其可收回性取決於我們未來產生應課稅利潤的能力。無法保證可收回遞延稅項資產。倘我們的遞延稅項資產價值發生變動，我們可能須撇減遞延稅項資產，這可能對我們該年度的財務狀況產生不利影響。

我們在研發方面的開發與投資工作未必會產生預期成果。

我們一直致力於升級和改進現有的包裝飲用水及其他飲料產品，推出新產品並探索新的產品品類。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的研發成本分別為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元、人民幣61.5百萬元、人民幣10.0百萬元及人民幣13.1百萬元。日後我們在研發活動方面的工作未必會取得成功，我們推出新產品或新包裝也未必會受消費者青睞，或者我們的競爭對手可能會先於我們開發出若干新產品。隨著市場趨勢及消費者品味、偏好及消費習慣的演變，我們無法保證在研發方面的投資將能始終產生預期成果，或根本無法產生預期成果，若無法產生預期成果，可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

我們可能無法挽留或及時招聘我們經營所需的高級管理層成員或其他關鍵人員。

我們業務的成功在一定程度上取決於我們高級管理層成員及其他擁有中國即飲軟飲行業的行業專長、專業知識或經驗的關鍵人員的能力及貢獻。請參閱「董事及高級管理層」。任何有關人員的離職可能會對我們維持及發展業務的能力造成不利影響。此外，我們的關鍵人員可能會加入競爭對手或開設競爭業務，或不會遵守僱傭合同的條款及條件。由於在我們業內對技術人員及資深人才的競爭激烈，失去任何關鍵人員或未能及時為我們未來業務發展招聘有關人員均可能對我們的業務產生不利影響。

風險因素

我們的員工、客戶或其他第三方犯下的任何欺詐、賄賂或其他不當行為都可能使我們蒙受經濟損失和聲譽損失。

我們可能會面臨員工、客戶或其他第三方的欺詐、賄賂或其他不當行為，這可能使我們蒙受經濟損失及遭受政府部門處罰。儘管我們為監察運營及確保整體合規而設計了內部控制程序，但我們的內部控制程序可能無法及時識別所有不合規行為、可疑交易、欺詐、貪污、賄賂或其他不當行為或防止或阻止該等情況。我們的風險管理系統及內部控制能力受限於我們可用的信息及風險管理工具或技術。我們實施及維持嚴格內部控制的能力可能會受到我們業務規模及業務範圍擴張的影響。倘發生任何損害我們利益的第三方的不當行為，可能會產生關於我們的負面報道並使我們的聲譽受損，甚至因該等不當行為而面臨訴訟及其他法律程序以及行政或刑事處罰，從而對我們的業務及經營業績產生不利影響。

我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查。

我們越來越多地依賴信息技術（「IT」）系統來處理、傳輸及存儲有關我們經營的信息。我們的員工與我們的合作生產夥伴、供應商、客戶及消費者之間很大一部分溝通依賴於IT。我們的IT系統面臨我們無法控制的各種風險，包括自然災害、通訊故障、電力中斷、電腦病毒、黑客及其他安全問題。我們IT系統的任何該等中斷都可能干擾我們的經營並對我們的生產及履行銷售訂單的能力產生負面影響，從而可能會對我們的業務及經營業績產生不利影響。

此外，我們為經營的多個品牌開展電子商務，其中包括向部分客戶直接銷售，因此在向其提供產品的過程中處理他們的個人信息。中國有關隱私及數據保護的法律法規通常複雜且不斷演變。倘我們未能遵守適用的數據保護及信息安全法律，或未能解決任何數據隱私及保護問題，則有關實際或被指稱未遵守相關法律或未解決有關問題可能會損害我們的聲譽、影響我們的品牌形象，並可能使我們面臨重大的法律、經濟及經營後果。倘我們的網絡安全受到威脅、有關資料被盜取或被未經授權人士獲取或不當使用，我們可能會面臨客戶及有關部門提起訴訟及其他法律程序。任何有關訴訟均可能分散管理層的注意力，導致重大經濟損失及開支，並對消費者關於我們品牌的認知產生負面影響。

風險因素

另外，我們可能不時實施、修改及升級我們的IT系統及程序，以支持我們的增長及業務發展。該等修改及升級需要投資，且可能無法實現預期的投資效益或回報，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們可能無法充分保護我們的知識產權，並且可能會面臨第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險。

我們相信，我們的商標、專利及其他知識產權對我們的成功至關重要。我們可能受第三方侵犯知識產權。例如，第三方可能在未經我們事先授權的情況下抄襲或以其他方式取得及使用我們的知識產權。

尤其是，我們可能面臨產品被侵權的風險。我們無法完全保證市場上不會出現未經我們授權使用我們知識產權的情況。侵權者可能會未經我們授權使用我們的知識產權生產相關產品。該等情形通常很難被及時發現或完全禁止。該等事件的發生可能對我們的聲譽及品牌造成不利影響。我們的聲譽及品牌對我們的盈利能力及競爭力至關重要，任何由於產品被侵權所導致的聲譽或品牌受損均可能對我們的盈利能力及競爭力造成不利影響。

我們實施或捍衛知識產權的措施未必一直成功。我們或會就第三方的任何侵權提出法律訴訟以保障對知識產權的擁有權，此舉可能產生大量成本且耗費時間，且其結果或為未知數。倘我們未能充分保護或保障知識產權，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會受到不利影響。

同時，我們面臨在經營過程中遭第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險。就任何該等索賠進行抗辯可能成本高昂且耗時，且其任何不利判決可能使我們承擔責任，或使我們面臨禁止提供及營銷相關品牌或產品的禁令或其他不利後果，從而擾亂我們的業務運營、損害我們的聲譽及品牌，並對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們與「麒麟」品牌就若干飲料產品的IP合作續簽存在不確定性。

2011年，根據與「麒麟」品牌訂立的戰略合作，本公司名稱變更為華潤麒麟飲料(大中華)有限公司，隨後我們相繼引進了「午後奶茶」、「火咖」及「源自世界的廚房」作為我們產品組合的一部分。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們因有關合作而銷售相關產品產生的收入分別佔我們總收入的2.0%、1.5%、1.4%及1.3%。2022年2月，麒麟與Plateau簽訂股份購買協議，將其持有的華潤麒麟飲料(大中華)有限公司40%的股權全部轉讓予Plateau，並於2022年8月完成相關轉讓。請參閱「歷史、發展及公司架構－本公司的主要股權變動－麒麟向Plateau轉讓股份」。我們與「麒麟」品牌的IP合作預期於2025年屆滿，我們或會再考慮IP合作的相關安排，視乎結果而言，我們的產品組合可能會發生變化。

我們可能會面臨訴訟和其他法律程序，並且可能並不總是能成功地針對此類索賠或訴訟為自己辯護。

我們可能在日常業務經營過程中涉及與(其中包括)產品或其他類型的責任、勞資糾紛、合同糾紛或知識產權糾紛有關的訴訟及其他法律程序，這可能對我們的財務狀況產生不利影響。該等行為亦可能使我們面臨不利報道，從而可能對我們的品牌、聲譽及客戶對我們產品的偏好產生不利影響。倘我們日後涉及任何訴訟或其他法律程序，該等法律程序的結果可能難以確定，亦可能產生法律開支，且達致的和解或結果或會對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們面臨與第三方付款有關的各種風險。

於往績記錄期間，我們的大部分客戶(單獨或統稱「**相關客戶**」)通過不屬於相應買賣協議項下合約方的賬戶與我們結算付款(「**第三方付款安排**」)。請參閱「業務－我們的銷售網絡－**第三方付款安排**」。自2024年初起，我們開始整改第三方付款安排並要求我們的客戶簽訂我們經修訂的買賣協議。根據經修訂的買賣協議，我們僅允許(i)直接來自客戶賬戶的付款或(ii)(如並非直接來自客戶賬戶)通過以下賬戶向我們付款：
(a)對於個體工商戶／個人獨資企業而言，有關個體工商戶／個人獨資企業的實際控制人(或其配偶)；或(b)對於公司實體而言，其同一公司集團內的子公司，或根據與商業銀行或授權金融機構訂立的融資安排與本集團進行結算的法定代表人及／或實際控制人。截至最後實際可行日期，我們已終止所有第三方付款安排，惟與若干KA客戶訂立

風險因素

的第三方付款安排除外，原因為該等KA客戶的經營規模龐大且議價能力較強，對其第三方付款安排的整改可能較為困難。然而，我們面臨與該等第三方付款安排有關的各種風險，包括：(i)並非合同約定債務人的第三方付款人可能向我們追索退還資金；(ii)因為我們對第三方付款人所用資金的來源及用途了解有限所帶來潛在的風險；及(iii)第三方付款人的清盤人可能提出的申索。倘第三方付款人或其清盤人提出任何申索，或就任何第三方付款向我們提起或提出法律訴訟，我們可能須增加財務及管理資源以應對該等申索或法律訴訟，而我們的財務狀況及經營業績可能因此受到不利影響。

我們的保險範圍可能不足以彌補我們潛在的責任或損失。

我們投購的保險覆蓋與我們生產有關的潛在產品責任及潛在安全問題。此外，我們已購買若干財產相關保險，覆蓋我們的樓宇、設施、機器、車輛、設備、存貨及其他資產。請參閱「業務－保險」。我們的保險可能無法為所有與我們業務運營相關的風險提供足夠保障。如果出現保單保障範圍以外的重大損失及責任，我們可能需要承擔保險不足以彌補的損失部分。因此，我們可能承擔高昂的成本，這可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們的運營需要各種批准、牌照和許可，若未能獲得或更新這些批准、牌照和許可，則可能對我們的業務和經營業績產生不利影響。

根據中國法律及法規，我們須持有經營所需的各種批准、牌照和許可。例如，根據中國法律的相關規定，若我們直接從江河、湖泊或者地下取用水資源的，我們須在取水前取得取水許可證及定期更新有關取水許可證，並定期支付取水費用。同時，根據《中華人民共和國礦產資源法》，我們在進行任何與礦泉水有關的採礦活動前須取得採礦許可證，並繳納相關礦產資源稅，而採礦許可證僅限於特定地理區域及時間段，可於屆滿後續期。我們能否繼續進行採礦活動取決於我們向相關中國監管機構續簽採礦許可證的能力。此外，由於我們建設自己的生產設施，我們須遵守有關建設項目的土地使用權、建設許可及批准記錄備案以及竣工驗收記錄備案、環境影響評估、污染物排放及消防安全檢查批准等方面的規定。如果我們未能取得相關批准、牌照和許可並完成相關手續，我們可能無法開展業務運營和拓展的某些活動，同時我們的業務、經營業績和前景可能會受到不利影響。

風險因素

我們亦須遵守有關生產及銷售程序的適用消防安全、衛生或食品安全標準。我們用於生產及銷售的場所須接受監管機構檢查，以符合中國相關法律法規。請參閱「監管概覽」。未通過該等檢查或維持或更新我們的批准、牌照及許可，可能令我們面臨罰款及使我們的部分或所有生產活動暫時或永久停業，且可能擾亂我們的業務運營，並對我們的業務及經營業績產生重大影響。請參閱「業務－牌照、批准及許可證」。

我們可能面臨與勞資關係、勞資糾紛、人工短缺、人工成本增加及勞動法合規有關的風險。

包裝飲用水及飲料產品的生產及銷售屬勞動密集型，而我們的成功部分取決於我們僱用、培訓、挽留及激勵員工的能力。勞資關係的任何惡化均可能引發勞資糾紛，從而可能擾亂我們的生產及經營，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。

儘管我們盡力為員工提供安全良好的工作環境以避免職業傷害，但我們仍可能會面臨有關工作場所安全或員工職業傷害的責任索賠、負面報道及政府調查或干預，尤其是如果我們的員工、第三方服務提供商或其他方在我們的設施內或產品運輸期間發生人身傷亡。相關事件可能導致我們的勞資關係惡化，使我們的品牌和聲譽受損。

此外，隨著中國經濟的增長，預期社會平均工資將會增加，而人工短缺及人口老齡化的趨勢可能進一步導致人工成本增加。人工成本的任何重大增加均可能對我們的盈利能力、經營業績及財務狀況產生不利影響。此外，我們可能需要增加總薪酬以持續招聘到實現我們業務目標所需的經驗豐富的人員。長期人工短缺或人工成本上漲可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

在中國經營的企業須參與多項政府規定的員工福利計劃，包括若干社會保險、住房公積金及其他福利付款責任。中國地方政府對員工福利計劃的要求及實施並不統一，相關政府部門可能會檢查僱主是否已足額支付應繳的員工福利款項，未能按規定足額繳納的僱主可能會被處以滯納金、罰款及／或其他處罰。於往績記錄期間，我們通過第三方人力資源機構為若干員工繳納社會保險或住房公積金，主要因為彼等更願意在各自的居住地繳納社會保險及住房公積金，以便在當地使用該等福利。我們若干

風險因素

員工的供款計算方式可能與當地要求存在差異。有關詳情，請參閱「業務－僱員」一節。我們無法保證任何新的法律法規不會要求我們在指定期限內支付未付款項，這可能會對我們的經營業績和財務狀況造成不利影響。

水資源短缺和水質不佳可能會對我們的業務產生不利影響。

我們產品的品質及數量依賴於優質穩定的水資源。於往績記錄期間，我們飲用純淨水產品及飲料產品的水源主要採購自符合國家衛生飲用標準的第三方供水系統。作為我們獲取中國知名優質水源的部署的一部分，我們還直接從廣東省加林山獲取天然礦泉水。然而，污染、地質變化、自然災害、氣候及其他環境變化等我們無法控制的各種因素可能會對我們水資源的品質和水量產生負面影響，並可能增加水淨化及處理成本或限制我們的運營。倘我們的水資源出現短缺、水質惡化或我們的水源遭到破壞，可能會導致我們的生產成本增加或面臨生產限制。雖然我們已制定全面的應急計劃以應對任何水源污染事件，但我們無法保證該等應急計劃一定會有效。有關詳情，請參閱「業務－供應鏈管理－水源管理－我們的戰略性水源－水源污染風險管理」。未能有效管理上述有關水資源短缺及水質不佳的風險可能會對我們的業務、財務表現及前景產生負面影響。

我們面臨與流行病和其他疾病爆發以及包括戰爭和恐怖主義行為在內的事件相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的運營。

我們的業務面臨與爆發大規模流行病或全球性流行病（如禽流感、豬流感、嚴重急性呼吸道綜合徵(SARS)、中東呼吸系統綜合徵冠狀病毒(MERS-CoV)、COVID-19)或其他事件（如戰爭、恐怖主義行為、環境事故、電力短缺或通訊中斷）有關的風險。上述任何事件的發生均可能損害全球及區域的整體經濟，擾亂即飲軟飲行業及我們的運營，並對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們的業務受到中國複雜且不斷變化的法律法規的約束。我們的運營中任何不遵守各種法律法規的行為都可能導致我們受到政府當局的罰款和處罰。

我們須遵守中國政府就食品安全、環境保護、健康、消防安全及其他安全、數據保護及隱私、物業及勞工實施的各項法律法規。由於該等法律法規複雜且不斷演化，不遵守現有及將來適用的法律法規可能使我們承擔成本或責任（包括經濟損失及罰款）、生產能力受影響、業務運營被暫停及財務表現整體受到影響。倘不遵守該等法律法規，我們可能會面臨法律、財務及運營後果以及不利報道，從而可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。請參閱「我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查」。

例如，中國即飲軟飲行業生產商須遵守中國食品安全法律法規。該等食品安全法律法規規定，所有從事食品及飲料生產的企業須取得食品生產許可證。該等法律法規同時列明有關食品及食品添加劑、包裝及容器的安全標準，包裝上須披露的資料，以及有關食品生產及選址、用作運輸與銷售食品的設施及設備的規定。近年來，中國政府一直在加強對食品安全的監管，根據新修訂的《中華人民共和國食品安全法》及《中華人民共和國食品安全法實施條例》，食品生產經營者應當依照適用法律、法規和食品安全標準從事生產經營活動，建立健全食品安全管理制度，採取有效措施預防和控制食品安全風險，從而確保所生產食品的安全。這可能會增加包括我們在內的中國即飲軟飲企業的合規成本。未能遵守中國食品安全相關法律法規可能會遭致責令改正、罰款、沒收違法所得、責令停產停業、吊銷食品生產及經營許可證，以及在極端情況下追究刑事責任。請參閱「監管概覽－食品相關法規」。倘中國政府進一步修改有關食品安全的法規，我們的生產、銷售及經銷費用可能會增加，且我們未必能夠將該等額外成本成功轉嫁至我們的客戶，這可能會對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生不利影響。

我們須遵守日益寬泛、全面的中國環境法律法規，旨在監管對空氣、土地及水的排放及其影響。我們的運營可能會產生異味、噪音或排放出其他污染物。未能遵守任何環境法律法規或該等法律法規的任何未來變化均可能導致對我們工廠附近的員工或

風險因素

其他人士造成所謂的傷害。為符合環境合規、補救或補償要求而產生的重大成本或中國政府機構或法院對運營施加的處罰或限制，可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

對可持續發展問題(包括氣候變化)的日益關注可能會引發出台旨在減少或減輕溫室氣體潛在影響的新訂或經修訂的法律法規，限制工業用水或增加工業用水的成本(出於對當地水資源短缺的考慮)，或增加對某些可持續發展指標(例如回收利用)的強制性報告。倘我們未能遵守適用的環境合規要求或未能達到可持續發展指標，我們的業務運營及聲譽可能會受到不利影響。有關氣候變化及水資源短缺的風險，請參閱「一天氣、自然災害和氣候變化或相關立法可能會對我們的業務產生不利影響」。

我們的某些自有及租賃物業未能遵守中國物業相關法律和法規，可能會對我們的業務產生不利影響。

根據適用的中國行政法規，租賃協議的出租人及承租人須於租賃協議簽訂後30日內向相關政府部門備案。截至最後實際可行日期，我們租賃的72處物業的租賃協議尚未按照中國法律法規的規定向當地房屋管理部門備案。據我們的中國法律顧問告知，倘我們及業主未能按相關主管部門的要求登記有關租賃協議，我們可能會因每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

截至最後實際可行日期，我們的部分自有或租賃物業存在缺陷。截至同日，相關出租人尚未向我們提供四處租賃物業(佔我們租賃物業總建築面積的約2.24%)的所有權證或其他類似證明。該等租賃物業用作辦公室。因此，該等出租人可能未必有權將相關不動產出租予我們。據我們的中國法律顧問告知，倘任何該等租約被視為無效且我們必須搬遷，我們有權要求適用的出租人退還預付租金，並就業權缺陷造成的損失向我們作出彌償。截至同日，有55處租賃物業不符合其規定用途，其中54處用作辦公室，一處用作倉庫。

此外，截至最後實際可行日期，就我們的若干自有物業而言，我們尚未根據中國法律取得所有相關物業所有產權證、土地使用權證或其他建築相關許可證。請參閱「業務－物業－自有物業」。此外，截至同日，我們其中一間工廠約422平方米的倉儲設施缺乏必要的土地使用許可證及建築文件，其主要功能為儲存雜項物品。

倘我們因上述任何情況而受到第三方或政府部門的質疑，我們可能會被處以罰款，亦可能被迫搬遷（視情況而定），因此，我們的經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

華潤集團其他成員公司對「華潤」品牌的不當使用可能使我們面臨聲譽風險。

由於我們與華潤集團的成員公司共享若干商標名稱（如「華潤」）（詳情載於「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.知識產權－(a)商標」），倘該等其他實體或彼等各自的董事、管理人員或其他員工採取的行動損害有關品牌名稱或企業形象，或倘任何重大負面報道與任何該等實體或人士有關（例如，由於對任何有關實體或人士的不法行為或腐敗行為的監管調查或其所涉及的其他法律程序），我們的品牌形象及聲譽以及市場價值或會受到不利影響。對該等事宜的負面觀感或報道，即使與看似孤立的事件有關以及無論是否屬實，亦可能會削弱現有和潛在客戶對我們的信任及信心，並損害我們的聲譽，從而可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

與在中國經營業務有關的風險

中國經濟或中國即飲軟飲行業的任何政策變化均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們幾乎所有的業務運營及資產均位於中國大陸。因此，我們的財務狀況及經營業績受中國經濟、政治及法律發展的影響。過去數十年，中國經濟經歷了顯著增長，中國政府已實施多項措施鼓勵經濟發展及引導資源配置。其中一些措施有利於中國的整體經濟，但可能未必會對我們產生正面影響。

由於我們的收入來自在中國的包裝飲用水及飲料產品的銷售，我們的業務成功取決於中國即飲軟飲行業的狀況及增長，而中國即飲軟飲行業的狀況及增長則取決於中國宏觀經濟狀況及個人收入水平。未來中國經濟或消費者支出的任何不穩定性均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成影響。此外，中國即飲軟飲市場可能會受到中國不斷變化的經營環境的影響。尤其是，在中國市場進一步開放後對外國產品降低關稅及更多國際品牌進入可能會加劇中國即飲軟飲市場的競爭。該市場的發展亦可能受到不斷變化的監管環境及政府政策以及其他我們無法控制的因素的影響。未能有效管理該等風險可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

非居民企業間接轉讓中國居民企業股權的稅負需要根據屆時生效的法律法規確定，並可能會對我們的業務以及我們進行合併、收購或其他投資的能力產生負面影響。

於2015年2月3日，中國國家稅務總局（「國家稅務總局」）發佈《關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》（「7號文」）。7號文規定了有關非居民企業間接轉讓中國居民企業財產（包括股權）（「中國應課稅財產」）的全面指引，並強化中國稅務機關對此的審查。例如，當非居民企業轉讓直接或間接持有若干中國應課稅財產的海外控股公司的股權時，倘中國稅務機關認為轉讓並無除規避企業所得稅以外的任何合理商業用途，7號文允許中國稅務機關將該間接轉讓中國應課稅財產重新分類為直接轉讓，並按10%的稅率向非居民企業徵收中國企業所得稅。在下列情況下，7號文豁免該稅項，例如(i)非居民企業通過在公開市場購買或出售海外上市控股公司股份自間接轉讓中國應課稅財產取得收入，及(ii)非居民企業轉讓其直接持有的中國應課稅財產且適用稅收協定或安排豁免就該轉讓徵收中國企業所得稅。7號文項下的任何豁免是否適用於本公司股東轉讓我們的股份需要根據屆時生效的法律法規確定。倘中國稅務機關就該等活動徵收中國企業所得稅，則閣下投資於股份的價值或會受到不利影響。

根據企業所得稅法，我們可能被視為中國稅收居民，並須就我們的全球收入繳納中國稅項。

根據企業所得稅法，按照中國以外司法權區的法律成立的企業，只要其「實際管理機構」位於中國境內，則可能被視為中國稅收居民。企業所得稅法補充條例將「實際管理機構」解釋為對企業的業務、人事、財務及財產行使實質管理或控制的機構。2009年4月，中國國家稅務總局發佈了通知，進一步明確了企業是否於中國境內設有「實際管理機構」的標準。由於我們大部分管理層成員現時位於中國且當中許多成員未來可能仍留在中國，我們及我們的非中國子公司或會被視為中國稅收居民，而這可能會帶來多項不利稅項後果。我們可能須就我們的全球應納稅所得額按25%的稅率繳納企業所得稅以及承擔中國企業所得稅申報責任。我們源自中國境外的任何收入（如於中國境外持有的發售所得款項利息）將可能須按25%的稅率繳納中國企業所得稅。

風險因素

儘管企業所得稅法規定，「合資格居民企業」之間的股息收入豁免繳納中國企業所得稅，但倘我們被視為中國稅收居民，尚不確定本公司及我們的非中國子公司是否將合資格獲得該項豁免。此外，倘我們根據中國法律被視為中國稅收居民，則出售股份變現的資本收益及我們派付予非中國居民股東的股息可能被視為源自中國境內的收入。因此，我們派付予非中國居民股東的股息及該等股東轉讓股份可能須繳納中國所得稅。受任何適用稅收協定的條文所規限，非中國居民企業股東的該項收入將按10%的稅率（就非中國居民個人股東而言，可能按20%的稅率）繳稅。倘我們須就派付予閣下的股息繳納預扣中國所得稅，或倘閣下須就轉讓我們的股份繳納中國所得稅，則閣下投資於股份的價值或會受到重大不利影響。

我們的中國子公司向我們（作為控股公司）支付的任何股息均需繳納中國預扣稅。

我們依靠中國子公司向我們作出的分派來滿足資金需求，包括向股東支付股息及償還我們可能產生的任何債務。根據企業所得稅法及其實施條例，(i)倘若直接控股公司並非中國居民企業亦無於中國設立任何企業或經營地點，或(ii)倘若直接控股公司於中國設有企業或經營地點但相關收入實際上並非與企業或經營地點有關連，則外商投資企業向其位於中國境外的直接控股公司分派來自中國的利潤時，適用10%的預扣稅。根據香港與中國大陸的特別安排，倘香港居民企業於緊接取得中國公司股息前12個月內始終直接擁有該公司逾25%股權，則該稅率可能調低至5%。此外，根據國家稅務總局於2009年2月發佈的稅收通知，倘離岸安排的主要目的為取得稅務優惠待遇，中國稅務機關可酌情調整相關離岸實體享有的稅率。中國稅務機關可能未必會認定5%的稅率適用於我們的香港子公司自中國子公司收取的股息，中國稅務機關亦有可能於未來對該等股息徵收更高的預扣稅率。根據國家稅務總局頒佈並於2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，非居民納稅人自行判斷符合享受稅收協定待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受稅收協定待遇，同時按照相關規定歸集和留存相關備查文件，並接受稅務機關後續備案管理。

風險因素

有關外幣兌換的政策和法規可能會影響我們的外匯交易，包括向我們的股份持有人支付股息以及我們以外幣融資的能力。

人民幣兌換為外幣應遵守相關法律法規。我們以人民幣收取絕大部分收入，並進行若干以外幣計值的交易。根據現行中國外匯條例，經常項目（包括利潤分派、利息支付以及貿易及服務相關外匯交易）的付款可在遵守若干程序規定的情況下以外幣支付，而無須經國家外匯管理局事先批准。具體而言，根據相關現有外匯法律法規，未經國家外匯管理局事先批准，我們中國子公司的經營所得現金可用於向本公司支付股息，但我們須出示該等交易的書面憑證並在於中國境內擁有開展外匯業務許可證的指定外匯銀行辦理該等交易。然而，有關貨幣兌換的法律、法規及政府政策通常複雜且不斷變化。倘我們無法通過外匯監管系統獲得足夠的外幣來滿足我們的外幣需求，我們可能無法以外幣向股東支付股息。我們資本賬戶下的外匯交易須遵守相關外匯條例及政策，並可能需要獲得國家外匯管理局或其地方分支機構的批准。該等條例可能會影響我們通過股權融資獲得外匯的能力，或為資本支出獲得外匯的能力。

人民幣價值波動可能對我們的財務業績產生不利影響，並對我們股東的任何股息支付（如有）產生影響。

人民幣、港元、美元及其他貨幣之間的匯率波動不可預測，並可能受經濟及政治發展等多項因素影響。於2021年，我們確認匯兌虧損淨額人民幣2.2百萬元，而於2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們分別確認匯兌收益淨額人民幣2.8百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣63,000元。概不保證日後人民幣兌港元或美元不會大幅升值或貶值。難以預測市場力量日後如何影響人民幣與外幣之間的匯率。

人民幣的重估可能會對 閣下的投資產生不利影響。例如，倘我們需要將從全球發售收取的港元兌換為人民幣以供運營，則人民幣兌港元的升值將對我們從兌換中收取的人民幣金額產生不利影響。相反，倘我們決定將人民幣兌換為港元以支付我們股份的任何股息或用於其他業務目的，則港元兌人民幣升值將對我們可用的港元金額產生負面影響。因此，匯率波動可能會對 閣下的股份投資產生不利影響。

閣下在向我們、我們的董事和高級管理人員送達法律程序文件以及執行針對我們、我們的董事和高級管理人員的外國判決時可能會遇到困難。

我們為一家以存續方式於開曼群島註冊成立的公司，而我們絕大部分資產位於中國境內。我們的大多數董事及高級管理人員居住於中國，他們的大部分資產亦位於中國境內。

另一司法權區倘與中國訂有協定，有關法院判決受到相互認可或執行。於2006年7月14日，香港與中國大陸訂立《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》（「**2006年安排**」），據此，在這兩個司法權區相互認可和執行判決成為可能，前提是判決由這兩個司法權區的終審法院裁決，且當事人以書面方式明確對法院作出選擇。

於2019年1月18日，中國最高人民法院與香港簽訂《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》（「**2019年安排**」），該安排於2024年1月29日生效。與2006年安排相比，2019年安排尋求建立一個雙邊法律機制，就香港與中國大陸相互認可及執行根據香港及中國法律對民商事案件的判決提供更清晰明確的規範。2019年安排適用於香港及中國法院在該安排開始日期或之後作出的判決。2006年安排於2019年安排生效日期後被取代。然而，2006年安排將仍適用於在2019年安排生效前所訂立的「書面法院選擇協議」（定義見2006年安排）。由於2019年安排在相對近期生效，其實施及詮釋仍處於發展狀態。

倘若 閣下未與其他當事人就唯一司法權區達成一致，則可能難以或無法在該等司法權區互相執行判決。因此， 閣下可能難以執行針對我們、我們的董事或高級管理成員的境外判決。

我們可能須就我們未來的發售向中國證監會取得備案，我們無法預測我們能否完成該等備案。

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「**境外上市試行辦法**」）及五項相關指引，於2023年3月31日生效。根據境外上市試

行辦法，中國境內公司在境外發行上市後，在同一境外市場發行後續證券或在其他境外市場發行上市（「未來發行」）的，應當向中國證監會辦理備案手續並報告相關信息。請參閱「監管概覽－境外上市」。

基於上文所述，就建議上市後的未來發行而言，我們須遵守中國證監會的備案程序。目前尚不確定我們能否或我們將需要多長時間完成未來發行相關的備案程序。根據中國法律，我們日後可能受限於中國其他政府部門的批准、備案或其他規定。未能完成相關程序可能會對未來發行造成不利影響。

與全球發售有關的風險

我們的股份之前沒有公開市場，並且我們的股份可能不會形成或維持活躍的交易市場。

於全球發售前，我們的股份並無公開市場。股份的初步發售價範圍及發售價將由整體協調人（為其本身及代表承銷商）與我們磋商而定。發售價可能與全球發售後我們股份的市價有所不同。

此外，儘管我們已申請股份於聯交所上市，但(i)我們的股份可能未必會形成一個活躍的交易市場，(ii)即使形成活躍的交易市場，其未必將於全球發售完成後維持下去，或(iii)我們股份的市價可能會跌至低於發售價。閣下未必能以對閣下具吸引力的價格轉售股份，或根本無法轉售。

我們股份的價格和交易量可能會波動，這可能會給投資者帶來重大損失。

我們股份的價格及交易量可能會波動。我們股份的市價可能會因（其中包括）以下因素而大幅及迅速波動，其中部分因素超出我們的控制範圍：(i)我們經營業績的實際或預期變動；(ii)主要原材料及包裝材料供應商流失；(iii)證券分析師對我們財務表現的估計或市場對我們財務表現的看法發生變化；(iv)我們就重大收購事項作出的公告；(v)高級管理人員或其他關鍵人員的加入或離職；(vi)股市價格及成交量的波動；(vii)監管或法律發展動態，包括捲入訴訟；(viii)交易量波動或解除對我們流通在外股份的禁售或其他轉讓限制或我們出售額外股份；及(ix)整體經濟、政治及股市狀況。

風險因素

此外，股市及於聯交所上市且在中國擁有大量業務及資產的其他公司的股份，近幾年經歷了價格上漲及成交量波動，其中部分與該等公司的經營業績無關或不成比例。該等廣泛的市場及行業波動可能對我們股份的市價造成重大不利影響。

我們無法保證將來會宣派和分派任何股息。

作為一家控股公司，我們未來宣派股息的能力將取決於能否從我們的運營子公司收到股息（如有）。股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或派付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。因此，我們無法保證於未來何時、是否或以何種形式就股份派付股息以及派息金額。請參閱「財務資料－股息」。

如果發售價高於每股有形資產淨值，閣下將立即遭受重大股權稀釋，並且如果我們將來發行額外股份，閣下的股權可能會遭受進一步稀釋。

我們股份的初步發售價高於我們於緊接全球發售前向現有股東發行的流通在外股份的每股有形資產淨值。因此，全球發售中的股份買家將面臨備考有形資產淨值的即時稀釋。此外，我們可能考慮於日後發售及發行額外股份或股本相關證券，以籌集額外資金、為收購提供資金或作其他用途。倘我們日後以低於每股有形資產淨值的價格發行額外股份，則股份買家可能面臨每股有形資產淨值的進一步稀釋。

未來在公開市場上出售或預期出售大量我們的股份可能會對我們的股份價格以及我們未來籌集額外資金的能力產生重大不利影響。

倘股份或其他有關股份的證券日後於公開市場遭大量出售，或發行新股或其他證券，或預期可能發生該等出售或發行，我們股份的市價可能會因而下跌。未來出售或預期出售大量證券（包括任何未來發售）亦可能對我們於某一特定時間按有利於我們的條款籌集資金的能力造成重大不利影響。此外，股東的持股量或會在我們並非按比例

風險因素

向現有股東發行額外股份時被稀釋。我們所發行的新股或股本掛鈎證券亦可能附有較股份優先的權利和特權。

我們的控股股東能夠對我們施加重大影響。控股股東的利益可能與其他股東的利益不一致。

緊隨全球發售完成（假設超額配股權未獲行使）後，華潤集團（飲料）及Plateau將分別擁有本公司經擴大股本的約51%及34%。我們的控股股東將有能力對我們施加重大影響，包括與提名及選舉董事、業務策略、股息及其他分派以及重大公司活動（包括證券發售、收購或投資）有關的事宜。控股股東的利益可能與其他股東的利益不一致。因此，我們的控股股東可能採取的行動或會遭到其他股東反對或不符合我們或其他股東的最佳利益。

倘禁售期滿後Plateau的股份質押被強制執行，其可能不再為本公司的控股股東。

截至最後實際可行日期，根據Plateau與某銀團訂立的貸款協議，Plateau持有的全部本公司股份（佔本公司已發行股本總額的40%）須進行質押（「股份質押」）。請參閱「主要股東－Plateau的股份質押」。於2024年6月24日，中國銀行（香港）有限公司（「中銀香港」）（作為擔保代理行代表銀團）已向本公司發出承諾函，據此，(a)自本招股章程日期起至自上市日期起計六個月期間（「首六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(a)條的規定，中銀香港不會強制執行股份質押，以致Plateau於本公司的持股量有任何變動；及(b)於自首六個月屆滿之日起計六個月期間（「第二個六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(b)條的規定，中銀香港不會強制執行股份質押，以致Plateau不再為本公司控股股東。倘中銀香港於第二個六個月屆滿後執行股份質押，導致Plateau的持股低於本公司已發行股本總額的30%，Plateau將不再為本公司股東或控股股東。在該情況下，本公司的股權結構將會發生變化。

風險因素

根據開曼群島法律保護閣下的利益可能會遇到困難。

本公司的公司事務受本公司《組織章程大綱及細則》以及開曼群島的《公司法》與普通法管治。根據開曼群島法律，股東對董事採取行動的權利、少數股東採取的行動及董事對我們的誠信責任很大程度上受開曼群島普通法管治。開曼群島普通法部分源自開曼群島較有限的司法先例和英國普通法，對開曼群島法院具說服力但不具約束力及權威。有關保障少數股東權益的開曼群島法例在若干方面與其他司法權區法例不同。該等差異意味著對少數股東的補償或會不如其他司法權區法律下的補償。

本招股章程中有關中國和全球經濟以及我們經營所在行業的事實、預測和統計數據可能並不完全可靠。

本招股章程中有關中國、全球經濟及我們經營所在行業的若干事實、預測及統計數據乃從我們認為可靠的政府官方出版物獲得。然而，我們無法保證該等來源的質量或可靠性。我們、整體協調人及我們或其各自的聯屬人士或顧問均未曾驗證該等事實、預測及統計數據，亦未曾確認自該等來源獲得的相關經濟假設。

本招股章程中包含的前瞻性陳述存在風險和不確定性。

本招股章程載有若干前瞻性陳述及資料，並使用前瞻性詞彙，如「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「有意」、「將會」、「可能會」、「計劃」、「認為」、「預料」、「尋求」、「應」、「可」、「將」、「繼續」及其他類似表述。務請閣下注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素，任何或全部該等假設或會被證實為不準確，因此前瞻性陳述亦可能不準確。鑒於該等及其他風險以及不確定因素，於本招股章程中加入前瞻性陳述不應被視作我們將達成計劃及目標的聲明或保證，而該等前瞻性陳述應與各項重要因素（包括本節所述者）一併考慮。根據上市規則的規定，我們無意公開更新本招股章程內的前瞻性陳述或對其作出修訂，不論是否由於有新資料、未來事件或其他原因。因此，閣下不應過分依賴任何前瞻性資料。本招股章程的所有前瞻性陳述須參考本警示性聲明。

風險因素

閣下應仔細閱讀整份招股章程，我們提醒閣下不要依賴新聞文章或其他媒體中有關我們或全球發售的任何資料。

於本招股章程刊發前，報章及媒體曾對我們及全球發售作出報道，包括但不限於有關我們及全球發售的若干財務資料、預測、行業比較、估值及／或其他前瞻性資料。我們並無授權於報章或媒體披露任何有關資料，亦不對該等媒體報道或前瞻性陳述的準確性或完整性承擔任何責任。我們對媒體發佈的任何資料的適當性、準確性、完整性或可靠性不會發表任何聲明。倘本招股章程以外的刊物中出現的任何相關資料與本招股章程所載資料不一致或相衝突，我們概不負責，因此閣下不應依賴任何該等資料。閣下在決定是否購買我們的股份時，應僅依賴本招股章程所載的資料。

為籌備上市，我們已向香港聯交所申請豁免嚴格遵守以下上市規則的相關條文。

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，本公司須有足夠的管理層人員留駐香港，即一般情況下至少須有兩名執行董事常居於香港。鑒於(i)我們的業務運營主要在中國建立、管理及經營且將繼續主要以中國為基地；(ii)本集團全部執行董事及高級管理層團隊主要居於中國且將繼續居於中國；及(iii)本集團的管理及營運主要由主要負責本集團業務整體管理、企業戰略、規劃、業務發展及監控的本公司執行董事監督，因此我們目前及預期於可預見將來不會根據上市規則第8.12條的規定在香港派駐足夠的管理層人員。

因此，我們已向香港聯交所申請，且香港聯交所已批准我們豁免嚴格遵守上市規則第8.12條的規定，惟須遵守以下條件以維持與香港聯交所定期有效溝通：

- (i) **授權代表**：我們已根據上市規則第3.05條委任張偉通先生（「張先生」）及鍾明輝先生（「鍾先生」）為我們的授權代表（「授權代表」）。授權代表將作為我們與香港聯交所的主要溝通渠道。各授權代表均已確認可隨時透過電話、傳真及電郵聯絡，以迅速處理聯交所的查詢。本公司已向聯交所提供兩名授權代表的聯絡詳情，並將就本公司授權代表的任何變動於切實可行情況下盡快知會聯交所。因此，我們的授權代表將能夠在合理時間內與聯交所的相關成員會面，討論與本公司有關的任何事宜。有關授權代表的進一步履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層」；
- (ii) **董事**：倘香港聯交所擬就任何事宜與我們的董事聯繫，各授權代表將有一切必要途徑可隨時迅速聯繫所有董事（包括獨立非執行董事）。為方便與聯交所溝通，我們已向授權代表及聯交所提供各董事的聯絡詳情（包括其手機號碼、辦公室電話號碼、電郵地址及傳真號碼（如適用））。倘任何董事預期

出差或因其他原因不在辦公室，其將向授權代表提供其住宿地點的電話號碼。據我們所知及所悉，每名並非常居香港的董事均擁有或可申請到訪香港的有效旅行證件，並可於聯交所要求後的合理期間內與聯交所會面；

- (iii) **合規顧問**：根據上市規則第3A.19條，我們已委任浩德融資有限公司為我們的合規顧問（「合規顧問」）。除授權代表外，合規顧問將（其中包括）向我們提供有關上市規則項下持續義務的專業建議，及自上市日期起至我們根據上市規則第13.46條就緊隨上市後首個完整財政年度發佈財務業績當日期間，作為我們與香港聯交所的另一溝通渠道。當授權代表無法聯繫時，合規顧問將作為與聯交所的額外及替代溝通渠道，而其代表將隨時回答香港聯交所的查詢。

- (iv) **公司秘書**：我們已委任常居香港的鍾先生為我們的公司秘書。鍾先生將通過各種渠道與董事及高級管理層成員保持緊密聯繫。

有關非豁免持續關連交易的豁免

我們已訂立若干構成上市規則第十四A章項下非豁免持續關連交易的交易並預期於上市後繼續進行該等交易。因此，我們已根據上市規則第十四A章就我們與關連人士之間的若干持續關連交易向香港聯交所申請，且香港聯交所已授予我們相關豁免。請參閱「關連交易」。

有關公眾持股量規定的豁免

上市規則第8.08(1)條規定，尋求上市的證券必須有一個公開市場，且發行人的上市證券須維持足夠的公眾持股量。一般而言，無論何時發行人的已發行股本總額必須至少有25%由公眾人士持有。

我們已向香港聯交所申請，請求香港聯交所根據上市規則第8.08(1)(d)條行使其酌情權，且香港聯交所已向我們授出豁免嚴格遵守上市規則第8.08(1)(a)條項下的規定以及公眾人士不時持有的股份最低百分比將為以下兩者中的較高者：(i)14.81%，即全球發售完成後公眾人士所持股份的百分比（假設超額配股權未獲行使）；及(ii)超額配股權獲悉數或部分行使後公眾人士所持股份的百分比，惟須經我們就以下各項作出確認後方可作實：

- (i) 預期上市時市值將超過100億港元；
- (ii) 我們將根據上市規則第8.08(1)(d)條於本招股章程中適當披露該較低的規定公眾持股量百分比；
- (iii) 我們將於分配結果公告中及於超額配股權獲行使時公佈公眾所持股份的百分比，以便公眾了解適用於本公司的最低公眾持股量規定；
- (iv) 我們將確保股份有公開市場，而公眾所持股份數目及其分派情況將使該市場能夠以較低的百分比正常運作；
- (v) 我們將根據上市規則第8.08(1)(d)條及第13.35條於上市後的歷次年度報告中確認公眾持股量是否充足；
- (vi) 我們將實施適當的措施及機制，以確保持續維持聯交所規定的最低公眾持股量百分比（或於任何超額配股權獲行使完成後的較高百分比）；及
- (vii) 倘公眾持股量百分比低於聯交所規定的最低百分比，董事將採取適當措施，以確保符合聯交所規定的最低公眾持股量百分比。

有關回補機制的豁免

上市規則第18項應用指引第4.2段規定設立回補機制，倘達到若干預先規定的總需求水平，則將香港發售股份數目增加至全球發售中提呈發售的發售股份總數的一定比例。

受聯交所批准的下述豁免規限，香港公開發售及國際發售初步將分別佔全球發售的11.0%及89.0%，惟受下述回補機制規限。我們已申請且聯交所已批准我們豁免嚴格遵守上市規則第18項應用指引第4.2段的規定，以便香港公開發售的發售股份分配將作如下調整：

- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的14倍或以上但少於45倍，屆時發售股份將由國際發售重新分配至香港公開發售，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為62,608,800股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約18%（假設超額配股權未獲行使）；
- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的45倍或以上但少於90倍，屆時將由國際發售重新分配至香港公開發售的發售股份數量將增加，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為80,000,200股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約23%（假設超額配股權未獲行使）；及
- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的90倍或以上，屆時將由國際發售重新分配至香港公開發售的發售股份數量將增加，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為139,130,600股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約40%（假設超額配股權未獲行使）。

於每種情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將在甲組及乙組之間分配，而分配至國際發售的發售股份數目將按整體協調人認為適當的方式相應調低。此外，整體協調人可酌情將國際發售的發售股份分配至香港公開發售，以滿足根據香港

公開發售作出的有效申請。另一方面，倘香港公開發售未獲悉數認購，則香港公開發售項下未獲認購的發售股份可能重新分配至國際發售。有關進一步詳情，請參閱「全球發售的架構－香港公開發售－重新分配」。

關於UBS AM Singapore擬認購股份的同同意書

上市規則附錄F1第5(1)段規定，未經聯交所事先書面同意，不得向整體協調人、任何銀團成員（整體協調人除外）或任何分銷商（銀團成員除外）（統稱「分銷商」，各自稱為「分銷商」）的「關連客戶」分配股份。

上市規則附錄F1第13(7)段訂明，就交易所參與者而言，「關連客戶」指任何與該交易所參與者屬同一公司集團成員的客戶。

如本招股章程「基石投資者」一節進一步所述，UBS Asset Management (Singapore) Limited（「UBS AM Singapore」）已與本公司、聯席保薦人及整體協調人簽訂基石投資協議以認購發售股份，並為及全權代表其相關客戶持有國際發售項下發售股份。UBS AM Singapore是其相關客戶的投資顧問及投資經理的委託人。UBS AG Hong Kong Branch（「UBS HK」）已獲委任（其中包括）為全球發售的整體協調人之一。UBS AM Singapore及UBS HK屬於同一公司集團成員。因此，UBS AM Singapore是UBS HK的關連客戶。

我們已根據上市規則附錄F1第5(1)段申請且聯交所已授予同意書，允許UBS AM Singapore作為基石投資者，按照《新上市申請人指南》第4.15章第5段所列的以下基準及條件參與全球發售：

- (a) 將分配予UBS AM Singapore的任何發售股份將由獨立第三方酌情代為持有；
- (b) UBS AM Singapore的基石投資協議並無載有任何較其他基石投資協議更有利於UBS AM Singapore的重要條款；

豁免嚴格遵守上市規則

- (c) UBS HK未曾參與，亦不會參與本公司、承銷商及整體協調人之間有關分配股份予UBS AM Singapore的決策過程或相關討論；
- (d) UBS AM Singapore在國際發售的任何發售股份分配中，除UBS AM Singapore作為基石投資者根據相關基石投資協議享有的保證配額外，並無亦不會因與UBS HK的關係而獲得優先待遇；
- (e) UBS AM Singapore確認，就其所知及所信，除UBS AM Singapore作為基石投資者根據相關基石投資協議享有的保證配額外，其並無亦不會因與UBS HK的關係而在全球發售的發售股份分配中獲得優先待遇；
- (f) 本公司、整體協調人、UBS AM Singapore及UBS HK已各自根據《新上市申請人指南》第4.15章向聯交所提交書面確認；及
- (g) 基石投資的詳情及分配的詳情將在本招股章程及分配結果公告中披露。

董事對本招股章程內容的責任

本招股章程載有遵照《公司(清盤及雜項條文)條例》、證券及期貨(在證券市場上市)規則(香港法例第571V章)及上市規則而向公眾提供的有關本集團的詳細資料,董事(包括候任獨立非執行董事)就本招股章程共同及個別承擔全部責任。董事在作出一切合理查詢後,確認就彼等所知及所信,本招股章程所載資料於所有重大方面均屬準確及完整,並無誤導或欺詐成分,亦無遺漏其他事項令本招股章程或其內任何陳述有誤導成分。

中國證監會備案要求

中國證監會於2024年7月10日就全球發售及提交股份於香港聯交所上市的申請發出備案通知。於授出備案通知時,中國證監會概不就我們的財務穩健性及本招股章程內作出的任何陳述或表達的意見的準確性承擔任何責任。

承銷

本招股章程僅就香港公開發售(構成全球發售的一部分)而刊發。就香港公開發售的申請人而言,本招股章程載有香港公開發售的條款及條件。全球發售包括初步提呈發售38,261,000股股份的香港公開發售及初步提呈發售309,565,200股股份的國際發售(各自可按本招股章程「全球發售的架構」所述的基準予以重新分配)。

於香港聯交所上市的發售股份由聯席保薦人保薦。根據香港承銷協議,香港公開發售由香港承銷商有條件地承銷,其中一項條件是發售價由整體協調人(為其本身及代表承銷商)與我們協定。國際發售由整體協調人管理,並由國際承銷商承銷。國際承銷協議預期將於定價日或前後訂立,惟須待本公司與整體協調人(為其本身及代表承銷商)協定發售價後方可作實。

申請香港發售股份的程序

申請香港發售股份的程序載於本招股章程「如何申請香港發售股份」。

全球發售的架構

全球發售的架構(包括其條件)詳情載於本招股章程「全球發售的架構」。

發售及出售股份的限制

凡購買香港公開發售項下香港發售股份的人士將須確認或因其購買香港發售股份而被視為確認彼知悉本招股章程所述發售股份的發售及出售限制。

概無採取任何行動以獲准於香港以外任何司法權區公開發售發售股份或全面派發本招股章程。因此，於任何未獲授權作出要約或邀請的司法權區，或在向任何人士作出要約或邀請即屬違法的任何情況下，本招股章程不得用作亦不構成有關要約或邀請。於其他司法權區派發本招股章程及提呈發售及出售發售股份須受限制，亦可能無法進行，除非已向相關證券監管機關登記或獲其授權或豁免，根據有關司法權區適用的證券法獲准進行。

申請於香港聯交所上市

我們已向聯交所申請批准根據全球發售將予發行的股份(包括因超額配股權而可能發行的任何股份)上市及買賣。除即將向香港聯交所申請批准上市及買賣的股份外，我們的任何部分股份或貸款資本並未於任何其他證券交易所上市或買賣，亦不會於不久將來尋求或建議尋求上市或獲准上市。

根據《公司(清盤及雜項條文)條例》第44B(1)條，倘於申請登記截止日期起計三個星期或由香港聯交所於上述三個星期內知會本公司的較長期間(不超過六個星期)屆滿前，發售股份未能獲准於香港聯交所上市及買賣，則就任何申請進行的任何配發將告無效。

開始買賣股份

預期股份將於2024年10月23日(星期三)上午九時正開始於香港聯交所主板買賣。股份將以每手200股股份進行交易。股份的股份代號將為2460。

股份將合資格獲准納入中央結算系統

待我們的股份獲准於香港聯交所上市及買賣，且我們符合香港結算的股份收納規定，我們的股份將獲香港結算接納為合資格證券，可自上市日期或香港結算選擇的任何其他日期起在中央結算系統記存、結算及交收。香港聯交所參與者之間的任何交易須於任何交易日後第二個結算日在中央結算系統內交收。在中央結算系統內進行的所有活動均須遵守不時生效的《香港結算一般規則》及《香港結算運作程序規則》。鑒於結算安排或會影響投資者的權利及權益，故彼等應諮詢其股票經紀或其他專業顧問的意見，以了解該等安排的詳情。本公司已作出所有必要安排，以使我們的股份獲准納入中央結算系統。

股東名冊及印花稅

我們的股東名冊總冊將由我們的證券登記總處Harneys Fiduciary (Cayman) Limited存置於開曼群島，而我們的香港股東名冊將由於香港的香港股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司存置。

買賣股份須繳納香港印花稅。有關香港印花稅的進一步詳情，請諮詢專業稅務意見。

應付股份持有人的股息

除非本公司另有決定，否則向名列本公司香港股東名冊的股東支付股份的應付股息時，將以平郵方式寄送至本公司各股東的登記地址，郵誤風險概由股東承擔。

建議諮詢專業稅務意見

全球發售的潛在投資者如對認購、購買、持有、出售及買賣我們的股份或行使其所附權利的稅務影響有任何疑問，應諮詢彼等的專業顧問。本公司、聯席保薦人、整體協調人、資本市場中介人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人或承銷商、彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理、聯屬人士或顧問或參與全球發售的任何其他人士或各方概不對任何人士因認購、購買、收購、持有、出售或買賣我們的股份，或行使與我們的股份有關的任何權利而引致的任何稅務影響或負債承擔任何責任。

語言

本招股章程的英文版本與其中文譯本如有任何歧義，概以英文版本為準。本招股章程所載並無正式英文翻譯的中國法律及法規、政府機關、部門、實體（包括我們的若干子公司）、機構、自然人、設施、證書、職銜及類似詞彙的英文譯名為非正式英文譯名，僅供識別。如有任何歧義，概以中文版本為準。

約整

在本招股章程內，如資料是以百、千、萬、百萬或億為單位呈列，部分不足一百、一千、一萬、一百萬或一億之數（視情況而定）已分別約整至最接近之一百、一千、一萬、一百萬或一億。以百分比呈列之數，在若干情況下已約整至最接近的十分之一或百分之一個百分點。任何表格或圖表所示總額與所列數額總和的任何差異乃因約整所致。

貨幣換算

僅為方便 閣下，本招股章程載有若干以人民幣、港元或美元計值金額之間的換算。概不表示及概不應詮釋為於有關日期或任何其他日期以一種貨幣計值金額可按下列匯率實際兌換為另一種貨幣計值金額或根本無法兌換。除非另有指明，否則：

- (i) 所有人民幣金額以人民幣0.90827元兌1.00港元的匯率換算為港元；
- (ii) 所有人民幣金額以人民幣7.05195元兌1.00美元的匯率換算為美元；及
- (iii) 所有港元金額以7.76420港元兌1.00美元的匯率換算為美元。

董事及參與全球發售的各方

有關我們董事的進一步詳情，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」。

董事

姓名	地址	國籍
----	----	----

執行董事

張偉通先生	中國廣東省 深圳市福田區 金田路1013號 銀莊大廈銀星閣19H	中國
-------	---	----

李樹清先生	中國廣東省 深圳市南山區 華潤城潤府一期 1棟40層B戶	中國
-------	---------------------------------------	----

吳霞女士	中國江西省 南昌市高新開發區 高新七路999號 萬科四季花城 嘉蘭苑7棟 E座601室	中國
------	--	----

非執行董事

林國龍先生	中國廣東省 深圳市羅湖區 北環大道1028號 華潤銀湖藍山1-1-16B	中國
-------	---	----

孫永強先生	中國北京市 海淀區 學府樹家園3號樓 15層一單元1801室	中國
-------	---	----

肖寧先生	中國廣東省 深圳市南山區 蛇口工業九路28號 17棟17單元307室	中國
------	---	----

董事及參與全球發售的各方

曹越女士	中國北京市 東城區 東直門外大街 海晟名苑 4號樓1602室	中國
趙典博士	中國北京市 朝陽區 雙橋東路 12號院 13號樓1單元1003室	中國
獨立非執行董事		
周永健博士	香港半山區 蒲魯賢徑9號寶園9A室	英國
李引泉先生	香港尖沙咀 柯士甸道西9號 Grand Austin 3座20樓C室	中國香港
姚洋博士	北京市 海淀區 遠大園 五區3號樓 二單元10D	中國
鄭寶川女士	香港跑馬地 鳳輝台12號 蔚雲閣26A室	中國香港

參與全球發售的各方

聯席保薦人

UBS Securities Hong Kong Limited

香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信證券(香港)有限公司

香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

整體協調人

UBS AG Hong Kong Branch

香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信里昂證券有限公司

香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

聯席全球協調人

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

UBS AG Hong Kong Branch

香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信里昂證券有限公司

香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

中國國際金融香港證券有限公司

香港
中環
港景街1號
國際金融中心一期29樓

招銀國際融資有限公司

香港
中環
花園道三號
冠君大廈45樓

聯席賬簿管理人

UBS AG Hong Kong Branch

香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信里昂證券有限公司

香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

中國國際金融香港證券有限公司

香港
中環
港景街1號
國際金融中心一期29樓

招銀國際融資有限公司

香港
中環
花園道三號
冠君大廈45樓

香港上海滙豐銀行有限公司

香港
皇后大道中1號

華泰金融控股(香港)有限公司
香港
中環
皇后大道中99號
中環中心62樓

農銀國際融資有限公司
香港
中環
干諾道中50號
中國農業銀行大廈11樓

建銀國際金融有限公司
香港
中環
干諾道中3號
中國建設銀行大廈12樓

聯席牽頭經辦人

UBS AG Hong Kong Branch
香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司
香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信里昂證券有限公司
香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited
香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

中國國際金融香港證券有限公司

香港

中環

港景街1號

國際金融中心一期29樓

招銀國際融資有限公司

香港

中環

花園道三號

冠君大廈45樓

香港上海滙豐銀行有限公司

香港

皇后大道中1號

華泰金融控股(香港)有限公司

香港

中環

皇后大道中99號

中環中心62樓

農銀國際證券有限公司

香港

中環

干諾道中50號

中國農業銀行大廈10樓

建銀國際金融有限公司

香港

中環

干諾道中3號

中國建設銀行大廈12樓

資本市場中介人

UBS AG Hong Kong Branch

香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

中信里昂證券有限公司

香港
金鐘道88號
太古廣場一期18樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

中國國際金融香港證券有限公司

香港
中環
港景街1號
國際金融中心一期29樓

招銀國際融資有限公司

香港
中環
花園道三號
冠君大廈45樓

香港上海滙豐銀行有限公司

香港
皇后大道中1號

華泰金融控股(香港)有限公司
香港
中環
皇后大道中99號
中環中心62樓

農銀國際融資有限公司
香港
中環
干諾道中50號
中國農業銀行大廈11樓

農銀國際證券有限公司
香港
中環
干諾道中50號
中國農業銀行大廈10樓

建銀國際金融有限公司
香港
中環
干諾道中3號
中國建設銀行大廈12樓

申報會計師和獨立核數師

德勤•關黃陳方會計師行
香港
金鐘道88號
太古廣場一期35樓

本公司法律顧問

有關香港法例及美國法律：
高偉紳律師行
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈27樓

有關中國法律：
競天公誠律師事務所
中國
北京市
朝陽區
建國路77號
華貿中心3號寫字樓34層

董事及參與全球發售的各方

	<p>有關開曼群島法律： 衡力斯律師事務所 香港 皇后大道中99號 中環中心3501室</p>
聯席保薦人及承銷商的法律顧問	<p>有關香港法例及美國法律： 普衡律師事務所 香港 中環 花園道1號 中銀大廈22樓</p> <p>有關中國法律： 中倫律師事務所 中國 上海市 浦東新區 世紀大道8號 國金中心二期 6/10/11/16/17層</p>
行業顧問	<p>灼識行業諮詢有限公司 中國 上海市 靜安區 普濟路88號 靜安國際中心B座10樓</p>
收款銀行	<p>中國銀行(香港)有限公司 香港 花園道1號</p> <p>招商永隆銀行有限公司 香港 德輔道中45號</p>

公司資料

註冊辦事處	4th Floor, Harbour Place P.O. Box 10240 Grand Cayman KY1-1002 Cayman Islands
總部及中國主要營業地點	中國廣東省 深圳市南山區 朗山路22號 深圳高新技術產業園區 (北區)
香港主要營業地點	香港 灣仔港灣道26號 華潤大廈37樓
公司網站	www.crbeverage.com (本網站所載資料並不構成本招股章程的一部分)
公司秘書	鍾明輝先生
授權代表	張偉通先生 鍾明輝先生
審核委員會	姚洋博士(主席) 林國龍先生 曹越女士 周永健博士 李引泉先生 鄭寶川女士
提名委員會	張偉通先生(主席) 趙典博士 李引泉先生 姚洋博士 鄭寶川女士
薪酬與考核委員會	李引泉先生(主席) 孫永強先生 曹越女士 周永健博士 鄭寶川女士

公司資料

戰略與投資委員會

曹越女士(主席)
李樹清先生
吳霞女士
肖寧先生
趙典博士
姚洋博士

合規顧問

浩德融資有限公司
香港中環
永和街21號

香港股份過戶登記處

卓佳證券登記有限公司
香港
夏慤道16號
遠東金融中心17樓

主要往來銀行

中國銀行股份有限公司
深圳蛇口網谷支行
中國廣東省
深圳市南山區
招商街道蛇口工業七路
華采花園一樓

招商銀行
深圳新時代支行
中國廣東省
深圳市南山區
太子路1號
新時代廣場1層

中國建設銀行股份有限公司
深圳東湖支行
中國廣東省
深圳市羅湖區
太寧路28號

三菱日聯銀行香港分行
香港干諾道中1號
友邦金融中心8樓

本節及本招股章程其他章節所載資料及統計數據摘錄自不同的政府官方刊物、公開市場研究的可得來源及獨立供應商的其他來源，以及灼識諮詢編製的獨立行業報告（「灼識諮詢報告」）。我們委聘灼識諮詢就全球發售編製灼識諮詢報告。我們、任何聯席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及承銷商、任何彼等各自的董事及顧問或參與全球發售的任何其他人士或各方均未獨立核實來自政府官方來源的資料，且概不就其準確性發表任何聲明。

中國即飲軟飲市場概覽

概覽

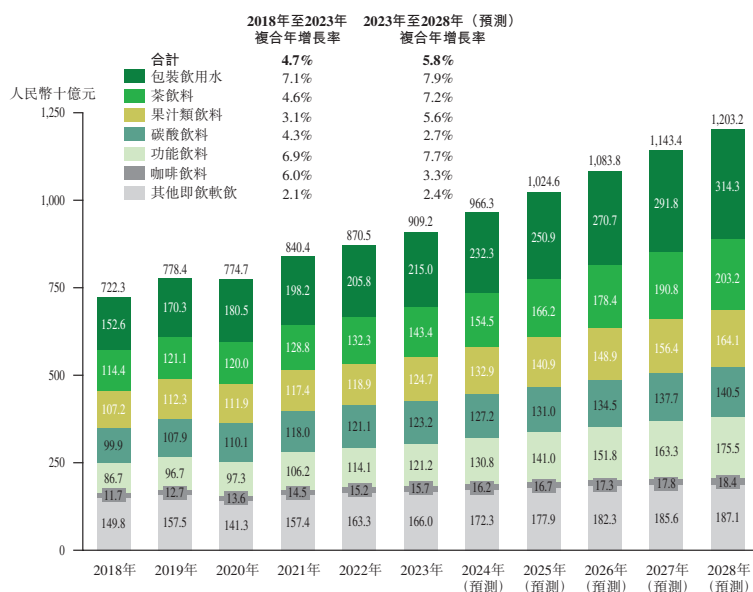
即飲軟飲指即飲型非酒精飲料產品，不包括固體飲料、乳製品和現制飲料。中國是全球最大的即飲軟飲市場之一。中國的即飲軟飲產品主要分為：(i) 包裝飲用水；(ii) 茶飲料；(iii) 碳酸飲料；(iv) 果汁類飲料；(v) 功能飲料；(vi) 咖啡飲料；及(vii) 其他即飲軟飲，如蛋白飲料。2023年按零售額計的中國即飲軟飲市場規模達人民幣9,092億元，2018年至2023年的複合年增長率為4.7%。

受城鎮化率提升、可支配收入增長、持續產品創新、市場細分化以及銷售渠道多元化的推動，到2028年，中國即飲軟飲市場按零售額計的規模預計將增加至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。

按零售額計，包裝飲用水是最大的品類，2023年的市場規模為人民幣2,150億元。按2018年至2023年的複合年增長率計，包裝飲用水亦是所有即飲軟飲品類中增長最快的品類，根據2023年至2028年假設的飲用水包裝比例（按期內包裝飲用水消費量除以同期居民飲用水總消費量計算），預計2023年至2028年將以7.9%的預測複合年增長率保持這一地位。2023年中國的包裝比例為14.4%，遠低於發達市場的比例（如美國的59.7%及香港的22.7%）。受日益提升的飲水安全意識、更偏向於健康補水、豐富的家庭消費場景及產品類型多元化所驅動，預計到2028年，中國飲用水的包裝比例將達

到約18.9%，約為香港現有水平的85%及美國現有水平的30%。下圖載列按產品品類劃分的中國即飲軟飲市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按產品品類劃分的中國即飲軟飲市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：國家統計局、中國飲料工業協會、灼識諮詢報告

附註：

- (1) 茶飲料包括：(i)無糖茶飲料；(ii)草本植物飲料（如菊花茶、陳皮茶及冬瓜茶等含糖茶飲料）；及(iii)其他含糖茶飲料（如檸檬茶及奶茶）。
- (2) 果汁類飲料包括：(i)純果汁(100%)；(ii)中濃度果汁（25%≤果汁濃度<100%）；(iii)低濃度果汁（10%≤果汁濃度<25%）；及(iv)風味水（5%≤果汁濃度<10%）。

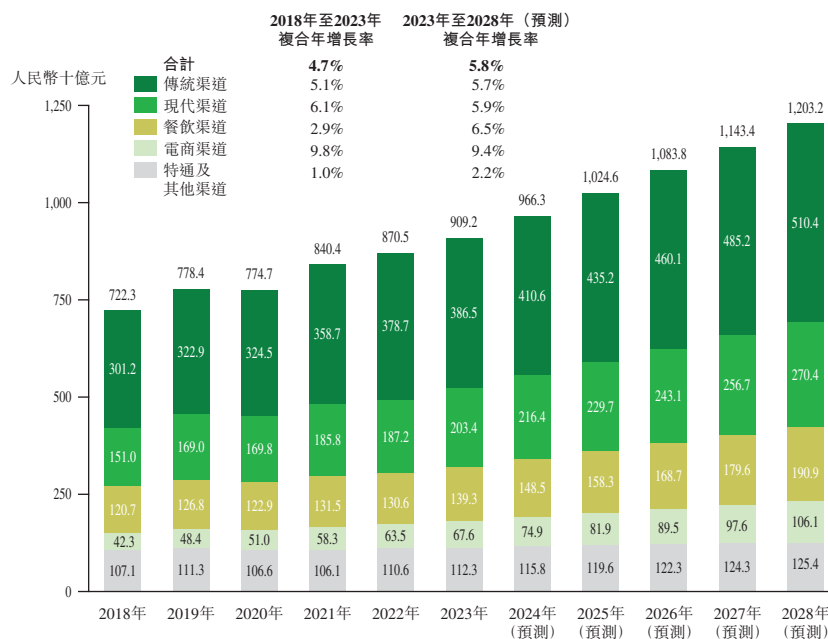
銷售渠道

中國即飲軟飲市場主要銷售渠道包括：(i)傳統渠道，主要指小型非連鎖雜貨店及送水站，通常由個體商販或家庭擁有及經營；(ii)現代渠道，主要包括大型超市、商超及連鎖便利店；(iii)餐飲渠道，主要指餐廳及其他餐飲服務提供商；(iv)電商渠道，主要指線上銷售平台；及(v)其他渠道，主要包括航空公司、火車站、加油站、高速公路服務區、酒店及運動場館等特通渠道，以及其他零售渠道。

行業概覽

傳統渠道和現代渠道的特點是網點多、覆蓋面廣、觸手可及。因此，即飲軟飲企業利用這些渠道作為主要渠道，以接觸更為廣泛的消費者群體。下圖載列按銷售渠道劃分的中國即飲軟飲市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按銷售渠道劃分的中國即飲軟飲市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：國家統計局、中國飲料工業協會、灼識諮詢報告

第三方支付安排

我們的行業顧問灼識諮詢認為，為方便及靈活起見，中國即飲軟飲行業的企業通過第三方支付人與其客戶結算付款是一種常見的商業慣例。該等客戶使用第三方支付安排主要是因為：

- (i) 若干為獨資企業的客戶希望避免開設公司賬戶的複雜程序或使用有關公司賬戶時的不便之處，以確保更大的操作靈活性；
- (ii) 使用其法定代表人或實際控制人（及／或其家庭成員）等若干聯屬人士的賬戶更為方便或更符合部分客戶的內部財務管理慣例，尤其是在旺季期間；及

- (iii) 根據灼識諮詢報告，若干經營規模較大的客戶（彼等通常大量採購及轉售即飲軟飲）使用其自身的買賣協議形式，並以相應授權條款中規定的方式或通過其指定的關聯實體在其單獨聲明中規定的方式與市場參與者結算付款，此為一種既定的業務慣例。由於有關客戶的經營規模龐大，因此將其指定的所有對外付款關聯實體作為買賣協議的簽署方並不切實可行。

行業驅動因素及未來趨勢

預計中國即飲軟飲市場將由以下驅動因素推動，並呈現以下趨勢：

- **即飲軟飲的購買力及人均消費量增加。**中國的城鎮化率提升及人均可支配收入增加持續提升消費者對即飲軟飲的購買力，從而進一步推動中國即飲軟飲市場的增長。同時，2023年中國人均即飲軟飲消費量（124.7升）仍遠低於美國（402.2升）、日本（195.7升）及香港（172.3升）等發達市場，這表明中國即飲軟飲市場具有巨大的增長潛力。預計中國人均即飲軟飲消費量的增長將跟隨發達市場的過往增長趨勢。
- **銷售渠道多元化。**傳統渠道及現代渠道憑藉其獨特的消費者參與機會及在滿足消費場景中不可或缺的作用，繼續主導中國即飲軟飲的銷售，而多元化及新興銷售渠道（包括電商渠道及餐飲渠道）則改善了消費者的購買體驗，並受到越來越多消費者的青睞。此外，配送服務（例如具有按需配送功能的線上至線下平台，可將產品送到消費者的家門口）的發展有助於現代及傳統渠道擴展其覆蓋面，同時提高消費者的便利性及產品的可及性。即飲軟飲市場多元化銷售渠道的發展預期將促進消費者對即飲軟飲產品的購買，從而逐步釋放各線城市的市場潛力。

- **健康意識不斷增強。**與許多其他國家類似，近年來，中國消費者在食品及飲料消費方面的健康意識不斷提高。零／低糖、零／低卡、無添加、草本基、植物基及功效等健康概念在中國即飲軟飲市場日益流行。該等趨勢將繼續推動若干產品品類的增長，例如包裝飲用水及無糖飲料，使其較其他品類的飲料更受歡迎。
- **推出新產品以不斷滿足消費者需求。**中國的頭部即飲軟飲企業不斷豐富其產品供應，並擴大其在各種即飲軟飲品類的覆蓋範圍，以迎合不斷變化的消費者需求及消費場景。尤其是，包裝飲用水與其他即飲軟飲之間的界限逐漸模糊，延伸出風味水、氣泡蘇打水及其他品類的具有豐富口味、充足口感及多樣功能的飲品，以滿足消費者的健康、口味及營養偏好。
- **提高環境、社會及管治意識。**中國社會期望即飲軟飲公司對可持續發展及社會責任作出更多貢獻。作出更多有關承諾，如採用可持續包裝材料、實施水資源管理系統、專注於社區共建以及投資於減碳運營的公司，其發展與中國社會對環境、社會及管治的價值觀及期望能夠保持一致。

中國包裝飲用水市場概覽

概覽

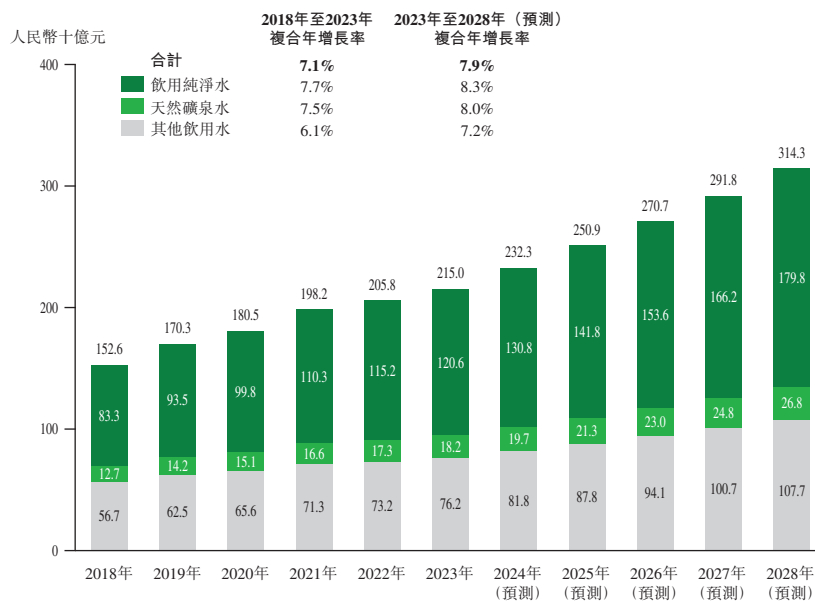
根據中國相關國家標準(GB/T 10789-2015)，包裝飲用水被界定為包括：(i)飲用純淨水，以直接來源於地表、地下或公共供水系統的水為水源，並透過蒸餾、電滲析、離子交換和反滲透等工藝進行適當淨化；(ii)天然礦泉水，從地下深處自然湧出或鑽探採集，含有一定量的礦物質和微量元素；及(iii)其他飲用水，包括飲用天然水、天然泉水及其他。飲用天然水主要來自水井、山泉、水庫、湖泊及高山冰川。天然泉水從地下泉水自然湧出或通過鑽探採集。包裝飲用水產品具有高頻剛需、全年齡段、大眾消費等特點。

市場規模

2023年按零售額計的中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。中國包裝飲用水市場的主要驅動因素包括：(i)飲水安全意識不斷提升；(ii)更偏向於健康補水；(iii)日益豐富的家庭消費場景；(iv)與體育運動及健身鍛煉的關聯；及(v)產品類型多元化。此外，水過濾系統及／或家用碳酸化系統不僅需要一次性購買成本及安裝空間，而且通常無法提供與經過嚴格測試的包裝飲用水產品相同的清潔或衛生水平。同時，在中國，移動加水站通常設在機場、火車站及高速公路服務區等特殊區域，這無法與購買包裝飲用水的便利性相匹敵。考慮到經濟性、便利性及用水安全等因素，預計家用濾水系統、家用碳酸化系統及移動加水站等替代品在中國的滲透率仍將相對較低，且該等替代品對未來五年中國包裝飲用水人均消費量的影響可能有限。按零售額計，該市場佔中國即飲軟飲的份額在2023年為23.6%，預計到2028年仍將保持其領先地位。

下圖載列按細分市場劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按細分市場劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：國家統計局、中國飲料工業協會、灼識諮詢報告

按零售額計，飲用純淨水是中國包裝飲用水市場最大的細分市場，於2023年達到人民幣1,206億元，佔中國包裝飲用水市場的56.1%。預計該細分市場將持續增長，到2028年零售額將達到人民幣1,798億元，佔中國包裝飲用水市場的57.2%。由於飲用純淨水具有生產擴張快、物流成本低及內在質量與健康和 safety 相關等特點，預計未來五年飲用純淨水仍將保持其突出地位，且預期增長率將高於包裝飲用水市場的所有其他細分市場。

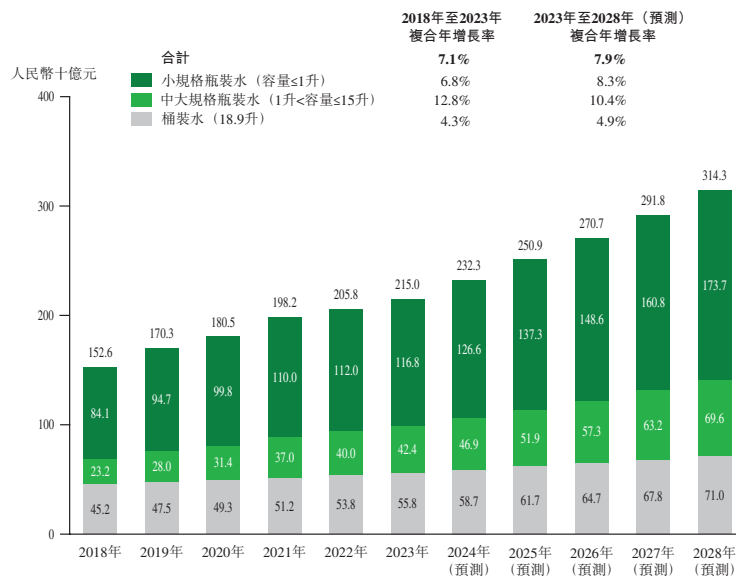
以下為飲用純淨水細分市場的若干觀察結果及特徵：

- 過去十年，美國包裝飲用水市場約一半的零售額來自飲用純淨水。具有與美國包裝飲用水市場相似的屬性，包括包裝飲用水市場細分、水資源和公共供水系統等方面，預計於可見將來飲用純淨水仍將是中國包裝飲用水市場的最大細分市場。
- 大多數世界頭部包裝飲用水企業將飲用純淨水視為其核心產品。
- 與其他類型的包裝飲用水相比，飲用純淨水的產能約束較小，同時具有快速批量生產以及較低的物流成本等優勢。
- 飲用純淨水的固有品質（例如其與健康及安全的關聯）吸引了許多偏好健康補水的中國消費者。除即飲消費場景外，其純度使其可用於泡茶、煮飯及其他家庭用途。作為一個以長壽著稱的地區，香港自1903年開始出現飲用純淨水產品，引領東亞地區的飲用純淨水消費。
- 鑒於中國飲用純淨水細分市場有大量小型及區域性企業，該細分市場存在大量行業整合機會。截至2023年12月31日，中國有超過15,000家飲用純淨水生產商。

行業概覽

按包裝規格劃分，根據灼識諮詢報告，中國的包裝飲用水一般分為以下幾種：(i) 小規格瓶裝水（容量≤1升），主要適用於即飲場景；(ii) 中大規格瓶裝水（1升<容量≤15升），主要適用於家庭、餐飲及外出等消費場景；及(iii) 桶裝水，一般規格為18.9升（5加侖）。中大規格瓶裝水的市場規模預計將出現相對較高的增長率，主要受家庭消費場景增加、飲水安全意識的提升及配送服務的擴大所推動。下圖載列按包裝規格劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按包裝規格劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））

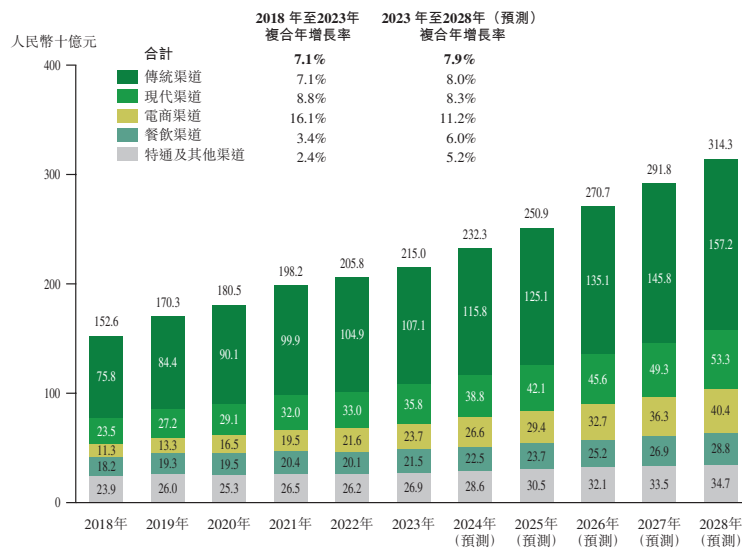


資料來源：國家統計局、中國飲料工業協會、灼識諮詢報告

銷售渠道

中國包裝飲用水市場的銷售渠道與中國即飲軟飲市場的銷售渠道相似，其中包裝飲用水企業利用傳統渠道及現代渠道作為主要渠道，以接觸廣泛的消費者群體。預計未來五年，傳統渠道及現代渠道將是中國包裝飲用水市場的主要銷售渠道。同時，由於電商平台提供的配送服務為客戶帶來更大便利，預計電商渠道的增長率將相對較高。下圖載列按銷售渠道劃分的中國包裝飲用水市場的過往及預測規模（按零售額計）：

按銷售渠道劃分的中國包裝飲用水市場規模（2018年至2028年（預測））



資料來源：國家統計局、中國飲料工業協會、灼識諮詢報告

行業驅動因素及未來趨勢

預計中國包裝飲用水市場將由以下驅動因素推動，並呈現以下趨勢：

- **飲水安全意識的提升。**由於對自來水水質的關注日益提升，消費者對用水安全的意識日益增強，預期對包裝飲用水產品的需求將會持續增加。具體而言，2018年中國飲用水的包裝比例達到11.5%，2023年上升至14.4%，遠低於美國(59.7%)及香港(22.7%)等發達市場，預計2028年將進一步上升至18.9%。
- **更偏向於健康補水。**近年來，與常見的高卡路里飲料相比，許多消費者更青睞包裝飲用水或低卡飲料。例如，在中國即飲軟飲市場，假設中國飲用水的包裝比例不斷增加，包裝飲用水的零售額佔比預計從2018年的21.1%上升至2028年的26.1%，而含糖碳酸飲料的零售額佔比預計將從2018年的10.9%下降到2028年的7.9%。
- **日益豐富的家庭消費場景。**在城鎮化率提升和家庭規模小型化的背景下，泡茶、煮飯及佐餐等家庭消費場景應運而生，並越來越受歡迎。消費者在不同的消費場景下對飲用水的包裝類型和規格提出了不同的要求。尤其是，中大規格瓶裝水有望取代被認為存在安全及質量問題的自來水。此外，配送服務的發展有助於提升購買的可及性和便利性，促進中大規格瓶裝水的消費。按2018年零售額計，中大規格瓶裝水佔中國包裝飲用水市場的15.2%，於2023年上升至19.7%，預計到2028年將達到22.2%。隨著消費場景變得更加多樣化，預計包裝飲用水的消費頻率將會增加，從而進一步推動該市場的增長。
- **與體育運動及健身鍛煉的關聯。**隨著中國消費者越來越注重鍛煉和健康的生活方式，於「十三五規劃」期間，中國經常健身鍛煉的人口比例達到總人口的37.2%，預計到2030年上升至40%或以上。鑒於包裝飲用水與體育運動及健身鍛煉密切的關聯性，體育運動（尤其是外出鍛煉）預計將推動包裝飲用水市場的增長。

- **產品類型多元化**。該市場頭部企業已推出各種不同產品品類，並開發出不同價格帶的各種包裝類型，旨在迎合消費者更加多樣化的需求並覆蓋更廣闊的消費者群體。

此外，中國包裝飲用水市場亦經常面臨若干關鍵挑戰：

- **產品質量控制能力**。包裝飲用水企業需要制定嚴格的內部標準，以確保其產品質量符合國家食品安全標準。該等企業不僅應確保水源經過滅菌及過濾等適當處理，亦應確保灌裝過程在無菌環境中進行。
- **持續進行營銷投入**。中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高。包裝飲用水企業需要持續進行營銷投入，如與體育賽事合作及投放線下廣告，增加品牌曝光度，從而提高品牌知名度。
- **ESG能力**。包裝飲用水企業已準備好採取ESG措施，包括採用可持續包裝材料、採用水資源管理方法及向可持續運營轉型。該等措施要求公司擁有改變供應鏈的資本及能力，並能夠承擔可持續包裝材料的成本。

競爭格局

中國即飲軟飲市場

中國即飲軟飲市場相對集中，按零售額計，前五大企業於2023年的總市場份額為42.6%，且預期將繼續上升。預計頭部企業將憑藉良好的品牌知名度、現有銷售渠道、全面的產品組合及研發能力維持並提高其市場份額。此外，全球知名即飲軟飲公司已證實，核心品類內的市場領導者可以輕鬆地利用其現有基礎設施快速確立在其他品類中的領先地位。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，本公司在2023年中國即飲軟飲市場排名第五。

行業概覽

2023年中國即飲軟飲市場前五大公司(按零售額計)

公司／集團名稱	2023年零售總額 (以人民幣十億元計)	市場份額(%)
公司A ⁽¹⁾	94.4	10.4%
公司B ⁽²⁾	87.7	9.6%
公司C ⁽³⁾	87.5	9.6%
公司D ⁽⁴⁾	75.4	8.3%
本公司	42.3	4.7%
前5名小計	387.4	42.6%
合計	909.2	100.0%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司A於1987年在中國浙江省成立，總部位於杭州，為一家專注於多個行業(包括食品及即飲軟飲、設備、物流等)的非上市公司，其業務經營主要在中國進行。
- (2) 公司B於1958年在中國台灣成立，總部位於天津，為一家於香港聯交所上市的食品及即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國進行。
- (3) 公司C於1996年在中國浙江省成立，總部位於杭州，為一家於香港聯交所上市的即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國進行。
- (4) 公司D為一家美國上市即飲軟飲公司的中國分公司，成立於1892年，總部位於美國喬治亞州亞特蘭大。其母公司於200多個國家開展業務，並於1979年進入中國大陸市場。

中國包裝飲用水市場

中國包裝飲用水市場的集中度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年的58.6%。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，本公司在2023年中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。

行業概覽

2023年中國包裝飲用水市場前五大公司（按零售額計）

公司／集團名稱	2023年零售總額 (以人民幣十億元計)	市場份額(%)
公司C	50.7	23.6%
本公司	39.6	18.4%
公司E ⁽¹⁾	13.2	6.1%
公司A	12.0	5.6%
公司B	10.5	4.9%
前5名小計	126.0	58.6%
合計	215.0	100.0%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司E於1992年在中國廣東省成立，總部位於深圳，為一家非上市即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國進行。

按零售額計，飲用純淨水是2023年中國包裝飲用水市場中最大的細分市場。本公司於2023年的零售額為人民幣395億元，是第二大企業的近四倍，超過排名第二至第五的純淨水公司零售額總和。

2023年中國飲用純淨水市場前五大公司（按零售額計）

公司／集團名稱	2023年零售總額 (以人民幣十億元計)	市場份額(%)
本公司	39.5	32.7%
公司A	10.8	8.9%
公司F ⁽¹⁾	7.4	6.1%
公司E	4.4	3.7%
公司B	3.2	2.6%
前5名小計	65.2	54.1%
合計	120.6	100.0%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司F於2006年在中國北京市成立，總部位於北京，為一家非上市飲料公司，其業務經營主要在中國進行。

中國菊花茶飲料市場

中國茶飲料行業競爭激烈，領先的即飲軟飲公司不斷探索茶飲料的子細分市場，尋找新的增長機會。菊花茶飲料是一種草本植物飲料，因其健康元素和清新口感而受到消費者的喜愛。隨著人們對健康意識的提高及對清新口感的偏好，菊花茶飲料已成為熱門產品，亦是中國茶飲料發展最快的子細分市場之一。

根據灼識諮詢報告，中國菊花茶飲料市場經歷了快速增長，從2018年的人民幣10億元增長到2023年的人民幣20億元，複合年增長率為14.1%，預計到2028年將進一步增長到人民幣39億元，2023年至2028年的複合年增長率為14.8%，顯著高於整體茶飲料市場的增長速度。

本公司的茶飲料品牌包括「至本清潤」、「佐味茶事」、「午後奶茶」，按2023年零售額計，本公司躋身中國茶飲料市場前十名。按2023年零售額計，本公司在中國菊花茶飲料市場排名第一。

2023年中國菊花茶飲料市場前五大公司（按零售額計）

公司／集團名稱	2023年零售總額 (以人民幣百萬元計)	市場份額(%)
本公司	756.4	38.5%
公司G ⁽¹⁾	184.3	9.4%
公司H ⁽²⁾	157.8	8.0%
公司I ⁽³⁾	114.1	5.8%
公司J ⁽⁴⁾	47.3	2.4%
前5名小計	1,260.0	64.1%
合計	1,967.1	100.0%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司G於1993年在中國廣東省成立，總部位於深圳，為一家非上市即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國進行。
- (2) 公司H於1940年在中國香港成立，總部位於香港，為一家於香港聯交所上市的食品及即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國大陸、香港及澳門進行。

- (3) 公司I於1992年在中國福建省成立，總部位於廈門，為一家非上市食品及即飲軟飲公司，其業務經營主要在中國進行。
- (4) 公司J於1997年在中國廣東省成立，總部位於深圳，為一家於上海證券交易所上市的公司，其業務經營主要在中國進行，涉足包括即飲軟飲、藥品及醫療設備在內的多個行業。

准入門檻

中國即飲軟飲市場的新市場進入者面臨多項門檻，包括與以下各項有關的門檻：

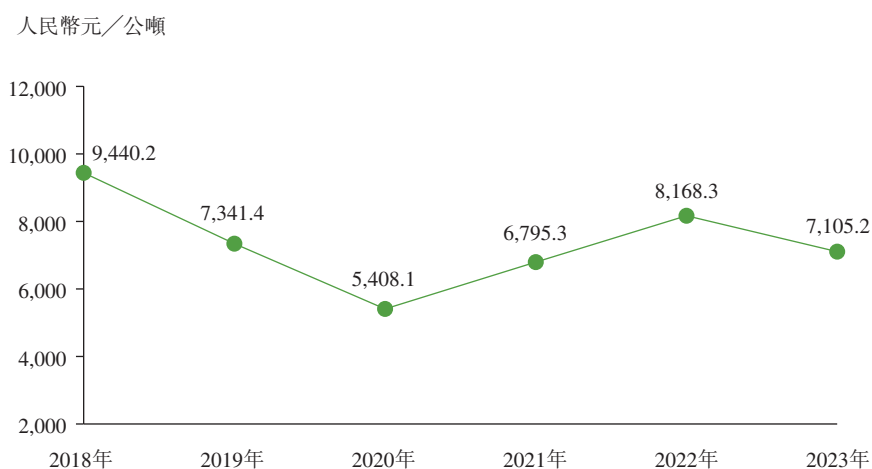
- **產品質量及食品安全。**產品質量及食品安全是消費者重點關注的問題。優質可靠的水源管理是企業確保其產品質量的穩定性及卓越性並符合相關標準的必要條件。這需要大量投入、專業知識及經驗。建立消費者對產品質量的信任亦至關重要。新市場進入者或小規模企業可能缺乏實現上述目標的相關資源。
- **品牌形象及知名度。**品牌形象及知名度會影響消費者的購買決策。維持具吸引力、值得信賴及專業的品牌形象是吸引消費者(尤其是年輕消費者)注意力的關鍵。廣告、營銷活動(如體育營銷)、公共關係及社交媒體均為提高品牌知名度的重要手段，且需要大量投入，尤其是在與成熟品牌競爭的情況下。品牌形象及知名度需要長期的沉澱，因此，新市場進入者在短期內建立品牌知名度的難度日益提升。
- **強大的銷售及經銷網絡。**鑒於中國即飲軟飲市場廣而深，層級多，對中國大型銷售及經銷網絡的管控能力至關重要。部分頭部企業亦已建立具有強大營銷能力的自有銷售團隊。新市場進入者可能無法在短時間內獲得該等能力或擁有該等經驗豐富的銷售團隊。
- **強大的生產能力及供應鏈管理能力。**頭部企業一般會深入參與上游業務，包括採用先進的生產技術，並維持從生產到倉儲及物流的端到端交付體系，幫助其降低成本及提高效率，從而提高盈利能力。新市場進入者難以在短時間內達成相關合規先決條件、投產並建立起倉儲物流能力。

- **研發能力、原材料及產品配方。**創新可使即飲軟飲企業脫穎而出並保持競爭力，這需要對研發活動進行大量投資，以推出新品牌、新口味、新包裝、新規格及新技術，滿足消費者不斷變化的需求。此外，原材料及產品配方會極大地影響產品的口味及消費者的體驗及認可度，且通常需要多年的開發及改進才能達到最佳效果。新市場進入者可能不具備必要的研發能力及原材料及產品配方方面的經驗積累。
- **數字化運營能力。**業內領先企業通常可以利用其強大的數據分析和深入的消費者洞察能力來優化運營流程並推動業務決策。數字化亦應用於採購、生產及物流等各個業務運營流程，以提高運營效率。新市場進入者可能沒有足夠的資金和數據在短時間內建立數字化運營。
- **資本投入。**生產設備設施、銷售渠道建設、產品研發及品牌營銷均涉及大量資本投入。資金有限的新市場進入者將難以與成熟企業競爭。

原材料

瓶級PET是包裝飲用水產品的主要原材料之一。下圖載列於所示期間中國瓶級PET的平均價格⁽¹⁾：

瓶級PET平均價格(2018年至2023年)



資料來源：灼識諮詢報告

附註：

(1) 平均價格指年度平均出廠價格(含增值稅)。

瓶級PET價格與原油價格高度相關。瓶級PET的價格由2018年的每公噸人民幣9,440.2元下跌至2020年的每公噸人民幣5,408.1元，價格下降與原油價格下跌及受COVID-19疫情影響下游需求下降一致。於2021年，隨著COVID-19影響減弱，下游需求有所恢復，價格出現反彈。於2022年，由於地緣政治因素導致原油價格上漲，瓶級PET價格進一步上漲至每公噸人民幣8,168.3元。瓶級PET價格於2023年有所下降，與原油價格下跌一致。瓶級PET價格的歷史波動主要是由於原油價格波動、受COVID-19影響的下游需求下降及地緣政治問題。瓶級PET的未來價格可能會繼續波動，這視乎原油價格及市場供需動態而定。於2021年、2022年及2023年，瓶級PET的每公噸平均出廠價格(不含增值稅)分別為人民幣6,013.6元、人民幣7,228.6元及人民幣6,287.8元。

行業資料來源

我們已委聘獨立市場研究顧問灼識諮詢對中國即飲軟飲市場進行分析並編製報告，以供本招股章程使用，該報告由我們委託進行，費用為人民幣1,398,800元。灼識諮詢根據政府機構及非政府組織發佈的數據及其一手及二手研究編製其報告。灼識諮詢利用各種資源進行一手及二手研究。一手研究涉及採訪主要行業專家及領先行業企業，而二手研究則涉及分析來自各種公開數據來源的數據，如國家統計局及國際貨幣基金組織等。本招股章程所引述的灼識諮詢調查乃於2023年9月進行，調查對象為2,000名18歲以上且經常飲用包裝飲用水的消費者。

由於無法合理預見的事件或事件組合，包括但不限於政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行動，灼識諮詢報告所載的預測及假設本身存在不確定性。可能導致實際結果出現重大差異的具體因素包括(其中包括)中國即飲軟飲市場的固有風險、社會及經濟因素、供應風險、監管風險及環境問題、勞工風險、融資風險、不可抗力或不可預見的事件。

除另有說明外，本節所載所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。董事經採取合理審慎措施後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無重大不利變動而令有關資料存有重大保留意見、相互抵觸或對有關資料造成影響。

食品相關法律法規

食品安全

2009年2月28日，全國人民代表大會常務委員會（「全國人大常委會」）頒佈《中華人民共和國食品安全法》（「《食品安全法》」），該法於2009年6月1日生效，並於2021年4月29日由全國人大常委會作最新修訂。2009年7月20日，國務院頒佈《中華人民共和國食品安全法實施條例》（「《食品安全法實施條例》」），該條例於2019年10月11日由國務院作最新修訂並於2019年12月1日生效。根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，食品生產經營者應當依照法律、法規和食品安全標準從事生產經營活動，建立健全食品安全管理制度，採取有效措施預防和控制食品安全風險，保證食品安全。

根據《食品安全法》，食品安全相關的監督職責由國務院及相關部門承擔。國務院設立食品安全委員會，國務院食品安全監督管理部門對食品生產經營活動實施監督管理，國務院衛生行政部門組織開展食品安全風險監測和風險評估，會同國務院食品安全監督管理部門制定並公佈食品安全國家標準，國務院標準化行政部門提供國家標準編號。食品安全標準是強制執行的標準。除食品安全標準外，不得制定其他食品強制性標準。國務院其他有關部門承擔有關食品安全工作。

此外，中國已建立食品安全追溯制度。根據上述相關法律法規，食品生產經營者應當建立食品安全全程追溯體系，依照規定如實記錄並保存進貨查驗、出廠檢驗、食品銷售等信息，保證食品可追溯。國務院食品安全監督管理部門會同國務院農業行政等有關部門建立食品安全全程追溯協作機制。

食品生產及經營許可

2020年1月2日，國家市場監督管理總局（「**國家市場監督管理總局**」）頒佈了於2020年3月1日生效的《食品生產許可管理辦法》（「**《食品生產許可管理辦法》**」）。《食品生產許可管理辦法》規定，食品生產許可實行一企一證原則，即每一個食品生產者從事食品生產活動，應當取得一個食品生產證。市場監督管理部門對食品生產實施分類許可，國家市場監督管理總局負責制定食品生產許可審查通則和細則，並可以根據監督管理工作的需要對食品類別進行調整。

2023年6月15日，國家市場監督管理總局發佈《食品經營許可和備案管理辦法》，該辦法於2023年12月1日起正式施行。《食品經營許可和備案管理辦法》規定，國家市場監督管理總局負責指導全國食品經營許可和備案管理工作。在中國境內從事食品銷售和餐飲服務活動，應當依法取得食品經營許可證，惟若干法定情況除外。僅銷售預包裝食品的，應當報所在地縣級以上地方市場監督管理部門備案。食品經營者在不同經營場所從事食品經營活動的，應當依法分別取得食品經營許可證或進行備案。申請食品經營許可證，應當按照食品經營主體業態和經營項目分類提出。

根據《食品安全法》《食品安全法實施條例》《食品生產許可管理辦法》及《食品經營許可和備案管理辦法》，中國對食品生產經營以及食品添加劑實行許可制度。從事食品生產、銷售以及餐飲服務的企業，應當依法取得許可。食品生產許可證的有效期為5年，食品生產經營者的生產經營條件發生變化，不再符合食品生產經營要求的，食品生產經營者應當立即採取整改措施；需要重新辦理許可手續的，應當依法辦理。對直接接觸食品的包裝材料等具有較高風險的食品相關產品，按照國家有關工業產品生產許可證管理的規定實施生產許可。食品生產經營者未取得食品生產許可從事食品生產經營活動，或者未取得食品添加劑生產許可從事食品添加劑生產活動的，將被沒收違法所得和違法生產經營的食品、食品添加劑以及用於違法生產經營的工具、設備、原料等物品；此外，還將面臨罰款、責令停產及／或停業、拘留、追究刑事處罰的風險。

2017年12月26日，國家食品藥品監督管理總局（現為國家市場監督管理總局）發佈關於《飲料生產許可審查細則（2017年版）》的公告，該《細則》自發佈之日起施行。該等細則適用於飲料生產許可審查工作，僅有包裝場地、工序、設備，沒有合理的設備佈局和工藝流程的，不授予生產許可。

《飲料生產許可審查細則（2017年版）》規定，實施食品生產許可管理的飲料產品，是指經過定量包裝、可直接飲用或用水沖調飲用、乙醇含量不超過質量分數0.5%的製品。飲料產品指《飲料通則》(GB/T 10789)涵蓋的產品，具體包括：包裝飲用水、碳酸飲料（汽水）、茶（類）飲料、果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料和其他飲料類。實施食品生產許可管理的包裝飲用水，是指密封於符合食品安全標準和相關規定的包裝材料及容器中，可供直接飲用的水。包裝飲用水（生產許可類別編號：0601），包括：飲用天然礦泉水、飲用純淨水、飲用天然泉水、飲用天然水、其他飲用水。

食品召回制度

根據《食品安全法》規定，國家建立食品召回制度。食品生產者發現其生產的食品不符合食品安全標準或者有證據證明可能危害人體健康的，應當立即停止生產，召回已經上市銷售的食品，通知相關生產經營者和消費者，並記錄召回和通知情況。

2015年3月11日，國家食品藥品監督管理總局（現為國家市場監督管理總局）制定了《食品召回管理辦法》，並於2020年10月23日對此作出最新修訂。按照《食品召回管理辦法》規定，國家市場監督管理總局負責指導全國不安全食品停止生產經營、召回和處置的監督管理工作。食品生產經營者應當依法承擔食品安全第一責任人的義務，建立相關健全管理制度，收集、分析食品安全信息，依法履行不安全食品的停止生產經營、召回和處置義務。食品生產經營者發現其生產經營的食品屬於不安全食品的，應當立即停止生產經營，採取通知或者公告的方式告知相關食品生產經營者停止生產經營、消費者停止食用，並採取必要的措施防控食品安全風險。

食品生產經營者存在違反有關不安全食品停止生產經營、召回和處置的規定時，將面臨由市場監督管理部門給予警告、處以罰款及其他處罰的風險。

食品標識管理

根據《食品安全法》規定，預包裝食品的包裝上應當有標籤。標籤應當標明下列事項：(1)名稱、規格、淨含量、生產日期；(2)成分或者配料表；(3)生產者的名稱、地址、聯繫方式；(4)保質期；(5)產品標準代號；(6)貯存條件；(7)所使用的食品添加劑在國家標準中的通用名稱；(8)生產許可證編號；及(9)法律、法規或者食品安全標準規定的應當標明的其他事項。食品經營者應當按照食品標籤標示的警示標識、警示說明或者注意事項的要求銷售食品。

為更好貫徹《食品安全法》的相關規定，中華人民共和國衛生部（現為中華人民共和國國家衛生健康委員會）於2011年4月20日發佈GB 7718-2011《食品安全國家標準預包裝食品標籤通則》，該通則自2012年4月20日起正式實施。中華人民共和國國家衛生和計劃生育委員會（現為中華人民共和國國家衛生健康委員會）於2014年12月24日發佈GB 19298-2014《食品安全國家標準包裝飲用水》，該標準自2015年5月24日起施行，其中關於包裝飲用水的標籤標識要求自2016年1月1日起正式實施。

取水相關法律法規

天然水取水管理

1988年1月21日，全國人大常委會制定《中華人民共和國水法》（「《水法》」），並於2016年7月2日由全國人大常委會作出最新修訂。根據《水法》，中國對水資源依法實行取水許可制度和有償使用制度。但是，農村集體經濟組織及其成員使用本集體經濟組織的水塘、水庫中的水的除外。國務院水行政主管部門負責全國取水許可制度和水資源有償使用制度的組織實施。

中華人民共和國水利部於2008年4月9日公佈實施《取水許可管理辦法》，並於2017年12月22日對《取水許可管理辦法》作出最新修訂。國務院於2006年2月21日公佈《取水許可和水資源費徵收管理條例》，於2017年3月1日對《取水許可和水資源費徵收管理條例》作出最新修訂並於當日施行。《取水許可管理辦法》以及《取水許可和水資源費徵收管理條例》規定，取水是指利用取水工程或者設施直接從江河、湖泊或者地下水資源。取用水資源的單位和個人，除根據規定不需要申請領取取水許可證的情形

外，都應當申請領取取水許可證，並繳納水資源費。取水單位或者個人應當按照經批准的年度取水計劃取水。超計劃或者超定額取水的，對超計劃或者超定額部分累進收取水資源費。同一申請人申請取用多種水源的，經統一審批後，取水審批機關應當區分不同的水源，分別核發取水許可證。取水許可證有效期限一般為5年，最長不超過10年。有效期屆滿，需要延續的，取水單位或者個人應當在有效期屆滿45日前向原審批機關提出申請，原審批機關應當在有效期屆滿前，作出是否准予延續的決定。

礦泉水開採管理

1998年1月19日，國務院法制辦公室發佈《關於勘查、開採礦泉水、地下熱水行政管理適用法律有關問題的覆函》，表明礦泉水和地下熱水均具有礦產資源和水資源的雙重屬性。礦泉水和地下熱水的勘查、開發、利用、保護和管理，適用《中華人民共和國礦產資源法》、《中華人民共和國礦產資源法實施細則》和《礦產資源補償費徵收管理規定》。

根據全國人大常委會於2009年8月27日最新修訂的《中華人民共和國礦產資源法》、國務院於1994年3月26日公佈並施行的《中華人民共和國礦產資源法實施細則》以及國務院於1997年7月3日最新修訂的《礦產資源補償費徵收管理規定》，中國對礦產資源的勘查、開採實行許可證制度。勘查、開採礦產資源，必須依法分別申請登記，領取採礦許可證，並經批准取得探礦權、採礦權。從事礦產資源勘查和開採的，必須符合規定的資質條件。開採礦產資源，必須按照國家有關規定繳納資源稅和資源補償費。

網上零售業務

2018年8月31日，全國人大常委會公佈《中華人民共和國電子商務法》（「《電子商務法》」），該法於2019年1月1日起正式施行。《電子商務法》規定，「電子商務」是指通過互聯網等信息網絡銷售商品或提供服務的經營活動。電子商務經營者應當依法辦理

市場主體登記。但是，個人銷售自產農副產品、家庭手工業產品、個人利用自己的技能從事依法無須取得許可的便民勞務活動和零星小額交易活動，以及依照法律、行政法規不需要進行登記的除外。電子商務經營者從事經營活動，應當依法取得相關行政許可，電子商務經營者未取得相關行政許可從事經營活動，將面臨由市場監督管理部門責令限期改正、處以罰款、責令停業整頓的風險。

商品進出口

1994年5月12日，全國人大常委會公佈《中華人民共和國對外貿易法》，該法於2022年12月30日由全國人大常委會作出最新修訂，並於當日起正式施行。《中華人民共和國對外貿易法》規定，國務院對外貿易主管部門主管全國對外貿易工作。國務院對外貿易主管部門會同國務院其他有關部門，制定、調整並公佈限制或者禁止進出口的貨物、技術目錄。此外，國務院對外貿易主管部門或者由其會同國務院其他有關部門，經國務院批准，可以在法律規定的範圍內，臨時決定限制或者禁止上述限制或者禁止進出口的貨物、技術目錄以外的特定貨物、技術的進出口。同時，中華人民共和國商務部業務系統統一平台發佈公示通知，根據全國人大常委會2022年12月30日公佈的《關於修改〈中華人民共和國對外貿易法〉的決定》，2022年12月30日起從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者無需辦理備案登記。

中華人民共和國海關總署於2021年11月19日公佈並於2022年1月1日正式施行的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》中載明，報關單位是指按照該等規定在海關備案的進出口貨物收發貨人、報關企業。進出口貨物收發貨人、報關企業申請備案的，應當取得市場主體資格。報關單位備案長期有效。根據中華人民共和國海關總署於2021年4月12日頒佈並於2022年1月1日生效的《中華人民共和國進出口食品安全管理辦法》，出口食品生產企業應當向住所地海關申請備案，且出口食品生產企業應當保證出口食品包裝和運輸方式符合食品安全規定。

產品質量及產品責任

1993年2月22日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國產品質量法》(「《產品質量法》」)，該法生效於1993年9月1日，並於2018年12月29日由全國人大常委會作出最新修訂，當日起正式施行。《產品質量法》規定，生產者應當對其生產的產品質量負責；銷售者應當採取措施，保證銷售產品的質量。國務院市場監督管理部門主管全國產品質量監督工作。國務院有關部門在各自的職責範圍內負責產品質量監督工作。法律對產品質量的監督部門另有規定的，依照有關法律的規定執行。國家對產品質量實行以抽查為主要方式的監督檢查制度，進行監督抽查的產品質量不合格的，由實施監督抽查的市場監督管理部門責令其生產者、銷售者限期改正。逾期不改正的，由省級或以上人民政府市場監督管理部門予以公告；公告後經複查仍不合格的，責令停業，限期整頓；整頓期滿後經複查產品質量仍不合格的，吊銷營業執照。任何人或企業生產、銷售的產品存在質量問題的，將面臨由相關部門責令停止生產或銷售、沒收違法生產及銷售產品、處以罰款、沒收違法所得、吊銷營業執照甚至追究刑事責任的風險。

2020年5月28日，全國人民代表大會頒佈《中華人民共和國民法典》(「《民法典》」)，該法於2021年1月1日起生效。根據《民法典》，因產品存在缺陷造成他人損害的，生產者應當承擔侵權責任。產品投入流通後發現存在缺陷的，生產者、銷售者應當及時採取停止銷售、警示、召回等補救措施。未及時採取補救措施或者補救措施不力造成損害擴大的，生產者及銷售者也應當承擔侵權責任。

消費者權益保護

1993年10月31日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國消費者權益保護法》(「《消費者權益保護法》」)，該法於1994年1月1日正式生效。2013年10月25日，全國人大常委會對《消費者權益保護法》作出最新修訂，最新修訂版於2014年3月15日起正式

施行。2024年3月15日，國務院頒佈《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》，該條例於2024年7月1日正式施行。

根據《消費者權益保護法》，消費者在購買、使用商品和接受服務時享有人身、財產安全不受損害的權利。消費者有權要求經營者提供的商品和服務符合保障人身、財產安全的要求。經營者在與消費者進行交易時，應當遵循自願、平等、公平、誠實信用的原則。消費者因購買、使用商品或者接受服務受到人身、財產損害的，享有依法獲得賠償的權利。

廣告宣傳

1994年10月27日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國廣告法》（「《廣告法》」），該法於2021年4月29日最新修訂。根據《廣告法》，廣告不得包含任何虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙和誤導消費者。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。發佈虛假廣告的，由市場監督管理部門責令停止發佈廣告，責令廣告主在相應範圍內消除影響，並處以罰款。所發佈的虛假廣告使購買商品或接受服務的消費者的合法權益受到損害的，廣告主依法承擔民事責任。

反不正當競爭

《中華人民共和國反不正當競爭法》（「《反不正當競爭法》」）由全國人大常委會於1993年9月2日頒佈，於2019年4月23日最新修訂。《反不正當競爭法》規定，經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。經營者不得對其商品的性能、功能、質量、銷售狀況、用戶評價、曾獲榮譽等作虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者。

知識產權保護

商標

全國人大常委會於1982年8月23日頒佈《中華人民共和國商標法》（「《商標法》」），該法於1983年3月1日正式施行。該法由全國人大常委會於2019年4月23日作出最新修訂，最新版本自2019年11月1日起生效。國務院於2002年8月3日頒佈《中華人民共和

《商標法實施條例》(「《商標法實施條例》」)，該實施條例於2002年9月15日正式施行。該實施條例由國務院於2014年4月29日作出最新修訂，最新版本自2014年5月1日起生效。註冊商標受《民法典》《商標法》和《商標法實施條例》等相關法律法規保護。

根據《商標法》及《商標法實施條例》，國家知識產權局商標局主管全國商標註冊和管理的工作。經國家知識產權局商標局核准註冊的商標為註冊商標，包括商品商標、服務商標和集體商標、證明商標。法律、行政法規規定必須使用註冊商標的商品，必須申請商標註冊，未經核准註冊的，不得在市場銷售。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算，但因商標局撤銷註冊商標的情形除外。註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，商標註冊人應當按照規定辦理續展手續。每次續展註冊的有效期為十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算。期滿未辦理續展手續的，註銷其註冊商標。

專利

全國人大常委會於1984年3月12日頒佈《中華人民共和國專利法》(「《專利法》」)，該法於1985年4月1日正式施行。該法由全國人大常委會於2020年10月17日作出最新修訂，最新版本自2021年6月1日起生效。國務院於2002年8月2日頒佈《中華人民共和國專利法實施細則》(「《專利法實施細則》」)，該實施細則於2002年9月15日正式施行。該實施細則由國務院於2023年12月11日作出最新修訂並於2024年1月20日生效。專利受《民法典》《專利法》和《專利法實施細則》等相關法律法規保護。

根據《專利法》及《專利法實施細則》，國務院專利行政部門負責管理全國的專利工作；統一受理和審查專利申請，依法授予專利權。發明、實用新型以及外觀專利可以依法申請專利。發明專利權的期限為二十年，實用新型專利權的期限為十年，外觀設計專利權的期限為十五年，均自申請日起計算，但專利權沒有按照規定繳納年費或者專利權人以書面聲明放棄其專利權的情形除外。

著作權

1990年9月7日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國著作權法》(「《著作權法》」)並於1991年6月1日正式施行，該法由全國人大常委會於2020年11月11日作出最新修訂，最新版本於2021年6月1日生效。1991年5月30日，國務院頒佈《中華人民共和國著作權法實施條例》(「《著作權法實施條例》」)並於1991年6月1日正式施行，該實施條例由國務院於2013年1月30日作出最新修訂，自2013年3月1日起生效。著作權受《民法典》《著作權法》和《著作權法實施條例》等相關法律法規保護。由國家著作權主管部門負責全國的著作權管理工作。

域名

域名受《互聯網域名管理辦法》保護，該辦法由中華人民共和國工業和信息化部於2017年8月24日公佈並於2017年11月1日生效。根據《互聯網域名管理辦法》規定，域名註冊服務原則上實行「先申請先註冊」，註冊成功後，申請人正式持有該域名。

與外匯相關的法律法規

國務院於1996年1月29日頒佈《中華人民共和國外匯管理條例》(「《外匯管理條例》」)，該條例由國務院於2008年8月5日作出最新修訂並於當日生效。根據《外匯管理條例》，國務院外匯管理部門依法監督管理全國的外匯市場，並對外匯市場交易的幣種和形式進行規定。除法律法規另有規定外，中國境內禁止外幣流通，並不得以外幣計價結算。外匯分為經常項目外匯與資本項目外匯。經常項目(例如支付股息及利息)外匯收入，可以按照規定保留或者賣給經營結匯、售匯業務的金融機構；經常項目外匯支出，應當按照國務院外匯管理部門關於付匯與購匯的管理規定，憑有效單證以自有

外匯支付或者向經營結匯、售匯業務的金融機構購匯支付。資本項目（例如直接股權投資）外匯及結匯資金，應當按照有關主管部門及外匯管理機關批准的用途使用，外匯管理機關有權對資本項目外匯及結匯資金使用和賬戶變動情況進行監督檢查。

國家外匯管理局於2015年3月30日發佈《關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》，於2015年6月1日生效。根據該通知規定，外商投資企業外匯資本金意願結匯是指外商投資企業資本金賬戶中經國家外匯管理局辦理貨幣出資權益確認（或經銀行辦理貨幣出資入賬登記）的外匯資本金可根據企業的實際經營需要在銀行辦理結匯。外商投資企業外匯資本金實行意願結匯，比例暫定為100%。在實行外匯資本金意願結匯的同時，外商投資企業仍可選擇按照支付結匯制使用其外匯資本金。

2016年6月9日，國家外匯管理局發佈《關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》。該通知規定境內機構資本項目外匯收入意願結匯所得人民幣資金納入結匯待支付賬戶管理，同時境內機構的資本項目外匯收入及其結匯所得人民幣資金的使用應在經營範圍內遵循真實、自用原則。

2019年10月23日，國家外匯管理局發佈《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》。按照該通知規定，非投資性外商投資企業資本金境內股權投資限制被取消，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施（負面清單）且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行境內股權投資。允許試點地區符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項下收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

根據國家外匯管理局於2020年4月10日發佈的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》規定，全國推廣資本項目收入支付便利化改革，在確保資金使用真實合規

並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下，允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。經辦銀行應遵循審慎展業原則管控相關業務風險，按相關要求進行事後抽查。

環境保護

《中華人民共和國環境保護法》於1989年12月26日頒佈，於2014年4月24日作出最新修訂並自2015年1月1日起生效。根據《中華人民共和國環境保護法》，建設項目中防治污染的設施，必須與主體工程同時設計、同時施工、同時投產使用。防治污染的設施應當符合經批准的環境影響評價文件的要求，不得擅自拆除或者閒置。

《中華人民共和國環境影響評價法》首次頒佈於2002年10月28日，並經過全國人大常委會2次修訂，最新版本於2018年12月29日頒佈並生效。依據該法規定，國家根據建設項目對環境的影響程度，對建設項目的環境影響評價實行分類管理。建設項目的環境影響評價分類管理名錄，由國務院生態環境主管部門制定並公佈，建設單位按照目錄規定編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填報環境影響登記表。建設項目的環境影響報告書、報告表，由建設單位按照國務院的規定報有審批權的生態環境主管部門審批。國家對環境影響登記表實行備案管理。建設項目的環境影響評價文件未依法經審批部門審查或者審查後未予批准的，建設單位不得開工建設。

《中華人民共和國水污染防治法》經全國人大常委會於2017年6月27日進行最新修訂，並於2018年1月1日正式施行。該法規定，排放水污染物，不得超過規定的水污染物排放標準和重點水污染物排放總量控制指標。直接或者間接向水體排放工業廢水和醫療污水以及其他按照規定應當取得排污許可證方可排放的廢水、污水的企業事業單位和其他生產經營者，應當取得排污許可證。排污許可證應當明確排放水污染物的種

類、濃度、總量和排放去向等要求。排污許可的具體辦法由國務院規定。此外，根據中華人民共和國住房和城鄉建設部於2015年1月22日頒佈，於2022年12月1日最新修訂並於2023年2月1日生效的《城鎮污水排入排水管網許可管理辦法》，從事工業、建築、餐飲、醫療等活動的企業事業單位和個體工商戶向城鎮設施排放污水必須申請領取污水排入排水管網許可證。

1987年9月5日，全國人大常委會頒發《中華人民共和國大氣污染防治法》（「《大氣污染防治法》」），於1988年6月1日正式施行。2018年10月26日，全國人大常委會對《大氣污染防治法》作出最新修訂並於當日生效。根據該法，國家對重點大氣污染物排放實行總量控制。任何人或企業違反《大氣污染防治法》規定，將面臨被有關主管部門責令改正、處以罰款、責令停產整治甚至追究刑事責任的風險。此外，排放大氣污染物造成損害的，還應當依法承擔侵權責任。

國家發改委、生態環境部於2020年1月16日發佈《關於進一步加強塑料污染治理的意見》，並自當日起生效。根據《關於進一步加強塑料污染治理的意見》，加強塑料污染治理的主要目標為，至2020年，率先在部分地區、部分領域禁止、限制部分塑料製品的生產、銷售和使用；至2022年，在塑料污染問題突出領域和電商、快遞、外賣等新興領域，形成一批可複製、可推廣的塑料減量和綠色物流模式；到2025年，塑料污染應得到有效控制。

2024年4月1日，生態環境部頒佈《排污許可管理辦法》，該法於2024年7月1日生效。《排污許可管理辦法》規定，根據污染物產生量、排放量、對環境的影響程度等因素，對企業事業單位和其他生產經營者實行排污許可重點管理、簡化管理和排污登記管理。實行排污許可重點管理、簡化管理的排污單位具體範圍，依照固定污染源排污許可分類管理名錄規定執行。依照法律規定實行排污許可管理的排污單位，應當依法

申請取得排污許可證，並按照規定排放污染物；未取得排污許可證的，不得排放污染物。依法需要填報排污登記表的排污登記單位，應當在全國排污許可證管理信息平台進行排污登記。

除前述《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國水污染防治法》《大氣污染防治法》《排污許可管理辦法》以及《關於進一步加強塑料污染治理的意見》外，我們在環境保護方面所遵循的相關法律法規還包括《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法（2020修訂）》《建設項目環境保護管理條例（2017修訂）》《建設項目環境影響評價分類管理目錄》《排污許可管理條例》等。

安全生產

2002年6月29日，全國人大常委會制定並公佈《中華人民共和國安全生產法》（「《安全生產法》」），該法於2021年6月10日作出最新修訂，並於2021年9月1日起生效。按照《安全生產法》的規定，國家實行生產安全事故責任追究制度。生產經營單位必須執行依法制定的保障安全生產的國家標準或行業標準，並提供符合法律、行政規章及國家或行業標準要求的安全生產條件。生產經營單位應當在有較大危險因素的生產經營場所和有關設施、設備上，設置明顯的安全警示標識。安全設備的設計、製造、安裝、使用、檢測、維修、改造和報廢，須符合國家或行業標準。

勞動法律法規

勞動法及勞動合同法

1994年7月5日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國勞動法》，2018年12月29日，全國人大常委會對該法作出最新修訂，並於當日生效。根據《中華人民共和國勞動法》，國家實行勞動者每日工作時間不超過八小時、平均每週工作時間不超過四十四小時的工時制度；企業經勞動行政部門批准，可以實行其他工作和休息辦法。國家實行最低工資保障制度，用人單位支付勞動者的工資不得低於當地最低工資標準。用人單

位必須建立、健全勞動安全衛生制度，嚴格執行國家勞動安全衛生規程和標準，對勞動者進行勞動安全衛生教育，防止勞動過程中的事故，減少職業危害。

《中華人民共和國勞動合同法》由全國人大常委會於2007年6月29日首次頒佈、於2012年12月28日作出最新修訂並於2013年7月1日正式施行。根據《中華人民共和國勞動合同法》，用人單位應當依法建立和完善勞動規章制度，保障勞動者享有勞動權利、履行勞動義務。用人單位與勞動者建立勞動關係時，應當訂立書面勞動合同。用人單位應當按照勞動合同約定和國家規定，向勞動者及時足額支付勞動報酬。此外，用人單位應當嚴格執行勞動定額標準，不得強迫或者變相強迫勞動者加班。用人單位安排加班的，應當按照國家有關規定向勞動者支付加班費。

社會保險與住房公積金相關法律法規

全國人大常委會於2010年10月28日頒佈《中華人民共和國社會保險法》，於2018年12月29日作出最新修訂並於當日生效。《中華人民共和國社會保險法》規定，國家建立基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險等社會保險制度，工傷保險費、生育保險由用人單位繳納，基本養老保險基金、基本醫療保險費、失業保險費由用人單位及個人共同繳納。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由相關主管部門責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據《住房公積金管理條例(2019年修訂)》，單位應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續。每個職工只能有一個住房公積金賬戶。職工和單位住房公積金的繳存比例均不得低於職工上一年度月平均工資的5%；有條件的城市，可以適當提高繳存比例。單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。單位

逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

外商投資相關法律法規

所有中國境內企業均須遵守全國人大常委會於1993年頒佈並於2018年修訂的《中華人民共和國公司法》（「《公司法》」）。《公司法》規管公司的設立、公司架構及公司管理，亦適用於外商投資企業。有關外商投資的法律另有規定的，適用其規定。公司法於2023年12月最新修訂並於2024年7月1日生效。

2019年3月15日，全國人民代表大會頒佈《中華人民共和國外商投資法》（「《外商投資法》」），於2020年1月1日生效。2021年12月27日，國家發改委及商務部頒佈了《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2021年版）》（「負面清單」），該負面清單於2022年1月1日生效。

根據《外商投資法》及負面清單，中國對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。負面清單規定限制投資的領域，外國投資者在該等領域進行投資須符合負面清單規定的條件；負面清單以外的領域，按照內外資一致的原則實施管理。

2019年12月30日，商務部及國家市場監督管理總局聯合頒佈《外商投資信息報告辦法》，該辦法於2020年1月1日起正式施行。根據《外商投資信息報告辦法》，外國投資者或者外商投資企業應當通過企業登記系統以及國家企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。

根據國家發改委和商務部於2020年12月19日頒佈並於2021年1月18日生效的《外商投資安全審查辦法》，國家發改委下設外商投資安全審查工作機制辦公室，由國家發改委和商務部牽頭，承擔外商投資安全審查的日常工作。

根據中國證監會等六個監管部門於2006年8月8日聯合公佈、2006年9月8日起施行，並於2009年6月22日最新修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》，外國投

資者進行以下併購時須取得相應的批准，(i)外國投資者購買境內非外商投資企業的股權或認購境內公司增資，使該境內公司變更設立為外商投資企業；或(ii)外國投資者設立外商投資企業，並通過該企業協議購買境內企業資產且運營該資產；或(iii)外國投資者協議購買境內企業資產，並以該資產投資設立外商投資企業運營該資產。併購當事人應以資產評估機構對擬轉讓的股權價值或擬出售資產的評估結果作為確定交易價格的依據。禁止以明顯低於評估結果的價格轉讓股權或出售資產，變相向境外轉移資本。此外，外國投資者併購境內企業，導致以國有資產投資形成的股權變更或國有資產產權轉移時，應當符合國有資產管理的有關規定。外國投資者在中國境內依法設立的投資性公司併購境內企業，亦適用該規定。

稅收

企業所得稅

《中華人民共和國企業所得稅法》由全國人民代表大會在2007年3月16日首次頒佈、並由全國人大常委會於2018年12月29日作出最新修訂並於同日生效。《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(「《企業所得稅法實施條例》」)由國務院於2007年12月6日首次發佈，並由國務院在2019年4月23日作出最新修訂並於同日生效。根據《中華人民共和國企業所得稅法》以及《企業所得稅法實施條例》規定，企業分為居民企業和非居民企業。居民企業應當就其來源於中國境內、境外的所得繳納企業所得稅。非居民企業在中國境內設立機構、場所的，應當就其所設機構、場所取得的來源於中國境內的所得，以及發生在中國境外但與其所設機構、場所有實際聯繫的所得，繳納企業所得稅。「所得」包括銷售貨物所得、提供勞務所得、轉讓財產所得、股息紅利等權益性投資所得、利息所得、租金所得、特許權使用費所得、接受捐贈所得和其他所得。企業所得稅的稅率為25%，但非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，適用稅率為20%。

《關於境外註冊中資控股企業依據實際管理機構標準認定為居民企業有關問題的通知》由國家稅務總局於2009年4月22日頒佈，在2017年12月29日被部分修訂。境外中資企業同時符合以下條件的，應判定其為實際管理機構在中國境內的居民企業，並

實施相應的稅收管理，就其來源於中國境內、境外的所得徵收企業所得稅：(i)企業負責實施日常生產經營管理運作的高層管理人員及其高層管理部門履行職責的場所主要位於中國境內；(ii)企業的財務決策(如借款、放款、融資、財務風險管理等)和人事決策(如任命、解聘和薪酬等)由位於中國境內的機構或人員決定，或需要得到位於中國境內的機構或人員批准；(iii)企業的主要財產、會計賬簿、公司印章、董事會和股東會議紀要檔案等位於或存放於中國境內；(iv)企業1/2(含1/2)以上有投票權的董事或高層管理人員經常居住於中國境內。

增值稅

《中華人民共和國增值稅暫行條例》由國務院於1993年12月13日頒佈，經過3次修訂，最新修訂版本於2017年11月19日公佈並正式實施。按照規定，在中國境內銷售貨物或者提供加工、修理修配勞務以及進口貨物的單位和個人，為增值稅的納稅人，應當繳納增值稅。

根據《中華人民共和國增值稅暫行條例》、財政部及國家稅務總局於2018年4月4日發佈並於2018年5月1日生效的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)及財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日頒佈並於2019年4月1日生效的《財政部、稅務總局、海關總署關於深化增值稅改革有關政策的公告》，一般納稅人的適用增值稅稅率分別為13%、9%和6%，小規模納稅人的適用增值稅稅率為3%。

股息及稅收

規管中國境內外商投資企業股息分配的主要法律、規則及法規是《外商投資法》及其實施條例，以及《公司法》。根據該等要求，外商投資企業僅可自其根據中國會計準則及法規確定的累計利潤(如有)中支付股息。中國公司每年須提取其各自累計稅後利潤(如有)的至少10%作為一定的資本儲備基金，直至該等儲備基金的累計額達到企

業註冊資本的50%為止。中國公司不得分配任何利潤，直至過往財年的任何虧損被彌補為止。前一財年留存利潤可與本財年可分配利潤可一併分配。

根據《企業所得稅法》以及《企業所得稅法實施條例》規定，對於向在中國境內未設立機構或場所，或雖設立機構或場所但相關收入與其所設機構或場所並無實際聯繫的非居民企業股東宣派的股息（若該等股息來自中國境內），一般適用10%的企業所得稅稅率，除非任何該等非居民企業股東的註冊司法權區與中國訂立稅收協議，對優惠扣繳安排作出規定。

境外上市

2023年2月17日，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，該辦法於2023年3月31日生效。依照該辦法規定，中國證監會依法對境內企業境外發行上市活動實施監督管理。境內企業直接境外發行上市的，由發行人向中國證監會備案。境內企業間接境外發行上市的，發行人應當指定一家主要境內運營實體為境內責任人，向中國證監會備案。對於境內企業間接境外發行上市的認定，遵循實質重於形式的原則，當發行人同時符合下列情形時，將被認定為境內企業間接境外發行上市：(i)境內企業最近一個會計年度的營業收入、利潤總額、總資產或者淨資產，任一指標佔發行人同期經審計合併財務報表相關數據的比例超過50%；及(ii)經營活動的主要環節在境內開展或者主要場所位於境內，或者負責經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於境內。

境內企業未履行備案程序，或者存在不得在境外發行上市的情形，在境外發行上市的，由中國證監會責令改正，給予警告，並處以罰款。

《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》規定，對直接負責的主管人員和其他直接責任人員給予警告，並處人民幣500,000元以上人民幣500萬元以下的罰款。不得在境外發行上市的情形包括：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資的；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；

(iii)境內企業或者其控股股東、實際控制人最近3年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；(v)控股股東或者受控股股東、實際控制人支配的股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。

由中國證監會、財政部、國家保密局、國家檔案局於2023年2月24日發佈、2023年3月31日生效的《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》規定，境內企業境外發行上市活動中，境內企業以及提供相應服務的證券公司、證券服務機構應當建立健全保密和檔案工作制度，採取必要措施落實保密和檔案管理責任，不得洩露國家秘密和國家機關工作秘密。「境內企業」包括直接境外發行上市的境內股份公司和間接境外發行上市主體的境內運營實體。

網絡安全與數據保護

中國網絡安全與數據安全保護的法律主要由《中華人民共和國網絡安全法》(「《網絡安全法》」)、《中華人民共和國個人信息保護法》(「《個人信息保護法》」)和《中華人民共和國數據安全法》(「《數據安全法》」)組成，並與《關鍵信息基礎設施安全保護條例》(「《關基保護條例》」)一併為維護中國網絡安全、數據安全和保護個人信息權益提供了基礎制度保障。在前述法律之外，2015年11月1日起施行的《中華人民共和國刑法修正案(九)》，2019年1月1日起施行的《電子商務法》，2021年1月1日起施行的《民法典》等法律均從不同角度對網絡安全和數據保護提出行業監管要求；同時，諸多部門規章也不斷細化各類別數據的處理規則。

2016年11月7日，全國人大常委會頒佈《網絡安全法》，其自2017年6月1日生效。作為首部針對網絡安全和數據保護領域的綱領性法律，《網絡安全法》涵蓋的範圍十分廣泛。在網絡運營安全方面，《網絡安全法》要求包括互聯網信息服務提供商在內

的網絡運營者依照法律、法規的規定和國家標準的強制性要求，採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。在關鍵信息基礎設施保護方面，《網絡安全法》確立了關鍵信息基礎設施需要額外保護的基礎原則，並在此基礎上對關鍵信息基礎設施運營者涉及的可能影響國家安全的網絡產品和服務採購活動提出了國家安全審查要求，明確了關鍵信息基礎設施運營者在中國境內收集和產生的個人信息和重要數據應當在境內存儲，因業務需要而出境則需要通過數據出境安全評估的原則性要求。在個人信息保護方面，《網絡安全法》闡述了個人信息保護的基本原則及規定，如有關收集、使用、處理、儲存及披露個人信息的要求，而互聯網信息服務提供商應當採取技術及其他必要措施，以確保所收集個人信息的安全，防止個人信息洩露、毀損或丟失。

2021年6月10日，全國人大常委會頒佈《數據安全法》並自2021年9月1日生效。相較於《網絡安全法》，《數據安全法》著重規管數據流動安全。《數據安全法》根據數據對經濟和社會發展的重要性和非法使用數據對國家安全、公共利益或個人、組織利益的潛在危害，建立基於數據類別和安全級別的數據保護體系。在數據類別方面，《數據安全法》明確了重要數據類別及其處理者義務，重要數據處理者應當明確數據安全負責人，設立管理機構負責數據安全工作，且有關數據處理者應當對其數據處理活動定期開展風險評估，並向有關監管部門提交評估報告。在數據流動方面，《數據安全法》將關鍵信息基礎設施運營者之外的其他數據處理者出境重要數據亦納入數據出境的特別監管程序，並限制存儲於中國境內的數據未經批准向境外司法或執法機構提供。對於有關維護國家安全、利益和履行國際義務的數據，受中國出口管制。《數據安全法》進一步強調和規定國家將建立數據安全審查制度，對影響或者可能影響國家安全的數據處理活動進行國家安全審查。《數據安全法》規定，違反《數據安全法》的行為可能導致相關單位或個人受到警告、罰款、停業整頓、吊銷許可證或營業執照，及／或甚至追究刑事責任。

2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《個人信息保護法》，其自2021年11月1日起生效。《個人信息保護法》旨在保護個人信息權利及權益、規範個人信息的處理、保障個人信息依法有序、自由流動，以及促進個人信息的合理使用。《個人信息保護法》建立了個人信息處理的全面規則體系，包括處理個人信息必須具備明確、合理的目的，敏感信息處理須得到額外保護，個人信息的對外提供和委託處理需要簽署專門協議以保障安全，個人信息的保存、刪除、公開和自動化決策應當遵守專門規則，個人信息的處理者應當具備適當的組織保障、制度保障和技術措施保障。《個人信息保護法》針對個人信息出境提供了四條合規路徑，分別為通過國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）組織的數據出境安全評估、簽署並向省級網信部門備案《個人信息出境標準合同》、申請《個人信息保護認證》以及遵照中國締結或者參加的國際條約或協定。違反《個人信息保護法》的規定處理個人信息或未履行相關個人信息保護義務的行為將導致相關單位受到警告、罰款、停業整頓、吊銷業務許可和營業執照，及／或甚至追究刑事責任。

針對三部綱領性法律均提及的與國家安全、公共利益及個人權益密切相關的數據處理活動，《關基保護條例》、《網絡安全審查辦法》、《數據出境安全評估辦法》及《個人信息出境標準合同辦法》等規定陸續出台，從數據處理者身份、數據類型和特殊數據處理活動等方面加強數據監管。

2021年7月30日，國務院頒佈《關基保護條例》並於2021年9月1日生效。根據《關基保護條例》，關鍵信息基礎設施是指公共通信和信息服務、能源、交通、水利、金融、公共服務、電子政務、國防相關科技行業的，以及其他一旦遭到破壞或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要行業及領域的網絡設施、信息系統等。《關基保護條例》規定，前述重要行業及領域的主管部門、監督管理部門是

負責關鍵信息基礎設施安全保護工作的部門，該等機構將根據認定規則負責組織認定本行業、本領域的關鍵信息基礎設施，及時將認定結果通知運營者，並通報國務院公安部門。被認定為關鍵信息基礎設施運營者後，其將承擔嚴格的運營者責任。

2021年12月28日，國家安全部等多個部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，並於2022年2月15日生效。《網絡安全審查辦法》規定關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當由網信辦設立的網絡安全審查辦公室進行嚴格的網絡安全審查。此外，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。如果網絡產品和服務、數據處理活動或海外上市行為影響或可能影響國家安全，網絡安全審查辦公室報中央網絡安全和信息化委員會批准後，可依照《網絡安全審查辦法》的規定進行網絡安全審查。根據《網絡安全審查辦法》，任何違規行為須根據《網絡安全法》及《數據安全法》進行處罰，包括政府執法行動和調查、罰款、處罰、暫停違規經營等。

2024年3月22日，網信辦頒佈《促進和規範數據跨境流動規定》，並自公佈之日起施行。《促進和規範數據跨境流動規定》對此前網信辦施行的《數據出境安全評估辦法》以及《個人信息出境標準合同辦法》進行了更新，明確了重要數據出境安全評估申報標準，提出未被相關部門、地區告知或者公開發佈為重要數據的，數據處理者不需要作為重要數據申報數據出境安全評估。

《促進和規範數據跨境流動規定》規定了免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證的數據出境活動條件：(i)國際貿易、跨境運輸、學術合作、跨國生產製造和市場營銷等活動中收集和產生的數據向境外提供，不包含個人信息或者重要數據的；(ii)在境外收集和產生的個人信息傳輸至境內處理後向境外提供，處理過程中沒有引入境內個人信息或者重要數據的；(iii)為訂立、履行個人作為一方當事人的合同，確需向境外提供個人信息的；(iv)按照依法制定的勞動規章制

度和依法簽訂的集體合同實施跨境人力資源管理，確需向境外提供員工個人信息的；
(v)緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全，確需向境外提供個人信息的；
(vi)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供不滿10萬人個人信息(不含敏感個人信息)的。

《促進和規範數據跨境流動規定》設立自由貿易試驗區負面清單制度。提出自由貿易試驗區在國家數據分類分級保護制度框架下，可以自行制定區內需要納入數據出境安全評估、個人信息出境標準合同、個人信息保護認證管理範圍的數據清單。前述負面清單經省級網絡安全和信息化委員會批准後，報國家網信部門、國家數據管理部門備案。自由貿易試驗區內數據處理者向境外提供負面清單外的數據，可以免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證。

《促進和規範數據跨境流動規定》明確了應當申報數據出境安全評估的兩類數據出境活動條件：(i)關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據；(ii)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據，或者自當年1月1日起累計向境外提供100萬人以上個人信息(不含敏感個人信息)或者1萬人以上敏感個人信息。同時，《促進和規範數據跨境流動規定》明確了應當訂立個人信息出境標準合同或者通過個人信息保護認證的數據出境活動條件，即關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供10萬人以上、不滿100萬人個人信息(不含敏感個人信息)同時不滿1萬人敏感個人信息。

歷史及發展

概覽

我們的歷史可追溯至20世紀80年代，即怡寶中國的前身中國龍環有限公司（「蛇口龍環」）設立之時。當時蛇口龍環由貴陽刺梨產品開發公司、招商局蛇口工業區供水公司（「蛇口供水」）及環亞股份有限公司共同成立，由尹英先生擔任第一任董事長。於1992年，「怡寶」和「C'estbon」商標由香港招商局發展有限公司轉讓予蛇口龍環。於1996年，本公司與蛇口供水就運營怡寶中國訂立合作協議，據此本公司及蛇口供水分別持有怡寶中國67.25%及32.75%的股權，而蛇口龍環的業務隨後由怡寶中國承繼。於1999年，本公司收購蛇口供水持有的怡寶中國餘下32.75%股權，據此怡寶中國成為本公司的全資子公司，並由本公司當時的唯一股東華潤（集團）委派黃鐵鷹先生擔任怡寶中國董事長。自此，怡寶中國的業務快速發展，推出了多品類的包裝飲用水及飲料產品。

本公司於1995年7月4日於英屬維爾京群島註冊成立為有限公司，並一直擔任本集團所有運營子公司的控股公司。於2024年4月16日，本公司由英屬維爾京群島遷冊至開曼群島。

在我們多元化的品牌組合下，我們不斷開發和提供各種優質包裝飲用水產品和飲料產品。根據灼識諮詢報告，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業，市場份額分別為18.4%及32.7%。

發展里程碑

下表載列我們業務發展的主要里程碑：

年份	事件
20世紀80年代..	我們的前身蛇口龍環成立。
1998年	我們獲邀請為「瓶裝飲用純淨水」國家標準的主要發起和起草單位之一。
2001年	我們升級「怡寶」品牌純淨水產品的包裝。

歷史、發展及公司架構

年份	事件
2007年	<p>我們採取「西進、東擴、北伐」的綜合性全國擴張戰略，以建立全國性的銷售和經銷網絡。</p> <p>我們發起「百所圖書館計劃」，一項長期、可持續的鄉村振興類型的志願服務項目，涉及向教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館。</p>
2009年	<p>我們前瞻性推出4.5升包裝飲用水。</p>
2011年	<p>我們推出包括「午後奶茶」、「火咖」及「魔力」產品在內的飲料產品。</p>
2018年	<p>我們推出風味水品牌「蜜水系列」。</p>
2019年	<p>我們成為TEAM CHINA／中國國家隊的首個合作夥伴，並與第七屆世界軍人運動會合作，強化我們「健康、安全、專業」的品牌形象。我們的產品成為「國家隊運動員的選擇」。</p> <p>我們推出果汁類飲料品牌「假日系列」。</p>
2021年	<p>我們推出中國草本植物飲料品牌「至本清潤」。</p> <p>我們助力70餘支國家隊日常訓練備戰補給及東京奧運會中國隊飲用水保障，並成為第十四屆全國運動會官方指定用水提供方。</p>
2022年	<p>我們優化產品組合，推出高端天然礦泉水品牌「怡寶露」、氣泡蘇打水品牌「FEEL」及果汁類飲料品牌「源自世界的廚房」等新產品。</p> <p>我們繼續擴大及完善我們的產能，包括開始建設宜興工廠及武夷山工廠在內的自有工廠，並就萬綠湖工廠訂立建設協議。</p>

歷史、發展及公司架構

年份	事件
2023年	<p>我們繼續擴大我們的產品組合，推出「橙橙假日」、「至本清潤」檸檬茶、「本優」瓶裝天然礦泉水及520毫升「怡寶」飲用天然水等新產品。</p> <p>我們的自有工廠(包括宜興工廠、碧優選工廠和南寧工廠(二期))陸續投產，生產能力持續穩步提升。</p>
2024年	<p>我們與中國足球協會超級聯賽建立冠名合作。</p>

本公司的主要股權變動

本公司的註冊成立

本公司於1995年7月4日於英屬維爾京群島註冊成立為英屬維爾京群島商業有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。於註冊成立後，本公司向華潤創業的全資子公司Rui Jun Investments Limited發行及配發一股股份，對價為1.00美元。

於1995年10月13日，該一股已發行股份由Rui Jun Investments Limited轉讓予華潤創業啤酒有限公司(現稱華潤雪花啤酒有限公司)，對價為1.00美元，該股股份隨後於2007年5月31日轉讓予華潤集團(飲料)，對價為1.00美元。於2011年1月18日，本公司向華潤集團(飲料)進一步發行及配發599股股份，對價為599美元。

向麒麟配發股份

於2011年8月19日，本公司向麒麟發行及配發400股股份，對價為474.7百萬美元，該對價乃經麒麟與我們公平磋商釐定，綜合考慮了投資時機、本公司及麒麟在大中華區的非酒精飲料業務的歷史及預期未來表現，以及本公司與麒麟之間的潛在業務合作及戰略聯盟。因此，本公司分別由華潤集團(飲料)及麒麟擁有60%及40%的權益。

麒麟為一家於東京證券交易所上市的日本公司，主要從事啤酒及飲料業務，並於全球多個行業(如食品、飲料、健康科學與製藥)的多個權益入賬被投資公司持有少數股權投資。除於本公司的少數股權投資外，麒麟亦自2011年起與本集團有業務合作。具體而言，(i)怡寶控股獲麒麟授權，可在中國大陸、香港及澳門生產、推廣及經銷具有麒麟知識產權的若干飲料產品，以及向其子公司及合作生產夥伴轉授該等知識產權，以代表本集團在中國生產及經銷。因此，我們推出了一系列與「麒麟」品牌合作的新產品，如「午後奶茶」、「火咖」及「源自世界的廚房」等，合作期限至2025年，並可經本公司與麒麟雙方共同同意續期；及(ii)怡寶控股獲授予於香港及澳門進口、營銷、推廣、銷售、經銷及轉銷麒麟生產的若干飲料產品的獨家專有權利。截至2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月，本集團銷售上述麒麟相關產品產生的收入分別佔2.0%、1.5%、1.4%及1.3%。

麒麟向Plateau轉讓股份

於2022年8月5日，Plateau以1,000百萬美元的對價收購麒麟持有的全部400股股份(「**2022年股份轉讓**」)，該對價乃參考投資的時機、我們的業務前景及可比公司的估值等多種因素，經公平磋商後釐定。包括華潤集團(飲料)及Plateau在內的各方於2022年4月8日訂立股東協議(「**股東協議**」)。請參閱「**首次公開發售前投資**」。於2022年股份轉讓完成後，本公司仍由華潤集團(飲料)持有60%的權益，並由Plateau持有40%的權益。

遷冊

於2024年4月16日，本公司由英屬維爾京群島遷冊至開曼群島。

股份拆細

於2024年4月21日，我們的股東議決(其中包括)將當時每股面值1.00美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000股每股面值0.0000005美元的股份(「**股份拆細**」)，股份拆細完成後，華潤集團(飲料)及Plateau分別持有1,200,000,000股及800,000,000股每股面值0.0000005美元的股份。

由於股份拆細，本公司的法定股本變為50,000美元，分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的普通股，其中2,000,000,000股普通股已發行及繳足股款。

我們的主要子公司

於往績記錄期間，我們有五家主要子公司對我們的經營業績作出重大貢獻。下表載列我們截至最後實際可行日期的主要子公司的詳情：

序號	主要 子公司名稱	註冊 成立地點	註冊 成立日期	註冊資本／ 已發行股本	本集團 應佔權益	主營業務
1.	怡寶控股	香港	2009年 11月23日	771,483,694.42 港元	100%	在香港及澳門銷售包裝飲用水及飲料產品、投資控股
2.	怡寶中國投資	中國	2011年 8月26日	83,290,359.29美元	100%	投資控股
3.	怡寶中國	中國	1996年 8月1日	人民幣 650,000,000元	100%	在中國生產及銷售包裝飲用水及飲料產品
4.	怡寶長沙	中國	2012年 10月17日	20,000,000美元	100%	在中國生產包裝飲用水及飲料產品
5.	怡寶成都	中國	2014年 9月1日	人民幣 166,670,000元	100%	在中國生產包裝飲用水及飲料產品

重大收購、出售及合併事項

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無重大收購、出售或合併事項。

首次公開發售前投資

概覽

於2022年2月16日，Plateau（「首次公開發售前投資者」）與麒麟訂立股份購買協議，據此，Plateau同意以1,000百萬美元的對價購買麒麟持有的全部400股普通股。有關Plateau的投資（「首次公開發售前投資」）詳情載列如下：

首次公開發售前投資者名稱	Plateau
已付對價金額	1,000百萬美元
已付對價釐定基準	對價乃經參考投資時機、我們的業務前景及當時的可比公司估值等多種因素後，由麒麟（作為賣方）與Plateau（作為買方）公平磋商釐定。
投資協議日期	2022年2月16日
對價結算日期	2022年8月5日
每股股份成本 ⁽¹⁾	1.25美元
發售價折讓 ⁽²⁾	30.7%
自首次公開發售前投資產生的 戰略裨益	我們認為，本公司可從首次公開發售前投資中獲益，原因是Plateau可憑藉其知識及過往投資經驗從非管理層角度向我們提供有關本集團發展戰略的專業意見。本公司亦可從Plateau對本公司的承諾中獲益，因為首次公開發售前投資顯示Plateau對本集團業務的信心，亦是對本集團表現、優勢及前景的認可。

附註：

- (1) 按對價除以股份拆細後Plateau持有的股份數量計算。於2024年4月21日，我們的股東議決（其中包括）當時每股面值1.00美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000股每股面值0.0000005美元的股份。請參閱「— 本公司的主要股權變動 — 股份拆細」。
- (2) 按假設發售價為每股股份14.00港元（即指示性發售價範圍13.50港元至14.50港元的中位數）計算。

禁售

Plateau已向香港聯交所承諾遵守上市規則第10.07(1)條的規定。

Plateau的權利

根據股東協議，Plateau擁有若干首次公開發售前投資者慣常獲授予的特殊權利，包括但不限於董事委任權、優先購買權及出售股份的隨售權、知情權及撤資權。股東協議（包括上述Plateau的特殊權利）將於上市時終止。於2024年4月21日，股東協議的所有訂約方訂立補充協議，據此，Plateau的撤資權將於緊接本公司就上市首次提交上市申請前自動終止，惟如此終止的撤資權將在以下較早時間自動恢復：(i)本公司的上市申請被適用的證券交易所拒絕或退回，且本公司已決定不就有關拒絕或退回的決定提出上訴；(ii)本公司的上市經股東一致同意後被暫停、撤銷或確定無法完成；或(iii)本公司因任何理由不能於2025年11月1日前上市。

有關Plateau的資料

Plateau於2022年1月12日在開曼群島註冊成立，主要以其自有資金從事對本公司的投資控股。Plateau Holding Limited主要投資於消費及醫療保健行業，目前未投資於與本公司存在或可能存在競爭關係的企業。Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Plateau Investment Limited由Plateau Holding Limited全資擁有，而Plateau Holding Limited由Dong Yi女士全資擁有。Plateau於2022年2月與麒麟達成共識並訂立一項購股協議，收購麒麟所持有的本公司40%股權，因此成為本公司股東。緊隨全球發售完成後，Plateau將持有本公司經擴大股本約34%（假設超額配股權未獲行使）。因此，Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau將於上市後成為我們的控股股東。

Dong Yi女士是一位經驗豐富的投資者，擁有10年左右的投資經驗。彼於2017年創立了Plateau Holding Limited。彼為Plateau的最終實益擁有人，目前擔任其董事。除於Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人的權益外，Dong Yi女士亦透過其全資擁有的公司Plateau Capital Limited及Plateau Group Limited（各自均為Plateau Consumer Fund, L.P.的有限合夥人，並不對其行使管理控制權）持有Plateau Consumer Fund, L.P.合計2.65%的有限合夥權益。據我們所知，Plateau Consumer Fund L.P.的其他有限合夥人彼此獨立。Plateau Consumer Fund, L.P.合共有17個有限合夥人。Plateau Consumer Fund, L.P.的最大有限合夥人銘宇有限公司持有其約36.8%的有限合夥權益且不參與其決策，為在香港註冊成立的投資控股公司，由中國銀行股份有限公司（一家於香港聯交所（股份代號：3988）及上海證券交易所（股份代號：601988）上市的公司）間接全資擁有。截至最後實際可行日期，除銘宇有限公司外，概無其他有限合夥人持有Plateau Consumer Fund, L.P.的20%或以上有限合夥權益或因其他方面被視為Plateau Consumer Fund, L.P.的主要有限合夥人。除了Plateau Capital Limited和Plateau Group Limited由Dong Yi女士全資擁有外，Plateau Consumer Fund L.P.的各有限合夥人均為獨立第三方。除本招股章程所披露者外，Dong Yi女士與本集團並無任何其他關係。

對首次公開發售前投資指引遵守情況

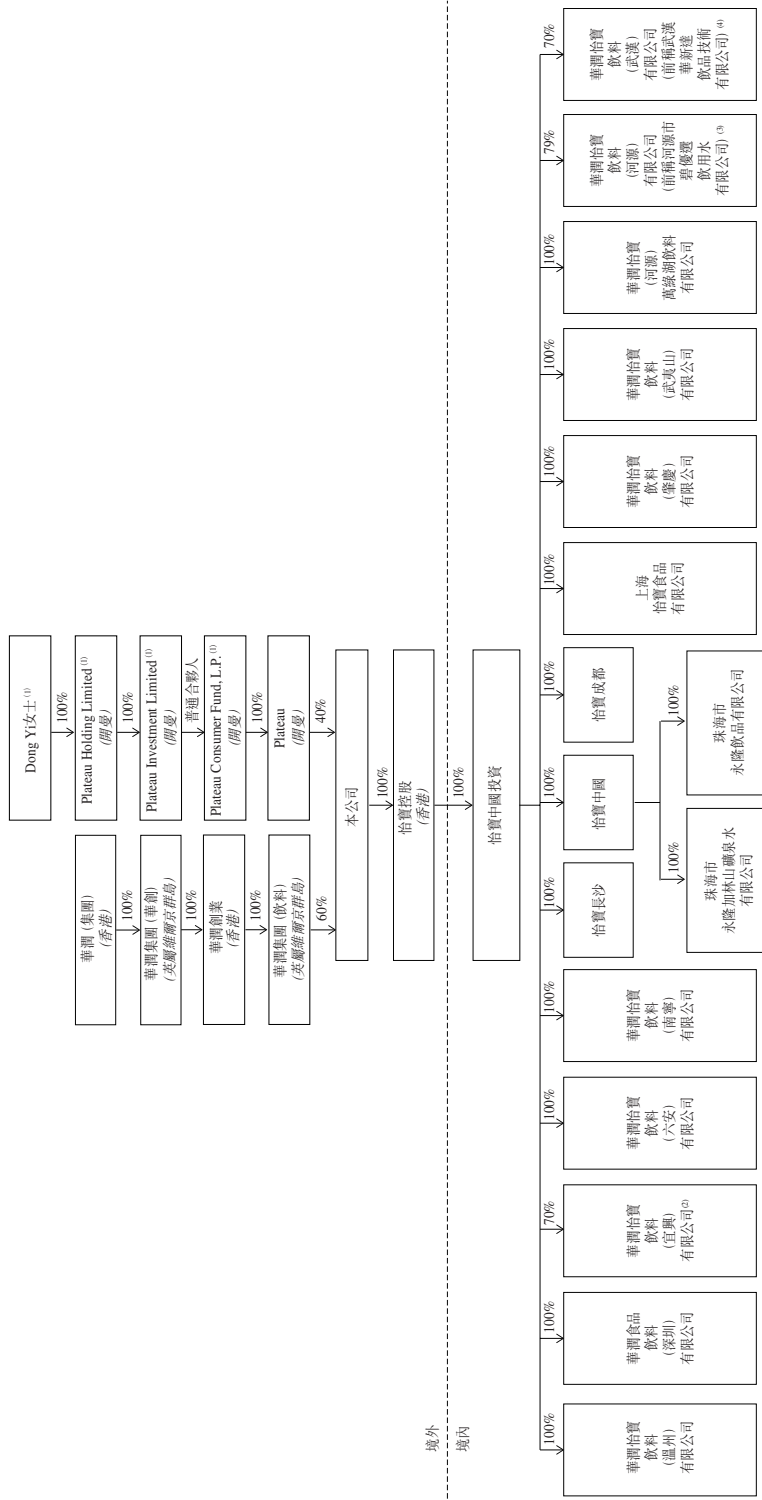
基於(i)首次公開發售前投資的對價已不可撤銷地於我們就上市向聯交所首次提交上市申請日期前超過28個完整日結算；(ii)授予首次公開發售前投資者的撤資權已於緊接本公司或他人代表本公司就上市提交上市申請前終止；及(iii)根據首次公開發售前投資的條款授予首次公開發售前投資者的所有其他特殊權利將於上市時終止，聯席保薦人認為，首次公開發售前投資符合聯交所發佈的《新上市申請人指南》項下的第4.2章。

公眾持股量

緊隨全球發售完成後（假設超額配股權未獲行使），華潤集團（飲料）及Plateau持有的2,000,000,000股股份（約佔上市後我們已發行股份總數的85.19%）就上市規則第8.08條而言將不被視為公眾持股量的一部分，因為該等股份由我們的控股股東持有。鑒於上文所述，本公司於全球發售完成後的公眾持股量（假設超額配股權未獲行使）將為約14.81%。

公司及股權架構

下圖載列本集團緊接全球發售完成前的公司架構：



附註：

- (1) 除於Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人的權益外，Dong Yi女士亦透過Plateau Capital Limited及Plateau Group Limited持有Plateau Consumer Fund, L.P.合計2.65%的有限合夥權益。
- (2) 華潤怡寶飲料(宜興)有限公司的餘下30%權益由獨立第三方無錫國睿城鄉投資發展中心(有限合夥)持有。
- (3) 華潤怡寶飲料(河源)有限公司的餘下21%權益由獨立第三方廣東碧優選實業控股有限公司持有。
- (4) 華潤怡寶飲料(武漢)有限公司的餘下30%權益由獨立第三方武漢華新達科技有限公司持有。武漢華新達科技有限公司為持有Plateau Consumer Fund, L.P.(我們的控股股東之一)少於5%合夥權益的有限合夥人的聯繫人。

概覽

我們的願景

做優、做強、成為世界一流綜合飲料企業。

我們是誰

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領先公司。根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。歷經40年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計），市場份額分別為18.4%及32.7%。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌，市場份額為32.7%。我們採取了與國際即飲軟飲行業龍頭企業類似的發展路徑，從具有市場領先地位的核心品類擴張至其他品類，推動我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。我們以包裝飲用水為核心、佈局更多飲料品類，不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，市場份額為4.7%，展示了我們在包裝飲用水及飲料產品方面的領導地位。

根據灼識諮詢報告，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速及淨利潤增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）均排名前二。以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。舉例來說，我們前瞻性地佈局中大規格包裝飲用水，於2021年至2023年，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。憑藉我們在包裝飲用水市場已建立的深入人心的「健康、安全、專業」的品牌形象、覆蓋全國的銷售網絡和產能佈局等寶貴資產，我們戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，在中國前十大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的飲料產品零售額增速（以

2021年至2023年的複合年增長率計)為最高。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等多個核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二，市場份額分別為38.5%及12.9%。

我們的控股股東之一華潤集團是一家總部位於香港的領先國有企業集團，於2024年位列《財富》世界五百強排名第72位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團下屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成分股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位。我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念。受益於彼此之間在銷售渠道、數字化、原材料採購、工程管理及ESG舉措等多領域的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。我們積極踐行社會責任，堅持「誠信出良品，責任出精品」的質量價值觀。於2019年，「怡寶」品牌成為「中國國家隊官方飲用水」，為70餘支中國國家運動隊提供安全健康的包裝飲用水及飲料產品，提供專業、健康的補給。為實現我們打造未來清涼飲品的使命，引領安全、健康和美好的生活，我們持續為消費者提供健康和優質的產品，推動「怡寶」成為深受信賴、深入人心的國民品牌。

於往績記錄期間，我們實現了收入的強勁增長、盈利水平的不斷提高及現金流的持續穩健。我們良好的財務表現與我們深入人心的品牌形象、高度契合消費場景的營銷策略、不斷研發創新以擴大產品組合、覆蓋全國的銷售及經銷網絡、與銷售網絡協同的綜合產能佈局息息相關。我們的收入由2021年的人民幣11,339.9百萬元增加至2023年的人民幣13,514.7百萬元，於2021年至2023年的複合年增長率為9.2%，並由截至2023年4月30日止四個月的人民幣3,939.6百萬元增加至截至2024年4月30日止四個月的人民幣4,149.8百萬元。同時，我們通過擴大自有產能控制生產成本，不斷優化供應鏈並提升數字化能力。我們亦採用更環保輕便的包裝材料、升級設備提升生產效率並向產業價值鏈的上游延伸(如自主完成注塑吹瓶等)，並通過全面的渠道覆蓋、銷售渠道的優化整合、物流倉儲效率的提升及運輸成本的優化，持續提升銷售效率。通過上述舉措，在收入強勁增長的同時，我們的盈利能力、運營效率以及現金流創造能力

亦得到持續改善。我們的期內利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加至2023年的人民幣1,331.4百萬元，於2021年至2023年的複合年增長率為24.6%，並由截至2023年4月30日止四個月的人民幣355.8百萬元增加至2024年同期的人民幣460.7百萬元。同時，我們的淨利潤率由2021年的7.6%上升至2022年的7.8%，並上升至2023年的9.9%，並進一步上升至截至2024年4月30日止四個月的11.1%。我們的經營活動所得現金淨額由2021年的人民幣827.2百萬元增加至2023年的人民幣1,718.2百萬元，於2021年至2023年的複合年增長率為44.1%，並由截至2023年4月30日止四個月的人民幣745.6百萬元增加至截至2024年同期的人民幣751.6百萬元。

我們的市場機遇

作為中國包裝飲用水行業的開創者及中國即飲軟飲行業的領先公司，憑藉我們強大的品牌知名度、全面的產品組合及廣泛的全國銷售網絡，我們有能力鞏固我們的市場領導地位並抓住新興機遇。

根據灼識諮詢報告，於2023年，中國即飲軟飲市場的零售額達到人民幣9,092億元。在中國城鎮化進程加快和人均可支配收入增加的推動下，消費者對即飲軟飲產品的購買力將不斷增強，預計到2028年中國即飲軟飲市場將擴大至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。隨著食品及飲料消費的健康意識不斷提高，若干產品品類（如包裝飲用水及無糖飲料）較其他類型的即飲軟飲產品更受歡迎。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，包裝飲用水是中國即飲軟飲市場中規模最大的品類，於2023年達到人民幣2,150億元；按複合年增長率計，包裝飲用水亦是中國即飲軟飲市場中增速最快的品類，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，並預計在2023年至2028年加速至7.9%，在2028年達到零售額人民幣3,143億元。根據灼識諮詢報告，按零售額計，飲用純淨水是包裝飲用水市場中規模最大的細分市場，中國包裝飲用水市場佔比為56.1%；按複合年增長率計，飲用純淨水亦是中國包裝飲用水市場中增長最快的細分市場，2018至2023年的複合年增長率為7.7%，並預計在2023年至2028年加速至8.3%，按零售額計2028年中國包裝飲用水市場佔比將提升至57.2%。作為中國包裝飲用水的開創者、中國即飲軟飲行業的領先公司，我們受益於所處行業的廣闊的市場規模和成長空間，為我們的業務持續增長、業績表現長青構築了堅實基礎。

此外，即飲軟飲龍頭企業一直在不斷豐富其產品供應，並擴大其各種品類的覆蓋範圍，以滿足消費者在口味、規格及消費場景方面不斷變化的需求。特別是，包裝飲用水和飲料產品之間的界限正變得越來越模糊，並出現風味水、氣泡蘇打水和其他類型的具有複雜口味、豐富口感和多種益處的飲料產品。除了對品牌和產品的需求不斷增長和多樣化外，中國社會對ESG的意識顯著提高。即飲軟飲企業通過採用可持續包裝材料等減碳舉措、實行水資源管理系統、促進社區共建等行動，表現出更堅定的承諾，使其發展戰略與社會價值觀及對ESG的期望保持一致。

我們的商業模式

我們致力於為消費者提供即飲軟飲產品，倡導健康、積極的生活方式。為此，我們密切關注生活方式的轉變和消費需求的發展，積極開展產品研發，以不斷豐富我們的產品種類。我們以體育營銷為重點的營銷策略一直是我們品牌成長的關鍵組成部分。自2013年起，我們一直與馬拉松等體育賽事深度合作。自2019年起，我們成為TEAM CHINA／中國國家隊合作夥伴，強化了我們「健康、安全、專業」的品牌形象。截至最後實際可行日期，我們擁有「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等13個品牌的產品組合、共計59個SKU。我們多樣化的產品組合覆蓋中國即飲軟飲市場的核心品類，如包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料等。經過多年的努力，我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，即以我們作為中國飲用純淨水市場第一品牌（按2023年零售額計的市場份額為32.7%）的「怡寶」品牌為核心，佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位。下圖列示截至最後實際可行日期我們的包裝飲用水及飲料產品。



我們主要通過覆蓋全國的銷售及經銷網絡銷售產品產生收入。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。根據灼識諮詢報告，於2023年，從區域分佈來看，我們的包裝飲用水產品在中國6大省份(即廣東、湖南、四川、海南、廣西及湖北)的包裝飲用水市場中佔有最高的市場份額。根據灼識諮詢報告，於2023年，該6大省份的包裝飲用水市場規模佔中國包裝飲用水市場總市場規模約30%，使該等省份成為包裝飲用水消費的核心市場。這些核心市場的領導地位展現了我們強大的市場競爭力，並將持續拓展到其他市場。根據灼識諮詢報告，於2023年，我們亦在中國另外17個省份的包裝飲用水市場中名列前茅，該17個省份的包裝飲用水市場規模佔中國包裝飲用水市場總市場規模約60%。與覆蓋全國的銷售網絡相匹配，我們亦策略性地部署了綜合產能佈局，實施了嚴格的質量管理體系，並建立了覆蓋全國的數字化的供應鏈管理能力。

我們的主要榮譽

我們對社會及環境責任的承諾，加上我們的營銷策略及技術進步，得到了社會各界的廣泛認可和讚譽。於2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會期間，我們保障了中國國家隊的包裝飲用水和飲料產品的穩定補給，並分別收到了參加這兩次奧運會的中國體育代表團的感謝信。於2021年，作為第十四屆全運會包裝飲用水官方供應商，我們的專業補給和服務廣受認可，例如收到我們作為其鑽石級別合作夥伴的香港體育代表團的感謝信。於2022年，我們榮獲由共青團中央和中央文明辦等頒發的「第六屆中國青年志願服務項目大賽銀獎」，彰顯我們對社會公益事業的奉獻與承諾。於2023年，我們的公益項目「鄉村振興音樂教室」榮獲《新週刊》頒發的「2023年美好公益大會•年度美好發聲獎項」，我們的公益項目「百圖計劃」在《南方週末》主辦的2023築夢者公益大會上榮獲「年度公益進取獎」。

我們的競爭優勢

我們相信，我們的業務成功及領先的市場地位乃由以下主要優勢所支撐。該等優勢緊密互連、彼此促進，令我們在激烈的市場競爭中具有可持續的、有凝聚力的核心能力。

我們是中國包裝飲用水行業的知名企業、中國即飲軟飲行業的領先公司，增長勢頭強勁、盈利持續提升

我們是中國包裝飲用水行業的開創者。以1990年「怡寶」牌包裝蒸餾水在廣東深圳問世為起點，「怡寶」是中國行業內最早完成商標註冊以及中國包裝飲用水市場最具知名度和美譽度的品牌之一。此外，根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一，我們也是中國即飲軟飲行業中最早突破千萬公噸年產量的企業之一。憑藉我們在中國即飲軟飲行業的悠久歷史及領先地位，我們積極參與中國包裝飲用水行業標準的制定。1998年，在組織制定「瓶裝飲用純淨水」國家標準時，我們有幸獲邀請為主要發起和起草單位之一。我們也在多個行業協會擔任要職，印證了我們在業內的領導地位和影響力，以及對中國包裝飲用水市場蓬勃發展至今的開創性貢獻。請參閱「一 獎項及認可」。

我們是中國即飲軟飲市場的領先公司。根據灼識諮詢報告，自2014年至2023年，按包裝飲用水的零售額計，我們已連續10年位居前兩名的位置。於2023年，我們在包裝飲用水市場的市場份額達到18.4%。自2012年至2023年，我們連續12年在中國飲用純淨水市場保持排名第一。於2023年，我們「怡寶」品牌飲用純淨水產品的零售額達到了人民幣395億元，市場份額達32.7%，約為排名第二企業的四倍，且超過排名第二至第五企業的總和，確立了我們在中國飲用純淨水市場的第一品牌地位。於2023年，我們售出逾146億瓶「怡寶」品牌水產品。「怡寶」品牌也是中國即飲軟飲市場中2023年零售額超過人民幣300億元的僅有的七個品牌之一。憑藉其標誌性的「小綠瓶」設計，「怡寶」品牌已在中國消費者心目中深深紮根。我們採取了與國際即飲軟飲行業龍頭企業類似的發展路徑，從具有市場領先地位的核心品類擴張至其他品類，推動我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。我們以包裝飲用水為核心、佈局更多飲料品類。因此，我們已成功打造多個知名品牌下的熱門產品。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，以2023年零售額計，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二，市場份額分別為38.5%及12.9%。

憑藉零售額規模優勢、領先的市場份額以及強大的品牌知名度，我們不斷增強我們的產品供應並擴大品類覆蓋範圍，以滿足消費者在口味、規格及消費場景方面不斷變化的需求，展現了強勁的增長勢頭，並持續提升盈利能力。根據灼識諮詢報告，自2021年至2023年，中國包裝飲用水行業的複合年增長率為4.1%，於同期，我們包裝飲用水產品的複合年增長率達到7.4%。此外，根據同一數據來源，同期我們飲料產品零售額以38.6%的複合年增長率增長，遠超行業平均水平的4.0%及其他頭部企業的增速。自2021年至2023年，我們的利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加至2023年的人民幣1,331.4百萬元，複合年增長率為24.6%。同時，我們的淨利潤率由2021年的7.6%上升至2022年的7.8%，並進一步至2023年的9.9%。根據灼識諮詢報告，在中國前五大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的零售額增速（以2021至2023年的複合年增長率計）及淨利潤增速（以2021至2023年的複合年增長率計）均排名前二。

我們戰略性地推行體育營銷以傳遞我們「健康、安全、專業」的品牌形象，通過多元化營銷全方位觸達更廣泛的消費人群

自我們的「怡寶」品牌旗下首個包裝飲用水產品問世以來，我們一直戰略性地側重並利用包裝飲用水消費場景與體育活動的高度契合性，持續推行體育營銷策略。體育賽事擁有廣泛的受眾群體，覆蓋多樣的傳播渠道並能夠向受眾傳達積極正面的品牌形象。國務院於2014年發佈《關於加快發展體育產業促進體育消費的若干意見》，將全民健身上升為國家戰略，提倡消費者更加關注健康積極的生活方式。對此，我們戰略性地推行體育營銷這一策略，向更廣泛的消費者群體有效傳達我們的品牌理念。

自2012年以來，我們已與各項備受推崇的國際及國內體育賽事建立合作夥伴關係，成功建立我們的綜合體育營銷梯隊，有效觸達全年齡段及不同地域的消費者群體。作為我們體育營銷的戰略重心，我們與TEAM CHINA／中國國家隊建立了戰略合作夥伴關係。此外，我們榮幸擔任第十四屆全運會的官方供應商並冠名中國足球協會超級聯賽（「**中超聯賽**」）。除頂級體育賽事外，我們積極參與全國馬拉松、校園跑賽事、全國和美鄉村籃球大賽（村BA）和「玄奘之路」戈壁挑戰賽等大眾體育賽事，鞏固和擴大我們觸達的消費者群體。請參閱「一 營銷及品牌推廣」。

與TEAM CHINA／中國國家隊的合作

我們自2019年起成為了TEAM CHINA／中國國家隊合作夥伴。經過多輪評審和篩選，我們的「怡寶」品牌成功成為了「中國國家隊官方飲用水」，滿足專業運動員對補水的嚴格要求及幫助他們保持最佳競技狀態。我們在2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會等重大體育賽事為TEAM CHINA／中國國家隊提供支持，以推廣我們的品牌及產品。我們持續為70餘支中國國家運動隊提供專業健康的包裝飲用水及飲料產品。從日常備戰到重大世界及國家級體育賽事，我們的產品陪伴在TEAM CHINA／中國國家隊運動員日常生活、訓練和參賽的方方面面。我們對TEAM CHINA／中國國家隊的大力支持，得到多個中國國家運動隊的認可與好評，收到多封感謝信。與TEAM CHINA／中國國家隊的合作，賦予我們的品牌更豐富的體育內涵，彰顯我們對產品質量的嚴格要求，同時亦顯著提升了消費者對我們的品牌認知。我們的合作以五年為一個週期，第一個週期於2019年年底開始，下一個週期的合作正在磋商中。

與馬拉松等體育賽事及埃魯德·基普喬格的深度合作

在中國包裝飲用水行業中，我們率先在馬拉松賽事中建立了強大的影響力。根據灼識諮詢報告，於2023年，中國共舉辦了622場馬拉松賽事（含半馬），參賽和觀賽總人數合計約3,800萬人次。截至最後實際可行日期，我們是中國包裝飲用水企業中與最多A類馬拉松賽事合作的企業。2013年至今，我們在組織及合作各項馬拉松賽事方面積累了豐富的經驗和專業知識，成為了多個城市馬拉松賽事的首選合作夥伴。我們的合作夥伴關係亦幫助馬拉松比賽成長為全民參與的熱點項目。我們聘請了馬拉松奧運冠軍埃魯德·基普喬格先生擔任我們的馬拉松推廣大使，我們與其合作夥伴關係從2023年3月持續至2026年3月。通過與馬拉松賽事以及基普喬格先生的深度合作，我們將我們的品牌與體育賽事實現強聯繫，為我們的即飲軟飲產品建立更廣泛的長期客群基礎。

與中超聯賽的冠名合作

我們的「怡寶」品牌包裝飲用水於2023年成為中國足球協會超級聯賽的官方飲用水，並於2024年2月至2026年12月期間與中國足球協會超級聯賽建立冠名合作。中超聯賽是中國最高水準的職業足球聯賽。以中超體育賽事為例，2023年，中超聯賽比賽

舉辦場次240場，現場觀賽、電視直播及網絡轉播觀看總人數約3.8億人次，受眾群體廣泛。中超聯賽賽季的長週期及廣泛覆蓋，以及中國足球協會不同聯賽、賽區的廣泛覆蓋有利於進一步提升我們在中國各個線級城市的市場認知度。

我們的體育營銷梯隊使我們的品牌通過多個傳播渠道觸達廣泛的受眾群體，與消費者建立了全面有效的聯繫。我們充滿活力的體育營銷策略使我們能夠不斷地有效提高我們的品牌認知度和認可度，推動「健康、安全、專業」的品牌形象更加深入人心，引領健康、積極的生活方式。

我們「健康、安全、專業」的品牌形象與消費者建立深度共鳴。我們對產品的高質量承諾和創新精神與體育賽事積極健康的形象和不斷挑戰自我、超越自我的體育精神不謀而合，使我們提供的多元化產品與消費者不斷增長的運動及健康消費需求深度契合。我們已連續18年開展客戶與消費者滿意度評估工作，滿意度持續保持良好的趨勢。根據灼識諮詢調查，在中國包裝飲用水品牌中，我們的「怡寶」品牌在品牌滿意度及複購率方面排名第一，在品牌提及率方面排名第二。特別地，在年輕消費者群體（18歲至35歲）中，「怡寶」品牌的品牌滿意度和品牌提及率高於在全年齡段人群的平均水平。

此外，我們通過多元化的營銷方式吸引更廣泛的消費者，為我們的品牌創造新的潛力。一方面，我們通過與多樣化的綜藝節目開展營銷合作提高我們的品牌在年輕人群體中的認知；另一方面，我們通過多場景、廣泛覆蓋的在途營銷，如在公交車、地鐵、高鐵、機場、電梯及大型戶外廣告牌上進行宣傳及廣告投放，讓產品觸達不同線級城市的消費者群體。請參閱「一 營銷及品牌推廣 — 綜藝節目營銷及在途營銷」。

我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇

根據灼識諮詢報告，包裝飲用水是中國即飲軟飲市場最大的產品品類，具有必需消費品屬性，主要滿足消費者基礎飲用需求。受城鎮化進程加快、可支配收入持續增長和消費水平提升、持續產品創新與市場細分化以及銷售渠道多元化的推動，包裝飲用水市場規模將持續提升。在持續鞏固和發展我們的「怡寶」品牌作為中國飲用純淨水市場第一品牌（按2023年零售額計的市場份額為32.7%）的同時，為把握中國包裝飲用水市場的持續增長機遇，我們通過豐富水種、拓展產品規格等方式，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣。作為瓶裝飲用純淨水行業標準及國家標準的制定者之一，結合

對不同消費場景下包裝飲用水發展趨勢的深刻理解，我們不斷推出多種規格的包裝飲用水產品，覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多個消費場景。我們主張「好水不分水種」，已相應拓展天然礦泉水、飲用天然水、氣泡蘇打水等產品，戰略佈局優質水源。於往績記錄期間，我們推出了「怡寶露」高端天然礦泉水、「本優」天然礦泉水、「FEEL」氣泡蘇打水及「怡寶」520ml飲用天然水，完成了飲用純淨水、天然礦泉水及飲用天然水三大主流水種佈局。

包裝飲用水產品的規模提升、多元化佈局是我們業務發展的核心驅動力之一。我們包裝飲用水業務產品開發戰略的一個成功案例為推出中大規格包裝飲用水產品。通過我們對消費者習慣及需求的精準洞察，我們於2009年前瞻性地推出4.5升的包裝飲用水產品，並隨後通過推出多款其他中大規格包裝飲用水產品，豐富了我們的SKU種類。自2020年起，我們在全國範圍的居民社區中積極開展中大規格包裝飲用水的產品推廣活動，並聯合經銷商實施多種推廣策略、提供多種配送模式。我們也積極與餐飲渠道開展合作，推廣中大規格包裝飲用水產品用於湯底等烹調用途。於2021年至2023年，我們的中大規格包裝飲用水產品收入及銷量的複合年增長率均超過10%，在我們包裝飲用水品類的收入佔比亦逐年穩步提升。

我們的飲料產品收入於往績記錄期間取得了令人矚目的增長，成功打造了我們業務發展的第二增長曲線。通過利用我們在包裝飲用水業務的強大品牌知名度、廣泛的銷售及經銷網絡和產能佈局，我們戰略性地進入了中國飲料行業中具有可觀增長空間的多個核心品類。我們圍繞包裝飲用水產品建立飲料產品矩陣，以滿足廣大消費者多元化的消費需求。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的飲料產品收入佔我們總收入的比例分別為4.6%、5.7%、7.9%及10.3%，我們的飲料產品收入於2023年超過人民幣10億元。我們成功打造出多款爆款產品，在中國即飲軟飲行業的若干核心品類均實現領先地位，例如包裝飲用水、茶飲料及果汁類飲料產品等。根據灼識諮詢報告，於2023年，除「怡寶」外，我們另有五個飲料產品品牌（即「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」、「火咖」及「午後奶茶」）零售額均超過人民幣1億元。我們不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，即以我們作為中國飲用純淨

水市場第一品牌(按2023年零售額計的市場份額為32.7%)的「怡寶」品牌為核心，佈局強大的其他飲料品牌組合，進一步鞏固我們的市場地位。該戰略發展格局已經並將持續推動我們的收入增長，提高我們的盈利能力和運營效率。於2021年至2023年，我們的飲料產品收入及銷量的複合年增長率分別為43.0%及40.7%，實現了令人矚目的、遠超行業平均增速的業績表現。

我們在飲料產品開發方面重要的成功之一是開發及推出「至本清潤」菊花茶。在廣東省，菊花茶歷來被認為是具有清涼去火、溫潤滋補功效的健康飲料，結合這一認知和該地區的消費習慣，我們戰略性地在茶飲料這一大品類中選擇了開發菊花茶這一子細分市場，以「經典滋味•記憶中的味道」的中式茶飲作為產品定位，打造受眾群體廣、口味清甜的暢銷單品。我們精選杭白菊及黃冰糖等優質原材料、結合現代飲料生產工藝，採用具有傳統美學、「國潮」風格的包裝設計，開發出「至本清潤」菊花茶產品。「至本清潤」菊花茶於2021年8月上市，於2023年零售額已達到人民幣756.4百萬元。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，「至本清潤」在中國菊花茶飲料市場排名第一，市場份額為38.5%。藉助「至本清潤」菊花茶的熱度，我們於2023年及2024年順勢推出「至本清潤」檸檬茶產品和酸梅湯產品，進一步豐富了我們的產品組合，鞏固了我們「至本清潤」品牌在飲料市場的市場地位。

我們極為重視研發創新，不斷推出不同產品以及對現有產品進行升級優化，進一步豐富產品矩陣。因此，我們持續深化佈局茶飲料、果汁類飲料、運動飲料等具有廣闊市場潛力的核心品類，鞏固多品類發展格局。截至2024年4月30日，我們擁有一支由77名人員組成的研發團隊，其中22名持有碩士學位，32名擁有工程師職稱，我們的大部分研發團隊均擁有多多年食品和飲料行業的經驗。於往績記錄期間，我們建立了感官及微生物耐熱菌領域的研究體系，並新增感官研究室、茶研究室和咖啡研究室，進一步擴大我們的研發能力。根據灼識諮詢報告，我們率先推出6升、12.8升中大規格包裝飲用水以滿足家庭消費場景的需求，並成功推出「佐味茶事」綠茶、「源自世界的廚房」海鹽荔枝、「怡寶露」高端包裝飲用水及「FEEL」氣泡蘇打水等產品，持續豐富我們在具有市場潛力的核心品類的產品佈局。

堅持「精耕細作，決勝終端」，我們建立了覆蓋全國的強管控、高效率的全面銷售及經銷網絡

我們的區域擴張策略

以1990年「怡寶」牌包裝蒸餾水在廣東深圳問世為起點，我們以廣東省為大本營，在華南地區及鄰近省份的包裝飲用水市場逐步建立起領先優勢。根據灼識諮詢報告，我們連續多年在廣東、湖南、四川、海南及廣西穩居包裝飲用水市場零售額排名第一。依託這些佔有領先優勢的省份作為根據地，我們於近年策略性地將長江沿岸市場作為我們區域擴張的重點方向，並已取得顯著成效。長江沿岸市場包括上海、江蘇、安徽、湖北、重慶、四川、西藏等7個省市，面積約2.2百萬平方公里，佔全國的23.1%，人口佔比24.8%，GDP佔比29.4%，按2023年零售額計，2023年長江沿岸市場的包裝飲用水市場份額約30%。根據灼識諮詢報告，在長江沿岸市場的7個省市中，按2023年零售額計，我們的包裝飲用水產品在2個省份（四川、湖北）排名第一、5個省份或直轄市（上海、江蘇、安徽、重慶、西藏）排名第二。

我們策略性地利用華南地區及長江沿岸市場人口稠密、經濟發達的先發優勢和強大影響力，持續深化在我們佔據領先地位的市場中的銷售網絡的覆蓋範圍，深耕在華北、華東沿海及全國其他地區的市場增長空間。在每個區域市場，我們均採取首先在重點區域快速實現領先優勢、建立根據地，再進一步輻射周邊更廣闊範圍的擴張策略，取得了良好效果。舉例而言，為全面開拓北方市場，我們首先在北京、遼寧、陝西建立起較強優勢，再以其作為根據地輻射周邊省份，分別帶動北部市場（北京、天津、河北及山西）、東北市場（黑龍江、吉林及遼寧）及西北市場（陝西、內蒙古、甘肅、寧夏、青海及新疆）2023年實現銷量快速提升，分別錄得16.0%、20.9%及31.7%的銷量同比增幅。

同時，我們積極踐行「粵港澳大灣區」戰略，藉助華潤集團的品牌影響力及自身銷售實力有效拓展港澳市場。根據灼識諮詢報告，我們是2023年香港包裝飲用水市場零售額最高的中國大陸企業。於2023年，我們在香港地區的銷量較2022年同比增長

157.0%。與香港的主要零售運營商建立合作，在「怡寶」品牌的包裝飲用水產品的帶動下，將「至本清潤」、「蜜水系列」、「佐味茶事」等多個品牌的飲料產品同步引入香港市場。

我們的銷售渠道策略

秉承我們「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們高度重視終端零售網點，特別是有潛力成為行業內具有示範效應和影響力的戰略性網點。我們採取全國統一的銷售渠道策略，例如「百城千店示範街」活動、「集體鋪市」活動及「綠地行動」活動，擴張我們產品覆蓋的終端零售網點。我們通過完成客情維護、市場調研、終端陳列及定期商用冷藏展示櫃檢查等工作，持續提升我們在零售網點的影響力。為進一步加大對零售網點的支持力度，我們增加了商用冷藏展示櫃的投放力度，2023年我們商用冷藏展示櫃的投放量為2021年的兩倍多。該策略方法促使零售網點的經營者貢獻更多資源以展示和銷售我們的產品，從而吸引更多的用戶、塑造更好的消費體驗。根據灼識諮詢報告，於2023年，以平均每個零售網點的包裝飲用水產品的零售額計，我們在行業中排名第一。我們持續加深與終端零售網點的合作關係，為多品類擴張打下了堅實基礎。舉例而言，在銷售我們的包裝飲用水的零售網點中，同時銷售我們的包裝飲用水及飲料產品的零售網點數量佔比，從2021年的50.6%提升到2023年的67.1%。

我們重視並積極拓展新興銷售渠道。自2014年以來，我們加快在線業務的發展與投入，截至最後實際可行日期已完成對中國主流電商平台的全覆蓋，包括天貓、京東、抖音、拼多多、美團、叮咚買菜、微信、快手、餓了麼、小紅書及盒馬鮮生。我們亦積極與實時電商合作，實現30分鐘到家業務的快速發展。於往績記錄期間，我們通過電商渠道實現的收入快速增長，2021年至2023年的複合年增長率為34.0%，於2023年達到人民幣709.8百萬元並於截至2024年4月30日止四個月達到人民幣240.4百萬元。我們採取了多元化的銷售策略，引入內容種草、直播帶貨等銷售手段，在新媒體平台進行營銷推廣。我們通過銷售和營銷部門無縫協作，精準把握消費者畫像，動態完善市場策略並提升我們的銷售額。舉例而言，通過精準捕捉年輕客戶的嘗試新事物的心態，我們特別針對年輕客戶集中的電商渠道開發了350毫升小規格的蜜水檸檬，滿足便攜及性價比需求，一經推出即成為2023年夏季抖音平台果汁類飲料品類銷量第一

的爆品，於2023年及截至2024年4月30日止四個月，通過電商渠道實現的銷量分別佔同期「蜜水系列」總銷量的23%及19%。此外，為進一步滲透至家庭市場，我們以「蜜蜂店」為載體拓展至小區銷售場景，選用低成本及可組裝式的設備，探索重點城市小區消費場景的產品適配及運營模式。此外，我們在全國範圍內與第三方智能終端零售設備運營商合作，位置主要集中在學校、醫院、工廠、旅遊景區及交通樞紐，以持續提升我們品牌認知、產品銷售和網絡覆蓋。

我們強大且專注的銷售團隊和有效的管理系統為我們強大的經銷網絡提供有力支持

我們成功構建了穩定發展、互利共贏、價值共享的強大經銷商網絡。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋中國超過兩百萬個零售網點。我們積極探索增量市場，提高對下沉市場銷售終端的滲透。我們累計所覆蓋的零售網點中位於國內三線及以下城市的佔比由截至2021年12月31日的51.2%增至截至2022年12月31日的54.6%及至截至2023年12月31日的55.9%，並進一步增至截至2024年4月30日的57.2%，展現了我們在下沉市場強大的渠道開拓能力。我們擁有一支強大而專注的銷售團隊。截至2024年4月30日，我們擁有超過8,700名一線銷售人員。根據灼識諮詢報告，以團隊規模和銷售效率衡量，我們是中國即飲軟飲行業內自有銷售團隊最為強大的企業之一。

我們認為，由我們自有的銷售人員主導零售網點的服務和維護運營對我們的銷售渠道策略至關重要，可在快消品行業提供高效的動員能力。我們擁有敬業且經驗豐富的銷售團隊，其中銷售人員平均擁有超過6年經驗、銷售管理團隊平均擁有超過18年相關經驗。我們的一線銷售人員與各零售網點的經營者保持密切溝通，通過定期實地考察及全方位支援(包括維護、管理及指導)培養及維護合作夥伴關係。通過準確了解零售網點的競爭格局、消費者偏好、產品定價及渠道庫存狀況，以及通過全流程追溯管理系統收集渠道庫存情況和產品的流通信息，以促進高效的生產調度，我們的銷售團隊能夠有效地構建結構良好的銷售網絡，提高不同品類產品(尤其是我們快速發展的飲料產品)的市場滲透，增強對渠道的影響力和客戶黏性。

我們已制定強有力的經銷商管理及合作機制，主要包括招投標程序、區域劃分原則、訂單及結算管理、業務目標制定及評估、營銷支持及培訓課程等，以提升我們的經銷網絡管理水平及效率。我們已實施CRM-SUP系統(客戶關係管理支持系統)，以持續優化一線銷售團隊的效率。該系統將整個工作流程簡化為一個標準化的在線操作系統，可通過手持設備方便地進行管理。CRM-SUP系統有效地協助我們處理關鍵業務流程，包括規劃業務訪問、處理訂單、安排推廣及監督績效，從而顯著提高我們的運營效率及戰略決策。請參閱「一 信息技術」。於往績記錄期間，平均而言，我們每位一線銷售人員根據實際業務需求拜訪及維護零售網點數量持續提升。

我們建立了與覆蓋全國的銷售網絡有效協同的綜合產能佈局，持續推動降本增效

我們建立了與全國銷售網絡無縫協同的綜合產能佈局。截至2024年4月30日，我們在全國擁有13家已投產的自有工廠及31家合作生產夥伴，從事包裝飲用水產品及飲料產品的生產。我們的生產工廠戰略性地佈局於中國人口密集的19個省及直轄市，實現半徑300至500公里內一線城市及新一線城市全覆蓋。我們為工廠選址時遵循「1+N」的模式，通常包括在我們於每個地區的大型工廠附近設置數家衛星生產工廠。這種模式使得我們的產能佈局緊密圍繞核心市場，實現產地銷售以降低運輸半徑及運輸成本，同時實現了靈活且有效的生產供應，以滿足不斷變化的市場需求。

我們強大的生產能力使我們可以滿足即飲軟飲產品不同種類、規格及品類的多樣化生產要求。於2023年，我們的包裝飲用水及飲料產品總產量合計達到13.5百萬公噸，日產能最高可達440萬箱，屬於行業領先水平。我們戰略性地重視擁有優質水資源的區域市場，使我們能夠為消費者提供安全、健康、優質的產品，並確保產品能夠達到或超越國家標準規定。我們積極進行佈局，以獲取廣東省萬綠湖、福建省武夷山及湖北省丹江口等優質水源建設或擴大我們的生產工廠。我們正在逐步從「以銷定產模式」轉向「產銷動態平衡模式」。在傳統的「以銷定產模式」下，銷售部門根據市場需求制定銷售計劃，生產部門根據銷售計劃和工廠產能確定生產計劃，採購和物流資源由不同部門分別協調。而在新的模式下，通過建立生產中心、運營中心和行銷中心三大

中心，實現了生產、銷售、物流和採購的更高效的工作分工和流程優化。具體來說，運營中心動態匹配生產和銷售，同時負責統籌採購、庫存和物流管理。該模式允許根據市場變化快速且靈活調整生產計劃和採購策略，從而提高生產效率、降低運營成本，並更靈活地回應市場需求。因此，我們能夠更好地利用重大機遇，更好地迎合及滿足各地區不斷變化的消費者需求及偏好。

在確定不同區域市場的生產工廠選址時，我們會戰略性地評估是建設自有工廠或是與合作生產夥伴進行合作，以實現規模擴張和生產效率的無縫結合，並持續優化成本管控及效率。在成熟市場、具有長期增長潛力的市場或擁有優質水源或供水充足的地區，我們戰略性地建設自有工廠，以提高我們的產能及運營效率。於往績記錄期間，我們的已投產自有工廠產能持續提升，於2023年年產量超過4.4百萬公噸，相比2021年增加16.5%。為進一步提升我們自有工廠的產能及生產效率，我們已為工廠引進先進的設備。此外，我們與合作生產夥伴建立了緊密的業務關係，使我們能夠匹配充足的產能以滿足市場需求。我們已與合作生產夥伴訂立排他性安排，以按照我們指定的技術及質量控制標準生產包裝飲用水產品。通過戰略性的自有生產設施佈局及對合作生產夥伴的深度掌控，我們通過充分利用產能佈局的運輸半徑，逐步確立了區域市場優勢，提高了市場份額並優化了物流能力，實現了有效的成本管控。

自成立以來，我們始終注重產品的質量和安全性，率先採用先進的生產技術和水源管理措施。我們制定了覆蓋產品整個價值鏈（適用於我們的自有工廠及合作生產夥伴）的統一質量標準。我們嚴格遵守與食品安全及質量管理相關的準則、規範及實施標準，所有參與包裝飲用水生產的生產工廠均已獲得FSSC22000/ISO22000食品安全管理體系認證。此外，我們總部的實驗室於2015年獲得了中國合格評定國家認可委員會(CNAS)的認可。作為華潤集團旗下專門的即飲軟飲企業，我們積極踐行社會責任，堅持「誠信出良品，責任出精品」的質量價值觀。基於對消費者需求的充分了解，我們不斷提升質量管理能力，創造價值，從而保障我們的可持續發展。請參閱「一 質量控制」。

我們亦建立了數字化的供應鏈管理能力，從而提高了我們生產及運輸效率，同時確保了業務的穩步擴張。舉例而言，面對歷史期間地緣政治因素導致的PET價格高漲，我們通過AI輔助原材料及包裝材料管理系統幫助我們在原材料及包裝材料採購過程中獲得價格優勢。該系統的相關技術已獲得國家發明專利。另外，我們通過IT系統實現對原材料及包裝材料以及製成品的準確溯源，以掌控存貨統計、追蹤銷售情況，確保產品質量安全；我們還通過IT系統計劃訂單統籌、優化物流配送解決方案等，大幅提升運營效率。憑藉與合作生產夥伴的緊密合作，我們積極向產業價值鏈的上游進行延伸，降本增效項目如自主完成注塑環節、瓶型優化及將套標替換為貼標等加速落地，有效提升了我們的盈利水平。

秉持「品牌基石，責任為先」的理念，我們彰顯企業擔當，積極推動綠色可持續發展

作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們與華潤集團及其旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念，以堅定不移地踐行社會責任和推動福利事業發展而聞名。秉承「品牌基石，責任為先」的理念，我們積極配合國家政策、踐行社會責任、促進社會福祉。作為一家在企業社會責任方面處於領先地位的企業，我們建立了一套健全的管理體系。自2014年以來，我們始終恪守承諾，每年都會發佈企業社會責任（「CSR」）報告，這標誌著我們十年來持之以恆的責任感。我們通過各種溝通渠道與利益相關方積極互動，將消費者及員工的期望融入我們的CSR價值鏈。

我們致力於踐行社會責任，為更廣泛的社區作出積極貢獻。多年來，我們一直支持慈善事業，積極參與公益活動。我們通過各種舉措彰顯我們對社會責任的承諾，例如「百所圖書館計劃」（簡稱「百圖計劃」），其旨在為教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館，是一個長期、可持續的鄉村振興類志願服務計劃。「百圖計劃」於2007年啟動，截至2024年4月30日已連續開展18年，深入至全國20個省份、五個自治區和三個直轄市，累計捐贈落成公益圖書館240所，募集圖書超百萬冊，受益兒童過百萬，得到了社

會各界的廣泛認可和讚譽。此外，我們亦建立「救災公益快速響應機制」，通過捐贈物資及志願者工作，積極參與地震、洪水和其他災害的受災地區的救災工作。請參閱「一環境、社會及管治事宜－社區參與」。

此外，我們致力於實現碳達峰及碳中和（「雙碳」）目標，並堅持綠色發展的原則。2022年，我們推出了雙碳管理策略，包括碳足跡核查、產品碳足跡及碳中和實施計劃。特別是在日常業務過程中，我們主動實施環保政策及措施。我們亦利用廣泛的宣傳及品牌知名度，積極推動環保宣傳，為可持續發展作出貢獻。請參閱「一環境、社會及管治事宜－環境及社會議題」。

通過參與社會公益活動、推動綠色發展，我們向公眾傳遞我們積極踐行社會責任的堅定決心，這些行動也有效地提升了社會各界人士對我們企業形象和品牌的認知度，有助於打造互信、共贏的生態系統，促進了我們與利益相關方的良性互動和可持續發展。

我們由具有遠見卓識的管理團隊領導，並得到了股東的強大戰略支持

具有遠見卓識的管理團隊是我們贏得競爭的關鍵。我們的高級管理層在快消品及即飲軟飲行業平均擁有10年以上的工作經驗，竭力提供高質量的包裝飲用水和飲料產品，為公眾帶來安全、健康和美好的生活體驗，並致力於利用他們的商業智慧、豐富經驗以及敏銳的市場洞察力，帶領團隊實現穩定和可持續的業務增長，請參閱「董事及高級管理層」。

優秀可靠的員工是我們成功的基礎。我們建立了完備且富有成效的人力資源管理體系，包括與業務戰略相適配的幹部選拔流程、系統化的分層分類人才培養模式、有效驅動業務發展的全員績效管理方法、有競爭力的薪酬分配與多元激勵機制，以塑造可持續發展的組織能力。我們尤其注重人才梯隊建設，持續推動中基層管理人員輪崗歷練，加速年輕人才的成長發展，加大專業技術領域的人才引進，致力於打造一支高素質專業化的員工隊伍。我們的人才發展體系充分彰顯了「尊重人的價值、開發人的潛能、升華人的心靈」的理念，源源不斷的員工在這裡實現了自己的人生夢想。

我們得益於股東的強大戰略支持。我們的控股股東之一華潤(集團)是一家總部位於香港的領先國有企業集團，於2024年位列《財富》世界五百強排名第72位。其核心業務包括大消費、綜合能源、城市建設運營、大健康、產業金融、科技及新興產業。華潤集團下屬企業中有八家在香港聯交所上市，九家在中國大陸A股市場上市。值得一提的是，華潤啤酒、華潤電力、華潤置地和華潤萬象生活均被納入香港恒生指數成份股。作為華潤集團旗下專注於即飲軟飲的企業，我們在華潤集團的大消費板塊佈局中佔有重要地位，且我們與華潤集團及華潤集團旗下相關業務單元擁有共同的企業文化理念。受益於彼此之間在銷售渠道、數字化、原材料採購、工程管理和ESG舉措等多方面的協同效應，我們能夠進一步提高運營效率，擴大市場份額，提升品牌影響力。舉例而言，我們的包裝飲用水及飲料產品通過華潤萬家遍佈全國的商超進行銷售，增加品牌曝光和消費者觸達。我們亦與中國主要的PET材料供應商華潤化學建立了長期合作關係，以優化產品成本結構，向消費者提供安全、標準、高質量的產品。請參閱「關連交易」。

我們的戰略

提升渠道效率、加速全渠道擴張

秉承「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們將有效管理和拓展銷售渠道視為企業持久發展的關鍵。為了鞏固我們的市場領導地位，我們將在持續加強及拓展銷售渠道的同時，堅持不懈地完善我們的全面銷售網絡。

- 我們計劃進一步發揮我們在傳統渠道的優勢。我們將利用現有優勢，繼續致力於積極適應銷售渠道不斷變化的趨勢，提高一線銷售團隊的能力和效率，從而進一步激發我們傳統渠道的積極性，提升運營效率。我們的戰略包括持續推動區域擴張、提升經銷質量、提高對下沉市場零售網點的滲透、增加銷售終端的曝光率、在戰略性零售網點加強不同品類的產品陳列及設備擺放及提高產品銷量和品牌知名度，從而持續提高我們的品牌聲量和市場滲透。
- 我們將加強銷售渠道拓展，完善全面銷售網絡，最大限度地覆蓋消費者。我們將進一步探索電商渠道的機遇，擴大用戶覆蓋，並繼續通過智能終端

零售設備、餐飲、航空、酒店等多樣化渠道深入觸達消費者，拓展線下市場。我們將因地制宜地探索各區域和渠道的發展策略，為我們的產品尋求新的銷售增量。

擴張及優化產能，提高供應鏈效率

我們的目標是提高我們的產能和優化供應鏈效率，以加強我們的業務運營。憑藉我們現有的生產線及全面的物流網絡，我們旨在擴張自有工廠以優化我們的產能，並延伸我們在產業價值鏈中的覆蓋範圍，從而提高我們生產的穩定性及效率。

- 我們擬戰略性建設自有工廠，擴大及改善現有工廠，以確保生產安全、效率及可擴展性，實現降本增效。我們將繼續通過「1+N」模式優化產能佈局。
- 我們計劃擴大及延伸自有生產線，使其覆蓋整個產業價值鏈，尤其是注塑吹瓶等創造價值較高的環節，以提高我們的利潤率。我們亦計劃進一步引進先進的生產設備，以提升自動化水平和規模經濟效益。
- 我們將利用集水陸鐵運輸於一體的綜合性物流網絡，提升自有倉儲庫容能力並投入自動化和智能化倉儲建設。該等措施將提升運營效率，實現有效的成本控制。
- 我們將繼續優化水資源和能源資源的管理和利用效率，積極助力「雙碳」目標的實現。我們經優化的包裝材料和包裝方式體現了環保和可持續發展的理念，同時也實現了降本增效。
- 我們計劃通過積極識別及獲取更多的天然水及天然礦泉水水源，擴大我們的優質水源，從而豐富我們的水產品種類，擴大我們的市場份額。

堅持體育營銷策略，強化品牌知名度，加強與消費者的互動

我們堅信品牌建設與產品銷售相結合，致力於通過我們全面的營銷策略增強品牌活力、知名度和美譽度，強化品牌及擴大我們的消費者覆蓋面，從而提高我們的銷售額。

- 我們將體育營銷視為我們經營策略不可或缺的一部分，以助力我們的市場擴張。通過與TEAM CHINA／中國國家隊、馬拉松及中超聯賽等賽事合作，鞏固我們作為體育營銷領先公司的品牌形象，彰顯我們對卓越和高質量的承諾。憑藉我們與頂級體育賽事合作的經驗，我們計劃建立一個強大的「怡寶」體育營銷矩陣。策略性地把握國際性、全國性大型賽事的寶貴契機，以及加強與大眾體育賽事的合作，進一步擴大我們品牌的知名度及認知度，加強與消費者的溝通以及鞏固消費者基礎。
- 我們計劃優化我們的營銷資源，實現品牌知名度與銷量的協同增長。我們立足長遠，不斷適應市場新趨勢，提升品牌推廣效益，促進銷售增長。利用在線渠道的快速傳播能力以及在途營銷的廣泛影響力和強大曝光率，我們將引領廣告及推廣的新趨勢，不斷創新營銷活動形式及內容。
- 我們將進一步打造一支高質素的售後服務和客戶支持團隊，以提供令客戶滿意的服務。我們將密切關注消費者的反饋和需求，不斷改進我們的產品和服務，在消費者中樹立良好的口碑。我們計劃繼續加強消費者互動及參與。例如，我們於2023年9月推出了一家直接面向消費者的線上銷售商店，通過直接收集消費者的反饋意見，使我們能夠與消費者保持更密切的聯繫。

加快拓展新產品品類，加強研發投入

我們計劃通過擴大產品種類和提高產品質量來鞏固我們的領先地位。憑藉深耕銷售終端所累積的深刻消費者洞察及行業領先的研發能力，我們將繼續秉承「客戶至上」的原則，為我們的消費者提供豐富的優質產品。

- 我們致力於通過擴大我們的產品矩陣，提升我們的品牌定位及消費者認可。我們旨在豐富包裝飲用水產品及擴充水種，以滿足更廣泛的消費者需求。此外，我們的目標是進一步滲透市場潛力巨大的飲料品類，包括茶飲料、果汁類飲料、碳酸飲料和運動飲料等。

- 我們擬持續提高我們對消費者需求的了解。通過積極開展全面研究和利用技術創新，我們將能夠以創新、實用的方式，滿足消費者對於產品安全、營養、健康及口味的需求。

整合產業價值鏈並探索潛在收購，利用市場機會助力業務增長

我們的目標是通過整合產業價值鏈和尋找潛在收購對象來抓住市場機遇。我們的增長戰略包括兩個方面：一是有機增長，二是收購產業價值鏈上有價值的資產或品牌。我們致力於在國內及海外尋找及整合具有戰略意義的潛在合作和收購目標。我們將在仔細篩選和評估後，考慮併購優質即飲軟飲行業產業鏈企業，以釋放增長潛力。除於2024年1月收購我們的前合作生產夥伴之一武漢華新達飲品技術有限公司（現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）作為我們生產擴張計劃的一部分外，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發現任何主要目標以進行合夥、兼併或收購或訂立該等相關協議。

推進數字化轉型，構建互聯互通的管理體系，提升運營效率

我們重視科技創新和數字化轉型，以提升運營效率。我們的目標是在銷售、運營、生產和物流領域建立數字化基礎設施，從而推動採購、運輸和生產流程的智能化。通過整合尖端技術和數字系統，我們努力建立一個互聯、智能和高效的管理系統。這種方法使我們能夠實現運營和管理的可視化，從而提高運營效率。我們對數字化創新和轉型的承諾，彰顯了我們對卓越運營的執著追求。

堅持不懈地吸引、培養和留住頂尖人才，推動組織進步

人力資源是我們的核心競爭力之一，因此我們致力於加強人力資源管理，擴大人才儲備，確保留住關鍵人才。我們計劃完善招聘和培訓體系，吸引具有良好教育背景、技術專長和全球視野的高素質人才。我們已經建立並將不斷完善人才選拔和晉升

業 務

機制，為員工提供具有競爭力的薪酬和全面的福利保障。我們致力於建立專業高效的管理體系，鼓勵員工充分發揮創造力，保持核心團隊的積極性和穩定性，及時進行組織調整，不斷提高運營效率。

我們的品牌及產品

我們致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在我們多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲，主要包括「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」及「佐味茶事」等品牌。我們精心打造了一系列市場領先的產品組合，主要分為兩類：包裝飲用水產品和飲料產品，在中國消費者中得到廣泛認可。截至最後實際可行日期，我們的產品組合合計包括13個品牌及59個SKU。

下表載列於所示期間我們按產品品類劃分的收入：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
包裝飲用水產品.....	10,817,805	95.4	11,905,738	94.3	12,446,560	92.1	3,624,024	92.0	3,720,746	89.7
小規格瓶裝										
水產品 ⁽¹⁾	6,922,561	61.0	7,484,417	59.3	7,715,685	57.1	2,298,777	58.3	2,317,541	55.9
中大規格瓶裝										
水產品 ⁽²⁾	3,469,225	30.6	3,962,285	31.4	4,242,914	31.4	1,177,076	29.9	1,258,838	30.3
桶裝水產品 ⁽³⁾	426,019	3.8	459,036	3.6	487,961	3.6	148,171	3.8	144,367	3.5
飲料產品.....	522,076	4.6	717,038	5.7	1,068,168	7.9	315,573	8.0	429,085	10.3
合計.....	11,339,881	100.0	12,622,776	100.0	13,514,728	100.0	3,939,597	100.0	4,149,831	100.0

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

業 務

下表載列截至最後實際可行日期我們按品牌和產品品類劃分的主要產品的若干主要資料：

產品品類	品牌	描述	品牌推出時間	單瓶容量	終端客戶建議零售價	SKU數量
包裝飲用水產品.....	怡寶	瓶裝／桶裝 飲用純淨水	1990年代	350毫升、400毫升、 555毫升、1.18升、 1.55升、2.08升、 4.5升、6升、 12.8升及18.9升	人民幣1.5元至 人民幣23元	10
		瓶裝飲用純淨水 及飲用天然水		520毫升及5升	不適用 ⁽¹⁾	3
	怡寶露	玻璃瓶裝高端 天然礦泉水	2022年	350毫升及750毫升	人民幣15.0元至 人民幣30.0元	2
	本優	瓶裝天然礦泉水 及飲用天然水	2023年	350毫升及555毫升	人民幣1.5元至 人民幣2.0元	3
	加林山	桶裝天然礦泉水及 飲用純淨水	2010年	18.9升	人民幣18.0元至 人民幣22.0元	2
茶飲料產品.....	FEEL氣泡 蘇打水 ⁽²⁾	罐裝／瓶裝氣泡 蘇打水	2022年	330毫升及480毫升	人民幣3.0元至 人民幣4.0元	4
	至本清潤 ⁽³⁾	草本植物飲料	2021年	310毫升、450毫升、 1升及1.5升	人民幣3.0元至 人民幣8.5元	8
	佐味茶事	無糖茶飲料	2019年	430毫升	人民幣5.0元	3
	午後奶茶	奶茶飲料	2011年 ⁽⁴⁾	430毫升及500毫升	人民幣4.0元至 人民幣5.0元	3
果汁類飲料產品.....	蜜水系列 ⁽⁵⁾	風味水	2018年	350毫升及480毫升	人民幣4.0元至 人民幣5.0元	7
	假日系列	低濃度果汁	2019年	440毫升及1.5升	人民幣4.0元至 人民幣8.5元	5
	源自世界 的廚房	低濃度果汁	2022年	500毫升	人民幣5.0元	1
其他產品.....	魔力	運動飲料	2011年 ⁽⁴⁾	500毫升	人民幣5.0元	3
	火咖	咖啡飲料	2011年 ⁽⁴⁾	180毫升、260毫升、 280毫升及440毫升	人民幣3.5元至 人民幣6.0元	5

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，我們的「怡寶」品牌下若干瓶裝水SKU不進行零售。
- (2) 我們在「FEEL」品牌下擁有兩個碳酸飲料SKU，分別為330毫升及480毫升的青檸味罐裝及瓶裝氣泡蘇打水。
- (3) 我們在「至本清潤」品牌下擁有一個果汁類飲料SKU，為450毫升的「至本清潤」酸梅湯。
- (4) 「午後奶茶」、「魔力」及「火咖」品牌的推出時間指我們與「麒麟」品牌建立戰略合作關係並開始將其作為我們產品組合的一部分銷售該等產品的時間。
- (5) 我們在「蜜水系列」品牌下擁有一個碳酸飲料SKU，即480毫升的蜜水檸檬果汁汽水。

有關我們按品類劃分的銷量、平均售價、毛利及毛利率的詳細分析，請參閱「財務資料－合併損益表的主要組成部分－收入」、「財務資料－合併損益表的主要組成部分－毛利及毛利率」及「財務資料－經營業績」。有關我們產品市場份額的詳情，請參閱「行業概覽－競爭格局」。

包裝飲用水產品

我們以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們以「怡寶」為核心品牌的包裝飲用水產品產生的收入分別為人民幣10,796.8百萬元、人民幣11,887.4百萬元、人民幣12,405.3百萬元、人民幣3,616.4百萬元及人民幣3,691.8百萬元，分別佔同期包裝飲用水產品總收入的99.8%、99.8%、99.7%、99.8%及99.2%。根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年我們在中國包裝飲用水市場排名第二，並在中國飲用純淨水市場排名第一，市場份額分別為18.4%及32.7%。截至2024年4月30日，我們的包裝飲用水產品包括「怡寶」、「怡寶露」、「本優」及「FEEL」品牌下的瓶裝水產品以及「怡寶」和「加林山」品牌下的桶裝水產品。我們的包裝飲用水產品的保質期通常為自生產日期起約18個月，而我們的瓶裝氣泡蘇打水及罐裝氣泡蘇打水的保質期通常分別為9個月及12個月。

瓶裝水

怡寶

我們於上世紀90年代推出「怡寶」品牌，是中國最早專業化生產包裝飲用水的龍頭企業之一。與我們的品牌主張「你我的怡寶」一致，我們致力於為消費者提供包裝飲用水，以滿足消費者的日常補水及在體育活動中有效補充水分的需求。我們也是瓶裝飲用純淨水國家標準的主要發起和起草單位之一。「怡寶」產品採用先進的生產技術，確保淨化純度比中國國家標準更加嚴格。經過數十年對產品研發和品控的努力，「怡寶」已成為中國包裝飲用水市場的先行者，也是中國最受歡迎的包裝飲用水品牌之一。

我們的小規格瓶裝水產品一直是「怡寶」品牌的旗艦產品，深受中國消費者青睞。自2001年推出以來，「小綠瓶」的經典形象幫助我們迅速獲得市場認可，並在包裝飲用水市場上獲得可觀的市場份額，為我們樹立品牌地位及聲譽作出重大貢獻。為迎合個人消費者、家庭及辦公場所不斷增長的用水需求，我們擴大了產品線，推出超過1升的中大規格瓶裝水產品。該戰略性擴展乃為直接應對中國消費者習慣的動態變化及市場對此類產品日益增長的需求。此舉是由於消費者飲水安全的意識不斷提高以及在各種家庭飲水場景中更加青睞包裝飲用水。我們分別於2020年及2021年推出6升及12.8升規格的包裝飲用水，以滿足多元消費場景。我們亦於2023年及2024年推出有著不同包裝規格及水種的包裝飲用水產品的新SKU，以進一步豐富我們的產品種類。我們的「怡寶」瓶裝水產品系列包括不同規格選擇，專為各種飲用場景及消費需求而設計。

下圖載列我們的「怡寶」瓶裝水產品：

個人便攜飲用場景 (1升以下)



家庭、餐飲及戶外場景 (1升以上)



怡寶露

「怡寶露」於2022年推出，是我們推向高端包裝飲用水市場的高端天然礦泉水品牌，專為高端商務場所、酒吧、星級酒店，高級餐廳和咖啡廳等高端消費場景量身定制。「怡寶露」的產品取自地下120米深處的加林山水源地，偏硅酸含量穩定、水質優良，以自然純淨的形象來彰顯產品的簡約與品質。

「怡寶露」包裝採用設計優雅的玻璃瓶，瓶型自然流線的造型，結合了露滴圓潤的自然形態。瓶身正面印有中文「露」字及法文「L'eau」字樣，結合中外文化意象，加持多元藝術的魅力，提升品牌氣質。截至2024年4月30日，我們擁有兩個「怡寶露」SKU，即350毫升及750毫升的兩種規格選項。下圖列示我們的「怡寶露」產品：



本優

我們的本優品牌旨在提供清新優質的日常飲水體驗，以不超過人民幣2.0元的實惠建議零售價提供天然礦泉水及飲用天然水。其簡約時尚、具有親近感的設計靈感源自大自然中的陽光和水滴元素。其品牌名稱亦完美融入瓶身設計之中，採用與傳統環繞式標籤不同的設計，展現其優雅之美。截至2024年4月30日，我們有兩個本優SKU，即350毫升及555毫升的兩種規格選項。於2024年8月，我們推出555毫升的本優飲用天然水，以進一步豐富我們的產品組合。下圖列示我們的本優產品：



本優天然礦泉水 (350毫升)



本優天然礦泉水 (555毫升)



本優飲用天然水 (555毫升)

FEEL

「FEEL」於2022年推出，是一款零糖、零脂肪、零熱量、零山梨酸鉀，暢爽無憂的氣泡蘇打水產品，為消費者帶來清爽口感。「FEEL」品牌旨在為消費者提供可在任何場合享用的健康飲品。截至2024年4月30日，「FEEL」有兩個氣泡蘇打水SKU，分別為330毫升及480毫升。下圖列示我們的「FEEL」產品：



FEEL (330毫升)



FEEL (480毫升)

桶裝水

怡寶桶裝水

我們旗艦品牌「怡寶」旗下推出的桶裝純淨水產品「怡寶桶裝水」旨在滿足家庭和辦公場所對大規格飲用水產品日益增長的需求。截至2024年4月30日，我們擁有一個「怡寶桶裝水」SKU，即18.9升。下圖列示我們的「怡寶桶裝水」產品：



18.9升
怡寶桶裝水

加林山

「加林山」於2010年推出，是我們專為滿足大量補水需要而提供的便捷且可持續的補水解決方案的標桿產品。我們的加林山桶裝水採用天然礦泉水生產。我們亦擁有加林山品牌下的子品牌「永隆」，銷售桶裝純淨水產品。截至2024年4月30日，我們擁有兩個加林山品牌下的SKU，即18.9升桶裝規格的天然礦泉水及飲用純淨水。下圖列示我們的加林山產品：



18.9升
加林山桶裝水(天然礦泉水)



18.9升
永隆桶裝水(純淨水)

飲料產品

近年來，我們通過在產品組合中引入飲料產品（如茶飲料產品及果汁類飲料產品），不斷豐富不同品牌下的產品組合，以滿足消費者不斷變化的偏好。於往績記錄期間，我們推出的產品包括但不限於「至本清潤」下的茶飲料、「佐味茶事」下的新口味無糖茶飲料及「假日系列」下的新口味果汁類飲料。我們的飲料產品的保質期通常為自生產日期起計約 12 個月，而奶茶飲料及咖啡飲料的保質期通常為9個月。

茶飲料

我們目前有三個品牌的茶飲料產品，包括「至本清潤」草本植物飲料、「佐味茶事」無糖茶飲料以及「午後奶茶」其他茶飲料。

「至本清潤」

「至本清潤」於2021年推出，是一個中式草本植物飲料品牌，致力於向消費者傳達中式經典以及東方生活美學。「至本清潤」產品專為不同年齡段的廣大消費者群體在不同季節和場景飲用而設計。「至本清潤」產品以中國傳統地方經典風味為基礎研發而成，旨在幫助消費者發掘中國草本植物飲料清新甘甜的口感，呼應其「經典滋味•記憶中的味道」的市場定位。

截至2024年4月30日，我們擁有八個「至本清潤」SKU，包括各種規格的「至本清潤」菊花茶、各種規格的「至本清潤」檸檬茶以及「至本清潤」酸梅湯。根據灼識諮詢報告，「至本清潤」系列產品於2021年8月上市後，銷量迅速上升並在一年內零售額超過人民幣1億元。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，「至本清潤」在中國菊花茶飲料市場排名第一，市場份額為38.5%。「至本清潤」菊花茶採用杭白菊和黃冰糖精心調配而成，具有甘甜和花香。

我們通過推出新口味和不同規格選擇不斷擴大產品組合，以滿足多元的消費者需求。2023年2月，我們選擇推出了一種新口味—「至本清潤」檸檬茶，這是一款獨特的混合茶飲，選用雲南省的大葉種紅茶，並注入檸檬汁。為了開拓相對空白的市場，我們於2023年推出了大包裝菊花茶及檸檬茶。同年，我們推出了310毫升的小規格「至本清潤」菊花茶和檸檬茶，以滿足消費者對線上購物的偏好。透過提供多種包裝規格，

我們的「至本清潤」產品可滿足更廣泛的消費場景，從而迎合更廣泛的消費者口味和偏好。基於我們「至本清潤」品牌的成功打造，我們在2024年3月推出了「至本清潤」酸梅湯，進一步拓寬了我們的飲料產品矩陣。下圖列示我們的「至本清潤」產品：



佐味茶事

「佐味茶事」於2019年推出，以「零糖也好喝」為主張，其目標人群是追求精緻口感、注重健康的年輕消費者。作為無糖茶品牌，「佐味茶事」融合茶湯原有風味與零糖、零脂肪、含膳食纖維的健康屬性，提供健康好喝的無糖茶選擇，適合在工作、用餐或休閒時飲用。

截至2024年4月30日，我們擁有三個「佐味茶事」SKU：「佐味茶事」烏龍茶、「佐味茶事」紅茶及「佐味茶事」綠茶。下圖列示我們的「佐味茶事」產品：



午後奶茶

2011年，為了豐富我們的產品組合，迎合飲料市場更大的消費者群體，我們與「麒麟」品牌建立戰略合作，此後開始銷售「午後奶茶」作為我們的產品組合的一部分。「午後奶茶」系列以其柔滑度和奶香為特色，旨在為消費者提供高品質和健康的奶茶選擇。「午後奶茶」產品採用精選紅茶與進口奶源精製而成，脂肪含量低且不含反式脂肪酸。

截至2024年4月30日，我們擁有三個「午後奶茶」SKU：「午後奶茶」經典原味、「午後奶茶」巧克力口味及「午後奶茶」願事之茗。下圖列示我們的「午後奶茶」產品：



500毫升

「午後奶茶」經典原味



500毫升

「午後奶茶」巧克力口味



430毫升

「午後奶茶」願事之茗

果汁類飲料

我們目前有三個品牌的果汁類飲料產品，即「蜜水系列」、「假日系列」及「源自世界的廚房」。其中，蜜水系列、假日系列為我們果汁類飲料的主要品牌。

「蜜水系列」

「蜜水系列」創立於2018年，是一款定位於年輕消費者的果汁類飲料，專為工作、休閒及其他娛樂時刻而設計的風味水品牌。「蜜水系列」產品優選果汁與蜂蜜低溫調配，達到每瓶5%的足量果汁。我們的「蜜水系列」產品採用無菌冷灌裝工藝生產，其中的果汁原料採用冷鏈運輸，從而保留了果汁和蜂蜜混合的新鮮口感。

截至2024年4月30日，我們擁有五個「蜜水系列」SKU：350毫升及480毫升的蜜水檸檬、蜜水白柚、蜜水百香及蜜水橙橙。於2024年5月，我們不斷擴大產品種類，進一步推出了蜜水檸檬果汁汽水及350毫升的蜜水百香。下圖列示我們的「蜜水系列」產品：



「假日系列」

我們的果汁類飲料品牌「假日系列」創立於2019年，是一款老少皆宜、美味可口的低濃度果汁類飲料。「假日系列」適用於各種場合和情景，包括戶外、工作和學習，以及朋友和家庭聚會，建立品牌「歡樂、放鬆、愜意」的形象。我們的「假日系列」產品選用來自優質產地的果汁原料，進一步通過無菌冷灌裝工藝製成，能夠保留果汁的原汁原味，並為消費者帶來香甜可口的飲用體驗。

截至2024年4月30日，我們擁有五個「假日系列」SKU：用博巴爾(bobal)葡萄汁製成的440毫升及1.5升的葡萄假日、用橙汁製成的440毫升及1.5升的橙橙假日以及用白桃汁製成的440毫升的桃桃假日。下圖列示我們的「假日系列」產品：



其他飲料

魔力

繼於2011年與「麒麟」品牌開始戰略合作後，我們開始將「魔力」產品納入品牌矩陣，此後於2014年「魔力」成為我們的自有飲料產品品牌。「魔力」是一款運動飲料品牌，為運動愛好者提供可靠的能量補給來源，以「隨時補充水分和電解質」為品牌主張。「魔力」專為熱衷於運動並尋求清新飲品的人士而設。截至2024年4月30日，我們擁有三個「魔力」品牌SKU：「魔力」維他命檸檬味、「魔力」氨基酸西柚味及「魔力」電解質椰子水味（電解質飲料）。下圖列示我們的「魔力」產品：



500毫升

「魔力」維他命檸檬味



500毫升

「魔力」氨基酸西柚味



500毫升

「魔力」電解質椰子水味

火咖

2011年，我們與「麒麟」品牌開始戰略合作，並且將「火咖」納入品牌矩陣。該合作將「直火烘焙」這一咖啡製作方式納入我們的產品組合，這種生產工藝可令咖啡豆釋放固有香氣。截至2024年4月30日，我們擁有五個「火咖」SKU，包括意式香濃拿鐵、意式倍醇拿鐵、意式拿鐵咖啡、美式冰咖啡及奶泡拿鐵。下圖列示我們的「火咖」產品：



180毫升

意式香濃拿鐵



280毫升

意式倍醇拿鐵



440毫升

意式拿鐵咖啡



440毫升

美式冰咖啡



260毫升

奶泡拿鐵

與麒麟的關係

根據與麒麟品牌的戰略合作，我們相繼引進了「午後奶茶」、「火咖」及「源自世界的廚房」產品作為我們產品組合的一部分。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們與麒麟品牌合作的產品所產生的收入分別為人民幣227.2百萬元、人民幣187.4百萬元、人民幣192.7百萬元及人民幣53.2百萬元，分別佔同期我們總收入的約2.0%、1.5%、1.4%及1.3%。我們與麒麟品牌的合作預計將於2025年到期，且我們並無計劃與其他品牌合作以取代麒麟。我們一直致力於包裝飲用水產品的多樣化，豐富包括茶飲料、果汁類飲料、碳酸飲料及運動飲料在內具有巨大市場潛力的飲料品類，具備了2025年前推出多種自有品牌飲料產品的條件。考慮到我們不斷努力引進飲料產品以豐富產品組合以及於往績記錄期間我們與麒麟合作帶來的收入貢獻，董事認為，我們與麒麟品牌的合作到期不會對我們的業務運營產生重大不利影響。

產品之間的協調

為避免產品之間的競食，我們採取了以下措施：

- *產品差異化*：我們在水種、產品設計和規格方面創建了差異化的品牌和產品品類，以滿足特定客戶群的需求。
- *定價策略*：我們實施了與各品牌定位相一致的差異化定價策略，在產品之間有明確區分。
- *有針對性的營銷和分銷*：針對不同的產品品類，我們採取了量身定制的營銷策略和不同的分銷地理覆蓋範圍，以觸達每種產品的特定客戶群，確保產品觸達目標受眾。
- *品牌口號*：我們為不同的產品品類制定了清晰的品牌口號和價值觀，以引起目標受眾的共鳴，傳達獨特的價值主張。

於往績記錄期間，我們的產品銷量呈增長趨勢，我們並無發現我們的產品之間出現任何嚴重競食現象，這說明我們在整個產品組合的產品差異化方面取得了成效。

我們的銷售網絡

我們已建立廣泛的銷售網絡，觸達眾多消費者，提高我們的品牌聲譽並夯實我們的競爭優勢。經過多年努力，截至最後實際可行日期，我們已建立起一個由經銷商及次級經銷商組成的全面經銷商網絡，使我們能夠有效地接觸到廣泛的消費者群體。我們亦與全國性及區域性商超、連鎖便利店及電商平台等若干客戶保持直營關係。下表載列我們於所示期間按客戶貢獻劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
經銷	10,047,300	88.6	11,195,213	88.7	11,923,447	88.2	3,547,233	90.0	3,672,700	88.5
直營	1,292,581	11.4	1,427,563	11.3	1,591,281	11.8	392,364	10.0	477,131	11.5
合計	<u>11,339,881</u>	<u>100.0</u>	<u>12,622,776</u>	<u>100.0</u>	<u>13,514,728</u>	<u>100.0</u>	<u>3,939,597</u>	<u>100.0</u>	<u>4,149,831</u>	<u>100.0</u>

我們在中國擁有遍佈全國的經銷商網絡，覆蓋我們所有的銷售渠道，包括傳統渠道、現代渠道、餐飲渠道、特通渠道、電商渠道及其他渠道。我們的直營覆蓋除傳統渠道之外的大部分銷售渠道。有關銷售渠道的定義，請參閱「行業概覽－銷售渠道」。憑藉強大的傳統渠道經銷能力，我們建立了一個深入滲透的銷售和經銷網絡。基於在傳統渠道的競爭優勢，我們進一步拓展了其他渠道，包括現代渠道、餐飲渠道、特通渠道和電商渠道。於往績記錄期間，我們的大部分收入來自傳統渠道。

下表載列我們於所示期間按地理位置劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

地理位置 ⁽¹⁾	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
南部地區	4,368,373	38.5	4,333,433	34.3	4,391,811	32.5	1,150,782	29.2	1,246,935	30.0
東部地區	2,809,599	24.8	3,635,992	28.8	4,006,147	29.6	1,228,515	31.2	1,203,660	29.0
西南地區	1,463,676	12.9	1,719,123	13.6	1,897,664	14.0	604,889	15.4	620,934	15.0
中部地區	1,655,698	14.6	1,854,867	14.7	1,864,426	13.8	535,200	13.6	527,993	12.7
其他地區	1,042,535	9.2	1,079,361	8.6	1,354,680	10.0	420,211	10.7	550,309	13.3
合計	<u>11,339,881</u>	<u>100.0</u>	<u>12,622,776</u>	<u>100.0</u>	<u>13,514,728</u>	<u>100.0</u>	<u>3,939,597</u>	<u>100.0</u>	<u>4,149,831</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 南部地區、東部地區、西南地區及中部地區均位於中國大陸，而其他地區則包括遼寧、北京及中國大陸其他地區以及香港及澳門。

業 務

截至2024年4月30日，我們擁有一支強大而專注的前線自有銷售團隊，由超過8,700名銷售人員組成，於往績記錄期間累計覆蓋中國逾兩百萬個零售網點。為保持與零售網點的緊密聯繫及溝通，我們要求銷售人員根據實際業務需求拜訪及維護更多的零售網點。我們的銷售人員平均擁有超過六年的經驗，而我們的銷售管理人員平均擁有超過18年的經驗。為進一步加強我們在全國範圍內的銷售及營銷協作能力，我們聯合各業務部門開展「集體鋪市」行動。這一戰略舉措旨在讓我們的銷售團隊全面了解市場，從而消除潛在盲點，擴大市場覆蓋範圍。同時，我們亦為其他非營銷部門的僱員提供了一個深入了解我們銷售業務的機會，從而培養一支更具凝聚力及有見識的員工隊伍。

經銷

截至2024年4月30日，我們與超過1,000家經銷商合作。我們與經銷商的合作在擴大我們的地理覆蓋範圍、推動產品銷售及提高市場滲透率以實現可持續增長方面發揮著重要作用。我們的經銷商通常為某一地區（如某一省份或某些城市）內擁有渠道資源的貿易公司。彼等通常從事食品及飲料批發及經銷活動。我們實施嚴格的篩選及評估機制，定期拜訪我們的經銷商，以關注彼等的表現。下表載列截至所示日期我們按經銷商負責銷售區域所在地劃分的中國經銷商數量明細：

	截至12月31日						截至4月30日	
	2021年		2022年		2023年		2024年	
	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%
地理位置 ⁽¹⁾								
南部地區...	195	18.0	187	17.6	195	18.3	203	16.9
東部地區...	119	11.0	125	11.8	136	12.7	171	14.3
西南地區...	349	32.1	312	29.4	285	26.7	310	25.9
中部地區...	66	6.1	64	6.0	72	6.7	92	7.7
其他地區...	357	32.9	372	35.1	380	35.6	422	35.2
合計	<u>1,086</u>	<u>100.0</u>	<u>1,060</u>	<u>100.0</u>	<u>1,068</u>	<u>100.0</u>	<u>1,198</u>	<u>100.0</u>

(1) 南部地區、東部地區、西南地區及中部地區均位於中國大陸，而其他地區則包括遼寧、北京及中國大陸其他地區以及香港及澳門。

我們與經銷商的安排

我們採用經銷模式並通過經銷商銷售我們的產品。我們允許經銷商根據業務需要向次級經銷商銷售他們的產品。請參閱「我們的銷售網絡－經銷－次級經銷商」。我們通常與經銷商訂立標準經銷協議，該等協議本質上為買賣協議。我們於往績記錄期間使用的標準經銷協議的主要條款載列如下：

- **期限。**經銷協議的期限通常為一年。
- **經銷區域。**我們通常為經銷商劃分經銷區域。
- **銷售及績效目標。**為了激勵經銷商達成或超額達成月度及年度銷售目標及促進新產品的銷售，我們根據我們的激勵計劃釐定激勵金額。我們並無設定最低採購要求。
- **定價及物流政策。**我們向經銷商收取的採購價格因(其中包括)生產成本、物流、品牌定位、渠道利潤水平及市場競爭而異。我們的經銷商可以自行提貨或要求我們安排將產品運送到經銷商與我們協定的地點。我們亦向經銷商提供建議零售價。
- **付款。**我們通常要求經銷商在產品交付前付款，並會在考慮合作歷史及信用狀況評估等因素後，按個案基準授出信貸期。
- **風險轉移。**風險於我們的經銷商或承運商提貨後轉移。
- **存貨。**經銷商須根據我們的指引維持合理的產品存貨水平，以避免庫存短缺。
- **儲存。**我們要求經銷商提供妥善的儲存倉庫及場地，以保護我們的產品免受高溫、水、蟲害、有毒物質、異味物質和其他任何有害物質的損害，並確保我們的產品適合人類健康食用，符合《食品安全法》及相關法規的要求。
- **退貨安排。**除非產品質量問題是由我們造成的，否則我們通常不允許經銷商向我們退回產品。對於因這一原因退回的產品，我們會向經銷商退款或做沖賬處理。根據灼識諮詢報告，我們的產品退貨安排符合行業慣例。
- **終止。**我們有權終止與違反經銷協議的經銷商的合同。我們在經銷協議中列出了可能導致違約的幾種情況，例如經銷商連續三次未能按指定時間交付產品或未能達到協議規定的業績目標。

經銷商管理

為更好實現「精耕細作，決勝終端」的銷售渠道策略，我們已建立強有力的經銷商管理及合作機制，包括招標程序、區域覆蓋範圍釐定、訂單及結算管理、業務目標制定及評估、營銷支持、培訓及評估以及庫存管理。我們的DMS系統進一步增強了我們的經銷商管理及合作機制，該系統旨在幫助我們有效管理與經銷商的合作關係。請參閱「— 信息技術」。

我們與經銷商建立了穩固的互信及長期合作關係。我們通過品牌建設、產品銷售、銷售渠道開發、市場情報及其他推廣支持為我們的經銷商提供一系列支持，幫助彼等提高業績。例如，我們鼓勵我們的銷售團隊每週拜訪經銷商，協助產品陳列佈置及銷售訂單維護。我們亦邀請經銷商積極參與我們的推廣及營銷活動。

我們甄選潛在經銷商的標準主要包括資質及執照、聲譽、市場覆蓋範圍、行業經驗、財務狀況、倉儲能力、人員配置、管理能力及滲透零售網點的能力。我們的銷售團隊定期拜訪我們的經銷商並審查彼等的業績以維持我們經銷系統的高效運作。我們的銷售團隊亦根據多項標準對經銷商進行評估，主要包括其銷售表現、庫存水平、陳舊存貨管理、均衡提貨執行、推廣活動的協調，以及經銷網絡發展及擴大方面的合作情況。

此外，我們有一系列管理政策來管理我們的經銷商：

- **安全庫存管理。**我們要求經銷商維持相關產品的安全庫存水平，以向其客戶供應產品，確保產品供應穩定及有效應對自然災害等突發狀況。我們向經銷商提供DMS系統，以記錄庫存水平及其他相關信息，並與經銷商保持定期溝通。
- **均衡提貨管理。**為保持產品供應穩定，並減少市場投機行為，我們要求經銷商每月應按照其已購買產品的指定比例進行均衡提貨。
- **價格折扣。**倘經銷商主動參與我們的銷售推廣活動，我們可能會給予彼等一定的價格折扣。
- **定價政策。**為便於管理，我們將建議定價體系納入經銷協議及與次級經銷商訂立的三方協議中。我們亦已實施一般監控措施，例如走訪零售網點，以監控我們產品在市場上的價格水平。請參閱「— 低渠道擁堵風險」。此外，倘我們的經銷商或次級經銷商的銷售價格低於建議價格水平，並導致跨區域銷售等競食行為，我們可能會根據我們的內部管理措施對該等經銷商或次級經銷商處以罰款。

我們相信，我們的標準協議以及經銷商管理政策使我們能夠充分激勵經銷商積極營銷並銷售我們的產品，使我們對經銷網絡擁有充分的控制力。

經銷商變動

下表載列於所示期間的經銷商總數及其變動：

	截至12月31日止年度			截至4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
期初經銷商數量	1,114	1,086	1,060	1,068
期間內新增經銷商數量 ⁽¹⁾	109	155	173	184
期間內已終止經銷商數量 ⁽²⁾	137	181	165	54
期末經銷商數量	1,086	1,060	1,068	1,198

附註：

- (1) 新增經銷商指於特定期間與我們訂立經銷協議及／或在我們的系統中開設新賬戶的經銷商。
- (2) 已終止經銷商指於特定期間不再與我們訂立經銷協議的經銷商及／或關閉其在我們系統中的賬戶的經銷商。

於往績記錄期間，我們積極尋求與我們的業務策略無縫匹配的最佳經銷商管理方法。我們與新的經銷商建立業務關係的主要原因是常規替換原有經銷商及擴大市場覆蓋面。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們分別與109家、155家、173家及184家經銷商建立了業務關係。我們與經銷商終止業務關係，主要與經銷商的銷售業績欠佳、未能遵守我們的經銷商管理政策，或經銷商因其經營變更或其他自身原因而要求終止有關。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們分別與137家、181家、165家及54家經銷商終止了業務關係。經銷商數量於2021年至2023年各期末保持相對穩定，並於截至2024年4月30日止四個月有所增加，原因是截至2024年4月30日止四個月我們的新增經銷商數量高於2023年，此乃主要由於我們於2024年進行業務擴展，且我們通常於上半年與新經銷商開始業務關係。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與該等終止經銷商並無重大未解決糾紛或訴訟。對於已終止與我們業務關係的經銷商，倘彼等仍有剩餘存貨，除質量問題外，我們將不接受產品退貨（經銷協議已訂明）；而是通常與其他經銷商協調以接管其剩餘存貨（如有）。

獨立性分析

我們制定並實行政策，以防止現有僱員為我們的任何經銷商工作或擁有其股權。此外，我們的內部控制政策確保我們的經銷商享有平等對待。據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們的所有經銷商均為獨立第三方。於往績記錄期間，我們的經銷商與我們之間並無僱傭、融資或親屬關係，惟極少數經銷商或彼等各自的實益擁有人（視情況而定）為我們的前僱員除外，而該等經銷商或彼等各自的實益擁有人於往績記錄期間各期產生的收入不超過我們當期總收入的0.5%。該等由我們的前僱員擔任法定代表人的經銷商乃通過公開競聘程序，遵循與他人相同的標準，憑藉其資質及能力成為我們的經銷商，且其經銷協議的主要條款與其他經銷商的經銷協議主要條款一致。於往績記錄期間，我們並無積極尋求與前僱員建立業務關係。我們對所有經銷商實施相同的管理政策，而我們與該等經銷商的交易定價乃基於適用於我們與其他經銷商交易的相同因素。

次級經銷商

為更好地滲透地方市場，我們允許經銷商通過次級經銷商營銷及銷售我們的包裝飲用水產品及飲料產品。我們與次級經銷商的合作使我們能夠利用他們對當地市場的瞭解，透過深化低線城市及鄉鎮的市場滲透來擴大我們的市場佔有率，策略性地降低營運成本，並透過擴大銷售區域來提高產品銷量。我們選擇性地與經銷商及其各自的次級經銷商訂立三方協議。我們會對考慮與其訂立三方協議的次級經銷商進行全面的資格評估，包括審核其營業執照、倉儲設施、車隊、財務穩定性及其他相關標準。我們與符合所需資格且營運規模相對較大的次級經銷商訂立三方協議。該策略使我們能夠對經銷網絡保持強有力的監督和控制，確保採用更集中和精簡的管理方式。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們已分別與約3,200家、3,700家、3,900家及4,000家次級經銷商訂立三方協議。我們計劃加強與該等次級經銷商的溝通，以獲取有關地方市場的市場情報。我們的內部銷售團隊成員可能不時訪問該等次級經銷商及其零售網點，並向彼等提供支持及指導。我們於往績記錄期間使用的標準三方協議的主要條款載列如下：

- **期限。**三方協議的期限通常為六個月。
- **產品供應。**次級經銷商根據其與經銷商之間另行訂立的安排向經銷商而非向我們採購產品。
- **銷售及績效目標。**經銷商根據我們的整體銷售獎勵政策，通過對次級經銷商的銷售及表現進行評估及檢查，確定次級經銷商的相關獎勵金額。經銷商亦負責向次級經銷商結算銷售獎勵。

業 務

- **定價政策。**三方協議通常會規定：(i)次級經銷商向經銷商訂貨的價格；及(ii)建議零售價(乃經過綜合考慮包括品牌定位、生產成本、渠道利潤水平及市場競爭等多項因素而定)。
- **付款。**我們的次級經銷商通常於交付產品前向相關經銷商付款。
- **存貨。**次級經銷商須根據我們的指引維持合理的產品存貨水平，以避免庫存短缺。
- **營運支持。**我們為次級經銷商提供營運支持，包括營銷及推廣。
- **營運要求。**次級經銷商須遵守我們的管理政策。我們要求次級經銷商於收到訂單後48小時內向終端客戶交付我們的產品。
- **經銷區域限制。**我們與次級經銷商訂明具體的經銷範圍，且彼等亦須遵守我們的跨區域管理政策。次級經銷商的不合規行為將被視為違反協議。
- **終止。**我們有權終止與違反三方協議的次級經銷商的合同。我們在三方協議中列出了可能導致違約的幾種情況，例如產品安全問題及次級經銷商未能達到我們的倉儲及物流標準的情況等。

下表載列於往績記錄期間與我們訂立三方協議的次級經銷商總數及其變動：

	截至12月31日止年度			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	止四個月
期初次級經銷商數量	2,080	3,297	3,747	3,938
期內新增次級經銷商數量	1,766	1,155	869	402
期內已終次級經銷商數量 ⁽¹⁾	549	705	678	256
期末次級經銷商數量	3,297	3,747	3,938	4,084

附註：

- (1) 據我們所知，概無因產品質量或競食問題而終次級經銷商的情況，而已終次級經銷商的剩餘存貨則轉移至新增次級經銷商。根據灼識諮詢報告，我們於往績記錄期間與次級經銷商的終止率與中國即飲軟飲行業的行業水平一致。

我們並無監控該等未與我們訂立三方協議的次級經銷商的銷售活動。一般情況下，我們的經銷商監督其次級經銷商，確保其運營符合我們的整體銷售及經銷策略。同時，我們採取一般監控措施，例如走訪零售網點，以審查庫存管理及銷售業績，從而使我們能夠監控我們產品在市場上的價格水平並防止競食行為。我們認為，我們的合約條款及經銷商管理政策可鼓勵我們的經銷商積極監督及管理其次級經銷商。倘次級經銷商有任何違規或不當行為，我們的經銷商將通知彼等並要求採取糾正措施，並有權在該等問題未得到及時解決的情況下終止與有關次級經銷商的業務關係。

低渠道擁堵風險

我們認為，我們的銷售與實際客戶需求相符，因此我們的產品在經銷網絡中的渠道擁堵風險較低，理由是：(i)我們密切監控經銷商以及訂立三方協議的次級經銷商的存貨水平，並要求彼等定期向我們報告並保持合理的存貨水平。請參閱「一 庫存管理」；(ii)我們通常要求在向經銷商交付產品前全額付款，且不會設定最低採購要求。我們認為，該等安排可鼓勵經銷商根據實際銷售預測訂購產品；及(iii)我們一般不允許經銷商退貨（質量問題除外）。我們的銷售團隊負責監控經銷商及與我們訂立三方協議的次級經銷商的整體銷售表現及運營情況，並與經銷商討論其銷售策略及預期市場需求。我們的銷售團隊須每十天檢查經銷商的存貨水平，而與我們訂立三方協議的次級經銷商則須每月檢查一次。我們的銷售團隊通常每週拜訪一次零售網點，以查看其銷售業績及存貨水平。我們根據銷售團隊收集的市場情報持續優化我們的銷售策略，以適應不斷變化的市場動態。我們根據相關銷售策略相應調整經銷商的管理政策。

直營

我們的直營客戶由（其中包括）全國性及區域性商超、連鎖便利店、餐廳、航空公司、加油站運營商、酒店運營商以及電商平台等KA客戶組成。我們認為，我們的直營有助我們鞏固並提高市場份額，同時更有效地滲透至地方性市場。

我們的直營通常根據購銷安排進行。我們與直營客戶建立購銷關係，並在彼等接受送達的產品時確認收入。我們僅與少數直營客戶訂立寄售安排。除收入確認外，該兩項商業安排大致相似。在寄售安排下，我們則於終端消費者完成向直營客戶購買產品時確認收入。

截至2024年4月30日，我們的產品銷往150多名KA客戶及12家電商平台。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，來自直營客戶的收入分別為人民幣1,292.6百萬元、人民幣1,427.6百萬元、人民幣1,591.3百萬元、人民幣392.4百萬元及人民幣477.1百萬元，分別佔同期我們總收入的約11.4%、11.3%、11.8%、10.0%及11.5%。於往績記錄期間，我們與兩名直營客戶訂有寄售安排。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，寄售安排下的直營客戶產生的收入分別佔我們總收入的0.0%、0.5%、0.6%、0.4%及0.3%。截至2024年4月30日，寄售安排下的直營客戶存貨佔我們總存貨的0.3%。

於往績記錄期間，我們的直營協議的主要條款通常包括：

- *期限*。我們的直營協議期限通常超過一年。
- *最低採購要求*。我們通常不設最低採購要求。
- *定價政策*。我們按我們與直營客戶共同商定的價格帶出售產品。
- *付款*。我們通常在直營客戶向我們付款前向他們交付產品，亦要求若干直營客戶在交付產品前付款。我們通常授予直營客戶不超過90天的信貸期。
- *物流*。我們通常負責安排將產品運送至我們與直營客戶協定的地點。
- *退換貨安排*。因產品質量問題或物流過程中發生損壞等原因，我們可根據協議接受直營客戶的退換貨。
- *終止*。如對方違反協議，而未於合理時限內糾正違反行為，則另一方有權終止與對方的合同。

於往績記錄期間，我們與電商平台的直營協議的主要條款(包括寄售安排項下的主要條款)通常包括：

- *期限*。協議的期限通常為一年。

- *最低採購要求*。我們通常不設任何最低採購要求。
- *付款*。電商平台通常按月與我們結算付款。我們通常授予電商平台五至七天的信貸期。
- *定價政策*。我們通常按我們與電商平台共同商定的價格帶，或直營客戶經考慮我們的建議零售價後採納的價格帶向電商平台銷售產品。
- *物流*。我們通常負責運送產品至電商平台與我們協定的地點。
- *風險轉移*。電商平台完成檢驗並確認收到我們的產品後，風險轉移至電商平台。就寄售安排而言，在產品售出、交付予終端消費者並由終端消費者確認收到產品前，產品的所有權及法律風險不會轉移至終端消費者。
- *退貨安排*。除產品質量問題或產品週轉率低等有限的原因外，我們通常不允許退貨。
- *終止*。如任何一方違反買賣協議，且未於合理時限內糾正違反行為，則另一方通常有權終止與對方的合同。

銷售渠道之間的協調

我們通常從總體發展角度進行審視，以管理運營並優化對不同渠道和平台的資源投放。經銷商在其指定地區以外進行任何銷售，或未經我們事先授權而在不同銷售渠道進行任何銷售，均視作競食行為。為盡量減少經銷商和銷售渠道之間的競食行為，我們通常採取以下措施：

- 我們通常為經銷商劃分經銷區域。我們與經銷商簽訂的經銷協議以及與次級經銷商簽訂的三方協議通常會規定將要經銷的產品類型和指定的地理區域，並通常會禁止經銷商和次級經銷商在各自指定的地理區域外主動銷售產品；

- 我們對同一批次的產品採用箱碼標籤系統，以防止同類產品互相競食。箱碼標籤包括生產工廠及生產日期的標識。該系統使我們能夠區分產品並增強可追溯性，尤其是在發現跨區域和跨渠道銷售活動的情況下；
- 我們對不同銷售渠道的產品定價政策進行統一管理，並提供建議零售價；
- 我們根據不同渠道和不同目標消費者的需求，在價格、設計及規格方面創建差異化產品品類；
- 我們在一定程度上通過提供不同價格或規格的產品來協調不同的銷售渠道，以滿足不同的消費場景。此外，我們亦針對特定渠道開展促銷活動，旨在促進該等渠道內的整體銷售。
- 我們要求經銷商、與我們簽訂三方協議的次級經銷商和僱員報告發現的競食行為；及
- 我們已設立團隊，負責對經銷商或與我們簽訂三方協議的次級經銷商的違規行為（如競食）進行監督和管理。

於往績記錄期間，我們並無發現任何跨地區或跨渠道銷售的重大事件，這表明我們在最大限度地減少不同銷售渠道和不同地理區域之間的競食方面所採取的方法取得了成效。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要是購買和經銷我們產品的經銷商及直營客戶。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，除客戶E（其為我們的直營客戶）外，我們的前五大客戶均為我們的經銷商。請參閱「我們的銷售網絡」。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，來自我們前五大客戶的收入分別佔各期間總收入的20.7%、18.2%、17.6%及15.5%。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，來自最大客戶的收入分別佔各期間總收入的8.4%、7.3%、7.1%及6.1%。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間各期間前五大客戶的詳情：

截至2021年12月31日止年度

客戶	主營業務	客戶採購的 產品／服務	銷售金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔收入總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售	水及飲料	948,797	8.4	2013年	不適用	銀行轉賬
2. 客戶B	一般商品銷售及 物流服務	水及飲料	416,868	3.7	2014年	不適用	銀行轉賬
3. 客戶C	食品、飲料及 煙草製品批發	水及飲料	405,049	3.6	2014年	不適用	銀行轉賬
4. 客戶D	預包裝食品銷售	水及飲料	316,363	2.8	2016年	不適用	銀行轉賬
5. 客戶E	食品業務經營	水及飲料	256,741	2.3	2018年	15天	銀行轉賬
合計			2,343,818	20.7			

截至2022年12月31日止年度

客戶	主營業務	客戶採購的 產品／服務	銷售金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔收入總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售	水及飲料	922,660	7.3	2013年	不適用	銀行轉賬
2. 客戶C	食品、飲料及 煙草製品批發	水及飲料	383,303	3.0	2014年	不適用	銀行轉賬
3. 客戶D	預包裝食品銷售	水及飲料	370,489	2.9	2016年	不適用	銀行轉賬
4. 客戶B	一般商品銷售及 物流服務	水及飲料	324,863	2.6	2014年	不適用	銀行轉賬
5. 客戶F	預包裝食品批發及 零售	水及飲料	294,800	2.3	2017年	不適用	銀行轉賬
合計			2,296,116	18.2			

業 務

截至2023年12月31日止年度

客戶	主營業務	客戶採購的 產品／服務	銷售金額	佔收入總額 百分比	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
			(人民幣千元)	%			
1. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售	水及飲料	957,460	7.1	2013年	不適用	銀行轉賬
2. 客戶C	食品、飲料及 煙草製品批發	水及飲料	373,907	2.8	2014年	不適用	銀行轉賬
3. 客戶B	一般商品銷售及 物流服務	水及飲料	363,031	2.7	2014年	不適用	銀行轉賬
4. 客戶D	預包裝食品銷售	水及飲料	358,418	2.7	2016年	不適用	銀行轉賬
5. 客戶F	預包裝食品批發 及零售	水及飲料	331,396	2.5	2017年	不適用	銀行轉賬
合計			2,384,212	17.6			

截至2024年4月30日止四個月

客戶	主營業務	客戶採購的 產品／服務	銷售金額	佔收入總額 百分比	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
			(人民幣千元)	%			
1. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET 瓶坯生產及銷售	水及飲料	253,699	6.1	2013年	不適用	銀行轉賬
2. 客戶B	一般商品銷售及物 流服務	水及飲料	126,558	3.0	2014年	不適用	銀行轉賬
3. 客戶C	食品、飲料及煙草 製品批發	水及飲料	92,977	2.2	2014年	不適用	銀行轉賬
4. 客戶D	預包裝食品銷售	水及飲料	90,535	2.2	2016年	不適用	銀行轉賬
5. 客戶E	食品業務經營	水及飲料	78,587	1.9	2018年	15天	銀行轉賬
合計			642,356	15.5			

附註：

1. 公司T是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本為人民幣15億元。
2. 客戶B是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本為人民幣5百萬元。
3. 客戶C是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本為人民幣5百萬元。
4. 客戶D是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本為人民幣5百萬元。
5. 客戶E是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本約為人民幣120百萬元。
6. 客戶F是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本約為人民幣0.2百萬元。

截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等聯繫人或我們的任何股東（擁有或據董事所知擁有我們5%以上的已發行股本）均未在我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

第三方付款安排

有關第三方付款安排的背景及影響

於往績記錄期間，我們的大部分客戶（單獨或統稱「**相關客戶**」）通過不屬於相應買賣協議項下合約方的賬戶與我們結算付款（「**第三方付款安排**」）。我們通常要求相關客戶及其指定的第三方支付款人在訂立第三方付款安排前，每年向我們提供書面委託確認書，確認指定的第三方支付款人已獲相關客戶授權與我們結算付款（「**書面委託書**」）。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，相關客戶的數量分別為860名、886名、864名及674名。彼等根據第三方付款安排結算的總額分別為人民幣6,255百萬元、人民幣6,612百萬元、人民幣6,773百萬元及人民幣1,368百萬元，分別佔同期我們從所有客戶收到的付款總額的48.2%、47.9%、46.4%及31.7%。於往績記錄期間，概無個別相關客戶對我們的收入作出重大貢獻。

於往績記錄期間，相關客戶主要包括獨資企業或中小型企業客戶，而絕大多數相關客戶為我們的經銷商。於往績記錄期間，經銷商及其餘相關客戶（主要包括KA客戶）通過第三方付款安排作出的付款分別佔根據第三方付款安排結算付款總額的約99.5%及0.5%。相關客戶通過銀行轉賬結算付款。據我們所知，指定第三方支付款人主要包括與相關客戶關聯的人士，例如相關客戶的法定代表人、業務經營者、股東、配

偶、其他親屬、僱員或聯屬實體，或在少數情況下，根據與相關客戶的融資安排向我們支付款項的金融機構。根據灼識諮詢報告，為方便及靈活起見，中國即飲軟飲行業的企業通過第三方付款人與其供應商或客戶結算付款是一種常見的商業慣例。根據相關客戶的陳述及據董事所深知，相關客戶主要使用第三方付款安排，原因為：

- (i) 若干為獨資企業的相關客戶希望避免開設公司賬戶的複雜程序或使用有關公司賬戶時的不便之處，以確保更大的操作靈活性；
- (ii) 使用其法定代表人或實際控制人（及／或其家庭成員）等若干聯屬人士的賬戶更為方便或更符合部分相關客戶的內部財務管理慣例，尤其是在旺季期間；及
- (iii) 根據灼識諮詢報告，若干KA客戶使用其自身的買賣協議形式，並以相應授權條款中規定的方式或通過其指定的關聯實體在其單獨聲明中規定的方式與我們結算付款，此為一種既定的業務慣例。由於有關KA客戶的經營規模龐大，因此將其指定的所有對外付款關聯實體作為買賣協議的簽署方並不切實可行。

於往績記錄期間，我們實施內部控制措施以監控及管理第三方付款安排。我們要求相關客戶向我們提供相關信息，其中包括有關指定第三方付款人的身份及其賬戶信息。我們通常要求相關客戶（主要為我們的經銷商）及第三方付款人，每年在根據第三方付款安排作出付款前訂立我們的標準格式委託書，當中列明：(i)指定第三方付款人獲相關客戶授權，因此可代表相關客戶向我們結算付款；(ii)指定第三方付款人的付款應被視為相關客戶的付款；及(iii)相關客戶及指定第三方付款人承諾，與第三方付款安排有關或因其產生的任何糾紛或法律責任，由相關客戶（而非本集團）負責，並不得牽涉本集團，且應由相關客戶與指定第三方付款人直接解決。於往績記錄期間，所有為經銷商的相關客戶在根據第三方付款安排作出付款前均向我們提供了書面委託書。就其餘相關客戶（主要由我們的KA客戶組成）提供的書面委託書而言，付款委託安排（當中包括指定付款人的身份，有關指定付款人通常為相關客戶的關聯實體）在買賣協議或單獨聲明中均有明確規定。有關協議或聲明亦會在訂立第三方付款安排前向我們提供。當我們引入客戶時，我們會有「了解我們的客戶」的程序。此外，為確保第三方付

款安排為真實交易而訂立，僅在指定第三方付款人的資料與相應書面委託書中的資料相符的情況下，我們的財務人員方可認可相關客戶的指定第三方付款人的付款以及我們的業務人員方可向相關客戶發送我們的產品。此外，我們亦定期與客戶會面，以了解其業務性質、業務模式及所有權情況。基於上文所述，我們的董事認為，就我們所知，於往績記錄期間的第三方付款安排在所有重大方面已完整準確地記錄在我們的會計賬簿及記錄中。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無向任何相關客戶或指定第三方付款人提供任何折讓、佣金、折扣或其他利益以促使或激勵第三方付款安排。於往績記錄期間，我們並無發起任何第三方付款安排，且第三方付款安排乃根據相關客戶的要求安排。就我們所知，於往績記錄期間，相關付款乃基於真實的相關交易及有效合同關係而作出。我們向相關客戶提供的定價及付款條款與未參與第三方付款安排的客戶一致。就我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因參與第三方付款安排而遭受任何調查、查詢、被處以罰款或被徵收附加費。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因第三方付款安排而遭遇任何退款要求、實際或待決爭議或分歧或就第三方付款安排向我們提出的任何重大索賠。

據我們的中國法律顧問告知，鑒於上述者，(i)於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的第三方付款安排並未違反或違背中國適用法律或法規的強制性要求；及(ii)就提供上述經正式簽立的書面委託書的相關客戶及其指定的第三方付款人而言，本集團被認定有責任根據第三方付款安排向相關客戶或其指定的第三方付款人退還資金的風險較低。

基於上文所述，董事確認就彼等所知，基於已實施的了解客戶程序及內部控制措施，(i)於往績記錄期間，相關付款乃基於真實的相關交易及有效合同關係而作出，及(ii)概無發生商業賄賂、洗錢、逃稅事件，亦不存在與本集團有關第三方付款安排的現有或潛在糾紛的情況。基於上文所述，並考慮到(i)本集團於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無因第三方付款安排而遭受任何與洗錢有關的處罰、制裁或調查；及

(ii)根據《中華人民共和國反洗錢法》，處理第三方付款安排項下結算的金融機構須對其所有客戶進行反洗錢審查，從而大幅降低相關風險，我們的中國法律顧問認為，第三方付款安排被視為構成《中華人民共和國刑法》第191條規定的以掩蓋或隱瞞所得或收益的來源和性質為目的的洗錢罪的風險較低。

於往績記錄期間，就董事所深知及根據公開可獲得的資料，除華潤萬家旗下經營的若干實體透過其關聯實體作出付款外，所有其他相關客戶及根據第三方付款安排結算付款的指定第三方付款人均為獨立第三方。

加強第三方付款安排的內部控制措施

為保障我們的利益免受與第三方付款安排相關的風險的侵害，自2024年初起，我們已大幅加強並實施各種內部控制措施以整改第三方付款安排。我們在整改第三方付款安排方面作出的努力包括（其中包括）：

- (i) 我們開始實施第三方付款安排整改措施，並告知我們所有僱員有關經加強的內部控制措施；
- (ii) 我們修訂了買賣協議的標準格式並要求所有獲准向我們結算付款的訂約方作為合約方訂立經修訂的買賣協議，該協議規定（其中包括）該等訂約方的詳細資料及付款責任；及
- (iii) 為防止欺詐或洗錢活動並確保會計賬簿及記錄的準確性及完整性，我們進一步加強了我們的了解客戶程序，以全面了解相關客戶，並根據我們的記錄核實付款詳情以確認付款乃根據協議作出。如果發現任何異常情況，我們會立即與有關客戶聯繫，以便進行核實和更正。此外，我們的銷售團隊將定期與客戶舉行會議，以深入了解其業務運營，從而降低參與欺詐或洗錢活動的風險。

根據經修訂的買賣協議，我們僅允許(i)直接來自客戶賬戶的付款或(ii) (如並非直接來自客戶賬戶) 通過以下賬戶向我們付款：(a)對於個體工商戶／個人獨資企業而言，有關個體工商戶／個人獨資企業的實際控制人(或其配偶)；或(b)對於公司實體而言，其同一公司集團內的子公司，或根據與商業銀行或授權金融機構訂立的融資安排與本集團進行結算的法定代表人及／或實際控制人。該等獲准向我們付款的各方須與相關客戶訂立相同買賣協議並成為我們的訂約方。我們經修訂的買賣協議包括各訂約方的詳細資料及付款責任。

截至最後實際可行日期，我們已終止所有第三方付款安排，惟與若干KA客戶訂立的第三方付款安排除外，原因為該等KA客戶的經營規模龐大且議價能力較強，對其第三方付款安排的整改可能較為困難。

誠如我們的中國法律顧問所告知，在正式簽立經修訂買賣協議並承擔其項下的付款責任後，並非我們客戶的付款人亦已就彼等根據經修訂買賣協議所作出的付款承擔合約義務，而本集團被認定有責任退還該等付款的風險很低。考慮到本集團與客戶的關係、流動資金、業務營運及財務表現，董事認為，第三方付款安排的整改並無亦不會對本集團造成任何重大不利影響，原因為(i)截至2024年4月30日止四個月，相關客戶的數量及根據第三方付款安排結算的金額佔從所有客戶收到的付款總額的百分比較2023年有所下降，乃由於我們於2024年初採取整改措施，而於上述整改過程中及於整改後我們的業務規模及經銷商數量持續增長；(ii)大多數相關客戶配合我們的整改工作；(iii)第三方付款安排的整改並不影響相關客戶向我們作出的付款結算安排，據此，我們通常要求相關客戶在我們提供產品前結清款項；及(iv)於2023年第三方付款安排整改前後以及截至2024年4月30日止四個月，我們的經營活動持續產生正淨現金。董事亦認為，鑒於KA客戶於往績記錄期間在根據第三方付款安排結算的總金額中所佔比例較小，與若干KA客戶訂立的現有第三方付款安排並無亦不會對本集團產生任何重大不利影響。

我們定期檢查與第三方付款安排有關的內部控制措施的有效性，並及時處理任何異常情況。根據對上述措施實施情況的審查，我們的董事認為該等措施在確定相關客戶的資金來源，確保會計賬簿及記錄的準確性及完整性，以及防範與第三方付款安排相關的風險（包括洗錢風險、逃稅風險或與違反適用法律法規有關的其他風險）方面屬有效及充分。我們的董事日後將監督該等措施的有效性。經考慮我們中國法律顧問及董事的上述意見、本公司內部控制顧問進行的工作及程序以及聯席保薦人進行的獨立盡職調查後，聯席保薦人並無注意到任何事項會使彼等對上述我們董事就因(i)第三方付款安排的整改及上述內部控制措施的有效性及充分性；及(ii)與上述若干KA客戶訂立的現有第三方付款安排而在任何重大方面對本集團造成任何重大不利影響所發表的意見的合理性產生疑問。

營銷及品牌推廣

我們以「安全、健康、美好的生活」為品牌精神內涵，以及「健康、安全、專業」作為品牌形象，努力為消費者提供優質的即飲軟飲產品。我們採用多方位的營銷策略，旨在與受眾建立聯繫，並以有意義、有影響力的方式推廣我們的品牌，如體育營銷、綜藝節目營銷及在途營銷舉措，使我們能夠在消費者的日常生活中保持強大的影響力。我們的多樣化營銷策略使我們能夠有效地傳播我們的品牌價值，在多個平台上與我們的受眾互動，並推動業務增長。

我們擁有專業的資深營銷團隊。位於總部的營銷部門負責營銷策略、品牌運營和營銷渠道推廣。我們亦已在各銷售大區設立銷售及營銷團隊，以執行我們的營銷策略。

體育營銷

我們已制訂以體育營銷為重點的營銷策略，以配合產品消費場景與體育賽事之間的重疊與關聯。我們一直通過與TEAM CHINA／中國國家隊、頂級體育賽事、馬拉松賽事、其他大眾體育賽事及全國性體育頻道（如CCTV-5）合作，積極倡導全民運動和全民健康。我們自2019年起成為TEAM CHINA／中國國家隊的合作夥伴，為TEAM CHINA／中國國家隊運動員提供包裝飲用水、運動飲料和其他飲料產品。「怡寶」包裝飲用水亦已成為「中國國家隊官方飲用水」。憑藉我們卓越的生產工藝、生產管理和產

品質，我們的產品順利通過多輪審評篩選，滿足專業運動員的嚴格飲用要求，幫助 TEAM CHINA／中國國家隊的運動員們保持最佳競技狀態。我們在2020年東京夏季奧運會及2022年北京冬季奧運會等重大體育賽事為TEAM CHINA／中國國家隊提供支持，以推廣我們的品牌及產品。我們為每日備戰及訓練以及參與全球級及國家級體育賽事的超過70支國家體育隊伍持續提供專業健康的包裝飲用水和飲料產品。

我們亦與多個國際和國內知名的專業級體育賽事建立了合作夥伴關係。我們曾與環法自行車賽及第七屆世界軍人運動會合作，我們亦為一系列備受矚目的體育聯賽及賽事提供補水支持，其中包括中國足球協會超級聯賽（中超聯賽）、中國女子籃球聯賽、中國男子三人籃球超級聯賽、世界田徑鑽石聯賽廈門站及國際冰聯女子冰球世錦賽（甲級A組）。特別地，我們於2024年2月成為中國頂級職業足球聯賽中超聯賽的冠名合作夥伴。2023年，中超聯賽舉辦了240場比賽，現場觀賽、電視轉播和網絡直播累計吸引觀眾約3.8億人次。賽季的長週期以及中國足球協會不同聯賽、賽區的廣泛覆蓋也有利於我們在中國的市場認知度。

我們為多項馬拉松賽事提供包裝飲用水及飲料產品。根據灼識諮詢報告，中國於2023年共舉辦622場馬拉松賽事（包括半程馬拉松），參與人數及現場觀眾約3,800萬人次。根據灼識諮詢報告，我們是與馬拉松賽事合作的中國包裝飲用水品牌的先行者，與大多數中國馬拉松A類賽事合作。於2023年，馬拉松奧運冠軍埃魯德·基普喬格（Eliud Kipchoge）成為我們的馬拉松推廣大使。我們自2013年起在超過45個城市中合作了超過1,000場跑步賽事。我們通過與馬拉松賽事及基普喬格先生的緊密合作關係，建立了我們品牌與體育賽事之間的強大聯繫，從而助力我們的包裝飲用水和飲料產品觸達更廣大的客戶群體。

我們亦積極與多項大眾體育賽事進行合作，助力「健康中國2030規劃綱要」落地。我們連續6屆成為「玄奘之路」戈壁挑戰賽的鑽石級合作夥伴，陪伴參賽者們一同穿越戈壁。我們與全國多所大學聯合舉辦「逐夢相伴」主題校園跑活動，鼓勵學生踴躍參與到5公里校園跑、輪胎挑戰、划船機挑戰、保齡球挑戰、排球挑戰等多項活動。2023年，我們成為村BA的公益合作夥伴以積極推動鄉村籃球發展，該賽事覆蓋我們銷售大區，全方位呈現了我們的產品及品牌形象。

綜藝節目營銷及在途營銷

我們亦致力通過綜藝節目等多樣化營銷辦法，吸引更多廣泛的消費者，為品牌打造新的發展空間。例如，我們與「我們戀愛吧第三季」合作並成為「歡樂喜劇人老友記」和「嗨唱轉起來」第二季等綜藝節目的獨家冠名合作夥伴。我們亦與「舞蹈風暴」第二季和「2020年央視中秋晚會」節目建立產品合作。此外，我們連續三年與央視綜藝節目「你好生活」合作。一個值得注意的例子是「你好生活」團隊前往貴州山區，在當地學校任教之時，我們通過「百圖計劃」，聯同該節目向學校捐獻一間圖書館。我們亦在機場、公交車、地鐵、高鐵、電梯及大型戶外廣告牌上開展宣傳及投放廣告等在途營銷活動全面覆蓋在途消費者。此外，我們還在全國性和地區性電視網絡等媒體上投放廣告。2023年，我們加大在途營銷力度，在公交車、機場、電梯和其他交通繁忙地點或高峰時段增加了宣傳及廣告頻率，提升了我們產品的曝光度。

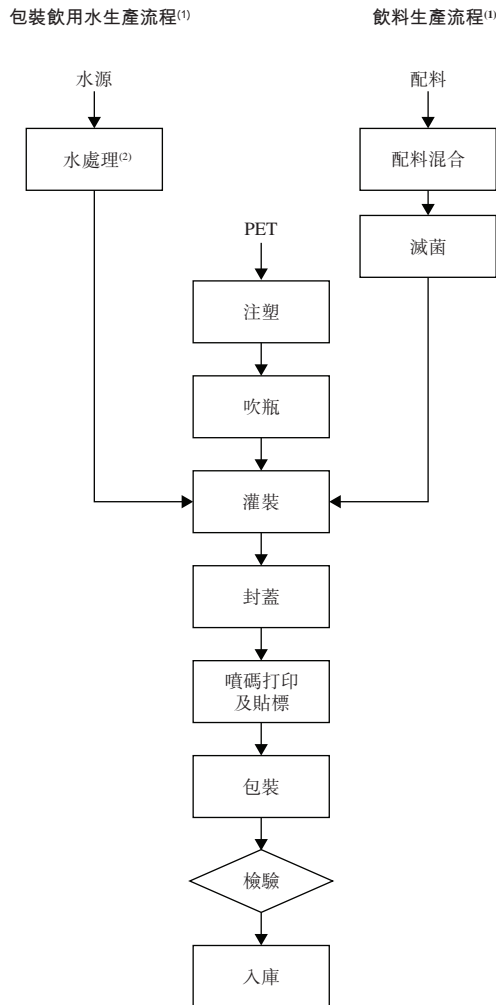
我們在飲料產品的推廣中注重線上線下的整合營銷。以「蜜水系列」為例，我們在2021年推廣新產品蜜水橙橙時，於第二及第三季度的銷售旺季開展「一瓶一碼」推廣活動，消費者可掃描「蜜水系列」瓶蓋內的二維碼兌換獎品，這次活動讓我們與消費者建立線上和線下聯繫。根據灼識諮詢報告，截至該活動收官，「蜜水系列」產品的消費者掃碼率高達14.4%，該參與率遠高於業內同類活動的平均水平。在線上營銷方面，為快速提升飲料品牌「假日系列」及「蜜水系列」的品牌知名度，我們合作了兩檔浪漫題材綜藝節目「怦然心動20歲」和「相遇的夏天」第一季和第二季，兩檔節目都取得了優異的收視率成績，其中「怦然心動20歲」第二季的話題總閱讀量突破73億，「相遇的夏天」全網總播放量突破9億。此外，為提升我們飲料品牌「至本清潤」的品牌知名度，我們與「只此青綠」舞蹈詩劇合作，開展一系列相關的營銷活動。通過實施覆蓋所有銷售渠道的高效營銷策略，根據灼識諮詢報告，我們擁有「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」等五個2023年零售額超過人民幣1億元的飲料品牌。

我們的生產

截至2024年4月30日，我們在中國擁有13家已投產的自有工廠及31家合作生產夥伴，生產包裝飲用水及飲料產品。於2023年及截至2024年4月30日止四個月，我們的已投產自有工廠及合作生產夥伴的包裝飲用水及飲料產品標準產能合計分別為18.8百萬公噸及6.4百萬公噸，而我們的包裝飲用水及飲料產品於2023年及截至2024年4月30日止四個月的實際總產量分別為13.5百萬公噸及4.3百萬公噸。我們擁有自動化及高效的生產能力，與我們的全國銷售網絡無縫對接。截至2024年4月30日，我們擁有61條自有生產線及70條由我們的合作生產夥伴擁有的生產線，其中許多配備了從歐洲進口的一體化高速生產線。我們亦引進領先的無菌生產線來生產我們的飲料產品。

生產流程

下圖載列我們主要包裝飲用水產品及飲料產品生產流程的關鍵步驟：



附註：

- (1) 我們使用不同的生產線生產包裝飲用水產品及飲料產品。
- (2) 我們於水處理階段採用不同程序生產飲用純淨水、天然礦泉水及其他飲用水。飲用純淨水需要經過深度淨化流程。

來自水源地之水經由管道輸送至生產設施。我們包裝飲用水產品的生產流程從水處理開始，而飲料產品的生產流程則從混合配料開始，隨後對混合物進行滅菌。在這些初始步驟之後，我們的大部分產品均須經過包括注塑、吹瓶、灌裝、封蓋、貼標及包裝等一系列流程。

生產工廠

我們的生產工廠(包括自有工廠及合作生產夥伴工廠)地理位置優越，覆蓋中國人口最密集及最富裕的省份。我們工廠的地理位置分佈能夠覆蓋全國各地，快速響應消費者的需求。在決定工廠選址時，我們戰略性地選擇在相對成熟的區域市場或具有優質或豐富水源的地區建造自有工廠，以便集中資源滿足不斷增加的市場需求。隨著一個地區市場規模持續增長，我們在選址過程中亦更為注重產品組合多元化需求、運輸供應半徑及區域發展戰略等因素。與此同時，我們與合作生產夥伴的合作為我們的生產網絡提供了動態補充，既支持並補充了我們自有工廠，同時增強了我們製造佈局的靈活性。尤其是在市場不太成熟的地區，我們目前尚無自有工廠，與合作生產夥伴合作使我們能夠以經濟高效的方式開拓市場，同時降低因市場不確定性而導致的固定資產投資風險。我們一般遵循「1+N」模式佈局我們的工廠，通常包括在每個地區的大型工廠附近佈局數個衛星工廠(包括建設我們的自有工廠及從我們的合作生產夥伴中選擇工廠)，從而優化整體運輸及供應效率並實現有效的成本控制。例如，在華東地區，我們的宜興工廠作為樞紐，並由上海工廠、六安工廠以及區域內另外四家合作生產夥伴提供支持。這一網絡形成了一個穩健的生產集群，確保了該地區穩定的產能和強勁的成本效益。

下圖所示為截至2024年4月30日我們自有工廠及合作生產夥伴的詳情。

 13 家自有工廠  31 家合作生產夥伴



於2021年、2022年及2023年以及2023年及2024年4月30日，我們的產能分別為16.9百萬公噸、17.6百萬公噸、18.8百萬公噸、5.9百萬公噸及6.4百萬公噸，其中已投產自有工廠的標準產能分別為5.4百萬公噸、5.7百萬公噸、6.7百萬公噸、2.0百萬公噸及3.2百萬公噸，而我們的合作生產夥伴的可用產能分別為11.5百萬公噸、12.0百萬公噸、12.0百萬公噸、3.9百萬公噸及3.1百萬公噸。有關COVID-19疫情對我們生產活動影響的詳情，請參閱「概要－COVID-19疫情的影響」。

業 務

下表載列於往績記錄期間按生產商及產品品類劃分的實際產量明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(千公噸)				
包裝飲用水產品					
已投產自有工廠生產	3,721	3,894	4,263	1,140	1,947
合作生產夥伴生產	8,180	8,963	9,019	2,677	2,253
	11,901	12,858	13,282	3,817	4,200
飲料產品⁽¹⁾					
已投產自有工廠生產	122	168	216	78	88
合作生產夥伴生產	21	26	51	7	36
	143	194	267	85	124
合計	12,044	13,052	13,549	3,902	4,324

附註：

(1) 我們通過自有工廠及合作生產夥伴生產以麒麟品牌銷售的產品。

下表載列於所示期間我們已投產自有工廠的標準產能、產量及利用率詳情：

生產工廠	截至12月31日止年度				截至4月30日止四個月				
	2021年		2022年		2023年		2024年		
	標準產能	實際產量	利用率 (%)	標準產能	實際產量	利用率 (%)	標準產能	實際產量	利用率 (%)
肇慶工廠 ⁽¹⁾									
— 包裝飲用水.....	399.2	372.4	93.3	399.2	373.0	93.4	336.6 ⁽²⁾	325.3	96.6
— 飲料.....	114.8	58.2	50.7	164.0	93.7	57.2	253.9 ⁽³⁾	144.1	56.7
上海工廠 ⁽¹⁾									
— 包裝飲用水.....	157.8	93.5	59.2	157.8	73.4	46.5 ⁽⁴⁾	157.8	93.7	59.4
— 飲料.....	115.3	64.2	55.7	115.3	74.5	64.6	115.3	72.1	62.5
加林山工廠.....	78.9	47.5	60.2	78.9	42.7	54.1	78.9	16.6 ⁽⁵⁾	21.0 ⁽⁵⁾
永隆工廠.....	161.2	88.1	54.6	161.2	82.7	51.3	161.2	77.4	48.0
深圳工廠.....	552.4	424.4	76.8	590.1	366.5	62.1 ⁽⁴⁾	581.4	388.5	66.8
江門工廠.....	882.5	556.6	63.1	882.5	579.3	65.6	888.2	519.7 ⁽⁶⁾	58.5 ⁽⁶⁾
長沙工廠.....	819.1	632.3	77.2	819.1	724.6	88.5	819.1	655.5 ⁽⁶⁾	80.0 ⁽⁶⁾
六安工廠.....	625.2	379.5	60.7	781.6	494.7	63.3	1,021.6 ⁽⁷⁾	640.8 ⁽⁷⁾	62.7
南寧工廠.....	563.1	429.9	76.3	563.1	429.3	76.2	645.6 ⁽⁸⁾	436.0	67.5
成都工廠.....	973.7	696.6	71.5	973.7	728.2	74.8	973.7	809.2	83.1
宜興工廠 ⁽¹⁰⁾	-	-	-	-	-	-	519.1	252.3	48.6
河源工廠 ⁽¹⁰⁾	-	-	-	-	-	-	196.4	47.6	24.2
武漢工廠 ⁽¹¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合計.....	5,443.4	3,843.4	70.6	5,686.7	4,062.7	71.4	6,749.0	4,478.9	66.4
							1,949.9	1,217.4	62.4
							3,209.7	2,034.5	63.4

(千公噸，百分比除外)

附註：

- (1) 肇慶工廠和上海工廠生產包裝飲用水產品及飲料產品，其餘工廠僅生產包裝飲用水產品。
- (2) 於2023年，肇慶工廠包裝飲用水生產線的標準產能有所減少，主要是由於對若干生產線生產的產品進行了調整而導致生產線生產速度的差異所致。截至2024年4月30日止四個月，肇慶工廠包裝飲用水生產線的利用率及實際產量較截至2023年4月30日止四個月有所增加，主要是由於我們包裝飲用水產品的銷售增加。
- (3) 於2023年，肇慶工廠飲料生產線的標準產能有所增加，主要是由於新生產線自2022年7月起投產所致，而截至2024年4月30日止四個月的標準產能較截至2023年4月30日止四個月有所減少，主要是由於2024年1月底至2月中旬期間因設備升級而停產。截至2024年4月30日止四個月，肇慶工廠飲料生產線的利用率及實際產量較截至2023年4月30日止四個月有所增加，主要是由於我們飲料產品的銷售增加及飲料生產線的標準產能下降。
- (4) 於2022年，上海工廠及深圳工廠包裝飲用水生產線的利用率及實際產量均有所下降，主要是由於我們根據銷售和庫存水平調整了產量。截至2024年4月30日止四個月，深圳工廠的標準產能較截至2023年4月30日止四個月略有減少，主要是由於設備改造。
- (5) 於2023年，加林山工廠的利用率及實際產量有所減少，主要是由於其中一條生產線自2023年3月至8月停產，以進行由飲用純淨水生產轉為礦泉水生產的設備升級。截至2024年4月30日止四個月，加林山工廠的標準產能較截至2023年4月30日止四個月略有減少，主要是由於從飲用純淨水生產轉為礦泉水生產導致的生產線改造。截至2024年4月30日止四個月，加林山工廠的利用率及實際產量較截至2023年4月30日止四個月有所下降，原因為我們根據銷售及存貨水平調整產量。
- (6) 於2023年，江門工廠及長沙工廠的利用率及實際產量均有所下降，主要是由於同期的設備維護及升級。截至2024年4月30日止四個月，長沙工廠的標準產能及實際產量較截至2023年4月30日止四個月有所增加，主要是由於新生產線於2024年投產。
- (7) 於2023年，六安工廠的標準產能及實際產量均有所增加，主要是由於新生產線自2022年7月起投產。
- (8) 於2023年及截至2024年4月30日止四個月，南寧工廠的標準產能有所增加，主要是由於新生產線於2023年及截至2024年4月30日止四個月投產。
- (9) 截至2024年4月30日止四個月，成都工廠的標準產能較截至2023年4月30日止四個月有所增加，主要由於新生產線於截至2024年4月30日止四個月投產。
- (10) 宜興工廠和河源工廠的部分生產線於2023年投入營運。截至2024年4月30日止四個月，宜興工廠及河源工廠的標準產能較截至2023年4月30日止四個月有所增加，主要是由於新生產線於截至2024年4月30日止四個月投產。
- (11) 武漢工廠(華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)先前為我們的合作生產夥伴之一，其後於2024年1月被我們收購。

我們的合作生產夥伴

我們與合作生產夥伴合作主要是為了快速且以具成本效益的方式用較低成本及較短準備時間擴展到新的區域市場。在選擇合作生產夥伴時，我們會仔細考慮其質量、產能、財務狀況、業界聲譽及供貨成本。我們在公開市場上物色潛在的合作生產夥伴，並通過招標程序或商業談判與彼等進行公平磋商。

我們通常與我們的合作生產夥伴就我們的包裝飲用水生產建立獨家合作關係，此舉有助於提高我們的生產效率。在這種獨家合作模式下，我們通常無須為我們的合作生產夥伴投資建設生產線或工廠，且我們的合作生產夥伴僅可根據我們指定的技術及質量控制標準生產我們的包裝飲用水產品。我們要求合作生產夥伴對其工廠擁有統一的管理標準，包括工廠結構、責任分配、運營標準、監督和評估標準。我們亦要求合作生產夥伴具備相應的專業能力以支持其各級工廠的生產。為選擇有能力達到我們產品生產標準的合作生產夥伴，我們會進行實地考察，對供水質量、生產設備及技術、工廠位置及佈局、物流能力以及週邊環境等多個方面進行評估。此外，我們亦評估合作生產夥伴的財務狀況，並要求彼等擁有足夠的營運資金，並表現出穩定的流動性、盈利能力及增長性。我們審慎管理及監察合作生產夥伴的表現，並要求彼等遵守我們的內部指引及政策。我們每年對合作生產夥伴進行評估。評估過程包括對合作生產夥伴的業務概況、工廠佈局、生產能力、質量證書及財務報表的評估。我們亦通過檢測收集的樣品、監控消費者反饋及檢查任何產品質量或安全事故，定期審查合作生產夥伴的產品質量。倘我們的合作生產夥伴未能符合我們的內部指引及政策，我們可能會停止與其合作。我們與合作生產夥伴保持相對長期關係。截至2024年4月30日，我們與26家合作生產夥伴(均為在飲料行業擁有豐富經驗的第三方製造商)進行包裝飲用水的生產合作，平均合作時長約為九年。此外，12家合作生產夥伴與我們保持了10年以上的合作關係。有關合作生產夥伴的質量控制措施的更多資料，請參閱「質量控制－生產流程質量控制」及「質量控制－製成品、物流和倉儲質量控制」。

下表載列於往績記錄期間我們包裝飲用水生產的合作生產夥伴總數及其變動：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	年初／期初合作生產夥伴數量	27	27	28
年內／期內新增合作生產夥伴數量.....	0	1	1	2 ⁽²⁾
年內／期內終止合作生產夥伴數量 ⁽¹⁾	0	0	1	4
年末／期末合作生產夥伴數量	27	28	28	26

附註：

- (1) 我們於2023年終止與一家合作生產夥伴的合作，主要是由於該合作生產夥伴無法於工廠租賃合約到期後續約。截至2024年4月30日止四個月，我們終止與四家合作生產夥伴的合作，主要是由於我們自有工廠的產能不斷增加及我們收購了一家合作生產夥伴。
- (2) 於截至2024年4月30日止四個月，我們與兩家新的合作生產夥伴進行合作，以戰略性地滿足我們在尚未建立自有工廠的地區的生產需求。

下文載列與我們代表性的合作生產夥伴就包裝飲用水產品訂立的標準協議主要條款：

- *期限*。我們與合作生產夥伴的標準協議期限通常為兩至三年。
- *相關各方的主要權利及義務*。我們在發送給合作生產夥伴的每個生產計劃中規定品類、單價、數量、交付時間表及其他詳細條目。我們的合作生產夥伴則負責按計劃生產規定的品類和數量的合格產品入庫，並根據我們的需求安排交付及裝運。我們的合作生產夥伴可在書面通知我們的情況下選擇供水系統購水。

- *加工費*。加工費一般通過磋商釐定。一般不規定最低採購量。
- *付款及交付*。我們負責及時向將合格產品交付至我們所在地的合作生產夥伴支付加工費。
- *排他性*。我們有一項排他性條款，規定我們的包裝飲用水產品合作生產夥伴在未獲得我們事先書面批准的情況下，不得生產或儲存並非我們的產品組合的產品。
- *進一步分包*。未經我們授權，不得進一步分包。
- *合格產品*。我們在交付時僅接受合格產品，而不合格產品則由合作生產夥伴負責銷毀。
- *終止*。在合作生產夥伴延遲交付、不符合要求的交付、產品不合格、投訴或調查及洩露機密資料等情況下，我們有權通知他們並終止合同。

就飲料生產而言，我們與合作生產夥伴合作以補充我們自身的產能。截至2024年4月30日，我們與五家合作生產夥伴就飲料生產進行合作。我們重視合作生產夥伴的知識及技能，並相信彼等的技術熟練程度可對我們產品的質量及一致性作出貢獻。我們與我們的合作生產夥伴在飲料生產方面保持非獨家關係，並採取嚴格措施保護我們的知識產權及商業秘密，例如(i)與合作生產夥伴簽訂獨立保密協議，明確說明所分享資料的機密性質，(ii)在與合作生產夥伴的協議中明確規定我們對知識產權和商業秘密的獨家所有權，(iii)在與合作生產夥伴的協議中規定合作生產夥伴僅能將我們的知識產權和商業秘密用於生產目的，及(iv)在協議中明確說明合作生產夥伴對在超出合同允許的範圍之外濫用我們的知識產權或商業秘密所產生的任何法律及商業損失的賠償責任。我們的合作協議明確界定了各方在保護該等資產方面的責任。此外，我們委託我們的合作生產夥伴在關鍵工廠位置安裝監控設施並進行日常管理。我們的現場質量控制人員會進行定期檢查，以確保彼等嚴格監督生產活動並遵守我們的生產標準。

我們的生產擴張計劃

我們計劃增加自建產能的比例並優化與合作生產夥伴的合作模式。截至最後實際可行日期，我們已投產自有工廠的標準年產能為12.4百萬公噸。通過增加在自有工廠生產的產品比例，我們預計可以進一步提高我們的運營效率及優化我們的成本結構。通過自有工廠的建設，我們旨在實施及提高統一工廠管理標準化水平。在自有工廠生產形成規模化後，我們預期將更好地控制生產流程，全國綜合協調工廠生產運營計劃，從而提升運營效率。另一方面，自產率的提升將改善我們的成本控制，從而提升盈利空間。隨著銷售規模的擴大和產能的穩定，我們預計規模經濟將降低單位製造成本，而集中採購增加將降低採購成本，從而降低整體運營成本。我們亦爭取通過建設大型工廠來強化我們的全國產能佈局。此外，我們還計劃將注塑環節引入我們的工廠，以覆蓋整個生產價值鏈。作為我們生產擴張的一部分，我們於2024年1月收購了我們的前合作生產夥伴之一武漢華新達飲品技術有限公司（現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）。這一戰略性收購使我們的已投產自有工廠的包裝飲用水產能增加了一百萬公噸，並促進了我們的成本結構優化。請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註32。

下表載列截至2024年4月30日我們工廠擴建計劃的部分詳情，預計所有生產線將於2025年投產。除以下項目外，我們計劃於2026年及2027年繼續擴大自有產能。

工廠	產品品類	(預計)標準 年產能增加 (千公噸)	(預計)所有生產線 投產時間	預計總投資額 (人民幣百萬元)
新建工廠				
宜興工廠 ⁽¹⁾	包裝飲用水 飲料	1,950 250	2024年第三季度	1,612.5
萬綠湖工廠	包裝飲用水	1,970	2024年第四季度	1,070.0
武夷山工廠	包裝飲用水	730	2024年第四季度	374.5
浙江工廠	包裝飲用水	1,060	2025年	601.7
擴建工廠				
成都工廠 ⁽²⁾	包裝飲用水 飲料	900 100	2024年第三季度	628.5

附註：

- (1) 我們宜興工廠的部分生產線於2023年及截至2024年4月30日止四個月投產。宜興工廠的所有生產線已於2024年6月投產。
- (2) 我們成都工廠的部分生產線於2024年4月投產。成都工廠的所有生產線已於2024年9月投產。

我們的生產設備

我們從國際知名公司購買大部分生產線，並且不斷引進先進生產線，以擴大我們的產能，同時提升生產技術。我們生產設備的一般可使用年期介乎三至十年，而截至2024年4月30日設備的剩餘可使用年期為8.1年。憑藉我們高質量的生產設備，我們能夠不斷提升我們的產能。請參閱「－研發－生產研發」。我們定期檢查及維護生產設備。我們亦建立了一套完善的設備管理體系，以確保生產線設備的維護。為確保生產安全及效率，我們亦在關鍵生產設備上安裝了自動檢測裝置，以減少生產人員的工作量。

供應鏈管理

水源管理

我們相信，擁有安全的水源是我們業務營運的支柱。我們使用符合國家飲用水標準的水源生產產品。用於生產我們的產品的水源全部來自符合人體飲用水標準的水源。秉承「好水不分水種」的原則，我們的水源來自第三方供水系統和直接水源。為確保水源的最高質量，不論採用何種輸送方法，我們均已實施嚴格的質量管理體系，對我們水源的質量進行監控及維護。請參閱「－質量控制－水質控制」。

於往績記錄期間，我們飲用純淨水產品、氣泡蘇打水產品及飲料產品的水源主要採購自符合國家衛生飲用標準的第三方供水系統。我們亦直接從廣東省加林山獲取天然礦泉水，作為我們在中國取用知名優質水源策略部署的一部分。在直接取水時，我們確保獲得必要的取水許可證和採礦許可證，而在從第三方供水系統購水時，我們無需獲得此類許可證。下表載列於往績記錄期間，來自第三方供水系統的購水量及來自我們直接水源的取水量。

業 務

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%
	(千公噸)									
第三方供水										
系統 ⁽¹⁾	7,447.1	98.6	7,676.0	98.7	8,139.2	98.4	2,256.5	98.4	3,604.5	98.9
直接水源 ⁽²⁾	103.3	1.4	103.7	1.3	134.7	1.6	37.4	1.6	38.7	1.1
總計	7,550.4	100.0	7,779.7	100.0	8,273.9	100.0	2,293.9	100.0	3,643.2	100.0

附註：

- (1) 包括河源工廠於2023年從第三方供水系統採購的地表水，其水源為萬綠湖。
- (2) 於往績記錄期間的直接水源指廣東省加林山，我們從該地區獲取天然礦泉水。

第三方供水系統

第三方供水系統是指經當地政府授權的第三方供水實體，在其運營地區承擔公用事業的角色，通過管道向當地居民和企業供水。他們必須具備必要的資質，並符合國家和地方的一系列規定。我們主要參考GB 5749國家飲用水水質標準審慎選擇第三方供水系統，並定期監測水質。截至最後實際可行日期，我們和我們的合作生產夥伴與43家第三方供水系統進行合作，而並無依賴任何單一第三方供水系統。於往績記錄期間，我們並無終止與第三方供水系統的任何業務關係。我們及我們的合作生產夥伴通常與各自工廠附近的第三方供水系統合作，這確保了我們在提高物流和運輸效率的同時可以獲得優質及穩定水源。我們直接從第三方供水系統購水，而無法直接使用其水源。第三方供水系統的水源包括當地地表水和地下水，如水庫、河流和湖泊。從該等水源取水後，第三方供水系統將進行初步處理和加工，包括混凝、沉澱、過濾和消毒，以去除水中的懸浮物、膠體和溶解物質，改善水質。

第三方供水系統受到嚴格的國家和地方法規管制，包括《中華人民共和國傳染病防治法》、《城市供水條例》、《市政公用事業特許經營管理辦法》、《取水許可管理辦法》以及其他相關法律法規。第三方供水系統在國家層面受中華人民共和國國家衛生健康委員會、中華人民共和國住房和城鄉建設部及中華人民共和國水利部的監管，並受各

地區的地方衛生健康局、住房和城鄉建設局、水利局及水務局以及其他相關政府部門的監管。只有符合相關政府部門規定的所有資格的第三方供水系統方會獲授權建造水廠，並能夠獲得向當地居民和企業供水的資格。該等第三方供水系統提供的水必須符合GB 5749國家飲用水水質標準。GB 5749國家標準規定了飲用水及飲用水源的水質要求、供水機構及與飲用水衛生安全相關產品的衛生要求，以及水質檢測方法。第三方供水系統的標準流程包括混凝、沉澱、過濾及消毒。該等流程首先對水進行處理，然後再將其輸送至我們的工廠或合作生產夥伴。具體而言，GB 5749國家標準要求(i)飲用水應不含致病微生物；(ii)飲用水的化學及消毒劑含量及整體放射性不得超過安全標準；及(iii)飲用水的感官特徵(如口味、氣味及顏色)應為優質。

我們及我們的合作生產夥伴確保從第三方供水系統採購的水符合GB 5749國家飲用水水質標準。與我們合作的第三方供水系統會對水進行提取及初步處理，再輸送到我們的工廠或合作生產夥伴。水抵達後，我們及我們的合作生產夥伴會繼續進行嚴格的檢測、深度淨化及處理。我們及我們的合作生產夥伴會根據既定的操作規程對進水進行約十種水質檢測，包括但不限於測試電導率、pH值、濁度、餘氯及各種細菌計數。如發現任何質量問題，我們及我們的合作生產夥伴將與第三方供水系統溝通，查明原因，確保水質符合安全標準後方可恢復生產。此外，我們及我們的合作生產夥伴每六個月將從第三方供水系統採購的水樣送往國家或國際認可的第三方實驗室進行測試，以確保所採購的水符合GB 5749國家飲用水水質標準中的關鍵標準，並進行另一次年度審查，以確保所採購的水符合所有GB 5749國家標準。我們及我們的合作生產夥伴堅持嚴格的水處理生產過程，包括消毒、絮凝、多重過濾、滅菌及反滲透，以確保我們包裝飲用水產品的品質始終如一。於往績記錄期間，我們並無發現任何與水質有關的產品質量問題。請參閱「— 質量控制 — 水質控制」。

我們與符合國家衛生飲用標準的合作第三方供水系統達成供水安排。供水安排的主要條款通常包括：

- *期限*。協議通常無特定到期日。
- *購水量*。我們根據實際產量及銷售需求向第三方供水系統訂購。我們通常不會與第三方供水系統協定最低採購量。
- *付款*。單位購買價應根據相關地方監管機構頒佈的水費（包括代表監管機構收取的城市污水處理費以及監管機構實施或收取的任何其他相關費用）及調整（如有）釐定。供水費用按供水量乘以單位購買價計算。我們通常按月與第三方供水系統結算。倘我們未能及時付款，則從延遲付款當日起將對我們收取滯納金。
- *信貸期*。第三方供水系統授予的信貸期通常不超過一個月。
- *交付*。第三方供水系統通常負責將取自水源的水通過管道輸送至我們的生產工廠。
- *角色及責任*。第三方供水系統負責確保供水質量符合根據供水安排協定的水質要求及定期維護輸送管道。倘第三方供水系統未能按約定供水，其須於違約期間按日支付直接罰金。
- *終止*。倘超過一至兩個月仍未繳納每月水費，第三方供水系統有權根據適用的國家法規規定的程序終止供水。

我們的戰略性水源

我們已前瞻性地作出戰略佈局以獲取廣東省加林山、廣東省萬綠湖、福建省武夷山及湖北省丹江口等中國知名優質水源。我們選擇有關水源地的標準包括水質、水量、周邊環境、與我們現有產品開發計劃的兼容性及整體成本。我們進行戰略部署，在水源附近建廠，通過直接取水或與當地第三方供水系統合作來獲取戰略水源。於2010年，我們於廣東省加林山獲取了首個天然礦泉水水源地，用於生產「怡寶露」牌天然礦泉水產品、「本優」牌天然礦泉水產品及「加林山」牌桶裝水。根據GB 8537國家標準，潛在天然礦泉水水源地之水必須符合一項或多項飲用天然礦泉水指標，例如某些化學元素、偏硅酸、游離二氧化碳或溶解性固體總量。此外，我們已採取一系列與天然礦泉水生產相關的水源保護措施，包括監測水土流失情況、恢復重建受損土壤及植被、設立環保採礦管理基金及與當地政府部門合作。我們亦於萬綠湖（廣東省的一個湖區）獲取了第一個飲用天然水水源。我們已就加林山的加林山工廠及永隆工廠取得取水許可證及採礦許可證。請參閱「一 取水及採礦許可證」。

下表載列根據灼識諮詢報告得出的我們戰略水源的儲水量：

水源	位置	儲水量
加林山	廣東省	不適用 ⁽¹⁾
萬綠湖	廣東省	約139億公噸
武夷山	福建省	約52.3百萬公噸
丹江口	湖北省	約291億公噸

附註：

- (1) 加林山工廠及永隆工廠均自加林山的地下水源取水，而加林山的儲水量目前尚未可知。根據其取水許可證，獲批每年最大取水量分別為56,000公噸及117,000公噸。

業 務

下表載列我們於相應水源地的製水廠的詳情：

工廠	地點	主要產品品類	水源類型	獲批每年 最大取水量 ⁽²⁾
				(千公噸)
加林山工廠.....	廣東省加林山	天然礦泉水	地下水	56.0
永隆工廠.....	廣東省加林山	天然礦泉水	地下水	117.0
河源工廠.....	廣東省萬綠湖	飲用天然水、 飲用純淨水	地表水	不適用 ⁽¹⁾

附註：

- (1) 河源工廠於2023年與一家第三方供水系統訂立合約。根據雙方合約規定，合約期限為兩年，每日供水量不少於6,000立方米。我們根據購水單價及實際供水量按月結算供水費用。
- (2) 於取水許可證中列明。

於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，與發現和維護直接獲取和使用加林山水源有關的費用分別為人民幣0.6百萬元、人民幣0.8百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣0.3百萬元。下表載列於往績記錄期間我們的直接取水水源（即加林山水源）的最大和實際取水量詳情。

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	獲批每年 最大取水量	實際 取水量	獲批每年 最大取水量	實際 取水量	獲批每年 最大取水量	實際 取水量	獲批每年 最大取水量	實際 取水量	獲批每年 最大取水量	實際 取水量
	(千公噸)									
加林山工廠.....	56.0	29.2	56.0	20.8	56.0	32.4	56.0	9.2	56.0	10.3
永隆工廠.....	120.0	74.1	120.0	82.9	117.0 ⁽¹⁾	102.2	117.0	28.2	117.0	28.4
總計	<u>176.0</u>	<u>103.3</u>	<u>176.0</u>	<u>103.7</u>	<u>173.0</u>	<u>134.6</u>	<u>173.0</u>	<u>37.4</u>	<u>173.0</u>	<u>38.7</u>

附註：

- (1) 於2023年，永隆工廠的獲批每年最大取水量有所減少，主要是由於當地政府部門根據城市總體規劃調整礦泉水使用量。於2023年7月發出的最新取水許可證列明永隆工廠的獲批每年最大取水量為117,000公噸。

取水及採礦許可證

截至最後實際可行日期，我們已為我們加林山天然礦泉水源內的加林山工廠和永隆工廠取得必要的取水許可證及採礦許可證，包括兩張採礦許可證及兩張取水許可證。據我們的中國法律顧問告知，我們須根據相關法律法規就我們的採礦及取水活動繳納礦產資源稅（僅適用於天然礦泉水）。我們根據當地政府的要求按年支付資源稅。我們的取水及採礦許可證的主要條款通常包括：

- *許可證的獲許可單位*。取水許可證或採礦許可證的獲許可單位，通常為各許可證中列明的具體工廠實體法人。
- *期限、屆滿及續期*。各取水許可證的有效期通常為五年，而我們兩個採礦許可證的有效期分別為十年及十七年，且獲許可單位有義務在地方政府批准的情況下於屆滿時或屆滿前續期有關許可證。
- *最大取水量*。各取水許可證均列明最大取水量（通常以每年的取水量表示）。

下表載列截至最後實際可行日期我們持有的取水許可證和採礦許可證。我們的中國法律顧問認為，在我們符合中國法律的相關規定的前提下，我們續期取水及採礦許可證並無重大法律障礙：

持有人	牌照／許可證	發行日	到期日
珠海市永隆加林山 礦泉水有限公司 ⁽¹⁾	採礦許可證 (C4400002010098110074988)	2021年 3月30日	2031年 3月20日
	取水許可證 (D440402G2021-0009)	2020年 5月17日	2026年 5月20日
珠海市永隆飲品 有限公司 ⁽¹⁾	取水許可證 (D440402G2023-0005)	2023年 7月28日	2028年 7月27日
	採礦許可證 (C4400002009098110036999)	2010年 9月14日	2027年 9月30日

附註：

(1) 於往績記錄期間，永隆工廠及加林山工廠均須繳納資源稅及礦業權佔用費。於往績記錄期間，兩家工廠的資源稅標準為每立方米人民幣3元。此外，於往績記錄期間，礦業權佔用費按礦區面積逐年繳納，標準為每平方公里每年繳納人民幣1,000元。

水源污染風險管理

董事認為，我們的水源污染風險較低，主要是由於(i)加林山位於山地森林中，人類活動稀少，且水源上游並無工廠；及(ii)萬綠湖的水為來自深湖的表層水，具有較大的水儲量及較強的自淨能力。於往績記錄期間，我們的水源並無受到重大污染。

我們已制定全面的應急計劃，以應對我們戰略水源的任何水源污染事件，無論是我們自行直接取水或透過第三方供水系統取水。在後一種情況下，第三方供水系統負責水污染風險管理。主要程序包括：(i)一旦發現任何水污染，將立即暫停生產；(ii)我們的質量控制部門將發出控制通知，並與倉庫合作以識別和隔離受影響的產品；(iii)受影響的產品將進行進一步嚴格的質量測試；(iv)我們的生產部門將立即聯繫水源巡視員，詢問原因，並在必要時檢查水源；倘發生外部自然災害，我們的環境、健康及安全部門將聯繫政府應急部門；及(v)我們的質量控制部門將監督該等結果的評估，以確定必要的糾正措施。

識別新水源

在選擇新水源的過程中，我們全面考慮多項關鍵因素，以確保營運的成功和可持續性。水源必須具有足夠的供應量，以滿足我們的營運需求。水源的水質對於我們維持產品高品質也至關重要。以天然礦泉水為例，一旦確定適合開發的潛在水源，我們將要求該水源向我們提供官方檢測報告。我們亦可能將潛在水源的水樣送至國際或國家認可的第三方實驗室進行檢測，以確保潛在天然礦泉水水源的水質符合飲用天然礦泉水的一項或多項指標。此外，水源周圍的環境應支持可持續發展，而位置和可及性應予優化，以精簡成本並提高營運效率。在進行具體評估時，我們會全面評估，計及監管合規、周邊工廠建設的可行性和適當性、水的感官屬性、風險管理、成本管理以及我們的整體營銷和分銷策略。此項評估亦得到了數據支持，包括獨立權威機構提供的水質數據報告和水資源儲量核實報告。水源識別程序涉及初步數據編製和審查，之後進行全面的實地評估，最終形成全面的檢查報告，以供決策。

原材料及包裝材料

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料包括PET、紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及糖。其中，PET用於製造瓶子，是我們的主要原材料及包裝材料。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，PET採購額（不含增值稅）分別為人民幣1,665.2百萬元、人民幣2,165.6百萬元、人民幣1,992.7百萬元及人民幣526.3百萬元，分別佔同期我們採購總額的約21.8%、25.2%、23.6%及22.0%。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的瓶級PET每公噸平均採購價（不含增值稅）分別為人民幣5,556.8元、人民幣6,822.5元、人民幣6,420.1元及人民幣6,196.7元。根據灼識諮詢報告，於同期，中國瓶級PET的每公噸平均出廠價格（含增值稅）分別為人民幣6,795.3元、人民幣8,168.3元、人民幣7,105.2元及人民幣7,069.8元，而中國瓶級PET的每公噸平均出廠價格（不含增值稅）分別為人民幣6,013.6元、人民幣7,228.6元、人民幣6,287.8元及人民幣6,256.5元。請參閱「行業概覽—原材料」。

我們通常每年或按需集中採購原材料及包裝材料，以充分利用我們的規模經濟效益，增強我們的議價能力，並從潛在供應商獲得更具競爭力的採購價格。我們的大部分原材料及包裝材料均能夠在中國較為容易地獲得，且我們從我們工廠附近地區的供應商採購原材料及包裝材料。對於關鍵原材料及包裝材料，我們與多名供應商合作，以減少與之相關的集中度風險。於往績記錄期間，我們並未經歷任何原材料及包裝材料供應的重大短缺，且我們供應商提供的原材料及包裝材料並未出現任何重大質量問題。

我們原材料及包裝材料的潛在價格可能因包括全球及國內經濟狀況、政府法規、供需動態及地緣政治狀況等因素產生波動。儘管我們對若干材料的議價能力可能因該等我們無法控制的因素而受到一定程度的限制，但我們的採購及供應能力卻仍然保持穩定。我們針對不同種類的原材料採取不同的採購策略，並不斷調整方法以確保供應的穩定性和及時性。例如，採購PET、糖和奶粉時，我們根據市場調研及分析，採取綜合採購策略，價低時按照合適的比例提前採購從而鎖定材料價格，價格上漲時則擇機採購。為應對PET價格波動，我們積極監控市場變化，密切關注PET價格走勢。通過分析及預測PET價格的潛在走勢，我們能夠及時調整採購策略。我們亦與華潤化學以外的多家合資格PET材料供應商保持合作，以便更有效地管理價格波動。針對關鍵包裝材料，如紙箱、瓶蓋及標籤等，我們根據年度採購金額採納採購定價調整機制，以減輕價格大幅波動對我們或我們的供應商造成的影響。這種積極主動的方法確保了我

們能夠應對定價風險和供應短缺。此外，我們利用AI技術升級了我們的專有大宗物料管理系統。該綜合系統形成了對原材料的全流程閉環管理（包括物料採購需求預測、招標發佈、原材料配送、庫存管理及盤點對賬）。通過數據建模、AI算法及與業務、財務及法務IT系統的無縫集成，該原材料管理系統實現了最優交付路徑設計、最低採購成本中標、庫存實時跟蹤、需求缺口預警及應付賬款和合同的自動化生成等功能。請參閱「— 信息技術」。

然而，我們可能無法有效獲得有利的價格以使我們免受價格波動的風險或將增加的成本轉嫁予我們的客戶。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響」。

供應商

我們已與我們的主要供應商維持穩定及長期的關係。我們向質量控制及採購部門通過嚴格評估流程選定的合資格供應商採購原材料及包裝材料。我們在評估過程中會考慮多項因素，包括但不限於各供應商的背景、聲譽、行業經驗及財務狀況，最重要的是其供應產品的質量及價格。我們定期參與行業協會的學術研討，進行市場研究並進行產品抽樣及實地考察，為新產品的開發做好更充分的準備。我們每年對主要合資格供應商進行現場檢查，並每年對合資格供應商進行評估。有關我們供應鏈質量控制的更多資料，請參閱「— 質量控制」。我們飲用純淨水產品及飲料產品的水主要採購自符合國家衛生飲用標準的第三方供水系統。

我們的主要供應商為原材料及包裝材料供應商、物流服務、營銷服務及倉儲服務提供商及我們的合作生產夥伴。於往績記錄期間各期間，我們最大的供應商華潤化學將於上市後成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章）。請參閱「關連交易」。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，向我們最大供應商的採購金額分別佔我們於該等相應期間採購總額的7.0%、9.7%、11.0%及11.8%。於2021年、2022年及2023年各年度以及截至2024年4月30日止四個月，向我們前五大供應商的合計採購金額分別佔我們於該等相應期間採購總額的31.0%、33.5%、33.2%及28.5%。

與供應商訂立的關鍵原材料供應協議的主要條款通常包括：

- **期限**。協議期限一般為一年。
- **定價政策**。原材料價格一般通過招標流程釐定，協定的價格載於書面條款中。
- **交付**。供應商應按照供應協議將原材料運送至我們指定的地點，並承擔任何相關物流成本（PET材料除外，我們通常根據協議承擔其物流成本）。
- **付款**。我們一般在收到發票及貨品後30至60天內與供應商結算付款。就PET材料而言，我們通常須於收到發票及貨品後15至30天內向供應商付款。
- **質量**。供應商提供的原材料應符合雙方協定的標準及我們的內部政策。
- **檢查驗收**。原材料運抵我們的指定地點後，我們有權根據雙方協定的標準及我們的內部政策進行定期檢查。供應商應對任何不符合要求的產品質量問題負責。
- **終止**。倘供應商違反供應協議且未能在合理期限內糾正有關違約行為，我們通常有權終止與供應商的協議。

下表載列我們於往績記錄期間各期間前五大供應商的詳情：

截至2021年12月31日止年度

供應商	主營業務	供應商提供的 產品/服務	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔採購總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 華潤化學	礦產品、建築材料 及化學產品批發	PET	536,522	7.0	2013年	30天	銀行轉賬

業 務

供應商	主營業務	供應商提供的 產品/服務	採購金額 <i>(人民幣千元)</i>	佔採購總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
2. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET瓶 坯生產及銷售	製造服務	509,853	6.7	2016年	30至60天	銀行轉賬
3. 供應商B	塑膠產品製造商	PET	471,663	6.2	2013年	15天	銀行轉賬
4. 供應商C	塑膠零件及其他 塑膠產品製造	製造服務	452,810	5.9	2013年	30至60天	銀行轉賬
5. 供應商D	化學材料製造商	PET	397,301	5.2	2019年	15天	銀行轉賬
合計			2,368,149	31.0			

截至2022年12月31日止年度

供應商	主營業務	供應商提供的 產品/服務	採購金額 <i>(人民幣千元)</i>	佔採購總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 華潤化學	礦產品、建築材料 及化學產品批發	PET	833,354	9.7	2013年	30天	銀行轉賬
2. 供應商B	塑膠產品製造商	PET	723,038	8.4	2013年	15天	銀行轉賬
3. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET瓶 坯生產及銷售	製造服務	497,725	5.8	2016年	30至60天	銀行轉賬
4. 供應商C	塑膠零件及其他 塑膠產品製造	製造服務	483,583	5.6	2013年	30至60天	銀行轉賬
5. 供應商E	食品及飲料包裝 生產	PET及製造 服務	342,794	4.0	2012年	30至60天	銀行轉賬
合計			2,880,494	33.5			

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	主營業務	供應商提供的 產品／服務	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔採購總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 華潤化學	礦產品、建築材料及化學產品批發	PET	929,029	11.0	2013年	30天	銀行轉賬
2. 供應商B	塑膠產品製造商	PET	596,579	7.1	2013年	15天	銀行轉賬
3. 供應商C	塑膠零件及其他 塑膠產品製造商	製造服務	471,743	5.6	2013年	30至60天	銀行轉賬
4. 公司T	飲用水、飲料、 PET瓶及PET瓶 坯生產及銷售	製造服務	440,279	5.2	2016年	30至60天	銀行轉賬
5. 供應商E	食品及飲料 包裝生產	PET及 製造服務	367,022	4.3	2012年	30至60天	銀行轉賬
合計			2,804,652	33.2			

截至2024年4月30日止四個月

供應商	主營業務	供應商提供的 產品／服務	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔採購總額 百分比 %	與我們 開始業務 關係的年份	信貸期	付款方式
1. 華潤化學	礦產品、建築材料及化學產品批發	PET	282,300	11.8	2013年	30天	銀行轉賬
2. 供應商C	塑膠零件及其他 塑膠產品製造商	製造服務	137,725	5.7	2013年	30至60天	銀行轉賬
3. 供應商D	化學材料製造商	PET	110,031	4.6	2019年	15天	銀行轉賬
4. 供應商B	塑膠產品製造商	PET	76,433	3.2	2013年	15天	銀行轉賬
5. 供應商F	橡塑產品製造商	包裝材料	75,686	3.2	2014年	30天	銀行轉賬
合計			682,175	28.5			

附註：

1. 供應商B是一家總部位於中國的深圳上市公司，於2023年，其收入約為人民幣175億元，共有867名員工。
2. 供應商C是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本約為人民幣60百萬元。
3. 供應商D是一家總部位於中國的私營企業，註冊資本約為人民幣46億元。
4. 供應商E是一家總部位於中國的台灣上市公司，於2023年，其收入約為新台幣264億元，共有4,780名員工。
5. 供應商F是一家總部位於中國的深圳上市公司，於2023年，其收入約為人民幣773.5百萬元，共有725名員工。

截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或我們的任何股東（擁有或據董事所知擁有我們已發行股本的5%以上）於我們的前五大供應商（華潤化學除外）中擁有任何權益，有關詳情已披露在「關連交易」。

客戶與供應商重疊

公司T為我們於2021年、2022年及2023年各年度的前五大供應商之一，亦是我們於往績記錄期間各期間最大的客戶。公司T連同其受控實體為一個提供經銷、包裝飲用水生產及物流服務的企業集團，公司T的相關集團成員於往績記錄期間擔任我們的經銷商、合作生產夥伴及第三方物流服務提供商。於往績記錄期間，與客戶B（於往績記錄期間各期間我們的前五大客戶之一）受同一控制的一家公司亦為我們提供物流服務。根據灼識諮詢報告，一個企業集團的一家子公司從某一實體接受貨物或服務，而該企業集團的其他子公司向同一實體提供服務的情況在業內並不罕見。我們與該等重疊客戶及供應商之間的銷售及採購條款的磋商乃按個別基準訂立，而銷售及採購既不相互關聯，亦不互為條件。我們的董事確認，我們與重疊客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按一般商業條款及公平原則進行。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，來自公司T的收入分別為人民幣948.8百萬元、人民幣922.7百萬元、人民幣957.5百萬元及人民幣253.7百萬元，分別佔同期我們總收入的約8.4%、7.3%、7.1%及6.1%。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，公司T應佔採購金額分別為人民幣509.9百萬元、人民幣497.7百萬元、人民幣440.3百萬元及人民幣56.3百萬元，分別佔同期我們採購總額的約6.7%、5.8%、5.2%及2.3%。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，來自客戶

B的收入分別為人民幣416.9百萬元、人民幣324.9百萬元、人民幣363.0百萬元及人民幣126.6百萬元，分別佔同期我們總收入的約3.7%、2.6%、2.7%及3.0%。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，與客戶B受同一控制的前述公司應佔採購金額分別為人民幣47.7百萬元、人民幣31.6百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣0.5百萬元，分別佔同期我們採購總額的約0.6%、0.4%、0.1%及0.0%。

質量控制

我們非常重視產品質量，我們認為這對我們業務的可持續增長至關重要。我們在整個運營過程的不同階段開展各種質量檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢查、微生物測試及重量檢查，以確保我們的產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。

我們實施專有的「華潤怡寶全價值鏈食品安全與質量管理體系」(一種SPM體系)，並在多年來的運行過程中不斷完善，以全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。2007年，我們結合原創的SPM質量管理理念對工廠ISO9001體系文件進行全面修訂。2013年，我們引入FSSC22000/ISO22000食品安全管理體系標準，完善了食品安全相關管理要求。2011年正式全面實施SPM體系。2014年，我們根據業務擴張的需要，增加了一系列與新工廠建設相關的管理要求，並組織制定了全面的質量控制計劃，在每個建設階段均制定了詳細的建設流程，作為質量控制的檢查點。通過落實有關新工廠建設要求，我們國內所有的工廠均實現了標準廠房佈局的快速複製，有效滿足了我們對快速發展的需求。2018年，SPM體系整體升級至2.0版本，確保全國工廠持續穩定提供優質安全的產品。

截至2024年4月30日，我們擁有一支由266名質量控制人員組成的專門質量控制團隊，其中183名人員駐於我們的自有工廠及83名人員駐於總部。在駐於總部的83名人員中，約80%擁有十年以上食品及飲料行業管理經驗。我們的合作生產夥伴亦有399名質量控制人員。通過統一的標準、流程及控制方法，我們的質量控制可確保我們自有工廠及合作生產夥伴工廠所生產的產品質量的一致性和安全性。此外，我們還提供各種培訓和內部認證計劃，以幫助我們的人員發展，並積極招募外部專家以加強我們

的人才儲備並推動供應鏈轉型。此外，我們的IT可進一步增強我們的質量控制系統。例如，我們的質量管理系統（「QMS系統」）有助於我們從總部到工廠的質量管理機制的實施。請參閱「一 信息技術」。此外，我們已與業內頂級的生產設備、原材料及物流供應商建立長期深入的合作關係，旨在提升我們的生產及供應鏈效率、質量管理及成本控制能力。

水質控制

我們及我們的合作生產夥伴已對所有水源採用嚴格的質量管理措施，各類水質必須符合相應的國家標準及規定，包括GB 5749國家飲用水水質標準。來自第三方供水系統的水抵達後，我們及我們的合作生產夥伴會根據既定的操作規程對進水進行約十種水質檢測，包括電導率、pH值、渾濁度、餘氯以及各種細菌計數等，檢測頻率從每天多次到每週一次不等，具體取決於各項參數的要求。如發現任何違反規定的質量標準的情況，我們及我們的合作生產夥伴將與第三方供水系統溝通，查明原因，確保水質符合安全標準後方可恢復生產。此外，我們及我們的合作生產夥伴每六個月會將從第三方供水系統採購的水樣送往第三方實驗室（例如經中國合格評定國家認可委員會（CNAS）或國際實驗室認可合作組織（iLAC）認證的實驗室）進行檢測，以確保所採購的水符合GB 5749國家飲用水水質標準中的關鍵標準。我們及我們的合作生產夥伴亦會每年對所採購的水進行一次審查，以確保符合GB 5749國家飲用水水質標準中的全部標準。

於開始生產前，我們對水源進行至少三次水質檢驗，以確保水質符合必要的標準。此外，開始生產後，我們還會定期對飲用天然水水源進行微生物和全面的水源質量檢驗。對於不同的檢查項目，我們已制定各種最低檢查頻率。例如，感官質量、pH值及電導率每天檢查兩次（早晚），鐵、錳及溴化物每天檢查一次，細菌總數每週檢查一次。如發生任何可能影響水質的事件，包括輸水基礎設施的維護或地質災害，我們將停止生產。只有在水質經過檢測並確認能夠符合我們的標準後，我們才會恢復生產。

就天然礦泉水而言，我們建立了專門的水井房和保護屏障，並定期維護，以保護我們的水源。我們每年在汛期和旱季採集樣品，隨後將樣品送往經國家或國際認證的第三方實驗室進行檢測。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，根據我們委託

第三方實驗室按照GB 5749國家飲用水水質標準進行檢測的結果或我們自行檢測的結果，我們從第三方供水公司採購或我們自行採購的水並無出現任何重大不達標情況。對於所有水源，我們的工廠須根據規定的質量控制計劃監控水源質量。請參閱「－ 供應鏈管理－ 水源管理」。

產品開發質量控制

我們的產品開發質量控制始於產品開發的初始階段。我們的質量控制部門與我們的研發團隊密切合作，以評估每種配方及生產工藝的有效性、穩定性及安全性以及擬推出包裝飲用水或飲料產品的原材料及包裝材料是否符合相關法律法規及行業標準。請參閱「－ 研發－ 產品研發」。

供應鏈質量控制

我們認為，原材料及包裝材料對我們的產品質量至關重要。我們的供應鏈質量控制系統利用SPM體系涵蓋的以下三個方面確保材料質量：(i)新供應商開發；(ii)定期監控及監督；及(iii)定期供應商績效評估。我們有一套嚴格的供應商甄選流程，主要包括需求預測、資質評估、現場生產及產品質量評估。我們亦不斷加強對供應商的動態管理，確保基於績效考量及時選擇及汰換供應商。對於現有供應商，我們每月對其產品質量、交付及時性及其配套服務的效率和效果進行評估，並根據月度考核情況作出詳細的年度評級考核報告，對供應鏈作出相應調整，終止與在月度考核中屢次表現欠佳的供應商的業務關係。

我們根據原材料及包裝材料質量控制的內部指引，通過年度審查、產品抽樣和異常情況處理，定期對供應商的表現進行監控和評估。根據內部指引，我們對原材料及包裝材料的外觀、規格和功能進行驗收，並對隨機抽取的樣品進行測試。如果樣品未能通過我們的測試，我們將會向供應商退回整批原材料或包裝材料。倘供應商屢次未能通過我們的驗收測試，我們將依據我們的內部制度視乎不合規情況的嚴重程度進行適當處理，如終止供應關係，或將該供應商完全排除在我們的潛在供應商名單之外。

此外，我們在供應鏈管理流程中設立反腐敗機制，要求供應商簽署「陽光宣言」，其中載列禁止的腐敗和反競爭行為，並要求參與採購活動的人員提供廉潔承諾書，以確保相互遵守反賄賂、反勒索及反洩露商業機密的規定。

生產流程質量控制

我們已建立完善的生產流程質量控制體系，通過SPM體系全面管理我們自有工廠及合作生產夥伴工廠的各個生產階段，包括水處理、注塑、吹瓶、灌裝、封蓋、貼標、包裝、成品儲存及產品出貨。每個生產階段均有具體的控制要求，並輔以相應的原材料及包裝材料及工藝指標檢測標準。我們亦採用感官分析、理化評估和微生物檢測等各種檢測手段，確保生產過程和最終產品的質量指標符合我們的質量控制標準。

各工廠在新生產線建設、原材料及包裝材料驗收、生產、產品儲存和出庫管理等方面都必須遵循這些規定的標準。我們的總部質量環境安全部(QEHS)設有專門的生產質量監督模塊，涉及工廠一級的質量審核、檢查和抽查。該模塊推動SPM標準的有效實施，並對與生產流程相關的質量風險進行有針對性的診斷。監督的主要方面包括文件執行、流程符合性、異物、異味、微生物風險的預防和控制、現場5S和GMP執行、改進項目實施、產品抽樣、流程穩定性評估和質量異常管理。這些綜合措施有助於不斷改進我們工廠的質量控制。

為確保質量控制體系的有效實施，我們指派質量控制人員在整個生產過程中進行定期檢查和質量監控，以確保我們的生產符合國家和行業生產標準以及內部生產指引。根據產品安全要求，我們的所有員工在生產過程中都必須遵守嚴格的衛生標準，而我們在生產過程中使用的設備和機械必須根據各自的功能遵守特定的消毒程序和標準。

製成品、物流和倉儲質量控制

我們的市場質量控制適用於我們的自有工廠和合作生產夥伴工廠生產的產品。通過SPM體系赋能，我們的市場質量控制涵蓋了製成品從儲存、交付到最終銷售的整個生命週期，以確保我們的產品在良好的條件下儲存、交付和銷售。我們的產品在出庫前必須經過質量檢驗。同時，產品發貨時，我們會要求我們的物流服務提供商嚴格遵守相關運輸質量要求，以確保我們的產品在適當的條件下運輸。

我們實施嚴格的市場質量控制制度，明確了倉儲和物流質量控制要求，並將質量要求納入標準經銷協議及與選定次級經銷商訂立的三方協議的合同條款，以確保在全國銷售網絡中有效實施。

我們通過對銷售人員開展質量專題培訓，對經銷商發放質量意識材料及發佈質量風險預警材料等舉措監督市場質量，從而宣貫公司的質量管理要求和提升僱員的質量意識。我們亦定期進行市場質量巡查，並組織我們全國的銷售網絡開展自我評估，以監督質量管理要求的執行落地及推動其進行改善。為確保產品質量的一致性和持續改進產品質量，我們在整個產品生命週期內採用全面的監控系統，以發現潛在的質量隱患。該系統包括對市場上銷售的產品開展隨機抽樣檢查，隨後在我們總部的檢測中心及經國家或國際認證的第三方實驗室（例如經CANS或iLAC認證的第三方實驗室）進行檢測。該等樣品的檢測結果與相應生產工廠的績效評估掛鉤，從而激勵我們的生產人員密切關注產品質量監控。

產品退回及召回

經銷商在收到我們的產品後一般不能退貨。根據經銷協議，我們會就我們所造成的產品質量問題，對有關產品作出退款或沖賬，在此情況下，我們將負責產品退換貨所產生的費用。於往績記錄期間，我們產品退回主要是由於包裝損壞或交付失敗，而自願產品召回則主要由於潛在質量問題。於往績記錄期間，我們退回或自願召回的產品價值佔我們各期間總收入的比例不足0.05%。

我們在線上和線下都設立了處理投訴和諮詢的機制，包括熱線電話及其他反饋渠道。在處理消費者的投訴時，我們專門的客戶服務團隊人員及時與消費者溝通和聯繫，並在必要時啟動質量調查程序。在收到客戶投訴後，我們的客戶服務團隊會立即將問題反饋給區域質量控制團隊，然後由區域質量控制團隊通知負責具體產品的生產工廠並指示其進行徹底的檢查和分析，以確定質量問題的根本原因。查明原因後，我們將實施適當的糾正及預防措施以解決任何問題。我們的客戶服務團隊會記錄所有諮詢、反饋和投訴，以及調查或解決措施的結果。於往績記錄期間，為防止類似的產品退回或召回事件再次發生，我們增加了對工廠進行食品安全風險評估以及對經銷商的產品儲存條件進行現場檢查的頻率。

我們亦制定了產品召回程序，以確保符合食品安全相關法律法規要求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們在銷售運營過程中沒有發生任何重大事故，亦沒有因已售產品而引致任何重大人身或財產損失或賠償索償；(ii)我們沒有受到中國政府當局有關產品質量或食品安全的任何重大行政或其他處罰；(iii)我們沒有被任何政府當局勒令進行任何可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的強制性產品回收；(iv)於往績記錄期間，我們沒有，無論單獨或總體而言，遭受任何重大產品責任索賠或任何與重大產品責任風險相關的事件；(v)我們沒有收到消費者有關產品質量的任何重大投訴；及(vi)我們並無遭遇任何導致重大行政處罰、大量產品退回或強制召回的重大食品安全問題。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－產品缺陷、產品污染或與我們的產品相關的其他產品質量和食品安全問題，或對我們產品的安全、質量或健康影響的擔憂可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務和經營業績產生重大不利影響」。

定價

我們根據產品定位、生產成本、市場競爭以及銷售網絡中經銷商及直營客戶的合理利潤水平等各種因素為產品定價。我們向經銷商及直營客戶提供我們產品的建議零售價。我們的經銷商及直營客戶不得採取任何可能嚴重擾亂我們產品零售價的行動。請參閱「－我們的銷售網絡」。

季節性

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年天氣轉暖的第二及第三季度迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該等季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。請參閱「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－特定因素－天氣及季節性」。

物流

我們的物流安排主要由：(i)經銷商自提安排；及(ii)第三方物流服務提供商提供支持。

我們根據物流服務提供商的企業實力、運營能力、系統建設能力、合作往績記錄、價格及經營規模，通過集中採購及招標流程選擇物流服務提供商。我們與第三方物流服務提供商的安排使我們能夠快速高效地運送產品、減低資本投資及降低因交通事故、送貨延誤或丟失而承擔責任的風險。我們的物流服務提供商確認收到要交付的產品後，有關產品運輸及交付的風險即轉移至物流服務提供商。

庫存管理

我們的庫存主要包括：(i)原材料及消耗品，主要包括PET、包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水產品和飲料產品。我們的庫存水平乃根據銷售和生產計劃而定。此外，經過四十年的經營，我們認為我們已經與相關市場的上游原材料及包裝材料供應商建立牢固的關係。我們會基於業務需求儲備若干原材料及包裝材料，以應對原材料及包裝材料價格的大幅波動。於往績記錄期間，我們並無出現任何重大短缺或庫存陳舊的情況。請參閱「－供應鏈管理－原材料及包裝材料」。此外，我們計劃進一步擴大產品供應，從而使原材料及包裝材料品類多元化，以降低若干原材料及包裝材料價格波動的風險。

我們注重優化庫存管理，並在各生產工廠制定及實施嚴格的庫存管理機制。所有庫存均在我們的生產工廠的倉庫或租賃倉庫中使用托盤存儲。按照分區管理的要求，對庫存物資進行分類、分配到指定區域，並定期盤點，確保賬目與實際庫存相符。我們的倉庫工作人員按照區域編號及標識符劃分存儲區域。不同類別、規格、價值的存

貨按照技術存儲要求分開存儲，杜絕相互混雜的可能。庫存擺放按照整齊排列、易於視覺識別的原則進行標準化。我們的庫存管理機制考慮到我們經銷商網絡的庫存統計數據，亦考慮到我們的原材料及消耗品的庫存水平，涵蓋採購、物料供應、物料接收及退貨、庫存盤點及報廢。

憑藉嚴格有效的庫存管理機制，於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的庫存週轉天數分別為19.1天、24.8天、23.6天及20.5天。請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干組成部分的說明－存貨」。

信息技術

我們的技術進步不斷促進我們的業務增長。我們在業務運營的各個階段（包括原材料及包裝材料供應、生產、運營和物流）運用多項IT系統。我們利用專有的IT，有效規範我們的運營，管理採購、銷售和經銷、質量控制、庫存管理及物流、財務報告及人力資源職能，從而提高管理及運營效率。舉例而言，在原材料及包裝材料管理方面，我們已將專有的AI算法全面納入我們的大宗物料管理系統，以協助管理採購、簽約、審批及分發，為我們的原材料及包裝材料管理流程提供科學、高效、精準的AI賦能輔助並有助於更好地控制原材料及包裝材料成本。大宗物料管理系統採購模型算法亦於2023年獲國家發明專利。截至2024年4月30日，我們擁有九個自主開發IT系統。下表呈列我們的若干主要IT系統（其中大部分為自主開發）：

IT系統	推出年份	功能描述
企業資源規劃系統 (ERP)	2013年	該系統整合採購、生產、銷售及財務的資源，並處理採購、庫存、生產、計劃、訂單、物流及財務的數據。
商業智能系統(BI) ..	2013年	該系統生成有關全國供應鏈及銷售數據的分析報告，確保及時而標準地提供運營見解。

業 務

IT系統	推出年份	功能描述
終端客戶關係管理 支持系統 (CRM-SUP).....	2014年	該系統可有效地規劃門店拜訪路線、管理陳列計劃、處理訂單、執行推廣、監督業績及收集終端市場的競爭產品數據。
質量管理系統 (QMS).....	2017年	該系統管理與產品和材料檢驗相關的數據和記錄，賦能數字化質量控制流程，促進從總部到工廠的兩級質量管理。
渠道經銷管理系統 (DMS).....	2017年	該系統集成了線上訂單和經銷渠道的管理，並支持銷售渠道的訂購、庫存和訂單分配管理。
大宗物料管理系統..	2018年	該系統有效管理從採購到簽約、審批及分配原材料及包裝材料的流程，並充分利用AI算法為管理流程提供決策支持。
產品追溯系統 (PTS).....	2019年	該系統可實現端對端的產品信息收集及供應鏈可追溯性，提高運營效率並支持產品召回及防偽工作。
供應商關係管理系統 (SRM).....	2022年	該系統可有效協作及管理我們的供應商的運營。

我們的IT系統由IT團隊維護。截至2024年4月30日，我們專業的IT團隊由32名人員組成。我們的業務運營取決於我們的IT能力和IT基礎設施的可靠性。為確保重要IT系統和設施持續穩定運行，我們的IT團隊會執行系統檢查、數據備份、系統維護，並維護備用系統及應急硬件組件。請參閱「風險因素－我們的IT系統的任何缺陷或任何不遵守相關數據隱私和信息安全法律的行為都可能損害我們的聲譽並使我們面臨法律訴訟和監管審查」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的IT系統並無出現任何重大故障或失靈而對我們的整體業務運營造成重大不利影響。

研發

我們重視研發，持續推出多元化產品，同時升級及優化現有產品，我們認為研發對於保持我們在中國即飲軟飲市場的競爭優勢至關重要。我們在研發方面的不懈努力幫助我們滿足消費者的需求和要求。於往績記錄期間，我們的研發重點是繼續升級及改進現有的包裝飲用水及飲料產品、推出新產品及探索新產品品類。

研發團隊

截至2024年4月30日，我們擁有一支由77名人員組成的研發團隊，其中22名持有碩士學位，32名擁有工程師職稱，研發團隊大多數人員擁有多多年食品和飲料行業的經驗。於2023年，我們新增感官研究室、茶研究室和咖啡研究室，進一步擴大了我們的能力。我們亦採用先進的研發設備，涵蓋飲料應用及基礎研究的各個領域。

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的研發成本分別為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元、人民幣61.5百萬元、人民幣10.0百萬元及人民幣13.1百萬元。我們的研發開支於有關開支產生期間確認為費用。

產品研發

我們認為產品研發對我們的成功及可持續增長至關重要。我們不斷努力開發新產品，以增強及豐富我們的產品矩陣體現了我們對創新的承諾。我們採用先進的綜合研發管理流程，結合多個部門的力量，以迅速應對不斷變化的市場。每個產品研發項目均遵循以下若干關鍵步驟：

- *概念設計*。銷售及營銷團隊提出產品概念並進行市場研究，以收集相關市場信息，如市場需求、目標消費者及競爭產品。我們還收集消費者對我們提出的產品概念的反饋。我們根據市場研究報告評估項目的可行性，並確定項目是否可以進行。
- *產品設計及開發*。產品設計及開發主要包括功能性成分及口味研究與設計、原材料及包裝材料研發、視覺設計及包裝研究，以及合作生產夥伴角色及商討。
- *工業實現*。擬定產品基於多種因素進行測試，例如含量及配方的穩定性、包裝及瓶型設計的運輸及儲存測試、第三方生產檢驗及加工合規性。

- **產品推出。**原材料及包裝材料及配方均記錄在我們的ERP系統中，而質量控制團隊為推出的產品制定相關質量控制計劃。環境及安全團隊驗證技術標準，之後我們開始小規模生產，包括產品試驗及消費者反饋收集，隨後是最終產品推出。

生產研發

為保持我們在行業的領先地位，並提高產品的質量和安全性，我們不斷改進生產技術，升級設備，以提高生產力、優化運營效率並實現生產流程的模塊化。例如，我們針對包裝飲用水產品的關鍵質控微生物銅綠假單胞菌檢測創新研發了快速檢測技術，有效優化了我們的交付程序。該技術獲得了國家發明專利(ZL201910582662.7)，並轉化為中國飲料工業協會團體標準(TCBIA 011-2024)。我們的研發團隊負責提升及開發生產技術，我們亦與第三方機構合作進行行業先進生產技術的研究。

我們亦不斷優化我們的包裝技術，以降低運輸成本並提高運輸效率。於2022年，我們為高效運輸大規格瓶裝水而設計的專利托盤獲國家實用新型專利。該托盤上表面設計有多個底槽托，下表面設計有多個錐形凹槽。這些凹槽為瓶頸提供了空間，增大了大規格或桶裝水桶身的受力面積，減少了桶身或瓶頸在運輸及堆放過程中受壓變形的風險，從而降低了破損的概率。

競爭

根據灼識諮詢報告，按零售額計，中國即飲軟飲市場預計到2028年將擴大至人民幣12,032億元。中國即飲軟飲市場相對集中，按2023年零售額計，前五大企業貢獻的市場份額為42.6%，且預計將繼續上升。預計頭部企業將憑藉成熟的品牌知名度、銷售渠道佈局、全面的產品組合及研發能力維持並增加其市場份額。根據灼識諮詢報告，按零售額計，於2023年，我們在中國即飲軟飲市場排名第五，市場份額為4.7%。

根據灼識諮詢報告，按零售額計，2023年中國包裝飲用水市場規模為人民幣2,150億元，2018年至2023年的複合年增長率為7.1%，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年的複合年增長率為7.9%。按2023年零售額計，該市場佔中國即飲軟飲市場的23.6%，預計到2028年將增至26.1%。中國包裝飲用水市場的集中

度不斷提高，按零售額計，前五大企業的總市場份額由2021年的56.2%增至2023年的58.6%。按零售額計，我們於2023年在中國包裝飲用水市場排名第二，在中國飲用純淨水市場排名第一。根據灼識諮詢報告，按零售額計，我們於2023年在包裝飲用水市場及飲用純淨水市場的市場份額分別為18.4%及32.7%。

就中國即飲軟飲市場的其他細分市場而言，於2023年，按零售額計，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，市場份額為38.5%。

請參閱「行業概覽」。

知識產權

知識產權是我們成功和競爭力的關鍵，主要包括我們使用的商標、版權、專利和域名。截至2024年4月30日，我們在中國擁有1,044項註冊商標、78項專利、65項已登記著作權及六個域名。有關重大知識產權的更多詳情，請參閱「附錄四 – 法定及一般資料 – B.有關我們業務的進一步資料 – 2.知識產權」。

我們積極管理知識產權。我們的法務部門定期監控我們的知識產權。我們在得悉知識產權可能受侵犯時立即採取行動。例如，我們對公共商標註冊平台進行例行檢查，以確保我們的商標不被他人侵犯。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉(i)我們侵犯第三方擁有的任何知識產權，或(ii)任何第三方侵犯我們擁有的任何知識產權，無論是單獨或總體而言，都有可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因任何嚴重侵犯任何人士的知識產權而面臨任何威脅或未決爭議、訴訟或法律程序。請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們可能無法充分保護我們的知識產權，並且可能會面臨第三方提出知識產權侵權或盜用索賠的風險」。

在處理侵犯本公司知識產權的事件時，我們通過內外部渠道監控是否有有關仿冒產品的事件及其他涉及我們產品侵權行為，包括：(i)我們遍佈全國的銷售人員；(ii)我們的法務部門人員進行市場研究；(iii)我們委託的知識產權專家或法律顧問積極進行調查；及(iv)消費者通過我們的客戶服務熱線進行投訴及舉報。我們針對仿冒產品實施

了全面的管理制度。我們的一線銷售人員與各零售點的經營者保持密切溝通，積極開展巡查以識別任何可疑的仿冒產品或侵權行為，並向指定的區域維權人員報告，隨後由他們向我們的法務部門報告。在發現侵權事件後，我們將收集支持性信息，評估是否存在侵權行為，並分析維權的可行性及我們可採取的方法。根據不同的產品侵權及具體情況，我們在知識產權專家或法律顧問的支持下，通過有針對性的方式維護我們的權利，包括但不限於提起行政投訴、訴訟及公安報案。倘我們的經銷商從事此類活動，我們將嚴格遵循既定程序進行處理，包括終止合約。

僱員

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們分別有11,725名、10,884名、10,970名及11,284名全職僱員，其中大部分位於中國大陸。下表載列我們於往績記錄期間按職能劃分的僱員人數：

職能	截至2024年4月30日	
	僱員人數	佔僱員總數的百分比 %
銷售及市場推廣	8,786	77.9
行政	338	3.0
研發	77	0.7
生產	2,083	18.5
合計	11,284	100.0

於往績記錄期間，我們通過校園招聘、招聘會、招聘機構及內外部推薦招聘員工。為了在所有僱傭實踐中提供公平和平等的機會，我們已採取政策和程序來確保公平的甄選及招聘過程。作為留存策略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪金、全面的保險計劃及以績效為基礎的獎勵計劃，該等計劃通常基於僱員個人的表現及我們業務的整體表現。

我們為新入職員工提供有關我們的企業文化、業務及行業的新員工培訓，以提高彼等對本公司的了解及履行職責的能力。我們亦定期向僱員提供度身訂造的內部培訓

課程，以提高彼等的技術技能或安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為若干僱員提供管理技能培訓機會，以幫助彼等過渡至管理職位。

根據中國法律法規的要求，我們還為僱員參加由地方政府管理的各種僱員社會保障計劃，包括養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險、失業保險及住房公積金。中國地方政府對員工福利計劃的要求及實施並不統一，相關政府部門可能會檢查僱主是否已足額支付應繳的員工福利款項，未能按規定足額繳納的僱主可能會被處以滯納金、罰款及／或其他處罰。於往績記錄期間，我們通過第三方人力資源機構為若干僱員繳納社會保險或住房公積金，主要因為彼等更願意在各自的居住地繳納社會保險及住房公積金，以便在當地使用該等福利。我們若干僱員的供款計算方式可能與當地要求存在差異，但我們對此積極做出了有關整改。據我們的中國法律顧問告知，(i)截至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守與社會保險及住房公積金有關的適用法律及法規；及(ii)於往績記錄期間，我們因上述社會保險及住房公積金相關的問題而受到相關人力資源和社會福利政府機關及住房公積金政府機關重大行政處罰的風險極低。

截至2024年4月30日，我們已在中國成立工會，以維護我們僱員的合法權益。我們認為，我們與僱員總體上保持良好的工作關係，且我們並無遇到任何重大勞資糾紛。

職業健康與安全

我們須遵守有關僱員健康及安全的中國法律及法規。我們非常重視僱員的職業健康與安全(「OHS」)管理。我們成立了質量、環境、健康與安全(「QEHS」)委員會，制定並發佈了一系列內部管理政策和指引，如《怡寶QEHS管理體系手冊》、《職業健康管理》、《聽力保護》及《個人防護用品管理規定》，並將QEHS績效與僱員績效考核掛鉤，持續推進生產安全管理體系建設。我們定期評估我們的設備及生產設施，以確保其安全地支持我們的營運。我們亦定期及每年對僱員進行OHS宣傳教育培訓，以不時加強僱員對安全程序和事故預防的意識及知識。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何涉及人身傷害或財產損失的重大事故，且我們並無因任何重大事故而遭受任何重大申索、訴訟、處罰或紀律處分。

保險

我們投購保險以涵蓋與我們生產有關的潛在產品責任及潛在安全問題。此外，我們已購買若干財產相關保險，涵蓋我們的樓宇、設施、機器、車輛、設備、存貨及其他資產。我們不時審查保單以確保其保障範圍足夠。我們認為，我們現有的保險範圍足以滿足現有業務，並符合中國的行業慣例。然而，我們可能面對超出我們保險範圍的索賠及責任。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的保險範圍可能不足以彌補我們潛在的責任或損失」一節。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提出亦無遭受任何對我們而言屬重大的保險申索。

環境、社會及管治事宜

願景與ESG策略

ESG責任被視為長期核心策略，對我們為利益相關方創造可持續價值的能力至關重要。我們以「引領行業發展，為大眾提供安全、健康、美好的生活體驗」為使命，將可持續發展理念融入我們的商業決策及日常營運中，致力於實現可持續發展的企業目標。

ESG管治

我們知悉ESG相關風險會對我們的業務產生影響。因此，為了更好地管理ESG相關事宜，我們設立以董事會為核心的ESG架構，負責監督我們的CSR與可持續發展實踐，涵蓋以下層面：(i) ESG事宜的適當風險管治，包括氣候相關風險及重要性分析；(ii) 識別主要利益相關方及與彼等接洽的溝通渠道；(iii) ESG策略制定程序；及(iv) 審閱關鍵績效指標、相關衡量及緩解措施。企業文化與社會責任指導委員會負責協助董事會監督ESG事宜，協調ESG工作的開展，並每年向董事會匯總報告ESG相關事項的進展情況。委員會成員具有與可持續發展相關的專業背景、行業和管理經驗。我們承諾於上市後遵守企業管治守則項下的所有守則條文，且我們相信我們的ESG相關事宜的政策乃根據上市規則附錄C2所載標準制定。

我們現行ESG架構的主要職責與分工如下：

- **治理層**。由董事會承擔監督職責，聽取企業文化與社會責任指導委員會工作匯報，審查ESG重大性議題與排序以及關鍵績效指標，監督並評估公司ESG工作的進展，並提供建議，確保本公司已建立並維持有效的ESG風險管理。
- **統籌層**。企業文化與社會責任指導委員會負責制定ESG策略、協調和監督ESG相關工作的實施；設定前瞻性目標、定期審查目標的實現情況並向董事會匯報；統籌編製ESG報告、每年審查ESG報告並向董事會報告。
- **執行層**。執行層由各職能部門、業務中心、銷售大區、工廠等組成，負責推進ESG工作落地。

我們認為，了解內部及外部利益相關方的意見及觀點將有助於推進我們的ESG管理。因此，我們構建常態化的利益相關方溝通參與機制，通過多種渠道與利益相關方進行積極的溝通，以了解並更好地管理利益相關方關注的重大性議題，持續加強企業的可持續發展能力。

我們意識到我們的業務將受到環境及社會相關風險的影響，因此，我們開展重要性分析以識別相關風險及其潛在影響，並更全面地了解各種ESG議題。透過本公司管理層的判斷，參考知名外部機構提供的重要性圖譜，以及第三方ESG顧問的意見，我們已確定與我們業務高度相關的重大ESG議題。為實施有效的風險管理，我們持續評估並監控業務活動對自然資源的影響，並推動水資源和排放管理等舉措，以盡量減少對環境的不利影響。我們亦積極識別及管理與氣候相關的風險和機遇，詳情載於「氣候變化及應對」一節。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因未遵守法律法規而受到任何重大罰款或處罰，亦未因違反法律法規而受到任何重大行政處罰。我們將持續加強環境風險管理，以避免未來違規行為。

環境及社會議題

環境

我們遵循《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國水法》及《中華人民共和國大氣污染防治法》等法律法規，並制定《緊急響應處理方案》、《污水排放管理規定》及《怡寶溫室氣體管理制度》等內部制度。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因未遵守中華人民共和國環境法而受到任何重大罰款或處罰，亦未因違反中華人民共和國環境法而受到任何重大行政處罰。

我們已啟動雙碳管理工作，對本公司及所選取的十家已投產自有工廠開展碳足跡盤查，並完成由第三方認證機構進行的溫室氣體數據核查認證工作，同時編製我們的碳中和預測報告以及路線圖。我們於2022年5月啟動產品碳足跡盤查工作，致力為公司有效減少溫室氣體排放量、打造綠色低碳產品供應奠定良好基礎。基於我們的產品碳足跡盤查結果，350ml、400ml及555ml飲用純淨水產品的全生命週期溫室氣體排放量分別為65.5 GCO₂-e/瓶、67.6 GCO₂-e/瓶及84.3 GCO₂-e/瓶。

此外，我們結合並踐行國家提出的「3060目標」，即於2030年實現碳達峰，2060年實現碳中和，設立了華潤怡寶「2030碳達峰、2055碳中和」的戰略目標，並制定了短期、中期、長期的碳中和路徑及實施舉措，推動企業實現綠色低碳轉型。短期內我們將努力減少化石能源的使用，並提高生產設備能源效率，以降低碳排放。在中期階段，我們承諾在持續加大力度推廣可再生能源的同時，對設備進行電氣化改造。長期來看，我們將採用更加綠色的包裝材料，並優化運輸方式，以實現碳中和的長期目標。

我們知悉在營運過程中可能帶來的各種環境影響，我們基於我們的業務性質及碳核查結果，結合2°C（溫度升高控制在2°C以內）和1.5°C（溫度升高控制在1.5°C以內）的情景的預測結果，設定碳中和目標和其他環境目標。我們制定了兩個碳中和目標：(i) 保守減排方案：2030年實現碳達峰，2055年實現碳中和；及(ii) 積極減排方案：2030年實現碳達峰，2050年實現碳中和。我們計劃將單位產量二氧化碳排放強度及單位產

業 務

量綜合能耗作為工廠績效考核的關鍵績效指標。此外，未來我們將持續完善量化環境目標的制定。下表載列我們於往績記錄期間的資源消耗¹、廢棄物排放及污染物排放詳情。

指標	單位	2021年	2022年	2023年	截至2024年 4月30日 止四個月
溫室氣體排放總量	公噸二氧化碳當量	69,378.0	71,645.9	86,162.0	43,393.2
單位產量溫室氣體排放量	公噸二氧化碳當量／公噸	0.02	0.02	0.02	0.02
範圍一(直接排放)	公噸二氧化碳當量	2,150.1	2,084.9	2,167.1	944.1
範圍二(間接排放) ²	公噸二氧化碳當量	67,227.9	69,561.0	83,994.9	42,449.1
能源消耗總量	兆瓦時	130,845.2	134,706.0	162,939.6	81,013.7
購買電力	兆瓦時	110,407.9	114,357.2	133,822.7	69,135.1
淡水消耗量	百萬公噸	7.5	7.5	8.0	3.5
可再生能源消耗量	兆瓦時	0	0	4,420.2	2,247.1
廢水排放總量	百萬公噸	1.3	1.3	1.1	0.5
一般固體廢棄物產生總量	公噸	275.1	417.3	1,420.7	902.9
危險廢棄物產生總量	公噸	1.7	3.9	7.6	1.9

用水管理

我們堅持水足跡全生命週期管理，管理生產用水，通過優化生產工藝、改造水處理系統等方式，實現水高效利用。我們在珠海修建引水渠，引導水井周邊積水流出，避免積水滲入到地下水中。水渠建成後，我們已開展多次水井微生物檢測，均符合生態環境要求。我們在廠區建設清淨下水收集池，對生產廢水進行收集和處理，廢水水

¹ 資源消耗指生產經營過程中化石燃料、購買電力、淡水等的消耗。相關數據主要來自自有工廠的生產及行政系統，並不包括我們合作生產夥伴的資源消耗。

² 2023年範圍二間接溫室氣體排放的電力排放因子0.5703公噸二氧化碳當量／兆瓦時乃採用自生態環境部於2023年2月7日發佈的《關於做好2023—2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》。

質達到中水回用標準，並將其用於綠地灌溉、道路清洗，實現廢水回收複用。我們於2021年、2022年、2023年以及截至2024年4月30日止四個月的重複用水量分別為1.0百萬公噸、1.2百萬公噸、1.3百萬公噸及0.6百萬公噸。同時，為提倡節約用水防止不必要的浪費，我們通過開展節水宣傳活動、在工作場所張貼節水標語及節水提醒等方式，增強僱員節水意識。

綠色包裝

我們在確保產品安全和消費者體驗的前提下不斷實踐綠色包裝，積極推廣新材料、新設計、新技術、新設備和新工藝，實施節材、節能改造技術的應用，並通過材料採購、減少使用和設計更改來最大限度地減少包裝材料的影響，盡量減少一次性包裝廢物。目前塑料和紙是我們產品的主要包裝材料。考慮到塑料難以自然分解的特性，自2023年起我們推進減少PVC材料的使用，包括提倡部分飲料產品標籤改用PETG標籤以及飲用水產品標籤改用OPP標籤，該等材料更為安全、環保、易回收。我們亦提倡使用可回收包裝材料，目前我們包裝飲用水產品及飲料產品的瓶身及瓶蓋所使用的塑料已實現100%可回收。同時，我們優化瓶子的包裝設計，以盡量減少塑料包裝材料的總用量。我們已完成對350ml、400ml、555ml、1.18L、1.55L及2.08L水產品的包裝優化。透過瓶口輕量化項目，我們平均每瓶可減少0.38克原材料使用。2021年起，我們將瓶裝水瓶蓋、瓶身賦碼整合為瓶身統一賦碼，減少噴碼機的使用數量，有效減少電力、油墨等能源和原材料的消耗。同時，我們積極推進包裝回收，例如通過「拆箱有禮」活動支持經銷商將回收紙箱兌換為飲用水產品。2023年，我們在全國範圍內回收了近億個紙箱和塑料膜包裝。

我們始終高度關注微塑料污染問題及與塑料納米顆粒相關的人類健康風險問題，並積極響應國內外與微塑料污染相關的研究。於2024年，我們參與了由中國飲料工業協會(CBIA)及行業內其他企業和機構發起的包裝水微塑料檢測方法研究項目。為確保該項研究的順利進行，我們購置了項目所需的檢測設備，用於檢測產品中塑料材料的含量，包括聚乙烯、丙烯腈－丁二烯－苯乙烯(ABS)、聚對苯二甲酸乙二醇酯(PET)、

聚氯乙烯(PVC)等，檢測結果表明，所有產品均已通過相關檢測程序，不存在微塑料污染，對人體系統不構成健康風險。目前，有關塑料納米顆粒進入人體系統的健康風險仍在研究中。我們將密切關注相關科學及行業的研究結果及發展，以便及時調整我們的產品設計及製造工藝。

能源管理

我們致力於推動節能減排和清潔能源的使用，優化工藝佈局和規劃光伏發電等新能源項目，購買和使用清潔能源，代替化石燃料的使用，並通過改造生產工藝設備，降低能源使用強度。截至2024年4月30日，我們已發起新立項光伏發電項目十個，已併網項目三個，且在2022年購買綠電至少165萬千瓦時及在2023年購買綠電442萬千瓦時。我們通過節能設備改造，降低能源使用強度。在物流方面，我們搭建物流信息管理平台，通過數據可視化管理，合理優化物流運輸路線。此外，我們積極推動綠色物流、鐵路運輸、水路運輸電動化、零碳化及推進雙層帶板運輸，降低運輸數量，減少燃油消耗。

排放物管理

基於政府核發的污染物排放登記許可證，我們制定《環境監測與測量管理規定》及《污水排放管理規定》等制度，並定期監測排放物，確保所有污染物排放合規合法。我們每天都會對生產廢水進行檢測，並每年委託外部專業的第三方機構進行檢測，以《污水綜合排放標準》的最高要求落實廢水處置，確保廢水排放合規。我們亦十分關注噪聲污染對人體健康的影響，在部分工廠和生產車間採取了降噪措施，將噪聲由86dB下降至76.8dB。

保護生物多樣性

我們遵循《中華人民共和國噪聲污染防治法》，並制定《華潤怡寶生態保護管理指南》，旨在減少生產建設活動中盡可能避免對生態環境造成干擾和污染，在工廠選址時充分考慮並評估對環境及生物多樣性的潛在影響，在生產過程中注意污染防治工作，

保持周界生態平衡。生產建設期間，我們積極採取多元化綜合整治措施，以預防和減少項目生命週期各階段對環境和生態系統造成的不良影響。

氣候變化及應對

我們知悉全球氣候變化對經濟及社會發展的不利影響。氣候變化對我們業務造成的主要風險包括物理風險和轉型風險，其中，物理風險主要來自於暴雨等極端天氣或洪澇及乾旱等自然災害可能對我們造成物理影響的風險，上述情況可能干擾或中斷物流運輸及生產運維，洪澇及其他水資源影響因素亦有可能對我們的產品生產成本造成負面影響，對此，我們已制定如《緊急響應處理方案》等應對物理氣候風險的管控政策和應急措施，最大限度地降低業務中斷的風險及影響。此外，全球範圍的低碳轉型政策和市場偏好，亦有可能給我們造成額外的政策合規成本和技術轉型投資成本。對此，我們亦已採取設定減碳目標及實施減碳措施的策略，以應對轉型風險。

環保宣傳

我們重視向公眾宣傳循環再生可持續發展理念，開展塑料瓶循環再生公眾教育。我們啟動了「寶貝重塑計劃」，通過創建「可持續花園」工廠、在社區開展塑料瓶回收和互動共創活動，以及展示塑料瓶再生製成的頗具設計感和時尚感的物品等，讓公眾直觀了解塑料瓶循環再生全過程，推動全社會參與塑料瓶的循環再生。憑藉「寶貝重塑計劃」，我們獲評2023「繡花精神」之行業榜樣，並收錄至南風窗「讓社會更美好的100個創新案例」案例集。2023年，為響應「全國低碳日」和「世界環境日」等活動，我們同步開展「綠色低碳」宣傳周活動，覆蓋員工1萬餘人次，增強員工綠色低碳意識。

社會

員工權益與福祉

- **合規僱傭。**我們堅信人才是我們發展的重要資源。我們在所有重大方面均遵循《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《禁止使用童工規

定》、《中華人民共和國未成年人保護法》及《中華人民共和國婦女權益保護法》等法律法規，制定《員工入職離職管理辦法》、《勞動合同及用工管理辦法》等內部政策，規範招聘錄用、入職離職等僱傭慣例與流程，載明勞動合同簽署內容和用工管理規定，並明確員工工作時間和休息休假權益，確保平等僱傭機制的實施。

- *人才留存與發展*。我們致力投資培訓及職業發展項目，構建覆蓋經營管理、營銷、技能、科技等人才的分層分類培養體系，亦持續優化崗位職級體系，修訂並完善包括《員工培訓管理辦法》及《員工晉升、調動、免職管理規定》在內的一系列培訓與晉升制度，為員工職業發展提供組織保障。於往績記錄期間，我們在員工培訓領域的投入超過人民幣2,000萬元，培訓累計超過21萬人次。此外，為加強員工職業健康與安全管理，我們根據崗位特質和員工水平匹配安全生產教育活動，落實安全生產專項培訓工作。截至2024年4月30日，本公司安全生產培訓覆蓋率100%，累計培訓超過49萬學時。
- *多元、平等與包容*。我們堅持「以人為本」的發展戰略，注重員工的個人發展及福利，促進多樣性及平等機會，並承諾不因員工的民族、性別、年齡、背景、宗教信仰等個體差異而影響錄用。我們努力在薪酬福利等方面維護女性員工的健康權益和合法權益，提供舒適的工作環境及公平的發展機會。例如，我們在內部政策中明確了女性員工在休息休假方面的合法權益。同時，我們堅持保障農民工和殘疾人平等就業機會，推動吸納退役軍人就業，支持所有員工實現個人職業發展。我們的員工來自20多個民族，分佈全國且行業背景多元。截至2024年4月30日，本公司共有11,284名員工，均為全職員工，其中女性員工佔我們員工總數的36%。

業 務

指標	單位	截至2024年 4月30日
員工總數.....	人	11,284
按性別劃分的員工百分比		
男性員工百分比.....	%	64.0
女性員工百分比.....	%	36.0
按年齡劃分的員工百分比		
30歲以下員工百分比.....	%	18.8
31至50歲員工百分比.....	%	78.7
50歲以上員工百分比.....	%	2.5

- **員工薪酬與福祉。**我們執行及監督員工關愛制度，不僅為員工提供公平且有競爭力的薪酬福利體系，亦提供多方面資金和資源以保障員工身心健康。在員工薪酬福利方面，我們遵循法律法規有關工資待遇及福利的要求，制定了《薪酬福利管理辦法》，明確了公司的付薪理念、收入分配原則，以及員工的薪酬與福利組成、計算與發放等具體規定。在員工關愛方面，我們通過多元化的文體活動豐富員工業餘生活，亦設立「員工互助基金」對遭受重大疾病、重大意外事故的員工家庭及時發放救助款。截至2024年4月30日，該項目共資助超過200個員工家庭，發放基金超人民幣600萬元。
- **職業健康與安全。**我們持續加強職業健康與安全管理體系建設，開展QEHS大檢查、專項檢查、體系審核等在內的風險監督計劃工作，並將安全生產管理績效與員工業績考核關聯。我們重點關注交通安全專項整治，對大區全體員工開展防禦性駕駛培訓及監督檢查工作。此外，我們推進職業健康體檢和職業健康因素檢測，持續加強員工工作安全保障。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司一般及以上事故發生數、職業病事故數及因公亡故人數均為零。

社區參與

我們致力於履行社會責任，為更廣泛的社區做出貢獻。多年來，我們一直致力於慈善公益事業，積極參與慈善活動，並採取以下措施踐行我們的社會責任。

- **「百所圖書館計劃」**：簡稱「百圖計劃」，該計劃旨在為教育資源匱乏地區的中小學捐贈圖書館，是一項長週期、可持續的鄉村振興類志願服務項目。「百圖計劃」於2007年啟動，截至2024年4月30日已連續開展18年，深入至全國20個省份、五個自治區和三個直轄市，累計捐贈落成公益圖書館240所，募集圖書超百萬冊，受益兒童過百萬，得到了社會各界的廣泛認可和讚譽。「百圖計劃」於2022年榮獲「第六屆中國青年志願服務項目大賽銀獎」，於2023年榮獲《南方週末》2023築夢者公益大會「年度公益進取獎」，同年「鄉村振興音樂教室項目」榮獲「2023新週刊美好公益大會之年度美好發聲」，以表彰我們的努力。
- **積極馳援救災救助**：依託「救災公益快速響應機制」，我們積極投身公益事業，特別是在賑災方面，且我們有一套完善的救災應急方案，包括向地震、洪水和其他災害的受災地區捐贈物資。例如，於2022年，我們已向四川雅安、阿壩、廣東清遠、韶關等地震、洪澇災區以及全國範圍內其他有保供需求的城市累計捐贈超過5.8萬箱純淨水、飲料及所需物資。截至2024年4月30日，本公司參與全國地震、洪澇等災害救援超過220次，捐贈超43萬箱包裝飲用水及飲料，致力在災害發生時將安全的飲用水送到需要的人手中，並聯合社會各界持續助力慈善事業，切實履行社會責任。
- **持續踐行公益服務**：於2022年年初成立「怡寶+X」公益同心圓項目，旨在積極推動公益服務之平台共建、資源共拓與成效共用。依託華潤怡寶義工隊，我們開展低碳環保等多種志願服務活動。此外，我們通過公益服務活動與社區互動等形式為戶外工作者、高考學子免費發放飲用水。

可持續供應鏈

供應商管理是我們有效運營的基礎和保障。我們要求合作生產夥伴嚴格遵循環境及安全生產相關的法律及法規，並制定了內部管理政策，以規範供應商的准入、評價和淘汰等流程。為加強供應商的環境及社會風險管理，我們通過倡議書、行為準則協議等形式，引導供應商關注資源保護、安全生產、綠色採購等核心議題，並將其納入

供應商的定期考核範疇，同時開展了社會責任宣傳教育、優秀供應商經驗分享等一系列培訓。此外，我們要求供應商簽署《華潤飲料陽光宣言》，建立供應鏈反腐機制，嚴格審查評估供應商，設立索賄受賄監督投訴渠道，持續加強廉潔採購管理。

物業

我們的公司總部位於中國廣東省深圳市。截至最後實際可行日期，我們的所有生產廠房均位於中國。

截至最後實際可行日期，我們持有或租賃的物業的賬面值均不佔我們綜合資產總額的15%或以上。根據《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條的規定，無須按《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段所述，將所有土地或樓宇的權益納入估值報告內。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國使用20幅總面積約為1,764,191.72平方米的土地以及總建築面積約為957,965.805平方米的樓宇，主要用作生產及倉儲用途。截至最後實際可行日期，我們擁有的總建築面積約為99,897.69平方米的3處樓宇正在興建中。

截至最後實際可行日期，我們尚未就永隆工廠一塊總面積約8,703.03平方米的土地（「永隆土地」）（佔我們所擁有土地的0.49%）取得土地使用權證。因此，我們尚未就建於其上、總建築面積約為5,437.80平方米的樓宇（「永隆樓宇」）取得房屋所有權證及建設工程規劃施工許可證。該等業權的缺陷屬歷史遺留問題，因為我們於2010年向第三方公司收購了永隆工廠（包括永隆土地及永隆樓宇），當時整個工廠建在臨時建設用地上。臨時建設用地的原授權於2015年6月到期後，我們接到政府相關部門的通知，要求我們歸還永隆土地並將其恢復原狀，自此我們一直和相關政府部門保持溝通以解決該等缺陷。據我們的中國法律顧問告知，我們可能面臨以下風險：(i)被要求整改有關事件、拆除永隆土地上的樓宇及設施以及恢復原狀；及(ii)因違反相關法律法規被罰款。

我們已與相關政府主管部門進行溝通，確認：(i)我們取得永隆土地的土地使用權不存在法律上的障礙，及(ii)倘若我們在與相關政府部門確定取得土地使用權的方案並實施之前維持永隆樓宇的現狀，我們被要求拆除永隆樓宇並將其恢復原狀的風險甚微。截至最後實際可行日期，我們並無因上述永隆土地及永隆樓宇的缺陷而受到相關政府主管部門的處罰。基於上述，中國法律顧問認為，在根據相關政府部門的要求最終確定取得土地使用權的方案並實施之前，若永隆土地及永隆樓宇能夠維持現狀，則我們受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

董事認為，永隆土地及永隆樓宇的缺陷不會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響，理由如下：(i)由於我們近年進行了策略性產能擴充，故永隆工廠於往績記錄期間僅供應用於內部生產且貢獻的產量甚微。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，永隆工廠的實際產量分別為8.81萬公噸、8.27萬公噸、7.74萬公噸、2.37萬公噸及2.18萬公噸，分別佔同期我們自有工廠實際總產量的2.3%、2.0%、1.7%、1.9%及1.1%；(ii)倘我們被勒令暫停永隆土地的生產活動，通過調整其他工廠的生產計劃以及與合作生產夥伴進行合作，我們的一般生產活動不會受到重大干擾；及(iii)鑒於我們的產品種類繁多以及在開發新產品方面作出的努力，永隆工廠任何單一SKU的暫時停產不會對我們的業務營運造成重大不利影響。

為防止日後再次發生類似事件，我們已制定並實施預防及補救措施，以確保我們日後遵守有關取得必要證書的法規或完成我們使用不動產的相關手續：(i)我們計劃向高級管理層提供有關使用不動產的適用法律及監管規定的定期培訓；(ii)於開始營運或收購新工廠前，指定人士須確保已取得所有必要批准及許可證；及(iii)在整個建設及生產階段，我們及我們的工廠將與當地監管機構保持積極聯繫，以確保我們的營運（包括生產、建設及相關設施）始終遵守監管規定。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃80幢樓宇，總建築面積約為20,011.409平方米，主要用作辦公用途。根據適用的中國行政法規，租賃協議的出租人及承租人須於租賃協議簽訂後30日內向相關政府部門備案。截至最後實際可行日期，我們租賃的72處物業的租賃協議尚未按照中國法律法規的規定向當地房屋管理部門備案。由於我們的業主尚未取得或尚未提供必要的租賃登記文件，我們無法辦理該等租賃協議的備案。據我們的中國法律顧問告知，未能登記將不會影響租賃協議的有效性，但倘我們及業主未能按相關主管部門的要求登記有關租賃協議，我們可能會因每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

截至最後實際可行日期，我們的部分自有或租賃物業存在缺陷。截至同日，相關出租人尚未向我們提供四處租賃物業（佔我們租賃物業總建築面積的約2.24%）的所有權證或其他類似證明。該等租賃物業用作辦公室。因此，該等出租人可能未必有權將相關物業出租予我們。據我們的中國法律顧問告知，倘任何該等租約被當地機關視為無效，我們可能須搬遷，在此情況下我們將有權要求適用的出租人退還預付租金，並就業權缺陷造成的損失向我們作出彌償。截至最後實際可行日期，有55處租賃物業不符合其規定用途，其中54處用作辦公室，一處用作倉庫。倘有必要搬遷，考慮到該等租賃物業的性質及各自的使用面積，我們相信我們可根據可資比較條款迅速找到合適的替代物業進行搬遷，而不會產生重大額外成本。我們的董事認為，考慮到該等租賃物業的總建築面積僅佔我們整體租賃物業的一小部分，且其用途與我們的生產活動無關，因此上述租賃物業的缺陷不會單獨或總體對我們的業務及經營業績造成重大影響。請參閱「風險因素－我們的某些自有及租賃物業未能遵守中國物業相關法律和法規，可能會對我們的業務產生不利影響」。

牌照、批准及許可證

我們須持有各種牌照、批准及許可證以經營業務。我們的重要牌照及許可證包括食品生產許可證及食品經營許可證（或備案）。此外，我們已於往績記錄期間取得所有必要的取水及採礦許可證。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，水資源費用分別為人民幣0.2百萬元、人民幣0.4百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣0.1百萬元。我們已指定有關部門負責監督有關牌照、許可證及批准的相關法律法規的遵守情況，以確保我們持有經營業務所需的所有牌照、許可證及批准。特別是，我們已經並將繼續採取以下內部控制措施：(i)委派專職僱員積極監督及監察我們的許可證及批准的狀況，並核實已授予許可證的範圍；(ii)制定明確的指導方針，概述取得許可證及批准的步驟及要求，並為相關僱員提供培訓課程；及(iii)定期進行內部審核，以確保所有許可證及批准均未到期，並確保正確遵循獲取許可證及批准的流程。請參閱「監管概覽」。

下表載列截至最後實際可行日期我們持有的重要牌照、許可證及批准清單：

序號	持有人	牌照／許可證	頒發日	到期日
1....	怡寶中國	深圳市僅銷售預包裝食品單位備案憑證 (YB14403050827245)	2024年2月29日	/
2....	怡寶中國甘肅分公司	僅銷售預包裝食品經營者備案 信息採集表(YB16201020020612)	2022年6月24日	/
3....	怡寶中國河北分公司	河北省僅銷售預包裝食品經營者 備案憑證(YB2130108000421)	2022年2月28日	/
4....	怡寶中國江西分公司	僅銷售預包裝食品經營者備案信息 採集表(YB13601139996245)	2024年4月26日	/
5....	怡寶中國湖南分公司	食品經營許可證(JY14301240241084)	2024年4月15日	2029年4月14日

業 務

序號	持有人	牌照／許可證	頒發日	到期日
6...	怡寶中國遼寧分公司	食品經營許可證(JY12101030000350)	2021年3月30日	2026年3月29日
7...	怡寶中國山東分公司	僅銷售預包裝食品企業備案憑證	2023年5月30日	/
8...	怡寶中國西南分公司	僅銷售預包裝食品經營者備案信息 採集表(YB15101040019771)	2023年2月3日	/
9...	怡寶中國華東分公司	僅銷售預包裝食品經營者備案信息 採集表(YB13101060036586)	2024年7月12日	2029年7月11日
10...	怡寶中國華南分公司	深圳市僅銷售預包裝食品單位備案憑證 (YB14403051086044)	2024年9月10日	/
11...	怡寶中國北京分公司	僅銷售預包裝食品經營者備案信息 採集表(YB11105340406297)	2023年8月24日	/
12...	華潤食品飲料(深圳) 有限公司	食品生產許可證(SC10644030500301)	2020年5月8日	2025年5月7日
13...	華潤食品飲料(深圳) 有限公司江門分廠	食品生產許可證(SC10644070400381)	2021年6月1日	2026年5月31日
14...	華潤怡寶飲料(南寧) 有限公司	食品生產許可證(SC10645011100095)	2023年10月8日	2026年1月19日
15...	上海怡寶食品有限公司	食品生產許可證(SC10631011401276)	2023年1月16日	2027年5月18日

業 務

序號	持有人	牌照／許可證	頒發日	到期日
16 ...	怡寶長沙	食品生產許可證(SC10643012400183)	2024年2月7日	2026年5月26日
17 ...	怡寶成都	食品生產許可證(SC10651013200211)	2024年9月14日	2027年2月9日
18 ...	華潤怡寶飲料(肇慶) 有限公司	食品生產許可證(SC10644129802273)	2024年3月11日	2027年4月19日
19 ...	華潤怡寶飲料(六安) 有限公司	食品生產許可證(SC10634151205018)	2022年7月15日	2027年7月14日
20 ...	華潤怡寶飲料(河源) 有限公司(前稱 河源市碧優選 飲用水有限公司)	食品生產許可證(SC10644160300109)	2024年8月1日	2028年7月9日
21 ...	華潤怡寶飲料(宜興) 有限公司	食品生產許可證(SC10632028203253)	2024年9月3日	2028年2月19日
22 ...	華潤怡寶飲料(武漢) 有限公司(前稱 武漢華新達飲品 技術有限公司)	食品生產許可證(SC10642011210118)	2024年7月30日	2028年9月18日

業 務

序號	持有人	牌照／許可證	頒發日	到期日
23 ...	珠海市永隆加林山 礦泉水有限公司	採礦許可證(C4400002010098110074988)	2021年3月30日	2031年3月20日
		取水許可證(D440402G2021-0009)	2020年5月17日	2026年5月20日
		食品生產許可證(SC10644040200305)	2022年1月17日	2026年9月8日
24 ...	珠海市永隆飲品 有限公司	取水許可證(D440402G2023-0005)	2023年7月28日	2028年7月27日
		採礦許可證(C4400002009098110036999)	2010年9月14日	2027年9月30日
		食品生產許可證(SC10644040200356)	2021年11月15日	2026年11月14日
25 ...	華潤怡寶(河源)萬綠 湖飲料有限公司	食品生產許可證(SC10644160214266)	2024年9月6日	2029年4月29日

我們須就自有工廠取得一系列批准及許可證。根據《建設項目竣工環境保護驗收暫行辦法》，投產前，在完成環保設施竣工驗收前，我們獲准在特定期間對生產線進行測試，該等測試結果是驗收的先決條件。然而，我們未能及時獲得該等新生產線的所有必要許可證，主要是由於主管政府機關需要時間處理。截至最後實際可行日期，我們已取得長沙工廠新生產線的消防安全檢查批准及污染物排放許可證。我們仍在申請污水排入排水管網許可證及環保設施竣工驗收，兩者均預期於2024年取得。根據與相關政府主管部門、寧鄉經濟技術開發區管理委員會開發建設局、寧鄉市住房和城鄉建設局、寧鄉經濟技術開發區產業發展局以及寧鄉市生態環境保護綜合行政執法大隊的訪談，我們的中國法律顧問認為，(i)基於相關政府主管部門官方網站的公開信息及相關政府主管部門在訪談中的答覆，相關政府主管部門能夠就我們長沙工廠的相關批准及許可證申請以及環保驗收提供權威答覆；(ii)根據相關政府主管部門在訪談中的答

覆，在相關設施符合主管部門要求的前提下，我們取得該等批准、許可證或完成該等驗收並無重大法律障礙；(iii)我們已獲准繼續在該工廠進行生產活動；及(iv)在取得該等批准、許可證或完成該等驗收之前，我們因缺乏該等批准、許可證或驗收而受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

此外，由於生態空間管控區域的規劃調整，我們的宜興工廠尚未提交建設其部分生產線的環境影響評估審批申請（待政府進行規劃調整）。經與相關政府主管部門宜興市周鐵鎮人民政府訪談後，我們的中國法律顧問認為，(i)基於相關政府主管部門官方網站的公開信息及相關政府主管部門在訪談中的答覆，相關政府主管部門能夠就我們宜興工廠的環境影響評估審批申請提供權威答覆；(ii)根據相關政府主管部門在訪談中的答覆，在符合當地環境保護政策及主管部門要求的情況下，我們取得該等批准並無重大法律障礙；(iii)我們已獲准繼續在該工廠生產和運營；及(iv)我們因上述事件而受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

截至2024年5月15日，我們所有自有工廠均已根據當前生效的相關法律取得生產所需的排污許可或登記。倘於2024年7月生效的《排污許可管理辦法》要求我們對上述許可或登記作出調整，我們將按要求及時作出適當調整。

在成都工廠二期擴建項目中，我們已在成都工廠新建包裝飲用水及飲料生產線。包裝飲用水生產線已於2024年4月投產，而飲料生產線已於2024年9月投產。截至最後實際可行日期，我們已為整個擴建項目取得消防安全檢查批准及房屋建築竣工驗收，並正在申請環保設施竣工驗收。根據《建設項目竣工環境保護驗收暫行辦法》，在完成環保設施竣工驗收前，我們獲准在特定期間對生產線進行測試，該等測試結果是驗收的先決條件。然而，我們未能及時獲得所有必要的許可證，主要是由於(i)完成包裝飲

用水生產線與完成飲料生產線之間的時間差；及(ii)主管政府機關需要時間處理。經與相關政府主管部門天府智能製造產業園管委會訪談後，我們的中國法律顧問認為，(i)基於相關政府部門官方網站的公開信息及相關政府部門在訪談中的答覆，相關政府部門能夠就我們成都工廠的相關批准和許可證申請提供權威答覆；(ii)根據相關政府主管部門在訪談中的答覆，在相關設施符合主管部門要求的情況下，我們取得該等批准、許可證或完成該等驗收並無重大法律障礙；(iii)我們在該工廠維持正常的生產活動，且並無被要求暫停生產活動；及(iv)我們因上述事件而受到相關政府部門重大行政處罰的風險較低。

截至最後實際可行日期，據我們的中國法律顧問告知，除本招股章程另有披露外，我們已取得在中國經營業務所需的所有重要牌照及許可證，且該等牌照及許可證仍然具有充分效力。我們現有的牌照和許可證能否成功續期將取決於我們是否滿足相關要求。我們的中國法律顧問已告知我們，只要我們遵守中國法律的有關規定，續期該等牌照和許可證並無重大法律障礙。

法律程序及合規

法律訴訟

我們在日常業務過程中可能會不時涉及法律訴訟。請參閱「風險因素－我們可能會面臨訴訟和其他法律程序，並且可能並不總是能成功地針對此類索賠或訴訟為自己辯護」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們不曾亦並無成為任何重大法律、仲裁或行政程序的一方，且就我們所知，亦無任何針對我們或任何董事及個別或共同會對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響的未決或可能面臨的法律、仲裁或行政程序。

合規性

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們不曾亦並無涉及任何重大不合規事件。董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守中國的所有相關法律及法規。

風險管理及內部控制

我們在經營過程中面臨各種風險。我們已建立風險管理系統，其中包含我們認為適合我們業務運營的相關政策及程序。我們的政策及程序與管理我們的採購與生產以及監控我們的銷售表現及產品質量有關。

為監控上市後風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採取或將繼續採取(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，以檢討及監督我們的財務報告程序及內部控制系統。有關委員會成員的資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」；
- 採納多項政策以確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理及關連交易有關的範疇；
- 定期向我們的高級管理層及僱員提供專業行為要求及道德標準方面的培訓，以提高彼等對適用法律及法規的了解及遵守情況，並將針對違規行為的相關政策納入我們的員工紀律措施及監督準則中；
- 為董事及高級管理層舉辦有關上市規則相關要求及香港上市公司董事職責的培訓課程；
- 加強生產設施的報告及記錄系統，包括集中其質量控制及安全管理系統，並對設施進行定期檢查；
- 建立一套發生重大質量相關問題時的應急程序；及
- 提供有關質量保證及產品安全程序的強化培訓計劃。

為確保將上述合規文化融入日常工作流程，並為整個組織的個人行為設定期望值，我們將定期檢討我們的風險管理政策及內部管制措施，在內部採用嚴格的問責制並開展合規培訓。

數據隱私政策

我們在日常業務運營中處理客戶的個人信息，但僅限於銷售及交付我們的產品以及提供我們的服務所必需的範圍。我們與電商平台保持供貨關係，在此情況下，我們與電商平台須共同負責網店的運營及產品銷售，同時電商平台須負責產品的交付，而我們無法獲取客戶的隱私信息。我們亦通過若干電商平台上的自有網店銷售我們的產品，在此情況下，我們可通過相應電商平台上的店鋪運營系統獲取客戶的網絡身份信息、地址及加密的聯繫方式，以用於賬戶註冊及產品交付。根據相應電商平台的隱私保護規則，我們僅可通過店鋪運營系統獲取有關客戶的有限信息，並擁有唯讀訪問權限。此外，就我們的自營網店而言，倘消費者希望註冊成為我們店鋪的會員並享受會員的特殊福利，則需在註冊時知悉及確認我們相關隱私政策的規定，在此情況下，我們可獲取會員的基本信息及會員積分，以用於會員管理及營銷推廣用途。

在處理客戶的個人信息前，我們會向客戶出示隱私政策。隱私政策規定，我們在收集及處理客戶的必要個人信息時將遵循合法性、正當性及必要性原則，並確保我們在收集及處理客戶個人信息時有正當理由。我們僅在隱私政策所述目的所需的時間內存儲客戶的個人信息（除非適用法規有強制存儲要求），並在存儲期結束時匿名化或刪除客戶的個人信息。

我們高度重視對客戶隱私及個人信息的保護，並以高度審慎的態度對待及處理客戶的個人信息。我們已設立制度及技術保障措施以確保信息安全，從而使我們對客戶個人信息的處理符合適用數據保護法規的要求以及我們在隱私政策中向客戶說明的內容。我們遵守國際信息安全管理體系標準(ISO27001)及國家標準(GB/T22080-2016)，並相應部署行為控制、防火牆及殺毒軟件。此外，通過數據庫審計、高強度防火牆及知名安全供應商提供的安全加固，我們定期組織測試並對我們的系統進行安全掃描。我們還制定了《怡寶信息安全管理策略手冊》，要求員工遵守信息安全法規，確保業務運營中涉及的相關信息安全。我們的中國法律顧問認為，我們的上述數據處理屬於中國相關網絡安全、數據隱私及個人數據保護法律法規的監管範圍。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大數據洩露或數據丟失，亦無發生任何

未經授權使用客戶個人信息的重大情況。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面應用並遵守有關網絡安全、數據隱私及個人數據保護的適用法律法規。鑒於中國在數據隱私及安全方面的立法及執法仍在不斷發展，我們將密切關注監管方面的進一步發展，並及時採取適當措施。

獎項及認可

截至最後實際可行日期，我們擔任中國飲料工業協會副理事長單位和中國飲料工業協會天然礦泉水分會及廣東省瓶裝飲用水行業協會副會長單位等重要職務。此外，我們還是中國飲料工業協會技術工作委員會、礦泉水專業委員會等超過30個專業行業協會（包括其分會）的會員。於往績記錄期間，我們的產品、技術及創新亦獲得獎項及認可，其中重要獎項及認可載列如下：

獎項／認可	獲獎年度	頒獎機構／機關
東京夏季奧運會中國體育代表團感謝信	2021年	東京夏季奧運會中國體育代表團
北京冬季奧運會中國體育代表團感謝信	2022年	第二十四屆冬奧會中國體育代表團
中華人民共和國第十四屆運動會供應商.....	2021年	第十四屆全國運動會組織委員會
第十四屆全運會香港體育代表團感謝信	2021年	第十四屆全運會香港體育代表團
中國飲料行業30年常青藤企業.....	2023年	中國飲料工業協會

業 務

獎項／認可	獲獎年度	頒獎機構／機關
第六屆中國青年志願服務項目 大賽銀獎.....	2022年	共青團中央、中央文明辦 等
怡寶可持續發展報告五星級評級...	2021年、 2022年	中國企業社會責任報告評 級專家委員會
2022中國飲料行業實踐社會 責任優秀企業.....	2022年	中國飲料工業協會
南方日報南方致敬－年度 匠心企業.....	2022年、 2023年	南方日報
2023年美好公益大會－年度 美好發聲.....	2023年	新週刊
南方週末2023築夢者公益 大會－年度公益進取獎.....	2023年	南方週末
「深喀同心•善行致遠」計劃2023年度 突出貢獻獎.....	2023年	深圳援疆「深喀同心•善行 致遠」公益計劃組委會
消費者十年之選－飛躍增長獎....	2022年	凱度消費者指數

關連交易

概覽

我們已於日常及一般業務過程中與若干實體訂立若干交易，該等實體將於上市後成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章）。該等交易將於上市後繼續，根據上市規則，該等交易將構成持續關連交易。

關連人士

我們已與華潤（集團）及其聯繫人訂立若干交易，該等實體將於上市後成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章），包括：

關連人士	關連關係
華潤（集團）	華潤（集團）為我們的控股股東之一，於全球發售完成後持有我們約51%的股權（假設超額配股權未獲行使）
華潤化學	華潤化學由中國華潤有限公司（間接擁有華潤（集團）100%的股權）間接持有約81.3%的權益
華潤電力	華潤電力由中國華潤有限公司（間接擁有華潤（集團）100%的股權）間接持有約62.9%的權益
華潤數科控股有限公司 （「華潤數科控股」）	華潤數科控股由中國華潤有限公司（間接擁有華潤（集團）100%的股權）全資擁有
深圳市潤置城市建設 管理有限公司（「深圳潤置」）	深圳潤置由華潤置地有限公司（於聯交所上市的公司，股份代號：1109，由華潤（集團）間接擁有）全資擁有
珠海華潤銀行股份有限公司 （「華潤銀行」）	華潤銀行由中國華潤有限公司（間接擁有華潤（集團）100%的股權）間接持有約49.8%的權益

關連交易

非豁免持續關連交易概要

交易性質	交易對手方	建議年度上限			適用上市規則	尋求豁免	
		截至12月31日止年度					
		(人民幣百萬元)					
2024年	2025年	2026年					
非豁免持續關連交易(須遵守申報、年度審閱及公告規定)							
1. 提供包裝飲用水及飲料產品及採購相關推廣服務.....	提供包裝飲用水及飲料產品採購相關推廣服務	華潤(集團)及其聯繫人	66	71	77	14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105	公告規定
			17	18	20		
2. 採購IT及商旅服務.....	採購IT服務採購商旅服務	華潤數科控股及其聯繫人	50	55	60	14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105	公告規定
			49	57	67		
3. 綜合能源項目合作.....		華潤電力及其子公司	44	不適用	不適用	14A.34、14A.35、14A.53、14A.76、14A.105	公告規定
非豁免持續關連交易(須遵守申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定)							
4. 採購PET材料.....		華潤化學及其聯繫人	1,228	1,501	1,883	14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105	公告及獨立股東批准規定
5. 採購工程代建管理服務.....		深圳潤置及其聯繫人	420	1,700	1,090	14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105	公告及獨立股東批准規定
6. 採購存款及其他相關服務.....	最高每日存款結餘	華潤銀行	2,500	2,500	2,500	14A.34、14A.35、14A.36、14A.53、14A.76、14A.105	公告及獨立股東批准規定

須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易

於日常及一般業務過程中，我們已訂立以下交易，董事目前預期，該等交易就上市規則第十四A章按年計算的最高適用百分比率將高於0.1%但低於5%。根據上市規則第14A.76(2)條，該等交易將須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審閱及公告規定，惟獲豁免遵守上市規則第十四A章項下獨立股東批准的規定。

1. 提供包裝飲用水及飲料產品及採購相關推廣服務

訂約方

華潤(集團)(為其本身及代表其聯繫人)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤(集團)於2024年8月15日訂立框架協議(「提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務框架協議」)，據此，本集團可不時向華潤(集團)及／或其聯繫人供應包裝飲用水及飲料產品，及華潤(集團)的若干聯繫人可在其零售店銷售我們的包裝飲用水及為我們的飲料產品提供推廣服務，該等安排與我們與其他客戶的安排相似。

提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務框架協議的初步年期為自上市日期起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤(集團)及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括產品的品類、所需數量及質量、我們提供的產品及／或華潤(集團)及／或其聯繫人提供的推廣服務的費用及付款方式。

定價條款

我們向華潤(集團)及／或其聯繫人供應的包裝飲用水及飲料產品的價格，應與我們在日常及一般業務過程中通過相同銷售渠道向其他獨立第三方提供的價格基本一致。

關連交易

相關推廣服務的價格應由訂約方參考類似性質及條款的現行市價以及獨立第三方在相似定價安排下提供的推廣服務的價格，按公平準則釐定。就本集團或華潤(集團)及／或其聯繫人之間進行的交易而言，向本集團作出的條款不遜於在相同條件下向獨立第三方作出的條款。

交易理由

我們是中國領先的包裝飲用水及飲料公司，產品品類廣泛。華潤(集團)及／或其聯繫人在日常業務過程中採購我們的產品，主要用於在其經營場所(如商超及電影院)進一步銷售。例如，華潤(集團)的子公司華潤萬家(香港)有限公司(「華潤萬家」)主要從事經營連鎖商超。華潤萬家及其子公司採購我們的包裝飲用水及飲料產品，以在其商超進一步銷售。

此外，華潤(集團)的聯繫人(尤其是華潤萬家及其子公司)在日常業務過程中定期為其零售店出售的包裝飲用水及飲料產品舉行營銷及推廣活動。我們通常與其線下零售店合作推廣我們的包裝飲用水及飲料產品。

歷史金額

於往績記錄期間，上述提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
提供包裝飲用水 及飲料產品 ⁽¹⁾	86	82	62	20
採購相關推廣服務 ⁽²⁾	22	27	16	4

附註：

- (1) 於2021年至2023年，提供包裝飲用水及飲料產品的交易金額減少乃主要由於來自華潤(集團)及／或其子公司(尤其是華潤萬家)的採購減少，主要因(i)COVID-19於2021年及2022年的影響；及(ii)因消費者消費渠道的多元化需求，華潤(集團)及／或其子公司調整了其銷售策略及渠道。
- (2) 於往績記錄期間，採購相關推廣服務的交易金額波動乃主要由於參考我們當時的推廣策略對推廣服務的業務需求所致。

關連交易

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

	截至12月31日止年度		
	2024年	2025年	2026年
	(人民幣百萬元)		
提供包裝飲用水及飲料產品.....	66	71	77
採購相關推廣服務.....	17	18	20

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，上述提供包裝飲用水及飲料產品以及採購相關推廣服務的歷史交易金額。截至2024年4月30日止四個月，向華潤(集團)及／或其聯繫人提供包裝飲用水及飲料產品及採購相關推廣服務的交易金額分別為人民幣20百萬元及人民幣4百萬元。我們每年第一季度產生的收入通常低於第二及第三季度，原因為該兩個季度是我們的銷售旺季。因此，我們擬於第二及第三季度加強推廣活動，預計向華潤(集團)及／或其聯繫人提供推廣服務的交易金額將相應增加；
- (b) 於截至2026年12月31日止三個年度，我們預期向華潤(集團)及／或其聯繫人提供更多樣化的產品；
- (c) 由於包裝飲用水及飲料行業的預期增長以及華潤(集團)及／或其聯繫人為滿足其自2024年起的預期業務發展需求而產生的預期需求，對我們的包裝飲用水及飲料產品的需求不斷增加；及
- (d) 華潤(集團)及／或其聯繫人對舉辦推廣活動的預期業務需求，以及自2024年以來我們的包裝飲用水及飲料產品銷售的預期增長。

2. 採購IT及商旅服務

訂約方

華潤數科控股（為其本身及代表其聯繫人）；及

本公司（為其本身及代表其子公司）

主要條款

我們與華潤數科控股於2024年9月6日訂立採購IT及商旅服務框架協議（「採購IT及商旅服務框架協議」），據此：

- (a) 本集團可不時向華潤數科控股及／或其聯繫人採購各類IT服務，包括但不限於(i)通用應用及操作系統的維護服務，包括日常維護、購買軟件及軟件許可；(ii)具體執行服務，包括執行統一應用系統；(iii)信息技術基礎設施、雲平台、軟硬件，以及傳統資源庫數字化方面的技術支持服務；及(iv)其他IT服務；及
- (b) 本集團可使用華潤數科控股及／或其聯繫人指定的線上商旅平台購買各種商旅服務，包括但不限於(i)查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票及網約車服務；(ii)物色及管理相關獨立第三方服務提供商，以供本集團及其聯屬公司查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票及網約車服務；(iii)客戶服務，包括但不限於提供熱線電話處理查詢、投訴、緊急情況、相關業務數據的編製及報告，以及定期進行客戶滿意度調查；及(iv)其他相關商旅服務。

採購IT及商旅服務框架協議的初步年期為自上市日期起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤數科控股及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括所需服務的類別、費用及付款方式。

定價條款

IT服務

與華潤集團內部其他公司類似，本集團在日常運營中一直使用若干通用系統、軟件及服務，供華潤集團內部及時溝通及合作，而該等通用系統、軟件及服務由華潤數科控股開發及維護。就我們日常運營中應用的有關該等通用系統、軟件及服務的IT服務而言，對價須由訂約方經考慮服務類別及質量後按公平基準釐定。由於該等系統及軟件於華潤集團內部統一使用，華潤數科控股提供的系統及軟件的定價條款將與華潤數科控股向華潤集團內部其他公司提供類似服務的定價條款基本一致，並參考我們對該等系統及軟件的使用情況。

就涉及數據安全的系統、軟件及服務的採購而言，對價應由訂約方參考類似性質及條款的現行市價以及提供該等IT服務所涉及的工作量後按公平基準釐定。就採購IT及商旅服務框架協議項下的其他IT服務而言，對價應由訂約方參考類似性質及條款的現行市價、提供該等IT服務所涉及的工作量、所提供系統、軟件及服務的可用性及兼容性，以及通過招標程序從獨立第三方獲得的IT服務的價格後按公平基準釐定。該等條款對本集團而言不遜於本集團與獨立第三方於相同條件下進行的交易的條款。

商旅服務

就採購IT及商旅服務框架協議項下的商旅服務而言，本集團的員工將不時在華潤數科控股及／或其聯繫人指定的線上商旅平台上發送其旅行服務請求，而華潤數科控股及／或其聯繫人將按採購IT及商旅服務框架協議所載查詢、預訂、取消及變更機票、住宿、火車票以及網約車服務的實際成本加服務費收費。服務費乃參考其他獨立第三方服務提供商收取的佣金率釐定。由獨立第三方服務提供商收取票務或住宿的成本將首先由華潤數科控股及／或其聯繫人收取，以用於向該等服務提供商進一步付款。

關連交易

交易理由

IT服務

本集團在日常運營中使用若干通用系統、軟件及服務，如薪酬核算系統或短訊軟件，供華潤集團內部及時溝通，該等系統、軟件及服務於華潤集團內部公司統一使用。該等通用系統、軟件及服務均由華潤數科控股開發及維護。根據灼識諮詢報告，國有企業集團作出有關安排乃屬常見。同時，本集團涉及數據安全的系統、軟件及服務，一般會由華潤數科控股向本集團提供開發及維護服務。此外，本集團亦一直使用由華潤數科控股開發及維護的若干平台及軟件來滿足本集團自身業務需求。華潤數科控股在企業管理、物聯網、大數據、AI、區塊鏈及雲計算方面擁有豐富經驗。與華潤數科控股的合作能夠確保本集團有穩定、品質可靠且保密的IT服務來源，且不會令本集團的資源面臨風險。

商旅服務

本集團的員工經常出差且全年對商旅服務的需求量較大。根據採購IT及商旅服務框架協議，本集團將能夠集中並分組處理其員工的所有訂單，並通過利用華潤數科控股平台向獨立第三方服務提供商批量採購。此外，本集團將能夠從可靠的服務提供商獲得穩定的商旅服務。董事認為，這將簡化預訂流程、減少管理成本及降低採購成本。

歷史金額

於往績記錄期間，上述採購IT服務及商旅服務的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
採購IT服務 ⁽¹⁾	20	38	44	16
採購商旅服務(包括服務費 及票務或住宿的 實際成本) ⁽²⁾	—	13	40	12

(人民幣百萬元)

關連交易

附註：

- (1) 由於本公司於2022年委聘華潤數科控股來開發新系統及平台，故2022年IT服務採購大幅增加。該等系統及平台自2022年以來持續由華潤數科控股運營及維護。
- (2) 2023年商旅服務的採購大幅增加主要是由於我們從COVID-19的影響中恢復後，對商旅服務的需求不斷增加。

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，採購IT及商旅服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

	截至12月31日止年度		
	2024年	2025年	2026年
	(人民幣百萬元)		
採購IT服務.....	50	55	60
採購商旅服務.....	49	57	67

上述有關採購IT服務的建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，有關採購IT服務的歷史交易金額及其增長趨勢；及
- (b) 本集團現有軟件及IT平台的維護及改進，以及為支持本集團業務增長（尤其是我們的生產升級及擴張）而對額外IT服務的預期需求。

上述有關採購商旅服務（包括服務費及票務或住宿的實際成本）的建議年度上限乃參考以下各項釐定：

- (a) 從COVID-19疫情影響中恢復後，本集團員工所需的商旅服務估計增加。自2023年年中以來，本集團僱員對商旅的需求顯著增加，且隨著本公司業務的持續發展，預計該趨勢將會持續；及
- (b) 相關商旅服務費平均價格及提供機票、住宿、火車票及網約車服務的其他獨立第三方服務提供商收取的相關服務或票務的實際成本的預期上漲。

3. 綜合能源項目合作

訂約方

華潤電力(為其本身及代表其子公司)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤電力於2024年8月15日訂立有關綜合能源項目合作的框架協議(「綜合能源項目合作框架協議」)，據此，華潤電力及其子公司將利用本集團相關存儲及運營空間及屋頂安裝光伏發電裝置，且於光伏發電裝置投入運營後，華潤電力將利用該等光伏發電裝置供應清潔能源及相關服務以滿足我們的生產需求，而本集團將就獲提供的清潔能源及相關服務向華潤電力及其子公司進行付款。

綜合能源項目合作框架協議的初步年期為自上市日期起至2024年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤電力及／或其子公司另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括購買金額、費用及付款方式。

定價條款

電力及綜合能源項目採購的對價將基於當地供電站提供的現行市價的基礎上提供優惠折扣。該項折扣乃參考項目規模及華潤電力及／或其子公司所提供的清潔能源及相關服務的範圍而釐定。

交易理由

本集團已投產數個及正在興建一些其他生產設施及工廠，日常營運需要大量電力。華潤電力在風電場、光伏電站、水電站等清潔及可再生能源項目以及燃煤電站的投資、開發、運營和管理方面擁有逾20年的經驗，其業務網絡覆蓋全國。通過與華潤電力訂立綜合能源項目合作框架協議，我們能夠以公平、合理及具競爭力的價格獲得穩定的電力供應，有關價格低於一般地方供電站的價格，從而降低本集團的運營成本。

關連交易

歷史金額

於往績記錄期間，上述採購電力及綜合能源項目的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至
				4月30日
	2021年	2022年	2023年	止四個月
				2024年
	(人民幣百萬元)			
採購電力及綜合能源項目 ⁽¹⁾	-	-	-	0.1

附註：

- (1) 由於華潤電力安裝的光伏發電裝置於2023年12月才投入使用，因此本集團於2024年1月1日之前並無產生任何交易金額。

年度上限及年度上限基準

截至2024年12月31日止年度，綜合能源項目合作框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過人民幣44百萬元，而該金額乃參考以下各項釐定：

- (a) 考慮到環境條件，華潤電力安裝的光伏發電裝置的預期產能；及
- (b) 本公司現有生產設施所需的電力及清潔能源及相關服務估計金額，以及本公司當前新生產設施及工廠的建設計劃及開始利用電力和清潔能源及相關服務的預期時間。

須遵守申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易

我們已訂立以下交易，董事目前預期，該等交易就上市規則第十四A章按年計算的最高適用百分比率將高於5%。根據上市規則第14A.76(2)條，該等交易須遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定。

4. 採購PET材料

訂約方

華潤化學(為其本身及代表其聯繫人);及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤化學於2024年8月1日訂立PET採購框架協議(「PET採購框架協議」),據此,本集團可能不時向華潤化學及/或其聯繫人採購PET材料,以用於生產包裝飲用水及飲料產品的包裝材料。

PET採購框架協議的初步年期為自上市日期起至2026年12月31日,可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與華潤化學及/或其聯繫人另行訂立具體協議,當中載列具體條款及條件,包括所需數量及質量、費用及付款方式。

定價條款

我們會向在投標過程中向我們提供PET材料最低價格的合資格供應商進行採購。本集團與華潤化學及/或其聯繫人之間的交易條款不遜於本集團在相同條件下從獨立第三方獲得的條款。

交易理由

我們主要從事包裝飲用水及飲料產品的生產及銷售,因此需要PET材料用於生產包裝飲用水及飲料產品的瓶子。根據灼識諮詢報告,中國瓶級PET材料行業高度集中,四大企業佔瓶級PET產能約80%,華潤化學是其中主要的瓶級PET材料供應商。PET採購框架協議項下擬進行的交易使我們能夠以具成本效益的方式按現行市價獲得生產所需的材料,而無需就該等PET材料建立我們自己的生產設施,根據灼識諮詢報告,這符合行業慣例。我們擁有一批合格的PET材料供應商(包括華潤化學及其他獨立第三方),並透過標準化的供應商甄選招標流程,主要根據彼等提供的定價條款來選擇最合適的供應商。

關連交易

歷史金額

於往績記錄期間，上述採購PET材料的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至
				4月30日
	2021年	2022年	2023年	止四個月
				2024年
	(人民幣百萬元)			
採購PET材料 ⁽¹⁾	537	833	929	282

附註：

- (1) 2021年至2023年PET材料的採購增加主要是由於(a)我們對PET材料的需求不斷增加；及(b)向華潤化學及／或其聯繫人採購的PET材料百分比不斷增加，因為彼等在多次投標中出價最低。

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，PET採購框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

	截至12月31日止年度		
	2024年	2025年	2026年
	(人民幣百萬元)		
採購PET材料.....	1,228	1,501	1,883

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間上述採購PET材料的歷史交易金額，尤其是於往績記錄期間向華潤化學及／或其聯繫人採購的PET材料佔向所有合資格PET材料供應商採購的PET材料的比例平均約為40%（截至2024年4月30日止四個月約為50%），以及截至2026年12月31日止三個年度將向華潤化學及／或其聯繫人採購的PET材料佔向所有合資格PET材料供應商採購的PET材料的預期比例。於估計截至2026年12月31日止三個年度的年度上限時，本公司亦考慮到，根據投標過程中華潤化學及／或其聯繫人的報價，向華潤化學及／或其聯繫人採購的PET材料可能佔向所有合資格PET材料供應商採購的PET材料的40%以上；

- (b) 於往績記錄期間我們的包裝飲用水及飲料產品銷量的持續增長，因而對PET材料的需求持續增長。我們預期我們的包裝飲用水及飲料產品銷量會進一步增長，因此本公司對PET材料的需求預期進一步增加；及
- (c) 於截至2026年12月31日止三個年度，同類PET材料的預期市價。為估計以PET材料的市價計算的年度上限，本公司已考慮到PET材料的市價波動很大程度上與原油價格大幅波動有關，而原油價格受地緣政治、供需動態及宏觀經濟環境等諸多不確定因素影響。因此，估計年度上限乃參考往績記錄期間PET材料的過往市價及合理的增長率計算，以應對截至2026年12月31日止三個年度原油價格可能出現的大幅波動。

5. 採購工程代建管理服務

訂約方

深圳潤置(為其本身及代表其聯繫人)；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與深圳潤置於2024年9月20日訂立工程代建管理服務框架協議(「**工程代建管理服務框架協議**」)，據此，本集團可不時委聘深圳潤置及／或其聯繫人提供工程代建管理服務用於我們的生產設施及工廠。該等工程代建管理服務包括但不限於設計管理、施工管理(含安全、成本、質量、工期等)及相關手續辦理等。

工程代建管理服務框架協議的初步年期為自上市日期起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

我們將與深圳潤置及／或其聯繫人另行訂立具體協議，當中載列具體條款及條件，包括建設項目的詳情、費用及分期付款及方式。

關連交易

定價條款

我們通常與深圳潤置及／或其聯繫人訂立項目工程代建管理協議，據此，我們就分包商將收取的項目建設資金加深圳潤置及／或其聯繫人將收取的服務費向深圳潤置及／或其聯繫人作出付款。項目建設資金(即建設成本總額)將劃入由深圳潤置及／或其聯繫人專門為工程代建管理目的而設立的專戶，及深圳潤置及／或其聯繫人受本集團委託以進一步向深圳潤置及／或其聯繫人採購的分包商付款。深圳潤置及／或其聯繫人將僅收取服務費，其乃由訂約方參考現行市價經公平磋商後釐定，且向本集團作出的條款不遜於深圳潤置及／或其聯繫人向其他獨立第三方委託方提供的條款。

交易理由

考慮到深圳潤置的豐富經驗、定價條款的競爭力、其優質的工程代建管理服務，以及深圳潤置及／或其聯繫人對我們要求和標準的熟悉，我們於往績記錄期間選擇深圳潤置及／或其聯繫人作為向我們多個生產設施及工廠項目提供工程代建管理服務的服務提供商。

歷史金額

於往績記錄期間，上述工程代建管理服務的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
項目建設資金供款及採購工程 代建管理服務 ⁽¹⁾⁽²⁾	—	126	1,017	37

(人民幣百萬元)

附註：

- (1) 自2022年起，深圳潤置開始向我們提供工程代建管理服務。
- (2) 由於我們根據業務計劃於2023年增加新生產設施及工廠的建設計劃致使截至2023年12月31日止年度項目建設資金供款及採購工程代建管理服務大幅增加。截至2024年4月30日止四個月的項目建設資金供款及採購工程代建管理服務較過往年度有所減少，主要受工程項目的進度影響，因為若干現有生產設施及工廠的建設項目於2023年底已完工，而其他新設施及工廠的建設於截至2024年4月30日止四個月仍處於籌備階段。

關連交易

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，工程代建管理服務框架協議項下的最高年度總交易金額不得超過以下上限：

	截至12月31日止年度		
	2024年	2025年	2026年
	(人民幣百萬元)		
項目建設資金供款及 採購工程代建管理服務.....	420	1,700	1,090

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 根據本集團的業務計劃及現有生產設施的升級計劃，目前新生產設施及工廠的建設計劃，其中包括建議的施工進度、預計完工時間、付款時間表和相關建設項目所產生的費用等各個組成部分。截至最後實際可行日期，我們與深圳潤置及／或其聯繫人訂立工程代建管理服務協議，並開始建設多個在建工程項目，且我們計劃持續就我們的新生產設施及工廠與深圳潤置及／或其聯繫人訂立其他工程代建管理服務協議。考慮到(i)預計於2025年動工的建設項目數目增加；及(ii)預計於2025年完工的若干在建工程項目的相關建設時間表，預計2025年工程代建管理服務框架協議項下的估計交易金額將隨著本集團目前的建設計劃而大幅增加，並預計截至2025年12月31日止年度的建議年度上限將高於截至2026年12月31日止年度的建議年度上限；
- (b) 上述工程代建管理服務的歷史交易金額以及深圳潤置及／或其聯繫人就在建工程項目收取的服務費率；及
- (c) 經計及截至2026年12月31日止三個年度預計建設項目的建設材料及人工成本的預期增長，項目建設資金及服務費率的預期增長。

6. 採購存款及其他相關服務

訂約方

華潤銀行；及

本公司(為其本身及代表其子公司)

主要條款

我們與華潤銀行於2024年8月8日訂立存款及其他相關服務框架協議（「存款及其他相關服務框架協議」），據此，本集團可能不時將現金存入華潤銀行，而華潤銀行將提供存款及其他相關服務並就該等存款向本集團支付存款利息。

存款及其他相關服務框架協議的初步年期為自上市日期起至2026年12月31日，可經雙方同意後並依所有適用法律和法規續期。

定價條款

華潤銀行根據存款及其他相關服務框架協議提供的任何存款及其他相關服務將與華潤銀行向其他同類客戶提供類似存款及其他相關服務所適用的利率以及條款及條件相同，且存款利率乃參考中國人民銀行公佈的利率或市場上其他銀行提供的其他優惠利率釐定。

交易理由

當我們採購存款及其他相關服務時，我們在包括關連人士和獨立第三方中選擇服務提供商，並通過我們的內部選擇及批准程序確定相關採購條款。我們無義務使用華潤銀行提供的存款及其他相關服務，並保留根據我們的業務需求及服務提供商所提供服務的費用及質量選擇存款及其他相關服務提供商的酌情權。目前，我們將資金存入華潤銀行及其他獨立第三方銀行。

華潤銀行為受國家金融監督管理總局監管的持牌銀行，總部設於中國珠海。華潤銀行的分行及支行遍佈中國不同地區，於該等地區經營並提供金融及商業銀行服務。根據聯合資信評估股份有限公司日期為2023年7月28日的信用評級公告，華潤銀行的長期信用評級為AAA。考慮到我們的業務需求以及其服務的價格及質量，我們於往績記錄期間不時使用華潤銀行提供的存款及其他相關服務。

關連交易

歷史金額

於往績記錄期間，上述存款及其他相關服務的歷史交易金額載列如下：

	截至12月31日止年度			截至
				4月30日
	2021年	2022年	2023年	止四個月
				2024年
	(人民幣百萬元)			
最高每日存款結餘	512	1,786	1,786	1,780

年度上限及年度上限基準

截至2026年12月31日止三個年度，存款及其他相關服務框架協議項下的最高年度交易金額不得超過以下上限：

	截至12月31日止年度		
	2024年	2025年	2026年
	(人民幣百萬元)		
最高每日存款結餘	2,500	2,500	2,500

上述建議年度上限乃參考以下因素釐定：

- (a) 於往績記錄期間，上述存款及其他相關服務的最高每日存款結餘的歷史金額。特別是，2023年我們在華潤銀行的最高每日存款結餘為人民幣1,786百萬元，我們預期該存款規模將在截至2026年12月31日止三個年度內保持在相若水平；
- (b) 基於我們估計日後業務經營規模以及對存款及其他相關服務需求，本集團目前及預計未來現金流量狀況；及
- (c) 本集團的流動資金，包括本集團截至2024年4月30日的現金及現金等價物。

非豁免持續關連交易的豁免申請

根據上市規則第14A.76(2)條，「一須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易」分節及「一須遵守申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易」分節所述交易將構成須遵守上市規則第十四A章項下有關規定的持續關連交易。

由於預期該等非豁免持續關連交易會繼續經常及持續地進行並且已於本招股章程全面披露，故董事認為遵守公告及獨立股東批准規定（視情況而定）難以切實執行，且該等規定會使我們產生不必要的行政成本，造成沉重負擔。

因此，我們已向香港聯交所申請，而香港聯交所已向我們授出豁免，豁免我們(i)就本節「一須遵守申報、年度審閱及公告規定的非豁免持續關連交易」所披露持續關連交易嚴格遵守上市規則第十四A章的公告規定；及(ii)就本節「一須遵守申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定的非豁免持續關連交易」所披露持續關連交易嚴格遵守上市規則第十四A章的公告及獨立股東批准規定，惟條件是持續關連交易於各財政年度的總額不得超過各年度上限所載相關金額（詳見上文）。

倘日後修訂上市規則而對本招股章程所述持續關連交易施加較最後實際可行日期所適用者更嚴格的規定，則我們會實時採取措施，確保於合理時間內遵守新規定。

董事確認

董事（包括獨立非執行董事）認為，上述非豁免持續關連交易已經並將於日常及一般業務過程中按正常或更佳商業條款進行，公平合理且符合本公司及股東整體利益，該等交易的建議年度上限亦公平合理且符合本公司及股東整體利益。

聯席保薦人確認

經計及(i)本公司提供的文件及資料；及(ii)進行盡職調查並與本公司討論後，聯席保薦人認為(a)上述非豁免持續關連交易已經並將於本公司日常及一般業務過程中按正常或更佳商業條款進行，公平合理且符合本公司及股東整體利益；及(b)該等交易的建議年度上限亦公平合理且符合本公司及股東整體利益。

保障股東權益的內部控制措施

為了進一步保障股東(包括少數股東)的整體利益，本集團已實施或將繼續實施以下與持續關連交易有關的內部控制措施：

- (a) 本集團已審批內部指引，其中規定倘任何建議關連交易的價值預期會超出若干最低金額，有關員工須向相關事業部負責人報告該等建議交易以便本公司開展必要的額外評估及審批程序並確保本公司將遵守上市規則第十四A章的有關規定；及
- (b) 本公司將向獨立非執行董事及核數師提供資料及證明文件以供其對本公司訂立的持續關連交易進行年度審閱。根據上市規則的規定，獨立非執行董事將每年就持續關連交易是否於本集團日常及一般業務過程訂立、是否按一般商務條款訂立、是否遵照其規管協議、是否按公平合理的條款訂立及是否符合股東整體利益向董事會作出確認，核數師則將每年就是否注意到任何使其認為持續關連交易未獲董事會審批、於所有重大方面並無按照本集團的定價政策、於所有重大方面並無按照規管該等交易的有關協議訂立或超出上限的事宜向董事會作出確認。

董事及高級管理層

概覽

本集團董事會由十二名董事組成，包括三名執行董事、五名非執行董事及四名獨立非執行董事。董事會的權力及職責包括召開股東大會、釐定本集團戰略規劃及投資計劃、制定本集團年度預算及決算、制定利潤分配計劃以及行使《細則》授予的其他權力、職能及職責。

本集團的高級管理層包括六名成員，負責本公司及其子公司的日常營運。

董事及高級管理層

下表載列董事的若干資料：

姓名	年齡	職位	角色及責任	加入 本集團 的日期	獲委任為 董事的 日期	與其他董事 及高級 管理層的 關係
張偉通先生.....	55歲	董事會主席、 執行董事	負責全面經營管理工作， 主持董事會工作並直接 管理本集團公司事務、 審計和營銷工作	2000年 4月3日	2019年 1月29日	無
李樹清先生.....	52歲	執行董事 兼總裁	負責日常經營管理工作， 並直接管理本集團戰 略、質量、環境健康、 安全生產及工程建設工 作	2024年 6月3日	2024年 8月7日	無
吳霞女士.....	46歲	執行董事、 首席財務官	負責本集團財務管理工作	2024年 4月17日	2024年 4月22日	無
林國龍先生.....	58歲	非執行董事	負責向董事會提供專業建 議、意見及指導	2024年 4月22日	2024年 4月22日	無
孫永強先生.....	54歲	非執行董事	負責向董事會提供 專業建議、意見 及指導	2024年 4月22日	2024年 4月22日	無
肖寧先生.....	53歲	非執行董事	負責向董事會提供專業建 議、意見及指導	2024年 4月22日	2024年 4月22日	無

董事及高級管理層

姓名	年齡	職位	角色及責任	加入 本集團 的日期	獲委任為 董事的 日期	與其他董事 及高級 管理層的 關係
曹越女士.....	46歲	非執行董事	負責向董事會提供專業建議、意見及指導	2023年 8月10日	2023年 8月10日	無
趙典博士.....	37歲	非執行董事	負責向董事會提供專業建議、意見及指導	2022年 8月5日	2022年 8月5日	無
周永健博士.....	74歲	獨立非執行 董事	負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的成員	2024年 10月8日	2024年 10月8日	無
李引泉先生.....	69歲	獨立非執行 董事	負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的主席／成員	2024年 10月8日	2024年 10月8日	無
姚洋博士.....	59歲	獨立非執行 董事	負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的主席／成員	2024年 10月8日	2024年 10月8日	無
鄭寶川女士.....	53歲	獨立非執行 董事	負責監督董事會並向其提供獨立判斷，並擔任董事會若干委員會的成員	2024年 10月8日	2024年 10月8日	無

董事及高級管理層

本集團高級管理層成員包括以下人士：

姓名	年齡	職位	角色及責任	加入 本集團 的日期	獲委任為 高級管理層 的日期	與董事 及其他高級 管理層的 關係
張偉通先生.....	55歲	董事會主席、 執行董事	負責全面經營管理工作，主持董事會工作並直接管理本集團公司事務、審計和營銷工作	2000年 4月3日	2018年 12月31日	無
李樹清先生.....	52歲	執行董事 兼總裁	負責日常經營管理工作，並直接管理本集團戰略、質量、環境健康、安全生產及工程建設工作	2024年 6月3日	2024年 6月25日	無
王成偉先生.....	51歲	副總裁	負責本集團法律事務、風險管理、智能與數字化建設工作	2009年 8月2日	2011年 6月8日	無
楊楠先生.....	53歲	副總裁	負責本集團生產管理、品質保證、設備與技術管理工作，協助總裁管理本集團質量、環境健康、安全生產工作	2014年 11月10日	2017年 6月19日	無

董事及高級管理層

姓名	年齡	職位	角色及責任	加入 本集團 的日期	獲委任為 高級管理層 的日期	與董事 及其他高級 管理層的 關係
范雨峰先生.....	42歲	副總裁	負責本集團產銷協調、計劃訂單、倉儲物流和採購管理工作	2019年 12月13日	2019年 12月13日	無
吳霞女士.....	46歲	執行董事、 首席財務官	負責本集團的財務管理工作	2024年 4月17日	2024年 4月17日	無

董事

執行董事

張偉通先生，55歲，自2018年12月起全面負責本集團的經營管理工作，彼於2018年12月至2024年6月擔任我們的總裁，自2019年1月起擔任我們的董事，自2022年7月起擔任董事會主席。張先生於往績記錄期間在本集團實現營收規模及利潤增長、增強盈利能力、提升品牌影響力等方面發揮核心作用。

張先生於2000年4月加入本集團，於2000年4月至2018年2月，先後擔任地區銷售經理、部門經理、總經理助理、副總經理及高級副總經理。張先生曾先後負責分管本集團華南及華東分公司。於2017年1月至2018年2月擔任高級副總經理期間，彼負責分管本集團的市場營銷部、產品研發部、招標辦公室、公司事務部，以及本集團的數個銷售大區，並協助總經理進行銷售管理和運營協調等工作。

張先生於飲料行業擁有約30年的經驗。加入本集團前，張先生於1994年10月至2000年4月擔任味源飲料食品（深圳）有限公司總經理助理。於2018年2月至2018年12月，張先生擔任華潤五豐有限公司常務副總經理（主持工作）及總經理。

張先生於2012年6月獲得位於中國廣東省的中山大學高級管理人員工商管理碩士學位。

董事及高級管理層

李樹清先生，52歲，自2024年6月起擔任我們的總裁，及自2024年8月起成為我們的董事。

李先生於1994年8月至1997年2月擔任中國華潤總公司石家莊分公司（其總部現稱為中國華潤有限公司）的業務員。彼於1997年2月至2000年5月擔任中國華潤有限公司人事部職員。李先生隨後任職於華潤五豐有限公司（前稱五豐行有限公司），於2000年5月至2010年11月歷任人事行政部主任、助理經理、副經理、經理和高級經理，並於2010年11月至2011年9月擔任助理總經理。隨後，彼於2011年9月至2022年6月任職於華潤（集團），並擔任多個職位，包括董事會辦公室助理總經理，辦公廳助理主任和辦公室副主任。李先生曾於2022年6月至2023年11月擔任華潤醫藥商業集團有限公司副總經理。隨後，彼於2023年11月至2024年6月擔任華潤五豐有限公司副總經理。

李先生於1994年6月獲得中國北京對外經濟貿易大學國際貿易專業學士學位。

吳霞女士，46歲，自2024年4月起獲委任為我們的董事兼首席財務官。

於加入本集團前，吳女士於2005年3月至2020年6月任職於江中藥業股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司（股份代號：600750）），先後擔任財務經理、財務總監、董事會秘書、副總經理等多個職位，包括於2009年4月至2015年5月擔任財務總監，於2009年8月至2012年5月擔任董事會秘書。於2020年6月至2024年4月，吳女士擔任華潤江中製藥集團有限責任公司副總經理。

吳女士於2010年6月獲得位於中國江西省的江西財經大學會計學專業碩士學位。其於2011年12月取得中國高級會計師職稱。

非執行董事

林國龍先生，58歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

林先生於2011年8月至2018年7月於華潤三九醫藥股份有限公司（深圳證券交易所上市公司（股份代號：000999））擔任副總裁兼財務總監。其於2018年7月至2021年8月任職於華潤（集團）財務部，最後擔任副總經理。林先生於2021年8月起擔任華潤集團業務單元專職外部董事，包括於2021年11月起擔任華潤金融控股有限公司外部董事，於2021年9月至2023年12月擔任華潤醫藥集團有限公司（聯交所上市公司（股份代號：3320））非執行董事，及於2023年10月起擔任華潤雙鶴藥業股份有限公司（上海證券交易所上市公司（股份代號：600062））的董事。

林先生於2007年3月取得位於澳大利亞的南澳大學工商管理專業碩士學位。

孫永強先生，54歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

孫先生於1992年8月至1998年9月先後任職於北京染料廠有限責任公司（前稱北京染料廠）和北京海東空氣淨化技術開發公司。孫先生於1998年11月加入華潤集團，於1998年11月至2006年11月任職於華潤置地（北京）股份有限公司（前稱北京市華遠房地產股份有限公司），最後擔任研究發展部部門經理。彼於2006年11月至2009年7月擔任華潤置地（湖南）有限公司副總經理，並於2009年7月至2011年1月擔任總經理。2011年1月至2023年9月，彼任職於華潤置地，最後職位為副總裁。彼於2020年10月至2022年10月兼任海南省發展控股有限公司副總經理。孫先生自2023年12月起擔任華潤醫藥集團有限公司（聯交所上市公司（股份代號：3320））的非執行董事。

孫先生於1992年7月取得位於中國遼寧省的大連理工大學熱能工程專業工學學士學位。彼於2003年12月及1998年9月分別獲得中國高級經濟師和工程師職稱。

董事及高級管理層

肖寧先生，53歲，於2024年4月獲委任為非執行董事。

肖先生於1996年8月至2000年9月擔任中國華潤有限公司法律部副經理。彼自2000年9月起任職於華潤石化(集團)有限公司，並擔任多個職位，包括於2001年9月至2002年9月擔任投資發展部助理經理、於2002年10月至2004年2月擔任投資發展部經理及於2004年2月至2007年6月擔任投資發展部高級經理。肖先生其後於華潤化學(前稱華潤化工控股有限公司)及其子公司擔任多個職務，包括助理總經理及法務總監。肖先生其後於2020年4月至2022年8月擔任華潤化學副總經理。肖先生自2022年11月起擔任華潤微電子有限公司(上海證券交易所上市公司，股票代碼：688396)董事。

肖先生於2013年6月自位於中國福建省的廈門大學獲得工商管理專業碩士學位。

曹越女士，46歲，自2023年8月起擔任我們的董事。

曹女士於2005年8月至2013年8月任職於畢馬威華振會計師事務所(特殊普通合伙)擔任審計經理。彼其後就職於Plateau Consumer Fund, L.P.。

曹女士於2005年6月取得位於中國北京市的中國人民大學數量經濟學專業碩士學位。曹女士是中國註冊會計師協會的合資格會員。彼於2009年11月取得中國註冊內部審計師資格。

趙典博士，37歲，自2022年8月起擔任我們的董事。

趙博士於2010年12月至2016年6月在中倫律師事務所擔任律師。彼於2016年6月至2020年8月擔任中歐基金管理有限公司股權投資平台副總裁。之後，趙博士就職於Plateau Consumer Fund, L.P.。

趙博士於2016年6月取得位於中國北京市的中國社會科學院研究生院民商法專業博士學位。趙博士於2012年3月獲得中國法律職業資格。

獨立非執行董事

周永健博士，74歲，於2024年10月獲委任為獨立非執行董事。

周博士為香港及英格蘭和威爾斯認可的執業律師及中國司法部委任的中國委託公證人。

周博士於1982年9月成立了周永健律師行，其後發展成觀韜律師事務所(香港)，並擔任觀韜律師事務所(香港)的資深顧問至今。周博士於2016年5月至2022年5月擔任香港鐵路有限公司(聯交所上市公司，股份代號：0066)獨立非執行董事，並於2016年12月至2022年12月擔任順豐控股股份有限公司(深圳證券交易所上市公司，股票代碼：002352)獨立非執行董事。周博士現擔任多家上市公司的董事，其中包括(i)1994年6月起，為信星鞋業集團有限公司(聯交所上市公司，股份代號：1170)非執行董事，(ii)2018年5月起，為平安健康醫療科技有限公司(聯交所上市公司，股份代號：1833)獨立非執行董事，(iii)2021年5月起，為北京北辰實業股份有限公司(聯交所上市公司(股份代號：588)和上海證券交易所上市公司(股票代碼：601588))獨立非執行董事，及(iv)2020年10月起，為壹賬通金融科技有限公司(聯交所上市公司(股份代號：6638)和紐約證券交易所上市公司(股票代碼：OCFT))獨立非執行董事。

周博士於2003年至2023年20年間連續四屆為中國人民政治協商會議全國委員會委員。彼於1997年至2000年擔任香港律師會會長，於2006年至2012年擔任香港證監會程序覆檢委員會主席，於2015年至2020年擔任財務匯報局程序覆檢委員會主席，於2018年至2020年擔任香港馬會主席。

周博士於1998年獲香港特別行政區政府授予太平紳士，並於2003年獲授予香港特別行政區銀紫荊星章。彼於2010年3月獲香港教育學院頒授榮譽院士，於2013年7月獲倫敦國王學院頒授榮譽院士，並於2015年獲列入香港律師會榮譽名冊。

周博士於2018年12月獲得香港都會大學(前稱香港公開大學)榮譽社會科學博士學位及於2021年11月獲得香港科技大學榮譽法學博士學位。

董事及高級管理層

李引泉先生，69歲，於2024年10月獲委任為獨立非執行董事。

於2000年3月至2017年12月，李先生分別擔任(i)招商局集團有限公司財務部總經理、財務總監及副總裁，(ii)招商局資本投資有限責任公司首席執行官，(iii)招商局港口控股有限公司(前稱招商局國際有限公司，聯交所上市公司，股份代號：144)董事，(iv)招商銀行股份有限公司(聯交所上市公司(股份代號：3968)和上海證券交易所上市公司(股票代碼：600036))董事，及(v)招商局中國基金有限公司(聯交所上市公司，股份代號：133)董事。李先生亦兼任多家其他上市公司的董事，包括於2020年1月至2021年6月，擔任Sound Group Inc.(前稱Lizhi Inc.，納斯達克上市公司，股份代號：SOGP)獨立非執行董事，於2019年6月至2022年12月，擔任金茂源環保控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：6805)獨立非執行董事，及於2024年4月至2024年8月，擔任中國農產品交易有限公司(聯交所上市公司，股份代號：149)獨立非執行董事。李先生現任多家上市公司的董事，其中包括：(i)自2015年6月起，通用環球醫療集團有限公司(前稱環球醫療金融與技術諮詢服務有限公司，聯交所上市公司，股份代號：2666)獨立非執行董事，(ii)自2018年6月起，萬城控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：2892)獨立非執行董事，(iii)自2018年7月起，滬港聯合控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：1001)獨立非執行董事，(iv)自2020年6月起，中國光大銀行股份有限公司(聯交所上市公司(股份代號：6818)和上海證券交易所上市公司(股票代碼：601818))獨立非執行董事，及(v)自2023年9月起，飛達帽業控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：1100)獨立非執行董事。

在擔任若干香港上市公司董事的多年時間裡，李先生在以下方面獲得了相關經驗，包括但不限於(i)審閱及編製香港上市公司的可資比較及／或經審計財務報表；(ii)審閱內部控制制度；及(iii)分析香港上市公司的財務報表及資料。此外，李先生亦在與內部及外部核數師合作及處理有關內部財務控制監督及財務報表審核的事宜方面獲得豐富經驗。

董事及高級管理層

李先生於1985年12月獲得位於中國北京市的中國人民銀行金融研究所經濟學碩士學位。於1988年10月，李先生獲得位於意大利米蘭的Finafrica學院銀行及金融發展學碩士學位，並於1989年8月獲得中國高級經濟師職稱。

姚洋博士，59歲，於2024年10月獲委任為獨立非執行董事。

姚博士現為北京大學博雅特聘教授，北京大學國家發展研究院經濟學教授、博士生導師，中國經濟研究中心主任，南南合作與發展學院執行院長，《經濟學(季刊)》主編，中國經濟學年會理事長，當代經濟學基金會理事長。

姚博士於2008年10月起擔任北京大學國家發展研究院副院長，2012年11月至2024年1月擔任北京大學國家發展研究院院長。2010年起擔任北京大學中國經濟研究中心主任。

姚博士為中國經濟50人論壇成員，曾獲2008年、2014年孫冶方經濟科學獎、第一屆和第二屆浦山國際經濟學獎(2008年、2010年)、第二屆張培剛發展經濟學獎(2008年)等。目前的主要研究領域包括新政治經濟學和開放條件下的中國經濟增長。

姚博士於1989年畢業於北京大學管理科學中心，獲經濟學碩士學位，1996年畢業於美國威斯康辛大學農業與應用經濟學系，獲發展經濟學博士學位。

鄭寶川女士，53歲，於2024年10月獲委任為獨立非執行董事。

1994年9月至1997年5月，鄭女士擔任安達信會計師事務所企業諮詢部門顧問。1997年5月至2010年8月，彼任職於星展亞洲融資有限公司、香港上海滙豐銀行有限公司及麥格理集團的投資銀行部，最後擔任麥格理資本證券有限公司部門董事。鄭女士於2010年9月加入瑞士銀行全球財富管理部，擔任香港區企業諮詢組主管，隨後任職

董事及高級管理層

至2020年1月，最後擔任董事總經理。鄭女士自2020年1月起擔任瘋狂體育集團有限公司（前稱第一視頻集團有限公司）（聯交所上市公司，股份代號：82）首席財務官，並自2020年4月起擔任執行董事，直至2023年11月。鄭女士自2024年8月起擔任香港管弦協會有限公司發展總監。

鄭女士是美國註冊會計師協會會員。彼持有位於中國香港的香港大學工商管理學士學位。

除本節上文披露內容之外，各董事已確認，於緊接本招股章程日期前三年概無於任何上市公司擔任任何其他董事職務，概無任何與其獲委任為董事有關的其他事項需提請股東注意，亦無任何與其獲委任為董事有關的其他資料須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

高級管理層

有關張偉通先生、李樹清先生及吳霞女士的履歷詳情，請參閱本節「執行董事」。其他高級管理人員的履歷詳情如下：

王成偉先生，51歲，自2011年6月起擔任我們的副總裁。

王先生於飲料行業擁有約15年的經驗。王先生於2009年8月加入本集團，擔任企業發展總監。他曾先後負責分管本集團企業發展部、華東分公司、法律部和綜合管理部。自2017年8月起，他一直負責分管法律部和智能與數字化部，並於2017年8月至2024年6月同時負責分管戰略管理部。王先生於往績記錄期間在本集團開展行業研究、落實戰略決策、提升法律合規管理水平、強化風險防範、推動公司數字化轉型等方面發揮重要作用。

加入本集團前，王先生於1997年8月至2009年8月任職於華潤集團，先後在人事部、法律部、企發部任職，並擔任企發部主任、經理及高級經理。

董事及高級管理層

王先生於1997年7月獲得位於中國北京市的中國政法大學法學理論專業碩士學位。王先生於1995年9月獲得中國律師資格證書，於2015年12月獲得中國企業法律顧問執業資格證書及於2020年5月獲得律師工作證。

楊楠先生，53歲，自2017年6月起擔任我們的副總裁。

楊先生於2014年11月加入本集團，擔任供應鏈總監。自2020年6月起，他一直負責分管本集團的生產中心，主要負責我們的生產管理、品質保證、設備與技術管理等工作，並於2020年6月至2024年6月同時負責分管質量環境安全部。楊先生於往績記錄期間在本集團加快自有產能建設、優化生產工藝流程、保障產品質量安全、提升設備技術水平、落實降本增效等方面發揮重要作用。

楊先生於快速消費品行業擁有逾30年的經驗。加入本集團前，楊先生於中糧集團有限公司及其子公司任職逾20年。彼於1993年8月至2000年8月，任職於中糧果菜水產進出口公司，曾擔任財務部經理；於2000年8月至2002年2月，擔任中糧國際(北京)有限公司財務部主管；於2002年2月至2004年1月，擔任中糧可口可樂飲料(北京)有限公司(前稱北京可口可樂飲料有限公司)副總經理；於2004年1月至2005年1月，擔任中糧可口可樂飲料(中國)投資有限公司集團財務總監；於2005年1月至2010年1月，先後擔任中糧集團有限公司董事會秘書局秘書、酒業部副總經理；於2010年1月至2014年11月，先後擔任中國食品有限公司(聯交所上市公司，股份代號：506)酒業部、供應鏈部及酒品類管理部副總經理。

楊先生於2002年11月獲得位於澳大利亞的新南威爾士大學國際會計專業碩士學位。楊先生於2013年12月獲得中國高級經濟師職稱。

董事及高級管理層

范雨峰先生，42歲，自2019年12月起加入本集團並擔任本集團副總裁。

范先生曾負責分管本集團的人力資源部。自2021年11月起彼一直負責分管本集團的運營中心，並於2022年12月至2024年6月同時負責分管工程部。范先生於往績記錄期間在本集團實現產供銷協調運轉、提升物流運作效能、控制原材料採購成本、合作生產夥伴改革優化、提升公司整體運營效益等方面發揮重要作用。

加入本集團前，范先生於2004年8月至2005年12月任職於江蘇南熱發電有限責任公司發電部；其後於2005年12月至2010年10月，擔任南京華潤熱電有限公司經營策劃部電力市場營銷經理、發電部副主管；於2010年10月至2013年2月，任職於華潤電力，先後擔任人力資源部經理、高級經理；於2013年2月至2019年12月，先後擔任華潤(集團)人力資源部高級經理、專業副總監及專業總監。

范先生於2004年7月獲得位於中國江蘇省的中國礦業大學熱能與動力工程專業學士學位。

公司秘書

鍾明輝先生，45歲，於2024年4月獲委任為本公司的公司秘書。

鍾先生於企業秘書、併購、財務報告及審計方面擁有逾19年經驗。自2022年6月起，鍾先生一直於方圓企業服務集團(香港)有限公司的企業秘書部工作，主要負責管理聯交所上市公司的公司秘書及合規工作。

鍾先生現為香港會計師公會資深會員及澳洲註冊會計師公會會員。彼於2003年12月獲得澳洲國立大學的商學學士學位。

董事會委員會

根據相關中國法律、法規、《細則》及上市規則規定的企業管治條文規定，我們已成立的董事會轄下委員會如下：審核委員會、提名委員會、薪酬與考核委員會及戰略與投資委員會。該等委員會根據董事會訂立的職權範圍運作。

審核委員會

我們已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立審核委員會（「**審核委員會**」），並訂有書面職權範圍。審核委員會由兩名非執行董事（即林國龍先生及曹越女士）及四名獨立非執行董事（即姚洋博士、周永健博士、李引泉先生及鄭寶川女士）組成。審核委員會主席為姚洋博士。李引泉先生擁有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當會計或相關財務管理專業知識。審核委員會的主要職責為檢討及監督我們的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，以及提名及監察外聘核數師及上市規則附錄C1規定的其他職責。

提名委員會

我們已根據上市規則第3.27A條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立提名委員會（「**提名委員會**」），並訂有書面職權範圍。提名委員會由一名執行董事（即張偉通先生）、一名非執行董事（即趙典博士）及三名獨立非執行董事（即李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士）組成。提名委員會主席為張偉通先生。提名委員會的主要職責為就委任及罷免本公司董事向董事會提出建議及上市規則附錄C1規定的其他職責。

薪酬與考核委員會

我們已根據上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立薪酬與考核委員會（「**薪酬與考核委員會**」），並訂有書面職權範圍。薪酬與考核委員會由兩名非執行董事（即孫永強先生及曹越女士）及三名獨立非執行董事（即李引泉先生、周永健博士及鄭寶川女士）組成。薪酬與考核委員會主席為李引泉先生。薪酬與考核委員會的主要職責為評估董事及高級管理層的表現及就薪酬待遇提出建議，以及評估僱員福利安排並提出建議及上市規則附錄C1規定的其他職責。

戰略與投資委員會

本公司已根據上市規則的規定成立戰略與投資委員會（「**戰略與投資委員會**」），並訂有書面職權範圍。戰略與投資委員會由兩名執行董事（即李樹清先生及吳霞女士）、三名非執行董事（即曹越女士、肖寧先生及趙典博士）及一名獨立非執行董事（即姚洋博士）組成。戰略與投資委員會主席為曹越女士。戰略與投資委員會的主要職責為(i)就本公司的長期戰略發展計劃進行研究並提出建議；(ii)就須經董事會批准的年度投資計劃進行研究並提出建議；(iii)就其他須經董事會批准的年度投資計劃以外的重大投資項目進行研究並提出建議；(iv)就年度投資後評估報告進行研究並提出建議；及(v)就本公司的戰略管理及投資管理政策進行研究、修訂及檢討，並向董事會提出建議。

董事、高級管理層及僱員的薪酬

我們向亦為本公司僱員的執行董事及高級管理人員提供袍金、薪酬、退休金計劃供款、酌情花紅、住房津貼及其他實物福利等形式的各種薪酬。獨立非執行董事根據其各自的職位和職責（包括擔任董事會委員會成員或主席）獲得薪酬。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月，我們向董事支付的薪酬總額（包括袍金、薪酬、退休金計劃供款及其他福利）分別約為人民幣4.6百萬元、人民幣6.4百萬元、人民幣7.7百萬元及人民幣1.1百萬元。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月，我們向五名最高薪酬人士支付的薪酬總額（包括袍金、薪酬、退休金計劃供款和其他福利）分別約為人民幣15.5百萬元、人民幣15.2百萬元、人民幣16.0百萬元及人民幣6.2百萬元。

根據截至本招股章程日期仍然有效的安排，截至2024年12月31日止財政年度，將向董事支付及授出的估計薪酬總額約為人民幣14.3百萬元。

概無向我們的董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為招攬該等人士加入本集團或於加入本集團後的獎勵。於往績記錄期間，概無向我們的董事、前任董事或五名最高薪酬人士支付任何酬金且該等人士亦無收取任何酬金作為離任本集團任何成員公司董事或與本集團任何成員公司事務管理有關的任何其他職務的離職補償。於往績記錄期間，概無董事放棄任何酬金。

除上文所披露者外，截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月，本公司或我們的任何子公司概無向我們的董事支付或應付任何其他款項。

企業管治

本公司致力於實現高標準的企業管治，以保障股東的利益。為此，本公司擬於上市後遵守香港上市規則附錄C1所載企業管治守則及企業管治報告的企業管治規定。

董事會多元化政策

我們已採納董事會多元化政策，當中載列實現及維持董事會多元化的方法。根據我們的董事會多元化政策，董事會候選人的甄選將基於一系列多元化角度，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術能力、專業資格及技能、知識、任職年限及其他相關因素。我們亦會考慮我們自身的業務模式及特殊需求。董事候選人的最終甄選將基於候選人的長處及候選人將為董事會帶來的貢獻。

我們的董事會目前由三名女性董事及九名男性董事組成，在性別、知識及技能（包括但不限於食品及飲料業、商業運營及企業管理、業務拓展、法律經驗、審計、人力資源及金融等領域的知識及經驗）方面取得均衡組合。考慮到我們現有的業務模式及特殊需求以及董事的不同背景，董事認為上市後董事會的組成符合我們的董事會多元化政策。於上市後，我們將根據董事會多元化政策，通過提名委員會實施的措施努力保持董事會的性別平衡。尤其是，我們將繼續物色及甄選在不同領域具備不同技能、經驗及知識且具備適當資格成為董事會成員的女性人士，並在董事會中維持至少一名女性董事及至少10%的女性代表。

提名委員會負責執行董事會多元化政策。於上市完成後，提名委員會將不時檢討董事會多元化政策，以確保其持續有效，且我們將每年於企業管治報告中披露董事會多元化政策的實施情況。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任浩德融資有限公司為合規顧問。根據上市規則第3A.23條，我們的合規顧問將於下列情況下向我們提供意見：

- 刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；
- 擬進行交易（可能屬須予公佈或關連交易），包括發行股份及購回股份；
- 我們建議運用全球發售的所得款項方式與本招股章程所詳述者不同，或我們的業務、發展或業績與本招股章程中的任何預測、估計或其他資料不同；及
- 香港聯交所根據上市規則第13.10條向我們作出查詢。

委任期將自上市日期起，直至我們就上市日期後開始的首個完整財政年度的財務業績派發年報當日結束，而有關委任可經雙方協定予以延長。

董事作出的確認

上市規則第8.10條

截至最後實際可行日期，概無董事於任何其他公司中擁有可能直接或間接與我們的業務構成競爭且須根據上市規則第8.10條須予以披露的權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2024年4月或6月取得上市規則第3.09D條項下所述的法律意見；及(ii)了解彼作為上市規則項下聯交所上市發行人董事的責任。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事確認(i)彼就上市規則第3.13(1)至(8)條所述各項因素而言的獨立性；(ii)截至最後實際可行日期，彼於本公司或其子公司的業務中並無擁有過往或現時財務或其他權益，亦無根據上市規則與本公司任何核心關連人士有任何關係；及(iii)並無其他因素可能影響彼於獲委任時的獨立性。

概覽

截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）及Plateau分別擁有本公司60%及40%的權益。

華潤集團（飲料）由華潤創業全資擁有，而華潤創業則由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。緊隨全球發售完成後，華潤集團（飲料）將擁有本公司經擴大股本的約51%（假設超額配股權未獲行使）。因此，華潤（集團）、華潤集團（華創）、華潤創業、華潤集團（飲料）於上市後將成為我們的一組控股股東。華潤（集團）由國務院國有資產監督管理委員會最終控制。

Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.全資擁有，Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人為Plateau Investment Limited。Plateau Consumer Fund, L.P.共有17名有限合夥人，其中Maxwish Limited為最大有限合夥人，持有約36.8%的有限合夥權益且不負責其決策，且概無其他有限合夥人持有Plateau Consumer Fund, L.P. 20%或以上的有限合夥權益。Dong Yi女士（一名資深投資者）通過其全資擁有的公司Plateau Holding Limited擁有Plateau Investment Limited的100%股權。緊隨全球發售完成後，Plateau將擁有本公司經擴大股本的約34%（假設超額配股權未獲行使）。因此，Dong Yi女士、Plateau Holding Limited、Plateau Investment Limited、Plateau Consumer Fund, L.P.及Plateau於上市後將成為我們的另一組控股股東。

我們與我們控股股東的業務劃分

我們的主營業務

我們主要從事包裝飲用水產品及飲料產品的製造和銷售。更多詳情，請參閱「業務」。

與控股股東的關係

華潤(集團)的主營業務

華潤(集團)是一家總部位於香港的中國大型國有企業集團。其核心業務包括消費品(包括零售、啤酒、食品和飲料)、醫療健康、綜合能源、城市建設與運營、科技與新興產業及產業金融。華潤集團旗下有八家公司於香港聯交所上市。下表載列華潤集團於香港聯交所上市的子公司／聯繫人的主營業務及其於各上市子公司／聯繫人的持股比例：

名稱	主營業務	概約百分比
華潤建材科技控股有限公司 (股份代號：1313)	石灰石開採以及水泥、熟料及混凝土的生產、銷售和經銷	69%
華潤啤酒	酒精飲料的生產、銷售和經銷	52%
華潤電力	在中國大陸投資、開發、運營和管理風電場、光伏發電廠、水力發電廠以及其他清潔和可再生能源項目以及燃煤發電廠	63%
華潤醫藥集團有限公司 (股份代號：3320) 〔華潤醫藥〕	藥品及保健品的研發、製造、經銷和零售	53%
華潤燃氣控股有限公司 (股份代號：1193)	天然氣購銷、管道設施建設及運營、車船用氣、冷熱電聯供、燃氣綜合服務業務	61%
華潤置地	物業投資、開發和管理	60%
華潤萬象生活	提供物業管理和商業運營服務	74%
華潤醫療控股有限公司 (股份代號：1515)	在中國大陸的醫院提供綜合醫療服務、醫院管理服務、團購組織業務及其他衍生業務。	37%

附註：上述持股百分比乃援引自上述上市公司最近刊發的報告。

與控股股東的關係

截至最後實際可行日期，華潤集團通過其子公司持有以下具有一定規模的生產及銷售包裝飲用水及飲料產品的業務（「保留業務」）的權益：

華潤啤酒的無酒精果啤產品

華潤啤酒主要從事酒精飲料的生產、銷售及經銷。除其酒精飲料（包括啤酒和白酒產品）外，華潤啤酒亦銷售零酒精果啤產品。我們認為華潤啤酒的無酒精果啤產品與我們的碳酸飲料產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和目標客戶不同。**根據灼識諮詢報告，無酒精果啤產品通常是以啤酒花提取物為原材料，採用啤酒生產技術生產的類啤酒產品。雖然無酒精果啤產品不含酒精，但其口味和外觀（就泡沫、顏色和用於包裝的啤酒瓶而言）與啤酒產品相似。因此，華潤啤酒的無酒精果啤產品定位為啤酒產品的替代品，主要針對喜歡在社交場合飲用含酒精飲料的客戶以及迎合年輕人的需求，而我們的碳酸飲料產品則主要針對日常飲用水和無酒精飲料的客戶。此外，雖然華潤啤酒的無酒精果啤產品亦通過線下零售店銷售，但考慮到與啤酒產品的相似性，該類產品通常與啤酒產品而非其他無酒精飲料產品一起展示。因此，華潤啤酒的無酒精果啤產品與我們的碳酸飲料產品有著明確的區別。
- **非核心產品。**華潤啤酒的無酒精果啤產品和我們的碳酸飲料產品都不屬於各自集團的主要產品。截至2023年12月31日止年度，華潤啤酒的無酒精果啤產品產生的收入佔華潤啤酒總收入的比例不足1.0%，截至2023年12月31日止年度，我們的碳酸飲料產品產生的收入佔我們總收入的比例亦不足0.1%。
- **地理覆蓋策略不同。**華潤啤酒的無酒精果啤產品主要在中國西北和華中地區銷售，而我們產品的銷售策略則廣泛覆蓋中國各地。

Oatly Group AB (「Oatly Group」) 的植物基奶茶及拿鐵產品

Oatly Group 是一家在納斯達克上市的公司 (股份代號：OTLY)，並由潤麟健康投資有限公司 (一家由華潤集團 (華創) 間接擁有 50% 權益的合營企業) 擁有約 46% 的權益。華潤集團 (華創) 並未參與 Oatly Group 的日常營運。Oatly Group 主要從事以燕麥為原材料的植物基乳製品 (包括由燕麥製成的奶茶和拿鐵) 的生產和銷售。我們認為，Oatly Group 的奶茶和拿鐵產品與我們的奶茶和咖啡產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和目標客戶不同。**根據灼識諮詢報告，Oatly Group 植物基乳製品 (包括由燕麥製成的奶茶和拿鐵) 被歸類為植物基蛋白飲料，其目標客戶中有相當大比例的人群對某些乳製品過敏或偏愛含植物基成分的營養食品，而本集團目前並無生產或銷售任何植物基蛋白飲料。同時，Oatly Group 的奶茶和拿鐵由植物基乳製品製成，而我們的奶茶和咖啡產品由奶粉製成。因此，Oatly Group 的植物基奶茶及拿鐵產品與我們的奶茶和咖啡產品有明確的區別。
- **非核心產品。**Oatly Group 的奶茶和拿鐵產品以及我們的奶茶和咖啡產品都不屬於各自集團的主要產品。截至 2023 年 12 月 31 日止年度，Oatly Group 在中國銷售奶茶和拿鐵產品所產生的收入佔其總收入的比例不足 5%，而截至 2023 年 12 月 31 日止年度，我們的奶茶和咖啡產品所產生的收入佔總收入的約 1.3%。
- **地理區域不同。**截至 2023 年 12 月 31 日止年度，Oatly Group 全球大部分的收入來自歐洲、中東、非洲、美洲和亞洲，在中國銷售植物基乳製品產品 (包括但不限於奶茶及拿鐵產品) 的收入佔其總收入的比例不足 20%，而本集團則專注於中國市場，我們的絕大部分收入均來自中國。

晉城海斯製藥有限公司 (「海斯製藥」) 的海斯水

截至 2023 年 12 月 31 日，華潤集團透過華潤醫藥擁有江中藥業股份有限公司 (一家於上海證券交易所上市的公司 (股票代碼：600750)) 約 43% 的權益，而江中藥業股份有限公司擁有海斯製藥 51% 的權益。海斯製藥主要從事化學藥的研發和生產，並於截至 2023 年 12 月 31 日止年度錄得收入人民幣 983.3 百萬元。為了充分利用其生產製藥用

水的剩餘生產能力，海斯製藥還主要在山西省晉城生產和銷售其包裝飲用水產品「海斯水」。我們認為，海斯水與我們的包裝飲用水產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和業務規模不同。**海斯水不屬於海斯製藥的主要產品，截至2023年12月31日止年度，海斯水產生的收入佔海斯製藥總收入的比例不足0.6%。而我們的包裝飲用水產品是我們的主要產品，截至2023年12月31日止年度，我們包裝飲用水產品產生的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。
- **銷售渠道、目標客戶和地理區域不同。**海斯水主要在山西晉城銷售，主要客戶是晉城的企業及個人，且從未在商超出售，而本集團擁有多元化的銷售渠道及全國範圍廣泛的包裝飲用水產品經銷網絡，可滿足客戶的日常消費需求。據我們所知，海斯製藥目前以及在可預見的未來都沒有海斯水的營銷或擴張計劃。

重慶中梁山飲品有限公司（「重慶中梁山」）的包裝飲用水產品

華潤電力主要在中國從事風力發電場、光伏發電站、水力發電站及其他清潔和可再生能源項目以及燃煤發電站的投資、開發、運營及管理。截至2023年12月31日止年度，華潤電力錄得收入人民幣929億元。截至最後實際可行日期，華潤（集團）透過華潤電力持有重慶市能源投資集團有限公司（「重慶能源」，一家主要從事能源開發及運營的公司）約38%的權益。2023年華潤電力投資重慶能源之前，重慶能源已間接持有重慶中梁山的全部100%權益。重慶中梁山主要在重慶市及四川省周邊縣從事包裝飲用水產品的生產及銷售。我們認為，重慶中梁山的包裝飲用水產品與我們的包裝飲用水產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **業務規模不同。**截至2023年12月31日止年度，重慶中梁山產生的收入佔華潤電力收入的比例不足0.03%，而截至2023年12月31日止年度，我們的包裝飲用水產品產生的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。

與控股股東的關係

- **地理區域不同。**重慶中梁山的包裝飲用水產品主要在重慶市及四川省周邊縣銷售，而我們的包裝飲用水產品廣泛覆蓋中國各地。

東阿阿膠股份有限公司(「東阿阿膠」)的阿井水

截至2023年12月31日，華潤(集團)通過華潤醫藥間接持有東阿阿膠(一家於深交所上市的公司(股份代號：000423))約33%的權益。東阿阿膠主要從事以阿膠為原材料的中藥及膳食補充劑的生產和銷售，並於截至2023年12月31日止年度錄得收入人民幣4,715.3百萬元。自2016年起，東阿阿膠開始生產和銷售其包裝飲用水產品「阿井水」，主要作為推廣其阿膠產品的附屬品。我們認為，阿井水與我們的包裝飲用水產品之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **產品定位和業務規模不同。**阿井水並非東阿阿膠的主要產品，僅作為東阿阿膠文化旅遊系列產品的一部分，用於在旅遊景點推廣其阿膠產品及內部招待和會議。因此，截至2023年12月31日止年度，阿井水產生的收入佔東阿阿膠總收入的比例不足0.03%。而我們的包裝飲用水產品是我們的主要產品，截至2023年12月31日止年度，包裝飲用水產品產生的收入約為人民幣12,446.6百萬元，約佔我們同期總收入的92.1%。
- **銷售渠道和消費場景不同。**阿井水通常在上述旅遊景點出售以進行推廣或作為贈品隨東阿阿膠的阿膠產品一同提供，據我們所知，在可預見的將來，預計不會大量專門銷售或推廣阿井水，而本集團的包裝飲用水產品擁有多元化的銷售渠道和廣泛的經銷網絡，以滿足客戶的日常消費需求。
- **地理區域不同。**阿井水僅在山東省聊城市東阿縣旅遊景點銷售，而我們的包裝飲用水產品廣泛覆蓋中國各地。

華潤萬家的風味飲品及包裝飲用水

華潤萬家為華潤(集團)的子公司，主要通過遍佈全國的自營門店從事零售連鎖業務。華潤萬家採購代工廠生產的風味飲品及包裝飲用水，以自有品牌在其自營門店銷售。我們認為，華潤萬家的風味飲品及包裝飲用水與我們的飲料產品及包裝飲用水之間不存在實質性競爭，原因如下：

- **非核心產品。**華潤萬家銷售的商品種類繁多，包括但不限於生鮮及包裝食品、日用品及其他消費品。截至2023年12月31日止年度，華潤萬家銷售自有品牌的風味飲品及包裝飲用水所產生的收入不到華潤萬家收入的1%，而我們的所有收入均來自包裝飲用水及飲料銷售。
- **銷售渠道不同。**我們主要通過遍佈全國的經銷網絡向經銷商及全國性及區域性商超、連鎖便利店及電商平台等直營客戶銷售產品，而華潤萬家則在其自營門店直接向終端客戶銷售風味飲品及包裝飲用水。

Plateau的主營業務

Plateau由Dong Yi女士最終控制，是一家主要從事投資控股的機構。

根據上市規則第8.10條，與我們的控股股東並無競爭

基於上述原因，我們認為保留業務與我們的包裝水及飲料產品業務之間不存在實質性競爭，且本集團與保留業務的董事或高級管理層並無重疊。此外，本集團與控股股東之間潛在的利益衝突可通過於下文進一步詳述的企業管治措施得到解決和管理。有關進一步資料，請參閱「— 企業管治措施」。

除上文所披露的保留業務外，根據上市規則第8.10條，截至最後實際可行日期，除我們的業務及本招股章程所披露者外，我們的控股股東在與我們的業務構成直接或間接競爭或可能構成直接或間接競爭的業務中不擁有任何權益。

獨立於我們的控股股東

經考慮以下因素，我們的董事認為，我們可於全球發售後獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人開展業務。

運營獨立性

我們獨立於控股股東經營業務。我們已取得業務所需的相關資質及牌照、獨立經營場所、域名及系統。

我們有自己的組織架構，設有自治部門，每個部門都有特定的職責範圍。我們亦維持一套全面的內部控制程序，以促進我們業務的有效運營。我們已採納一套企業管治手冊，包括均根據相關法律、規則及法規制定的股東大會職權範圍及董事會會議職權範圍。

我們已與華潤(集團)就向華潤(集團)及／或其聯繫人提供的產品或服務或由華潤(集團)及／或其聯繫人提供的產品或服務訂立若干持續關連交易。該等交易於並將於本公司一般及日常業務過程中按公平基準及一般商業條款進行。請參閱「關連交易」一節。

基於上文所述，董事認為本集團獨立於控股股東經營。

財務獨立性

我們成立了自己的財務部，擁有獨立的財務人員團隊，獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人，負責我們的財務管理、會計、報告和資金職能，並擁有健全和獨立的財務制度，根據自身業務需要作出獨立的財務決策。本集團獨立開設銀行賬戶，不與控股股東及／或其各自的緊密聯繫人共用任何銀行賬戶。本集團以自有資金獨立進行稅務登記和納稅。因此，在現金和會計管理、發票和賬單等財務職能方面，我們的運營獨立於控股股東及／或其各自的緊密聯繫人。

我們並不依賴控股股東或其各自的緊密聯繫人提供財務援助。本集團有能力從獨立第三方獲得融資，而無需依賴控股股東及／或其各自的緊密聯繫人提供的任何擔保或抵押。我們與華潤銀行訂立存款服務及其他相關服務框架協議，該協議將構成本集團的持續關連交易。該等存款安排不會影響本集團的財務獨立性，因為華潤銀行並無向我們提供財務資助。請參閱「關連交易」一節。本集團於上市時將不會有任何來自控股股東及／或其各自緊密聯繫人的貸款、擔保或其他財務資助。

與控股股東的關係

基於以上所述，董事認為，本公司在財務上獨立於控股股東。

管理獨立性

我們的業務由董事會和高級管理層管理和開展，我們的董事相信，由於以下原因，本公司能夠保持管理獨立性：

- 我們的執行董事和所有高級管理層成員（他們並未在我們的控股股東中擔任任何管理職位）負責本公司的日常管理和運營；
- 我們的每位董事都知悉其作為董事的受託責任，其中包括要求其為本公司的利益和最佳利益行事，不允許其董事職責與個人利益之間存在任何衝突；
- 倘本集團與我們的董事或其各自的緊密聯繫人之間達成的任何交易存在潛在利益衝突，則有利益關係的董事須在本公司的相關董事會會議上就該等交易放棄投票，且不得計入法定人數；
- 我們的四位獨立非執行董事均獨立於我們的控股股東，並在各自的專業領域擁有豐富的經驗。請參閱「董事及高級管理層」。我們所有的獨立非執行董事都是根據上市規則的要求獲委任，以確保我們董事會的決策乃充分考慮了獨立和公正的意見後作出；及
- 全球發售完成後，本公司將採取一系列企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突（如有），從而支持本公司的獨立管理。更多詳情，請參閱本節下文「— 企業管治措施」。

基於以上所述，並考慮到我們與控股股東及其各自的緊密聯繫人之間不存在上市規則第8.10條所定義的實質性競爭，董事認為我們的管理層獨立於控股股東。

企業管治措施

董事認同良好企業管治對保障股東權益的重要性。本公司將採取以下企業管治措施，以管理上市後本集團與控股股東及其各自緊密聯繫人之間的潛在利益衝突：

- 倘舉行董事會會議以考慮董事擁有重大權益的事項，有關董事須就相關決議案放棄投票，且不得計入投票的法定人數內；
- 倘股東大會涉及我們的任何控股股東及其各自的緊密聯繫人擁有重大利益的建議交易，則該控股股東將不對相關決議進行表決，也不得計入投票的法定人數；
- 本公司已設立內部監控機制，以識別關連交易。上市後，如本集團與控股股東或其各自的任何聯繫人進行關連交易，本公司將遵守上市規則第十四A章的相關規定，包括上市規則的公告、申報及獨立股東批准規定（如適用）；
- 董事會將由執行董事及非執行董事均衡組合而成（包括不少於三分之一的獨立非執行董事），以確保董事會在決策過程中能有效地行使獨立判斷，並向股東提供獨立意見。獨立非執行董事個別及共同地具備所需的知識及經驗。彼等致力於提供公正及專業的意見，以保障少數股東的權益；
- 我們的董事（包括獨立非執行董事）將根據上市規則附錄C1所載的企業管治守則及企業管治報告，在適當時尋求外部顧問的獨立及專業意見，費用由本公司承擔；及
- 我們已委任浩德融資有限公司為我們的合規顧問，該顧問將就遵守上市規則及適用法律、規則、守則及指引，包括但不限於有關董事職責及內部監控的各項規定，向我們提供意見及指導。

綜上所述，董事信納充分的企業管治措施已就位，以於上市後管理控股股東及／或董事之間的利益衝突，從而保障少數股東的權益。

主要股東

主要股東

就董事所知，截至最後實際可行日期及緊隨全球發售完成後，以下人士已及將於我們的股份或本公司相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於所有情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本10%或以上的權益：

股東	權益性質	截至最後實際可行日期持有的股份		緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使)持有的股份		緊隨全球發售完成後(假設超額配股權獲悉數行使)持有的股份	
		數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比
中國華潤有限公司 ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
China Resources Inc. ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
CRC Bluesky Limited ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
華潤(集團) ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
華潤集團(華創) ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
華潤創業 ⁽¹⁾	受控法團權益	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
華潤集團(飲料) ⁽¹⁾	實益擁有人	1,200,000,000	60%	1,200,000,000	51.11%	1,200,000,000	50.00%
Dong Yi女士 ⁽²⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
Plateau Holding Limited ⁽²⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%

主要股東

股東	權益性質	截至最後實際可行日期持有的股份		緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使)持有的股份		緊隨全球發售完成後(假設超額配股權獲悉數行使)持有的股份	
		數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比
Plateau Investment							
Limited ⁽²⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
Plateau Consumer							
Fund, L.P. ⁽²⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
Plateau ⁽²⁾	實益擁有人	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
中國投資有限責任公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
中央匯金投資有限							
責任公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
中國銀行股份有限公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
中銀集團投資有限公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
中銀投資管理有限公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%
銘宇有限公司 ⁽³⁾	受控法團權益	800,000,000	40%	800,000,000	34.07%	800,000,000	33.33%

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，華潤集團（飲料）直接持有我們60%的股份。華潤集團（飲料）為華潤創業的全資子公司，而華潤創業由華潤（集團）的子公司華潤集團（華創）全資擁有。華潤（集團）為CRC Bluesky Limited的子公司，而CRC Bluesky Limited由China Resources Inc.全資擁有。China Resources Inc.由中國華潤有限公司全資擁有。
- (2) 截至最後實際可行日期，Plateau由Plateau Consumer Fund, L.P.（其普通合夥人為Plateau Investment Limited）全資擁有。Plateau Investment Limited由Dong Yi女士全資擁有的Plateau Holding Limited全資擁有。除於Plateau Consumer Fund, L.P.的普通合夥人權益外，Dong Yi女士亦通過Plateau Capital Limited及Plateau Group Limited合計持有Plateau Consumer Fund, L.P.的2.65%有限合夥權益。

主要股東

- (3) 截至最後實際可行日期，銘宇有限公司持有Plateau Consumer Fund, L.P.約36.8%的有限合夥權益。銘宇有限公司由中銀投資管理有限公司全資擁有，而中銀投資管理有限公司由中國銀行股份有限公司（香港聯交所上市公司，股份代號：3988；上海證券交易所上市公司，股票代碼：601988）的子公司中銀集團投資有限公司全資擁有。中銀國際亞洲有限公司（全球發售的聯席保薦人之一）為中國銀行股份有限公司的子公司。截至2024年6月30日，中國銀行股份有限公司由中央匯金投資有限責任公司持有64.13%的權益，而中央匯金投資有限責任公司由國有企業中國投資有限責任公司全資擁有。

除上文所披露者外，就董事所知，並無任何其他人士於緊隨全球發售完成後將於我們的股份或本公司相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於所有情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本10%或以上的權益。

PLATEAU的股份質押

截至最後實際可行日期，Plateau持有的全部本公司股份（佔我們已發行股本總額的40%）均須就若干銀團（即中銀香港、大華銀行（中國）有限公司廣州分行、大華銀行有限公司、中國民生銀行股份有限公司香港分行、上海浦東發展銀行股份有限公司及中國建設銀行股份有限公司香港分行）向Plateau提供貸款融資而質押予該等銀團。

於2024年6月24日，中銀香港（作為擔保代理行及代表銀團）向本公司發出一封承諾函，據此，(a)自本招股章程日期起至上市日期後六個月期間（「首六個月」），為符合上市規則第10.07(1)(a)條的規定，中銀香港不得強制執行股份質押，以致Plateau於本公司的持股量有任何變動；及(b)於首六個月屆滿之日起計六個月期間，為符合上市規則第10.07(1)(b)條的規定，中銀香港不得強制執行股份質押，以致Plateau不再為本公司控股股東。

股 本

法定及已發行股本

以下為本公司截至本招股章程日期及緊隨全球發售完成後以繳足或入賬列作繳足方式發行及將予發行的法定及已發行股本概況：

	<u>合計股份面值</u>
截至本招股章程日期	
<i>法定股本</i>	
100,000,000,000股每股0.0000005美元的股份.....	50,000美元
<i>已發行股本</i>	
2,000,000,000股每股0.0000005美元的股份.....	1,000美元
緊隨全球發售完成後的股本	
<i>法定股本</i>	
100,000,000,000股每股0.0000005美元的股份.....	50,000美元
<i>根據全球發售將予發行的股份(假設超額配股權未獲行使)</i>	
347,826,200股每股0.0000005美元的股份.....	173.9131美元
<i>緊隨全球發售完成後已發行股份總數(假設超額配股權未獲行使)</i>	
2,347,826,200股每股0.0000005美元的股份.....	1,173.9131美元

上表假設全球發售成為無條件及股份根據全球發售予以發行。上表亦無計及我們根據下文所述授予董事會的一般授權而可能發行或購回的任何股份。

地位

發售股份將在所有方面與本招股章程所述目前已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，並將合資格及同等享有於本招股章程日期後的記錄日期就股份所宣派、作出或派付的所有股息或其他分派。

須召開股東大會的情況

根據《開曼公司法》以及《組織章程大綱及細則》的條款，本公司可不時通過股東普通決議案(i)增加其股本；(ii)將其資本合併及分拆為面值較大的股份；(iii)將其股份拆細為面值較小的股份；(iv)註銷任何未被任何人士認購或協定予以認購的股份；(v)就配發及發行不附帶任何投票權的股份作出撥備；(vi)更改其股本的計值貨幣；(vii)削減其股份溢價賬；及(viii)執行任何毋須以特別決議案作出的行動。此外，本公司可遵照《開曼公司法》的規定以股東通過特別決議案的方式削減其股本。有關進一步詳情，請參閱附錄三「本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要－2.《組織章程細則》－2.1股份－(c)變更股本」。

發行股份的一般授權

待全球發售成為無條件後，董事會獲授一般無條件授權，以配發、發行及買賣股份，惟有關股份總面值不得超過以下兩者之總和：

- 緊隨全球發售完成後已發行股份總面值的20%；及
- 我們根據本節「一 購回股份的一般授權」一段所述權力購回股份的總面值。

該項發行股份的一般授權將於下列時間屆滿（以最早者為準）：

- 本公司下屆股東週年大會結束時，除非股東於股東大會上另行通過普通決議案無條件或有條件續期；或
- 《大綱》及《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會期限屆滿時；或
- 股東於股東大會通過普通決議案修改或撤銷該項授權之日。

有關詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－4.本公司日期為2024年4月21日及2024年10月8日的股東決議案」。

購回股份的一般授權

待全球發售成為無條件後，董事會獲授一般無條件授權，以行使本公司的一切權力購回我們本身的證券，惟有關證券面值不超過緊隨全球發售完成後本公司已發行股份面值總額的10%。

該項購回授權僅與在香港聯交所或我們的股份上市（並已就此獲證監會及香港聯交所認可）的任何其他證券交易所進行的購回有關，且須按上市規則進行。相關上市規則概要載於本招股章程附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5.購回本公司自身證券」一節。該項購回股份的一般授權將於下列時間屆滿（以最早者為準）：

- 本公司下屆股東週年大會結束時，除非股東於股東大會上另行通過普通決議案無條件或有條件續期；或
- 《大綱》及《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會期限屆滿時；或
- 股東於股東大會通過普通決議案修改或撤銷該項授權之日。

有關詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5.購回本公司自身證券」。

以下討論及分析應與載於「附錄一—會計師報告」的合併財務報表連同隨附附註一併閱讀。我們的合併財務報表乃根據香港財務報告準則編製。

以下討論及分析包含涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往趨勢、當前狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果可能與前瞻性陳述中的預測存在重大差異。可能導致未來業績與前瞻性陳述所預測者有重大差異的因素包括但不限於本招股章程「風險因素」及「前瞻性陳述」及其他章節所討論者。

概覽

我們是中國包裝飲用水行業的開創者、中國即飲軟飲行業的領先公司。根據灼識諮詢報告，我們是中國最早專業化生產包裝飲用水的企業之一。經過四十年的發展，我們已成長為中國第二大包裝飲用水企業以及中國最大的飲用純淨水企業（按2023年零售額計的市場份額分別為18.4%及32.7%）。根據灼識諮詢報告，我們的「怡寶」品牌飲用純淨水產品於2023年的零售額達到了人民幣395億元，是中國飲用純淨水市場的第一品牌，市場份額為32.7%。我們以包裝飲用水為核心、佈局更多飲料品類，不斷夯實「一超多強」的多品類戰略發展格局，大力開展研發與創新以把握廣闊市場機遇。根據灼識諮詢報告，於2023年，按零售額計，我們在中國即飲軟飲企業中排名第五，市場份額為4.7%，展示了我們在包裝飲用水以及飲料產品方面的領先地位。

以我們的「怡寶」品牌為中樞，以飲用純淨水產品的成功為根基，我們通過豐富水種、拓展產品規格，不斷豐富我們的包裝飲用水產品矩陣、覆蓋包括外出、居家、商務、餐飲、運動等多種消費場景。同時，我們戰略性地將我們的業務擴展至中國即飲軟飲行業的若干核心品類，這些品類已得到市場的認可，並展現出巨大的增長潛力。根據灼識諮詢報告，在中國前十大即飲軟飲企業（以2023年零售額計）中，我們的飲料產品零售額增速（以2021年至2023年的複合年增長率計）為最高。我們已成功打造若干知名品牌下的熱門產品，使我們在中國即飲軟飲行業的若干核心品類中處於領先地位。根據灼識諮詢報告，以2023年零售額計，我們在茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料等多個核心即飲軟飲品類的市場份額均居於中國市場前十位；特別地，我們在中國菊花茶飲料市場排名第一，以及在風味水市場排名第二，市場份額分別為38.5%及12.9%。

於往績記錄期間，我們實現了收入的穩定增長和盈利水準的持續提高。我們的收入由2021年的人民幣11,339.9百萬元增至2023年的人民幣13,514.7百萬元，複合年增長率為9.2%。我們的收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣3,939.6百萬元增至2024年同期的人民幣4,149.8百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的淨利潤分別為人民幣858.1百萬元、人民幣988.7百萬元、人民幣1,331.4百萬元、人民幣355.8百萬元及人民幣460.7百萬元，而淨利潤率分別為7.6%、7.8%、9.9%、9.0%及11.1%。

呈報基準

我們的合併財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則（「**香港財務報告準則**」）編製。我們的合併財務資料乃根據歷史成本慣例編製，並經重估以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及金融負債（按公允價值列賬）而作出修訂。

編製符合香港財務報告準則的合併財務資料需要使用若干關鍵會計估計。其亦要求我們的管理層在應用我們的會計政策過程中作出判斷。涉及高度判斷或複雜性的範疇，或對我們的合併財務資料屬重大的假設及估計範疇於本招股章程附錄一會計師報告附註5披露。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績已經並預期將繼續受到多項因素的重大影響，其中許多因素超出我們的控制範圍，包括以下各項：

一般因素

我們的業務及經營業績受到影響即飲軟飲行業的一般因素的影響，包括：

- 中國宏觀經濟的發展；
- 人均可支配收入和軟飲產品支出的變化；
- 中國不斷變化的消費者消費模式及習慣；
- 中國即飲軟飲行業的增長及競爭環境；
- 影響即飲軟飲行業的相關法律及法規、政府政策及舉措；及
- 天氣、自然災害及氣候變化。

特定因素

市場需求

我們的經營業績在很大程度上取決於市場對我們產品的需求，包括包裝飲用水及飲料產品。根據灼識諮詢報告，在都市化進程加快、可支配收入提高、持續的產品創新和市場細分化以及銷售渠道多樣化的推動下，中國即飲軟飲市場預計將持續增長。根據相同資料來源，於2023年，按零售額計，中國即飲軟飲市場規模達人民幣9,092億元，預計到2028年將增長至人民幣12,032億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.8%。按零售額計，包裝飲用水是所有即飲軟飲中最大的品類，2023年的市場規模為人民幣2,150億元，預計到2028年將達到人民幣3,143億元，2023年至2028年按7.9%的複合年增長率增長，是所有即飲軟飲品類中增長最快的品類。於2023年，按零售額計，包裝飲用水市場佔中國即飲軟飲市場的23.6%，並估計到2028年仍將保持其領導地位。請參閱「行業概覽」。

作為中國包裝飲用水行業的開創者及中國即飲軟飲行業的領先公司，我們處於有利地位，可憑藉強勁的品牌知名度、全面的產品組合和遍佈全國的龐大銷售網絡，鞏固我們的市場領導地位並把握新興商機。

我們的銷售網絡及地域覆蓋範圍

我們建立了由經銷及直營組成的廣泛的銷售網絡，以覆蓋廣泛的消費者、提高我們的品牌知名度並鞏固我們的競爭優勢。維持有效的經銷網絡使我們的包裝飲用水及飲料產品順利交付予消費者，且我們的經銷商在擴大我們的地理覆蓋範圍及推動我們產品的銷售方面發揮著重要作用。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們自經銷產生的收入為人民幣10,047.3百萬元、人民幣11,195.2百萬元、人民幣11,923.4百萬元、人民幣3,547.2百萬元及人民幣3,672.7百萬元，分別佔同期我們總收入的88.6%、88.7%、88.2%、90.0%及88.5%。於往績記錄期間，我們與遍佈全國的超過1,000家經銷商成功合作，累計覆蓋全國超過兩百萬個零售網點。同時，於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們自直營產生的收入分別為人民幣1,292.6百萬元、人民幣1,427.6百萬元、人民幣1,591.3百萬元、人民幣392.4百萬元及人民幣477.1百萬元，分別佔同期我們總收入的11.4%、11.3%、11.8%、10.0%及11.5%。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

我們預計會繼續深化已建立領先優勢的市場的銷售網絡覆蓋，例如南部地區。於往績記錄期間，南部地區為我們貢獻的收入最多。同時，隨著我們持續深耕全國其他地區的市場增長空間，我們錄得東部地區及西南地區收入的大幅增長。

- 我們產生自東部地區的收入由2021年的人民幣2,809.6百萬元增加29.4%至2022年的人民幣3,636.0百萬元，並進一步增加10.2%至2023年的人民幣4,006.1百萬元，並於截至2023年及2024年4月30日止四個月保持相對穩定，分別為人民幣1,228.5百萬元及人民幣1,203.7百萬元。我們產生自東部地區的收入佔總收入的百分比由2021年的24.8%增加至2022年的28.8%，並進一步增加至2023年的29.6%，並由截至2023年4月30日止四個月的31.2%減少至2024年同期的29.0%。
- 我們產生自西南地區的收入由2021年的人民幣1,463.7百萬元增加17.5%至2022年的人民幣1,719.1百萬元，並進一步增加10.4%至2023年的人民幣1,897.7百萬元，並於截至2023年及2024年4月30日止四個月保持相對穩定，分別為人民幣604.9百萬元及人民幣620.9百萬元。我們產生自西南地區的收入佔總收入的百分比由2021年的12.9%增加至2022年的13.6%，並進一步增加至2023年的14.0%，並於截至2023年及2024年4月30日止四個月保持相對穩定，分別為15.4%及15.0%。

產品組合

我們的成功在很大程度上取決於優化我們的產品組合以滿足不斷變化的消費者口味、偏好及消費習慣的能力。我們擁有兩個品類的多元化產品組合：包裝飲用水產品及飲料產品。我們產品組合的廣度及深度使我們能夠為消費者提供多種飲用選擇，以滿足他們的各種偏好。我們的小規格瓶裝水產品一直是「怡寶」品牌的旗艦產品。自2001年推出以來，「小綠瓶」的經典形象幫助我們迅速獲得市場認可，並在包裝飲用水市場上獲得可觀的市場份額，為我們樹立品牌地位及聲譽作出重大貢獻。於往績記錄期間，我們前瞻性地推出中大規格瓶裝水產品，以迎合家庭、餐飲及外出等多種消費場景。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們自中大規格瓶裝水產品銷售產生的收入分別為人民幣3,469.2百萬元、人民幣3,962.3百萬元、人民幣4,242.9百萬元、人民幣1,177.1百萬元及人民幣1,258.8百萬元，分別佔同期我們包裝飲用水產品收入的約32.1%、33.3%、34.1%、32.5%及33.8%。此外，我們在包括「至本清潤」、「假日系列」、「佐味茶事」及「FEEL」氣泡蘇打水系列下推出了多種新軟飲產品。截至最後實際可行日期，我們的產品組合合計包括13個品牌及59個

財務資料

SKU。倘我們不能有效地預測及應對不斷變化的趨勢以及消費者偏好，我們的銷售和增長可能會受到不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能無法有效地應對不斷變化的消費者品味、偏好和消費習慣，無論是通過提升我們現有的產品、著手開發進程、推出和推廣任何新產品，或應對經銷渠道的變化，這可能會影響我們的業務和財務業績」。

銷售成本

我們維持及提高利潤率的能力主要取決於我們管理銷售成本水平的能力。於往績記錄期間，我們的銷售成本主要包括：(i)原材料及包裝材料成本；(ii)合作生產夥伴服務費；及(iii)生產費用。

我們用於生產產品的主要原材料及包裝材料種類為PET（用於製造瓶子）。我們的其他原材料及包裝材料主要包括紙箱、瓶蓋、標籤、奶粉及糖。我們的銷售成本受到原材料及包裝材料價格波動的影響，而原材料及包裝材料價格通常受市況影響。特別是，PET價格受原油價格的影響較大，其價格波動會嚴重影響我們的盈利能力。以下敏感度分析說明PET成本的假設性波動對我們於所示期間淨利潤的影響（假設所有影響我們盈利能力的其他因素保持不變）：

	<u>-10%</u>	<u>-5%</u>	<u>+5%</u>	<u>+10%</u>
	(人民幣千元)			
淨利潤變動				
截至2021年12月31日止年度	120,978	60,489	(60,489)	(120,978)
截至2022年12月31日止年度	161,078	80,539	(80,539)	(161,078)
截至2023年12月31日止年度	159,251	79,625	(79,625)	(159,251)
截至2024年4月30日止四個月	48,174	24,087	(24,087)	(48,174)

我們並無就原材料及包裝材料價格進行任何對沖活動。然而，我們針對不同的材料採用量身定製的採購策略，並不斷調整我們的方法，以確保供應的穩定性和及時性。此外，我們利用AI技術升級了我們的專有大宗物料管理系統，形成了從材料採購的需求預測、招標發佈、原材料配送及庫存管理到對賬的全週期、閉環的原材料管理。請參閱「業務－供應鏈管理－原材料及包裝材料」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－有關原材料及包裝材料供應的價格波動、質量下降或其他風險可能對我們的業務和盈利能力產生重大不利影響」。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的原材料及包裝材料成本分別為人民幣

3,722.8百萬元、人民幣4,576.8百萬元、人民幣4,507.6百萬元、人民幣1,351.0百萬元及人民幣1,355.0百萬元，分別佔同期我們總銷售成本的58.5%、62.2%、60.3%、60.5%及61.7%。

我們在控制相關合作生產夥伴服務成本的同時有效協調合作生產夥伴與我們業務擴展需求的能力可能影響我們的盈利能力及經營業績。請參閱「業務－我們的生產－生產工廠－我們的合作生產夥伴」。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的合作生產夥伴服務費分別為人民幣1,991.9百萬元、人民幣2,039.7百萬元、人民幣2,066.5百萬元、人民幣606.8百萬元及人民幣495.5百萬元，分別佔同期我們總銷售成本的31.3%、27.7%、27.6%、27.2%及22.6%。

品牌推廣及市場營銷

有效的品牌推廣及市場營銷活動可提高消費者對我們品牌及產品的認知度，這可能會推動收入增長並提高客戶忠誠度。我們已將「你我的怡寶」作為我們的品牌標語，將「安全、健康、美好的生活」作為我們的品牌精神，以及將「健康、安全、專業」作為我們的品牌形象。倘我們未能維持較高的品牌知名度，我們的業務營運及財務業績可能會受到負面影響。

我們採用多方面的營銷策略，旨在以有意義及具影響力的方式（如體育營銷、綜藝營銷及在途營銷計劃）與觀眾建立聯繫並推廣我們的品牌。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們分別產生了人民幣1,046.6百萬元、人民幣963.3百萬元、人民幣1,074.2百萬元、人民幣280.2百萬元及人民幣316.9百萬元的營銷及推廣費用，分別佔同期我們總收入的9.2%、7.6%、7.9%、7.1%及7.6%。受益於我們致力於有效開展市場營銷及品牌推廣活動，於2021年至2022年我們的營銷及推廣費用佔總收入的百分比有所下降，且2023年較2022年保持相對穩定。截至2024年4月30日止四個月，我們的營銷及推廣費用佔總收入的百分比較2023年同期有小幅增加，主要由於為了應對不斷變化的市場狀況，我們的營銷推廣活動有所增加。

物流服務開支

有效控制物流服務開支對我們的經營業績而言至關重要。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們分別產生了人民幣911.1百萬元、人民幣1,123.4百萬元、人民幣1,046.3百萬元、人民幣295.2百萬元及人民幣370.9百萬元的物流服務開支，分別佔同期我們總收入的8.0%、8.9%、7.7%、7.5%及8.9%。於2022年我們的物流服務開支較2021年有所增加，主要與2022年生產活動受限

(主要是COVID-19疫情所致)導致的庫存轉移有關。於2023年我們的物流服務開支較2022年有所減少，主要是由於：(i)如上所述2022年的物流服務費較高；及(ii)我們的生產擴張推動物流效率提高。我們截至2024年4月30日止四個月的物流服務開支較2023年同期有所增加，主要是由於調整我們的合作生產夥伴網絡以優化整體成本效益導致運輸距離增加。

我們已戰略性地採用各種方式來控制物流服務產生的開支，主要包括：(i)在我們的主要銷售區域建立具有高效物流的廣泛工廠佈局；(ii)採用不同的運輸方式，包括鐵路、公路及水路運輸，以增加服務靈活性；(iii)優化相關物流服務提供商的選擇；及(iv)與若干經銷商訂立自提安排。

天氣及季節性

包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響。我們通常於每年第二及第三季度主要因天氣轉暖而迎來銷售旺季。同時，我們通常於第一及第四季度迎來淡季且該季度的收入及產能利用率一般較低，這會對我們同期的盈利能力帶來負面影響。於一個財政年度期間，銷量亦可能因其他原因而波動，包括新產品推出以及營銷及推廣活動的時機。因此，我們的經營業績受季節性波動的影響。

關鍵會計政策、判斷及估計

我們已識別若干會計政策及估計，而我們認為該等政策及估計對根據香港財務報告準則編製財務報表而言屬重要。該等重大會計政策資料載於本招股章程附錄一會計師報告附註4，對了解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

我們的部分會計政策涉及本招股章程附錄一會計師報告附註5所述的主觀假設、估計及判斷。編製財務報表時，管理層須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響收入、開支、資產及負債的呈報數字及其相關披露。該等假設及估計的不確定性可能導致日後需要對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。

我們的管理層已於下文識別彼等認為對編製財務報表至關重要的會計政策、估計及判斷。

來自客戶合同的收入

本集團於履行履約責任時（即特定履約責任相關的商品或服務的「控制權」轉移至客戶時）確認收入。

倘符合下列其中一項準則，則控制權隨時間轉移，而收入會在該段時間內根據完全履行相關履約責任的進度確認：

- 客戶在本集團履約時同時獲得及使用本集團履約所提供的利益；
- 本集團的履約創造或增強客戶在本集團履約時控制的資產；或
- 本集團的履約並無創造一項對本集團有替代用途的資產，且本集團擁有就迄今已完成的履約獲得付款的可強制執行權。

否則，收入於客戶獲得明確商品或服務的控制權時確認。

合同負債指本集團向客戶轉讓商品或服務的責任，而本集團已就此向客戶收取對價（或對價金額已到期）。

可變對價

對於包含可變對價基於數量的銷售折扣的合同，本集團對有權取得的對價金額採用最可能金額法進行評估，此方法可更好地預測本集團將有權收取的對價金額。

可變對價的估計金額計入交易價格中，僅限於隨後當可變對價之相關不確定性變為可確定時，有關計入極可能不會導致日後作出重大收入撥回的情況下。

於各報告期末，本集團更新估計交易價格（包括更新其對可變對價估計是否受限的評估），以忠實反映報告期末的情況和報告期內的情況變動。

附有退貨權的銷售

就附有退貨權可交換不同產品的產品銷售而言，本集團確認以下各項：

- 按本集團預期有權收取的對價金額確認已轉讓產品的收入（因此，將不會就預期退貨的產品確認收入）；
- 退款負債；及
- 就自客戶收回產品的權利確認資產（並對銷售成本作相應調整），並列作退回商品權利的資產。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為用作生產或供應商品或服務或作行政用途而持有的有形資產（不包括下文所述的在建工程）。物業、廠房及設備乃按其成本減去其後累計折舊及其後累計減值虧損（如有）於合併財務狀況表列賬。

用於生產、供應或行政用途的在建樓宇及機器按成本減任何已確認減值虧損列賬。成本包括為使資產達到可按管理層擬定方式營運所必需的位置及狀態而直接產生的任何成本，以及就合資格資產而言，根據本集團的會計政策予以資本化的借貸成本。該等資產按與其他物業資產相同的基準於資產可供用作擬定用途時開始計提折舊。

物業、廠房及設備（不包括在建工程）的折舊乃以直線法確認，以撇銷其估計可使用年期內的成本減剩餘價值。估計可使用年期及折舊方法均於各報告期末作出檢討，任何估計變更的影響按預先計提的基準列賬。

當一項物業、廠房及設備出售後或預期繼續使用該資產不再產生未來經濟利益時，該項物業、廠房及設備不再被確認。因出售或報廢一項物業、廠房及設備而產生的任何收益或虧損，乃按出售所得款項與資產的賬面值之差額計算，並於損益賬中確認。

當本集團就物業擁有權權益（包括租賃土地及樓宇部分）付款時，全部對價按初始確認時相關公允價值比例於租賃土地及樓宇部分之間分配。倘相關付款能可靠分

配，租賃土地權益於合併財務狀況表中呈列為「使用權資產」。倘對價無法於非租賃樓宇部分及相關租賃土地的不可分割權益之間可靠分配，則全部物業分類為物業、廠房及設備。

存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中的較低者列賬。存貨成本包括直接材料及(如適用)直接人工成本及將存貨送達至目前位置及保持其狀況所產生的間接費用。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完成成本及進行銷售所需的成本。

稅收

所得稅開支指即期及遞延所得稅開支之總和。

即期應付稅項乃按年內應納稅利潤計算。應納稅利潤與稅前利潤不同，乃由於其不包括其他年度應納稅或可抵扣的收入或開支項目，亦不包括可作免稅或不可抵扣的項目。本集團的即期稅項負債乃使用於各報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項就歷史財務資料內資產及負債的賬面值與計算應納稅利潤所採用相應稅基之暫時差異予以確認。遞延稅項負債一般就所有應納稅暫時差異確認，而遞延稅項資產則一般於可能有應納稅利潤可用以抵銷可抵免暫時差異時就全部可抵免暫時差異予以確認。如暫時差異產生自商譽或一項不影響應納稅利潤或會計利潤之交易內的其他資產及負債的初始確認(業務合併除外)，且當交易發生時並無產生同等的應納稅暫時差異和可抵扣暫時差異，相關遞延稅項資產及負債不予確認。此外，倘暫時差異產生自商譽的初始確認，則不會確認遞延稅項負債。

遞延稅項負債就與於子公司的投資相關的應納稅暫時差異予以確認，除非本集團可控制暫時差異的回撥，而此暫時差異在可預見的將來很可能不會回撥。與該等投資及權益相關的可抵扣暫時差異所產生的遞延稅項資產，僅於有很大機會有足夠應納稅利潤用於抵銷暫時差異利益且暫時差異在可預見未來將回撥時，方予以確認。

財務資料

遞延稅項資產的賬面值乃於各報告期末進行檢討，並於沒可能會有足夠應納稅利潤恢復全部或部分資產時作出調減。

遞延稅項資產及負債基於報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅務法律），按預期於有關負債清償或有關資產變現期間適用的稅率計量。

遞延稅項負債和資產的計量反映本集團預期於各報告期末收回資產或清償負債賬面值的方式所導致的納稅後果。

就計量本集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易的遞延稅項而言，本集團首先釐定稅項扣減是否歸屬於使用權資產或租賃負債。

就稅項扣減歸屬於租賃負債之租賃交易而言，本集團分別就租賃負債及相關資產應用香港會計準則第12號的規定。本集團當可能有應納稅利潤可用以抵銷可抵免暫時差異時確認與租賃負債有關的遞延稅項資產，並就所有應納稅暫時差異確認遞延稅項負債。

在有法定可強制執行權利將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷時及當其與同一稅務機關向同一應課稅實體所徵收的所得稅有關時，遞延稅項資產及負債可互相抵銷。

即期及遞延稅項乃於損益中確認，除非該稅項與於其他綜合收益或直接於權益中確認之項目有關，在此情況下，即期及遞延稅項亦分別於其他綜合收益或直接於權益中確認。倘因對業務合併進行初始會計處理而產生即期或遞延稅項，稅務影響乃計入業務合併之會計處理內。

於評估所得稅處理的任何不確定性時，本集團考慮相關稅務機關是否有可能接受個別集團實體於其所得稅申報中使用或擬使用的不確定稅務處理方式。倘有可能，即期及遞延稅項之釐定與所得稅申報中的稅務處理方式一致。倘相關稅務機關不太可能接受不確定稅務處理，則採用最可能金額或預期價值反映各項不確定因素的影響。

財務資料

合併損益表的主要組成部分

下表概述我們於所示期間的經營業績：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
收入	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831
銷售成本	(6,368,515)	(7,363,672)	(7,479,514)	(2,231,815)	(2,194,689)
毛利	4,971,366	5,259,104	6,035,214	1,707,782	1,955,142
其他收入	295,956	340,172	367,246	83,939	76,291
其他收益及虧損	(10,577)	(3,187)	(14,622)	(1,468)	1,060
預期信貸虧損模式下的					
減值虧損 (扣除撥回)	9,480	(27,222)	(3,817)	(4,421)	(745)
經銷及銷售費用	(3,756,727)	(3,877,617)	(4,086,510)	(1,152,763)	(1,274,481)
行政開支	(253,238)	(265,029)	(300,562)	(109,413)	(97,784)
研發成本	(48,979)	(49,179)	(61,510)	(9,954)	(13,065)
財務成本	(1,782)	(1,617)	(42,516)	(15,150)	(731)
上市開支	-	-	(14,490)	-	(14,066)
稅前利潤	1,205,499	1,375,425	1,878,433	498,552	631,621
所得稅開支	(347,358)	(386,704)	(547,063)	(142,766)	(170,955)
年／期內利潤	858,141	988,721	1,331,370	355,786	460,666
歸屬於：					
本公司擁有人	858,141	989,808	1,329,341	356,654	446,679
非控股權益	-	(1,087)	2,029	(868)	13,987

收入

於往績記錄期間，我們從兩類商品產生收入，即包裝飲用水產品及飲料產品。

於往績記錄期間，我們的收入錄得穩定增長。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的收入分別為人民幣11,339.9百萬元、人民幣12,622.8百萬元、人民幣13,514.7百萬元、人民幣3,939.6百萬元及人民幣4,149.8百萬元。

我們於往績記錄期間的收入增長主要歸因於：(i) 客戶對我們產品的需求不斷增加，此乃由於(a)我們的品牌知名度提升及(b)憑藉我們對市場的深入了解及對研發的投入，我們不斷努力優化及更新我們的產品組合；(ii)我們在「精耕細作，決勝終端」的策

財務資料

略下，加強銷售網絡運營，深化我們的經銷網絡滲透，並加強對包括線下直營及電商平台等直營網絡的培育；及(iii)我們繼續深化已建立領先優勢的市場中的銷售網絡覆蓋，並持續深耕在全國其他地區的市場增長空間，華東、西南及其他地區貢獻的收入有所增長。請參閱「一按地理位置劃分的收入」。

按產品品類劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入來自銷售：(i)包裝飲用水產品，包括小規格瓶裝水產品、中大規格瓶裝水產品及桶裝水產品；及(ii)飲料產品。請參閱「業務－我們的品牌及產品」。

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
包裝飲用水產品	10,817,805	95.4	11,905,738	94.3	12,446,560	92.1	3,624,024	92.0	3,720,746	89.7
小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾	6,922,561	61.0	7,484,417	59.3	7,715,685	57.1	2,298,777	58.3	2,317,541	55.9
中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾	3,469,225	30.6	3,962,285	31.4	4,242,914	31.4	1,177,076	29.9	1,258,838	30.3
桶裝水產品 ⁽³⁾	426,019	3.8	459,036	3.6	487,961	3.6	148,171	3.8	144,367	3.5
飲料產品	522,076	4.6	717,038	5.7	1,068,168	7.9	315,573	8.0	429,085	10.3
合計	<u>11,339,881</u>	<u>100.0</u>	<u>12,622,776</u>	<u>100.0</u>	<u>13,514,728</u>	<u>100.0</u>	<u>3,939,597</u>	<u>100.0</u>	<u>4,149,831</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝水產品。

財務資料

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自包裝飲用水產品的銷售，且我們的收入增長主要受包裝飲用水產品的驅動。同時，於往績記錄期間，我們銷售飲料產品產生的收入的絕對金額及佔總收入的百分比均有所增長。

於2021年、2022年及2023年，我們的包裝飲用水產品產生的收入分別為人民幣10,817.8百萬元、人民幣11,905.7百萬元及人民幣12,446.6百萬元，2021年至2023年的複合年增長率達7.3%。我們的包裝飲用水產品產生的收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣3,624.0百萬元增加2.7%至2024年同期的人民幣3,720.7百萬元。

我們的飲料產品產生的收入由2021年的人民幣522.1百萬元增加37.3%至2022年的人民幣717.0百萬元，並進一步增加49.0%至2023年的人民幣1,068.2百萬元。我們的飲料產品產生的收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣315.6百萬元增加36.0%至2024年同期的人民幣429.1百萬元。

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的銷量明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	銷量	%	銷量	%	銷量	%	銷量	%	銷量	%
	(以千公噸為單位，百分比除外)									
包裝飲用水產品	11,786	98.8	12,727	98.5	13,491	98.0	3,849	97.9	4,163	97.2
小規格瓶裝水產品	5,604	47.0	5,889	45.6	6,189	45.0	1,812	46.1	1,935	45.2
中大規格瓶裝水產品	4,284	35.9	4,846	37.5	5,274	38.3	1,439	36.6	1,616	37.7
桶裝水產品	1,898	15.9	1,992	15.4	2,028	14.7	598	15.2	612	14.3
飲料產品	139	1.2	188	1.5	275	2.0	81	2.1	119	2.8
合計	<u>11,925</u>	<u>100.0</u>	<u>12,915</u>	<u>100.0</u>	<u>13,766</u>	<u>100.0</u>	<u>3,930</u>	<u>100.0</u>	<u>4,282</u>	<u>100.0</u>

財務資料

於整個往績記錄期間，我們包裝飲用水及飲料產品所有產品品類的銷量均有所增加。

- 我們的包裝飲用水產品銷量由2021年的11.8百萬公噸增加8.0%至2022年的12.7百萬公噸，並進一步增加6.0%至2023年的13.5百萬公噸，並由截至2023年4月30日止四個月的3.8百萬公噸增加8.2%至2024年同期的4.2百萬公噸，主要是由於我們的中大規格瓶裝水產品的銷量增加。
- 我們的飲料產品銷量由2021年的0.1百萬公噸增加35.3%至2022年的0.2百萬公噸，並進一步增加46.3%至2023年的0.3百萬公噸，主要受「至本清潤」、「假日系列」和「蜜水系列」的銷量增長所驅動。我們的飲料產品銷量由截至2023年4月30日止四個月的約81,000公噸增加46.9%至2024年同期的約119,000公噸，主要受我們於2023年4月30日之後推出的新飲料SKU的銷量增長所驅動。

於2021年、2022年及2023年，我們包裝飲用水產品的平均售價保持相對穩定。截至2024年4月30日止四個月，我們包裝飲用水產品的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於我們的包裝飲用水產品組合發生變化，以及我們在市場競爭激烈的情況下提高了向客戶（主要是經銷商）提供的折扣。我們通常會在考慮市場競爭、預算和財務業績等各種因素後，定期制訂折扣定價計劃。

於2021年至2023年，我們飲料產品的平均售價逐年上漲，主要反映了我們的議價能力因我們品牌知名度的提高和我們業務規模的擴大而有所增強。截至2024年4月30日止四個月，我們飲料產品的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於我們的飲料產品組合發生變化。

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的平均售價明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣元/公噸) ⁽¹⁾				
包裝飲用水產品	918	935	923	942	894
小規格瓶裝水產品	1,235	1,271	1,247	1,269	1,198

財務資料

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣元/公噸) ⁽¹⁾				
中大規格瓶裝水產品	810	818	804	818	779
桶裝水產品	225	230	241	248	236
飲料產品	3,761	3,812	3,885	3,896	3,606

附註：

- (1) 根據灼識諮詢報告，呈列按重量計的平均售價符合行業慣例，亦是中國即飲軟飲行業中一個常見的披露指標，而非使用其他指標（如按單容器計的平均售價）呈列。根據同一資料來源及基於公開資料，(a)中國即飲軟飲市場及(b)中國包裝飲用水市場的其他前五大公司（按2023年零售額計）均未披露按單容器計的平均售價。鑒於小規格瓶裝水、中大規格瓶裝水、桶裝水及飲料產品品類的容量規格、產品類型、品牌及市場定位各不相同，按單容器計的平均售價未必具代表性。相反，向終端客戶提供的建議零售價可為我們主要產品的不同容量提供價格參考。請參閱「業務－我們的品牌及產品」。

按地理位置劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自南部地區及東部地區。下表載列我們於所示期間按地理位置劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審計)									
地理位置 ⁽¹⁾										
南部地區	4,368,373	38.5	4,333,433	34.3	4,391,811	32.5	1,150,782	29.2	1,246,935	30.0
東部地區	2,809,599	24.8	3,635,992	28.8	4,006,147	29.6	1,228,515	31.2	1,203,660	29.0
西南地區	1,463,676	12.9	1,719,123	13.6	1,897,664	14.0	604,889	15.4	620,934	15.0
中部地區	1,655,698	14.6	1,854,867	14.7	1,864,426	13.8	535,200	13.6	527,993	12.7
其他地區	1,042,535	9.2	1,079,361	8.6	1,354,680	10.0	420,211	10.7	550,309	13.3
合計	11,339,881	100.0	12,622,776	100.0	13,514,728	100.0	3,939,597	100.0	4,149,831	100.0

附註：

- (1) 南部地區、東部地區、西南地區及中部地區均位於中國大陸，而其他地區則包括遼寧、北京及中國大陸其他地區以及香港及澳門。

財務資料

於往績記錄期間，我們的收入來自於中國大陸、香港及澳門的銷售網絡，而我們自南部地區產生的收入最高。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，南部地區產生的收入分別為人民幣4,368.4百萬元、人民幣4,333.4百萬元、人民幣4,391.8百萬元、人民幣1,150.8百萬元及人民幣1,246.9百萬元。於2021年、2022年及2023年，憑藉我們持續深耕在全國其他地區的市場增長空間的戰略舉措以及我們在南部地區廣泛的運營經驗，我們在東部地區、西南地區及其他地區亦錄得高收入增長。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，東部地區產生的收入分別佔我們總收入的24.8%、28.8%、29.6%及29.0%，而西南地區產生的收入則分別佔我們總收入的12.9%、13.6%、14.0%及15.0%。此外，與2023年同期相比，我們於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月的其他地區的收入均有所增長，主要是由於我們不斷努力通過包裝飲用水及飲料產品滲透該等市場。

銷售成本

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審計)									
原材料及包裝材料	3,722,800	32.8	4,576,844	36.3	4,507,621	33.4	1,350,994	34.3	1,355,040	32.7
合作生產夥伴服務	1,991,925	17.6	2,039,737	16.2	2,066,519	15.3	606,781	15.4	495,539	11.9
生產費用	559,179	4.9	632,691	5.0	825,574	6.1	263,161	6.7	316,522	7.6
其他	94,611	0.8	114,400	0.9	79,800	0.6	10,879	0.3	27,588	0.7
合計	<u>6,368,515</u>	<u>56.2</u>	<u>7,363,672</u>	<u>58.3</u>	<u>7,479,514</u>	<u>55.3</u>	<u>2,231,815</u>	<u>56.7</u>	<u>2,194,689</u>	<u>52.9</u>

我們的銷售成本主要包括：(i) 原材料及包裝材料成本；(ii) 合作生產夥伴服務費；及(iii) 生產費用。

我們的銷售成本由2021年的人民幣6,368.5百萬元增加至2022年的人民幣7,363.7百萬元，主要是由於：(i) 我們的銷量增加；及(ii) PET市價上漲，導致我們的原材料及包裝材料成本增加。

財務資料

我們的銷售成本於2022年及2023年保持相對穩定，分別為人民幣7,363.7百萬元及人民幣7,479.5百萬元，反映了以下因素的綜合影響：(i)我們的銷量增加；(ii)我們的生產費用主要因已投產自有工廠的產量提升而增加；及(iii)我們原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料(如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略。

我們的銷售成本由截至2023年4月30日止四個月的人民幣2,231.8百萬元減少至2024年同期的人民幣2,194.7百萬元，主要是由於：(i)合作生產夥伴服務費減少，主要反映了我們在價值鏈上的延伸及對合作生產夥伴費率的調整；(ii)我們的原材料及包裝材料成本佔收入的百分比下降，主要是由於原材料(如PET及紙箱)的市價下降及包裝優化所致；及(iii)我們自有工廠生產的產品比例增加。

毛利及毛利率

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的毛利分別為人民幣4,971.4百萬元、人民幣5,259.1百萬元、人民幣6,035.2百萬元、人民幣1,707.8百萬元及人民幣1,955.1百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的毛利率分別為43.8%、41.7%、44.7%、43.3%及47.1%。有關於往績記錄期間我們毛利及毛利率的變動詳情，請參閱「一 經營業績」。

下表載列我們於所示期間按產品品類劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
包裝飲用水產品	4,821,639	44.6	5,052,642	42.4	5,675,174	45.6	1,606,826	44.3	1,821,992	49.0
飲料產品	149,727	28.7	206,462	28.8	360,040	33.7	100,956	32.0	133,150	31.0
合計	<u>4,971,366</u>	<u>43.8</u>	<u>5,259,104</u>	<u>41.7</u>	<u>6,035,214</u>	<u>44.7</u>	<u>1,707,782</u>	<u>43.3</u>	<u>1,955,142</u>	<u>47.1</u>

財務資料

其他收入

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的其他收入分別為人民幣296.0百萬元、人民幣340.2百萬元、人民幣367.2百萬元、人民幣83.9百萬元及人民幣76.3百萬元。我們的其他收入主要包括利息收入、政府補助、以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產投資收入以及回收包裝材料銷售。下表載列我們於所示期間的其他收入明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
利息收入.....	179,045	148,702	193,579	37,792	51,999
以公允價值計量且其 變動計入當期損益的 金融資產投資收入.....	11,060	69,559	63,551	29,077	230
政府補助.....	82,938	87,812	61,264	8,729	16,936
回收包裝材料銷售.....	6,618	9,669	30,556	3,693	6,521
其他 ⁽¹⁾	16,295	24,430	18,296	4,648	605
合計.....	295,956	340,172	367,246	83,939	76,291

附註：

(1) 其他主要包括違約金收入及其他營業外收入。

於往績記錄期間，我們的政府補助主要包括與我們對當地經濟的貢獻及我們的生產設施有關的退稅、補貼、獎勵及財務資助。

我們努力提高閒置現金及銀行結餘的回報率，通過投資於高流動性及低風險的結構性存款，從而使該等投資產生的風險處於可控範圍內。於2021年、2022年及2023年，我們從以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產取得投資收入，該等金融資產主要指存放於中國知名商業銀行的保本及最低回報保證的短期結構性存款。該等結構性存款的期限不超過六個月。截至2024年4月30日止四個月，我們購買了當月到期的結構性存款。於同期，我們普遍減少了結構性存款的購買金額。

財務資料

我們嚴格遵守我們的財務管理政策，僅投資最低回報保證及保本產品。在投資前，我們會仔細審閱產品，以全面了解影響收益率的各項因素。此外，我們繼續監控發行相關產品的銀行的信用評級。我們購買投資產品均須經財務總監批准；若超出根據我們的財務管理政策允許的投資範圍，則須經董事會批准。

其他收益及虧損

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的其他收益及虧損分別為虧損人民幣10.6百萬元、虧損人民幣3.2百萬元、虧損人民幣14.6百萬元、虧損人民幣1.5百萬元及收益人民幣1.1百萬元。我們的其他收益及虧損主要包括出售物業、廠房及設備的虧損淨額、折價收購子公司的收益及匯兌收益或虧損淨額。我們就於2024年1月重新評估後收購我們的前合作生產夥伴之一武漢華新達飲品技術有限公司(現稱華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)確認截至2024年4月30日止四個月的折價收購子公司的收益人民幣5.4百萬元。有關詳情，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註32(b)。於往績記錄期間，我們的匯兌收益或虧損淨額變動主要反映應收關聯方若干外幣計值現金應收款項的匯率波動。下表載列我們於所示期間的其他收益及虧損明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
出售物業、廠房及 設備的虧損，淨額	(6,780)	(3,365)	(13,840)	(780)	(2,565)
折價收購子公司的收益	-	-	-	-	5,442
匯兌(虧損)/收益淨額	(2,201)	2,814	917	(251)	63
其他	(1,596)	(2,636)	(1,699)	(437)	(1,880) ⁽¹⁾
合計	<u>(10,577)</u>	<u>(3,187)</u>	<u>(14,622)</u>	<u>(1,468)</u>	<u>1,060</u>

附註：

- (1) 截至2024年4月30日止四個月的其他較2023年同期大幅增加，主要與我們對公共服務作出的財務捐助增加有關。

財務資料

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

於2021年、2022年及2023年，我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)分別為減值虧損撥回人民幣9.5百萬元、減值虧損人民幣27.2百萬元及減值虧損人民幣3.8百萬元。截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)分別為減值虧損人民幣4.4百萬元及人民幣0.7百萬元。預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)主要指我們就若干直營客戶的貿易應收款項作出的撥備。

經銷及銷售費用

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的經銷及銷售費用分別為人民幣3,756.7百萬元、人民幣3,877.6百萬元、人民幣4,086.5百萬元、人民幣1,152.8百萬元及人民幣1,274.5百萬元，分別佔同期我們總收入的33.1%、30.7%、30.2%、29.3%及30.7%。我們的經銷及銷售費用主要包括：(i)員工成本，主要指與我們的銷售和營銷人員有關的工資、獎金、養老金費用和其他社會保險費用等；(ii)營銷和推廣費用，主要指為我們的客戶、零售網點和終端消費者提供服務的營銷活動費用，例如廣告、體育賽事及綜藝節目合作、貨架展示和促銷材料；(iii)物流服務開支，主要為我們產品運輸服務所產生的費用；(iv)折舊及攤銷，主要與商用冷藏展示櫃有關；及(v)其他費用，如差旅費。

下表載列我們於所示期間的經銷及銷售費用明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審計)			
員工成本.....	1,553,108	13.7	1,511,936	12.0	1,563,781	11.6	479,071	12.2	499,380	12.0
營銷和推廣費用.....	1,046,643	9.2	963,273	7.6	1,074,170	7.9	280,207	7.1	316,940	7.6
物流服務開支.....	911,071	8.0	1,123,409	8.9	1,046,273	7.7	295,161	7.5	370,910	8.9
折舊及攤銷.....	122,699	1.1	163,080	1.3	248,234	1.8	65,740	1.7	53,118	1.3
其他.....	123,206	1.1	115,919	0.9	154,052	1.1	32,584	0.8	34,133	0.8
合計.....	<u>3,756,727</u>	<u>33.1</u>	<u>3,877,617</u>	<u>30.7</u>	<u>4,086,510</u>	<u>30.2</u>	<u>1,152,763</u>	<u>29.3</u>	<u>1,274,481</u>	<u>30.7</u>

財務資料

行政開支

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的行政開支分別為人民幣253.2百萬元、人民幣265.0百萬元、人民幣300.6百萬元、人民幣109.4百萬元及人民幣97.8百萬元，分別佔同期我們總收入的2.2%、2.1%、2.2%、2.8%及2.4%。我們的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)諮詢費用；(iii)主要與設備及辦公樓有關的折舊及攤銷；及(iv)其他（包括工廠開辦費等）。下表載列我們於所示期間的行政開支明細：

	截至12月31日止年度						截至4月30日止四個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比	金額	佔收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審計)									
員工成本.....	145,174	1.3	163,880	1.3	147,493	1.1	57,261	1.5	55,774	1.3
諮詢費用.....	37,111	0.3	32,202	0.3	68,355	0.5	20,829	0.5	17,841	0.4
折舊及攤銷.....	30,778	0.3	31,561	0.3	35,112	0.3	11,074	0.3	12,525	0.3
辦公及差旅費用.....	9,184	0.1	4,373	0.0	13,572	0.1	1,970	0.1	2,969	0.1
其他.....	30,991	0.3	33,013	0.3	36,030	0.3	18,279	0.5	8,675	0.2
合計.....	<u>253,238</u>	<u>2.2</u>	<u>265,029</u>	<u>2.1</u>	<u>300,562</u>	<u>2.2</u>	<u>109,413</u>	<u>2.8</u>	<u>97,784</u>	<u>2.4</u>

研發成本

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的研發成本分別為人民幣49.0百萬元、人民幣49.2百萬元、人民幣61.5百萬元、人民幣10.0百萬元及人民幣13.1百萬元，分別佔同期我們總收入的0.4%、0.4%、0.5%、0.2%及0.3%。我們的研發成本主要包括：(i)研發人員的員工成本；(ii)與諮詢服務有關的服務費；及(iii)試驗檢驗費。

財務資料

財務成本

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的財務成本分別為人民幣1.8百萬元、人民幣1.6百萬元、人民幣42.5百萬元、人民幣15.2百萬元及人民幣0.7百萬元。我們的財務成本主要包括銀行借款及非控股股東貸款利息以及租賃負債利息。下表載列我們於所示期間的財務成本明細：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
			(人民幣千元)	(未經審計)	
銀行借款及子公司非控股					
股東貸款利息.....	-	-	41,053	14,697	371
租賃負債利息.....	1,782	1,617	1,463	453	360
財務成本.....	<u>1,782</u>	<u>1,617</u>	<u>42,516</u>	<u>15,150</u>	<u>731</u>

所得稅開支

於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的所得稅開支分別為人民幣347.4百萬元、人民幣386.7百萬元、人民幣547.1百萬元、人民幣142.8百萬元及人民幣171.0百萬元。我們的所得稅開支亦包含於往績記錄期間就若干中國子公司的未分派利潤計提的預扣所得稅。於同期，我們的實際所得稅率（按所得稅開支除以稅前利潤計算）分別為28.8%、28.1%、29.1%、28.6%及27.1%。

我們須就成員公司註冊地和運營地所在司法權區產生或源自該司法權區的利潤按實體繳納所得稅。我們在不同的司法權區須繳納不同稅率的所得稅。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已向我們經營所在司法權區的相關稅務機關作出所有規定的稅務申報，且我們並不知悉與該等稅務機關有任何未決或潛在爭議。以下列出我們的主要適用所得稅和所得稅率：

中國

根據企業所得稅法及企業所得稅法實施條例，於往績記錄期間，中國子公司的稅率為25%，惟我們的兩家子公司作為小微企業符合資格享有20%的企業所得稅優惠稅率除外。

香港

於往績記錄期間，由於本集團沒有在香港產生或源自香港應稅利潤，因此沒有為香港利得稅作出撥備。

經營業績

截至2024年4月30日止四個月與截至2023年4月30日止四個月之間的比較

收入

我們的收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣3,939.6百萬元增加5.3%至2024年同期的人民幣4,149.8百萬元，主要是由於我們的包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

我們的包裝飲用水產品收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣3,624.0百萬元增加2.7%至2024年同期的人民幣3,720.7百萬元，主要是由於隨著我們提高銷售網絡的滲透率，並擴大若干產品（尤其是中大規格瓶裝水產品，收入貢獻由截至2023年4月30日止四個月的人民幣1,177.1百萬元增加人民幣81.8百萬元至2024年同期的人民幣1,258.8百萬元）的銷售區域，使客戶對我們產品的需求有所增加。

我們的飲料產品收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣315.6百萬元增加36.0%至2024年同期的人民幣429.1百萬元，主要是由於客戶對我們飲料產品的需求有所增加。該增加主要歸因於：(i)我們持續擴展產品組合；(ii)我們擴張飲料產品的銷售網絡；及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

此外，就我們於不同地理區域銷售網絡的收入貢獻而言，我們來自其他地區的收入絕對金額增幅最大，由截至2023年4月30日止四個月的人民幣420.2百萬元增加人民幣130.1百萬元至2024年同期的人民幣550.3百萬元，該增長佔總收入同比增長的61.9%。其他地區的收入增長主要是由於我們不斷努力通過包裝飲用水及飲料產品滲透該等市場。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2023年4月30日止四個月的人民幣2,231.8百萬元減少1.7%至2024年同期的人民幣2,194.7百萬元，主要是由於：(i)合作生產夥伴服務費減少，主要反映了我們在價值鏈上的延伸及對合作生產夥伴費率的調整；(ii)我們的原材料及包裝材料成本佔收入的百分比下降，主要是由於原材料的市場價格下降及包裝優化所致；及(iii)我們自有工廠生產的產品比例增加。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2023年4月30日止四個月的人民幣1,707.8百萬元增加14.5%至2024年同期的人民幣1,955.1百萬元，毛利率由截至2023年4月30日止四個月的43.3%增長至2024年同期的47.1%。

我們包裝飲用水產品的毛利率由截至2023年4月30日止四個月的44.3%增加至2024年同期的49.0%，主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本佔收入的百分比下降，原因為相關材料(如PET及紙箱)的市價下跌；(ii)實施降本增效舉措，例如包裝優化、膜包比例提高、注胚自有化比例提高，以及主要由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制；及(iii)我們自有工廠生產的產品比例增加。

截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們飲料產品的毛利率保持相對穩定，分別為32.0%及31.0%，主要是由於我們的飲料產品組合發生變化，導致截至2024年4月30日止四個月我們飲料產品的平均售價下降，部分被若干原材料市價下跌及生產效率提高所抵銷。

其他收入

我們的其他收入由截至2023年4月30日止四個月的人民幣83.9百萬元減少9.1%至2024年同期的人民幣76.3百萬元，主要是由於以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產投資收入減少，這主要是由於我們購買的結構性存款減少，部分被(i)銀行存款平均結餘增加導致利息收入增加；及(ii)政府補助增加所抵銷。

其他收益及虧損

我們於截至2023年4月30日止四個月錄得其他虧損人民幣1.5百萬元，而於2024年同期錄得其他收益人民幣1.1百萬元，主要是由於與於2024年1月收購我們的前合作生產夥伴之一武漢華新達飲品技術有限公司(現稱華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)有關的折價收購子公司的收益人民幣5.4百萬元。該等收益部分被出售物業、廠房及設備的虧損淨額增加所抵銷，主要與我們若干自有工廠在生產設備、系統及技術升級方面產生的資產處置虧損有關。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由截至2023年4月30日止四個月的人民幣4.4百萬元減少83.1%至2024年同期的人民幣0.7百萬元，主要是由於截至2024年4月30日止四個月出現營運異常的客戶減少，我們就貿易應收款項計提的減值虧損撥備減少。

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由截至2023年4月30日止四個月的人民幣1,152.8百萬元增加10.6%至2024年同期的人民幣1,274.5百萬元，主要是由於：(i)與調整我們的合作生產夥伴網絡以優化整體成本效益導致運輸距離增加有關的物流服務開支增加；(ii)營銷推廣費用增加，主要由於為了應對不斷變化的市場狀況，我們的營銷推廣活動有所增加；(iii)我們的員工成本增加(此乃主要與我們的業務擴張一致)，部分被商用冷藏展示櫃折舊率的變化導致的折舊及攤銷減少所抵銷，原因為我們參照商用冷藏展示櫃的現狀、歷史更換率和市場慣例，重新評估其使用年期。

行政開支

我們的行政開支由截至2023年4月30日止四個月的人民幣109.4百萬元減少10.6%至2024年同期的人民幣97.8百萬元，主要是由於執行生產擴張計劃所產生的工廠開辦費減少，原因為截至2023年4月30日止四個月的施工次數多於2024年同期。

研發成本

我們的研發成本由截至2023年4月30日止四個月的人民幣10.0百萬元增加31.3%至2024年同期的人民幣13.1百萬元，主要是由於我們持續努力推出新產品並探索新品類，導致試驗費增加。我們的研發成本佔總收入的百分比於截至2023年及2024年4月30日止四個月保持相對穩定。

財務成本

我們的財務成本由截至2023年4月30日止四個月的人民幣15.2百萬元減少95.2%至2024年同期的人民幣0.7百萬元，主要是由於截至2023年4月30日止四個月產生的銀行借款金額高於2024年同期，導致利息開支增加，這主要歸因於我們對資金流動性管理的調整。截至2024年4月30日止四個月，我們共產生人民幣0.7百萬元的財務成本，

主要與收購武漢華新達飲品技術有限公司(現稱華潤怡寶飲料(武漢)有限公司)有關。截至2024年4月30日,該公司仍欠其前控股股東一筆未償還貸款。該貸款已於2024年5月悉數結清。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2023年4月30日止四個月的人民幣142.8百萬元增加19.7%至2024年同期的人民幣171.0百萬元,主要是由於我們的應納稅所得額增加,這與我們的業務增長相符。截至2023年及2024年4月30日止四個月,我們的實際所得稅率(按所得稅開支除以稅前利潤計算)保持相對穩定,分別為28.6%及27.1%。

期內利潤

由於上述原因,我們的期內利潤由截至2023年4月30日止四個月的人民幣355.8百萬元增加29.5%至2024年同期的人民幣460.7百萬元,而我們的淨利潤率由截至2023年4月30日止四個月的9.0%升至2024年同期的11.1%。

2023年與2022年之間的比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣12,622.8百萬元增加7.1%至2023年的人民幣13,514.7百萬元,乃由於我們包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

我們的包裝飲用水產品收入由2022年的人民幣11,905.7百萬元增加4.5%至2023年的人民幣12,446.6百萬元,主要是由於我們加強了銷售網絡的滲透並擴大了部分產品(特別是中大規格瓶裝水產品,收入由2022年的人民幣3,962.3百萬元增加人民幣280.6百萬元至2023年的人民幣4,242.9百萬元,該增長佔來自包裝飲用水產品收入同比增長的51.9%)的銷售區域,使客戶對我們產品的需求增加。

我們的飲料產品收入由2022年的人民幣717.0百萬元增加49.0%至2023年的人民幣1,068.2百萬元,主要受我們飲料產品銷量增加驅動,銷量增加主要是由於客戶對我們飲料產品的需求有所增加。該增加主要是由於:(i)我們持續擴展產品組合;(ii)我們擴大了飲料產品銷售網絡;及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

此外，就我們於不同地理區域銷售網絡的收入貢獻而言，我們來自東部地區的收入絕對金額增幅最大，由2022年的人民幣3,636.0百萬元增加人民幣370.2百萬元至2023年的人民幣4,006.1百萬元，該增長佔總收入同比增長的41.5%。

銷售成本

我們的銷售成本於2022年及2023年保持相對穩定，分別為人民幣7,363.7百萬元及人民幣7,479.5百萬元，此反映了以下因素的綜合影響：(i)我們的銷量增加；(ii)我們的生產費用主要因已投產的自有工廠的產量提升而增加；及(iii)我們原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料(如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略。

毛利及毛利率

我們的毛利由2022年的人民幣5,259.1百萬元增加14.8%至2023年的人民幣6,035.2百萬元，毛利率由2022年的41.7%增至2023年的44.7%。

我們包裝飲用水產品的毛利率由2022年的42.4%增加至2023年的45.6%，主要是由於：(i)我們原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料(如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略；及(ii)實施降本增效舉措，例如包裝優化、膜包比例提高、注胚自有化比例提高，以及主要由於我們的議價能力增強，合作生產夥伴的服務費得到了有效控制。

我們飲料產品的毛利率由2022年的28.8%增至2023年的33.7%，主要是由於：(i)我們的原材料及包裝材料成本下降，原因為(a)相關材料(如PET及紙箱)的市價下跌，(b)我們的議價能力增強，及(c)我們採取了多種採購策略；及(ii)我們飲料產品的平均售價增加。

其他收入

我們的其他收入由2022年的人民幣340.2百萬元增加8.0%至2023年的人民幣367.2百萬元，主要是由於：(i)銀行存款平均結餘增加導致利息收入增加；及(ii)由於我們在2023年銷售若干廢舊包裝材料產生附帶收益，導致回收包裝材料銷售增加。該等增加部分被政府補助的減少所抵銷。

其他收益及虧損

我們於2022年錄得其他虧損人民幣3.2百萬元，並於2023年錄得其他虧損人民幣14.6百萬元，主要是由於(i)匯率波動導致2023年匯兌收益淨額減少；(ii)於2023年出售物業、廠房及設備的虧損增加，主要與終端零售設備的處置有關。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

我們在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由2022年的人民幣27.2百萬元減少86.0%至2023年的人民幣3.8百萬元，主要是由於我們在2022年就應收若干直營客戶的貿易應收款項計提的減值虧損撥備相對較高。

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2022年的人民幣3,877.6百萬元增加5.4%至2023年的人民幣4,086.5百萬元，主要是由於：(i)我們加大了營銷推廣力度導致營銷推廣費用增加；及(ii)折舊及攤銷增加，主要與我們為了擴展我們對消費者的覆蓋而購買及營運商用冷藏展示櫃有關。該等增加部分被物流服務開支的下降所抵銷，物流服務開支的下降主要是由於：(i)2022年生產活動主要因COVID-19疫情而受限，導致與調貨有關的物流服務開支增加；及(ii)我們的生產擴張推動物流效率提高。此外，我們的經銷及銷售費用佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣265.0百萬元增加13.4%至2023年的人民幣300.6百萬元，主要是由於：(i)加強數字化系統所產生的諮詢費用增加；(ii)與我們業務擴展有關的辦公及差旅費用增加；及(iii)執行生產擴張計劃所產生的工廠啟動成本增加。我們的行政開支佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

研發成本

我們的研發成本由2022年的人民幣49.2百萬元增加25.1%至2023年的人民幣61.5百萬元，主要是由於：(i)我們擴大研發團隊導致員工成本增加；及(ii)我們持續努力升級及改進現有包裝飲用水及其他飲料產品，推出新產品並探索新品類，導致試驗檢驗費及材料消耗有所增加。我們的研發成本佔總收入的百分比於2022年及2023年保持相對穩定。

財務成本

我們的財務成本由2022年的人民幣1.6百萬元大幅增加至2023年的人民幣42.5百萬元，主要是由於作為我們流動性管理的一部分，2023年產生的短期銀行借款人民幣59億元導致利息開支增加，截至2023年12月31日，該等借款已全部結清。儘管截至2022年及2023年12月31日我們擁有相對穩定的現金及現金等價物淨額，但我們或會不時利用外部資金增加財務靈活性，優化我們的資本結構並使收入來源多元化，在評估當時的可用現金餘額、市場狀況及借款成本後，我們已將上述短期銀行借款所得款項用於(i)一般營運資金(包括支付採購款)及(ii)短期投資(主要為短期結構性存款)。請參閱「合併損益表的主要組成部分－其他收入」。於進行流動性管理的外部融資計劃前，我們亦會審閱相關條款及條件，包括考慮將產生的潛在財務成本。我們於2023年作出的短期銀行借款所得款項提供了額外的財務資源，在不耗盡我們現有現金及現金等價物結餘的情況下，為我們的短期債務提供資金。我們可能會根據自身需求及整體市場狀況，在全面考慮成本及收益後繼續利用該等資源進行流動性管理並使收入來源多元化。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣386.7百萬元增加41.5%至2023年的人民幣547.1百萬元，主要是由於我們的應納稅所得額增加，這與我們的業務增長相符。我們的實際所得稅率(按所得稅開支除以稅前利潤計算)於2022年及2023年保持相對穩定，分別為28.1%及29.1%。

年內利潤

由於上述原因，我們的利潤由2022年的人民幣988.7百萬元增加34.7%至2023年的人民幣1,331.4百萬元，而我們的淨利潤率由2022年的7.8%升至2023年的9.9%。

2022年與2021年之間的比較

收入

我們的收入由2021年的人民幣11,339.9百萬元增加11.3%至2022年的人民幣12,622.8百萬元，乃由於我們的包裝飲用水產品及飲料產品產生的收入增加。

我們的包裝飲用水產品收入由2021年的人民幣10,817.8百萬元增長10.1%至2022年的人民幣11,905.7百萬元，主要是由於我們的產品銷量增加，銷量增加主要是由於：我們增強銷售網絡的滲透，並擴大了若干產品（特別是中大規格瓶裝水產品，收入由2021年的人民幣3,469.2百萬元增加人民幣493.1百萬元至2022年的人民幣3,962.3百萬元，該增長佔來自包裝飲用水產品收入同比增長的45.3%）的銷售區域，從而令客戶對我們產品的需求增加。

我們飲料產品產生的收入由2021年的人民幣522.1百萬元增加37.3%至2022年的人民幣717.0百萬元，主要是受我們的飲料產品銷量增加驅動，銷量增加主要是由於客戶對我們飲料產品的需求有所增加。該增加主要歸因於：(i)我們持續擴展產品組合；(ii)我們擴張飲料產品的銷售網絡；及(iii)我們飲料產品的品牌知名度提高。

此外，就我們於不同地理區域銷售網絡的收入貢獻而言，我們來自東部地區的收入絕對金額增幅最大，由2021年的人民幣2,809.6百萬元增加人民幣826.4百萬元至2022年的人民幣3,636.0百萬元，該增長佔總收入同比增長的64.4%。

銷售成本

我們的銷售成本由2021年的人民幣6,368.5百萬元增加15.6%至2022年的人民幣7,363.7百萬元，主要是由於：(i)我們的銷量增加；及(ii)我們的原材料及包裝材料成本增加，此乃主要由於PET市價上漲。

毛利及毛利率

我們的毛利由2021年的人民幣4,971.4百萬元增加5.8%至2022年的人民幣5,259.1百萬元，毛利率由2021年的43.8%下降至2022年的41.7%。

我們的包裝飲用水產品的毛利率由2021年的44.6%下降至2022年的42.4%，主要是由於PET市價上漲，導致我們原材料及包裝材料成本增加，部分被主要由於我們議價能力增強而單位合作生產夥伴服務費減少所抵銷。

於2021年及2022年，我們飲料產品的毛利率分別為28.7%及28.8%，主要是由於我們飲料產品的平均售價上漲，部分被原材料及包裝材料成本的增加所抵銷，該增加是由於PET的市價上漲。

其他收入

我們的其他收入由2021年的人民幣296.0百萬元增加14.9%至2022年的人民幣340.2百萬元，主要是由於以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產投資收入由人民幣11.1百萬元增加至人民幣69.6百萬元，主要是由於我們於2022年購買的結構性存款較2021年有所增加，部分被我們的利息收入減少所抵銷。

其他收益及虧損

我們的其他收益及虧損項下錄得的虧損由2021年的人民幣10.6百萬元下降69.9%至2022年的人民幣3.2百萬元，主要是由於：(i)2022年出售物業、廠房及設備的虧損較2021年有所減少，主要是由於我們於2022年出售的商用冷藏展示櫃及生產設備較少；及(ii)2022年的外匯收益淨額為人民幣2.8百萬元，而2021年的外匯虧損淨額為人民幣2.2百萬元，主要是由於匯率波動。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

我們的預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由2021年的減值虧損撥回人民幣9.5百萬元變更為2022年的減值虧損人民幣27.2百萬元，主要是由於我們在2022年就應收若干直營客戶的貿易應收款項計提的減值虧損撥備相對較高。請參閱「有關財務風險的定量及定性披露－信貸風險及減值評估」。

經銷及銷售費用

我們的經銷及銷售費用由2021年的人民幣3,756.7百萬元增加3.2%至2022年的人民幣3,877.6百萬元，主要是由於2022年生產活動主要因COVID-19疫情而受限，導致與調貨有關的物流服務開支增加，但被以下各項大幅抵銷：(i)受COVID-19疫情的不利影響，2022年我們的推廣活動相對減少，導致我們的營銷及推廣開支減少；及(ii)員工成本的優化。此外，我們2022年的經銷及銷售費用佔總收入的百分比較2021年有所降低，主要受益於我們致力於有效開展市場營銷及品牌推廣活動。

行政開支

我們的行政開支由2021年的人民幣253.2百萬元增加4.7%至2022年的人民幣265.0百萬元，主要原因是員工成本增加，而這主要是由於：(i)平均薪酬水平增加；及(ii)僱員社會保險及住房公積金供款增加。

研發成本

於2021年及2022年，我們的研發成本保持相對穩定，分別為人民幣49.0百萬元和人民幣49.2百萬元。

財務成本

於2021年及2022年，我們的財務成本保持相對穩定，分別為人民幣1.8百萬元及人民幣1.6百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2021年的人民幣347.4百萬元增加11.3%至2022年的人民幣386.7百萬元，主要是由於我們的應納稅所得額增加，這與我們的業務增長相符。於2021年及2022年，我們的實際所得稅率（按所得稅開支除以稅前利潤計算）保持相對穩定，分別為28.8%和28.1%。

年內利潤

由於上述原因，我們的年內利潤由2021年的人民幣858.1百萬元增加15.2%至2022年的人民幣988.7百萬元，而我們的淨利潤率保持相對穩定，分別為2021年的7.6%及2022年的7.8%。

財務資料

合併財務狀況表若干組成部分的說明

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況表的組成部分：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
非流動資產				
物業、廠房及設備	1,383,153	2,007,978	4,809,703	5,506,292
使用權資產	182,254	463,799	518,035	554,192
遞延稅項資產	256,894	310,179	243,463	205,570
購置物業、廠房及 設備以及租賃土地的按金	66,295	189,325	292,566	161,179
定期銀行存款	–	–	1,577,055	1,594,003
其他非流動資產	760	3,069	2,955	2,776
非流動資產合計	<u>1,889,356</u>	<u>2,974,350</u>	<u>7,443,777</u>	<u>8,024,012</u>
流動資產				
存貨	414,089	588,120	377,380	366,898
貿易及其他應收款項	505,343	563,601	682,869	679,445
可收回所得稅	136,937	119,633	102,705	84,694
應收同系子公司款項	4,231,684	3,536,591	–	–
應收直接控股公司款項	19,928	21,875	22,192	22,237
應收中間控股公司款項	736	741	742	–
定期銀行存款	207,557	292,302	2,297,391	2,306,773
現金及現金等價物	1,682,810	2,507,631	2,074,698	2,189,873
流動資產合計	<u>7,199,084</u>	<u>7,630,494</u>	<u>5,557,977</u>	<u>5,649,920</u>
非流動負債				
遞延稅項負債	188,989	240,998	310,072	329,157
銀行借款 – 一年後到期	–	–	–	8,566
租賃負債 – 一年後到期	16,789	10,377	19,811	19,498
遞延收入	112,849	128,249	110,741	104,961
非流動負債合計	<u>318,627</u>	<u>379,624</u>	<u>440,624</u>	<u>462,182</u>

財務資料

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
流動負債				
貿易及其他應付款項	3,869,233	4,029,081	5,022,065	5,068,704
合同負債	268,912	246,660	139,355	146,031
銀行借款 — 一年內到期	—	—	—	6,007
應付直接控股公司款項	1,742	1,903	1,931	1,935
應付中間控股公司款項	1,075	1,259	1,158	—
應付子公司非控股股東款項 ..	—	—	—	46,055
應付所得稅	28,971	33,370	7,670	27,308
租賃負債 — 一年內到期	15,909	17,169	16,178	12,445
流動負債合計	<u>4,185,842</u>	<u>4,329,442</u>	<u>5,188,357</u>	<u>5,308,485</u>
權益				
本公司擁有人應佔權益：	4,583,971	5,573,765	6,903,058	7,349,643
股本	7	7	7	7
儲備	4,583,964	5,573,758	6,903,051	7,349,636
非控股權益	—	322,013	469,715	553,622
權益合計	<u>4,583,971</u>	<u>5,895,778</u>	<u>7,372,773</u>	<u>7,903,265</u>

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括樓宇、租賃物業改良工程、在建工程、廠房及機器、汽車以及家具、裝置及辦公設備。下表載列我們截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
樓宇	616,178	737,541	1,145,664	1,657,708
租賃物業改良工程	8,154	14,094	21,565	22,161
在建工程	30,057	156,346	1,809,459	1,737,658
廠房及機器	568,929	912,889	1,637,195	1,901,443
汽車	9,188	16,964	21,588	20,032
家具、裝置及辦公設備	150,647	170,144	174,232	167,290
合計	<u>1,383,153</u>	<u>2,007,978</u>	<u>4,809,703</u>	<u>5,506,292</u>

財務資料

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的物業、廠房及設備分別為人民幣1,383.2百萬元、人民幣2,008.0百萬元、人民幣4,809.7百萬元及人民幣5,506.3百萬元。與2021年12月31日相比，截至2022年12月31日我們的物業、廠房及設備增加主要是由於廠房及機器增加，此乃主要與我們的產能擴張一致且特別歸因於：(i)我們因擴大肇慶工廠的生產而新購置的生產設備；及(ii)我們因於2022年收購宜興工廠而新購置的物業及生產設施。截至2023年12月31日，我們的物業、廠房及設備較2022年12月31日有所增加，主要是由於：(i)主要與我們若干工廠(如成都工廠、長沙工廠及萬綠湖工廠)建設項目有關的在建工程有所增加；及(ii)主要與2023年我們南寧工廠、部分宜興工廠和河源工廠投產有關的樓宇、廠房及機器有所增加。截至2024年4月30日，我們的物業、廠房及設備較2023年12月31日有所增加，主要是由於我們的樓宇以及廠房及機器有所增加，這主要與我們的產能擴張相一致，特別是由於：(i)我們就萬綠湖工廠及成都工廠的生產擴張以及我們收購武漢工廠而新購置的物業及生產設施；及(ii)我們就萬綠湖工廠、宜興工廠及南寧工廠的生產擴張以及我們收購武漢工廠而新購置的生產設備。請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。

使用權資產

我們的使用權資產主要與租賃土地、租賃物業以及機器及車輛有關。於往績記錄期間，我們租賃土地、物業、機器及車輛以供營運。下表載列截至所示日期我們的使用權資產明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
		(人民幣千元)		
租賃土地.....	151,146	437,459	482,676	521,628
租賃物業.....	29,679	25,263	35,412	32,478
機器及車輛.....	1,429	1,077	217	86
合計	<u>182,254</u>	<u>463,799</u>	<u>518,035</u>	<u>554,192</u>

截至2024年4月30日，我們的使用權資產較截至2023年12月31日有所增加，主要是由於與我們於2024年收購武漢工廠有關的租賃土地有所增加。截至2023年12月31日較截至2022年12月31日以及截至2022年12月31日較截至2021年12月31日，我們的使用權資產均有所增加，主要是由於與我們於2022年收購宜興工廠及於2023年收購河源工廠以及擴產有關的租賃土地增加。

購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金

我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金主要與我們為生產設備及土地使用權支付的預付款項有關。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金分別為人民幣66.3百萬元、人民幣189.3百萬元、人民幣292.6百萬元及人民幣161.2百萬元。截至2022年及2023年12月31日，我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金有所增加，該增加主要與我們的持續擴產相一致。截至2024年4月30日，我們用於購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金較2023年12月31日有所減少，主要是由於截至2024年4月30日止四個月我們收到了已預付款項的生產設備。

存貨

我們的存貨主要包括：(i)原材料及消耗品，主要包括包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水和飲料產品。原材料及消耗品佔我們存貨的大部分，截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，分別佔我們總存貨的59.3%、54.4%、69.4%及64.2%。下表列出我們截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
原材料及消耗品	245,707	320,113	262,067	235,649
製成品	168,382	268,007	115,313	131,249
存貨合計.....	414,089	588,120	377,380	366,898

我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣414.1百萬元增加42.0%至截至2022年12月31日的人民幣588.1百萬元，主要是由於：(i)原材料增加，以滿足我們日益增長的銷售和生產需求；(ii)主要由於市場波動導致PET及其他包裝材料的採購價格上漲；及(iii)為下一年的農曆新年(與2022年底相接近)備貨而導致製成品增加。我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣588.1百萬元減少35.8%至截至2023年12月31日的人民幣377.4百萬元，主要是由於我們並無為下一年的農曆新年(距2023年底較遠)如此儲備存貨。我們的存貨由截至2023年12月31日的人民幣377.4百萬元減少2.8%至截至2024年4月30日的人民幣366.9百萬元，主要是由於原材料及消耗品有所減少，此乃歸因於(i)若干原材料(如紙箱及PET)市價下跌；及(ii)為應對2024年4月開始的銷售旺季，生產週轉加快。由於我們為銷售旺季囤貨，有關減少部分被製成品增加所抵銷。

財務資料

下表載列我們於所示期間的存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(天)			
存貨週轉天數 ⁽¹⁾	19.1	24.8	23.6	20.5

附註：

(1) 按該期間的期初及期末存貨結餘的平均值除以該期間的銷售成本再乘以該期間的天數計算。

於2021年、2022年及2023年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的存貨週轉天數分別為19.1天、24.8天、23.6天及20.5天。2021年至2022年的存貨週轉天數有所增加，主要是由於為接下來的農曆新年（與2022年底相接近）備貨而導致存貨增加。2022年及2023年的存貨週轉天數保持相對穩定，主要是由於存貨下降，因下一年的農曆新年距2023年底較遠，我們並未為其進行與前述同規格的備貨，被如前述原因造成的較高期初存貨結餘所抵銷。截至2024年4月30日止四個月存貨週轉天數較2023年有所減少，主要是由於為應對2024年4月開始的銷售旺季，生產週轉加快。

截至2024年8月31日，我們截至2024年4月30日的存貨中的人民幣349.8百萬元或95.3%已售出或使用。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項、可收回增值稅款、預付供應商款項及其他應收款項。下表呈列截至所示日期我們的貿易及其他應收款項明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
(人民幣千元)				
貿易應收款項				
— 第三方	241,975	245,538	254,116	375,509
— 同系子公司	35,797	25,030	13,210	23,811
	277,772	270,568	267,326	399,320
減：信貸虧損準備	(9,885)	(30,496)	(36,622)	(37,364)
	267,887	240,072	230,704	361,956

財務資料

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
其他應收款項	22,682	28,863	97,002	29,997
減：信貸虧損準備	(240)	(335)	(335)	(335)
	22,442	28,528	96,667	29,662
應收票據	6,894	-	-	85,000
遞延發行成本	-	-	2,270	4,002
預付供應商款項	40,927	18,145	36,776	15,764
可收回增值稅款	167,193	276,856	316,452	183,061
合計	505,343	563,601	682,869	679,445

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及截至2024年4月30日止四個月，我們的貿易及其他應收款項分別為人民幣505.3百萬元、人民幣563.6百萬元、人民幣682.9百萬元及人民幣679.4百萬元。截至2022年12月31日，我們的貿易及其他應收款項較2021年12月31日有所增加，主要是由於在2022年底COVID-19疫情的影響下，我們的進項增值稅抵免對賬被推遲至2023年導致可收回增值稅款增加。截至2023年12月31日，我們的貿易及其他應收款項較2022年12月31日有所增加，主要是由於：(i)與部分工廠有關的其他應收款項增加，截至2024年2月29日，所有該等應收款項已悉數結清；及(ii)2023年與我們的建設項目有關的可收回增值稅款增加。截至2024年4月30日，我們的貿易及其他應收款項較2023年12月31日有所減少，主要是由於：(i)可收回增值稅款減少，因為我們使用截至2023年12月31日的留抵增值稅來抵扣截至2024年4月30日止四個月的應交增值稅；及(ii)其他應收款項減少，主要與截至2024年4月30日止四個月結算與若干工廠有關的其他應收款項有關。有關減少部分被以下各項所抵銷：(i)貿易應收款項增加，主要與2024年4月開始的銷售旺季有關；及(ii)應收票據增加，所有該等票據均為應收公司T（於往績記錄期間各期間為我們五大客戶之一）的票據，票據到期日在2024年5月至7月。

財務資料

我們通常要求經銷商在交貨前付款，也可能會根據具體情況授予彼等信貸期。此外，我們通常向若干直營客戶授予不超過90天的信貸期。下表載列截至所示日期我們貿易應收款項(扣除信貸虧損準備)按交貨日期計算的賬齡分析：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
0至90天	223,047	194,655	202,402	337,769
91至180天	34,316	30,533	26,954	21,914
181至365天	6,660	13,665	798	1,667
超過365天	3,864	1,219	550	606
合計	267,887	240,072	230,704	361,956

下表載列於所示期間我們貿易應收款項的週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	止四個月
	(天)			
貿易應收款項的週轉天數 ⁽¹⁾ ..	8.3	7.9	7.3	9.7

附註：

- (1) 按該期間的期初及期末貿易應收款項(扣除信貸虧損準備前)結餘的平均值除以該期間的收入再乘以該期間的天數計算。

於2021年至2023年，我們的貿易應收款項週轉天數有所減少，主要是由於我們不斷努力加強應收款項的收繳工作，從而使週轉效率有所提升。截至2024年4月30日止四個月，我們的貿易應收款項週轉天數較2023年有所增加，主要是由於貿易應收款項增加，主要與2024年4月開始的銷售旺季有關。

截至2024年8月31日，我們截至2024年4月30日的貿易應收款項中的人民幣340.7百萬元或94.1%已結清。

財務資料

貿易及其他應付款項

我們的貿易及其他應付款項主要指貿易應付款項、應付銷售折扣及推廣費用、應付工資、應付按金、廣告應付款項及運輸應付款項。下表呈列截至所示日期我們的貿易及其他應付款項明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
貿易應付款項				
－ 第三方	371,648	509,446	744,350	857,119
－ 同系子公司	18,048	53,597	72,564	159,343
	389,696	563,043	816,914	1,016,462
應付銷售折扣及推廣費用 . . .	2,330,405	1,997,549	1,693,251	1,503,085
應付工資	376,307	440,492	459,233	263,451
應付按金	272,933	315,847	346,529	355,806
廣告應付款項	224,741	128,453	154,858	177,075
運輸應付款項	133,407	277,292	251,992	397,157
應計上市開支	－	－	7,496	18,870
應計發行成本	－	－	1,221	2,647
其他應付款項及應計費用 . . .	141,744	306,405	1,290,571	1,334,151
合計	<u>3,869,233</u>	<u>4,029,081</u>	<u>5,022,065</u>	<u>5,068,704</u>

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的貿易及其他應付款項分別為人民幣3,869.2百萬元、人民幣4,029.1百萬元、人民幣5,022.1百萬元及人民幣5,068.7百萬元。截至2022年12月31日，我們的貿易及其他應付款項較2021年12月31日有所增加，主要與以下各項有關：(i)我們的貿易應付款項及運輸應付款項增加，與我們的業務規模擴大相一致；及(ii)與建設項目應付款項有關的其他應付款項及應計費用增加。該增加部分被應付銷售折扣及推廣費用和廣告應付款項減少所抵銷。截至2023年12月31日，我們的貿易及其他應付款項較2022年12月31日有所增加，主要是由於：(i)與我們多家工廠(如成都工廠、萬綠湖工廠及長沙工廠)的建設項目應付款項有關的其他應付款項及應計費用有所增加；及(ii)我們截至2023年12月31日應付第三方的貿易應付款項以及應付同系子公司的貿易應付款項較2022年12月31日均有所增加，此乃主要由於2023年我們部分採購付款的到期日與公眾假期重合，因而於2024年的首個營業日結算。該增加部分被應付銷售折扣及推廣費用的減少所抵銷。與2023年12月31日相比，我們截至2024年4月30日的貿易及其他應付款項略有增加，主要是由於(其中包括)我們的貿易應付款項及運輸應付款項增加(與2024年4月開始的銷售旺季有關)，部分被應付工資減少所抵銷，主要由於截至2024年4月30日止四個月支付2023年度獎金，而截至2024年4月30日僅應計四個月的獎金。

財務資料

我們的貿易應付款項主要為應付第三方款項。我們的貿易應付款項無擔保且不計息。於往績記錄期間，供應商授予本集團的信貸期通常介乎15天至60天。下表載列截至所示日期我們根據發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析：

	截至12月31日			截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
0至90天	385,583	559,742	815,329	1,012,657
91至180天	–	59	195	556
181至365天	150	53	189	3,187
超過365天	3,963	3,189	1,201	62
合計	389,696	563,043	816,914	1,016,462

下表載列於所示期間我們貿易應付款項的週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至 4月30日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(天)			
貿易應付款項的週轉天數 ⁽¹⁾ ..	24.3	23.6	33.7	50.5

附註：

- (1) 按該期間的期初及期末貿易應付款項結餘的平均值除以該期間的銷售成本再乘以該期間的天數計算。

我們的貿易應付款項週轉天數於2021年及2022年保持相對穩定，分別為24.3天及23.6天。我們的貿易應付款項週轉天數由2022年的23.6天增加至2023年的33.7天，主要是由於我們截至2023年12月31日的應付第三方及應付同系子公司的貿易應付款項較2022年12月31日均有所增加，此乃主要由於2023年我們部分採購付款的到期日與公眾假期重合，因而於2024年的首個營業日結算。我們的貿易應付款項週轉天數由2023年的33.7天增加至截至2024年4月30日止四個月的50.5天，主要是由於我們接近銷售旺季時採購增加。

截至2024年8月31日，我們截至2024年4月30日的貿易應付款項中的人民幣1,002.2百萬元或98.6%已結清。

應收同系子公司款項

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的應收同系子公司款項分別為人民幣4,231.7百萬元、人民幣3,536.6百萬元、零及零。截至2021年及2022年12月31日，我們的所有應收同系子公司款項均為非貿易性質。請參閱「一 關聯方交易及結餘」。

財務資料

流動資產淨值

下表呈列截至所示日期我們流動資產及負債的構成：

	截至12月31日			截至 4月30日	截至 8月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年	
	(人民幣千元)			(未經審計)	
流動資產					
存貨	414,089	588,120	377,380	366,898	400,842
貿易及其他應收款項	505,343	563,601	682,869	679,445	788,679
可收回所得稅	136,937	119,633	102,705	84,694	56,645
應收同系子公司款項	4,231,684	3,536,591	-	-	-
應收直接控股公司款項	19,928	21,875	22,192	22,237	22,339
應收中間控股公司款項	736	741	742	-	-
定期銀行存款	207,557	292,302	2,297,391	2,306,773	1,015,932
現金及現金等價物	1,682,810	2,507,631	2,074,698	2,189,873	4,148,027
流動資產合計	7,199,084	7,630,494	5,557,977	5,649,920	6,432,464
流動負債					
貿易及其他應付款項	3,869,233	4,029,081	5,022,065	5,068,704	4,920,187
合同負債	268,912	246,660	139,355	146,031	245,242
銀行借款 - 一年內到期	-	-	-	6,007	6,263
應付直接控股公司款項	1,742	1,903	1,931	1,935	1,944
應付中間控股公司款項	1,075	1,259	1,158	-	-
應付子公司非控股股東款項	-	-	-	46,055	6,645
應付所得稅	28,971	33,370	7,670	27,308	59,152
租賃負債 - 一年內到期	15,909	17,169	16,178	12,445	9,693
流動負債合計	4,185,842	4,329,442	5,188,357	5,308,485	5,249,126
流動資產淨值	3,013,242	3,301,052	369,620	341,435	1,183,338

財務資料

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元略微減少至截至2024年4月30日的人民幣341.4百萬元，主要是由於：(i)我們的貿易及其他應付款項略有增加，主要是由於（其中包括）我們的貿易應付款項及運輸應付款項增加（與2024年4月開始的銷售旺季有關），部分被應付工資減少所抵銷，原因為截至2024年4月30日僅計提四個月的獎金；及(ii)我們應付子公司非控股股東款項增加（與我們收購武漢華新達飲品技術有限公司（現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）有關）。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣3,301.1百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣369.6百萬元，主要是由於：(i)我們應收同系子公司款項減少人民幣3,536.6百萬元及長期定期銀行存款增加人民幣1,577.1百萬元的綜合影響；及(ii)與我們的建設項目及部分採購有關的貿易及其他應付款項增加。

截至2021年12月31日及2022年12月31日，我們的流動資產淨值保持相對穩定，分別為人民幣3,013.2百萬元及人民幣3,301.1百萬元，主要由於與活期存款有關的現金及現金等價物增加，部分被應收同系子公司款項減少所抵銷。

債項

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們的債項包括應付直接控股公司款項、應付中間控股公司款項、租賃負債、應付子公司非控股股東款項及銀行借款。應付子公司非控股股東款項主要來自我們對武漢華新達飲品技術有限公司（現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）的收購，截至2024年4月30日，該公司欠其前控股股東一筆未償還貸款。該筆貸款已於2024年5月悉數結清。有關應付直接控股公司款項、應付中間控股公司款項及應付子公司非控股股東款項的詳情，請分別參閱本招股章程附錄一會計師報告附註26及30。下表呈列截至所示日期我們債項的若干詳情：

	截至12月31日			截至 4月30日	截至 8月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年	
	(人民幣千元)			(未經審計)	
應付直接控股公司款項	1,742	1,903	1,931	1,935	1,944
應付中間控股公司款項	1,075	1,259	1,158	-	-
應付子公司非控股股東款項	-	-	-	46,055	6,645
租賃負債	32,698	27,546	35,989	31,943	27,276
銀行借款	-	-	-	14,573	48,869
債項合計	35,515	30,708	39,078	94,506	84,734

財務資料

截至2024年8月31日，我們應付直接控股公司及子公司非控股股東的款項均為無抵押及無擔保。截至同日，我們的租賃負債中人民幣27.1百萬元為無擔保，並以租賃按金作抵押，而我們的租賃負債中人民幣0.2百萬元為無抵押及無擔保，以及我們的銀行借款為無擔保並以物業、廠房及設備以及租賃土地作抵押。

除另有披露者外，截至2024年8月31日，我們概無任何重大按揭、押記、債權證、貸款資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債項、融資租賃或租購承擔、承兌負債（一般貿易票據除外）、承兌信貸（有擔保或無擔保、有抵押或無抵押）或擔保或其他或有負債。截至2024年8月31日，我們的銀行授信為人民幣2,600.0百萬元，其中人民幣2,551.4百萬元（或98.1%）未動用。

董事確認，(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在支付貿易及非貿易應付款項以及貸款及借款方面概無重大違約，亦無任何違反財務契諾而將影響我們進行額外債務融資的能力，(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在取得銀行貸款及其他借款方面並無遇到任何困難，亦並無拖欠銀行貸款及其他借款或違反契約，及(iii)自2024年8月31日及直至本招股章程日期，我們的債務並無任何重大變動。

租賃負債

我們的流動及非流動租賃負債由截至2021年12月31日的人民幣32.7百萬元減少15.8%至截至2022年12月31日的人民幣27.5百萬元，主要由於支付相關租金。我們的流動及非流動租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣27.5百萬元增加30.7%至截至2023年12月31日的人民幣36.0百萬元，主要反映了2023年的新簽辦公室的租約。我們的流動及非流動租賃負債由截至2023年12月31日的人民幣36.0百萬元減少11.2%至截至2024年4月30日的人民幣31.9百萬元，主要由於支付相關租金。

銀行借款

截至2024年4月30日，我們的流動及非流動銀行借款結餘為人民幣14.6百萬元。該銀行借款以人民幣計值，並按與中國人民銀行規定的貸款利率掛鈎的浮動利率計息，截至2024年4月30日的實際年利率為2.71%。該銀行借款主要用於補充我們其中一家子公司的流動性。

或有負債

截至2024年4月30日，我們並無涉及任何預計會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大法律、仲裁或行政程序，但無法保證日後亦然。董事確認，自2024年4月30日起至本招股章程日期，我們的或有負債並無發生重大變化。

流動性及資本資源

概述

過往，我們的營運資金主要來自經營活動。展望未來，我們預計將繼續主要通過經營活動為我們的營運資金提供資金，並會將部分全球發售所得款項用於滿足營運資金需要。我們目前並無任何重大的額外外部融資計劃。

營運資金的充足性

考慮到全球發售的所得款項淨額、現金及現金等價物結餘、經營活動所得現金以及我們可用的財務資源，董事認為本集團有充足營運資金滿足我們目前的需要，即自本招股章程日期起計至少十二個月。

現金流量

下表呈列於所示期間選定的現金流量表資料：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	827,192	844,929	1,718,183	745,640	751,636
投資活動所得(所用)現金淨額	681,954	1,222	(2,090,451)	(982,105)	(642,378)
融資活動(所用)所得現金淨額	(19,467)	(21,201)	(60,598)	5,883,709	6,016
現金及現金等價物淨增加(減少)	1,489,679	824,950	(432,866)	5,647,244	115,274
年/期初現金及現金等價物	191,662	1,682,810	2,507,631	2,507,631	2,074,698
外匯匯率變動的影響	1,469	(129)	(67)	119	(99)
年/期末現金及現金等價物	1,682,810	2,507,631	2,074,698	8,154,994	2,189,873

經營活動所得現金淨額

我們的經營活動現金流量反映我們的稅前利潤已就：(i)非現金及非經營項目(例如物業、廠房及設備折舊以及利息收入)；(ii)營運資金變動的影響(例如存貨、貿易及其他應收款項、合同負債以及貿易及其他應付款項)；及(iii)其他現金項目(例如已付所得稅)作出調整。

於截至2024年4月30日止四個月，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣751.6百萬元，主要指經非現金及非經營項目調整後我們的稅前利潤人民幣631.6百萬元，以及下列營運資金變動：貿易及其他應收款項減少人民幣104.2百萬元，部分被貿易及其他應付款項減少人民幣35.2百萬元所抵銷。

於2023年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣1,718.2百萬元，主要指經非現金及非經營項目調整後我們的稅前利潤人民幣1,878.4百萬元，以及下列營運資金變動：存貨減少人民幣210.7百萬元，部分被(i)合同負債減少人民幣107.3百萬元；及(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣62.8百萬元所抵銷。

於2022年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣844.9百萬元，主要指經非現金及非經營項目調整後我們的稅前利潤人民幣1,375.4百萬元，以及下列營運資金變動：(i)存貨增加人民幣174.0百萬元；(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣75.7百萬元；及(iii)合同負債減少人民幣22.3百萬元。

於2021年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣827.2百萬元，主要指經非現金及非經營項目調整後我們的稅前利潤人民幣1,205.5百萬元，以及下列營運資金變動：(i)貿易及其他應付款項增加人民幣213.2百萬元；及(ii)合同負債增加人民幣99.1百萬元，部分被(i)存貨增加人民幣160.2百萬元；及(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣111.7百萬元所抵銷。

投資活動所得／所用現金淨額

我們的投資活動現金流入主要包括出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項、來自同系子公司的還款及提取原到期日超過三個月的定期存款。我們投資活動現金流出主要包括向同系子公司作出的墊款、購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產、購置物業、廠房及設備以及存放原到期日超過三個月的定期存款。

於截至2024年4月30日止四個月，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣642.4百萬元，主要歸因於：(i)購買物業、廠房及設備人民幣517.5百萬元；及(ii)收購子公司的現金流出淨額人民幣150.9百萬元。

於2023年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣2,090.5百萬元，主要歸因於：(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣5,800.0百萬元；(ii)存放原到期日超過三個月的定期存款人民幣4,233.6百萬元；及(iii)購買物業、廠房及設備人民幣2,250.9百萬元，部分被：(i)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣5,863.6百萬元；及(ii)來自同系子公司的還款人民幣3,551.4百萬元所抵銷。

於2022年，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣1.2百萬元，主要歸因於：(i)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣10,349.6百萬元；及(ii)來自同系子公司的還款人民幣4,492.2百萬元，部分被：(i)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣10,280.0百萬元；及(ii)向同系子公司作出的墊款人民幣3,700.0百萬元所抵銷。

於2021年，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣682.0百萬元，主要歸因於：(i)來自同系子公司的還款人民幣8,333.7百萬元；及(ii)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣4,011.1百萬元，部分被：(i)向同系子公司作出的墊款人民幣7,500.0百萬元；及(ii)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣4,000.0百萬元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

我們的融資活動主要包括增加及償還銀行借款、償還租賃負債及已付利息。

於截至2024年4月30日止四個月，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣6.0百萬元，主要歸因於增加銀行借款人民幣14.6百萬元，部分被償還租賃負債人民幣7.5百萬元所抵銷。

於2023年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣60.6百萬元，主要歸因於已付利息人民幣42.5百萬元及償還租賃負債人民幣17.0百萬元。

於2022年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣21.2百萬元，主要歸因於償還租賃負債人民幣19.6百萬元。

於2021年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣19.5百萬元，主要歸因於償還租賃負債人民幣17.6百萬元。

財務資料

經選定財務比率

下表呈列截至所示日期或所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日或截至該日止年度			截至 4月30日 或截至該日 止四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	毛利率 ⁽¹⁾	43.8%	41.7%	44.7%
淨利潤率 ⁽²⁾	7.6%	7.8%	9.9%	11.1%
總資產回報率 ⁽³⁾	10.1%	10.0%	11.3%	無意義 ⁽⁹⁾
權益回報率 ⁽⁴⁾	20.7%	18.9%	20.1%	無意義 ⁽⁹⁾
投入資本回報率 ⁽⁵⁾	15.5%	14.6%	16.9%	無意義 ⁽⁹⁾
流動比率 ⁽⁶⁾	1.72倍	1.76倍	1.07倍	1.06倍
速動比率 ⁽⁷⁾	1.62倍	1.63倍	1.00倍	1.00倍
槓桿比率 ⁽⁸⁾	0.7%	0.5%	0.5%	1.1%

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以期內收入再乘以100%。
- (2) 淨利潤率等於期內利潤除以期內收入再乘以100%。
- (3) 總資產回報率等於期內利潤除以期初及期末總資產結餘平均值再乘以100%。
- (4) 權益回報率等於期內利潤除以期初及期末權益總額結餘平均值再乘以100%。
- (5) 投入資本回報率等於營業利潤(按毛利減年內經銷及銷售開支、行政開支及研發成本計算)乘以1減實際所得稅率(按所得稅開支除以除稅前利潤計算)的差,除以投入資本(按期內權益總額及計息債務總額(包括租賃負債)的期初及期末結餘之和的平均值計算),再乘以100%。
- (6) 流動比率等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於截至同日的流動資產總值減存貨再除以流動負債總額。
- (8) 槓桿比率等於截至同日的計息債務總額(包括租賃負債及應付子公司非控股股東款項的計息比例)除以權益總額再乘以100%。
- (9) 由於期內數字與往績記錄期間前三年的數字不可比較,故該等比率並無意義。

毛利率

有關於往績記錄期間影響我們毛利率的因素的討論，請參閱「—經營業績」。

淨利潤率

有關於往績記錄期間影響我們淨利潤率的因素的討論，請參閱「—經營業績」。

總資產回報率

我們的總資產回報率由2022年的10.0%上升至2023年的11.3%，主要是由於我們的淨利潤增長率超過了我們的總資產增長率。於2021年及2022年，我們的總資產回報率保持相對穩定，分別為10.1%及10.0%。

權益回報率

我們的權益回報率由2022年的18.9%上升至2023年的20.1%，主要是由於2023年我們的業務增長導致我們的淨利潤顯著增加。我們的權益回報率由2021年的20.7%下降至2022年的18.9%，主要由於我們的權益總額結餘增加。

投入資本回報率

我們的投入資本回報率由2022年的14.6%增至2023年的16.9%，主要是由於我們的業務增長令我們於2023年的營業利潤大幅增加。我們的投入資本回報率由2021年的15.5%下降至2022年的14.6%，主要是由於我們的營業利潤的增幅小於我們的投入資本的增幅。

流動比率

截至2023年12月31日及2024年4月30日，我們的流動比率保持相對穩定，分別為1.07倍及1.06倍。我們的流動比率由截至2022年12月31日的1.76倍下降至截至2023年12月31日的1.07倍，主要是由於：(i)我們的流動負債增加，主要與我們的貿易及其他應付款項增加有關；及(ii)我們的流動資產減少，主要與應收同系子公司款項有關。截至2021年及2022年12月31日，我們的流動比率保持相對穩定，分別為1.72倍及1.76倍。

財務資料

速動比率

截至2023年12月31日及2024年4月30日，我們的速動比率保持相對穩定，分別為1.00倍及1.00倍。我們的速動比率由截至2022年12月31日的1.63倍下降至截至2023年12月31日的1.00倍，主要是由於：(i)我們的流動負債增加，主要與我們的貿易及其他應付款項增加有關；及(ii)我們的流動資產減少，主要與應收同系子公司款項有關。我們的速動比率保持相對穩定，於截至2021年及2022年12月31日分別為1.62倍及1.63倍。

槓桿比率

我們的槓桿比率由截至2021年12月31日的0.7%下降至截至2022年12月31日的0.5%，並於截至2023年12月31日保持相對穩定，為0.5%。我們的槓桿比率由截至2023年12月31日的0.5%增至截至2024年4月30日的1.1%，主要是由於我們收購武漢華新達飲品技術有限公司（現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）產生的應付一家子公司非控股股東的款項，該款項已於2024年5月悉數結清。

資本開支

於往績記錄期間，我們產生的資本開支主要用於購置物業、廠房及設備、購買使用權資產以及購置其他非流動資產。於往績記錄期間，我們不斷增加的資本開支反映了我們的擴張投資。下表呈列於所示期間我們的資本開支明細：

	截至12月31日止年度			截至
	2021年	2022年	2023年	4月30日 止四個月
				2024年
				(人民幣千元)
購置物業、廠房及設備	314,678	722,889	2,250,873	517,514
購買使用權資產	—	136,458	60,867	2,269
購置其他非流動資產	—	2,658	423	—
收購子公司	—	—	—	151,060
合計	<u>314,678</u>	<u>862,005</u>	<u>2,312,163</u>	<u>670,843</u>

財務資料

於全球發售後，我們預期將持續產生資本開支以發展我們的業務。尤其是，我們計劃為我們的生產擴張提供資金，包括建設工廠及併購第三方。我們預期以可用現金來源及一部分全球發售所得款項淨額支付該等資本開支，有關詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

關聯方交易及結餘

於往績記錄期間，我們訂立了多項關聯方交易，根據該等交易：(i)我們向若干關聯方購買商品及服務（如PET材料）；(ii)我們向若干關聯方採購工程代建管理服務（主要包括設計及施工管理（包括安全、成本、質量、工期）以及處理我們生產設施及工廠的相關程序）；(iii)我們向若干關聯方出售商品（如包裝飲用水及飲料產品）；(iv)我們產生來自及應付若干關聯方的款項；及(v)我們自若干關聯方收取利息收入，主要與(a)向若干關聯方作出的現金墊款及應收若干關聯方貸款；及(b)存放於一家同系子公司（為金融機構）的定期存款有關。董事認為，我們於往績記錄期間與關聯方的交易按一般商業條款及公平準則進行，而不會影響我們的經營業績或使我們的歷史業績無法反映未來業績。

下表載列於所示期間我們的關聯方交易之詳情：

關係	交易性質	截至12月31日止年度			截至
		2021年	2022年	2023年	4月30日 止四個月 2024年
		(人民幣千元)			
同系子公司...	銷售商品	86,192	81,894	62,160	20,404
	採購原材料及其他消耗品	557,787	840,294	940,209	285,832
	採購施工及其他服務	45,712	211,210	1,120,678	73,415
	利息收入	141,090	103,481	34,187	8,348
	— 向同系子公司作出的現金墊款	62,858	—	—	—
	— 存放於同系子公司的銀行存款以及 現金及現金等價物	3,499	6,348	19,348	8,348
	— 應收同系子公司的貸款	74,733	97,133	14,839	—

財務資料

下表載列截至所示日期我們與關聯方的未償還結餘的詳情：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	4月30日
	(人民幣千元)			
非貿易性質				
應收同系子公司款項	4,231,684	3,536,591	–	–
應收直接控股公司款項	19,928	21,875	22,192	22,237
應付直接控股公司款項	1,742	1,903	1,931	1,935
應收中間控股公司款項	736	741	742	–
應付中間控股公司款項	1,075	1,259	1,158	–
貿易性質				
存放於同系子公司的定期				
銀行存款	200,000	281,582	786,329	794,352
墊付予同系子公司的現金及				
現金等價物	303,781	1,505,747	1,000,331	5,947
應收同系子公司款項				
(計入貿易及其他應收款項)	35,797	25,030	13,210	23,811
應付同系子公司款項				
(計入貿易及其他應付款項)	29,196	148,340	543,072	543,784

我們預期日後將訂立貿易性質的類似關聯方交易。截至最後實際可行日期，(i)我們的直接控股公司正在履行內部程序以結清應收及應付我們的款項，我們預期有關款項將於上市後及不晚於支付股息日期結清；及(ii)我們的應付及應收中間控股公司款項結餘已結清。截至2024年4月30日的應收及應付直接控股公司款項的非貿易結餘將不會於上市前結清。由於(i)我們並不依賴控股股東（包括我們的直接控股公司）提供財務資助以支持我們的業務營運；(ii)我們能夠在不依賴控股股東（包括我們的直接控股公司）提供的任何擔保或抵押的情況下自獨立第三方獲得融資；及(iii)上市前應收／應付我們的直接控股公司款項的未結算非貿易結餘均不涉及控股股東向我們提供的貸款

或擔保，預計該等未結算非貿易結餘不會對我們的財務獨立性或上市規則項下其他方面產生不利影響。此外，我們於往績記錄期間各期末擁有充足的現金及現金等價物結餘，並於往績記錄期間錄得來自經營活動的正現金淨額。截至2024年4月30日，應收直接控股公司款項結餘僅佔我們總資產的約0.2%。有關我們財務獨立於控股股東的詳情，請參閱「與控股股東的關係－獨立於我們的控股股東－財務獨立性」。

截至2021年及2022年12月31日，我們非貿易性質的應收同系子公司款項分別為人民幣4,231.7百萬元及人民幣3,536.6百萬元，指：(i)截至2021年及2022年12月31日，應收同系子公司的若干貸款分別為人民幣3,931.4百萬元及人民幣3,536.6百萬元，截至2021年及2022年12月31日，該等貸款均為無抵押並分別按固定年利率3.50%至3.85%及3.10%至3.60%計息，固定還款期限少於一年；及(ii)向同系子公司作出的資本墊款人民幣300.3百萬元，截至2021年12月31日，該墊款為無抵押並按浮動利息計息。截至2023年12月31日，我們所有非貿易性質的應收同系子公司款項均已結清。我們非貿易性質的應收同系子公司款項由2022年的人民幣3,537百萬元減少至2023年的零，主要是由於相關關聯方已於2023年悉數償還該等款項。截至2024年4月30日，我們非貿易性質的應收同系子公司款項維持為零。

進一步詳情請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註30。

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未完成的資產負債表外安排。

有關財務風險的定量及定性披露

我們的業務使我們面對各種金融風險，即市場風險（包括外匯及利率風險）、信貸風險及流動性風險。我們的整體風險管理側重於金融市場的不可預測性，力求盡量減低對我們財務業績的潛在不利影響。管理層對該等風險進行管理及監控，確保及時有效地採取適當措施。

市場風險

貨幣風險

我們的大部分收入和大部分支出均以人民幣計價。我們的子公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣作為其功能貨幣（即人民幣及港元）。

我們進行若干以外幣計值的交易，因此產生匯率波動風險。我們目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

利率風險

我們面臨與定期銀行存款、來自同系子公司的定息應收貸款及租賃負債有關的公允價值利率風險。我們面臨與浮息銀行結餘、浮息銀行借款及來自子公司非控股股東的浮息貸款（按現行市場利率及基於中國人民銀行所報利率的浮動利率計算）有關的現金流量利率風險。

利率敏感度

以下敏感度分析乃根據非衍生工具（銀行結餘）的利率風險編製。有關分析乃假設於報告期末的未償還金融工具於整個年度均未償還而編製。銀行借款及來自子公司非控股股東的貸款增加或減少100個基點以及銀行結餘增加或減少50個基點用於內部向主要管理人員報告利率風險，並且為管理層對銀行借款及銀行存款利率可能變動的評估。

於報告期末，倘銀行借款及來自子公司非控股股東的貸款及銀行存款的利率分別增加或減少100個及50個基點且所有其他變量保持不變，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止四個月，我們的稅後利潤將分別增加或減少約人民幣12,621,000元、人民幣18,807,000元、人民幣16,017,000元及人民幣16,223,000元。

信貸風險及減值評估

於各報告期末，我們因對手方未能履行責任而將導致我們招致財務虧損的最大信貸風險產生自各報告期末合併財務狀況表所列的相關已確認金融資產的賬面值。

為將信貸風險減至最低，我們的管理層已指派負責人員制訂信貸限額、信貸審批及其他監控程序，以確保採取後續行動以收回逾期債務。我們可能會要求大多數客戶在接受訂單前支付按金。其他監控程序已到位，以確保採取後續行動以收回逾期債務。就此而言，我們的董事認為我們的信貸風險已大幅降低。

財務資料

此外，我們根據預期信貸虧損模式對個別出現信貸減值的貿易應收款項進行減值評估。餘下貿易應收款項按客戶未償還結餘的賬齡進行分組及以集體基準評估。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間，分別於損益中確認減值撥回收益人民幣9,207,000元及減值虧損人民幣21,402,000元、人民幣9,542,000元及人民幣745,000元。量化披露的詳情載於下文。

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項的信貸風險乃透過內部程序進行管理。於作出墊款前，我們會調查各對手方的信貸質素。我們亦積極監控各債務人的未償還金額，並及時識別任何信貸風險，以降低信貸相關虧損的風險。就此而言，我們的董事認為我們的信貸風險已大幅降低。

流動資金的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行或中國國有銀行。我們的董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且我們已評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

就其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項而言，我們的董事根據對手方的過往還款記錄及後續結算情況來考慮彼等是否具有良好信譽。我們的董事認為，該等對手方的違約風險並不重大，且我們已評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

下表詳述須進行預期信貸虧損評估的金融資產的信貸風險敞口：

	外部 信貸評級	內部 信貸評級	12個月或 全期預期 信貸虧損	賬面總值			
				截至12月31日			截至 4月30日
				2021年	2022年	2023年	2024年
(人民幣千元)							
貿易應收款項							
第三方	不適用	(i)	全期預期信貸虧損 (並無信貸減值)	236,340	212,233	219,036	340,384
			虧損	5,635	33,305	35,080	35,125
同系子公司		虧損風險	全期預期信貸虧損 (整體基準)	35,797	25,030	13,210	23,811
				277,772	270,568	267,326	399,320
其他應收款項、應收票據、應收 直接控股公司、中間控股公司 及同系子公司款項	不適用	(ii)	12個月預期信貸 虧損	4,281,924	3,588,070	119,936	137,234
銀行結餘	AAA	低風險	12個月預期信貸 虧損	1,890,367	2,799,933	5,949,144	6,090,649

財務資料

附註：

- (i) 就貿易應收款項而言，我們已應用香港財務報告準則第9號的簡化方法以計量全期預期信貸虧損的虧損撥備。除已發生信貸減值的債務人外，我們按內部信貸評級分組，以整體基準釐定該等項目的預期信貸虧損。

作為我們信貸風險管理的一部分，我們使用應收賬款的賬齡來評估客戶的減值。下表載列有關我們以整體基準計算的貿易應收款項信貸風險敞口的資料：

	一年以內	一年至兩年	兩年至三年	三年以上	合計
	(人民幣千元，百分比除外)				
截至2021年12月31日					
平均虧損率.....	0.45%	29.83%	49.38%	100.00%	1.56%
賬面總值.....	265,204	1,827	5,101	5	272,137
全期預期信貸虧損.....	(1,181)	(545)	(2,519)	(5)	(4,250)
	264,023	1,282	2,582	-	267,887
截至2022年12月31日					
平均虧損率.....	1.49%	29.60%	50.15%	92.66%	3.64%
賬面總值.....	230,861	963	333	5,106	237,263
全期預期信貸虧損.....	(3,447)	(285)	(167)	(4,731)	(8,630)
	227,414	678	166	375	228,633
截至2023年12月31日					
平均虧損率.....	0.47%	3.33%	35.96%	55.73%	0.66%
賬面總值.....	231,232	150	114	750	232,246
全期預期信貸虧損.....	(1,078)	(5)	(41)	(418)	(1,542)
	230,154	145	73	332	230,704
截至2024年4月30日					
平均虧損率.....	0.47%	29.82%	34.51%	56.03%	0.61%
賬面總值.....	363,042	285	113	755	364,195
全期預期信貸虧損.....	(1,692)	(85)	(39)	(423)	(2,239)
	361,350	200	74	332	361,956

估計虧損率乃基於債務人的預期年期內的過往觀察所得的違約比率估計，並按毋須花費過多成本或精力可取得的前瞻性資料調整。管理層會定期審視組別，確保特定的債務人相關資料屬最新資料。

2022年至2023年的預期信貸虧損率大幅下降，主要是由於：(i)我們於2023年加快收回貿易應收款項，以及因我們加大力度收回應收款項，於結清時撥回未發生信貸減值且賬齡超過三年的貿易應收款項的預期信貸虧損人民幣1.6百萬元；及(ii)由於相關客戶已陷入嚴重財務困難，無能力支付相關款項，相應的應收款項亦無現實的收回前景，因此我們於2023年撤銷了未發生信貸減值且賬齡超過三年的貿易應收款項的預期信貸虧損人民幣2.9百萬元。

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，我們分別就未發生信貸減值的貿易應收款項計提減值撥備人民幣4,250,000元、人民幣8,630,000元、人民幣1,542,000元及人民幣2,239,000元。我們亦分別就已發生信貸減值的應收賬款作出減值撥備人民幣5,635,000元、人民幣21,866,000元、人民幣35,080,000元及人民幣35,125,000元。

- (ii) 就內部信貸風險管理而言，我們使用應收賬款的賬齡資料來評估自初始確認以來信貸風險是否顯著增加。於2021年、2022年及2023年12月31日，應收直接控股公司、中間控股公司及同系子公司款項的結餘賬齡均少於一年。董事認為，該等對手方違約風險不重大，我們評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

有關進一步詳情，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註36。

財務資料

流動資金風險

在管理流動資金風險時，我們監控並維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，以為我們的營運提供資金並減輕現金流量波動的影響。

下表載列我們非衍生金融負債的合同到期情況的詳情。該表乃根據我們於可能被要求償還金融負債的最早日期的金融負債未貼現現金流量編製。其他金融負債的到期日基於約定還款日期釐定。該表包括利息及本金現金流量。

	加權 平均利率 (%)	按要求或 六個月以內	六個月 至一年	一年至 五年	未貼現現金 流量總額	賬面值
					(人民幣千元)	
截至2021年12月31日						
貿易應付款項.....	不適用	389,696	–	–	389,696	389,696
其他應付款項及應計費用.....	不適用	3,479,537	–	–	3,479,537	3,479,537
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,742	–	–	1,742	1,742
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,075	–	–	1,075	1,075
租賃負債.....	2.22至4.35	8,666	8,493	18,309	35,468	32,698
合計.....		3,880,716	8,493	18,309	3,907,518	3,904,748
截至2022年12月31日						
貿易應付款項.....	不適用	563,043	–	–	563,043	563,043
其他應付款項及應計費用.....	不適用	3,466,038	–	–	3,466,038	3,466,038
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,903	–	–	1,903	1,903
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,259	–	–	1,259	1,259
租賃負債.....	2.22至4.35	9,183	8,997	11,077	29,257	27,546
合計.....		4,041,426	8,997	11,077	4,061,500	4,059,789
截至2023年12月31日						
貿易應付款項.....	不適用	816,914	–	–	816,914	816,914
其他應付款項及應計費用.....	不適用	4,205,151	–	–	4,205,151	4,205,151
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,931	–	–	1,931	1,931
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,158	–	–	1,158	1,158
租賃負債.....	2.22至4.35	8,872	8,696	22,300	39,868	35,989
合計.....		5,034,026	8,696	22,300	5,065,022	5,061,143

財務資料

	加權 平均利率	按要求或 六個月以內	六個月 至一年	一年至 五年	未貼現現金 流量總額	賬面值
	(%)					
					(人民幣千元)	
截至2024年4月30日						
貿易應付款項.....	不適用	1,016,462	-	-	1,016,462	1,016,462
其他應付款項及應計費用.....	不適用	4,052,242	-	-	4,052,242	4,052,242
銀行借款.....	2.71	3,212	3,190	8,770	15,172	14,573
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,935	-	-	1,935	1,935
應付子公司非控股股東款項.....	零至3.45	46,055	-	-	46,055	46,055
租賃負債.....	2.22至4.35	6,735	6,619	21,523	34,877	31,943
		<u>5,126,641</u>	<u>9,809</u>	<u>30,293</u>	<u>5,166,743</u>	<u>5,163,210</u>

股息

本公司是一家根據開曼群島法律以存續方式註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的支付和金額將取決於能否從我們的子公司獲得股息。

於往績記錄期間，除2024年4月已宣派股息外，本公司並無宣派或支付任何股息。請參閱「概要－近期發展及無重大不利變動－近期發展」。我們過往的股息分派記錄不可作為決定我們未來可能宣派或支付的股息水平的參考或依據。我們目前並無股息政策或預設的股息支付率。

股息的分派由董事會根據適用的法律法規酌情決定。宣派或支付任何股息的決定及其金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本開支需求、我們子公司的可供分派利潤及其向我們支付的股息、未來計劃及業務前景、市場狀況、《細則》、監管限制及我們的合同責任等。除我們合法可供分派的利潤及儲備外，不會宣派或支付任何股息。我們無法保證任何年份將宣派或分派任何金額的股息。

可供分派儲備

截至2024年4月30日，本公司的保留盈利為人民幣178.7百萬元，相當於本公司可供分派儲備的金額。

未經審計備考經調整合併有形資產淨值

有關未經審計備考經調整合併有形資產淨值的詳情，請參閱本招股章程附錄二。

上市規則規定的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，並無需要根據上市規則第13.13條至第13.19條作出披露規定的情況。

無重大不利變動

董事確認，直至本招股章程日期，自2024年4月30日（即我們最近期經審計財務報表的日期）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，且自2024年4月30日以來，亦無任何事件將對本招股章程附錄一所載會計師報告所示資料產生重大影響。

上市開支

上市開支指與全球發售有關的專業費用、承銷佣金及其他費用。假設超額配股權未獲行使，並基於發售價每股發售股份14.00港元（即發售價範圍的中位數）計算，我們預計將產生約人民幣130.0百萬元（143.2百萬港元）的上市開支，包括：(i)承銷相關費用人民幣75.2百萬元（82.8百萬港元）；及(ii)非承銷相關費用人民幣54.8百萬元（60.4百萬港元），進一步分類為：(a)法律顧問及會計師費用人民幣32.2百萬元（35.5百萬港元）；及(b)其他費用及開支人民幣22.6百萬元（24.9百萬港元），截至2024年4月30日，其中約人民幣28.6百萬元（31.4百萬港元）已於合併損益表內扣除，約人民幣26.6百萬元（29.3百萬港元）預計將於合併損益表內扣除，而約人民幣74.9百萬元（82.4百萬港元）預計將於全球發售完成後從權益中扣除。假設發售價為每股發售股份14.00港元（即指示性發售價範圍的中位數）且超額配股權未獲行使，上市開支預計將佔全球發售所得款項總額約2.9%。上述上市開支為最新實際估計數字，僅供參考，實際金額可能與此估計有所差別。

基石配售

我們、聯席保薦人及整體協調人已與下文所載基石投資者(各自稱為「**基石投資者**」,統稱為「**基石投資者**」)訂立基石投資協議(各自稱為「**基石投資協議**」,統稱為「**基石投資協議**」),據此,基石投資者已同意(在符合若干條件的前提下)按發售價認購或促使其指定實體認購以總金額310百萬美元或2,406.9百萬港元(按1.00美元兌7.7642港元的兌換率計算)可購買的發售股份數目(向下約整至最接近的每手200股股份的完整買賣單位)(「**基石配售**」)。基石投資者投入的投資總額不包括基石投資者將就彼等將認購的國際發售股份支付的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及香港聯交所交易費。

假設發售價為每股股份13.5港元(即本招股章程所載指示性發售價範圍的最低發售價),則基石投資者將認購的發售股份合計將為178,288,200股發售股份,相當於全球發售項下發售股份的約51.26%,及緊隨全球發售完成後的已發行股本總額的約7.59%(假設超額配股權未獲行使)。

假設發售價為每股股份14.0港元(即本招股章程所載指示性發售價範圍的中位數發售價),則基石投資者將認購的發售股份合計將為171,920,800股發售股份,相當於全球發售項下發售股份的約49.43%,及緊隨全球發售完成後的已發行股本總額的約7.32%(假設超額配股權未獲行使)。

假設發售價為每股股份14.5港元(即本招股章程所載指示性發售價範圍的最高發售價),則基石投資者將認購的發售股份合計將為165,992,800股發售股份,相當於全球發售項下發售股份的約47.72%,及緊隨全球發售完成後的已發行股本總額的約7.07%(假設超額配股權未獲行使)。

本公司認為基石投資將有助於提升本公司的形象,並顯示該等投資者對我們的業務及前景充滿信心。此外,考慮到基石投資主要關注的業務板塊,我們相信我們將從基石投資中獲益。本公司在日常經營過程中透過本集團的業務網絡或透過本公司業務合作夥伴或整體協調人的介紹認識各基石投資者。

基石投資者

基石配售將構成國際發售的一部分，且除非獲聯交所另行豁免，否則基石投資者將不會根據基石投資協議以外的方式收購全球發售項下的任何發售股份。將由基石投資者認購的發售股份將在各方面與繳足已發行股份享有同等地位，基石投資者將認購的所有股份將根據上市規則第8.08條計入公眾持股量。緊隨全球發售完成後，基石投資者將不會於本公司董事會擁有任何席位；且概無基石投資者將成為本公司的主要股東。除按發售價保證分配相關發售股份外，基石投資者於基石投資協議中並無享有比其他公眾股東優先的權利。

誠如各基石投資者所確認，本公司、本集團任何成員公司或彼等各自任何聯屬人士、董事、高級管理人員、僱員、代理或全球發售代表與基石投資者、彼等各自的任何聯屬人士、董事、高級管理人員、僱員、代理或代表之間並無訂立附帶協議或安排，且與基石投資者、其各自的任何聯屬人士、董事、高級管理人員、僱員、代理或代表並無因基石配售或與基石配售有關而獲得任何直接或間接利益，按發售價保證分配相關發售股份除外。

除Oaktree (定義見下文) 外，各基石投資者已同意，本公司及整體協調人可全權酌情將其認購的全部或部分發售股份的交付延遲至上市日期之後的日期。該延遲交付安排旨在促進國際發售中的超額分配。所有基石投資者已同意於本公司股份在聯交所開始買賣前支付彼等已認購的相關發售股份。倘國際發售並無出現超額分配情況，則不會延遲交付。據本公司所知、所悉及所信，(i) 基石投資者及各自的合資格境內機構投資者獨立於本公司、其關連人士及彼等各自的聯繫人；(ii) 概無基石投資者慣常接受且尚未接受本公司、董事、最高行政人員、控股股東、主要股東、現有股東或其任何子公司或彼等各自的緊密聯繫人有關收購、出售、投票或以其他方式處置發售股份的指示；及(iii) 基石投資者認購發售股份概非由本公司、董事、最高行政人員、控股股東、主要股東、現有股東或其任何子公司或彼等各自的緊密聯繫人提供資金。

就本公司及整體協調人所深知，並基於基石投資者及／或其緊密聯繫人截至本招股章程日期之指示性投資興趣，若干基石投資者及／或其緊密聯繫人可作為承配人參與國際發售並認購全球發售中的進一步發售股份。本公司將根據《新上市申請人指南》第4.15章尋求聯交所的同意及／或豁免，以允許基石投資者及／或其緊密聯繫人作為承配人參與國際發售。該等基石投資者及／或其緊密聯繫人是否將於國際發售中作出訂購尚不確定，並將視乎該等投資者的最終投資決定及全球發售的條款及條件而定。

基石投資者

據本公司所深知及經各位基石投資者確認，各基石投資者作出獨立投資決定，而彼等根據基石投資協議進行的認購事項將以彼等自有的內部資源撥付，且彼等有足夠資金結算彼等各自於基石配售項下的投資。各基石投資者均已確認，已就基石配售取得一切必要批准，且毋須任何證券交易所(如有)或其股東就相關基石投資作出特定批准。

倘如「全球發售的架構－香港公開發售－重新分配」一節所述，香港公開發售獲超額認購，則基石投資者根據基石配售將認購的發售股份數目可能因國際發售及香港公開發售之間重新分配發售股份而受到影響。根據上市規則第18項應用指引，本公司及整體協調人可全權酌情但無義務扣減基石投資者在香港公開發售項下按比例將予認購的發售股份數目。將分配予基石投資者的發售股份實際數目詳情將於2024年10月22日或前後刊發的本公司分配結果公告內披露。

下表載列基石配售的詳情：

基於發售價13.5港元(即指示性發售價範圍的最低發售價)

基石投資者	投資總額 (百萬美元)	將認購的發售 股份數目 ⁽¹⁾	假設超額配股權未獲行使		假設超額配股權獲悉數行使	
			佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比	佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比
UBS Asset Management (Singapore) Ltd. (「UBS AM Singapore」)	110	63,263,800	18.19%	2.69%	15.82%	2.64%
香港中旅(集團)有限公司(「中旅」)	70	40,258,800	11.57%	1.71%	10.06%	1.68%
Wildlife Willow Limited	30	17,253,600	4.96%	0.73%	4.31%	0.72%

基石投資者

基石投資者	投資總額 (百萬美元)	將認購的發售 股份數目 ⁽¹⁾	假設超額配股權未獲行使		假設超額配股權獲悉數行使	
			佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比	佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比
中郵人壽保險股份有限公司 (「中郵保險」).....	30	17,253,600	4.96%	0.73%	4.31%	0.72%
Oaktree Capital Management, L.P. (「Oaktree」).....	30	17,253,600	4.96%	0.73%	4.31%	0.72%
PT Indadi Juver (「PT Indadi」).....	10	5,751,200	1.65%	0.24%	1.44%	0.24%
Athos Capital Limited (「Athos」).....	10	5,751,200	1.65%	0.24%	1.44%	0.24%
Ghisallo Master Fund LP (「Ghisallo」).....	10	5,751,200	1.65%	0.24%	1.44%	0.24%
Pamalican Fund Ltd. (「Pamalican」).....	10	5,751,200	1.65%	0.24%	1.44%	0.24%
總計	310	178,288,200	51.26%	7.59%	44.57%	7.43%

基於發售價14.0港元(即指示性發售價範圍的中位數發售價)

基石投資者	投資總額 (百萬美元)	將認購的發售 股份數目 ⁽¹⁾	假設超額配股權未獲行使		假設超額配股權獲悉數行使	
			佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比	佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比
UBS AM Singapore.....	110	61,004,400	17.54%	2.60%	15.25%	2.54%
中旅.....	70	38,821,000	11.16%	1.65%	9.71%	1.62%
Wildlife Willow Limited.....	30	16,637,400	4.78%	0.71%	4.16%	0.69%

基石投資者

基石投資者	投資總額 (百萬美元)	將認購的發售 股份數目 ⁽¹⁾	假設超額配股權未獲行使		假設超額配股權獲悉數行使	
			佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比	佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比
中郵保險	30	16,637,400	4.78%	0.71%	4.16%	0.69%
Oaktree	30	16,637,400	4.78%	0.71%	4.16%	0.69%
PT Indadi	10	5,545,800	1.59%	0.24%	1.39%	0.23%
Athos	10	5,545,800	1.59%	0.24%	1.39%	0.23%
Ghisallo	10	5,545,800	1.59%	0.24%	1.39%	0.23%
Pamalican	10	5,545,800	1.59%	0.24%	1.39%	0.23%
總計	310.0	171,920,800	49.43%	7.32%	42.98%	7.16%

基於發售價14.5港元（即指示性發售價範圍的最高發售價）

基石投資者	投資總額 (百萬美元)	將認購的發售 股份數目 ⁽¹⁾	假設超額配股權未獲行使		假設超額配股權獲悉數行使	
			佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比	佔發售股份的 概約百分比	佔緊隨 全球發售 完成後 我們已發行 股本總額的 概約百分比
UBS AM Singapore	110	58,900,800	16.93%	2.51%	14.73%	2.45%
中旅	70	37,482,200	10.78%	1.60%	9.37%	1.56%
Wildlife Willow Limited	30	16,063,800	4.62%	0.68%	4.02%	0.67%
中郵保險	30	16,063,800	4.62%	0.68%	4.02%	0.67%
Oaktree	30	16,063,800	4.62%	0.68%	4.02%	0.67%
PT Indadi	10	5,354,600	1.54%	0.23%	1.34%	0.22%
Athos	10	5,354,600	1.54%	0.23%	1.34%	0.22%
Ghisallo	10	5,354,600	1.54%	0.23%	1.34%	0.22%
Pamalican	10	5,354,600	1.54%	0.23%	1.34%	0.22%
總計	310.0	165,992,800	47.72%	7.07%	41.50%	6.92%

附註：

- (1) 須向下約整至最接近的每手200股股份的完整買賣單位。按「有關本招股章程及全球發售的資料－貨幣換算」一節所載的匯率計算。

基石投資者

下文載列有關我們基石投資者就基石配售提供的基石投資者的資料。

UBS AM Singapore

UBS AM Singapore為一家於1993年12月於新加坡註冊成立的公司，其以投資經理代表的身份為及代表以下基金與本公司及聯席保薦人訂立基石投資協議：(i) UBS (Lux) Equity Fund - Greater China；(ii) UBS (Lux) Equity Fund - China Opportunity；(iii) UBS (HK) Fund Series - China Opportunity Equity；(iv) UBS (Lux) Equity SICAV - All China；(v) UBS (LUX) INVESTMENT SICAV - CHINA A OPPORTUNITY；(vi) UBS (CAY) - CHINA A OPPORTUNITY；(vii) UBS (Lux) Key Selection SICAV - China Allocation Opportunity；(viii) Nineteen77 Global Multi-Strategy Alpha Master Limited；(ix) UBS (Irl) Investor Selection PLC - O'Connor China Long/Short Alpha Strategies UCITS；及(x)若干其他獨立賬戶及授權。概無單一最終實益擁有人於該等基金中持有30%或以上權益。

UBS AM Singapore為UBS Asset Management AG (「**UBS Asset Management**」)的全資子公司，UBS Asset Management為一家投資管理公司，由UBS Group AG (一家根據瑞士法律組建為法團的公司，向投資者發行普通股)最終全資擁有。UBS Group AG的股份於瑞士證券交易所 (證券代碼：UBSG) 及紐約證券交易所 (股份代號：UBS) 上市。UBS Asset Management為UBS Group AG的一個業務分部，作為專門的資產管理業務運營，其所有投資決策均具有獨立性。UBS Asset Management為一家全球性的大型多元化資產管理公司，業務遍及23個市場。UBS Asset Management提供所有主要傳統和另類資產類別的投資能力和風格，並為機構、批發中介機構及其全球財富管理客戶提供諮詢服務。截至2024年6月30日，UBS Asset Management的全球在管投資資產總額達1.7萬億美元。UBS AM Singapore認購投資者股份無須取得UBS AM Singapore股東及紐約證券交易所的批准。

中旅

中旅為一家於香港註冊成立的公司，由國有企業中國旅遊集團有限公司（「**中旅集團**」）全資擁有。中旅集團已在香港形成了旅行社、景區、酒店、免稅零售、旅遊交通、旅行證件服務、郵輪、房地產、綜合經營等產業格局。經營網絡遍及中國大陸、香港、澳門及國外30多個國家及地區。中旅集團旗下匯聚港中旅、中國國旅、中旅、中免等知名旅遊品牌。

Wildlife Willow Limited

Wildlife Willow Limited為一家根據英屬維爾京群島法律註冊成立的公司，並為Boyu Capital Opportunities Master Fund（「**Boyu**」）的控股子公司。Boyu為一家根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免公司，並為一家由Boyu Capital Management (Singapore) Pte. Ltd. (Boyu集團的一家成員公司)管理的投資基金。Boyu為科技、醫療、消費者及商業服務等領域的領先企業和企業家提供增長及轉型資本。概無任何單一投資者持有Wildlife Willow Limited 30%或以上權益。

中郵保險

中郵保險為一家由中國郵政集團有限公司控股的壽險公司，由國務院財政部控制，總部位於北京，註冊資本為人民幣286.63億元。該公司於2009年8月4日經中國保險監督管理委員會批准成立，並於2009年8月18日在中華人民共和國國家工商行政管理總局登記註冊。該公司於2009年9月9日正式掛牌開業。

該公司的經營範圍包括人壽保險、健康保險、意外傷害保險等各類人身保險業務；上述業務的再保險業務；中國法律法規允許的保險資金運用業務；以及經中國銀行保險監督管理委員會批准的其他業務。

中郵保險以服務基層、服務「三農」（農業、農村及農民）為己任，充分發揮郵政網絡和資源優勢，秉持專業化和差異化的原則。中郵保險以小額保險為起步業務，著力推動城鄉保險業均衡發展，全力打造一個體系現代化、服務大眾化、管理規範化，政府滿意、監管放心、大眾認可的新型高效商業保險公司。目前，中郵保險已在全國22個省（區、市）展業。

中郵保險對本公司的投資將通過中國的QDII計劃完成。

Oaktree

Oaktree是其新興市場股權策略中若干獨立管理賬戶(單獨而非共同)(各自稱為「**Oaktree Fund**」,及統稱為「**Oaktree Funds**」)的投資經理。Oaktree為一家特拉華州有限合夥企業,於美國證券交易委員會登記為投資顧問。Oaktree為一家全球性投資管理公司,管理信貸、私募股權、不動產及上市股票四大資產類別的廣泛互補策略,並堅持反向投資、以價值為導向的投資理念。Oaktree的投資者基礎包括退休金計劃、保險公司、捐贈基金、基金會及主權財富基金等機構投資者。

PT Indadi

PT Indadi為一家位於印度尼西亞雅加達的私營企業。Kapal Api集團專員Indra Boedijono先生持有PT Indadi 40%的股份,而其他股東的持股比例均不超過30%。在其投資中,PT Indadi持有Kapal Api食品及飲料集團三分之一權益,該集團為印度尼西亞咖啡市場的市場領導者。

Athos

Athos為Athos Asia Event Driven Master Fund、New Holland Tactical Alpha Fund LP及BlueHarbour MAP I LP各自的投資經理。Athos代表全球機構投資者基礎(包括主權財富基金、大學捐贈基金、基金會及家族辦公室)管理資產。Athos成立於2011年,奉行多種投資策略,以期為客戶提供卓越且可持續的長期回報。Athos由Matthew Love Moskey先生及Friedrich Bela Schulte-Hillen先生全資擁有,彼等亦為Athos的兩名負責人員。

Ghisallo

Ghisallo為一家於開曼群島註冊的有限合夥企業,採用事件驅動策略,主要專注於資本市場流動性,包括但不限於交易權益、固定收益、衍生工具及外匯票證。概無最終實益擁有人或普通合夥人於該基金持有30%以上權益。其全權投資經理為美國註冊投資顧問Ghisallo Capital Management LLC。

Pamalican

Pamalican Asset Management Limited為Pamalican的投資經理,擁有一支由13名投資及運營專業人員組成的團隊。Pamalican為一家於開曼群島註冊成立的獲豁免有限責任公司。Pamalican Asset Management Limited代表全球機構投資者基礎管理約

基石投資者

10億美元的總資產，並奉行多種投資策略，以期為客戶提供卓越且可持續的長期回報。Pamalican Asset Management Limited持有證監會頒發的資產管理受監管活動執照（CE：BUT781），並為美國證券交易委員會豁免報告顧問（CRD：331819）。概無最終實益擁有人持有Pamalican 30%以上權益。

交割條件

各基石投資者根據各自基石投資協議認購發售股份的義務須受（其中包括）以下交割條件規限：

- (i) 香港承銷協議及國際承銷協議已訂立，且在不遲於香港承銷協議及國際承銷協議的指定日期及時間生效及成為無條件（按其各自原有條款或各訂約方其後同意豁免或修改的條款），且香港承銷協議及國際承銷協議均未終止；
- (ii) 發售價經本公司與整體協調人（為其本身及代表全球發售承銷商）協定；
- (iii) 聯交所已授出批准股份（包括基石配售項下的股份）上市及買賣以及其他適用的豁免及批准，且該等批准、許可或豁免於股份在聯交所開始買賣前並未遭撤銷；
- (iv) 並無頒佈或公佈任何法律禁止完成全球發售或相應基石投資協議中擬進行的交易，且具有管轄權的法院亦無已生效的命令或禁令阻礙或禁止完成該等交易；及
- (v) 基石投資者在各自基石投資協議項下的各項協議、聲明、保證、承諾、確認及承認在各方面於截至基石投資協議日期均屬及於截至交割時（定義見基石投資協議）將屬準確及真實，且無誤導性，而相關基石投資者亦無違反各自的基石投資協議。

基石投資者的限制

各基石投資者已同意，未經本公司、聯席保薦人及整體協調人事先書面同意，自上市日期起計六個月期間（「禁售期」）內的任何時間，其不會直接或間接以任何方式出售根據各自的基石投資協議已購買的任何發售股份，惟若干有限情況除外，例如向其任何全資子公司轉讓，而該全資子公司與基石投資者將受相同義務（包括禁售期限限制）約束。

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的戰略」。

所得款項用途

假設超額配股權並無獲行使，經扣除我們有關全球發售應付承銷佣金及其他估計發售開支及假設發售價為每股股份14.00港元（即指示性發售價範圍13.50港元及14.50港元的中位數），我們估計將會從全球發售收取所得款項淨額約4,726.4百萬港元。我們擬將全球發售所得款項的下述金額用作下述用途：

- 於未來三至五年內，所得款項淨額的約30%，即1,417.9百萬港元，用於戰略性擴張和優化產能，以提高整體供應鏈效率。

產能擴張和供應鏈效率優化是我們的核心戰略之一，將顯著助力我們及時高效地滿足客戶需求，提升我們的市場份額，加強我們的運營效率，持續提升盈利水平。我們計劃通過「1+N」模式的持續增加我們的自有產能佈局，包括(i)建設新的自有工廠；及(ii)擴大和改善現有工廠。我們亦通過升級現有設備及設施來擴大產能、購買新設備及建設新設施，並改進生產工藝，旨在滿足客戶對包裝飲用水及飲料產品的多樣化需求，提升我們銷售的同時實現進一步的降本增效。同時，我們計劃擴大及延伸生產線，覆蓋整個產業價值鏈，尤其是注塑成型環節升級，以提高我們的利潤率。詳情請參閱「業務－我們的生產－我們的生產擴張計劃」。

未來計劃及所得款項用途

我們計劃於浙江省、湖北省、重慶市以及上海市新建工廠及擴建現有工廠，以便滿足不斷增加的市場需求，預計於2025年至2026年完成。這些工廠預計將生產包裝飲用水和飲料產品。下表呈列該等工廠的若干詳情，以及我們就其對所得款項淨額之擬定分配：

工廠	預計完工 年份	全球發售所得款項淨額擬定分配				
		總計	2024年 第四季度	2025年	2026年	2027年
工廠：						
浙江工廠.....	2025年	4%	0.8%	2.4%	0.8% ⁽¹⁾	–
湖北工廠.....	2026年	8%	1.6%	3.2%	3.2%	–
重慶工廠.....	2026年	7%	–	2.1%	2.8%	2.1% ⁽¹⁾
上海工廠.....	2026年	8%	–	2.4%	3.2%	2.4% ⁽¹⁾
總計		27%	2.4%	10.1%	10.0%	4.5%

附註：

(1) 相關工廠竣工後分配的所得款項淨額擬用於結清驗收後的最後一期款項。

此外，我們計劃於肇慶工廠新增注塑成型設備，並根據實際需要不時購買其他類型的生產相關設備。我們預期將所得款項淨額的約3%用於購買上述設備。就肇慶工廠的注塑成型設備而言，我們預期於2025年前使用所得款項淨額的約1.6%。

過往，我們與合作生產夥伴進行合作，於往績記錄期間，其產品佔我們產品總產量的大部分。通過增加自有工廠生產的產品比例，我們預計可以進一步提高我們的運營效率及優化我們的成本結構。通過自有工廠的建設，我們旨在實施及提高統一工廠管理標準化水平。在自有工廠生產形成規模化後，我們預期將更好地控制生產質量流程，全國綜合協調工廠生產運營計劃，從而提升運營效率。另一方面，通過自產率的提升，降低成本，提升了盈利空間。隨著銷售規模的擴大和產能的穩定，我們預計規模經濟將降低單位製造成本，而集中採購增加將降低採購成本，從而降低整體運營成本。

同時，我們認為市場需求足夠支持我們擬定的工廠擴張計劃。我們制定該等計劃時，因為包裝飲用水和飲料的消費量受季節性變化的影響，所以我們會考慮到每年第二及第三季度銷售旺季期間市場對我們產品的預期需求。根據灼識諮詢報告，於2023年，我們已投產自有工廠的利用率與中國即飲軟飲行業的平均水平相一致。根據同一資料來源，按零售額計，預計2023年至2028年中國包裝飲用水市場規模將以7.9%的複合年增長率增長，特別是根據灼識諮詢報告，於2023年，浙江省、湖北省、重慶市及上海市合計佔中國包裝飲用水市場總額的15%以上，且預計該等地區對包裝飲用水及飲料產品的市場需求仍將不斷增長。

- 於未來三至五年內，所得款項淨額的約23%，即1,087.1百萬港元，用於加速銷售渠道擴張及提升渠道效率。具體地，我們計劃通過購買並投放商用冷藏展示櫃及智能終端零售設備，增加我們的品牌曝光率，提升品牌形象。由於我們的包裝飲用水及飲料產品為即飲產品，增加此類展示櫃及設備的數量將使消費者在有即時飲用需求時（尤其是在夏季）更容易獲得我們的產品。該等商用冷藏展示櫃及智能終端零售設備亦具有人工成本低、可快速複製、24小時營業及方便消費者付款的特點。根據灼識諮詢報告，部署該等展示櫃及設備是中國即飲軟飲行業主要參與者所採用的促進銷售及提升品牌形象的有效方式。此外，佔據有利的零售點位，同時激勵零售網點以更多的資源展示和銷售我們產品，吸引更多的消費者，塑造更好的消費體驗，提升終端動銷（尤其是在夏季銷售旺季）。此外，商用冷藏展示櫃及智能終端零售設備的投放對於擴大我們的終端SKU數量至關重要，尤其對於飲料產品的推廣。具體而言，我們計劃分配：
 - (i) 所得款項淨額的約18%，即850.8百萬港元，用於購買商用冷藏展示櫃。該等商用冷藏展示櫃為尋求冷飲的消費者提供方便快捷的購物體驗。在夏季，也是我們的銷售收入通常高於一年中的其他時期的時節，冰鎮的飲品更受消費者的青睞。我們相信，在終端零售網點放置商用冷藏展示櫃，預期不僅能增加產品曝光，提升我們的飲品口感與品牌形象，更能幫助我們增加銷售旺季的銷量。我們目前計劃於未來三至五年內在全國範圍內的便利店、超市、餐廳、網吧、學校、工廠、交通樞紐及旅遊景區等部署至少60萬台商用冷藏展示櫃；及

未來計劃及所得款項用途

(ii) 所得款項淨額的約5%，即236.3百萬港元，用於購買智能終端零售設備。這些設備，主要包括自動販賣機及自動售貨櫃，預計將戰略性投放在區域市場的核心售賣點（如：學校、醫院、工廠、旅遊景區及交通樞紐等），以持續提升我們的品牌認知、產品銷售和網絡覆蓋；

- 於未來二至三年內，所得款項淨額的約23%，即1,087.1百萬港元，用於進行銷售和營銷活動，增強品牌活力，強化品牌形象，提升銷售表現。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，我們的營銷和推廣費用分別為人民幣1,046.6百萬元、人民幣963.3百萬元、人民幣1,074.2百萬元、人民幣280.2百萬元及人民幣316.9百萬元。我們過往的銷售和營銷活動使我們能夠顯著增加對目標消費者的曝光度並建立強大的品牌知名度。展望未來，我們計劃繼續增加和優化我們的銷售和營銷力度。特別地，我們計劃：(i)持續開展體育營銷活動，例如通過與TEAM CHINA／中國國家隊及中國足球協會超級聯賽等進行深度合作，鞏固我們作為體育營銷領先公司的品牌形象；(ii)透過互聯網、電視廣告及綜藝節目、短視頻等新媒體平台進行營銷活動以及建立私域流量；及(iii)推進在途營銷，包括公交車廣告、大型戶外廣告牌、電梯廣告、交通樞紐廣告等；
- 於未來三至五年內，所得款項淨額的約3%，即141.8百萬港元，用於增強我們的產品研發能力，以持續拓展新的產品品類和SKU。我們擬擴展飲料的所有產品品類，包括但不限於茶飲料、果汁類飲料、咖啡飲料、碳酸飲料、運動飲料及其他飲料。每年，我們力爭在至少一項生產或包裝技術上取得成果，並至少額外開發一種候選產品，以備日後使用。我們將適時推出優質候選產品。通過強大的研發能力、產品品牌及銷售渠道，我們致力於持續打造深受消費者認可的明星產品。

我們計劃：(i)招募和留住具有軟飲行業研發經驗的人才。具體而言，我們計劃招募約20名研發人員負責製劑研發、基礎研究或科研管理。我們甄選候選人時的主要考慮因素包括上述職位的高等教育背景及在食品及飲料行業的經驗年數；(ii)增加對用於基礎研究和應用研究的實驗室設備的投資。預計該等實驗室設備包括用於製劑研發、基礎研究及中試的設備。我們計劃購買合共約30台實驗室設備，其價格範圍通常取決於市場狀況及供應商

的實際報價，同時亦取決於實驗室設備的不同功能；(iii)加強與一流大學和研究機構的合作，開展基礎和應用研究；(iv)通過開發新的配料、技術和口味持續擴大及優化我們的產品組合，打造更多消費者喜愛的產品；(v)深入開展消費者研究，收集市場洞見；及(vi)對包裝材料、水資源、產品質量和食品安全等特定領域開展研究，以及通過擴大產品品類和提高產品質量來鞏固我們的領先地位；

- 於未來三至五年內，所得款項淨額的約3%，即141.8百萬港元，用於數字化升級，包括提升我們在銷售、運營、生產和物流等領域的數字化能力，從而提高我們的運營效率。我們計劃透過以下維度進行數字化系統的全方位打造：(i)端到端系統的打通，包括建立「產銷協同平台」，結合需求、預測、計劃、採購、生產、執行環節進行協同管理；以及「數字化全供應鏈質量管理體系」，打通由原材料至生產工廠再至經銷渠道及終端零售網點的全鏈路質量管控體系；(ii)推進數據融通，包括構建數據平台、數據中台、業財一體信息系統及人、貨、場數字化閉環管理；(iii)價值鏈模塊的強化，包括「智能工廠體系」、「促銷資源管理系統」及「終端運營數字平台」；及(iv)升級現有系統及基礎設施，並與新建信息化平台及系統進行連接。我們計劃依靠內部開發及向關聯方或獨立外部供應商採購相結合的方式來實現上述數字化升級。我們預期將通過招投標程序委聘任何關聯方或獨立外部供應商進行相關工作。完成後，該綜合數字化系統預期將大幅提升業務流程的效率和準確性，並提高產出品質和一致性。同時，我們計劃通過招聘專門從事數字化轉型的合格IT專業人員來擴大我們的自有團隊，以更好地支持該數字化系統的建設、運營、維護及升級；
- 所得款項淨額的約8%，即378.1百萬港元，用於進行潛在投資及併購機會。未來幾年，結合自有資金及全球發售的所得款項，我們將抓住市場機遇，尋找中國及海外潛在收購對象，投資及收購中國即飲軟飲市場產業價值鏈上有價值的資產、品牌或產品組合，為我們產品市場份額的提升及／或經營效率的優化提供助力，以實現高速增長。在評估潛在收購對象時，

未來計劃及所得款項用途

我們將主要考慮以下因素：(i)對收購對象的投資或併購是否能對我們的發展計劃產生協同效應。例如，我們期望收購對象能夠有效優化產能佈局，並與我們的銷售網絡產生協同效應，或引進能夠補充並豐富我們產品供應、加強我們的品牌組合及提升整體品牌知名度的新產品品類或品牌；及(ii)收購對象的衡量指標，涉及包括生產、銷售、運營和財務指標及／或監管合規性等。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何潛在的投資或收購的收購對象或訂立任何明確的投資或收購協議；及

- 所得款項淨額的約10%，即472.6百萬港元，作為營運資金及作一般公司用途。

倘發售價定為指示性發售價範圍的最高發售價或最低發售價，則全球發售所得款項淨額將增加約170.9百萬港元或減少約170.9百萬港元。

倘超額配股權獲悉數行使，我們將收取的額外所得款項淨額為：(i)743.6百萬港元（假設發售價為每股股份14.50港元，即指示性發售價範圍的最高發售價）；(ii)718.0百萬港元（假設發售價為每股股份14.0港元，即指示性發售價範圍的中位數）；及(iii)692.3百萬港元（假設發售價為每股股份13.50港元，即指示性發售價範圍的最低發售價）。

倘全球發售所得款項淨額高於或低於預期，我們將就上述用途按比例調整對所得款項淨額的分配。

倘全球發售所得款項淨額並未即時用於上述用途，或倘我們未能實行所擬進行的未來發展計劃的任何部分，我們在符合本公司最佳利益的情況下可能會將該等資金存入持牌商業銀行及／或其他認可金融機構（定義見證券及期貨條例或其他司法權區適用法律法規）短期計息賬戶。在此情況下，我們將遵守上市規則的適當披露規定。

倘我們的發展計劃的任何部分因政府政策變動而阻礙我們任何項目的發展或發生不可抗力事件等原因而未能按計劃進行，則董事將審慎評估有關情況並可能重新分配全球發售所得款項淨額。倘上述所得款項的建議用途有任何重大變動，我們將根據上市規則刊發適當公告。

香港承銷商

UBS AG Hong Kong Branch

中銀國際亞洲有限公司

中信里昂證券有限公司

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited

中國國際金融香港證券有限公司

招銀國際融資有限公司

香港上海滙豐銀行有限公司

華泰金融控股(香港)有限公司

農銀國際證券有限公司

建銀國際金融有限公司

承銷

本招股章程僅就香港公開發售而刊發。香港公開發售由香港承銷商有條件全數承銷。國際發售預計由國際承銷商根據國際承銷協議的條款及條件全數承銷。倘因任何原因，整體協調人(為其本身及代表承銷商)與本公司之間未就發售價達成一致，則全球發售不會進行並將告失效。

全球發售由香港公開發售(初步提呈發售38,261,000股香港發售股份)及國際發售(初步提呈發售309,565,200股國際發售股份)組成，兩者均按「全球發售的架構」所述基準重新分配以及視乎超額配股權行使與否而定(就國際發售而言)。

承銷安排及開支

香港公開發售

香港承銷協議

根據香港承銷協議，我們根據本招股章程及香港承銷協議的條款及條件按發售價提呈發售香港發售股份(可予重新分配)以供香港公眾人士認購。

惟(a)香港聯交所批准本招股章程所述已發行及將予發行的股份(包括因行使超額配股權而可能發行的額外股份)在香港聯交所主板上市及買賣，而有關批准尚未撤回，及(b)香港承銷協議所載若干其他條件(包括整體協調人(為其本身及代表香港承銷商)

及本公司協定發售價)已獲達成(或視情況豁免)後,香港承銷商已個別但非共同同意促使認購人或自行認購其各自現時提呈發售的合計香港發售股份適用部分,而該等股份並無根據本招股章程及香港承銷協議的條款及條件獲認購。

香港承銷協議惟須(其中包括)國際承銷協議獲簽立及成為無條件且並無根據其條款終止後,方可作實。

終止理由

倘於上市日期上午八時正前任何時間出現以下情況,則整體協調人(為其本身及代表香港承銷商)及聯席保薦人有權向本公司發出口頭或書面通知即時終止香港承銷協議:

- (1) 以下事項發展、發生、存在或生效:
 - (i) 於香港、中國、開曼群島、英屬維爾京群島、美國、英國、歐盟任何成員國、日本或新加坡(統稱「有關司法權區」)出現的或直接或間接影響上述地區的任何不可抗力性質的事件或情形(包括但不限於政府行動、宣佈地區性、全國性或國際性緊急狀態或宣戰、災難、危機、傳染病、流行病、傳染病爆發或升級、經濟制裁、罷工、停工、火災、爆炸、水災、地震、內亂、暴動、嚴重交通中斷、政府運作癱瘓、公共秩序混亂、政局不穩、戰爭、敵對行動爆發或升級(不論是否宣戰)、天災或恐怖活動);或
 - (ii) 發生在或影響任何有關司法權區的當地、國家、地區或國際金融、經濟、政治、軍事、工業、司法制度、財政、監管、貨幣、信貸或市場狀況、股本證券或匯兌管制或任何貨幣或交易結算系統或其他金融市場(包括但不限於股市及債市狀況、貨幣及外匯市場、銀行同業市場及信用市場的狀況,或港元與美元掛鈎的制度變動或重估港元或人民幣兌任何外幣)出現任何變動或涉及潛在變動的事態發展,或導致或可能導致或代表任何變動或涉及潛在變動或發展的事態發展的任何事件或情況或一系列事件;或

- (iii) 聯交所、紐約證券交易所、納斯達克全球市場、倫敦證券交易所、東京證券交易所、新加坡證券交易所、上海證券交易所或深圳證券交易所的一般證券買賣停頓、暫停或受限制（包括但不限於實施或規定任何最低或最高價格限制或價格範圍）；或
- (iv) 開曼群島、英屬維爾京群島、香港（由財政司司長或香港金融管理局或其他主管機關實施）、紐約（由聯邦或紐約州級或其他主管機關實施）、倫敦、中國或任何其他有關司法權區的商業銀行活動出現全面停頓；或
- (v) 於或影響任何有關司法權區的任何新法例或現行法例的任何變動或涉及潛在變動的任何事態發展，或可能導致法院或其他主管機關對現有法律的相關詮釋或應用的任何變動或涉及潛在變動的事態發展的任何事件或情況；或
- (vi) 根據香港、中國或任何有關司法權區的任何制裁法律或法規，以任何形式直接或間接實施的制裁；或
- (vii) 於任何有關司法權區有關或影響稅務或外匯管制、貨幣匯率或外資法規的變動或涉及潛在變動的事態發展，或實施任何外匯管制；或
- (viii) 任何第三方針對任何董事或本集團任何成員公司威脅提出或展開的任何法律程序；或
- (ix) 本招股章程「風險因素」一節所載任何風險的任何變動或發展或潛在變動，或有關風險成為事實；或
- (x) 本招股章程、中國證監會備案文件或就擬提呈發售股份使用的任何其他文件，或全球發售的任何方面不符合上市規則、中國證監會規則或任何其他適用法律；或
- (xi) 董事被指控犯有可公訴罪行，或因法律的實施而被禁止，或因其他方式被取消參與公司管理的資格；或
- (xii) 任何有關司法權區的監管機關或政治機構或組織開始對本集團任何成員公司或任何董事進行任何調查或其他行動，或宣佈有意調查或採取其他行動；或

- (xiii) 本公司、本集團任何成員公司或任何董事違反上市規則或適用法律；
或
- (xiv) 任何債權人有效要求於債項指定到期前償還或償付本集團任何成員公司的任何債項，或本集團任何成員公司負有責任的債項；或
- (xv) 本公司根據《公司條例》、《公司（清盤及雜項條文）條例》或上市規則或聯交所及／或證監會的任何規定或要求，刊發或被要求刊發本招股章程（或就擬提呈發售及銷售股份所使用的任何其他文件）的任何補充或修訂，惟獲整體協調人事先書面同意者除外；

而整體協調人及聯席保薦人全權酌情認為上述事項個別或整體：

- (a) 已或將會或可能會對本集團整體的資產、負債、業務、一般事務、管理、前景、股東權益、利潤、虧損、經營業績、財務或其他方面的狀況或情況，或表現整體有重大不利影響；或
 - (b) 已或將會或可能會對全球發售的順利進行或香港公開發售的申請水平或國際發售的踴躍程度或於二級市場發售股份的買賣有重大不利影響；或
 - (c) 導致或將會導致或可能導致全球發售按照發售文件（定義見香港承銷協議）所擬定的條款及方式進行或推廣全球發售或發售股份的交付或分派變得不明智或不恰當或不切實際；或
- (2) 整體協調人及聯席保薦人知悉：
- (i) 對本集團任何成員公司進行清盤的頒令或呈請，或本集團任何成員公司與其債權人達成任何債務重整協議或安排，或本集團任何成員公司訂立債務償還安排，或將本集團任何成員公司清盤的任何決議案或委任臨時清盤人、接管人或管理人接管本集團任何成員公司的全部或部分重大資產或業務或本集團任何成員公司出現任何類似事項；或
 - (ii) 由本公司或代表本公司就香港公開發售而刊發或使用的本招股章程、正式公告、中國證監會備案文件及／或任何通知或公告、廣告、通訊或其他文件（包括上述文件的任何補充或修訂本）當中所載任何陳述於任何重大方面在刊發時屬於或已成為失實、不正確、不準確或具

誤導性，或任何由本公司或代表本公司就香港公開發售而刊發或使用的本招股章程、正式公告及／或任何通知、公告、廣告、通訊或其他文件（包括上述文件的任何補充或修訂本）當中所載的任何預測、估計、發表的意見、意圖或預期並非公平誠實及基於合理假設；或

- (iii) 已發生或已發現任何事項，而該等事項倘於緊接本招股章程日期前已發生或已發現，且未於本招股章程中披露，則會構成本招股章程的重大錯誤陳述或遺漏；或
- (iv) 任何嚴重違反本公司對香港承銷協議或國際承銷協議施加於本公司的任何責任（施加於任何香港承銷商或國際承銷商除外）；或
- (v) 導致或可能導致彌償方（定義見香港承銷協議）根據香港承銷協議承擔任何責任的任何事件、行為或遺漏；或
- (vi) 本公司及本集團其他成員公司整體的資產、負債、業務、管理、前景、股東權益、利潤、虧損、經營業績、財務或其他方面的狀況或條件或表現發生任何重大不利變動，或產生重大不利影響，或出現任何涉及潛在重大不利變動或重大不利影響的事態發展；或
- (vii) 任何整體協調人或香港承銷商因任何事項或事件的出現或發現或注意到任何事件或情況，導致本公司在香港承銷協議或國際承銷協議（如適用）中作出的任何聲明、保證及承諾為（或於重申時為）不真實、不正確或具誤導性，或在重大方面被違反；或
- (viii) 中國證監會出具的中國證監會備案受理通知書及／或中國證監會網站上公佈的中國證監會備案結果被駁回、撤回、撤銷或無效；或
- (ix) 本公司撤回本招股章程（及／或就全球發售所刊發或使用的任何其他文件）或全球發售；或
- (x) 本招股章程所列的任何專家（聯席保薦人除外）已撤回其對其報告、函件及／或意見（視情況而定）載入及其名列於任何發售文件（定義見香港承銷協議）或刊發任何發售文件（定義見香港承銷協議）的同意書。

根據上市規則對香港聯交所作出的承諾

控股股東的承諾

根據上市規則第10.07(1)條及《新上市申請人指南》第4.13章第7段，控股股東已向本公司及聯交所承諾，彼等不會且將促使有關登記持有人不得進行下列事項：(i)自本招股章程披露彼等於本公司的持股情況當日起至上市日期起計滿六(6)個月當日止期間（「首六個月期間」），出售或訂立任何協議出售本招股章程所列示由彼等實益擁有的任何股份，或以其他方式就有關股份設立任何購股權、權利、權益或產權負擔；(ii)（倘緊隨出售或行使或強制行使有關購股權、權利、權益或產權負擔後，彼等不再成為本公司控股股東）於首六個月期間屆滿當日起計六個月內（「第二個六個月期間」），出售或訂立任何協議出售本招股章程所列示由彼等實益擁有的任何股份，或以其他方式就有關股份設立任何購股權、權利、權益或產權負擔。上述事項概不阻止控股股東根據上市規則第10.07(2)條附註(2)將任何股份質押或押記作為取得真誠商業貸款的擔保，亦不會阻止控股股東根據上市規則第10.07(3)條訂立借股安排。

此外，根據上市規則第10.07(2)條附註(3)，控股股東已向本公司及聯交所承諾，於首六個月期間及第二個六個月期間：

- (1) 倘彼等為取得真誠商業貸款而將其實益擁有的任何股份質押或押記予一家認可機構（定義見香港法例第155章銀行業條例），則立即通知本公司有關質押或押記以及所質押或押記的股份數目；及
- (2) 倘彼等接獲承押人或承押記人的口頭或書面指示將出售任何已質押或押記的股份，則立即通知本公司有關指示。

本公司於獲控股股東告知上文第(1)及(2)段所述事項後，將立即通知聯交所，並盡快根據上市規則第2.07C條通過刊發公告方式披露有關事項。

根據香港承銷協議作出的承諾

本公司的承諾

本公司已向聯席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及香港承銷商各自承諾，除根據全球發售（包括根據超額配股權的行使）要約發售、配發及發行發售股份外，自香港承銷協議日期起至上市日期起計滿六個月當日（包括該日）止期間（「首六個月期間」）內的任何時間，在未經聯席保薦人及整體協調人（為其本身及代表香港承銷商）事先書面同意前，及除非在遵守上市規則的規定的情況下且僅在獲得：

- (i) 配發、發行、出售、接納認購、要約配發、發行或出售、訂約或同意配發、發行或出售、按揭、抵押、質押、借出、授出或出售任何期權、認股權證、合同或權利以認購或購買、授出或購買任何期權、認股權證、合同或權利以配發、發行或出售，或以其他方式轉讓或出售或回購或設立產權負擔於或訂立合同或同意轉讓或出售或回購或設立產權負擔於（不論直接或間接，有條件或無條件）本公司任何股份或本公司其他證券（倘適用）或於任何前述者的任何權益（包括但不限於可轉換為或交換為或行使以獲取任何股份的任何證券或本公司其他證券）；或
- (ii) 訂立任何掉期或其他安排，以向另一方轉讓對本公司任何股份或其他證券（倘適用）或於任何前述者中的任何權益（包括但不限於可轉換為或交換為或行使以獲取任何股份的任何證券或本公司的其他證券（倘適用），或代表收取該等股份的權利的證券，或可供購買該等股份的任何認股權證或其他權利）的擁有權（法定或實益）的任何全部或部分經濟後果；或
- (iii) 訂立與上文(i)或(ii)分段所述任何交易具有同樣經濟效果的交易；或
- (iv) 要約或同意或宣佈有意進行上文(i)、(ii)或(iii)分段所述任何交易，

在各情況下，不論上文(i)、(ii)或(iii)分段所述任何交易是否以交付股份或本公司其他股本證券或股份（倘適用），或以現金或其他方式結算（不論發行該等股份或其他股份或證券會否於首六個月期間內完成）。

彌償

本公司已同意就（其中包括）聯席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及香港承銷商可能蒙受的若干損失（包括（其中包括）彼等因履行香港承銷協議項下的責任及本公司違反香港承銷協議而產生的損失）作出彌償。

香港承銷商於本公司的權益

除香港承銷協議項下之責任及本招股章程所披露者外，香港承銷商並無於本公司擁有任何股權，亦無擁有認購或提名他人認購本公司或本集團任何成員公司證券的任何權利或購股權（不論是否可依法強制執行）。

於全球發售完成後，香港承銷商及其聯屬公司可能因履行其於香港承銷協議項下的責任而持有若干部分股份。

國際發售

國際承銷協議

就國際發售而言，預期我們將與整體協調人、聯席全球協調人及國際承銷商訂立國際承銷協議。根據國際承銷協議並在該協議所載條件的規限下，預期國際承銷商將同意購買或促使認購人購買根據國際發售提呈發售的發售股份（視乎（其中包括）國際發售與香港公開發售之間的任何重新分配而定）。預期國際承銷協議可按與香港承銷協議類似的原因予以終止。有意投資者務請注意，倘未能訂立國際承銷協議，全球發售將不會進行。

超額配股權

預期本公司將向國際承銷商授出可全部或部分由整體協調人(為其本身及代表國際承銷商)全權絕對酌情行使超額配股權的權利,可自上市日期起直至根據香港公開發售提出申請的最後日期後30天內行使,要求本公司根據國際發售按發售價發行及配發最多合計52,173,800股股份,相當於初始發售股份的約15.0%,以補足國際發售的超額分配(如有)。

佣金及開支

本公司須向所有參與全球發售的銀團成員支付總額最多為全球發售認購部分及配售部分所得款項(包括根據超額配股權發行或出售的任何股份的所得款項)總額1.7%的費用,其中,銀團成員(i)將收取相等於全球發售所得款項總額1.2%的固定承銷佣金(包括根據超額配股權發行的任何股份的所得款項)(「**固定費用**」),並從中支付任何分承銷佣金及其他費用;及(ii)可收取最多為全球發售所得款項總額0.5%的酌情激勵費(包括根據超額配股權發行或出售的任何股份所得款項)(「**酌情費用**」)。

本公司應付予所有銀團成員的固定費用及酌情費用的比例預期約為43:57(假設酌情費用將悉數支付)。

就任何重新分配至國際發售的未獲認購香港發售股份而言,固定費用將不會支付予香港承銷商,而將按國際發售適用的費率支付予相關國際承銷商。

固定費用及酌情費用,連同香港聯交所上市開支、證監會交易徵費、會財局交易徵費及香港聯交所交易費、法律及其他專業費用以及印刷費及與全球發售有關的所有其他開支估計最多約為143.2百萬港元(假設指示性發售價為每股發售股份14.0港元(即本招股章程所述發售價範圍的中位數)及超額配股權未獲行使)將由本公司支付。

本公司應向聯席保薦人支付總額為9,400,000港元的保薦人費用。

聯席保薦人的獨立性

截至最後實際可行日期，中國銀行股份有限公司（根據上市規則定義為保薦人集團的成員公司及一家於香港聯交所主板（股份代號：3988）及上海證券交易所（股票代碼：601988）上市的公司）的間接全資子公司銘宇有限公司為Plateau Consumer Fund, L.P.（本公司的控股股東）的最大有限合夥人並持有其約36.8%的有限合夥權益，而Plateau Consumer Fund, L.P.則透過其全資擁有的Plateau間接持有本公司已發行股本總額的40%。此外，Plateau持有的全部本公司股份均須就某銀團（包括中國銀行股份有限公司子公司中銀香港）向Plateau提供的貸款而質押予該銀團。中銀香港亦擔任上述質押的擔保代理行。

因此，中銀國際亞洲有限公司並不符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則，理由是(i)截至最後實際可行日期，根據上市規則第3A.07(1)條的規定，保薦人集團間接持有本公司已發行股份總數5%以上；及(ii)保薦人集團與Plateau（本公司的控股股東）存在上市規則第3A.07(9)條項下的業務關係。

除中銀國際亞洲有限公司外，各其他聯席保薦人均符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則。

銀團成員活動

香港公開發售及國際發售承銷商（統稱「銀團成員」）及彼等的聯屬人士可各自進行多項活動（詳情於下文載述），有關活動不構成承銷或穩定價格過程的一部分。

銀團成員及其聯屬人士為於全球多國擁有業務關係的多元金融機構，此等實體為其本身或他人從事一系列商業及投資銀行、經紀、基金管理、交易、對沖、投資及其他活動。於彼等不同業務活動的一般過程中，銀團成員及其各自的聯屬人士可為其本身或其客戶購買、出售或持有一系列的投資及交投活躍的證券、衍生工具、貸款、商品、貨幣、信貸違約掉期及其他金融工具。有關投資及交易活動可能涉及或關乎到本公司及／或與本公司有關係的人士及實體的資產、證券及／或工具，亦可包括就本集團貸款及其他債務而訂立，以作對沖用途的掉期及其他金融工具。

股份方面，該等活動可包括擔任股份買方及賣方的代理人、以主事人身份與該等買方及賣方訂立交易、股份的自營交易以及訂立場外或上市衍生工具交易，或以股份等資產作為相關資產的上市及非上市證券交易（包括發行證券，例如於證券交易所上市的衍生認股權證）。該等活動可能要求直接或間接參與買賣股份的該等實體進行對沖活動。所有有關活動可於香港及世界上其他地方進行，並可能導致銀團成員及其聯屬人士持有股份、包括股份在內的一籃子證券或指數、可能購買股份的基金單位，或於任何上述有關的衍生工具的好倉及／或淡倉。

就銀團成員或其聯屬人士發行以股份為相關證券的任何上市證券而言，不論於香港聯交所或任何其他證券交易所上市，交易所規則可能要求該等證券的發行人（或其聯屬人士或代理人）擔任證券的做市商或流通性提供者，在大部分情況下，此亦將導致股份的對沖活動。

所有有關活動可於「全球發售的架構」一節所述的穩定價格期間內或之後進行。有關活動可能影響股份的市價或市值、股份的流通性或交投量，以及股份價格的波動程度，其每日的程度無法估計。

務請注意，於參與任何此等活動時，銀團成員將受到若干限制，包括以下各項：

- (a) 銀團成員（穩定價格操作人、或代其行事的任何人士除外）不得就分派發售股份而於公開市場或其他地方進行任何交易（包括發行或訂立任何與發售股份有關的期權或其他衍生交易），以將任何發售股份的市價穩定或維持於公開市場當前水平以外的其他水平；及
- (b) 銀團成員必須遵守所有適用法律及法規（包括證監會的市場失當行為條文），包括嚴禁內幕交易、虛假交易、操控價格及操縱證券市場的條文。

若干銀團成員或彼等的相關聯屬人士已不時及預期日後會向本公司及其聯屬人士提供投資銀行及其他服務，而有關銀團成員或其各自的聯屬人士已或將就此收取常規費用及佣金。

此外，銀團成員或彼等各自的聯屬人士可向投資者提供融資，以資助彼等在全球發售中認購發售股份。

全球發售

本招股章程乃就作為全球發售一部分的香港公開發售而刊發。全球發售包括(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)：

- (a) 如下文「－香港公開發售」所述可供香港公眾認購38,261,000股股份(可按下文所述予以重新分配)的香港公開發售；及
- (b) 如下文「－國際發售」所述，於美國境外(包括向香港的專業及機構投資者)根據S規例以離岸交易方式及在美國境內根據美國證券法第144A條或者任何其他適用豁免登記規定僅向合資格機構買家發售309,565,200股股份(可按下文所述予以重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)的國際發售。

投資者可根據香港公開發售申請香港發售股份或表示有意(如合資格)根據國際發售申請國際發售股份，但不可同時提出兩項申請。

發售股份將佔本公司緊隨全球發售完成後經擴大已發行股本(不計及超額配股權的行使)約14.8%。倘超額配股權獲悉數行使，則額外國際發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司經擴大已發行股本約2.2%，而有關超額配股權的行使載於下文「－國際發售－超額配股權」。

香港公開發售供香港公眾人士以及香港機構及專業投資者認購。國際發售將涉及向美國境內的合資格機構買家以及根據S規例向香港及美國境外其他司法權區的機構及專業投資者以及預期對國際發售股份有龐大需求的其他投資者進行選擇性營銷國際發售股份。國際承銷商現正徵求有意投資者對於認購國際發售中的國際發售股份的踴躍程度。有意投資者須註明準備根據國際發售按不同價格或特定價格認購的國際發售股份數量。

本招股章程提及的申請、申請股款或申請程序均僅與香港公開發售有關。

分別根據香港公開發售及國際發售將予提呈發售的發售股份數量或須受限於下文「－香港公開發售－重新分配」所述重新分配。

香港公開發售

初步提呈香港發售股份的數量

我們按發售價初步提呈發售38,261,000股股份以供香港公眾人士認購，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份總數約11.0%。在國際發售及香港公開發售之間重新分配發售股份所規限下，香港發售股份將佔緊隨全球發售（假設超額配股權未獲行使）完成後本公司經擴大已發行股本約1.6%。

香港公開發售可供香港公眾人士以及機構及專業投資者參與。專業投資者一般包括經紀、交易商及日常業務涉及股份及其他證券買賣的公司（包括基金經理），以及定期投資股份及其他證券的企業實體。

香港公開發售的完成須待下文「全球發售的條件」所載條件達成後方可作實。

分配

根據香港公開發售向投資者分配的發售股份將僅基於所接獲香港公開發售的有效申請數量而釐定。分配基準或會因申請人有效申請的香港發售股份數量而不同。有關分配可能（如適用）包括抽籤，即部分申請人獲分配的香港發售股份可能較其他申請相同數量的申請人為多，而未能中籤的申請人可能不獲分配任何香港發售股份。

僅就分配而言，香港公開發售項下初步可供認購的發售股份總數（計及任何分配後）將分為以下兩組（任何零碎股份將分配至甲組）：甲組及乙組。因此，甲組及乙組的香港發售股份最高數量初步分別為19,130,600股及19,130,400股。甲組的香港發售股份將按公平基準分配予申請總認購價為5百萬港元（不包括應付的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及香港聯交所交易費）或以下的香港發售股份申請人。乙組的發售股份將按公平基準分配予申請總認購價為5百萬港元以上（不包括應付的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及香港聯交所交易費）且不超過乙組總價值的發售股份申請人。

投資者謹請留意，甲組及乙組的申請或會按不同比例分配。倘若其中一組（而非兩組）的香港發售股份認購不足，則剩餘的香港發售股份將撥往另一組以滿足另一組的需求，並作出相應分配。僅就本段而言，發售股份的「價格」指申請時應付的價格（不論最終釐定的發售價）。申請人僅會獲分配甲組或乙組（而非兩組）的香港發售股份。

重複或疑屬重複的申請，以及認購超過19,130,400股香港發售股份（即香港公開發售初步可供認購的38,261,000股香港發售股份的約50%）的申請將不獲受理。

重新分配

香港公開發售及國際發售之間的發售股份分配將可由整體協調人酌情重新分配。上市規則第18項應用指引第4.2段要求建立回補機制，倘國際發售股份獲悉數認購或超額認購，且達到香港公開發售項下若干預先規定的總需求水平，該機制會將香港公開發售項下的發售股份數量增加至根據全球發售所提呈發售的發售股份總數的一定比例。

我們已申請且聯交所已批准我們豁免嚴格遵守香港上市規則第18項應用指引第4.2段的規定，如下文進一步所述：

- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的14倍或以上但少於45倍，屆時發售股份將由國際發售重新分配至香港公開發售，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為62,608,800股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約18%（假設超額配股權未獲行使）；
- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的45倍或以上但少於90倍，屆時將由國際發售重新分配至香港公開發售的發售股份數量將增加，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為80,000,200股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約23%（假設超額配股權未獲行使）；及

全球發售的架構

- 倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數量佔根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數量的90倍或以上，屆時將由國際發售重新分配至香港公開發售的發售股份數量將增加，從而根據香港公開發售可供認購的發售股份總數將為139,130,600股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份約40%（假設超額配股權未獲行使）。

於上述任何一種情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將於甲組及乙組間進行分配，而分配至國際發售的發售股份數量以整體協調人全權酌情認為合適的方式而相應減少。此外，整體協調人可全權酌情將發售股份由國際發售重新分配至香港公開發售，以滿足香港公開發售的有效申請。

此外，在若干情況下，整體協調人可酌情決定重新分配香港公開發售及國際發售之間所提呈的發售股份。根據《新上市申請人指南》第4.14章，倘(i)國際發售股份獲悉數認購或超額認購，而香港發售股份獲悉數認購或超額認購的數量少於香港公開發售項下初步可供認購的香港發售股份數量的14倍；或(ii)國際發售股份認購不足，而香港發售股份獲悉數認購或超額認購（不論超額認購程度），同時假設發售價定為每股發售股份13.50港元（即發售價範圍的最低發售價），則最多38,261,000股發售股份可從國際發售重新分配至香港公開發售，從而使香港公開發售項下可供認購的發售股份總數增加至最多76,522,000股發售股份，相當於香港公開發售項下初步可供認購的發售股份數量（超額配股權獲行使前）的兩倍。

於上述任何一種情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將於甲組及乙組間進行分配，而分配至國際發售的發售股份數量將按整體協調人全權酌情認為合適的方式而相應減少。

倘香港公開發售未獲全數認購，整體協調人有權按其認為適當的有關比例，重新分配全部或任何未獲認購的香港發售股份予國際發售。然而，倘香港公開發售及國際發售均未獲悉數認購，則全球發售將不會進行（除非承銷商按本招股章程及承銷協議的條款及條件認購或促使認購人認購全球發售項下已提呈但未獲認購的發售股份的相應適用比例）。

任何是項回補及國際發售與香港公開發售之間的重新分配將於因超額配股權（如有）獲行使而對發售股份數量作出任何調整前完成。

申請

香港公開發售的每名申請人均須在遞交的申請上承諾並確認，其本人及為其利益提出申請的任何人士並無、亦將不會申請或認購或表示有意申請或認購國際發售的任何發售股份，而倘上述承諾及／或確認遭違反及／或失實（視情況而定）或其已經或將獲得配售或分配國際發售的發售股份，則有關申請人的申請將不獲受理。

香港公開發售的申請人或須於申請時（視乎申請渠道而定）繳付最高發售價每股發售股份14.50港元，另加就每股發售股份應付的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及香港聯交所交易費。進一步詳情載於「如何申請香港發售股份」一節。

國際發售

初步提呈發售的國際發售股份數量

國際發售將包括初步提呈發售309,565,200股發售股份（佔全球發售項下初步可供認購的發售股份總數約89.0%）（可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定）。根據國際發售初步提呈發售的發售股份數量將佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數約13.2%，視乎國際發售與香港公開發售之間的發售股份任何重新分配而定（假設超額配股權未獲行使）。

分配

國際發售將包括向美國境內合資格機構買家及向機構及專業投資者以及預期對該等發售股份有龐大需求的其他投資者選擇性推銷發售股份。專業投資者一般包括經紀、交易商、日常業務涉及股份及其他證券買賣的公司（包括基金經理），以及定期投資股份及其他證券的企業實體。國際發售的發售股份分配將根據下文「定價及分配」所述的「累計投標」程序進行，且將取決於多項因素，其中包括需求程度及時間、相關投資者於相關行業的投資資產或股本資產總規模，以及預期有關投資者於發售股份在香港聯交所上市後會否增購發售股份及／或持有或出售發售股份。有關分配旨在使國際發售股份按能夠建立一個穩固的專業及機構股東基礎的基準進行分派，以符合本公司及其股東的整體利益。

全球發售的架構

整體協調人(為其本身及代表國際承銷商)或會要求根據國際發售已獲發售股份且已根據香港公開發售提出申請的任何投資者向整體協調人提供充足資料,以便彼等識別根據香港公開發售提出的有關申請,並確保將彼等從香港公開發售項下的任何發售股份申請中剔除。

重新分配

根據國際發售將發行或出售的發售股份總數或會因上文「香港公開發售－重新分配」所述的重新分配安排、超額配股權獲全部或部分行使及／或任何最初列入香港公開發售的未獲認購發售股份重新分配至國際發售而變動。

超額配股權

本公司預期將向國際承銷商授出超額配股權,可由整體協調人(為其本身及代表國際承銷商)自上市日期起至遞交香港公開發售申請截止日期後30日止全權酌情決定全部或部分行使,以要求本公司按發售價配發及發行最多合計52,173,800股發售股份(佔全球發售項下初步可供認購的發售股份約15.0%),以補足國際發售的超額分配(如有)。倘超額配股權獲悉數行使,則額外國際發售股份將佔緊隨全球發售完成及行使超額配股權後本公司經擴大已發行股本約2.2%。倘超額配股權獲行使,我們將會適時刊發公告。

穩定價格行動

穩定價格行動是承銷商在若干市場促銷證券分派而採用的做法。為穩定價格,承銷商可於特定期間內在二級市場競投或購入新發行的證券,從而減少並在可能情況下阻止有關證券的市價跌至低於發售價。於香港及多個其他司法權區,禁止旨在降低市場價格的活動,且採取穩定價格措施後的價格不得高於發售價。

就全球發售而言,在香港或其他地方適用法律容許的情況下,穩定價格操作人、其聯屬人士或代其行事之任何人士均可代表承銷商於上市日期後一段有限期間內超額分配或進行交易,藉以穩定或支持股份市價高於原應達至的水平。然而,穩定價格操

作人、其聯屬人士或代其行事的任何人士並無進行任何該等穩定價格行動的責任。倘進行該等穩定價格行動，則該等穩定價格行動(a)將由穩定價格操作人(或代其行事的任何人士)全權酌情並以穩定價格操作人合理認為符合本公司最佳利益的方式進行，(b)可隨時終止及(c)必須於遞交香港公開發售申請截止日期起30日內結束。

根據香港法例第571W章《證券及期貨(穩定價格)規則》(經修訂)，可在香港進行的穩定價格行動包括(i)超額分配以防止或盡量減少股份市價下跌；(ii)出售或同意出售股份建立淡倉以防止或盡量減少股份市價下跌；(iii)根據超額配股權購買或認購，或同意購買或認購發售股份，以將根據上文(i)或(ii)建立的任何持倉平倉；(iv)僅為防止或盡量減少發售股份市價下跌而購買或同意購買任何發售股份；(v)出售或同意出售任何發售股份以將上述購買所建立的任何倉盤平倉；及(vi)建議或意圖進行上文第(ii)、(iii)、(iv)或(v)段所述的任何事項。

具體而言，發售股份的有意申請人及投資者尤應注意：

- 穩定價格操作人、其聯屬人士或代其行事之任何人士或會因穩定價格行動而持有股份好倉；
- 現時不能確定穩定價格操作人，或代其行事之任何人士將持有有關好倉的數量或時間或期間；
- 穩定價格操作人、其聯屬人士或代其行事之任何人士對好倉進行平倉可能對股份市價造成不利影響；
- 用以支持股份價格的穩定價格行動不能超過穩定價格期間，而穩定價格期間由上市日期開始，預期將於遞交香港公開發售申請截止日期後第30日屆滿。該日後不會再進行任何穩定價格行動，而股份的需求量及股價可能下跌；
- 採取任何穩定價格行動，未必可使股價維持或高於發售價；及
- 因穩定價格行動而進行具穩定作用的買盤或入市，均可按與發售價相同或以下的價格進行，因此可按低於申請人或投資者購入股份的價格完成。

全球發售的架構

本公司將確保或促使於穩定價格期間屆滿後七日內遵照香港法例第571W章《證券及期貨(穩定價格)規則》刊發公告。

超額分配

就全球發售超額分配任何股份後，整體協調人、其聯屬人士或代其行事之任何人士可透過(其中包括)行使全部或部分超額配股權，動用穩定價格操作人、其聯屬人士或代其行事之任何人士於二級市場或透過下述借股安排或兼用上述方法購買的股份，以補足超額分配。任何該等購買將會依據香港有關穩定價格的法律、規則及規例作出。可超額分配的股份數量不超過超額配股權獲悉數行使時可配發及／或發行的股份數量，即52,173,800股股份，佔全球發售項下初步可供認購的發售股份約15.0%。

借股協議

為促成有關全球發售的超額分配(如有)的結算，穩定價格操作人(或其聯屬人士或代其行事之任何人士)可根據借股協議(預期由穩定價格操作人(或其聯屬人士或代其行事之任何人士)與華潤集團(飲料)於定價日或前後訂立)選擇向華潤集團(飲料)借入最多52,173,800股股份(為因超額配股權獲行使而可予出售的最高股份數量，佔全球發售項下初步可供認購的發售股份數量約15.0%)。如與華潤集團(飲料)訂立借股協議，借入股份將僅由穩定價格操作人(或其聯屬人士或代其行事之任何人士)進行，以結算國際發售中的超額分配。該借股安排不受上市規則第10.07(1)(a)條的限制約束，前提是遵守上市規則第10.07(3)條所載規定，即借股協議將僅用於在行使有關國際發售的超額配股權前彌補任何淡倉。

所借入的相同數量的股份必須於(a)可行使超額配股權的最後一日及(b)超額配股權獲悉數行使之日(以較早者為準)後的第三個營業日內退還予華潤集團(飲料)。上述借股安排將遵照適用法律、規則及監管規定進行。穩定價格操作人(或其聯屬人士或代其行事之任何人士)不會就該借股安排向華潤集團(飲料)支付任何款項。

定價及分配

國際承銷商將徵詢有意投資者擬在國際發售中認購發售股份的踴躍程度。有意的專業及機構投資者須表明擬根據國際發售按不同價格或特定價格認購的發售股份數量。此過程即「累計投標」，預期將持續至遞交香港公開發售申請截止日期並於該日或前後結束。

根據全球發售所進行各類發售的發售股份價格將由整體協調人（為其本身及代表承銷商）及本公司於定價日協定，定價日預期為2024年10月21日（星期一）或前後，惟無論如何不遲於2024年10月21日（星期一）中午十二時正，而根據各類發售將予分配的發售股份數量將於其後隨即釐定。

除非在不遲於遞交香港公開發售申請截止日期上午另行公告，否則發售價將不高於每股發售股份14.50港元且預期不低於每股發售股份13.50港元，詳見下文。香港公開發售的申請人或須於申請時（視乎申請渠道而定）支付最高發售價每股發售股份14.50港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費，一手買賣單位200股股份合計2,929.24港元。謹請有意投資者注意，於定價日釐定的發售價可能（但預期不會）低於本招股章程所述的指示性發售價範圍。

整體協調人（為其本身及代表香港承銷商）可於其認為合適的情況下，根據有意的專業及機構投資者在累計投標過程中的踴躍程度並經我們同意後，於遞交香港公開發售申請截止日期上午或之前隨時將發售股份數目及／或指示性發售價範圍下調至低於本招股章程中所述範圍。於此情況下，本公司將於作出有關下調決定後，在切實可行的情況下盡快且無論如何不遲於遞交香港公開發售申請截止日期上午在本公司網站（www.crbeverage.com）及聯交所網站（www.hkexnews.hk）刊登取消全球發售的公告。屆時，本公司將根據上市規則第11.13條的規定，按經修訂的發售股份數目及／或經修訂的發售價，通過補充或新招股章程重新啟動發售，同時在FINI平台上重新完成必要的交收程序。全球發售必須先行取消，隨後根據補充或新招股章程在FINI平台上重新啟動。倘並無任何有關公告或補充或新招股章程，發售股份數目將不會下調及／或發售價（如獲本公司與整體協調人協定）無論如何將不會超出本招股章程中所述的發售價範圍。

全球發售的架構

倘發售股份數目下調，則整體協調人可根據聯交所頒佈的《新上市申請人指南》第4.14章及上市規則第18項應用指引第4.2段酌情重新分配香港公開發售及國際發售中將予提呈發售的發售股份數目，惟香港公開發售的發售股份數目不得少於全球發售項下可供認購發售股份總數的10%。於若干情況下，香港公開發售中將予提呈發售的發售股份及國際發售中將予提呈發售的發售股份可由整體協調人酌情在該等發售之間重新分配。

最終發售價、國際發售踴躍程度、香港公開發售申請水平及香港公開發售項下發售股份的分配基準，預期將於2024年10月22日（星期二）在本公司網站(www.crbeverage.com)及香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)公佈。

承銷

香港公開發售由香港承銷商根據香港承銷協議的條款悉數承銷，並須待本公司與整體協調人（為其本身及代表承銷商）於定價日協定發售價後，方可作實。

我們預期本公司將於定價日訂立有關國際發售的國際承銷協議。

香港承銷協議及國際承銷協議項下的承銷安排於「承銷」一節概述。

全球發售的條件

所有發售股份的申請須待下列條件獲達成後，方獲接納：

- (a) 香港聯交所批准已發行及根據全球發售將予發行的股份於香港聯交所主板上市及買賣，而有關批准其後並無於上市日期前遭撤回或撤銷；
- (b) 整體協調人已（為其自身及代表承銷商）與我們協定發售價；
- (c) 於定價日或前後簽訂及交付國際承銷協議；及
- (d) 承銷商於各承銷協議項下的責任成為並仍為無條件，且並無根據各承銷協議條款終止，

上述條件均須於有關承銷協議指定的日期及時間或之前達成（除非該等條件於所述日期及時間或之前獲有效豁免並以此為限）。

全球發售的架構

倘整體協調人（為其本身及代表承銷商）與我們因任何理由於2024年10月21日（星期一）中午十二時正前未能協定發售價，則全球發售將不會進行並將告失效。

香港公開發售及國際發售各自須待（其中包括）另一項成為無條件且並無根據其條款終止，方告完成。

倘上述條件未能在指定時間及日期前達成或獲豁免，則全球發售將告失效，並須即時知會香港聯交所。我們將盡快於本公司網站(www.crbeverage.com)及香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)公佈或安排公佈香港公開發售失效的通告。在該情況下，所有申請股款將按「如何申請香港發售股份－D. 寄發／領取股票及退回申請股款」一節所載條款不計利息退還。同時，所有申請股款將以於收款銀行或根據香港法例第155章銀行業條例（經修訂）獲發牌的其他香港銀行開立的獨立銀行賬戶持有。

僅於上市日期上午八時正之前的任何時間，全球發售在所有方面均成為無條件（包括承銷協議並無根據其條款終止），就香港發售股份發行的股票方會於上市日期上午八時正生效。

股份將合資格獲納入中央結算系統

待股份獲准於香港聯交所上市及買賣，且符合香港結算的股份收納規定，股份將獲香港結算接納為合資格證券，可自上市日期或於香港結算釐定的任何其他日期起在中央結算系統記存、結算及交收。香港聯交所參與者之間的交易須於任何交易日後第二個結算日在中央結算系統內交收。在中央結算系統內進行的所有活動均須遵守不時生效的《香港結算一般規則》及《香港結算運作程序規則》。

我們已作出一切必要安排，以使股份獲納入中央結算系統。投資者應諮詢其股票經紀或其他專業顧問的意見，以了解該等交收安排的詳情以及該等安排將如何影響其權利及權益。

買賣安排

假設香港公開發售於2024年10月23日（星期三）上午八時正或之前在香港成為無條件，預期股份將於2024年10月23日（星期三）上午九時正在香港聯交所開始買賣。

股份將以每手200股股份為買賣單位於香港聯交所主板進行買賣。股份的股份代號將為2460。

致香港公開發售股份投資者的重要提示

全電子化申請程序

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。申請程序如下。

本招股章程於聯交所網站www.hkexnews.hk「披露易> 新上市> 新上市資料」一欄及我們的網站www.crbeverage.com可供閱覽。

本招股章程的內容與根據《公司(清盤及雜項條文)條例》第342C條送呈香港公司註冊處處長登記的招股章程相同。

A. 申請香港發售股份

1. 可提出申請的人士

如閣下或閣下為其利益提出申請的人士符合以下條件，可申請認購香港發售股份：

- 18歲或以上；及
- 擁有香港地址(僅就網上白表服務而言)。

除非上市規則容許或聯交所已向我們授出豁免及／或同意，否則倘閣下或閣下為其利益提出申請的任何人士為下列人士，則閣下不得申請任何香港發售股份：

- 為現有股東或緊密聯繫人；或
- 為董事或其任何緊密聯繫人。

如何申請香港發售股份

2. 申請渠道

香港公開發售期間將於2024年10月15日(星期二)上午九時正開始，並於2024年10月18日(星期五)中午十二時正(香港時間)結束。

閣下可使用下列其中一個申請渠道申請香港發售股份：

申請渠道	平台	目標投資者	申請時間
網上白表服務 ...	www.hkeipo.hk 。	有意收取實物股票的投資者。成功申請的香港發售股份將以閣下本身的名義配發及發行。	2024年10月15日(星期二)上午九時正至2024年10月18日(星期五)上午十一時三十分(香港時間)。 全數繳付有關申請股款的截止時間為2024年10月18日(星期五)中午十二時正(香港時間)。
香港結算EIPO渠道	閣下身為香港結算參與者的經紀或託管商將按照閣下的指示透過香港結算的FINI系統代表閣下提交EIPO申請。	無意收取實物股票的投資者。成功申請的香港發售股份將以香港結算代理人的名義配發及發行，並直接存入中央結算系統，以記存於閣下指定的香港結算參與者股份戶口。	就發出有關指示的最早及截止時間聯絡閣下的經紀或託管商，而有關指示可能因經紀或託管商而異。

網上白表服務及香港結算EIPO渠道設施均存在能力局限及服務中斷的可能，閣下宜避免待到香港發售股份申請截止日期方提出申請。

就通過網上白表服務提出申請的人士而言，閣下一經就本身或為閣下利益而通過網上白表服務發出申請香港發售股份的任何申請指示並完成支付相關股款，即被視為已提出實際申請。倘閣下為其利益發出電子申請指示的人士，則閣下將被視為已聲明僅為閣下的利益發出一項電子申請指示。倘閣下為他人的代理，則閣下將被視為已聲明閣下僅為閣下作為代理的人士的利益發出一項電子申請指示，且已獲正式授權作為代理發出該等指示。

為免生疑問，根據網上白表服務發出超過一份申請指示，並取得不同付款參考編號，但並無就某特定參考編號全數繳足股款，則不構成實際申請。

倘閣下通過網上白表服務提出申請，則閣下被視為已授權網上白表服務供應商按本招股章程所載條款及條件（經網上白表服務的條款及條件補充及修訂）提出申請。

指示閣下的經紀或託管商通過香港結算EIPO渠道代表閣下申請香港發售股份後，閣下（如屬聯名申請人，則各申請人共同及個別）即被視為已指示及授權香港結算促使香港結算代理人（作為有關香港結算參與者的代名人）代表閣下申請香港發售股份，並代表閣下作出本招股章程及其任何補充文件所述的全部事項。

就通過香港結算EIPO渠道提出申請者而言，閣下或為閣下利益而向香港結算發出的任何申請（在此情況下，香港結算代理人將代表閣下提出申請）將被視為已提出實際申請，惟有關申請指示於香港公開發售截止時間前並無撤回或在其他情況下失效。

香港結算代理人將僅作為閣下的代名人行事，而香港結算或香港結算代理人均毋須就香港結算或香港結算代理人代表閣下採取的任何行動或本招股章程的任何條款及條件的任何違反對閣下或任何其他人士承擔任何責任。

3. 申請所需的資料

閣下須於申請時提供以下資料：

個人申請人	公司申請人
<ul style="list-style-type: none">閣下的身份證明文件所示的全名²身份證明文件簽發國家或司法權區身份文件類別，按優先次序排列：<ul style="list-style-type: none">i. 香港身份證；或ii. 國民身份證明文件；或iii. 護照；及身份證明文件號碼	<ul style="list-style-type: none">閣下的身份證明文件所示的全名²身份證明文件簽發國家或司法權區身份文件類別，按優先次序排列：<ul style="list-style-type: none">i. 法人實體識別碼註冊文件；或ii. 註冊成立證書；或iii. 商業登記證；或iv. 其他同等文件；及身份證明文件號碼

附註：

- 倘閣下通過網上白表服務提出申請，閣下須提供有效的電郵地址、聯絡電話號碼及香港地址。閣下亦須聲明閣下提供的身份資料符合下文附註2所述的規定。特別是，倘閣下無法提供香港身份證號碼，則必須確認閣下並無持有香港身份證。聯名申請人人數不得超過四名。倘閣下為商號，則須以個人成員名義提出申請。
- 申請人必須使用其身份證明文件所示的全名。倘申請人的身份證明文件載有英文及中文名稱，則須同時使用英文及中文名稱。否則，本公司將接納英文或中文名稱。申請人須嚴格遵從其身份證明文件類別的優先次序，倘個人申請人持有有效的香港身份證，則於申請認購公開發售的股份時必須使用香港身份證號碼。同樣地，倘實體擁有法人實體識別碼，則須使用法人實體識別碼。
- 倘申請人為受託人，則須取得上文所載受託人的客戶身份資料（「客戶身份資料」）。倘申請人為投資基金（即集體投資計劃，或CIS），則須提供在經紀處開設交易賬戶的資產管理公司或個人基金（如適用）的客戶身份資料（如上文所述）。
- 根據市場慣例，FINI上的聯名賬戶持有人人數最高上限為4名。

如何申請香港發售股份

- 倘閣下作為代名人提出申請，則閣下必須提供：(i)全名(如身份證明文件所示)、身份證明文件的簽發國家或司法權區、身份證明文件類別；及(ii)各實益擁有人(或如屬聯名實益擁有人，則為各聯名實益擁有人)的身份證明文件號碼。倘閣下並無填寫上述資料，則有關申請將被視為以閣下的利益提出。
- 倘閣下作為非上市公司提出申請，而(i)該公司的主要業務為買賣證券；及(ii)閣下對該公司行使法定控制權，則有關申請將被視為以閣下的利益提出，且閣下須於上述申請中提供所需資料。

「非上市公司」指其股本證券並無在聯交所或任何其他證券交易所上市的公司。

「法定控制權」指閣下：

- 控制該公司董事會的組成；
- 控制該公司一半以上的投票權；或
- 持有該公司一半以上的已發行股本(不包括無權參與超逾指定金額以外的利潤或資本分派的任何部分股本)。

就通過香港結算EIPO渠道提出申請並根據授權書提出申請的人士而言，我們及作為我們代理的整體協調人可酌情考慮是否按我們認為合適的任何條件(包括出示授權人士的授權證明)接納有關申請。

未能提供任何所需資料可能導致閣下的申請遭拒絕受理。

4. 獲准申請的香港發售股份數目

每手買賣單位 : 200股

獲准申請的香港發售股份數目及申請／成功配發時應付款項 : 香港發售股份僅可以特定每手買賣單位申請。請參閱下表有關各特定每手買賣單位的應付金額。

最高發售價為每股股份14.50港元。

倘閣下透過香港結算EIPO渠道提出申請，閣下須根據閣下的經紀或託管商所指定的金額(根據香港適用法例及法規釐定)為閣下的申請提供資金。

如何申請香港發售股份

指示 閣下的經紀或託管商透過香港結算EIPO渠道代表 閣下申請香港發售股份後， 閣下（如屬聯名申請人，則各申請人共同及個別）即被視為已指示及授權香港結算促使香港結算代理人（作為相關香港結算參與者的代名人）安排從 閣下的經紀或託管商於指定銀行的相關代名人銀行賬戶中扣除款項，以支付最終發售價、經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。

倘 閣下透過網上白表服務提出申請， 閣下可參閱下表了解 閣下所選股份數目的應付金額。 閣下須於申請香港發售股份時悉數支付相關的應付最高金額。

所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元	所申請 香港發售 股份數目	申請／成功 配發股份時 應付最高 金額 ⁽²⁾ 港元
200	2,929.24	6,000	87,877.40	100,000	1,464,623.26	5,000,000	73,231,162.50
400	5,858.50	7,000	102,523.62	200,000	2,929,246.50	6,000,000	87,877,395.00
600	8,787.73	8,000	117,169.85	300,000	4,393,869.76	7,000,000	102,523,627.50
800	11,716.99	9,000	131,816.09	400,000	5,858,493.00	8,000,000	117,169,860.00
1,000	14,646.23	10,000	146,462.33	500,000	7,323,116.26	9,000,000	131,816,092.50
1,200	17,575.48	20,000	292,924.66	600,000	8,787,739.50	10,000,000	146,462,325.00
1,400	20,504.73	30,000	439,386.98	700,000	10,252,362.76	12,000,000	175,754,790.00
1,600	23,433.97	40,000	585,849.30	800,000	11,716,986.00	14,000,000	205,047,255.00
1,800	26,363.21	50,000	732,311.63	900,000	13,181,609.26	16,000,000	234,339,720.00
2,000	29,292.46	60,000	878,773.96	1,000,000	14,646,232.50	19,130,400 ⁽¹⁾	280,188,286.22
3,000	43,938.70	70,000	1,025,236.28	2,000,000	29,292,465.00		
4,000	58,584.94	80,000	1,171,698.60	3,000,000	43,938,697.50		
5,000	73,231.17	90,000	1,318,160.93	4,000,000	58,584,930.00		

(1) 閣下可申請認購的香港發售股份最高數目，即初步提呈發售的香港發售股份的約50%。

- (2) 應付金額包括經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。倘閣下的申請獲接納，經紀佣金將支付予交易所參與者（定義見上市規則）或網上白表服務供應商（就透過網上白表服務供應商的申請渠道作出的申請而言），而證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費將分別支付予證監會、聯交所及會財局。

5. 禁止重複申請

除非閣下為代名人並按本節「A. 申請香港發售股份 - 3. 申請所需的資料」一段規定在申請時提供有關投資者的資料，否則閣下或閣下的聯名申請人不得為閣下本身的利益提出超過一份申請。倘閣下疑屬遞交或安排遞交超過一份申請，閣下的所有申請將遭拒絕受理。

透過(i)網上白表服務；(ii)香港結算EIPO渠道；或(iii)同時透過兩種渠道作出的重複申請均被禁止並將遭拒絕受理。倘閣下透過網上白表服務或香港結算EIPO渠道提出申請，則閣下或閣下為其利益提出申請的人士不得進一步申請任何全球發售中的發售股份。

香港股份過戶登記處將所有申請錄入到其系統中，並根據證券登記公司總會有限公司發佈的《處理重複／疑屬重複申請的最佳應用指引》，憑藉相同的名稱及身份證件號碼對疑似重複申請進行識別。

由於申請須遵守個人資料收集聲明，顯示的身份證明文件號碼乃予以編纂。

6. 申請的條款及條件

一經通過網上白表服務或香港結算EIPO渠道申請香港發售股份，閣下（或香港結算代理人代表閣下作出以下事項（視情況而定））：

- (i) 承諾簽立所有相關文件，並指示及授權我們及／或整體協調人作為我們的代理為閣下簽立任何文件，並代表閣下處理一切必要事務，以便根據《組織章程細則》的規定，以閣下或香港結算代理人的名義登記閣下獲分配的任何香港公開發售股份，及（倘若閣下通過香港結算EIPO渠道提出申請）代表閣下將所配發的香港公開發售股份直接存入中央結算系統，記存於閣下指定的香港結算參與者的股份戶口；
- (ii) 確認閣下已閱讀並了解本招股章程及網上白表服務的指定網站（或閣下與閣下經紀或託管商訂立的協議（視乎情況而定））所載的條款及條件以及申請程序，並同意受其約束；

- (iii) (倘若閣下通過香港結算EIPO渠道提出申請)同意閣下的經紀或託管商與香港結算訂立的參與者協議所載列的安排、承諾及保證，並遵從《香港結算一般規則》及《香港結算運作程序規則》發出申請香港發售股份的申請指示；
- (iv) 確認閣下知悉本招股章程內有關發售及銷售股份的限制，而該等限制並不適用於閣下或閣下為其利益提出申請的人士；
- (v) 確認閣下已細閱本招股章程及其任何補充文件，且於提出申請(或促使提出閣下的申請(視乎情況而定))時僅依據當中載列的資料及陳述，而不會依賴任何其他資料或陳述；
- (vi) 同意聯席保薦人、整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、承銷商、彼等各自的董事、高級職員、僱員、合作夥伴、代理人、顧問及全球發售涉及的任何方(「**相關人士**」)、香港股份過戶登記處及香港結算均毋須對本招股章程以及其任何補充文件並未載列的任何資料及陳述承擔責任；
- (vii) 同意就本節「-G. 個人資料-3. 目的」及「-G. 個人資料-4. 轉交個人資料」一段所述目的向我們、相關人士、香港股份過戶登記處、香港結算、香港結算代理人、聯交所、證監會及任何其他法定監管機關或政府部門或遵照其他法例、規則或規定披露閣下的申請詳情及個人資料，以及任何其他可能須提供的有關閣下及閣下為其利益而提出申請的人士的個人資料；
- (viii) 同意(在不影響閣下的申請(或香港結算代理人的申請(視乎情況而定))一經接納後閣下可能擁有的任何其他權利的情況下)閣下不會因無意的失實陳述而撤銷申請；
- (ix) 同意在《公司(清盤及雜項條文)條例》第44A(6)條的規限下，由閣下或香港結算代理人代表閣下提出的申請一經接納即不可撤回，而申請獲接納與否將以香港股份過戶登記處按本節「-B. 公佈結果」一段訂明的時間及方式公佈抽籤結果作為憑證；

- (x) 確認 閣下知悉本節「C. 閣下將不獲分配香港發售股份的情況」一段所述的情況；
- (xi) 同意 閣下的申請或香港結算代理人的申請、任何對申請的接納及由此產生的合約均受香港法例規管及按其詮釋；
- (xii) 同意遵守《公司條例》、《公司(清盤及雜項條文)條例》、《組織章程細則》以及香港以外任何地區適用於 閣下的申請的法例，且我們或相關人士一概不會因接納 閣下的購買要約，或 閣下在本招股章程所載的條款及條件項下的權利及責任所引致的任何行動，而違反香港境內及／或境外的任何法例；
- (xiii) 確認(a) 閣下的申請或香港結算代理人代表 閣下提出的申請並非由本公司、本公司或其任何子公司的任何董事、最高行政人員、主要股東或現有股東或彼等的任何緊密聯繫人直接或間接出資；及(b) 閣下並非慣於亦不會慣於接收本公司、本公司或其任何子公司的任何董事、最高行政人員、主要股東或現有股東或彼等的任何緊密聯繫人就有關以 閣下名義登記的股份或由 閣下以其他方式持有的股份的收購、出售、投票表決或以其他方式進行的處置作出的指示；
- (xiv) 保證 閣下提供的資料真實及準確；
- (xv) 確認 閣下明白我們及整體協調人將依賴 閣下的聲明及陳述，以決定是否向 閣下分配任何香港發售股份，而倘若 閣下作出虛假聲明，則可能被檢控；
- (xvi) 同意接納所申請數目或根據申請分配予 閣下的任何較少數目香港發售股份；
- (xvii) 聲明及表示此乃 閣下為 閣下本身或 閣下為其利益而提出申請的人士所提出及擬提出的唯一申請；
- (xviii) (如申請是為 閣下本身的利益提出) 保證 閣下不曾亦不會為 閣下的利益直接或間接向香港結算發出電子申請指示或透過網上白表服務供應商的申請渠道或交由作為 閣下代理的任何人士或任何其他人士而提出其他申請；及

- (xix) (倘若閣下作為代理為另一人士的利益提出申請) 保證(1) 閣下(作為代理或為該人士利益) 或該人士或任何其他作為該人士代理的人士不曾亦不會向香港結算及網上白表服務供應商發出電子申請指示提出其他申請；及(2) 閣下獲正式授權作為該人士的代理代為發出電子申請指示。

B. 公佈結果

分配結果

閣下可透過以下方式查詢閣下是否獲成功分配任何香港發售股份：

平台	日期／時間
----	-------

透過網上白表服務或香港結算EIPO渠道申請：

網站	通過 www.hkeipo.hk/IPOResult (或 www.tricor.com.hk/ipo/result) 的「配發結果」頁面使用「按身份識別號碼搜尋」功能查閱。	24小時，2024年10月22日(星期二)下午十一時正至2024年10月28日(星期一)午夜十二時正(香港時間)。
----	---	---

有關(i)使用網上白表服務及香港結算EIPO渠道的全部或部分成功申請；及(ii)有條件配發予彼等的香港發售股份數目的完整名單(其中包括其他事項)將於www.hkeipo.hk/IPOResult或www.tricor.com.hk/ipo/result內顯示。

聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.crbeverage.com 將提供香港股份過戶登記處上述網站的鏈接。	不遲於2024年10月22日(星期二)下午十一時正(香港時間)。
---	----------------------------------

如何申請香港發售股份

平台	日期／時間
電話	+852 3691 8488－香港股份過戶登記處提供的分配結果電話查詢熱線
	2024年10月23日(星期三)至 2024年10月28日(星期一) (香港時間)營業日上午九時 正至下午六時正。

倘若閣下透過香港結算EIPO渠道提出申請，則亦可由2024年10月21日(星期一)下午六時正(香港時間)起向閣下的經紀或託管商查詢。

香港結算參與者於2024年10月21日(星期一)下午六時正(香港時間)起全日24小時均可登錄FINI查看分配結果，如有任何資料不符，須在可行的情況下盡快知會香港結算。

分配公告

我們預期將不遲於2024年10月22日(星期二)下午十一時正(香港時間)前在聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.crbeverage.com 公佈最終發售價、全球發售的踴躍程度、香港公開發售的申請認購水平及香港發售股份的分配基準的結果。

C. 閣下將不獲分配香港發售股份的情況

閣下應注意，在下列情況中，閣下或閣下為其利益提出申請的人士將不獲分配香港開發售股份：

1. 倘閣下的申請遭撤回：

閣下的申請或香港結算代理人代表閣下提出的申請可根據《公司(清盤及雜項條文)條例》第44A(6)條撤回。

2. 倘我們或我們的代理行使酌情權拒絕閣下的申請：

我們、整體協調人、香港股份過戶登記處及彼等各自的代理及代名人可全權酌情拒絕或接納任何申請，或僅接納任何部分的申請，而毋須就此提供任何理由。

3. 倘香港發售股份的分配無效：

倘聯交所並無在下列期間內批准股份上市，香港發售股份的分配即告無效：

- 截止辦理申請登記日期起計三個星期內；或
- 倘聯交所在截止辦理申請登記日期後三個星期內知會我們有關較長期間，則於不超過截止辦理申請登記日期後六個星期的較長期間內。

4. 倘：

- 閣下提出重複或疑屬重複申請。有關重複申請的定義，請參閱本節「— A. 申請香港發售股份 — 5. 禁止重複申請」一段；
- 閣下的申請指示不完整；
- 閣下並無正確付款（或確認資金，視情況而定）；
- 承銷協議並無成為無條件或被終止；
- 我們或整體協調人認為 閣下的申請將導致其或我們違反適用的證券法或其他法例、規則或法規。

5. 倘若配發股份的股款結算失敗：

根據香港結算參與者與香港結算協定的安排，香港結算參與者須於抽籤進行前已在其指定銀行中預留充足的申請資金。香港發售股份抽籤完畢後，收款銀行會從香港結算參與者的指定銀行收取用於結算每名香港結算參與者實際獲配發的香港發售股份所需的金額。

股款有結算失敗的風險。萬一發生代表 閣下結算配發股份股款的香港結算參與者（或其指定銀行）結算款項失敗的極端情況，香港結算將聯絡違約香港結算參與者及其指定銀行確定結算失敗的原因，並要求該違約香港結算參與者糾正或促使其糾正結算失敗的問題。

如何申請香港發售股份

然而，倘若上述結算責任確定未能履行，受影響的香港發售股份將重新分配至全球發售。閣下透過經紀或託管商申請的香港發售股份可能會受影響（視乎結算失敗的程度）。在極端情況下，閣下會因該香港結算參與者結算股款失敗而不獲分配任何香港發售股份。閣下若因股款結算失敗而不獲分配香港發售股份，我們、相關人士、香港股份過戶登記處及香港結算現時及日後一概不負責。

D. 寄發／領取股票及退回申請股款

閣下將就香港發售中獲配發的全部香港發售股份獲發一張股票（透過香港結算EIPO渠道作出的申請所獲發的股票則如下文所述存入中央結算系統）。

我們不就股份發出臨時所有權文件，亦不就申請時繳付的款項發出收據。

僅於全球發售已成為無條件且「承銷」一節所述的終止權利未獲行使的情況下，股票方會於2024年10月23日（星期三）上午八時正（香港時間）成為有效證書。投資者如在獲發股票前或股票成為有效證書前買賣股份，須自行承擔一切風險。

我們保留權利在申請股款結算前保留任何股票及（如適用）任何多收申請股款。

以下載列相關程序及時間：

	網上白表服務	香港結算EIPO渠道
寄發／領取股票¹		
申請認購1,000,000股 或以上香港發售股份	親臨香港股份過戶登記處 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) 領取	股票將以香港結算代理人的 名義發出，並存入中央結 算系統，記存於 閣下指 定的香港結算參與者的股 份戶口
	時間： 2024年10月23日 (星期三) 上午九時正至 下午一時正 (香港時間)	

如何申請香港發售股份

網上白表服務

香港結算EIPO渠道

如閣下為個人申請人，閣下不得授權任何其他人士代為領取。如閣下為公司申請人，閣下的授權代表須攜同蓋上公司印鑑的公司授權書領取

閣下毋須採取任何行動

個人及授權代表均須於領取時出示香港股份過戶登記處接納的身份證明文件

附註：如閣下未於上述領取時間親身領取股票，有關股票將以普通郵遞方式寄往有關申請指示所示地址，郵誤風險由閣下承擔

**申請少於1,000,000股
香港發售股份**

股票將以普通郵遞方式寄往有關申請指示所示地址，郵誤風險由閣下承擔

日期：2024年10月22日（星期二）

多收申請股款的退款機制

日期

2024年10月23日（星期三）視乎閣下與閣下經紀或託管商之間的安排

責任人士

香港股份過戶登記處 閣下的經紀或託管商

如何申請香港發售股份

	網上白表服務	香港結算EIPO渠道
透過單一銀行賬戶 繳付申請股款	向閣下指定的銀行賬戶 發出網上白表電子自動 退款指示	閣下的經紀或託管商將根 據閣下與其協定的安排 向閣下指定的銀行賬戶 退款
透過多個銀行賬戶 繳付申請股款	退款支票將通過普通郵遞 方式寄往申請指示所示 地址，郵誤風險由閣 下承擔	

¹ 除於2024年10月22日(星期二)上午香港懸掛八號或以上熱帶氣旋警告信號、黑色暴雨警告信號及／或於超強颱風後發出「極端情況」公告，導致相關股票無法及時寄發予香港結算外，本公司將促使香港股份過戶登記處根據彼等協定的應急安排交付支持文件及股票。閣下可參閱本節「E. 惡劣天氣下的安排」。

E. 惡劣天氣下的安排

開始及截止辦理申請登記

倘香港於2024年10月18日(星期五)上午九時正至中午十二時正期間任何時間發出：

- 懸掛八號或以上熱帶氣旋警告信號；
- 黑色暴雨警告；及／或
- 極端情況

(統稱「惡劣天氣信號」)，

則我們不會於2024年10月18日(星期五)開始或截止辦理申請登記。

改為在下一個上午九時正至中午十二時正期間任何時間香港再無發出惡劣天氣信號的營業日上午十一時四十五分至中午十二時正期間開始辦理申請登記及／或於中午十二時正截止辦理申請登記。

有意投資者務須注意，延遲開始／截止辦理認購申請可能會令上市日期有所延誤。如本招股章程「預期時間表」一節所述的日期有變，我們會於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.crbeverage.com 登載經修訂時間表的公告。

倘惡劣天氣信號於2024年10月22日(星期二)懸掛，股份過戶登記處會作出適當的安排，將股票發送至中央結算系統證券存管處的服務櫃檯，以供在2024年10月23日(星期三)買賣。

倘惡劣天氣信號於2024年10月22日(星期二)懸掛，就少於1,000,000股香港發售股份的申請而言，實體股票將於惡劣天氣信號除下或取消後(如於2024年10月22日(星期二)下午或2024年10月23日(星期三)當日)且郵政服務恢復後以普通郵遞方式寄出。

倘惡劣天氣信號於2024年10月23日(星期三)懸掛，就1,000,000股或以上香港發售股份的申請而言，閣下可於惡劣天氣信號除下或取消後(如於2024年10月23日(星期三)下午或2024年10月24日(星期四)當日)親臨香港股份過戶登記處領取實體股票。

有意投資者務須注意，若選擇收取以本身名義發出的實體股票，收到股票的時間或會較遲。

F. 股份獲准納入中央結算系統

倘若聯交所批准股份於聯交所上市及買賣，而我們亦符合香港結算的股份收納規定，股份將獲香港結算接納為合資格證券，自股份開始買賣日期或香港結算選擇的其他日期起可在中央結算系統內寄存、結算及交收。交易所參與者之間的交易須於交易日後第二個結算日在中央結算系統進行交收。

所有在中央結算系統進行的活動均須符合不時生效的《香港結算一般規則》及《香港結算運作程序規則》。

我們已作出一切讓股份獲准納入中央結算系統所需的必要安排。

閣下應就交收安排的詳情諮詢閣下的經紀或其他專業顧問的意見，因為該等安排或會影響到閣下的權利及權益。

G. 個人資料

以下個人資料收集聲明適用於本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行及相關人士所收集及持有有關閣下的任何個人資料，亦同樣適用於香港結算代理人以外的申請人的個人資料。有關個人資料可包括客戶識別編碼及閣下的身份資料。一經向香港結算發出申請指示，即表示閣下已閱讀、明白及同意以下個人資料收集聲明的所有條款。

1. 個人資料收集聲明

此項個人資料收集聲明是向香港發售股份的申請人和持有人說明有關本公司及其香港股份過戶登記處有關個人資料和香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》方面的政策和慣例。

2. 收集閣下個人資料的原因

香港發售股份申請人及登記持有人以本身名義申請香港發售股份或轉讓或受讓香港發售股份時或尋求香港股份過戶登記處的服務時，必須確保其向本公司或其代理及香港股份過戶登記處提供的個人資料屬準確及最新的資料。

未能提供所要求的資料或提供不準確的資料可能導致閣下申請香港發售股份被拒，或導致本公司或香港股份過戶登記處延遲或無法辦理股份過戶或以其他方式提供服務。此舉亦可能妨礙或延遲登記或轉讓閣下成功申請的香港發售股份及／或寄發閣下有權獲發的股票。

香港發售股份申請人及持有人所提供的個人資料如有任何不準確之處，須立即通知本公司及香港股份過戶登記處。

3. 目的

閣下的個人資料可為下列目的被採用及以任何方式持有、處理及／或保存：

- 處理閣下的申請及退款支票及網上白表電子自動退款指示(如適用)、核實是否符合本招股章程載列的條款和申請程序以及公佈香港發售股份的分配結果；

- 遵守香港及其他地區的適用法律及規定；
- 以股份持有人（包括香港結算代理人（如適用））的名義登記新發行股份或轉讓或受讓股份；
- 存置或更新本公司股東名冊；
- 核實股份申請人及持有人的身份以及辨識任何重複的股份申請；
- 促進香港發售股份抽籤程序；
- 確定股份持有人的受益權利，例如股息、供股和紅股等；
- 分發本公司及其子公司的通訊；
- 編製股份持有人的統計數據和資料；
- 披露有關資料以便就權益索償；及
- 與上述有關的任何其他附帶或相關目的及／或使本公司及香港股份過戶登記處能履行對股份申請人及持有人及／或監管機構承擔的責任及／或股份申請人及持有人不時同意的任何其他目的。

4. 轉交個人資料

本公司及香港股份過戶登記處所持有關香港發售股份申請人及持有人的個人資料將予以保密，惟本公司及香港股份過戶登記處可以在為達到上述任何目的之必要情況下，向下列任何人士披露、獲取或轉交（無論在香港境內或境外）有關個人資料：

- 本公司委任的代理，例如財務顧問、收款銀行和主要海外股份過戶登記處；
- 香港結算或香港結算代理人，彼等將會使用該等個人資料，並可能將該等個人資料轉交至香港證券登記處，於各種情況下用以根據其規則或程序提供服務或設施或執行其職能以及操作FINI及中央結算系統（包括香港發售股份申請人要求將有關股份存於中央結算系統）；
- 向本公司或香港股份過戶登記處提供與其各自業務營運有關的行政、電訊、電腦、付款或其他服務的任何代理、承包商或第三方服務供應商；

- 聯交所、證監會及任何其他法定監管機關或政府部門或遵照其他法例、規則或規定(包括就聯交所執行《上市規則》及證監會執行其法定職能等目的);及
- 香港發售股份持有人與其進行或擬進行交易的任何人士或機構,例如彼等的銀行、律師、會計師或股票經紀等。

5. 個人資料的保留

本公司及香港股份過戶登記處將按收集個人資料所需的用途保留香港發售股份申請人及持有人的個人資料。無需保留的個人資料將會根據香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》銷毀或處理。

6. 查閱和更正個人資料

香港發售股份申請人及持有人有權確定本公司或香港股份過戶登記處是否持有其個人資料,並有權索取有關該資料的副本及更正任何不準確資料。本公司和香港股份過戶登記處有權就處理任何查閱資料的要求收取合理費用。所有查閱資料或更正資料的要求應按本招股章程「公司資料」一節所披露的或不時通知的本公司及香港股份過戶登記處註冊地址,送交本公司的公司秘書或香港股份過戶登記處的私隱事務合規主任。

以下為本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)發出的報告文本(載於第I-1至I-65頁),以供載入本招股章程內。

Deloitte.**德勤**

致華潤飲料(控股)有限公司列位董事、UBS Securities Hong Kong Limited、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司及Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited有關歷史財務資料的會計師報告

緒言

我們呈報第I-4至I-65頁所載的華潤飲料(控股)有限公司(「貴公司」)及其子公司(統稱為「貴集團」)的歷史財務資料,其中包括 貴集團於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日的合併財務狀況表、 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日的財務狀況表,以及 貴集團截至2023年12月31日止三個年度各年以及截至2024年4月30日止四個月(「往績記錄期間」)的合併損益及其他綜合收益表、合併權益變動表及合併現金流量表,以及重大會計政策資料概要及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第I-4至I-65頁所載的歷史財務資料構成本報告的一部分,乃編製以收錄於 貴公司於2024年10月15日就 貴公司在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板進行首次股份上市而刊發的招股章程(「招股章程」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製作出真實公平反映的歷史財務資料,並落實 貴公司董事認為必需的內部控制,以確保於編製歷史財務資料時不存在重大錯誤陳述(不論是否由於欺詐或錯誤導致)。

申報會計師的責任

我們的責任為就歷史財務資料發表意見,並向 閣下匯報我們的意見。我們根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函

內就歷史財務資料出具的會計師報告」開展工作。該準則規定我們須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料是否存在重大錯誤陳述作出合理保證。

我們的工作涉及執程序以獲取與歷史財務資料內金額及披露事項有關的憑證。選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估歷史財務資料出現重大錯誤陳述（不論是否由於欺詐或錯誤導致）的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮有關實體根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製作出真實公平反映的歷史財務資料的內部控制，以設計於各類情況下適當的程序，惟並非就實體內部控制的成效提出意見。我們的工作亦包括評估 貴公司董事所採用的會計政策是否恰當及所作出的會計估計是否合理，以及評估歷史財務資料的整體呈列。

我們相信，我們所獲得的憑證屬充分及恰當，可為我們的意見提供基準。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料真實公平反映 貴集團及 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日的財務狀況、及根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製的 貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

審閱追加期間的比較財務資料

我們已審閱 貴集團追加期間的比較財務資料，此等比較財務資料包括截至2023年4月30日止四個月的合併損益及其他綜合收益表、合併權益變動表及合併現金流量表以及其他解釋資料（「追加期間的比較財務資料」）。 貴公司董事負責根據歷史財務資料附註2所載編製及呈列基準編製及呈列追加期間的比較財務資料。我們的責任為根據我們的審閱，對追加期間的比較財務資料作出結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。審閱包括主要向負責財務及會計事項的人士作出查詢，以及應用分析及其他審閱程序。審閱的範圍遠小於根據香港審計準則進行審計的範圍，故我們無法保證我們將知悉在審

計中所有可能被發現的重大事項。因此，我們不會發表審計意見。根據我們的審閱，我們並無發現任何事項令我們相信，就會計師報告而言，追加期間的比較財務資料在各重大方面未有根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準擬備。

根據聯交所證券上市規則及《公司(清盤及雜項條文)條例》須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-3頁界定的相關財務報表作出調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註12，當中載有有關 貴公司於往績記錄期間宣派股息的資料。

德勤•關黃陳方會計師行

執業會計師

香港

2024年10月15日

貴集團歷史財務資料

歷史財務資料編製

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的主要部分。

歷史財務資料所依據的 貴集團於往績記錄期間的合併財務報表乃根據與香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）一致的會計政策編製，且我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審核（「相關財務報表」）。

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有金額約整至最接近的千位（「人民幣千元」）。

合併損益及其他綜合收益表

	附註	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
		2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
收入	6	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831
銷售成本		(6,368,515)	(7,363,672)	(7,479,514)	(2,231,815)	(2,194,689)
毛利		4,971,366	5,259,104	6,035,214	1,707,782	1,955,142
其他收入	7	295,956	340,172	367,246	83,939	76,291
其他收益及虧損	8	(10,577)	(3,187)	(14,622)	(1,468)	1,060
預期信貸虧損模式下的減值虧損 (扣除撥回)		9,480	(27,222)	(3,817)	(4,421)	(745)
經銷及銷售費用		(3,756,727)	(3,877,617)	(4,086,510)	(1,152,763)	(1,274,481)
行政開支		(253,238)	(265,029)	(300,562)	(109,413)	(97,784)
研發成本		(48,979)	(49,179)	(61,510)	(9,954)	(13,065)
財務成本	9	(1,782)	(1,617)	(42,516)	(15,150)	(731)
上市開支		—	—	(14,490)	—	(14,066)
稅前利潤		1,205,499	1,375,425	1,878,433	498,552	631,621
所得稅開支	10	(347,358)	(386,704)	(547,063)	(142,766)	(170,955)
年／期內利潤	11	858,141	988,721	1,331,370	355,786	460,666
歸屬於以下的利潤(虧損)：						
— 貴公司擁有人		858,141	989,808	1,329,341	356,654	446,679
— 非控股權益		—	(1,087)	2,029	(868)	13,987
		858,141	988,721	1,331,370	355,786	460,666
其他綜合(開支)收益：						
其後將不會重新分類至損益的項目：						
功能貨幣換算為呈列貨幣的						
匯兌差額		(134,320)	443,543	95,270	(67,463)	14,636
其後可能重新分類至損益的項目：						
換算海外業務而產生的匯兌差額		135,759	(443,557)	(95,318)	67,571	(14,730)
年／期內綜合收益總額		859,580	988,707	1,331,322	355,894	460,572
歸屬於以下的綜合收益(開支)總額：						
— 貴公司擁有人		859,580	989,794	1,329,293	356,762	446,585
— 非控股權益		—	(1,087)	2,029	(868)	13,987
		859,580	988,707	1,331,322	355,894	460,572
每股收益(人民幣元)：						
基本	13	0.43	0.49	0.66	0.18	0.22

合併財務狀況表

	附註	於12月31日			於4月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產					
物業、廠房及設備	15	1,383,153	2,007,978	4,809,703	5,506,292
使用權資產	16	182,254	463,799	518,035	554,192
遞延稅項資產	18	256,894	310,179	243,463	205,570
購置物業、廠房及設備					
以及租賃土地的按金 ...		66,295	189,325	292,566	161,179
定期銀行存款	21	–	–	1,577,055	1,594,003
其他非流動資產		760	3,069	2,955	2,776
		<u>1,889,356</u>	<u>2,974,350</u>	<u>7,443,777</u>	<u>8,024,012</u>
流動資產					
存貨	19	414,089	588,120	377,380	366,898
貿易及其他應收款項	20	505,343	563,601	682,869	679,445
可收回所得稅		136,937	119,633	102,705	84,694
應收同系子公司款項	30	4,231,684	3,536,591	–	–
應收直接控股公司款項 ...	30	19,928	21,875	22,192	22,237
應收中間控股公司款項 ...	30	736	741	742	–
定期銀行存款	21	207,557	292,302	2,297,391	2,306,773
現金及現金等價物	21	1,682,810	2,507,631	2,074,698	2,189,873
		<u>7,199,084</u>	<u>7,630,494</u>	<u>5,557,977</u>	<u>5,649,920</u>

	附註	於12月31日			於4月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動負債					
貿易及其他應付款項	23	3,869,233	4,029,081	5,022,065	5,068,704
合同負債	24	268,912	246,660	139,355	146,031
銀行借款 – 一年內到期 . . .	25	–	–	–	6,007
應付直接控股公司款項 . . .	30	1,742	1,903	1,931	1,935
應付中間控股公司款項 . . .	30	1,075	1,259	1,158	–
應付子公司非控股					
股東款項	26	–	–	–	46,055
應付所得稅		28,971	33,370	7,670	27,308
租賃負債 – 一年內到期 . . .	27	15,909	17,169	16,178	12,445
		<u>4,185,842</u>	<u>4,329,442</u>	<u>5,188,357</u>	<u>5,308,485</u>
流動資產淨值		<u>3,013,242</u>	<u>3,301,052</u>	<u>369,620</u>	<u>341,435</u>
總資產減流動負債		<u>4,902,598</u>	<u>6,275,402</u>	<u>7,813,397</u>	<u>8,365,447</u>
資本及儲備					
股本	28	7	7	7	7
儲備		<u>4,583,964</u>	<u>5,573,758</u>	<u>6,903,051</u>	<u>7,349,636</u>
貴公司擁有人應佔權益 . . .		<u>4,583,971</u>	<u>5,573,765</u>	<u>6,903,058</u>	<u>7,349,643</u>
非控股權益		–	322,013	469,715	553,622
權益合計		<u>4,583,971</u>	<u>5,895,778</u>	<u>7,372,773</u>	<u>7,903,265</u>
非流動負債					
遞延稅項負債	18	188,989	240,998	310,072	329,157
銀行借款 – 一年後到期 . . .	25	–	–	–	8,566
租賃負債 – 一年後到期 . . .	27	16,789	10,377	19,811	19,498
遞延收入	22	112,849	128,249	110,741	104,961
		<u>318,627</u>	<u>379,624</u>	<u>440,624</u>	<u>462,182</u>
		<u>4,902,598</u>	<u>6,275,402</u>	<u>7,813,397</u>	<u>8,365,447</u>

貴公司財務狀況表

	附註	於12月31日			於4月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產					
於子公司的投資	17	685,718	685,718	685,718	685,718
流動資產					
其他應收款項	20	29	102	2,270	4,002
應收直接控股公司款項	30	19,892	21,825	22,142	22,186
定期銀行存款		7,557	8,301	8,819	–
現金及現金等價物		63	69	69	318
		<u>27,541</u>	<u>30,297</u>	<u>33,300</u>	<u>26,506</u>
流動負債					
應付子公司款項	30	7,477	8,232	25,231	33,490
應付中間控股公司款項	30	922	1,100	986	–
		<u>8,399</u>	<u>9,332</u>	<u>26,217</u>	<u>33,490</u>
流動資產淨值		<u>19,142</u>	<u>20,965</u>	<u>7,083</u>	<u>(6,984)</u>
總資產減流動負債		<u>704,860</u>	<u>706,683</u>	<u>692,801</u>	<u>678,734</u>
資本及儲備					
股本	28	7	7	7	7
儲備	29	704,853	706,676	692,794	678,727
權益合計		<u>704,860</u>	<u>706,683</u>	<u>692,801</u>	<u>678,734</u>

合併權益變動表

	貴公司擁有人應佔						合計
	股本	資本儲備	匯兌儲備	保留利潤	小計	非控股權益	
	人民幣千元	人民幣千元 (附註a)	人民幣千元	人民幣千元 (附註b)	人民幣千元	人民幣千元	
於2021年1月1日	7	500,000	(21,047)	3,245,431	3,724,391	-	3,724,391
年內利潤	-	-	-	858,141	858,141	-	858,141
匯兌差額	-	-	1,439	-	1,439	-	1,439
年內綜合收益總額	-	-	1,439	858,141	859,580	-	859,580
於2021年12月31日	7	500,000	(19,608)	4,103,572	4,583,971	-	4,583,971
年內利潤(虧損)	-	-	-	989,808	989,808	(1,087)	988,721
匯兌差額	-	-	(14)	-	(14)	-	(14)
年內綜合(開支)收益 總額	-	-	(14)	989,808	989,794	(1,087)	988,707
收購子公司(附註32)	-	-	-	-	-	323,100	323,100
於2022年12月31日	7	500,000	(19,622)	5,093,380	5,573,765	322,013	5,895,778
年內利潤	-	-	-	1,329,341	1,329,341	2,029	1,331,370
匯兌差額	-	-	(48)	-	(48)	-	(48)
年內綜合(開支) 收益總額	-	-	(48)	1,329,341	1,329,293	2,029	1,331,322
收購子公司(附註32)	-	-	-	-	-	83,983	83,983
非控股權益向子公司 的注資	-	-	-	-	-	61,690	61,690
於2023年12月31日	7	500,000	(19,670)	6,422,721	6,903,058	469,715	7,372,773
期內利潤	-	-	-	446,679	446,679	13,987	460,666
匯兌差額	-	-	(94)	-	(94)	-	(94)
期內綜合(開支) 收益總額	-	-	(94)	446,679	446,585	13,987	460,572

	貴公司擁有人應佔						合計
	股本	資本儲備	匯兌儲備	保留利潤	小計	非控股權益	
	人民幣千元	人民幣千元 (附註a)	人民幣千元	人民幣千元 (附註b)	人民幣千元	人民幣千元	
收購子公司(附註32)...	-	-	-	-	-	69,920	69,920
於2024年4月30日.....	7	500,000	(19,764)	6,869,400	7,349,643	553,622	7,903,265
(未經審計)							
於2023年1月1日.....	7	500,000	(19,622)	5,093,380	5,573,765	322,013	5,895,778
期內利潤.....	-	-	-	356,654	356,654	(868)	355,786
匯兌差額.....	-	-	108	-	108	-	108
期內綜合收益(開支)							
總額.....	-	-	108	356,654	356,762	(868)	355,894
於2023年4月30日.....	7	500,000	(19,514)	5,450,034	5,930,527	321,145	6,251,672

附註：

- (a) 資本儲備指 貴公司一名前股東於2011年注入的額外實繳資本。
- (b) 於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，計入保留利潤的法定盈餘儲備分別為人民幣525,401,000元、人民幣701,770,000元、人民幣828,432,000元及人民幣828,432,000元。法定盈餘儲備指根據相關中華人民共和國(「中國」)法律自於中國成立的子公司的年內淨利潤轉撥的金額，直至法定盈餘儲備達至子公司註冊資本的50%。除用於抵銷累計虧損或增加資本外，法定盈餘儲備不得減少。

合併現金流量表

附註	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
經營活動					
稅前利潤.....	1,205,499	1,375,425	1,878,433	498,552	631,621
就以下各項的調整：					
利息收入.....	(179,045)	(148,702)	(193,579)	(37,792)	(51,999)
財務成本.....	1,782	1,617	42,516	15,150	731
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」)的金融資產的 投資收入.....	(11,060)	(69,559)	(63,551)	(29,077)	(230)
預期信貸虧損模式下的減 值虧損(扣除撥回).....	(9,480)	27,222	3,817	4,421	745
物業、廠房及設備折舊.....	248,464	302,698	440,107	121,361	149,382
使用權資產折舊.....	23,690	23,045	23,737	7,805	9,324
其他非流動資產攤銷.....	104	349	537	133	179
出售物業、廠房及設備的虧損....	6,780	3,365	13,840	780	2,565
政府補助攤銷.....	(19,944)	(17,010)	(17,508)	(5,836)	(5,780)
撥回長期未償還應付款項.....	(9,606)	(12,916)	(10,906)	-	-
折價收購子公司的收益.....	-	-	-	-	(5,442)
營運資金變動前經營現金流量....	1,257,184	1,485,534	2,117,443	575,497	731,096
存貨(增加)減少.....	(160,220)	(174,031)	210,740	53,061	31,876
貿易及其他應收款項 (增加)減少.....	(111,693)	(75,718)	(62,821)	(13,487)	104,222
合同負債增加(減少).....	99,072	(22,252)	(107,305)	(60,331)	6,615
貿易及其他應付款項 增加(減少).....	213,169	(2,596)	(19,829)	341,893	(35,223)
經營活動所得現金.....	1,297,512	1,210,937	2,138,228	896,633	838,586
已付所得稅.....	(470,320)	(366,008)	(420,045)	(150,993)	(86,950)
經營活動所得現金淨額.....	827,192	844,929	1,718,183	745,640	751,636
投資活動					
已收利息.....	41,454	51,569	121,266	8,028	17,099
出售以公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融資產的 所得款項.....	4,011,060	10,349,559	5,863,551	2,521,567	200,230
出售物業、廠房及設備的 所得款項.....	2,475	2,293	8,450	220	2,428
購買以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產.....	(4,000,000)	(10,280,000)	(5,800,000)	(5,000,000)	(200,000)
購買物業、廠房及設備.....	(314,678)	(722,889)	(2,250,873)	(524,912)	(517,514)
購買使用權資產.....	-	(136,458)	(60,867)	(17,400)	(2,269)
購買其他非流動資產.....	-	(2,658)	(423)	-	-
收購子公司的現金 流入(流出)淨額.....	32	-	35	-	(150,923)

附註	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
向同系子公司作出的墊款.....	(7,500,000)	(3,700,000)	-	-	-
來自同系子公司的還款.....	8,333,745	4,492,226	3,551,429	3,551,429	-
向中間控股公司作出的墊款.....	(16)	(7)	-	-	-
來自中間控股公司的還款.....	3	2	-	-	-
向直接控股公司作出的墊款.....	(25)	(115)	-	-	-
存放原到期日超過三個月 的定期存款.....	(214,374)	(504,301)	(4,233,569)	(1,533,341)	-
提取原到期日超過三個月 的定期存款.....	221,198	419,556	710,585	12,304	8,571
收到與資產相關的政府補助.....	101,112	32,410	-	-	-
投資活動所得(所用)現金淨額...	<u>681,954</u>	<u>1,222</u>	<u>(2,090,451)</u>	<u>(982,105)</u>	<u>(642,378)</u>
融資活動					
增加銀行借款.....	-	-	5,900,000	5,900,000	14,566
償還銀行借款.....	-	-	(5,900,000)	-	-
償還中間控股公司.....	(50)	(16)	(6)	(6)	(416)
償還租賃負債.....	(17,635)	(19,568)	(17,027)	(8,879)	(7,542)
已付利息.....	(1,782)	(1,617)	(42,516)	(7,406)	(360)
已付發行成本.....	-	-	(1,049)	-	(232)
融資活動(所用)所得現金淨額...	<u>(19,467)</u>	<u>(21,201)</u>	<u>(60,598)</u>	<u>5,883,709</u>	<u>6,016</u>
現金及現金等價物					
增加(減少)淨額.....	1,489,679	824,950	(432,866)	5,647,244	115,274
年初的現金及現金等價物.....	191,662	1,682,810	2,507,631	2,507,631	2,074,698
外匯匯率變動的影響.....	1,469	(129)	(67)	119	(99)
年末現金及現金等 價物總額，按以下呈報	<u>1,682,810</u>	<u>2,507,631</u>	<u>2,074,698</u>	<u>8,154,994</u>	<u>2,189,873</u>

歷史財務資料附註

1. 一般資料

華潤飲料(控股)有限公司(前稱華潤飲料(大中華)有限公司、華潤麒麟飲料(大中華)有限公司及 Hua Yao Investments Limited) (「貴公司」) 為一家於1995年7月4日在英屬維爾京群島(「英屬維爾京群島」) 註冊成立的英屬維爾京群島商業有限公司，並於2024年4月16日由英屬維爾京群島遷至開曼群島。其直接控股公司為華潤集團(飲料)有限公司(於英屬維爾京群島註冊成立)，貴公司董事認為最終控股公司為於中國成立的公司中國華潤有限公司。

貴公司的註冊辦事處地址為4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands，而 貴公司的主要營業地點為中國深圳市南山區朗山路22號高新技術產業園區(北區)。

貴公司為投資控股公司，其子公司主要從事製造及經銷包裝飲用水，及 貴公司子公司的詳情載於附註38。

貴公司的功能貨幣為港元(「港元」)。 貴集團的收入及現金流量主要來自其子公司生產及經銷包裝飲用水的業務，其功能貨幣為人民幣。為減少外匯變動對所呈報業績的影響，以更好地反映 貴集團的相關表現，歷史財務資料以人民幣呈列。

2. 歷史財務資料的編製及呈列基準

歷史財務資料乃根據與香港會計師公會(「香港會計師公會」) 頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」) 一致的會計政策(載列於附註4) 編製。

為籌備 貴公司股份於聯交所的初步上市，貴公司由英屬維爾京群島遷至開曼群島，並於2024年4月16日完成遷址。 貴公司的註冊辦事處地址同時由Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, the BVI變更至4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。 貴公司名稱於2023年9月11日變更為華潤飲料(控股)有限公司。因此，就本報告而言，歷史財務資料乃按合併基準編製，此乃由於 貴公司於往績記錄期間或自附註32所述已收購實體的收購日期起維持對子公司的控制權。

3. 應用香港財務報告準則

就編製及列報往績記錄期間歷史財務資料而言， 貴集團已持續於整個往績記錄期間貫徹應用於2024年1月1日開始的會計期間生效的符合香港會計師公會頒佈的香港會計準則(「香港會計準則」)、香港財務報告準則、經修訂詮釋的會計政策。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則

於本報告日期，貴集團並無提早應用下列已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則及其修訂本：

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具分類及計量的修訂 ³
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營公司之間的資產出售或注資 ¹
香港財務報告準則(修訂本)	香港財務報告準則會計準則的年度改進 – 第11冊 ³
香港會計準則第21號(修訂本)	缺乏可交換性 ²
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈報及披露 ⁴

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

² 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效。

³ 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。

⁴ 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除下文所述香港財務報告準則的修訂本外，貴公司董事預期應用香港財務報告準則所有其他修訂本將不會在可預見的將來對合併財務報表造成重大影響。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)金融工具分類及計量的修訂

有關修訂：

- 修訂香港財務報告準則第9號金融工具的應用指引以澄清金融資產及金融負債的初始確認或終止確認日期，以及(當且僅當指明標準獲達成時)允許實體將使用電子支付系統以現金結算的金融負債(或其中的一部分)視為於結算日期前清償；
- 修訂香港財務報告準則第9號的應用指引，以就實體如何評估金融資產的合同現金流量是否與基本借貸安排一致提供指引。其旨在協助實體將評估合同現金流量特徵的規定應用於具有與環境、社會及管治問題有關特徵的金融資產；
- 修訂香港財務報告準則第7號金融工具的披露規定：有關指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的權益工具投資的披露；及
- 引入對金融工具的披露要求，其中包括於或有事項發生(或不發生)時可能改變合同現金流量的時間或金額的合同條款，該或有事項與基本借貸風險和成本(例如貨幣的時間價值或信用風險)的變動並無直接關係。

該等修訂於2026年1月1日或之後開始的年度報告期間生效。在特定過渡要求的規限下，實體須追溯應用該等修訂。

應用該等修訂不會對貴集團的財務狀況產生重大影響。

香港財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露

香港財務報告準則第18號取代香港會計準則第1號，延續香港會計準則第1號的多項規定不變，並以新規定對其作出補充。此外，部分香港會計準則第1號的段落已移至香港會計準則第8號及香港財務報告準則第7號。此外，已對香港會計準則第7號現金流量表及香港會計準則第33號每股盈利作出輕微修訂。

香港財務報告準則第18號引入新規定以：

- 於損益表內呈列指定類別及界定的小計
- 在財務報表附註中披露管理層定義的業績指標(MPM)
- 改進合併及分類資料。

實體須於2027年1月1日或之後開始的年度報告期間應用香港財務報告準則第18號，可提前應用。香港會計準則第7號及香港會計準則第33號(修訂本)以及經修訂香港會計準則第8號及香港財務報告準則第7號於實體應用香港財務報告準則第18號時生效。香港財務報告準則第18號要求追溯應用，並附有特定過渡條文。

應用新訂準則將不會對 貴集團的財務狀況造成重大影響，惟預期將影響合併損益及其他綜合收益表以及合併現金流量表的呈列以及未來財務報表中的披露資料。 貴集團將繼續評估香港財務報告準則第18號對 貴集團合併財務報表的影響。

4. 重大會計政策資料

歷史財務資料根據與香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則一致的會計政策編製。就編製歷史財務資料而言，倘有關資料合理預期會影響主要使用者作出之決定，則有關資料被視為重大。此外，歷史財務資料包括聯交所證券上市規則(「上市規則」)及香港《公司條例》所規定的適用披露。

歷史財務資料按各報告期末歷史成本基準編製，如下文所載的會計政策所解釋。

歷史成本一般按為換取貨品及服務所支付對價的公允價值確定。

公允價值是於計量日市場參與者間於有秩序交易中出售資產所收取或轉讓負債須支付的價格，而不論該價格是否可直接觀察取得或可使用其他估值方法估計。於估計資產或負債的公允價值時，倘市場參與者於計量日對資產或負債定價時考慮該資產或負債的特徵，則 貴集團會考慮該等特徵。

於該等歷史財務資料中作計量及／或披露用途的公允價值乃按此基準釐定，惟根據香港財務報告準則第16號入賬的租賃交易及與公允價值相若但並非公允價值的計量(如根據香港財務報告準則第2號以股份為基礎的付款入賬的存貨可變現價值淨額或根據香港會計準則第36號資產減值入賬的資產減值的使用價值)除外。

主要會計政策載列如下：

合併基準

歷史財務資料包括 貴公司及 貴公司及其子公司控制的實體的財務報表。當 貴公司符合以下條件時，其具有對該實體的控制：

- 擁有對被投資者的權力；
- 通過對被投資者的涉入而承擔或有權獲得可變回報；及
- 有能力運用對被投資者的權力影響所得到回報的金額。

如有事實和情況表明上述控制三要素中的一項或多項要素發生了改變， 貴公司將重新評估其是否具有對被投資者的控制。

子公司於其控制權轉移到 貴集團當日起合併到 貴集團中，於控制終止當日起終止合併。具體而言，年內收購或處置的子公司的收入和支出將計入 貴集團取得子公司控制權日起至 貴集團對子公司控制終止當日為止的合併損益及其他綜合收益表中。

損益和其他綜合收益中的每一項均歸屬於 貴公司所有者和非控股權益。子公司的綜合收益總額或業務歸屬於 貴公司所有者和非控股權益，即使這會導致非控股權益出現虧絀結餘。

必要時，需要對子公司的財務報表進行調整從而使子公司的會計政策與 貴集團的會計政策保持一致。

貴集團成員公司間交易涉及的所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支及現金流量於合併入賬時悉數對銷。

於子公司的非控股權益與 貴集團權益分開呈列，其代表於清盤時有權按比例分佔相關子公司資產淨值的現時所有權權益。

業務合併或資產收購

選擇性集中度測試

貴集團可選擇按逐筆交易基準採用選擇性集中度測試，以簡化對所收購的活動及資產的組合是否屬於業務的評估。倘所收購總資產的公允價值幾乎集中在某一單獨可識別資產或一組類似可識別資產上，則該組合通過集中度測試。評估中的總資產不包括現金及現金等價物、遞延所得稅資產以及由遞延所得稅負債影響形成的商譽。倘該組合通過集中度測試，則有關活動及資產應被確定為不構成業務，無需進一步評估。

資產收購

當 貴集團收購並不構成一項業務的一組資產及負債時， 貴集團識別及確認所收購個別可識別資產及所承擔負債，首先按其於購買日的相對公允價值將購買值分配至可識別資產及負債。有關交易並不會導致出現商譽或議價收購收益。

業務合併

業務為一組綜合的活動及資產，包括一項投入及一項實質性流程，二者共同對創造產出的能力有重大貢獻。所收購流程若對持續生產出的能力至關重要（包括具備執行相關流程所需技能、知識或經驗的有組織團隊）或對持續生產出的能力有重大貢獻且屬獨特或稀有或不花費大量成本、努力或延誤持續生產出的能力便無法被取代，則被視為實質性流程。

對業務的收購採用收購法核算。業務合併中轉讓的對價以公允價值計量，公允價值指 貴集團轉讓的資產、 貴集團對被收購方原擁有人發生的負債以及 貴集團為換取對被收購方控制權而發行的股權在收購日期的公允價值之和。收購相關成本通常在發生時於損益內確認。

所收購的可識別資產及所承擔負債必須符合財務報告概念框架（「概念框架」）內資產及負債的定義，惟香港會計準則第37號撥備、或有負債及或有資產或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號徵費範圍內的交易及事項除外，於該情況下， 貴集團應用香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號而非概念框架以識別其在業務合併中所承擔的負債。或有資產不予確認。於收購日期，所收購的可識別資產及所承擔負債按其公允價值確認，惟下列各項除外：

- 遞延稅項資產或負債以及與僱員福利安排有關之資產或負債分別根據香港會計準則第12號所得稅及香港會計準則第19號僱員福利確認及計量；
- 與被收購方以股份為基礎的付款安排或 貴集團為取代被收購方以股份為基礎的付款安排而訂立的以股份為基礎的付款安排有關之負債或權益工具，乃根據香港財務報告準則第2號於收購日期計量（參閱下文會計政策）；
- 根據香港財務報告準則第5號持作出售的非流動資產及已終止經營業務分類為持作出售的資產（或出售組）根據該準則計量；及
- 租賃負債按剩餘租賃付款（定義見香港財務報告準則第16號）的現值確認及計量，猶如收購的租賃於收購日期為新租賃，惟(a)租期於收購日期後12個月內結束；或(b)相關資產為低價值的租賃除外。使用權資產按與相關租賃負債相同的金額確認及計量，並進行調整以反映較市場條款有利或不利的租賃條款。

商譽按所轉撥對價、非控股權益於被收購方所佔金額及收購方以往所持有被收購方股權（如有）公允價值之總和超出所收購可識別資產及所承擔負債於收購日期淨額之差額計量。倘經過重新評估後，所收購的可識別資產與所承擔負債淨額超出所轉撥對價、非控股權益於被收購方所佔金額及收購方以往所持有被收購方權益（如有）公允價值之總和，則差額即時於損益內確認為議價收購收益。

屬現時所有權權益且持有人於清盤時有權按比例分佔相關子公司資產淨值的非控股權益，初步按非控股權益應佔被收購方可識別資產淨值的已確認金額比例或按公允價值計量。

於子公司的投資

於子公司的投資按成本減任何已識別減值虧損計入 貴公司財務狀況表。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為持作用於生產或提供貨物或服務，或作行政用途的有形資產（下文所述在建工程除外）。物業、廠房及設備乃按成本減其後累計折舊及其後累計減值虧損（如有）於合併財務狀況表入賬。

供生產、供應或行政用途的在建樓宇和機器按成本減去任何已確認的減值虧損列賬。成本包括任何直接歸屬使有關資產達到必要地點及狀態可按管理層擬定方式營運的成本，及（就合資格資產而言）根據 貴集團之會計政策資本化的借貸成本。該等資產的折舊基準與其他物業資產相同，乃於資產可供用於擬定用途時開始計提。

物業、廠房及設備項目(在建工程除外)的折舊乃以直線法確認，以撇銷其估計可使用年期內的成本減剩餘價值。估計可使用年期及折舊方法乃於各報告期末檢討，任何估計變動的影響按預先計提的基準入賬。

物業、廠房及設備項目乃於出售後或預期繼續使用該資產不會產生未來經濟利益時終止確認。出售或廢棄物業、廠房及設備項目產生的任何收益或虧損按出售所得款項與資產賬面值間的差額計算，並於損益內確認。

倘 貴集團為包含租賃土地及樓宇成分的物業所有權權益付款，整筆對價按初始確認的相對公允價值比例分配至租賃土地與樓宇成分。在可以可靠地分配有關付款的情況下，租賃土地的權益於合併財務狀況表呈列為「使用權資產」。如不能可靠地將對價分配至非租賃樓宇成分與相關租賃土地不可分割權益，則將整項物業分類為物業、廠房及設備。

客戶合同收入

當(或於) 貴集團履行履約責任，即與特定履約責任相關的商品或服務的「控制權」轉移予客戶時， 貴集團確認收入。

如果符合下列標準之一，則控制權會隨時間轉移，而收入會根據有關履約責任的完成進度在一段時間內確認：

- 客戶在 貴集團履約的同時取得並消耗 貴集團履約所帶來的利益；
- 貴集團履約創建及提升於 貴集團履約時由客戶控制的資產；或
- 貴集團履約並無產生對 貴集團有替代用途的資產，且 貴集團對迄今完成的履約具有可執行付款權利。

否則，收入於客戶獲得可明確區分商品或服務的控制權時確認。

合同負債是指 貴集團向客戶轉讓商品或服務的責任，而 貴集團已就此向客戶收取代價(或應收代價金額)。

可變對價

對於包含可變對價基於數量的銷售折扣之合同， 貴集團使用最可能的金額估計其將有權獲得之對價金額，更準確預知 貴集團將有權獲得之對價金額。

可變對價之估計金額乃計入交易價格內，前提是計入後有很大可能不會導致於未來(當與可變對價相關之不確定性於其後變得確定時)出現顯著收入撥回。

於各報告期末， 貴集團會更新估計交易價格(包括更新其就可變對價之估計是否有限度而作出之評估)，以忠實反映於報告期末之現況及於報告期期間之情況變動。

具退貨權之銷售

對於具有不同產品退貨權之產品銷售，貴集團確認以下所有項目：

- 按 貴集團預期有權收取之對價金額確認已轉移產品之收益（因此，不會就預期須退貨之產品確認收益）；
- 退款負債；及
- 就其向客戶收回產品之權利確認資產（及對銷售成本作相應調整）並列為退回商品權利的資產。

物業、廠房及設備、使用權資產及商譽以外的其他非流動資產減值

於各報告期末，貴集團檢討具有有限使用年期的物業、廠房及設備、使用權資產及其他非流動資產之賬面值，以確定該等資產有否出現減值虧損跡象。倘存在任何有關跡象，則會估計相關資產之可收回金額，以釐定減值虧損程度（倘有）。

可收回金額為公允價值減出售成本與使用價值之較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量乃使用稅前貼現率貼現至其現值，該貼現率反映目前市場對資金時間值之評估以及估計未來現金流量未調整之資產（或現金產生單位）的獨有風險。

倘資產（或現金產生單位）之可收回金額估計少於其賬面值，則該資產（或現金產生單位）之賬面值將撇減至其可收回金額。於分配減值虧損時，減值虧損首先分配至削減任何商譽（如適用）的賬面值，然後根據各資產於現金產生單位或一組現金產生單位的賬面值按比例分配至其他資產。減值虧損即時於損益中確認。

倘於其後撥回減值虧損，則該項資產（或現金產生單位或一組現金產生單位）之賬面值將增加至經修訂之估計可收回金額，惟增加後之賬面值不會超過（或現金產生單位或一組現金產生單位）於過往年度並無就該項資產確認減值虧損情況下原應釐定之賬面值。減值虧損撥回即時於損益中確認。

存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中的較低者列賬。存貨成本包括直接材料及（如適用）直接人工成本及將存貨運送至今地點及狀況所產生的間接費用。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完成成本及進行銷售所需的成本。

租賃

租賃之定義

倘合同賦予權利於一段時間內控制已識別資產的用途以換取對價，則該合同為租賃或包含租賃。

就於香港財務報告準則第16號首次應用日期或之後訂立或修改或因業務合併而產生的合同而言，貴集團會於合同開始時、修改日期或收購日期（如適用）根據香港財務報告準則第16號的定義評估合同是否為租賃或包含租賃。除非該合同的條款及條件隨後有更改，否則不會重新評估。

貴集團作為承租人

短期租賃及低價值資產租賃

貴集團對自開始日期起計租賃期為十二個月或以下並且不包含購買選擇權之租賃土地及樓宇採用短期租賃確認豁免。貴集團亦就低價值資產租賃採用確認豁免。短期租賃及低價值資產租賃的租賃付款乃於租期內按直線法確認為開支。

使用權資產

使用權資產的成本包括：

- 租賃負債的初始計量金額；
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款，減去所得的任何租賃獎勵；

使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。

倘貴集團合理確信在租賃期屆滿時取得相關租賃資產的擁有權，則使用權資產自開始日期起至可使用年期屆滿止期間折舊。否則，使用權資產按其估計可使用年期及租期的較短者以直線法折舊。

貴集團於合併財務狀況表內將使用權資產呈列為單獨項目。

租賃負債

於租賃開始日期，貴集團按該日尚未支付租賃付款的現值確認及計量租賃負債。在計算租賃付款的現值時，倘租賃中所隱含的利率不易確定，則貴集團於租賃開始日期採用增量借貸利率。

租賃付款包括固定付款（包括實質固定付款）減任何應收租賃獎勵。

於開始日期後，租賃負債按利息增幅及租賃付款予以調整。

倘租期有所變動，於該情況下，相關租賃負債於重新評估日期透過使用經修訂貼現率貼現經修訂租賃付款而重新計量，則貴集團重新計量租賃負債（並對相關使用權資產作出相應調整）。

外幣

編製各個別集團實體之財務報表時，以該實體功能貨幣以外貨幣（外幣）進行之交易乃按交易日期當時之匯率確認。於各報告期末，以外幣列值之貨幣項目以當日之匯率重新換算。以外幣過往成本計算之非貨幣項目不予重新換算。

結算貨幣項目及換算貨幣項目所產生之匯兌差額會於產生期間在損益表確認。

就出售海外業務（即出售貴集團於海外業務的全部權益，或涉及失去對一間子公司（包括海外業務）的控制權出售時）而言，就歸屬於貴公司擁有人的該業務而於權益內累計的所有匯兌差額重新分類至損益。

此外，就部分出售子公司而言，倘並無導致 貴集團失去對子公司的控制權，則按比例分佔的累計匯兌差額會重新分配至非控股權益，且不會於損益內確認。

借貸成本

所有借貸成本於產生期間的損益內確認。

政府補助

在合理保證 貴集團會遵守政府補助的附帶條件以及將會得到補助後，政府補助金方會予以確認。

政府補助於 貴集團確認補助金擬補償之相關成本為開支的期間按系統化的基準於損益中確認。具體而言，以 貴集團應購買、建造或收購非流動資產為主要條件的政府補助乃於合併財務狀況報表確認為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內基於系統合理基準轉撥至損益中。

作為已產生的開支或虧損之補償或向 貴集團提供即時財務支援（而無未來有關成本）而應收與收入有關的政府補助，乃於有關補助成為應收款項的期間在損益中確認。

退休福利費用及離職福利

對界定供款退休福利計劃／國家管理退休福利計劃／強制性公積金計劃的供款於僱員提供服務後有權收取供款時確認為開支。

短期僱員福利

短期僱員福利按僱員提供服務時預期應付福利的未貼現金額確認。所有短期僱員福利確認為開支，除非另有香港財務報告準則要求或允許將福利計入資產成本。

就僱員應計福利（如工資及薪金、年假及病假）於扣除任何已付金額後確認負債。

稅項

所得稅開支指即期及遞延所得稅開支的總和。

目前應繳稅項乃按年度應納稅利潤／利潤計算。由於其不包括其他年度的應課稅或可扣減收入或開支項目及毋須課稅或不得扣減項目，應納稅利潤有別於稅前利潤。 貴集團就即期稅項的負債使用於各報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項乃按歷史財務資料內資產與負債賬面值與計算應納稅利潤所使用相應稅基的暫時差額確認。遞延稅項負債一般就所有應課稅暫時差額確認。若有可能取得可利用可扣減暫時差額抵銷應納稅利潤時，一般就所有可扣減暫時差額確認遞延稅項資產。倘暫時差額自不影響應納稅利潤或會計利潤的交易項下其他資產及負債的商譽或初始確認所產生（業務合併所產生者除外），且於交易時並無產生相等的應課稅及可扣減暫時差額，則該等遞延稅項資產及負債不予確認。此外，倘暫時差額產生自商譽的初始確認，則不會確認遞延稅項負債。

遞延稅項負債乃按與子公司之投資有關的應課稅暫時差額確認，除非 貴集團可控制暫時差額的撥回及暫時差額很可能於可見將來不會撥回。與該等投資及權益相關的可扣減暫時差額所產生的遞延稅項資產，僅於很可能有足夠應納稅利潤抵銷暫時差額而利用其利益且預計於可見將來可以撥回時確認。

遞延稅項資產的賬面值在各報告期末予以檢討，並於不可能再有足夠應納稅利潤可用以撥回所有或部分資產時予以扣減。

遞延稅項資產及負債以報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）為基礎，按預期於清償該負債或變現該資產期間適用的稅率計量。

遞延稅項負債及資產的計量反映 貴集團在各報告期末預期收回或清償其資產及負債賬面值的方式所導致的稅務後果。

就計量 貴集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易的遞延稅項而言， 貴集團首先釐定稅項扣減是否歸屬於使用權資產或租賃負債。

就稅務扣減歸屬於租賃負債的租賃交易而言， 貴集團分別就租賃負債及相關資產應用香港會計準則第12號的規定。 貴集團於可能有可利用應納稅利潤以抵銷可扣減暫時差額時確認與租賃負債有關的遞延稅項資產，並就所有應課稅暫時性差額確認遞延稅項負債。

倘有合法可執行權利將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷，及倘遞延稅項資產及負債與同一稅務機關對同一應課稅實體徵收的所得稅相關，則遞延稅項資產及負債可互相對銷。

即期及遞延稅項於損益確認，惟在其與於其他綜合收益或直接於權益內確認的項目有關的情況下，即期及遞延稅項亦分別於其他綜合收益或直接於權益內確認。倘因業務合併之初步會計方法而產生即期稅項或遞延稅項，有關稅務影響計入業務合併之會計方法內。

在評估所得稅處理的任何不確定性時， 貴集團考慮相關稅務機關是否可能接受個別集團實體在其所得稅申報中使用或建議使用的不確定稅務處理。倘可能發生，即期及遞延稅項的釐定與所得稅申報中的稅務處理一致。倘相關稅務機關不大可能接受不確定的稅務處理，則使用最可能的金額或預期價值反映各項不確定性的影響。

金融工具

當集團實體成為工具合同條文之訂約方時，金融資產及金融負債予以確認。所有一般買賣之金融資產概按結算日之基準予以確認及終止確認。一般買賣乃指按照市場規定或慣例在一定期間內交付資產之金融資產買賣。

金融資產及金融負債初步按公允價值計量，惟根據香港財務報告準則第15號「客戶合同產生的收益」（「香港財務報告準則第15號」）首次計量客戶合同產生的貿易應收款項除外。因收購或發行金融資產及金融負債而直接產生之交易成本，於初始確認時加入金融資產或金融負債（視情況而定）之公允價值或來自金融資產及金融負債（視情況而定）之公允價值扣除。

實際利率法乃計算金融資產或金融負債之攤銷成本以及分配相關期間利息收入之方法。實際利率乃於初始確認時將金融資產或金融負債於預計年期或適用之較短期間內的估計未來收取之現金及付款（包括構成實際利率主要部分之所有已付或已收費用、交易成本及其他溢價或折讓）貼現至賬面淨值之利率。

金融資產

金融資產之分類及後續計量

符合下列條件之金融資產其後按攤銷成本計量：

- 持有金融資產之業務模式目的為收取合同現金流量；及
- 合同條款於指定日期產生之現金流量純粹為支付本金及未償還本金之利息。

所有其他金融資產隨後均會按以公允價值計量且其變動計入當期損益的方式計量，惟如該項股本投資既不是持作買賣，亦不是購買者在某項業務合併（符合香港財務報告準則第3號業務合併）中確認的或然對價，則在金融資產初始確認日期，貴集團或會不可撤銷地選擇呈報其後於其他綜合收益中股本投資的公允價值變動。

攤銷成本及利息收入

其後按攤銷成本計量的金融資產利息收入乃使用實際利率法予以確認。利息收入為對一項金融資產總賬面值應用實際利率予以計算，惟其後出現信貸減值的金融資產除外。就其後出現信貸減值的金融資產而言，自下一報告期起，利息收入為對金融資產攤銷成本應用實際利率予以確認。倘信貸減值金融工具的信貸風險好轉，使金融資產不再出現信貸減值，於釐定資產不再出現信貸減值後，自報告期開始起利息收入為對金融資產總賬面值應用實際利率予以確認。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

不符合按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益（「以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益」）或指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的標準的金融資產，按以公允價值計量且其變動計入當期損益的方式計量。

以公允價值計量且其變動計入當期損益計量的金融資產於各報告期末按公允價值計量，而任何公允價值收益或虧損則於損益中確認。於損益中確認的淨收益或虧損不包括金融資產賺取的任何股息或利息，並計入損益中的「其他收入」細列項目內。

須根據香港財務報告準則第9號作減值評估的金融資產的減值

貴集團根據香港財務報告準則第9號就須作減值評估之金融資產（包括貿易及其他應收款項、應收同系子公司、中間控股公司、直接控股公司的款項及銀行結餘及現金）按預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）模式進行減值評估。預期信貸虧損之金額於各報告日期更新，以反映信貸風險自初始確認以來之變化。

全期預期信貸虧損指於相關工具之預期年期內所有可能發生之違約事件所產生之預期信貸虧損。相反，12個月預期信貸虧損（「12個月預期信貸虧損」）指預期於報告日期後12個月內可能發生之違約事件所產生之部分全期預期信貸虧損。評估乃根據貴集團之過往信貸虧損經驗進行，並根據債務人特有之因素、整體經濟狀況以及於報告日期時之當前狀況及未來狀況預測的評估而作出調整。

貴集團一直就貿易應收款項（包括應收同系子公司的貿易相關款項）確認全期預期信貸虧損。

對於所有其他工具，貴集團計量與12個月預期信貸虧損等額的虧損撥備，除非信貸風險自初始確認以來顯著增加，則貴集團確認全期預期信貸虧損。評估是否應確認全期預期信貸虧損乃依據自初始確認以來發生違約之可能性或風險是否顯著增加。

(i) 信貸風險顯著上升

評估信貸風險自初始確認以來是否顯著上升時，貴集團會比較金融工具於報告日期發生違約的風險與金融工具於初始確認日期發生違約的風險。作出該評估時，貴集團會考慮合理及具支持性的定量及定性資料，包括過往經驗及可以合理成本或精力獲取的前瞻性資料。

具體而言，評估信貸風險是否顯著上升時會考慮以下資料：

- 金融工具外部(如有)或內部信用評級的實際或預期顯著惡化；
- 信貸風險的外部市場指標顯著惡化，例如債務人的信貸息差、信用違約掉期價格顯著上升；
- 商業、金融或經濟情況目前或預期有不利變動，預計將導致債務人償還債項的能力顯著下降；
- 債務人經營業績實際或預期顯著惡化；
- 債務人的監管、經濟或技術環境有實際或預計的重大不利變動，導致債務人償還債項的能力顯著下降。

不論上述評估結果如何，貴集團均假設合同付款逾期超過30日後信貸風險自初始確認以來顯著上升，除非貴集團有合理及具支持性的資料證明存在其他情況。

貴集團定期監控用以識別信貸風險有否顯著增加的標準之效益，且修訂標準(如適當)來確保標準能在金額逾期前識別信貸風險顯著增加。

(ii) 違約定義

就內部信貸風險管理而言，貴集團認為，在內部制訂或得自外界來源的資料顯示債務人不大可能悉數向債權人(包括貴集團)還款時(並未考慮貴集團所持有的任何抵押品)，違約事件發生。

不論上文為何，貴集團認為，違約已於金融資產逾期超過90天時發生，除非貴集團有合理及具支持性資料顯示較長的違約期限更為適用。

(iii) 信貸減值金融資產

當發生一項或多項違約事件對金融資產的估計未來現金流量產生不利影響時，該金融資產即為信貸減值。金融資產存在信貸減值的證據包括有關以下事件的可見數據：

- (a) 發行人或借款人之重大財務困難；
- (b) 違反合同，例如違約或逾期事件；

- (c) 借款人之貸款人，出於與借款人之財務困難有關的經濟或合同原因，已向借款人授予貸款人不會另行考慮的特許權；或
- (d) 借款人將很可能進入破產或其他財務重組。

(iv) 撤銷政策

當有信息表明交易對手處於嚴重的財務困境且沒有現實的復甦前景時，例如，當交易對手已被清盤或已進入破產程序時，貴集團撤銷金融資產。於計及適用法律意見的情況下，撤銷的金融資產根據貴集團的恢復程序可能仍然受到執法活動的約束。撤銷構成終止確認事件。任何後續回收均在損益中確認。

(v) 預期信貸虧損的計量及確認

預期信貸虧損的計量為違約概率、違約虧損率（即違約時的損失程度）及違約風險的函數。評估違約概率及違約虧損率的依據是經前瞻性資料調整的過往數據。預期信貸虧損的預估反映無偏概率加權平均金額，以各自發生違約的風險為權重確定。貴集團使用可行權宜方法，採用經考慮過往信貸虧損經驗的撥備矩陣及無需過大成本或努力就可獲得的前瞻性資料來估計應收貿易款項的預期信貸虧損。

一般而言，預期信貸虧損為根據合同應付貴集團的所有合同現金流量與貴集團預計收取的現金流量（按初始確認時釐定的實際利率貼現）之間的差額。

應收貿易款項之全期預期信貸虧損乃經考慮過往逾期資料及前瞻性宏觀經濟資料等相關信貸資料後按整體基準考慮。就集體評估而言，於制定分組時，貴集團考慮下列特徵：

- 逾期狀況；
- 債務人的性質、規模及行業；及
- 外部信貸評級（倘有）。

歸類工作經管理層定期檢討，以確保各組別成分繼續分擔類似信貸風險特性。

利息收入根據金融資產的總賬面值計算，除非金融資產出現信貸減值；在此情況下，利息收入根據金融資產的攤銷成本計算。

貴集團透過調整所有金融工具的賬面值於損益確認彼等之減值收益或虧損，惟貿易及其他應收款項以及應收同系子公司款項除外，此種情況下透過虧損撥備賬確認相應調整。

終止確認金融資產

僅倘自資產收取現金流量之合同權利屆滿，或倘其轉讓金融資產及資產所有權的絕大部分風險及回報轉予另一實體，則貴集團終止確認該項金融資產。

於終止確認按攤銷成本計量之金融資產時，資產賬面值與已收及應收對價總和之差額於損益中確認。

金融負債及權益工具

分類為債務或權益

債務及權益工具根據合同安排的具體內容及金融負債與權益工具的定義分類為金融負債或權益。

權益工具

權益工具是證明在扣除所有負債後於 貴集團資產之剩餘權益的任何合同。 貴公司發行的權益工具乃按已收所得款項扣除直接發行成本確認。

按攤銷成本計量之金融負債

貴集團金融負債(包括貿易及其他應付款項、銀行借款、應付直接控股公司款項、應付中間控股公司款項及應付子公司非控股股東款項)其後使用實際利息法按攤銷成本計量。

終止確認金融負債

貴集團當且僅當責任獲解除、取消或屆滿時方會取消確認金融負債。獲取取消確認之金融負債的賬面值與已付及應付對價間差額於損益中確認。

5. 估計不明朗因素的主要來源

於應用附註4所述的 貴集團會計政策時， 貴公司董事須對未能依循其他途徑取得的資產及負債賬面值作出判斷、估計及假設。估計及相關假設乃根據過往經驗及其他視為相關的因素作出。實際結果可能有別於該等估計。

貴集團持續檢討估計及相關假設。倘修訂會計估計僅影響某一期間，則於修訂有關估計的期間內確認修訂；倘修訂影響本期間及未來期間，則於作出修訂的期間及未來期間確認有關修訂。

以下為於報告期末有關未來的主要假設及估計不明朗因素的其他主要來源，該等假設及來源具有須對未來十二個月內的資產及負債的賬面值作出大幅調整的重大風險。

銷售折扣的可變對價

貴集團估計可變對價將計入附有銷售折扣的產品銷售交易價格中。

就設有單一數量限額的合同， 貴集團按每名客戶基準對銷售折扣進行分析。釐定客戶是否可能有權獲得銷售折扣取決於客戶迄今的累計採購量。

貴集團每月更新其對預期銷售折扣的評估，並相應調整應付銷售折扣及返利。預期銷售折扣的估計容易受情況變動影響，而 貴集團有關銷售折扣配額的經驗未必足以代表客戶日後的實際銷售折扣配額。

貿易應收款項之預期信貸虧損撥備

貴集團根據其各自的信貸風險估計按攤銷成本計量的貿易應收款項之預期信貸虧損之虧損撥備金額。計量預期信貸虧損要求應用重大判斷，包括預期未來現金流量及前瞻性宏觀因素。鑒於相關金融工具之預期未來信貸虧損，虧損撥備金額計量為資產之賬面值及估計未來現金流量之現值的差額。相關金融工具之信貸風險評估涉及較高程度之估計及不明朗因素。當實際未來現金流量低於或高於所預期者，因此可能出現重大減值虧損或重大減值虧損撥回。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，貿易應收款項的賬面值為人民幣267,887,000元、人民幣240,072,000元、人民幣230,704,000元及人民幣361,956,000元（扣除撥備分別為人民幣9,885,000元、人民幣30,496,000元、人民幣36,622,000元及人民幣37,364,000元）。

物業、廠房及設備的可使用年期

於採用有關物業、廠房及設備折舊的會計政策時，管理層乃根據物業、廠房及設備用途的行業經驗並參考物業、廠房及設備的當前狀況及歷史替代率、市場慣例及有關行業規範來估計各種物業、廠房及設備的可使用年期。倘物業、廠房及設備的實際可使用年期，由於商業及技術環境改變以致少於原本估計的可使用年期或修訂的估計可使用年期，有關差額將影響於餘下期間的折舊開支。於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，物業、廠房及設備的賬面值分別約為人民幣1,383,153,000元、人民幣2,007,978,000元、人民幣4,809,703,000元及人民幣5,506,292,000元。

遞延稅項資產

遞延稅項資產的實現主要依靠是否有足夠未來利潤或未來存在的臨時稅務差異。倘若產生的實際未來利潤低於或超過預期，遞延稅項資產的回撥或確認將於回撥或確認的年內於損益確認。於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，遞延稅項資產的賬面值分別約為人民幣256,894,000元、人民幣310,179,000元、人民幣243,463,000元及人民幣205,570,000元。

6. 收入及分部資料

收入指於往績記錄期間銷售包裝飲用水及飲料的已收及應收款項（扣除退貨及撥備）。

收入明細

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)	
產品種類					
銷售包裝飲用水	10,817,805	11,905,738	12,446,560	3,624,024	3,720,746
銷售飲料	522,076	717,038	1,068,168	315,573	429,085
合計	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831
收入確認時間					
在某一時間點	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831
地域市場*					
南部地區	4,368,373	4,333,433	4,391,811	1,150,782	1,246,935
東部地區	2,809,599	3,635,992	4,006,147	1,228,515	1,203,660
西南地區	1,463,676	1,719,123	1,897,664	604,889	620,934
中部地區	1,655,698	1,854,867	1,864,426	535,200	527,993
其他地區	1,042,535	1,079,361	1,354,680	420,211	550,309
合計	11,339,881	12,622,776	13,514,728	3,939,597	4,149,831

* 南部、東部、西南及中部地區位於中國大陸，而其他地區則包括中國大陸其他地區、中國香港及中國澳門。

客戶合同的履約義務

貴集團於產品控制權轉移至客戶時(即貨品已放置或交付至客戶指定地點時)確認收入。貴集團要求若干客戶提供按金。倘貴集團於交付貨品前收取按金,則會於合同開始時產生合同負債,直至就相關合同確認的收入超過按金金額。

部分貨品銷售合同為客戶提供退貨權及銷售折扣,從而產生可變對價。

退貨權

對於向客戶提供規定期限內退貨權的合同,由於預期價值法可最佳預測貴集團將有權獲得的可變對價金額,故預期價值法用於估計不會退回的貨品。應用香港財務報告準則第15號有關限制可變對價估計的規定以釐定可計入交易價格的可變對價金額。於往績記錄期間,銷售退貨金額對貴集團而言並不重大。

可變對價:基於數量的銷售折扣

當年內購買的產品數量超過合同指定的閾值,則可向若干客戶提供可追溯銷售折扣。為估計預期未來銷售折扣的可變對價,對於具有單一交易量門檻的合同使用最可能金額法。最佳預測可變對價金額的選擇方法主要由合同中包含的交易量閾值數量決定。應用有關限制估計可變對價的規定,並就預期未來銷售折扣確認負債。

交易價格分配至客戶合同的剩餘履約責任

銷售包裝飲用水及飲料合同項下履約責任的初始預期期限少於一年,根據香港財務報告準則第15號,分配至該等未履行合同的交易價格並未披露。

分部資料

為分配資源及評估表現,主要經營決策者(「主要經營決策者」)審閱根據附註4所載相同會計政策編製的貴集團整體業績及財務狀況。因此,管理層認為貴集團僅有一個經營分部。

分部資產及負債

主要經營決策者所採用的貴集團分部報告計量方法並無計入資產及負債。因此,並無呈列分部資產及負債。

有關主要客戶的資料

於往績記錄期間,概無客戶佔貴集團總收入的10%以上。

7. 其他收入

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
					(未經審計)
利息收入					
— 銀行存款	41,454	51,569	178,740	22,953	51,999
— 向同系子公司作出的現金墊款..	62,858	—	—	—	—
— 向關聯方提供貸款	74,733	97,133	14,839	14,839	—
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的					
金融資產的投資收入	11,060	69,559	63,551	29,077	230
政府補助 (附註)	82,938	87,812	61,264	8,729	16,936
回收包裝材料銷售	6,618	9,669	30,556	3,693	6,521
其他	16,295	24,430	18,296	4,648	605
	<u>295,956</u>	<u>340,172</u>	<u>367,246</u>	<u>83,939</u>	<u>76,291</u>

附註：於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年4月30日止四個月，政府補助包括子公司就其對地方經濟增長作出的貢獻而收取的補貼，金額分別為人民幣62,994,000元、人民幣70,802,000元、人民幣43,756,000元及人民幣11,156,000元，於收到該等獎勵且符合與該等獎勵相關的條件（如有）時於合併損益表中確認。概無與該等補助有關的未達成條件或或然事項。

政府補助的餘下部分與投資中國生產設施所收取的補助有關，該等補助按附註22所詳述的相關資產可使用年期在損益表中確認。

8. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
					(未經審計)
出售物業、廠房及設備的					
虧損淨額	(6,780)	(3,365)	(13,840)	(780)	(2,565)
折價收購子公司的收益	—	—	—	—	5,442
匯兌 (虧損) 收益淨額	(2,201)	2,814	917	(251)	63
其他	(1,596)	(2,636)	(1,699)	(437)	(1,880)
	<u>(10,577)</u>	<u>(3,187)</u>	<u>(14,622)</u>	<u>(1,468)</u>	<u>1,060</u>

9. 財務成本

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
					(未經審計)
銀行借款及來自子公司非控股股東的貸款利息	-	-	(41,053)	(14,697)	(371)
租賃負債利息	(1,782)	(1,617)	(1,463)	(453)	(360)
	<u>(1,782)</u>	<u>(1,617)</u>	<u>(42,516)</u>	<u>(15,150)</u>	<u>(731)</u>

10. 所得稅開支

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
					(未經審計)
中國企業所得稅 (「企業所得稅」):					
即期稅項	350,405	384,874	409,117	65,224	124,598
過往年度撥備不足	1,134	3,106	2,156	-	-
	<u>351,539</u>	<u>387,980</u>	<u>411,273</u>	<u>65,224</u>	<u>124,598</u>
遞延稅項 (附註18)	(4,181)	(1,276)	135,790	77,542	46,357
	<u>347,358</u>	<u>386,704</u>	<u>547,063</u>	<u>142,766</u>	<u>170,955</u>

於往績記錄期間，由於貴集團並無於香港產生或源自香港的應稅利潤，故並無作出香港利得稅撥備。

根據英屬維爾京群島的規則及規例，貴集團毋須於英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

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》，於往績記錄期間，中國子公司的稅率為25%，惟於往績記錄期間若干子公司合資格享有稅率為20%的企業所得稅優惠。

於往績記錄期間的所得稅開支可按以下方式與合併損益及其他綜合收益表的稅前利潤對賬：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
稅前利潤.....	1,205,499	1,375,425	1,878,433	498,552	631,621
按法定所得稅稅率25%計算的稅項...	301,375	343,856	469,608	124,638	157,906
就研發成本授予子公司所得稅 超額抵扣的稅務影響.....	(4,550)	(5,946)	(5,766)	(1,156)	(1,487)
就稅務而言不可扣稅開支的 稅務影響(附註a).....	3,674	1,391	10,082	20	5,319
未確認稅務虧損的稅務影響.....	1,108	1,573	2,307	1,053	1,056
就稅務而言毋須納稅收入的 稅務影響.....	-	-	-	-	(1,361)
過往年度撥備不足.....	1,134	3,106	2,156	-	-
動用先前未確認的稅項虧損.....	(1,063)	(2,118)	(2,775)	(663)	-
預扣稅(附註b).....	45,680	44,842	71,451	18,874	9,522
所得稅開支.....	347,358	386,704	547,063	142,766	170,955

附註：

- (a) 於往績記錄期間，不可扣稅開支主要包括上市開支、員工商業保險及根據企業所得稅法不合資格扣稅的贊助費。
- (b) 根據中國企業所得稅法，自2008年1月1日起，就中國子公司獲取的利潤宣派的股息須繳納預扣所得稅，適用的股息預扣稅率為5%。該金額指於往績記錄期間就若干中國子公司的未分派利潤作出的預扣所得稅撥備。

11. 年／期內利潤

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)	
年／期內利潤經扣除以下 各項後得出：					
確認為開支的存貨成本	6,277,659	7,265,516	7,394,539	2,214,214	2,166,907
核數師酬金	1,500	1,187	2,668	1,468	675
董事薪酬	4,599	6,409	7,654	1,058	1,087
其他員工薪金及其他福利	1,780,237	1,770,752	1,825,147	562,884	598,558
其他員工退休福利供款	207,461	222,275	245,144	80,574	87,817
員工總成本	<u>1,992,297</u>	<u>1,999,436</u>	<u>2,077,945</u>	<u>644,516</u>	<u>687,462</u>
物業、廠房及設備折舊	248,464	302,698	440,107	121,361	149,382
使用權資產折舊	<u>23,690</u>	<u>23,045</u>	<u>23,737</u>	<u>7,805</u>	<u>9,324</u>

12. 股息

於2024年4月，貴公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元（「股息宣派」），惟須待全球發售完成後方可作實，且將於其後支付。除股息宣派外，貴公司或組成貴集團的集團實體於往績記錄期間並無宣派或派付其他股息。

13. 每股盈利

貴公司擁有人應佔每股基本盈利乃根據以下數據計算：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)	
<u>盈利</u>					
用作計算每股基本盈利的					
盈利（貴公司權益擁有人					
應佔年／期內利潤）.	<u>858,141</u>	<u>989,808</u>	<u>1,329,341</u>	<u>356,654</u>	<u>446,679</u>
<u>股份數量</u>					
用作計算每股基本盈利的普通股					
加權平均數	<u>2,000,000,000</u>	<u>2,000,000,000</u>	<u>2,000,000,000</u>	<u>2,000,000,000</u>	<u>2,000,000,000</u>

用作計算每股基本盈利的普通股數量乃假設附註28所詳述的股份拆細已於2021年1月1日生效而釐定。

14. 董事、最高行政人員及員工的酬金

於往績記錄期間，已付／應付予獲委任為貴公司董事及最高行政人員的人士之酬金（包括成為貴公司董事之前擔任集團實體員工／董事提供服務的酬金）詳情如下：

	董事袍金 人民幣千元	薪金、津貼 及實物福利 人民幣千元	績效 相關獎金 人民幣千元	退休福利 人民幣千元	合計 人民幣千元
<u>截至2021年12月31日止年度</u>					
執行董事					
張偉通先生(附註i)	-	1,482	2,705	116	4,303
馮晶女士(附註v)	-	173	-	23	196
	-	1,655	2,705	139	4,499
非執行董事					
丁小兵先生(附註vi)	-	-	-	-	-
劉洪基先生(附註ii)	-	-	-	-	-
簡易先生(附註iii)	-	-	-	-	-
陳鷹先生(附註vii)	-	-	-	-	-
黎寶聲先生(附註viii)	-	-	-	-	-
Nishimura Keisuke先生(附註iv)	-	-	-	-	-
Otsuka Masamitsu先生(附註iv)	-	96	-	4	100
	-	96	-	4	100
	-	1,751	2,705	143	4,599
<u>截至2022年12月31日止年度</u>					
執行董事					
張偉通先生(附註i)	-	1,535	2,680	127	4,342
馮晶女士(附註v)	-	1,373	309	146	1,828
	-	2,908	2,989	273	6,170
非執行董事					
丁小兵先生(附註vi)	196	-	-	-	196
趙典博士(附註ix)	-	-	-	-	-
陳鷹先生(附註vii)	-	-	-	-	-
Nishimura Keisuke先生(附註iv)	-	-	-	-	-
Otsuka Masamitsu先生(附註iv)	-	40	-	3	43
莊磊女士(附註x)	-	-	-	-	-
	196	40	-	3	239
	196	2,948	2,989	276	6,409
<u>截至2023年12月31日止年度</u>					
執行董事					
張偉通先生(附註i)	-	1,566	2,688	129	4,383
馮晶女士(附註v)	-	1,361	1,755	155	3,271
	-	2,927	4,443	284	7,654
非執行董事					
丁小兵先生(附註vi)	-	-	-	-	-
趙典博士(附註ix)	-	-	-	-	-
莊磊女士(附註x)	-	-	-	-	-
曹越女士(附註xi)	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	2,927	4,443	284	7,654

	董事袍金 人民幣千元	薪金、津貼 及實物福利 人民幣千元	績效 相關獎金 人民幣千元	退休福利 人民幣千元	合計 人民幣千元
<u>截至2024年4月30日止四個月</u>					
執行董事					
張偉通先生(附註i)	—	521	—	43	564
馮晶女士(附註v)	—	470	—	53	523
吳霞女士(附註xii)	—	—	—	—	—
	—	991	—	96	1,087
非執行董事					
趙典博士(附註ix)	—	—	—	—	—
曹越女士(附註xi)	—	—	—	—	—
孫永強先生(附註xiii)	—	—	—	—	—
林國龍先生(附註xiii)	—	—	—	—	—
肖寧先生(附註xiii)	—	—	—	—	—
	—	991	—	96	1,087
(未經審計)					
<u>截至2023年4月30日止四個月</u>					
執行董事					
張偉通先生(附註i)	—	524	—	43	567
馮晶女士(附註v)	—	440	—	51	491
	—	964	—	94	1,058
非執行董事					
丁小兵先生(附註vi)	—	—	—	—	—
趙典博士(附註ix)	—	—	—	—	—
莊磊女士(附註x)	—	—	—	—	—
	—	964	—	94	1,058

附註：

- (i) 張偉通先生於整個往績記錄期間擔任 貴公司的最高行政人員及 貴公司董事，上文所披露的酬金包括其作為最高行政人員就管理集團實體事務提供服務的酬金，彼於2024年4月22日調任為執行董事。彼自2024年6月25日起不再擔任 貴公司最高行政人員。
- (ii) 劉洪基先生於2021年2月3日辭任。
- (iii) 簡易先生於2021年9月28日辭任。
- (iv) Nishimura Keisuke先生及Otsuka Masamitsu先生於2022年8月5日辭任。
- (v) 馮晶女士於2022年7月27日獲委任為 貴公司董事，於2024年4月22日調任為執行董事，並於2024年8月7日辭任。
- (vi) 丁小兵先生於2021年9月28日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月21日辭任。
- (vii) 陳鷹先生於2021年9月28日獲委任，並於2022年7月27日辭任。

- (viii) 黎寶聲先生於2021年2月3日獲委任，並於2021年9月28日辭任。
- (ix) 趙典博士於2022年8月5日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月22日調任為非執行董事。
- (x) 莊磊女士於2022年8月5日獲委任，並於2023年4月28日辭任。
- (xi) 曹越女士於2023年8月10日獲委任為 貴公司董事，並於2024年4月22日調任為非執行董事。
- (xii) 吳霞女士於2024年4月22日獲委任為 貴公司執行董事。
- (xiii) 孫永強先生、林國龍先生及肖寧先生於2024年4月22日獲委任為非執行董事。
- (xiv) 周永健博士、李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士於2024年10月8日獲委任為 貴公司獨立非執行董事。於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年4月30日止四個月，獨立非執行董事尚未獲委任且並無以獨立非執行董事的身份收取董事薪酬。
- (xv) 李樹清先生自2024年6月25日起擔任 貴公司最高行政人員，並於2024年8月7日獲委任為 貴公司執行董事。

酌情花紅乃根據往績記錄期間的個人表現及市場趨勢釐定。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2023年及2024年4月30日止四個月，貴集團的五名最高薪酬人士分別包括一名、一名、兩名、零名及零名董事。於往績記錄期間，其餘人士的薪酬載列如下：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
員工					
— 薪金及其他福利	3,700	3,681	3,188	979	941
— 績效相關獎金	7,025	6,687	4,737	4,216	5,029
— 退休福利計劃供款	478	524	439	194	217
	<u>11,203</u>	<u>10,892</u>	<u>8,364</u>	<u>5,389</u>	<u>6,187</u>

薪酬介乎下列範圍的非 貴公司董事的最高薪酬員工人數如下：

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
1,000,001港元至1,500,000港元...	–	–	–	5	5
2,000,001港元至2,500,000港元...	–	–	1	–	–
2,500,001港元至3,000,000港元...	1	2	–	–	–
3,000,001港元至3,500,000港元...	2	1	1	–	–
3,500,001港元至4,000,000港元...	1	1	1	–	–

於往績記錄期間， 貴集團概無向任何董事或五名最高薪酬人士（包括董事及員工）支付任何酬金作為招攬加入 貴集團或加入 貴集團後的獎勵或離職補償。此外，於往績記錄期間，概無董事放棄任何酬金。

15. 物業、廠房及設備

	樓宇	租賃 物業裝修	在建工程	廠房及設備	機動車輛	家具、 裝置及 辦公設備	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本							
於2021年1月1日...	990,153	14,313	23,280	1,487,073	27,811	374,497	2,917,127
添置	286	1,121	27,608	163,267	4,699	18,630	215,611
處置	–	–	–	(75,178)	(3,118)	(16,614)	(94,910)
轉移	681	5,189	(20,820)	5,735	–	9,215	–
匯兌差額	–	(13)	(11)	–	(4)	(3)	(31)
於2021年12月31日...	991,120	20,610	30,057	1,580,897	29,388	385,725	3,037,797
添置	600	1,659	402,885	350,665	7,259	11,926	774,994
於收購子公司時							
獲得	156,972	–	–	1,101	–	–	158,073
處置	(433)	(4,118)	–	(26,665)	(1,761)	(3,800)	(36,777)
轉移	9,252	10,396	(276,596)	215,279	3,860	37,809	–
匯兌差額	–	86	–	–	27	22	135
於2022年12月31日...	1,157,511	28,633	156,346	2,121,277	38,773	431,682	3,934,222
添置	–	7,830	2,758,966	393,388	4,453	8,920	3,173,557
於收購子公司時							
獲得	–	–	90,546	–	–	–	90,546
處置	(1,412)	(354)	–	(126,267)	(3,117)	(8,942)	(140,092)
轉移	468,677	8,479	(1,196,399)	682,374	5,668	31,201	–
匯兌差額	–	15	–	–	9	5	29
於2023年12月31日...	1,624,776	44,603	1,809,459	3,070,772	45,786	462,866	7,058,262
添置	753	1,085	583,486	30,131	468	2,956	618,879
收購子公司時獲得	136,160	1,615	467	92,317	197	1,325	232,081
處置	(89)	(611)	–	(14,348)	(1,304)	(2,301)	(18,653)
轉移	402,793	1,236	(655,754)	250,014	90	1,621	–
匯兌差額	–	2	–	–	2	1	5
於2024年4月30日...	2,164,393	47,930	1,737,658	3,428,886	45,239	466,468	7,890,574

	樓宇	租賃 物業裝修	在建工程	廠房及設備	機動車輛	家具、 裝置及 辦公設備	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
折舊及減值							
於2021年1月1日...	333,103	9,716	-	909,460	18,282	221,275	1,491,836
於年內計提.....	41,839	2,741	-	170,237	4,846	28,801	248,464
於出售時抵銷.....	-	-	-	(67,729)	(2,928)	(14,998)	(85,655)
匯兌差額.....	-	(1)	-	-	-	-	(1)
於2021年12月31日..	374,942	12,456	-	1,011,968	20,200	235,078	1,654,644
於年內計提.....	45,189	5,241	-	219,364	3,191	29,713	302,698
於出售時抵銷.....	(161)	(3,172)	-	(22,944)	(1,583)	(3,259)	(31,119)
匯兌差額.....	-	14	-	-	1	6	21
於2022年12月31日..	419,970	14,539	-	1,208,388	21,809	261,538	1,926,244
於年內計提.....	59,450	8,742	-	332,010	5,162	34,743	440,107
於出售時抵銷.....	(308)	(249)	-	(106,821)	(2,775)	(7,649)	(117,802)
匯兌差額.....	-	6	-	-	2	2	10
於2023年12月31日..	479,112	23,038	-	1,433,577	24,198	288,634	2,248,559
於期內計提.....	27,611	3,336	-	103,826	1,939	12,670	149,382
於出售時抵銷.....	(38)	(606)	-	(9,960)	(930)	(2,126)	(13,660)
匯兌差額.....	-	1	-	-	-	-	1
於2024年4月30日..	506,685	25,769	-	1,527,443	25,207	299,178	2,384,282
賬面值							
於2021年12月31日..	616,178	8,154	30,057	568,929	9,188	150,647	1,383,153
於2022年12月31日..	737,541	14,094	156,346	912,889	16,964	170,144	2,007,978
於2023年12月31日..	1,145,664	21,565	1,809,459	1,637,195	21,588	174,232	4,809,703
於2024年4月30日..	1,657,708	22,161	1,737,658	1,901,443	20,032	167,290	5,506,292

上述物業、廠房及設備項目(除在建工程外)在考慮其估計剩餘價值後,在其估計可使用年限內按下列年率按直線法計提折舊:

樓宇	4.50%
租賃物業裝修.....	按租賃期或20.00%至66.67%(以較短者為準)
廠房及設備.....	9.00%至30.00%
機動車輛.....	18.00%
家具、裝置及辦公設備	18.00%至30.00%

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日,貴集團尚未取得房產證的若干樓宇價值為人民幣124,914,000元、人民幣121,196,000元、人民幣305,212,000元及人民幣420,015,000元。

於2024年4月30日,貴集團已抵押賬面值為人民幣90,652,000元的物業、廠房及設備,用作貴集團銀行借款的擔保。

16. 使用權資產

	租賃土地	租賃物業	機器及車輛	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年12月31日				
賬面值	151,146	29,679	1,429	182,254
於2022年12月31日				
賬面值	437,459	25,263	1,077	463,799
於2023年12月31日				
賬面值	482,676	35,142	217	518,035
於2024年4月30日				
賬面值	521,628	32,478	86	554,192
截至2021年12月31日止年度				
折舊費用.....	3,464	19,118	1,108	23,690
截至2022年12月31日止年度				
折舊費用.....	5,236	16,615	1,194	23,045
截至2023年12月31日止年度				
折舊費用.....	11,001	16,166	851	28,018
截至2024年4月30日止期間				
折舊費用.....	<u>4,058</u>	<u>6,161</u>	<u>130</u>	<u>10,349</u>

	截至12月31日止年度			截至4月30日止四個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
與短期租賃及低價值					
資產有關的費用	<u>2,489</u>	<u>859</u>	<u>1,338</u>	<u>288</u>	<u>373</u>
租賃的現金流出總額	<u>21,906</u>	<u>158,502</u>	<u>80,695</u>	<u>27,020</u>	<u>10,544</u>
使用權資產的增加	<u>22,385</u>	<u>306,295</u>	<u>82,998</u>	<u>39,482</u>	<u>46,474</u>

於往績記錄期間，貴集團租賃土地、物業、機器及車輛以供其營運。租賃合同的固定期限為12個月至50年。租賃條款乃按個別基準磋商，並包含各種不同的條款及條件。於釐定租賃期及評估不可撤銷期間的長短時，貴集團應用合同的定義並釐定合同可強制執行的期間。

此外，貴集團擁有若干工業樓宇（其生產設施主要位於該處）及辦公樓。貴集團為該等物業權益（包括相關租賃土地）的註冊擁有人。收購該等物業權益已預先作出一次性付款。該等自有物業的租賃土地組成部分僅於作出的付款能可靠分配時單獨呈列。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，貴集團已取得所有租賃土地的土地使用權證。

貴集團定期就物業及停車場訂立短期租賃。於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，短期租賃組合與上文所披露短期租賃開支的短期租賃組合相似。

租賃限制或契諾

此外，於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日確認的租賃負債分別為人民幣32,698,000元、人民幣27,546,000元、人民幣35,989,000元及人民幣31,943,000元，相關使用權資產分別為人民幣31,108,000元、人民幣26,340,000元、人民幣35,359,000元及人民幣32,564,000元。除出租人持有的租賃資產的擔保權益外，租賃協議並無施加任何契諾。租賃資產不得用作借款擔保。

租賃負債的租賃到期分析詳情載於附註27。

於2024年4月30日，貴集團已抵押賬面值為人民幣28,949,000元的租賃土地，用作貴集團銀行借款的擔保。

17. 對子公司的投資

貴公司

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資成本.....	685,718	685,718	685,718	685,718

18. 遞延稅項

就於合併財務狀況表呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已抵銷。以下為就財務報告而言的遞延稅項結餘分析：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延稅項資產.....	256,894	310,179	243,463	205,570
遞延稅項負債.....	(188,989)	(240,998)	(310,072)	(329,157)
	<u>67,905</u>	<u>69,181</u>	<u>(66,609)</u>	<u>(123,587)</u>

以下為於往績記錄期間已確認的主要遞延稅項資產(負債)及其變動：

	貿易及其他	中國子公司未	遞延收入	應計費用	資本開支加速		合計
	應收款項	分配利潤的預			稅項扣除	其他	
	減值	扣稅	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	9,511	(143,265)	7,920	184,934	-	4,624	63,724
於年內(扣減)計入							
(附註10)	(4,227)	(45,680)	20,292	35,279	-	(1,483)	4,181
於2021年12月31日	5,284	(188,945)	28,212	220,213	-	3,141	67,905
於年內計入(扣減)							
(附註10)	6,483	(44,842)	3,850	39,361	(7,171)	3,595	1,276
於2022年12月31日	11,767	(233,787)	32,062	259,574	(7,171)	6,736	69,181
於年內扣減(附註10)	(2,528)	(71,451)	(4,376)	(46,259)	(7,774)	(3,402)	(135,790)
於2023年12月31日	9,239	(305,238)	27,686	213,315	(14,945)	3,334	(66,609)
於期內計入(扣減)							
(附註10)	186	(9,522)	(1,445)	(30,400)	(5,635)	459	(46,357)
收購子公司	-	-	-	-	(1,265)	(9,356)	(10,621)
於2024年4月30日	9,425	(314,760)	26,241	182,915	(21,845)	(5,563)	(123,587)

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，貴集團的未動用稅項虧損分別為人民幣41,237,000元、人民幣42,297,000元、人民幣45,738,000元及人民幣51,948,000元，可用於抵銷未來利潤，並未就所有未動用稅項虧損確認遞延稅項資產。根據中國相關法律法規，於各報告期末的未確認稅項虧損將於以下年度到期，而於香港產生或源自香港的稅項虧損可無限期結轉：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2023年	19,013	10,541	-	-
2029年	-	-	-	366
無限期	22,224	31,756	45,738	51,582
	41,237	42,297	45,738	51,948

19. 存貨

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料及消耗品	245,707	320,113	262,067	235,649
製成品	168,382	268,007	115,313	131,249
	414,089	588,120	377,380	366,898

20. 貿易及其他應收款項

貴集團

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項				
— 第三方	241,975	245,538	254,116	375,509
— 同系子公司	35,797	25,030	13,210	23,811
	<u>277,772</u>	<u>270,568</u>	<u>267,326</u>	<u>399,320</u>
減：信貸虧損準備	(9,885)	(30,496)	(36,622)	(37,364)
	<u>267,887</u>	<u>240,072</u>	<u>230,704</u>	<u>361,956</u>
其他應收款項	22,682	28,863	97,002	29,997
減：信貸虧損準備	(240)	(335)	(335)	(335)
	<u>22,442</u>	<u>28,528</u>	<u>96,667</u>	<u>29,662</u>
應收票據	6,894	—	—	85,000
遞延發行成本	—	—	2,270	4,002
預付供應商款項	40,927	18,145	36,776	15,764
可收回增值稅款	167,193	276,856	316,452	183,061
	<u>505,343</u>	<u>563,601</u>	<u>682,869</u>	<u>679,445</u>

貴公司

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延發行成本	—	—	2,270	4,002
其他	29	102	—	—
	<u>29</u>	<u>102</u>	<u>2,270</u>	<u>4,002</u>

於2021年1月1日，來自客戶合同的貿易應收款項為人民幣209,295,000元。

以下為於報告期末按商品交付日期呈列的貿易應收款項（扣除信貸虧損準備）的賬齡分析：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至90天	223,047	194,655	202,402	337,769
91至180天	34,316	30,533	26,954	21,914
181至365天	6,660	13,665	798	1,667
超過365天	3,864	1,219	550	606
	<u>267,887</u>	<u>240,072</u>	<u>230,704</u>	<u>361,956</u>

於各報告期末，應收票據的賬齡均在90日內。

貴集團的政策是給予其貿易客戶60至90天的信貸期。具有良好還款記錄的大型或長期客戶可獲授較長的信貸期。

於接納任何有信貸限額的新客戶前，貴集團會評估彼等的歷史背景及於市場的可信度。信貸限額將參考研究結果釐定，並將每年覆核一次。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，計入貴集團貿易應收款項結餘的應收款項賬面總值分別為人民幣54,035,000元、人民幣52,230,000元、人民幣34,157,000元及人民幣74,121,000元，已於報告日期逾期。於逾期結餘中，人民幣14,000,000元、人民幣14,936,000元、人民幣1,586,000元及人民幣6,651,000元已逾期90天或以上，由於該等客戶的良好還款記錄及與貴集團的持續業務，故不被視為違約。

下表列示根據簡化方法就貿易應收款項確認的全期預期信貸虧損變動。

	全期預期 信貸虧損 (無信貸減值)	全期預期 信貸虧損 (信貸減值)	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日的結餘	2,950	23,570	26,520
因確認金融工具引起的變動			
— 已確認減值虧損	7,578	—	7,578
— 已轉回減值虧損	(7,459)	(10,507)	(17,966)
— 撤銷	—	(7,428)	(7,428)
新產生的金融資產	1,181	—	1,181
於2021年12月31日的結餘	4,250	5,635	9,885
因確認金融工具引起的變動			
— 轉移至信貸減值	(894)	894	—
— 已確認減值虧損	4,610	16,128	20,738
— 已轉回減值虧損	(378)	—	(378)
— 撤銷	—	(791)	(791)
新產生的金融資產	1,042	—	1,042
於2022年12月31日的結餘	8,630	21,866	30,496
因確認金融工具引起的變動			
— 轉移至信貸減值	(6)	6	—
— 已確認減值虧損	2,922	13,707	16,629
— 已轉回減值虧損	(8,189)	—	(8,189)
— 撤銷	(2,917)	(499)	(3,416)
新產生的金融資產	1,102	—	1,102
於2023年12月31日的結餘	1,542	35,080	36,622
因確認金融工具引起的變動			
— 轉移至信貸減值	(1)	1	—
— 已確認減值虧損	2	47	49
— 已轉回減值虧損	(890)	—	(890)
— 撤銷	—	(3)	(3)
新產生的金融資產	1,586	—	1,586
於2024年4月30日的結餘	2,239	35,125	37,364

貿易及其他應收款項減值評估詳情載於附註36。

21. 現金及現金等價物及定期銀行存款

現金及現金等價物包括用於履行 貴集團短期現金承諾的原到期日少於三個月的活期存款，於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，按市場年利率0.01%至1.90%、0.01%至1.90%、0.01%至1.80%及0.01%至1.80%計息。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，原到期日超過3個月的定期銀行存款按年利率0.54%至2.10%、1.75%至3.15%、2.90%至4.15%及1.6%至3.35%計息。

貴集團以下列貨幣而非相關集團實體的功能貨幣計值的銀行結餘載列如下：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
美元	529	618	720	793
人民幣	17,977	4,985	85	1,474
	<u>18,506</u>	<u>5,603</u>	<u>805</u>	<u>2,267</u>

銀行結餘的減值評估詳情載於附註36。

22. 遞延收入

	人民幣千元
於2021年1月1日的結餘	31,681
增加	101,112
計入損益	(19,944)
於2021年12月31日的結餘	112,849
增加	32,410
計入損益	(17,010)
於2022年12月31日的結餘	128,249
計入損益	(17,508)
於2023年12月31日的結餘	110,741
計入損益	(5,780)
於2024年4月30日的結餘	<u>104,961</u>

附註：截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間，已收取政府補助人民幣101,112,000元、人民幣32,410,000元、人民幣零元及人民幣零元，主要與投資生產設施有關。該等金額已被視為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內轉撥至收入。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間，與資產相關的政府補助收入分別為人民幣19,944,000元、人民幣17,010,000元、人民幣17,508,000元及人民幣5,780,000元，均計入損益。

23. 貿易及其他應付款項

貴集團

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項(附註)				
— 第三方	371,648	509,446	744,350	857,119
— 同系子公司	18,048	53,597	72,564	159,343
	389,696	563,043	816,914	1,016,462
應付銷售折扣及推廣費用	2,330,405	1,997,549	1,693,251	1,503,085
應付工資	376,307	440,492	459,233	263,451
應付按金	272,933	315,847	346,529	355,806
廣告應付款項	224,741	128,453	154,858	177,075
運輸應付款項	133,407	277,292	251,992	397,157
應計上市開支	—	—	7,496	18,870
應計發行成本	—	—	1,221	2,647
其他應付款項及應計費用				
— 第三方	130,596	211,662	820,063	949,710
— 同系子公司	11,148	94,743	470,508	384,441
	141,744	306,405	1,290,571	1,334,151
	3,869,233	4,029,081	5,022,065	5,068,704

附註：於往績記錄期間，供應商授予貴集團的信貸期介乎15天至60天。以下為於各報告期末按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至90天	385,583	559,742	815,329	1,012,657
91至180天	—	59	195	556
181至365天	150	53	189	3,187
超過365天	3,963	3,189	1,201	62
	389,696	563,043	816,914	1,016,462

貿易應付款項為無抵押及不計息。

其他應付款項的信貸期介乎30天至90天，賬齡為一年內。

24. 合同負債

合同負債指尚未提供相關服務時自客戶收取的預付款項。

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預收客戶款：				
包裝飲用水和飲料	268,912	246,660	139,355	146,031

於2021年1月1日，合同負債為人民幣169,840,000元。

合同負債金額包括將予確認的收入。合同負債結餘根據報告期末的未完成合同數量而有所不同。下表列示於往績記錄期間確認的與結轉合同負債有關的收入金額。

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計入年初合同負債結餘的已確認收入	169,840	268,912	246,660	139,355

貴集團要求在承接若干客戶的訂單時支付按金。倘 貴集團在交付包裝飲用水和飲料前收取按金，將導致合同開始時產生合同負債，直至相關合同確認的收入超過按金金額。

根據銷售協議，客戶有權根據向客戶提供的實際銷量向 貴集團收取銷售折扣。於向客戶交付貨品後， 貴集團將按月根據實際銷售量釐定應付予客戶的銷售折扣，並將應付金額計入其他應付款項（附註23）。其後， 貴集團將定期與客戶確認銷售折扣的結算方式（現金或存貨）。倘客戶與 貴集團確認以存貨結算銷售折扣，應付客戶款項將重新分類至合同負債。

貴集團並無原預期年期超過一年的收益合同，因此管理層根據香港財務報告準則第15號應用實際權宜方法，並無披露分配至截至報告期末尚未達成或部分達成的履約責任的交易價格總額。

25. 銀行借款

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行貸款，有擔保	-	-	-	14,573

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
上述借款的賬面值須予償還*：				
一年內	-	-	-	6,007
一年以上但不超過兩年的期間內 . . .	-	-	-	6,000
兩年以上但不超過五年的期間內 . . .	-	-	-	2,566
	-	-	-	14,573
減：流動負債項下列示的				
一年內到期結算金額	-	-	-	6,007
非流動負債項下列示的一年後				
到期結算金額	-	-	-	8,566

* 到期金額乃基於貸款協議所載的預定還款日期。

以人民幣計值的銀行借款按與中國人民銀行規定的貸款利率（「LPR」）掛鈎的浮動利率計息，於2024年4月30日的實際年利率為2.71%，並使 貴集團面臨現金流量利率風險。

誠如附註15及附註16分別所載，於2024年4月30日的借款以物業、廠房及設備以及租賃土地作抵押。

26. 應付子公司非控股股東款項

應付子公司非控股股東款項為非貿易相關及無抵押。誠如附註32所載，人民幣39,409,000元的款項按與LPR掛鈎的浮動利率計息，實際年利率為3.45%，無固定還款期，並已於2024年5月悉數結清，而餘下人民幣6,646,000元的款項則為免息，無固定還款期。

27. 租賃負債

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付租賃負債：				
一年以內.....	15,909	17,169	16,178	12,445
一年以上但不超過兩年的期間內..	10,344	8,471	7,347	6,773
兩年以上但不超過五年的期間內..	6,445	1,906	12,464	12,725
	32,698	27,546	35,989	31,943
減：流動負債項下列示的				
一年內到期結算金額.....	(15,909)	(17,169)	(16,178)	(12,445)
非流動負債項下列示的一年後 到期結算金額.....	16,789	10,377	19,811	19,498

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，租賃負債適用的增量借款利率分別介乎2.22%至4.35%、2.22%至4.35%、2.22%至4.35%及2.22%至4.35%。

28. 股本

貴公司法定及已發行股本變動詳情如下：

	股份數量	股本 美元
法定：		
於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日.....	1,000	1,000
於2024年4月21日增加(附註).....	99,999,999,000	49,000
於2024年4月30日.....	100,000,000,000	50,000
已發行及繳足：		
於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日.....	1,000	1,000
股份拆細(附註).....	1,999,999,000	—
於2024年4月30日.....	2,000,000,000	1,000
於歷史財務資料所示		
於2021年1月1日、2021年、2022年及 2023年12月31日以及2024年4月30日.....	人民幣千元 等值	7

附註：於2024年4月21日，股東議決（其中包括）將當時每股面值1.00美元的已發行及未發行普通股拆細為2,000,000股每股面值0.0000005美元的股份（「股份拆細」）。由於股份拆細，貴公司的法定股本為50,000美元，分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的普通股，其中2,000,000,000股普通股已發行及繳足。

所有已發行新股在各方面與當時的現有股份享有同等地位。

29. 貴公司的儲備

	股本	資本儲備	留存利潤	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	7	500,000	205,414	705,421
虧損及綜合費用總額	—	—	(561)	(561)
於2021年12月31日	7	500,000	204,853	704,860
利潤及綜合收益總額	—	—	1,823	1,823
於2022年12月31日	7	500,000	206,676	706,683
虧損及綜合費用總額	—	—	(13,882)	(13,882)
於2023年12月31日	7	500,000	192,794	692,801
虧損及綜合費用總額	—	—	(14,067)	(14,067)
於2024年4月30日	7	500,000	178,727	678,734

30. 關聯方披露

除該等合併財務報表其他部分所披露者外，貴集團與關聯方的交易及結餘如下：

貴集團

關係	交易／結餘性質	於12月31日／截至該日止年度			於4月30日／
		2021年	2022年	2023年	截至該日
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	止期間
				2024年	
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
同系子公司	銷售貨品 (附註a)	86,192	81,894	62,160	20,404
	應收同系子公司款項	4,267,481	3,561,621	13,210	23,811
	— 貿易性質 (計入貿易及其他應收款項)	35,797	25,030	13,210	23,811
	— 非貿易性質 (附註b)	4,231,684	3,536,591	—	—
	存放於同系子公司的定期銀行存款	200,000	281,582	786,329	794,352
	墊付予同系子公司的現金及現金等價物	303,781	1,505,747	1,000,331	5,947
	採購原材料及其他消耗品 (附註a)	557,787	840,294	940,209	285,832

關係	交易／結餘性質	於12月31日／截至該日止年度			於4月30日／
		2021年	2022年	2023年	截至該日
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	止期間
				2024年	
				人民幣千元	
	採購施工及其他服務 (附註a)	45,712	211,210	1,120,678	73,415
	應付同系子公司款項				
	— 貿易性質 (計入貿易及其他應付款項) (附註a)	29,196	148,340	543,072	543,784
	利息收入	141,090	103,481	34,187	8,348
	— 向同系子公司作出的現金墊款	62,858	—	—	—
	— 存放於同系子公司的銀行存款以及現金及現金等價物	3,499	6,348	19,348	8,348
	— 應收同系子公司的貸款	74,733	97,133	14,839	—
直接控股公司...	應收直接控股公司款項 (附註c)	19,928	21,875	22,192	22,237
	應付直接控股公司款項 (附註c)	1,742	1,903	1,931	1,935
中間控股公司...	應收中間控股公司款項 (附註c)	736	741	742	—
	應付中間控股公司款項 (附註c)	1,075	1,259	1,158	—

附註：

- (a) 該等交易的價格乃由訂約各方參考已簽署的協議釐定。
- (b) 於2021年及2022年12月31日，應收同系子公司非貿易款項主要包括若干應收同系子公司的貸款人民幣3,931,427,000元及人民幣3,536,591,000元，該等貸款為無抵押及按固定利率計息，於2021年及2022年12月31日，固定年利率分別為3.50%至3.85%及3.10%至3.60%，且固定還款期限少於一年。計入的金額人民幣300,257,000元指於2021年12月31日向同系子公司作出的資本墊款，屬無抵押及按浮動利率計息。應收同系子公司非貿易款項的全部結餘已於2023年12月31日結清。
- (c) 該等款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還。應收及應付直接控股公司款項結餘將不會於上市前結清。
- (d) 貴集團本身為中國華潤有限公司（「華潤」）旗下大型公司集團的一部分，該公司由中國國家政府控制。除與華潤集團的交易外，貴集團亦與其他國家控制實體開展業務。董事認為，除華潤集團外，該等實體無權管理或參與貴集團的財務及經營政策。與該等實體的交易（包括買賣貨品及服務以及銀行存款及相應利息收入）乃於貴集團日常業務過程中進行。貴集團相信，就其所深知，已就上文概述的關聯方交易作出充分及適當的披露。

貴公司

關係	結餘／交易性質	於12月31日／截至該日止年度			於4月30日／截
		2021年	2022年	2023年	至該日止期間
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2024年
直接控股公司...	應收直接控股公司款項(附註)	19,892	21,825	22,142	22,186
子公司.....	應付子公司款項(附註)	7,477	8,232	25,231	33,490
中間控股公司...	應付中間控股公司款項(附註)	922	1,100	986	-

附註：該等款項為非貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還。應收直接控股公司款項結餘將不會於上市前結清。

31. 退休福利計劃

貴集團根據強制性公積金計劃(「強制性公積金計劃」)為合資格參與強制性公積金計劃的僱員設立一項界定供款退休福利計劃。強制性公積金計劃的資產與貴集團的資產分開，並由受託人控制的基金持有。貴集團按相關工資成本的若干百分比向強制性公積金計劃作出供款，而該等供款由僱員作出。

貴公司於中國成立的子公司的僱員為中國政府運作的國家管理退休福利計劃的成員。子公司須按工資成本的若干百分比向退休福利計劃供款，以為福利提供資金。貴集團就退休福利計劃的唯一責任為作出特定供款。

於損益確認的開支總額人民幣207,604,000元、人民幣222,551,000元、人民幣245,428,000元及人民幣87,913,000元，指貴集團於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間應付該等計劃的供款。

32. 收購子公司

(a) 透過收購子公司收購資產及負債

截至2022年12月31日止年度

於截至2022年12月31日止年度，貴集團透過向華潤怡寶飲料(宜興)有限公司(「怡寶宜興」)注資人民幣753,900,000元收購該子公司的70%權益。上述交易入賬列作透過收購子公司收購資產及負債，原因是怡寶宜興主要持有若干工業樓宇及相關租賃土地，且該等物業無重要生產過程。收購完成後，怡寶宜興成為貴公司的子公司。所收購子公司的主要業務未來將從事包裝飲用水製造及經銷。

所收購資產及所承擔負債詳情如下：

	2022年
	人民幣千元
物業、廠房及設備.....	158,073
使用權資產.....	155,092
遞延稅項資產.....	269
其他應收款項.....	9,762
銀行結餘及現金.....	35
其他應付款項.....	(131)
	323,100
貴集團注資.....	753,900
	1,077,000

	2022年
	人民幣千元
轉讓的對價由以下方式支付：	
貴集團向該子公司注資	753,900
非控股權益應佔淨資產	323,100
	<u>1,077,000</u>
收購怡寶宜興產生的現金流入淨額	
所收購銀行結餘及現金	<u>35</u>

截至2023年12月31日止年度

於截至2023年12月31日止年度，貴集團透過向河源市碧優選飲用水有限公司（「碧優選」，現稱華潤怡寶飲料（河源）有限公司）注資人民幣313,719,000元收購該子公司的79%權益。上述交易入賬列作透過收購子公司收購資產及負債，原因是碧優選主要持有若干工業樓宇、相關租賃土地及若干設備，且該等物業無重要生產過程。收購完成後，碧優選成為貴公司的子公司。所收購子公司的主要業務未來將從事包裝飲用水製造及經銷。

所收購資產及所承擔負債詳情如下：

	2023年
	人民幣千元
物業、廠房及設備	90,546
使用權資產	20,101
購置物業、廠房及設備的按金	34,319
其他應付款項	<u>(60,983)</u>
	83,983
貴集團注資	313,719
	<u>397,702</u>
轉讓的對價由以下方式支付：	
貴集團向該子公司注資	313,719
非控股權益應佔淨資產	<u>83,983</u>
	<u>397,702</u>
收購碧優選產生的現金流入淨額	
所收購銀行結餘及現金	<u>—</u>

(b) 業務收購

截至2024年4月30日止期間

於2024年1月15日，為擴展業務，貴集團收購武漢華新達飲品技術有限公司（「武漢華新達」，現稱華潤怡寶飲料（武漢）有限公司）的70%股權，該公司從事包裝飲用水製造及經銷。根據收購協議，對價包括現金對價人民幣151,060,000元以及經參考武漢華新達於2023年8月1日至收購完成日期期間的利潤而應付予賣方的或然對價人民幣6,646,000元。本次收購完成後，武漢華新達成為貴公司的子公司。該收購使用收購法入賬列作業務收購。

所收購資產及所承擔負債詳情如下：

	2024年
	人民幣千元
物業、廠房及設備	232,081
使用權資產	40,575
購置物業、廠房及設備的按金	8,840
存貨	21,394
貿易及其他應收款項	34,790
銀行結餘及現金	137
貿易及其他應付款項	(55,050)
合同負債	(61)
遞延稅項負債	(10,621)
應付非控股股東款項	(39,017)
	<u>233,068</u>
轉讓的對價由以下方式支付：	
現金	151,060
應付非控股股東款項	6,646
非控股權益應佔淨資產	69,920
	<u>227,626</u>
武漢華新達折價收購收益	5,442
	<u>233,068</u>
收購相關成本（計入截至2024年4月30日止期間歷史財務資料中的行政開支）..	864
收購武漢華新達產生的現金流入淨額	
已付現金對價	(151,060)
所收購銀行結餘及現金	137
	<u>(150,923)</u>

收購武漢華新達的折價收購收益人民幣5,442,000元經重新評估後，於合併損益及其他綜合收益表的其他收益及虧損內的損益中確認。

貴公司董事認為，經參考 貴集團預期於未來收取的現金流量，所收購貿易及其他應收款項的公允價值與相關金融資產的賬面值相若。

收購子公司所產生的非控股權益乃經參考被收購方資產淨值於收購日期的公允價值份額計量。

截至2024年4月30日止期間的利潤包括武漢華新達帶來的額外業務所產生的人民幣9,276,000元。截至2024年4月30日止期間的收入包括武漢華新達產生的人民幣84,053,000元。

倘收購武漢華新達於2024年1月1日完成， 貴集團截至2024年4月30日止期間的收入則為人民幣4,152,762,000元，而截至2024年4月30日止期間的利潤則為人民幣461,173,000元。備考資料僅供說明用途，並不一定表明倘收購於2024年1月1日完成， 貴集團實際將取得的收入及經營業績，其亦不擬作為未來業績的預測。

於釐定倘於2024年1月1日收購武漢華新達， 貴集團的「備考」收入及利潤時， 貴公司董事根據物業、廠房及設備於收購日期的已確認金額計算物業、廠房及設備的折舊。

33. 融資活動產生的負債的對賬

下表詳述 貴集團融資活動產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債是指 貴集團的融資活動產生的現金流量已經或未來的現金流量將在合併財務報表中分類的負債。

	銀行借款	應付 直接控股 公司款項	應付 中間控股 公司款項	應付子公司 非控股 股東款項	租賃負債	應計發行成本	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	-	1,793	1,104	-	28,923	-	31,820
融資現金流量	-	-	(50)	-	(19,417)	-	(19,467)
新訂租約	-	-	-	-	21,410	-	21,410
利息開支	-	-	-	-	1,782	-	1,782
匯兌差額	-	(51)	(25)	-	-	-	(76)
其他非現金變動	-	-	46	-	-	-	46
於2021年12月31日	-	1,742	1,075	-	32,698	-	35,515
融資現金流量	-	-	(16)	-	(21,185)	-	(21,201)
新訂租約	-	-	-	-	14,416	-	14,416
利息開支	-	-	-	-	1,617	-	1,617
匯兌差額	-	161	94	-	-	-	255
其他非現金變動	-	-	106	-	-	-	106
於2022年12月31日	-	1,903	1,259	-	27,546	-	30,708
融資現金流量	(41,053)	-	(6)	-	(18,490)	(1,049)	(60,598)
新訂租約	-	-	-	-	25,470	-	25,470
利息開支	41,053	-	-	-	1,463	-	42,516
匯兌差額	-	28	65	-	-	-	93
應計股份發行成本	-	-	-	-	-	2,270	2,270
其他非現金變動	-	-	(160)	-	-	-	(160)
於2023年12月31日	-	1,931	1,158	-	35,989	1,221	40,299
融資現金流量	14,566	-	(416)	-	(7,902)	(232)	6,016
收購子公司	-	-	-	45,663	-	-	45,663
新訂租約	-	-	-	-	3,496	-	3,496
利息開支	7	-	-	364	360	-	731
匯兌差額	-	4	-	-	-	-	4
應計股份發行成本	-	-	-	-	-	1,658	1,658
其他非現金變動	-	-	(742)	28	-	-	(714)
於2024年4月30日	14,573	1,935	-	46,055	31,943	2,647	97,153
(未經審計)							
於2023年1月1日	-	1,903	1,259	-	27,546	-	30,708
融資現金流量	5,893,047	-	(6)	-	(9,332)	-	5,883,709
新訂租約	-	-	-	-	21,412	-	21,412
利息開支	14,697	-	-	-	453	-	15,150
匯兌差額	-	(24)	(9)	-	-	-	(33)
於2023年4月30日	5,907,744	1,879	1,244	-	40,079	-	5,950,946

34. 主要非現金交易

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2023年及2024年4月30日止期間，貴集團就使用辦公室物業訂立若干新租賃協議。於租賃開始日，貴集團分別確認使用權資產人民幣21,410,000元及租賃負債人民幣21,410,000元、使用權資產人民幣14,416,000元及租賃負債人民幣14,416,000元、使用權資產人民幣25,470,000元及租賃負債人民幣25,470,000元、使用權資產人民幣21,412,000元及租賃負債人民幣21,412,000元以及使用權資產人民幣3,496,000元及租賃負債人民幣3,496,000元。

35. 資本風險管理

貴集團管理其資本，以確保 貴集團內的實體將能夠持續經營，同時通過優化債務及權益平衡為股東帶來最大回報。於往績記錄期間， 貴集團的整體策略維持不變。

貴集團的資本結構由淨債務組成，包括(如適用)銀行借款、應付直接控股公司、中間控股公司、子公司非控股股東款項，扣除現金及現金等價物淨額及定期銀行存款以及 貴公司擁有人應佔權益(包括股本、保留利潤及其他儲備)。

貴公司董事定期檢討資本架構。作為檢討的一部分，董事考慮資本成本及與資本相關的風險。根據董事的建議， 貴集團將透過發行新股以及發行新債務或贖回現有債務平衡其整體資本架構。

36. 金融工具

(a) 金融工具分類

貴集團

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金融資產				
按攤銷成本計量的金融資產.....	6,439,938	6,627,740	6,299,449	6,589,504
金融負債				
按攤銷成本計量的金融負債.....	3,872,050	4,032,243	5,025,154	5,131,267

貴公司

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金融資產				
按攤銷成本計量的金融資產.....	27,541	30,297	33,300	26,506
金融負債				
按攤銷成本計量的金融負債.....	8,399	9,332	26,217	33,490

(b) 金融風險管理目標及政策

貴集團及 貴公司的主要金融工具包括銀行結餘及現金、貿易及其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項、應收同系子公司款項、貿易及其他應付款項、銀行借款、應付直接控股公司款項、應付中間控股公司款項及應付子公司非控股股東款項。該等金融工具的詳情於相關附註中披露。與該等金融工具相關的風險包括市場風險(貨幣及利率風險)、信貸風險及流動資金風險。有關如何降低該等風險的政策載列如下。管理層管理及監控該等風險，以確保及時有效地實施適當措施。

市場風險

貴集團的業務主要面臨利率及匯率變動的市場風險。

貴集團所面臨的市場風險或其管理及計量風險的方式並無重大變動。

(i) 貨幣風險

貴集團以人民幣收取大部分收入及產生大部分開支。貴集團的子公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣人民幣及港元作為其功能貨幣。

貴集團進行的若干交易以外幣計值，因此須承擔匯率波動之風險。貴集團目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

於報告日期，貴集團以外幣計值的貨幣資產（主要包括銀行結餘及現金及貿易應收款項）及貨幣負債（主要包括其他應付款項）的賬面值如下：

	於12月31日			於4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>資產</u>				
人民幣	17,977	4,985	85	1,474
美元	529	618	720	793
<u>負債</u>				
人民幣(附註).....	49,272	49,189	65,721	86,354
美元	961	1,139	986	465

附註：其中以人民幣作為外幣計值的負債中，於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日的應付款項人民幣49,272,000元、人民幣49,189,000元、人民幣65,721,000元及人民幣86,354,000元為集團內公司間結餘，乃以港元為功能貨幣的集團實體應付一間中國大陸子公司的款項，其亦使貴集團面臨外匯風險。

敏感度分析

下表詳述在所有其他變量保持不變的情況下，貴集團對相關外幣兌各集團實體的功能貨幣的匯率可能出現的5%合理變動的敏感度。敏感度分析僅包括以外幣計值的未償還貨幣項目，並於報告期末按5%的外匯匯率變動調整其換算。

	截至12月31日止年度			截至4月30日止 四個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年內稅後利潤(減少)增加				
— 倘人民幣兌美元貶值	(25)	(30)	(19)	10
— 倘人民幣兌美元升值	25	30	19	(10)
— 倘人民幣兌港元貶值	1,307	1,846	2,879	3,802
— 倘人民幣兌港元升值	(1,307)	(1,846)	(2,879)	(3,802)

管理層認為，由於年末風險並未反映截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間的風險，故敏感度分析並不代表固有外匯風險。

(ii) 利率風險

貴集團面臨有關定期銀行存款（見附註21）、應收同系子公司定息貸款（見附註30）及租賃負債（詳情見附註27）的公允價值利率風險。貴集團亦面臨與浮息銀行結餘（詳情見附註21）、浮息銀行借款（詳情見附註25）及來自子公司非控股股東的浮息貸款（詳情見附註26）有關的現金流量利率風險。貴集團的現金流量利率風險主要集中於銀行結餘利率波動及貴集團以人民幣計值的借款及來自子公司非控股股東的貸款所產生的LPR。貴集團的目標是將其借款保持在浮動利率水平。貴集團根據利率水平及前景評估任何利率變動所產生的潛在影響，以管理其利率風險。

利率敏感度

下文敏感度分析乃根據非衍生工具（銀行結餘、銀行借款及來自子公司非控股股東的貸款）的利率風險釐定。有關分析乃假設於報告期末的未償還金融工具於整個年度均未償還而編製。銀行借款及來自子公司非控股股東的貸款增加或減少100個基點以及銀行結餘增加或減少50個基點用於內部向主要管理人員報告利率風險，並且為管理層對銀行借款及銀行存款利率可能變動的評估。

於報告期末，倘銀行借款、來自子公司非控股股東的貸款及銀行存款的利率分別增加／減少100及50個基點，而所有其他變量保持不變，則貴集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間的稅後利潤將分別增加／減少約人民幣12,621,000元、人民幣18,807,000元、人民幣16,017,000元及人民幣16,223,000元。

信貸風險及減值評估

於各報告期末，貴集團面臨的最大信貸風險乃源自各報告期末合併財務狀況表所列各項已確認金融資產的賬面值，該等風險將因交易對手未能履行義務而導致貴集團蒙受財務損失。

與客戶訂立合同產生的貿易應收款項

為盡量降低信貸風險，貴集團管理層已委派負責人員釐定信貸限額、信貸審批及其他監控程序，以確保採取跟進行動收回逾期債務。貴集團可能要求在接獲訂單前向大部分客戶收取按金。其他監控程序已到位，以確保採取後續行動以收回逾期債務。就此而言，貴公司董事認為貴集團的信貸風險已大幅降低。

此外，貴集團根據預期信貸虧損模式對出現信貸減值的貿易應收款項進行個別減值評估。餘下貿易應收款項按客戶未償還結餘的賬齡按共同基準進行分組及評估。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年4月30日止期間，（減值撥回收益）／減值虧損人民幣(9,207,000)元、人民幣21,402,000元、人民幣9,542,000元及人民幣745,000元於損益中確認。定量披露的詳情載於本附註下文。

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項、應收同系子公司款項及銀行結餘

其他應收款項、應收票據、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項的信貸風險乃透過內部程序進行管理。於作出墊款前，我們會調查各對手方的信貸質素。貴集團亦積極監控各債務人欠付的未償還金額，並及時識別任何信貸風險，以降低信貸相關損失的風險。就此而言，貴公司董事認為貴集團的信貸風險已大幅降低。

流動資金的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行或中國國有銀行。貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

就其他應收款項、應收直接控股公司款項、應收中間控股公司款項及應收同系子公司款項而言，貴公司董事根據其過往還款記錄及後續結算考慮具有良好信譽的對手方。貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

貴集團的內部信貸風險評級包括以下類別：

內部信貸評級	描述
低風險	對手方違約風險低，且並無任何逾期金額。
監察名單	債務人恒常於到期日後償還，但通常全數結算。
呆賬	自通過內部或外部資源獲得的信息初始確認以來，信貸風險已顯著增加。
虧損	有證據顯示該資產已發生信貸減值。
撤銷	有證據顯示債務人陷入嚴重財務困難且貴集團預期無實際收回款項的可能。

下表列示進行預期信貸虧損評估的貴集團金融資產的信貸風險敞口：

	外部 信貸評級	內部 信貸評級	12個月或 全期預期 信貸虧損	賬面總值			
				2021年 12月31日	2022年 12月31日	2023年 12月31日	2024年 4月30日
				人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項							
第三方	不適用	(i)	全期預期信貸虧損 (未發生信貸減值)	236,340	212,233	219,036	340,384
		虧損	信貸減值	5,635	33,305	35,080	35,125
同系子公司	不適用	低風險	全期預期信貸虧損 (共同基準)	35,797	25,030	13,210	23,811
				<u>277,772</u>	<u>270,568</u>	<u>267,326</u>	<u>399,320</u>
其他應收款項、應收票據、 應收直接控股公司、中 間控股公司及同系子公 司款項	不適用	(ii)	12個月預期信貸虧損	4,281,924	3,588,070	119,936	137,234
銀行結餘	AAA	低風險	12個月預期信貸虧損	<u>1,890,367</u>	<u>2,799,933</u>	<u>5,949,144</u>	<u>6,090,649</u>

附註：

- (i) 就貿易應收款項而言，貴集團已應用香港財務報告準則第9號的簡化方法按全期預期信貸虧損計量虧損撥備。除已發生信貸減值的應收款項外，貴集團按內部信貸評級分組，並以共同基準釐定該等項目的預期信貸虧損。

作為貴集團信貸風險管理的一部分，貴集團使用應收款項的賬齡來評估其客戶的減值。下文載列有關貴集團以合計基準計算的貿易應收款項的信貸風險敞口的資料：

	少於1年	1至2年	2至3年	超過3年	合計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年12月31日					
平均虧損率.....	0.45%	29.83%	49.38%	100.00%	1.56%
賬面總值.....	265,204	1,827	5,101	5	272,137
全期預期信貸虧損.....	(1,181)	(545)	(2,519)	(5)	(4,250)
	<u>264,023</u>	<u>1,282</u>	<u>2,582</u>	<u>-</u>	<u>267,887</u>
於2022年12月31日					
平均虧損率.....	1.49%	29.60%	50.15%	92.66%	3.64%
賬面總值.....	230,861	963	333	5,106	237,263
全期預期信貸虧損.....	(3,447)	(285)	(167)	(4,731)	(8,630)
	<u>227,414</u>	<u>678</u>	<u>166</u>	<u>375</u>	<u>228,633</u>
於2023年12月31日					
平均虧損率.....	0.47%	3.33%	35.96%	55.73%	0.66%
賬面總值.....	231,232	150	114	750	232,246
全期預期信貸虧損.....	(1,078)	(5)	(41)	(418)	(1,542)
	<u>230,154</u>	<u>145</u>	<u>73</u>	<u>332</u>	<u>230,704</u>
於2024年4月30日					
平均虧損率.....	0.47%	29.82%	34.51%	56.03%	0.61%
賬面總值.....	363,042	285	113	755	364,195
全期預期信貸虧損.....	(1,692)	(85)	(39)	(423)	(2,239)
	<u>361,350</u>	<u>200</u>	<u>74</u>	<u>332</u>	<u>361,956</u>

估計虧損率乃根據應收款項預期年期內的歷史觀察違約率估計，並就無需付出過多成本或精力即可獲得的前瞻性資料作出調整。管理層定期審閱該分組，以確保有關特定應收款項的相關資料獲得更新。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，貴集團就未發生信貸減值的貿易應收款項分別計提減值撥備人民幣4,250,000元、人民幣8,630,000元、人民幣1,542,000元及人民幣2,239,000元。對已發生信貸減值的應收款項分別計提減值撥備人民幣5,635,000元、人民幣21,866,000元、人民幣35,080,000元及人民幣35,125,000元。

- (ii) 就內部信貸風險管理而言，貴集團使用應收款項的賬齡資料評估信貸風險自初始確認以來是否顯著增加。於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年4月30日，應收直接控股公司、中間控股公司及同系子公司款項結餘的賬齡均少於一年。貴公司董事認為，該等對手方違約的風險並不重大，且貴集團評估該等結餘的預期信貸虧損並不重大。

銀行結餘

銀行結餘的信貸風險有限，因為對手方為獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行／金融機構。

流動性風險

於管理流動性風險時，貴集團監控並維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，以為貴集團的運營提供資金並降低現金流量波動的影響。

下表詳述貴集團非衍生金融負債的合同到期情況。該表乃根據貴集團可能被要求付款的最早日期的金融負債的未貼現現金流量編製。其他金融負債的到期日乃基於協定的還款日期。該表載列利息及本金現金流量。

流動性表格

	加權 平均利率	按要求或 6個月以下	6個月 至1年	1至5年	未貼現現金 流量總額	賬面值
	%	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>於2021年12月31日</u>						
貿易應付款項.....	不適用	389,696	—	—	389,696	389,696
其他應付款項及應計費用.....	不適用	3,479,537	—	—	3,479,537	3,479,537
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,742	—	—	1,742	1,742
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,075	—	—	1,075	1,075
租賃負債.....	2.22至4.35	8,666	8,493	18,309	35,468	32,698
		<u>3,880,716</u>	<u>8,493</u>	<u>18,309</u>	<u>3,907,518</u>	<u>3,904,748</u>
	加權 平均利率	按要求或 6個月以下	6個月 至1年	1至5年	未貼現現金 流量總額	賬面值
	%	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>於2022年12月31日</u>						
貿易應付款項.....	不適用	563,043	—	—	563,043	563,043
其他應付款項及應計費用.....	不適用	3,466,038	—	—	3,466,038	3,466,038
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,903	—	—	1,903	1,903
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,259	—	—	1,259	1,259
租賃負債.....	2.22至4.35	9,183	8,997	11,077	29,257	27,546
		<u>4,041,426</u>	<u>8,997</u>	<u>11,077</u>	<u>4,061,500</u>	<u>4,059,789</u>

	加權 平均利率	按要求或 6個月以下	6個月 至1年	1至5年	未貼現現金 流量總額	賬面值
	%	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年12月31日						
貿易應付款項.....	不適用	816,914	–	–	816,914	816,914
其他應付款項及應計費用.....	不適用	4,205,151	–	–	4,205,151	4,205,151
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,931	–	–	1,931	1,931
應付中間控股公司款項.....	不適用	1,158	–	–	1,158	1,158
租賃負債.....	2.22至4.35	8,872	8,696	22,300	39,868	35,989
		<u>5,034,026</u>	<u>8,696</u>	<u>22,300</u>	<u>5,065,022</u>	<u>5,061,143</u>

	加權 平均利率	按要求或 6個月以下	6個月 至1年	1至5年	未貼現現金 流量總額	賬面值
	%	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年4月30日						
貿易應付款項.....	不適用	1,016,462	–	–	1,016,462	1,016,462
其他應付款項及應計費用.....	不適用	4,052,242	–	–	4,052,242	4,052,242
銀行借款.....	2.71	3,212	3,190	8,770	15,172	14,573
應付直接控股公司款項.....	不適用	1,935	–	–	1,935	1,935
應付子公司非控股股東款項.....	零至3.45	46,055	–	–	46,055	46,055
租賃負債.....	2.22至4.35	6,735	6,619	21,523	34,877	31,943
		<u>5,126,641</u>	<u>9,809</u>	<u>30,293</u>	<u>5,166,743</u>	<u>5,163,210</u>

37. 金融工具的公允價值計量

貴公司董事認為，於合併財務報表按攤銷成本入賬的金融資產及金融負債的賬面值與其公允價值相若。

38. 主要子公司詳情

於本報告日期，貴公司於以下子公司擁有直接及間接權益：

公司名稱	註冊成立／ 成立地點及日期	已發行及繳足 股本／註冊資本	歸屬於 貴集團的股權				法律形式	主要業務	附註
			於12月31日		於4月30日				
			2021年	2022年	2023年	2024年			
直接持有：									
華潤怡寶飲料(控股) 有限公司	香港 2009年11月23日	法定 771,484,000港元 實繳資本 771,484,000港元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	投資控股	(a)
間接持有的權益：									
華潤怡寶飲料(中國)投資 有限公司	中國大陸 2011年8月26日	法定 83,290,000美元 實繳資本 83,290,000美元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	投資控股	(b)
華潤食品飲料(深圳) 有限公司	中國大陸 1998年4月8日	法定 19,000,000美元 實繳資本 19,000,000美元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷	(b)
華潤怡寶飲料(中國) 有限公司	中國大陸 1996年8月1日	註冊 人民幣650,000,000元 實繳資本 人民幣650,000,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水及飲料 製造及經銷	(b)
珠海市永隆加林山礦泉水 有限公司	中國大陸 1984年6月27日	註冊 人民幣14,000,000元 實繳資本 人民幣14,000,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水及礦泉 水製造及 經銷	(b)
珠海市永隆飲品有限公司	中國大陸 1992年10月21日	註冊 人民幣12,000,000元 實繳資本 人民幣12,000,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水及礦泉 水製造及 經銷	(b)

歸屬於貴集團的股權

公司名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	已發行及繳足 股本 / 註冊資本	於12月31日				於本報告 日期	法律形式	主要業務	附註
			2021年		2023年					
			2021年	2022年	2023年	2024年				
上海怡寶食品有限公司	中國大陸 2007年9月20日	註冊 38,045,000美元 實繳資本 38,045,000美元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水及飲料 製造及經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(長沙) 有限公司	中國大陸 2012年10月17日	註冊 20,000,000美元 實繳資本 20,000,000美元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	包裝飲用水 製造及經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(六安) 有限公司	中國大陸 2013年3月12日	註冊 人民幣161,880,000元 實繳資本 人民幣161,880,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(肇慶) 有限公司	中國大陸 2013年5月16日	註冊 人民幣199,190,000元 實繳資本 人民幣199,190,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水及飲料 製造及經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(成都) 有限公司	中國大陸 2014年9月1日	註冊 人民幣166,670,000元 實繳資本 人民幣166,670,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(南寧) 有限公司	中國大陸 2014年8月14日	註冊 人民幣212,000,000元 實繳資本 人民幣212,000,000元	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷	(b)	
華潤怡寶飲料(武夷山) 有限公司	中國大陸 2022年6月20日	註冊 人民幣124,820,000元 實繳資本 人民幣124,820,000元	-	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷	(b)/(c)	

公司名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	已發行及繳足 股本/註冊資本	歸屬於 貴集團的股權				法律形式	主要業務	附註
			於12月31日		於4月30日				
			2022年	2023年	2024年	2024年			
華潤怡寶(河源)萬綠湖飲料 有限公司	中國大陸 2022年6月16日	註冊 人民幣356,670,000元 實繳資本 人民幣356,670,000元	-	100%	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷 (b)/(c)
怡寶宜興	中國大陸 2022年2月10日	註冊 人民幣450,000,000元 實繳資本 人民幣450,000,000元	-	70%	70%	70%	70%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷 (b)/(d)
華潤怡寶飲料(河源)有限公司 (前稱碧優選)	中國大陸 2020年11月4日	註冊 人民幣132,363,000元 實繳資本 人民幣132,363,000元	-	-	79%	79%	79%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷 (b)/(d)
華潤怡寶飲料(溫州) 有限公司	中國大陸 2023年10月16日	註冊 人民幣200,550,000元 實繳資本 人民幣200,550,000元	-	-	100%	100%	100%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷 (b)/(e)
華潤怡寶飲料(武漢)有限公司 (前稱武漢華新達)	中國大陸 2017年6月27日	註冊 人民幣110,000,000元 實繳資本 人民幣110,000,000元	-	-	-	70%	70%	有限責任公司	純淨水製造及 經銷 (d)

附註：

- (a) 該等子公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據香港財務報告準則編製，並經執業會計師德勤•關黃陳方會計師行審核。
- (b) 該等子公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度或自註冊成立／收購日期起止期間的法定財務報表乃根據適用於在中國成立的公司的相關會計原則及財務法規編製，並經德勤華永會計師事務所（特殊普通合伙）審核。
- (c) 該等公司於2022年6月成立。
- (d) 該等公司於往績記錄期間被收購。詳情載於附註32。
- (e) 該公司於2023年10月成立。

擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情

下表列示 貴集團擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情：

擁有重大非控股權益的非全資子公司詳情：

子公司名稱	註冊成立 地點及主要 營業地點	非控股權益持 比例及表決權比例			分配至非控股權益的(虧損)利潤			累計非控股權益		
		2022年 12月31日	2023年 12月31日	2024年 4月30日	自收購 日期起至 以下日期 止期間	截至 以下日期 止年度	截至以下 日期止四個月	2022年 12月31日	2023年 12月31日	2024年 4月30日
		%	%	%	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
怡寶宜興.....	中國大陸	30	30	30	(1,087)	1,845	12,186	322,013	384,843	397,029
持有非控股權益的										
個別非重大子公司.....										
								-	84,872	156,593
								322,013	469,715	553,622

有關 貴集團擁有重大非控股權益的各子公司的財務資料概要載列如下。以下財務資料概要指集團內公司間抵銷前的金額。

怡寶宜興

	於12月31日		於4月30日
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
流動資產.....	698,720	395,203	431,195
非流動資產.....	457,699	1,189,940	1,211,471
流動負債.....	(82,867)	(302,530)	(319,432)
非流動負債.....	-	-	-
貴公司擁有人應佔權益.....	751,539	897,770	926,205
怡寶宜興的非控股權益.....	322,013	384,843	397,029

	自收購日期 起至2022年 12月31日止期間 人民幣千元	截至 2023年12月31日 止年度 人民幣千元	截至 2024年4月30日 止四個月 人民幣千元
收入	—	138,832	210,781
期／年內(虧損)利潤	(3,623)	6,152	40,622
貴集團應佔(虧損)利潤	(2,536)	4,307	28,436
怡寶宜興的非控股權益應佔(虧損)利潤	(1,087)	1,845	12,186
期／年內(虧損)利潤及全面(開支)收益總額	(3,623)	6,152	40,622
向怡寶宜興的非控股權益派付股息	—	—	—
經營活動產生的現金(流出)流入淨額	(1,713)	39,360	57,686
投資活動產生的現金流出淨額	(63,883)	(659,894)	(84,661)
融資活動產生的現金流入(流出)淨額	750,596	(64,466)	26,975
現金流入(流出)淨額	685,000	(685,000)	—

39. 資本及其他承擔

	於12月31日		於4月30日	
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
有關收購已訂約但未於 歷史財務資料計提的物業、 廠房及設備的資本開支	149,465	1,279,132	817,730	736,617

40. 報告期後事項

於往績記錄期間後，概無任何重大事項須根據香港財務報告準則作出調整或披露。

41. 期後財務報表

貴公司、貴集團或貴集團旗下任何公司概無就2024年4月30日之後的任何期間編製經審計財務報表。

以下本附錄所載資料並不構成本招股章程附錄一載列本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)所編製有關本集團截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年4月30日止四個月的歷史財務資料的會計師報告(「會計師報告」)的一部分，載於招股章程僅供說明。

未經審計備考財務資料應與本招股章程「財務資料」一節及本招股章程附錄一載列的會計師報告一併閱讀。

A. 本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值報表

以下本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值報表已由本公司董事根據上市規則第4.29條編製，以說明全球發售(定義見本招股章程)對於2024年4月30日本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值的影響，猶如全球發售已於2024年4月30日進行。

本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值報表乃僅為說明用途而編製，由於其假設性質使然，倘全球發售已於2024年4月30日或任何未來日期完成，未必真實反映本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值。

以下本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值報表乃基於本招股章程附錄一所載會計師報告所示於2024年4月30日本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值編製，並已按下文作出調整：

	於2024年4月30日		於2024年4月30日		
	本公司擁有人 應佔本集團經審 計合併有形 資產淨值	全球發售估計 所得款項淨額	本公司擁有人 應佔本集團 未經審計備考 經調整合併 有形資產淨值	於2024年4月30日本公司擁有人 應佔本集團未經審計備考 經調整合併每股有形資產淨值	
	人民幣千元 (附註1)	人民幣千元 (附註2)	人民幣千元	人民幣元 (附註3)	港元 (附註4)
基於每股發售股份13.50港元 的發售價計算.....	7,349,643	4,166,135	11,515,778	4.90	5.39
基於每股發售股份14.50港元 的發售價計算.....	7,349,643	4,476,655	11,826,298	5.04	5.55

附註：

1. 於2024年4月30日本公司擁有人應佔本集團經審計合併有形資產淨值乃按摘錄自本招股章程附錄一所載的本集團會計師報告中截至2024年4月30日本公司擁有人應佔本集團經審計合併資產淨值人民幣7,349,643,000元計算。
2. 全球發售估計所得款項淨額乃基於347,826,200股新股份分別按指示性發售價每股發售股份13.50港元及每股發售股份14.50港元（分別為指示性發售價範圍的最低及最高發售價）計算（經扣除本集團將產生的估計承銷費用及其他上市相關開支，不包括於2024年4月30日前計入損益的上市開支）。其並無計及因本招股章程「股本」一節所述的超額配股權獲行使而可能發行的任何股份，或根據授予本公司董事配發及發行或購回股份的一般授權可能由本公司配發及發行或購回的任何股份。全球發售估計所得款項淨額按下文附註4所詳述的匯率由港元兌換為人民幣。
3. 本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值乃基於已發行股份總數2,347,826,200股股份（假設全球發售已於2024年4月30日完成）而得出。其並無計及因本招股章程「股本」一節所述的超額配股權獲行使而可能發行的任何股份，或根據授予本公司董事配發及發行或購回股份的一般授權可能由本公司配發及發行或購回的任何股份。本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值金額乃按下文附註4所詳述的匯率由港元兌換為人民幣。
4. 該等金額按人民幣1.00元兌1.10100港元的匯率由人民幣兌換為港元或港元兌換為人民幣。概不表示人民幣／港元金額已經、可能已經或可以按該匯率兌換為港元／人民幣或根本無法兌換。
5. 本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值並無計及本集團於2024年4月30日後的任何貿易業績或訂立的其他交易的影響。
6. 第II-1頁所示本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值並未作出調整，以說明以下各項的影響：

本公司於2024年4月根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元，惟須待全球發售完成後方可作實，且將於其後支付。倘已宣派股息付款已於2024年4月30日作出，則本集團未經審計備考經調整合併有形資產淨值將由人民幣11,515,778,000元減少至人民幣9,015,778,000元（基於每股股份13.50港元的發售價計算），或由人民幣11,826,298,000元減少至人民幣9,326,298,000元（基於每股股份14.50港元的發售價計算）。倘已計及全球發售及股息宣派，並假設全球發售已於2024年4月30日完成，則基於已發行股份總數2,347,826,200股，於2024年4月30日本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值將分別為人民幣3.84元（相當於4.23港元，基於每股股份13.50港元的發售價計算）及人民幣3.97元（相當於4.37港元，基於每股股份14.50港元的發售價計算）。該等金額按人民幣1.00元兌1.10100港元的匯率由人民幣兌換為港元或由港元兌換為人民幣。概不表示人民幣／港元金額已經、可能已經或可以按該匯率兌換為港元／人民幣或根本無法兌換。

B. 未經審計備考財務資料之核證報告

以下為本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)發出的獨立申報會計師核證報告全文，內容有關本集團的未經審計備考財務資料，乃為載入本招股章程而編製。

Deloitte.

德勤

有關編製未經審計備考財務資料的獨立申報會計師核證報告

致華潤飲料(控股)有限公司列位董事

吾等已完成核證工作，以就華潤飲料(控股)有限公司(「貴公司」)董事(「董事」)編製 貴公司及其子公司(以下統稱為「貴集團」)的未經審計備考財務資料作出報告，僅供說明之用。未經審計備考財務資料包括 貴公司於2024年10月15日刊發的招股章程(「招股章程」)附錄二第II-1頁至第II-2頁所載2024年4月30日的未經審計備考經調整合併有形資產淨值報表及相關附註。董事編製未經審計備考財務資料所依據的適用準則載述於招股章程附錄二第II-1頁至第II-2頁。

未經審計備考財務資料乃由董事編製，旨在說明建議全球發售(定義見招股章程)對 貴集團於2024年4月30日的財務狀況的影響，猶如建議全球發售已於2024年4月30日進行。作為此程序的一部分，有關 貴集團財務狀況的資料乃由董事摘錄自 貴集團截至2023年12月31日止三個年度各年及截至2024年4月30日止四個月的歷史財務資料(已就此刊發載於招股章程附錄一的會計師報告)。

董事就未經審計備考財務資料應負的責任

董事負責根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)第4.29段及參考香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的會計指引第7號「編製備考財務資料以供載入投資通函」(「會計指引第7號」)編製未經審計備考財務資料。

吾等的獨立性及質量管理

吾等已遵守香港會計師公會頒佈的「專業會計師道德守則」中對獨立性及其他道德的要求，有關要求乃基於誠信、客觀、專業能力及應有的審慎、保密性及專業行為的基本原則而制定。

本會計師行所應用香港會計師公會頒佈的香港質量管理準則第1號「進行財務報表審核或審閱或其他核證或相關服務委聘的會計師行的質量管理」，該準則要求會計師行設計、實施及運作質量管理系統，包括關於遵守操守規定、專業標準以及適用法律及監管規定的政策及程序。

申報會計師的責任

吾等的責任乃依照上市規則第4.29(7)段的規定，就未經審計備考財務資料發表意見，並向閣下呈報。對於吾等過往就編製未經審計備考財務資料所用的任何財務資料而發出的任何報告，除對吾等於該等報告發出日期報告的收件人負責外，吾等概不承擔任何責任。

吾等根據香港會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3420號「就編製載入招股章程的備考財務資料作出報告的核證工作」進行我們的工作。該準則規定申報會計師規劃並執程序，以合理確定董事於編製未經審計備考財務資料時是否已根據上市規則第4.29段的規定以及參照香港會計師公會頒佈的會計指引第7號。

就此項委聘而言，吾等並無責任就於編製未經審計備考財務資料時所用的任何歷史財務資料更新或重新發表任何報告或意見，且吾等於受聘過程中，亦無對編製未經審計備考財務資料時所用的財務資料進行審核或審閱。

載入投資通函的未經審計備考財務資料僅供說明重大事件或交易對貴集團未經調整財務資料的影響，猶如於供說明用途所選定的較早日期該事件已發生或該交易已進行。因此，吾等無法保證於2024年4月30日該事件或該交易的實際結果會如呈列所述。

就未經審計備考財務資料是否已按適用準則妥善編製而作出報告的合理核證委聘，涉及進程序以評估董事在編製未經審計備考財務資料時所用的適用準則有否提供合理依據，以顯示直接歸因於該事件或該交易的重大影響，以及就下列各項取得充分而適當的憑證：

- 有關備考調整是否已對該等標準產生適當影響；及
- 未經審計備考財務資料是否反映未經調整財務資料妥當應用該等調整。

所選程序視乎申報會計師的判斷，當中已考慮到申報會計師對 貴集團性質的理解、與未經審計備考財務資料的編製有關的事件或交易，以及其他相關委聘情況。

此項委聘亦涉及評估未經審計備考財務資料的整體呈列方式。

吾等相信已取得足夠及恰當的憑證，為吾等的意見提供基準。

意見

吾等認為：

- (a) 未經審計備考財務資料已按所述基準妥善編製；
- (b) 有關基準與 貴集團的會計政策一致；及
- (c) 有關調整就根據上市規則第4.29(1)段披露的未經審計備考財務資料而言屬恰當。

德勤•關黃陳方會計師行

執業會計師

香港

2024年10月15日

下文載列本公司組織章程若干條文及《開曼群島公司法》若干方面的概要。

本公司於2024年4月16日根據公司法在開曼群島以存續方式註冊為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括《組織章程大綱及細則》。

1. 《組織章程大綱》

《大綱及細則》規定(其中包括)本公司股東承擔有限責任,本公司的成立宗旨並無限制(因此包括作為投資控股公司),且本公司擁有全部權力及授權以執行公司法或開曼群島任何其他法律並無禁止的任何事項。

2. 《組織章程細則》

《細則》於2024年10月8日獲有條件採納,並將於上市日期生效。《細則》的若干條文概要載列如下。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司股本由單一類別普通股組成。

(b) 變更現有股份或股份類別的權利

倘本公司的股本在任何時候被分為不同類別的股份,不論本公司是否正在清盤,則經持有該類別已發行股份至少四分之三的持有人書面同意,或依據經親身或受委代表出席該等持有人的單獨會議並投票的該類別股份持有人所投票數至少四分之三通過的決議案,可更改當時發行的任何類別股份所附帶的全部或任何權利(除非該類別股份的發行條款另有規定)。《細則》中有關股東大會的條文須經必要修改後適用於每次該等單獨會議,惟所需法定人數須為合計持有該類別已發行股份至少三分之一的兩名人士(倘股東為公司,則為其正式授權代表)。每名類別股份持有人有權就其所持有的每一股股份投一票,任何親身或由受委代表出席的類別股份持有人均可要求投票表決。

就單獨的類別會議而言，倘董事會認為受審議中的提案將以相同方式影響該等類別的股份，則董事會可將兩個或以上類別的股份視為組成一個類別的股份，但在任何其他情況下，應將其視為不同類別的股份。

除非該類別股份發行條款所附權利另有明確規定，否則授予任何類別股份持有人的任何權利不得因增設或發行與該等股份享有同等權益的股份而改變。

(c) 變更股本

本公司可通過普通決議案：

- (i) 增設新股以增加其股本，金額及賦予該等股份的權利、優先權及特權由其釐定；
- (ii) 將其全部或任何股本合併或拆分為面額大於其現有股份的股份。在合併已繳足股款的股份或拆分為面額較大的股份時，董事會可以其認為適當的方式解決可能出現的任何困難，特別是（但不妨礙上述規定的普遍性）可在擬合併股份的持有人之間決定將哪些特定股份合併為合併股份。倘任何人士有權獲得零碎的合併股份或股份，該等零碎股份可由董事會為此指定的某一人士出售，該人士可將出售的股份轉讓給買方，且該轉讓的有效性不容置疑，出售所得款項淨額（扣除出售費用後）可在有權根據其權利和利益按比例獲得零碎合併股份或股份的人士之間分配，或支付給本公司，歸本公司所有；
- (iii) 將其股份或任何股份拆細為面額小於《大綱及細則》規定面額的股份；及
- (iv) 註銷在決議通過之日尚未被任何人士認購或同意認購的任何股份，並按所註銷股份的數額減少其股本。

本公司可根據公司法的規定，通過特別決議案削減其股本或任何不可供分派儲備金。

(d) 股份轉讓

在《細則》條款的規限下，本公司任何股東均可通過轉讓文據轉讓其全部或任何股份。倘有關股份與根據《細則》發行的權利、購股權、認股權證或單位一併發行，且其中一項不得單獨轉讓的，若並無令董事會信納有關權利、購股權、認股權證或單位的類似轉讓證據，董事會應拒絕登記任何有關股份的轉讓。

在《細則》及聯交所規定的限制下，所有股份轉讓應以一般或通用格式或董事會可能批准的其他格式的轉讓文件進行，並可以親筆簽署，倘轉讓人或受讓人為認可結算所或其代名人，則可以親筆簽署或機印簽署或董事會可能不時批准的其他方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人或其代表簽立，惟董事會可免除轉讓人或承讓人簽立轉讓文據或接納機印簽署的轉讓文件。轉讓人將被視為股份的持有人，直至有關股份的承讓人名列本公司股東名冊為止。

在公司法條文的規限下，倘董事會認為必要或適當，本公司可在董事會認為適當的開曼群島境內或境外的一個或多個地點設立及存置一份或多份股東名冊分冊。董事會可隨時全權酌情決定將股東名冊主冊上的任何股份轉至任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊上的任何股份轉至股東名冊主冊或任何其他股東名冊分冊。

董事會可全權決定拒絕登記將任何股份（非繳足股份）轉讓給其不認可的人士或本公司擁有留置權的人士，或轉讓根據任何股份期權計劃發行且轉讓受限制的任何股份，或將任何股份轉讓給四名以上的聯名持有人。如果擬議的轉讓不符合《細則》或上市規則的任何規定，委員會也可拒絕承認任何轉讓文書。

董事會可拒絕確認任何轉讓文據，除非已向本公司支付若干費用（不超過聯交所可能釐定的最高金額），轉讓文據已妥為加蓋印鑑（如適用），其僅涉及一類股份，已提交於相關登記處或主冊所在地，並附有相關股票及董事會可能合理要求旨在表明轉讓人進行轉讓的權利的其他證據（倘轉讓文據由其他人士代其簽立，則指該人士有代其簽立的權力）。

在符合上市規則及《公司條例》相關條例的情況下，董事會可決定於每年不超過30日的時間內暫停辦理股東登記（或本公司股東通過普通決議案釐定的較長期間，惟該期間於任何年度不得延長至超過60日）。

繳足股份不受任何轉讓限制（聯交所允許者除外），亦不附帶任何留置權。

(e) 股份贖回

在公司法、上市規則的條文及任何股份持有人或任何類別股份所附帶的任何權利的規限下，本公司可發行將由股東或本公司選擇贖回或有責任贖回的股份。贖回該等股份須按本公司於發行該等股份前以特別決議案釐定的方式及其他條款進行。

(f) 本公司購回其股份的權利

在公司法或任何其他法律的規限下，或在任何法律並無禁止及在任何類別股份持有人所獲賦予的任何權利規限下，本公司有權購買或以其他方式收購其全部或任何股份（包括可贖回股份），惟購回的方式及條款須首先通過普通決議案授權，而任何有關購回僅可根據聯交所及／或不時生效的香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈的相關守則、規則或規例進行。

(g) 本公司任何子公司擁有本公司股份的權力

《細則》並無有關子公司擁有本公司股份的條文。

(h) 催繳股款及沒收股份

在符合配發及發行任何股份（如有）的條款規限下，董事會可不時就股東所持股份的任何未繳股款（無論是面值還是股份溢價）作出其認為適當的催繳。被催繳股款的股東應（在收到至少14個整日的通知並列明付款時間的情況下）在指定的時間向本公司支付其股份所要求的金額。催繳股款可一次付清或分期繳付，

並視為於董事會通過授權催繳股款的相關決議案時作出。股份的聯名持有人應個別及共同負責支付有關股份的所有到期催繳股款及分期股款。

倘催繳股款在到期應付後仍未繳付，則應向該股東支付未繳股款的利息，該利息由董事會釐定（連同本公司因未付款而產生的任何開支），利息自未繳股款到期應付之日起直至繳付為止，但董事會可豁免支付全部或部分該等利息或開支。

倘股東於催繳股款到期及應付後仍未繳付任何催繳股款或分期股款，只要催繳款項或分期付款的任何部分仍未支付，董事會可向該股東發出不少於14個整日的通知，要求其支付未付款項及任何應計利息，以及截至付款日可能應計的利息（連同本公司因未支付而產生的任何費用）。通知應指定另一日期，在該日期當日或之前支付通知所要求的款項。通知還應說明，如在指定時間或之前未付款，催繳股款所涉及的股份將被沒收。

倘通知未獲遵守，則通知所涉任何股份可在通知所要求的付款支付之前由董事會決議予以沒收。沒收應包括被沒收股份的所有股息、其他分派及其他應付但在沒收前尚未支付的款項。

股份被沒收的人士須不再為被沒收股份的股東，須將被沒收股份的股票交回本公司註銷，並須繼續向本公司支付所有款項，即於沒收日期，該人士須就股份向本公司支付的款項連同（倘董事會酌情要求）自沒收之日起至董事會可能釐定的付款日期止的利息及本公司因有關未付款而產生的任何費用。

2.2 董事

(a) 委任、退任及免職

本公司可通過股東普通決議案選舉任何人士為董事。董事會亦可隨時委任任何人士為董事，以填補臨時空缺或作為額外董事，惟須受股東於股東大會或《細則》釐定的最高人數規限。任何如此獲委任的董事的任期僅至其獲委任後的本

公司首屆股東週年大會為止，屆時將有資格於該大會上膺選連任。由董事會委任的任何董事不得計入於股東週年大會上輪值退任的董事或董事人數。

董事不設持股資格，亦無特定年齡限制。

股東可通過普通決議案罷免任何任期尚未屆滿的董事（包括總裁或執行董事），不論《細則》或本公司與該董事訂立的任何協議有何規定，並可通過普通決議案選出另一名替代人士。對任何董事的罷免均不得被視為剝奪該董事因其遭終止董事委任或因終止董事委任而失去任何其他委任或職位而應支付予該董事的補償或損害賠償。

董事職位可在下列情況下空置：

- (i) 董事向本公司發出書面通知辭任董事職務；
- (ii) 董事未經董事會特別批准而連續12個月缺席董事會，且並無委任代表或替任董事代其出席，而董事會通過決議案以其缺席為由將其撤職；
- (iii) 董事破產或接獲接管令或停止向其債權人付款或與債權人達成還款安排協議；
- (iv) 董事身故或如有管轄權之法院或政府官員因董事現時或可能失常或因其他原因而不能處理其事務而指令其辭職及董事會會議決將該董事撤職；
- (v) 董事遭法律禁止或不再出任董事一職；
- (vi) 董事已被聯交所要求根據上市規則不再擔任董事或不再合資格擔任董事；或
- (vii) 董事被當時不少於四分之三（倘非整數，則以最接近的較低整數為準）的董事（包括其本身）簽署書面通知免任。

在每屆股東週年大會上，當時三分之一董事須輪值退任。若董事人數並非三的倍數，則以最接近但不少於三分之一為退任董事人數，惟每名董事須至少每三年輪值退任一次。每屆股東週年大會須退任的董事應為自上次獲選連任或獲委任後任期最長的董事，而若多名董事於同日成為或上次乃於同一日獲連任為董事，則以抽籤決定須告退的董事，除非彼等之間另行協議。

(b) 配發及發行股份及其他證券的權力

在符合《公司法》、《組織章程大綱及細則》以及上市規則（如適用）的規則所限制下，以及在不影響當時附於任何股份的任何權利或限制的情況下，董事會可全權酌情決定按其認為適當之時間、對價及條款與附帶條件向其認為適當之人士配發、發行、就股份授予購股權或以其他方式處置股份，無論該等股份是否設有優先、遞延或其他權利或限制（無論是否關於股息、投票權、資本回報或其他方面），惟任何股份不得以低於面值的價格發行。

本公司可按董事會可能不時釐定的條款發行賦予其持有人權利可認購、購買或接收本公司任何類別股份或其他證券的權利、期權、認股權證或可轉換證券或類似性質的證券。

於作出或授出任何配發或發售股份，或就此授出購股權或出售股份時，倘董事會認為於當地配發、發售股份或授出購股權即屬或可能屬違法或不可行，則本公司或董事會毋須向登記地址為尚未辦理註冊聲明或其他特別手續的任何地區或多個地區的股東或其他人士作出上述行動。然而，無論如何，受上述影響的股東不會因任何目的成為或被視為單一類別股東。

(c) 出售本公司或其任何子公司資產的權力

根據《公司法》、《組織章程大綱及細則》的規定以及公司特別決議案發出的任何指示，董事會可行使本公司所有可能行使的權利及進行本公司可能進行的行動及事項以出售本公司或其任何子公司資產的權力。對《細則》的任何變更以及公司特別決議案發出的任何指示均不得使董事會之前的任何行動無效，而如果沒有作出或發出此類變更或指示，則該等行動將有效。

(d) 借貸權力

董事會可行使本公司一切權力以籌集或借貸資金，為供本公司使用的任何款項付款或款項作擔保，將本公司的全部或其任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或抵押，並根據《公司法》的規定發行公司債權證、債券股、債券及其他證券，無論直接或作為本公司或任何第三方的債項、負債或承擔的附屬抵押品。

(e) 酬金

董事有權收取由董事會或本公司於股東大會上不時釐定的資金。董事亦有權報銷因出席董事會或董事會委員會會議、或本公司股東大會或任何類別股份或債券持有人的單獨會議、或與本公司業務有關或履行其董事職責而適當產生的所有費用，及／或獲得董事會可能釐定的有關固定津貼。

董事會或本公司亦可於股東大會上批准就董事會或本公司於股東大會上認為超出董事作為董事的日常工作範圍的任何服務向任何董事支付額外酬金。

(f) 離職補償或付款

《細則》並無關於離職補償或付款的規定。

(g) 貸款予董事

《細則》並無關於貸款予董事的規定。

(h) 披露與本公司或其任何子公司所訂立合同中的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他受薪職位或職務（惟不可擔任本公司的核數師），有關條款由董事會決定。除按照《細則》規定的任何酬金外，董事亦可獲發所兼任職位或職務的酬金（不論任何形式）。董事可擔任或出任本公司擁有權益的任何其他公司的董事、主管人員或股東，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事或主管人員或股東而收取的任何酬金或其他利益。

任何人士不會因擔任董事或候任董事而失去資格或因此被阻止與本公司訂立合同，且任何該等合同或由本公司或本公司的代表訂立而任何董事或候任董事以任何方式在其中擁有權益或承擔責任的任何其他合同或交易亦不得因此撤銷。參加訂約或在其中擁有權益的任何董事或候任董事無須因其擔任該職務或由其建立的受託關係，而向本公司交代其由任何此等合同或交易所獲得或產生的任何利潤，惟該董事或候任董事應在任何合同或交易獲審議及投票時或之前，披露他們於其中的權益的性質。

董事不得參與其或其任何緊密聯繫人享有重大利益的合同或安排或其他建議的董事會決議案投票（亦不得計入與之相關的法定人數），而倘其就此投票，亦不得計算其投票且不得計入該決議案的法定人數。此項限制不適用於任何下列事項：

- (i) 董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何子公司要求或為本公司或本公司任何子公司的利益借出款項或招致或承擔債務，本公司因而向該董事或其聯繫人提供任何抵押或彌償保證；
- (ii) 董事或其一名緊密聯繫人單獨或多名緊密聯繫人共同以擔保或彌償保證或透過提供抵押而承擔全部或部分責任的本公司或其任何子公司的債項或承擔，本公司因而向第三方提供任何抵押或彌償保證；
- (iii) 有關本公司或本公司可能發起或擁有權益的任何其他公司發售的股份或債權證或其他證券以供認購或購買而董事或其緊密聯繫人因參與發售的承銷或分承銷而擁有或將擁有利益的任何建議；
- (iv) 有關本公司或其任何子公司之僱員福利的任何建議或安排，包括採納、修訂或實施(A)董事或其緊密聯繫人可獲益的任何僱員股份計劃或任何股份激勵或股份期權計劃或(B)與董事、其緊密聯繫人及本公司或其任何子公司之僱員相關但未給任何董事或其緊密聯繫人提供任何與該計劃或基金有關的類別人士一般並無的特權或利益的任何養老金或退休、身故或傷殘福利計劃；及

- (v) 董事或其緊密聯繫人僅因持有本公司的股份、債權證或其他證券的權益而與其他持有有關股份或債權證或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合同或安排。

2.3 董事會議事程序

董事會可於全球任何地區舉行會議以處理事務，亦可休會或以其認為適當的方式監管會議。除非另有規定，董事會的法定最低人數為兩名董事。會議上提出的問題須獲多數票贊成方可作出裁決。如出現相同票數，則會議主席可投第二票或決定票。

2.4 修改組織章程文件及公司名稱

僅可通過公司特別決議案批准，方可更改或修訂《組織章程大綱及細則》，以及更改本公司名稱。

2.5 股東大會

(a) 特別及普通決議案

特別決議案須在股東大會上獲親自出席並有權投票的股東或其受委代表或（若股東為公司）其正式授權代表或其受委代表以不少於三分之二投票權的大多數票通過（批准更改本公司組織章程文件或本公司自願清盤的任何決議案除外，在此情況下特別決議案須以不少於四分之三投票權的大多數票通過）。有關大會須在通告表明擬提呈該決議案為特別決議案。特別決議案亦可由有權於股東大會上以一份或以上每份由一名或以上股東簽署的文書投票的所有股東以書面形式批准。

相反，「普通決議案」指股東大會上獲親身或透過受委代表出席並有權投票的股東或（若股東為公司）其正式授權代表或其受委代表以簡單大多數票通過的決議案。普通決議案亦可由有權於股東大會上以一份或以上每份由一名或以上股東簽署的文書投票的所有股東以書面形式批准。

特別決議案及普通決議案的條文在加以必要的修改後須適用於任何股份類別持有人通過的任何決議案。

(b) 表決權及要求投票表決的權利

受當時附於任何類別股份的任何有關投票的權利、限制或特權的規限，於任何股東大會上：(a)如以投票方式表決，每名親自或透過受委代表出席的股東（若股東為公司，則為其正式授權代表）每持有一股股份可投一票及(b)在以舉手方式表決時，每位親自或透過受委代表出席的股東（若股東為公司，則為其正式授權代表）只有一票投票權。

倘屬聯名持有人，本公司將接納排名首位的聯名持有人的投票（不論親身或委派受委代表），而其他聯名持有人則無投票權。排名先後乃按本公司股東名冊中持有人的排名次序而定。

除已於股東大會記錄日期登記為股東，且已繳清其當時就相關股份應付的所有催繳股款或其他款項者外，概不得計入任何股東大會的法定人數或有權於該大會上投票。

在任何股東大會上，於大會上提呈的決議案，均以投票方式表決，惟大會主席可根據上市規則，允許純粹與程序或行政事宜有關的決議案以舉手方式表決。

身為本公司股東的任何公司或其他非自然人可根據其組織章程文件，或在該等條文缺失的情況下，經其董事或其他監管機構的決議案或授權書，授權其認為適當的人士擔任其代表，出席本公司任何會議或任何類別股東會議，而據此獲授權的人士有權行使公司或其他非自然人可行使的相同權力，猶如其為本公司自然人股東。

倘認可結算所（或其代名人）為本公司股東，則可委任受委代表或授權其認為合適之人士於本公司任何大會（包括但不限於股東大會及債權人會議）或本公司任何類別股東大會出任其代表（彼等享有與其他股東同等權利），但如超過一名人士獲得授權，有關授權書須註明每名據此獲授權之人士所代表之股份數量及類別。據此獲得授權的人士，均有權代表認可結算所或其代名人行使相同的權利及權力（包括於舉手表決時或投票表決時個別發言及投票之權利），猶如其為本公司自然人股東。

本公司全體股東(包括認可結算所股東(或其代名人))均應有權(i)於股東大會上發言及(ii)於股東大會上投票，惟須按上市規則規定就批准所考慮事項放棄表決之股東除外。倘任何股東須根據上市規則就任何特定決議案放棄投票，或僅限於就任何特定決議案投贊成票或反對票，則該名股東或其代表違反該項規定或限制所進行的任何投票將不予計算。

(c) 股東週年大會及股東特別大會

本公司必須於每個財政年度舉行一次股東大會作為其股東週年大會。召開股東週年大會的通知須指明其為股東週年大會，並必須於本公司財政年度結束後六個月內舉行。股東或其任何類別的會議可通過電話、電話會議或其他電子方式召開，惟所有與會者均能同時與其他與會者交流，而以該方式參加會議應構成出席該等會議。

董事會可在其認為適合之任何時間召開股東特別大會。此外，於遞呈要求日期合計持有不少於本公司股本中的投票權(按每持有一股擁有一票投票權的基準)十分之一的一名或以上股東可要求召開股東特別大會及／或於會議議程中加入決議案。該要求須列明會議目的及加入會議議程的決議案，並須由提出要求者簽署，並送達本公司位於香港的主要營業地點，或倘本公司不再設置該主要營業地點，則送達本公司的註冊辦事處。倘董事會在送達該要求當日後21日內並無採取行動在其後21日之內正式籌備召開股東大會，提出要求者或代表全部提出要求者總投票權半數以上的任何提出要求者可自行召開股東大會，惟通過該方式召開的任何該大會不得遲於前述的21日期限屆滿後三個月內召開。提出要求者召開股東大會的方式，應盡可能與董事會召開股東大會的方式一致，且本公司須向提出要求者償付提出要求者產生的一切合理開支。

(d) 會議通告及待處理的事務

召開本公司股東週年大會須發出最少21日的書面通告，而召開本公司任何其他股東大會則須發出最少14日的書面通告。通告期並不包括送達或當作送達通告當日，亦不包括發出通告當日，其須註明舉行會議的日期、時間、地點及議程、將於會上審議的決議案的詳情及將於會上處理的事務的一般性質。

除另有訂明者外，任何根據《細則》將予發出或印發的通告或文件（包括股票）均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式寄往有關股東的登記地址、（在上市規則及所有適用法律法規許可範圍內）以電子方式或（倘屬通告）透過以上市規則及所有適用法律、規則及法規規定的方式刊登廣告送達，或在上市規則及所有適用法律、規則及法規允許的範圍內，透過該等其他方式（不論以電子方式或其他方式）向有關人士發送或以其他方式提供有關資料。

儘管本公司於較上述者為短的時間通知召開大會（倘上市規則許可），但倘獲以下股東同意，則有關大會可被視作已正式召開：

- (i) 倘屬股東週年大會，獲全體有權出席大會並於會上投票的本公司股東同意；及
- (ii) 倘屬股東特別大會，獲大多數有權出席大會並於會上投票的股東（即此等股東合計持有總投票權不少於95%）同意。

倘在發出股東大會通知之後但在股東大會召開之前，或在押後股東大會之後但在延會召開之前（不論是否需要發出延會通知），董事會全權酌情認為按該會議通知所指定之日期、時間及地點召開股東大會並不可行或並不合理（不論基於任何原因），董事會可以更改或押後會議至另一日期、時間及地點進行。

董事會亦有權在召開股東大會的每一份通知中規定，倘股東大會當天任何時間烈風警告、黑色暴雨警告或極端情況生效（除非有關警告在董事可能於相關通知中指明之股東大會前最短時間內撤銷），會議須押後至較遲日期重新召開，而毋須另行通知。

當股東大會押後時：

- (A) 本公司須盡力在可行情況下盡快在本公司網站及聯交所網站刊登有關延期的通告(須根據上市規則載明延期的理由)，惟由於在股東大會當日暴風、黑色暴雨警告或極端情況生效，未有刊登或發出該通告不會對股東大會自動延期有所影響；
- (B) 董事會須釐定重新召開大會之日期、時間及地點，並提前最少7個整日發出重新召開大會通知。有關通知須指明延會重新召開之日期、時間及地點，以及代表委任書在重新召開大會上被視作有效的提交日期及時間(惟就原始會議提交之任何代表委任書在重新召開大會上仍繼續有效，除非經撤銷或已替換為新代表委任書)；及
- (C) 重新召開大會上僅審議原始會議通知所載的事務，就重新召開大會發出的通知毋須訂明重新召開大會上將審議的事務，亦毋須重新刊發任何隨附文件。倘重新召開大會上有須審議的新事務，本公司須根據《細則》就有關重新召開大會發出新通知。

(e) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時出席大會人數達到法定人數(並直至會議結束時一直維持法定人數)，否則不得於任何股東大會上審議任何事項。

股東大會的法定人數應為兩名親身或透過代表出席並有權投票的股東(或在股東為法團的情況下，其正式授權代表)。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會(不包括續會)而言，所需法定人數須為兩名持有或由代表代其持有該類別已發行股份不少於三分之一的人士。

(f) 代表

任何有權出席本公司大會並於會上投票的本公司股東(包括認可結算所股東(或其代名人)),均有權委任另一名人士(自然人)作為代表代其出席大會及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上代表作為其代表並於本公司股東大會或類別股東大會代其投票。代表毋須為本公司股東,並應有權代表自然人股東行使權力,而該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外,代表有權代表法團股東行使權力,而該等權力與所代表的股東所能行使的權力相同,猶如其為親身出席任何股東大會的自然人股東。以投票或舉手方式表決時,股東可親身或透過代表(或在股東為法團的情況下,其正式授權代表)投票。

委任代表的文據須以書面形式進行,且須由委任人或其正式書面授權的受權人親筆簽署,或倘該委任人為法團或其他非自然人,則須加蓋印章或由正式授權的代表親筆簽署。

董事會應在召開任何會議或延期會議的通告中,或在本公司發出的委任代表的文書中,指定委任代表的文書的存放方式以及存放該文書的地點和時間(不遲於委任文書所涉會議或延期會議開始的指定時間)。

每份委任文書(無論供特定大會或其他大會之用)均須採用董事會可能不時批准的符合上市規則的格式。任何向股東發出以供其委任代表出席審議任何事務的股東大會並於會上投票的表格,應當讓股東按其意願指示代表對處理任何該等事務的每項決議案投票贊成或反對(或在無指示的情況下,讓其自行酌情決定)。

2.6 賬目及審核

根據《公司法》，董事會須安排妥善保存真實公平反映本公司事務狀況並解釋其交易所需的賬冊。

本公司賬冊須存置在本公司香港主要營業地點或（根據《公司法》條款）董事會認為合適的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。除非獲《公司法》授權、由具有司法權力的法院頒令或經董事會或本公司於股東大會上授權，否則任何股東（並非身為董事者）或其他人士均無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件。

董事會須安排編製並於每次股東週年大會上向本公司提交自上次賬目以來的損益賬、以及截至損益賬編製日期的資產負債表、一份關於本公司損益賬所涵蓋期間的利潤或虧損以及該期間結束時本公司事務狀況的董事會報告、一份關於該等賬目的核數師報告以及法律及上市規則可能規定的其他報告及賬目。

股東須於每次股東週年大會通過股東普通決議案委任核數師，任期至下屆股東週年大會結束為止，委任的條款及職責可由董事會協定。核數師酬金須由股東於透過股東普通決議案或按該普通決議案規定的其他方式委任核數師的股東週年大會上釐定。股東可在根據《細則》召開及舉行的任何股東大會上，藉普通決議案於核數師任期屆滿前任何時間罷免有關核數師，並在該大會上藉普通決議案委任新核數師代替其履行餘下任期。

本公司的賬目須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可能批准的其他準則編製及審核。

2.7 股息及其他分派方式

在《公司法》及《細則》的規限下，本公司可通過普通決議案議決以任何貨幣就已發行股份宣派股息及作出其他分派，以及授權從本公司可合法作此用途的資金中，撥付股息或分派，惟(i)股息不得超過董事會建議的金額，及(ii)所有股息或分派只可來自本公司已實現或未實現利潤或股份溢價賬或法律另行許可的來源。

董事會認為本公司財務狀況及利潤足以派付時，董事會可不時向本公司股東派付中期股息。此外，董事會可不時在其認為合適的日期按其認為合適的金額就股份宣派及派付特別股息。

除任何股份所附權利另有規定者外，一切股息及其他分派須根據就於派付股息及分派期間股東持有的股份所繳付的股款派付。就此而言，凡在催繳前就股份所繳付的股款將不會視為股份的實繳股款。

董事會可自本公司任何股東應獲派的任何股息或其他分派扣減其當時應付本公司的催繳股款或應付款項的總數(如有)。董事會可保留就本公司有留置權的股份所應支付的任何股息或其他分派款項，將其用於清償存在該留置權的債務、負債或承擔。

本公司毋需為本公司就任何股份應付的股息或其他分派承擔任何股息。

當董事會或本公司於股東大會決議派付或宣派股息時，董事會可進一步議決：

- (a) 以配發已入賬列作繳足股份的方式償付全部或部分股息，而所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別，惟有權獲派股息的股東有權選擇收取現金作為全部股息(或部分股息)以代替該項股份配發；或
- (b) 有權獲派股息的股東有權選擇獲配發已入賬列作繳足的股份以代替董事會可能認為合適的全部或部分股息，而所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別。

在董事會作出推薦意見後，本公司可就本公司任何一項特定股息透過普通決議案方式決議，(即使上文有所規定)以配發已入賬列作繳足股份的方式派付全部股息，而不給予股東選擇收取現金股息以代替配發的任何權利。

任何股息、分派或其他與股份有關的應用現金支付的款項可以電匯或支票或付款單的方式郵寄至該持有人的登記地址，或如為聯名持有人則以郵寄寄往本公司股東名冊排名最前的持有人的登記地址，或持有人或聯名持有人以書面通知的有關人士及有關地址。兩名或多名聯名持有人中的任一人均可以就其以聯名持有人身份持有股份的任何股息、分派或其他應付款項出具有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，則董事會可進一步議決以分派任何種類的指定資產支付全部或部分有關股息。

任何於有關股息或分派應付日期六年後仍未領取的有關股息或分派可沒收，並須撥歸本公司所有。

2.8 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所上市，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊(惟根據《公司條例》暫停辦理股東名冊登記時除外)，並可要求取得有關股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據《公司條例》註冊成立並受其約束。

2.9 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

《細則》並無有關少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法律的若干補救方法，有關概要載於以下第3.6段。

2.10 清盤程序

在《公司法》的規限下，本公司股東可通過特別決議案自願議決或通過法院將本公司清盤。

在任何類別股份當時隨附有關於分配清盤後剩餘資產的任何權利、特權或限制的規限下：

- (a) 倘可供分配予本公司股東的資產超出足夠全數償還清盤開始時的本公司全部實繳股本，則超出的資產將根據該等股東於清盤開始時的所持股份的實繳股款按比例分配予該等股東；及
- (b) 倘可供分配予本公司股東的資產不足以全數償還本公司實繳股本，則在分配該等資產時須盡可能使各股東按於清盤開始時所持股份的實繳股本或應繳足股本的比例分擔虧損。

倘本公司清盤（不論為自願清盤或法院頒令清盤），則清盤人可在獲得特別決議案批准及《公司法》所規定任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物形式分發予各股東，而不論有關資產屬同類或不同類財產，就此目的而言，清盤人可就分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定股東或不同類別股東及同類股東之間的分發方式。清盤人可在獲得同類批准的情況下，將任何部分資產授予清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

3. 《開曼群島公司法》

本公司於2024年4月16日在《公司法》的規限下以存續方式在開曼群島註冊為獲豁免公司。《開曼群島公司法》的若干條文載列如下，但本節並非旨在包含一切適用約制及例外情況，亦非旨在全面檢討《開曼群島公司法》的一切事宜，並可能有別於有關人士可能更為熟悉的司法權區的同等條文。

3.1 公司營運

獲豁免公司(如本公司)必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交年度報表存檔，並按其法定股本數額支付費用。

3.2 股本

根據《公司法》，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他對價，則須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，有關條文可能不適用於該公司根據有關以收購或註銷任何其他公司股份作為對價的任何安排配發並按溢價發行的股份溢價。在《組織章程大綱及細則》條文(如有)的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

- (a) 向股東支付分派或股息；
- (b) 實繳將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；
- (c) 《公司法》第37條規定的任何形式；
- (d) 撤銷公司的開辦費用；及
- (e) 撤銷公司股份或債券的任何發行開支，或就發行所支付的佣金或給予的折扣。

不論上文所述，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

經法院確認後，倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司獲其《組織章程細則》授權，可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

3.3 用以購回公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定禁制，禁止公司向另一名人士授予財務資助以購買或認購其本身、其控股公司或子公司的股份。因此，倘公司董事在建議授出有關財務資助時履行謹慎責任並秉誠行事，而授出資助乃為恰當目的並符合公司利益，則公司可提供有關財務資助。有關資助應按公平原則進行。

3.4 公司及其子公司購回股份及認股權證

倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司獲其《組織章程細則》授權，則有關公司可發行該公司或其股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，而為免生疑，任何股份隨附的權利可根據該公司的《組織章程細則》條文合法修改，以規定有關股份將或有責任按此方式予以贖回。此外，倘該公司獲其《組織章程細則》授權，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘有關《組織章程細則》並無批准購回的方式及條款，則該公司須通過批准購回方式及條款的普通決議案。除非股份已經繳足，否則公司不得贖回或購回其股份。另外，倘贖回或購回股份將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，除非在緊隨建議付款的日期後公司仍有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

倘公司已購回或贖回或獲返還的股份乃遵照《公司法》第37A(1)條的規定持有，則有關股份不得視為已註銷，而應分類為庫存股份。任何有關股份須繼續分類為庫存股份，直至有關股份根據《公司法》予以註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可根據相關認股權文據或證書的條款及條件並在其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司的《組織章程大綱》或《組織章程細則》須載有批准購回股份的具體條文。公司董事可根據《組織章程大綱》所載的一般權力買賣、出售並處理所有類別的個人財產。

子公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購有關股份。

3.5 股息及分派

在《公司法》所規定的償付能力測試以及公司《組織章程大綱及細則》的條文(如有)規限下，公司可動用股份溢價賬支付股息及分派。此外，根據於開曼群島具相當說服力的英國案例法，股息可以從利潤中派付。

只要公司持有庫存股份，則不得就庫存股份宣派或派付股息，或以現金或其他方式對公司資產作出其他分派(包括清盤時向股東作出任何資產分派)。

3.6 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般會依循英國案例法的先例(尤其是*Foss vs. Harbottle*案例的判決及其例外情況)，有關先例允許少數股東提出代表訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以質疑本公司控制者對少數股東作出越權、非法、欺詐少數股東的行為，或在通過須以限定(或特別)大多數票通過的決議案時因並未獲得有關的大多數票而發生違規行為。

倘公司(銀行除外)將其股本分為股份，則法院可根據持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出的申請，委任調查員調查公司事務，並按法院指示呈報有關事務。此外，公司的任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可頒佈清盤令。

一般而言，股東對公司提出的申索必須以開曼群島適用的一般合同法或侵權法為依據，或以公司《組織章程大綱及細則》訂明的股東個別權利有可能遭違反為依據。

3.7 出售資產

概無明確限制董事出售公司資產的權力，然而，除了須根據開曼群島法院通常遵循的英國普通法，為恰當目的並以符合公司最佳利益為前提秉誠行事外，亦期望董事依照合理審慎人士在類似情況下所採取的標準，憑其能力履行謹慎努力的責任。

3.8 會計及審核規定

公司須妥為保存下列各項的賬目記錄：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨及購貨；及(iii)公司的資產負債。

倘並未存置對真實公平反映公司事務狀況及解釋其交易而言屬必要的賬冊，則不得視為已妥善保存賬冊。

倘公司在其註冊辦事處以外的任何地方或在開曼群島的任何其他地方存置其賬冊，在稅務信息機關根據開曼群島《稅務信息機關法（2021年修訂本）》送達命令或通知後，公司須在其註冊辦事處以電子形式或任何其他形式提供有關命令或通知指明的賬冊副本或其任何部分。

3.9 外匯控制

開曼群島並無實施外匯管制規例或貨幣限制。

3.10 稅項

開曼群島目前並無就利潤、收入、收益或增值向個人或公司徵收任何稅項，亦無屬繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文據支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

3.11 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司的股份徵收印花稅，惟持有開曼群島土地權益的公司的股份除外。

3.12 向董事貸款

概無明文禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司《組織章程細則》可能規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

3.13 查閱公司記錄

公司股東並無查閱或取得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利。然而，公司股東可享有公司《組織章程細則》內可能載有的有關權利。

3.14 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於該公司不時釐定的任何國家或地區（無論於開曼群島境內或境外）存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。概無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單報表。因此，股東名稱及地址並非公開數據，亦不會供公眾查閱。然而，在稅務信息機關根據開曼群島《稅務信息機關法（2021年修訂本）》送達命令或通知後，獲豁免公司須在其註冊辦事處以電子形式或任何其他形式提供須予提供的股東名冊，包括任何股東名冊分冊。

3.15 董事及高級職員名冊

根據《公司法》，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級職員名冊。公司註冊處處長可在任何人士在繳交費用後查閱本公司現任董事及（倘適用）本公司現時替任董事的名單。本公司須將董事及高級職員名冊的副本送呈開曼群島公司註冊處處長存檔，而名冊上任何變動（包括董事或高級職員更改姓名）須於30日內通知公司註冊處處長。

3.16 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院命令；(ii)由其股東自願提出；或(iii)在法院監督下進行清盤。

法院在若干特定情況下（包括在法院認為將該公司清盤乃屬公平公正的情況下）有權頒令清盤。

倘公司根據特別決議案議決自動清盤或倘公司因無法償還到期債務而於股東大會上議決自動清盤，則公司（特定規則所適用的有限存續公司除外）可自動清盤。在自動

清盤的情況下，公司須由清盤開始時起停止營業，惟倘繼續營業或對其清盤有利，則作別論。自動清盤人一經委任，董事的一切權力即告終止，惟倘公司於股東大會上批准或清盤人批准有關權力延續，則作別論。

倘由股東提出將公司自動清盤，則須委任一名或以上清盤人，負責清算公司事務並分派其資產。

待公司事務完全清算後，清盤人必須編製有關清盤的報告及賬目，列示清盤及出售公司財產的過程，並於其後召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就賬目加以解釋。

倘公司已通過決議案自動清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請頒令，在法院監督下延續清盤過程，而有關申請須基於以下理由：(i)公司並無或可能並無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助於更加有效、經濟地或迅速進行公司清盤。倘監管令生效，則其就各方面而言猶如由法院進行公司清盤的命令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人的先前行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為執行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上人士為正式清盤人。法院可委任其認為適當的人士臨時或以其他方式擔任該職位，而倘超過一人獲委任，則法院須表明正式清盤人須作出或獲授權作出的任何行為應否由全部或任何一名或以上有關人士作出。法院亦可決定正式清盤人獲委任時是否須給予任何及須給予何種保證；倘並無委任正式清盤人，或在該職位空缺的任何期間，公司的所有財產均由法院保管。

3.17 併購及合併

《公司法》允許開曼群島公司之間及開曼群島公司與非開曼群島公司之間進行併購及合併。就此而言，(a)「併購」指兩家或以上組成公司合併，並將其業務、財產及負債歸屬至其中一家存續公司內；及(b)「合併」指兩家或以上的組成公司整合為一家合併公司，並將該等公司的業務、財產及負債歸屬至該合併公司。為進行併購或合併，併購或合併計劃書須獲各組成公司的董事批准，而該計劃必須獲(a)各組成公司以特別決議案授權及(b)組成公司的《組織章程細則》可能列明的其他授權(如有)。該併購或合併計劃書必須向開曼群島公司註冊處處長存檔，同時提交有關合併或存續公司償債能力的

聲明、各組成公司的資產及負債清單以及承諾將有關併購或合併證書的副本送交各組成公司股東及債權人的承諾書，以及將在開曼群島憲報刊登併購或合併的通告。除若干特殊情況外，有異議股東有權於作出所需程序後獲支付其股份的公允價值，惟倘各方未能就此達成共識，則將由開曼群島法院釐定。遵守此等法定程序進行的併購或合併毋須經法院批准。

3.18 涉及外國公司的併購及合併

倘併購或合併涉及外國公司，則程序相若，惟就外國公司而言，開曼群島獲豁免公司的董事須作出聲明，表明經作出充分查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)外國公司的組織章程文件及外國公司註冊成立所在司法權區的法律允許或不禁止併購或合併，及已經或將會遵守該等法律及該等組織章程文件的任何規定；(ii)在任何司法權區並無提出及留有未決的呈請或其他類似法律程序，或已作出命令或通過決議案以將外國公司清盤或清算；(iii)概無接管人、受託人、管理人或其他類似人士於任何司法權區獲委任及就該外國公司、其事務或其財產或其任何部分行事；及(iv)並無在任何司法權區訂立或作出計劃、命令、和解或其他類似安排，致使該外國公司的債權人的權利遭受及繼續遭受暫停或限制。

倘存續公司為開曼群島獲豁免公司，則開曼群島獲豁免公司的董事須進一步作出聲明，表明經作出充分查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)該外國公司有償還到期債務，且該併購或合併屬真誠行為，並無意欺詐該外國公司的無擔保債權人；(ii)就轉讓外國公司授予存續公司或合併公司的任何抵押權益而言，(a)已就轉讓取得、解除或豁免同意或批准；(b)轉讓已根據外國公司組織章程文件獲得許可及批准；及(c)已遵守或將遵守外國公司司法權區與轉讓有關的法律；(iii)於併購或合併生效後，外國公司將不再根據相關外國司法權區的法律註冊成立、登記或存續；及(iv)並無其他理由表明允許併購或合併可能有損公眾利益。

3.19 重組及合併

重組及合併須由已出席就此召開大會的(i)股東或股東類別價值75%或(ii)數量佔債權人或債權人類別價值75%之大多數(於各情況下均視情況而定)批准，且其後須再經開曼群島大法院批准。雖然異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易不會為股東提供其所持股份的公允價值，但倘法院本身信納以下各項，則預期將批准該交易：(i)公司並無擬作非法或超出公司權限範圍的行為，且已遵守有關多數表決的法定條文；(ii)股東在有關會議上有公平代表性；(iii)該交易可獲得商戶合理批准；及(iv)該交易並非根據《公司法》的其他條文予以制裁或構成「對少數股東的欺詐」。

倘有關交易獲批准，則任何異議股東不會擁有與評估權(即按司法確定的股份價值收取現金付款的權利)相若的權利，而公司位於其他司法權區的持異議股東則可能享有此項權利。

3.20 收購

倘一間公司提出收購另一間公司股份的要約，且在提出要約後四個月內，不少於90%被收購股份的持有人接納收購要約，則要約人在上述四個月期限屆滿後的兩個月內可隨時發出通知要求異議股東按要約條款轉讓其股份。異議股東可在有關通知發出後一個月內向開曼群島法院申請反對轉讓。異議股東須承擔法院應行使酌情權的舉證責任，而除非有證據顯示涉及欺詐或不誠實行為，或有證據顯示要約人與接納收購要約的股份持有人串通以不公平手段迫退少數股東，否則法院不大可能行使上述酌情權。

3.21 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司《組織章程細則》可規定對高級職員及董事作出彌償保證的限制，惟法院認為屬違反公眾政策的任何有關條文除外，例如表示對犯罪的後果作出彌償保證的條文。

3.22 經濟實質

開曼群島實施《國際稅務合作（經濟實質）法（2021年修訂本）》，連同開曼群島稅務信息機關不時頒佈的指引性附註。本公司須自2019年7月1日起遵守經濟實質規定，並就其是否正進行任何相關活動在開曼群島作出年度報告，而倘本公司正進行任何相關活動，則須通過經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問衡力斯律師事務所已向本公司發出意見書，概述上述第3節所載《公司法》的若干方面。本函件連同《公司法》及《大綱及細則》的副本已於聯交所及本公司網站上展示（如附錄五「展示文件」分節所述）。任何人士如欲取得《公司法》的詳細概要或了解《公司法》與其較熟悉的任何司法權區法律之間的差異，務請諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 註冊成立

本公司於1995年7月4日在英屬維爾京群島註冊成立為英屬維爾京群島商業有限公司。於2024年4月16日，本公司遷冊至開曼群島，並終止作為根據《2004年英屬維爾京群島商業公司法》(修訂版)註冊成立的公司。因此，本公司的公司架構和《組織章程大綱及細則》均受開曼群島相關法律的約束。本公司《組織章程大綱及細則》的若干條文以及《開曼公司法》相關方面的摘要載於本招股章程附錄三。

我們的註冊辦公地址是4th Floor, Harbour Place, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。我們已根據《公司條例》第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司，本公司在香港的主要營業地點為香港灣仔港灣道26號華潤大廈37樓。鍾明輝先生已獲委任為本公司在香港接收法律程序文件的授權代表。法律程序文件送達地址為香港灣仔港灣道26號華潤大廈37樓。

於本招股章程日期，本公司總部位於中國廣東省深圳市朗山路22號深圳高新技術產業園區(北區)。

2. 股本變動

於1995年7月4日，本公司註冊成立，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值為1.00美元的股份。

於緊接本招股章程日期前兩年內，本公司的股本發生了以下變動：

於2024年4月21日，本公司股東議決(其中包括)將每股面值為1.00美元的已發行和未發行普通股拆細為每股面值0.0000005美元的2,000,000股股份(「股份拆細」)，因此華潤集團(飲料)持有每股面值0.0000005美元的1,200,000,000股股份，而Plateau則持有每股面值0.0000005美元的800,000,000股股份。

除上文所披露者外，我們的股本於緊接本招股章程日期前兩年內並無變動。

3. 本公司子公司股本變動情況

公司資料摘要及本公司子公司詳情載於本招股章程附錄一所載會計師報告。

以下列出了在緊接本招股章程日期前兩年內，本公司子公司的股本變動情況：

華潤怡寶飲料(河源)有限公司 於2023年4月23日，華潤怡寶飲料(河源)有限公司的註冊資本由人民幣10,000,000元增至人民幣132,363,067元

華潤怡寶飲料(武漢)有限公司 於2023年7月28日，華潤怡寶飲料(武漢)有限公司的註冊資本由人民幣30,000,000元增至人民幣110,000,000元

華潤怡寶飲料(溫州)有限公司 華潤怡寶飲料(溫州)有限公司於2023年10月16日註冊成立，註冊資本為人民幣200,550,000元

除上文所載列外，本公司子公司的註冊資本於緊接本招股章程日期前兩年內並無任何變動。

4. 本公司日期為2024年4月21日及2024年10月8日的股東決議案

於2024年4月21日，本公司股東議決(其中包括)將本公司的法定股本由50,000美元(分為50,000股每股面值1.00美元的股份)變更為50,000美元(分為100,000,000,000股每股面值0.0000005美元的股份)。

於2024年10月8日，股東通過以下本公司決議案，該等決議案（其中包括）須待「全球發售的架構－全球發售的條件」所載條件獲達成（或獲豁免（如適用））及符合其中所載條款規定後方可作實：

- (i) 本公司批准及採納經修訂及重述的《組織章程大綱及細則》，自上市日期起生效；
- (ii) 全球發售及授予超額配股權已獲批准，董事獲授權根據全球發售配發及發行新股；
- (iii) 上市已獲批准，董事或經董事或授權簽署人正式授權的董事會委員會獲授權實施上市；
- (iv) 在上市規則第10.08條的「禁售」條文的規限下，董事會根據《組織章程細則》獲授一般無條件授權，以配發、發行及處置股份或可轉換為股份的證券、或購股權、認股權證或類似權利以認購股份或該等可換股證券，以及作出或授出會或可能須於有關期間（定義見下文）或有關期間結束之後行使該等權力的要約、協議或購股權，惟董事會已配發或同意配發的股份總數（不包括根據(i)供股，(ii)任何規定配發股份以代替股份的全部或部分股息的以股代息計劃或類似安排或(iii)股東在股東大會上授予的特別授權），不得超過以下各項的總和：
 - (A) 緊隨全球發售完成後已發行股份總面值的20%；及
 - (B) 本公司根據下文所述購回股份的一般授權所購回的股份總數（如有），該等授權自該決議案通過之日起持續有效，直到（以最早者為準）(I) 本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或有條件地續期，或(II)《組織章程大綱及細則》或任何適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿或(III)股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期（「有關期間」），董事會獲授權就上述(B)段所述的本公司股本行使上述公司權力；及

- (v) 董事會獲授一般無條件授權，以行使本公司的一切權力，在香港聯交所或股份可能上市的任何其他證券交易所（並就此獲證監會及香港聯交所認可）購回股份，根據所有適用法律及上市規則的規定，購回的股份合計不超過緊隨全球發售完成後已發行股份總數的10%。該等授權自該決議案通過之日起持續有效，直到（以最早者為準）(I)本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或有條件地續期，(II)《組織章程大綱及細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿或(III)股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

5. 購回本公司自身證券

以下各段載有（其中包括）香港聯交所規定須載入本招股章程的有關購回自身證券的若干資料。

(a) 上市規則的條文

上市規則允許以香港聯交所為第一上市地的公司在香港聯交所購回其本身的證券，惟須遵守若干限制，其中最重要的限制概述如下：

(i) 股東批准

所有以香港聯交所作為第一上市地的公司的建議購回證券（如為股份則須繳足股款），必須事先獲股東於股東大會上以普通決議案批准，可以通過一般授權或特定交易的特別批准進行。

根據本公司股東於2024年10月8日通過的決議案，購回授權已授予董事會，授權彼等行使本公司的一切權力，在香港聯交所或本公司證券可能上市的任何其他證券交易所（並就此獲證監會及香港聯交所認可）購回股份，總面值不超過緊隨全球發售完成後本公司已發行股份總面值的10%（不包括根據超額配股權可能發行的任何股份），該授權將持續有效，直到（以最早者為準）(i)本公司下屆股東週年大會結束為止，除非本公司股東在股東大會上以普通決議案無條件地或

有條件地續期，(ii)《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期限屆滿，及(iii)本公司股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

(ii) 資金來源

根據《組織章程大綱及細則》及香港以及開曼群島的適用法律及法規，購買款項必須由可合法作此用途的資金撥付。上市公司不得以現金以外的對價或香港聯交所不時修訂的交易規則規定以外的結算方式在香港聯交所購買其自身的證券。根據開曼群島法律，本公司的任何購買所用資金可能自利潤或就購買目的而發行新股的所得款項中撥付，或自本公司股份溢價賬的總進賬金額或資本中撥付（如獲《細則》授權並受《開曼公司法》約束）。

(iii) 交易限制

上市公司可於香港聯交所購回的股份總數最多為已發行股份總數的10%。緊隨購回後30日內，未獲香港聯交所事先批准，公司不得發行或宣佈擬發行新證券（根據行使認股權證、購股權或要求公司發行在該等回購之前已發行的證券的類似工具，發行證券除外）。此外，倘購回股份的價格高於其股份在香港聯交所交易的前五個交易日的平均收市價5%或以上，則上市公司不得在香港聯交所購回其股份。上市規則亦禁止上市公司購回其證券，倘購回將導致公眾人士持有的上市證券數量低於香港聯交所規定的相關最低百分比。公司須促使其委任以購回證券的經紀向香港聯交所披露香港聯交所可能要求的有關購回的資料。

(iv) 購回股份的狀況

所有購買的證券(不論在香港聯交所或其他證券交易所)的上市將自動取消,相關證書必須註銷及銷毀。根據開曼群島法律,除非本公司董事於購買前決議持有本公司所購買的股份作為庫存股份,否則本公司所購買的股份將被視為已註銷,且本公司的已發行股本金額應按該等股份的面值減少。然而,根據《開曼公司法》,購買股份將不會被視為減少法定股本金額。

(v) 暫停購回

上市公司不得於價格敏感事件發生或成為決策主題後購回任何證券,直至有關價格敏感信息公開為止。尤其是,在下列日期(以較早者為準)之前一個月期間,(a)旨在批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期期間(不論是否根據上市規則的規定)業績而召開的董事會會議日期(根據上市規則該日期已首先通知香港聯交所)及(b)根據上市規則刊發上市公司任何年度或半年度或季度或任何其他中期期間(不論是否根據上市規則規定)業績公告的截止日期,除特殊情況外,上市公司不得在香港聯交所購回其股份。此外,倘上市公司違反上市規則,香港聯交所可禁止其在香港聯交所購回證券。

(vi) 報告規定

有關在香港聯交所或其他證券交易所購回證券的若干資料,須於不遲於下列營業日的上午交易時段或任何開市前時段(以較早者為準)開始前30分鐘向香港聯交所報告。此外,上市公司的年報須披露有關年內購回證券的詳情,包括購回證券數量的月度分析、每股購回價格或就所有該等購回支付的最高及最低價格(如相關),及支付的總價格。

(vii) 核心關連人士

上市規則禁止公司在知情的情況下在香港聯交所購買「核心關連人士」的證券,即公司或其任何子公司的董事、最高行政人員或主要股東或任何彼等的緊密聯繫人(定義見上市規則),核心關連人士亦不得在知情的情況下向公司出售其證券。

(b) 購回理由

董事認為，股東授予董事會一般授權使本公司能夠在市場上購回股份，乃符合本公司及股東的最佳利益。視乎當時的市況及資金安排，該等購回可提高每股資產淨值及／或每股盈利，且僅會在董事認為該等購回符合本公司及股東利益的情況下進行。

(c) 購回資金

根據《細則》及開曼群島適用法律，購回股份須以可合法作此用途的資金撥付。董事會不得以現金以外的對價或香港聯交所交易規則規定以外的結算方式在香港聯交所購回股份。在上文所述的規限下，董事會可用本公司的利潤或就購回目的而發行的新股進行購回，或倘獲《細則》授權並受《開曼公司法》約束，則從資本中撥出資本進行購回，倘購回時應付任何溢價，則自本公司利潤或本公司股份溢價賬的總進賬金額中撥付進行購回。

然而，倘行使購回授權會對本公司的營運資金需求或其資產負債水平造成重大不利影響，而董事會認為有關情況不時適用於本公司，則董事會不會建議行使購回授權。

(d) 一般事項

全面行使購回授權（按緊隨全球發售完成後已發行2,347,826,200股股份但假設未行使超額配股權）可能導致最多約234,782,620股股份被本公司於以下期間（以較早者為準）之前購回：

- 本公司下屆股東週年大會結束，除非股東於股東大會上以普通決議案續期（無論是無條件或受條件規限）；
- 《細則》或任何其他適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會期間屆滿；或
- 股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷授權的日期。

董事會將根據上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

就董事作出一切合理查詢後所知，概無董事或彼等各自的任何緊密聯繫人現時有意於購回授權獲行使時向本公司出售任何股份。

概無核心關連人士(定義見上市規則)知會我們，表示其目前有意在購回授權獲行使的情況下向我們出售股份，或承諾不會這樣做。

倘股東因購回任何股份而於本公司的投票權比例增加，則就香港收購及合併守則(「收購守則」)而言，有關增加將被視為一項收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東(視乎股東權益的增幅而定)可取得或鞏固對本公司的控制權，並須根據收購守則規則26提出強制性要約。除上文所述者外，董事並不知悉根據購回授權進行任何購回會產生收購守則項下的任何後果。

倘購回股份導致公眾人士持有的股份數量減少至低於當時已發行股份的25%，則僅可在香港聯交所同意豁免上市規則有關上述公眾人士持股規定的情況下進行。我們相信，除特殊情況外，一般不會豁免該條文。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合同概要

以下為本集團成員公司於緊接本文件日期前兩年內訂立的屬重大或可能重大的合同(並非在一般業務過程中訂立)：

- (a) 本公司與UBS Asset Management (Singapore) Ltd.、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (b) 本公司與香港中旅(集團)有限公司、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；

- (c) 本公司與Wildlife Willow Limited、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (d) 本公司與中郵人壽保險股份有限公司、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月10日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (e) 本公司與Oaktree Capital Management, L.P.、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月10日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (f) 本公司與PT Indadi Juver、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (g) 本公司與Athos Capital Limited、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (h) 本公司與Ghisallo Master Fund LP、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；
- (i) 本公司與Pamalican Fund Ltd.、中銀國際亞洲有限公司、中信証券(香港)有限公司、中信里昂証券有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、UBS Securities Hong Kong Limited及UBS AG Hong Kong Branch於2024年10月9日訂立的基石投資協議，詳情載於本招股章程「基石投資者」一節；及
- (j) 香港承銷協議。

2. 知識產權

(a) 商標

(i) 於中國註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於中國註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：



序號	商標	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期
1.		怡寶中國	30	34438947	2030年 3月6日
2.		怡寶中國	30	34449981	2029年 10月6日
3.		怡寶中國	32	1789131	2032年 6月13日
4.		怡寶中國	32	1794139	2032年 6月20日
5.		怡寶中國	32	6710077	2030年 4月6日
6.		怡寶中國	32	6616962	2030年 3月27日
7.		怡寶中國	32	6766352	2030年 4月13日
8.		怡寶中國	32	6766353	2030年 4月13日
9.		怡寶中國	32	7527587	2030年 9月13日
10.		怡寶中國	32	7584594	2030年 9月20日
11.		怡寶中國	32	7584339	2030年 11月6日
12.		怡寶中國	32	8947843	2031年 12月20日
13.		怡寶中國	32	13052155	2034年 12月27日

序號	商標	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期
14.		怡寶中國	32	14635376	2025年 8月27日
15.		怡寶中國	32	17788812	2026年 10月13日
16.	佐味茶事	怡寶中國	30	33310720	2029年 6月20日
17.	愿事之茗	怡寶中國	30	33508030	2029年 5月13日
18.		怡寶中國	30	35652089	2029年 9月20日
19.		怡寶中國	30	68762195	2033年 6月20日
20.		怡寶中國	32	3144780	2033年 10月27日
21.	魔力	怡寶中國	32	42742425	2034年 4月6日
22.	加林山	怡寶中國	32	9624844	2032年 7月27日
23.	Mulene	怡寶中國	32	44970425	2030年 11月20日
24.		怡寶中國	32	52373986	2031年 9月6日
25.		怡寶中國	32	52978143	2031年 8月27日
26.		怡寶中國	32	53676886	2031年 9月6日
27.		怡寶中國	32	32436901	2030年 2月6日
28.		怡寶中國	32	46424885	2031年 6月6日
29.	永隆	怡寶中國	32	56429323	2033年 1月20日
30.	怡宝蜜百水香	怡寶中國	32	56965114	2032年 1月20日

序號	商標	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期
31.	至本清潤	怡寶中國	32	63506894	2032年 10月6日
32.	怡寶橙橙假日	怡寶中國	32	65051629	2032年 11月27日
33.		怡寶中國	32	66999870	2033年 3月13日
34.	本优	怡寶中國	32	67004776	2033年 3月13日
35.		怡寶中國	32	63233196	2034年 9月6日


(ii) 於香港註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於香港註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

序號	商標	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期
1.		怡寶中國	32	300118377	2033年 11月26日
2.		怡寶中國	11、16、 20、29、 30、32、 33	301395216	2029年 7月29日

(iii) 於澳門註冊的商標

截至最後實際可行日期，我們已於澳門註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標：

序號	商標	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期
1.		怡寶中國	32	N/031005	2029年 2月25日

(iv) 於中國待審的商標申請

截至最後實際可行日期，我們並無於中國申請註冊任何我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標。

(v) 於香港待審的商標申請

截至最後實際可行日期，我們並無於香港申請註冊任何我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標。

(vi) 商標許可

截至最後實際可行日期，我們獲授權使用下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的註冊商標：

序號	商標	註冊擁有人	註冊地點
1.		麒麟	中國
2.		麒麟	中國
3.		麒麟	中國
4.		麒麟	中國
5.		麒麟	中國
6.		華潤知識產權 有限公司	香港
7.		華潤知識產權管理 有限公司	中國
8.		華潤知識產權管理 有限公司	中國

(b) 版權**(i) 已註冊版權**

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的版權：

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
1.	怡寶C'ESTBON.綠色飄帶	怡寶中國	國作登字2014-F-00134960
2.	怡寶純淨水瓶標	怡寶中國	國作登字2015-F-00174270
3.	葡萄假日logo	怡寶中國	國作登字2021-F-00041295
4.	華潤怡寶FEEL氣泡水瓶標	怡寶中國	國作登字2021-F-00041297
5.	桃桃假日果汁飲料標籤設計	怡寶中國	國作登字2021-F-00111845
6.	怡寶蜜水橙logo	怡寶中國	國作登字2021-F-00111847
7.	怡寶至本清潤菊花茶標籤設計	怡寶中國	國作登字2021-F-00217969
8.	蜜水檸檬水瓶設計(350ML)	怡寶中國	國作登字2021-F-00285641
9.	蜜水檸檬水瓶設計(480ML)	怡寶中國	國作登字2021-F-00285640
10.	怡寶菠蘿假日果汁飲料 標籤設計	怡寶中國	國作登字2022-F-10080986
11.	怡寶蜜瓜假日果汁飲料 標籤設計	怡寶中國	國作登字2022-F-10080985
12.	怡寶FEEL氣泡蘇打水青檸味 標籤	怡寶中國	國作登字2022-F-10229721
13.	怡寶FEEL氣泡蘇打水原味標籤	怡寶中國	國作登字2022-F-10229722

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
14.	怡寶FEEL氣泡蘇打水CAN裝瓶 標系列作品	怡寶中國	國作登字2022-F-10256101
15.	怡寶至本清潤菊花茶、檸檬茶 標籤設計(系列作品)	怡寶中國	國作登字2023-F-00019058
16.	本優系列作品	怡寶中國	國作登字2023-F-00038534

(ii) 已註冊軟件版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的軟件版權：

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
1.	華潤怡寶客戶管理收發貨管理系統軟件 [簡稱：收發貨管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445025
2.	華潤怡寶客戶管理排單調度系統軟件 [簡稱：排單調度系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445047
3.	華潤怡寶客戶管理計劃管理系統軟件 [簡稱：計劃管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445058

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
4.	華潤怡寶客戶管理進銷存提報系統軟件 [簡稱：進銷存提報系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445156
5.	華潤怡寶客戶管理訂單管理系統軟件 [簡稱：訂單管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445157
6.	華潤怡寶客戶管理合同管理系統軟件 [簡稱：合同管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445170
7.	華潤怡寶客戶管理查賬對賬管理系統軟件 [簡稱：查賬對賬管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445174
8.	華潤怡寶客戶管理價格管理系統軟件 [簡稱：價格管理系統]V1.0	怡寶中國	2017SR445753
9.	華潤怡寶移動支付平台軟件 [簡稱：移動支付]V1.0	怡寶中國	2017SR520739

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
10.	華潤怡寶PET付款信息管理系統軟件 [簡稱：付款信息管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0144932
11.	華潤怡寶PET合同管理系統軟件 [簡稱：合同管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145715
12.	華潤怡寶PET基礎數據管理系統軟件 [簡稱：基礎數據管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0144902
13.	華潤怡寶PET批復數據管理系統軟件 [簡稱：批復數據管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145137
14.	華潤怡寶PET報表數據管理系統軟件 [簡稱：報表數據管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145061
15.	華潤怡寶PET調賬管理系統軟件 [簡稱：調賬管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145127

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
16.	華潤怡寶PET用戶數據管理系統軟件 [簡稱：用戶數據管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145046
17.	華潤怡寶PET運營管理系統軟件[簡稱： 運營管理系統]1.0	怡寶中國	2020SR0145051
18.	華潤怡寶DMS財務協同管理軟件[簡稱： 財務協同管理]V1.0	怡寶中國	2020SR0269738
19.	華潤怡寶DMS訂單管理軟件[簡稱：訂單 管理軟件]V2.0	怡寶中國	2020SR0270072
20.	華潤怡寶DMS客戶管理軟件V1.0	怡寶中國	2020SR0270284
21.	華潤怡寶DMS後台管理軟件[簡稱：後台 管理軟件]V1.0	怡寶中國	2020SR0526302
22.	華潤怡寶DMS進銷存管理軟件[簡稱： 進銷存管理軟件]V2.0	怡寶中國	2020SR0597614

序號	版權	註冊擁有人	註冊編號
23.	瓶裝純淨水水質遠端監測系統V1.0	華潤怡寶飲料(六安)有限公司	2019SR0553869
24.	瓶裝純淨水生產用高效過濾系統V1.0	華潤怡寶飲料(六安)有限公司	2019SR0552391
25.	瓶裝純淨水管道供水反滲透系統V1.0	華潤怡寶飲料(六安)有限公司	2019SR0557792

(iii) 版權許可

截至最後實際可行日期，我們並無任何獲授權使用的我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的版權。

(c) 專利

(i) 已註冊專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的專利：

序號	專利	類型	註冊擁有人	註冊編號
1.	一種D-異抗壞血酸鈉的含量檢測方法	發明	怡寶中國	ZL201310478788.2
2.	一種飲料添加劑及其應用	發明	怡寶中國	ZL201310478972.7
3.	一種帶防盜環的翻啟式容器蓋	實用新型	怡寶中國	ZL201420476253.1
4.	一種帶有內塞的旋式容器蓋	實用新型	怡寶中國	ZL201420476254.6

序號	專利	類型	註冊擁有人	註冊編號
5.	一種咖啡豆直火烘焙設備	實用新型	怡寶中國	ZL201620124682.1
6.	一種咖啡豆直火烘焙機	實用新型	怡寶中國	ZL201620124987.2
7.	提扣(怡寶1.55L)	設計	怡寶中國	ZL201830105732.6
8.	提扣(怡寶4.5L)	設計	怡寶中國	ZL201830105735.X
9.	一種容器瓶提手	實用新型	怡寶中國	ZL201820419936.1
10.	包裝瓶(葡萄假日)	設計	怡寶中國	ZL201930260704.6
11.	包裝瓶(奶茶)	設計	怡寶中國	ZL201930321885.9
12.	一種包裝飲用水中微生物的靈敏檢測方法	發明	怡寶中國	ZL201910582662.7
13.	包裝瓶(加林山)	設計	怡寶中國	ZL201930393519.4
14.	提手(12.8L)	設計	怡寶中國	ZL201930455345.X
15.	一種提手	實用新型	怡寶中國	ZL201921474704.7
16.	包裝瓶(果蔬汁)	設計	怡寶中國	ZL201930507992.0
17.	一種可加粉劑按壓式的瓶蓋	實用新型	怡寶中國	ZL201922272173.X
18.	一種大包裝飲用水按壓式瓶蓋	實用新型	怡寶中國	ZL201922274377.7
19.	一種大包裝飲用水按壓式瓶蓋	實用新型	怡寶中國	ZL201922301652.X
20.	包裝瓶	設計	怡寶中國	ZL201930708036.9
21.	包裝瓶	設計	怡寶中國	ZL202030173995.8

序號	專利	類型	註冊擁有人	註冊編號
22.	一種托盤	實用新型	怡寶中國	ZL202020086777.5
23.	包裝瓶(魔力)	設計	怡寶中國	ZL202030048443.4
24.	基於PET採購模型的建議購買 量計算方法和裝置	發明	怡寶中國	ZL202010200207.9
25.	一種容器提手	實用新型	怡寶中國	ZL202022297220.9
26.	包裝瓶	設計	怡寶中國	ZL202030611607.X
27.	瓶身	設計	怡寶中國	ZL202030745889.2
28.	瓶身	設計	怡寶中國	ZL202030792718.5
29.	瓶身	設計	怡寶中國	ZL202030792719.X
30.	水瓶(怡寶露)	設計	怡寶中國	ZL202130758258.9
31.	包裝瓶(水果水)	設計	怡寶中國	ZL202130691384.7
32.	包裝瓶(蜜水480ML)	設計	怡寶中國	ZL202130691396.X
33.	包裝瓶(蜜水350ML)	設計	怡寶中國	ZL202130691401.7
34.	瓶子(菊花茶)	設計	怡寶中國	ZL202230053917.3
35.	瓶子(海鹽荔枝)	設計	怡寶中國	ZL202230066099.0
36.	一種大包裝水托盤	實用新型	怡寶中國	ZL202221061329.5
37.	水瓶(純淨水2022)	設計	怡寶中國	ZL202230542122.9
38.	翻蓋式瓶蓋	實用新型	怡寶中國	ZL202222304085.5
39.	旋轉開啟式瓶蓋	實用新型	怡寶中國	ZL202222496979.9

(ii) 許可專利

截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的許可專利。

3. 域名

截至最後實際可行日期，我們擁有以下我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的域名：

序號	域名	註冊擁有人	屆滿日期
1.	crbeverage.com.cn	怡寶中國	2025年1月26日
2.	crbeverage.com	怡寶中國	2025年1月26日

除上述者外，截至最後實際可行日期，概無其他我們認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的商標或服務標誌、專利、知識產權或工業產權。

C. 有關董事的進一步資料**1. 董事服務合同**

各董事已於2024年10月8日與本公司訂立服務合同。該等服務合同的主要詳情為：(a)期限自上市日期起計至舉辦下屆股東大會以重選董事當日止為期三年；及(b)根據彼等各自的條款予以終止。服務合同可根據我們的《細則》及適用法例、規則及規例（包括上市規則）重續。

除上文所披露者外，概無董事與我們訂立或擬訂立服務合同（惟不包括於一年內屆滿或僱主可不支付賠償（法定賠償除外）而終止之合同）。

2. 董事酬金

- (a) 截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年4月30日止四個月，本集團支付及授予董事的酬金和實物利益合計約人民幣4.6百萬元、人民幣6.4百萬元、人民幣7.7百萬元及人民幣1.1百萬元。
- (b) 根據現時生效的安排，我們估計截至2024年12月31日止年度應付董事的固定薪酬總額（稅前）約為人民幣14.3百萬元。

- (c) 本集團概無向董事或五名最高薪酬人士支付薪酬，作為加入本集團或於加入本集團時的獎勵。於往績記錄期間，本集團董事、前任董事或五名最高薪酬人士概無因離任本集團任何成員公司的董事職務或與本集團任何成員公司事務管理有關的任何其他職務獲支付或收取任何補償。概無董事於往績記錄期間放棄任何酬金。
- (d) 除上文所披露者外，於往績記錄期間，本集團並無其他已付或應付董事款項。

3. 權益披露

(a) 全球發售完成後，董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團之股本中擁有之權益及淡倉

緊隨全球發售完成後（假設超額配股權未獲行使），除(i)我們的執行董事李樹清先生（其於華潤醫療控股有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：1515）160,000股股份、華潤萬象生活4,000股股份及華潤微電子有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司，股份代號：688396）1,000股股份中擁有權益）；(ii)我們的執行董事吳霞女士（其於江中藥業股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司，股份代號：600750）116,667股股份中擁有權益）；(iii)我們的非執行董事孫永強先生（其於華潤啤酒38,000股股份、華潤置地30,000股股份、華潤醫療控股有限公司92,000股股份及華潤萬象生活50,000股股份中擁有權益）；及(iv)我們的非執行董事肖寧先生（其於華潤化學76,555股股份中擁有權益）外，概無本公司董事或最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）之股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及香港聯交所之權益及／或淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文彼被當作或視作擁有之權益或淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所指登記冊之權益及／或淡倉，或根據上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則，於股份上市後須知會本公司之權益及／或淡倉。

(b) 根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部須予披露的權益及淡倉

關於於我們股份或本公司相關股份中擁有及將會擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及香港聯交所披露的權益及／或淡倉的人士的資料，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益的人士的資料，請參閱本招股章程「主要股東」一節。

除上文所載者外，截至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉有任何人士將於緊隨全球發售完成後直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

4. 免責聲明

除本招股章程所披露者外：

- (a) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家於本集團任何成員公司發起過程中，或本集團任何成員公司於緊接本招股章程日期前兩年內收購、出售或租賃的或本集團任何成員公司擬收購、出售或租賃的任何資產中，擁有任何直接或間接權益；
- (b) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家在對本集團整體業務屬重大且於本招股章程日期仍然存續的任何合同或安排中擁有重大權益；
- (c) 概無董事或名列下文「D. 其他資料－4. 專家同意書」一段的任何專家與本集團任何成員公司訂立任何現有或擬定服務合同（不包括於一年內屆滿或僱主可不支付賠償（法定賠償除外）而終止之合同）；
- (d) 若不計及根據全球發售可認購的任何股份，就本公司任何董事或最高行政人員所知悉，概無其他人士（本公司董事或最高行政人員除外）於緊隨全球發售完成後於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分

部的條文須向本公司及香港聯交所披露的權益或淡倉，或（並非本集團的成員公司）直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益；

- (e) 概無本公司董事或最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）之股份、相關股份或債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及香港聯交所之任何權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文彼被當作或視作擁有之權益及淡倉）或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所指登記冊之權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則於股份上市後須知會本公司及香港聯交所之權益或淡倉；及
- (f) 就董事所知悉，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或於本集團股本中擁有5%以上股本的股東於本集團前五大客戶或前五大供應商中擁有任何權益。

D. 其他資料

1. 遺產稅

我們的董事獲悉本公司或任何子公司不大可能有重大的遺產稅責任。

2. 訴訟

除本招股章程所披露者外且據我們的董事所知，本集團任何成員公司概無任何尚未了結或面臨威脅之重大訴訟或索償。

3. 聯席保薦人

聯席保薦人已代表我們向香港聯交所申請批准已發行股份、根據全球發售將予發行的股份（包括根據超額配股權獲行使而可能發行的任何股份）上市及買賣。

截至最後實際可行日期，中國銀行股份有限公司（根據上市規則定義為保薦人集團的成員公司及一家於香港聯交所主板（股份代號：3988）及上海證券交易所（股票代碼：601988）上市的公司）的間接全資子公司銘宇有限公司為Plateau Consumer Fund,

L.P. (本公司的控股股東) 的最大有限合夥人並持有其約36.8%的有限合夥權益，而 Plateau Consumer Fund, L.P. 則透過其全資擁有的Plateau間接持有本公司已發行股本總額的40%。此外，Plateau持有的全部本公司股份均須就某銀團 (包括中國銀行股份有限公司子公司中銀香港) 向Plateau提供的貸款而質押予該銀團。中銀香港亦擔任上述質押的擔保代理行。

因此，中銀國際亞洲有限公司並不符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則，理由是(i)截至最後實際可行日期，根據上市規則第3A.07(1)條的規定，保薦人集團間接持有本公司已發行股份總數5%以上；及(ii)保薦人集團與Plateau (本公司的控股股東) 存在上市規則第3A.07(9)條項下的業務關係。

除中銀國際亞洲有限公司外，各其他聯席保薦人均符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則。各聯席保薦人將就擔任上市保薦人收取費用2.35百萬港元。

4. 專家同意書

下列專家各自已就刊發本招股章程發出書面同意書，同意以其現時之形式及內容在本招股章程內載列其報告、函件、意見或意見摘要 (視情況而定) 的副本及引述其名稱，且並未撤回其各自的同意書。

名稱	資格
UBS Securities Hong Kong Limited	進行證券及期貨條例項下第1類 (證券交易)、第2類 (期貨合同交易)、第6類 (就機構融資提供意見) 及第7類 (提供自動交易服務) 受規管活動的持牌法團
中銀國際亞洲有限公司	進行證券及期貨條例項下第1類 (證券交易) 及第6類 (就機構融資提供意見) 受規管活動的持牌法團
中信證券 (香港) 有限公司	進行證券及期貨條例項下第4類 (就證券提供意見) 及第6類 (就機構融資提供意見) 受規管活動的持牌法團

名稱	資格
Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited	進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)、第5類(就期貨合同提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
德勤•關黃陳方會計師行	註冊會計師及註冊公共利益實體核數師
競天公誠律師事務所	中國法律顧問
Harney Westwood & Riegels	開曼群島法律顧問
灼識行業諮詢有限公司	行業顧問

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，上述專家概無於我們的股份或我們子公司的任何股份擁有任何法定或實益權益，或可認購或提名有關人士認購本集團任何成員公司證券的權利或購股權（不論是否可依法強制執行）。

5. 約束力

倘根據本招股章程提出申請，本招股章程即具效力，在適用情況下令全部有關人士受《公司條例》第44A及44B條所有條文（罰則除外）約束。

6. 雙語招股章程

根據《公司條例》(豁免公司及招股章程遵從條文)公告(香港法例第32L章)第4條所規定之豁免，本招股章程之英文及中文版本將分開刊發。

7. 開辦費用

本公司並無產生任何重大開辦費用。

8. 其他事項

- (a) 除本招股章程所披露者外，於緊接本招股章程日期前兩年內：
- (i) 概無發行或同意發行或建議發行以換取現金或建議發行以現金或其他方式除外繳足或部分繳足之本公司或其任何子公司股份或借貸資本或債券；
 - (ii) 本公司或其任何子公司之股份或借貸資本概無附有購股權或有條件或無條件同意附有購股權；及
 - (iii) 本公司或其任何子公司概無就發行或出售任何股份或借貸資本以用於認購或同意認購、或促使或同意促使認購本公司或其任何子公司的任何股份或債券而授出佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。
- (b) 本公司或我們的任何子公司並無創辦人股份、管理層股份或遞延股份，亦無任何債券。
- (c) 我們並無任何發起人。於緊接本招股章程日期前兩年內，概無就全球發售及本招股章程所述的相關交易向任何發起人支付、配發或提供或建議支付、配發或提供任何現金、證券或其他利益。
- (d) 本集團內任何公司的股本或債務證券現時概無於任何證券交易所上市或於任何交易系統買賣，亦無尋求或擬尋求批准任何上市或買賣。
- (e) 本公司並無任何發行在外的可換股債務證券或債權證。
- (f) 概無有關放棄或同意放棄日後股息之安排。
- (g) 本公司業務於緊接本招股章程刊發日期前12個月內並無出現任何中斷，以致可能或已對本公司財務狀況構成重大不利影響。
- (h) 概無任何限制會影響從香港境外匯入利潤或將資金調入香港。

送呈香港公司註冊處處長文件

隨本招股章程一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件有(其中包括)：

- (a) 本招股章程附錄四「法定及一般資料－D. 其他資料－4. 專家同意書」一段所述書面同意書；及
- (b) 本招股章程附錄四「法定及一般資料－B. 有關我們業務的進一步資料－1. 重大合同概要」一段所述重大合同。

展示文件

下列文件於自本招股章程日期起計14日期間於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.crbeverage.com 供展示：

- (a) 《細則》；
- (b) 德勤•關黃陳方會計師行所發出的本集團會計師報告，其全文載於本招股章程附錄一；
- (c) 德勤•關黃陳方會計師行就本集團未經審計備考財務資料發出的報告，其全文載於本招股章程附錄二；
- (d) 截至2023年12月31日止三個財政年度以及截至2024年4月30日止四個月之本集團經審計合併財務報表；
- (e) 我們的法律顧問競天公誠律師事務所就中國法律中有關本集團於中國的若干一般公司事宜及物業權益出具的法律意見；
- (f) 我們的法律顧問衡力斯律師事務所就開曼群島法律編製的意見函，其中概述本招股章程附錄三所述《開曼公司法》的若干方面；
- (g) 《開曼公司法》；
- (h) 灼識諮詢出具的報告，其概要載於本招股章程「行業概覽」一節；

- (i) 本招股章程附錄四「法定及一般資料－D. 其他資料－4. 專家同意書」一段所述書面同意書；
- (j) 本招股章程附錄四「法定及一般資料－B. 有關我們業務的進一步資料－1. 重大合同概要」所述重大合同；及
- (k) 本招股章程附錄四「法定及一般資料－C. 有關董事的進一步資料－1. 董事服務合同」所述與董事訂立的服務合同。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited