

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。

MAOGEPING

BEAUTY

MAO GEPING COSMETICS CO., LTD.

毛戈平化妝品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：1318)

截至2025年6月30日止六個月之中期業績公告

毛戈平化妝品股份有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2025年6月30日止六個月之未經審計業績。本公告列載本公司2025年中期報告全文，並符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則中有關中期業績初步公告附載的資料之要求。

本公司審計委員會已審閱本集團截至2025年6月30日止六個月之中期業績。

刊登中期業績公告及中期報告

本業績公告將分別在香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.maogeping.com)上刊發。本公司將於適當時候在上述網站刊載2025年中期報告。

承董事會命
毛戈平化妝品股份有限公司
董事長兼執行董事
毛戈平

香港

2025年8月27日

截至本公告日期，本公司董事會包括：(i)執行董事毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹姪女士；及(ii)獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。

MAOGEPING

BEAUTY

毛戈平化妝品股份有限公司

Mao Geping Cosmetics Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

股份代號：1318



2025

中期報告

目 錄

公司資料	2
管理層討論及分析	4
企業管治及其他事項	31
獨立審閱報告	42
中期簡明綜合損益及其他全面收益表	43
中期簡明綜合財務狀況表	44
中期簡明綜合權益變動表	46
中期簡明綜合現金流量表	47
中期簡明綜合財務資料附註	49
釋義	62



公司資料

董事會

執行董事

毛戈平先生(董事長)
汪立群女士
毛霓萍女士
毛慧萍女士
汪立華先生
宋虹姪女士

獨立非執行董事

顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生

審計委員會

顧炯先生(主席)
黃輝先生
李海龍先生

提名委員會

毛戈平先生
毛霓萍女士
顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生(主席)

薪酬委員會

毛戈平先生
毛慧萍女士
顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生(主席)

聯席公司秘書

董樂勤先生
張瀟女士(香港公司治理公會及
英國特許公司治理公會會員)

核數師

安永會計師事務所
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師
香港
鰂魚涌
英皇道979號
太古坊一座27樓

授權代表

毛霓萍女士
張瀟女士

主要往來銀行

中國民生銀行杭州錢塘支行
中國
浙江省杭州市
上城區
建國南路280-1號

註冊辦事處

中國
浙江省杭州市上城區
萬銀大廈1001室

公司資料

中國總辦事處及主要營業地址

中國
浙江省杭州市
上城區
萬銀大廈1001室

香港主要營業地點

香港
灣仔
皇后大道東248號
大新金融中心40樓

H股證券登記處

香港中央證券登記有限公司
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心17樓
1712-1716號舖

香港法律顧問

年利達律師事務所
香港
中環
遮打道
歷山大廈11樓

境內法律顧問

競天公誠律師事務所
中國
北京市
建國路77號
華貿中心
3號寫字樓34層

合規顧問

泓博資本有限公司
香港
中環
德輔道中71號
永安集團大廈
7樓710號辦公室

投資者關係聯絡

電話：+86-571-8792 6998
郵箱：ir@maogeping.com

公司網址

www.maogeping.com

股份代號

01318



管理層討論及分析

業務回顧

主要業務

我們致力於為消費者提供全面的美妝體驗，包括優質的美妝產品、專業的化妝藝術培訓以及沉浸式及個性化的客戶服務。

基於我們創始人的美學理念，我們創造了一系列融合光影美學和東方美學精髓的美妝產品，以展現最佳的化妝效果。我們的美妝品牌包括MAOGEPING和至愛終生，提供精選的彩妝和護膚品組合，滿足不同消費者群體的需求。作為我們的旗艦品牌，MAOGEPING品牌貢獻了本集團截至2025年6月30日止6個月主要的產品銷售收入。報告期內，我們持續精進產品創新和品類拓展，全新推出「國蘊凝香」和「聞道東方」兩個高端香水系列，將美妝產品的品類拓展到香氛香水市場。這兩個系列均承載了我們對東方美學的哲學思考，甄選高品質原料和工藝，為消費者提供東方造境美學體驗。在渠道端，我們持續推進品牌形象升級和店效提升，進一步強化高端美妝品牌形象，鞏固品牌行業地位。

於報告期內，我們實現收入人民幣2,588.2百萬元，同比增長31.3%；實現淨利潤人民幣670.4百萬元，同比增長36.1%。

化妝品業務

我們堅持高端品牌定位，提供基於毛戈平先生的光影美學和東方美學的基本理念研發的彩妝產品以及融合高質量配方和精選成分的護膚和香氛系列。我們的彩妝產品主要包括粉底、高光和陰影、唇妝及眼妝。我們的護膚品主要包括面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等，我們的香氛產品包括今年新推出的紀念中法建交60週年的「國蘊凝香」系列香水、與故宮文創聯名的「聞道東方」系列香水以及居家香氛產品。此外，我們還推出了限量版彩妝（如氣蘊東方系列），緊跟行業趨勢，頌揚傳統文化，融入先進技術，以增強上妝和持妝性。截至2025年6月30日，我們的產品組合包括涵蓋彩妝、護膚及香氛的超過400個單品。



管理層討論及分析

下表載列於所示期間按產品類別劃分的產品總銷量及平均售價：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	銷量 千件	平均售價 人民幣元／件	銷量 千件	平均售價 人民幣元／件
彩妝	9,059.8	157.0	6,622.7	163.8
護膚	3,094.7	351.3	2,351.0	346.6
香氛	35.4	322.3	—	—

附註：

(1) 平均售價指通過所有銷售渠道(包括向消費者直銷以及向零售商及經銷商銷售)售出的產品價格。

平均售價通常低於列出的價格範圍的上限，乃主要由於(i)因我們為大宗採購提供折扣，向零售商及經銷商售出的產品價格低於向消費者售出的產品價格，這符合行業一般慣例；及(ii)平均售價的計算不含增值稅，但含對銷售折扣、會員積分及其他影響最終售價的促銷活動的調整。

彩妝

我們的彩妝系列包含了粉底、高光和陰影、眼妝及唇妝等各類產品，這些產品均經過精心設計，以滿足中國消費者獨特的膚質、面部結構和審美偏好。通過將光影元素及中國傳統文化元素融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。報告期內，我們的底妝類產品繼續保持強勢表現，如奢華魚子氣墊和光感柔紗凝顏粉餅兩個單品的零售額均超過人民幣200百萬元。與此同時，我們仍在不斷完善和豐富彩妝細分類目下的全賽道產品佈局，我們於今年3月推出一款線上新品—晶璨星穹眼影在報告期內實現了超過人民幣4百萬元的零售額。截至2025年6月30日止六個月，我們的彩妝產品銷售所得收入為人民幣1,422.3百萬元，同比增長31.1%。抖音平台官方榜單顯示，於抖音商城3·8好物節和6·18好物節期間，我們均奪得彩妝類目榜第一名。

護膚品

憑藉我們在產品設計、開發、經銷及品牌建設方面的豐富經驗，以及在彩妝領域培養的忠實消費者群體的支持，我們的產品組合已涵蓋護膚品。我們的護膚品全面涵蓋面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等，旨在滿足消費者的多種膚質類型及護膚需求。我們堅信，保持良好的肌膚狀況是實現最佳化妝效果的基礎。我們的部分暢銷產品在市場上獲廣泛認可，截至2025年6月30日止六個月，我們的兩款明星單品奢華魚子面膜及奢華養膚黑霜的零售額分別超過人民幣600百萬元及人民幣200百萬元，我們於今年推出的一款高端護膚品黑金煥顏鎏光菁華水在報告期內實現零售額超過人民幣16百萬元。截至2025年6月30日止六個月，我們的護膚產品銷售所得收入為人民幣1,087.2百萬元，同比增長33.4%。

香氛

美妝是情緒悅己的體驗，亦是情感和個性的表達，在「可見的妝容」與「不可見的氣息」間，我們以香為媒，雕琢完整的美學人格。承襲毛戈平先生對東方哲思的當代詮釋，我們於報告期內傾力推出「國韻凝香」和「聞道東方」香水系列產品，不僅豐富了我們的產品矩陣，更增強我們品牌在更廣闊的化妝品市場中的吸引力和競爭定位。

「國韻凝香」系列香水以紀念中法建交60週年為背景，從中法兩國跨越百年的文化交流以及絲綢之路的「東方象徵」—中式花瓶中汲取靈感，以現代工藝為形體，東方意境為神韻，擷取中國國花牡丹、法國國花鳶尾及象徵著中法友誼的玫瑰之精萃，創作出國色牡丹、摯愛玫瑰、香廷鳶尾3款全新限定版香水，於傾世香遇間，頌讚中法濃厚友誼。

管理層討論及分析

以下展示了國韻凝香香水系列：



國色牡丹香水
Majestic Peony Perfume



摯愛玫瑰香水
Beloved Rose



香廷鳶尾香水
Noble Iris

「聞道東方」是我們與故宮文創聯名推出的香氛系列，該系列包括自然之境、人文之境、哲思之境三個主題的共13個單品。系列以東方哲學為根基，從中國近代學者王國維「境界論」出發，分別摘取中國具有代表性的自然風貌、人文風貌和哲學思考，以物境、情境、意境三重造境解構東方香道哲學：

自然之物境，空寂中見萬物。是「空山」之中自由呼吸的綠意，是「拂曉玫瑰」穿過黑夜，在將醒未醒時最動人心魄的美麗盛放，是「靜夜鳶尾」於夜色微涼中的香息未眠，亦是「花朝」盛典中繁花翻湧，芳息交錯。

人文之情境，喧囂中得自在。「不讓」傳遞《木蘭詩》中「當仁不讓自有鋒芒」的女性力量；「驚鴻」取自《洛神賦》「翩若驚鴻」，詮釋東方美學中稍縱即逝的驚艷意象；「繁花傾慕」靈感源自《愛蓮說》，體現超脫於塵世繁雜的精神境界。

哲思之意境，留白處生萬象。「龍涎焚香」在呼吸間勾勒出「天地逍遙」的超然自在；「扶光」暗含驅暗啟新，光至之處，照亮萬物新生；「若水」詮釋《道德經》中水至柔至剛的雙重哲學；「太和乾坤」隱喻《周易》「陰陽相濟，乾坤歸一」的平衡之道。

以下展示了「聞道東方」香水系列：

自然之境



空山
Sublime Summit



拂曉玫瑰
Dewy Dawn Rose



花朝
Flourishing Floral



靜夜鳶尾
Tranquil
Midnight Iris



豆蔻晨光
Cardamom Glow

人文之境



繁花傾慕
Blooming Bliss



不讓
Magnolia Majesty



默夜
Nocturnal Hymn



驚鴻
Fleeting Glimpse

哲思之境



龍涎焚香
Ambergris Aura



扶光
Flickering Beam



若水
Whispers of Water

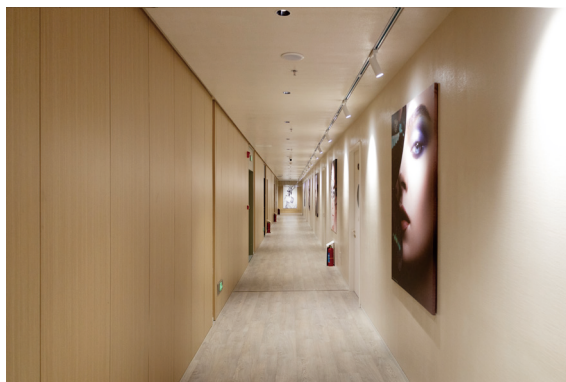


太和乾坤
Celestial Creation

管理層討論及分析

化妝藝術培訓

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至報告期末，我們在全國開設了九所化妝藝術機構，同時，我們的第十所化妝藝術機構－廣州分校正在籌備中。我們在這些機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在化妝藝術方面的深厚知識和創始人的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。在報告期內，我們投入改善校區硬件，先後升級重慶、成都、杭州分校校區環境和教學設施設備。我們在化妝藝術培訓方面的投入不僅提升了我們的品牌形象和聲譽，還與我們的產品開發和銷售產生了協同效應。該方式確保全面及豐富的美妝體驗，與消費者及行業專業人士產生共鳴。以下展示了我們重慶校區環境：



我們提供從基本的化妝技巧到先進的美學理念的多類培訓課程，旨在滿足課程參與者的各種需求和願望。截至2025年6月30日止六個月，我們的九所培訓機構共招收學員超過3,800人，同比增長0.77%，招生人數增速有所放緩，主要系2025年毛戈平美妝教育重點提升服務品質和學員體驗感，嚴格控制教室坪效和滿班率，提升教職員工服務意識。除了常規的勞動技能培訓，我們在培訓項目上還進一步拓展了職場、生活領域的妝容培訓服務，報告期，我們為愛好美妝的女性朋友推出了更加注重精緻體驗的約課制小班化學習，旨在為更多女性朋友普及美妝技術，提升個人形象審美。截至2025年6月30日止六個月，我們的化妝藝術培訓及相關銷售產生的收入為人民幣67.3百萬元。

產品設計及開發

我們的成功建立在我們強大的產品設計及開發能力之上，該等能力源於我們的產品開發團隊的全面、專業知識及創造優質美妝產品的細緻方法。

我們的產品開發團隊。我們的產品設計和開發工作是由毛戈平先生領導，其對光影美學、東方美學及美妝產品設計和開發有深刻理解。我們已建立產品開發團隊，由核心研發團隊（負責整個產品設計和開發過程）及藝術委員會（由我們化妝藝術培訓機構的化妝師組成，負責監督我們產品工藝）組成。兩個團隊緊密合作，引導產品設計和開發方向，同時與ODM供貨商合作，共同將我們的核心美學理念和市場洞察轉化為產品解決方案。此外，我們的化妝藝術培訓課程為我們的產品開發團隊提供了寶貴的新人才來源，以支持我們創新能力的連續性及發展。透過培養一批了解我們品牌理念及美學原則的熟練專業人士，我們為未來的產品開發奠定堅實的基礎。

全面的專業知識。我們全面的專業知識是我們創造具有卓越功能及性能的產品驅動力。尤其是，我們對產品成分、配方和設計的了解使我們能夠創造出具有良好功能和性能的產品。我們採用與國際頂尖實驗室共創的研發模式，從全球選擇優質原料並採用先進的配方技術開發產品，以滿足目標消費者，尤其是具有亞洲人皮膚類型及審美標準的消費者的特定需求及偏好。我們的光影美學及東方美學理念，使我們從其他高端國際化妝品品牌中脫穎而出。通過將光影元素、中國傳統文化元素及東方的哲學思考融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。

管理層討論及分析

與ODM供貨商的戰略合作。為提高我們的產品設計及開發能力，我們與可靠的ODM供貨商建立戰略合作夥伴關係，利用其技術專業知識、製造設施及質量控制流程支持我們的產品設計及開發計劃。我們的產品開發團隊在委託ODM供貨商開展具體研發和產品設計工作時提供整體方向指導，傳達設計和開發要求，並與該等供貨商共同研製產品配方。我們亦監督及參與最初概念到最終生產的整個產品開發週期。我們的產品開發團隊與ODM供貨商密切合作，提供規格、進行質量檢查、測試產品規格並進行必要的調整，以確保最終產品符合我們的標準並符合我們的品牌願景。我們與ODM供貨商的合作讓我們能夠專注於產品概念化、設計及品牌推廣方面的核心能力，同時確保我們的產品統一按照高質量標準生產。

以美觀和功能為導向的產品設計。我們深知產品外觀設計中美觀及實用的雙重作用，因此在產品外觀中強調視覺吸引力及實用性的重要性。我們對創造獨特品牌形象的承諾體現在我們的產品美學及包裝設計中。該等設計經過幾代專有模具的開發，融入了中國傳統建築、藝術品元素，加深了文化共鳴。截至2025年6月30日，這種包裝方法為我們贏得了48項設計專利及美國繆斯設計鉅金獎，證明了我們品牌的獨特性及成熟度。

產品設計研發成果。我們對產品設計及開發的追求已取得積極成果。例如，根據弗若斯特沙利文的資料，我們在中國所有國貨美妝品牌中率先基於光影美學開發高光和陰影產品，特別是專為中國人膚色而設計的光影系列。於截至2025年6月30日止六個月，我們共開發和升級了約70個新單品。

銷售網絡

我們透過整合線下及線上渠道的廣泛銷售網絡銷售我們的產品。我們的線下渠道包括(i)主要通過自營專櫃直銷；(ii)向一家高端跨國美妝零售商銷售；及(iii)向線下經銷商銷售。我們的自營專櫃戰略性地分佈在我們為強化品牌形象和價值而特別挑選的百貨商店。我們堅持體驗式營銷策略，專櫃均設有專門的化妝台，由精通化妝知識和技能的訓練有素的美妝顧問提供支持，為消費者提供專業的試妝，凸顯產品效果。我們的線上渠道涵蓋天貓、抖音、小紅書、京東及淘寶等電商平台，包括(i)透過直營網店銷售；及(ii)向線上經銷商銷售。於本報告期內，我們的線下及線上渠道均迅速擴張。

我們的專櫃網絡由自營專櫃和經銷商專櫃組成，這兩種專櫃共同構成一個在統一標準下運作的全面零售生態系統。截至2025年6月30日，我們的品牌專櫃遍佈於全國120多個城市，包含405個自營專櫃和32個經銷商專櫃。此專櫃網絡使我們能夠擴大我們的產品覆蓋範圍、培養直接的消費者關係及提高品牌的知名度。截至2025年6月30日，我們在全國各地的專櫃配備超過3,100名美妝顧問，是中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一，致力於以優質的客戶服務提供體驗式的消費體驗。

報告期內，隨著我們主品牌影響力持續深入消費者心智，且我們加大銷售及營銷力度，每個專櫃的平均業績有進一步提升。於截至2025年6月30日止六個月和截至2024年6月30日止六個月，我們自營專櫃同個可比專櫃平均銷售收入如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣百萬元	2024年 人民幣百萬元
同個專櫃數目 ⁽¹⁾	329	329
同個專櫃收入總額	942.8	799.7
同個專櫃平均收入	2.9	2.4

(1) 指於整個本年度／期間及整個上一年度／期間連續營運的專櫃數目。

我們的專櫃經過精心設計，提供個性化諮詢及專業試妝服務，為消費者創造沉浸式及個性化的購物體驗。報告期，我們在杭州核心商業區塊湖濱步行街開設了首家品牌形象旗艦店，旗艦店以南宋故都紅牆為靈感，外立面的立體桂花彫飾，恰似杭州市花綴於簷下，風過處暗香浮動。待夜幕降臨，霓虹亮起，雕飾又化作翩躚精靈，將江南詩意織入現代空間。旗艦店內陳列了我們涵蓋彩妝、護膚、香水的全系列產品，並通過沉浸式妝造體驗讓消費者感受東方美妝的獨特風韻，全新演繹源自東方的美學基因。以下圖片展示了我們旗艦店的設計：



管理層討論及分析

此外，我們於報告期內新入駐了北京SKP、重慶星光68百貨廣場等高端百貨商場，並持續升級我們在百貨商場的專櫃位置和設計，例如我們位於杭州武林銀泰F1的專櫃在開業二十週年之際，全新亮相商場一樓的核心區位，毗鄰國際一線大牌，作為東方品牌的唯一代表與眾多國際品牌同台競技，同時我們在武林銀泰增設美容坊，為我們的品牌客戶提供全面的肌膚診斷和護理服務。以下圖片展示了我們杭州武林銀泰專櫃和重慶星光68廣場專櫃的設計：



我們以兩種方式通過線上渠道進行產品銷售，即(i)透過直營網店銷售及(ii)銷售予線上經銷商，我們的線上直營網店涵蓋天貓、抖音、小紅書等電商平台，這些直營網店貢獻了主要的線上銷售收入來源。憑藉在線下渠道建立的堅實品牌形象、產品優勢以及基於內容分享的線上營銷策略，為我們贏取了大量的品牌美譽度和消費者好感度，於截至2025年6月30日止六個月，我們的線下和線上化妝品銷售收入分別為人民幣1,224.2百萬元和人民幣1,296.7百萬元，同比增長分別為26.6%和39.0%。

品牌建設及市場營銷

品牌美譽度是我們競爭力的核心。我們的品牌建設活動始終秉持東方美學和光影美學理念，傳遞大師級美學藝術造詣。我們採用內容驅動的市場營銷策略建立我們的品牌美譽度。我們與故宮的聯名的氣蘊東方系列已經推出到第六期，除了每年的新品發佈會，我們還會定期舉辦美造型妝藝術大秀，演繹東方美學新風尚。除此之外，我們還通過與運動員和體育賽事合作，將品牌與積極的生活方式相結合。以下是我們於報告期內組織的部分品牌及產品營銷活動：

氣蘊東方第六季

2025年5月，適逢故宮博物院建院100週年之際，故宮文創×毛戈平氣蘊東方第六季「聞道東方」新品香氛系列發佈會在北京故宮璀璨啟幕，在故宮博物院舉辦的《樂林泉—中外園林文化展》上，故宮文創空間以《郎世寧筆下的花鳥與東方意境》為主題，與毛戈平美妝共同構建造境於心的東方美學沉浸體驗，以香入境，以境傳心，於馥郁之下傾獻東方雅緻，邀請美學愛好者感受造境於心的東方美學之道，在香氣中感受內在心境和東方美學的深邃意境，復現精神的詩意想像。



活動期間，我們邀請東方美學造境的共創者明星羅予彤和明道與品牌社媒聯動，助力品牌破圈造勢，斬獲千萬級曝光；聯合時尚博主、香水垂類博主等網絡達人種草，高效實現人群破圈；多渠道媒體聯合宣發，多城多維觸達人羣；利用電商平台個性化站外廣告投放與優化站內曝光，通過多維營銷舉措實現品銷雙贏。

管理層討論及分析

美妝藝術大秀

2025年6月，我們在2025天津時裝周舉辦了氣蘊東方·毛戈平造型藝術秀，「氣蘊東方·毛戈平造型藝術秀」系列，由我們的創始人毛戈平先生帶領藝術委員會專家及毛戈平美妝教育造型團隊精心創作。本屆天津時裝周閉幕大秀，毛戈平先生再次領銜，由藝委會與來自北京校區的化妝造型師通過彩妝藝術的塑造，將古典意象與當代化妝造型藝術相融，以匠心求至臻，以花為靈感，描繪潮流中的東方新時尚，激發人們對中國傳統文化的重新欣賞與熱愛。



毛戈平底妝節

2025年4月，我們在海南三亞舉辦了底妝節活動，創新性融合專業課程與場景實測，藉助創始人與專業講師影響力撬動頭部達人資源，以三亞獨特氣候為天然實驗室，邀請KOL等嘉賓以沉浸式場景體驗夏日專業底妝，進一步鞏固品牌在底妝專業領域的聲譽。

本次線下活動核心環節呈現兩大創新形式：

閉門大師課：特邀品牌創始人毛先生領銜開課，攜毛戈平藝術研究院專家團隊深度剖析粉膏、氣墊、粉底液三大王牌品類，通過理論與實踐結合的方式，夯實產品專業背書。

戶外底妝挑戰賽：在三亞高溫實景下，30餘位頭部達人現場實測產品性能，直觀驗證三大品類在極端環境下的抗汗持妝力與妝效穩定性。多位達人依託三亞實景現場開播：將閉門課技術解析轉化為直播話術，借戶外挑戰實況強化消費者信任，取得優異銷售表現，強效驗證「專業內容+場景營銷」的品效協同模式。



會員體系

我們建立了線上及線下會員忠誠度計劃，迎合客戶的不同偏好和互動方式。各體系均為我們的會員提供專屬的優惠及特權，提升購物和品牌體驗。

管理層討論及分析

我們在抖音和天貓的自營網店的線上會員體系包含不同的VIP等級。會員可在不同平台共享積分及等級，從而實現無縫對接的購物體驗。該等積分可以通過購買等多種互動方式獲得並使用，從而提升客戶參與度並促進品牌忠誠度。線上會員體系不僅獎勵購買行為，還通過產品試用、特別促銷及生日禮物等專屬會員福利來增加互動。我們嚴格保護會員數據的私隱，遵循全面的私隱政策。

此外，我們的線下會員體系支持線下專櫃或通過綁定微信公眾號進行註冊，以滿足偏好親身互動的客戶需求。該體系根據會員的VIP等級提供生日禮物及個性化化妝服務等福利。線下會員權益和等級將根據12個月內的累計消費動態調整，我們將在店內和平台提供詳細規則，以確保透明度。

我們的消費者可以加入我們的線上及線下會員忠誠度計劃，以享受會員權益。截至2025年6月30日，我們的線上及線下會員忠誠度計劃的註冊會員總數分別約為13.4百萬人及5.6百萬人。兩個體系的目標一致，都是為客戶提供個性化的體驗和獎勵，但他們的區別在於互動方式的不同以及獎勵和福利的具體性質。通過同時維護線上及線下體系，我們可以有效地滿足我們多樣化客戶群體的不同偏好，確保無論線上購物亦或在實體店購物都能獲得便利並達到滿意。通過我們的品牌建設及針對性的營銷舉措，我們旨在提升我們的品牌形象，提升消費者忠誠度，及推動可持續增長。我們以內容為導向的品牌推廣方法，結合我們的營銷策略，取得了積極的成果，我們的總體復購率從截至2024年6月30日止六個月的24.8%進一步上升到截至2025年6月30日止六個月的26.8%，提升2個百分點。根據抖音平台發佈的榜單顯示，我們的主品牌MAOGEPING奪得抖音3·8好物節美容彩妝類目復購率第一名。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的註冊會員復購率：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
線上渠道	24.1%	21.5%
線下渠道	30.3%	28.7%
總計	26.8%	24.8%

附註：我們計算註冊會員的復購率的方法是，將在每個年度購買我們產品兩次或兩次以上的註冊會員數量除以在同一期間至少購買一次的註冊會員數量。截至6月30日止六個月的複購率普遍低於全年。這主要是由於(i)我們產品的使用期限，延長了複購週期；及(ii)季節性因素，通常在第四季度的購物節及公共假期期間出現銷售高峰。於2024完整年度，我們的線上及線下復購率分別為27.5%、34.9%。

業績成果

作為中國國貨高端美妝品牌的領導者，我們在本報告期內繼續保持快速增長。我們的總收入從截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,971.5百萬元增至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,588.2百萬元，增長了31.3%。此外，我們的淨利潤從截至2024年6月30日止六個月的人民幣492.5百萬元增至截至2025年6月30日止六個月的人民幣670.4百萬元，增長了36.1%。憑藉良好的銷售表現，我們不斷鞏固我們在高端美妝行業的市場領導地位和品牌資產。

未來展望

我們相信，以下策略將為我們未來持續成功鋪平道路。

加強銷售網絡覆蓋，提升用戶觸達覆蓋率

我們致力於擴大線下銷售渠道覆蓋面，在已有業務的城市開設品牌商店，並向周邊城市滲透，從而鞏固我們的線下業務及擴大我們的線下零售覆蓋面。我們的目標是通過在國內高端百貨商店設立專櫃及以我們的旗艦品牌MAOGEPING開設門店，提升我們品牌的知名度和影響力。百貨商店的專櫃在更大的零售環境中提供集中的品牌專賣空間，可在高流量的環境中提供個性化的客戶服務及進行展示。此外，MAOGEPING品牌的門店提供全面的品牌體驗，展示更廣泛的產品和品牌美學，讓人們更深入地了解品牌的特性和價值。此外，我們計劃對百貨商店專櫃實施全面升級改造，旨在提升專櫃的整體藝術視覺效果，提升顧客感官體驗，進一步塑造品牌的高端形象。

我們的線上擴張方式重點在於建設自有官方網店及拓寬我們在第三方電商平台的線上覆蓋面。這一戰略旨在優化我們的線上業務，擴大產品對消費者的覆蓋範圍及受眾人群。這一戰略的關鍵是加強我們的線上營銷活動。我們計劃通過加強促銷活動、與KOL開展戰略合作以及進軍新興網絡平台等方式，擴大我們的網絡影響力。該等有針對性的舉措旨在利用多樣化的廣告技術，開闢新的線上增長渠道。同時，我們計劃升級會員系統，增強用戶黏性和品牌忠誠度，從而提高復購率。通過上述方式，我們旨在實現線上與線下渠道之間的無縫整合，及最大限度地發揮協同作用。

持續堅持彩妝、護膚、香氛及開拓新產品類別

我們的產品開發戰略以彩妝、護膚和香氛為核心，推出與眾不同的產品。這一戰略的特點是，我們致力於從產品開發、市場趨勢和專業化妝水平的角度持續優化產品，同時致力於新產品開發計劃，包括多品類、多功能、多場景和多人群來拓寬我們的產品組合。

管理層討論及分析

在彩妝領域，我們計劃開發針對不同膚色及膚質的專業產品，以保持並擴大我們在彩妝行業的市場份額和突出地位。在護膚品方面，我們的目標是不斷豐富我們的護膚品類別。這包括採用有效成分和技術，推出更多受歡迎的護膚品。在香氛領域，我們堅持從東方傳統文化和美學理念進行產品構思，甄選全球的上等原料和現代調香工藝，使消費者在多元的香水體驗中感受內在心境，復現精神的詩意想像。

以MAOGEPING為核心進行品牌組合戰略升級和擴張

我們的品牌發展戰略以完善現有品牌為中心，同時戰略性地擴展新的高端品牌。本戰略將為我們成為以MAOGEPING品牌為核心的多元化多品牌企業集團奠定基礎。通過這些舉措，我們的目標是提高MAOGEPING品牌的聲譽，豐富我們的品牌組合，滿足更廣泛的消費群體，抓住多樣化的市場機遇。

我們還計劃探索並尋求投資和收購那些有望實現增長並能帶來協同效應品牌的機會，以豐富我們現有的產品矩陣。我們的主要目標是已具備一定的市場地位及市場份額、擁有自有技術、產品配方及研發專利，並在美妝行業中處於中高端市場的品牌。截至本報告日期，我們尚未確定任何潛在投資或收購目標，亦未就此簽訂任何協議。

提升品牌全球知名度，擴張海外市場

我們計劃在全球範圍內提升我們作為卓越化妝品集團的市場地位，實施海外擴張戰略提高品牌的名聲及影響力。這一努力旨在使我們在全球美妝行業中佔據突出位置。

我們準備戰略性地進軍海外市場，在海外市場建設百貨商店專櫃及網店的雙渠道方式。這一擴張戰略旨在擴大我們的品牌在全球消費者中的曝光度。與全球高端百貨商場建立合作夥伴關係是我們的一項重要舉措，此舉將有助於鞏固我們的品牌形象，使我們的品牌深入海外消費者的心中。此外，為在歐美和亞太地區等海外市場與國際品牌有效競爭，我們正在加強我們的競爭戰略，重點關注不同的產品和品牌戰略，以迎合地區美妝趨勢和消費者偏好。我們還致力於建立當地團隊，專門負責海外市場的產品開發、營銷及銷售。這種本地化戰略可確保我們的產品迎合當地消費者的獨特特點和需求，從而提高產品的相關性和吸引力。

此外，我們將探索戰略投資及收購機會，例如那些業務重點放在與我們的高端市場定位相一致的美妝品牌上，其產品可與我們的產品形成互補，以及那些在我們的供應鏈上具有生產能力的品牌，以開發符合各地區特定氣候條件及消費者特徵的產品。

基於我們的現有安排，我們計劃與擁有互補資源的行業夥伴合作。相關合作著眼於激勵合作夥伴利用我們的品牌資產，發展及經營增量銷售渠道，並增強我們在營銷、供應鏈及人才獲取方面的國際競爭力。這些舉措旨在提升我們的品牌形象並將我們的業務範圍擴展至尚未進入的市場。

我們計劃通過線上及線下渠道建立業務，包括自營官方網店，將作為我們品牌體驗的基石。我們的營銷及品牌推廣工作將圍繞東方美學展開，並擇機在海外設立化妝藝術培訓機構，通過東方藝術的視角與客戶互動，講述我們的品牌故事。此外，我們旨在利用包括跨國美妝零售商和高端百貨商店在內的第三方銷售渠道，觸達當地消費者。我們通過將美承東方的產品的魅力與對當地市場的洞察力相結合，旨在於該等海外市場建立業務。

踏上海外擴張的征程，我們有信心極大地增強我們的競爭優勢，以期成為全球高端美妝行業領導者。

堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓

產品開發及化妝藝術培訓課程是我們不斷取得成功的基礎。因此，截至本報告日期，我們正在建設杭州研發中心，以加強我們的產品設計和開發能力，預期於2026年底完工及開始營運。

為提升內部研發能力，我們制定了全方位的戰略。該戰略涉及通過識別我們能夠提升自身直接參與力度的關鍵領域（包括配方設計、生產工藝優化及產品檢測）提升我們在關鍵研發環節的參與度。我們還優先發展高潛力產品線，將研發工作重心放在護膚品等具有最高潛在投資回報的產品上，這符合行業趨勢和我們的既有優勢。此外，隨著我們的內部生產能力的提升，我們計劃將研發工作融合進生產流程，形成協同效應，提升創新和運營效率。

未來，我們將設立總部研發基地，同時在海外建立研發中心，以開發專有產品配方，促進與國外科研機構的合作，提高產品功效。我們認識到海外市場的巨大潛力，並重視來自國外的先進技術及產品配方。於海外設立研發中心，將促進與當地實驗室的合作，緊跟最新產品配方及技術，開發針對當地市場的產品，從而推動產品銷售。該等海外研發中心亦將吸引及聘用當地專業人才，為我們的產品研發提供國際視野與研發方向。這一戰略方針旨在不斷增強我們產品的競爭優勢，鞏固我們立足專業匠心的高端美妝品牌定位。

管理層討論及分析

本著對專業化妝藝術培訓的執著追求，我們計劃升級及擴建現有的培訓設施。這包括擴建現有的機構以及建立更多的機構，以擴大我們化妝藝術培訓計劃的覆蓋範圍。我們的目標是滿足更多客戶對專業的化妝培訓日益增長的需求。我們同樣注重升級我們的線上培訓平台，積極推出課程，傳遞美學理念，提升MAOGEPING品牌的知名度。我們將加強培訓人員建設，確保高標準的培訓質量與持續提升。

財務回顧

收入

下表載列我們於所示期間按業務線及產品類別劃分的收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
—彩妝	1,422,304	55.0	1,085,050	55.1
—護膚	1,087,188	42.0	814,972	41.3
—香氛	11,413	0.4		
小計	2,520,905	97.4	1,900,022	96.4
化妝藝術培訓及相關銷售	67,312	2.6	71,504	3.6
總計	2,588,217	100.0	1,971,526	100.0

變動分析：

我們的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,971.5百萬元增加31.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,588.2百萬元，主要由於產品銷售由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,900.0百萬元增加32.7%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,520.9百萬元。我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣71.5百萬元下降5.9%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣67.3百萬元，主要由於在現有的培訓場地條件下，為提高培訓服務水平和學員滿意度，我們嚴控招生人數和滿班率，且自2025年起不再收取學員考前培訓費。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
線下渠道				
線下直銷	1,093,962	43.4	875,282	46.1
向線下經銷商銷售	51,628	2.1	40,440	2.1
向一家高端跨國美妝零售商銷售	78,581	3.1	51,093	2.7
小計	1,224,171	48.6	966,815	50.9
線上渠道				
線上直銷	1,023,532	40.6	736,567	38.8
向線上經銷商銷售	273,202	10.8	196,640	10.3
小計	1,296,734	51.4	933,207	49.1
總計	2,520,905	100.0	1,900,022	100.0

變動分析：

我們通過我們的線下渠道銷售產品的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣966.8百萬元增長26.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,224.2百萬元，主要由於線下直銷由截至2024年6月30日止六個月的人民幣875.3百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,094.0百萬元。於2025年這主要是由於我們加大了銷售及營銷力度，每個專櫃的平均銷售額增加，且向一家高端跨國美妝零售商銷售收入恢復增長。

我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣933.2百萬元增加39.0%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,296.7百萬元，主要由於線上直銷由截至2024年6月30日止六個月的人民幣736.6百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,023.5百萬元，及向線上經銷商的銷售由截至2024年6月30日止六個月的人民幣196.6百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣273.2百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。

管理層討論及分析

下表載列我們於所示期間境內及境外產品銷售收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
— 境內	2,519,753	99.95	1,899,831	99.99
— 境外	1,152	0.05	191	0.01
總計	2,520,905	100.0	1,900,022	100.0

變動分析：

我們的境外產品銷售收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣0.2百萬元增加503.1%至截至2025年6月30日止六個月人民幣1.2百萬元，主要由於我們於2024年6月剛新增境外分銷商。

銷售成本

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
已售存貨成本	338,649	82.7	243,178	81.6
僱員福利開支	14,021	3.4	11,259	3.8
物流及運輸費用	45,702	11.2	35,048	11.8
折舊及攤銷	4,114	1.0	4,661	1.6
其他	6,812	1.7	3,827	1.2
總計	409,298	100.0	297,973	100.0

變動分析：

我們的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣298.0百萬元增加37.4%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣409.3百萬元，主要由於隨著我們的收入增長，已售存貨成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣243.2百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣338.6百萬元。

毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
產品銷售				
—彩妝	1,175,956	82.7	906,716	83.6
—護膚	951,743	87.5	715,080	87.7
—香氛	8,854	77.6	—	—
小計	2,136,553	84.8	1,621,796	85.4
化妝藝術培訓及相關銷售	42,366	62.9	51,757	72.4
總計	2,178,919	84.2	1,673,553	84.9

變動分析：

化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的72.4%下降9.5個百分點至截至2025年6月30日止六個月的62.9%，主要由於為了更好服務學員，學校師資團隊擴大，從而人員成本增加。

我們的毛利率保持相對穩定，截至2024年及2025年6月30日止六個月分別為84.9%及84.2%。

管理層討論及分析

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
線下渠道				
線下直銷	955,420	87.3	769,786	87.9
向線下經銷商銷售	39,661	76.8	30,296	74.9
向一家高端跨國美妝零售商銷售	53,619	68.2	34,266	67.1
小計	1,048,700	85.7	834,348	86.3
線上渠道				
線上直銷	860,754	84.1	622,406	84.5
向線上經銷商銷售	227,099	83.1	165,042	83.9
小計	1,087,853	83.9	787,448	84.4
總計	2,136,553	84.8	1,621,796	85.4

變動分析：

我們的產品銷售毛利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,621.8百萬元增加31.7%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,136.6百萬元，與銷售收入增長一致。我們的產品銷售毛利率保持相對穩定，截至2024年及2025年6月30日止六個月分別為85.4%及84.8%。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益於截至2024年6月30日止六個月、截至2025年6月30日止六個月分別為人民幣56.1百萬元、人民幣48.5百萬元，減少主要是由於政府補助金額減少。

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支截至2025年6月30日止六個月為人民幣1,169.3百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣937.2百萬元增加24.8%，截至2025年6月30日止六個月的銷售及分銷開支佔本集團收入的45.2%，比截至2024年6月30日止六個月的佔比47.5%降低2.3個百分點。其中營銷及推廣開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣435.6百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣539.8百萬元，主要是由於為提高品牌曝光度，加大品牌宣傳力度及渠道建設投入所致；銷售費用中的僱員福利開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣280.0百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣357.2百萬元，主要是由於為支持本集團的業務擴張，於2025年增加銷售員工數量所致。

行政開支

我們的行政開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣133.3百萬元增長2.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣136.4百萬元，主要由於僱員福利開支增加；及銷售稅及附加費隨我們的收入增長而增加。

金融資產(減值虧損)/減值虧損撥回淨額

我們於截至2024年6月30日止六個月金融資產減值虧損撥回淨額人民幣0.8百萬元，而於截至2025年6月30日止六個月產生金融資產減值虧損淨額為人民幣1.1百萬元，主要由於我們銷售收入的增長導致貿易應收款增加，考慮壞賬風險而相應增加計提。

其他開支

我們的其他開支於截至2024年6月30日止六個月及截至2025年6月30日止六個月分別為人民幣0.3百萬元、人民幣25.6百萬元，主要由於匯兌虧損增加。

財務成本

我們的財務成本於截至2024年6月30日止六個月、截至2025年6月30日止六個月分別為人民幣2.6百萬元、人民幣1.0百萬元，主要由於本期已歸還銀行承兌匯票。

所得稅開支

隨著除稅前利潤增加，我們的所得稅開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣165.1百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣228.2百萬元。

期內利潤

鑒於上述原因，我們於截至2024年6月30日止六個月及截至2025年6月30日止六個月的期內利潤分別為人民幣492.5百萬元及人民幣670.4百萬元。

管理層討論及分析

非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則會計準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用非香港財務報告準則會計準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤作為額外的財務指標。我們認為，該非香港財務報告準則指標可通過消除若干項目的潛在影響而有利於比較不同期間及不同公司的經營業績。我們認為，該指標為投資者及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，該非香港財務報告準則財務指標未必可與其他公司所呈列的類似指標直接比較。不應將此非香港財務報告準則指標視作我們根據香港財務報告準則會計準則所呈報經營業績或財務狀況分析的替代。

經調整期內利潤

我們將經調整期內利潤(非香港財務報告準則指標)界定為通過加回上市開支(稅後淨額)及以權益結算的股份獎勵開支而作出調整的期內利潤。下表為我們經調整期內利潤(非香港財務報告準則指標)與根據香港財務報告準則會計準則呈列的期內利潤的對賬：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
期內利潤	670,419	492,546
加：		
上市開支(稅後淨額) ⁽¹⁾	0	11,669
以權益結算的股份獎勵開支 ⁽²⁾	1,827	5,008
經調整期內利潤(非香港財務報告準則指標)	672,246	509,223

附註：

- (1) 上市開支指就全球發售產生的專業費用。
- (2) 以權益結算的股份獎勵開支主要為我們作為權益工具的對價接受僱員服務的安排。以權益結算的股份獎勵開支預計不會產生未來現金付款。

流動資金及資金來源

我們主要通過業務營運所得現金及全球發售所得款項淨額滿足資金需求。於截至2025年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額約為人民幣830.6百萬元，而截至2024年6月30日止六個月經營活動所得現金淨額為人民幣619.1百萬元。截至2025年6月30日，本集團有現金及現金等價物約人民幣3,135.5百萬元，於2024年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣2,796.5百萬元。於2024年12月31日及2025年6月30日，本集團的資產負債率(界定為負債總額除以資產總額)分別為21.7%及17.6%。於2024年12月31日及2025年6月30日，本集團的流動比率(界定為流動資產除以流動負債)分別為3.6倍及4.6倍。於2024年12月31日及2025年6月30日，本集團的淨資產負債率(界定為負債總額除以權益總額)分別為27.7%及21.3%。憑藉所持有的現金及銀行存款，本集團的流動資金狀況維持穩健，足以滿足其營運資金需求。

現金流量

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
營運所得現金	1,047,119	768,940
已付所得稅	(216,532)	(149,870)
經營活動所得現金流量淨額	830,587	619,070
投資活動所用現金流量淨額	(81,966)	(249,288)
融資活動所用現金流量淨額	(380,642)	(954,776)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	367,979	(584,994)
期初現金及現金等價物	2,791,719	1,137,894
匯率變動影響淨額	(24,156)	0
期末現金及現金等價物	3,135,542	552,900

變動分析：

本集團的經營活動所得現金流量淨額由截至2024年6月30日止六個月現金流入人民幣619.1百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月現金流入人民幣830.6百萬元，主要由於銷售增長產生的現金流入金額增加。本集團的投資活動所得現金流量淨額由截至2024年6月30日止六個月現金流出人民幣249.3百萬元降低至截至2025年6月30日止六個月現金流出人民幣82.0百萬元，主要由於2024年2月購買租賃土地用於建設總部大樓產生現金流出177.8百萬元。本集團的融資活動所得現金流量淨額截至2024年6月30日止六個月現金流出人民幣954.8百萬元，主要由於派發分紅產生現金流出人民幣1,025.0百萬元，截至2025年6月30日止六個月現金流出人民幣380.6百萬元，主要由於派發分紅產生現金流出人民幣352.9百萬元，借款到期償還產生現金流出人民幣320.0百萬元，上市募集資金產生現金流入人民幣311.1百萬元。

管理層討論及分析

綜上，本集團截至2024年6月30日止六個月現金及現金等價物淨減少額為人民幣585.0百萬元，截至2025年6月30日止六個月現金及現金等價物增加淨額為人民幣368.0百萬元。

利率風險及匯率風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。本集團在中國香港以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及港元。本集團有部分現金及銀行存款以港元和美元計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。於截至2025年6月30日止六個月，本集團並無就外幣交易、資產及負債制定外幣對沖政策。本集團定期檢討其所承受的外匯風險，並於有需要時使用衍生金融工具對沖有關風險。

資本開支及承擔

於截至2024年6月30日止六個月、截至2025年6月30日止六個月，我們的資本開支主要包括租賃土地預付款項以及購買物業、廠房及設備項目的開支。下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
租賃土地預付款項	0	177,805
購買物業、廠房及設備項目	108,805	55,590
添置其他無形資產	121	435
物業、廠房及設備預付款項	5,287	—
總計	114,213	233,830

於截至2024年6月30日止六個月、截至2025年6月30日止六個月，我們的合約承諾主要與在建工程及租賃土地有關。本集團截至所示日期的合約承諾如下：

	截至6月30日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
租賃土地	0	296,345
在建工程	222,988	112,647
總計	222,988	408,992

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購及出售

截至2025年6月30日止六個月，我們並無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。截至2025年6月30日，我們未持有任何價值達到本集團總資產5%或以上的重大投資（包括對被投資公司的任何投資）。

本集團的資產抵押

截至2025年6月30日，我們並無抵押任何資產。

有關重大投資或購入資本資產的未來計劃

截至本報告日期，我們並無重大投資且無購入資本資產的計劃。

或然負債

截至2025年6月30日，我們並無任何重大或然負債。

報告期後事項

除披露者外，於本報告日期，本集團概無報告期後發生的重大事項。

企業管治及其他事項

董事會致力維持高度的企業管治標準。董事會相信，高度的企業管治標準對於為本集團提供框架保障本公司股東利益、提升企業價值、制訂其業務策略與政策及提升其透明度及問責性起關鍵作用。

遵守有關董事證券交易的守則

本公司已採納《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)。經本公司作出特定查詢後，所有董事確認彼等於報告期已遵守標準守則規定的有關董事證券交易的要求。

本公司的僱員(極有可能掌握本公司內幕消息)亦須遵守標準守則。所有該等僱員確認彼等於報告期已就有關股份交易遵守標準守則的規定。

遵守企業管治守則

本公司深知良好的企業管治對提升本公司的管理水平及保障股東整體利益至為重要。於報告期內，本公司已採納企業管治守則所載守則條文作為其本身的守則，以規管其企業管治常規，並一直遵守企業管治守則所載所有適用守則條文。本公司認同董事會應由執行董事及獨立非執行董事的均衡組合組成，使董事會可具備有力的獨立元素，有效作出獨立判斷。

董事及高級管理人員任職及資料變更情況

獨立非執行董事顧炯先生於2025年4月辭任濠暎科技國際控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：2440，現稱為謎策略)的獨立非執行董事，於2025年5月辭任Vesync Co., Ltd.(其股份曾於聯交所上市，股份代號：2148，已於2025年5月7日退市)的獨立非執行董事。自2025年3月起，顧先生擔任邵氏兄弟控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：953)的執行董事。除此之外，報告期內及截至本報告日期概無其他董事及高級管理人員任職及資料發生變更。

員工情況及薪酬政策

本集團致力於促進性別多元化，於2025年6月30日，本集團共有4,332名僱員，其中男性僱員596名，女性僱員3,736名。本集團結合人力資源戰略，基於不同崗位序列的薪酬計劃，為全體僱員提供有競爭力的薪資和基於業績貢獻的激勵。本集團亦會依法為全體僱員繳納社保和公積金，並向僱員提供全面福利計劃，包括退休計劃、補充醫療險、意外險、年度體檢和各類補貼。

員工培訓

本集團根據不同部門僱員需求提供特定培訓。員工培訓包括新員工入職培訓、業務技能培訓、職場素質培訓、合規培訓培訓等。新員工入職後，將會根據其工作崗位安排對應的培訓計劃，同時配置導師進行指導。對於在職員工，根據各自工作崗位要求及能力情況，參加本集團組織的培訓及分享活動，也可根據個人職業規劃進行線上和線下的自主學習。

激勵計劃

本公司已採納員工激勵計劃（「**員工激勵計劃**」），為本公司的長遠發展而使股東、本公司及僱員利益相一致。員工激勵計劃於2024年4月1日以股東決議的方式採納。由於員工激勵計劃並不涉及本公司授出任何購股權或獎勵或本公司在上市後發行任何新股份，因此員工激勵計劃無需遵守上市規則第十七章的規定。

於截至2025年6月30日止六個月，本公司並未依據員工激勵計劃授出任何獎勵。

股息

本公司2024年度股東大會已於2025年5月13日批准派發截至2024年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣0.72元（含稅，共計股息人民幣約352.93百萬元），此等股息已於2025年6月20日派發予於2025年5月21日（星期三）名列本公司股東名冊的股東。

董事會決議不宣派截至2025年6月30日止六個月的半年度股息。

企業管治及其他事項

已發行股本

截至2025年6月30日，本公司股本總額為人民幣245,093,450元，分為228,344,600股每股面值人民幣0.50元的非上市股份，及261,842,300股每股面值為人民幣0.5元的H股股份。本公司股本於報告期內的變動詳情載於中期簡明綜合財務資料附註14。

審計委員會及審閱中期報告

本公司已根據上市規則設立審計委員會，並制定了書面職權範圍。本公司審計委員會成員包括顧炯先生(委員會主席)、黃輝先生及李海龍先生。本公司審計委員會已審閱並確認本集團2025年中期報告及按照香港財務報告準則會計準則的規定編制的截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期財務報表。

審計委員會已審閱並同意本集團採納的會計原則和慣例，並已與管理層討論有關內部監控及財務報告的事宜，包括審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審計綜合財務報表。審計委員會認為，截至2025年6月30日止六個月的財務業績符合相關會計準則、規則及法規，並已作出適當披露。

此外，本公司的獨立審計師安永會計師事務所已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」對本集團截至2025年6月30日止六個月的中期財務資料進行了獨立審閱。

全球發售所得款項用途

於2024年12月10日，本公司H股於聯交所主板上市。全球發售所得款項淨額(包括日期為2025年1月6日的本公司公告所披露的悉數行使超額配股權)約為2,523.76百萬港元。請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節，以了解全球發售所得款項擬定用途的詳情。全球發售所得款項淨額將根據招股章程所載用途使用。招股章程中先前披露的所得款項淨額計劃用途並無變化。下表呈列直至2025年6月30日的所得款項用途及實際使用情況：

所得款項用途	佔總額概約 百分比	上市後分配的 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2024年 12月31日 未動用金額 (百萬港元)	於報告期內 已動用金額 (百萬港元)	於2025年 6月30日 未動用金額 (百萬港元)	悉數動用預期 時間表
擴大本集團的銷售網絡	25.0%	630.94	630.94	199.07	431.87	於2026年 12月31日之前
品牌建設活動	20.0%	504.75	504.75	165.8	338.95	於2026年 12月31日之前
海外擴張及收購	15.0%	378.56	378.56	1.09	377.47	於2028年 12月31日之前
加強本公司的生產及供應鏈能力	10.0%	252.38	252.38	0	252.38	於2028年 12月31日之前
增強本公司的產品設計及開發能力	9.0%	227.14	227.14	13.32	213.82	於2028年 12月31日之前
化妝藝術培訓機構	6.0%	151.43	151.43	3.82	147.61	於2029年 12月31日之前
運營及信息基礎設施數字化	5.0%	126.19	126.19	4.89	121.3	於2028年 12月31日之前
營運資金及一般公司用途	10.0%	252.38	252.38	0	252.38	於2028年 12月31日之前
合計	100%	2,523.76	2,523.76	387.99	2,135.77	

註： 僅用於說明目的，於2025年6月30日之未動用金額包括行使超額配股權的所得款項。

於本報告期內，本集團已動用所得款項淨額的一部分，並將根據招股章程所述擬定用途逐步動用餘下所得款項淨額。預期時間表乃基於本公司當前對未來市場狀況及業務運營的最佳估計，並可能根據未來市場狀況及實際業務需求的發展而發生變化。

企業管治及其他事項

董事及主要行政人員於本公司及其相聯法團之股份、相關股份及債權證中擁有之權益及淡倉

截至2025年6月30日，就本公司所獲得的資料及據董事所知，本公司董事及最高行政人員在本公司或其相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部須通知本公司及聯交所的權益及淡倉（包括根據《證券及期貨條例》的該等條文被當作或視為擁有的權益或淡倉），或根據《證券及期貨條例》第352條規定須在存置之權益登記冊中記錄，或根據《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》」）的規定需要通知本公司和香港聯交所之權益或淡倉的情況如下：

姓名	權益性質	股份類別	好倉／ 淡倉	所持股份數目	佔本公司 有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	113,680,000		
	配偶權益	非上市股份	好倉	29,556,800		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	2,200,000		
	配偶權益	H股	好倉	22,778,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800		
	配偶權益	非上市股份	好倉	113,680,000		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400		
	配偶權益	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	9,160,000		
				85,818,400	32.77%	17.51%
毛霓萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800	12.94%	6.03%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400	6.04%	3.23%

姓名	權益性質	股份類別	好倉／ 淡倉	所持股份數目	佔本公司	佔本公司
					有關股本類別 股權之概約 百分比	股權總數之 股權總數之 概約百分比
毛慧萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	25,009,600	10.95%	5.10%
	實益擁有人	H股	好倉	13,384,800	5.11%	2.73%
汪立華先生	實益擁有人	非上市股份	好倉	15,915,200	6.97%	3.25%
	實益擁有人	H股	好倉	8,517,600	3.25%	1.74%
宋虹佳女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	10,231,200	4.48%	2.09%
	實益擁有人	H股	好倉	10,711,200	4.09%	2.19%

附註：

- (1) 於2025年6月30日，本公司股份總數為490,186,900股，其中包括非上市股份228,344,600股及H股261,842,300股。
- (2) 於2025年6月30日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：
- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)毛戈平先生直接持有的113,680,000股非上市股份；及(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有的29,556,800股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的60,840,000股H股；(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有或控制的15,818,400股H股；(iii)帝景投資持有的2,200,000股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的6,960,000股H股。
- 於2025年6月30日，帝景投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛戈平先生被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。
- (3) 於2025年6月30日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：
- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)汪立群女士直接持有的29,556,800股非上市股份；及(ii)毛先生(汪立群女士的配偶)直接持有的113,680,000股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的15,818,400股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的60,840,000股H股；(iii)帝景投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年6月30日，帝景投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪立群女士被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，嘉馳投資由汪立群女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪立群女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪立群女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪立群女士被視為於嘉馳投資持有的本公司股份中擁有權益。

企業管治及其他事項

於相聯法團的權益

姓名	相聯法團名稱	權益性質	好倉／ 淡倉	所持股份 數目	概約權益 百分比
毛戈平先生	北京市毛戈平職業技能培訓朝陽學校 有限責任公司 ⁽¹⁾	實益擁有人	好倉	0	1%
汪立群女士 ⁽²⁾	北京市毛戈平職業技能培訓朝陽學校 有限責任公司 ⁽¹⁾	配偶權益	好倉	0	1%

附註：

- (1) 北京市毛戈平職業技能培訓朝陽學校有限責任公司是一家在中國成立的有限責任公司，並沒有發行任何股份。為本公司附屬公司，並由本公司持有99.00%權益，其餘下1%權益由毛戈平先生持有。
- (2) 汪立群女士為毛戈平先生之配偶。根據證券及期貨條例，汪立群女士被視為於毛戈平先生擁有權益的任何股份中擁有權益。

除上文所披露者外，於2025年6月30日，概無本公司董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有或被視為擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第7及第8分部須要通知本公司及聯交所的權益及淡倉（包括根據《證券及期貨條例》有關條文彼等被當作或視為擁有的權益及淡倉），或已載入本公司根據《證券及期貨條例》第352條所存置的登記冊內的權益及淡倉，或根據《標準守則》的規定須要通知本公司及聯交所之權益或淡倉。

主要股東於本公司股份及相關股份的權益及淡倉

據董事或本公司最高行政人員所知，於2025年6月30日，以下人士於本公司股份及相關股份中擁有或被視作擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向本公司及交易所披露，或根據《證券及期貨條例》第336條規定須備存的登記冊所記錄的權益和淡倉如下：

姓名	權益性質	股份類別	好倉／淡倉	所持 股份數目	佔本公司 有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	113,680,000		
	配偶權益	非上市股份	好倉	29,556,800		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	2,200,000		
	配偶權益	H股	好倉	22,778,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800		
	配偶權益	非上市股份	好倉	113,680,000		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400		
	配偶權益	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	9,160,000		
				85,818,400	32.77%	17.51%
毛霓萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800	12.94%	6.03%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400	6.04%	3.23%
毛慧萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	25,009,600	10.95%	5.10%
	實益擁有人	H股	好倉	13,384,800	5.11%	2.73%
杭州帝景投資管理合夥企業 (有限合夥) ⁽⁴⁾	與另一人共同持有權益	非上市股份	好倉	143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	2,200,000		
	與另一人共同持有權益	H股	好倉	83,618,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%

企業管治及其他事項

姓名	權益性質	股份類別	好倉／淡倉	所持 股份數目	佔本公司 有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
杭州嘉馳投資管理合夥企業 (有限合夥) ⁽⁴⁾	與另一人共同持有權益	非上市股份	好倉	143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	6,960,000		
	與另一人共同持有權益	H股	好倉	78,858,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%

附註：

(1) 於2025年6月30日，本公司股份總數為490,186,900股，其中包括非上市股份228,344,600股及H股261,842,300股。

(2) 於2025年6月30日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：

- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)毛戈平先生直接持有的113,680,000股非上市股份；及(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有的29,556,800股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的60,840,000股H股；(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有或控制的15,818,400股H股；(iii)帝景投資持有的2,200,000股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年6月30日，帝景投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛戈平先生被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。

(3) 於2025年6月30日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：

- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)汪立群女士直接持有的29,556,800股非上市股份；及(ii)毛先生(汪立群女士的配偶)直接持有的113,680,000股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的15,818,400股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的60,840,000股H股；(iii)帝景投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年6月30日，帝景投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪立群女士被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，嘉馳投資由汪立群女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪立群女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪立群女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪立群女士被視為於嘉馳投資持有的本公司股份中擁有權益。

- (4) 毛戈平先生、汪立群女士、杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥)及杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥)為毛戈平化妝品股份有限公司的一組控股股東。根據證券及期貨條例，各控股股東將被視為於其他控股股東實益擁有的股份中擁有權益。

除上文披露者外，於2025年6月30日，本公司並不知悉任何其他人士於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部之規定須予披露之權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第336條記錄於本公司所存置登記冊之權益或淡倉。

發行債權證

截至2025年6月30日止六個月，本集團並無發行任何債權證。

董事購買股份或債權證的權利

除本中報「董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債券的權益或淡倉」一節所披露者外，本公司、其任何附屬公司或其同系附屬公司於報告期或於報告期末任何時間概無參與訂立任何安排，使得董事或本公司最高行政人員或彼等各自的緊密聯繫人(定義見上市規則)擁有任何權利認購本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例)之證券或藉購入本公司或任何其他法人團體之股份或債權證而獲取利益。

足夠公眾持股量

根據本公司獲得的公開資料及據董事所知，本公司於報告期內一直維持上市規則所規定的公眾持股量。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。截至報告期末，本公司並無持有庫存股份。



企業管治及其他事項

重大法律訴訟

於報告期內，本集團概無涉及任何重大訴訟。

根據上市規則的持續披露責任

除本中期報告所披露者外，本公司並無任何其他須根據上市規則第13.20、13.21及13.22條的任何其他披露責任。

報告期末後重大事項

除披露者外，於本報告日期，本集團概無報告期後發生的重大事項。

獨立審閱報告



Ernst & Young
27/F, One Taikoo Place
979 King's Road
Quarry Bay, Hong Kong

安永會計師事務所
香港鰂魚涌英皇道979號
太古坊一座27樓

Tel電話: +852 2846 9888
Fax傳真: +852 2868 4432
ey.com

致毛戈平化妝品股份有限公司董事會

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

緒言

吾等已審閱第43至61頁所載的中期財務資料，包括毛戈平化妝品股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(「貴集團」)於2025年6月30日的簡明綜合財務狀況表與截至該日止六個月期間的相關簡明綜合損益及其他全面收益表、簡明綜合權益變動表及簡明綜合現金流量表，以及解釋附註。香港聯合交易所有限公司證券上市規則規定，編製中期財務資料報告須符合當中訂明的相關條文以及由香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港會計準則第34號中期財務報告(「香港會計準則第34號」)。貴公司董事須負責根據香港會計準則第34號編製及呈列本中期財務資料。吾等的責任是根據吾等的審閱對本中期財務資料發表結論。按照吾等的協定委聘條款，吾等僅向整體股東報告，除此的之外，本報告不可用作其他用途。吾等不會就本報告的內容對任何其他人士負上或承擔任何責任。

審閱範圍

吾等已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第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工作。中期財務資料的審閱包括主要向負責財務和會計事項的人員作出查詢，並運用分析和其他審閱程序。由於審閱範圍遠較根據香港審計準則進行審核的範圍為小，故吾等不能保證會知悉在審核中可能會被發現的所有重大事項。因此，吾等不會發表審核意見。

結論

根據吾等的審閱工作，吾等並無發現任何事項，致令吾等相信中期財務資料在任何重大方面未有根據香港會計準則第34號編製。

安永會計師事務所

執業會計師

香港

2025年8月27日

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月

	附註	2025年 (未經審核) 人民幣千元	2024年 (經審核) 人民幣千元
收入	5	2,588,217	1,971,526
銷售成本		(409,298)	(297,973)
毛利		2,178,919	1,673,553
其他收入及收益		48,464	56,142
銷售及分銷開支		(1,169,342)	(937,210)
行政開支		(136,375)	(133,309)
金融資產(減值虧損)/減值虧損撥回淨額		(1,073)	752
其他開支		(25,563)	(293)
財務成本		(1,024)	(2,561)
應佔聯營公司利潤		4,593	535
除稅前利潤	6	898,599	657,609
所得稅開支	7	(228,180)	(165,063)
期內利潤及全面收入總額		670,419	492,546
以下各方應佔：			
母公司擁有人		669,765	492,074
非控股權益		654	472
		670,419	492,546
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄(人民幣元)	9	1.37	2.46

中期簡明綜合財務狀況表

2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2024年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	10	360,770	278,890
物業、廠房及設備預付款項		5,287	–
投資物業		–	3,042
使用權資產		665,659	666,686
其他無形資產		2,499	2,778
於聯營公司的投資		41,147	36,554
遞延稅項資產		49,026	38,313
非流動資產總值		1,124,388	1,026,263
流動資產			
存貨		387,214	323,774
貿易應收款項	11	290,811	214,543
預付款項、其他應收款項及其他資產		75,364	62,266
限制性現金	12	2,167	50,167
現金及現金等價物	12	3,135,542	2,796,456
流動資產總值		3,891,098	3,447,206
流動負債			
貿易應付款項	13	226,532	92,065
其他應付款項及應計費用		453,140	390,209
計息銀行及其他借款		–	320,000
應付關聯方款項		7,270	2,948
應付一名董事款項		–	166
撥備		23	90
租賃負債		23,961	25,539
應付稅項		142,662	120,366
流動負債總額		853,588	951,383
流動資產淨值		3,037,510	2,495,823
總資產減流動負債		4,161,898	3,522,086

中期簡明綜合財務狀況表

2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2024年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
總資產減流動負債		4,161,898	3,522,086
非流動負債			
租賃負債		27,959	18,563
非流動負債總額		27,959	18,563
資產淨值		4,133,939	3,503,523
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	14	245,094	239,212
儲備		3,885,976	3,262,096
		4,131,070	3,501,308
非控股權益		2,869	2,215
權益總額		4,133,939	3,503,523

毛霓萍
董事

毛慧萍
董事

中期簡明綜合權益變動表

截至2025年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔								
	股本	股份溢價	股份獎勵		法定盈餘		合計	非控股權益	權益總額
			計劃儲備	資本儲備	儲備	保留利潤			
	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	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2025年1月1日(經審核)	239,212	2,020,672	15,024	259	157,581	1,068,560	3,501,308	2,215	3,503,523
期內利潤及全面收益總額	-	-	-	-	-	669,765	669,765	654	670,419
發行股份	5,882	305,223	-	-	-	-	311,105	-	311,105
歸屬時轉撥股份獎勵計劃儲備	-	8,375	(8,375)	-	-	-	-	-	-
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	1,827	-	-	-	1,827	-	1,827
向股東宣派的股息	-	-	-	-	-	(352,935)	(352,935)	-	(352,935)
於2025年6月30日(未經審核)	245,094	2,334,270	8,476	259	157,581	1,385,390	4,131,070	2,869	4,133,939

	母公司擁有人應佔								
	股本	股份溢價	股份獎勵		法定盈餘		合計	非控股權益	權益總額
			計劃儲備	資本儲備	儲備	保留利潤			
	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	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日(經審核)	60,000	49,550	-	140	108,219	1,327,761	1,545,670	2,316	1,547,986
期內利潤及全面收益總額	-	-	-	-	-	492,074	492,074	472	492,546
股份轉換	140,000	(49,550)	-	-	(90,450)	-	-	-	-
出售附屬公司部分股權	-	-	-	1	-	-	1	(1)	-
收購非控股權益	-	-	-	99	-	-	99	(799)	(700)
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	5,008	-	-	-	5,008	-	5,008
轉入法定盈餘儲備	-	-	-	-	81,918	(81,918)	-	-	-
向股東宣派的股息	-	-	-	-	-	(1,000,000)	(1,000,000)	-	(1,000,000)
於2024年6月30日(經審核)	200,000	-	5,008	240	99,687	737,917	1,042,852	1,988	1,044,840

中期簡明綜合現金流量表

截至2025年6月30日止六個月

	2025年 (未經審核) 人民幣千元	2024年 (經審核) 人民幣千元
經營活動所得現金流量		
除稅前利潤	898,599	657,609
就以下各項作出調整：		
利息收入	(27,455)	(6,416)
財務成本	1,024	2,561
物業、廠房及設備折舊	22,511	18,954
投資物業折舊	—	60
其他無形資產攤銷	400	459
出售物業、廠房及設備項目的收益	—	(242)
使用權資產折舊	19,102	17,841
終止租賃收益淨額	(223)	(362)
貿易及其他應收款項減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	1,073	(752)
以權益結算的股份獎勵開支	1,827	5,008
撥回存貨撇減至可變現淨值	(1,376)	(615)
應佔聯營公司利潤	(4,593)	(535)
外匯差額淨額	24,156	—
	935,045	693,570
存貨(增加)／減少	(62,064)	30,250
貿易應收款項增加	(77,199)	(76,643)
預付款項、其他應收款項及其他資產增加	(13,431)	(10,202)
限制性現金減少	48,000	1,063
貿易應付款項增加	134,467	44,055
其他應付款項及應計費用增加	78,212	87,756
撥備減少	(67)	(276)
應付關聯方及一名董事款項增加／(減少)	4,156	(633)
經營所得現金	1,047,119	768,940
已付所得稅	(216,532)	(149,870)
經營活動所得現金流量淨額	830,587	619,070

中期簡明綜合現金流量表

截至2025年6月30日止六個月

	2025年 (未經審核) 人民幣千元	2024年 (經審核) 人民幣千元
投資活動所得現金流量		
購買物業、廠房及設備項目	(108,805)	(55,590)
購買其他無形資產	(121)	(435)
購買租賃土地	—	(177,805)
物業、廠房及設備預付款項	(5,287)	—
購買一家聯營公司股權	—	(22,237)
出售物業、廠房及設備項目所得款項	55	363
貸款予關聯方	—	(265,000)
償還貸款予關聯方	—	265,000
已收利息	32,192	6,416
投資活動所用現金流量淨額	(81,966)	(249,288)
融資活動所得現金流量		
發行股份所得款項	311,105	—
已付股息	(352,935)	(1,025,000)
償還租賃負債的本金部分	(17,788)	(18,936)
已付利息	(1,024)	(1,189)
銀行借款所得款項	—	98,628
上市開支付款	—	(7,579)
收購非控股權益	—	(700)
償還借款	(320,000)	—
融資活動所用現金流量淨額	(380,642)	(954,776)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	367,979	(584,994)
期初現金及現金等價物	2,791,719	1,137,894
匯率變動影響淨額	(24,156)	—
期末現金及現金等價物	3,135,542	552,900
現金及現金等價物結餘分析		
現金及銀行結餘	3,137,709	555,087
限制性現金	(2,167)	(2,187)
綜合財務狀況表及綜合現金流量表所列現金及現金等價物	3,135,542	552,900

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

1. 公司資料

本公司是一家於2000年7月28日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立的有限公司。本公司的註冊地址為中國浙江省杭州市上城區萬銀大廈1001室。

於期內，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)從事美妝產品的研發、生產及銷售、提供化妝藝術培訓服務以及體驗式及個性化客戶服務。

本公司董事認為，本公司的最終控股股東為毛戈平先生(「毛先生」)、汪立群女士(「汪女士」)、杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥)(「帝景投資」)及杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥)(「嘉馳投資」)。

2. 編製基準

截至2025年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料乃根據香港會計準則第34號中期財務報告編製。中期簡明綜合財務資料並無包含年度財務報表中規定的所有資料及披露，應連同本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 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2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者貫徹一致，惟就本期間的財務資料首次採納以下經修訂香港財務報告準則會計準則除外。

香港會計準則第21號(修訂) 缺乏可兌換性

經修訂香港財務報告準則會計準則的性質及影響描述如下：

香港會計準則第21號(修訂)規定實體應如何評估一種貨幣是否可兌換成另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性時應如何估算計量日的即期匯率。該等修訂本規定披露資料，使財務報表的使用者能了解貨幣不可兌換的影響。由於本集團用作交易的貨幣及集團實體用作換算本集團呈列貨幣的功能貨幣為可兌換，因此該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。

4. 經營分部資料

出於管理目的，本集團並未根據其服務及產品劃分為業務單位，且僅擁有一個可報告經營分部。管理層監控本集團整體經營分部的經營業績，以作出資源分配及績效評估的決策。

地理資料

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
中國內地	2,587,065	1,971,335
香港	1,152	191
總計	2,588,217	1,971,526

上述收入資料以客戶所在地為基礎。本集團所有非流動資產均位於中國內地。

5. 收入

收入分析載列如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
客戶合約收入	2,588,217	1,971,526

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

5. 收入(續)

客戶合約收入的收入分類資料

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (經審核)
商品或服務類型		
產品銷售	2,520,905	1,900,022
化妝藝術培訓及相關銷售	67,312	71,504
總計	2,588,217	1,971,526

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (經審核)
地理市場		
中國內地	2,587,065	1,971,335
香港	1,152	191
總計	2,588,217	1,971,526

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (經審核)
收入確認的時間		
於某個時間點轉移的商品或提供的服務	2,531,887	1,913,628
隨時間提供的服務	56,330	57,898
總計	2,588,217	1,971,526

6. 除稅前利潤

本集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
已售存貨成本	338,649	243,178
提供化妝藝術培訓服務及相關銷售的成本	24,946	19,747
物業、廠房及設備折舊	22,511	18,954
使用權資產折舊	26,982	18,084
減：在建工程資本化的金額	(7,880)	(243)
使用權資產折舊淨額	19,102	17,841
研發成本	15,257	15,267
銀行利息收入	(27,455)	(6,223)
政府補助	(16,255)	(47,972)
上市開支	—	15,559
外匯差額淨額	24,156	—
金融資產減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	1,073	(752)
存貨撇減撥回至可變現淨值	(1,376)	(615)
僱員福利開支(不包括董事及最高行政人員的酬金)：		
工資、薪金及花紅	366,347	284,484
以權益結算的股份獎勵開支	1,827	5,008
退休金計劃供款(界定供款計劃)	22,965	18,613
員工福利開支	32,576	25,109
總計	423,715	333,214

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

7. 所得稅

本集團須按實體基準按產生於或源自本集團成員公司註冊所在及經營所處司法權區的利潤繳納所得稅。

中國企業所得稅(「**企業所得稅**」)撥備乃根據本集團若干中國附屬公司按《中國企業所得稅法》釐定的應課稅利潤的法定稅率25%計算。

截至2025年6月30日止六個月，重慶迪悅化妝品有限公司及杭州毛戈平形象設計藝術有限公司的五家附屬公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣3,000,000元按5%稅率納稅。

本集團於期內所得稅開支主要構成分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
即期－期內支出	237,044	159,807
－往期撥備不足	1,849	—
遞延稅項	(10,713)	5,256
期內稅項支出總額	228,180	165,063

8. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
股息	352,935	1,000,000

本公司2024年度股東大會已於2025年5月13日批准派發截至2024年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣0.72元(含稅，共計股息人民幣約352,935,000元)，此等股息已於2025年6月20日派發。

董事會並無宣派截至2025年6月30日止六個月的任何中期股息(截至2024年6月30日止六個月：無)。

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

9. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額根據母公司普通權益持有人應佔期內利潤及期內發行在外普通股489,731,958股(截至2024年6月30日止六個月:200,000,000股)的加權平均數計算,經調整以反映於期內進行的股份發行。截至2025年及2024年6月30日止六個月,本集團並無潛在攤薄的發行在外普通股。

每股基本及攤薄盈利的計算乃基於:

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
<u>盈利</u>		
用於計算每股基本盈利的母公司普通權益持有人應佔利潤	669,765	492,074

	股份數目	
	2025年	2024年
<u>股份</u>		
用於計算每股基本盈利的期內發行在外普通股加權平均數	489,731,958	200,000,000

10. 物業、廠房及設備

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
期初賬面值	278,890	167,971
添置	104,446	152,167
期內計提折舊	(22,511)	(40,963)
出售	(55)	(285)
期末賬面值	360,770	278,890

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

11. 貿易應收款項

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	292,386	215,187
減值	(1,575)	(644)
賬面淨值	290,811	214,543

本集團的貿易應收款項通常來自通過門店及線上平台進行的銷售，通過門店及線上平台銷售有助於收回銷售所得款項。本集團通常向相關購物中心、大型零售商及線上平台授出60日內的信用期。逾期結餘由高級管理層定期檢討。貿易應收款項為不計息。

於各報告期末，根據交易日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
3個月內	290,722	214,777
3至6個月	222	274
6至12個月	1,330	15
1至2年	112	121
總計	292,386	215,187

12. 現金及現金等價物及限制性現金

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
現金及銀行結餘	3,137,709	2,846,623
減：限制性現金	2,167	50,167
現金及現金等價物	3,135,542	2,796,456
以人民幣計值	1,030,955	718,492
以港元計值	1,640,516	2,077,042
以美元計值	464,071	922
現金及現金等價物	3,135,542	2,796,456

人民幣不可自由兌換為其他貨幣，然而，根據中國內地《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，本集團可透過獲准進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行現金存款根據每日銀行存款利率的浮動利率計息。銀行結餘及限制性現金存於近期無違約記錄並具有信譽的銀行。

13. 貿易應付款項

根據發票日期，各報告期間末貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
3個月內	224,743	91,793
3至6個月	1,315	6
6至12個月	394	3
1年以上	80	263
總計	226,532	92,065

貿易應付款項為不計息，且通常於30日至60日內結清。

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

14. 股本

於2025年1月4日，獨家整體協調人（為其本身及代表國際包銷商）已悉數行使超額配股權，涉及合共11,763,500股股份，佔全球發售項下（經計及發售量調整權獲部分行使後但於任何超額配股權獲行使前）可供認購的發售股份總數約15%，每股29.80港元。本公司於2025年1月8日已收取因配發及發行超額配發股份所得的額外所得款項淨額約336,500,000港元（經扣除包銷費用及佣金後）。

15. 承諾

本集團於各報告期間末的合約承諾如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
在建工程	222,988	293,485

16. 關聯方交易

名稱	關係
毛先生	一名執行董事
杭州尚都科技有限公司(「尚都科技」)	由一名股東控制的實體
華美康妍(蘇州)生物科技有限公司(「華美康妍」)	一名聯繫人
嘉馳投資	由股東控制的實體
帝景投資	由股東控制的實體

16. 關聯方交易 (續)

(a) 於期內，本集團與關聯方進行了以下交易：

		截至6月30日止六個月	
	附註	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (經審核)
向以下各方購買產品：			
華美康妍	(i)	15,688	8,594
向以下各方支付租金及物業管理費：			
尚都科技	(ii)	2,423	2,521
向以下各方提供貸款：			
帝景投資	(iii)	—	165,000
嘉馳投資	(iii)	—	100,000
		—	265,000
來自以下各方的利息收入：			
帝景投資	(iii)	—	193
代以下各方應付：			
毛先生	(iv)	—	11,936
汪女士	(iv)	—	3,104
毛霓萍女士	(iv)	—	3,104
毛慧萍女士	(iv)	—	2,626
汪立華先生	(iv)	—	1,671
宋虹侄女士	(iv)	—	1,432
		—	23,873
許可費支付予：			
毛先生	(v)	1,360	—

中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

16. 關聯方交易 (續)

(a) 於期內，本集團與關聯方進行了以下交易：(續)

附註：

(i) 向關聯方購買按關聯方向其主要客戶提供的公開價格及條件進行。

(ii) 租金及物業管理費參考雙方共同協定的價格收取。

(iii) 根據本集團與帝景投資及嘉馳投資於2024年1月16日訂立的貸款協議，本集團同意向帝景投資及嘉馳投資提供最高合共人民幣300,000,000元的貸款。每筆貸款均為無抵押且須於三個月內償還，年利率為2.4%。

截至2024年6月30日止六個月，本集團向帝景投資及嘉馳投資分別發放貸款人民幣165,000,000元及人民幣100,000,000元，均已於2024年6月30日悉數償還。

(iv) 代董事應付款項乃因股份溢價及法定盈餘儲備轉增股本而應向有關稅務機關繳納的代扣代繳個人所得稅。

(v) 根據2024年11月25日訂立的冠名及肖像權許可框架協議，毛戈平先生同意授予本集團使用其姓名及肖像權的排他及不可轉讓許可，每年許可費為2,980,000港元。許可費由本集團與毛戈平先生經公平磋商後釐定。冠名及肖像權許可框架協議的初始期限自2024年12月10日起至2026年12月31日止，經雙方同意可續期。

16. 關聯方交易 (續)

(b) 與關聯方的未結餘額：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
應付關聯方款項(貿易)		
華美康妍	7,270	2,948
租賃負債(貿易)		
尚都科技	172	341
應付一名董事款項(貿易)		
毛先生	—	166
預付一名董事款項(貿易)		
毛先生	1,194	—

附註：

於2025年6月30日及2024年12月31日，本集團與關聯方的未結餘額均為無抵押、免息及須按要求償還。



中期簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

17. 金融工具的公允價值及公允價值層級

管理層已評估現金及現金等價物、限制性現金、貿易應收款項、貿易應付款項、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產、計入其他應付款項及應計費用的金融負債以及應付關聯方款項的公允價值與其賬面值相若，主要是由於該等工具於短期內到期。

除以強迫或清盤出售外，金融資產及負債的公允價值乃按於當前交易中交易雙方願意就交換工具付出的金額列賬。

公允價值層級

於2025年6月30日及2024年12月31日，本集團無任何按公允價值計量的金融資產及金融負債。

18. 報告期後事項

於截至2025年6月30日止期間後，本集團已評估有關期後事項及注意到並無任何重大期後事項。

於本中報內，除非文義另有所指，下列詞彙具有以下涵義：

「公司章程」或「章程」	指	本公司的公司章程，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「董事會」	指	本公司的董事會
「企業管治守則」	指	於報告期生效的上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「本公司」	指	毛戈平化妝品股份有限公司，一家於2000年7月28日在中國成立的有限公司，其H股於聯交所主板上市(股份代號：1318)
「控股股東」	指	具有上市規則賦予的涵義
「本報告日期」	指	2025年8月27日
「帝景投資」	指	杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥)，一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為本公司控股股東之一
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	招股章程「全球發售的架構」一節所述的發售股份以供認購
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「杭州至愛終生」	指	杭州至愛終生化妝品有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「杭州毛戈平」	指	杭州毛戈平化妝品有限公司，一家於2000年7月28日在中國成立的有限公司，為本公司前身
「杭州尚都匯」	指	杭州尚都匯化妝品科技有限公司，為本公司直接全資附屬公司

釋義

「杭州星屹」	指	杭州星屹股權投資有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.50元的境外上市外資股，以港元認購及買賣
「H股股東」	指	H股持有人
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港財務報告準則會計準則」	指	香港會計師公會頒佈的所有香港財務報告準則的香港會計準則及詮釋
「嘉馳投資」	指	杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥)，一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為本公司控股股東之一
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「上市」	指	H股於2024年12月10日於聯交所主板上市
「上市日期」	指	H股於聯交所主板上市及H股獲准自該日起於聯交所主板開始買賣的日期，即2024年12月10日
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則，經不時修訂、修改或以其他方式補充
「毛戈平形象設計」	指	杭州毛戈平形象設計藝術有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「毛戈平科技」	指	杭州毛戈平科技有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「毛先生」	指	我們的創始人、董事長兼執行董事毛戈平先生，亦為本公司控股股東之一

「汪女士」	指	執行董事兼副董事長汪立群女士，亦為本公司控股股東之一
「ODM」	指	原始設計製造，製造商按照客戶的要求設計並製造產品，並最終以客戶的品牌或無具體品牌進行營銷並銷售
「招股章程」	指	本公司日期為2024年12月2日的招股章程
「報告期」	指	截至2025年6月30日止六個月
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.50元的普通股，包括非上市股份及H股
「股東」	指	股份持有人
「單品」	指	庫存單位，有助於識別及跟蹤庫存
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「非上市股份」	指	本公司發行的每股面值人民幣0.50元的普通股，以人民幣認購或入賬列作繳足並由境內股東持有
「浙江匯都」	指	浙江匯都化妝品有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「%」	指	百分比