

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



UNI-PRESIDENT CHINA HOLDINGS LTD.

統一企業中國控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：220)

2026年中期業績公告

- 收益為人民幣17,321.0百萬元，上升1.4%
- 本集團毛利率為35.0%，上升0.7個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣2,503.8百萬元，上升7.5%
- 本公司權益持有人期間應佔溢利為人民幣1,402.4百萬元，上升9.0%

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然提呈本公司及其附屬公司（合稱「本集團」或「我們」）截至2026年6月30日止6個月（「回顧期」）未經審核中期簡明綜合財務資料。該中期簡明綜合財務資料未經審核，但已由董事會之審核委員會（「審核委員會」）及本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所按照香港會計師公會頒布之香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

經濟環境分析

2026年上半年，全球經濟繼續在複雜多變的環境中前行。儘管主要經濟體在結構調整中逐步復甦，但地緣政治不確定性與外部貿易環境的變化，仍為全球經濟的均衡復甦帶來一定考驗。在中華人民共和國（「中國」），宏觀經濟正處於新舊動能轉換與高質量發展的關鍵轉型期，整體呈現「先揚後抑、結構分化」的動態平衡態勢。2026年上半年中國國內生產總值(GDP)預計同比增長4.7%，整體運行保持在合理區間，展現出較強的發展韌性。

在消費市場方面，整體消費模式正經歷由「量增」向「質變」的理性修復與結構優化。隨着消費理性化的凸顯，市場需求進一步聚焦於「高性價比、健康營養、技術創新、文化底蘊」四大內核，推動功能性與情緒價值並重的消費趨勢持續深化。在此背景下，中國消費市場呈現出清晰的結構分化態勢：大眾基礎消費愈發追求極致性價比與務實體驗，而悅己型消費則更願意為情感共鳴與獨特體驗支付溢價，整體市場正加速形成「平價優質打底、情緒體驗增值」的全新價值邏輯。本集團持續洞察和貼近消費者需求趨勢，聚勢打造場景營銷，拓展新興消費場景，圍繞消費者真實生活、社交、休閒等場景搭建全域渠道，推動品牌與消費者建立深度共鳴和情感連結，持續為消費者創造價值。

財務業績

於回顧期內，本集團錄得收益人民幣17,321.0百萬元（2025年上半年：人民幣17,086.6百萬元）較去年同期上升1.4%，食品業務收益人民幣5,633.8百萬元較去年同期上升4.7%，佔本集團總收益32.5%，飲料業務收益人民幣10,751.1百萬元較去年同期下降0.3%，佔本集團總收益62.1%。本集團毛利額由去年同期人民幣5,864.8百萬元，增加至人民幣6,065.9百萬元，上升3.4%，毛利率由去年同期之34.3%上升至35.0%，主要受產品結構優化帶動。

回顧期內銷售及市場推廣開支為人民幣3,939.2百萬元（2025年上半年：人民幣3,772.8百萬元），較去年同期增加約人民幣166.4百萬元。主要用於開拓通路的促銷費用、通路資產折舊及運輸費用等增加。回顧期內行政開支為人民幣553.1百萬元（2025年上半年：人民幣558.3百萬元），較去年同期略有下降人民幣5.2百萬元。

回顧期內經營溢利為人民幣1,804.7百萬元（2025年上半年：人民幣1,648.7百萬元），較去年同期上升9.5%。主要受惠於業績成長及產品結構優化所帶動。

回顧期內本公司權益持有人應佔溢利為人民幣1,402.4百萬元，較去年同期之人民幣1,286.7百萬元上升9.0%。

業務回顧

食品業務

本集團始終以滿足消費者需求為使命，堅守品質根基，持續強化產品力，並通過不斷創新迭代，積極順應消費者個性化、多樣化需求。在為消費者創造獨特價值的同時，致力於打造完美的消費體驗；持續拓寬產品場景覆蓋邊界，匹配消費者多樣化使用場景，依託高品質差異化產品拓廣市場通路，觸達各類消費群體；秉持價值營銷理念，深化品牌與用戶的情感共鳴，不斷提升品牌聲譽與用戶黏性，積累長期深厚的品牌資產。得益於以上努力，2026年上半年食品業務收益錄得人民幣5,633.8百萬元，較去年同期增長4.7%。

「湯達人」作為高湯麵的開創者和領導者，持續匠心雕琢產品。2026年上半年聚焦核心「豚骨口味」大單品經營，助力品牌穩步增長。同時持續推出春季限定商品「火山辣豚骨拉麵」，話題和收益均創新高。傳播方面，「湯達人」延續動漫版創意TVC，線上聚焦S+包劇，線下聚焦核心城市商圈電梯媒體的投放，實現品牌的全面曝光；渠道方面，堅決維護市場價盤穩定，同時關注產品新鮮度，確保用戶體驗。

「統一老壇酸菜牛肉麵」聚焦品質管理，從鮮菜源頭到通路終端全程管理，多措並舉提升消費者滿意度。傳播上堅持品牌諺語「老壇酸菜牛肉麵，認準統一是關鍵」和IP「老壇爺爺」，通過持續打造工廠參觀等大事件新增年輕消費者，提升品牌信任度和好感度，品牌收益和市佔率穩步成長。

「茄皇」堅持開拓番茄美味，以產品為核心，持續管控關鍵工藝制程，為消費者提供安全、便捷、放心的產品體驗；抓住春節出行節點，線上投放S+熱門劇綜，線下定向重點城市投放戶外廣告並持續推進主題活動，使品牌有效曝光，將斷言深入人心；實現品牌收益持續雙位數成長。

「統一紅燒牛肉麵」聚焦調味，提升產品力。通過「三段爆香」技術凸顯醬爆風味、精選調味牛肉粒、提升麵條耐泡性，強化產品競爭優勢。以「紅燒這個味，統一就是牛」傳遞統一紅燒的品牌態度，提升品牌辨識度，獲取消費者偏好。

「滿漢大餐」以「想吃肉，滿漢大餐」為核心訴求，持續聚焦中產階級，精耕產品力。2026年上半年聚焦「蔥燒牛肉麵」經營，實現品牌收益的高雙位數增長；渠道方面，圍繞新中產協同山姆會員店共創推出「上湯瑤柱銀絲麵」，銷售持續火爆；傳播方面，聚焦小紅書矩陣式美食傳播種草，促進行業向高品質方向的產業升級。

展望2026年下半年，中國經濟面臨的內外部不確定性增加，挑戰與機遇並存，預計仍將保持增長韌性。快消品行業將迎來更深層次的變革，高性價比產品將持續引領主流消費；同時，新時代的創新產品更需聚焦健康、安全與特色，為消費者提供豐富的情緒價值。本集團將堅守初心，以消費者為中心，堅定不移地嚴控產品品質。通過洞察消費者需求，精進產品體驗，敏銳把握消費趨勢，持續打磨產品、提升品質，帶來更滿意的消費體驗。同時融合健康與文化，充分發揮自身優勢，將健康食材融入國民風味，傳承與弘揚博大精深的中華飲食文化，滿足消費者個性化、多元化及健康化的需求。通過產品傳遞理念，建立情感共鳴，與消費者建立深厚的情感連結，最終成為消費者信賴的長期夥伴。

飲品業務

本集團以塑造品牌價值為核心深耕品牌建設，緊跟市場走勢與消費需求趨勢，加強與年輕消費群體的深度對話，傳遞品牌核心理念；立足場景營銷戰略佈局，重構組織和搭建全維度消費場景覆蓋體系，在鞏固傳統即飲消費場景的基礎上，重點拓展餐飲宴會場景、禮盒場景、運動場景、休閒娛樂場景、雙工一園場景和教育培訓場景六大細分場景；同步推進高績效終端售點鋪設，加大冰凍化資源投入，以數字化運營賦能場景開發與管理；加快產品創新迭代、打磨核心商品競爭力，透過多渠道聯動、多場景精準營銷，滿足消費者日趨多元的消費選擇與個性化需求。2026年上半年飲品業務收益錄得人民幣10,751.1百萬元，較去年同期減少0.3%，各主要飲品業務表現分述如下：

茶飲料

2026年上半年茶飲料收益人民幣4,889.2百萬元，較去年同期減少3.5%。本集團茶飲料事業密切關注消費趨勢變化和市場脈動，持續以產品力為價值核心，提供更高質量、區隔化的產品來服務不同渠道、場景、消費群體的需求。

「統一綠茶」2026年上半年持續夯實物有所值國民好茶的品牌定位和形象。在產品上放大「100%真茶現萃」優勢，強化產品健康屬性。在行銷上持續推進品牌年輕化與IP化建設，一方面，開展第三屆「統一綠茶微笑騎行」活動，以綠色健康的戶外騎行場景深度鏈接年輕消費群體，為品牌賦能年輕和健康屬性，同時擴張品牌年輕飲用人群；另一方面，6-8月開展第七屆「統一綠茶為騎手清涼加酚」活動，聯合頭部媒體與主流騎手平台，連接線下5萬家便利店(CVS)門店，與我們的戶外工作者奮鬥在一起，帶來有溫度的情感連結，提升品牌美譽度。下半年重點強化餐飲等多元消費場景的滲透與經營，擴展飲用時機與人群，推動收益增量突破，持續鞏固並擴大在綠茶即飲茶品類的市場領先地位。

「春拂」2026年上半年推動品牌獨立運作，持續強化「一口春拂茶香倍兒足」品牌心智的搶佔。在產品力上甄選優質茗茶原料，推出煥新升級「春拂雲霧綠茶」和全新「春拂奇蘭烏龍」，擴大無糖茶品類佈局。同時6-7月結合新品嘗鮮推廣及重點城市戶外投放，精準吸引大學生及新銳白領等年輕目標消費群，快速提升知名度。下半年重點拓展年輕人聚集的休閒娛樂場景，擴大飲用時機同時打造品牌制高點。

「統一冰紅茶」2026年上半年持續以產品力為核心，深耕Z世代，強化「青春無極限」的品牌資產。在產品力上延續「經典+限定」的創新策略，推出「蘋果氣泡冰茶」限定款，以「檸檬+蘋果+茶+氣泡」的創新組合打造市場話題，吸引年輕消費群體並活化品牌。在行銷上持續深耕學生興趣圈層，借勢Z世代的文化認同與自信崛起，推出IP版限定包裝及穀子周邊，以更尖銳的國漫IP聯名撬動次元情緒經濟；同時借船出海，整合哩哩哩平台及國漫IP資源，打造「統一冰紅茶第二屆國漫校園季」活動，與學生人群共創有感內容，引情緒共鳴，實現從播到傳，並有效促購轉化。

「統一雙萃檸檬茶」2026年上半年持續溝通「雙重茶底，萃足7分鐘」獨特產品賣點，以商品力穩定為核心，強化「一款喝不膩的檸檬茶」的品牌定位。通過借勢經典功夫文化元素，攜手嚶哩嚶哩打造第二屆「統一雙萃地道功夫節」主題活動，通過線上內容創造、線下城市「功夫街區」話題性事件打造，提升品牌知名度和用戶黏性。

「統一青梅綠茶」2026年上半年持續強化「梅香茶爽中國味」的品牌國風調性。在產品上突出「A級軟枝大粒梅」原料優勢，提升產品差異化競爭力。在行銷上以產品為出發點，打造「青梅竹馬瓶」限定包裝，夯實品牌國風調性，持續傳遞品牌國風調性與文化內涵，引發消費者情緒共鳴。

「小茗同學」2026年上半年圍繞「果汁茶」定位，商品力全面升級迭代，傳達「雙重水果，添加 $\geq 5.0\%$ 真實果汁」的核心利益點。以瓶身為載體，借勢「小羊波德萊爾」IP合作，提升品牌關注度和消費者互動。線上攜手美圖，以雙重水果為主題進行AI動感特效互動，同步配套社交媒體打造話題傳播；線下聯動QQ音樂，圍繞畢業季&開學季在重點城市與目標消費者深度互動，精準觸達目標消費者。

「茶裏王」2026年上半年以「中國名茶種」的高品質商品力為傳播重心，持續深化商品力打磨，通過踐行三大講究和三個100%，即講究選品「100%中國名茶種」，講究用料「100%的高等級茶葉，一級或特級茶葉」，講究工藝「100%原葉萃取」，打造一瓶有講究、高品質的無糖好茶，觸達並吸引部分「有講究的消費者」，逐步確立「茶中之王」的心智優勢，賦能品牌穩健發展。

果汁

2026年上半年果汁事業收益人民幣1,720.5百萬元，較去年同期減少5.5%。在經營策略上，本集團果汁事業始終堅持多規格多場景培養大口味，積極關注消費趨勢變化，圍繞「輕負擔 健康感」產品方向，推出滿足消費新需求的產品，同時對經典產品持續優化風味，改善產品結構。

「統一鮮橙多」以「場景價值」為核心，通過強化產品「多纖多C」的利益點傳遞品牌價值。經典產品鮮橙多通過餐飲、禮盒、家庭、宴席等場景的持續培養，打造與消費者溝通的勢能渠道。同時2026年3月推出480ml「統一鮮橙多茉莉香橙」減糖清爽型的風味飲品，運用「花香+果香+茶韻收尾」的多元組合讓口感順應當下年輕消費者需求趨勢，為品牌注入年輕活力，通過重點上架冰箱、學校、即時零售等核心售點為即飲銷售場景注入新動能，同時可大幅優化品牌經營結構。

「海之言」電解質飲料始終堅持以商品力為本，透過對消費者需求的深度洞察，上半年完成全系列產品「等滲」配方升級，實現水分與電解質的暢快吸收；以底層技術升級構建競爭壁壘。同步將品牌標語升級為「暢快補水，等滲就是海之言」，強化「等滲」核心價值。並以等滲電解質飲料核心場景—運動場景為突破口，透過精細化運營，讓運動場景成為品牌認知的有效放大器。持續建立「等滲就是海之言」的消費者心智認知，為電解質飲料消費者提供科學補水的專業選擇，強化複購體驗，提升用戶忠誠度。

「統一果漾」以產品差異化和品質升級為核心，穩步推進品牌運營。「柚見傾心」以「柚子風味+低糖配方」構建核心競爭力，通過「柚見傾心，一口清新」的語言釘，線下聚焦校園近場營銷和品牌形象店建設，線上依託社交平台持續內容種草，精準觸達年輕消費群體，為品牌注入年輕化動能，全力搶佔低糖清爽飲品市場，打造全新增長賽道。經典產品「金桔檸檬」、「冰糖雪梨」、「酸梅湯」聚焦在重點城市的產品鋪活，不斷穩固在優勢市場的經營成果。

「元氣覺醒」始終秉承「自然完熟才清甜，元氣覺醒天天見」的核心主張，致力於為消費者提供兼具自然風味與健康屬性的100%果蔬汁產品，注重原料選擇，甄選自然成熟的果蔬，匠心還原果蔬本真的清甜風味。在市場策略方面，線下聚焦一線城市的現代化體系進行經營，線上深耕電商平台，通過打造多元化的消費場景實現品牌價值的有效傳遞與市場滲透。

2026年下半年，本集團果汁事業繼續多場景開拓思路，加強即飲渠道深耕，深化餐飲渠道滲透，拓展宴席場景下沉市場，擴大禮盒市場規模，持續鞏固核心產品的增長動能。同時重點培育「茉莉香橙」和「柚見傾心」，加速搶佔低糖清爽水果風味飲料的市場份額，打造第二增長曲線。

奶茶

2026年上半年本集團奶茶事業收益人民幣3,645.3百萬元，較同期增長7.3%，市場佔有率持續領先，致力於讓廣大消費者能隨時隨地享受奶茶順滑美味帶來的好心情。

面臨外部市場內卷壓力，「統一阿薩姆奶茶」堅持「場景拓展+產品創新」核心戰略。憑藉產品優勢與長期品牌積澱，大單品原味奶茶穩步成長，通過零基預算和鮮度管理，堅守價盤，築牢核心基本盤；同時，以多規格、多包材產品拓展休閒零食、聚餐分享、節慶送禮等消費場景。未來品牌將與時俱進推進產品創新，低糖茉莉奶綠憑藉對消費需求的精準把握，已成為新的增長驅動。品牌始終以「順滑好心情」為核心主張展開傳播活動。春節期間圍繞家庭團聚場景，連續三年傳播「新年順到家」品牌祝福，通過央視背書輻射全國配合定向媒體助力重點市場打造，強化節慶時節大包裝飲用場景滲透；聯合「小紅書REDGALA」發起「有奶綠春日好心情」話題互動，持續鞏固茉莉奶綠與休閒場景強關聯心智。

展望下半年，品牌將繼續圍繞第二成長曲線茉莉奶綠展開傳播攻勢，舉辦第二屆「好心情音樂會」，通過沉浸式活動與年輕消費者深化交流，推進品牌年輕化進程，鞏固市場地位。產品方面將持續關注市場趨勢，開發更高價值、更高品質的產品以滿足當下消費者的更高追求，為品牌經營不斷注入活力。

咖啡

2026年上半年，中國咖啡市場延續既有競爭格局：現磨咖啡持續高歌猛進，而隨著眾多現磨咖啡廠商的入局，即飲咖啡市場存量內卷加劇。在此背景下，咖啡事業堅定貫徹聚焦策略，穩健經營。產品面，推動「雅哈冰咖啡」的場景化滲透，持續夯實「國民咖啡味飲料」的品牌定位；通路面，聚焦根據地建設，雅哈咖啡在華東等區域的成長率跑贏即飲咖啡大盤，市場基礎得到進一步鞏固。

2026年下半年，咖啡事業將持續貫徹聚焦經營策略，努力做大收益基本盤。與此同時，密切關注消費趨勢變化，積極探索品類創新方向，力求透過更有差異化的產品滿足核心人群的飲用需求，力爭實現成長突破。

包裝水

2026年上半年，「愛誇」持續聚焦上海地區經營，堅持價值營銷，維護中高端天然礦泉水的品牌定位。品牌核心圍繞「因源結緣」展開，以水為媒，力求找到懂水的有緣人，呈現人與人之間因「愛誇」而產生的美好連結。堅持長期主義，持續不斷向消費者溝通水的專業知識，積累品牌資產，豐富品牌內涵。

2026年下半年，「愛誇」將繼續和消費者溝通水品類知識，深化優質水源與消費者之間的情感連結。經營範圍仍然聚焦上海，力求提升「愛誇」在上海礦泉水市場佔比，打造其成為更具影響力的礦泉水品牌。

電商

本集團線上業務立足於豐富消費者購買管道，致力於打造便捷、安全、高效的商業模式，不斷為消費者帶來更多方便。在維持貨架電商經營興趣基礎上，佈局抖音商城、快手、拼多多、微信生態為代表的全域興趣電商，推動短視頻帶貨和直播帶貨賽道進程。專注品牌影響力，建立獨立品牌線上認知體系，提升品效合一，2026年6月新開2個品牌旗艦店，目前已有9個品牌開設電商旗艦店，滿足當下大部分用戶對「性價比」的新需求，賦予更多情緒價值，同時為本集團各品牌新增宣發陣地。擴大即時零售電商網路布建，實現時效、場景、客群全方位覆蓋。

其他

2026年上半年，本集團策略聯盟發展部緊扣戰略主線，縱深推進與渠道頭部客戶的聯盟合作，充分釋放飲料及食品領域的研發壁壘優勢與產線柔性配置能力。圍繞會員店、零食量販等多元渠道，精準實施產品定制化策略：果汁業務延伸NFC鮮榨及複合果蔬汁系列，覆蓋家庭裝與便攜裝等場景，原料甄選至配方調試全程與客戶協同共創；方便麵系列則依託客戶品牌定位，針對口味、麵餅工藝及料包配置進行專屬升級，顯著提升復購率與終端競爭力。服務體系方面，構建敏捷響應機制，實現定制需求的高效閉環處理，並強化全鏈路原物料溯源管理，有效賦能客戶品牌信任資產的沉澱；同時，通過常態化戰略複盤與主動式服務觸點，推動合作模式由被動響應向主動賦能轉型，客戶合作黏性與價值認同持續增強。

財務分析

現金及借款

於2026年6月30日，本集團之銀行及手頭現金（包括長期定期存款、短期定期存款、現金及現金等價物、受限制現金，不包括應收利息）人民幣11,880.0百萬元（2025年12月31日：人民幣10,270.6百萬元），當中95.13%以人民幣計值、4.84%以港元計值、0.02%以台幣計值及0.01%以美元計值。本集團營運所需資金及資本開支主要源於內部營運所產生的現金流量。於2026年6月30日，本集團的總金融負債（包括借貸及租賃負債）人民幣2,555.9百萬元（2025年12月31日：人民幣1,079.7百萬元），較截至2025年12月31日止增加1,476.2百萬元，主要系短期借款增加影響。本集團的總金融負債之100%的借款幣別為人民幣。於2026年6月30日，本集團之全部金融負債均以浮息計息。於2026年6月30日，本集團並無任何已抵押銀行借款（2025年12月31日：無）。

融資

本集團旨在維持適當的資本結構，於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團的資本負債比率如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元	2025年 12月31日 人民幣千元
總借貸（包括租賃負債）	2,555,939	1,079,698
減：銀行及手頭現金（包括長期定期存款、短期定期存款、現金及現金等價物、受限制現金，不包括應收利息）（附註1）	(11,879,961)	(10,270,632)
現金淨額	(9,324,022)	(9,190,934)
總權益	12,952,601	13,600,821
資本負債比率（附註2）	(71.99%)	(67.58%)

附註1：2026年6月30日，銀行及手頭現金包括長期定期存款、短期定期存款、現金及現金等價物、受限制現金，不包含應收利息及本集團購買四大大地銀行及其他商業銀行發行的金融產品。於2026年6月30日，本集團持有按公平值計入損益之金融資產為人民幣1,611.7百萬元（2025年12月31日：人民幣1,212.1百萬元）。

附註2：資本負債比率按現金淨額除以總權益計算。

透過定期審視資本負債比率，依據未來資金規劃需求，於股東回報及資金安全之間取得平衡，並且因應經營環境的變化調整資本結構。

現金流量與資本支出

於2026年6月30日，本集團現金及現金等價物較期初增加淨額為人民幣1,175.6百萬元，營運活動產生的淨現金流入為人民幣926.7百萬元；投資活動產生的淨現金流出為人民幣1,209.4百萬元；融資活動產生的淨現金流入為人民幣1,458.2百萬元，回顧期內本集團的資本開支(含租賃使用權資產)為人民幣488.4百萬元(2025年上半年：人民幣641.8百萬元)，主要系通路行銷資產投入、新增及汰換生產設備及環保設備的投入等。

經營效率分析

本集團嚴格控制及管理應收應付貿易賬款及存貨水準。對大部分客戶以款到發貨的方式銷售產品，應收貿易賬款是對現代銷售通路和電商業務(包括但不限於食品雜貨店、小攤位及百貨商店等)的信貸客戶提供賒銷所產生，賒銷期限通常是60天至90天。於回顧期內，應收貿易賬款淨額上升人民幣16.9百萬元至人民幣602.4百萬元(2025年12月31日：人民幣585.5百萬元)。

本集團存貨主要包括原材料和包裝材料、產成品、在製品以及低值易耗品，期初受為2026年春節檔備貨影響，於2026年6月30日存貨餘額較年初減少人民幣617.6百萬元至人民幣1,850.0百萬元(2025年12月31日：人民幣2,467.6百萬元)，存貨周轉天數35天，與2025年12月31日減少7天。本集團的應付貿易賬款主要由賒購原材料、產成品產生，回顧期內應付貿易賬款增加人民幣196.8百萬元至人民幣2,313.7百萬元(2025年12月31日：人民幣2,116.9百萬元)，主要是年末延後農曆春節備貨，影響應付賬款相對下降，應付賬款周轉天數較於2025年12月31日下降2天。於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團主要周轉天數如下：

	2026年 6月30日	2025年 12月31日
應收貿易賬款周轉天數	6	7
存貨周轉天數	35	42
應付貿易賬款周轉天數	<u>35</u>	<u>37</u>

應收貿易賬款周轉天數等於應收貿易賬款的年初及年終或回顧期結餘的平均值除以營業額，再乘以360天或180天(視乎情況)。

存貨周轉天數等於年初及年終或回顧期存貨結餘的平均值除以銷售成本，再乘以360天或180天（視乎情況）。

應付貿易賬款周轉天數等於應付貿易賬款的年初及年終或回顧期結餘的平均值除以銷售成本，再乘以360天或180天（視乎情況）。

本集團認為通路的應收賬款之周轉天數、存貨周轉天數及應付貿易賬款之周轉天數有助本集團了解存貨變現能力的效率，銷售與現金周轉週期。透過審視及改善周轉天數將可進一步提升本集團的收益、溢利及持續增長能力，提升營運效益。

財務管理

本集團堅持以審慎理財原則的理念為基礎，適度因應市況調節銷售及市場推廣開支、適當資本支出以優化和擴展基礎設施、通路行銷資產，以應對存在的風險變數，紮實前進。本集團的財務部門根據董事會批准及執行董事指導的政策與程式制訂財務風險管理政策，並由內部稽核部和內審部門定期審查。本集團的財務政策旨在減低利率及匯率波動對本集團整體財務狀況的影響以及把本集團的財務風險減至最低。

本集團的財務部門提供財務風險（包括利率及外匯風險）及現金流的集中化管理，為本集團與其成員公司提供具成本效益的資金。本集團透過持續使用自動化對賬系統，大幅提升資金使用效益及賬務處理效率。

庫務政策

本集團之庫務政策是不參與高風險之投資或投機性衍生工具，亦不會將流動資金投資於具有重大相關槓桿效應或風險的金融產品上，包括對沖基金或類似的金融產品。回顧期內，本集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度，並無重大銀行借貸。由於本集團大部分收入源自中國的業務，故大部分資產收款及付款貨幣均以人民幣計值。本集團若因以其他幣值資產或負債（如現金及現金等價物及借款）而承受外匯風險時，將適時運用外匯遠期合約進行風險的規避。

重大投資

截至2026年6月30日止，本集團未持有任何佔本集團總資產的5%或以上任何重大投資。

或然負債

於2026年6月30日，本集團並無重大或然負債。

抵押集團資產

於2026年6月30日，本集團並無任何集團資產抵押。

重大收購及出售

於回顧期內，本集團並無附屬公司，聯營公司及合營企業的任何重大收購或出售事項。

未來重大投資或資本資產計劃

董事確認，於本公告日期，除製造及銷售飲料及方便麵的日常業務外，本集團現時並無計劃進行任何重大投資或收購資本資產。

人力資源與薪酬政策

於2026年6月30日，本集團僱員總人數為33,678人。本集團秉持聚焦經營、簡單操作的原則，持續優化組織和人力結構，提升營運效率。在用人策略上，本集團持續招募專業人才，並透過完善的培訓、人文關懷等機制，確保團隊穩定及快速發揮團隊績效。另外，本集團通過內部進階培訓、有計劃的崗位輪調、外部交流學習等，不斷提升綜合能力，為集團核心崗位需求提供保障，同時，通過內部拔擢為主、外部聘用為輔、績效考核等機制，確保現有管理團隊的活力與戰力。

本集團酬金政策依據僱員及董事的表現、資歷、所展現之能力、市場可比資料及本集團的表現作出回報。本集團與其僱員訂立個別僱傭合約，當中涉及工資、社會保障福利、工作場所安全及衛生環境、商業秘密的保密責任以及終止條件等。另外，本集團已設立績效獎金及獎勵計劃，特別嘉許及鼓勵於本集團業務作出傑出貢獻的各級僱員。績效獎金根據本集團整體以及各業務單位達成之收益、利潤等目標以及僱員的績效評核發放。

於回顧期內，員工福利開支總額（包括董事酬金）為人民幣2,482.2百萬元。本集團並無制定任何購股權計劃或股份獎勵計劃。

產能策略

本集團致力聚焦經營，於產品研發創新，以期能滿足消費者不同的需求。為平衡供應鏈風險、運輸成本、生產效率及營運支援方面實現協同效益，本集團生產製造除擁有自有產能外，長期以來並與專業飲料代工廠商合作（包括外部獨立第三方及關連企業等專業代工廠商），形成策略聯盟，使本集團在基本的產能之外，得以委外生產方式調節產能，使產能保有一定的彈性，以致本集團之資源得以充分運用在聚焦經營之項目上，發揮最大效益。

回顧期後事項

於回顧期後並無發生對本集團截至2026年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料造成重大影響之事項。

中期簡明綜合損益表

截至2026年6月30日止6個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	附註	未經審核 截至6月30日止6個月	
		2026年	2025年
收益	5	17,320,967	17,086,589
銷售成本		<u>(11,255,071)</u>	<u>(11,221,781)</u>
毛利		6,065,896	5,864,808
其他利得一淨額		131,267	19,998
其他收入		154,499	155,357
其他開支		(56,347)	(59,437)
銷售及市場推廣開支		(3,939,205)	(3,772,822)
行政開支		(553,111)	(558,278)
金融資產減值撥回／(虧損)淨額		<u>1,715</u>	<u>(884)</u>
經營溢利	6	<u>1,804,714</u>	<u>1,648,742</u>
融資收入		123,726	131,146
融資成本		<u>(9,506)</u>	<u>(12,111)</u>
融資收入一淨額		114,220	119,035
以權益法入賬之應佔投資溢利		<u>20,457</u>	<u>10,951</u>
除所得稅前溢利		1,939,391	1,778,728
所得稅開支	7	<u>(537,038)</u>	<u>(492,018)</u>
本公司權益持有人應佔期間溢利		<u>1,402,353</u>	<u>1,286,710</u>
本公司權益持有人應佔溢利之每股盈利 (以每股人民幣列值)			
—基本及攤薄	8	<u>32.47分</u>	<u>29.79分</u>

中期簡明綜合全面收益表

截至2026年6月30日止6個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2026年	2025年
期間溢利	1,402,353	1,286,710
期間其他全面收益－除稅淨額	—	—
本公司權益持有人應佔期間全面收益總額	<u>1,402,353</u>	<u>1,286,710</u>

中期簡明綜合資產負債表

於2026年6月30日

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	附註	未經審核 2026年 6月30日	經審核 2025年 12月31日
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		6,115,407	6,151,097
使用權資產		1,396,308	1,419,318
投資物業		333,009	345,064
無形資產		6,846	7,861
以權益法入賬之投資		760,196	769,518
遞延所得稅資產		274,032	330,257
其他應收款項		17,231	16,711
長期定期存款		5,034,665	6,112,317
		<u>13,937,694</u>	<u>15,152,143</u>
流動資產			
存貨		1,850,043	2,467,562
應收貿易賬款及票據	10	602,438	585,532
預付款項、按金及其他應收款項		478,385	484,678
當期可收回所得稅稅款		6,466	29,106
按公平值計入損益之金融資產		1,611,737	1,212,113
現金及現金等價物		1,609,942	435,104
短期定期存款		5,534,977	4,093,178
受限制現金		952	1,496
分類為持作出售資產		—	27,853
		<u>11,694,940</u>	<u>9,336,622</u>
總資產		<u><u>25,632,634</u></u>	<u><u>24,488,765</u></u>

	附註	未經審核 2026年 6月30日	經審核 2025年 12月31日
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		39,764	39,764
股份溢價		4,829,899	4,829,899
其他儲備		4,899,339	4,899,339
保留盈利		3,183,599	3,831,819
		<u>12,952,601</u>	<u>13,600,821</u>
總權益			
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		337,436	309,891
租賃負債		14,489	15,000
其他應付款項		522,554	500,882
		<u>874,479</u>	<u>825,773</u>
流動負債			
應付貿易賬款	11	2,313,739	2,116,899
其他應付款項及應計費用		5,244,686	2,671,041
合約負債		1,470,027	4,095,610
借貸		2,516,099	1,041,504
租賃負債		25,351	23,194
當期所得稅負債		235,652	113,923
		<u>11,805,554</u>	<u>10,062,171</u>
總負債			
		<u>12,680,033</u>	<u>10,887,944</u>
權益及負債總額			
		<u><u>25,632,634</u></u>	<u><u>24,488,765</u></u>

中期簡明綜合財務資料附註

截至2026年6月30日止6個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

1 一般資料

統一企業中國控股有限公司(「本公司」)根據《開曼群島公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處之地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司，而其附屬公司(與本公司統稱「本集團」)主要在中華人民共和國(「中國」)從事製造及銷售食品及飲料業務(「中國食品及飲料業務」)。

本公司股份自2007年12月17日起在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有說明外，本中期簡明綜合財務資料以人民幣(「人民幣」)千元呈列，並於2026年8月5日獲董事會批准刊發。

本中期簡明綜合財務資料未經審核。

2 編製基準

截至2026年6月30日止6個月之本中期簡明綜合財務資料乃按照香港會計準則第34號(「香港會計準則第34號」)「中期財務報告」編製。本中期簡明綜合財務資料應與截至2025年12月31日止年度之年度財務報表一併閱讀。

2.1 持續經營基準

本集團董事及管理層密切關注本集團的現金管理及營運資金需求。董事認為，考慮到具備盈利能力的經營業績、營運現金正流入及可用銀行貸款，本集團將有足夠財務資源支持其營運，並於2026年6月30日起計未來12個月內履行其到期的財務義務。因此，本集團的中期簡明綜合財務資料是以持續經營為基礎編製。

3 重大會計政策

除下文所述外，所應用之會計政策與截至2025年12月31日止年度之年度財務報表所採納者一致，該等會計政策已在該等年度財務報表中詳述。

中期期間之所得稅使用適用於預期全年盈利總額之稅率計算。

(a) 本集團已採納之新訂及經修訂準則

下列經修訂準則適用於本報告期間。本集團概無由於採納該等準則而須更改其會計政策或作出追溯調整。

		於下列日期或 之後開始的 年度期間生效
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具之分類及計量	2026年1月1日
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	涉及依賴自然能源生產電力的合約	2026年1月1日
香港財務報告準則會計準則之年度改進—第11卷	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號(修訂本)	2026年1月1日

(b) 下列為已頒佈但並未就截至2026年12月31日止年度報告期間強制生效，且本集團亦未有提前採納的對準則的新修訂：

		於下列日期或 之後開始的 年度期間生效
香港財務報告準則第18號(修訂本)	財務報表之呈報及披露	2027年1月1日
香港財務報告準則第19號(修訂本)	無公眾問責性的附屬公司：披露	2027年1月1日
香港會計準則第21號(修訂本)	換算為惡性通脹呈列貨幣	2027年1月1日
香港會計準則第28號(修訂本)	公平值選項的修訂	2027年1月1日
香港財務報告準則第20號	監管資產及監管負債	2029年1月1日
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間之資產出售或投入	待定

本集團現正在評估新訂準則、新詮釋以及對準則及詮釋的修訂的全面影響。

根據本公司董事作出的評估，除香港財務報告準則第18號將主要影響綜合損益表的呈列方式外，該等新訂及經修訂準則於其生效時，概非與本集團有關，或對本集團的財務表現及狀況並無重大影響。

香港財務報告準則第18號將取代香港會計準則第1號財務報表之呈列，引入新要求，將有助實現類似實體的財務表現的可比性，並為使用者提供更多相關資料及透明度。儘管香港財務報告準則第18號將不會影響到財務報表內項目的確認或計量，但預期其將會對呈列和披露產生廣泛影響，尤其是有關財務表現報表及在財務報表內提供管理層界定的表現計量者。

管理層目前正在評估應用新準則對本集團綜合財務報表的詳細影響。根據已進行的高層次初步評估，儘管採納香港財務報告準則第18號將不會影響本集團的淨溢利，本集團預期將損益表內的收入及開支項目組合為新類別將會影響經營溢利的計算及呈報方式，例如租金收入及公平值利得／虧損。

本集團預期目前於附註中披露的資料不會出現重大變動，原因是披露重大資料的規定維持不變；然而，組合資料的方式或會因匯總／分類原則而有所變動。

從現金流量表角度而言，已收利息及已付利息的呈列方式將有所變動。已付利息將呈列為融資現金流量，而已收利息將呈列為投資現金流量，其與當前呈列為經營現金流量一部分的方式有所不同。

本集團預計將於2027年1月1日強制生效日起應用新準則。由於需要追溯應用，因此截至2026年12月31日止財政年度的比較資料將根據香港財務報告準則第18號重列。

4 估計

編製中期財務資料要求管理層對應用會計政策的影響及所報告資產和負債以及收支的金額作出判斷、估計及假設。實際結果可能與該等估計不同。

在編製此中期簡明綜合財務資料時，管理層應用本集團會計政策時作出的重大判斷及估計不確定性的關鍵來源，與截至2025年12月31日止年度之綜合財務報表所應用者相同。

5 分部資料

執行董事被認定為主要營運決策人。執行董事審閱本集團之內部報告，以評估表現及分配資源。管理層根據該等報告劃分營運分部。

由於本集團90%以上之銷售及業務活動於中國進行，故執行董事僅從產品角度審視業務。管理層從產品角度評估飲料、食品及其他分部之表現。

執行董事根據分部盈虧評估營運分部之表現。向執行董事提供之其他資料（下述者除外）按與財務報表一致之方式計量。

本集團大部分銷售為分銷，並無與單一外部客戶進行的交易的收益佔本集團收益10%或以上。

添置非流動資產包括添置物業、廠房及設備、使用權資產、投資物業、無形資產及以權益法入賬之投資。

截至2026年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2026年6月30日止6個月				
	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部業績					
收益	<u>10,751,121</u>	<u>5,633,770</u>	<u>936,076</u>	<u>-</u>	<u>17,320,967</u>
銷售成本	(6,462,456)	(4,026,245)	(766,370)	-	(11,255,071)
分部溢利／(虧損)	<u>1,546,166</u>	<u>253,836</u>	<u>90,044</u>	<u>(85,332)</u>	<u>1,804,714</u>
融資收入－淨額	-	-	-	114,220	114,220
以權益法入賬之 應佔投資溢利／(虧損)	<u>20,670</u>	-	-	<u>(213)</u>	<u>20,457</u>
除所得稅前溢利					1,939,391
所得稅開支					<u>(537,038)</u>
期間溢利					<u>1,402,353</u>
其他損益表項目					
折舊及攤銷	<u>384,529</u>	<u>108,755</u>	<u>24,783</u>	<u>35,665</u>	<u>553,732</u>
添置非流動資產	<u>444,061</u>	<u>29,806</u>	<u>13,548</u>	<u>995</u>	<u>488,410</u>
於2026年6月30日					
	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	<u>10,885,919</u>	<u>4,480,784</u>	<u>1,158,427</u>	<u>8,347,308</u>	<u>24,872,438</u>
以權益法入賬之投資	<u>732,088</u>	-	-	<u>28,108</u>	<u>760,196</u>
總資產					<u>25,632,634</u>
負債	<u>4,969,365</u>	<u>3,936,884</u>	<u>422,720</u>	<u>3,351,064</u>	<u>12,680,033</u>
總負債					<u>12,680,033</u>

截至2025年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2025年6月30日止6個月				
	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部業績					
收益	<u>10,788,114</u>	<u>5,382,183</u>	<u>916,292</u>	<u>–</u>	<u>17,086,589</u>
銷售成本	(6,538,186)	(3,939,328)	(744,267)	–	(11,221,781)
分部溢利／(虧損)	1,544,493	189,500	104,996	(190,247)	1,648,742
融資收入－淨額	–	–	–	119,035	119,035
以權益法入賬之 應佔投資溢利／(虧損)	34,118	–	–	(23,167)	<u>10,951</u>
除所得稅前溢利					1,778,728
所得稅開支					<u>(492,018)</u>
期間溢利					<u>1,286,710</u>
其他損益表項目					
折舊及攤銷	<u>369,106</u>	<u>117,190</u>	<u>20,656</u>	<u>33,955</u>	<u>540,907</u>
添置非流動資產	<u>583,964</u>	<u>31,008</u>	<u>5,482</u>	<u>21,351</u>	<u>641,805</u>
於2025年6月30日					
	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	9,209,556	3,656,555	1,037,756	8,359,578	22,263,445
以權益法入賬之投資	726,704	–	–	129,484	<u>856,188</u>
總資產					<u>23,119,633</u>
負債	5,559,524	3,642,205	401,083	680,259	<u>10,283,071</u>
總負債					<u>10,283,071</u>

6 經營溢利

於財務資料呈列為經營項目之金額分析如下。

	附註	截至6月30日止6個月	
		2026年	2025年
存貨成本		9,348,049	9,393,127
促銷及廣告費用		948,758	959,013
員工福利開支，包括董事薪酬		2,482,245	2,371,852
運輸費用		832,886	799,465
折舊及攤銷		553,732	540,907
短期及可變租賃開支		132,153	41,822
應收貿易賬款減值(撥回)／撥備		(1,715)	884
存貨減值至可變現淨值撥回		(9,112)	(3,570)
出售物業、廠房及設備之利得		(3,201)	(1,780)
出售使用權資產之利得		(5)	(3,650)
政府補助	(i)	<u>(62,673)</u>	<u>(55,850)</u>

附註：

- (i) 政府補助收入指自中國多個地方政府收取的補貼，作為本集團附屬公司對其所在地區經濟及發展所作貢獻的回報。該等政府補助屬無條件，亦無附帶須於日後達成的承諾，故已於中期簡明綜合損益表確認為收入。

7 所得稅開支

	截至6月30日止6個月	
	2026年	2025年
即期所得稅		
—中國大陸企業所得稅(「企業所得稅」)	453,266	424,816
遞延所得稅	<u>83,772</u>	<u>67,202</u>
	<u>537,038</u>	<u>492,018</u>

(a) 中國大陸企業所得稅（「企業所得稅」）

於截至2026年12月31日止年度，在中國大陸成立之附屬公司須按25%（2025年：25%）之稅率繳納企業所得稅。

根據財政部、國稅總局及海關總署頒佈的財稅[2011]58號「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」及財稅[2020]23號「關於延續西部大開發企業所得稅政策的公告」，於西部地區成立並屬於中國政府公佈之若干鼓勵類產業目錄之公司將有權享有15%優惠稅率。本集團部分中國附屬公司於西部開發區成立，故於截至2026年12月31日止年度有權享有上述15%優惠稅率。

(b) 其他所得稅

本公司根據《開曼群島公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此，本公司獲豁免繳納開曼群島所得稅。

在台灣註冊成立的附屬公司須按當地現行稅率20%（2025年：20%）繳納所得稅。

根據稅務局制定的兩級制利得稅率，於香港註冊成立的附屬公司於截至2026年12月31日止年度的首2百萬港元應評稅溢利的稅率為8.25%（2025年：8.25%）。剩餘的超過2百萬港元的應評稅溢利將繼續按16.5%（2025年：16.5%）的稅率課稅。

(c) 經濟合作與發展組織(OECD)支柱二模型規則

本集團於中國大陸、香港及台灣均有業務。截至報告日期，包括中國大陸及台灣在內之司法權區並無發佈任何公告。香港已宣佈支柱二立法自2025年1月1日起生效。本集團屬於OECD支柱二模型規則之範圍，並應用香港會計準則第12號中規定的例外情況確認及披露與支柱二所得稅有關的遞延稅項資產及負債資料。由於支柱二立法於2025年1月1日生效，故本集團將產生補足稅。根據該法例，本集團須就於各司法權區之GloBE實際稅率與15%最低稅率之間之差額繳納補足稅。

中國大陸、香港及台灣的法定稅率分別為25%、16.5%及20%。本集團估計及認為概無額外所得稅負債就截至2026年6月30日止期間的支柱二立法確認。

8 每股盈利

每股基本盈利乃按期間本公司權益持有人應佔溢利除以已發行普通股加權平均數計算。

	截至6月30日止6個月	
	2026年	2025年
本公司權益持有人應佔溢利	1,402,353	1,286,710
已發行普通股加權平均數(千股)	4,319,334	4,319,334
每股基本盈利(每股人民幣計)	32.47分	29.79分

由於並無潛在攤薄普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利一致。

9 股息

與截至2025年及2024年12月31日止年度相關之股息分別約為2,360百萬港元(「港元」)(相當於人民幣2,051百萬元)及2,016百萬港元(相當於人民幣1,849百萬元)，已分別於2026年7月及2025年6月支付。

董事不建議派發截至2026年6月30日止6個月之中期股息(2025年：零)。

10 應收貿易賬款及票據

	2026年 6月30日	2025年 12月31日
應收貿易賬款		
— 第三方	573,883	496,910
— 關聯方	26,882	12,759
	600,765	509,669
減：虧損撥備	(11,002)	(14,154)
應收貿易賬款，淨額	589,763	495,515
應收票據		
— 來自第三方	12,675	90,017
應收貿易賬款及票據	602,438	585,532

本集團通常授予客戶60天至90天之信用期。於2026年6月30日，應收貿易賬款於繳款通知書日期之賬齡分析如下：

	2026年 6月30日	2025年 12月31日
應收貿易賬款，總額		
—90天以內	586,260	489,332
—91至180天	9,159	12,358
—181至365天	2,666	2,710
—一年以上	2,680	5,269
	<u>600,765</u>	<u>509,669</u>

由於信用期較短及大部分的應收貿易賬款於一年內到期結算，於結算日，該等結餘的賬面值與其公平值相若。

11 應付貿易賬款

	2026年 6月30日	2025年 12月31日
應付貿易賬款		
—第三方	1,427,537	1,440,336
—關聯方	886,202	676,563
	<u>2,313,739</u>	<u>2,116,899</u>

供應商通常授予本集團30天至90天之信用期。於2026年6月30日，應付貿易賬款於繳款通知書日期之賬齡分析如下：

	2026年 6月30日	2025年 12月31日
應付貿易賬款		
—30天以內	1,903,963	1,487,582
—31至90天	398,971	490,136
—91至180天	7,458	107,792
—181至365天	2,261	11,062
—一年以上	1,086	20,327
	<u>2,313,739</u>	<u>2,116,899</u>

因於短期內到期，於結算日，應付貿易賬款的賬面值與其公平值相若。

審核委員會審閱

審核委員會成員包括范仁達博士、陳志宏先生、陳聖德先生、錢其琳女士及路嘉星先生，其中除了錢其琳女士為非執行董事外，審核委員會其他成員均為獨立非執行董事。董事會認為每位審核委員會成員均具有廣泛之商務經驗，而審核委員會恰當地融合了營運、會計及財務管理等方面之專業知識。審核委員會已審閱本集團採納之管理會計原則及常規以及討論財務報告事宜。審核委員會已審閱本集團於回顧期內之未經審核中期業績，並建議董事會採納。

企業管治守則

董事認為，本公司於回顧期內一直遵守上市規則附錄C1第二部分所載之《企業管治守則》之守則條文。

購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其任何附屬公司於回顧期內並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券（包括出售庫存股份）。

遵守《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納上市規則附錄C3所載之《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）以規管董事之證券交易。經本公司作出特別查詢後，全體董事確認，彼等於回顧期內已全面遵守標準守則所載之規定準則。

於聯交所及本公司網站登載中期報告

本公司2026年之中期報告將會於適當時間在香港聯合交易所有限公司之網站及本公司之網站（www.uni-president.com.cn）上登載。

上述中期簡明綜合財務資料並不構成本公司於回顧期內之法定財務報表，但乃摘錄自將載入2026年中期報告之回顧期內之簡明綜合財務報表。

代表董事會
統一企業中國控股有限公司
主席
羅智先

2026年8月5日

於本公告日期，董事會包括執行董事羅智先先生及劉新華先生；非執行董事陳國輝先生及錢其琳女士；及獨立非執行董事陳志宏先生、陳聖德先生、范仁達博士、路嘉星先生及張挹芬女士。