

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2026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2026年6月30日止六個月之未經審計業績。本公告列載本公司2026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2026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2026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
2026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



2026

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	30
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	45
中期簡明綜合權益變動表	47
中期簡明綜合現金流量表	49
中期簡明綜合財務資料附註	51
釋義	65



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
葉文蕙女士(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
葉文蕙女士

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

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

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，包括優質的美妝及香氛產品、專業的化妝藝術培訓以及沉浸式及個性化的客戶服務。

美妝品牌及產品

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，作為我們的旗艦品牌，MAOGEPING品牌貢獻了本集團截至2026年6月30日止6個月主要的產品銷售收入。

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產品。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紀念中法建交60週年的「國韻凝香」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2026年6月30日，我們的產品組合包括涵蓋彩妝、護膚及香氛三個類別493個單品。

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			
	2026年		2025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	12,496.4	157.4	9,059.8	157.0
護膚	3,385.3	358.1	3,094.7	351.3
香氛	53.2	313.0	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。

管理層討論及分析

平均售價通常低於列出的價格範圍的上限，乃主要由於(i)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。截至2026年6月30日，我們提供了401個彩妝單品。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」兩個單品的零售額分別超過人民幣2億元和3億元。在爆款單品「皮膚衣」之後，我們在今年2月和3月接連發佈「柔肌盈採妝前霜」(即「**妝前粉衣**」)與「妝前清新防曬隔離乳」(即「**妝前防曬衣**」)兩款新品，構建起覆蓋多重底妝需求場景的妝前家族產品矩陣，其中「妝前粉衣」一經推出即獲得廣泛追捧，在不足半年的時間內實現了人民幣過億元的零售額，我們還於4月份上新了「光影素顏高光液」，該產品專為亞洲膚色定製，細潤貼合，易於上妝，運用光影的明暗對比塑造東方骨相之美。

與此同時，我們在報告期內攜手國家級IP，推出極具藝術張力的彩妝系列新品，2026年1月，聯袂中國國家隊推出「盛彩晶曜」系列，於中西方文化交融的底蘊中，演繹體育精神與藝術美學的深度對話，詮釋出力量、優雅與信念交織的時代美感。同年5月，我們與熊貓基地文創共同推出「幻花御境」系列，該系列以國寶大熊貓為靈感載體，探索

東方美在當代語境下更輕盈更親近的表達方式，讓東方之美從典藏與高光時刻，走進更鬆弛治癒的日常生活，從而在功能價值之外，賦予產品獨特的精神愉悅附加值。以下展示了「盛彩晶曜」系列和「幻花御境」系列產品組合：



截至2026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1,966.7百萬元，同比增長38.3%。

管理層討論及分析

護膚品

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。憑藉我們在產品設計、開發、銷售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。截至2026年6月30日，我們提供了59個護膚單品。我們在各護膚細分賽道均獲廣泛認可，例如，我們的面膜類產品「奢華魚子面膜」已成為年零售額超過人民幣10億元的明星單品，面霜類產品「養膚煥顏黑霜」於本報告期內實現零售額約人民幣2.9億元，精華類產品「奢華魚子多效安瓶精華」及「養膚煥顏修護精華蜜」於報告期內分別實現零售額約人民幣6,000萬元及1億元。此外，我們在今年全新上市了「琉光賦活」高端護膚系列，選用極地花精粹成分，滿足了不同用戶群體的差異化功效需求，該系列於報告期內亦實現零售額超人民幣3,000萬元。以下展示了我們琉光賦活系列新品：



截至2026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1,212.2百萬元，同比增長11.5%。

香氛

我們的香氛品類包含「國韻凝香」和「聞道東方」香水系列及居家香氛產品，這些產品系列從東西方文化交流中汲取靈感，融入東方哲學思考，營造出東方獨特的造境美學，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。截至2026年6月30日，我們提供了33個香氛單品。截至2026年6月30日止六個月，我們的香氛產品銷售所得收入為人民幣16.7百萬元，同比增長46.0%。

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2026年6月30日，我們在全國（包括杭州、北京、上海、成都、深圳、廣州、重慶、武漢、青島和鄭州）創辦了十所化妝藝術機構，與此同時，我們的香港校區籌備基本完成，即將正式開業。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毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。截至2026年6月30日，我們的培訓機構有216名培訓師，截至2026年6月30日止的六個月內，我們的十所培訓機構共招收學員超過4,000人。

我們的化妝藝術培訓課程是為各類參與者設計，包括有志從事化妝相關職業的新手、尋求高技能水平的業內專業人士以及擁有化妝基礎知識而欲提高技能的個人。我們主要提供長短期的化妝藝術培訓課程。我們長期的化妝藝術培訓課程一般側重於化妝藝術技巧及形象設計和藝術創意，旨在通過系統的培訓，培養具有綜合技能的專業人才，專門從事需要創新思維能力的高級人物形象設計。化妝造型全科、時尚生活課程、創意造型課程等短期課程，一般強調實用性和應用性。我們的課程與市場需求及當前的時尚趨勢緊密結合，努力滿足有志成為化妝師及造型師的課程參與者的就業需求。此外，我們還為尋求提高化妝技巧及個人形象的課程參與者提供興趣班。

管理層討論及分析

報告期內，我們持續深化「化妝造型雙核課程」培訓體系。該模式自去年確立以來，已有效貫通「零基礎入門－專業進階－就業變現」全鏈路，成功培育出一批兼具紮實技藝與市場適應力的優質人才，進一步鞏固了公司在美業職業教育領域的競爭優勢。雙核課程教學培養模式所涉及的課程主要分為兩大類：五校的特色雙核課程與《化妝造型全科雙核課程》。雙核課程以創新性地融合「專業技藝」與「實戰營銷」雙核驅動培訓模式的理念推出：一方面，通過系統化、進階式的專業訓練，夯實化妝造型基礎，實現從零到精的技術突破。另一方面，在學習週期內同步植入市場所需的營銷能力，覆蓋內容運營、流量轉化、客戶溝通等線上及線下核心場景，賦能學員掌握「技術+運營」的雙重競爭力，此外，我校「職業發展部」將聯動由資深化妝造型師及職業顧問組成的專業團隊，以「線上+線下」雙線模式，為畢業生提供貫穿職業生涯的長期指導與賦能，護航其職業成長之路，在促進畢業學員職業發展的同時，更為行業輸送更多的優質化妝造型專業人才。

截至2026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71.7百萬元，同比增長6.6%。

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，由藝術委員會（由我們化妝藝術培訓機構的化妝師組成）及核心研發團隊（負責整個產品設計和開發過程）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。

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2026年6月30日，這種包裝方法為我們贏得了美國繆斯設計鉑金獎及55項設計專利，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2026年6月30日止六個月，我們共開發和升級了約80個新單品。

管理層討論及分析

生產及供應鏈管理

為確保最優效率及維持嚴格的質量控制標準，我們始終選擇可靠的ODM/OEM供貨商負責我們的產品生產。在該合作關係中，我們保留了對產品屬性、功效和美學表現的決定權。我們工作的重點在於完善基本的化妝品參數，如色調、水油平衡、柔韌性、黏度和表面活性劑水平，以確保我們的產品適合中國消費者的皮膚類型以及化妝品需求和偏好。我們主要委聘第三方物流服務供貨商提供倉儲設施及貨運服務。我們根據聲譽、運營規模、業績記錄和價格等選擇物流服務供貨商。我們通常與物流服務供貨商訂立長期協議。我們的物流服務供貨商承擔與我們的產品配送相關的風險和運輸過程中產品損壞的責任，並須購買必要保險。

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。我們的線上渠道包括(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。

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2026年6月30日，我們在全國132個城市開設了466個品牌專櫃，包含431個自營專櫃和35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。

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2026年6月30日止六個月和截至2025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	
	2026年	2025年
同個專櫃數目 ⁽¹⁾	356	356
同個專櫃收入總額 (人民幣百萬元)	1,174.4	1,006.4
同個專櫃平均收入 (人民幣百萬元)	3.3	2.8

(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。我們在杭州核心商業區塊湖濱步行街開設的首家品牌形象旗艦店，以南宋故都紅牆為靈感，運用立體桂花彫飾和宮牆硃砂紅暈染的外立面設計，將江南詩意和東方美學織入現代空間。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：



我們的線下專櫃網絡已覆蓋中國大陸的眾多中高端商業體系，涵蓋SKP、華潤萬象城、銀泰、王府井、恒隆、百盛、金鷹、華地八佰伴等核心中高端百貨與購物中心體系，以及香港海港城的港威商場，我們計劃繼續加密內地高線級城市的專櫃網絡佈局，穩步推進香港和澳門等海外市場核心商圈的延伸覆蓋。報告期內，我們仍在持續升級我們已有的專櫃的位置和設計，例如我們擴建了位於杭州核心商圈湖濱IN77的專櫃面積，對位於成都SKP的櫃位進行了調整優化，以滿足銷售和客戶服務的需要。以下圖片展示了我們升級後的位於杭州湖濱IN77的專櫃的設計：



管理層討論及分析

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，我們贏取了大量的品牌美譽度和消費者好感度，於截至2026年6月30日止六個月，我們的線下及線上渠道均保持穩健增長，化妝品銷售收入分別為人民幣1,468.1百萬元和人民幣1,727.4百萬元，同比增長分別為19.9%和33.2%。

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：

入駐米蘭「中國之家」以東方神韻妝點運動之美

近年來，我們看到越來越多的運動員選擇帶妝上陣，在競技精神風貌以外，呈現新時代運動員的個人風采，去釋放力量與優雅兼具的多元之美，MAOGEPING品牌作為中國國家隊官方美妝服務供應商，在2026年米蘭科爾蒂納冬奧會期間，入駐了位於米蘭克萊裡奇莊園的「中國之家」，設立專屬美妝體驗空間。由資深彩妝師組成的專業團隊駐場服務，為來訪嘉賓及運動員提供產品體驗及妝造服務，並且為中國運動健兒打造了專屬的「中國國家隊個人形象裝備包」，以專業美妝實力為競技體育增添自信風采，於世界舞台前沿，生動演繹東方美學的當代魅力。以下展示了我們在米蘭中國之家的陳列及服務剪影：



「幻花御境 萌趣萬象」新品發佈會暨美妝藝術造型大秀

作為中華文化的亮眼名片，國寶大熊貓以黑白分明的靈動形態、溫和包容的治癒氣質，成為跨越國界、聯結大眾的東方符號。深耕東方美學多元表達的MAOGEPING品牌，精準捕捉到這一契合點，攜手熊貓基地文創將國寶靈韻注入彩妝創作，提取大熊貓「和花」的萌趣特質與鬆弛態度，以輕透質地、實用妝效與萌趣設計，推出「幻花御境」系列新品，賦予東方美更輕盈、更具生命力的全新表達。



西雙版納底妝節暨天貓超級品牌日

2026年4月，MAOGEPING品牌於雲南西雙版納潑水節期間，傾力打造「御光鎖妝•星耀夏日」底妝節。通過高濕高熱戶外場景的極限實測，全方位驗證了品牌底妝家族的卓越性能，成功構築全鏈路產品矩陣優勢。活動聯動天貓超級品牌日，實現千萬級曝光與銷售轉化的雙重爆發，進一步夯實了品牌在專業底妝領域的競爭壁壘。



管理層討論及分析

針對香港市場，我們精準聚焦高淨值人群與企業精英，通過舉辦海港城VIC私享沙龍及面向金融、法律界人士的定製彩妝課堂，成功引發了圈層熱烈反響。這種深度體驗式營銷不僅強化了品牌在專業服務領域的滲透力，更憑藉卓越的化妝展示與服務體驗，有效激活了終端銷售氛圍，實現了品牌知名度與顧客好感度的雙重躍升。

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。

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隱私，遵循全面的隱私政策。

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2026年6月30日，我們的線上及線下的註冊會員總數分別約為1,864萬人及744萬人。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2025年6月30日止六個月的26.8%進一步上升到截至2026年6月30日止六個月的27.2%。

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	
	2026年	2025年
線上渠道	24.8%	24.1%
線下渠道	30.6%	30.3%
總計	27.2%	26.8%

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。上半年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日期間出現銷售高峰。於2025完整年度，我們的線上及線下復購率分別為30.3%、36.5%。

客戶服務

我們擁有一支專門的客戶服務團隊，隨時回覆消費者的問詢、反饋及投訴，致力於提供個性化客戶服務，建立持久的消費者關係，提高消費者忠誠度和滿意度。於本報告期內，我們並無收到任何與產品安全及品質有關的重大客戶投訴及訴訟。我們的客戶服務團隊密切監察及記錄通過多個渠道(如專櫃、第三方電商平台及多個社交媒體及短視頻平台(如小紅書及抖音))收到的評論、反饋或投訴，並迅速聯絡相關消費者，以及時解決他們的問題。在處理消費者投訴的過程中，我們承諾及時與消費者聯繫及溝通。

在我們的客戶服務團隊的支持下，我們過往實現了良好的客戶滿意度。盡我們所知，於本報告期內我們的消費者投訴率僅為0.09%，整體維持在較低水平，我們並未收到任何對我們的經營及商業信譽造成重大不利影響的消費者投訴。

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2025年6月30日止六個月的人民幣2,588.2百萬元增至截至2026年6月30日止六個月的人民幣3,267.3百萬元，增長了26.2%。我們的毛利從截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,178.9百萬元增至截至2026年6月30日止六個月的人民幣2,770.4百萬元，增長了27.1%。我們的淨利潤從截至2025年6月30日止六個月的人民幣670.4百萬元增至截至2026年6月30日止六個月的人民幣806.6百萬元，增長了20.3%。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。

管理層討論及分析

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，在開拓新市場的同時，加密已有業務的高線級城市品牌門店數量，並向更高端商場滲透，從而提升用戶觸達率及強化我們的高端品牌形象。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。

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，我們堅持從東方文化的哲學思考進行產品構思，甄選全球的優質原料和調香工藝，使消費者在多元的香水體驗中感受內在心境，復現精神的詩意想象。

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。

管理層討論及分析

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，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。

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。我們杭州研發中心已於今年完工及開始營運，未來我們還將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。

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。

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			
	2026年		2025年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
— 彩妝	1,966,671	60.2	1,422,304	55.0
— 護膚	1,212,208	37.1	1,087,188	42.0
— 香氛	16,661	0.5	11,413	0.4
小計	3,195,540	97.8	2,520,905	97.4
化妝藝術培訓及相關銷售	71,739	2.2	67,312	2.6
總計	3,267,279	100.0	2,588,217	100.0

變動分析：

我們的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,588.2百萬元增加26.2%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣3,267.3百萬元，主要由於產品銷售由截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,520.9百萬元增加26.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣3,195.5百萬元。我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣67.3百萬元增加6.6%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣71.7百萬元，主要由於報讀化妝藝術培訓課程的參與者人數增多。

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收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
線下渠道				
線下直銷	1,360,256	42.6	1,093,962	43.4
向線下經銷商銷售	51,865	1.6	51,628	2.1
向一家高端跨國美妝零售商銷售	55,977	1.8	78,581	3.1
小計	1,468,098	46.0	1,224,171	48.6
線上渠道				
線上直銷	1,345,942	42.1	1,023,532	40.6
向線上經銷商銷售	381,500	11.9	273,202	10.8
小計	1,727,442	54.0	1,296,734	51.4
總計	3,195,540	100.0	2,520,905	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2025年6月30日止六個月的人民幣1,224.2百萬元增長19.9%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,468.1百萬元，主要由於線下直銷由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,094.0百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,360.3百萬元。主要由於我們加大了銷售及營銷力度，有效提升了品牌曝光度和進店客流，2026年上半年每個專櫃的平均銷售額增加。

我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,296.7百萬元增加33.2%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,727.4百萬元，主要由於線上直銷由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,023.5百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,345.9百萬元，及向線上經銷商的銷售由截至2025年6月30日止六個月的人民幣273.2百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣381.5百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。

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			
	2026年		2025年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
— 境內	3,189,119	99.8	2,519,753	99.95
— 境外	6,421	0.2	1,152	0.05
總計	3,195,540	100.0	2,520,905	100.0

變動分析：

我們的境外產品銷售收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1.2百萬元增加457.4%至截至2026年6月30日止六個月人民幣6.4百萬元，主要由於我們於2025年新成立毛戈平(香港)有限公司，並於2025年10月在香港海港城開設了第一家境外直營專櫃。

銷售成本

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
已售存貨成本	419,761	84.5	338,649	82.7
僱員福利開支	14,816	3.0	14,021	3.4
物流及運輸費用	50,552	10.2	45,702	11.2
折舊及攤銷	3,615	0.7	4,114	1.0
其他	8,152	1.6	6,812	1.7
總計	496,896	100.0	409,298	100.0

管理層討論及分析

變動分析：

我們的銷售成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣409.3百萬元增加21.4%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣496.9百萬元，主要由於隨著我們的收入增長，已售存貨成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣338.6百萬元增加24.0%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣419.8百萬元。在銷售成本的其餘組成部分中，折舊及攤銷成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣4.1百萬元降低12.1%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣3.6百萬元，其他成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣6.8百萬元增長19.7%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣8.2百萬元，主要是由於美妝教育學校部分校區2025年下半年改簽訂短期租賃。

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			
	2026年		2025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	1,637,383	83.3	1,175,956	82.7
—護膚	1,075,415	88.7	951,743	87.5
—香氛	12,429	74.6	8,854	77.6
小計	2,725,227	85.3	2,136,553	84.8
化妝藝術培訓及相關銷售	45,156	62.9	42,366	62.9
總計	2,770,383	84.8	2,178,919	84.2

變動分析：

我們的毛利率保持相對穩定，截至2025年及2026年6月30日止六個月分別為84.2%及84.8%。

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			
	2026年		2025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	1,194,887	87.8	955,420	87.3
向線下經銷商銷售	42,041	81.1	39,661	76.8
向一家高端跨國美妝零售商銷售	40,650	72.6	53,619	68.2
小計	1,277,578	87.0	1,048,700	85.7
線上渠道				
線上直銷	1,135,821	84.4	860,754	84.1
向線上經銷商銷售	311,828	81.7	227,099	83.1
小計	1,447,649	83.8	1,087,853	83.9
總計	2,725,227	85.3	2,136,553	84.8

變動分析：

我們的產品銷售毛利由截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,136.6百萬元增加27.6%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣2,725.2百萬元，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2025年及2026年6月30日止六個月分別為84.8%及85.3%。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益於截至2025年6月30日止六個月、截至2026年6月30日止六個月分別為人民幣48.5百萬元、人民幣43.1百萬元，減少主要是由於政府補助金額減少。

管理層討論及分析

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支截至2026年6月30日止六個月為人民幣1,550.0百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,169.3百萬元增加32.6%，截至2026年6月30日止六個月的銷售及分銷開支佔本集團收入的47.4%，比截至2025年6月30日止六個月的佔比45.2%增加2.2個百分點。其中營銷及推廣開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣539.8百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣778.6百萬元，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2025年6月30日止六個月的人民幣357.2百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣426.2百萬元，主要是由於本集團業務的擴張及業績的增長所致。

行政開支

我們的行政開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣136.4百萬元增長6.5%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣145.2百萬元，主要由於銷售稅及附加費隨我們的收入增長而增加。

金融資產減值虧損淨額

我們於截至2025年6月30日止六個月金融資產減值虧損淨額人民幣1.1百萬元，而於截至2026年6月30日止六個月產生金融資產減值虧損淨額為零，主要由於我們貿易應收款整體回款及時。

其他開支

我們的其他開支於截至2025年6月30日止六個月及截至2026年6月30日止六個月分別為人民幣25.6百萬元、人民幣47.3百萬元，主要由於匯兌虧損增加。

財務成本

我們的財務成本於截至2025年6月30日止六個月、截至2026年6月30日止六個月分別為人民幣1.0百萬元、人民幣1.5百萬元，主要由於租賃負債利息支出增加。

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2025年6月30日止六個月的人民幣228.2百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣271.2百萬元。

期內利潤

鑒於上述原因，我們於截至2025年6月30日止六個月及截至2026年6月30日止六個月的期內利潤分別為人民幣670.4百萬元及人民幣806.6百萬元。

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	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
期內利潤	806,572	670,419
加：		
以權益結算的股份獎勵開支 ⁽¹⁾	8,652	1,827
經調整期內利潤(非香港財務報告準則指標)	815,224	672,246

附註：

- (1) 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。

管理層討論及分析

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2026年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額約為人民幣925.6百萬元，而截至2025年6月30日止六個月經營活動所得現金淨額為人民幣830.6百萬元。截至2026年6月30日，本集團有現金及現金等價物約人民幣2,780.8百萬元，於2025年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣2,437.5百萬元。截至2026年6月30日，我們沒有未償還借款。於2025年12月31日及2026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15.6%及16.5%。於2025年12月31日及2026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5.2倍及4.9倍。於2025年12月31日及2026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18.5%及19.8%。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	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
營運所得現金	1,177,756	1,047,119
已付所得稅	(252,152)	(216,532)
經營活動所得現金流量淨額	925,604	830,587
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	6,774	(81,966)
融資活動所用現金流量淨額	(541,584)	(380,642)
現金及現金等價物增加淨額	390,794	367,979
期初現金及現金等價物	2,437,476	2,791,719
匯率變動影響淨額	(47,459)	(24,156)
期末現金及現金等價物	2,780,811	3,135,542

變動分析：

本集團的經營活動所得現金流量淨額由截至2025年6月30日止六個月現金流入人民幣830.6百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月現金流入人民幣925.6百萬元，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2025年6月30日止六個月現金流出人民幣82.0百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月現金流入人民幣6.8百萬元，主要由於前期購買的定期存款到期贖回產生現金流入人民幣1,029.2百萬元，2026年購買超過3個月的定期存款產生現金流出828.1百萬元。本集團的融資活動所得現金流量淨額截至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。本集團的融資活動所得現金流量淨額截至2026年6月30日止六個月現金流出人民幣541.6百萬元，主要由於派發分紅產生現金流出人民幣490.2百萬元。

綜上，本集團截至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，截至2026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390.8百萬元。

於2026年6月30日，本集團有定期存款789.3百萬元，未計入現金及現金等價物。

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2026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2025年6月30日止六個月、截至2026年6月30日止六個月，我們的資本開支主要包括購買物業、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	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
購買物業、廠房及設備項目	120,449	108,805
購買其他無形資產	540	121
物業、廠房及設備預付款項	26,630	5,287
總計	147,619	114,213

於截至2025年6月30日止六個月、截至2026年6月30日止六個月，我們的合約承諾主要與在建工程有關。本集團截至所示日期的合約承諾如下：

	截至6月30日	
	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
在建工程	112,968	222,988
總計	112,968	222,988



管理層討論及分析

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2026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2026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2026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2026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。

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

獨立非執行董事黃輝先生自2026年7月起擔任廣東鼎泰高科技股份有限公司(其A股於深圳證券交易所及其H股於聯交所上市，股份代號分別為301377及01377)的獨立董事。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2026年6月30日，本集團共有3,634名僱員，其中男性僱員468名，女性僱員3,166名，僱員人數較上年度末有所下降，原因是我們的部分業務轉由第三方機構提供服務。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。

企業管治及其他事項

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。

本公司亦於2025年12月4日以股東決議的方式採納限制性股票單位激勵計劃。限制性股票單位激勵計劃旨在進一步建立健全公司長效激勵機制，充分激發公司核心骨幹員工的積極性，構建事業共同體，將股東利益、公司利益和經營者個人利益有效結合在一起，共同推動公司持續健康發展。限制性股票單位激勵計劃不涉及授出本公司之新股份。然而，限制性股票單位激勵計劃構成上市規則第十七章項下以現有股份撥付之股份計劃，並須遵守上市規則第17.12條之適用披露規定。

股息

本公司2025年度股東大會已於2026年4月24日批准派發截至2025年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣1.00元（含稅，共計股息人民幣約490.2百萬元），此等股息已於2026年5月26日派發予於2026年4月29日（星期三）名列本公司股東名冊的股東。

董事會建議於2026年10月20日派發截至2026年6月30日止六個月之中期股息每股人民幣0.62元（含稅），共計人民幣303.9百萬元（含稅）。上述建議將在隨後舉行的臨時股東會上提呈審議批准，關於中期股息宣佈及派發的具體安排、暫停辦理H股股份過戶登記手續的有關時間安排等內容，本公司將在臨時股東會通函中另行披露。

代扣代繳股息所得稅

境外股東的股息所得稅

代扣代繳境外非居民企業股東的企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》適用條文與其實施條例和國家稅務總局《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》(國稅函[2008]897號)的規定，本公司向境外H股非居民企業股東(包括以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記的本公司H股股份，但不包括在香港中央結算(代理人)有限公司名義下登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人為港股通及H股「全流通」投資者所持有的本公司H股股份)派發股息時，將按照10%的稅率代扣代繳企業所得稅。非居民企業股東在獲得股息之後，可以自行或通過委託代理人，向本公司主管稅務機關提出享受稅收協定(安排)待遇的申請，提供證明自己為符合稅收協定(安排)規定的實際受益所有人的資料。

代扣代繳境外個人股東的個人所得稅

根據《中華人民共和國個人所得稅法》適用條文與其實施條例、《稅收辦法》及《國家稅務總局關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》(國稅函[2011]348號)等相關法律法規和規範性文件的規定，本公司境外居民個人股東可根據其居民身份所屬國家(地區)與中國簽訂的稅收協定、內地和香港及澳門間稅收安排的規定，享受相關稅收優惠。本公司將按照以下安排為境外H股個人股東代扣代繳個人所得稅：

- (1) H股個人股東為與中國簽訂10%稅率的稅收協定或稅收安排的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將按照10%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅；
- (2) H股個人股東為與中國簽訂低於10%稅率的稅收協定的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將暫按10%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅。如相關H股個人股東欲申請退還多扣繳稅款，可自行或通過本公司按照《稅收辦法》代為辦理享受有關稅收協定待遇的申請；

企業管治及其他事項

- (3) H股個人股東為與中國簽訂高於10%但低於20%稅率的稅收協定的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將按照相關稅收協定規定的實際稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅；及
- (4) H股個人股東為與中國沒有簽訂稅收協定的國家(地區)的居民或其他情況，本公司派發股息時，將按照20%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅。

通過港股通及H股「全流通」投資本公司H股的中國內地股東的股息所得稅

代扣代繳港股通及H股「全流通」內地個人股東的個人所得稅

根據《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2014]81號)和《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2016]127號)，對通過港股通投資本公司H股的內地個人股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將按照20%的稅率代扣代繳個人所得稅。對通過港股通投資本公司H股的內地證券投資基金股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將按照20%的稅率代扣代繳個人所得稅。對H股「全流通」股東中的個人股東派發中期股息時，本公司有義務代扣代繳20%的個人所得稅。

不代扣代繳港股通內地企業股東的企業所得稅

根據《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2014]81號)和《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2016]127號)，對通過港股通投資本公司H股的內地企業股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將不會代扣代繳企業所得稅，應納稅款由內地企業股東自行申報繳納。其中，內地企業股東連續持有本公司H股滿十二個月取得的股息免徵企業所得稅。

建議本公司H股股東向彼等的稅務顧問諮詢有關擁有及處置本公司H股股份所涉及的中國、香港及其他國家(地區)稅務影響的意見。

已發行股本

茲提述本公司日期為2025年3月27日、2026年1月16日、2026年2月5日及2026年3月11日的公告，本公司於2026年3月11日完成將合共228,344,600股未上市股份轉換為H股。

截至2026年6月30日，本公司股本總額為人民幣245,093,450元，即490,186,900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2026年中期報告及按照香港財務報告準則會計準則的規定編製的截至2026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2026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2026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2026年6月30日止六個月的中期財務資料進行了獨立審閱。

企業管治及其他事項

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2026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)	自上市日期				悉數動用預期 時間表
			於2025年 12月31日 未動用金額 (百萬港元)	報告期內 已動用金額 (百萬港元)	至2026年 6月30日 已動用金額 (百萬港元)	於2026年 6月30日 未動用金額 (百萬港元)	
擴大本集團的銷售網絡	25.0%	630.94	227.43	227.43	630.94	0	不適用
品牌建設活動	20.0%	504.75	78.88	78.88	504.75	0	不適用
海外擴張及收購	15.0%	378.56	363.43	7.13	22.26	356.30	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	28.77	28.77	223.61	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	190.70	19.04	55.48	171.66	於2028年 12月31日之前
化妝藝術培訓機構	6.0%	151.43	130.72	5.21	25.92	125.51	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	111.23	6.01	20.97	105.22	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	0	252.38	於2028年 12月31日之前
合計	100%	2,523.76	1,607.14	372.47	1,289.09	1,234.67	

註： 僅用於說明目的，於2026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。

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2026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 股權總數及 有關股本 類別之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	H股	好倉	174,292,700	
	受控法團	H股	好倉	2,200,000	
	配偶權益	H股	好倉	51,335,200	
				227,827,900	46.48%
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	H股	好倉	44,375,200	
	配偶權益	H股	好倉	174,292,700	
	受控法團	H股	好倉	9,160,000	
				227,827,900	46.48%
毛霓萍女士	實益擁有人	H股	好倉	42,975,200	8.77%
毛慧萍女士	實益擁有人	H股	好倉	36,994,400	7.55%
汪立華先生	實益擁有人	H股	好倉	24,522,800	5.00%
宋虹佳女士	實益擁有人	H股	好倉	19,442,400	3.97%

企業管治及其他事項

附註：

(1) 於2026年6月30日，本公司股份總數為490,186,900股，全部為H股。

(2) 於2026年6月30日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：

合共227,827,900股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的174,292,700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51,335,200股H股；及(iii)智循投資持有的2,200,000股H股。

於2026年6月30日，智循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智循投資持有的本公司股份中擁有權益。

(3) 於2026年6月30日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：

合共227,827,900股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的44,375,200股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的174,292,700股H股；(iii)智循投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2026年6月30日，智循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智循投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，九寰投資由汪立群女士、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九寰投資持有的本公司股份中擁有權益。

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2026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。

企業管治及其他事項

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2026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 股權總數及 有關股份 類別之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	H股	好倉	174,292,700	
	受控法團	H股	好倉	2,200,000	
	配偶權益	H股	好倉	51,335,200	
				227,827,900	46.48%
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	H股	好倉	44,375,200	
	配偶權益	H股	好倉	174,292,700	
	受控法團	H股	好倉	9,160,000	
				227,827,900	46.48%
毛霓萍女士	實益擁有人	H股	好倉	42,975,200	8.77%
毛慧萍女士	實益擁有人	H股	好倉	36,994,400	7.55%
汪立華先生	實益擁有人	H股	好倉	24,522,800	5.00%
新余市智循項目投資 合夥企業(有限合夥) ⁽⁴⁾	實益擁有人 與另一人共同持有權益	H股	好倉	2,200,000 225,627,900	
				227,827,900	46.48%
新余市九寰項目投資 合夥企業(有限合夥) ⁽⁴⁾	實益擁有人 與另一人共同持有權益	H股	好倉	6,960,000 220,867,900	
				227,827,900	46.48%

附註：

(1) 於2026年6月30日，本公司股份總數為490,186,900股，全部為H股。

(2) 於2026年6月30日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：

合共227,827,900股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的174,292,700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44,375,200股H股；(iii)智循投資持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2026年6月30日，智循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智循投資持有的本公司股份中擁有權益。

(3) 於2026年6月30日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：

合共227,827,900股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的44,375,200股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的174,292,700股H股；(iii)智循投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2026年6月30日，智循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智循投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，九寰投資由汪立群女士、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九寰投資持有的本公司股份中擁有權益。

除上文披露者外，於2026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。

企業管治及其他事項

發行債權證

截至2026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」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。

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64頁所載中期財務資料，其中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2026年6月30日的簡明綜合財務狀況表及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有關條文以及香港會計師公會(「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號編製並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，除此之外，本報告不可用作其他用途。吾等不會就本報告的內容向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

2026年8月27日

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	2026年 (未經審核) 人民幣千元	2025年 (未經審核) 人民幣千元
收入	5	3,267,279	2,588,217
銷售成本		(496,896)	(409,298)
毛利		2,770,383	2,178,919
其他收入及收益		43,118	48,464
銷售及分銷開支		(1,550,028)	(1,169,342)
行政開支		(145,235)	(136,375)
金融資產減值虧損淨額		—	(1,073)
其他開支		(47,302)	(25,563)
財務成本		(1,479)	(1,024)
應佔聯營公司利潤		8,272	4,593
除稅前利潤	6	1,077,729	898,599
所得稅開支	7	(271,157)	(228,180)
期內利潤		806,572	670,419
其他全面虧損			
可能於其後期間重新分類至損益之其他全面虧損：			
匯兌差額：			
換算海外經營之匯兌差額		(1,502)	—
可能於其後期間重新分類至損益之其他全面虧損淨額		(1,502)	—
期內其他全面虧損，扣除稅項		(1,502)	—
期內全面收益總額		805,070	670,419

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2026年6月30日止六個月

	附註	2026年 (未經審核) 人民幣千元	2025年 (未經審核) 人民幣千元
以下各方應佔利潤：			
母公司擁有人		805,448	669,765
非控股權益		1,124	654
		806,572	670,419
以下各方應佔全面收益總額：			
母公司擁有人		803,946	669,765
非控股權益		1,124	654
		805,070	670,419
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本(人民幣元)	9	1.64	1.37
攤薄(人民幣元)	9	1.64	1.37

中期簡明綜合財務狀況表

2026年6月30日

	附註	2026年6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2025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	527,367	456,650
使用權資產		686,883	682,121
其他無形資產		2,693	2,757
於聯營公司的投資		52,449	48,177
預付款項、其他應收款項及其他資產		30,723	4,093
遞延稅項資產		64,221	60,369
非流動資產總值		1,364,336	1,254,167
流動資產			
存貨		478,255	518,631
貿易應收款項	11	347,245	240,591
預付款項、其他應收款項及其他資產		98,672	78,401
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產		89,247	—
衍生金融工具		—	5,101
限制性現金	12	2,182	2,171
現金及現金等價物	12	2,780,811	2,441,285
定期存款		789,348	992,638
流動資產總值		4,585,760	4,278,818
流動負債			
貿易應付款項	13	187,282	158,539
其他應付款項及應計費用		510,036	463,391
應付關聯方款項	16	7,809	5,137
撥備		26	16
租賃負債		43,680	36,227
應付稅項		182,387	159,534
流動負債總額		931,220	822,844
流動資產淨值		3,654,540	3,455,974
總資產減流動負債		5,018,876	4,710,141

中期簡明綜合財務狀況表

2026年6月30日

	附註	2026年6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2025年12月31日 (經審核) 人民幣千元
總資產減流動負債		5,018,876	4,710,141
非流動負債			
租賃負債		47,090	40,217
其他應付款項及應計費用		5,181	—
非流動負債總額		52,271	40,217
資產淨值		4,966,605	4,669,924
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	14	245,094	245,094
儲備		4,716,826	4,421,269
		4,961,920	4,666,363
非控股權益		4,685	3,561
權益總額		4,966,605	4,669,924

毛霓萍
董事

毛慧萍
董事

中期簡明綜合權益變動表

截至2026年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔									
			為股份			法定	外匯			
			支付而							
	股本	股份溢價	持有的股份	資本儲備	盈餘儲備	波動儲備	保留利潤	總計	非控股權益	權益總額
	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	人民幣千元
於2026年1月1日(經審核)	245,094	2,342,087	-	2,745	157,581	(863)	1,919,719	4,666,363	3,561	4,669,924
期內利潤	-	-	-	-	-	-	805,448	805,448	1,124	806,572
期內其他全面虧損：										
換算海外經營之匯兌差額	-	-	-	-	-	(1,502)	-	(1,502)	-	(1,502)
期內全面收益總額	-	-	-	-	-	(1,502)	805,448	803,946	1,124	805,070
已購入股份	-	(26,685)	(169)	-	-	-	-	(26,854)	-	(26,854)
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	-	8,652	-	-	-	8,652	-	8,652
向股東宣派的股息	-	-	-	-	-	-	(490,187)	(490,187)	-	(490,187)
於2026年6月30日(未經審核)	245,094	2,315,402	(169)	11,397	157,581	(2,365)	2,234,980	4,961,920	4,685	4,966,605

中期簡明綜合權益變動表

截至2026年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔							
	法定					總計	非控股權益	權益總額
	股本	股份溢價	資本儲備	盈餘儲備	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
於2025年1月1日(經審核)	239,212	2,020,672	15,283	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	8,735	157,581	1,385,390	4,131,070	2,869	4,133,939

中期簡明綜合現金流量表

截至2026年6月30日止六個月

	2026年 (未經審核) 人民幣千元	2025年 (未經審核) 人民幣千元
經營活動所得現金流量		
除稅前利潤	1,077,729	898,599
就以下各項作出調整：		
利息收入	(26,129)	(27,455)
財務成本	1,479	1,024
物業、廠房及設備折舊	30,312	22,511
其他無形資產攤銷	604	400
出售物業、廠房及設備項目的收益	21	—
使用權資產折舊	25,734	19,102
終止租賃收益淨額	(740)	(223)
公允價值收益淨額：		
衍生金融工具	(643)	—
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	(648)	—
貿易及其他應收款項減值虧損淨額	—	1,073
以權益結算的股份獎勵開支	8,652	1,827
存貨撇減撥回至可變現淨值	(813)	(1,376)
應佔聯營公司利潤	(8,272)	(4,593)
外匯差額淨額	45,957	24,156
	1,153,243	935,045
存貨減少／(增加)	41,189	(62,064)
貿易應收款項增加	(106,654)	(77,199)
預付款項、其他應收款項及其他資產增加	(20,275)	(13,431)
限制性現金(增加)／減少	(11)	48,000
貿易應付款項增加	28,743	134,467
其他應付款項及應計費用增加	78,839	78,212
撥備增加／(減少)	10	(67)
應付關聯方及一名董事款項增加	2,672	4,156
經營所得現金	1,177,756	1,047,119
已付所得稅	(252,152)	(216,532)
經營活動所得現金流量淨額	925,604	830,587

中期簡明綜合現金流量表

截至2026年6月30日止六個月

	2026年 (未經審核) 人民幣千元	2025年 (未經審核) 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	(120,449)	(108,805)
購買其他無形資產	(540)	(121)
購買按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	(88,915)	—
物業、廠房及設備預付款項	(26,630)	(5,287)
已收聯營公司股息	4,000	—
出售物業、廠房及設備項目所得款項	20	55
存入定期存款	(828,121)	—
提取定期存款	1,029,241	—
已收投資收入	6,060	—
已收利息	32,108	32,192
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	6,774	(81,966)
融資活動所得現金流量		
發行股份所得款項	—	311,105
已付股息	(490,187)	(352,935)
償還租賃負債的本金部分	(23,064)	(17,788)
已付利息	(1,479)	(1,024)
回購股份	(26,854)	—
償還銀行借款	—	(320,000)
融資活動所用現金流量淨額	(541,584)	(380,642)
現金及現金等價物增加淨額	390,794	367,979
期初現金及現金等價物	2,437,476	2,791,719
匯率變動影響淨額	(47,459)	(24,156)
期末現金及現金等價物	2,780,811	3,135,542
現金及現金等價物結餘分析		
現金及銀行結餘	2,782,993	3,137,709
限制性現金	(2,182)	(2,167)
中期簡明綜合財務狀況表及中期簡明綜合現金流量表 所列現金及現金等價物	2,780,811	3,135,542

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

1. 公司及集團資料

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、汪立群女士、新余市智循項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥))(「智循投資」)及新余市九寰項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥))(「九寰投資」)。

2. 編製基準

截至2026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2025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2025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。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號之修訂	對金融工具的分類及計量的修訂
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號之修訂	依賴自然能源生產電力的合同
香港財務報告準則會計準則的年度改進—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號之修訂

3. 會計政策變動及披露(續)

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：

- (a) 香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂「對金融工具的分類及計量的修訂」澄清，當實體收取合約現金流量的權利屆滿或已轉移時，金融資產將終止確認，而金融負債則於結算日終止確認。該修訂引入一項會計政策選擇，即在結算日之前通過電子支付系統結算的金融負債，如符合指定條件，可終止確認。該修訂澄清了如何評估具有環境、社會及管治及其他類似或有特徵的金融資產的合約現金流量特徵。此外，修訂還澄清了對具有無追索權特徵的金融資產和合同關聯工具進行分類的要求。該修訂還包括指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的權益工具和具有或有特徵的金融工具的投資的額外披露。由於本集團過往年度終止確認金融資產及負債的會計政策與該修訂一致，且本集團並無該修訂所述的金融資產，故該修訂對中期簡明綜合財務資料概無任何影響。本集團將於截至2026年12月31日止年度之本集團綜合財務報表中，就其指定為按公允價值計入其他全面收益的股權投資提供額外披露。
- (b) 香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號「依賴自然能源生產電力的合同」的修訂澄清範圍內合同「自用」規定的應用，並修訂範圍內合同現金流量對沖關係中被對沖項目的指定規定。修訂亦包括額外披露，使財務報表使用者能夠了解該等合同對實體財務表現及未來現金流量的影響。由於本集團並無任何合約在修訂範圍內，故修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。
- (c) 香港財務報告準則會計準則的年度改進—第11卷載列對香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號(及隨附的香港財務報告準則第7號指引)、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號的狹義範圍修訂。修訂包括澄清、簡化、更正或變更，以提高相應香港財務報告準則會計準則的一致性。該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

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

(a) 來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
中國內地	3,260,858	2,587,065
香港	6,421	1,152
收入總額	3,267,279	2,588,217

上述收入資料以客戶所在地為基礎。

(b) 非流動資產

	2026年6月30日	2025年12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(經審核)
中國內地	1,231,346	1,138,069
香港	16,320	7,552
非流動資產總值	1,247,666	1,145,621

上述非流動資產資料以資產所在地為基礎，且不包括金融工具及遞延稅項資產。

5. 收入

本集團收入分析載列如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
客戶合約收入	3,267,279	2,588,217

客戶合約收入的收入分類資料

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
商品或服務類型		
產品銷售	3,195,540	2,520,905
化妝藝術培訓及相關銷售	71,739	67,312
總計	3,267,279	2,588,217

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
地理市場		
中國內地	3,260,858	2,587,065
香港	6,421	1,152
總計	3,267,279	2,588,217

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

5. 收入(續)

客戶合約收入的收入分類資料(續)

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
收入確認的時間		
於某個時間點轉移的商品或提供的服務	3,204,252	2,531,887
隨時間提供的服務	63,027	56,330
總計	3,267,279	2,588,217

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	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本	419,761	338,649
提供化妝藝術培訓服務及相關銷售的成本	26,583	24,946
物業、廠房及設備折舊	30,312	22,511
使用權資產折舊	33,368	26,982
減：在建工程資本化的金額	(7,634)	(7,880)
使用權資產折舊淨額	25,734	19,102
研發成本	18,252	15,257
銀行利息收入	(26,129)	(27,455)
政府補助	(13,064)	(16,255)
外匯差額淨額	45,957	24,156
貿易及其他應收款項減值虧損淨額	—	1,073
存貨撇減撥回至可變現淨值	(813)	(1,376)
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	406,525	366,347
以權益結算的股份獎勵開支	8,652	1,827
退休金計劃供款(界定供款計劃)	29,625	22,965
員工福利開支	41,112	32,576
總計	485,914	423,715

中期簡明綜合財務資料附註

2026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。

香港利得稅

香港利得稅乃就於年內在香港產生的估計應課稅利潤按8.25%的稅率作出撥備，而本集團的若干附屬公司為符合兩級制利得稅稅制資格的實體，則首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%徵稅，其餘應課稅利潤按16.5%徵稅。

中國企業所得稅

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2026年6月30日止六個月，杭州至愛終生化妝品有限公司、杭州星屹股權投資有限公司、杭州迪悅化妝品有限公司的一家附屬公司及杭州毛戈平形象設計藝術有限公司的六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	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
即期一期內支出	275,009	238,893
遞延稅項	(3,852)	(10,713)
期內稅項支出總額	271,157	228,180

8. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
股息	490,187	352,935

本公司2025年股東週年大會於2026年4月24日舉行，會上批准截至2025年12月31日止年度每股人民幣1.00元(含稅)的末期現金股息，合共約人民幣490,187,000元，該股息已於2026年5月26日派付。

董事會建議於2026年10月20日派發截至2026年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.62元(含稅)，總額約為人民幣303,916,000元(截至2025年6月30日止六個月：無)。上述提案將提請其後舉行的臨時股東會審議及批准。

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已發行普通股489,852,380股(截至2025年6月30日止六個月：489,731,958股)的加權平均數計算，經調整以反映期內為股份獎勵安排而持有的股份。

每股攤薄盈利金額根據母公司普通權益持有人應佔期內利潤計算。計算所用普通股加權平均數為用於計算每股基本盈利的期內已發行普通股加權平均數，加上所有潛在攤薄普通股被視為行使而發行的普通股加權平均數(該等潛在攤薄普通股來自本公司授出的獎勵股份)。於截至2025年6月30日止六個月，本集團並無已發行潛在攤薄普通股。

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	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
盈利		
用於計算每股基本及攤薄盈利的母公司普通權益持有人應佔利潤	805,448	669,765

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

9. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利(續)

	股份數目	
	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
股份		
用於計算每股基本盈利的期內已發行普通股加權平均數	489,852,380	489,731,958
攤薄影響 — 普通股加權平均數：獎勵股份	41,409	—
總計	489,893,789	489,731,958

10. 物業、廠房及設備

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
期初賬面值	456,650	278,890
添置	101,070	225,189
期內計提折舊	(30,312)	(47,213)
出售	(41)	(216)
期末賬面值	527,367	456,650

11. 貿易應收款項

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	348,088	241,434
減值	(843)	(843)
賬面淨值	347,245	240,591

11. 貿易應收款項(續)

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：

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
3個月內	346,075	240,062
3至6個月	1,121	921
6至12個月	634	334
1至2年	257	5
2年以上	1	112
總計	348,088	241,434

12. 現金及現金等價物及限制性現金

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
現金及銀行結餘	2,782,993	2,443,456
減：限制性現金	2,182	2,171
現金及現金等價物	2,780,811	2,441,285
以人民幣計值	1,174,342	1,170,773
以港元計值	787,793	393,483
以美元計值	818,676	877,029
現金及現金等價物	2,780,811	2,441,285

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。

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

12. 現金及現金等價物及限制性現金(續)

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：

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
3個月內	186,098	157,590
3至6個月	284	498
6至12個月	667	316
1年以上	233	135
總計	187,282	158,539

貿易應付款項為不計息，且通常於30日至60日內結清。

14. 股本

本公司受託人已根據限制性股份單位激勵計劃的條款，於截至2026年6月30日止六個月內以總代價29,792,000港元在香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)購買本公司337,300股股份。

15. 承諾

本集團於各報告期間末的合約承諾如下：

	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
在建工程	112,968	185,548

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

(a) 於期內，本集團與關聯方進行了以下交易：

附註	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審核)	2025年 人民幣千元 (未經審核)
向以下各方購買產品：		
華美康妍 (i)	30,169	15,688
向以下各方支付租金及物業管理費：		
尚都科技 (ii)	2,445	2,423
許可費支付予：		
毛先生 (iii)	1,303	1,360

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2.98百萬港元。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。

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

16. 關聯方交易 (續)

(b) 與關聯方的未結餘額：

	附註	2026年6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年12月31日 人民幣千元 (經審核)
應付一個關聯方款項(貿易)			
華美康妍	(i)	7,809	5,137

附註：

(i) 於2026年6月30日及2025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。

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、定期存款、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及應付一個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。以下方法及假設乃用於估計公允價值：

本集團與一家商業銀行訂立衍生金融工具。衍生金融工具(包括外幣期權)採用類似遠期定價及掉期模式的估值技術，並採納現值計算進行計量。該等模型納入多項市場可觀察輸入數據，包括對手方信貸質素、外匯現貨及遠期匯率。外幣期權的賬面值與其公允價值相同。

本集團投資於非上市投資，即中國內地銀行發行的結構性存款及理財產品。本集團採用基於具有類似條款及風險之工具之市場利率的貼現現金流量估值模型估計該等非上市投資的公允價值。

17. 金融工具的公允價值及公允價值層級(續)

公允價值層級

下表載列本集團金融工具公允價值計量層級：

按公允價值計量的資產：

於2026年6月30日

	採用以下基準計量的公允價值			總計 人民幣千元 (未經審核)
	於活躍市場 的報價 (第一層級)	重大可觀察 輸入數據 (第二層級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三層級)	
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	
按公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產	—	89,247	—	89,247
總計	—	89,247	—	89,247

於2025年12月31日

	採用以下基準計量的公允價值			總計 人民幣千元 (經審核)
	於活躍市場 的報價 (第一層級)	重大可觀察 輸入數據 (第二層級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三層級)	
	人民幣千元 (經審核)	人民幣千元 (經審核)	人民幣千元 (經審核)	
衍生金融工具	—	5,101	—	5,101
總計	—	5,101	—	5,101

於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團並無任何按公允價值計量的金融負債。

期內，金融資產及金融負債均無第一層級與第二層級公允價值計量之間的轉移，亦無轉入或轉出第三層級的情況(截至2025年6月30日止六個月：無)。

18. 報告期後事項

於截至2026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。

釋義

於本中期報告內，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
「複合年增長率」	指	複合年增長率，指同比增長率，按在特定時期內總增長率百分比的n次方根計算得出。複合年增長率的計算公式為： $(\text{現有價值} / \text{基礎價值})^{(1 / \text{年數})} - 1$
「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
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「本報告日期」	指	2026年8月27日
「智循投資」	指	新余市智循項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱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
「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
「H股全流通」	指	將228,344,600股非上市股份轉換為H股
「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
「九寰投資」	指	新余市九寰項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱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

釋義

「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2026年6月30日止六個月
「限制性股票單位」	指	限制性股票單位賦予承授人在歸屬後獲得H股的有條件權利
「限制性股票單位激勵計劃」	指	本公司股東於2025年12月4日通過決議採納的限制性股票單位激勵計劃
「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