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。

綜合損益表

截至2024年12月31日止年度
(以人民幣列示)

	附註	**2024年 *人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
收入	*2*	**2,050,000**	1, 4,23
銷售成本		**(1,037,238)**	(,321)
毛利		**1,012,762**	4, 1
其他淨收入	*3*	**39,462**	30,502
銷售及經銷開支		**(670,774)**	(5 3,2 3)
行政開支		**(139,343)**	(15 ,50)
研發開支		**(28,544)**	(2 ,3 4)
經營利潤		**213,563**	2 ,245
財務費用	*4(a)*	**(6,950)**	(2, 1)
除稅前利潤	*4*	**206,613**	2 3,32
所得稅	*5*	**(46,183)**	(1, 3)
年內利潤		**160,430**	211,5
應佔：			
本公司權益股東		**156,295**	201,21
非控股權益		**4,135**	10,3 0
年內利潤		**160,430**	211,5
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣元)		**0.34**	0.4

綜合損益及其他全面收益表

截至2024年12月31日止年度

(以人民幣列示)

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
年內利潤	**160,430**	211,5
年內其他全面收益(扣除稅項及重分類調整後)		
將不會重新分類至損益的項目：		
按公允價值計入其他全面收益的股權投資－公允價值儲備變動淨額(不可轉回)	**13,933**	,
其後會或可能重新分類至損益的項目：		
換算中國內地境外業務財務報表的匯兌差異	**(13)**	,
年內其他全面收益	**13,920**	,
年內總全面收益	**174,350**	211,5
應佔：		
本公司權益股東	**170,221**	201,21
非控股權益	**4,129**	10,3 0
年內總全面收益	**174,350**	211,5

綜合財務狀況表

於2024年12月31日

(以人民幣列示)

	附註	**2024年**	2023年
		人民幣千元	*人民幣千元*
非流動資產			
物業、廠房及設備		**282,421**	1 **指足黎绪科**
無形資產		**1,982**	**[illegible]**
商譽		**77,165**	**2023**

指定為按公允碧씯乳棄酬盼苓豷饢麿濻道靄敉益烙嵲磕　窟趭諰零顒葵祛爢鉶膮駧顑飁驤

綜合財務狀況表(續)

於2024年12月31日
(以人民幣列示)

	附註	**2024年** ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
資本及公積金			
股本	*(.)*	**93,100**	3,100
公積金		**652,642**	,5 1
本公司權益股東應佔總權益		**745,742**	, 1
非控股權益		**22,502**	2 ,25
總權益		**768,244**	, 2

附註

(除文義另有所指外，均以人民幣列示)

1 編製基準

(a) 合規聲明

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」)頒佈的所有適用國際財務報告會計準則(該統稱包括所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋)及香港公司條例之披露規定而編製。該等財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則適用披露規定。

國際會計準則理事會已頒佈若干經修訂國際財務報告會計準則，並於本集團的當前會計期間首次生效或可供提前採納。附註1( )提供有關因首次採用該等本集團當前會計期間之已反映於財務報表中的相關發展而導致會計政策發生任何變動的資料。

(b) 財務報表之編製基準

截至2024年12月31日止年度的綜合財務報表包括廈門燕之屋燕窩產業股份有限公司(「本公司」)及其子公司(統稱「本集團」)。

編製財務報表所用的計量基準為歷史成本基準，惟按公允價值計量的若干金融資產除外。

綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，並約整至最接近的千位數。本集團旗下大部分公司在中華人民共和國(「中國」)經營，其功能貨幣為人民幣，因此，人民幣用作本集團的呈列貨幣。

編製符合國際財務報告會計準則的財務報表需要管理層作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及所呈報的資產、負債、收入及開支的金額。該等估計及相關假設乃基於過往經驗以及因應當時情況認為合理的各項其他因素，有關結果構成判斷無法從其他來源得出的資產及負債賬面值的基準。實際結果或會有別於該等估計。

估計及相關假設會按持續基準進行檢討。倘修訂會計估計僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂於該期間確認，而倘修訂對目前及未來期間均產生影響，則會於作出該修訂的期間及未來期間確認。

(c) 會計政策變動

國際會計準則理事會已頒佈下列國際財務報告會計準則修訂本，並於本集團的當前會計期間首次生效。其中，本集團財務報表的相關發展如下：

- 國際會計準則第1號修訂本，*財務報表呈報－負債分類為流動或非流動*（「2020年修訂本」）及國際會計準則第1號修訂本，*財務報表呈報－附帶契諾的非流動負債*（「2022年修訂本」）
- 國際財務報告準則第1 號修訂本，*租賃－售後租回中的租賃負債*
- 國際會計準則第 號修訂本，*現金流量報表*及國際財務報告準則第 號修訂本，*金融工具：披露－供應商融資安排*

該等變動對當前或過往期間本集團已編製或呈列之業績及財務狀況並無重大影響。本集團並無應用任何於當前會計期間尚未生效的新訂準則或詮釋。

2 收入和分部報告

(a) 收入

本集團的主要業務是研發、生產和銷售燕窩產品。有關本集團主要業務的進一步詳情於附註2(.)披露。

按銷售渠道劃分的來自客戶合同的收入分類如下：

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
國際財務報告準則第15號範圍內來自客戶合同的收入		
線下渠道		
－向線下經銷商銷售	**486,074**	50 ,035
－直接向線下客戶銷售	**321,796**	351,1 0
線上渠道		
－直接向線上客戶銷售	**911,729**	24,3
－直接向電商平台銷售	**294,612**	2 2,
－向線上經銷商銷售	**35,789**	1 , 4
	2,050,000	1, 4,23

本集團的收入主要來自燕窩產品的銷售，其在某個時間點確認。

本集團的客戶群多元化，且包含一名與本集團的交易額超過本集團收入10%的客戶。於2024年，向該客戶銷售燕窩產品所得收入（包括向本集團所知與客戶受共同控制的實體的銷售）約為人民幣243,241,000元（2023年：人民幣212,051,000元）。

本集團已將國際財務報告準則第15號第121(.)段中的實用權宜之計應用於其原預期期限為一年或更短的燕窩產品銷售合同，並且不披露與分配至剩餘履約義務的交易價格總額有關的資料。

(b) 分部報告

本集團按銷售渠道類別管理其業務。本集團已呈列下列五個可呈報分部，其劃分方式與向本集團的最高行政管理人員內部匯報資料以作資源配置及表現評估的方式一致。本集團並未合併經營分部，以組成下列可呈報分部。

- 直接向線上客戶銷售：該分部通過線上平台向零售客戶銷售燕窩產品。

- 直接向線下客戶銷售：該分部向實體門店的零售客戶銷售燕窩產品。

- 向線下經銷商銷售：該分部向線下經銷商銷售燕窩產品。

- 直接向電商平台銷售：該分部向線上平台銷售燕窩產品。

- 向線上經銷商銷售：該分部向線上經銷商銷售燕窩產品。

( ) 分部業績

就評估分部表現及於分部間分配資源而言，本集團最高行政管理人員按以下各基準監察各可呈報分部應佔的業績：

收入及開支乃分別參考該等分部所產生的銷售額及該等分部所產生的直接開支而分配至可呈報分部。用於報告分部業績的毛利乃根據相關分部的收入減銷售成本計算。年內並無發生分部間銷售。一個分部向另一個分部提供的協助（包括共用資產及技術知識）並無計量。

本集團的其他經營收入及開支項目（例如其他淨收入、銷售及經銷開支、行政開支、研發開支、財務費用以及資產和負債）並非按個別分部計量。因此，並無呈列分部資產及負債的資料，亦無呈列有關資本開支、其他經營收入及開支的資料。

截至2024年及2023年12月31日止年度，就資源配置及評估分部表現而向本集團最高行政管理人員提供的有關本集團可呈報分部的資料載列如下。

	2024年					
	直接向線上客戶銷售	**直接向線下客戶銷售**	**向線下經銷商銷售**	**直接向電商平台銷售**	**向線上經銷商銷售**	**總計**
	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***
收入	**911,729**	**321,796**	**486,074**	**294,612**	**35,789**	**2,050,000**
毛利	**409,911**	**213,980**	**235,955**	**139,819**	**13,097**	**1,012,762**

	2023年					
	直接向線上客戶銷售	直接向線下客戶銷售	向線下經銷商銷售	直接向電商平台銷售	向線上經銷商銷售	總計
	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*
收入	24,3	351,1 0	50 ,035	2 2,	1 , 4	1, 4,23
毛利	3 0, 1	234,1	250,434	132,3	,02	4, 1

( ) 可呈報分部損益對賬

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
可呈報分部的總毛利	**1,012,762**	4, 1
其他淨收入	**39,462**	30,502
銷售及經銷開支	**(670,774)**	(5 3,2 3)
行政開支	**(139,343)**	(15 ,50)
研發開支	**(28,544)**	(2 ,3 4)
財務費用	**(6,950)**	(2, 1)
綜合除稅前利潤	**206,613**	2 3,32

( ) 地域資料

本集團所有收入均產生於中國內地，而其非流動資產均位於中國內地，因此，並無呈列地域資料分析。

3 其他淨收入

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
按公允價值計入損益的金融資產公允價值變動淨額	**2,810**	1, 3
利息收入	**4,601**	3,3 0
政府補助*(附註( ))*	**32,518**	2 ,243
出售物業、廠房及設備的收益淨額	**314**	1
外匯虧損	**(214)**	(1,)
其他	**(567)**	(5)
	39,462	30,502

( ) 政府補助自若干地方政府機關收取或應收取，以肯定本集團對當地經濟發展作出的貢獻。

4 除稅前利潤

除稅前利潤乃經扣除以下各項後達致：

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
(a) 財務費用		
銀行貸款利息	**–**	,*
租賃負債利息	**6,950**	2, 1
	6,950	2, 1

* 該金額指低於人民幣500元的金額。

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
(b) 員工成本#		
薪金、工資及其他福利	**277,596**	2 4, 5
界定供款退休計劃供款	**15,219**	13, 54
以權益結算的股份付款開支	**–**	4, 1
	292,815	2 3,535

		2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
(c)	**其他項目**		
	無形資產攤銷	**546**	53
	折舊費用#		
	— 自有物業、廠房及設備	**24,888**	1 , 0
	— 使用權資產	**30,982**	21,3 4
	貿易應收款項減值虧損	**1,026**	25
	其他應收款項減值虧損	**2,038**	1,3 1
	核數師酬金		
	— 審計服務		
	畢馬威會計師事務所	**2,300**	2,150
	其他核數師	**27**	22
	— 其他服務		
	畢馬威會計師事務所	**915**	5,050
	上市開支	**–**	3 ,323
	存貨成本#	**937,133**	,341

存貨成本包括與員工成本及折舊有關的人民幣10 ,5 3,000元(2023年：人民幣101, ,000元)，有關數額亦已計入上文或附註4(.)分別披露的各類開支總額中。

5 綜合損益表中的所得稅

(a) 綜合損益表中的稅項指：

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
即期稅項		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)及其他稅務司法管轄區的所得稅	**66,602**	0,30
以往年度撥備不足／(超額撥備)	**890**	(52)
	67,492	0,255
遞延稅項		
暫時性差異的產生及撥回	**(21,309)**	1,4 3
	46,183	1, 3

( ) 根據中國內地企業所得稅的相關規章及法規，本集團的子公司廣河縣燕之屋生物科技發展有限公司於截至2024年及2023年12月31日止年度須以15%的優惠稅率繳納中國企業所得稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例，本集團若干子公司獲認定為「小型微利企業」，並享有企業所得稅稅率下調20%。本集團和本公司的所有其他中國內地子公司於截至2024年及2023年12月31日止年度須按25%的法定稅率繳納企業所得稅。

根據中國內地相關稅收規章，合格研發開支可用作所得稅目的的加計抵扣，因此，截至2024年及2023年12月31日止年度，合格研發開支的額外100%可視作可抵扣開支。

( ) 根據《201 年稅務（修訂）（第3號）條例》（「條例」）引入的利得稅兩級制，公司賺取的首2百萬港元應課稅溢利將按 .25%繳稅，而餘下應課稅溢利仍將按1 .5%繳稅。反拆分措施規定，每個集團僅能提名集團內的一個公司享受累進稅率。條例自201 ／201 課稅年度起首次生效。

因此，[illegible] 截至2024年12月31日止年度的香港利得稅撥備乃按利得稅兩級制計算，據此，首2百萬港元應課稅溢利按 .25%計算利得稅，而餘下則按1 .5%計算。

2024年香港利得稅撥備已計及香港特別行政區政府就2023／2024課稅年度授予100%的應付稅款減免，但每項業務的減免上限為3,000港元。

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計利潤對賬如下：

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
除稅前利潤	**206,613**	2 3,32
除稅前利潤按有關司法管轄區適用稅率計算的名義稅項	**51,036**	,332
不可扣減開支的稅務影響	**2,822**	4,2 4
非應稅收入的稅務影響	**(419)**	,
合格研發開支的額外扣減的稅務影響	**(5,300)**	(4,5 4)
動用先前未確認稅項虧損	**(9)**	(15)
未確認未動用的稅項虧損的稅務影響	**2,172**	
法定稅收優惠	**(5,009)**	(,152)
以往年度撥備不足／(超額撥備)	**890**	(52)
實際稅項開支	**46,183**	1, 3

6 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司普通權益股東應佔利潤及年內已發行的普通股加權平均數計算。

( ) 本公司普通權益股東應佔利潤

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
本公司普通權益股東應佔年內利潤	**156,295**	201,21
就僱員激勵計劃持有的未歸屬股份應佔年內利潤分配	**–**	(3, 33)
本公司普通權益股東應佔年內利潤	**156,295**	1 ,4 5

( ) 普通股加權平均數

	2024年	2023年

7 貿易及其他應收款項

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
貿易應收款項(扣除虧損撥備)		
一第三方	**92,367**	3,2
按金	**4,102**	13, 35
應收關聯方款項	**1,900**	1, 00
可收回增值稅	**36,496**	1 , 03
應收政府補助	**27,026**	,
其他應收款項	**1,765**	1, 1
	163,656	120,2

於2024年12月31日，預期所有貿易及其他應收款項將於一年內收回或確認為開支。

賬齡分析

截至報告期末，貿易應收款項(計入貿易及其他應收款項)按發票日期扣除虧損撥備後的賬齡分析如下：

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
即期(未逾期)	**92,070**	3,2
逾期超過三個月	**297**	,
	92,367	3,2

貿易應收賬款自開票之日起30至 0天內到期。

8 貿易及其他應付款項

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
貿易應付款項	**66,895**	2,525
預收款項	**47,404**	31, 1
應付薪金及福利	**51,579**	0, 11
其他應付款項及應計費用	**42,086**	3 ,1 2
按攤銷成本計量的金融負債	**207,964**	1 3,4
其他應付稅項	**9,061**	12, 34
退款負債：		
－ 因退貨權產生	**428**	15
－ 因銷售返利產生	**53,597**	53, 15
	271,050	2 0,10

預期所有貿易及其他應付款項將於一年內結清或確認為收入或按要求償還。

截至報告期末，貿易應付款項（計入貿易及其他應付款項）按發票日期的賬齡分析如下：

	2024年 ***人民幣千元***	2023年 *人民幣千元*
三個月內	**65,191**	1,1 3
三個月以上但六個月內	**790**	4
六個月以上但九個月內	**914**	10
九個月以上但一年內	**–**	244
一年以上但兩年內	**–**	1
	66,895	2,525

9 資本、公積金及股息

(a) 股息

( ) 年內應付本公司權益股東股息

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
報告期末後建議派發的末期股息每股普通股人民幣21.5分(2023年：每股普通股人民幣21.5分)	**100,083**	100,0 3
減：就僱員激勵計劃持有的股份的股息	**(1,998)**	,
	98,085	100,0 3

報告期末後建議派發的末期股息並無於報告期末確認為負債。

( ) 年內已批准及派付上一財政年度應付本公司權益股東股息

	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*
年內已批准及派付有關上一財政年度的末期股息每股普通股人民幣21.5分(2023年：每股人民幣1 4.5分(股份拆細前)／相當於每股普通股人民幣3 . 分(股份拆細後))	**100,077**	1 0,000

(b) 股本

	2024年		2023年	
	股份數目		股份數目	
	（千股）	***人民幣千元***	*（千股）*	*人民幣千元*
普通股，已發行及繳足：				
於1月1日	**465,500**	**93,100**	，00	，00
普通股拆細*(附註( ))*	**–**	**–**	34 ，00	，
首次公開發售發行股份*(附註( ))*	**–**	**–**	32,000	,400
於12月31日	**465,500**	**93,100**	4 5,500	3,100

附註：

( ) 經2023年5月25日舉行的本公司股東大會批准，緊隨本公司首次公開發售後，每股面值人民幣1元的已發行普通股將拆細為五股每股面值人民幣0.2元的普通股。於股份拆細後，已發行普通股數目為433,500,000股。

( ) 本公司股份於香港聯合交易所有限公司上市時，32,000,000股每股面值人民幣0.2元的普通股按每股普通股 . 港元的價格發行。發售籌集的所得款項總額為310,400,000港元（相當於約人民幣2 3,02 ,000元）。發售淨所得款項為人民幣2 ,241,000元（抵銷直接歸屬於發行股份的成本約人民幣13, ,000元後），其中人民幣 ,400,000元計入本公司股本賬，餘下人民幣2 2, 41,000元計入本公司股份溢價賬。

誠如本公司日期為2024年12月20日內容有關完成 股全流通的公告所披露，本公司13 ,5 0, 00股非上市股份已轉換為 股，且於2024年12月23日於聯交所上市。

(c) 根據僱員激勵計劃購買本公司股份

於2024年3月25日， 股僱員激勵計劃（「 股激勵計劃」）獲本公司臨時股東大會批准。 股激勵計劃實施後，本公司已委任第三方受託人根據信託管理協議設立信託計劃，以購回、持有及管理本公司 股激勵計劃項下的股份。截至2024年12月31日止年度，股份計劃信託以總對價約為103,02 ,000港元（相當於約人民幣 4,0 3,000元）於聯交所購買 ,2 4,400股 股。

管理層討論與分析

業務回顧

回首過去一年，外部環境複雜多變，消費需求日益分化，行業競爭更是達到了白熱化的程度，這無疑是本集團發展歷程中極具挑戰的一年。在複雜的形勢下，我們全力推動品牌高端化戰略、積極探索新渠道佈局、創新豐富產品矩陣，取得了連續第 年中國燕窩市場佔有率第一的榮譽，銷售收入持續穩健增長，品牌影響力再上新台階。

1. 品牌管理

於2024年，本集團持續鞏固行業龍頭地位，實現品牌影響力與商業價值的雙重突破。在中國品牌力指數 (-)燕窩品牌排行榜上，公司已連續五年位居業界第一，品牌力領跑行業。

雙明星代言戰略：構建跨世代影響力

公司通過「國際影星+青年偶像」雙代言人矩陣，精準覆蓋多元消費群體：

2024年1月，鞏俐女士出任本集團全球品牌代言人，以其國際聲譽與高端形象強化品牌「匠心品質」心智，通過官宣傳播迅速擴大品牌聲量，顯著提升高端客群關注度；2024年12月，我們攜手鞏俐女士在上海舉辦《時間的禮物》新品發佈會，通過沉浸式體驗與高端定制產品深化高淨值客戶黏性，進一步鞏固品牌高端定位。

2024年5月王一博先生出任本集團全球品牌代言人，以潮流化內容與年輕群體深度互動，成功拓展 世代及新中產消費市場，帶動品牌年輕化滲透與消費活力。

全場景品牌傳播：強化高端心智佔位與消費驅動

我們通過在機場樞紐、中央人民廣播電台、分眾樓宇等高質量媒體品牌形象曝光，持續強化高端燕窩的心智認知，聚焦商務精英與高淨值家庭群體，精準鎖定家庭消費決策場景，通過社區高頻觸達激活節慶禮贈需求，推動禮盒產品成為家庭消費優選，也進一步擴大品牌在傳統節慶市場的份額優勢。

全球規模第一的燕窩工廠：信任背書與品牌勢能升級

依託全球規模第一的燕窩透明化智能工廠，首創「文化館參觀+生產線溯源」模式，面向消費者與企業開放體驗，通過可視化生產流程與第三方認證強化品牌信任背書；從生產端到傳播端的閉環佈局，將「全球第一」的硬實力轉化為品牌信任與市場勢能，夯實品牌行業標桿地位。

引入華與華戰略諮詢：驅動品牌系統化升級

公司引入華與華戰略諮詢，通過重構品牌超級符號「燕之屋燕窩」統一出口視覺體系，優化門店陳列邏輯與消費動線設計，助力品牌從視覺符號到內容傳播的系統化升級。

2. 渠道管理

於2024年，我們傳統渠道穩健發展，並積極探索新渠道，繼續實施全渠道發展的經營戰略。

(i) 電商渠道

我們的線上銷售網絡包括自營網店、經銷商網店及電商平台。截至2024年12月31日，我們在京東、天貓、抖音等主流電商或社交平台上擁有3家自營網店及52家經銷商網店。截至2024年12月31日，我們已擁有2 個電商平台作為我們的客戶，包括京東、唯品會及天貓超市等。截至2024年12月31日止年度，我們電商業務的整體收入為人民幣12.4億元，於本年度貢獻佔本集團整體收入的 0. %，較2023年同期增長12.5%。

線上業務仍保持強勁增長態勢，平台運營數據再創新高。2024年線上總訪客量突破3.4億人次，同比大幅增長4 . %，用戶觸達規模實現跨越式提升。在流量規模擴大的基礎上，平台轉化效率同步優化，2024年總訂單用戶達13 . 萬人次，同比增長3 .2%。經過精細化會員運營，2024年平台累計註冊會員規模已突破 30萬大關，堅實的私域流量池為精準營銷和深耕用戶價值奠定了重要基礎。

我們積極運用　技術重塑運營鏈路，在線上業務領域全面落地，並取得良好效果。比如，我們在京東平台上線數字人直播提高了非黃金時段的銷售轉化。我們的智能客服系統通過自然語言處理識別　%的常見諮詢，使深夜訂單諮詢轉化率提升40%。而　創意中台實現營銷素材批量生成，輸入關鍵詞即可分鐘級輸出設計方案，大幅提高市場部人效。

全域直播和小紅書種草運營卓有成效。以智慧工廠溯源為主題的直播，總曝光量突破2億次，創造商品總值超人民幣 ,000萬元，成為食品健康類目頭部品牌自播標桿。我們通過開發關鍵意見領袖評估算法，在小紅書等內容平台篩選出粉絲質量高、內容匹配度強的垂直領域博主，推出針對性種草內容和互動工具，更聯合營養學家用臨床數據證明滋養功效，不斷豐富的筆記內容大幅提高了筆記閱讀量，逐漸將客戶的消費動機從「跟風食用」轉向「功效認同」。

(ii) 線下渠道

截至2024年12月31日止年度，線下業務的整體收入為人民幣 .0 億元，於本年度貢獻佔本集團整體收入的3 .4%，較2023年同期減少 .1%。截至2024年12月31日，我們已建立起全國性的線下銷售網絡，由10 家自營門店及251名線下經銷商組成，涵蓋中國 50家經銷商門店。下表載列我們截至所述日期按類型劃分的線下門店數量。

	2024年	2023年
線下門店		
自營門店	**108**	
經銷商門店	**650**	4
總計	**758**	43

線下門店通過進駐有贊私域商城、小程序直播、美团、大眾點評、地圖、京東秒送及抖音本地生活等多元化平台，顯著提升了門店客流量與品牌曝光度。同時，我們積極拓展海外市場，於2025年農曆新年期間成功開設美國紐約法拉盛首店，產品同步上架加州華人連鎖超市及開市客( )連鎖超市，進一步擴大品牌國際影響力。此外，新加坡首家自營專賣店也正在裝修設計中，標誌着我們在全球化佈局上走出第一步。

為提升客戶體驗與運營效率，我們啟動了線上線下渠道融合戰略，將產品線全面打通。例如，碗燕系列上線銷售，鮮燉產品開放全國線下門店銷售，不僅提高了產品推廣效率，更精準滿足了客戶的多樣化需求。同時，通過組織高端商場黑鑽會員品鑑沙龍等異業聯盟會員活動，特色的演唱會包廂活動，為品牌注入了更多活力與溫度。線下金燕會註冊會員數達到51萬，客戶黏性與復購率進一步增強。

(iii) 新渠道佈局

我們積極探索各類渠道，針對不同渠道特性，打造更適合渠道特性的燕窩衍生產品。我們線下開發的八珍凍乾燕窩進駐300多家盒馬精品超市；燕窩粥滋養禮盒進入元初、[illegible]等精品超市；並且正在推進燕窩輕食碗等定制產品上架山姆會員店。

3. 產品及研發

我們始終堅守「顧客至上」的核心理念，借助現代科技不斷推動燕窩行業基礎研究和燕窩產品的創新升級。公司攜手印度尼西亞國家研究與創新署開展對金絲燕自然生態的科研探索和燕屋的科學管理體系研究，推動燕窩產業的可持續發展。基於對金絲燕自然生態環境的研究，構建了多維度的產區評估體系，輸出《燕之屋印度尼西亞燕窩產區等級評定報告2.0》。2024年4月，燕之屋牽頭起草了中國輕工行業首個《燕窩製品》行業標準，為行業的健康發展奠定了規範基礎。

公司致力於以科學實證彰顯產品價值。我們與北大醫學燕窩營養與健康協同創新聯合實驗室開展了碗燕健康作用的人群干預研究。通過隨機對照試驗設計，證實了連續食用燕之屋碗燕能夠對人體的氨基酸代謝、糖代謝產生顯著的積極作用。這些具有里程碑意義的研究，為碗燕的營養價值提供了強有力的科學證據，也為消費者選擇高品質燕窩產品提供了可靠的參考依據。

公司也聯合江南大學開展了鮮燉燕窩生物活性的研究，結果表明，燕之屋特有生產工藝下的鮮燉燕窩經消化後活性肽數量上升，活性上升。同時，進一步開展了為期2 天的鮮燉燕窩人體試食實驗。研究結果表明，連續食用燕之屋鮮燉燕窩2 天後，受試者在皮膚彈性、皮膚黑色素含量、皮膚光澤度以及皮膚保濕修護能力等多個關鍵指標上均呈現顯著改善。基於這項嚴謹、科學的人體試食研究成果，公司榮獲了國際知名諮詢機構沙利文的權威認證，被認定為「中國首個開展鮮燉燕窩人體試食效果試驗的品牌」。

2024年純燕窩產品系列產品收入人民幣1 .0億元，較2023年增長0.1%，佔2024年總收入比重 . %。

燕窩+及+燕窩產品

我們通過將燕窩與新型食品原料以及具有藥食同源特性的食材進行科學的配伍，使燕窩的消費場景和風味得到了進一步的拓展和豐富。

在融合藥食同源食材方面，我們推出了碗燕_橙意款（生椰桃膠燕窩）滿足千元價格帶的禮品市場需求；推出了碗燕_總裁款燕窩，佈局廣闊的男士營養品市場。同時積極推進聯名產品合作，燕之屋與東阿阿膠聯名推出阿膠燕窩，打造「膠燕相融白裡紅、潤養紅潤好狀態」的產品概念，助力燕窩出圈與消費者拓展。

在精進現有口味配方的同時，燕窩粥持續做新口味開發，新增牛奶黑米燕窩粥、厚芋泥牛乳燕窩粥等口味，滿足更多元消費人群及場景需求。2024年燕窩粥全平台累計銷售超 35. 萬碗，收入人民幣 0. 百萬元，成為貢獻業績的新增長點。

公司積極拓展燕窩科研邊界，持續深化燕窩肽的創新研究。2024年公司在燕窩肽生產工藝上取得顯著進展，燕之屋燕窩肽核心專利「一種具有促進細胞修復、高保濕美白功效的燕窩肽製備方法及應用」榮獲國家知識產權局授權發明專利（專利號：1 、 2022 1 13 04 .3），這標誌着燕之屋在燕窩肽技術領域達到了新的高度，有力地推動了整個行業對燕窩肽科學價值的認知，並持續引領燕窩深加工領域的技術革新與發展方向。

4. 供應鏈管理

2024年5月，燕之屋智能製造產業園完成智能化改造並正式投產運營。新工廠首創「燕窩挑揀智能產線系統」，整合自動泡窩機、清洗機及　智能挑揀機，創新研發多項核心工藝，實現燕窩預處理全流程自動化；我們部署自動卸瓶系統、機器人裝卸殺菌框及3 0 智能水噴霧殺菌釜，較傳統模式提升生產效率30%以上；我們還建成了行業首個「燕窩原料低溫, 智能立體倉」，配合智能化立體成品倉，通過三向叉車與　堆高車協同作業，實現全倉儲環節無人化運作。

新工廠的園區管理平台，集成能耗監控、智能安防、消防預警等子系統，管理響應效率大幅提升。我們自主研發的水循環處理系統，實現生產用水三級回用，有效降低單位產品水耗；同時集成 （供應鏈管理）、 （製造執行）、 （倉儲管理）等系統，並聯通中國檢科院溯源體系，構建覆蓋原料採購、生產製造到終端服務的全鏈路數字化管理平台，實現供應鏈可視化管控。

2024年度上海生產基地通過精益生產管理實現產能突破，年度發貨量同比增長23%，有效降低了上海工廠鮮燉產品的單位生產成本，達成上海生產基地的規劃目標。我們計劃將廈門新工廠的系統和管理經驗複製到上海、廣河生產基地，提升各生產基地的協同能力，進一步提高整體供應鏈的生產效率。

展望

在全球經濟波動與消費分級趨勢並存的背景下，香港資本市場的企穩回升與中國新消費動能的持續釋放，為本公司業績增長提供了雙重支撐。從高端營養到日常養生，我們對中國健康食品產業的長期發展前景保持積極樂觀態度。尤其燕窩作為中式營養文化的核心載體，憑藉其消費場景延展性與文化認同感，持續佔據消費升級的核心賽道。銀發族健康管理需求的結構性增長、都市白領輕養生風潮的深化、年輕群體「食補悅己」理念的普及，以及孕產營養市場的持續擴容，共同推動全民健康消費向高頻化、場景化滲透。基於此，本公司將以「深挖燕窩價值，拓展健康生態」為核心戰略，加速從單一品類向複合滋養解決方案的升級，力爭實現營收「五年翻一番」的戰略目標，打造本集團的第二增長曲線。為切實實現該戰略目標，本集團計劃採取以下措施：

1. 升級產品矩陣聚焦單品增長

在消費需求分層化、場景多元化的趨勢下，公司將通過「純燕窩、燕窩+、+燕窩」的三維產品矩陣，精準覆蓋商務禮贈、家庭滋補、輕食代餐等核心場景。針對純燕窩系列產品，我們提出「高端定位、匠心品質、科技賦能」的核心策略，保持並夯實燕窩領導者品牌地位。通過為產品注入文化敘事與情感價值，深化消費者心智中的品牌護城河。以工藝傳承與現代科研創新結合，確保產品在品質、體驗、安全等方面的領先地位，成為消費者購買燕窩產品的首選。

強化燕窩粥超級單品，結合早餐等場景強化高頻消費屬性，構建「線上內容造勢+ 端分銷滲透+流通渠道下沉」的全域增長模型。以燕窩流心巧克力切入婚慶伴手禮細分市場，聯合高端消費品品牌推出聯名限定禮盒，建立情感消費心智。同時成立燕窩肽事業部，開發燕窩肽複合配方產品，拓展科技燕窩新增長曲線。

2. 優化渠道架構滲透大眾市場

公司將推行匹配市場需求和消費者偏好的渠道優化策略，以差異化佈局提升現有渠道效率。在核心城市一線商業體落地第三代標桿形象店，集成品牌文化展示、沉浸式體驗與數字化交互功能。在下沉市場優先拓展消費力強勁的百強縣，2025年前目標完成重點縣域市場佈局，通過標準化店型與輕資產合作模式，初步構建縣域網格化覆蓋體系。

在創新渠道方面持續突破，規劃以定制產品進入山姆會員商店、[illegible]等會員制倉儲渠道，通過燕窩厚飲、燕窩流心巧克力、即食凍干等輕量化產品滲透便利店網絡，同步鞏固[illegible]、盒馬等高端商超的戰略合作。

以燕窩衍生品為線上即食零售渠道的突破口，錨定早餐代餐、下午茶輕享、零食化場景三大高頻消費場景，聚焦核心城市破局，通過「爆品測試－數據反饋－區域複製」模型實現重點城市突破。針對潛力線上分銷渠道，開發高潛力新品，打造優質標桿客戶，推動其長期穩定增長。

3. 開拓海外版圖提速區域滲透

依託海外華人社群對燕窩品類的認知基礎，本公司已正式啟動出海步伐，2025年計劃陸續在紐約和新加坡開設線下門店，同步啟動美國和東南亞跨境電商業務，探索燕之屋從「中國燕窩領導品牌」走向「全球滋養品牌」的出海之路。

4. 強化內容運營提升營銷效率

通過短視頻科普、關鍵意見領袖場景化種草等優質內容的精細化運營，實現品效銷一體化，提高營銷效率；以燕之屋商學院課程、透明工廠溯源體驗與燕窩文化為載體，為企業客戶定制健康福利解決方案。

2025年是本公司「二次創業」的戰略攻堅年。面對市場環境的不確定性，我們將堅持「引領全球燕窩行業，打造百年民族品牌」的企業願景：以創新驅動產品革新，以技術構築競爭護城河，以實干深耕市場價值，以文化凝聚團隊共識；公司將秉持「以消費者為中心」的經營理念，全力推動「五年翻一番」戰略目標的實現，向「全球燕窩產業領導者」的願景穩步邁進。

財務回顧

以下討論乃基於本公告其他章節所載財務資料及附註，須與該等資料及附註一併閱讀。

收入

我們的收入主要來自銷售及經銷燕窩產品。

我們的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣1, 4.2百萬元增加4.3 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣2,050.0百萬元。下表載列我們截至2023年及2024年12月31日止年度按產品類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度			
	2024年		2023年	
	人民幣千元	***%***	*人民幣千元*	*%*
純燕窩產品	**1,795,365**	**87.6**	1, 4,214	1.3
燕窩+及+燕窩產品	**231,874**	**11.3**	141,	.2
其他(1)	**22,761**	**1.1**	2 ,03	1.5
總計	**2,050,000**	**100.0**	1, 4,23	100.0

附註：

(1) 包括非燕窩產品，如月餅、點心、粽子等。

- *純燕窩產品。*自純燕窩產品產生的收入主要指銷售純燕窩產品（主要包括碗燕、鮮燉燕窩、其他瓶裝燕窩及乾燕窩）所產生的收入。我們自銷售純燕窩產品產生的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣1, 4.2百萬元增加0.0 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣1, 5.4百萬元。

- *燕窩+及+燕窩產品。*自燕窩+及+燕窩產品產生的收入主要指銷售燕窩+及+燕窩產品所產生的收入。我們自銷售燕窩+及+燕窩產品產生的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣142.0百萬元增加 3.31%至截至2024年12月31日止年度的人民幣231. 百萬元，主要是由於燕窩粥銷售的大幅增加。

- *其他。*我們自銷售其他產品產生的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣2 .0百萬元減少1 . 2%至截至2024年12月31日止年度的人民幣22. 百萬元。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括原材料成本、僱員福利開支、生產成本及快遞費。

我們的銷售成本由截至2023年12月31日止年度的人民幣　.3百萬元增加 .01%至截至2024年12月31日止年度的人民幣1,03 .2百萬元，與2024年的收入同步增長。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣　4. 百萬元增加1.　%至截至2024年12月31日止年度的人民幣1,012. 百萬元。毛利增長與我們整體收入的增長一致。我們的毛利率由截至2023年12月31日止年度的50. 5%減少至截至2024年12月31日止年度的4 .40%。

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支主要包括( )廣告及推廣費；( )僱員福利開支；( )樣品及禮品成本；( )技術服務費；( )租金；( )折舊及攤銷；及( )其他（主要包括設計費、會議費、物業及水電費、辦公開支、商務招待費、差旅開支以及裝修及維護開支）。我們的銷售及經銷開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣5 3.3百萬元增加1 .0 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣　0. 百萬元，主要歸因於廣告及推廣費有所增加，我們於2024年完成雙代言人矩陣建設，聘請國際影後鞏俐女士與青年演員王一博先生作為我們的全球品牌代言人。

行政開支

我們的行政開支主要包括( )僱員福利開支；( )諮詢服務費（主要包括與戰略及管理諮詢服務有關的開支）；( )辦公開支；( )差旅及商務接待開支；( )折舊及攤銷；( )物業及水電費；及( )信用減值虧損。我們的行政開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣15 .5百萬元減少12. 4%至截至2024年12月31日止年度的人民幣13 .3百萬元，主要歸因於本公司已順利上市，2024年本公司上市相關專業服務費相應減少。

研發開支

我們的研發開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣2 .4百萬元增加 .1 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣2 .5百萬元，主要歸因於工藝研發成本增加。

其他淨收入

我們的其他淨收入主要包括( )政府補助及( )利息收入。我們的其他淨收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣30.5百萬元增加2 .3 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣3 .5百萬元，主要歸因於政府補助增加。

財務費用

我們的財務費用主要包括租賃負債利息及銀行貸款的利息開支。我們的財務費用由截至2023年12月31日止年度的人民幣2. 百萬元增加13 .10%至截至2024年12月31日止年度的人民幣 .0百萬元，主要歸因於公司燕窩智能工廠租賃費用增加導致租賃利息開支增加。

所得稅

我們的所得稅由截至2023年12月31日止年度的人民幣 1. 百萬元減少25.20%至截至2024年12月31日止年度的人民幣4 .2百萬元，主要歸因於利潤減少。

年內利潤

由於上文所述，我們的年內利潤由截至2023年12月31日止年度的淨利潤人民幣211. 百萬元減少24.1 %至截至2024年12月31日止年度的人民幣1 0.4百萬元。

流動性、財務資源及資本架構

現金主要用於為本集團業務的日常運營提供資金。截至2023年及2024年12月31日止年度，我們主要通過經營活動所得現金撥付資本開支及營運資金需求。展望未來，我們相信，流動性需求將通過經營活動產生的現金流量、全球發售總所得款項、銀行貸款及其他借款，以及不時從資本市場籌集的其他資金得到滿足。截至2024年12月31日，本集團並未使用任何金融工具作為對沖目的。

我們繼續維持健康穩健的財務狀況，並遵循一套資金及財政政策來管理我們的資本資源及減輕所涉及的潛在風險。我們的流動資產由截至2023年12月31日的約人民幣1,154.5百萬元減少至截至2024年12月31日的約人民幣1,013.5百萬元，主要由於新綠色智能工廠的建設致使現金及現金等價物結餘減少。

現金流量

截至2024年12月31日，我們的現金及現金等價物主要包括銀行現金，以人民幣及港元計值。我們的現金及現金等價物總額由截至2023年12月31日的人民幣53 .1百萬元減少21. 1%至截至2024年12月31日的人民幣420.5百萬元。該減少主要歸因於新綠色智能工廠的建設。

外匯風險管理

我們的功能貨幣為人民幣。我們的業務主要以人民幣進行，我們絕大部分資產以人民幣計值。外匯風險來自以我們功能貨幣以外的貨幣計值的商業交易或已確認資產及負債。我們面臨以人民幣以外的貨幣計值的商業交易以及已確認資產及負債所產生的外匯風險。

截至2024年12月31日止年度，我們確認匯兌虧損淨額人民幣0.2百萬元。

我們並未實施任何對沖安排。我們透過密切監察外匯匯率的變動管理我們的外匯風險。我們通過不斷審查經濟形勢及外匯風險，並在必要時採取對沖措施來降低該風險。

資本開支

截至2024年12月31日止年度，我們的資本開支總額約為人民幣114.2百萬元，而截至2023年12月31日止年度的資本開支總額約為人民幣24.4百萬元。我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備以及購買無形資產的付款。我們以經營及融資活動所得現金撥付該等資本開支。

資本承擔

截至2023年及2024年12月31日，我們的資本承擔分別為人民幣33. 百萬元及人民幣 .3百萬元，主要與(1)預計未來為購買長期資產支付的餘下付款金額；及(2)未來一年內短期租賃的付款金額有關。

或然負債

截至2024年12月31日，我們並無任何重大或然負債、擔保或任何向本集團任何成員公司作出的尚未了結或面臨威脅的重大訴訟或申索。

重大投資及資本資產的未來計劃

除招股章程中「未來計劃及所得款項用途」一節及本公告所披露者外，截至2024年12月31日，我們並無重大投資或資本資產的詳細未來計劃。

重大收購及出售以及重大投資

截至2024年12月31日止年度，我們並無任何重大收購及出售以及重大投資。

資產質押

截至2024年12月31日，我們並無質押任何資產。

流動淨資產

截至2023年及2024年12月31日，我們的流動淨資產分別為人民幣5 4.4百萬元及人民幣402.0百萬元。我們的流動淨資產減少主要是由於新綠色智能工廠的建設致使現金及現金等價物結餘減少。

借款及債務

我們的債務主要包括租賃負債。下表載列我們截至所述日期的債務明細。

	截至12月31日	
	2024年	2023年
	（人民幣千元）	
即期債務		
租賃負債	**25,267**	2 ,3 1
非即期債務		
租賃負債	**105,048**	111,2
總計	**130,315**	13 ,

截至2024年12月31日，我們並無未償還的借款結餘。

主要財務比率

下表載列我們截止所述日期及／或所述年度的主要財務比率。

	截至12月31日／截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
盈利能力比率		
毛利率[1]	**49.4%**	50. %
淨利潤率[2]	**7.8%**	10. %
股本回報率[3]	**20.5%**	33.3%
流動性比率		
流動比率[4]	**1.7倍**	2.1倍
資本負債比率[5]	**17.0%**	1 .3%

附註：

(1) 毛利率按年內毛利除以相應年內收入再乘以100%計算。

(2) 淨利潤率按年內利潤除以相應年內收入再乘以100%計算。

(3) 股本回報率按年內損益除以截至該年度年初和年末總權益的平均值再乘以100%計算。

(4) 流動比率按流動資產除以截至年末的流動負債計算。

(5) 資本負債比率按總負債（包括租賃負債）除以總權益再乘以100%計算。

其他資料

所得款項用途

於2023年12月12日，本公司的 股於聯交所主板上市。全球發售收到的淨所得款項（經扣除與全球發售有關的包銷佣金及其他費用及開支）約為25 .4 百萬港元。

全球發售淨所得款項（根據實際淨所得款項按比例調整）已經並將會按照與招股章程「未來計劃及所得款項用途」章節所列相同的方式、比例和預期時間框架使用。下表載列直至2024年12月31日的淨所得款項計劃及實際應用情況。

	全球發售淨所得款項 *（百萬港元）*	折合人民幣百萬元 *（人民幣百萬元）*	2024年1月1日至2024年12月31日的使用情況 *（人民幣百萬元）*	截至2024年12月31日尚未使用的所得款項 *（人民幣百萬元）*	悉數使用未使用金額的預期時間表[1]
擴大我們的產品組合及豐富我們的產品功能的研發活動	25.	23.32	14. 1	.41	202 年12月31日前
擴大及鞏固我們的銷售網絡	4.1	5 .3	52.4	5. 2	202 年12月31日前
加強我們的品牌建設及營銷推廣力度	3 .5	34.	34.	0	不適用
加強我們的供應鏈管理能力	.	1. 3	.	4. 4	202 年12月31日前
加強我們的數字基礎設施	12.	11.	.3	3.2	202 年12月31日前
營運資金及其他一般公司用途	25.	23.32	23.32	0	不適用
總計	25 .4	233.21	210.	22.34	

附註：

(1) 上述悉數使用未使用金額的預期時間表乃基於董事會根據截至本公告日期的最新資料作出的合理估計。

倘淨所得款項未即時動用，則結餘存入銀行。董事會目前預計不會改變先前於招股章程中所披露的淨所得款項擬定用途，並預計於202 年12月31日之前充分利用全球發售籌集的淨所得款項，惟須根據本公司不斷發展的業務需要及不斷變化的市場狀況而變動。

僱員、培訓及薪酬政策

截至2024年12月31日，我們擁有1,　名僱員。於截至2024年12月31日止年度，包括董事及監事酬金以及股份付款開支在內的人工成本約為人民幣2 2. 百萬元。

我們的僱員薪酬包括基本薪金、績效現金花紅及其他獎勵措施。我們根據各僱員的表現、資質、職位及資歷釐定僱員薪酬。為完善本公司激勵機制，挽留關鍵僱員，促進本公司業務可持續發展，董事會提請股東大會審議，股激勵計劃，以激勵對本公司經營業績及未來發展起重要作用的管理人員及核心技術人員。，股激勵計劃由本公司於2024年3月25日通過並採納。有關，股激勵計劃及相關資料的詳情，請參閱本公司日期為2024年1月12日、2024年3月25日及2024年12月4日的公告以及本公司日期為2024年3月 日的通函。

我們深知，確保董事了解股份於聯交所上市的公司董事的職務及責任以及該上市公司的一般監管及環境規定的最新資料至為重要。為達成此目標，我們致力於董事的持續教育及發展。

董事、監事及高級管理層以袍金、薪金、退休金計劃供款、酌情花紅、津貼及其他實物福利的形式自本公司收取薪酬。董事會已成立薪酬與考核委員會，負責審閱及建議本公司董事、監事及高級管理層的薪酬及報酬待遇，董事會將根據薪酬與考核委員會的意見，經考慮可資比較公司支付的薪金、董事、監事及高級管理層所投入時間及職責以及本集團的表現，審閱及釐定薪酬及報酬待遇。

根據中國、香港及我們營運所在的其他司法管轄區的勞動法要求，我們與僱員簽訂個人僱傭合同，內容包括工資、獎金、僱員福利、工作場所安全、保密義務、不競爭及終止理由等事項。根據中國法規，我們參加由適用的當地市級和省級政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括住房、養老金、醫療、工傷和失業救濟金計劃。

我們認為，於截至2024年12月31日止年度，我們與僱員保持良好的工作關係，並未發生任何重大勞資糾紛，在招募僱員方面亦未遇到任何困難。

購買、出售或贖回本公司上市證券

根據本公司於2024年3月25日採納的，股激勵計劃，，股激勵計劃受託人於截至2024年12月31日止年度以總對價103,02 ,000港元（相當於約人民幣 4,0 3,000元）於聯交所購買合共 ,2 4,400股，股。

除上文所披露者外，於2024年1月1日至本公告日期期間，本公司或其任何子公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份）。於2024年12月31日，本公司並無持有庫存股份。

公眾持股量的充足性

根據本公司可公開獲得的信息及就董事會所知，本公司於截至2024年12月31日止年度的任何時間始終遵守上市規則第 .0 (1)條規定的最低公眾持股量百分比要求。

遵守企業管治守則

本公司的企業管治常規基於企業管治守則所載的原則及守則條文，本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。

截至2024年12月31日止年度，本公司遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。

遵守董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納標準守則作為其董事、監事及可能掌握本公司內幕消息的相關員工進行本公司證券交易的行為守則。已對本公司所有董事及監事作出具體查詢，所有該等人士均已確認自2024年1月1日至2024年12月31日期間遵守標準守則。

審計師的工作範圍

本集團審計師畢馬威會計師事務所同意，本年度業績公告所載本集團截至2024年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註中的財務數據，與上市規則第13.4 (2)條規定的本集團截至2024年12月31日止年度的經審計綜合財務報表所載數額相符。根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱工作準則或香港核證工作準則，畢馬威會計師事務所就此執行的工作並不構成核證委聘，因此畢馬威會計師事務所並無就本年度業績公告發表任何意見或核證結論。

報告期後事項

於2025年1月3日，本公司的全資子公司燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行訂立了結構性存款產品協議，據此，燕之屋絲濃生物科技同意自中國光大銀行認購人民幣45百萬元的結構性存款產品。結構性存款產品的認購事項已於2025年3月3日悉數贖回。於2025年1月 日，燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行訂立了結構性存款產品協議 ，據此，燕之屋絲濃生物科技同意自中國光大銀行認購人民幣50百萬元的結構性存款產品 。結構性存款產品 的認購事項已於2025年2月1 日悉數贖回。於2025年2月1 日，燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行訂立了結構性存款產品協議 ，據此，燕之屋絲濃生物科技同意自中國光大銀行認購人民幣50百萬元的結構性存款產品 。於2025年3月5日，燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行訂立了結構性存款產品協議，據此，燕之屋絲濃生物科技同意自中國光大銀行認購人民幣30百萬元的結構性存款產品。有關詳情，請參閱本公司日期為2025年3月14日的公告。

於報告期末後，董事建議派發末期股息。詳情請參閱本公告「其他資料－末期股息」及財務報表附註 ( )。

截至本公告日期，除此之外，自報告期末概無發生需本公司披露的重大事項。

年度股東大會

本公司擬定將於2025年5月 日（星期五）舉行年度股東大會。召開年度股東大會的通告將刊登於聯交所的披露易網站( )及本公司網站( )，並將根據上市規則的規定適時寄發予本公司股東。

末期股息

董事會已議決建議就截至2024年12月31日止年度向於2025年5月21日(星期三)名列本公司股東名冊的股東派付末期股息每十股人民幣2.15元，惟須待股東於年度股東大會上批准後方可作實。一旦相關決議案於年度股東大會上獲通過，預期建議末期股息將於2025年 月5日(星期四)派付。

載有(其中包括)建議現金股息的適用外匯匯率、稅項及派付安排詳情的通函將適時寄發予股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

關於年度股東大會

為釐定股東出席年度股東大會並於會上投票的資格，本公司將於2025年5月 日(星期二)至2025年5月 日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。

為符合資格出席年度股東大會並於會上投票，所有 股股份過戶文件連同相關股票最遲須於2025年5月2日(星期五)下午四時三十分(香港時間)交回本公司的香港 股證券登記分處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道1 號遠東金融中心1 樓)辦理登記手續。

關於末期股息

為釐定股東收取末期股息的資格，本公司將於2025年5月1 日(星期五)至2025年5月21日(星期三)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。

為符合資格獲得末期股息，所有股份過戶文件連同相關股票須不遲於2025年5月15日(星期四)下午四時三十分(香港時間)遞交至本公司之香港 股證券登記分處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道1 號遠東金融中心1 樓)辦理登記手續。

刊載年度業績公告及年報

本公告刊載於聯交所的披露易網站(. . . . .)及本公司網站(. . . . .)。載有上市規則規定的所有資料的2024年年報將刊載於聯交所的披露易網站(. . . . .)及本公司網站(. . . . .)，並將根據上市規則適時寄發予股東。

感謝

在此，本人謹代表董事會衷心地感謝客戶及業務夥伴對本公司的信任，感謝我們的員工及管理團隊的勤奮、敬業、忠誠和誠信，並感謝股東的持續支持。

釋義

「年度股東大會」	指	本公司即將於2025年5月 日（星期五）舉行的年度股東大會
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「董事會秘書」	指	董事會秘書
「企業管治守則」	指	上市規則附錄, 1所載的企業管治守則
「中國光大銀行」	指	中國光大銀行股份有限公司，一家於中國註冊成立的股份有限公司，其 股於聯交所（股份代號： 1 ）上市， 股於上海證券交易所（股票代碼： 01 1 ）上市
「本公司」	指	廈門燕之屋燕窩產業股份有限公司（前稱為廈門燕之屋生物工程股份有限公司），一家於2020年12月23日在中國成立的股份有限公司，其 股於聯交所主板上市
「董事」	指	本公司董事
「燕窩」	指	金絲燕用唾液築的巢穴。燕窩在中華文化中備受推崇，且400多年來一直是中華美食中的知名佳餚。其以（其中包括）唾液酸、氨基酸、膠原蛋白、糖蛋白、抗氧化劑、鈣、鉀、鐵、鎂和激素等營養成分著稱。中醫認為燕窩具有多種健康益處，例如增強體質、強化免疫系統、提高注意力及專注度、補充能量和促進新陳代謝，並調節血液循環。權威機構進行的現代科學研究已進一步證實燕窩產品所具備的受認可的健康益處

「燕窩+產品」	指	添加其他原料及／或營養成分（例如人參及γ－氨基丁酸）以作提升的即食燕窩產品（燕窩投料比≥1%並最高可達5%）
「全球發售」	指	具有招股章程所賦予的涵義
「本集團」、「燕之屋」或「我們」	指	本公司及其不時的子公司
「 股」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.2元的普通股，於聯交所上市並以港元交易
「 股激勵計劃」	指	本公司於2024年3月25日召開的臨時股東大會上採納的2024年 股激勵計劃，其規則載於本公司日期為2024年3月 日的通函的附錄一
「 股股東」	指	股持有人
「港元」	指	

「報告期」	指	自2024年1月1日起至2024年12月31日止十二個月
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「股份」	指	本公司已發行股本中每股面值人民幣0.20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
「結構性存款產品協議 」	指	燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行於2025年1月3日就認購人民幣45百萬元的結構性存款產品 而訂立的協議
「結構性存款產品協議 」	指	燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行於2025年1月 日就認購人民幣50百萬元的結構性存款產品 而訂立的協議
「結構性存款產品協議 」	指	燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行於2025年2月1 日就認購人民幣50百萬元的結構性存款產品 而訂立的協議
「結構性存款產品協議 ⁄」	指	燕之屋絲濃生物科技與中國光大銀行於2025年3月5日就認購人民幣30百萬元的結構性存款產品 ⁄而訂立的協議
「結構性存款產品 」	指	燕之屋絲濃生物科技根據結構性存款產品協議 於2025年1月3日認購的人民幣45百萬元的結構性存款產品
「結構性存款產品 」	指	燕之屋絲濃生物科技根據結構性存款產品協議 於2025年1月 日認購的人民幣50百萬元的結構性存款產品
「結構性存款產品 」	指	燕之屋絲濃生物科技根據結構性存款產品協議 於2025年2月1 日認購的人民幣50百萬元的結構性存款產品

「結構性存款產品 A」	指	燕之屋絲濃生物科技根據結構性存款產品協議 A 於2025年3月5日認購的人民幣30百萬元的結構性存款產品
「庫存股份」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「燕之屋絲濃生物科技」	指	廈門市燕之屋絲濃生物科技有限公司，一家根據中國法律於2023年10月2 日成立的有限公司，為本公司的全資子公司
「+燕窩產品」	指	包括含有可提升營養價值或帶來其他益處的燕窩或燕窩提取物的若干食品及護膚產品。+燕窩食品產品是以燕窩（燕窩投料比 1%）和其他食品配料為原料的產品，例如燕窩粥。+燕窩護膚產品是含有燕窩或燕窩提取物的產品，例如燕窩面膜和燕窩精華液
「%」	指	百分比

承董事會命
廈門燕之屋燕窩產業股份有限公司
董事長兼執行董事
黃健

香港，2025年3月14日

於本公告日期，董事會包括( )執行董事黃健先生、鄭文濱先生、李有泉先生及黃丹艷女士；( )非執行董事劉震先生及王亞龍先生；及( )獨立非執行董事肖偉先生、陳愛華先生及林曉波先生。