

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



**卫龙美味全球控股有限公司**  
**WEILONG Delicious Global Holdings Ltd**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9985)

**截至2025年12月31日止年度之  
全年業績公告**

**2025年全年業績摘要**

- 總收入為人民幣7,223.8百萬元，同比上升15.3%；
- 毛利為人民幣3,466.4百萬元，同比上升14.9%；
- 毛利率為48.0%，同比下降0.1個百分點；
- 年內利潤為人民幣1,427.3百萬元，同比上升33.6%；
- 每股基本盈利為人民幣0.60元，同比上升30.4%；
- 建議派發末期股息每股普通股人民幣0.17元；
- 中期股息每股普通股人民幣0.18元已於2025年10月派發。

卫龙美味全球控股有限公司(「本公司」或「卫龙美味」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)截至2025年12月31日止年度(「本年度」或「報告期」)之按《國際財務報告準則》會計準則編製的合併業績，連同截至2024年12月31日止相應年度(「上年度」)的比較數字。

## 合併損益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
來自客戶合同的收入	3	7,223,759	6,266,326
銷貨成本	3, 6	<u>(3,757,398)</u>	<u>(3,250,194)</u>
毛利		3,466,361	3,016,132
經銷及銷售費用	6	(1,171,371)	(1,026,306)
管理費用	6	(419,738)	(491,005)
金融資產減值收益淨額		-	36
其他收入淨額	4	65,073	76,980
其他虧損淨額	5	<u>(87,037)</u>	<u>(174,820)</u>
經營利潤		1,853,288	1,401,017
融資收入	7	204,769	179,470
融資成本	7	<u>(27,915)</u>	<u>(19,234)</u>
融資收入淨額	7	<u>176,854</u>	<u>160,236</u>
所得稅前利潤		2,030,142	1,561,253
所得稅費用	8	<u>(602,873)</u>	<u>(493,146)</u>
年內利潤		<u>1,427,269</u>	<u>1,068,107</u>
以下各方應佔利潤：			
— 本公司擁有人		1,425,204	1,068,512
— 非控股權益		<u>2,065</u>	<u>(405)</u>
本公司擁有人應佔利潤的 每股盈利(人民幣元)			
每股基本盈利	9	0.60	0.46
每股攤薄盈利	9	<u>0.60</u>	<u>0.46</u>

## 合併綜合收益表

截至2025年12月31日止年度

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年內利潤	<u>1,427,269</u>	<u>1,068,107</u>
其他綜合收益／(虧損)		
可重新分類至損益的項目：		
換算海外業務的匯兌差額	10,821	7,862
不可重新分類至損益的項目：		
換算本公司的匯兌差額	<u>(95,735)</u>	<u>34,753</u>
年內其他綜合收益／(虧損)，扣除稅項	<u>(84,914)</u>	<u>42,615</u>
年內綜合收益總額	<u>1,342,355</u>	<u>1,110,722</u>
以下各方應佔年內綜合收益總額：		
— 本公司擁有人	1,340,495	1,111,143
— 非控股權益	<u>1,860</u>	<u>(421)</u>

# 合併財務狀況表

2025年12月31日

	12月31日	
	2025年	2024年
附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>資產</b>		
<b>非流動資產</b>		
物業、廠房及設備	1,408,230	1,205,219
使用權資產	499,940	474,100
商譽	4,269	4,269
其他無形資產	20,929	17,219
初始期限為三個月以上的定期存款	2,215,848	2,879,414
遞延所得稅資產	45,209	22,224
其他非流動資產	41,011	60,270
<b>非流動資產總值</b>	<b>4,235,436</b>	<b>4,662,715</b>
<b>流動資產</b>		
貿易及其他應收款項及預付款項	11 270,808	253,353
存貨	889,099	878,262
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產	250,103	—
初始期限為三個月以上的定期存款	4,016,708	1,546,366
現金及現金等價物	1,690,604	841,717
<b>流動資產總值</b>	<b>7,117,322</b>	<b>3,519,698</b>
<b>資產總值</b>	<b>11,352,758</b>	<b>8,182,413</b>

# 合併財務狀況表(續)

2025年12月31日

	12月31日	
	2025年	2024年
附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>負債</b>		
<b>非流動負債</b>		
借款	–	176,015
租賃負債	16,057	19,826
遞延收入	160,758	154,324
遞延所得稅負債	129,787	125,807
	<u>306,602</u>	<u>475,972</u>
<b>非流動負債總額</b>	<b>306,602</b>	<b>475,972</b>
<b>流動負債</b>		
貿易及其他應付款項	12 937,238	826,627
合同負債及退款負債	505,970	597,310
即期所得稅負債	85,491	53,510
借款	2,201,010	212,945
租賃負債	5,922	9,619
	<u>3,735,631</u>	<u>1,700,011</u>
<b>流動負債總額</b>	<b>3,735,631</b>	<b>1,700,011</b>
<b>負債總額</b>	<b>4,042,233</b>	<b>2,175,983</b>
<b>資產淨值</b>	<b>7,310,525</b>	<b>6,006,430</b>
<b>權益</b>		
股本	161	155
其他儲備	3,074,634	2,009,487
留存盈利	4,224,791	3,987,709
	<u>7,299,586</u>	<u>5,997,351</u>
<b>本公司擁有人應佔權益</b>	<b>7,299,586</b>	<b>5,997,351</b>
非控股權益	10,939	9,079
	<u>7,310,525</u>	<u>6,006,430</u>
<b>權益總額</b>	<b>7,310,525</b>	<b>6,006,430</b>
<b>權益及負債總額</b>	<b>11,352,758</b>	<b>8,182,413</b>

# 合併財務報表附註

2025年12月31日

## 1. 一般資料

本公司於2018年7月6日根據開曼群島法律第22章《公司法》(1961年第3號法例，經合併及修訂)於開曼群島註冊成立為豁免有限公司。其註冊辦事處位於Maples Corporate Services Limited的辦事處(地址為PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands)。

本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要在中華人民共和國(「中國」)從事辣味休閒食品的生產和銷售。

本公司的最終控股公司為和和全球資本有限公司。最終控制方為劉衛平先生及其弟弟劉福平先生(「控股股東」)，彼等亦分別為本公司董事會主席及執行董事。

本公司股份已於2022年12月15日以首次公開發售(「首次公開發售」)方式在香港聯合交易所有限公司主板上市(「上市」)。

## 2.1 編製基準

本集團合併財務報表乃按照國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的《國際財務報告準則》會計準則及《香港公司條例》的披露規定編製。合併財務報表根據歷史成本慣例進行編製，惟若干金融資產乃按公允價值計量。除另有說明外，該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，且所有價值均約整至最接近千位。

## 2.2 會計政策及披露事項變動

本集團已於本年度財務報表首次採納《國際會計準則》第21號修訂本「缺乏可兌換性」。本集團尚未提前採納任何其他已頒佈但尚未生效的準則或修訂本。

《國際會計準則》第21號(修訂本)訂明實體應如何評估貨幣是否可兌換為另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性的情況下如何估計計量日期的即期匯率。該等修訂要求披露使財務報表使用者能夠了解不可兌換貨幣的影響的資料。由於本集團交易的貨幣及海外附屬公司換算為本集團列賬貨幣的功能貨幣均可兌換，故該等修訂對本集團財務報表並無任何影響。

## 2.3 已頒佈但尚未生效的《國際財務報告準則》會計準則

本集團並未於該等財務報表中應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂《國際財務報告準則》會計準則。本集團擬於其生效時應用該等新訂及經修訂《國際財務報告準則》會計準則(如適用)。

《國際財務報告準則》第18號	財務報表的呈列及披露 <sup>2</sup>
《國際財務報告準則》第19號及其修訂本	非公共受託責任的附屬公司：披露 <sup>2</sup>
《國際財務報告準則》第9號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	金融工具分類及計量的修訂 <sup>1</sup>
《國際財務報告準則》第9號及《國際財務報告準則》第7號(修訂本)	依賴自然能源生產電力的合同 <sup>1</sup>
《國際財務報告準則》第10號及《國際會計準則》第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入 <sup>3</sup>
《國際會計準則》第21號(修訂本)	換算為惡性通脹呈列貨幣 <sup>2</sup>
《國際財務報告準則》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號的修訂 <sup>1</sup>

- 1 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效
- 2 於2027年1月1日或之後開始的年度/報告期間生效
- 3 尚未確定強制生效日期，但可供採納

本集團現正評估首次應用該等新訂及經修訂《國際財務報告準則》會計準則的影響。雖然其中若干部分延續自《國際會計準則》第1號且變動有限，《國際財務報告準則》第18號引入了關於損益表內呈報的新要求，包括指定的總計及小計。該準則亦要求於單一附註披露管理層定義的業績指標，並對財務資料的匯總及分類提出更嚴格的要求。新要求預期將影響本集團的損益表呈列以及本集團財務表現的披露。迄今為止，本集團認為新訂及經修訂準則不大可能對本集團的經營業績及財務狀況產生重大影響。

## 3. 分部資料

本集團主要從事辣味休閒食品的生產及銷售。本集團的大部分收入及業務活動均於中國進行。

就管理目的而言，本集團按產品劃分業務單位，及擁有以下三個可呈報經營分部：

按產品類型劃分：

- 調味麵製品，主要包括大麵筋、小麵筋、親嘴燒、麻辣麻辣等
- 蔬菜製品，主要包括魔芋爽及風吃海帶
- 其他產品，主要包括香辣豆皮、禮盒產品等

主要營運決策者(「主要營運決策者」)監察本集團各經營分部的業績，以作出有關資源分配及績效評估的決定。分部表現乃根據毛利評估。由於主要營運決策者並未為資源分配和績效評估而定期審查此類信息，因此未呈列對分部經營利潤的分析。分部資產及負債未呈列，因為主要營運決策者會集中審查資產及負債。因此，僅呈列分部收入和分部毛利。

## 分部收入及業績

以下是按可報告分部劃分的本集團收入與業績的分析。

	調味麵製品 人民幣千元	蔬菜製品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	合計 人民幣千元
<b>截至2025年12月31日止年度</b>				
收入	2,553,539	4,505,935	164,285	7,223,759
銷貨成本	<u>(1,308,955)</u>	<u>(2,346,912)</u>	<u>(101,531)</u>	<u>(3,757,398)</u>
毛利	<u>1,244,584</u>	<u>2,159,023</u>	<u>62,754</u>	<u>3,466,361</u>
	調味麵製品 人民幣千元	蔬菜製品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	合計 人民幣千元
<b>截至2024年12月31日止年度</b>				
收入	2,667,081	3,370,552	228,693	6,266,326
銷貨成本	<u>(1,401,552)</u>	<u>(1,701,283)</u>	<u>(147,359)</u>	<u>(3,250,194)</u>
毛利	<u>1,265,529</u>	<u>1,669,269</u>	<u>81,334</u>	<u>3,016,132</u>

### (a) 區域資料

按客戶位置劃分的外部客戶的收入如下表所示：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國	7,106,331	6,187,110
海外	<u>117,428</u>	<u>79,216</u>
	<u>7,223,759</u>	<u>6,266,326</u>

本集團的大部分可辨認的資產及負債均位於中國。

### (b) 有關主要客戶的資料

於截至2025年12月31日止年度，對兩名主要第三方客戶的銷售收入為人民幣838.2百萬元及人民幣781.2百萬元，分別佔本集團總收入的約12%及11%（2024年：本集團概無對單一客戶的銷售收入佔本集團總收入的10%或以上）。

(c) 收入分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
來自客戶合同的收入		
銷售貨品	<u>7,223,759</u>	<u>6,266,326</u>

上述收入確認的時間點為於某個時間點履行了銷售及交付貨品的履約義務。

履約義務在貨品驗收時即已履行，通常需要提前付款，但信貸期不超過90日的客戶除外。部分合同為客戶提供退貨權及批量折扣，其導致可變對價。

年初的所有合同負債結餘均於報告期間確認為收入。

本集團概無初始預計期限超過一年的收入合同，因此管理層應用《國際財務報告準則》第15號規定的實際權宜方法，並無需披露截至報告期末分配予未履行或部分履行的履約義務的交易價格總額。

#### 4. 其他收入淨額

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
政府補助		
收入相關(a)	37,012	49,436
資產相關(b)	8,416	6,686
銷售廢料及原材料		
與廢料及原材料相關的所得收益	21,793	28,933
與廢料及原材料相關的成本	(3,125)	(9,422)
增值稅減免	977	1,347
	<u>65,073</u>	<u>76,980</u>

政府補助指從各政府部門獲得的補貼收入，作為對本集團在中國的若干附屬公司的激勵。

- (a) 本集團已收到與收入相關的政府補助及補貼，以作為其對當地經濟增長所作貢獻的獎勵。該等與收入相關的補助在收到該等獎勵以及滿足與獎勵有關的相關條件(倘有)時於損益中確認。該等補助概無涉及任何未達成條件或或有事項。
- (b) 本集團已收到與生產工廠投資相關的若干政府補助。與資產相關的補助在相關資產的使用年期內於損益中確認。

## 5. 其他虧損淨額

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的 公允價值收益／(虧損)	2,757	(120,061)
匯兌虧損淨額	(13,643)	(26,540)
物業、廠房及設備減值	(48,795)	(21,970)
出售物業、廠房及設備虧損	(22,410)	(6,109)
捐贈	(8,554)	(2,014)
出售其他無形資產虧損	-	(1,417)
其他	3,608	3,291
	<u>(87,037)</u>	<u>(174,820)</u>

## 6. 按性質劃分的費用

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
原材料消耗	2,927,325	2,581,344
成品及在途貨物存貨的變動	17,513	(65,432)
僱員福利費用	1,087,279	1,119,817
運輸費用	236,864	200,812
水電燃氣費用	179,330	148,255
推廣及廣告費用	400,346	280,456
其他稅項費用	68,739	64,432
折舊與攤銷	170,343	142,091
差旅費用	46,780	54,448
維修及保養	57,280	50,900
辦公費用	72,423	74,529
核數師酬金		
— 審計服務	4,200	4,000
— 非審計服務	427	1,557
短期租賃相關費用	7,142	17,853
專業費用	22,323	43,288
其他	50,193	49,155
	<u>5,348,507</u>	<u>4,767,505</u>
銷貨成本、經銷及銷售費用及管理費用總額	<u>5,348,507</u>	<u>4,767,505</u>

## 7. 融資收入淨額

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
融資收入		
銀行利息	<u>204,769</u>	<u>179,470</u>
融資成本		
借款利息開支	(27,253)	(19,938)
租賃負債的融資成本	(936)	(719)
減：物業、廠房及設備中資本化的借款成本	<u>274</u>	<u>1,423</u>
	<u>(27,915)</u>	<u>(19,234)</u>
融資收入淨額	<u>176,854</u>	<u>160,236</u>

### (a) 資本化借款成本

截至2025年12月31日止年度，釐定將予以資本化的借款成本金額時使用的資本化率為3.97%（2024年：3.97%），該等資本化率適用於本集團的借款。

## 8. 所得稅費用

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
即期稅項		
年內利潤的即期稅項	<u>518,778</u>	<u>404,398</u>
遞延所得稅		
遞延所得稅資產減少／(增加)	(20,778)	2,684
遞延所得稅負債增加	<u>104,873</u>	<u>86,064</u>
遞延稅項費用總額	<u>84,095</u>	<u>88,748</u>
所得稅費用	<u>602,873</u>	<u>493,146</u>

### (a) 開曼群島所得稅

本公司根據開曼群島《公司法》在開曼群島註冊成立為豁免有限公司，並因而獲豁免繳納當地所得稅。

### (b) 英屬維爾京群島利得稅

本公司在英屬維爾京群島的直接附屬公司為根據2004年英屬維爾京群島《公司法》註冊成立，並因而獲豁免繳納英屬維爾京群島所得稅。

**(c) 香港利得稅**

本公司並無就香港利得稅作出撥備。根據利得稅兩級制，本集團須於報告期間根據香港利得稅就首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%的稅率繳稅。本集團於報告期間須繼續就上述超過2,000,000港元的餘下應課稅利潤按16.5%的稅率繳稅。

**(d) 中國企業所得稅**

在中國註冊成立的企業須於整個報告期按25%的稅率繳納所得稅，惟豁免繳納下文所載稅項者除外。

於報告期，本集團的若干中國附屬公司符合小微企業資格，並有權享有5%的優惠企業所得稅稅率。

本集團的一家中國附屬公司被認定為「高新技術企業」，因此於截至2025年及2024年12月31日止年度期間享有15%的優惠所得稅稅率。該資格由中國相關稅務機關每三年審核一次。

本集團的若干中國附屬公司從事農業，並有權享有農產品免稅。

本集團的所得稅撥備已基於現行法規、詮釋及慣例，按報告期估計應課稅利潤的適用稅率計算。

**(e) 中國預扣稅(「預扣稅」)**

根據適用中國稅務法規，在中國成立的公司就2008年1月1日後取得的利潤向外國投資者分派的股息一般須繳納10%的預扣稅。若在香港註冊成立的外國投資者符合中國與香港簽訂的雙重稅收協定安排的條件及規定，相關預扣稅率將為5%。

於2025年12月31日，已就於中國註冊成立的若干附屬公司將於可見未來分派之盈利而應支付之預扣稅確認遞延所得稅負債。於2025年12月31日，餘下產生自2008年1月1日之未分派盈利金額為人民幣1,889,075,000元(2024年：人民幣2,830,214,000元)，未就此撥備預扣稅。

## 9. 每股盈利

### (a) 基本

每股基本盈利按本公司擁有人應佔利潤(不含除普通股外的任何維護權益費用)除以該年度內發行在外普通股的加權平均數計算。

	2025年	2024年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	1,425,204	1,068,512
發行在外普通股加權平均數(千股)	<u>2,371,579</u>	<u>2,312,789</u>
每股基本盈利(人民幣元)	<u>0.60</u>	<u>0.46</u>

或有可歸還(即可被召回)的發行在外普通股不被視為發行在外股份，且不計入每股基本盈利，直至股份不再可被召回之日為止。

截至2025年12月31日止年度，合共10,805,243份受限制股份單位(2024年：3,092,870份)根據受限制股份單位計劃的條款及條件獲歸屬，因此在計算自歸屬日期起的每股基本盈利時已計及該等股份的影響。

### (b) 攤薄

每股攤薄盈利是在本年內所有可攤薄的潛在普通股被兌換的假設下，調整發行在外普通股的加權平均數後，根據本公司擁有人應佔利潤計算。

	2025年	2024年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	1,425,204	1,068,512
發行在外普通股加權平均數(千股)	2,371,579	2,312,789
就下列各項作出調整：		
—受限制股份單位(千股)	<u>4,064</u>	<u>5,787</u>
每股攤薄盈利的發行在外普通股的經調整加權平均數(千股)	<u>2,375,643</u>	<u>2,318,576</u>
每股攤薄盈利(人民幣元)	<u>0.60</u>	<u>0.46</u>

## 10. 股息

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
截至2023年12月31日止年度已宣派末期及特別股息	–	493,741
截至2024年12月31日止年度已宣派末期及特別股息	<b>705,032</b>	–
截至2024年12月31日止年度已宣派中期股息	–	376,183
截至2025年12月31日止年度已宣派中期股息	<b>437,606</b>	–
	<b><u>1,142,638</u></b>	<b><u>869,924</u></b>

於2025年6月12日，本公司股東於股東週年大會批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派截至2024年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.11元，末期股息總額為人民幣267,426,000元，及截至2024年12月31日止年度的特別股息每股人民幣0.18元，特別股息總額為人民幣437,606,000元。

於2025年8月14日，本公司董事會於董事會議批准利潤分配計劃，據此向全體股東宣派截至2025年12月31日止年度的中期股息每股人民幣0.18元，中期股息總額為人民幣437,606,000元。

股息於2025年6月及10月支付，惟受限制股份單位計劃受託人持有的未歸屬股份的股息除外，金額為人民幣12,794,000元，持有人於受限制股份單位歸屬後將有權獲得股息權。

截至2025年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.17元，末期股息總額為人民幣413,295,000元，其將於應屆股東週年大會上提呈。該等財務報表並無反映該等應付股息。

## 11. 貿易及其他應收款項及預付款項

	12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>貿易應收款項：</b>		
應收第三方款項	90,454	52,843
虧損準備	(5)	(5)
	<u>90,449</u>	<u>52,838</u>
<b>其他應收款項：</b>		
存款	5,048	5,258
提供予第三方的貸款(d)	200	200
其他	1,296	3,437
虧損準備	(200)	(200)
	<u>6,344</u>	<u>8,695</u>
<b>預付款項：</b>		
原材料預付款項	8,727	64,869
服務預付款項	73,709	17,287
待抵扣增值稅進項稅	15,285	67,480
所得稅預付款項	76,294	42,184
	<u>174,015</u>	<u>191,820</u>
	<u><b>270,808</b></u>	<u><b>253,353</b></u>

- (a) 由於即期應收款項的短期性質使然，其賬面值被視為與其公允價值近似。
- (b) 貿易應收款項主要來自產品的信貸銷售。本集團通常於經銷商付款後向其交付產品，而對於直銷客戶，則授予信貸期，信貸期一般不超過90日。本集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升條件。貿易應收款項結餘為免息。本集團所有貿易應收款項均來自第三方。

於2025年及2024年12月31日，基於發票日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>貿易應收款項：</b>		
90日內	88,509	47,392
91至180日	1,945	5,451
	<u>90,454</u>	<u>52,843</u>

(c) 減值及風險敞口

本集團運用《國際財務報告準則》第9號簡化法就貿易應收款項計量預期信貸虧損。截至2025年及2024年12月31日止年度的按攤銷成本計量的貿易應收款項虧損準備並不重大。

(d) 提供予第三方的貸款為無抵押、不計息且按要求償還。

12. 貿易及其他應付款項

	12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應付款項：		
— 第三方	269,704	204,020
— 關聯方	—	8,594
	<u>269,704</u>	<u>212,614</u>
其他應付款項：		
應付薪金及福利	251,772	282,361
應付關聯方款項	560	260
應付按金	113,216	80,791
應付運費	31,144	24,371
購買物業、廠房及設備的應付款項	37,487	22,848
應納稅款	51,837	30,467
合同負債相關的應付增值稅	37,542	50,020
應付水電燃氣費用	17,463	15,673
收購一間附屬公司應付對價	4,000	4,000
其他	122,513	103,222
	<u>667,534</u>	<u>614,013</u>
	<u>937,238</u>	<u>826,627</u>

基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
90日內	<u>269,704</u>	<u>212,614</u>

貿易及其他應付款項的賬面值由於其短期性質被視為與其公允價值相若。

## 主席報告

「我們專注於將中國傳統美食打造成消費者可隨時隨地享用的休閒食品。我們秉承「以消費者體驗為中心，以奮鬥者為本、勇找標桿，堅持自我批判」的核心價值觀和「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數智化、NPS領先<sup>1</sup>、效率領先，樂活123年的生態平台」的美好願景，持續不斷地為消費者提供更好的產品和愉悅的消費體驗。」

尊敬的各位股東：

本人謹代表卫龙美味向股東提呈本年度本集團之年度業績。

2025年為本集團積極創新、效率提升的關鍵一年。面對國內消費市場整體平穩向好的態勢，消費者行為更趨理性與多元，消費結構加速向高品質、強體驗、重情緒價值演進。本集團積極洞察消費者需求，持續推動產品創新與升級，並拓展多元渠道與消費場景；同時持續提升生產自動化、智能化水平以及組織協同和數字化賦能，進一步夯實本集團可持續發展的根基，業務展現穩固增長韌性。

在此背景下，本集團堅定信心、積極擁抱變化，整體業務運營及財務表現穩健增長。全年收入錄得人民幣7,223.8百萬元，同比上升15.3%；錄得毛利率為48.0%，較上年度微降0.1個百分點；淨利潤錄得人民幣1,427.3百萬元，較上年度增長33.6%。

本年度，本集團堅持以消費者體驗為中心，結合消費者口味偏好，在傳承和創新中持續為廣大消費者打磨好產品。麻醬味魔芋爽、高纖牛肝菌魔芋爽、傣味春雞腳風味魔芋爽、麻辣牛肉味親嘴燒等新品推出，進一步豐富了我們的產品矩陣。

本年度，本集團緊跟零售渠道變化趨勢，持續強化線上線下全渠道深度融合。在線下，本集團加速滲透零食量販等新興渠道，並攜手經銷商提升終端門店的陳列與服務能力；在線上，本集團持續優化傳統電商、內容電商和社交電商的協同運營體系，同時推動線上線下渠道協同發展，從而與消費者建立更緊密鏈接。

<sup>1</sup> NPS (Net Promoter Score)淨推薦值，是一種衡量客戶忠誠度的指標。

本年度，本集團持續深化品牌建設，從魔芋溯源之旅，到央視網《超級工廠》走進卫龙美味，從IP聯名到「爽」字營銷戰役，以及跨界聯名、達人種草等創新營銷方式，不斷提升品牌曝光度與消費者認可度，從而拉進我們與消費者的距離，讓卫龙成為年輕、潮流的代名詞。與此同時，本集團積極踐行社會責任，響應鄉村振興，以實際行動回饋社會，全面提升本集團的品牌形象。

本年度，本集團持續完善供應鏈佈局與產能建設。魔芋自動化產線持續升級，產能與效率實現大幅提升；廣西南寧基地開工建設，進一步為公司業務擴張提供產能支撐。同時，本集團持續推進生產自動化與倉儲智能化改造，生產效率與品質管控同步升級。本集團亦優化人才體系、強化團隊建設，為高質量發展提供堅實組織保障。

展望新的一年，本集團將持續緊跟行業與消費者變化，加強產品創新、提升核心競爭力，深化品牌運營與全渠道建設，積極擁抱變化；同時持續優化供應鏈，推進數智化與組織人才發展，不斷提升經營效率，努力為廣大股東及客戶創造長期價值。

劉衛平  
董事會主席

中國香港  
2026年3月26日

## 管理層討論與分析

### 宏觀及行業環境

回顧2025年，面對錯綜複雜的國內外環境，中國經濟運行總體平穩，實現全年5.0%的增長目標，充分展現了國內經濟在內外部挑戰下的韌性和潛能。經濟的穩健增長、消費的持續回暖與內需拉動作用的顯著增強，為中國經濟高質量發展注入了持久動能，也為消費市場信心的穩固築牢了堅實基礎。

中國消費市場規模龐大，2025年全國社會消費品零售總額首次突破人民幣50萬億元，消費對經濟增長的貢獻達52%，在投資與出口承壓的背景下，消費已成為經濟增長的主動力，為食品飲料行業提供了堅實的市場基礎<sup>1</sup>。麥肯錫在《2025消費者狀況：當顛覆成為常態》<sup>2</sup>報告中指出，全球消費者的消費行為已與五年前顯著不同，更注重即時滿足、便利性與自我關注。在此趨勢下，把握一代代年輕消費群體的需求成為品牌實現長期增長的重要機遇。此外，消費者對國民品牌的青睞度持續提升，為國民品牌帶來新的結構性機遇，也驅動品牌持續創新，以更快速、更精準地回應市場與消費者的變化。

在消費升級與渠道革新的雙重驅動下，中國休閒食品行業規模穩步擴容，消費場景持續拓寬。根據iiMedia Research (艾媒諮詢)最新發佈的《2025年中國休閒食品行業發展狀況與消費行為調查數據》<sup>3</sup>顯示，2025年中國休閒食品行業規模約為人民幣11,804億元，2027年預計將達到人民幣12,378億元。普華永道在《2025全球消費者之聲中國報告—新時代中國消費者：聚焦食品健康與可持續發展》<sup>4</sup>中指出，中國消費者選擇食品時以口味為首要考量，重視產品新穎性，其消費決策亦植根於文化認同與國產創新自信，健康膳食需求持續提升。在此趨勢下，產品和渠道創新是休閒食品行業快速發展的重要推手。休閒食品品牌唯有緊貼消費者需求變化，在產品研發中兼顧口味創新、健康屬性與消費體驗，強化全渠道特別是新興渠道的拓展並靈活運用多元營銷手段，方能把握市場機遇，實現穩健增長。

<sup>1</sup> (經濟觀察)2025年中國消費「帳單」呈現新趨勢—今日頭條

<sup>2</sup> 2025消費者趨勢報告|麥肯錫

<sup>3</sup> 艾媒諮詢|2025年中國休閒食品行業發展狀況及消費行為調查數據(附下載)-艾媒網-全球領先的新經濟行業數據分析報告發佈平台

<sup>4</sup> 普華永道中國：普華永道2025年消費者之聲全球調研—中國報告：新時代中國消費者：聚焦食品、健康與可持續發展

## 業務回顧

2025年，本集團繼續致力於將中國的傳統美食打造成消費者能隨時隨地享用的休閒食品。我們持續升級了本集團的企業文化，在保持原有的使命「讓世界人人愛上中國味」不變的情況下，將願景進一步補充更新至「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數智化、NPS領先、效率領先，樂活123年的生態平台」，旨在進一步優化我們的產品體驗，提升我們的品牌形象以及經營效率。同時，我們亦進一步升級了核心價值觀為「以消費者體驗為中心，以奮鬥者為本、勇找標桿，堅持自我批判」，旨在進一步聚焦服務客戶和消費者的質量、重視奮鬥者員工的價值貢獻和成長回報，同時亦積極倡導員工通過對標優秀找差距，堅持自我批判打破認知局限，從而形成持續進化的組織能力，實現員工個人與本集團的共同成長，進而驅動本集團在競爭中始終保持敏銳和活力。

本年度內，本集團堅持「以產業化思維，讓美食的原點價值最大化釋放」的產品研發理念，深度開展消費者洞察，精準捕捉年輕消費群體的口味變遷與場景需求，持續強化研發實力。我們堅信，產品力是發展根基，是鏈接消費者、獲取信賴並維繫長期忠誠的核心。本集團堅持多品類產品策略，一方面對經典產品進行工藝升級與品質優化，鞏固市場領先地位；另一方面從新品類、新口味、新體驗、新場景等維度持續創新，推出多款契合年輕消費者偏好的新品，進一步豐富產品組合。

本年度內，本集團通過一系列創新、年輕化的營銷舉措，持續深化與年輕消費者的情感連接，拓展品牌影響力。經典產品「親嘴燒」與國漫《魔道祖師》聯名，將消費行為延伸為情感互動與收藏體驗；同時，我們攜手央媒開展魔芋溯源之旅，並通過傳統梯媒高頻觸達消費者，進一步強化品牌信任與滲透；此外，本集團亦與代言人開展高效合作，持續釋放品牌年輕化活力。線上傳播層面，本集團深耕抖音、快手、小紅書等內容平台，以「熱梗營銷+直播互動+達人種草」為抓手，打造爆款內容，有效拉動用戶運營與消費轉化。

本年度內，中國零售行業渠道變革提速，零食量販店等新興線下渠道加速擴張；便利店、社區超市等小型業態憑藉即時性維持增長韌性；傳統批發渠道仍是覆蓋下沉市場和長尾需求的核心力量。線上渠道亦呈多元分化之勢，直播電商、內容電商、社交電商成為增長引擎，持續重塑消費場景。本集團緊跟渠道演變趨勢，以全渠道戰略為核心，加強線上線下渠道的持續覆蓋與滲透，同時積極拓展空白區域和渠道，挖掘創新消費場景，強化線上引流與線下轉化的協同效應，實現對消費者的全域觸達與深度運營，進一步鞏固並提升本集團多渠道協同運營的綜合競爭力。

本年度內，本集團的總收入為人民幣7,223.8百萬元，較上年度同期的人民幣6,266.3百萬元增加15.3%，主要由於本集團在年內積極創新，特別是產品結構的升級，全渠道的持續滲透以及品牌營銷的持續深化；本集團的毛利由上年度的人民幣3,016.1百萬元增長14.9%至本年度的人民幣3,466.4百萬元，毛利率由上年度的48.1%略微下降至本年度的48.0%，反映了本集團在本年度內積極提升供應鏈效率，基本抵消了部分原材料成本上升帶來的影響。本集團年內的淨利潤由上年度的人民幣1,068.1百萬元增加33.6%至本年度的人民幣1,427.3百萬元，主要是由於年內本集團的收入增加和效率提升；淨利潤率由上年度的17.0%提升至本年度的19.8%。

## 我們的產品

本集團是中國辣味休閒食品行業的領導者和先行者。本集團堅持多品類的產品策略，涵蓋了調味麵製品、蔬菜製品、其他產品品類。調味麵製品(俗稱辣條)主要包括大麵筋、小麵筋、親嘴燒、麻辣麻辣等。蔬菜製品主要包括魔芋爽與風吃海帶。其他產品主要包括香辣豆皮、禮盒產品等。

圍繞蔬菜製品系列，本年度，本集團持續推陳出新，陸續推出麻醬口味、高纖牛肝菌口味及傣味春雞腳口味等多款新品。各產品均保持Q彈爽滑的品質特點，其中麻醬口味咸香醇厚，並精心調整辣度，帶來不同於傳統經典口味的全新味覺體驗；高纖牛肝菌口味延續低卡輕負優勢，菌香濃郁，進一步覆蓋輕食及非辣味消費群體；傣味春雞腳口味酸爽開胃，還原雲南特色風味，為消費者提供更多元化的選擇。

圍繞麵製品系列，本集團推出麻辣牛肉口味親嘴燒。借鑒五香滷料研發思路，匯聚金陽青花椒、武都花椒、河南辣椒、印度魔鬼椒四重地域香材，經精準調配與工藝打磨，將麻辣鮮香與醇厚牛肉風味鎖入層疊麵片結構。產品麻得入味、飽滿多汁，既為經典產品注入全新味覺活力，也進一步拓展了風味創新邊界。

這些新品的推出，體現了本集團對消費者需求的前瞻性洞察，為品牌注入了新活力，進而提升了本集團作為品類品牌的市場競爭力與行業影響力。

本年度內，我們的收入主要來源於調味麵製品及蔬菜製品的銷售額。下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收入明細：

產品類別	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
調味麵製品	2,553,539	35.3	2,667,081	42.6
蔬菜製品	4,505,935	62.4	3,370,552	53.8
其他產品	164,285	2.3	228,693	3.6
<b>合計</b>	<b>7,223,759</b>	<b>100.0</b>	<b>6,266,326</b>	<b>100.0</b>

本年度內，我們的調味麵製品所得收入由上年度的人民幣2,667.1百萬元減少4.3%至人民幣2,553.5百萬元，主要是由於本集團主動調整資源配置，優化了產品矩陣。我們的調味麵製品所得收入佔我們總收入的百分比由上年度的42.6%減至35.3%，反映了本集團積極洞察市場的變化和消費者的需求，戰略性拓展市場潛力更大的品類。

本年度內，我們蔬菜製品所得收入由上年度的人民幣3,370.6百萬元增長33.7%至人民幣4,505.9百萬元，佔我們總收入百分比由上年度的53.8%增至62.4%，主要由於(i)本集團積極挖掘消費者的需求，持續創新，不斷豐富該品類的產品矩陣；(ii)本集團持續擴大此類產品的產能；及(iii)本集團持續加強全渠道建設以及品牌建設。

本年度內，我們的其他產品所得收入由上年度的人民幣228.7百萬元下降28.2%至人民幣164.3百萬元，佔我們總收入百分比與上年度的3.6%相比下降至2.3%，主要由於香辣豆皮等產品的規劃調整。

## 我們的客戶及銷售渠道

本集團的客戶主要為線下及線上經銷商，其次為部分直營客戶及從本集團的線上自營店購物的個人消費者。經過多年來深耕渠道建設，本集團擁有深入滲透中國市場的全國性銷售網絡。截至2025年12月31日，我們與1,633家線下經銷商合作，服務全國或區域性的重點商超、零食量販店、連鎖便利店及其他終端門店。

2025年，零售渠道格局加速演變，新興渠道滲透率持續提升，傳統渠道積極應對消費場景細分化趨勢。本集團緊跟渠道變化，持續賦能經銷商加強門店服務體系，同時強化銷售團隊終端門店執行力，從而進一步提升本集團終端網點的覆蓋以及運營效率的提升；同時本集團積極搶抓新興渠道機遇，推動產品與多元消費場景精準對接，實現終端網點高效觸達。

本集團持續構建線上全平台覆蓋運營體系，一方面在主流電商渠道深化運營，精準觸達目標客群並優化購物體驗；另一方面同步拓展新興內容電商渠道，以短視頻、直播、達人聯動等形式創新品牌互動場景，擴大品牌聲量，有效覆蓋年輕消費群體。本集團推動線上各渠道協同，並與線下終端網絡形成業務互補，全方位提升市場滲透力與渠道協同效率，進一步鞏固本集團的全渠道競爭優勢。

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
線下渠道 <sup>1</sup>	<b>6,476,960</b>	<b>89.7</b>	5,561,595	88.8
線上渠道	<b>746,799</b>	<b>10.3</b>	704,731	11.2
—線上經銷 <sup>2</sup>	<b>211,781</b>	<b>2.9</b>	280,386	4.5
—線上直銷 <sup>3</sup>	<b>535,018</b>	<b>7.4</b>	424,345	6.7
<b>合計</b>	<b>7,223,759</b>	<b>100.0</b>	<b>6,266,326</b>	<b>100.0</b>

1 線下渠道主要包括通過線下經銷商進行的經銷和部分新興渠道的直銷。

2 線上經銷指我們向天貓超市及京東超市等線上零售商或其他線上經銷商經銷商品，該等零售商和經銷商再將我們的產品銷售給消費者的銷售模式。

3 線上直銷指我們通過在多個第三方線上平台(例如天貓、京東、拼多多、抖音及快手)上的線上自營店直接向消費者銷售產品的銷售模式。

本年度內，線下渠道產生的收入由上年度的人民幣5,561.6百萬元增加16.5%至人民幣6,477.0百萬元，反映了本年度內本集團線下全渠道的持續滲透和品牌營銷的持續深化帶來的成效。線下渠道產生的收入佔我們總收入的百分比由上年度的88.8%增加至89.7%，佔比保持穩定。

本年度內，線上渠道產生的收入由上年度的人民幣704.7百萬元增加6.0%至本年度內的人民幣746.8百萬元，其中來自線上經銷的收入由上年度的人民幣280.4百萬元減少24.5%至本年度內的人民幣211.8百萬元，來自線上直銷的收入由上年度的人民幣424.3百萬元增加26.1%至本年度內的人民幣535.0百萬元，反映了本集團根據線上渠道的發展趨勢積極調整運營策略，並積極擁抱各新興線上渠道所帶來的增長機遇。

下表載列於所示期間按線下經銷商及部分直營渠道的註冊辦事處所在區域劃分的收入貢獻明細，以佔我們線下總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔總收入%	人民幣千元	佔總收入%
華東	1,579,186	24.4	1,313,111	23.6
華中	942,892	14.6	875,412	15.7
華北	896,548	13.8	763,600	13.7
華南	1,343,951	20.7	1,094,525	19.7
中國西南地區	800,899	12.4	737,132	13.3
中國西北地區	796,056	12.3	698,599	12.6
海外	117,428	1.8	79,216	1.4
<b>合計</b>	<b>6,476,960</b>	<b>100.0</b>	<b>5,561,595</b>	<b>100.0</b>

我們自中國不同區域的線下經銷商取得相對均衡的收入。我們國內收入的地域性分配大體上與中國不同地區的經濟發展水平及人口相符。

### 我們的生產設施及產能

本年度內，本集團持續推進生產設施的自動化、精益化和數字化，持續提高生產效率，確保產品品質穩定。

截至2025年12月31日，本集團在河南省擁有五個工廠，分別為漯河平平工廠、漯河衛來工廠、駐馬店衛來工廠、漯河衛到工廠及漯河杏林工廠。

與此同時，本集團本年度在廣西南寧規劃佈局的新工廠已經開始開工建設，這一佈局旨在持續為本集團業務發展與擴張提供重要的產能支撐。

下表載列我們於所示期間按產品類別及工廠劃分的設計產能、實際產量及能利用率詳情：

產品類別	截至12月31日止年度					
	2025年			2024年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
調味麵製品	172,658.4	135,987.2	78.8%	202,065.0	132,113.9	65.4%
蔬菜製品	225,774.0	174,526.8	77.3%	129,986.0	125,116.3	96.3%
其他產品	10,675.5	8,082.2	75.7%	6,124.4	5,439.7	88.8%
<b>總計</b>	<b>409,107.9</b>	<b>318,596.2</b>	<b>77.9%</b>	<b>338,175.4</b>	<b>262,669.9</b>	<b>77.7%</b>

本年度內，我們調味麵製品的設計產能較上年度下降，主要是由於部分產線調整，蔬菜製品的設計產能較上年度上升，主要是因為增加了蔬菜製品的新產線，其它產品的設計產能較上年度上升。整體產能利用率較上年度略微上升，主要是由於本集團在本年度內銷量的增長。

生產工廠	截至12月31日止年度					
	2025年			2024年		
	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率	設計產能 (噸)	實際產量 (噸)	產能 利用率
漯河平平工廠	37,604.0	28,082.1	74.7%	71,757.5	56,663.3	79.0%
漯河衛來工廠	80,200.4	61,814.7	77.1%	60,999.7	41,945.2	68.8%
駐馬店衛來工廠	37,546.0	32,939.3	87.7%	48,125.0	31,442.8	65.3%
漯河衛到工廠	98,755.5	78,072.5	79.1%	105,450.6	83,539.2	79.2%
漯河杏林工廠	155,002.0	117,687.6	75.9%	51,842.6	49,079.4	94.7%
<b>總計</b>	<b>409,107.9</b>	<b>318,596.2</b>	<b>77.9%</b>	<b>338,175.4</b>	<b>262,669.9</b>	<b>77.7%</b>

本年度內，我們各工廠的年化設計產能的增減變化，主要是因為(i)主動整合生產線，提升核心工廠的規模效應；(ii)根據市場需求調整產品結構。整體產能利用率較上年度提升，主要是由於本集團在本年度內銷量的增長。

## 我們的食品安全和品質控制

作為中國領先的休閒食品企業，我們始終以質量為核心競爭力，將食品安全視為企業生存發展的「生命線」，持續完善並升級食品安全管理體系，從原料甄選到生產交付全流程嚴格管控，確保為消費者提供安全、可靠、優質的休閒食品。同時，我們立足消費者需求升級趨勢，積極推進創新研發，聚焦美味化、健康化、多元化產品迭代，以高品質供給贏得市場廣泛信任與長期支持。

我們已構建全鏈條、全生命周期的食品安全與品質保障體系，實現研發、採購、生產、儲存、經銷至終端銷售的全流程覆蓋。生產過程嚴格執行HACCP危害分析與關鍵控制點體系，確保各環節風險可控；檢驗放行嚴格遵循《產品檢驗與放行控制程序》，杜絕不合格產品流入市場；檢測方面配備HPLC-MS、GC-MS、ICP-MS等尖端設備，針對食品添加劑、重金屬、微生物等關鍵指標精準監測，保障產品質量合規；風險管理層面，通過《食品安全信息收集及預警制度》《食品安全監測及風險評估規範》《食品安全自查管理制度》，建立事前預防、事中管控、事後追溯的全流程風險防控機制。

為進一步強化品質管控效能，我們設立全面質量管理中心，統籌負責原材料與包裝材料准入管理、生產過程管控、產品檢驗檢測、代工廠資質審核與監管、客戶服務及售後質量追溯等核心職能，打造「源頭嚴格准入、生產精準管控、售後快速響應」的閉環管理體系，以全鏈條、高標準的品質保障，為消費者提供放心、優質的休閒食品。

## 我們的研發能力

本集團始終貫徹「以產業化思維，讓美食原點的價值最大化釋放」的產品研發理念，緊跟食品行業高質量發展趨勢，持續強化食品科技領域的核心競爭力。我們優化升級覆蓋全產業鏈的模組化創新體系，配備專業技術人才開展專項研究，並通過跨領域團隊深度協同，將技術創新融入本集團各產品品類，不斷升級產品開發的全流程，並提升產品迭代效率。

與此同時，本集團持續深化與國內食品科學領域一流學府的長期戰略合作，聯合共建研發實驗室，圍繞行業前瞻性、關鍵性技術開展聯合創新研究，實現資源共享與優勢互補，並加大後備人才培養力度。本年度，本集團研發中心團隊覆蓋食品工程、營養科學等多個專業領域，透過多元化的研發創新實踐，精準響應消費者需求變化，為集團產品矩陣的可持續增長提供堅實的創新技術支撐。

## 我們的信息技術

本集團持續推進數字化建設，以數據應用驅動業務流程優化，提升全鏈路運營效能。

本年度內，本集團聚焦業務關鍵環節的數字化升級：在營銷端，透過數字化工具優化終端管理流程；在供應鏈端，提升自動化水準，實現物流作業的即時透明與降本增效。此外，公司完成了企業辦公協同平臺的遷移升級，進一步強化了組織協作能力。同時，公司持續鞏固資訊技術底座，完成私有雲系統的資訊安全升級與網路架構優化，為各項業務的平穩運行提供可靠的技術保障。

## 財務回顧

如下財務業績摘錄於本集團于報告期間按照《國際財務報告準則》會計準則編製之財務報告：

### 收入及毛利

本年度本集團錄得收入為人民幣7,223.8百萬元，較上年度的人民幣6,266.3百萬元相比增加15.3%，主要由於本集團在年內積極創新，特別是產品結構的升級，全渠道的持續滲透以及品牌營銷的持續深化。

本年度本集團毛利由上年度的人民幣3,016.1百萬元增長14.9%至本年度的人民幣3,466.4百萬元，毛利率由上年度的48.1%略微下降至本年度的48.0%，反映了本集團在本年度內積極提升供應鏈效率，基本抵消了部分原材料成本上升帶來的影響。

## 經銷及銷售費用

本年度本集團經銷及銷售費用為人民幣1,171.4百萬元，較上年度的人民幣1,026.3百萬元增加14.1%。本年度本集團經銷及銷售費用佔總收入的16.2%，較上年度的16.4%下降0.2個百分點。本集團經銷及銷售費用的增加主要由於本年度推廣及廣告費用、運輸費用的增加。

## 管理費用

本集團的管理費用由上年度的人民幣491.0百萬元下降14.5%至本年度的人民幣419.7百萬元。本年度管理費用佔總收入的占比由上年度的7.8%下降至5.8%，本年度一次性轉回以股份為基礎的付款開支人民幣15.5百萬元。

## 其他收入淨額

本集團的其他收入淨額由上年度的人民幣77.0百萬元下降15.5%至本年度的人民幣65.1百萬元。

## 其他虧損淨額

本集團錄得其他虧損由上年度的人民幣174.8百萬元下降50.2%至本年度的人民幣87.0百萬元。本年度其他虧損主要由於對已停產產品綫相關專用設備進行評估，預計其未來無法通過直接使用或處置產生經濟收益而計提減值所致。

## 融資收入淨額

本集團的融資收入淨額由上年度的人民幣160.2百萬元增長10.4%至本年度的人民幣176.9百萬元，主要由於銀行利息的增加。

## 所得稅費用

本集團的所得稅費用由上年度的人民幣493.1百萬元增加22.3%至本年度的人民幣602.9百萬元，主要由於本年度本集團的應課稅收入增加。

## 年內利潤

由於上述原因，本集團的年內利潤由上年度的人民幣1,068.1百萬元增加33.6%至本年度人民幣1,427.3百萬元。

## 股息

基於本集團本年度整體績效表現，考慮本集團盈餘、整體財務狀況、以及資本支出等，董事會將於本公司即將舉行之股東周年大會中建議派發截至本年度末末期股息（「末期股息」）每股人民幣0.17元（含稅，共計末期股息約人民幣413.3百萬元），約為本集團截至2025年12月31日止年度淨利潤的29%。此建議末期股息及本公司董事會於2025年8月14日舉行的董事會議中批准的中期股息合計約人民幣850.9百萬元，約為本集團截至2025年12月31日止年度淨利潤的60%。末期股息須待股東周年大會批准後方可實施。預計派付末期股息的日期為2026年6月29日或前後。

## 初始期限為三個月以上的定期存款、現金及現金等價物及借款

截至本年度末，本集團的初始期限為三個月以上的定期存款、現金及現金等價物總額為人民幣7,923.2百萬元，較上年度末的人民幣5,267.5百萬元增加50.4%，主要由於報告期內配售及認購所得款項以及經營活動產生的現金流入被購買物業、廠房及設備以及支付股息所用現金而部分抵銷。截至上年度末及本年度末，本集團的借款分別為人民幣389.0百萬元及人民幣2,201.0百萬元。截至2025年12月31日的借款總額中，就建造廠房以及購買機器設備而獲得的有擔保銀行貸款為人民幣176.0百萬元（2024年12月31日：人民幣179.0百萬元），其餘均為滿足本集團營運資金的需求。

## 存貨

本集團的存貨由上年度末的人民幣878.3百萬元增加1.2%至本年度末的人民幣889.1百萬元，本集團的存貨周轉天數由上年度的73天增加至本年度的86天，主要因年內為應對市場變化而相應調整了部分原材料的儲備。

## 貿易及其他應收款項及預付款項

本集團的貿易應收款項由截至上年度末的人民幣52.8百萬元增加71.2%至截至本年度末的人民幣90.4百萬元。貿易應收款項周轉天數從上年度的3.0天增加至本年度的3.6天。

本集團的其他應收款項由截至上年度末的人民幣8.7百萬元減少27.6%至截至本年度末的人民幣6.3百萬元。

本集團的預付款項由截至上年度末的人民幣191.8百萬元減少9.3%至截至本年度末的人民幣174.0百萬元，主要是由於原材料預付款項減少。

### 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

本集團持有的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產截至上年度末及本年度末分別為人民幣零元及人民幣250.1百萬元。

### 貿易及其他應付款項

本集團的貿易應付款項由截至上年度末的人民幣212.6百萬元增加26.9%至截至本年度末的人民幣269.7百萬元，主要由於採購包裝材料的應付款項增加。貿易應付款項周轉天數從上年度的21天增加至本年度的23天。

本集團的其他應付款項由截至上年度末的人民幣614.0百萬元增加8.7%至截至本年度末的人民幣667.5百萬元。

### 合同負債及退款負債

本集團的合同負債及退款負債由截至上年度末的人民幣597.3百萬元減少15.3%至截至本年度末的人民幣506.0百萬元，主要由於春節檔期在本年度與上年度存在時間性差異所致。

### 資本負債比率

截至本年度末，本集團資本負債比率(按計息借款總額除以權益總額計算)為30.1%，而截至上年度末為6.5%，主要由於為支持日常營運及業務拓展，增加融資安排提升流動性管理。

### 庫務政策

本集團針對其庫務政策採取保守的財務管理方法，以確保實現可持續的營運資金管理，即集團的流動性結構(包括資產、負債及其他承擔)能夠滿足集團的運營需求及其資本承諾。此外，集團會定期審查資金管理政策，以強化其投資組合策略，尤其是在基金管理產品方面，從而將投資風險降至最低，並保護集團的利益。

## 外匯風險

本集團主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣結算。中國內地附屬公司的功能貨幣為人民幣，而本公司及其中國內地以外附屬公司的功能貨幣為港元、美元、印尼盾及馬來西亞令吉。位於中國內地及境外的實體均有資產及負債，如於銀行及其他主要持牌支付機構的現金及初始期限為三個月以上的定期存款（以美元、港元、印尼盾及馬來西亞令吉計值）。外匯風險因匯率波動而產生。本集團已繼續密切追蹤及管理本集團大部分以外幣計值的存款所面臨的外匯匯率波動風險。

## 或有負債

截至上年度末以及本年度末，本集團無任何重大或有負債。

## 資本承諾

於本年度末，本集團的資本承諾約為人民幣160.7百萬元（上年度：人民幣169.4百萬元），主要用於建設物業、廠房及設備。

## 資產抵押

於本年度末，本集團已抵押土地使用權約人民幣87.9百萬元（上年度：人民幣89.8百萬元）。

## 重大投資、重大收購及出售事項

於報告期內本集團並無持有任何重大投資（包括截至2025年12月31日其價值佔本集團資產總值5%或以上的被投資公司的任何投資），亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。出於現金管理目的，本集團向金融機構認購理財產品。報告期內及於本公告日期，概無與單一金融機構認購該等理財產品的情況需要根據上市規則第14章、第14A章或附錄D2予以披露。

## 未來重大投資或資本資產計劃

截至本公告日期，除招股書披露的「未來計劃及所得款項用途」及本集團日期為2025年4月22日的公告所披露的在廣西壯族自治區南寧市投資建設休閒食品生產基地（本公司預期將以自有資金或者不同融資方式籌集所需資金）外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

## 上市所得款項用途

本公司股份於2022年12月15日(「上市日期」)在香港聯合交易所有限公司上市，自上市日期起至截至2025年12月31日，本集團已根據招股書所載擬定用途逐步動用首次公開發售所得款項。

本公司股份於香港聯合交易所有限公司主板上市的首次公開發售所得款淨額(於扣除承銷費用及其他相關費用後)約為903.3百萬港元。截至2025年12月31日，本集團首次公開發售所得款淨額已悉數動用。

所得款項淨額 擬定用途	上市 所得款項 可供使用 淨額 (港幣百萬元)	於2024年 12月31日 尚未動用 淨額 (港幣百萬元)	本年度 實際使用 淨額 (港幣百萬元)	於2025年 12月31日 尚未動用 淨額 (港幣百萬元)	尚未 動用淨額 預計悉數 使用時間	招股書中 披露的 預期時間表
生產設施與供應鏈體系	514.9	217.6	217.6	-	-	3-5年
拓展銷售和經銷網絡	135.5	-	-	-	-	3-5年
品牌建設	90.3	-	-	-	-	3-5年
產品研發活動及 研發能力提升	90.3	22.8	22.8	-	-	3-5年
推進數智化建設	72.3	6.6	6.6	-	-	3-5年
<b>總計</b>	<b>903.3</b>	<b>247.0</b>	<b>247.0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

附註：由於四捨五入的原因，各比例的分項之和與合計可能有尾差。首次公開發售所得款項已根據招股書披露之用途及比例使用。所得款項的預計悉數使用時間相比於招股書中所披露的預期時間表有所提前，乃主要由於本集團重新評估業務執行計劃所致。此外，考慮到公司的長期發展以及原材料供應的變化，董事會已決議取消招股書中披露的位於雲南曲靖的新工廠建設計劃。

## 根據一般授權配售現有股份及補足認購新股份的所得款項

於2025年5月8日(交易時段前)，本公司、和和全球資本有限公司(「賣方」)及UBS AG Hong Kong Branch(「配售代理」)訂立配售協議(「配售協議」)，據此，賣方同意出售或促使出售配售股份，而配售代理作為賣方代理，同意盡最大努力(自行或透過其聯繫人)按配售協議所載條款及條件，促使承配人以每股股份14.72港元的價格(「配售價」)購買賣方持有的80,000,000股本公司股本中每股面值0.00001美元的股份(「配售」)。及於2025年5月8日(交易時段前)，本公司與賣方訂立認購

協議(「認購協議」)，據此，本公司有條件同意向賣方發行且賣方有條件同意作為主事人按配售價認購新股份(數目與賣方實際出售的配售股份總數相同)(「認購」)。2025年5月8日(即配售及認購協議日期)，本公司股份於香港聯合交易所有限公司所報的收市價為每股15.14港元。有關詳情，請參閱本公司日期分別為2025年5月8日及2025年5月15日的公告。

賣方所持有的合共80,000,000股每股面值0.00001美元的股份已於2025年5月12日按每股14.72港元的配售價成功配售予不少於六名專業、機構或其他投資者，據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，該等投資者連同彼等各自之最終實益擁有人均為獨立於本公司或其關連人士且與彼等並無關連的第三方。配售股份的總面值為800美元。於2025年5月15日，合共80,000,000股每股面值0.00001美元的認購股份已按每股14.72港元的認購價(「認購價」)發行予賣方，並已獲香港聯合交易所有限公司上市委員會批准上市及買賣。認購股份的總面值為800美元。淨認購價(扣除佣金及估計開支後)約為每股認購股份14.59港元。籌集所得款項將增強本集團的財務實力、市場競爭力及綜合實力，促進本集團長遠健康及可持續發展。配售及認購亦將透過吸引若干高品質機構投資者進一步豐富本公司股東基礎，並且進一步加強股份流動性。基於當前市場條件，董事認為，配售協議及認購協議的條款(包括但不限於配售價及認購價)屬公平合理並符合本公司及其股東的整體最佳利益。

配售及認購所得款項總額約為1,177.60百萬港元，配售及認購所得款項淨額(扣除佣金及估計開支後)合共約為1,167.04百萬港元。本次配售及認購所得款項淨額將全部用於以下用途：(a)約50%用於擴大和升級本公司生產設施與供應鏈體系，以提高其產能；(b)約20%用於進一步拓展本公司銷售和經銷網絡；(c)約20%用於加強品牌建設，以提升本公司品牌影響力及消費者認知度；(d)約10%用於其他一般企業用途。

報告期內及截至本公告日期，如上所披露的配售及認購所得款項淨額的擬定用途並無變動，本公司計劃在未來2年內根據實際業務情況，按照該等預期用途逐步使用募集資金淨額。該預期時間表乃根據本公司對未來市場狀況及業務營運的最佳估計而作出，且仍會根據當前及未來市場狀況的發展以及實際業務需求而有所變動。

截至2025年12月31日，本集團使用認購所得款項淨額情況如下表：

所得款項淨額擬定用途	募集資金 用途百分比	配售募集資金 可供使用淨額 (港幣百萬元)	報告期內 實際使用淨額 (港幣百萬元)	於2025年	於2025年	尚未動用 淨額悉數使用 預期時間表
				12月31日 實際使用淨額 (港幣百萬元)	12月31日 尚未動用淨額 (港幣百萬元)	
擴大和升級本公司生產設施 與供應鏈體系，提高產能	50%	583.5	317.4	317.4	266.1	1-2年內
拓展本公司銷售和經銷網絡	20%	233.4	117.0	117.0	116.4	1-2年內
品牌建設	20%	233.4	173.5	173.5	59.9	1-2年內
其他	10%	116.7	54.9	54.9	61.8	1-2年內
<b>總計</b>	<b>100%</b>	<b>1,167.0</b>	<b>662.8</b>	<b>662.8</b>	<b>504.2</b>	<b>-</b>

## 持續經營

根據現行財務預測和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

## 對法律法規的合規

本公司的股份雖然在香港聯合交易所有限公司上市，但本集團的業務營運主要在中國進行。本集團所營運的業務主要受中國、香港等相關區域的法律監管。於截至2025年12月31日止年度以及截至本公告日期，本集團已遵守所適用區域對本集團有重大影響的相關法例及規例。具體而言，作為休閒食品生產商，本集團的運營受適用於食品生產、銷售及安全的法律法規、適用於消費者保護的法律法規及競爭法、以及適用於環境保護法律法規的監管。於本年度內，本集團未有任何重大違反該等法律法規的行為。

## 人力資源與酬金政策

於2025年12月31日，本集團員工總數為6,150名，報告期內員工福利總額(包括董事酬金)約為人民幣1,087.3百萬元。我們始終堅信本集團的長期增長離不開員工的專業知識及能力，我們積極完善人才的選拔培養機制，提高員工的整體競爭力 and 對本集團的歸屬感。

人力資源是本集團最重要的資產之一，亦是本集團業務不斷成長的關鍵。本集團的薪酬政策乃根據不同地區的薪金水平、員工職級及業績表現以及市場狀況釐定。對本集團於中國內地的員工，除薪金外，本集團根據中國內地的相關法律、法規為中國內地的全部員工提供退休、失業、工傷、生育和醫療等社會保險計劃。本集團亦按照中國內地規定為中國內地員工實施住房公積金計劃。對本集團於香港及其他國家的員工，亦按照當地適用的法律要求購買保險、退休金計劃及公積金。繳付的養老保險和失業保險屬於界定供款計劃，本集團並無沒收相關供款的權利，因此於截至2025年12月31日止年度亦無動用供款的情形。除此之外，績效獎金等激勵機制亦被制定，以嘉許鼓勵為本集團業務做出傑出貢獻的組織及員工。整體而言，本集團將每年進行一次薪酬檢討，以確保整體薪資政策具有競爭力。

本集團引入人力資源管理系統，方便決策層、管理層全面及時了解公司人員結構和人員成長狀態，助力人力資源根據業務發展不斷完善組織架構，從而大幅提升業務協同效率。

同時，本集團對各部門職能進行系統規劃，在人才的選拔任用上重視集團內部的互補配置，在人員能力的考核上注重團隊和個人的績效綜合考核，在培養內部人才的基礎上，同步補充引進外部優秀人才，做好本集團的整個人才梯隊建設。

本集團十分注重員工培訓與發展，搭建了系統的人才培養體系，為員工發展提供資源和平台。結合集團戰略發展需求，培訓體系主要從基本通用培訓、業務專業培訓、能力提升培訓這三個方面展開，目的是助力人才的能力提升，實現組織使命與個人使命的雙達成。同時，本集團已建立線上統一的知識和信息共享平台「分享堂」，通過統一的信息平台方式進行知識和信息的傳播與增值。

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》和《中華人民共和國勞動合同法》，依法為員工支付勞動報酬，繳納社會保險及住房公積金。同時，我們還提供年度體檢、節假日福利等，通過多樣化的福利措施使我們的員工得到全面保障。

為激勵及獎勵為本集團發展作出貢獻的董事、高級管理層成員及其他僱員，董事會分別於2021年1月1日及2024年3月21日（「採納日期」）批准並採納受限制股份單位計劃（「受限制股份單位計劃」）。受限制股份單位計劃有效期十（10）年，自採納日期起生效。

僱員激勵計劃詳情請見本公司刊載於香港聯合交易所有限公司網站（[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)）和本公司網站（[www.weilongshipin.com](http://www.weilongshipin.com)）的招股書以及本公司預計於2026年4月底之前公佈的2025年度報告中。

本公司根據授予方案授予員工激勵份額詳情將登載於本公司預計於2026年4月底之前公佈的2025年度報告中。

## 未來展望

本集團一直秉承「讓世界人人愛上中國味」的使命以及「傳統美食娛樂化、休閒化、便捷化、親民化、數智化、NPS領先、效率領先，樂活123年的生態平台」的願景，堅持「以消費者體驗為中心，以奮鬥者為本、勇找標桿，堅持自我批判」的價值觀，持續打造為客戶、為員工、為消費者提供更多價值的辣味休閒食品龍頭企業。

展望未來，本集團將深化多品類發展策略，緊跟市場趨勢與消費者需求變化，憑藉扎實的研發實力持續豐富產品矩陣，推出更多契合消費者多元口味與場景需求的創新產品；同時強化各產品間的協同效應，為消費者提供更豐富的產品組合與體驗，進一步鞏固本集團在辣味休閒食品領域的領導地位，提升消費者的滿意度與忠誠度。

在品牌策略方面，本集團將堅持打造年輕且富有活力與創意的品牌形象，深度綁定年輕消費群體的社交生態，在年輕人活躍的社交平台打造UGC傳播矩陣，實現品牌與消費者的內容共創。同時，本集團將採用年輕消費者喜愛的創新營銷方式與消費者深度互動，構建情感聯結；持續鞏固並提升本集團在年輕消費者心智中的影響力與好感度，讓品牌真正融入年輕人的生活，成為年輕人生活方式的夥伴。

在渠道佈局方面，本集團將持續推進線上線下全渠道策略，積極響應渠道格局快速變化的市場趨勢，強化線上線下高效協同，構建動態高效的全渠道網絡。在線下，持續優化傳統與新興渠道終端門店的鋪市質量與執行效率；在線上，持續深化傳統電商與內容電商、社交電商等新興電商的協同生態，並藉助線上數據反饋持續迭代我們的產品組合和打造新產品，從而進一步增強本集團渠道與產品的深度協同，為業務長期穩健增長提供持續動力。

此外，在供應鏈端，本集團將持續聚焦採購、生產、物流等核心環節，推動關鍵節點的自動化與數字化升級。在提升產品品質的同時，全面提升供應鏈響應速度與運營效率，以靈活應對多變的市場需求。與此同時，我們將深化數字化建設，推動新興技術的應用，為各個業務板塊持續提效。在組織與人才層面，本集團將持續優化組織架構，完善人才選聘與培養體系，加強團隊建設與能力提升，為業務可持續發展提供堅實支撐。

最後，本集團將繼續不忘初心，牢記使命，關注企業的長期價值創造，積極踐行社會責任，推動企業的長期可持續發展，致力為消費者、客戶、股東、投資者、員工及社會創造更大的價值。

## 股息

董事會於2026年3月26日舉行會議並通過相關決議案，建議派發截至2025年12月31日止年度末期股息每股人民幣0.17元(含稅)，末期股息合計約人民幣413.3百萬元。末期股息之派付有待本公司股東於股東週年大會上批准然後實施。預計派付股息日期為2026年6月29日或前後。

對於任何因股東身份未能及時確定或錯誤確定而引致的任何索償或對代扣代繳機制的任何爭議，本公司概不負責。董事會並不知悉任何股東已放棄或同意放棄任何股息。

## 股息政策

我們可以通過現金或董事會認為合適的其他方式分配股息。股息的分配由董事會酌情決定，如有必要，則須經股東的批准。董事會可在考慮我們的經營業績、財務狀況、經營要求、資本要求、股東權益和董事會認為可能相關的任何其他條件後，建議未來的股息分配。

根據適用法律法規，我們的股息政策是於上市後任何特定年度向股東分配不少於可分配利潤的25%。我們無法向閣下保證任何年度都能夠分配上述金額或任何金額的股息，或者根本不能分配股息。股息的宣派和支付也可能受到法律限制，以及本公司及我們的附屬公司已經或將來可能訂立的貸款或其他協議的限制。股息的任何宣派及派付以及股息金額將須符合我們的章程文件及開曼群島《公司法》規定。我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額將取決於我們能否從附屬公司及其他可供合法分派儲備中獲得股息。股東可於股東大會上批准任何股息宣派，但派付金額不得超過董事會建議的金額。股息僅可自可供合法分派的利潤及儲備中宣派或派付。

## 報告期後的重大事項

於2025年12月31日後及直至本公告日期，董事會並不知悉任何須予披露的重大事項。

## 股東週年大會

本公司謹定於2026年6月11日(星期四)舉行股東週年大會。有關本公司召開股東週年大會的通告將根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)規定的方式適時發佈。

## 暫停辦理股東登記

本公司將於2026年6月8日(星期一)至2026年6月11日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2026年6月5日(星期五)下午四時三十分前送達本公司於香港的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)。於2026年6月11日(星期四)名列在本公司股東名冊上的股東有權出席股東週年大會且於會上投票。

本公司亦將於2026年6月17日(星期三)至2026年6月18日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，在該期間不會辦理任何股份轉讓。為符合資格獲派末期股息，所有股份過戶檔案連同有關股票必須於2026年6月16日(星期二)下午四時三十分前送達本公司於香港的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)。就釐定股東獲派建議末期股息權利的記錄日期將為2026年6月18日(星期四)。

## 購買、出售及贖回本公司上市證券

報告期內，除本公告「根據一般授權配售現有股份及補足認購新股份的所得款項」部分所述外，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份)。截止2025年12月31日，本公司並未持有任何庫存股份。

## 審核委員會

截至2025年12月31日及本公告日期，本公司審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張弼弘先生、徐黎黎女士及邢冬梅女士。張弼弘先生目前擔任審核委員會主席。審核委員會的主要職責為審查、檢討及監督本公司財務數據及財務數據的匯報程序。審核委員會已對本集團截至2025年12月31日止年度之綜合年度業績進行審閱，確認已遵守適用會計原則、準則及要求，並已作出充分披露。

## 安永會計師事務所的工作範圍

本初步公告所載有關本集團截至2025年12月31日止年度的合併財務狀況表、合併損益表、合併綜合收益表及相關附註的數字，已由本集團核數師安永會計師事務所核對，與本集團於該年度的合併財務報表所載金額一致。安永會計師事務所就此進行的工作並不構成國際審計與鑑證準則理事會頒佈的國際審計準則、國際審閱業務準則或國際鑒證業務準則項下的鑒證業務，因此安永會計師事務所並無就本公告作出保證。

## 遵守《上市規則》附錄C1所載的企業管治守則

本公司致力踐行企業管治最佳常規，本公司已採納《上市規則》附錄C1《企業管治守則》（「企業管治守則」）的原則及守則條文。截至2025年12月31日止年度，本公司一直遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。

## 符合《上市規則》附錄C3所載的標準守則

本公司已採納《上市規則》附錄C3上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為有關董事買賣本公司證券的操行守則。

經向全體董事作出特定查詢後，所有董事均確定彼等於截至2025年12月31日止年度一直遵守標準守則所載的條文。

## 刊發全年業績公告及年度報告

本公告已於香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<https://www.weilongshipin.com>)登載，本公司2025年度報告將適時於上述網站登載。

承董事會命  
卫龙美味全球控股有限公司  
董事會主席  
劉衛平

香港，2026年3月26日

截至本公告日期，本公司執行董事為劉衛平先生、劉福平先生、劉忠思先生及余風先生；本公司非執行董事為衛哲先生；以及本公司獨立非執行董事為徐黎黎女士、張弼弘先生及邢冬梅女士。