

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佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈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。



佳華百貨控股有限公司
Jiahua Stores Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：00602)

截至二零二一年六月三十日止六個月
中期業績

財務業績

佳華百貨控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零二一年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績，連同比較數字如下：

簡明綜合全面收益表

	附註	截至六月三十日止	
		二零二一年 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)
收入	4	246,998	224,632
已售存貨成本		(141,351)	(107,496)
		105,647	117,136
其他經營收入	4	47,700	54,049
分銷成本		(135,001)	(142,917)
行政開支		(24,375)	(28,574)
融資成本	5	(21,765)	(25,104)
其他營運開支		(1,459)	(24,823)
除稅前經營虧損	6	(29,253)	(50,233)
所得稅開支	7	(1,111)	(1,138)
期內虧損及全面收益總額		(30,364)	(51,371)
股息	8	-	-
期內本公司擁有人應佔虧損之每股虧損			
—基本及攤簿(分)	9	(2.93)	(4.95)

簡明綜合財務狀況表

	二零二一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
資產及負債		
非流動資產		
物業、廠房及設備	216,440	217,157
投資物業	284,600	284,600
租賃使用權資產	397,988	437,402
無形資產	5,772	5,452
已付按金、預付款項及其他應收款項	24,310	27,198
於一間聯營公司權益	-	-
	929,110	971,809
流動資產		
存貨及易耗品	36,245	26,395
應收貿易賬款及貸款	63,422	59,929
已付按金、預付款項及其他應收款項	28,736	55,311
限制存款	2,000	2,000
現金及現金等值	67,726	76,624
可回收稅項	66	66
	198,195	220,325
流動負債		
應付貿易賬款	79,070	75,054
已收按金、其他應付款項及應計費用	88,482	119,606
合約負債	17,681	20,859
租賃負債	62,172	64,523
應付一名董事款項	59	59
借款	3,280	2,280
稅項撥備	9,967	9,651
	260,711	292,032
流動負債淨值	(62,516)	(71,707)
總資產減流動負債	866,594	900,102
非流動負債		
租賃負債	444,064	474,318
借款	91,773	64,663
遞延稅項負債	21,701	21,701
	557,538	560,682
淨資產	309,056	339,420
權益		
股本	10,125	10,125
儲備	298,931	329,295
權益總額	309,056	339,420

簡明中期財務報表附註

1. 集團資訊及編製基準

佳華百貨控股有限公司(「本公司」)於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本公司主要業務為投資控股。本公司附屬公司之主要業務為於中國經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務。

本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零二一年六月三十日止六個月(「期內」)的未經審核簡明中期綜合財務報表(「簡明中期財務報表」)乃按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港會計準則(「香港會計準則」)第34號「中期財務報告」及聯交所證券上市規則附錄16的適用披露規定編製。

除預期於二零二一年年度財務報表反映的會計政策變動外，簡明中期財務報表乃按與編製本公司截至二零二零年十二月三十一日止年度之經審核財務資料(「二零二零年年度財務報表」)所採用的相同會計政策編製。該等會計政策變動的詳情載於附註2。

香港會計師公會已頒佈多項於本集團及本公司當前會計期間首次生效之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)修訂本。而本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效之新準則、修訂本或詮釋。

按照香港會計準則第34號編製簡明中期財務報表時，管理層須對影響政策之應用以及期內截至目前為止之資產、負債、收入及開支之呈報金額作出判斷、估計及假設。實際結果與此等估計或有差異。

簡明中期財務報表未包括所有於年度財務報表內要求之所需資料及披露，應與本公司截至二零二零年十二月三十一日止年度之經審核財務資料一併閱讀。

2. 採納香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)

於本期間內，本集團已採納香港會計師公會所頒佈與其業務相關，並於自二零二一年一月一日開始的會計年度生效的所有新訂及經修訂香港財務報告準則。香港財務報告準則包括香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋。

採納新訂香港財務報告準則及香港財務報告準則之修訂對本集團之簡明綜合中期財務報表並無重大影響。

此外，於二零二一年六月三十日之後的COVID-19相關的租金減免(香港財務報告準則第16號之修訂)的生效日期之前，本集團已提早採納該減免，並自二零二一年一月一日起採用該修訂。採用該新修訂不會對本集團的經營業績或財務狀況產生重大影響。

3. 分部資料

就管理而言，本集團已辨識其經營分類及根據本集團有關的內部財務訊息對業務組成部分的資源分配及對該等組成部分表現的審閱編製分類資料。期內，本集團有兩個業務組成部分／經營分類，即經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務(二零二零年：經營及管理零售店及其他相關業務及提供金融服務)。

分類資料中的若干比較金額已重新呈列以符合本期間呈列。

	經營及管理 零售店及 其他相關業務 人民幣千元 (未經審核)	提供 金融服務 人民幣千元 (未經審核)	合併 人民幣千元 (未經審核)
截至二零二一年六月三十日止六個月			
分類收益	243,715	3,283	246,998
分類業績	(28,960)	2,042	(26,918)
未分配企業開支			(2,335)
除所得稅前經營虧損			(29,253)
其他分類資料			
利息收入	(324)	(7)	(331)
非流動資產添置	27,974	–	27,974
無形資產攤銷	127	49	176
物業、廠房及設備折舊	28,581	2	28,583
租賃使用權資產折舊	39,413	–	39,413
租賃負債利息	19,417	–	19,417
出售物業、廠房及設備虧損	57	–	57
於二零二一年六月三十日			
分類資產	1,057,757	65,498	1,123,255
可回收稅項			66
其他未分配企業資產			3,984
總資產			1,127,305
分類負債	784,379	482	784,861
稅項撥備			9,967
遞延稅項負債			21,701
其他未分配企業負債			1,720
總負債			818,249

	經營及管理 零售店及 其他相關業務 人民幣千元 (未經審核)	提供 金融服務 人民幣千元 (未經審核)	合併 人民幣千元 (未經審核)
截至二零二零年六月三十日止期間			
分類收益	221,600	3,032	224,632
分類業績	(50,435)	2,471	(47,964)
未分配企業開支			(2,269)
除所得稅前虧損			(50,233)
其他分類資料			
利息收入	(859)	(6)	(865)
非流動資產添置	12,579	–	12,579
無形資產攤銷	162	58	220
物業、廠房及設備折舊	20,790	2	20,792
租賃使用權資產折舊	50,033	–	50,033
租賃負債利息	25,104	–	25,104
出售物業、廠房及設備虧損	2,393	–	2,393
物業、廠房及設備撤銷	21,096	–	21,096

	經營及管理 零售店及 其他相關業務 人民幣千元 (經審核)	提供 金融服務 人民幣千元 (經審核)	合併 人民幣千元 (經審核)
於二零二零年十二月三十一日			
分類資產	1,103,466	46,136	1,149,602
可回收稅項			66
其他未分配企業資產			42,466
總資產			1,192,134
分類負債	819,121	65	819,186
稅項撥備			9,651
遞延稅項負債			21,701
其他未分配企業負債			2,176
總負債			852,714

本集團之註冊國家為中國。註冊國家乃指本集團視作其基地之國家，為其大部分業務及管理中心所在地。

由於本集團之收入及非流動資產主要來自單一地區(即中國)，故並無獨立呈列按地區分部劃分之分部資料分析。

關於主要客戶的資料

於截至二零二零及二零二一年六月三十日止六個月，概無單一客戶佔本集團收益10%或以上。

4. 收入及其他經營收入

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)
收入		
銷售貨品	155,230	129,378
專櫃銷售所得佣金	13,035	18,469
分租店舖物業的租金收入	31,136	36,684
投資物業的租金收入	4,753	4,320
分租商場物業的租金收入	39,560	32,748
來自金融服務之利息收入	3,284	3,033
	246,998	224,632
其他收入		
利息收入	331	865
政府補貼	986	6,406
行政及管理費收入	15,502	19,635
提早終止租賃協議得益	-	5,077
其他	30,881	22,066
	47,700	54,049

收入(亦為本集團之營業額)，指售出貨品扣除增值稅及退貨及折扣、專櫃銷售所得佣金、租金收入及提供金融服務所產生的利息之後的發票價值。

5. 融資成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)
租賃負債利息	19,417	25,104
銀行借貸利息	2,348	-
	21,765	25,104

6. 除所得稅前經營虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)
除所得稅前虧損已扣除以下項目：		
物業、廠房及設備折舊	28,583	20,792
租賃使用權資產折舊	39,413	50,033
租賃負債利息	19,417	25,104
無形資產攤銷	176	220
出售物業、廠房及設備虧損	57	2,393
物業、廠房及設備撇銷	-	21,096
土地及樓宇的營運租賃租金	5,626	1,586
員工成本，包括董事酬金		
- 薪金及其他福利	30,316	39,685
- 退休金計劃供款	4,819	2,841
及已計入：		
投資物業之租金收入	4,753	4,320
分租物業		
- 基本租金	66,637	66,984
- 或然租金*	4,059	2,448
	70,696	69,432

* 或然租金乃根據租賃協議按租戶相關銷售額的若干百分比計算。

7. 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期所得稅		
中國企業所得稅	1,111	1,138

本集團於期內毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島司法權區的稅項(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)。

由於本集團於期內並無來自香港的估計應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)。

就本集團於廣西的一家附屬公司，根據中國西部大開發計劃的優惠政策，期內就其中國企業所得稅按優惠企業所得稅稅率15%(二零二零年：15%)繳納。

本集團於中國成立的其他附屬公司於期內須根據中國所得稅條例及法規按25%(二零二零年：25%)稅率繳納中國企業所得稅。

根據於二零零七年十二月六日頒佈的中國新企業所得稅法實施條例，由二零零八年一月一日起，將對在中國成立的公司向其海外投資者宣派的股息徵收10%的預扣所得稅。於二零零八年一月一日後，從中國公司產生的溢利宣派或建議宣派的股息須繳納預扣所得稅。

8. 股息

(a) 董事會不建議派付期內中期股息(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)。

(b) 於期間批准及派付之過往財政年度股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
於期間內批准及派付之過往年度末期股息		
每股人民幣零分(截至二零二零年六月三十日止六個月：人民幣零分)	-	-

9. 每股虧損

每股基本虧損按期內本公司擁有人應佔虧損約人民幣30,364,000元(截至二零二零年六月三十日止六個月：虧損約人民幣51,371,000元)及期內已發行普通股加權平均數約1,037,500,002股(截至二零二零年六月三十日止六個月：約1,037,500,002股)計算。

由於期內並無其他具攤薄潛力之普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

10. 應收貿易賬款及貸款

除若干向企業客戶作出的大量商品銷售、應收租客的租金收入及應收金融業務的貸款賬款，本集團所有銷售均以現金進行。授予此等經營及管理零售店的客戶的信貸期一般為一至三個月。而授予金融業務之客戶的信貸期一般為按要求償還或一至七個月。除源自提供金融服務外，應收貿易賬款為免息。

本集團應收貿易賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
30日內	20,788	15,705
31至60日	1,565	1,257
61至180日	1,628	781
181至365日	994	1,688
365日外	-	73
	24,975	19,504

本集團應收貸款的賬齡分析如下：

	二零二一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
按要求償還或一年內	38,447	40,425
合計	63,422	59,929

11. 應付貿易賬款

供應商授出的信貸期一般為30至60日。

應付貿易賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
30日內	12,991	35,649
31至60日	14,396	20,482
61至180日	44,460	9,718
181至365日	2,310	3,527
一年以上	4,913	5,678
	79,070	75,054

管理層討論及分析

行業概覽

2021年，國內消費取代投資和出口，成為經濟增長的主要動力。由於城鄉收入差距縮小以及零售管道升級，低線城市和農村地區的重要性將提升，創造了新的零售消費增長機會。銷售額的良好表現在很大程度上要歸功於疫情後消費市場的復蘇和電子商務的蓬勃發展。就市場趨勢而言，全渠道銷售預計將成為零售商之間競爭的主要領域，其目的是在未來留住現有客戶。視頻直播推廣將成為線上零售的主要銷售管道之一，餐飲業的復蘇和跨境電子商務會進一步普及。

中國快速消費品市場主要涵蓋四大消費品領域，包括包裝食品、飲料、個人護理和家庭護理。雖然去年飲料和包裝食品的價格雙雙下降，但是包裝食品的銷量卻逆勢增長。隨著大眾健康意識不斷提升，消費者對於護理用品的需求不斷上升，個人和家庭護理的銷售額均有所增加。疫情期間，消費者首先考慮的是保護自己和家人的安全 and 健康。居家隔離期間，全國各地的消費者因為擔心食物短缺，大量囤積食品，推動了食品銷量上升。管道方面，電商銷售額是唯一快速增長的管道。其中，直播電商倍增，服飾、護膚品和包裝食品位居前列。此外，隨著越來越多的消費者居家消費，線上線下營銷管道受到追捧，銷售額激增。便利店是唯一保持穩定的管道，目前已基本恢復到疫前水準。疫情還催生了社區團購，即互聯網平臺通過預售+自提的模式，借助“社區團長”進行消費者的購物方式。

新冠疫情令消費分級更加明顯，消費者需求發生改變，高端化趨勢依然存在，但不少消費者維持更為謹慎的消費態度並對促銷活動更加關注，導致高端化和追求性價比兩種不同需求的加速分化，消費呈現多元化、分級化趨勢。中國線下零售市場的競爭格局分散。新競爭者快速搶奪市場份額，線上市場也日趨分散，競爭激烈。隨著數位化手段不斷豐富，顧客購物媒介分散，在不同管道之間進行轉換。尤其是年輕一代，在數位化環境中，認知、興趣、購買、忠誠等各個環節更加支持數位化。在新冠疫情期間，在家辦公加速了銷售管道和銷售平臺的變革和轉型。傳統的線下廣告牌和商場宣傳已不再有效觸及到消費者。零售商需要採用多種線上銷售模式，包括線上直播、社交平臺、短視頻、線上廣告和其他線上方式，增加與客戶的接觸和交流。疫情加速了消費者向線上遷移，線下客流下跌明顯，迫使線下零售商尋求合作加速轉型。同時，線上平臺也在積極尋求與線下零售商合作，以補足其零售能力的不足，如本地供應、線下資源調整等。目前，高線城市的線上滲透率已接近飽和，多種線上業態競爭激烈。然而，三線及以下的低線城市需求尚未被完全滿足，線上發展也仍有空間。電商基礎設施的逐步完善(如數位化設施和網路、現代供應鏈等)，以及互聯網供應商的佈局，低線城市的電商或將迎來另一階段發展時期。目前，許多電商企業的增量顧客中，大部分來自低線城市，零售商的戰場已逐漸從高線城市轉向中低線城市。隨著傳統電商平臺的獲客成本逐年提高，電商行業長期處於爭奪時期。與此同時，社交與內容生態的發展成熟，使線上獲客管道碎片化與去中心化態勢愈發明顯。商品交易的主導權從流量平臺逐漸向供應鏈平臺過渡。後臺供應鏈價值突顯，供應鏈服務商整合全產業鏈，協同商流、資訊流、物流、及資金流等環節，提供一站式服務。

近年,購物中心已成為國內主要零售業態。社區、區域型購物中心及奧特萊斯開始成為後疫情時代消費者的選擇。隨城市級次的下降,消費者對社區型購物中心的要求越來越高,下線城市消費者日常購物便捷性需求更強。後疫情時期光顧頻率有所分化,部分消費者因疫情影響減弱而增加遊逛頻次,部分則因疫情改變場景習慣,降低光顧頻次。不同陪伴模式下,消費習慣大不同。朋友同事逛街消費品類最為豐富,社交屬性明顯同時產生連帶消費;單人逛街目的性稍強,但因時間自由,也具有一定消費品類豐富度;帶孩子逛街目的性最強,主要集中於餐飲、親子和生活服務品類。消費者對購物中心各項軟硬體提出更高的要求。雖滿意度整體提升,但個別指標出現下降趨勢。消費者已不只滿足於購物中心提供剛性需求,更期待具相容性與豐富度的購物場所。全國消費者普遍對購物中心經營業態評出較高滿意度,但對體驗、美妝、電子數碼等業態方面提出更多需求,尤其是生活服務類業態。疫情對線下體驗性仍重要,未來仍偏重線下消費。購買品類更為集中,主要於吃飯穿衣品類;疫情期間零售品類是疫情期間消費者轉移到線上消費的主要品類。現今消費者對購物中心要求體驗感及智慧化。年輕消費者希望取得專業形象服務;高收入消費者希望通過雲逛街;購物中心的常訪會員,建立社群的需求高於整體;時尚先鋒群體,希望購物中心提供專業導購。消費者對購物中心自身防疫工作的常態化、精細化提出新的要求。測溫、戴口罩等措施消費者認為在疫情期間執行,而購物中心硬體設施的消毒維護、特定區域的消殺關注是更為關注的防疫措施。購物中心的會員集中度更高,成為未來經營購物中心的爭奪戰。

根據國家統計總局資料:二零二一年上半年國內生產總值達約人民幣53.2萬億元,比去年同期上升約12.7%。

上半年，社會消費品零售總額約人民幣21.2萬億元，同比上升約23.0%。其中，限額以上企業消費品零售額約人民幣7.9萬億元，同比上升約26.4%。按經營單位所在地分，城鎮消費品零售額約人民幣18.4萬億元，同比上升約23.3%；鄉村消費品零售額約人民幣2.8萬億元，同比上升約21.4%。按消費形態分，餐飲收入約人民幣2.2萬億元，上升約48.6%；商品零售約人民幣19.0萬億元，增加約20.6%。在商品零售中，限額以上企業商品零售額約人民幣7.4萬億元，增加約24.8%。上半年，全國網上零售額約人民幣6.1萬億元，同比增長約23.2%。其中，實物商品網上零售額約人民幣5.0萬億元，增長約18.7%，佔社會消費品零售總額的比重約為23.7%。在實物商品網上零售額中，吃類、穿類和用類商品分別增長約23.5%、24.1%和16.7%。按零售業態分類，期內限額以上零售業單位中的超市、便利店、百貨店、專業店和專賣店零售額同比分別增長約6.2%、17.4%、29.5%、24.6%和32.4%。

展望2021年，新冠疫情的流行除了繼續從總需求方面對零售行業產生直接性影響外，還將通過持續改變消費者和零售商的行為，繼續重塑整個零售業的進程。受疫情持續影響，消費者將繼續面臨經濟的不確定性，因此更謹慎地管理支出，避免過度消費。消費者對自助服務、非接觸式購物的需求將持續上升，移動支付、線上購物將被更廣泛地接受。疫情引發的消費者對社群集體和人際互動的依賴，將使社區團購和社交媒體商業繼續蓬勃發展。疫情造成社交隔離和線下消費受限的持續，將使居家數字娛樂和真實體驗在消費中所起的作用變得愈加重要，網絡遊戲和電子競技有望保持快速增長態勢，擴增實境、視頻、直播等能夠展示真實生活的工具將成為重要的行銷管道。中國零售行業的數位化創新將成為全球零售業發展趨勢的定向標。

業務回顧

集團截至二零二一年六月三十日止六個月，集團總收入約為人民幣2億4,700萬元，同比上升約10.0%；銷售毛利額約為人民幣1,390萬元，同比下跌約36.5%；經營虧損約為人民幣2,930萬元，同比下降約41.6%；母公司權益持有人應佔虧損約為人民幣3,040萬元，同比下降約40.9%。期末零售門店9家及兩個購物中心。收入增加，主要由於集團積極開拓網上銷售及購物中心租賃已進入成熟階段。但中國新冠疫情持續影響整體經濟環境氣氛，門店調整升級局部影響營運，及去年期內關閉了三家門店而使期內收入下降將升幅有所抵銷。期內主要為升級轉營增加收入及節流工作，以保留實力迎接未來的挑戰。商品銷售增加約人民幣2,580萬元，專櫃銷售所得佣金減少約人民幣550萬元，店鋪物業分租收入減少約人民幣560萬元，投資物業收入增加約人民幣50萬元，商場物業租金收入增加約人民幣690萬元，及來自金融服務之利息收入增加約人民幣30萬元。集團採取積極穩健的經營策略，對實體零售作增值服務，亦對其他投資項目找尋及發展潛在利潤機會，並開始計劃來年之分店網路及購物中心拓展之籌備工作。

回顧二零二一年之上半年，集團於營運方面作出了以下重大亮點。

(1) 針對經濟環境及疫情情況，實施系列經營提升措施

期內，營銷部門對經營情況作出一系列措施。首先，重視客群研究，加強消費者需求及偏好研究，針對年輕顧客制定商品需求；對周邊鄰里社群作促銷資訊推送，提升顧客關注度。另外，優化商品結構，重點優化品類結構和品牌組合。通過與專業資料調研公司合作，以洞察消費者的新需求。龍華店啟動了調整升級，打造為兼具生活、時尚、品質的鄰里商業空間。龍華店超市，則以多元化業態、全面生活功能滿足消費者需求為理念，打造了百佳華第四代超市，全面提升了購物體驗，新增了美食體驗區，引導顧客體驗精緻的品味，讓消費者感受到精品超市的貼心和創新，以及高端時尚的生活方式。其次是重視線上賦能，增加新媒體的推廣管道，與專業視頻公司合作，重點運營抖音號、視頻號；小程序做為拉新主要平臺，通過對社區精確的地推擴大銷售範圍，及時創新促銷活動。期內，集團加大團購開發，對社區周邊進行定點拜訪，並定期走進社區開展便民服務，增值服務；並開發團購市場份額增量，提升銷售額及經營創新收入，充分挖掘分店空間以增加多經收入；對產品重新梳理，對坪效較差的堆端進行場景化陳列打造，增加導購標識，引導消費及提升客單；重點增加代銷和聯營專櫃的商戶比例，推出特色活動，提升場內氛圍營造及進店客流。著力建設人才梯隊，提打造年輕團隊。

(2) 加強執行分店安全管理，減少安全隱患

期內，集團對分店消防系統，電工網路及配套，運營設備(包括人貨電梯，空調系統，排煙管等)進行徹底檢查及維修工作，並對全體員工提供安全知識培訓及演練，增強防災意識。另每月召開定期安全例會，解決門店安全隱患事項，並作設施全面檢查，確保運行正常，以免影響日常營運。對冷卻塔及風櫃進行零件更換，令場地正常運作不受影響外，更節省電力消耗及費用。對門店進行裝修現場不定時進行檢查，防止施工人員在過程中違規作業。繼承前年開始之加強內控工作，對各分店，配送中心，購物中心及集團總部之所有固定資產作定期盤點，確保帳目對應及合理報廢，並更新系統資料及保存相關準確記錄。另加強管理職能流程，設立有效崗位定編機制，減低營運及人為損失，保障集團財產。對人員崗位調整，輪換，及作詳細分配計劃，深化績效考核，完善人資激勵方案。另外，將安全管理概念引入老店調整升級計劃及預算新店設計籌備內，充分利用資源及減低工程成本。強化維護保護工作及機制，引入有效警報系統。各店亦進行防恐防汛演練及培訓，保障員工，顧客及集團財產之安全。

(3) 完善人事行政管理，加強企業文化

期內，集團積極進行員工考核評估，增加員工對崗位之認知及實務的問題解決能力。按表現調整薪酬，減低可控費用開支。對行政及支援團隊提升內控監察，進行物料及固定資產盤點。為了完善員工薪酬及崗位績效架構，制定人力資源預算以改善員工薪資結構，實行科學公平的薪酬制度。建立和完善績效考核體系，發佈《2021年績效考核激勵方案》及《員工崗位能力考核機制》。加強員工關係管理，擬訂新架構重新梳理各部門／門店編制以優化人員。推行勞動合同的監測，入職新簽、續簽評估事宜將會及時組織及控制。對於招聘與配置，安排各部門完成《崗位職責及作業指導書》的編寫，為人才招聘與評定薪資提供科學依據。積極做好不同管道的招聘，持續做好重點崗位招聘工作。積極開拓人才渠道，對接教育培訓機構。完善招聘機制，發佈《外部招聘面試操作指引》及《內部招聘操作指引》。關於企業文化建設，開展員工關愛活動，組織年度經理級及總監級體檢工作。針對培訓與人才發展，開展管理人員主題培訓，組織領導力特訓營，外聘專家老師授課，激發思維創新，打破舊有思維及增加認知能力。

(4) 購物中心行業競爭激烈，推展開源節流措施

集團目前營運兩個大型購物中心，以迎合新零售時代。業績不斷進步，營運模式亦已作整合梳理。深圳坂田百佳華領匯廣場憑藉不斷優化品牌與升級服務，於期內榮膺「中購聯2020年調改購物中心行業星秀獎」。為了給顧客更好的體驗，滿足一站式購物的需求，管理層對百佳華領匯廣場作市場與客流重新評估，完成了大規模的品牌升級調整，精準客群定位，豐富品類。本次升級到專注主題化、差異化、精細化運營，不斷帶來新精彩的購物環境，成為坂田商業中心網紅潮流的領導者。調整新增品牌綠茶、漢陽廷、悅得閒茶樓、胖哥倆、蛙來噠、呷哺呷哺、瑞幸咖啡等。另一方面，龍崗觀瀾百佳華領域廣場成功引進超市、影院、餐飲、零售、娛樂、兒童配套等多種業態品牌。該購物中心已引入逾10家人氣餐飲品牌入駐，包括全球咖啡連鎖品牌一星巴克、烤魚界先鋒一探魚、湖南民俗美食一大弗蘭，以及名氣小食福客、美頤美及阿甘鍋盔等人氣餐飲品牌。另外，入駐一批兒童品牌，包含耐克童裝、巴拉巴拉、安奈兒、小天才及步步高。各種兒童配套的搭配，為孩子的童年生活提供了更多選擇！針對家庭和年輕消費者需求，百佳華領域廣場精心甄選零售品牌組合。熱風、The Green Party等時尚品牌不僅可以滿足年輕人的個性飛揚，花崎之屋更是能讓生活時時充滿小確幸。於配套類，重視外表的年代，休閒時間除了享受美食，還為大家配置了一流的生活配套品牌，其中中影德金影城、茜施美美容院、名創優品、太膜咖咖已入駐。

(5) 積極發展線上銷售，擴闊會員顧客群

目前百佳華線上線下(O2O)業務，分為私域和公域兩個方面，私域流量為百佳華小程序(「小程序」)商城，公域方面現已打通美團超市、餓了麼、京東到家及海鮮達等主流O2O電商平臺。期內，小程序繼續提升註冊幅度，通過佳華農場，每天簽到，以老帶新等互動策略，培養用戶重複購物習慣，亦透過增加商品數量，及開始銷售電影票，餐飲，娛樂，教育培養等品類互動引流，增加多元性及吸引力。集團優化促銷活動，擴大朋友圈廣告及公眾號通知，完善智慧O2O小程序及客戶賬號管理系統。透過顧客直播活動及頁面，刺激銷售額。美團超市、京東到家、餓了麼三大線上線下平臺已投入到線上精細化系統化運營並已合作成熟，以提升銷售和顧客體驗。其中餓了麼平臺流量及銷售比較好，因供應商活動結合平臺補貼推廣，運營店外行銷活動引流，及門店配合度高。稍後可能會進行天貓超市對接，銀行，電訊商及品牌聯盟，增加顧客接觸面並提升銷售。

未來展望及前景

二零二一年機遇與挑戰並存，本集團的團隊已做好一切準備，以面對一切困難，充分利用本集團在行業中的實力優勢，脫穎而出。

展望未來，中國仍處於快速發展階段。國內及國外之環境變化對零售業有一定的影響。加上近年資訊科技的迅速發展及擴張，對零售行業亦有很大影響。董事對本集團的業務前景充滿信心。本集團的任務乃成為中國零售業中的主要綜合企業之一。

本集團將積極緊隨當今零售業變革潮流，積極創新，並繼續透過合併與收購來改善營運表現及擴大收入，從而進一步加強其核心競爭力。本集團亦將繼續開發新商機，以擴充資產，提高公司之價值。

財務回顧

收入

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的收入約人民幣2億4,700萬元，較二零二零年同期約人民幣2億2,460萬元增加約10.0%。收入增加主要由於銷售貨品上升約人民幣2,580萬元，投資物業租金收入上升約人民幣50萬元，分租商場物業租金收入上升約人民幣690萬元，及來自保理業務之利息收入上升約人民幣30萬元。不過，專賣銷售所得佣金下跌約人民幣550萬元，及分租店鋪物業的租金收入下跌約人民幣560萬元而抵銷整體上升。

銷售貨品由二零二零年同期約人民幣1億2,940萬元增加約19.9%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣1億5,520萬元，主要由於線上線下銷售增加所致。期內受新冠疫情持續影響，網上銷售盛行及去年關閉了三家零售店鋪而使門店銷售貨品有所減少。但是，集團積極發展線上業務，使整體銷售有所回升。另外，本年沒有因疫情政府發放優惠券活動拉動銷售，集團調整直接銷售商品面積以增加消閒體驗購物形式，並增加推廣活動以吸引線上顧客。截至二零二一年六月三十日止六個月銷售貨品占本集團總收入的百分比約為62.8%，而二零二零年同期則約為57.6%。

專賣銷售所得佣金由二零二零年同期約人民幣1,850萬元下跌約29.7%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣1,300萬元，主要由於新冠疫情持續影響，超市生鮮專櫃轉自營及去年關閉了三家零售店鋪所致。截至二零二一年六月三十日止六個月，專賣銷售所得佣金占本集團總收入的百分比約為5.3%，而二零二零年同期則約為8.2%。

分租店舖物業的租金收入由二零二零年同期約人民幣3,670萬元減少約15.3%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣3,110萬元，主要由於去年關閉了三家零售店舖所致。分租店舖物業的租金收入占截至二零二一年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為12.6%，而二零二零年同期則約為16.3%。

投資物業租金收入由二零二零年同期約人民幣430萬元增加約11.6%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣480萬元，主要由於去年有兩租戶提前解約而該面積已出租所致。投資物業租金收入占截至二零二零一年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為1.9%，而二零二零年同期則約為1.9%。

分租商場物業的租金收入截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣3,960萬元，比二零二零年同期約人民幣3,270萬元增加約21.1%。主要由於龍崗觀瀾購物中心於二零二零年開始投入營運而使去年同期租金收入尚未成熟所致。分租商場物業租金的收入占截至二零二一年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為16.0%，而二零二零年同期則約為14.6%。

來自金融服務之利息收入由二零二零年同期約人民幣300萬元增加10.0%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣330萬元，主要由於一個主要客戶之業務增加所致。來自金融服務之利息收入占截至二零二一年六月三十日止六個月本集團總收入的百分比約為1.3%，而二零二零年同期則約為1.4%。

其他經營收入

其他經營收入由二零二零年同期約人民幣5,410萬元減少約11.8%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣4,770萬元，主要由於政府補助收入減少約人民幣540萬，COVID-19有關的租金寬免減少約人民幣850萬，及提早終止租賃協議得益減少約人民幣510萬。但代收水電費收入增加約人民幣1,170萬元抵銷大部份跌幅。

存貨採購及變動

截至二零二一年六月三十日止六個月，存貨採購及變動金額約人民幣1億4,140萬元，較二零二零年同期約人民幣1億750萬元增加約31.5%，主要由於銷售貨品增加所致。截至二零二一年六月三十日止六個月，存貨採購及變動占銷售貨品收入百分比約為91.1%，而二零二零年同期占約83.1%。

員工成本

員工成本由二零二零年同期約人民幣4,250萬元減少17.4%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣3,510萬元，主要由於去年集團關閉了三家零售店鋪及本期精簡人手所致。

租賃使用權攤銷

租賃使用權攤銷由二零二零年同期約人民幣5,000萬元減少約21.2%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣3,940萬元，主要由於去年集團關閉了三家零售店鋪所致。

固定資產折舊

截至二零二一年六月三十日止六個月的物業、廠房及設備折舊由2020年同期的約人民幣2,080百萬元增加37.5%至約人民幣2,860百萬元。

經營租賃租金開支

經營租賃租金開支由二零二零年同期約人民幣160萬元增加2.5倍至截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣560萬元。主要由於期內增加短期租賃所致。

其他營運開支

截至二零二一年六月三十日止六個月的其他營運開支約人民幣150萬元，較二零二零年同期約人民幣2,480萬元減少約人民幣2,330萬元，主要由於去年三家關閉店固定資產撇賬支出及處置固定資產損失分別約人民幣2,100萬及約人民幣240萬所致。

財務成本

截至二零二一年六月三十日止六個月，由於採用香港財務報告準則16而產生的租賃負債利息約人民幣1,940萬元及銀行借貸利息約人民幣230萬，較二零二零年同期的租賃負債利息約人民幣2,510萬元減少約人民幣330萬元，主要由於大部份租賃負債於期內減少利息所致。

經營虧損

基於上述原因，本集團於截至二零二一年六月三十日止六個月的經營虧損約人民幣2,930萬元，而本集團於截至二零二零年六月三十日止六個月之經營虧損則錄得約人民幣5,020萬元。

所得稅開支

所得稅開支由二零二零年同期約人民幣114萬元減少2.4%至截至二零二一年六月三十日止六個月約人民幣111萬元，主要由於同期應評稅利潤大致相若所致。截至二零二一年六月三十日止六個月，適用於本集團一般附屬公司的實際稅率為25%（廣西稅率為15%）。此外，根據中國企業所得稅法，本集團須就于中國成立的附屬公司所分派的股息繳付預扣稅，適用稅率為10%。

本公司權益股東應占虧損

基於上文所述，截至二零二一年六月三十日止六個月股東應占虧損約人民幣3,040萬元，較二零二零年同期虧損約人民幣5,140萬元有所下降。

結算日後事項

本集團於二零二一年六月三十日後並無其他任何重大結算日後事項。

風險管理

本集團業務承受各種財務風險，包括外匯風險、信貸風險、利率風險及流動資金風險。

(i) 外幣風險

本集團於中國經營業務，故本集團大部分收入、開支及現金流量均以人民幣計值，而本集團大部分資產及負債均以人民幣及港元計值。外幣兌人民幣匯率的任何重大波動可能對本集團造成財務影響。

(ii) 信貸風險

信貸風險指金融工具的交易對手將無法根據金融工具條款履行其責任，令本集團出現財務虧損的風險。本集團面對的最大信用風險為現金及銀行存款、應收貿易賬款及貸款、已付按金及其他應收款項之賬面值。就經營及管理零售店及其他相關業務而言，本集團的信貸風險並無出現重大集中情況。大部分銷售交易以現金、信用卡付款或透過網上支付平台結算。本集團僅向擁有持續關係的企業客戶提供信貸期。視乎租金收入產生的應收貿易賬款，本集團設有界定清晰的信貸政策，包括嚴格的信貸評估及向租戶收取租賃按金。我們會定期審閱及密切監測應收款項，以減少任何相關信貸風險。我們會主動監測本集團的應收貿易賬款、已付按金及其他應收款項，以免信貸風險嚴重集中。本集團並無因具有類似特徵的任何單一對手方或任何對手方群體受到任何重大信貸風險。本集團的銀行按金存置於香港及中國的主要金融機構，管理層相信該等機構具備高品質信貸，不會出現重大信貸風險。

(iii) 利率風險

本集團面對的利率風險主要因現金及銀行結餘產生。本集團並無採用任何衍生工具合約對沖其利率風險。本集團並無制定管理利率風險的政策。

(iv) 流動資金風險

本集團的政策為維持充足現金及銀行結餘，並取得資金以配合其營運資金需要。本集團的流動資金依賴自戶收取的現金。本公司董事信納，本集團將能於可見未來全數履行其到期財務承擔。

本集團的資金管理政策，是保障本集團按持續經營基準繼續營運的能力，以為股東帶來回報，同時兼顧其他權益持有人的利益，並維持最佳的資本結構以減低資金成本。

僱員資料、薪酬政策

於二零二一年六月三十日，本集團有757名全職僱員(於二零二零年六月三十日：725人)。本集團僱員的薪酬乃按有關僱員的個人表現、專業資格、行內經驗及相關市場趨勢釐定。管理層定期檢討本集團的薪酬政策，並評估僱員的工作表現。僱員薪酬包括薪金、津貼、年終花紅、社會保障或強制性退休金等。

上市所得款項用途

本公司於二零零七年五月八日在聯交所新發行上市股份籌集的所得款項淨額，在扣除相關的發行費用後相等於約265,000,000港元。於二零二一年六月三十日，已動用所籌得款項約207,834,000港元，尚未動用的所得款項約57,166,000港元存放在銀行，其安全性有足夠保證。

已動用所籌得款項約207,834,000港元之詳情載列如下：

- 約29,000,000港元用作收購中國深圳連鎖零售店業務；
- 約28,300,000港元用作於中國佛山鹽步及佛山容桂開設新店舖；
- 約8,750,000港元用作於中國廣西南寧開設新店舖；
- 約4,350,000港元用作於中國寶安新安街道辦開設兩家新店舖；
- 約10,400,000港元用作於中國深圳羅湖區開設新店舖；
- 約15,800,000港元用作於中國深圳布吉開設新店舖；
- 約14,300,000港元用作於中國廣西南寧開設另一家新店舖；
- 約3,690,000港元用作於中國深圳龍崗區坂田開設新超市；
- 約8,800,000港元用作於中國深圳開設一家主題餐廳及兩家茶店；
- 約3,600,000港元分別用作中國深圳寶安區及龍崗區開設一家主題餐廳及一家中式餐廳；

- 約9,200,000港元用作於中國深圳石岩開設配送中心；
- 約12,919,000港元用作於購置運輸工具；
- 約15,000,000港元用作於購買辦公室設備；
- 約3,000,000港元用作改良管理資訊系統；
- 約725,000港元用作提升本公司的品牌形象；及
- 約40,000,000港元用作翻新現有的零售店。

未動用之所得款項將由本公司動用作本公司日期為二零零七年五月八日之售股章程「未來計劃及所得款項用途」一節及以後之調整上市募集資金用途公告內所述用途。

或然負債

於二零二一年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

買賣或贖回本公司的上市證券

本公司或其任何附屬公司於期內並無買賣或贖回本公司任何上市證券。

企業管治守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載企業管治守則（「守則」）項下守則條文。除下文所披露外，本公司於期內一直遵守守則之條文。

根據守則下之守則條文E.1.2條，董事會主席應出席本公司之股東周年大會。由於董事會主席莊陸坤先生公務繁忙，故未能出席本公司於二零二一年六月八日舉行的股東周年大會。

進行證券交易的標準守則

董事會已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為本公司本身有關董事進行證券交易的準則。經向全體董事作出具體詳細查詢後，本公司確認，全體董事於截至二零二一年六月三十日止六個月期間一直全面遵守標準守則所載規定準則。

薪酬委員會

本公司於二零零七年四月三十日成立薪酬委員會。薪酬委員會由三名獨立非執行董事及一名執行董事組成，負責檢討及釐定董事及高級管理人員的合適薪酬政策，並不時向董事會提出推薦意見。

提名委員會

本公司於二零零七年四月三十日成立提名委員會。提名委員會由三名獨立非執行董事組成，負責釐定甄選合資格人選的標準、審閱委任董事加入董事會的提名及就任何建議變動向董事會提出推薦意見。

審核委員會

審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即錢錦祥先生、孫聚義先生及艾及先生。錢錦祥先生擁有上市規則第3.10(2)及3.21條規定的適當專業資格，出任審核委員會主席一職。審核委員會的主要職責包括獨立審查本公司的財務狀況、監察本公司的財務報告系統、風險管理及內部監控系統、審核過程及內部管理建議、與內部審計及外聘核數師獨立溝通，並監督及核實彼等的工作。審核委員會檢討財務申報制度、合規程序、內部監控(包括本公司在會計及財務申報職能方面的資源、員工資歷及經驗是否足夠，以及培訓課程及預算是否充足)、風險管理制度及程序以及外聘核數師的續聘及履行上述規定的職責。董事會並無偏離審核委員會就挑選、委任、辭退或罷免外聘核數師所提供的任何建議。彼等亦審閱截至二零二一年六月三十日止六個月的未經審核中期業績。該委員會為僱員作出適當安排，讓彼等可以保密方式就財務申報、內部監控及其他事宜可能出現的不當行為提出疑問。審核委員會的書面職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱。

中期報告

二零二一年中期報告將於適當時候向股東寄發，並於聯交所網站(www.hkex.com.hk)及本公司網站(www.szbjh.com)內刊登。

代表董事會
佳華百貨控股有限公司
主席
莊陸坤

中國深圳，二零二一年八月三十日

於本公佈日期，董事會成員包括：

執行董事：

莊陸坤、莊沛忠、莊小雄

獨立非執行董事：

錢錦祥、孫聚義、艾及