

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



BUSY MING GROUP CO., LTD.

湖南呜呜很忙商業連鎖股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：1768)

截至2026年6月30日止六個月

中期業績公告

湖南呜呜很忙商業連鎖股份有限公司(「本公司」)，連同其附屬公司，統稱「本集團」董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本集團截至2026年6月30日止六個月(「報告期」)按照國際財務報告準則編製的未經審核綜合中期業績及財務狀況，連同截至2025年6月30日止六個月的比較數字。該等業績已由董事會審核委員會(「審核委員會」)審閱。

除本公告另有界定者外，本公告內所用詞匯與本公司所刊發日期為2026年1月20日的招股章程(「招股章程」)所界定者具有相同涵義。

經營業績概要

	截至6月30日止六個月		
	2026年	2025年	同比變動
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	
收入	44,996,585	28,123,954	60.0%
銷售成本	(39,809,606)	(25,500,935)	56.1%
毛利	5,186,979	2,623,019	97.7%
其他收入及收益及其他開支	6,283	47,668	-86.8%
銷售及營銷開支	(1,580,646)	(1,023,663)	54.4%
行政開支	(568,218)	(409,120)	38.9%
金融資產減值虧損撥回／ (減值虧損)淨額	1,549	(2,975)	-152.1%
財務費用	(5,826)	(7,377)	-21.0%
應佔聯營公司利潤	10,093	2,730	269.7%
除稅前利潤	3,050,214	1,230,282	147.9%
所得稅費用	(810,529)	(353,303)	129.4%
期內利潤及全面收益總額	2,239,685	876,979	155.4%

管理層討論與分析

業務回顧

本集團是中國一家成熟且穩步發展的食品飲料零售商。本集團門店網絡中的門店多位於人流量大、易見易達的街邊位置，致力於提供歡樂、舒適的逛店體驗。本集團提供品類豐富、高質價比、高頻上新的產品。本集團的創立，源自於創始人採用量販模式，致力於滿足大眾消費者對於優質、平價的零食需求，並通過供應鏈重構、持續改善產品組合等方式，豐富了產品組合和重新定義了零售價格體系。而本集團在零食領域積累的獨到經驗對其他領域亦有所裨益，並由此拓展到了更為廣泛的品類。

本集團的品牌及產品

本集團擁有「零食很忙」和「趙一鳴零食」兩個品牌。其中「零食很忙」由晏周先生於2017年3月在湖南長沙創立，「趙一鳴零食」由趙定先生於2019年1月在江西宜春創立。鑒於互補的地區覆蓋範圍及既有的消費者認可度，本集團在合併後保持雙品牌策略，在各個經營管理環節已進行深度融合，並建立統一的集團標誌。就經營而言，本集團已整合經營體系，並全面調整運作流程，實現了兩個品牌之間的無縫信息共享及標準化經營。就管理而言，本集團已就內部管理及外部展示建立統一的組織架構。兩個品牌深度融合的協同效應提高了本集團的供應鏈效率及成本競爭力，並使得本集團可實現規模經濟。本集團的門店數量從截至2025年12月31日的21,948家大幅增加至截至2026年6月30日的26,405家。

報告期內，本集團的產品包括(i)烘焙食品、(ii)餅乾、(iii)堅果及籽類、(iv)休閒膨化食品和速食、(v)休閒熟食食品、(vi)糖果、巧克力和蜜餞及(vii)飲料等。通過提供品類豐富、高質價比、高頻上新的產品，本集團的產品供應從競爭對手中脫穎而出，並展現本集團對卓越及對消費者滿意度的追求。本集團一般要求每家門店保持最少1,800個SKU。

截至2026年6月30日，本集團的選品團隊共包括338人，本集團技術嫺熟的選品團隊於選擇子類別產品及特定SKU時，會分析消費者的購買模式。根據本集團對消費者購買模式的分析，本集團根據消費者需求精心挑選及定制產品。

本集團的門店網絡

本集團主要通過加盟模式經營，授權加盟商通過加盟店以本集團的品牌銷售休閒食品飲料。本集團的業務發展依賴於與認可本集團的價值並積極發展本集團的品牌及門店網絡的加盟商的合作。本集團尋求通過建立支持平台，與加盟商保持密切長期的互利關係。於報告期，本集團所有的加盟店均位於中國，本集團成功的加盟模式推動本集團的門店網絡在全國各地迅速擴張。本集團的客戶主要包括根據加盟協議經營加盟店的加盟商。於報告期，本集團絕大部分收入來自(i)向加盟商銷售商品，及(ii)加盟服務費用。

本集團於2017年在湖南省長沙市開設首家「零食很忙」門店。於2023年，本集團收購了「趙一鳴零食」。本集團的兩個品牌通常不在同一地理區域開設門店，以實現最優的地域互補。截至2026年6月30日，本集團已建立由26,405家門店組成的門店網絡，覆蓋中國31個省份和所有城市等級，本集團門店網絡中約60.0%的門店位於縣城及鄉鎮。截至2026年6月30日，本集團的門店網絡已覆蓋1,480個縣，截至同日，在中國所有縣城中覆蓋率達到約79.0%。截至2025年12月31日止年度及截至2026年6月30日止六個月，本集團門店網絡中門店的GMV總額為人民幣93,569百萬元及人民幣63,889百萬元。

本集團主要通過加盟模式經營，授權加盟商通過加盟店以本集團的品牌銷售休閒食品飲料。此外，本集團戰略性運營自營店，以提升品牌認知度，並獲得市場洞察。

下表載列截至所示日期本集團門店網絡中按性質劃分的門店數量：

	截至2025年12月31日		截至2026年6月30日	
	門店數量	%	門店數量	%
自營店	21	0.10	9	0.03
加盟店	21,927	99.90	26,396	99.97
總計	21,948	100.0	26,405	100.0

下表載列截至所示日期本集團門店網絡中按城市等級劃分的門店數量：

	截至 2025年 12月31日 門店數量	截至 2026年 6月30日 門店數量
一線及新一線城市 ⁽¹⁾	4,178	5,287
二線城市 ⁽¹⁾	3,394	3,949
三線及三線以下城市 ⁽¹⁾	14,376	17,169
總計	21,948	26,405

附註：

(1) 包括這些城市的市區及其所轄縣鄉。

本集團的加盟模式

本集團的業務發展依賴於與認可本集團的價值並積極發展本集團的品牌及門店網絡的加盟商的合作。本集團尋求通過建立支持平台，與加盟商保持密切長期的互利關係。報告期內，本集團所有的加盟店均位於中國，本集團成功的加盟模式推動本集團的門店網絡在全國各地迅速擴張。本集團在業務快速增長的同時，始終與加盟商保持密切溝通並向他們全面賦能。展望未來，本集團計劃基於加盟模式進一步擴大本集團的門店網絡。

在加盟模式下，本集團的收入主要來自(i)向加盟商銷售商品；及(ii)加盟服務費。截至2026年6月30日，本集團與合共10,982家加盟商訂立合同，在中國31個省經營26,396家加盟店。

下表載列於所示期間本集團的加盟店數目變動：

	截至6月30日止六個月 2025年	2026年
期初加盟店數目	14,379	21,927
期內開設的新加盟店數目	2,508	4,590
期內關閉的加盟店數目	128	121
期末加盟店數目	16,759	26,396

供應鏈管理

供應鏈管理對本集團的業務增長至關重要，原因是其可令本集團有效滿足消費者對高質價比休閒食品飲料產品的需求。本集團優化供應鏈，允許廠商直接向本集團供應並減少中間層。作為以2024年休閒食品飲料產品GMV計的中國最大連鎖零售商，本集團的採購量巨大，使本集團實現可觀的規模經濟。本集團顯著的規模經濟賦予本集團議價能力，可更好管理採購成本。此外，本集團與行業領先廠商建立穩定合作關係以保證產品的高質量。

本集團採納數字化供應鏈管理集成系統(包括SRM系統及訂單管理系統)，以監督採購流程並管理供應商。本集團利用這些數字化工具與供應商保持密切合作，並將其深度整合至本集團的存貨管理流程。該等系統使本集團能夠規劃、管理、監控及協調供應鏈流程的各個環節，完善存貨管理以及縮短訂貨及再訂貨交付周期。例如，SRM系統提供對供應商概況、協議及採購數據的全面管理。其通過評估信譽、產能、質量體系及交付能力來優化本集團的供應商管理。其亦有利於本集團的產品定制策略，可就本集團對定制的具體要求進行明確溝通，並確保定制的產品符合本集團的規格及市場需求。此外，訂單管理系統與供應商的數據系統相互連接，並實現自動採購，通過有效管理交貨時間及簡化從下訂單到付款結算整個採購流程，有助於最大限度地減少延誤。

本集團相信本集團的替代供應商充足，可為本集團的業務提供可比質量及價格的替代品。

於報告期，本集團並未經歷任何與供應中斷、與供應商的合約安排提前終止或未能獲得充足原材料有關的重大事件。

採購流程：在選品階段，本集團一般要求供應商提供產品樣品，以便本集團確定其質量。對於定制產品，本集團的團隊與供應商合作開發定制產品。在下訂單時，本集團根據採購協議及採購訂單的條款，通過本集團的數字化訂單管理系統下單，採購協議及採購訂單規定了SKU、數量、價格、驗收的質量標準、包裝風格及標準，以及指定的交付地點。本集團通過訂單管理系統與各供應商協商並確認採購價格。在下單後，供應商按照本集團關於交付地點及時間表的指示，安排從其廠房運輸至本集團倉庫。本集團通常進行進貨質量檢驗。

供應商：本集團通過數字化整合使供應商全面參與整個供應鏈流程，加上本集團通過大規模採購及及時付款與合資格供應商建立的牢固關係，為本集團能夠運營高效供應鏈的關鍵原因。該方法使本集團能夠維持多樣化的高質價比SKU組合、頻繁推出新SKU及維持成本優勢。本集團精心培養與供應商的關係，並為其賦能以與本集團共同發展及適應本集團不斷變化的業務需要。截至2026年6月30日，本集團已與超過2,700家廠商建立合作關係。

倉儲及物流：(i)倉儲：截至2026年6月30日，本集團的綜合性倉儲及配送網絡包括66個倉庫，其中24個為自營倉庫，42個為第三方倉儲服務提供商運營的倉庫，總面積約為156.87萬平方米。本集團門店網絡中的門店一般位於距離最近倉庫300公里範圍內，一般均可實現24小時內及時向門店配送。對於第三方倉儲服務提供商運營的倉庫，本集團採用物流服務收費模式，按件數向第三方倉儲服務提供商採購服務，有效地將倉儲業務外包。本集團對自營倉庫的日常運營進行管理及控制，覆蓋從供應商收貨至向門店發貨的各環節，及通過WMS監管第三方倉儲服務提供商所運營倉庫的倉庫運營。本集團就自營倉庫及第三方倉儲服務提供商運營的倉庫建立運營標準，並設有專門的倉庫管理團隊負責監督倉庫運營質量。(ii)物流：本集團的物流及配送業務由第三方服務供應商進行管理。本集團的綜合物流系統，加上本集團遍佈全國的倉儲網絡，可以確保貨物通常在24小時內從倉庫配送至門店，從而提高本集團的運營效率，使本集團在休閒食品飲料零售行業具備強大競爭力。本集團的物流合作夥伴整合了與本集團的運輸管理系統相兼容的信息系統，使本集團能夠監控及跟蹤貨物從發貨至到達本集團門店網絡中門店的全過程。本集團與該等第三方供應商的協議通常包括支持該等物流運營的主要條款。

數 字 化

本集團相信數字化在本集團的持續成功中發揮著關鍵作用。可靠、全面的數字化基礎設施已經且並將持續在提升運營效率、管理業務及實現可持續發展方面發揮關鍵作用。本集團的數字化基礎設施包括用於支持本集團業務各關鍵方面的綜合數字化管理系統，包括門店運營及管理、供應鏈管理及存貨控制。截至2026年6月30日，本集團數字化團隊人數總共659人。本集團數字化目前已全面深度融入從選址招商到門店運營的萬店加盟管理體系以及從選品採購、倉儲物流到門店陳列銷售的全業務流程，是本集團實現企業使命的關鍵保障。

於報告期及直至本公告日期，本集團並無經歷任何對本集團的業務運營產生重大不利影響的信息技術系統故障或停機。

零 食 王 國

2026年4月，本集團在中國湖南省的省會城市—長沙核心商圈芙蓉廣場開設了全新沉浸式零食體驗空間「零食王國」。開業當天，該店榮獲吉尼斯世界紀錄認證全球「最大的零食店」。

走進「零食王國」，映入眼簾的是琳琅滿目的商品陳列和獨具匠心的空間設計。門店零售與體驗空間超13,000平方米，彙聚全球近70個國家和地區、超6,500個國內外品牌和35,000款商品，70,000餘顆棒棒糖拼制的藝術封面牆、2.7米高巨型購物車、60餘個食品品牌IP互動裝置等眾多趣味打卡點錯落分佈於店內。這些空間設計與體驗創新，承載的正是本集團「創造快樂生活，成為人民的零食品牌」這一企業願景—讓零食超越味蕾滿足，成為消費者釋放情緒、收穫快樂的生活方式。

「零食王國」不僅為長沙打造「消費之城」注入了新的商業活力，更構建了零食廠商從幕後走向台前的開放展示平台。五一期間，該店吸引265,000人次游客到店，單月全網曝光量達4.8億次；國內外20餘家知名食品廠商齊聚「王國星光舞臺」，在這裏開展新品發布、品牌直播與主題走秀，眾多優秀的零食廠商從幕後走到台前，被看見、被體驗、被選擇。

截至2026年6月30日，「零食王國」已成為本集團線下體驗標杆，顯著提升了本集團品牌影響力。

食品安全及質量控制

本集團已制定一系列食品安全及質量控制程序，涵蓋本集團業務的所有關鍵步驟，從供應鏈管理到門店運營。本集團已制定全面的質量控制體系，包括產品合規性檢查、倉儲及交付的質量控制、店內管理以及質量分析及改進。截至2026年6月30日，本集團已成立由500位於食品安全及質量控制方面擁有廣泛專業經驗的人士組成的食品安全及質量控制部門。

財務回顧

截至2026年6月30日止六個月，本集團的收入為人民幣44,996.6百萬元，本集團的利潤為人民幣2,239.7百萬元，影響本集團經營業績的主要因素包括以下各項：

- 中國不斷變化的消費模式及習慣；
- 中國休閒食品飲料零售行業的持續增長及不斷變化的線上及線下競爭格局；
- 影響中國休閒食品飲料零售行業的政府政策、舉措及激勵措施；
- 運營門店數量及本集團門店網絡的擴展；
- 本集團高效的供應鏈管理；及
- 本集團提高運營效率的能力。

收入

截至2026年6月30日止六個月，本集團的收入主要來自對加盟商銷售休閒食品飲料產品。本集團的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣28,124.0百萬元增加60.0%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣44,996.6百萬元。該增長主要是由於商品銷售收入的增加及其他收入的增加。

其中，(i)商品銷售收入由人民幣27,920.2百萬元增加59.5%至人民幣44,541.3百萬元，主要受益於本集團的門店網絡規模擴張；及(ii)其他收入由人民幣203.7百萬元大幅增加至人民幣455.3百萬元，主要由於服務收入增加所致。

銷售成本

截至2026年6月30日止六個月，銷售成本主要包括商品銷售的成本，源自本集團向廠商採購零食及飲料產品。銷售成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣25,500.9百萬元增加56.1%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣39,809.6百萬元，與本集團收入的增長整體一致。

毛利及毛利率

毛利由截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,623.0百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣5,187.0百萬元。毛利率由截至2025年6月30日止六個月的9.3%上升至截至2026年6月30日止六個月的11.5%，主要歸因於本集團業務規模的擴大及成本管控能力加強的規模經濟所致。

其他收入及收益以及其他開支

其他收入及收益以及其他開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣47.7百萬元大幅下降至截至2026年6月30日止六個月的人民幣6.3百萬元，主要歸因於外匯損失及資產減值損失的增加及政府補助的減少，部分被補償收入、利息收入及理財收益的增加所抵消。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,023.7百萬元增加54.4%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,580.6百萬元，主要歸因於(i)僱員薪酬增加，乃由於本集團僱傭了更多銷售及營銷人員以支持本集團不斷擴大的業務運營；(ii)差旅及辦公開支增加，乃由於本集團的門店網絡擴張，需要銷售及營銷人員及門店督導更加頻繁地出差；及(iii)折舊攤銷及倉儲費用增加，乃由於本集團的門店網絡擴張需要增設倉庫導致。

行政開支

行政開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣409.1百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣568.2百萬元，主要歸因於僱員薪酬增加，乃主要由於本集團的業務擴張。

財務費用

財務費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣7.4百萬元下降至截至2026年6月30日止六個月的人民幣5.8百萬元，主要歸因於銀行借款利息下降，乃由於本集團的銀行借款在2025年已歸還，部分被租賃負債利息增加(主要與本集團擴大的門店網絡租賃倉庫及辦公空間有關)所抵消。

應佔聯營公司利潤

應佔聯營公司利潤由截至2025年6月30日止六個月的人民幣2.7百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣10.1百萬元，主要歸因於本集團的聯營公司在報告期內的經營表現有所改善。

所得稅費用

所得稅費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣353.3百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣810.5百萬元，主要歸因於本集團業務規模的擴大，與本集團除稅前利潤的增長基本一致。

期內利潤

由於上述原因，本集團的期內利潤由截至2025年6月30日止六個月的人民幣877.0百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣2,239.7百萬元。

非國際財務報告準則計量指標

為補充本集團根據國際財務報告準則會計準則列報的綜合財務報表，本集團還使用經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)作為額外的財務指標，該指標並非國際財務報告準則會計準則要求或根據國際財務報告準則會計準則編製。本集團相信，該項非國際財務報告準則計量指標通過消除某些項目的潛在影響，有助於逐年及公司間的經營業績比較。下表將本集團根據國際財務報告準則會計準則列報的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)(即期內利潤)進行對賬。

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期內利潤	2,239,685	876,979
加		
— 股份支付開支 ⁽¹⁾	178,245	141,710
— 上市開支 ⁽²⁾	29,700	15,765
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)	<u>2,447,630</u>	<u>1,034,454</u>

附註：

- (1) 股份支付開支為非現金性質，為本集團以權益工具作為代價以接受僱員提供服務的安排。股份支付開支預計不會導致出現未來現金付款。
- (2) 上市開支指就本集團全球發售(「全球發售」)產生的開支。

本集團的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,034.5百萬元大幅增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣2,447.6百萬元，主要歸因於期內利潤增加及確認的股份支付開支及上市開支增加。

使用權資產

本集團的使用權資產包括倉庫、辦公場所、自營店及土地使用權。使用權資產由截至2025年12月31日的人民幣467.3百萬元下降至截至2026年6月30日的人民幣441.9百萬元，主要歸因於報告期內折舊及閉店的綜合影響。

商譽

本集團的商譽保持穩定，截至2025年12月31日及截至2026年6月30日均為人民幣2,250.4百萬元。

其他無形資產

本集團的其他無形資產包括軟件、商標及客戶關係。本集團的其他無形資產保持相對穩定，截至2025年12月31日為人民幣1,032.6百萬元，而截至2026年6月30日為人民幣1,026.4百萬元。

存貨

本集團的存貨包括成品、在途貨物及其他存貨。存貨保持相對穩定，截至2025年12月31日為人民幣2,490.2百萬元，而截至2026年6月30日為人民幣2,480.9百萬元，主要歸因於本集團執行更嚴格的存貨管控措施以實現存貨運營質量持續改善。

預付款項、押金及其他應收款項

本集團的預付款項、押金及其他應收款項包括(i)向供應商支付的採購預付款、(ii)運營中產生的押金及其他應收款項、(iii)應收聯營公司的款項、(iv)可抵扣增值稅、(v)減值撥備、及(vi)其他流動及非流動資產。預付款項、押金及其他應收款項由截至2025年12月31日的人民幣1,935.6百萬元減少11.1%至截至2026年6月30日的人民幣1,720.0百萬元，主要歸因於本集團向供應商支付的採購預付款減少，該減少主要源於本集團實施積極的預付款項管理措施，部分被運營中產生的押金及其他應收款項增加所抵消。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

本集團的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產指我們所購買的高信用質量金融機構所發行為期一年以內或即時到期的理財產品及結構性存款等。以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產截至2026年6月30日為人民幣300.0百萬元，而截至2025年12月31日無餘額。

貿易應付款項及應付票據

本集團的貿易應付款項及應付票據主要包括採購商品及第三方物流服務的應付款項。本集團的貿易應付款項及應付票據由截至2025年12月31日的人民幣1,177.2百萬元增加16.9%至截至2026年6月30日的人民幣1,375.9百萬元，主要歸因於本集團採購規模擴大及調整部分供應商結算模式，由預付結算轉為賬期結算的綜合影響。

其他應付款項及應計費用

本集團的其他應付款項及應計費用包括(i)應付工資及福利，(ii)應計費用及其他應付款項，主要與差旅費、服務費及租金費用有關，(iii)其他應付稅項，及(iv)應付加盟商及供應商的流動及非流動押金(指本集團持作抵押的加盟商資金，以確保加盟商遵守加盟協議)。其他應付款項及應計費用由截至2025年12月31日的人民幣1,399.6百萬元增加17.0%至截至2026年6月30日的人民幣1,637.1百萬元，主要歸因於應付押金增加，主要由於本集團的門店網絡擴張所致。

流動資金和資本資源

截至2026年6月30日止六個月，本集團主要使用業務經營所得收益和募集資金解決現金需求。

截至2026年6月30日，本集團的現金及現金等價物為人民幣10,617.0百萬元，按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產為300.0百萬元，受限制現金為人民幣15.7百萬元，合計人民幣10,932.7百萬元，較截至2025年12月31日的人民幣3,744.3百萬元增加192.0%。本集團就財政政策採取了審慎的財務管理方法，確保流動資金結構可一直滿足資本需要。考慮到全球發售的所得款項淨額以及本集團可用的財務資源(包括現金及現金等價物、銀行借款及經營活動所得現金流量)，本集團有足夠的營運資金滿足本集團目前的需要。

計息銀行借款

截至2026年6月30日，本集團並無計息銀行借款。

或然負債

截至2026年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

資本承諾

截至2026年6月30日，本集團的資本承諾為人民幣25.9百萬元(截至2025年12月31日：人民幣96.0百萬元)，包括已訂約但未付款的物業、廠房及設備購買。

重大投資、重大收購及出售

截至2026年6月30日，本集團並無須根據香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄D2第32(4A)段披露的重大投資(包括對一家被投資公司的任何投資，而截至2026年6月30日佔本集團資產總值5%或以上)，亦無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售。

重大投資或資本資產的未來計劃

截至2026年6月30日，除招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露，以及下文「其他資料—所得款項用途」一節進一步闡明者外，本集團概無任何重大投資或資本資產的未來計劃。

外匯風險

截至2026年6月30日止六個月，本集團在中國經營，且大部分交易均以人民幣結算。本集團尋求通過將淨外幣持倉量降至最低來限制本集團承受的外匯風險。本集團認為本集團的業務並無承受重大外匯風險，原因是並無以本集團實體各自的功能貨幣以外的貨幣計值的重大金融資產或負債，因此並無就任何匯率波動作對沖。

資產抵押

截至2026年6月30日，本集團並無任何資產抵押。

資產負債比率

本集團的資產負債比率等於負債總額除以截至期末的資產總額，再乘以100%。資產負債比率由截至2025年12月31日的約35.8%下跌至截至2026年6月30日的約27.9%。

資本開支

截至2026年6月30日止六個月，資本開支總額約為人民幣164.0百萬元，而截至2025年6月30日止六個月則約為人民幣105.9百萬元。資本開支主要因購買物業、廠房及設備項目、購買其他無形資產而產生。本集團擬主要利用經營所得現金流量、銀行借款以及全球發售所得款項淨額支付計劃資本開支。請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」以瞭解更多詳情。本集團可能會根據發展計劃或根據市場狀況和本集團認為適當的其他因素調整任何特定年份的資本支出。

僱員、培訓及薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團擁有10,223名僱員，大部分位於中國。

本集團的成功在相當大程度上依賴於本集團吸引、激勵及挽留足夠數量的合資格僱員的能力。本集團採納嚴格的高標準招聘程序確保新聘員工素質。本集團採用多種招聘方式(包括校園招聘、網絡招聘、內部推薦及通過獵頭公司或代理招聘)滿足本集團對不同類型人才的需求。本集團相信，本集團為僱員提供具有競爭力的薪酬待遇及鼓勵自我發展及創造力的環境。本集團為不同部門及職位的僱員設計及提供不同的培訓課程，覆蓋經營、數字化、研發、品牌及營銷、職業發展以及綜合管理等方面，以加強其專業技能，並了解本集團及該行業。本集團已與全體僱員訂立勞動合同及保密協議。本集團設立績效評估系統，每月對僱員的表現進行評估，這構成了釐定僱員可能所獲的薪酬水平、花紅及晉升的基準。

截至2026年6月30日止六個月，僱員薪酬及福利開支為人民幣1,115.2百萬元。

業務展望

展望未來，本集團將繼續踐行以量販模式滿足大眾消費者對優質、平價的零食及食品飲料需求的經營理念，依託供應鏈重構、持續改善產品組合等方式，提供品類豐富、高質價比、高頻上新的產品，並致力於打造歡樂、舒適的逛店體驗。

本集團相信，以下優勢可令本集團充分利用中國休閒食品飲料零售行業的機遇：

- 知名的食品飲料零售商，且持續快速增長
- 卓越的產品能力和強大的供應鏈保障
- 歡樂、舒適的逛店體驗，和標準化門店運營保證的一致性
- 深入、廣泛的門店網絡覆蓋，和易見、易達的門店選址
- 創新營銷搶佔用戶心智，品牌形象深入人心
- 全流程數字化能力，進一步助推卓越運營
- 具有戰略眼光的管理團隊和廉潔務實的企業文化

本集團將繼續踐行以下戰略，以推動進一步發展：

系統性升級門店網絡：本集團將在全國範圍內穩步推進門店拓展與結構優化，堅持在人流量大、易見易達的街邊位置佈局，持續強化門店網絡對各線級城市消費者的觸達能力，特別是鞏固並深化對縣城及鄉鎮等下沉市場的覆蓋優勢，以進一步釋放廣泛且縱深的門店網絡佈局帶來的規模效應與網絡效率。

圍繞市場需求，主動迭代產品：本集團將通過提供品類豐富、高質價比、高頻上新的產品，持續滿足消費者對多樣化與高性價比的需求。本集團將堅持初選、試吃、試賣、推廣的標準化選品決策機制，保持每月平均上新數百款產品的上新節奏；並進一步深化圍繞用戶需求的產品精選與定制，通過與廠商合作在口味、包裝及／或規格方面開展定制開發，配合小包裝和散裝稱重產品等方式，持續降低嘗新門檻、提升產品差異化供給能力。

持續優化、升級供應鏈體系：本集團將繼續通過直接向廠商採購，並直接面向終端消費者銷售，減少中間環節，並實現規模經濟，夯實產品物超所值的競爭力。未來本集團將圍繞效率與穩定性，持續提升從採購、倉儲到配送的協同能力，以支持門店網絡擴張並提高周轉效率，從而進一步鞏固在充分保障品質的前提下的質價比優勢與供應保障能力。

提升數字化水平，提高管理效率：本集團將依託已建立的涵蓋選品採購、倉儲物流及加盟商與門店管理的全流程數字化能力，進一步提升規模化運營過程中的標準化及高效率。同時，本集團將持續完善可視化門店陳列模板、標準化門店管理與培訓體系，進一步強化「萬店如一」的體驗與服務一致性，並以數字化手段提升門店運營質量、組織協同效率與風險識別能力。此外，本集團將重點深化算法驅動的智能補貨、差異化選品、門店數字化診斷及AI調度等能力，力求讓門店經營更加簡單高效。

進一步加大營銷力度及強化本集團的品牌影響力：本集團將通過更有效的市場傳播與門店端體驗聯動，提升品牌辨識度與消費者觸達效率。本集團將依託門店網絡中人流量大、易見易達的街邊位置的優勢，並持續打造歡樂、舒適的逛店體驗，結合燈光、陳列、購物動線設計及店內互動活動等方式，強化門店的市場辨識度，提升消費者在店內的駐足時間與轉化率。同時，本集團將堅持雙品牌策略，保持「零食很忙」與「趙一鳴零食」既有的消費者認知基礎，並基於各個經營管理環節已進行深度融合、實現無縫信息共享及標準化經營的運營基礎，進一步提升品牌展示與傳播的一致性，鞏固消費者對本集團品類豐富、高質價比、高頻上新的產品的心智認同。

企業管治

遵守企業管治守則

本公司致力於達成高水平的企業管治，這對本公司的發展及保障股東權益至關重要。本公司已採納上市規則附錄C1所載企業管治守則(「企業管治守則」)的原則及守則條文，作為本公司企業管治實務的基礎。

由於本公司H股(「H股」)於2026年1月28日(「上市日期」)在香港聯交所上市，故企業管治守則僅自上市日期起適用於本公司。

董事會認為，除下文提述的本公司董事長與總經理為同一人外，本公司於上市日期至本公告日期期間已遵守企業管治守則項下所有適用的守則條文。董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治實務，確保本公司遵守企業管治守則及維持高標準的企業管治常規。

截至本公告日期，本公司董事長與總經理為晏周先生。

鑒於晏周先生自本集團成立以來作出巨大貢獻及其豐富的經驗，本公司認為由晏周先生擔任董事長兼總經理將為本集團提供強而有力及貫徹一致的領導，並有助於有效實行本公司的業務策略。本公司認為晏周先生於上市後繼續擔任董事長及總經理屬恰當且有利於本公司業務發展及前景，故現時無意劃分董事長及總經理的職權。

儘管此將構成偏離企業管治守則第2部分的守則條文第C.2.1條，惟董事會認為此安排將不會損害董事會與本公司管理層之間的權責平衡，理由為(i)董事會擁有充足的制衡機制，原因為董事會作出的決策須經至少過半董事批准，且董事會包括三名獨立非執行董事，符合上市規則的規定；(ii)晏周先生及其他董事知悉並承諾履行董事的受信責任，當中規定(其中包括)彼為本公司利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並將為本集團作出相應決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，其會定期會面以討論影響本公司運營的事宜，確保權責平衡。此外，本集團整體戰略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。董事會將繼續審閱本集團企業管治架構的成效，以評估是否有必要分離董事長及總經理的角色。

遵守董事進行證券交易的標準守則

董事會已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為規範董事買賣本公司證券的行為守則。由於本公司H股於2026年1月28日於香港聯交所上市，標準守則於上市日期開始適用於本公司。經董事會作出之具體查詢，全體董事確認彼等於上市日期至2026年6月30日期間已遵守標準守則之條文。

審核委員會

審核委員會由一名非執行董事及兩名獨立非執行董事組成，即彭慧女士、蘇凱博士及伍前輝女士。彭慧女士(審核委員會主席)持有上市規則第3.10(2)條及3.21條所規定的適當專業資格。

審核委員會已審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的未經審核綜合財務報表及中期業績。審核委員會認為，中期業績符合適用會計準則、法律法規，且本公司已就此作出適當披露。審核委員會亦就本公司採納的會計政策及慣例以及內部控制與本公司高級管理層進行討論。

安永會計師事務所的工作範圍

本公司核數師安永會計師事務所已按照香港會計師公會所頒佈的香港審閱業務準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的未經審核綜合財務報表及中期業績。

其他資料

購買、出售或贖回本公司的上市證券

截至2026年6月30日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份(定義見上市規則)，如有)。

截至2026年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份(定義見上市規則)。

所得款項用途

於2026年1月28日，H股於香港聯交所主板上市。本公司收取全球發售所得款項淨額(包括悉數行使超額配股權)(扣除包銷佣金及相關成本和費用後)約4,090.9百萬港元。截至2026年6月30日，本集團已根據招股章程所載擬定用途累計動用所得款項淨額中的約463.7百萬港元，約佔所得款項淨額的11.3%，餘下未動用所得款項淨額約為3,627.2百萬港元。本公司計劃根據招股章程所載用途使用該等所得款項淨額。截至2026年6月30日，本公司動用全球發售所得款項淨額的詳情載列如下：

使用用途	佔所得款項 淨額的 百分比 %	所得款項 淨額 (百萬港元)	自上市日期	截至2026年	截至2026年	悉數動用 尚未動用 所得款項的 預期時間表
			至2026年 6月30日 已動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	6月30日 尚未動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	6月30日 尚未動用的 所得款項淨額 (百萬港元)	
提升本公司的供應鏈 能力及提高本公司的 產品開發能力	25.00%	1,022.7	7.9	1,014.8		2029年之前
門店網絡升級，以及 加盟商的持續賦能	20.00%	818.2	37.1	781.1		2029年之前
品牌建設及推廣活動	20.00%	818.2	35.5	782.7		2029年之前
提升本公司的科技能力 和數字化水平	20.00%	818.2	–	818.2		2029年之前
有選擇性地尋求與 本公司業務互補的 戰略投資和收購機會	5.00%	204.5	13.8	190.7		2029年之前
營運資金及其他一般 企業用途	10.00%	409.1	369.4	39.7		2029年之前
合計	100.00%	4,090.9	463.7	3,627.2		

註：悉數動用尚未動用所得款項的預期時間表乃基於本集團的預測作出，具體將取決於現實及未來市況的發展情況。

全球發售的所得款項淨額將根據招股章程披露之用途及比例使用。本公司已將尚未動用的所得款項淨額存放於持牌商業銀行及／或其他授權金融機構的短期計息賬戶。本公司將遵守有關外匯登記及所得款項匯款的中國法律。

重大訴訟

截至2026年6月30日，本公司並未涉及任何可能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訴訟或仲裁。於報告期及直至本公告日期，董事亦不知悉由或向本集團作出的任何待決，或面臨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訴訟或申索。

報告期後事項

除上文所披露者外，本公司並不知悉自2026年6月30日起至本公告日期期間的任何重大期後事項。

中期股息

董事會不建議宣派截至2026年6月30日止六個月的中期股息。

於截至2026年6月30日止六個月，並無股東放棄或同意放棄任何股息。

中期簡明綜合損益及其他全面收益表
截至2026年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
收入	4	44,996,585	28,123,954
銷售成本		<u>(39,809,606)</u>	<u>(25,500,935)</u>
毛利		5,186,979	2,623,019
其他收入及收益及其他開支	5	6,283	47,668
銷售及營銷開支		(1,580,646)	(1,023,663)
行政開支		(568,218)	(409,120)
金融資產減值虧損撥回／(減值虧損)淨額		1,549	(2,975)
財務費用		(5,826)	(7,377)
應佔聯營公司利潤		<u>10,093</u>	<u>2,730</u>
除稅前利潤	6	3,050,214	1,230,282
所得稅費用	7	<u>(810,529)</u>	<u>(353,303)</u>
期內利潤及全面收益總額		<u>2,239,685</u>	<u>876,979</u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		<u>2,239,685</u>	<u>876,979</u>
母公司普通權益持有人應佔每股盈利， 以人民幣元計			
基本	9	<u>10.42</u>	<u>4.49</u>
攤薄	9	<u>10.42</u>	<u>4.49</u>

中期簡明綜合財務狀況表
於2026年6月30日

		2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		569,032	466,934
使用權資產		441,936	467,279
商譽	10	2,250,400	2,250,400
其他無形資產	11	1,026,407	1,032,554
於聯營公司的投資		84,204	104,037
遞延稅項資產		91,414	92,137
預付款項、其他應收款項及其他資產		44,602	34,277
非流動資產總值		4,507,995	4,447,618
流動資產			
存貨		2,480,886	2,490,234
貿易應收款項	12	14,487	7,394
預付款項、其他應收款項及其他資產		1,675,409	1,901,301
按公允價值計量及其變動計入損益 的金融資產		300,000	—
受限制現金		15,658	7,685
現金及現金等價物		10,617,019	3,736,614
		15,103,459	8,143,228
持作出售非流動資產		10,000	10,000
流動資產總值		15,113,459	8,153,228
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	13	1,375,920	1,177,191
合同負債		1,251,708	933,268
其他應付款項及應計費用		1,629,587	1,392,070
租賃負債		210,390	199,476
應付稅項		490,947	295,322
流動負債總額		4,958,552	3,997,327
流動資產淨值		10,154,907	4,155,901
資產總值減流動負債		14,662,902	8,603,519

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
附註		
非流動負債		
其他應付款項及應計費用	7,487	7,550
租賃負債	147,061	179,371
遞延稅項負債	245,124	246,446
合同負債	107,935	86,048
	<u>507,607</u>	<u>519,415</u>
非流動負債總額		
	<u>507,607</u>	<u>519,415</u>
資產淨值	14,155,295	8,084,104
	<u>14,155,295</u>	<u>8,084,104</u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	217,838	200,000
儲備	13,937,457	7,884,104
	<u>13,937,457</u>	<u>7,884,104</u>
權益總額	14,155,295	8,084,104
	<u>14,155,295</u>	<u>8,084,104</u>

中期簡明綜合財務資料附註

截至2026年6月30日止六個月

1. 編製基準

截至2026年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料乃根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。本財務資料以人民幣(「人民幣」)呈列，除另有指明外，所有金額約整至最接近千位。中期簡明綜合財務資料並不包含年度財務報表要求的全部資料及披露，且應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

2. 會計政策的變更

編製中期簡明綜合財務資料所採用的會計政策與編製本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表所採用者一致，惟就本期間的財務資料首次採用以下經修訂國際財務報告準則會計準則除外。

國際財務報告準則第9號及國際財務 對金融工具的分類及計量的修訂
報告準則第7號修訂本

國際財務報告準則第9號及國際財務 涉及依賴自然能源生產電力的合同
報告準則第7號修訂本

國際財務報告會計準則年度改進
—第11卷

國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號修訂本

自2026年1月1日起生效的該等國際財務報告準則會計準則的應用對本集團當期及過往期間的財務狀況及表現以及該等簡明綜合財務報表所載的披露資料並無任何重大影響。

3. 經營分部資料

由於本集團截至2026年及2025年6月30日止六個月的收入以及本集團於2026年6月30日及2025年12月31日的總資產來自單一經營分部，因此並未呈列經營分部資料。

地區資料

由於本集團截至2026年及2025年6月30日止六個月的所有收入均來自中國且本集團所有非流動資產均位於中國境內，故並無呈列進一步的地區資料。

有關主要客戶的資料

截至2026年及2025年6月30日止六個月，向單一客戶的銷售收入並未達到本集團收入的10%或以上。

4. 收入

收入指來自向客戶銷售商品，以及提供相關服務的收入。

分類收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
客戶合約收入		
銷售商品	44,541,272	27,920,212
提供相關服務	455,313	203,742
客戶合約收入總額	44,996,585	28,123,954
收入確認時間		
於某一時間點轉讓商品及服務	44,945,094	28,071,827
隨時間轉讓服務	51,491	52,127
客戶合約收入總額	44,996,585	28,123,954

履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售商品

當商品售予加盟店時，履約責任於商品交付予客戶時達成。對於大多數有關銷售交易而言，客戶在交付商品前即已預付款項。當商品通過自營店售予終端客戶時，履約責任於終端客戶擁有商品且同時我們收到款項時達成。

根據會員忠誠計劃，終端客戶有權獲得忠誠積分，該計劃將交易價格的一部分分配給終端客戶有權獲得的忠誠積分。收入於忠誠積分兌換或過期時予以確認。

提供相關服務

管理、技術及培訓服務的履約責任於提供服務時隨時間達成。一般而言，該等服務合約為期3年或5年，且通常須預先付款。

裝卸服務及佣金類中介服務的履約責任於服務完成時達成。這些服務合約在服務完成後出票並於1個月內付款。

5. 其他收入及收益及其他開支

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
利息收入	22,860	6,149
政府補助	4,438	27,143
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產的 公允價值變動	2,049	—
已收到的補償金	27,872	14,167
捐贈	(2,653)	(1,057)
於聯營公司的投資減值	(26,806)	—
外匯差額淨額	(35,284)	(179)
未決訴訟撥備撥回	—	20,400
出售其他無形資產的虧損	—	(12,710)
出售一間聯營公司的虧損	(3,120)	—
其他	16,927	(6,245)
	6,283	47,668

6. 除稅前利潤

本集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
已售存貨成本	39,080,290	24,926,134
運輸費用	601,135	414,676
物業、廠房及設備折舊	31,027	19,082
使用權資產折舊	122,846	76,051
無形資產攤銷	12,152	10,268
核數師薪酬	800	4,892
上市開支	29,700	15,765
僱員福利開支(包括董事、最高行政人員及 監事的薪酬)：		
工資及薪金以及其他福利	844,943	498,061
退休金計劃供款、社會福利及其他福利*	91,964	59,164
股份支付開支	178,245	141,710
與短期租賃有關的開支	42,841	24,336
貿易應收款項減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	93	(11)
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的 金融資產的(減值虧損撥回)／減值虧損淨額	(1,642)	2,986
於一間聯營公司的投資減值	26,806	—
出售一間聯營公司的虧損	3,120	—
出售物業、廠房及設備項目的收益	(1,110)	(805)
出售其他無形資產的虧損	—	12,710

* 本集團(作為僱主)並無沒收的供款可供用作減低現有供款水平。

7. 所得稅

本集團須按實體基準就於本集團成員公司註冊及經營所在稅務司法權區產生或取得的利潤繳納所得稅。

中國企業所得稅

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》，本集團中國子公司的企業所得稅稅率為25%，惟有權享受下文所載稅項豁免者除外。

本集團的若干中國子公司符合小微企業資格，於截至2026年及2025年6月30日止六個月期間有權就少於人民幣3,000,000元的應課稅收入享有5%的優惠企業所得稅稅率。

香港利得稅

就本集團於香港註冊成立的附屬公司而言，根據兩級制利得稅率制度，於截至2026年及2025年6月30日止六個月期間根據香港利得稅計算的首2,000,000港元的應課稅利潤按8.25%稅率繳納。於截至2026年及2025年6月30日止六個月期間餘下超出2,000,000港元的應課稅利潤則按16.5%稅率繳納。

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期所得稅	811,128	326,188
遞延稅項	(599)	27,115
期內稅項開支總額	<u>810,529</u>	<u>353,303</u>

8. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
本公司宣派的股息	<u>-</u>	<u>300,000</u>

截至2026年6月30日止六個月，本公司並無派付或宣派任何股息。

於2025年3月12日，本公司向其股東宣派股息人民幣300,000,000元，股息已於2025年4月支付。

9. 本公司普通股權持有人應佔每股盈利

每股基本盈利的金額乃根據截至2026年及2025年6月30日止六個月母公司擁有人應佔年內利潤，以及截至2026年及2025年6月30日止六個月發行在外普通股的加權平均數計算。

於2025年3月，本公司改制為股份有限公司後，本公司實繳資本已全部轉換為普通股。於2025年4月，本公司將其資本儲備擴充資本，方式為就全體股東持有的每1股股份發行約3.75股額外股份。發行在外普通股的加權平均數已進行追溯調整，以反映擴充資本後的股份數量，包括股份結構改革及資本化調整。

每股攤薄盈利的金額是根據母公司擁有人應佔期內利潤計算。計算中使用的普通股加權平均數是期內發行在外的普通股股數(用於每股基本盈利計算)及假設所有潛在攤薄普通股被視作行使或轉換為普通股而以零代價發行的普通股加權平均數。

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
盈利		
用於計算每股基本盈利的母公司擁有人應佔利潤 (人民幣千元)	<u>2,239,685</u>	<u>876,979</u>
股份		
用於計算每股基本盈利的發行在外普通股的加權平均數	214,872,695	195,166,667
攤薄影響－普通股加權平均數：		
本公司發行的購股權	<u>—</u>	<u>65,992</u>
總計	<u>214,872,695</u>	<u>195,232,659</u>

10. 商譽

人民幣千元

於2025年12月31日(經審核)及2026年6月30日(未經審核)的成本及賬面淨值 2,250,400

商譽及具無限可使用年期的無形資產的減值測試

通過業務合併取得的商譽及具無限可使用年期的無形資產被分配至宜春趙一鳴食品科技有限公司及其子公司(「趙一鳴集團」)的現金產生單位(「現金產生單位」)進行減值測試。

分配至現金產生單位的商譽及具無限可使用年期的無形資產的賬面值如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
商譽賬面值	2,250,400	2,250,400
具無限可使用年期的無形資產賬面值	<u>902,880</u>	<u>902,880</u>

包含商譽的現金產生單位應每年進行減值測試，或當管理層認為發生可能被視作商譽減值跡象的事件及情況變化時進行減值測試。於2026年6月30日，管理層未發現任何情況表明已分配商譽之現金產生單位可能出現減值。

11. 其他無形資產

	商標 (附註(i)) 人民幣千元	客戶關係 人民幣千元	軟件 人民幣千元	總計 人民幣千元
2026年6月30日(未經審核)				
於2026年1月1日：				
成本	902,880	105,836	59,409	1,068,125
累計攤銷	<u>—</u>	<u>(22,931)</u>	<u>(12,640)</u>	<u>(35,571)</u>
賬面淨值	<u>902,880</u>	<u>82,905</u>	<u>46,769</u>	<u>1,032,554</u>
於2026年1月1日，扣除累計攤銷	902,880	82,905	46,769	1,032,554
添置	—	—	6,005	6,005
期內計提攤銷	<u>—</u>	<u>(5,292)</u>	<u>(6,860)</u>	<u>(12,152)</u>
於2026年6月30日，扣除累計攤銷	<u>902,880</u>	<u>77,613</u>	<u>45,914</u>	<u>1,026,407</u>
於2026年6月30日：				
成本	902,880	105,836	65,414	1,074,130
累計攤銷	<u>—</u>	<u>(28,223)</u>	<u>(19,500)</u>	<u>(47,723)</u>
賬面淨值	<u>902,880</u>	<u>77,613</u>	<u>45,914</u>	<u>1,026,407</u>

	商 標 (附註(i)) 人民幣千元	客 戶 關 係 人民幣千元	軟 件 人民幣千元	總 計 人民幣千元
2025年6月30日(未經審核)				
於2025年1月1日：				
成本	902,880	105,836	42,727	1,051,443
累計攤銷	—	(12,348)	(9,510)	(21,858)
賬面淨值	<u>902,880</u>	<u>93,488</u>	<u>33,217</u>	<u>1,029,585</u>
於2025年1月1日，扣除累計攤銷	902,880	93,488	33,217	1,029,585
添置	—	—	5,563	5,563
年內計提攤銷	—	(5,291)	(4,977)	(10,268)
出售	—	—	(12,710)	(12,710)
於2025年6月30日，扣除累計攤銷	<u>902,880</u>	<u>88,197</u>	<u>21,093</u>	<u>1,012,170</u>
於2025年6月30日：				
成本	902,880	105,836	28,954	1,037,670
累計攤銷	—	(17,639)	(7,861)	(25,500)
賬面淨值	<u>902,880</u>	<u>88,197</u>	<u>21,093</u>	<u>1,012,170</u>

附註：

- (i) 於2023年11月，本集團收購趙一鳴集團，其中商標預期具有無限可使用年期。商標分配至趙一鳴集團，該集團被視為現金產生單位作減值測試。

12. 貿易應收款項

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	14,676	7,490
減值	(189)	(96)
總計	<u>14,487</u>	<u>7,394</u>

本集團尋求對其未收應收款項保持嚴格控制，並設有信貸控制部門以盡量降低信貸風險。信貸期通常介乎一天至一個月。逾期結餘由高級管理層定期覆核。鑒於上文所述及本集團的貿易應收款項涉及多名多元化客戶，故並無重大信貸集中風險。本集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或採取其他信貸增強措施。貿易應收款項結餘為免息。

於2026年6月30日及2025年12月31日，貿易應收款項的賬齡分析(基於發票日期及經扣除虧損撥備)如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
1個月內	14,474	7,337
1至3個月	10	52
3至6個月	3	5
總計	<u>14,487</u>	<u>7,394</u>

13. 貿易應付款項及應付票據

於2026年6月30日及2025年12月31日，基於發票日期的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
6個月內	<u>1,375,920</u>	<u>1,177,191</u>

貿易應付款項及應付票據為不計息，一般於6個月內結算。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊載於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(<http://www.busyming.com/>)。本公司截至2026年6月30日止六個月的中期報告將適時於相同網站刊發以供查閱。

承董事會命
湖南鳴鳴很忙商業連鎖股份有限公司
董事長、執行董事兼總經理
晏周先生

中國湖南省長沙市，2026年8月24日

於本公告日期，本公司的董事會成員包括執行董事晏周先生、趙定先生、王鈺潼先生、王平安先生及李維先生；非執行董事蘇凱博士；及獨立非執行董事彭慧女士、邱煌先生及伍前輝女士。