

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份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。



ZJLD Group Inc
珍酒李渡集團有限公司
(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：6979)

**截至2023年12月31日止年度
年度業績公告**

董事會欣然公佈，本集團截至2023年12月31日止年度的經審計綜合財務業績連同截至2022年12月31日止年度的比較數字如下。

財務摘要

下表載列截至2023年12月31日止年度我們的關鍵財務數據，連同截至2022年12月31日止年度的比較數字及變動（以百分比表示）。

	截至12月31日止年度		變動 (%)
	2023年 (人民幣千元)	2022年 (人民幣千元)	
收入	7,030,467	5,855,917	20.1
毛利	4,079,948	3,238,930	26.0
年內本公司權益股東應佔利潤	2,327,083	1,029,866	126.0
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量) ⁽¹⁾	1,622,602	1,197,289	35.5
經營活動所得／(所用)現金淨額	361,226	(710,616)	150.8
現金及現金等價物增加淨額	4,011,543	120,431	3,231.0
每股盈利			
— 每股基本盈利(人民幣) ⁽²⁾	0.78	0.44	77.3
— 每股攤薄盈利(人民幣) ⁽³⁾	0.49	0.43	14.0

下表載列截至2023年12月31日止年度我們的若干關鍵財務比率，連同截至2022年12月31日止年度的比較數字。

	截至12月31日止年度	
	2023年 (%)	2022年 (%)
毛利率	58.0	55.3
淨利率	33.1	17.6
經調整淨利率(非國際財務報告準則計量) ⁽¹⁾	23.1	20.4

附註：

- (1) 有關非國際財務報告準則計量的詳情，請參閱本公告「非國際財務報告準則計量」一節。
- (2) 每股基本盈利乃根據本公司普通權益股東應佔利潤以及已發行普通股的加權平均數計算。有關詳情，請參閱本公告所載年度綜合財務報表附註8。
- (3) 每股攤薄盈利乃根據以下數據計算：(a)計算每股基本盈利時所使用的本公司普通權益股東應佔利潤，並就發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動作出調整；及(b)普通股(攤薄)加權平均數。有關詳情，請參閱本公告所載年度綜合財務報表附註8。

董事長致辭

尊敬的各位股東：

2023年，在充滿挑戰的宏觀經濟和資本市場環境下，珍酒李渡集團於2023年4月27日在香港聯交所成功上市，成為近8年第一家成功上市的白酒企業和該年度香港聯交所融資規模最大的IPO。這一里程碑式的突破離不開眾多股東對我們的信任和支持，我代表珍酒李渡集團對諸位表示最誠摯的感謝。珍酒李渡全體同仁將會繼續踐行「實業興國」和長期主義的精神，持續回報我們的股東、經銷商、消費者和社會。

作為珍酒李渡集團的掌舵人，我和集團始終以「為消費者釀造美酒、傳遞快樂、構建美好生活」為使命。因此，我們堅定貫徹七項原則，即：「一絲不苟釀美酒、精雕細琢造產品、耕植文化創品牌、誠心誠意建渠道、精心策劃搞體驗、實實在在做企業、勇擔責任促振興」。這七點也是我們堅持長期主義的例證。我們相信，只有踐行長期主義，堅持做難但正確的事，才能引領集團穿越週期，實現可持續的高品質增長。

白酒行業的競爭不斷在變化，我認為白酒企業能夠從當前競爭中脫穎而出的四大關鍵要素是：品牌、產能、渠道和團隊。集團也圍繞這四大要素制定了清晰的戰略，並正以極高的決心和行動力有效地貫徹執行。

- 圍繞品牌，我們堅持以體驗式營銷為主，通過品鑒會和回廠遊等活動，沉浸式精準觸達核心目標消費群，從而避免過度依賴無差別廣告投放。通過幾年的積累，珍酒和李渡品牌已在目標客群中建立了鮮明的品牌調性，品牌號召力大幅提升，這也是我們持續快速增長的基礎。
- 產能對於高端醬酒品牌在競爭中脫穎而出起著至關重要的作用。產能優勢能為白酒企業建立起「高城深池」，且無法在短期內被趕超。產能的優勢也會轉化為產品力方面的巨大競爭優勢。因此，從2021年至今，憑藉上市前私募融資和香港上市的募集資金，我們已實現了產能的跨越式增長。珍酒現已成為醬酒核心產區貴州第三大產能的白酒企業。相信我們的產能優勢將為未來的銷售規模擴張和產品力提升提供堅實的保障。
- 珍酒李渡集團一直致力於打造一個扁平化且貼近消費者端、覆蓋全國的經銷渠道，並可以貫穿整個渠道進行細緻化管理的模式。同時，我們通過建立良好的渠道秩序和價格體系，聚焦提升渠道周轉和終端動銷，真正做到了與經銷商互利共贏，共同成長。憑藉有吸引力的渠道利潤率以及對經銷商的持續賦能，使我們在渠道端形成了「最後一公里」的強大推力，快速且顯著地驅動了我們規模的快速擴張。

- 優秀的企業需要傑出的人才，並能進一步成就卓越人才。我們過去取得的成績仰仗於眾多長期跟隨公司且價值觀一致的優秀同仁的共同努力。上市後，我們進一步利用國際資本市場上市公司的獨特優勢吸引並留存了更多的優質人才。因此，集團在2023年10月執行了一項廣覆蓋的員工股權激勵方案，基本涵蓋了公司全部骨幹人員。我們相信憑藉這支具有極強凝聚力和戰鬥力的優秀團隊，公司可以走得更遠、更好。

珍酒李渡集團高度重視集團的ESG工作。集團於2023年完成ESG管理與提升工作達150多項，各項關鍵ESG表現指標獲得了顯著提升，超前實現了我們為2025年制定的ESG環境單項戰略目標。集團的ESG工作成果也獲得了社會各界的認可。在2023年，珍酒的ESG有關實踐前後共獲《人民日報》5次報導。同時，集團於2023年第三季度獲萬得ESG「AA」評級，並獲選為萬得2023年度中國上市企業ESG最佳實踐100強，是其中唯一獲此殊榮的白酒企業。此外，珍酒還獲評國家級綠色工廠，成為2023年度入選的5家白酒企業之一，更獲錄《中國民營企業社會責任優秀案例(2023)》。放眼未來，我們將繼續探索可持續發展之路，朝著成為白酒行業ESG引領者的目標堅實邁進。

展望2024年，我已為集團確定了「下足功夫、迎難而上」的指導方針。在戰略上，集團已為迎接2024年的競爭和挑戰做好了充分的準備。在品牌建設方面，我們啟動了回廠遊和品鑒會體驗的升級工作，以期更好地培育核心優質目標客群，也會有針對性地對部分媒介渠道重點投放，兼顧品牌打造的深度和廣度；在產品打造方面，隨著醬香基酒儲備今年有望接近10萬噸，我們會進一步提升現有主力產品的品質，並推出更多覆蓋不同消費場景和價格範圍的新產品；在渠道開發上，我們對珍酒執行雙渠道增長戰略，分別對傳統流通渠道和新興渠道部署其各自專有的策略和團隊進行拓展，並繼續投入資源以建立良性的渠道秩序，進一步提升我們的經銷商質量；在區域擴張上，我們會繼續深耕既有的重點區域並提升我們的市場份額，同時有選擇性地拓展至部分高發展潛力的區域；在組織架構上，我們已經完成了計劃中的調整，為2024年的業務發展建立了良好的組織架構基礎。

珍酒李渡集團在充滿挑戰的2023年完成了既定戰略目標，不但證明了我們快速並成功應對挑戰的能力，更進一步鍛煉了團隊的戰鬥力。因此，我們有信心、更有能力在2024年繼續為廣大股東、經銷商和消費者呈獻高品質的回報與增長。

釀造幸福、傳遞快樂，我們會一直努力。

吳向東先生
珍酒李渡集團有限公司
董事會主席兼執行董事

管理層討論及分析

業務回顧

概覽

我們是一家致力釀造高品質白酒產品的中國領先白酒公司。我們生產及銷售醬香型、兼香型及濃香型白酒，其中醬香型白酒是我們的主要增長引擎。根據弗若斯特沙利文的數據，按2023年收入計，我們是中國第三大民營白酒公司。

2023年，我們繼續受益於醬香型白酒在中國的日益流行、消費者對高端化產品的偏好以及市場的整合，實現了可持續及高質量的增長。尤其是，2023年我們在業務運營方面重點採取了以下關鍵舉措：(i)我們重視產品組合優化，繼續擴大次高端及以上價格範圍的產品組合，並增加相同價格範圍內毛利率較高的白酒產品的收入貢獻；(ii)我們開發了中端價位的白酒產品，以迎合對價格實惠且優質的白酒產品的市場需求；(iii)我們投入資源以提高白酒產能，尤其是基酒產量方面，並進一步提高我們對優質基酒的儲存量；(iv)我們分配更多資源推動渠道周轉和終端動銷，以加快我們的產品在市場上的周轉；(v)我們尋求將經銷商持有的存貨維持在健康水平，並密切關注其銷售業績，以確保經銷及銷售的最佳狀態；(vi)我們通過沉浸式推廣策略推進我們的多渠道銷售網絡並優化我們的經銷商群體；(vii)通過我們優秀的白酒研發團隊，並與專業機構合作，我們在基酒釀造過程中採用嚴格的控制措施，以發揮我們白酒產品的極致風味；及(viii)在組織架構調整後，我們進一步提高了銷售團隊的銷售效率。與去年相比，所有該等努力已轉化為截至2023年12月31日止年度我們收入的增長及盈利能力的提高。

我們的品牌及產品

我們已建立三層增長引擎。我們的旗艦品牌珍酒，以優質醬香型白酒為特色，是我們的主要增長引擎，在中國各地持續實現強勁且可觀的增長，抓住了醬香型白酒市場的強勁增長潛力及高端化趨勢。李渡是我們的第二個增長引擎，亦是一個以次高端及以上價格範圍的兼香型白酒產品為特色的品牌，且已實現高增長。與此同時，我們致力於進一步加強其品牌知名度和拓展江西省以外地區的全國銷售網絡，為其持續增長創造額外動力。湖南市場的區域領先品牌湖窖及開口笑預期將繼續為我們的長期可持續增長作出穩定且持續的貢獻。我們對該四個白酒品牌進行戰略性定位，以滿足中國不同的消費者喜好及地理區域，我們的產品組合涵蓋不同價格範圍內的三種香型（即醬香型、兼香型及濃香型），整體聚焦次高端及以上的白酒市場。由於該三層增長引擎處於不同的發展階段，它們相輔相成，共同推動我們的長期發展。

珍酒

我們的旗艦品牌珍酒主要面向追求優質醬香型白酒產品的醬香型白酒愛好者。珍酒專注於次高端醬香型白酒產品，並戰略性地加強其在高端價格範圍的影響力，以保持品牌銷售穩定增長和持續高端化的動力。根據弗若斯特沙利文的數據，按2023年收入計，珍酒為中國第四大醬香型白酒品牌（去年排名第五），並在五大醬香型白酒品牌中實現了最高的同比增長率。截至2023年12月31日止年度，珍酒貢獻我們約65.2%的收入。

自推出以來，珍酒已逐步優化其產品配方，創造出吸引中國消費者的標誌性口味。我們於打造受歡迎的醬香型白酒產品方面取得巨大成功，其中珍三十系列及珍十五系列獲得市場廣泛認可和國際認可。例如，珍三十系列(i)於2021年比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽中榮獲大金牌，(ii)於2022年美國舊金山世界烈酒大賽中榮獲雙金牌，及(iii)於2023年比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽中榮獲金牌。珍十五系列(i)於2017年至2022年比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽中五次榮獲金牌，(ii)於2022年美國舊金山世界烈酒大賽榮獲兩項金牌，及(iii)於2023年比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽中榮獲銀牌。此外，為表彰其於2021年至2022年的出色銷售表現，珍十五系列於2023年榮獲中國酒類流通協會頒發的中國酒業行銷金爵獎•影響力產品獎。此外，珍酒於2023年以約人民幣213億元的品牌價值，獲世界品牌實驗室評為《2023年中國500最具價值品牌》，並連續兩年位居醬香型白酒品牌第三名。

珍酒亦不斷推出新產品系列及子品牌，以提高市場滲透率。例如，於2022年6月，我們成功推出新子品牌映山紅，該品牌主打中端價格市場，主要通過線上銷售渠道觸達目標客戶。自2023年上半年以來，我們在高端及次高端價格範圍內推出多款新的光瓶酒，即珍十五系列•金獎紀念酒、珍三十系列•大金獎紀念酒、1988年份酒、2011真實年份酒及2012真實年份酒，成為我們光瓶酒產品系列的標誌性產品。

李渡

以次高端及以上價格範圍的醬香型白酒產品為主的蓬勃發展品牌李渡已取得巨大成功且增長潛力巨大。我們的李渡產品以標誌性的口感及優良品質、源於中國傳統文化的獨特沉浸式體驗方式以及高端的品牌定位及運營，與其他白酒產品相比獨樹一幟。憑藉這些特點，李渡在其基礎市場江西省站穩陣腳，並正在戰略性地向全國擴張，以獲得更大的增量及長期發展。根據弗若斯特沙利文的數據，按2023年收入計，李渡為中國第五大兼香型白酒品牌，並在五大兼香型白酒品牌中實現了最高的同比增長率。截至2023年12月31日止年度，李渡貢獻我們約15.8%的收入。

該品牌的創立乃為了致敬其起源地江西省李渡鎮 – 一座有著悠久白酒釀造傳統的中國古鎮。李渡白酒釀造工藝被認定為江西省非物質文化遺產。於2002年，在我們於江西省李渡鎮翻新我們的生產基地時發現了一個古代元朝(公元1271年至公元1368年)白酒釀酒廠，該酒廠隨後被列入全國重點文物保護單位名單。於2023年4月27日，李渡與其他六家領先的白酒企業共同申請將中國白酒列入中國世界文化遺產暫定目錄。

我們的李渡品牌擁有多款精選的兼香型白酒產品，包括李渡高粱1308、李渡高粱1955及李渡高粱1975。李渡高粱1955及李渡高粱1308分別於2015年及2019年榮獲比利時布魯塞爾國際烈酒大獎賽的大金牌。李渡高粱1975於2023年榮獲比利時布魯塞爾國際烈酒大獎賽的金牌。

於2023年，我們推出多款次高端及中端白酒產品，以擴大產品線及增加李渡的市場份額。我們相信，該等新李渡產品的推出將為李渡品牌未來的快速發展奠定堅實的基礎。

湘窖

湘窖為湖南省地區領先的高端白酒品牌，在當地市場極具品牌知名度和極深的渠道滲透，為該品牌的長遠可持續發展奠定基礎。湘窖始創於1957年，與湖南省白酒釀造的豐富文化底蘊相呼應，並於2012年分別榮獲湖南省省長質量獎及中國馳名商標稱號。於湘窖，我們提供多款次高端及高端白酒產品，包括濃香型、醬香型及兼香型，例如湘窖•龍匠系列、湘窖•要情、湘窖•紅鑽及湘窖•水晶鑽。尤其是，湘窖•紅鑽和要情•醬酒分別於2018年和2023年榮獲比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽的大金牌。截至2023年12月31日止年度，湘窖貢獻我們約11.9%的收入。

開口笑

開口笑是專注於中端產品市場的湖南知名白酒品牌，於2010年榮獲中國馳名商標稱號。品牌名稱為開口笑或「A Big Smile」(英文名稱)，此乃由於我們希望通過白酒產品傳播生活樂趣。我們戰略性地專注在湖南省當地市場上推廣及營銷開口笑白酒產品，已取得廣泛市場認可，並為該品牌的長遠可持續發展奠定基礎。開口笑主要提供面向中端市場的濃香型白酒產品，包括開口笑十五、開口笑九、開口笑十六及開口笑福醬。於2023年，開口笑十六榮獲比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽的金牌。截至2023年12月31日止年度，開口笑貢獻我們約5.5%的收入。

產品開發

白酒釀造工藝是中國寶貴的國家遺產，我們很榮幸可以傳承歷史悠久的白酒釀造工藝，並通過改進釀造工藝，開發獨特的配方及風味。

我們擁有專門的產品開發團隊，負責產品開發及包裝設計。截至2023年12月31日，產品開發團隊由233名僱員組成，其中絕大部分成員擁有學士或以上學歷。產品開發團隊由技術委員會領導，該委員會由61名具有豐富行業經驗的知名白酒專家組成，其中八位為國家級白酒鑑定師、十位持有高級釀酒證書、十位持有高級工程師資格及33位為省級白酒評審員。

我們亦通過與江南大學、貴州大學、中南林業科技大學及天津科技大學等多所大學及科研機構合作，從而提升產品研發能力。在該等學術機構的技術支持下，我們已於白酒釀造過程中識別若干可追蹤的成分，以提高白酒產品的風味及功能質量。根據我們與該等第三方機構的合作協議，我們保留所有共同開發專利的所有權。於2023年12月20日，我們與江南大學訂立戰略合作協議，並在貴州省遵義共同成立白酒發酵技術研究中心，該中心將為我們提供技術支持，並開展醬香型白酒的發酵工藝、發酵微生物、風味感知等前沿應用技術研究。我們期望與江南大學在人才交流及培訓計劃以及科研項目方面的進一步深入合作。

生產基地

我們選擇將珍酒的醬香型白酒生產基地設於貴州遵義地區，這裡被廣泛認可為中國優質醬香型白酒的理想釀造地，以確保珍酒產品的獨特口感及口味。根據弗若斯特沙利文的數據，於2022年按基酒年產能計，珍酒在中國及貴州所有醬香型白酒品牌中分別排名第四及第三。

截至2023年12月31日，我們在中國運營七個生產基地。生產基地包括製曲車間、發酵和蒸餾車間、勾調車間，以及灌裝及包裝車間，這與白酒生產的關鍵步驟相對應。該等生產基地配有機器、窖池、酒窖、裝瓶和包裝生產線以及倉庫。此外，生產基地配備先進的技術及設備（包括自動化生產線），以精簡及優化整個生產流程。

過往我們已積累充足基酒庫存，以支持我們的次高端及高端白酒產品的快速增長。龐大的基酒產能和基酒庫存的積累一直是我們的戰略重點及核心競爭力。隨著產能不斷擴大，我們將能夠(i)儲備充足的陳釀基酒，以不斷擴充我們的次高端及高端產品矩陣，並增強我們未來在次高端及以上白酒市場的競爭力；(ii)提供充足的優質基酒以滿足對我們現有的次高端及以上價格範圍的白酒產品不斷增長的需求；及(iii)逐步以自釀基酒取代第三方基酒供應，從而提高我們的毛利率。

銷售渠道

我們通過建立多渠道銷售網絡，有效迎合不同消費者群體的多樣化需求，並使我們能夠持續擴大消費者覆蓋範圍。我們通過覆蓋全國的經銷商網絡觸達目標消費者，該網絡包括：(i)主要向我們購買白酒產品並隨後經銷予二級經銷商（如超市及煙酒店）以及終端消費者的經銷合作夥伴；(ii)門店合作夥伴，我們與彼等緊密合作以設立我們的單品牌體驗店。該等店舖不僅作為我們白酒產品的零售店，亦通過一系列多元化的活動創造身臨其境、引人入勝的消費者體驗；及(iii)直接向終端消費者銷售我們產品的零售商，包括煙酒店、零售合作夥伴、餐廳及超市。除該等經銷渠道外，我們亦按品牌及地域組織專責直銷團隊，其主要服務終端消費者及公司客戶，確保提供個性化及量身定制的方法，以滿足不同客戶群的特定要求。此外，我們亦在中國多個電商平台經營網店，利用數字平台的力量觸達更廣泛的受眾，並為市場提供便捷的產品獲得渠道。

自2023年第四季度起，*珍酒*開始實施雙渠道增長戰略。傳統及新興流通渠道的經銷商和消費者在經營模式、消費模式和發展階段方面存在差異。因此，*珍酒*已為其兩個主要業務部門進一步制定更明確的戰略，在產品組合、定價機制以及渠道網絡方面制定差異化策略，以分別拓展傳統及新興流通渠道。針對各渠道類型量身定制的方法使我們能夠最大限度地提高特定經銷商群體的發展效益及效率，從而實現*珍酒*的短期增長，並培育新興渠道的具備高增長潛力的經銷商群體，為*珍酒*的未來增長做準備。

下表載列於2022年12月31日及2023年12月31日各類經銷渠道分別涉及的經銷商數目。

	於12月31日	
	2023年	2022年
經銷合作夥伴	2,938	2,678
體驗店	1,180	1,074
零售商	3,143	2,866
總計	<u>7,261</u>	<u>6,618</u>

數字基礎設施

我們採用數字化基礎設施促進增長及優化效率。我們已建立綜合數字化管理系統，作為支持我們業務主要方面的核心組成部分。藉助數據分析，我們能夠作出明智的業務決策，簡化運營流程並實現降本增效，最終提高我們的整體盈利能力。

在生產數據化方面，我們已開發軟件及系統來管理我們的採購、釀造及儲存，以優化整個生產流程並提高監管效率。例如：

- 原糧供應鏈系統：2023年，我們推出原糧供應鏈系統，對種子分配、採購、儲存進行全流程追蹤監控，在確保糧食採購品質的同時，大幅提升採購效率。
- 基酒管理系統：我們為每個用於儲存的基酒容器分配一個唯一的數字編碼，以便對不同年份和價值的基酒進行精細管理。我們使用3D掃描技術為儲存陳釀的基酒容器建立數字模型，以便我們能夠利用傳感器以更準確及非入侵性的方式快速測量及追蹤基酒的儲存量。

就我們的銷售數據化而言，我們已開發專有的微信小程序及應用程序，以直接與終端消費者互動、賦能前線僱員，以及實時收集及分析我們業務的關鍵績效指標。特別來說，我們利用數字化運營工具，配合一套全面的渠道庫存管理政策來優化我們的渠道存貨水平。舉例而言：

- 渠道管理平台是我們自主研發的綜合服務平台，包括多個管理銷售環節的微信小程序和應用軟件，可提升經銷渠道的透明度及提高銷售效率。通過訪問微信小程序或登錄應用軟件，經銷商可高效便捷地管理整個經銷流程及進行物流追蹤，包括採購、存貨管理及銷售予消費者。
- 我們開發二維碼系統，以更有效地控制及管理經銷渠道。所有白酒產品均配備二維碼，而整個經銷流程可通過掃描二維碼進行追蹤。此舉使銷售經理可根據對預期經銷區域追蹤記錄的檢查和分析，迅速識別銷售過程中可能存在的任何不當行為，加強對經銷商的控制與管理的同時，大幅降低勞工成本。此外，我們定期及不定期密切檢查及分析經銷商的現場存貨，此舉讓我們能夠根據二維碼系統所支援的銷售記錄交叉檢查其訂單及存貨水平的真實性，從而在整個經銷過程中監察經銷商的存貨水平。

通過利用數字技術和數據分析，我們實現了運營轉型，並實現更高的效率和盈利能力。該數字化轉型亦使我們能夠直接與消費者互動，為員工賦能，並作出基於數據的決策，推動我們的業務向前發展。

業務最新發展

我們致力於在優先考慮環境可持續性的同時推動白酒產品線的發展。我們對可持續發展的承諾體現在我們引入綠色包裝和免外包裝選擇上，引領行業可持續發展的包裝先例。於2023年，我們成功推出多款新的高端及次高端價格範圍的光瓶白酒新品，分別是珍十五系列•金獎紀念酒、珍三十系列•大金獎紀念酒、1988年份酒、2011真實年份酒及2012真實年份酒。這些新產品與2024年初推出的2013真實年份酒一起構成我們的光瓶白酒產品系列的核心。光瓶白酒產品系列的推出及擴展是我們對ESG措施承諾的例證。在這個系列中，我們使用可降解材料，以奢華簡約的風格包裝珍貴稀有的酒體。優質白酒與環保包裝相結合，使該等產品成為商務宴會及私人收藏的絕佳選擇。我們獨特而具有競爭力的高端及次高端光瓶白酒產品為珍酒於2023年的收入增長及品牌知名度的提高作出貢獻，我們預計該產品線將於2024年繼續推動收入增長。我們的社會責任努力及表現亦獲得若干市場認可。於2023年8月，我們獲得中國金融信息服務提供商萬得的ESG「AA」評級。於2023年12月，我們亦被萬得評為大中華區所有上市公司ESG實踐最佳100強之一，且為唯一獲此評級的白酒公司。

我們一直努力建立一個覆蓋全國、扁平化且貼近消費者的經銷網絡。我們相信賦能經銷商及與整個經銷商群體互惠共贏將成為我們擴張的強大推動力。尤其是，我們通過以下舉措促進渠道周轉和終端動銷：(i)大力優化我們現有的經銷商網絡，確保我們在主要市場擁有強大且有能力的經銷商群體，以增加單經銷商收入貢獻；(ii)調配資源幫助我們的經銷合作夥伴擴大其次級經銷網絡並加快其產品周轉，從而提升渠道周轉率；及(iii)優化我們的資源配置以投入資源促進終端消費者的購買和消費，從而提升終端動銷。

於2023年，我們亦注重建立經銷渠道秩序，支持經銷商健康發展及維持相對穩定的批發價格水平。我們的努力增強了經銷商對我們品牌的信心，並保證經銷商端的利潤空間，從而在當前充滿挑戰的行業環境下實現收入增長及市場份額增加。除了優化和賦能傳統經銷商以擴大我們的經銷渠道，我們還為我們的專業推廣團隊提供了全面的光瓶白酒產品系列培訓，深入了解優質客戶群體，以及聚焦核心地區，賦能客戶，實現資源高效轉化。

我們亦繼續通過擴充現有生產基地及興建新生產基地，逐步提升整體產能以滿足市場需求。我們產能的增加使我們可逐漸提升基酒產量。以下為我們於2023年生產基地發展的部分亮點：

- **珍酒茅台鎮雙龍**：於2023年上半年，我們已取得位於貴州遵義的一幅總佔地面積約為96,775平方米的土地的土地證，將用於擴建珍酒茅台鎮雙龍生產基地。於2023年，僅該生產基地使我們的醬香型基酒年產能增加2,400噸。於2023年12月31日，我們在該基地的醬香型基酒的總年產能增長達到3,400噸。我們亦在2023年完成該基地的拆除階段並開始河溝治理工程。我們目前正在落實下一階段的施工計劃。
- **珍酒白岩溝**：於2023年底，我們已完成珍酒白岩溝基酒儲存基地的七個基酒庫的主體結構部分。於2024年，我們計劃將開始該七個基酒庫的建築立面及室外配套設施及建築物的建設，其後將該基酒儲存基地投入運營。
- **李渡鄭家山**：我們的李渡鄭家山生產基地位於江西省李渡，總建築面積為373,570平方米。下文載列該基地的建設進度及未來發展計劃概要：
 - 於2023年12月31日，我們已基本完成該基地的生產設施建設，設計產能為每年5,000噸基酒。我們已於2023年開始運營產能為2,000噸的設施。其餘產能為3,000噸的設施亦已於2024年初投入運營。
 - 於2023年下半年，我們開始建設半成品倉庫，設計儲存量為17,800噸基酒。我們預期於2024年可使用該倉庫。
 - 我們亦於2023年底開始建設包裝廠房，目標是滿足未來三年的產量。我們計劃於2025年初將該等廠房投入運營。
 - 經上述開發後，該基地仍有空間作未來擴展。
- **湘窖江北**：我們已擴大湘窖江北的設計產能，每年將增加4,400噸基酒。於2023年，我們已在該生產基地完成並投入使用新製曲車間。我們亦於該基地投資興建一個新的基酒庫，其將為我們增加4,000噸的基酒儲存量。我們預期該工程將於2024年下半年完成。

我們致力弘揚中國傳統白酒文化，積極參與宣傳白酒是中國獨特文化遺產。為此，我們與工業和信息化部工業文化發展中心、中國文物交流中心、江西省工業和信息化廳及南昌市人民政府共同贊助第二屆國家工業遺產峰會暨「國寶李渡」2023中國白酒申遺論壇，並於2023年4月在江西省南昌市召開。我們於2023年4月27日與其他六家領先的白酒企業共同申請將中國白酒列入中國世界文化遺產暫定目錄。同日，我們推出了本次聯合申請的紀念產品李渡王•千里挑一。

在過去的一年中，我們在品牌推廣方面進行了投入，其中珍酒率先推出了將珍酒與非物質文化遺產點翠融為一體的全新品牌形象廣告活動，以提升品牌形象，打造強大的「珍」符號。自2023年11月起，該等廣告在各大機場、高鐵站及市中心廣告牌的顯著位置投放，全方位、多維度地展示珍酒的品牌形象。我們在品牌形象塑造上的努力於2023年令我們的品牌價值得到了來自各方的認可。除了成為中國500最具價值品牌之一外，我們還被評選為《人民日報》組織的2023中國品牌論壇上公佈的2023中國品牌創新案例之一。這進一步鞏固了我們對品牌創新的承諾，並使我們成為中國成功品牌發展的典範。

通過投資戰略性品牌推廣計劃及展示我們品牌的獨特性，我們鞏固了品牌價值並獲得了業界認可。該等成就反映了我們致力於為尊貴的客戶提供卓越的產品和體驗。

於2023年4月27日，本公司股份成功於聯交所主板上市，是該年度聯交所融資規模最大的IPO。這一里程碑式的成就為我們的未來發展奠定了堅實的基礎。於2023年9月4日，本公司獲納入聯交所基準指數之一恆生綜合指數之成分股。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年8月18日的自願公告。於2023年12月15日，本公司進一步獲富時羅素納入富時全球股票指數系列之四項指數。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年12月4日的自願公告。

前景展望

展望2024年，我們有信心進一步鞏固我們在醬香型白酒市場以及次高端及以上白酒市場的市場地位，這將推動我們的可持續增長。具體而言，我們將繼續實施包括多項關鍵舉措的全面戰略，包括專注於(i)擴大我們所有價格範圍的產品組合，並提高毛利率較高的白酒產品的收入貢獻；(ii)投入資源以提高我們的白酒產能；(iii)以沉浸式體驗策略推進我們的多渠道銷售網絡；及(iv)努力維護健康的經銷渠道秩序。尤其對於珍酒，我們將堅定執行其雙渠道增長戰略、採取各種營銷策略來推動渠道周轉和終端動銷、精簡及加強我們的經銷商網絡，並關注經銷商的銷售業績及庫存水平。就李渡而言，我們擬(i)在進一步深入滲透李渡在江西省基礎市場的同時有選擇地積極開拓江西省以外的潛在市場，以支持該品牌的快速增長；及(ii)繼續有序擴大產品矩陣，增加更多次高端及中端價格範圍的產品，以便為李渡品牌的未來規模擴張做好準備。

未來一年，認識到高端化及整合趨勢所帶來的市場機遇，我們將分配資源以增加我們多個生產基地的基酒儲存量、半成品儲存量及製曲產能，從而增強我們的整體產能。隨著我們不斷優化銷售網絡及經銷渠道、重視端到端營銷，並努力優化產品組合及成本結構，我們力爭2024年保持健康增長和提高盈利能力。

展望未來，在高端化趨勢持續、醬香型白酒興起及市場整合的推動下，本集團對中國白酒行業的長遠發展及本集團2024年的業務仍充滿信心。

財務回顧

收入

我們提供種類繁多及香型多樣的白酒產品，並通過在全國經銷商網絡及直銷渠道銷售來獲得收入。我們的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣5,855.9百萬元增加20.1%至截至2023年12月31日止年度的人民幣7,030.5百萬元。

按白酒品牌劃分的收入

下表載列於截至2022年及2023年12月31日止年度，按白酒品牌劃分的銷量、平均售價及收入（以絕對金額及佔總收入的百分比表示）的明細。

	截至12月31日止年度							
	2023年			佔總收入 百分比 (%)	2022年			佔總收入 百分比 (%)
銷量 (噸)	收入 (人民幣 千元)	平均 售價 (人民幣 千元/噸)	銷量 (噸)		收入 (人民幣 千元)	平均 售價 (人民幣 千元/噸)		
珍酒	12,630	4,583,208	363	65.2	12,856	3,822,696	297	65.3
李渡	2,429	1,109,585	457	15.8	2,076	886,850	427	15.1
湘窖	1,415	833,629	589	11.9	1,075	712,791	663	12.2
開口笑	3,342	384,713	115	5.5	3,011	338,675	112	5.8
其他 ⁽²⁾	6,251	119,332	19	1.7	4,855	94,905	20	1.6
總計	26,067	7,030,467	270	100.0	23,875	5,855,917	245	100.0

附註：

- (1) 上表中的總計與各數額的總和之間的差異乃由於四捨五入所致。
- (2) 該類別主要包括邵陽品牌白酒產品。

截至2023年12月31日止年度，我們的所有四大白酒品牌均實現收入增長。

- 珍酒產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣3,822.7百萬元增加19.9%至截至2023年12月31日止年度的人民幣4,583.2百萬元，主要是由於(i)所有價格範圍的產品的收入規模均有所增長，包括(a)高端價格範圍的產品，受益於珍三十系列、以及光瓶系列與年份酒系列在推出市場後的優異表現，(b)次高端價格範圍的產品（由珍十五系列產品所推動），及(c)中端及以下價格範圍的產品（由以老珍酒和映山紅為代表的產品所推動）；及(ii)來自經銷合作夥伴及零售商的單經銷商收入貢獻提高，原因為我們的經銷網絡質量得到優化。
- 李渡產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣886.9百萬元增加25.1%至截至2023年12月31日止年度的人民幣1,109.6百萬元，主要是由於李渡核心產品的平均售價上漲，以及我們全國範圍的銷售網路擴張帶動各地區的銷量增加。
- 湘窖產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣712.8百萬元增加17.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣833.6百萬元，主要是由於以我們的龍匠系列為代表的高端及次高端價格範圍產品的收入增加。

- 開口笑產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣338.7百萬元增加13.6%至截至2023年12月31日止年度的人民幣384.7百萬元，主要是由於(i)持續優化銷售渠道建設；及(ii)開口笑福醬系列的優異表現所致。

按價格範圍劃分的收入

下表載列於截至2022年及2023年12月31日止年度，按價格範圍劃分的收入（以絕對金額及佔總收入的百分比表示）的明細。

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)
高端	1,915,859	27.3	1,438,700	24.6
次高端	2,753,841	39.2	2,388,084	40.8
中端及以下	2,360,767	33.6	2,029,133	34.6
總計	7,030,467	100.0	5,855,917	100.0

附註：上表中的總計與各數額的總和之間的差異乃由於四捨五入所致。

於截至2023年12月31日止年度，我們持續優化產品組合及擴大高端產品線：

- 高端白酒產品產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣1,438.7百萬元增加33.2%至截至2023年12月31日止年度的人民幣1,915.9百萬元，主要是由於珍酒高端產品以及高端價格範圍的李渡高粱1308及湘窖·龍匠系列的收入增長。
- 次高端白酒產品產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣2,388.1百萬元增加15.3%至截至2023年12月31日止年度的人民幣2,753.8百萬元，主要是由於次高端價格範圍內的三個核心產品系列的收入大幅增長，即珍十五系列、次高端價格範圍的湘窖·龍匠系列及李渡高粱1975。我們通過戰略性削減珍酒品牌下一些非核心產品和定制產品來優化我們的次高端價格範圍的產品結構，從而更專注於發展次高端價格範圍的核心產品系列。
- 中端及以下的白酒產品產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣2,029.1百萬元增加16.3%至截至2023年12月31日止年度的人民幣2,360.8百萬元，主要是由於珍酒及李渡旗下中端價格白酒產品的收入增加。於2023年，除我們的產品不斷高端化外，我們亦致力發展珍酒的中端價格白酒產品，以相宜價格滿足市場對優質白酒產品的需求。我們亦已戰略性地逐步發展李渡旗下的若干中端價格白酒產品，以逐漸擴闊李渡的產品組合，支持其規模擴張。

按銷售渠道劃分的收入

下表載列於截至2022年及2023年12月31日止年度，按銷售渠道劃分的收入（以絕對金額及佔總收入的百分比表示）的明細。

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)	收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)
經銷商	6,227,347	88.6	5,199,897	88.8
直銷	803,120	11.4	656,020	11.2
總計	7,030,467	100.0	5,855,917	100.0

本集團主要通過全國經銷商網絡以及直銷團隊出售白酒產品。經銷商產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣5,199.9百萬元增加19.8%至截至2023年12月31日止年度的人民幣6,227.3百萬元。同時，直銷產生的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣656.0百萬元增加22.4%至截至2023年12月31日止年度的人民幣803.1百萬元。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)生產材料成本，包括原材料成本、折舊及攤銷以及負責白酒生產的人員的員工薪酬；(ii)用於生產白酒產品的包裝物料成本；(iii)稅項及附加費，主要是與我們的白酒產品銷售相關的消費稅；及(iv)運輸成本，主要指交付白酒產品的物流開支。

我們的銷售成本由截至2022年12月31日止年度的人民幣2,617.0百萬元增加12.7%至截至2023年12月31日止年度的人民幣2,950.5百萬元，此乃主要由於銷售規模的擴張。

毛利及毛利率

由於上文所述，我們的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣3,238.9百萬元增加26.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣4,079.9百萬元。我們的毛利率由截至2022年12月31日止年度的55.3%上升至截至2023年12月31日止年度的58.0%，主要是由於持續作出以下舉措：(i)我們通過提升高端產品的收入貢獻，以及提升在相同價格範圍內毛利率較高的產品的收入貢獻，持續努力優化產品組合；(ii)隨著我們的產能擴大，逐步用我們的自釀基酒來取代第三方基酒，原因是從第三方採購的基酒的單位成本一般高於我們自有生產基地所生產的類似質量及種類的基酒的單位成本；及(iii)推出符合我們ESG理念的極簡包裝風格的產品系列大幅降低了包裝成本。

按白酒品牌劃分的毛利及毛利率

下表載列於截至2022年及2023年12月31日止年度，我們分別按白酒品牌劃分的毛利(以絕對金額及佔總收入的百分比或毛利率表示)的明細。

	截至12月31日止年度			
	2023年	2022年	2023年	2022年
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)
珍酒	2,663,562	58.1	2,097,231	54.9
李渡	759,017	68.4	575,902	64.9
湘窖	492,629	59.1	429,849	60.3
開口笑	156,549	40.7	130,510	38.5
其他*	8,191	6.9	5,438	5.7
總計	4,079,948	58.0	3,238,930	55.3

附註：主要包括邵陽品牌白酒產品。

- 珍酒的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣2,097.2百萬元增加27.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣2,663.6百萬元。珍酒的毛利率由截至2022年12月31日止年度的54.9%上升至截至2023年12月31日止年度的58.1%，主要由於(i)高端白酒產品的收入貢獻增加；(ii)在相同價格範圍內毛利率較高產品的收入貢獻增加；(iii)隨著我們的產能擴大，逐步用我們的自釀基酒來取代第三方基酒，因而降低生產材料成本；及(iv)珍酒新推出的光瓶系列以及年份系列採用符合我們ESG理念的極簡包裝風格，使得包裝成本大幅下降。
- 李渡的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣575.9百萬元增加31.8%至截至2023年12月31日止年度的人民幣759.0百萬元。李渡的毛利率由截至2022年12月31日止年度的64.9%上升至截至2023年12月31日止年度的68.4%，主要是由於所有價格範圍的產品毛利率均有所增加。
- 湘窖的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣429.8百萬元增加14.6%至截至2023年12月31日止年度的人民幣492.6百萬元。湘窖截至2023年12月31日止年度的毛利率為59.1%，與截至2022年12月31日止年度的毛利率大致相符。
- 開口笑的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣130.5百萬元增加20.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣156.5百萬元。開口笑的毛利率由截至2022年12月31日止年度的38.5%上升至截至2023年12月31日止年度的40.7%，主要由於截至2023年12月31日止年度的平均售價上升。

按價格範圍劃分的毛利及毛利率

下表載列於截至2022年及2023年12月31日止年度我們按價格範圍劃分的毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)
高端	1,334,950	69.7	957,793	66.6
次高端	1,768,647	64.2	1,507,770	63.1
中端及以下	976,351	41.4	773,367	38.1
總計	4,079,948	58.0	3,238,930	55.3

隨著我們繼續實施我們的品牌高端化計劃，我們亦專注於提升在相同價格範圍內毛利率較高的產品的收入貢獻，因此所有價格範圍產品的毛利率均有提升。

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支包括(i)與我們在不同媒體渠道(如電視及電台、機場及火車站以及線上渠道)投放廣告以及我們其他線上及線下營銷及推廣活動有關的廣告開支；(ii)員工薪酬，即我們的銷售及經銷人員的薪金、福利及花紅；(iii)我們的銷售及經銷人員產生的差旅及辦公開支；及(iv)其他，例如分配給銷售及經銷活動的折舊及攤銷。

我們的銷售及經銷開支由截至2022年12月31日止年度的人民幣1,342.1百萬元增加21.2%至截至2023年12月31日止年度的人民幣1,626.8百萬元，主要是由於僱員薪酬增加，而這與我們為準備未來數年的銷售擴張及發展，於2022年下半年一次性大量招聘銷售人員因而導致銷售人員數目上升有關。儘管銷售人員人數大幅增加，截至2023年12月31日止年度的銷售及經銷開支佔收入的百分比與2022年相比保持穩定，主要由於2023年每名銷售人員的銷售貢獻有所提高所致。

行政開支

我們的行政開支包括(i)員工薪酬，即我們行政人員的薪酬、福利及花紅；(ii)辦公及維護開支，包括業務發展成本、維修及維護開支、水電費及其他辦公開支；(iii)分配給行政活動的折舊及攤銷；(iv)專業服務費，主要包括在日常業務過程中與第三方諮詢及專業服務相關的成本；及(v)其他。

我們的行政開支由截至2022年12月31日止年度的人民幣344.4百萬元增加39.1%至截至2023年12月31日止年度的人民幣478.9百萬元，主要是由於(i)主要因行政人員數目增加而導致僱員薪酬增加，同時各項雜項開支相應增加；及(ii)珍酒趙家溝的若干辦公區用地、管理用房及配套設備的折舊及攤銷開支增加。

其他收益

我們的其他收益包括(i)政府補助，即從中國地方政府獲得的補貼及利益；(ii)銀行存款及提供予第三方的貸款的利息收入；(iii)外匯淨收入或虧損；(iv)出售白酒生產過程中所產生或遺留的副產品及半成品（如殘渣及包裝材料）的淨收入；(v)從經銷商處收取的違約費用；(vi)處置物業、廠房及設備的淨收益或虧損；及(vii)其他。

我們的其他收益由截至2022年12月31日止年度的人民幣83.2百萬元增加150.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣207.9百萬元，這主要是由於我們未動用的全球發售所得款項所產生存款的利息收入增加所致。

財務費用

我們的財務費用包括(i)租賃作自用的廠房及樓宇相關租賃負債的利息開支；及(ii)銀行及其他借款的利息開支。

我們的財務費用由截至2022年12月31日止年度的人民幣29.4百萬元減少85.0%至截至2023年12月31日止年度的人民幣4.4百萬元，主要是由於2022年下半年償還短期借款，因而導致銀行及其他借款的利息開支減少。

所得稅

我們的所得稅開支由截至2022年12月31日止年度的人民幣405.2百萬元增加37.9%至截至2023年12月31日止年度的所得稅開支人民幣558.6百萬元，主要是由於(i)我們經營所得除稅前利潤增加；及(ii)發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動毋須繳稅。

期內利潤

我們的期內利潤由截至2022年12月31日止年度的淨利潤人民幣1,029.9百萬元增加126.0%至截至2023年12月31日止年度的淨利潤人民幣2,327.1百萬元。

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告會計準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利率（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量，有關計量並非國際財務報告會計準則所規定或按國際財務報告會計準則呈列。我們相信，該等非國際財務報告準則計量有助於通過去除若干項目的潛在影響，比較不同期間及不同公司的經營表現。我們相信，該等計量為投資者及其他人士提供有用信息，以與幫助管理層的相同方式瞭解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利率（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列的類似名稱的計量比較。該等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於我們根據國際財務報告會計準則呈報的經營業績或財務狀況或可代替相關分析。

下表為我們於所示期間的經調整淨利潤與根據國際財務報告會計準則計算及呈列的最可直接比較的財務計量之對賬。

	截至12月31日止年度	
	2023年 (人民幣千元)	2022年 (人民幣千元)
年內本公司權益股東應佔利潤	2,327,083	1,029,866
加：		
上市相關的費用開支 ⁽¹⁾	40,406	36,755
以權益結算的股權激勵費用 ⁽²⁾	70,028	—
發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動 ⁽³⁾	(814,915)	130,668
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	<u>1,622,602</u>	<u>1,197,289</u>
經調整淨利率(非國際財務報告準則計量)	<u>23.1%</u>	<u>20.4%</u>

附註：

- (1) 上市相關的費用開支與本公司的全球發售有關。
- (2) 以權益結算的股權激勵費用與根據首次公開發售後股權激勵計劃於2023年10月25日授出的獎勵有關。
- (3) 發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動乃來自A系列優先股及就本公司的首次公開發售前投資向Zest Holdings II Pte. Ltd.發行的認股權證的公允價值的變動。該等金融工具變動為非現金性質。由於認股權證已於2022年6月被終止，因此我們不再確認其公允價值的任何變動。上市完成後，A系列優先股已自動轉換成本公司的普通股，且將不會確認金融工具變動的損益。因此，此經調整項目於上市後不再出現。

我們的經調整淨利潤由截至2022年12月31日止年度的人民幣1,197.3百萬元增加35.5%至截至2023年12月31日止年度的人民幣1,622.6百萬元。我們的經調整淨利率由截至2022年12月31日止年度的20.4%上升至截至2023年12月31日止年度的23.1%。

流動資金及資本資源

截至2023年12月31日止年度，我們主要通過業務經營產生的現金及全球發售所得款項淨額來滿足現金需求。報告期內我們經營活動所得現金淨額約為人民幣361.2百萬元，已就若干非現金及非經營項目作調整。該等非現金及非經營項目的調整主要包括發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動、折舊開支、以權益結算的股權激勵費用以及利息收入及開支。

於2023年12月31日，我們的銀行存款及現金約為人民幣6,053.2百萬元（於2022年12月31日：人民幣1,683.4百萬元）。於2023年12月31日，我們的借款約為人民幣36.6百萬元（於2022年12月31日：人民幣36.6百萬元）。該等借款為無抵押及無擔保的不計息貸款，乃使用實際利息法在綜合財務狀況表中確認入賬。我們所有借款均以人民幣計值。

資本債務比率

於2022年12月31日及2023年12月31日，由於我們的淨現金盈餘狀況，資本債務比率（按淨債務除以總資本計算）並不適用於本集團。

或有負債

截至2023年12月31日，本集團並無重大或有負債。

重大收購及出售事項以及重要投資

截至2023年12月31日止年度，本集團並無任何重大收購或出售事項或重要投資。

有關重大投資或資本資產的未來計劃

於2023年12月31日，除招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節披露者以及下文「全球發售所得款項用途」一節進一步說明者外，本集團並無有關重大投資或資本資產的未來計劃。

資產抵押

截至2023年12月31日，本集團的資產概無涉及任何產權負擔、按揭、留置權、抵押或質押權。

資本開支

截至2023年12月31日止年度，我們的總資本開支約為人民幣961.2百萬元，而截至2022年12月31日止年度則約為人民幣1,422.2百萬元。我們的資本開支主要包括購買固定資產及土地使用權。我們擬使用我們可用的財務資源為我們未來資本開支提供資金，包括我們現有的現金結餘、經營活動所得的現金、我們可用的銀行融資及全球發售所得款項淨額。

外匯風險

截至2023年12月31日止年度，本集團在中國進行業務，而交易以人民幣結算。本集團在中國的附屬公司的功能貨幣為人民幣。因相關業務在其各自之營運上形成自然對沖機制，外匯風險相對較低，故本集團目前並無任何金融工具作對沖用途。為加強整體風險管理，本集團將繼續留意外匯風險，並採取審慎措施緩解外匯風險且於必要時採取適當行動。

僱員及股權激勵計劃

截至2023年12月31日，我們有11,008名全職僱員（於2023年6月30日：11,044名僱員）。

截至2023年12月31日止年度的員工成本（包括薪金、工資及其他福利以及向定額供款退休計劃作出的供款）約為人民幣1,687.7百萬元（不包括以權益結算的股權激勵費用）。我們繼續為所有新員工提供入職培訓，內容包括介紹我們的品牌、產品及企業價值觀，以及講解整體製造標準、銷售政策及行為準則，並且為不同職位的僱員設計及提供針對性的培訓計劃。

首次公開發售後股權激勵計劃於2023年4月11日經股東決議案獲批准，並自上市日期起生效。該計劃的目的是激勵合資格參與者並就彼等對本集團作出的貢獻給予獎勵，使彼等的利益與本公司利益一致，藉此鼓勵彼等努力提升本公司價值。首次公開發售後股權激勵計劃的主要條款在招股章程附錄四「法定及一般資料—D.首次公開發售後股權激勵計劃」一節中概述。

於2023年12月31日，根據首次公開發售後股權激勵計劃，本公司已授出相當於117,292,500股股份的獎勵，佔本公司已發行股份總數的3.59%。於718名承授人中，其中三名為本公司執行董事，即顏濤先生、朱琳女士及羅永紅先生。除上述三名執行董事外，概無向本公司任何關連人士（定義見上市規則）授出獎勵。自上市日期至2023年12月31日，概無已授出獎勵獲歸屬。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年10月25日的公告。

綜合損益及其他全面收益表
截至2023年12月31日止年度
(以人民幣列示)

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收入	3	7,030,467	5,855,917
銷售成本		<u>(2,950,519)</u>	<u>(2,616,987)</u>
	3(b)	<u>4,079,948</u>	<u>3,238,930</u>
其他收益	4	207,927	83,174
銷售及經銷開支		(1,626,780)	(1,342,057)
行政開支		(478,908)	(344,380)
以權益結算的股權激勵費用		(70,028)	—
貿易應收款項減值收益／(虧損)		3,428	(3,720)
經營利潤		2,115,587	1,631,947
財務費用	5(a)	(4,414)	(29,445)
與本公司股份上市相關的費用開支		(40,406)	(36,755)
發行予一名投資者的金融工具的 公允價值變動	6	<u>814,915</u>	<u>(130,668)</u>
除稅前利潤		2,885,682	1,435,079
所得稅	7	<u>(558,599)</u>	<u>(405,213)</u>
年內本公司權益股東應佔利潤		<u>2,327,083</u>	<u>1,029,866</u>
年內其他全面收益(除稅後)			
其後可能重新分類至損益的項目：			
— 將財務報表換算為列報貨幣的匯兌差額		<u>278,810</u>	<u>(837,382)</u>
年內本公司權益股東應佔全面收益總額		<u>2,605,893</u>	<u>192,484</u>
每股盈利			
基本(人民幣)	8	<u>0.78</u>	<u>0.44</u>
攤薄(人民幣)	8	<u>0.49</u>	<u>0.43</u>

綜合財務狀況表
於2023年12月31日
(以人民幣列示)

	附註	於2023年 12月31日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,512,715	3,775,286
遞延稅項資產		182,793	37,703
		<u>4,695,508</u>	<u>3,812,989</u>
流動資產			
存貨	9	6,383,479	5,138,510
貿易應收款項及應收票據	10	243,128	179,782
預付款項、按金及其他應收款項		202,362	130,354
可收回所得稅		–	113,806
銀行及手頭現金	11	6,053,224	1,683,448
		<u>12,882,193</u>	<u>7,245,900</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	12	1,070,012	1,045,530
其他應付款項及應計費用	13	3,436,396	3,400,271
銀行及其他借款		36,600	36,600
租賃負債		13,827	28,024
即期稅項		295,978	61,560
		<u>4,852,813</u>	<u>4,571,985</u>
流動資產淨額		<u>8,029,380</u>	<u>2,673,915</u>
總資產減流動負債		<u>12,724,888</u>	<u>6,486,904</u>

	附註	於2023年 12月31日 人民幣千元	於2022年 12月31日 人民幣千元
非流動負債			
租賃負債		25,282	37,164
發行予一名投資者的金融工具	6	-	10,253,755
遞延稅項負債		23,852	11,199
		<u>49,134</u>	<u>10,302,118</u>
資產／(負債)淨額		<u>12,675,754</u>	<u>(3,815,214)</u>
股本及儲備			
股本		43	30
儲備		12,675,711	(3,815,244)
總權益／(總權益－虧絀)		<u>12,675,754</u>	<u>(3,815,214)</u>

附註

(除另有說明者外，以人民幣列示)

1 公司資料

珍酒李渡集團有限公司(「本公司」)於2021年9月24日根據開曼群島公司法(經修訂)於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司股份於2023年4月27日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要從事釀造、生產及銷售白酒產品。

2 重大會計政策

(a) 遵例聲明

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有國際財務報告會計準則編製。該等財務報表亦符合香港公司條例的適用披露規定。該等財務報表亦遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)的適用披露規定。本集團採納之重大會計政策載列如下。

國際會計準則理事會已頒佈了若干國際財務報告會計準則之修訂本，於本集團本會計期間首次開始生效或供提早採納。初始應用該等頒佈所引致的當前會計期間的，並且適用於本集團的任何會計政策變動已於該等財務報表內反映，有關資料載列於附註2(c)。

(b) 財務報表的編製基準

截至2023年12月31日止年度綜合財務報表包括本集團。

編製財務報表所用的計量基準為歷史成本基準，惟衍生金融工具乃按其公允價值列賬。

編製符合國際財務報告會計準則的財務報表需要本集團的管理層作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用以及資產、負債、收入及開支的呈報金額。該等估計及相關假設乃根據過往經驗及在有關情況下認為合理的多項其他因素而作出，其結果構成對未能從其他來源確定的資產及負債的賬面值作出判斷的基準。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設會持續覆核。倘會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂只會在該期間內確認；倘會計估計的修訂對現時及未來期間均產生影響，則會在作出該修訂期間及未來期間內確認。

(c) 會計政策變動

新訂及經修訂國際財務報告會計準則

本集團已就現行會計期間的該等財務報表應用以下由國際會計準則理事會頒佈的新訂及經修訂國際財務報告會計準則：

- 國際財務報告準則第17號，*保險合約*
- 國際會計準則第8號(修訂本)，*會計政策、會計估計的變動及誤差：會計估計之定義*
- 國際會計準則第1號(修訂本)，*財務報表呈列及國際財務報告準則實務公告2號，作出重大判斷：披露會計政策*
- 國際會計準則第12號(修訂本)，*所得稅：有關單一交易所產生資產及負債之遞延稅項*
- 國際會計準則第12號(修訂本)，*所得稅：國際稅務改革－支柱二模式規則*

本集團並無就現行會計期間應用任何尚未生效的新準則或詮釋。採納國際會計準則第1號(修訂本)要求各實體披露重大會計政策資料，並就在會計政策的披露中應用重大性概念提供指引。本集團已重新審閱其一直以來披露的會計政策資料，並認為該等資料與該等修訂本的規定一致。

除上述情況外，概無其他發展對本集團於現行或過往期間的業績及財務狀況在財務報表中的編製或呈列方式產生重大影響。

3 收入及分部報告

(a) 收入

本集團主要從事釀造、生產及銷售白酒產品。有關本集團主要業務的進一步詳情於附註3(b)披露。按白酒產品的主要品牌劃分的收入如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
珍酒	4,583,208	3,822,696
李渡	1,109,585	886,850
湘窖	833,629	712,791
開口笑	384,713	338,675
其他	119,332	94,905
	<u>7,030,467</u>	<u>5,855,917</u>

於本年度，本集團所有收入均來自銷售白酒產品，並於本年度的某一時間點確認。

本集團的客戶群多元化，於2023年，概無與單一客戶的交易超過本集團收入的10% (2022年：無)。

本集團已應用國際財務報告準則第15號第121段的可行權宜方法，因此對於當履約義務為最初預期期限為一年或更短的合約的一部分時，本集團不會披露有關剩餘履約責任的交易價格金額的資料。

(b) 分部報告

本集團以白酒產品的品牌管理其業務。本集團按照與就資源分配及表現評估向本集團最高級行政管理人員內部呈報資料一致的方式，呈列以下五個報告分部。

- 珍酒：此分部從事釀造、生產及銷售「珍酒」品牌的白酒產品。
- 李渡：此分部從事釀造、生產及銷售「李渡」品牌的白酒產品。
- 湘窖：此分部從事釀造、生產及銷售「湘窖」品牌的白酒產品。
- 開口笑：此分部從事釀造、生產及銷售「開口笑」品牌的白酒產品。
- 其他：此分部從事釀造、生產以及銷售「邵陽」及其他品牌的白酒產品。

(i) 分部業績

就評估分部表現及分配資源而言，本集團最高級行政管理人員按以下基準監察各報告分部應佔的業績：

收入及開支乃參考該等分部產生的收入及該等分部產生的直接開支分配至報告分部。用於報告分部業績的計量為毛利。於本年度，並無發生分部間銷售。一個分部向另一分部所提供的協助（包括共享資產及技術專業知識）未予計量。

本集團的其他經營收入及開支（如其他收益、銷售及經銷開支、行政開支、貿易應收款項減值收益／虧損、財務費用、發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動以及資產及負債）並非按個別分部計量。因此，概無呈列有關分部資產及負債的資料，亦無呈列有關資本支出、利息收入及利息開支的資料。

於本年度，為分配資源及評估分部表現而向本集團最高級行政管理人員提供有關本集團報告分部的資料載列如下。

	2023年					總計 人民幣千元
	珍酒 人民幣千元	李渡 人民幣千元	湘窖 人民幣千元	開口笑 人民幣千元	其他 人民幣千元	
來自外部客戶的收入	<u>4,583,208</u>	<u>1,109,585</u>	<u>833,629</u>	<u>384,713</u>	<u>119,332</u>	<u>7,030,467</u>
報告分部毛利	<u>2,663,562</u>	<u>759,017</u>	<u>492,629</u>	<u>156,549</u>	<u>8,191</u>	<u>4,079,948</u>
	2022年					總計 人民幣千元
	珍酒 人民幣千元	李渡 人民幣千元	湘窖 人民幣千元	開口笑 人民幣千元	其他 人民幣千元	
來自外部客戶的收入	<u>3,822,696</u>	<u>886,850</u>	<u>712,791</u>	<u>338,675</u>	<u>94,905</u>	<u>5,855,917</u>
報告分部毛利	<u>2,097,231</u>	<u>575,902</u>	<u>429,849</u>	<u>130,510</u>	<u>5,438</u>	<u>3,238,930</u>

(ii) 報告分部損益的對賬

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
報告分部毛利總額	4,079,948	3,238,930
其他收益	207,927	83,174
銷售及經銷開支	(1,626,780)	(1,342,057)
行政開支	(478,908)	(344,380)
以權益結算的股權激勵費用	(70,028)	–
貿易應收款項減值收益／(虧損)	3,428	(3,720)
財務費用	(4,414)	(29,445)
與本公司股份上市相關的費用開支	(40,406)	(36,755)
發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動	814,915	(130,668)
綜合除稅前利潤	<u>2,885,682</u>	<u>1,435,079</u>

(iii) 地區資料

本集團於中國內地產生其所有收入，且其非流動資產絕大部分位於中國內地，因此，並無呈列地區資料分析。

4 其他收益

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
利息收入	159,496	30,767
政府補助	24,366	20,440
銷售原材料、副產品以及未符標準在製品 及半成品的淨收入	24,271	21,020
收取經銷商不遵守經銷協議的費用	4,124	8,990
外匯淨虧損	(9,503)	(1,505)
處置物業、廠房及設備的淨收益／(虧損)	198	(909)
其他	4,975	4,371
	<u>207,927</u>	<u>83,174</u>

5 除稅前利潤

除稅前利潤已扣除：

(a) 財務費用

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銀行及其他借款利息開支	1,800	26,135
租賃負債利息開支	2,614	3,310
	<u>4,414</u>	<u>29,445</u>

(b) 員工成本

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	1,538,398	1,102,323
向定額供款退休計劃作出的供款(附註(i)、(ii)及(iii))	149,318	119,989
以權益結算的股權激勵費用	70,028	—
	<u>1,757,744</u>	<u>1,222,312</u>

附註：

- (i) 本集團於中國內地成立的附屬公司的僱員參加地方政府部門管理的定額供款退休福利計劃，據此，該等附屬公司須按介乎僱員基本薪金的16%至20%向有關計劃作出供款。該等附屬公司的僱員當到達其正常退休年齡時有權根據上述退休計劃收取按中國內地平均薪金水平百分比計算的退休福利。
- (ii) 本集團的香港僱員參加《強制性公積金計劃條例》(第485章)項下登記的定額供款計劃(「強積金計劃」)。強積金計劃為一項由獨立受託人管理的定額供款退休計劃。根據強積金計劃，僱主及其僱員各自按僱員相關收入的5%向計劃作出供款，惟每月相關收入的最高金額為30,000港元(「港元」)。向計劃作出的供款即時歸屬。
- (iii) 除上述(i)及(ii)項供款外，本集團並無進一步支付其他退休福利的責任。

(c) 其他項目

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
折舊開支#		
— 物業、廠房及設備	210,217	118,855
— 使用權資產	49,309	38,214
	<u>259,526</u>	<u>157,069</u>
核數師薪酬：		
— 審計服務	5,000	—
— 有關本公司股份上市的專業服務	5,066	10,914
	<u>10,066</u>	<u>10,914</u>
存貨成本#	<u>1,786,586</u>	<u>1,703,502</u>

存貨成本包括有關員工成本及折舊開支為人民幣213,294,000元(2022年：人民幣194,962,000元)，該等金額亦計及上文單獨披露的各項總金額或附註5(b)中的各項開支。

6 發行予一名投資者的金融工具

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
公允價值計量		
— A系列優先股	<u>—</u>	<u>10,253,755</u>

於2021年及2022年，本公司與Zest Holdings II Pte. Ltd. (「A系列優先股股東」) 訂立各項協議。根據該等協議，A系列優先股股東同意以總代價800,000,000美元(相當於約人民幣5,253,950,000元) 購買合共9,015,430股優先股(其後於2023年4月11日拆細為450,771,500股優先股)。

根據該等協議，本集團須根據A系列優先股股東的要求悉數贖回或部分贖回優先股，或須於發生該等協議訂明的若干觸發事件時分派30%的可分派溢利。該等條款及條件不受本公司控制，因此，本集團已按相等於本集團可能須償付該等責任所產生最高風險的金額確認金融負債。

此外，A系列優先股股東可於優先股有效期內的任何時間將優先股轉換為同等數量的本公司普通股。該轉換權包含在優先股中，按公允價值確認及重新計量，並作為優先股賬面值的一部分呈報。於2023年4月27日本公司股份上市時，A系列優先股股東已將所有優先股轉換為本公司普通股。

優先股所產生的金融負債變動載列如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
於1月1日	10,253,755	8,327,504
發行A系列優先股	-	3,334,550
發行後重新計量計入權益的公允價值	-	(2,334,185)
計入損益的公允價值變動	(814,915)	107,396
於上市時轉換為本公司普通股	(9,298,709)	-
匯兌調整	(140,131)	818,490
	<u> </u>	<u> </u>
於12月31日	<u> </u> <u> </u>	<u> </u> <u> </u>

根據該等協議，A系列優先股股東亦獲授認股權證，該等認股權證賦予A系列優先股股東按本公司的預定企業價值購買本公司額外優先股的權利。認股權證被分類為衍生金融工具，初始按公允價值確認，其後按公允價值計入損益重新計量。根據該等協議，認股權證已於發行A系列優先股時終止。

7 綜合損益表中的所得稅

(a) 綜合損益表中的稅項指：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
即期稅項		
年內撥備	<u>691,036</u>	<u>441,604</u>
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(144,855)	(36,391)
預扣稅 (附註7(b)(iv))	<u>12,418</u>	<u>-</u>
	<u>(132,437)</u>	<u>(36,391)</u>
	<u>558,599</u>	<u>405,213</u>

(b) 按適用稅率計算的所得稅開支與會計利潤的對賬：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
除稅前利潤	<u>2,885,682</u>	<u>1,435,079</u>
按適用於有關管轄權區利潤的稅率計算的除稅前利潤 的預期稅項 (附註(i)、(ii)及(iii))	515,567	394,103
不可扣稅開支的稅項影響	30,614	11,110
預扣稅 (附註(iv))	<u>12,418</u>	<u>—</u>
所得稅	<u>558,599</u>	<u>405,213</u>

附註：

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島(「英屬處女群島」)的規例及法規，本集團毋須繳納開曼群島及英屬處女群島的任何所得稅。
- (ii) 由於本公司及本集團於香港註冊成立的附屬公司於年內並無產生須繳納香港利得稅的應課稅溢利(2022年：人民幣零元)，故並無就香港利得稅作出撥備。
- (iii) 於年內，本集團於中國內地成立的附屬公司須按25%(2022年：25%)的稅率繳納中華人民共和國企業所得稅。
- (iv) 本集團中國內地以外的附屬公司向本集團中國內地的附屬公司授出的集團內公司間貸款所產生的利息收入須按7%的稅率繳納中國預扣稅。

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2023年12月31日止年度的每股基本盈利乃根據本公司普通權益股東應佔利潤人民幣2,327,083,000元及已發行普通股加權平均數2,972,124,000股計算，其中包括：

- (i) 2,329,859,750股普通股，已計及於2023年4月11日已發行的46,597,195股普通股的股份拆細，猶如合共2,329,859,750股普通股於截至2023年12月31日止年度一直發行在外；
- (ii) 於2023年4月27日通過首次公開發售發行的490,699,800股普通股；及
- (iii) 於2023年4月27日本公司首次公開發售完成時以一對一基準重新指定為普通股的450,771,500股優先股。

截至2022年12月31日止年度的每股基本盈利乃根據本公司權益股東應佔利潤人民幣1,029,866,000元，以及普通股加權平均數2,329,859,750股（已計及於2023年4月11日將已發行的46,597,195股普通股拆細）計算，猶如合共2,329,859,750股普通股於截至2022年12月31日止年度一直發行在外。

普通股加權平均數計算如下：

	2023年 千股	2022年 千股
於1月1日已發行普通股	46,597	46,597
股份拆細的影響	2,283,263	2,283,263
首次公開發售時發行股份的影響	334,751	—
重新指定優先股的影響	307,513	—
	<u>2,972,124</u>	<u>2,329,860</u>
於12月31日的普通股加權平均數	<u>2,972,124</u>	<u>2,329,860</u>

(b) 每股攤薄盈利

截至2023年12月31日止年度的每股攤薄盈利乃根據本公司普通權益股東應佔利潤人民幣1,512,168,000元及普通股（攤薄）加權平均數3,115,383,000股計算。

截至2022年12月31日止年度的每股攤薄盈利乃根據本公司普通權益股東應佔利潤人民幣1,137,262,000元及普通股（攤薄）加權平均數2,673,761,000股計算。

本公司普通權益股東應佔利潤（攤薄）及普通股（攤薄）加權平均數計算如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
本公司權益股東應佔利潤	2,327,083	1,029,866
發行予一名投資者的金融工具的公允價值變動	(814,915)	107,396
本公司權益股東應佔利潤（攤薄）	<u>1,512,168</u>	<u>1,137,262</u>
	2023年 千股	2022年 千股
於12月31日的普通股加權平均數	2,972,124	2,329,860
具攤薄作用優先股的影響 （就於2023年4月11日進行的股份拆細作出調整）	<u>143,259</u>	<u>343,901</u>
於12月31日的普通股（攤薄）加權平均數	<u>3,115,383</u>	<u>2,673,761</u>

9 存貨

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
原材料及包裝材料	350,434	291,803
在製品及半成品	5,146,554	3,793,366
產成品	886,491	1,053,341
	<u>6,383,479</u>	<u>5,138,510</u>

於損益中確認的存貨金額分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
已售存貨的賬面值	<u>1,786,586</u>	<u>1,703,502</u>

10 貿易應收款項及應收票據

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
貿易應收款項	90,724	127,552
減：虧損撥備	<u>(5,538)</u>	<u>(8,966)</u>
	85,186	118,586
應收票據	<u>157,942</u>	<u>61,196</u>
	<u>243,128</u>	<u>179,782</u>

所有貿易應收款項及應收票據預計於一年內收回。

(a) 賬齡分析

根據發票日期呈列並扣除虧損撥備的本集團貿易應收款項的賬齡分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
少於3個月	64,078	97,530
多於3個月但少於6個月	10,582	10,219
多於6個月但少於12個月	10,526	10,837
	<u>85,186</u>	<u>118,586</u>

應收票據結餘指已收該等客戶的銀行承兌票據，其截至報告期末的到期日短於六個月。

於銀行貼現後，本集團對具有較高信用評級的銀行所簽發的若干銀行承兌票據全部終止確認。本公司董事認為，本集團已實質上轉移了該等票據的全部風險及回報，且其發行銀行不結算該等票據的可能性極低。於2023年12月31日，本集團該等已貼現銀行承兌票據的最高風險敞口為人民幣188,740,000元（2022年：人民幣零元）。

11 現金及現金等價物以及其他現金流量資料

(a) 現金及現金等價物包括：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銀行及手頭現金	940,581	1,683,382
定期存款	4,829,936	—
受限制銀行存款 (附註(i))	282,707	66
於綜合財務狀況表中的銀行及手頭現金	6,053,224	1,683,448
減：受限制銀行存款	(282,707)	(66)
於綜合現金流量表中的現金及現金等價物	<u>5,770,517</u>	<u>1,683,382</u>

附註：

- (i) 該結餘已就本集團發行的票據作質押。
- (ii) 本集團於中國內地的業務以人民幣經營。人民幣不可自由兌換，且資金在匯出中國內地時，須受中國政府施加的外匯限制所監管。

12 貿易應付款項及應付票據

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
貿易應付款項	569,697	1,045,530
應付票據	500,315	—
	<u>1,070,012</u>	<u>1,045,530</u>

賬齡分析

貿易應付款項及應付票據基於發票日期的賬齡分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
1年內	1,066,712	1,039,299
1至2年	3,098	6,142
2至3年	202	89
	<u>1,070,012</u>	<u>1,045,530</u>

所有貿易應付款項及應付票據預期將於一年內償付或須按要求償還。

13 其他應付款項及應計費用

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
建設及購買物業、廠房及設備的應付款項	380,881	348,833
應付員工相關成本	293,546	172,307
其他應付稅項	47,157	119,131
就本公司股份上市產生的成本應付款項	—	15,368
應付分派／股息	136,138	144,766
應計廣告開支	88,832	62,594
其他	12,937	32,529
	<u>959,491</u>	<u>895,528</u>
按攤銷成本計量的金融負債		
預收客戶款項	1,853,559	1,791,271
應計返利	623,346	713,472
	<u>2,476,905</u>	<u>2,504,743</u>
	<u>3,436,396</u>	<u>3,400,271</u>

所有其他應付款項及應計費用預期將於一年內償付或確認為收入或須按要求償還。

14 股息

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
於報告期末後擬派末期股息每股普通股0.18港元 (2022年：零港元)	552,751	—

於報告期末後擬派末期股息並未於報告期末確認為負債或自儲備轉撥。

全球發售所得款項用途

股份於2023年4月27日在聯交所上市。全球發售募集的所得款項淨額（經扣除我們就全球發售應付的包銷費用及佣金以及其他估計相關開支後）約為4,990.0百萬港元。

於2023年12月31日，已動用所得款項淨額約為1,404.4百萬港元，而餘下所得款項淨額約為3,585.6百萬港元。本公司有意日後繼續動用餘下所得款項淨額，以用於招股章程所載的用途。下表載列全球發售所得款項淨額的計劃用途及截至2023年12月31日的實際使用情況：

所得款項用途	分配 (%)	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	自上市日期	於2023年	悉數動用未動用 金額的預期時間表 ⁽¹⁾
			至2023年 12月31日 已動用金額 (百萬港元)	12月31日 未動用金額 (百萬港元)	
生產基地的建設及發展	55	2,744.5	864.9	1,879.7	2027年12月31日之前
品牌建設及市場推廣	20	998.0	418.4	579.6	2027年12月31日之前
擴展銷售渠道	10	499.0	109.8	389.2	2027年12月31日之前
業務運營自動化及數字化轉型	5	249.5	11.4	238.1	2027年12月31日之前
營運資金及一般企業用途	10	499.0	-	499.0	2027年12月31日之前
總計	100%	4,990.0	1,404.4	3,585.6	

附註：

- (1) 上文所披露動用未動用所得款項的預期時間表乃董事會根據於本公告日期的最新資料而作出的最佳估計。
- (2) 上表中的總計與各數額的總和之間的差異乃由於四捨五入所致。

其他資料

末期股息

董事會已議決建議派付截至2023年12月31日止年度的末期股息每股18港仙，合共609,952,239港元。待股東於股東週年大會上批准後，擬派末期股息將於2024年7月19日（星期五）或前後支付予於2024年7月4日（星期四）名列本公司股東名冊的股東。末期股息將以港元現金派付予各股東。

購買、出售或贖回本公司上市證券

自上市日期至2023年12月31日期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

遵守企業管治守則

本公司的企業管治常規以企業管治守則所載的原則及守則條文為基礎，且本公司已採納企業管治守則的守則條文作為其本身的企業管治守則。

董事會認為，自上市日期至2023年12月31日，本公司已遵守企業管治守則所載的所有守則條文。

董事會將定期檢討及加強其企業管治常規，以確保本公司繼續符合企業管治守則的規定。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則，作為其本身就其董事及可能掌握本公司內幕消息的相關僱員進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向全體董事作出具體查詢，而彼等全部已確認自上市日期至2023年12月31日已遵守標準守則。

報告期後事項

自報告期末及直至本公告日期，概無發生影響到本集團的重大事項。

股東週年大會

股東週年大會將於2024年6月21日（星期五）舉行。股東週年大會通告將於2024年4月23日（星期二）刊發及向股東發出。

暫停辦理股份過戶登記

本公司於以下時間暫停辦理股份過戶登記手續：

- (a) 為釐定有權出席股東週年大會並於會上投票的股東，本公司將於2024年6月17日（星期一）至2024年6月21日（星期五）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有轉讓文件須於不遲於2024年6月14日（星期五）下午四時三十分交回本公司的香港股份過戶登記分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，以辦理登記手續。於2024年6月21日（星期五）名列本公司股東名冊的股東將有權出席股東週年大會並於會上投票；及
- (b) 為釐定有權收取截至2023年12月31日止年度的擬派末期股息，待股東於股東週年大會上批准後，本公司將於2024年6月28日（星期五）至2024年7月4日（星期四）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取擬派末期股息，所有轉讓文件須於不遲於2024年6月27日（星期四）下午四時三十分交回本公司的香港股份過戶登記分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，以辦理登記手續。

審閱年度財務資料

董事會已成立審計委員會，成員包括兩名獨立非執行董事李東先生（為審計委員會主席）及閔極晟女士，以及一名非執行董事孫錚先生。審計委員會已審閱本集團截至2023年12月31日止年度的經審計財務業績，並已與管理層討論本集團採納的會計原則及常規，以及其內部控制及財務申報事宜。

本公司核數師畢馬威會計師事務所已將本公告所載本集團截至2023年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註之數字與本集團本年度經審計綜合財務報表所載金額進行比較，結果發現該等金額一致。畢馬威會計師事務所就此方面進行的工作並不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》、《香港審閱聘用準則》或《香港核證聘用準則》而進行的核證工作，因此畢馬威會計師事務所不對本公告發出任何核證聲明。

刊發年度業績公告及年度報告

本公告於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.zjld.com)刊載。截至2023年12月31日止年度的年度報告將適時寄發予股東，並於聯交所及本公司網站刊載。

釋義

在本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「股東週年大會」	指	本公司股東週年大會
「獎勵」	指	董事會（或董事會委員會）根據首次公開發售後股權激勵計劃向一組選定的合資格參與者授出的任何獎勵
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則
「本公司」	指	珍酒李渡集團有限公司，一間根據開曼群島法例於2021年9月24日註冊成立的獲豁免有限公司
「董事」	指	本公司董事
「ESG」	指	環境、社會與管治
「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文（北京）諮詢有限公司上海分公司，全球市場研究及諮詢公司，為本公司的獨立第三方
「全球發售」	指	具有招股章程賦予該詞的涵義
「承授人」	指	於2023年10月25日根據首次公開發售後股權激勵計劃獲授獎勵的首次公開發售後股權激勵計劃合資格參與者
「本集團」、 「珍酒李渡集團」 或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區

「開口笑」	指	開口笑，本集團運營的白酒品牌之一
「上市」	指	股份於2023年4月27日在聯交所主板上市
「李渡」	指	李渡，本集團運營的白酒品牌之一
「上市日期」	指	2023年4月27日，即股份在聯交所主板上市的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則
「標準守則」	指	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
「首次公開發售後股權激勵計劃」	指	本公司於2023年4月11日採納的股權激勵計劃，其主要條款載於招股章程附錄四「法定及一般資料—D.首次公開發售後股權激勵計劃」一節
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港特別行政區、澳門特別行政區及台灣
「招股章程」	指	本公司於2023年4月17日就股份於香港公開發售刊發的招股章程
「報告期」	指	自2023年1月1日至2023年12月31日止年度
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「A系列優先股」	指	於2023年4月11日股東批准股份拆細前本公司股本中每股面值0.0001美元的A系列優先股
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.000002美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「湘窖」	指	湘窖，本集團運營的白酒品牌之一
「珍酒」	指	珍酒，本集團運營的白酒品牌之一

「珍十五系列」	指	包括迎合消費者喜好的多個版本，標準版本珍十五為核心產品
「珍三十系列」	指	包括迎合消費者喜好的多個版本，標準版本珍三十為核心產品
「%」	指	百分比

承董事會命
珍酒李渡集團有限公司
 董事會主席兼執行董事
吳向東先生

香港，2024年3月25日

於本公告日期，董事會包括執行董事吳向東先生、顏濤先生、朱琳女士、羅永紅先生及吳光曙先生，非執行董事孫錚先生，以及獨立非執行董事戎子江先生、李東先生及閆極晟女士。