

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。



GIANT BIOGENE HOLDING CO., LTD

巨子生物控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司)

(股份代號：2367)

截至2023年6月30日止六個月的中期業績公告

財務摘要

	截至6月30日止六個月		變動
	2023年	2022年	
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
收入	1,605.7	984.9	63.0%
毛利	1,351.0	838.3	61.2%
稅前利潤	775.6	513.1	51.2%
淨利潤	666.0	437.2	52.3%
歸屬於母公司持有者			
盈利	666.9	437.2	52.5%
報告期內經調整淨利潤 (非《國際財務報告準則》 衡量指標)	676.4	463.1	46.1%
每股基本盈利	0.67	0.45	48.9%
每股攤薄盈利	0.66	0.41	60.0%

巨子生物控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2023年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核簡明合併中期業績以及2022年同期的比較數字。上述中期業績根據《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)編製，並已經本公司審核委員會(「審核委員會」)審閱。

簡明中期合併損益及其他綜合收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
收入	4	1,605,698	984,891
銷售成本		<u>(254,702)</u>	<u>(146,637)</u>
毛利		<u>1,350,996</u>	<u>838,254</u>
銷售及經銷開支		(555,177)	(263,957)
行政開支		(47,484)	(50,343)
研發成本		(34,009)	(18,815)
其他開支		(968)	(1,730)
其他收入	4	33,304	18,867
其他收益或虧損淨額		28,646	(9,330)
財務費用		(57)	—
金融資產減值虧損撥回淨額		332	147
稅前利潤		775,583	513,093
所得稅開支	6	<u>(109,560)</u>	<u>(75,850)</u>
期內利潤		<u>666,023</u>	<u>437,243</u>
期內綜合收益總額		<u>666,023</u>	<u>437,243</u>
以下各方應佔：			
母公司擁有人：		666,940	437,243
非控股權益		<u>(917)</u>	<u>—</u>
		<u>666,023</u>	<u>437,243</u>
本公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本(人民幣元)	8	0.67	0.45
攤薄(人民幣元)	8	<u>0.66</u>	<u>0.41</u>

簡明中期合併財務狀況表

	附註	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		558,418	491,421
其他無形資產		6,016	6,751
使用權資產		48,175	60,233
預付款項、其他應收款項及其他資產， 非流動		130,342	40,895
遞延稅項資產		180	1,190
非流動資產總值		<u>743,131</u>	<u>600,490</u>
流動資產			
存貨		186,491	183,895
貿易應收款項及應收票據	9	91,018	69,420
預付款項、其他應收款項及其他資產， 流動		76,319	87,496
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產		1,223,551	865,973
現金及現金等價物		1,557,509	1,330,951
流動資產總值		<u>3,134,888</u>	<u>2,537,735</u>
流動負債			
貿易應付款項	10	73,398	54,653
其他應付款項及應計項目		168,910	136,399
應繳稅款		78,557	75,020
租賃負債，流動		902	881
遞延收入		1,291	1,503
合同負債		13,180	12,449
流動負債總額		<u>336,238</u>	<u>280,905</u>
流動資產淨值		<u>2,798,650</u>	<u>2,256,830</u>
資產總值減流動負債		<u>3,541,781</u>	<u>2,857,320</u>

	附註	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債			
租賃負債，非流動		1,209	1,705
遞延收入		18,032	18,179
遞延稅項負債		5,053	403
		<u>24,294</u>	<u>20,287</u>
非流動負債總額			
資產淨值		<u>3,517,487</u>	<u>2,837,033</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
普通股股本		63	63
優先股股本		-	-
庫存股份		(1)	(1)
儲備		3,510,781	2,833,410
		<u>6,644</u>	<u>3,561</u>
非控股權益			
權益總額		<u>3,517,487</u>	<u>2,837,033</u>

財務資料附註

1. 呈列基準

截至2023年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料已按照《國際會計準則》第34號中期財務報告編製。中期簡明綜合財務資料不包括按規定須載於年度財務報表中的所有資料及披露，並應與本集團截至2022年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

2. 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2022年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者一致，惟於本期間的財務資料首次採用的以下新訂及經修訂《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)除外。

《國際財務報告準則》第17號	保險合同
《國際財務報告準則》第17號修訂本	保險合同
《國際財務報告準則》第17號修訂本	首次應用《國際財務報告準則》第17號及 《國際財務報告準則》第9號—比較信息
《香港會計準則》第1號及 《香港財務報告準則實務報告》 第2號修訂本	會計政策的披露
《國際會計準則》第8號修訂本	會計估計的定義
《國際會計準則》第12號修訂本	單一交易產生的與資產及負債相關的遞延稅項
《國際會計準則》第12號修訂本	國際稅收改革—支柱二範本規則

適用於本集團的新訂及經修訂《國際財務報告準則》性質及影響闡述如下：

- (a) 《國際會計準則》第1號修訂本要求實體披露其重要會計政策資料而非重大會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可合理預期會影響通用財務報表的主要使用者基於該等財務報表作出的決策，則該資料屬重要。《國際財務報告準則實務報告》第2號修訂本就如何將重要性概念應用於會計政策披露提供非強制性指引。本集團已自2023年1月1日起應用該等修訂本。該等修訂本對本集團的中期簡明綜合財務資料並無任何影響，惟預計將影響本集團年度綜合財務報表的會計政策披露。
- (b) 《國際會計準則》第8號修訂本澄清會計估計變動與會計政策變動之間的區別。會計估計定義為財務報表中存在計量不確定性的貨幣金額。該等修訂本亦澄清實體如何使用計量方法及輸入數據定出會計估計。本集團已將該等修訂本應用於2023年1月1日或之後發生的會計政策變動及會計估計變動。由於本集團確定會計估計的政策與該等修訂本一致，故該等修訂本對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。

- (c) 《國際會計準則》第12號修訂本單一交易產生的與資產及負債相關的遞延稅項收窄《香港會計準則》第12號初始確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相等應課稅及可扣減暫時差額的交易，如租賃及棄置義務。因此，實體須就該等交易產生的暫時差額確認遞延稅項資產(如有充足的應課稅利潤)及遞延稅項負債。該等修訂本對本集團的財務狀況或表現並無任何財務影響。
- (d) 《國際會計準則》第12號修訂本國際稅收改革—支柱二範本規則引入一項強制性臨時例外規定，豁免確認及披露因實施經濟合作及發展組織發佈的支柱二範本規則所產生的遞延稅項。該等修訂本亦為受影響實體引入披露要求，以幫助財務報表使用者更清楚了解該等實體承擔的支柱二所得稅，包括於支柱二立法生效期間單獨披露有關支柱二所得稅的即期稅項，以及於立法已頒佈或實質頒佈但尚未生效期間披露已知或合理可估計的支柱二所得稅承擔資料。實體須於2023年1月1日或之後開始的年度期間披露有關其支柱二所得稅承擔的資料，惟毋須就截至2023年12月31日或之前止的任何中期期間披露有關資料。本集團已追溯應用該等修訂本。由於本集團不在支柱二範本規則的範圍之內，故該等修訂本對本集團並無任何影響。

3. 經營分部資料

根據管理需要，本集團屬於單一經營分部，主要從事基於生物活性成分的美麗與健康產品的研發、製造及銷售。

就資源分配及表現評估目的而向本公司董事(為主要經營決策者)報告的資料並不包含獨立經營分部的財務資料，且董事審閱本集團的整體財務業績。因此，並無呈列有關經營分部的進一步資料。

地域資料

期內，本集團的所有收入均來自位於中國內地的客戶，且本集團的所有非流動資產均位於中國內地，因此，並無根據《國際財務報告準則》第8號經營分部的規定呈列地域分部資料。

4. 收入及其他收入

收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
客戶合同收入	<u>1,605,698</u>	<u>984,891</u>

客戶合同收入的分類收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
商品或服務類別		
銷售商品	<u>1,605,698</u>	<u>984,891</u>
地域市場		
中國內地	<u>1,605,698</u>	<u>984,891</u>
收入確認時間		
於某一時間點轉讓的商品	<u>1,605,698</u>	<u>984,891</u>

其他收入

其他收入的分析如下：

本集團

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
其他收入		
政府補助	7,747	1,522
利息收入	23,758	6,663
其他	<u>1,799</u>	<u>10,682</u>
	<u>33,304</u>	<u>18,867</u>

5. 稅前利潤

本集團的稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後得出：

	附註	截至6月30日止六個月	
		2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
存貨、耗材及定制產品成本		199,527	106,435
物業、廠房及設備折舊		15,154	11,826
使用權資產折舊		980	934
投資物業折舊		-	478
無形資產攤銷		735	703
貿易應收款項及應收票據減值(撥回)		(337)	(317)
預付款項、其他應收款項及其他資產減值撥備		5	170
政府補助	4	(7,747)	(1,522)
營銷及推廣開支		521,705	248,628
銀行利息收入	4	(23,758)	(6,663)
外匯(收益)／虧損淨額		(15,042)	1,870
存貨減值撥備／(撥回)		648	(401)
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員薪酬)：			
－工資、薪金及津貼		51,819	33,036
－退休金計劃供款、社會福利及其他福利		11,577	9,219
－以權益結算的股份獎勵開支		10,431	8,248
其他外包人工成本		1,258	2,330
上市開支		-	17,686

附註：以權益結算的股份獎勵開支計入銷售成本、研發成本、銷售及經銷開支以及行政開支，金額如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
行政開支	8,240	6,554
研發成本	1,290	977
銷售及經銷開支	509	385
銷售成本	392	332
	10,431	8,248

6. 所得稅

利得稅按本集團經營所在司法管轄區現行稅率計算。

本公司在開曼群島註冊成立，根據開曼群島法律，毋須繳納所得稅或資本利得稅。此外，於開曼群島進行股息派付時毋須繳納預扣稅。

香港利得稅已就期內於香港產生的估計應納稅利潤按16.5% (2022年：16.5%)的稅率計提撥備。

中國內地的企業所得稅乃基於根據2008年1月1日批准及生效的《中華人民共和國企業所得稅法》釐定的應納稅利潤，按25%的法定稅率計提撥備。

根據國家發展和改革委員會就批准指定實體於西部大開發可享有優惠稅率而頒佈的《產業結構調整指導目錄(2011年本)(修正)》(適用於2020年及2021年)，若干附屬公司於期內享有15%的企業所得稅優惠稅率。

本集團於報告期間的所得稅開支分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項：	103,900	76,049
遞延稅項	5,660	(199)
期內稅項開支總額	<u>109,560</u>	<u>75,850</u>

7. 股息

期內，本公司並無派付或宣派任何股息(截至2022年6月止6個月：無)。

8. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

基本每股盈利金額乃基於母公司普通權益持有人應佔期內利潤及期內已發行普通股的加權平均數為995,000,000股(2022年：685,335,118股)而計算，並作出調整以反映期內進行的供股。

截至2023年6月30日止期間攤薄每股盈利的金額乃根據母公司普通權益持有人期內應佔利潤計算。計算所使用的普通股加權平均數為用於計算基本每股盈利的期內已發行普通股數目，以及被視為根據經修訂計劃行使受限制股份單位(「RSU」)計劃假設已無償發行的普通股加權平均數。

截至2022年6月30日止期間攤薄每股盈利的金額乃根據母公司普通權益持有人期內應佔利潤計算，並作出調整以反映母公司優先股股東的應佔盈利。計算所使用的普通股加權平均數為用於計算基本每股盈利的期內已發行普通股數目，以及被視為根據經修訂計劃行使RSU計劃及轉換A輪優先股時假設已無償發行的普通股加權平均數。

計算基本及攤薄每股盈利是基於：

	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
盈利		
用於計算基本每股盈利的母公司普通股持有人應佔利潤	666,940	311,042
母公司優先股持有人應佔盈利	-	126,201
	<u>666,940</u>	<u>437,243</u>
	截至6月30日止六個月 2023年	2022年
股份數目		
用於計算基本每股盈利的期內已發行普通股的加權平均數	995,000,000	685,335,118
攤薄的影響—普通股的加權平均數：		
RSU計劃	10,692,319	3,692,722
可轉換優先股	-	366,391,512
	<u>1,005,692,319</u>	<u>1,055,419,352</u>

9. 貿易應收款項及應收票據

於報告期末，貿易應收款項按交易日期並已扣除虧損撥備作出的賬齡分析如下：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一年以內	90,571	67,879
一年以上兩年以內	102	1,146
兩年以上三年以內	271	268
三年以上	74	127
	<u>91,018</u>	<u>69,420</u>

10. 貿易應付款項

於報告期末按發票日期計算的貿易應付款項賬齡分析如下：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一年以內	70,847	53,072
一年以上兩年以內	1,725	807
兩年以上	826	774
	<u>73,398</u>	<u>54,653</u>

11. 承擔

本集團於報告期末的資本承擔如下：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
已訂約，但未撥備：		
樓宇	369,931	262,198
廠房及機械	145,892	73,365
	<u>515,823</u>	<u>335,563</u>

此外，本集團向聯營公司提供如下未計入上述承擔中的承擔：

	2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
已訂約，但未撥備：		
向一家聯營公司出資	16,000	16,000
	<u>16,000</u>	<u>16,000</u>

一、業務回顧

我們是中國基於生物活性成分的專業皮膚護理行業的領軍者。2023年上半年，我們繼續貫徹本公司的長期戰略，持續投入研發，鞏固技術領先優勢；通過精細化運營打造重點單品，銷量和口碑突出，並持續以高標準打磨新品和迭代現有產品；加強全域品宣力度，擴大用戶人群，提升品牌影響力；穩步推進產能擴張，以鞏固端到端製造平台的能力。

於報告期內，我們的銷售收入達到人民幣16.06億元，與2022年同期相比增長63.0%；我們的期內利潤達人民幣6.66億元，與2022年同期相比增長52.3%。

持續投入研發，引領行業技術

深耕合成生物學領域，不斷提升企業科研實力是我們的長期發展戰略之一。於報告期內，本公司加大研發投入力度，研發團隊積極進取，在基礎科學研究、新型原料開發、工藝配方優化、產品開發應用等領域持續突破，實現本公司綜合技術實力的進一步加強。於報告期內，本公司研發支出人民幣34.0百萬元，同比增長80.8%，研發支出佔收入比例2.1%，同比提升0.2個百分點。

截止報告期末，本公司已獲授權及申請中專利86項，其中報告期內新增6項；我們的重組膠原蛋白分子庫中擁有30餘種膠原分子，數量在業內領先且不斷增長。天然膠原的不同長度、不同片段重複不同次數後的功能和性能具有不可預知性。公司積累了豐富的研發經驗，並進行了全面的專利佈局，對膠原分子進行結構調整和優化，制備篩選得到性能優質的新型膠原。例如2023年6月公司獲授權專利《透皮吸收性肽及通過該肽的重複構建的重組膠原蛋白》，專利所述的重組膠原蛋白，具有優異的透皮吸收性能，可作為原料用於生產多種膠原蛋白產品如注射劑、面部填充劑、化妝品、保健食品、組織工程材料、膠原蛋白海綿等。

2023年4月28日，由本公司牽頭制定的《化妝品用重組膠原蛋白原料》團體標準(標準編號：T/ZGKSL004-2023)正式實施。這是中國化妝品行業首個重組膠原蛋白原料團體標準，也是本公司繼參與起草的《重組膠原蛋白》醫藥行業標準實施後，在化妝品領域中為重組膠原蛋白原料奠定「標準」的里程碑，代表著本公司正帶領著重組膠原蛋白行業從技術突破走向產業變革的縱深之地，真正邁入標準化時代。

報告期內，我們推出多種自研原料或原料組，用於我們的新產品中。我們的稀有人參皂苷CK單體，利用定向生物轉化技術，通過作用於皮脂腺，高效調節抗炎相關基因的表達，具有顯著控油、抗炎、祛痘的功效。

在應用基礎研究方面，我們積極探索舒緩型創新原料組，如「巨昔源」專研原料組，通過目標蛋白反向篩選技術得到科學配比的原料組，對膠原蛋白、彈性蛋白等皮膚關鍵蛋白進行修護，達到祛紅、舒緩、修護的外用功效。

精細化打造重點單品，高標準打磨和迭代新品

產品是消費者建立品牌認知的基礎，也是我們向消費者傳遞品牌理念的橋樑。基於深厚的技術實力和深刻的消費者洞察，我們推出了一系列產品力突出的核心單品，通過精細化的運營，實現了產品銷量的強勁增長，並贏得了市場和消費者的美譽；同時在報告期內，我們繼續秉承「真誠、善意、極致、創新」的開發理念，堅持以高標準、嚴要求鍛造產品力，推出新品或迭代現有產品，為消費者提供豐富及高品質的產品組合。

可復美踐行「妝械協同」的產品開發策略，覆蓋消費者從密集護理期到日常護理期全場景下的需求，為其提供相應的肌膚護理解決方案。可復美旗下的可復美重組膠原蛋白敷料(「**膠原敷料**」)是國內首個獲批重組膠原蛋白醫療器械註冊證的產品，自2011年上市以來，解決了近千萬消費者的肌膚問題。在2023年618大型促銷活動(「**618大促**」)期間蟬聯天貓傷口敷料類目TOP1，蟬聯京東醫用美護類目TOP1。

可復美旗下膠原修護系列的Human-like重組膠原蛋白肌禦修護次拋精華(「**膠原棒**」)是國內首款以4種重組膠原蛋白為核心成分的高濃縮修護精華，實現「強修護、築屏障、高保濕」的功效，自2021年底上市以來贏得消費者的廣泛讚譽，報告期內本公司在全渠道、多平台、多場景重點推廣膠原棒，全方位觸達更廣泛的消費客群，並通過科學傳播的方式宣傳重組膠原蛋白成分的起效機理，彰顯膠原棒突出的產品力，帶動產品的銷售，也讓更多消費者瞭解、使用並認可可復美日益豐富的功效性護膚產品。報告期內，可復美膠原棒斬獲「2022透明標籤年度人氣修護產品」，在618大促期間全網銷售超過3,500萬支，GMV同比增長700%以上，榮登抖音年度精華金榜TOP1，京東家庭護理類目TOP1，天貓爆款單品榜TOP3等。此外，我們不斷豐富膠原修護系列的產品矩陣，於報告期內推出了重組膠原蛋白肌禦賦活修護精粹乳(「**膠原乳**」)、重組膠原蛋白賦活舒緩精華面膜(「**膠原舒舒貼**」)等針對肌膚屏障受損人群的修護舒緩產品，膠原乳和膠原舒舒貼自上市以來多次登頂天貓新品榜TOP1，憑藉優異的產品力獲得市場好評。

報告期內，可復美升級了可復美淨痘清顏系列(「**OK系列**」)，主要針對炎症痤瘡、肌膚微生態失衡的肌膚問題。該系列特含本公司專研的稀有人參皂苷單體CK，有效抑制皮脂生成和分泌，實現8小時長效控油，28天平衡舒緩。OK系列豐富了可復美品牌所解決的肌膚問題場景，拓展了品牌人群，為品牌未來的增長帶來更多機遇。

於報告期內，可復美品牌實現收入人民幣12.3億元，與2022年同期相比增長101.0%。

可麗金聚焦抗衰功效，致力於樹立「重組膠原抗老專家」的品牌心智。2022年本公司推出賦能緊致系列產品，採用的Mini重組膠原蛋白肽分子量最小達217Da，可直達肌底促進膠原蛋白再生。報告期內，本公司主要推廣賦能緊致系列產品，該系列在可麗金品牌中的收入貢獻佔比進一步提升，主打單品可麗金Human-like重組膠原蛋白賦能珍萃緊致彈潤次拋精華（「嘭嘭次拋」）獲得金物獎2022最具潛力獎，且根據第三方權威消費者評測機構百人試用資料，100%使用者認同產品緊致飽滿效果佳、溫和性好、膚感優秀，99%使用者認同產品改善肌膚皺紋效果好，體現出可麗金產品的品質實力。2023年618大促期間，嘭嘭次拋線上全渠道銷售超過170萬隻，榮登京東修護面部精華榜TOP8、天貓緊致液態精華熱賣榜TOP10。此外，報告期內，本公司針對性推出Human-like重組膠原蛋白賦能珍萃緊致抗皺面霜（清爽版）和Human-like膠原蛋白賦能珍萃緊致駐顏面膜（清爽版），鞏固現有產品組合，持續提升消費者體驗。

報告期內，可麗金品牌實現收入人民幣3.2億元，與2022年同期相比增長6.4%。

堅持科學傳播，加大全域營銷力度，提升品牌聲量

我們堅持採用科學傳播的方式，向市場和消費者傳遞我們旗下品牌的科技性和專業性，真誠地與消費者溝通對話，塑造專業、理性的品牌形象。報告期內，由本公司承辦的首屆中國醫藥行業標準《重組膠原蛋白》宣講會在華北、華中區域陸續召開，眾多業內專家學者與會，共話重組膠原蛋白行業的發展前景。2023年4月，本公司亦攜旗下品牌參加中華醫學會第十八次醫學美容學術大會、第十屆全國微創醫學美容大會，彰顯本公司在行業領先的技術實力和旗下品牌的專業形象。

我們同樣重視在大眾領域的品牌宣傳，通過全域多渠道、多形式的營銷活動和品牌露出，觸達更多消費者，提升品牌知名度。2023年2月，本公司旗下可復美和可麗金品牌攜手CCTV、天貓平台、新浪微博和VOGUE等打造「國貨新勢力」宣傳片，見證中國品牌科技力量。2023年4至5月，本公司旗下品牌矩陣亮相第三屆中國國際消費品博覽會、可麗金亮相第十四屆美沃斯國際醫學美容大會，持續擴大品牌聲量。2023年6月起，可復美和可麗金品牌線下廣告登錄西安、成都兩大國際機場樞紐，拓寬營銷方式，觸達人次超百萬。

我們積極探索符合公司品牌定位的內容傳播方向，於2023年5月，可復美品牌推出以科技實力為底色的紀錄片《成分中國—原料之戰》，展現公司深厚技術積澱、對自研原料的探索和堅守、對打造中國成分和國牌產品的篤定和自信。紀錄片全平台總曝光量超5億，搶佔6大微博話題，獲得權威媒體力挺，引發全網超2億人熱議，讓重組膠原蛋白成分和可復美品牌更加深入人心。

持續完善銷售網絡佈局，提升各渠道運營能力

我們構建了全渠道直銷和經銷的銷售網絡，報告期內，我們進一步擴展各渠道佈局的廣度和深度，實現對消費者更廣泛、更有效的觸達。同時，我們持續強化各渠道的運營能力，通過「人貨場」的全面綜合優化，實現更精準的人群破圈、心智佔領、留存增加、複購優化，實現運營效率的持續改進。

截止報告期末，我們的產品通過線下直銷和經銷途徑進入中國約1,400家公立醫院、約2,200家私立醫院和診所、約500個連鎖藥房品牌和約4,000家CS/KA門店。

我們亦通過天貓、京東、抖音、小紅書和拼多多等電商平台和社交媒體平台進行銷售，報告期內我們在天貓、抖音等渠道實現了較快增長，同時也拓展了快手等渠道的生意機會。報告期內，我們的直銷渠道帶來收入10.8億元，佔總收入比例為67.5%；經銷渠道帶來收入5.2億元，佔總收入比例為32.5%。

穩步提升生產能力

我們始終堅持核心原料和相應終端產品的自主生產和供應，並持續提升供應鏈穩定和數字化能力。我們擁有端到端的製造能力，長期穩定合作且高品質的供應商，並通過提升智慧化、數字化水平，實現合理的排產和庫存，為618大促期間的市場需求提供保障。

為滿足未來本公司業務增長的需求，我們提前佈局產能擴張計劃，報告期內本公司生產擴建按照計劃順利推進，新增2條重組膠原蛋白產線、2條化妝品產線、1條醫療器械產品產線。我們的醫療器械新工廠、健康產品新工廠也在按計劃推進建設，為本公司的中長期發展打好基礎。

二、業務展望

展望2023年下半年，行業依然存在諸多變化和不確定性，對我們來說機遇與挑戰並存，需要持續腳踏實地修煉內功，並始終和廣大消費者站在一起，做長期正確的事。

我們將繼續深耕合成生物學領域的基礎研究和應用研究，探索更多種類的優質原料，為中長期本公司業務的發展儲備更多可能性。在持續做大核心單品的基礎上，我們將進一步豐富可復美、可麗金品牌下的產品組合，為消費者提供多品類的護膚選擇，同時不斷打造更多的優勢系列，拓展品牌適用的人群、場景，打開遠期天花板。

我們將在品牌營銷上投入更多精力和資源，堅持長期主義，通過科學傳播和大眾宣傳結合的模式，擴大品牌聲量，夯實品牌心智，持續提升消費者對品牌的美譽度和認同感。

我們將在渠道運營上做得更加精細和深入，通過自主運營和平台達人聯動的組合拳方式，實現更廣範圍的種草和破圈，獲取更大量的人群資產；做好內容製作和傳播、場景打造和優化、人群運營和互動，提升各環節轉化率和用戶黏性，實現更高的運營效率和自身能力沉澱。

三、營運業績

收入

截至2023年6月30日止六個月，我們的總收入人民幣1,605.7百萬元，比截至2022年6月30日止六個月總收入人民幣984.9百萬元增加63.0%。增長的主要原因是報告期內我們持續擴充產品類型，深耕線上渠道、打造明星單品並加強營銷，使得產品和品牌影響力進一步提升，銷售收入實現較快增長。

(i) 按產品類別劃分的收入

我們在中國銷售美麗與健康領域多個產品類別的產品，即(i)專業皮膚護理產品及(ii)保健食品及其他。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分(醫用敷料歸類為醫療器械)的收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
專業皮膚護理產品				
—功效性護膚品	1,197.0	74.5	613.7	62.4
—醫用敷料	397.8	24.8	347.1	35.2
保健食品及其他	10.9	0.7	24.1	2.4
合計	<u>1,605.7</u>	<u>100.0</u>	<u>984.9</u>	<u>100.0</u>

我們的整體收入增長主要受專業皮膚護理產品的銷量和收入增長所推動，其中功效性護膚品收入增加較快，得益於我們持續加強在全渠道的營銷活動，以及經典暢銷品類的穩健增長和新推品類的快速增長。

(ii) 按銷售渠道劃分的收入

於報告期內，我們通過直銷及向經銷商銷售我們的產品。我們直銷產品至(i)電商和社交媒體平台上DTC店舖的消費者；(ii)電商平台；及(iii)醫院、診所、連鎖藥房、化妝品連鎖店及連鎖超市。我們主要通過經銷商向個人消費者、醫院、診所、連鎖藥房、化妝品連鎖店及連鎖超市銷售及經銷我們的產品。下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細，以絕對金額及佔我們總收入百分比列示：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
直銷				
—通過我們DTC店舖的				
線上直銷	977.2	60.9	427.9	43.4
—面向電商平台的線上直銷	68.8	4.3	58.0	5.9
—線下直銷	37.1	2.3	24.6	2.5
小計	1,083.1	67.5	510.5	51.8
向經銷商銷售	522.6	32.5	474.4	48.2
合計	1,605.7	100.0	984.9	100.0

直銷

通過我們DTC店舖的線上直銷

通過我們DTC店舖的線上直銷於報告期內收入為人民幣977.2百萬元，較2022年同期上升128.4%，佔報告期內總收益的60.9%。該增長是由於(1)我們持續加強線上多平台佈局和精細化運營，實現了天貓、抖音等電商平台收入的快速增長；(2)精華類產品佔比快速上升，如可復美Human-like重組膠原蛋白肌禦修護次拋精華、可麗金Human-like重組膠原蛋白賦能珍萃緊致彈潤次拋精華等貢獻收入增量；及(3)通過品牌營銷和推廣增加客戶流量，以促進銷量和收入增長。

面向電商平台的線上直銷

面向電商平台的線上直銷於報告期內收入為人民幣68.8百萬元，較2022年同期上升18.6%，同比增長平穩，佔報告期內總收益的4.3%。

線下直銷

線下直銷於報告期內收入為人民幣37.1百萬元，較2022年同期上升50.8%，佔報告期內總收益的2.3%。該增長是由於我們持續增大連鎖藥房和化妝品連鎖店等線下直銷客戶的門店和產品覆蓋，同時加強門店營銷活動和人員培訓，拉動該渠道收入增長。

向經銷商銷售

向經銷商銷售於報告期內收入為人民幣522.6百萬元，較2022年同期上升10.2%，同比增長平穩，佔報告期內總收益的32.5%。

(iii) 按品牌劃分的收入

於報告期內，我們的收入主要來自銷售可復美和可麗金品牌旗下的產品。下表載列我們於所示期間按品牌劃分的收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2023年		2022年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
專業皮膚護理產品				
—可復美	1,228.2	76.4	611.0	62.1
—可麗金	320.5	20.0	301.2	30.6
—其他品牌	46.1	2.9	48.6	4.9
保健食品及其他	10.9	0.7	24.1	2.4
合計	1,605.7	100.0	984.9	100.0

專業皮膚護理產品

可復美

可復美於報告期內銷售收入為人民幣1,228.2百萬元，較2022年同期上升101.0%，佔報告期內總收益的76.4%。該增長是由於(1)我們持續拓展線上和線下銷售渠道，優化運營策略，使得品牌影響力進一步增加；及(2)持續拓展精華、面膜、乳液等品類產品，如可復美Human-like重組膠原蛋白肌禦修護次拋精華、可復美類人膠原蛋白修護貼、可復美重組膠原蛋白肌禦賦活修護精粹乳等，貢獻收入增量。

可麗金

可麗金於報告期內銷售收入為人民幣320.5百萬元，較2022年同期上升6.4%，佔報告期內總收益的20.0%。該增長是由於我們持續拓展線上渠道，進一步提升品牌知名度。

其他品牌

其他品牌於報告期內銷售收入為人民幣46.1百萬元，較2022年同期下降5.1%，佔報告期內總收益的2.9%。該減少主要由於我們對小品牌產品線進行了梳理，部分產品品類受影響所致。

保健食品及其他

保健食品及其他於報告期內銷售收入為人民幣10.9百萬元，較2022年同期下降54.8%，佔報告期內總收益的0.7%。

銷售成本

截至2023年6月30日止六個月的銷售成本為人民幣254.7百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣146.6百萬元增加73.7%。該增長主要是由於產品銷售量增加導致：(1)材料總成本由2022年人民幣106.4百萬元增加到2023年人民幣199.5百萬元；(2)運費相應增加；(3)為了擴大再生產規模，購買新設備和增加一線員工數量，直接導致製造費用和人工成本上升。

毛利及毛利率

截至2023年6月30日止六個月的毛利為人民幣1,351.0百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣838.3百萬元增加61.2%，主要由於銷售收入的增加。

毛利率從截至2022年6月30日止六個月的85.1%下降到截至2023年6月30日止六個月的84.1%，主要由於擴充產品類型和拓展渠道所致。

銷售及經銷開支

截至2023年6月30日止六個月的銷售及經銷開支為人民幣555.2百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣264.0百萬元增加110.3%。該增長主要是由於我們的線上直銷渠道快速擴張令線上營銷費用有所增加。

研發成本

截至2023年6月30日止六個月的研發成本為人民幣34.0百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣18.8百萬元增加80.8%，分別佔2023年6月30日止六個月和2022年6月30日止六個月收入的2.1%和1.9%。該增長主要來自於我們持續對基礎研究和管線產品的研發投入以及研發人員數量增加而導致僱員薪酬開支增加。

其他收入

截至2023年6月30日止六個月的其他收入為人民幣33.3百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣18.9百萬元增加76.5%。該增長主要來自於收到的政府補助以及利息收入的增加。

其他收益或虧損淨額

截至2023年6月30日止六個月的其他收益淨額為人民幣28.6百萬元，而截至2022年6月30日止六個月的其他虧損淨額為人民幣9.3百萬元。該收益主要來自於外匯收益及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。

行政開支

截至2023年6月30日止六個月的行政開支為人民幣47.5百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣50.3百萬元下降5.7%。主要由於上市費用開支減少所致。

所得稅開支

截至2023年6月30日止六個月的所得稅開支為人民幣109.6百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣75.9百萬元增加44.4%，主要是由於我們的應課稅收入增加。

期內利潤

由於上述因素，截至2023年6月30日止六個月的期內利潤為人民幣666.0百萬元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣437.2百萬元增加52.3%。

每股基本和攤薄盈利

截至2023年6月30日止六個月的每股基本盈利人民幣0.67元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣0.45元增長48.9%。截至2023年6月30日止六個月的每股攤薄盈利人民幣0.66元，比截至2022年6月30日止六個月的人民幣0.41元增長61.0%。每股基本及攤薄盈利的增長乃主要由於以上所述的我們業務較快增長而帶來的淨利潤增長所致。

資本負債比率

資本負債比率指計息借款對權益總額的百分比。截至2023年6月30日，我們並無任何尚未償還的銀行貸款或其他借款。因此，截至2023年6月30日，資本負債比率並不適用。

銀行及其他借款的利息支出

截至2023年6月30日，本集團並無銀行及其他借款，並無相關的利息支出。

財務政策

如果本公司確定其現金需求超過其當時手頭的現金和現金等價物數額，可能會尋求發行股權或債務證券或獲得信貸融資。

資產質押

截至2023年6月30日，本集團並無抵押任何資產。

重大投資、重大收購及出售事項

於截至2023年6月30日止六個月，本集團以其營運資金認購中國的銀行發行的理財產品，作為本集團資金管理的一部分，以盡量提高其自業務運營收取的盈餘現金回報，同時保持靈活性及流動性。有關理財產品的風險相對較低，且流動性高。於2023年6月30日，本集團持有的其價值佔2023年6月30日集團總資產的5%或以上的理財產品如下：

交易對手方	產品類型	截至 2023年 6月30日 的本金 (人民幣千元)	截至 2023年 6月30日 止六個月 未實現損益 (人民幣千元)	截至 2023年 6月30日 的公允價值 變動 (人民幣千元)	截至 2023年 6月30日 的公允價值 (人民幣千元)	資產比率 ¹
招銀理財有限 責任公司	固定收益類產品	2,250	-	-	2,250	0.06%
	非保本浮動收益理財 計劃	385,000	1,242	1,242	386,242	9.96%
西安銀行股份 有限公司	非保本浮動收益理財 計劃	309,473	6,668	7,232	316,705	8.17%
長安銀行股份 有限公司	非保本浮動收益理財 計劃	310,000	8,088	6,149	316,149	8.15%

附註：

1. 本表所列資產比率按照相關產品於2023年6月30日的公允價值除以本公司於2023年6月30日的總資產計算。

除上文所披露者外，截至2023年6月30日止六個月，本集團沒有價值佔截至2023年6月30日本集團資產總值的5%或以上的重大投資(包括對被投資公司的任何投資，其價值佔2023年6月30日集團總資產的5%或以上)，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。認購上述理財產品並無動用本公司的首次公開發售所得款項。

重大投資和資本資產的未來計劃

截至2023年6月30日，本集團沒有明確的重大投資和購入資本資產計劃。

流動資金和資本來源

截至2023年6月30日，我們的流動資金為人民幣1,557.5百萬元，其中包括現金和現金等價物，比截至2022年12月31日止年度的人民幣1,331.0百萬元增加了17.0%。

風險管理

外幣風險

本集團存在交易性貨幣風險。該等風險由各單位功能貨幣以外的貨幣產生。董事會認為外幣風險對本集團並不重大，因此沒有採用遠期匯率合同等金融工具來對沖風險。

信貸風險

應收款項結餘持續受到監測，本集團面臨的壞賬風險並不重大。截至報告期末，由於我們的現金及現金等價物存於少數金融機構，故本集團存在一定的信貸風險集中。截至報告期末，現金及現金等價物存於無重大信貸風險的優質金融機構中。本集團貿易及其他應收款項並無面臨重大的信貸風險集中。

流動資金風險

在管理流動資金風險時，本集團監測並維持本集團管理層認為足夠的現金及現金等價物水準，為營運提供資金並減少現金流量波動的影響。

或然負債

截至2023年6月30日，本集團沒有任何重大的或然負債。

資本承擔和資本支出

截至2023年6月30日，我們的資本承擔主要為廠房、機器及樓宇，金額為人民幣515.8百萬元。本公司在截至2023年6月30日止六個月錄得資本支出人民幣187.0百萬元，主要用於新工廠的建設以及生產線設備的購買。

員工、培訓和薪酬政策

截至2023年6月30日，本集團擁有1,023名全職員工，其中大部分位於中國陝西省。下表載列截至2023年6月30日本集團按職能劃分的員工人數：

職能	員工數量	佔總數的 %
生產製造	362	36.7
研發	138	13.0
銷售及營銷	335	33.0
一般及行政	188	17.3
合計	1,023	100.0

我們的成功取決於我們吸引、留住和激勵合格人員的能力。我們通過校園招聘、有經驗的招聘等方式招募僱員，為我們的研發、銷售、管理、運營等團隊尋找具有相關學科教育背景或相關行業從業經驗的人才。我們根據每名候選人的教育背景、專業知識、必要技能、面試表現、相關經驗及職業道德對其進行評估。作為人力資源戰略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪酬、績效現金獎勵及其他激勵措施。我們已採納一項全面的培訓方案，我們據此為新僱員及內部轉崗僱員提供職前培訓，並為我們的僱員提供定期持續技術培訓。我們亦為負責質量控制的僱員提供必要的培訓，以確保其勝任工作。

本公司於2021年12月採納限制性股票單位（「RSU」）計劃（「RSU計劃」），以完善集團員工激勵及薪酬機制，吸引及留住高級管理團隊及核心人才。根據RSU計劃授出的所有限制性股票單位的相關股份的最高數目合共不得超過19,000,000股股份，佔本業績公告日期本公司已發行股本總額約1.91%。於本公司於聯交所上市前，83名RSU計劃參與者已根據RSU計劃獲授限制性股票單位合共涉及19,000,000股相關股份。

於2023年8月17日，本公司股東大會採納了2023年購股權計劃(「**2023年購股權計劃**」)及2023年股份獎勵計劃(「**2023年股份獎勵計劃**」)，旨在(其中包括)吸引合適人才，促進本集團的進一步增長及發展。根據2023年購股權計劃及2023年股份獎勵計劃可予發行的股份總數上限將為99,500,000股，佔已發行股份總數的10%；而於最後實際可行日期，根據2023年購股權計劃及2023年股份獎勵計劃，可向服務提供者參與者發行的股份總數上限合共為19,900,000股，佔已發行股份總數的2%。截至本公告日期，2023年購股權計劃及2023年股份獎勵計劃下尚未作出任何授予。

中期股息

董事會已決議，建議不派發截至2023年6月30日止六個月的中期股息。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券。

遵守企業管治守則

本公司致力於實現高標準的企業管治，以維護股東權益。董事深知將良好企業管治要素納入本集團管理架構及內部控制程序以實現有效問責的重要性。

本公司已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則(「**企業管治守則**」)，作為其本身的企業管治守則。本公司於截至2023年6月30日止六個月期間內一直遵守企業管治守則項下的所有適用守則條文，惟與守則條文C.2.1的偏差除外。

根據企業管治守則的守則條文C.2.1條，董事會主席與首席執行官的角色應有所區分且不應由同一人兼任。董事會主席與首席執行官之間的職責分工應清楚界定並以書面列載。本公司並無區分董事會主席與首席執行官，嚴建亞先生現兼任該兩個職位。鑒於嚴先生自本集團成立以來對本集團的重大貢獻及其豐富經驗，本公司認為由嚴建亞先生兼任董事會主席和首席執行官將為本集團提供強而有力一致的領導，並將促進本公司業務戰略的有效執行。本公司認為，嚴建亞先生繼續兼任董事會主席和首席執行官對本公司的業務發展及前景是合適及有利的，因此目前不建議將董事會主席和首席執行官的職能分開。

董事遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為其董事進行本公司證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認彼等於報告期內及至本業績公告日期已全面遵守標準守則所載的所有相關規定。

全球發售所得款項

2022年11月4日，本公司股份在聯交所主板上市。扣除包銷折扣及佣金的全球發售所得款項淨額(包括超額配股權獲悉數行使所得款項)約為573.7百萬港元，將按照招股章程所披露的募集資金用途使用如下：

- 約11%的所得款項淨額用於研發投資以通過招聘擴大我們的研發團隊、擴展我們的研發設施及進行測試和驗證研究；
- 約28%的所得款項淨額用於擴展與我們的產品組合及生物活性成分有關的生產能力；
- 約46%的所得款項淨額用於增強我們的全渠道銷售及經銷網絡，並開展以科學和知識為導向的營銷活動以提高我們的品牌知名度；
- 約5%的所得款項淨額用於提升我們運營及信息系統，包括(i)採購軟件和硬件；(ii)通過對服務器及互聯網設備等硬件的投資開發一體化混合雲基礎設施；及(iii)招聘IT專家，包括軟件開發人員及IT工程師；及
- 約10%的所得款項淨額用作營運資金及一般公司用途。

於報告期內及截至本公告日期，如上所披露的所得款項淨額的擬定用途並無變動，本公司計劃在未來5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。

截至2023年6月30日，本集團使用募集資金淨額情況如下表：

使用用途	募集資金 用途百分比	募集資金 淨額 (百萬港元)	截至 2023年 6月30日 止六個月 已使用金額 (百萬港元)	於2023年 6月30日 尚未使用 金額 (百萬港元)
研發投資以通過招聘擴大我們的研發 團隊、擴展我們的研發設施及進行 測試和驗證研究	11%	63.1	11.0	52.1
擴展與我們的產品組合及生物活性成 分有關的生產能力	28%	160.6	83.8	76.8
增強我們的全渠道銷售及經銷網絡， 並開展以科學和知識為導向的營 銷活動以提高我們的品牌知名度	46%	263.9	59.3	204.6
提升我們運營及信息系統	5%	28.7	3.7	25
營運資金及一般公司用途	10%	57.4	9.9	47.4
合計	100%	573.7	167.7	406.0

報告期後重大事項

於報告期後及直至本業績公告日期，除本業績公告已披露內容外，概無發生任何對本集團業務營運及財務產生重大影響的重大事項。

審核委員會

本公司審核委員會由黃斯穎女士(主席)、黃進先生及單文華先生組成，彼等均為獨立非執行董事。本公司審核委員會已審閱本公司截至2023年6月30日止六個月之未經審核中期業績及中期報告。

刊發中期業績公告及中期報告

本業績公告已登載於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.xajuzi.com。截至2023年6月30日止六個月的本公司中期報告將於上述聯交所網站及本公司網站刊發，並適時寄發予本公司股東。

承董事會命
巨子生物控股有限公司
董事會主席
嚴建亞

香港，2023年8月28日(星期一)

截至本公告日期，董事會成員包括執行董事嚴建亞先生、葉娟女士及方娟女士、非執行董事陳錦浩先生以及獨立非執行董事黃進先生、單文華先生及黃斯穎女士。