林清轩

Forest Cabin

Shanghai Forest Cabin Cosmetics Group Co., Ltd.

上海林清軒化妝品集團股份有限公司

（於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司）

股份代號: 2657



2026

中期報告

目錄

2 釋義

5 技術詞彙表

8 公司資料

10 財務摘要

11 管理層討論及分析

41 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

65 其他資料

釋義

於本中期報告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。

「公司章程」	指	《上海林清軒化妝品集團股份有限公司章程》(經不時修訂)
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予該詞的涵義
「董事會」	指	本公司董事會
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本中期報告而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣地區
「本公司」	指	上海林清軒化妝品集團股份有限公司，其H股於聯交所上市(股份代號：02657)
「公司法」或「中國公司法」	指	《中華人民共和國公司法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予該詞的涵義
「控股股東組別」	指	具有上市規則所賦予該詞的涵義，並嚴格依據該涵義，包括孫先生、上海房角石、上海元洄、上海元潭、上海泠人及上海元淦，而「控股股東」應指其中任何一名控股股東
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事
「境內未上市股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.20元的普通股，該等股份並無於任何證券交易所上市
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司(或按文義所指，本公司及其任何一家或多家附屬公司)
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.20元的股份，以港元認購及買賣並於香港聯交所上市

「H股股份過戶登記處」	指	卓佳證券登記有限公司
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」及「港仙」	指	香港法定貨幣港元
「香港聯交所」或「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「混沌創新」	指	寧波梅山保稅港區混沌創新二期投資合夥企業(有限合夥)，於2016年12月16日根據中國法律註冊成立的有限合夥企業
「國際財務報告會計準則」	指	國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告會計準則
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士的任何實體或人士
「上市」	指	H股於主板上市
「上市日期」	指	2025年12月30日
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(經不時修訂)
「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM並與其並行運作
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「孫先生」	指	孫來春先生，我們的創始人、董事長、執行董事兼總裁，亦為控股股東組別成員
「招股章程」	指	本公司日期為2025年12月18日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指	截至2026年6月30日止六個月
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會

釋義

「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
「上海房角石」	指	上海房角石管理諮詢有限公司，於2018年8月31日根據中國法律註冊成立的有限公司，為控股股東組別之一
「上海泠人」	指	上海泠人管理諮詢有限公司，於2015年8月19日根據中國法律註冊成立的有限公司，為上海元淦的普通合夥人及控股股東組別之一
「上海元淦」	指	上海元淦投資合夥企業(有限合夥)，於2016年2月4日根據中國法律註冊成立的有限合夥企業，為控股股東組別之一
「上海元洄」	指	上海元洄商務諮詢合夥企業(有限合夥)，於2016年11月14日根據中國法律註冊成立的有限合夥企業，為控股股東組別之一
「上海元潭」	指	上海元潭商務諮詢合夥企業(有限合夥)，於2025年3月25日根據中國法律註冊成立的有限合夥企業，為控股股東組別之一
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.20元的普通股，包括境內未上市股份及H股
「股東」	指	股份持有人
「附屬公司」	指	具有香港法例第622章公司條例第15條賦予該詞的涵義
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

技術詞彙表

本詞彙表載有本中期報告所採用與本公司有關的若干技術詞彙。這些術語及其含義可能有別於標準的行業定義或用法。

「活躍客戶」	指	截至2026年6月30日止，36個月內至少下達一份採購訂單的會員
「抗皺」	指	淡化細紋及皺紋的能力
「山茶花」	指	一種原產於中國的灌木或小喬木，通常生長於海拔300至1,100米的東南部地區。其包括開紅花的紅山茶花及開白花的白山茶花等品種。高山山茶花適應更高海拔的環境，具有明顯的花朵特徵
「山茶花抗皺修護精華油」	指	第五代山茶花精華油
「山茶花黑金時光肽抗皺煥亮精華霜」	指	第二代山茶花煥亮精華霜
「山茶花精華油」	指	核心精華油全系列，統稱為山茶花精華油
「山茶花提取物」	指	從山茶花植物的葉、花或種子中萃取的濃縮成分。該等提取物富含抗氧化物、營養成分及其他有益植物化學物質
「山茶花煥亮精華霜」	指	煥亮精華霜全系列，統稱為山茶花煥亮精華霜
「細胞級」	指	發生於單個細胞層面的過程、作用或現象
「膠原蛋白」	指	存在於人體(尤其是皮膚、肌腱及骨骼)中的結構蛋白，為各種組織提供強度、彈性及支撐
「彩妝」	指	可突出或改變面部或身體外觀的產品，主要包括眼線筆、唇膏、粉底及其他化妝品
「化妝品」	指	以塗擦、噴灑或者其他類似方法，施用於人體表面的任何部位，如皮膚、毛髮、手指甲及腳趾甲、唇齒等，以達到清潔、保養、美容、修飾及改變人體面部及身體外觀，或修正人體氣味以保持良好狀態的產品，包括護膚品、個人護理、彩妝、香水等

技術詞彙表

「暗沉」	指	皮膚缺乏光澤、活力，整體暗淡無光
「一線城市」	指	上海市、北京市、廣州市及深圳市
「GMP」	指	良好生產規範
「KOC」	指	關鍵意見客戶
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「低線城市」	指	包括三線及其他更低線城市
「MITF」	指	黑色素細胞誘導轉錄因子，調控黑色素的生成。它通過結合並激活一系列色素生成相關基因，來促進黑色素的合成：直接調控的靶基因：包括酪氨酸酶(TYR)、酪氨酸酶相關蛋白1(TYRP1)、多巴色素異構酶(DCT)等，這些都是黑色素合成通路中的關鍵酶
「NAD+」	指	煙酰胺腺嘌呤二核苷酸，一種存在於所有活細胞中的輔酶，其通過促進氧化還原反應將電子由一個反應傳遞至另一個反應，於細胞代謝中發揮重要作用
「新一線城市」	指	南京市、武漢市、蘇州市、合肥市、成都市、杭州市、鄭州市、天津市、寧波市、東莞市、長沙市、青島市、西安市、重慶市、無錫市及常熟市
「肽」	指	短鏈氨基酸，在肌膚修護及膠原蛋白合成等各種生物過程中扮演重要角色
「高端護膚品牌」	指	定位於通過提供具有感知價值的產品來滿足消費者對引人艷羨、高品質及尊享性的需求的護膚品牌
「清軒萃」	指	一種含有高山紅山茶花花葉、花朵及花籽油的活性化合物，其透過專有的超臨界萃取技術獲得

「研發」	指	研究及開發
「複購率」	指	按特定期間內購買我們產品兩次或以上的消費者數量除以在同一期間內至少購買一次的消費者數量計算
「零售額」	指	最終消費者購買製成品時支付的貨幣價值
「二線城市」	指	佛山市、瀋陽市、南昌市、蘭州市、昆明市、廈門市、紹興市、溫州市、珠海市、嘉興市、中山市、常州市、金華市、台州市、南通市、濟南市、泉州市、福州市、大連市、煙台市、惠州市、太原市、濰坊市、貴陽市、哈爾濱市、徐州市、石家莊市、南寧市、長春市、保定市、蘭州市、靖江市及崑山市
「肌膚修護」	指	主動幫助皮膚修護、煥活及恢復其天然功能及結構的能力
「護膚品」	指	能夠改善皮膚完整性、舒緩皮膚病並處理皺紋、乾燥等特定皮膚問題的產品
「SKU」	指	庫存單位，有助於識別及追蹤庫存；就此而言，「新SKU」指於特定年度／期間首次推出，且在首個12個月推出期內確認該年度／期間收入的SKU
「熱老化」	指	因長時間暴露在高溫環境中而導致皮膚結構及功能提前衰退
「三線城市」	指	蕪湖市、三亞市、麗水市、九江市、臨沂市、湖州市、鎮江市、威海市、泰州市、株洲市、淄博市、揚州市、烏魯木齊市、呼和浩特市、唐山市、廊坊市、鹽城市、江門市、海口市、銀川市、莆田市、淮安市、漳州市、泰安市、衡陽市、柳州市、綿陽市、宜昌市、蚌埠市、連雲港市、襄陽市、濟寧市、寧德市、岳陽市、汕頭市、上饒市、洛陽市、肇慶市、桂林市、宿遷市、邯鄲市、晉州市、常德市、滄州市、宜春市、滁州市、南充市、遵義市、新鄉市、湛江市、安慶市、安陽市、贛州市、咸陽市、德州市、邢台市、南陽市、六安市、阜陽市、聊城市、信陽市、菏澤市、揭陽市、商丘市、周口市、包頭市、馬鞍山市、鄂爾多斯市、東營市、棗莊市、駐馬店市、安丘市、江陰市、溧陽市及張家港市
「頭部城市」	指	包括一線、新一線及二線城市

公司資料

董事會

執行董事

孫來春先生
孫福春先生(於2026年5月8日獲委任)
高宏旗先生(於2026年5月8日辭任)

職工代表董事

王世家先生(於2026年5月8日獲委任)

非執行董事

景愛梅女士(於2026年5月8日辭任)

獨立非執行董事

朱乾先生
劉玉亮先生
強一嵐女士

審計委員會

朱乾先生*(主席)*
劉玉亮先生
強一嵐女士(於2026年5月8日獲委任)
景愛梅女士(於2026年5月8日辭任)

薪酬委員會

劉玉亮先生*(主席)*
朱乾先生
孫來春先生

提名委員會

孫來春先生*(主席)*
劉玉亮先生
強一嵐女士

聯席公司秘書

曾璐女士
譚栢如女士

授權代表

孫來春先生
譚栢如女士

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

註冊地址

中國上海市
松江區
新橋鎮
新廟三路1177號
1棟2層A區201室

中國總部及主要營業地點

中國上海市
普陀區
同普路339弄3號樓9樓

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

香港法律顧問

競天公誠律師事務所有限法律責任合夥
香港
中環皇后大道中15號
置地廣場
公爵大廈
32樓3203-3209室

合規顧問

邁時資本有限公司
香港
上環
德輔道中188號
金龍中心26樓2602室

H股股份過戶登記處

卓佳證券登記有限公司
香港
夏慤道16號
遠東金融中心17樓

主要銀行

招商銀行股份有限公司
上海宜山支行
中國上海市
徐匯區
虹橋路355號101、102、103-1室

股份代號

02657

公司網站

https://www.forest-cabin.com/

上市日期

2025年12月30日

財務摘要

本集團截至2026年6月30日止六個月的財務摘要與上年同期比較載列如下：

簡明綜合全面收益表

	截至6月30日止六個月		
	2026年	2025年	同比變動
	（人民幣千元，百分比除外）		
	（未經審核）	（經審核）	
收入	**1,499,716**	1,051,768	42.6%
毛利	**1,224,407**	866,206	41.4%
除税前溢利	**302,482**	212,705	42.2%
期內溢利	**255,882**	181,849	40.7%
經調整期內溢利[註]	**285,417**	200,848	42.1%

註： 我們將期內經調整溢利（非國際財務報告準則計量）界定為透過加回上市開支，以股份為基礎的付款及匯兑損失而作出調整的期內溢利。

管理層討論及分析

業務回顧及展望

我們為中國高端國貨護膚品牌，聚焦抗皺緊緻類護膚品市場，並以長期致力於以我們的旗艦品牌「林清軒」提供基於山茶花成分的高端護膚改善方案而著稱。自2012年展開山茶花護膚品研究以來，我們開創了「以油養膚」理念及山茶花面部精華油，並致力於提供安全及有效的護膚產品。首款山茶花精華油於2014年問世，該款產品為我們的核心以油養膚產品線奠定基礎。

業務回顧

我們的產品

山茶花抗皺修護精華油

山茶花抗皺修護精華油(於2014年首次推出的第五代核心大單品)旨在通過促進皮膚年輕化和修護來改善衰老跡象。截至2026年6月30日，該產品自推出以來累計銷售逾7千萬瓶，於所有銷售渠道中按總零售額計，自2014年以來連續12年於所有面部精華油產品中穩居全國榜首。我們利用超過22年的行業經驗，將天然成分和創新技術相結合，以及十年來對高山山茶花的專注研究，創造了這款核心大單品。山茶花抗皺修護精華油採用發酵山茶籽油配製而成，採用分子重組生物發酵技術。這種先進的配方可促進深層細胞年輕化，提供有針對性的抗皺、緊緻及肌膚修護功效。



2026年5月，林清軒山茶花抗皺修護精華油成功入選《世賽文商旅名錄(部分)推薦》，作為「上海禮物」的代表之一，向全球來滬賓客展示國貨高端護膚品牌的匠心實力與東方美學。2026年「618大促」期間，林清軒品牌獲抖音平台面部精華油榜單TOP1、京東平台面部精華油類目成交榜TOP1。



林清軒山茶花抗皺肽微珠精華水

2025年7月，一款精華型爽膚水－林清軒山茶花抗皺肽微珠精華水問世。作為山茶花油凝珠開創者，每瓶蘊含約4,300顆山茶花油凝珠，運用專利微流控懸油鎖鮮技術，實現水油養分同步補給。配方含有6種小分子肽，有助緊緻肌膚及淡化細紋，並搭配源自高海拔地區的雪絨花精萃。該等活性成分可提升肌膚彈性、透亮度及整體膚質。該產品亦採用我們的雙層黏連配方技術，作用於7型+17型膠原蛋白，有助穩固基底膜並為肌膚提供結構支持。

2026年，林清軒山茶花抗皺肽微珠精華水(即「小金珠」精華水系列)獲「ICIC科技創新抗皺產品獎」，微流控懸油鎖鮮技術獲「ICIC科技創新鎖鮮技術獎」。此外，林清軒「小金珠」精華水入選上海市經濟和信息化委員會2026年度「上海時尚出品」名單。2026年「618大促」期間，林清軒品牌獲抖音平台化妝水榜單TOP1。

山茶花黑金時光肽抗皺煥亮精華霜

2025年1月，本公司發佈「林清軒黑金霜2.0」，升級後的山茶花黑金時光肽抗皺煥亮精華霜專注於細胞級皺紋修護，專為改善膠原蛋白流失、暗沉和鬆弛等皮膚問題而配製。該產品蘊含旨在提升細胞內NAD+水平及增強腺苷三磷酸生成的複合成分。其特含多種微肽分子及其他核心成分，可促進維持皮膚緊緻及彈性所需蛋白質的合成。該產品亦搭載抵禦熱老化及環境壓力的技術，有助於抑制膠原蛋白降解。這款精華霜有兩種質地可供選擇，以適應不同的皮膚類型。



2026年，林清軒山茶花黑金時光肽抗皺煥亮精華霜獲ICIC科技創新抗衰產品獎。

林清軒耀白淡斑抗皺精華油



2026年5月，本公司發佈林清軒耀白淡斑抗皺精華油(又稱「林清軒美白精華油」)，該產品搭載林清軒核心專利成分－山茶噬黑677，融合山茶花提取物、光甘草定、己基間苯二酚等多重有效物質，能顯著促進谷胱甘肽過氧化物酶活性、降低酪氨酸酶活性、抑制黑色素合成轉錄因子MITF表達，同時阻斷黑色素轉運、激活細胞自噬，構建了「抗黑－抑黑－減黑－阻黑－噬黑」的5維全鏈路美白淡斑體系。在工藝方面，林清軒採用納米包裹技術將山茶噬黑677製備為平均粒徑27.2納米的顆粒，配合527道爾頓小分子透皮遞送技術，6小時皮膚滲透率顯著高於同濃度精華液，可直達肌底層。

2026年「618大促」期間，林清軒美白精華油獲天貓美白提亮面部精華油新品榜TOP1、京東面部精華新品榜TOP1、抖音面部精油好評榜TOP2。該產品成為林清軒從「以油養膚」延伸至「以油養白」賽道後的代表性產品之一，進一步夯實了品牌在精華油品類的領先地位。

在推動產品上市的同時，本公司同步發佈了國內首部系統闡述「以油養膚」理念應用於美白領域的權威報告－《2026中國以油養白市場洞察藍皮書》，首次從皮膚科學、市場數據和消費者洞察三個維度，論證了「以油養白」的科學性與商業潛力，從理論層面為這一新興品類確立了行業標準與話語權。



林清軒耀白淡斑抗皺雙倉油養面膜

2026年6月，林清軒推出耀白淡斑抗皺雙倉油養面膜(又稱「美白油敷膜」)，進一步拓展「以油養白」的產品應用場景，是林清軒美白系列中繼耀白淡斑抗皺精華油之後的又一核心單品。

產品採用水油雙倉分離設計，將山茶花美白精華油與植萃精華液分倉儲存，使用時即時混合激活，最大限度保留活性成分的新鮮度與功效。搭載林清軒自研核心專利「山茶噬黑677」，通過抗黑、抑黑、減黑、阻黑、噬黑五維全鏈路實現全週期美白淡斑。產品中天然來源成分佔比大於98%，不含色素、酒精及礦油，適配各類膚質日常使用。美白油敷膜通過「油敷」方式實現精華成分的持續滲透與長效鎖護，以油養白、以膜鎖養，為消費者提供進階美白護膚方案。

該產品與同期上市的耀白淡斑抗皺精華油形成「日常精華護理+週期密集護理」的互補組合，標誌着林清軒正持續拓展「以油養白」的護膚體系，推動品牌向美白功效賽道縱深佈局。

研發

林清軒高度重視研發創新，將其視為品牌核心競爭力的基石。我們的研發服務以自主研發為主體，結合戰略合作，專注於山茶花成分及相關護膚技術的深度探索與應用，並貼近消費者需求持續對產品開發進行迭代。截至2026年6月30日，我們擁有151名經驗豐富的研發人員，團隊成員涵蓋植物學、生物學、皮膚學及應用化學等多個領域，其中58%以上擁有碩士或更高學位，確保研發活動的專業性與前瞻性。研發投入方面，報告期內的研發成本為人民幣34.0百萬元，同比增加88.8%，體現本公司對技術創新的長期承諾。

成分

2026年上半年，我們完成了浙江紅山茶(CAMELLIA CHEKIANGOLEOSA)花提取物、浙江紅山茶(CAMELLIA CHEKIANGOLEOSA)葉提取物共2款化妝品新原料的備案，這些自主研發的新原料未來將應用於核心產品當中，為本公司圍繞「浙江紅山茶」心智持續構建原料壁壘。

專利成果

2026年上半年，我們申請了28項專利，其中發明專利申請23項；獲授權18項專利，其中發明專利3項。於2026年6月30日，我們已累計獲得103項專利，其中包括49項與核心成分、技術或山茶花配方相關的發明專利，涵蓋清軒萃、山茶噬黑677等專利成分，為產品差異化提供強力支持。

科研影響力

2026年上半年，我們發表了8篇科技論文，主要聚焦於浙江紅山茶花／葉／籽相關核心原料，對其在成分組成、作用機制、功效等方面進行了深入探究。另外，我們還有11篇會議論文已被IFSCC 2026國際化妝品科技大會接收，並將在大會上展示會議海報。核心成果包括：

- 被IFSCC 2026國際化妝品科技大會接收11篇會議論文，從皮膚細胞層面拓展到細胞器線粒體層面，探討了紅山茶相關核心原料的功效調控機制。

- 在《精細化工》《日用化學工業(中英文)》《中國野生植物資源》《日用化學品科學》等中文核心及普通期刊發表8篇研究，持續對山茶花／葉／籽的多維度開發與功效驗證進行探討，並在靶點機理上進行了深化。

2026年上半年，我們攜手ICIC國際化妝品創新大會舉辦了皮膚抗衰老前沿論壇，圍繞「以油養膚」與「活性鎖鮮」等功效抗衰領域的核心技術方向，與行業專家進行了技術、成分、解決方案的科學探討。

在標準建設方面，2026年上半年公司聯合國家及行業相關部門、協會及領先企業，參與制定並發佈13項國家標準、行業標準、團體標準，方向涵蓋原料標準、產品標準、功效評價方法、測試方法、技術規範等。主要包括：《表面活性劑含水量的測試》《表面活性劑界面張力的測定滴體積法》2項國家標準；《化妝水》《日用化學用品質量追溯體系規範》2項行業標準；《以油養白功效型美白祛斑精華油技術規範》《以油養膚功效型精華油技術規範》《化妝品用原料紫檀芪》等9項團體標準。此外，團體標準中包含了與「以油養膚」「以油養白」相關的4項標準，在持續夯實「以油養膚」科學理念的同時，進一步向「以油養白」細分賽道的規範化發展進行延伸。

銷售網絡

我們已建立綜合銷售網絡，通過線上線下深度融合，戰略性地將多元化的線上渠道與強大的線下佈局相結合。這種線上線下一體化的策略，不僅提升了品牌與消費者的互動深度，也驅動了全渠道的可持續增長。

線下渠道

我們的線下渠道對於建立長期消費者信任及忠誠而言至關重要。通過戰略性佈局全國主要城市，我們構建了廣泛而深入的線下網絡，為品牌與用戶的深度互動提供了堅實基礎。我們的線下渠道包括直營店及門店合作夥伴等線下門店以及向線下零售商、企業客戶及經銷商銷售。我們優先以線下門店的戰略擴張作為品牌發展的基石，大多數的門店設立在商業繁華的高端購物商場內，有助於提升品牌認知度並鞏固我們的高端市場定位。此外，我們通過提供店內體驗式護膚服務，提升客戶體驗，同時直觀展示我們的產品功效。通過真實可感的體驗與個性化服務，我們得以在互動中不斷鞏固客戶關係，將產品價值轉化為客戶對品牌的信任。截至2026年6月30日，我們在全國有638家門店，直營共410家門店。









我們的門店網絡分佈於中國各線級城市。我們不僅保持在頭部城市的佈局，以提升品牌知名度並緊跟市場趨勢，亦不斷滲透消費增長潛力較大的低線城市。儘管低線城市居民收入水平的絕對金額仍低於一線及新一線城市，但近年來該等市場的收入增速已超越高線城市。強勁的收入增長正不斷提升低線城市家庭的購買力及消費能力，推動對高端護膚品的需求。該等市場的消費者愈發願意為功效可靠、品牌口碑卓越的優質產品買單。這一均衡佈局策略確保我們能夠觸達廣泛的消費群體，並在各層級城市中建立品牌知名度。下表載列截至所示日期我們在中國按城市層級劃分的門店覆蓋範圍明細：

	截至6月30日	
	2026年	2025年
一線城市	**73**	61
新一線城市	**202**	171
二線城市	**102**	86
三線城市	**164**	146
其他低線城市	**97**	90
總計	**638**	554

於報告期內，我們於中國各線城市產生的收入實現穩定增長。下表載列於所示期間按中國城市層級劃分的線下門店收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	**佔線下門店收入總額的百分比**	金額	佔線下門店收入總額的百分比
	（人民幣千元，百分比除外）			
一線城市	**44,701**	**13.1**	38,292	13.4
新一線城市	**121,519**	**35.6**	101,543	35.6
二線城市	**43,091**	**12.6**	37,628	13.2
三線城市	**88,633**	**26.0**	70,607	24.8
其他低線城市	**42,994**	**12.7**	37,057	13.0
線下門店收入總額	**340,938**	**100.0**	285,127	100.0

線上渠道

憑藉我們強而有力的品牌形象、產品優勢及透過線下渠道建立的消費者信任，同時，為順應消費者數字化消費習慣的演變，我們正快速拓展以線上直銷及零售商為核心的線上渠道，旨在為客戶提供更為便捷、多元的消費路徑。

我們的線上直銷渠道包括通過主要電商及社交商務平台上的自營店向終端客戶進行銷售。

下表載列於所示期間按渠道劃分的線上直銷收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	佔線上直銷收入總額的百分比	金額	佔線上直銷收入總額的百分比
	（人民幣千元，百分比除外）			
天貓	**119,431**	**12.9**	112,338	18.2
抖音	**595,078**	**64.3**	345,001	55.9
微信	**90,571**	**9.8**	84,056	13.6
京東	**13,014**	**1.4**	8,286	1.3
其他(1)	**107,600**	**11.6**	67,094	11.0
線上直銷收入總額	**925,694**	**100.0**	616,775	100.0

附註：

(1) 其他主要包括拼多多、愛庫存、快手及鯨靈購等社交媒體及電商平台。

採購及生產

採購

我們採用集中且以質量為導向的採購策略，以確保整個產品組合中原材料的穩定性、可追溯性及有效性。我們的採購中心負責統一採購產品配方所需的主要原材料。我們採購若干原材料，包括山茶花籽油、山茶花朵、山茶花葉及山茶花籽餅，該等原材料經過多重加工工序，成為用於生產製成品的半成品原料。截至2026年6月30日，本公司已與浙江省及江西省的9個山茶花種植基地簽訂長期合作協議，該等種植基地的面積合計超過26,000畝，並與其中4個山茶花種植基地簽訂行業獨家供應協議。

生產

為維持高標準及確保產品質量，我們於往績記錄期間已建立核心成分(尤其是山茶花提取物成分)及我們主要護膚產品的內部生產能力。這種方法使我們能夠進行嚴格的質量控制，確保我們產品組合的一致性並增強我們的競爭優勢。截至2026年6月30日，我們在上海營運兩個生產基地，兩者共同構成我們生產基礎設施的支柱，這些設施的總建築面積合共為49,120平方米。值得一提的是，其中上海總廠是參考通常適用於醫藥製造的GMP標準建造的碳中和科研生產製造基地。這些標準遠遠超過化妝品行業的標準，彰顯我們對嚴格質量控制的承諾。

營銷和品牌推廣

於報告期內，我們持續深化線上線下融合的全渠道營銷策略，線上渠道通過天貓、抖音、京東等主流電商平台實現穩健增長，線下渠道通過門店擴張與體驗升級不斷鞏固品牌根基。我們以內容驅動的營銷策略建立品牌心智，圍繞東方植萃護膚理念，通過跨界合作、文化活動、新品發佈及會員體驗等多元化舉措，持續提升品牌知名度與消費者忠誠度。以下是我們於報告期內組織的部分品牌及產品營銷活動：

「林清軒×蘇州博物館」聯名合作

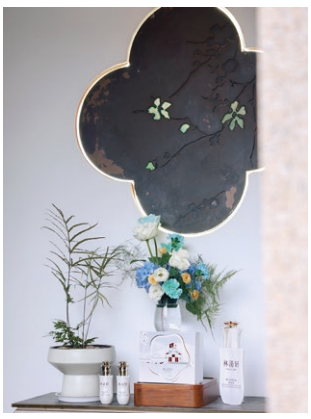
2026年，林清軒與蘇州博物館達成深度戰略合作，以蘇州博物館館藏文物「剔紅海馬紋圓盒」為靈感，推出「金馬紅韻」新年限定禮盒，讓剔紅的層疊光澤與山茶紅的温潤光感在此相遇。金馬踏浪、浪起生花，「花裏有花」的設計巧思呼應馬年「馬上走花路」的美好寓意。聯名禮盒及周邊產品已在線下門店及線上渠道同步發售，並在蘇州博物館「潮品蘇創」博物館文創聯盟等文化展陳場景中集中亮相。

同年，雙方再度攜手，以蘇州博物館建館20週年為契機，推出「光啟雅韻」聯名禮盒。蘇州博物館建築中「讓光線做設計」的哲思，與林清軒「解碼肌膚髮光的秘密」的品牌使命不謀而合。聯名以蘇博標誌性的建築語言為靈感—以軒窗為眼，以幾何光影為韻，糅合品牌標誌性的山茶花輪廓與元素，譜寫一場關於「東方雅韻」的美學共鳴。

兩次聯名合作，是林清軒在文化品牌建設上的重要嘗試，進一步深化了林清軒品牌的文化表達，也讓東方美學成為品牌與新一代消費者深度共鳴的價值紐帶。藉助蘇州博物館在年輕消費群體中的文化影響力，品牌得以有效觸達對國潮文化高度認同的新一代消費者，為品牌文化資產的持續積累注入了新的活力。









豫園燈會

2026年2月，適逢農曆新春佳節，我們參與了上海豫園燈會活動。創始人孫來春先生與聯合創始人孫福春先生共同出席燈會點燈儀式，以傳統文化為媒，將林清軒的東方植萃品牌理念與中國傳統燈會文化深度融合。通過與豫園這一極具東方文化地標的聯動，我們進一步強化了品牌的東方美學底蘊與高端定位，吸引了大量遊客及媒體關注，有效提升了品牌曝光度與文化認同感。





林清軒山茶花藝術節「一花一宇宙」

2026年3月，林清軒以「一花一宇宙」為主題，在上海碳中和科研智造基地舉辦了林清軒山茶花藝術節暨「光白傘」防曬新品發佈會。

成果展以「花的生命史詩」為核心概念，將山茶花從種子、生長到綻放的過程轉化為空間敘事。展覽彙集了10位國內外跨領域藝術家的駐地創作，涵蓋繪畫、攝影、聲音科技與多媒體裝置等多種形式。展陳空間以山茶花的根系、枝幹、葉片、花瓣與花蕊為結構進行分區，構建沉浸式觀展體驗，並同步播放品牌溯源影像，介紹浙江磐安等地佈局山茶花種植基地及原料研究情況。活動期間，林清軒創始人孫來春先生帶領嘉賓沉浸式逛展，與藝術家深入對話，共同詮釋每一件藝術品背後的創作理念。此次「藝術駐地」專案，將林清軒的原料故事從科研語境延伸至文化表達層面。









山茶花春季溯源之旅

2026年3月，我們啟動了山茶花春季溯源之旅，邀請核心會員、媒體及KOL實地走訪浙江磐安等地的紅山茶花種植基地，以實地探訪的方式將品牌「從田間到瓶間」的原料故事轉化為可感知的品牌體驗。

活動期間，參與者深入高山紅山茶花種植園，親身見證林清軒從源頭把控原料品質的完整鏈路，並親手體驗山茶花樹種植過程，深度感知品牌「以油養膚」理念背後的原料根基。此次溯源之旅不僅深化了消費者對品牌原料品質與可持續發展理念的認知，更以實地探訪的方式零距離感受產品的匠心工藝，有效提升了品牌美譽度與消費者信任度。通過KOL與核心會員的實地探訪與真實分享，溯源內容在社交平台形成二次傳播，有效放大了品牌在「山茶花」核心原料心智上的專業認知與可信度。同時，活動中融合的產業共富敘事，也為品牌注入了更具温度的價值底色，使林清軒品牌的文化內涵與社會情懷被更多消費者所感知。











上海辰山國家植物園跨界合作

2026年3月，林清軒與上海辰山國家植物園（中科院上海辰山植物科學研究中心）達成戰略合作，雙方共同為「林清軒×辰山植物園芳香山茶花谷」揭牌。上海辰山國家植物園作為國內頂尖的植物學與園藝學研究機構，擁有深厚的山茶花種質資源與科研積澱。此次合作圍繞四大方向展開：聯合開展山茶新品種選育與本土化馴化、攻關山茶組培富集活性物技術、打造「芳香山茶花谷」主題IP、探索植物資源可持續利用。不僅承載科研培育功能，更將推出四季賞花、主題研學、手作體驗等多元文旅項目，讓遊客完成從「賞花」到「識花」，再到探尋產品背後科學故事的完整體驗鏈路，讓消費者在親身體驗中完成從「認識山茶花」到「理解林清軒科研故事」的價值認知升級，進一步鞏固了林清軒「山茶花護膚」的品牌心智。







品牌代言，演繹東方護膚之美

2026年，林清軒接連官宣兩位代言人，以精細化代言矩陣覆蓋核心產品線，持續提升品牌勢能與消費者認知。兩位代言人分別對應精華油與面霜兩大核心品類，觸達不同消費人群，代言人相關的品牌內容在社交媒體獲得大量曝光與討論，有效提升了品牌在年輕消費群體中的認知度與好感度。

2026年2月，林清軒正式官宣演員于適出任全球品牌代言人(精華油系列)，以「以油養膚，你就『適』光」的全新核心敘事開啟品牌與新一代消費者的深度對話。2026年6月，于適以「美白油店長」身份空降武漢京東MALL，引發廣泛關注。同期，林清軒官宣歌手、演員于文文出任面霜代言人，主推產品為「細胞能量黑金霜」，以「能量內生，『文』定年輕」為核心主張，開啟肌膚能量與女性力量的全新對話。









會員體系

我們建立了覆蓋線上線下的統一會員體系，通過精細化運營提升客戶生命周期價值。根據會員等級提供定制化福利與服務，增強會員歸屬感。我們通過企業微信與會員建立直接連接，推送獨家內容與專屬優惠，提升用戶粘性。同時，我們持續邀請會員參與「山茶花基地溯源之旅」、「山茶花藝術節」、「會員沙龍」、「新品體驗及新品發佈會」等活動，讓會員在實地探訪中零距離感受產品的可持續實踐與匠心工藝，深化會員對品牌價值的認同。

截至2026年6月30日，本公司擁有超過730萬名活躍會員，2026年上半年複購率32.5%。我們通過分層權益體系與深度會員運營，不斷提升客戶忠誠度與品牌粘性，為長期可持續增長奠定堅實基礎。

展望與規劃

我們相信以下戰略規劃為我們未來的持續成功鋪路。

為把握國貨品牌崛起的機遇，本公司堅持長期主義、高質量發展，以高端化、多品牌、全球化為品牌發展主線，以「1+4+N」產品品類矩陣為核心支撐，以「做強線下、做大線上」為渠道保障，以七大核心競爭力與企業文化為底層支撐，構建全方位、多層次、可持續的戰略發展體系，持續鞏固林清軒在高端護膚領域的領先地位。

品牌戰略

高端化：夯實國貨高端標桿地位，提升品牌價值

持續深化高端化佈局，打破國貨「平價替代」的刻板認知，打造可與國際高端品牌同台競技的國貨標桿，推動品牌價值向技術價值、文化價值升級。

- **產品高端化升級**：依託上海工廠「科研－生產」一體化優勢，嚴控產品品質，強化「細胞級抗皺」等核心功效背書，進一步夯實本公司產品在高端化妝品市場的領先地位。

- **渠道高端化深耕**：優化全渠道佈局，聚焦中高端消費場景，線下持續提升單店效能，同時打造極致的護膚體驗；線上深耕天貓、抖音等核心平台，同時傳遞高端品牌形象，推動線上線下渠道協同發力，實現目標消費者的精準觸達與留存。

- **品牌價值高端化塑造**：加大研發投入，增加與知名科研機構深度合作，建立聯合實驗室，突破核心技術瓶頸，以技術實力支撐高端定位。同時，與上海辰山國家植物園等產業合作，培育山茶花新品種，從原料上提升活性成分，進而提升產品功效。在技術與原料上雙重升級，打造能滿足高端護膚需求的產品。

多品牌：突破單一品牌增長邊界，覆蓋細分市場，提升抗風險能力

形成「主品牌定高端、子品牌補細分」的多品牌矩陣，打造多個定位清晰、目標客群明確的子品牌，助力本公司逐步從「產品驅動」向「多品牌共贏」轉型，為長期業績增長開闢新賽道、注入新動能。

- 強化主品牌核心引領作用：林清軒主品牌持續聚焦高端東方植萃護膚賽道，以山茶花精華油為核心大單品，深化「以油養膚」「細胞級抗皺」等核心定位，加大研發投入與品牌文化傳播，打造可與國際高端品牌同台競技的國貨標桿，為子品牌提供品牌背書、資源支撐與管理經驗。主品牌重點承擔「樹立高端形象、積累核心資源、引領技術創新」的職責，持續提升品牌價值與市場影響力，帶動整個品牌矩陣的協同發展。

- 孵化細分賽道子品牌：基於市場需求與本公司資源優勢，內部孵化子品牌，打造差異化產品，覆蓋更多細分需求。同時關注市場上的併購機會，併購文化適配性強的品牌，借助併購品牌的渠道與口碑，加速佈局細分賽道，實現「內生孵化+外延併購」雙輪驅動的多品牌發展模式。

全球化：穩步推進品牌出海，實現文化與市場雙輸出

本集團以「品牌出海而非產能出海」為核心原則，採取「小步慢跑、精準佈局」策略有序拓市，持續向全球輸出中國高山紅山茶花東方文化；戰略層面，本集團即將開設香港黑金形象店，依託香港國際樞紐定位打造全球品牌形象高地，標誌品牌正式邁入國際化關鍵階段；與此同時，本集團已啟動東南亞市場前瞻性佈局，循序推進全域品牌全球化佈局，同步實現文化價值與海外市場雙輸出。

未來，林清軒將逐步落實上述品牌戰略，以高端化鞏固市場地位，以多品牌開闢細分賽道，以全球化拓展增長空間，兼顧短期經營效益與長期品牌價值提升，助力本公司實現高質量可持續發展。

產品戰略

本公司以大單品為核心、全品類協同、全場景覆蓋的產品發展思路，構建「1+4+N」品類矩陣，以核心大單品強勢破圈、主力品類穩定貢獻、創新品類補充延伸為原則，打造結構清晰、梯隊合理、增長可持續的品類矩陣體系。

強化「1」個核心大單品

聚焦山茶花精華油作為品牌第一戰略單品，持續迭代升級配方與工藝，強化「細胞級抗皺」「以油養膚」等核心概念，擴大其在面部精華油賽道的領先優勢。通過大單品深度教育用戶、佔領心智，帶動品牌整體認知提升與複購增長，形成單品強、品牌強、渠道強的正向迴圈。

做大「4」個核心品類產品

圍繞大單品，重點發展面霜、精華水、防曬、面膜四大支柱品類，形成與精華油搭配使用的系統化護膚方案。

豐富「N」個創新及延伸產品

圍繞細分人群、細分場景，拓展N個補充產品，豐富消費場景、填補市場空白，增強品牌抗風險能力與增長彈性。

渠道戰略

本公司堅持「做強線下、做大線上」的全渠道發展戰略，以高端化場景為載體、以數字化運營為抓手、以用戶體驗為核心，構建線上線下深度融合、高效協同、可持續增長的渠道體系。

做強線下：夯實渠道根基，提升單店品質與用戶體驗

以高端化、體驗化、精細化為方向，鞏固線下主陣地，強化品牌形象與用戶黏性。

- 優化門店佈局結構，保持國貨高端護膚品牌線下門店規模與品質領先地位。通過門店形象升級、服務標準升級、體驗場景升級，打造極致體驗空間，強化高端品牌認知。

- 強化門店精細化運營，優化線上引流線下轉化模式，促進納新、提升轉化，實現門店「品質增長，店效增長」。

做大線上：構建全域增長引擎，實現規模化與品牌化協同

以內容化、品牌化、精細化運營為核心，做大線上業務規模，提升增長品質。

- 深化抖音、天貓、京東等主流電商平台運營，強化品牌自播、達人共創、精準投放，提升線上品牌聲量與銷售轉化，構建穩定、健康、可持續的線上增長曲線。

- 優化平台多元化結構，積極佈局高端美妝渠道、私域運營、品牌官方小程序等，形成「公域引流+私域留存+全域轉化」的閉環體系，提升用戶生命周期價值。

- 強化優質內容輸出與功效科普，堅持以產品價值贏得市場，實現線上規模與品牌價值同步提升。

組織支持

為保障戰略高效落地，本公司以七大核心競爭力為筋骨、以企業文化為靈魂，構建權責清晰、執行有力的現代化治理體系與組織保障體系，為長期高質量發展提供堅實支撐。

鍛造七大核心競爭力，打造高效能經營管理體系

本公司持續強化戰略力、產品力、營銷力、門店運營力、成本力、組織力、內控力七大核心競爭力建設，形成「戰略引領、產品驅動、營銷破圈、零售提效、成本精益、組織保障、內控閉環」的一體化經營能力。

堅守企業文化內核，凝聚長期發展精神力量

企業文化是本公司發展的根與魂，林清軒始終以願景、使命、價值觀為指引，統一思想、凝聚共識、驅動行動，成為全體員工共同的價值遵循與行為準則。

使命：用現代科技與天然植萃，解碼肌膚發光的秘密。

願景：讓人類與地球的肌膚更美。

價值觀：以顧客為中心；以商業成果為導向；團隊集體衝鋒；學習標桿，開放自省，複製成功。

未來，本公司將持續以強大組織能力與優秀企業文化為底層支撐，確保戰略穩步落地、高效執行，推動林清軒實現從中國高端護膚標桿向全球領軍品牌的跨越。

財務回顧

收入

按產品類別劃分的收入

下表載列所示期間按產品類別列示的收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	百分比	金額	百分比
	（人民幣千元，百分比除外）			
	（未經審核）		（經審核）	
精華油	514,977	34.3	478,592	45.5
乳液及爽膚水	354,775	23.7	97,408	9.3
面霜	203,393	13.6	153,933	14.6
精華液	161,868	10.8	95,788	9.1
面膜	132,280	8.8	94,997	9.0
防曬霜	44,487	3.0	42,075	4.0
其他化妝品(1)	87,211	5.8	88,593	8.5
其他(2)	725	0.0	382	0.0
總計	1,499,716	100.0	1,051,768	100.0

附註：

(1) 其他化妝品主要由眼霜、潔面乳、身體護理及彩妝組成。

(2) 其他主要為品牌授權費收入。

截至2026年6月30日止六個月，我們錄得收入人民幣1,499.7百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,051.8百萬元增加42.6%，主要由於精華油、乳液及爽膚水和面霜的收入增加。有關增加主要由於新SKU的推出推動產品銷量增長及現有核心大單品的升級。

按銷售渠道劃分的收入

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	（人民幣千元，百分比除外）			
	（未經審核）		（經審核）	
線下渠道	**446,932**	**29.8**	363,474	34.6
線下門店	**340,938**	**22.7**	285,127	27.1
－直營店	**298,763**	**19.9**	252,766	24.0
－門店合作夥伴	**42,175**	**2.8**	32,361	3.1
向線下零售商及企業客戶銷售	**29,433**	**2.0**	8,281	0.8
經銷商	**76,561**	**5.1**	70,066	6.7
線上渠道	**1,052,059**	**70.2**	687,912	65.4
線上直銷	**925,694**	**61.8**	616,775	58.6
向線上零售商銷售	**126,365**	**8.4**	71,137	6.8
其他(1)	**725**	**0.0**	382	0.0
總計	**1,499,716**	**100.0**	1,051,768	100.0

附註：

(1) 其他主要由聯營商及加盟商支付的品牌授權費組成。

我們線下渠道所產生的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣363.5百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣446.9百萬元，主要由於(i)我們通過設立新直營店及與新門店合作夥伴合作擴大線下門店網絡，以及每個門店的銷售額增加，令來自線下門店的收入持續增加；及(ii)我們與線下零售商及企業客戶展開並擴大合作，令來自線下零售商及企業客戶的收入持續增加。

我們線上渠道所產生的收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣687.9百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,052.1百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括：(i)已售存貨成本；(ii)物流及運輸成本；(iii)人力成本；(iv)稅項及附加費；及(v)其他銷售成本。

我們的銷售成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣185.6百萬元增加48.4%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣275.3百萬元，主要由於隨著我們業務增長，已售存貨成本、物流及運輸費用及人力成本有所增加。

毛利及毛利率

我們的毛利指總收入減去總銷售成本，毛利率指毛利除以總收入，以百分比列示。

按產品類別劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示期間按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	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	（人民幣千元，百分比除外）			
	（未經審核）		（經審核）	
精華油	442,596	85.9	412,670	86.2
乳液及爽膚水	284,651	80.2	77,190	79.2
面霜	169,868	83.5	129,049	83.8
精華液	134,781	83.3	81,382	85.0
面膜	102,021	77.1	73,208	77.1
防曬霜	32,453	72.9	32,195	76.5
其他化妝品(1)	57,312	65.7	60,130	67.9
其他(2)	725	100.0	382	100.0
總計	1,224,407	81.6	866,206	82.4

附註：

(1) 其他化妝品主要由眼霜、潔面乳、身體護理及彩妝組成。

(2) 其他主要為品牌授權費收入。

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	（人民幣千元，百分比除外）			
	（未經審核）		（經審核）	
線下渠道	**358,465**	**80.2**	297,213	81.8
線下門店	**289,739**	**85.0**	243,677	85.5
－直營店	**258,222**	**86.4**	219,505	86.8
－門店合作夥伴	**31,517**	**74.7**	24,172	74.7
向線下零售商及企業客戶銷售	**19,174**	**65.1**	5,661	68.4
經銷商	**49,552**	**64.7**	47,875	68.3
線上渠道	**865,217**	**82.2**	568,611	82.7
線上直銷	**772,861**	**83.5**	514,184	83.4
向線上零售商銷售	**92,356**	**73.1**	54,427	76.5
其他(1)	**725**	**100.0**	382	100.0
總計	**1,224,407**	**81.6**	866,206	82.4

附註：

(1) 其他主要由聯營商及加盟商支付的品牌授權費組成。

我們的毛利由截至2025年6月30日止六個月的人民幣866.2百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1,224.4百萬元，主要由於銷售收入的增長。我們的毛利率於截至2025年6月30日止六個月期間及截至2026年6月30日止六個月期間分別為82.4%、81.6%, 基本保持平穩。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益主要包括(i)政府補助，主要指地方政府為鼓勵行業發展而發放的補貼，主要屬一次性性質，且無附帶條件或或有事項，或於符合附帶條件時確認；(ii)按公平值計入損益的金融資產的投資收入，主要指我們理財產品的投資收入；(iii)銀行利息收入；及(iv)其他收益(主要包括保險索償及與門店合作夥伴經營的門店關閉有關的收入(指聯營商及加盟商提前終止門店營運所產生的收入，包括因違約而產生的沒收保證金及罰款)。

我們的其他收入及收益由截至2025年6月30日止六個月的人民幣9.7百萬元增加96.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣19.1百萬元，主要由於銀行利息收入增加。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括(i)營銷及推廣開支；(ii)人力成本；(iii)折舊及攤銷；(iv)門店營運費；及(v)其他(主要包括物流服務費、招待及差旅開支以及辦公室開支)。

我們的銷售及分銷開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣580.6百萬元增加38.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣805.8百萬元，主要由於營銷及推廣開支和人力成本增加。其中，(i)營銷及推廣開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣360.7百萬元增加43.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣518.5百萬元，主要由於提高品牌曝光度，加大品牌宣傳力度及渠道建設投入所致；(ii)人力成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣133.2百萬元增加29.1%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣172.0百萬元，主要由於為支持本集團的業務擴張，於2026年增加銷售員工數量所致。

行政開支

我們的行政開支主要包括：(i)人力成本；(ii)折舊及攤銷；(iii)專業及諮詢費用，主要與外部專家提供的諮詢服務有關，主要包括管理培訓、審核及業務策略諮詢；(iv)上市開支；(v)軟件服務費；(vi)辦公室、物業管理及水電費用；(vii)差旅及業務招待費；及(viii)銀行手續費。

我們的行政開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣61.1百萬元增加20.6%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣73.7百萬元，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。

研發成本

我們的研發開支主要包括(i)人力成本、(ii)測試費用、(iii)直接材料成本及(iv)折舊及攤銷。

我們的研發開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣18.0百萬元增加88.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣34.0百萬元，主要由於開發新品及研發活動增加。

其他開支

其他開支主要包括存貨報損及匯兑損失。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，我們的其他開支分別為人民幣1.0百萬元及人民幣26.8百萬元，主要由於匯兑虧損增加。

財務成本

財務成本包括租賃負債的利息開支及計息銀行借款的利息開支。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，我們的財務成本分別為人民幣2.6百萬元及人民幣2.1百萬元，主要由於本報告期已歸還銀行借款。

金融資產減值虧損撥回

金融資產減值虧損或減值虧損撥回主要指貿易應收款項及其他應收款項的信用虧損或信用虧損撥回。截至2025年6月30日止六個月，我們的金融資產減值虧損撥回為人民幣0.1百萬元，截至2026年6月30日止六個月，金融資產減值虧損撥回為人民幣1.4百萬元，主要由於後續收回貿易應收款項導致預期信貸虧損減少。

所得稅開支

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，我們分別錄得所得稅開支人民幣30.9百萬元及人民幣46.6百萬元，主要由於除稅前溢利增加。

報告期內溢利及全面收益總額

由於上述原因，我們的報告期內溢利及全面收益總額由截至2025年6月30日止六個月的人民幣181.8百萬元增加40.7%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣255.9百萬元。

非國際財務報告準則計量

為補充根據國際財務報告準則會計準則呈列的綜合損益及其他全面收益表，我們亦使用經調整期內溢利作為非國際財務報告準則計量，即國際財務報告準則會計準則並無規定或並非根據國際財務報告準則會計準則呈列。我們相信，非國際財務報告準則計量的呈列，連同相應國際財務報告準則計量一並呈列時，可以為投資者及管理層提供有用資料，以便比較我們不同期間的經營表現，撇除若干非經營性或非經常性開支(不影響本公司的持續經營表現，包括上市開支、以股份為基礎的付款及匯兑損失)。我們將期內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)界定為透過加回上市開支、以股份為基礎的付款及匯兑損失而作出調整的期內溢利。我們截至2026年6月30日止六個月的經調整期內溢利為人民幣285.4百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣200.8百萬元增加42.1%。

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)
	(未經審核)	(經審核)
期內溢利	**255,882**	181,849
加：上市開支	**–**	13,232
以股份為基礎的付款	**4,155**	5,720
匯兑損失	**25,380**	47
經調整期內溢利	**285,417**	200,848

在未來的期間內，或會有其他項目在我們審閱財務業績時不被包括在內。該項非國際財務報告準則計量在用作分析工具時存在局限性，股東及潛在投資者不應將其與根據國際財務報告準則會計準則報告的經營業績或財務狀況分析分開考慮或視作替代或優選方案。此外，該項非國際財務報告準則計量的定義或會與其他公司所用類似詞彙定義不同，故未必可與其他公司的類似計量作比較。

存貨

我們的存貨包括原材料、在製品及製成品。下表載列所示期間我們的存貨明細：

項目	截至2026年6月30日（人民幣千元）（未經審核）	截至2025年12月31日（人民幣千元）（經審核）
原材料	36,900	54,566
製成品	264,968	231,237
在製品	59,586	20,334
存貨跌價	(1,393)	(1,405)
總計	360,061	304,732

我們的存貨由截至2025年12月31日的人民幣304.7百萬元上升18.2%至截至2026年6月30日的人民幣360.1百萬元，主要由於因預測銷售增長而儲備製成品以滿足預期不斷增加的採購需求。

貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據主要指就包裝材料及原材料應付供應商的貿易應付款項及應付票據。貿易應付款項及應付票據通常在30至90天內結清。我們的貿易應付款項及應付票據由截至2025年12月31日的人民幣167.5百萬元下降16.8%至截至2026年6月30日的人民幣139.3百萬元，主要由於結清應付供應商款項。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用由截至2025年12月31日的人民幣261.6百萬元下降19.6%至截至2026年6月30日的人民幣210.3百萬元，主要由於(i)支付員工2025年獎金，令應付工資及福利減少；及(ii)優化線上平台及線下廣告活動的營銷效率，令廣告及推廣服務的應計費用減少。

流動資金及財務資源

流動資金及營運資金來源

我們現金的主要用途是為我們的營運資金需求及其他經常性開支提供資金。於報告期內，我們主要通過經營活動產生的現金為我們的營運提供資金。我們將密切監控我們的營運資金水平，並認真審閱未來現金流量需求，並在必要時調整我們的營運及擴張計劃，以確保我們維持足夠的營運資金以支持我們的業務營運。截至2026年6月30日，我們的現金及現金等價物為人民幣1,217.9百萬元，而截至2025年12月31日為人民幣1,541.5百萬元。

現金流量

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（人民幣千元）	（人民幣千元）
	（未經審核）	（經審核）
經營活動所得現金淨額	**224,240**	37,871
投資活動所用現金淨額	**(417,593)**	(40,083)
融資活動所用現金淨額	**(104,946)**	(36,602)
期初之現金及現金等價物	**1,541,547**	440,322
匯兑差額的影響淨額	**(25,380)**	(47)
報告期末之現金及現金等價物	**1,217,868**	401,461

經營活動所得現金淨額

於截至2026年6月30日止六個月，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣224.2百萬元，主要由於除税前溢利人民幣302.5百萬元，並經以下各項調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣37.6百萬元，匯兑差額淨額人民幣25.4百萬元以及物業、廠房及設備折舊人民幣19.4百萬元；(ii)營運資金變動，主要包括預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣17.3百萬元及存貨增加人民幣55.3百萬元。

投資活動所用現金淨額

於截至2026年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣417.6百萬元，主要由於(i)購買物業、廠房及設備項目人民幣37.9百萬元；及(ii)購買超過3個月的定期存款人民幣378.6百萬元。

融資活動所用現金淨額

於截至2026年6月30日止六個月，融資活動所用現金淨額為人民幣104.9百萬元，主要為(i)依據超額配股權的行使而增發股份募集資金產生現金流入人民幣142.0百萬元；(ii)已付股息人民幣134.5百萬元；及(iii)計息銀行借款到期償還本金及利息產生現金流出人民幣62.7百萬元。

債務

下表載列我們截至所示日期的債務詳情：

	截至2026年6月30日（人民幣千元）（未經審核）	截至2025年12月31日（人民幣千元）（經審核）
即期		
計息銀行借款	–	23,432
租賃負債	40,793	50,509
非即期		
計息銀行借款	–	38,952
租賃負債	52,356	40,884
總計	93,149	153,777

銀行借款

於2026年6月30日，本集團並無銀行借款。於2025年12月31日，本集團銀行借款為人民幣62.4百萬元。

或有負債

截至2026年6月30日，我們並無任何重大或有負債、擔保或本集團任何成員公司待決或面臨的任何重大訴訟或索賠。

承諾

我們的資本承諾主要為物業、廠房及設備以及其他無形資產。我們的資本承諾總額由截至2025年12月31日的人民幣7.1百萬元增加65.4%至截至2026年6月30日的人民幣11.7百萬元。

資本開支

於報告期內，我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備以及購買其他無形資產。截至2026年6月30日止六個月，我們的資本開支為人民幣39.9百萬元。我們擬以經營現金流量、股權及債務融資以及全球發售所得款項淨額共同為未來的資本開支提供資金。

主要財務比率

下表載列截至2025年6月30日止六個月及截至2026年6月30日止六個月的主要財務比率：

項目	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
毛利率(%)[1]	**81.6%**	82.4%
淨溢利率(%)[2]	**17.1%**	17.3%
總資產回報率(%)[3]	**10.1%**	15.7%
流動比率[4]	**4.8**	2.3
速動比率[5]	**4.0**	1.6
資產負債比率(%)[6]	**0.0%**	9.7%

附註：

(1) 毛利率等於毛利除以收入再乘以100%。

(2) 淨溢利率等於期內溢利除以收入再乘以100%。

(3) 總資產回報率等於期內溢利除以期初及期末總資產平均值再乘以100%。

(4) 流動比率按流動資產除以流動負債計算。

(5) 速動比率按流動資產減存貨再除以流動負債計算。

(6) 資產負債比率等於計息銀行借款總額除以權益總額再乘以100%。

所持重大投資

本集團以部分臨時閒置資金(包括業務營運所得盈餘現金)以庫務管理目的而認購由信譽良好的商業銀行發行的結構性存款產品，藉以提高臨時閒置資金的效率、使用率及回報。該等產品具有低風險性質及良好的流動性。本集團預期結構性存款產品將會較中國商業銀行一般提供的活期存款賺取更佳收益率，同時就庫務管理而言，亦為本集團提供靈活性。本集團已實施充分及適當的內部監控程序，確保認購結構性存款產品不會影響本集團的營運資金或業務營運，且該等投資將受到密切監控並根據本集團的庫務政策進行。本公司財務中心負責結合本公司資金管理需求，制定並提交相關方案至總裁審核，相關方案需根據上市規則第十四章之規定，由總裁孫來春、董事會(如適用)及／或股東會(如適用)批准相關方案後由本公司財務中心負責執行。因此，董事會認為，認購結構性存款產品(如下文所列)屬公平合理，並按一般商業條款訂立且認購結構性存款產品符合本公司及股東的整體利益。

緊接於2026年6月30日前，本集團持有結構性存款產品的未贖回本金總額為人民幣370.0百萬元，佔本集團資產總值的14.3%。報告期內，本集團認購的結構性存款產品本金總額為人民幣370.0百萬元及本集團已確認為按公平值計入損益的金融資產的公平值收益的投資收入金額約為人民幣0.3百萬元。

下表載列緊接於2026年6月30日前本集團認購的未到期結構性存款產品的明細：

結構性存款產品發行人名稱	結構性存款產品名稱	存款開始日期	到期日	結構性存款產品本金額	預期年化投資回報率	緊接於2026年6月30日的變現／公平值	佔截至2026年6月30日本集團資產總值的百分比
中國光大銀行	2026年掛鈎匯率對公結構性存款定製第六期產品325	2026年6月15日	2026年6月30日	人民幣370,000,000元	1.8%	人民幣370,259,000元	14.3%

除上述所披露者外，截至2026年6月30日，本集團並無持有任何佔本集團總資產5%或以上的重大投資。

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售

於報告期內，我們並無進行附屬公司、聯營公司及合營企業的任何重大收購或出售。

資產抵押

截至2026年6月30日，我們並無任何已抵押資產。

有關重大投資及資本資產的未來計劃

除本報告及本公司日期為2025年12月18日的招股章程(「**招股章程**」)所披露者外，截至本報告日期，我們並無有關重大投資及收購資本資產的特定未來計劃。

貨幣及匯率波動風險

我們收取的大部分收入均以人民幣計值，大部分支出及資本開支亦以人民幣計值。人民幣為本公司各附屬公司的功能貨幣。我們的外幣風險主要來自銀行結餘中的外幣。截至2026年6月30日，除上述以外幣計值之項目外，我們並無擁有任何其他以外幣計值之貨幣資產或負債。

本集團的外匯風險敞口主要來自美元及港元兑換人民幣的風險。我們通過定期審查外匯風險敞口淨額管理我們的外匯風險，進行風險管理。本集團的管理層持續關注市場環境及本集團自身的外匯風險狀況，並在必要時考慮採取適當的對沖措施。報告期內，本集團並無進行任何外匯風險對沖交易。

僱員及薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團有3,096名僱員。本集團僱用的僱員人數視需要不時變動。截至2026年6月30日止六個月，包括董事薪酬在內的員工成本約為人民幣271.4百萬元。

我們的成功取決於吸引、挽留及激勵合資格人才的能力。僱員薪酬待遇通常包含薪金、花紅及股份激勵計劃。我們設有統一的薪酬管理系統及僱員內部調動管理方法，以確保薪酬及晉升的公平性，系統規定的薪金及晉升決策均基於僱員職位及績效。除薪金外，僱員亦獲得福利待遇，包括醫療保險、退休福利、工傷保險及其他雜項福利。我們為僱員向法定社會保險基金供款，以提供退休、醫療、工傷、生育及失業福利。我們亦為員工提供培訓和發展計劃以提高彼等的技術技能。

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

致上海林清軒化妝品集團股份有限公司董事會
(於中華人民共和國註冊成立的有限公司)

緒言

吾等已審閱載於第42至63頁的中期財務資料，此等中期財務資料包括上海林清軒化妝品集團股份有限公司(「**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以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、權益變動表及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遵守其相關條文及國際會計準則理事會(「**國際會計準則理事會**」)頒布的國際會計準則第34號*中期財務報告*(「**國際會計準則第34號**」)。　貴公司董事須負責根據國際會計準則第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，對本中期財務資料作出結論。本報告僅按照吾等協定的委聘條款向　閣下全體作出，而不作其他用途。吾等不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔責任。

審閱範圍

吾等根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒布的審閱委聘準則第2410號*實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱*進行審閱。審閱中期財務資料包括主要負責財務及會計事務的人員作出查詢，並應用分析性及其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行審計的範圍為小，故無法保證吾等將知悉審計中可能發現的所有重大事項。因此，吾等不發表審計意見。

結論

根據吾等的審閱，吾等並無發現任何事項令吾等認為中期財務資料在各重大方面並未根據國際會計準則第34號編製。

安永會計師事務所
執業會計師
香港
2026年8月31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 （經審核） 人民幣千元
收入	*5*	**1,499,716**	1,051,768
銷售成本		**(275,309)**	(185,562)
毛利		**1,224,407**	866,206
其他收入及收益	*6*	**19,093**	9,704
銷售及分銷開支		**(805,818)**	(580,607)
行政開支		**(73,680)**	(61,093)
研發成本		**(34,036)**	(18,032)
其他開支	*6*	**(26,824)**	(992)
財務成本	*8*	**(2,109)**	(2,616)
金融資產減值虧損撥回	*7*	**1,449**	135
除税前溢利	*7*	**302,482**	212,705
所得税開支	*9*	**(46,600)**	(30,856)
期內溢利及全面收益總額		**255,882**	181,849
以下各方應佔：			
母公司擁有人		**255,882**	181,849
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄			
－期內溢利（人民幣元）	*11*	**1.81**	1.45（經重列）

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	*12*	**260,733**	254,315
使用權資產		**112,902**	110,190
其他無形資產		**8,743**	8,005
遞延税項資產		**77,450**	80,794
其他非流動資產		**3,043**	2,806
非流動資產總值		**462,871**	456,110
流動資產			
存貨	*13*	**360,061**	304,732
貿易應收款項	*14*	**52,881**	96,646
預付款、其他應收款項及其他資產		**117,541**	100,233
定期存款		**378,563**	–
受限制現金	*15*	**–**	1,007
現金及現金等價物	*15*	**1,217,868**	1,541,547
流動資產總值		**2,126,914**	2,044,165
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	*16*	**139,331**	167,499
其他應付款項及應計費用		**210,265**	261,579
合同負債		**38,888**	40,829
計息銀行借款		**–**	23,432
租賃負債		**40,793**	50,509
應付税項		**13,449**	41,546
流動負債總額		**442,726**	585,394
流動資產淨值		**1,684,188**	1,458,771
總資產減流動負債		**2,147,059**	1,914,881

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
非流動負債			
計息銀行借款		–	38,952
租賃負債		52,356	40,884
非流動負債總額		52,356	79,836
資產淨值		2,094,703	1,835,045
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	*17*	28,352	27,933
受託人持有的股份		(7,848)	–
儲備		2,074,199	1,807,112
權益總額		2,094,703	1,835,045

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						
	股本 *(附註17)*	受託人持有的股份	資本儲備*	法定儲備*	以股權結算的股份支付儲備*	保留溢利*	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
於2026年1月1日	27,933	–	1,643,498	13,967	13,180	136,467	1,835,045
期內溢利(未經審核)	–	–	–	–	–	255,882	255,882
期內全面收益總額(未經審核)	–	–	–	–	–	255,882	255,882
因超額配股權獲行使而發行股份(未經審核)	419	–	141,595	–	–	–	142,014
以股權結算的股份支付安排(未經審核)	–	–	–	–	4,155	–	4,155
回購股份(未經審核)	–	(7,848)	–	–	–	–	(7,848)
已付股東股息(未經審核)*(附註10)*	–	–	–	–	–	(134,545)	(134,545)
於2026年6月30日(未經審核)	28,352	(7,848)	1,785,093	13,967	17,335	257,804	2,094,703

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					
	股本 人民幣千元	資本儲備* 人民幣千元	法定儲備* 人民幣千元	以股權結算的股份支付儲備* 人民幣千元	(累計虧損)／保留溢利* 人民幣千元	權益總額 人民幣千元
於2025年1月1日	25,140	698,825	11,129	3,014	(126,034)	612,074
期內溢利(經審核)	–	–	–	–	181,849	181,849
期內全面收益總額(經審核)	–	–	–	–	181,849	181,849
以股權結算的股份支付安排(經審核)	–	–	–	5,720	–	5,720
於2025年6月30日(經審核)	25,140	698,825	11,129	8,734	55,815	799,643

* 該等儲備賬構成於2026年6月30日的中期簡明綜合財務狀況表內的綜合儲備人民幣2,074,199,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣774,503,000元)。

中期簡明綜合現金流量表

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 （經審核） 人民幣千元
經營活動所得現金流量			
除税前溢利		302,482	212,705
就下列各項作出調整：			
財務成本	8	2,109	2,616
按公平值計入損益的金融資產的投資收入	6	(259)	(640)
出售物業、廠房及設備項目的收益	7	–	(7)
終止租賃的收益	7	(90)	(403)
物業、廠房及設備折舊	7	19,379	15,910
使用權資產折舊	7	37,584	33,070
其他無形資產攤銷	7	948	885
存貨跌價撥回	7	(12)	(900)
金融資產減值虧損撥回	7	(1,449)	(135)
以股權結算的股份支付開支	7	4,155	5,720
匯兑差額淨額	7	25,380	47
		390,227	268,868
存貨增加		(55,317)	(103,605)
貿易應收款項減少／(增加)		45,189	(2,761)
受限制現金減少／(增加)		1,007	(9,410)
預付款、其他應收款項及其他資產增加		(17,283)	(31,375)
貿易應付款項及應付票據減少		(28,168)	(24,826)
其他應付款項及應計費用減少		(38,121)	(3,247)
合同負債減少		(1,941)	(2,472)
經營所得現金		295,593	91,172
已付所得税		(71,353)	(53,301)
經營活動所得現金流量淨額		224,240	37,871
投資活動所得現金流量			
購買物業、廠房及設備項目		(37,940)	(39,911)
出售物業、廠房及設備項目所得款項		574	11
購買其他無形資產		(1,923)	(823)
購買按公平值計入損益的金融資產		(370,000)	(200,000)
出售按公平值計入損益的金融資產所得款項		370,259	200,640
購買購入時原到期日超過三個月的銀行存款		(378,563)	–
投資活動所用現金流量淨額		(417,593)	(40,083)

中期簡明綜合現金流量表

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 （經審核） 人民幣千元
融資活動所得現金流量			
發行股份所得款項		**142,014**	–
償還計息銀行借款		**(62,323)**	–
計息銀行借款已付利息		**(413)**	(1,335)
租賃付款的本金部分		**(38,450)**	(32,434)
租賃付款的利息部分		**(1,757)**	(1,353)
購回股份		**(7,848)**	–
已付股息		**(134,545)**	–
發行開支付款		**(1,624)**	(1,480)
融資活動所用現金流量淨額		**(104,946)**	(36,602)
現金及現金等價物減少淨額		**(298,299)**	(38,814)
期初現金及現金等價物		**1,541,547**	440,322
匯兑差額的影響淨額		**(25,380)**	(47)
期末現金及現金等價物	*15*	**1,217,868**	401,461
現金及現金等價物結餘分析			
現金及銀行結餘	*15*	**1,217,868**	412,902
減：受限制現金	*15*	**–**	11,441
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		**1,217,868**	401,461

中期簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

1. 公司資料

上海林清軒化妝品集團股份有限公司為於2011年12月22日在中華人民共和國(「**中國**」)成立的股份有限公司。本公司的註冊辦事處位於中國上海市松江區新橋鎮新廟三路1177號1幢2層A區201室。本公司股份自2025年12月30日起以首次公開發售(「**首次公開發售**」)方式在香港聯合交易所有限公司主板上市(「**上市**」)。

於期內，本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)從事研發、生產及銷售護膚品。

本公司董事認為，本公司最終控股股東為孫來春先生。

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根據國際會計準則第34號*中期財務報告*編製。中期簡明綜合財務資料並不包括年度財務報表中規定的所有資料及披露，並應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

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一致，惟已就本期間的財務資料首次採納下列經修訂國際財務報告準則會計準則。

國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號(修訂本)	*金融工具分類及計量的修訂*
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號(修訂本)	*涉及自然依賴型電力的合同*
國際財務報告準則會計準則年度改進－第11冊	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號的修訂

於報告期間應用經修訂國際財務報告準則會計準則對本集團於本期間及過往期間的財務表現及狀況及／或該等中期簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

4. 經營分部資料

就管理而言，本集團並未根據其服務及產品劃分為業務單位，且僅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。

地區資料

於報告期間，由於本集團的所有收入均來自中國內地客戶，故本集團的業務位於一個地理分部內。本集團的所有非流動資產均位於中國內地。

與主要客戶有關的資料

於報告期間，本集團向單一客戶或共同控制下的一組客戶銷售的收入概無佔本集團收入的10%或以上。

5. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
客戶合同收入	**1,499,716**	1,051,768

客戶合同收入

(a) 收入分拆資料

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
貨品或服務類別		
產品銷售	**1,498,991**	1,051,386
其他	**725**	382
總計	**1,499,716**	1,051,768
收入確認時間		
於某一時間點轉移的貨品	**1,498,991**	1,051,386
隨時間轉移的服務	**725**	382
總計	**1,499,716**	1,051,768

5. 收入(續)

客戶合同收入(續)

(a) 收入分拆資料(續)

下表列示於報告期間開始時計入合同負債的已確認收入金額：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	(未經審核)	(經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
於報告期間開始時計入合同負債的已確認收入：		
產品銷售	39,734	25,565
其他	533	284
總計	40,267	25,849

下表列示按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	(未經審核)	(經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
線上渠道		
線上直銷	925,694	616,775
向線上零售商銷售	126,365	71,137
線下渠道		
線下門店	340,938	285,127
向線下零售商及企業客戶銷售	29,433	8,281
經銷商	76,561	70,066
其他	725	382
總計	1,499,716	1,051,768

5. 收入(續)

客戶合同收入(續)

(b) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

產品銷售

本集團主要通過線上直銷及線上零售商等線上渠道以及直營店、聯營店、加盟店、線下零售商、企業客戶及經銷商直銷等線下渠道向客戶銷售產品。

其他

其他主要指來自聯營商及加盟商支付的品牌授權費的收入。履約責任於提供服務時隨時間履行。一般而言，品牌授權合同期限介乎一至兩年。

分配至於各報告期間結束時餘下履約責任(尚未履行或部分履行)的交易價格金額如下：

	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
預期確認為收入的金額：		
一年內	38,742	40,552
一年後	146	277
總計	38,888	40,829

6. 其他收入及收益以及其他開支

	附註	截至6月30日止六個月 2026年 （未經審核） 人民幣千元	 2025年 （經審核） 人民幣千元
其他收入			
政府補助	*(i)*	5,799	3,840
銀行利息收入		9,694	1,627
保險索償		2,802	2,759
其他		449	428
其他收入總額		18,744	8,654
收益			
終止租賃的收益		90	403
按公平值計入損益的金融資產的投資收入		259	640
出售物業、廠房及設備項目的收益		–	7
收益總額		349	1,050
其他收入及收益總額		19,093	9,704
其他開支			
存貨報損		909	577
匯兑損失		25,380	47
捐款		25	–
其他		510	368
其他開支總額		26,824	992

(i) 該等與收入有關的補助於收取該等獎勵時於損益中確認。該等補助並無任何尚未達成的條件或或有事件。

7. 除税前溢利

本集團的除税前溢利扣除／(計入)下列各項後得出：

	附註	截至6月30日止六個月 2026年 (未經審核) 人民幣千元	 2025年 (經審核) 人民幣千元
已售存貨成本*		199,953	132,781
物業、廠房及設備折舊		19,379	15,910
使用權資產折舊		37,584	33,070
出售物業、廠房及設備項目的收益	6	–	(7)
終止租賃的收益	6	(90)	(403)
其他無形資產攤銷		948	885
研發成本		34,036	18,032
核數師薪酬		600	400
上市開支		–	13,232
僱員福利開支(包括董事、主要行政人員及監事的薪酬)：			
工資及薪金		228,489	157,500
以股權結算的股份支付開支		4,155	5,720
退休金計劃供款、社會福利及其他福利**		38,761	25,688
總計		271,405	188,908
存貨跌價撥回		(12)	(900)
金融資產減值虧損撥回		(1,449)	(135)
不計入租賃負債計量的可變租賃付款		2,013	1,285
與短期租賃及低價值租賃有關的開支		948	912
匯兑差額淨額		25,380	47

* 本中期報告所述已售存貨成本金額不包括計入物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊、存貨減值及僱員福利開支的金額。

** 概無已沒收供款可供本集團(作為僱主)動用以降低現有的供款水平。

8. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
租賃負債的利息開支	**1,757**	1,353
計息銀行借款的利息開支	**352**	1,263
總計	**2,109**	2,616

9. 所得稅

本集團須按實體基準就產生於或來自本集團成員公司註冊及經營所在稅務司法權區的溢利繳納所得稅。

中國企業所得稅

根據《中國企業所得稅法》(「**企業所得稅法**」)及《企業所得稅法實施條例》，本集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，惟本公司享有下文載列的稅項優惠。

本公司被認定為「高新技術企業」，因此於截至2025年12月31日止年度及截至2026年6月30日止六個月享有15%的優惠所得稅稅率。有關資格須經中國相關稅務機關每三年審閱一次。

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅		
期內支出	**43,256**	53,517
遞延所得稅	**3,344**	(22,661)
總計	**46,600**	30,856

9. 所得稅(續)

中國企業所得稅(續)

按本公司及其大多數附屬公司註冊及／或經營所在司法權區的法定稅率計算適用於除稅前溢利的稅項開支與按實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	(未經審核)	(經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
除稅前溢利	**302,482**	212,705
按法定所得稅稅率25%計算的稅項	**75,621**	53,176
不同稅率的影響	**(23,509)**	(21,293)
不可扣稅開支	**2,544**	1,678
確認過往年度結轉的可扣減暫時差額	**(3,234)**	–
研發成本加計扣除額	**(4,822)**	(2,705)
按本集團實際稅率計算的稅項支出	**46,600**	30,856

10. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	(未經審核)	(經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
末期已宣派及派付－每股普通股人民幣0.95元(2025年：零)	**134,545**	–

本公司於2026年5月8日舉行2025年度股東會，會上批准就截至2025年12月31日止年度分派末期現金股息每股普通股人民幣0.95元(含稅，合共約人民幣134,545,000元)，有關股息已於2026年6月18日派付。

於2026年8月31日，董事會建議宣派中期股息每股普通股人民幣1.32元(截至2025年6月30日止六個月：零)，合共約人民幣184,615,000元(截至2025年6月30日止六個月：零)。

11. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額按母公司擁有人應佔期內溢利及期內發行在外普通股加權平均數141,474,967股(截至2025年6月30日止六個月：125,697,835股)計算，並經調整以反映期內股份發行及購回。截至2025年6月30日止六個月呈列的發行在外股份的加權平均數已進行追溯調整，以反映股份拆細的影響，猶如該事項已於最早可比較期間初發生。截至2026年及2025年6月30日止六個月，本集團並無發行在外的潛在攤薄普通股。

每股基本及攤薄盈利基於以下各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2026年（未經審核）	2025年（經審核）
盈利		
母公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	**255,882**	181,849
股份		
計算每股基本盈利所用期內發行在外普通股加權平均數	**141,474,967**	125,697,835(經重列)

12. 物業、廠房及設備

截至2026年6月30日止六個月，本集團以成本人民幣26,371,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣27,001,000元)收購資產。

本集團於截至2026年6月30日止六個月出售賬面淨值人民幣574,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣4,000元)的資產，而並無出售資產的收益(截至2025年6月30日止六個月：人民幣7,000元)。

13. 存貨

	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
原材料	36,900	54,566
製成品	264,968	231,237
在製品	59,586	20,334
	361,454	306,137
存貨跌價	(1,393)	(1,405)
總計	360,061	304,732

14. 貿易應收款項

	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
貿易應收款項	56,600	101,789
減值	(3,719)	(5,143)
賬面淨值	52,881	96,646

本集團的貿易應收款項通常來自線下門店及線上平台的銷售，線下門店及線上平台協助收取銷售所得款項。本集團通常向門店及線上平台授出約1至30天的信貸期，主要客戶的信貸期可延長至最多60天。逾期結餘由高級管理層定期審查。貿易應收款項不計息。於各報告期間結束時，概無應收關聯方款項。

於各報告期間結束時貿易應收款項基於發票日期及扣除虧損撥備後的賬齡分析如下：

	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
1個月內	45,660	79,214
1至3個月	6,938	16,814
3至6個月	257	283
6至12個月	–	166
1至2年	26	165
2至3年	–	4
總計	52,881	96,646

14. 貿易應收款項(續)

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	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
於期初	5,143	2,739
(減值虧損撥回)／減值虧損撥備	(1,424)	2,419
撇銷為無法收回的金額	–	(15)
於期末	3,719	5,143

本集團應用國際財務報告準則第9號訂明的簡化方法計提預期信用虧損撥備，該方法允許就所有貿易應收款項使用全期預期信用虧損撥備。本集團考慮共同信貸風險的特徵及貿易應收款項的賬齡以計量預期信用虧損。大部分應收款項既無逾期亦無減值，並涉及多元化客戶。

為計量預期信用虧損，貿易應收款項已根據共同信貸風險特徵及逾期天數分組。前瞻性資料亦包括在內。於2026年6月30日，預期信用虧損率為6.57%(2025年12月31日：5.05%)。

15. 現金及現金等價物以及受限制現金

	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
現金及銀行結餘	1,217,868	1,542,554
減：受限制現金	–	1,007
現金及現金等價物	1,217,868	1,541,547
以下列貨幣計值：		
人民幣	1,000,627	578,828
美元	217,183	11,258
港元	58	951,461

人民幣不可自由兑換為其他貨幣，然而，根據中國內地的《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，本集團獲准通過獲授權辦理外匯業務的銀行將人民幣兑換為其他貨幣。

15. 現金及現金等價物以及受限制現金(續)

銀行現金按基於每日銀行存款利率的浮動利率賺取利息。短期定期存款為期一天至三個月不等，視乎本集團的即時現金需求而定，並按各自短期定期存款利率賺取利息。銀行結餘存放於信譽良好且近期並無違約記錄的銀行。

截至2026年6月30日，並無銀行結餘被限制動用。截至2025年12月31日，銀行結餘人民幣1,007,000元被限制動用，主要包括用於向一家新成立附屬公司注資的待核實資金。

16. 貿易應付款項及應付票據

於各報告期間結束時，本集團貿易應付款項及應付票據基於發票日期的賬齡分析如下：

	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
1個月內	62,691	94,339
1至3個月	72,494	71,121
3至6個月	2,768	534
6個月至1年	180	792
超過1年	1,198	713
總計	139,331	167,499

貿易應付款項及應付票據為不計息，通常於開具發票後90天期限內清償。

17. 股本

	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
已發行及繳足	**28,352**	27,933

本公司的股本變動概述如下：

	已發行股份數目	股本 人民幣千元
於2026年1月1日	139,664,285	27,933
因超額配股權獲行使而發行股份	2,094,950	419
於2026年6月30日（未經審核）	**141,759,235**	**28,352**

超額配股權已於2026年1月22日獲悉數行使，涉及合共2,094,950股股份，相當於全球發售項下可供認購發售股份總數約15%，每股77.77港元。本公司已於2026年1月27日自配發及發行超額配股股份收取額外所得款項淨額約158,511,000港元（相當於人民幣142,014,000元，經扣除包銷費用及佣金）。

18. 或有負債

期內，本集團並無確認重大或有負債。

19. 承諾

本集團於各報告期間結束時的合同承擔如下：

	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
已訂約但未撥備：		
物業、廠房及設備	**10,263**	5,077
其他無形資產	**1,406**	1,980
總計	**11,669**	7,057

20. 關聯方交易

期內，本集團與關聯方的重大交易如下：

(a) 與關聯方的交易：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
向關聯方銷售產品		
由景愛梅女士控制的公司*	**151**	105
關聯方的租賃		
孫來春先生	**11**	11
由景愛梅女士控制的公司*	**–**	17

* 景愛梅女士於2026年5月8日辭任非執行董事，因此自2026年5月起由景愛梅女士控制的公司不再為本集團的關聯方。

(b) 與關聯方的未償還結餘：

	2026年6月30日	2025年12月31日
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
應收孫來春先生的款項	**10**	10

(c) 本集團主要管理人員的報酬：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	（未經審核）	（經審核）
	人民幣千元	人民幣千元
薪金、津貼及實物福利	**3,021**	2,878
績效相關花紅	**427**	535
退休計劃及社會福利	**439**	435
以股權結算的股份支付開支	**1,408**	1,469
總計	**5,295**	5,317

20. 關聯方交易(續)

(d) 應收關聯方款項：

於2026年6月30日，應收關聯方款項均屬貿易性質、無抵押、免息及須按要求償還。該等與關聯方的結餘的賬面值與其公平值相若，並以人民幣計值。

21. 金融工具的公平值及公平值層級

管理層評估，現金及現金等價物、受限制現金、定期存款、貿易應收款項、貿易應付款項及應付票據、計入預付款、其他應收款項及其他資產的金融資產以及計入其他應付款項及應計費用的金融負債的公平值與其賬面值相若，主要由於該等工具於短期內到期。

本集團的財務部門由財務經理領導，負責制定金融工具公平值計量政策及程序。財務經理直接向首席財務官及審計委員會報告。於各報告日期，財務部門分析金融工具價值的變動並釐定估值所採用的主要輸入數據。估值由首席財務官審閱及批准。

金融資產及負債的公平值按自願各方之間的當前交易(非強迫或清盤銷售)中可交換工具的金額入賬。用於估計公平值的方法及假設如下：

本集團按公平值計入損益的金融資產為存放於中國內地銀行的理財產品，並基於具有類似條款及風險的工具的市場利率使用折現現金流量估值模式估計其公平值。

計息銀行借款及租賃負債非流動部分的公平值使用具有類似條款、信貸風險及剩餘年期工具的現時可得利率折現預期未來現金流量計算得出。於2026年6月30日，本集團本身有關計息銀行借款的不履約風險導致的公平值變動被評估為不重大。

22. 報告期間後事件

於截至2026年6月30日止期間後及直至本報告日期，本公司購回1,899,200股庫存股份（總代價約為94,900,000港元），已付代價將從本公司權益持有人應佔權益中扣除，並作為庫存股份披露。

23. 批准財務資料

財務資料已於2026年8月31日獲董事會批准及授權刊發。

其他資料

董事及主要行政人員於本公司或任何相聯法團的股份、相關股份及債權證之權益及淡倉

截至2026年6月30日，據董事所知，本公司董事或主要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)的任何股份、相關股份及債權證中擁有據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有的任何權益及淡倉)或根據證券及期貨條例第352條須記入由本公司存置的登記冊，或根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

姓名	職位	權益性質	所持股份數目及類別[1]	於相關類型股份的概約持股百分比	於本公司股本總額的概約持股百分比
孫先生[2][3][4]	創始人、董事會主席、執行董事兼總裁	實益擁有人及受控法團權益	33,570,658股境內未上市股份	100.00%	23.68%
			66,140,637股H股	61.13%	46.66%
孫福春先生	執行董事	實益擁有人	1,250,000股H股	1.16%	0.88%

附註：

(1) 截至2026年6月30日，本公司已發行141,759,235股普通股，其中包括33,570,658股境內未上市股份及108,188,577股H股。

(2) 孫先生直接持有19,210,658股境內未上市股份及28,815,987股H股。孫先生持有上海房角石97.5%股權。因此，根據證券及期貨條例，孫先生被視為於上海房角石持有的14,360,000股境內未上市股份及21,540,000股H股中擁有權益。

(3) 孫先生為上海元洄的唯一普通合夥人。因此，根據證券及期貨條例，孫先生被視為於上海元洄持有的本公司股份中擁有權益。

(4) 上海泠人為上海元淦的唯一普通合夥人。上海泠人由孫先生控制。因此，根據證券及期貨條例，孫先生被視為於上海元淦持有的本公司股份中擁有權益。

(5) 所有權益均為好倉。

除上文所披露者外，截至2026年6月30日，概無本公司董事或主要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、相關股份或債權證中擁有：(i)據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有的任何權益及淡倉)；(ii)根據證券及期貨條例第352條須記入其中所述的登記冊的權益或淡倉；或(iii)根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

主要股東於本公司股份及相關股份之權益及淡倉

截至2026年6月30日，據董事所知，除本公司董事及主要行政人員外，以下人士於或被當作或視為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分部的條文須向本公司及聯交所披露，及根據證券及期貨條例第336條記入須由本公司存置的登記冊的權益及／或淡倉（如適用）：

股東姓名／名稱	權益性質	股份數目及類別[1]	於相關類型股份的概約持股百分比[1]	佔本公司股本總額的概約持股百分比[1]
上海房角石	實益擁有人	14,360,000股境內未上市股份	42.78%	10.13%
		21,540,000股H股	19.91%	15.19%
上海元洄	實益擁有人	10,155,000股H股	9.39%	7.16%
上海泠人[2]	受控法團權益	5,555,500股H股	5.14%	3.92%
上海元淦	實益擁有人	5,555,500股H股	5.14%	3.92%
雅戈爾時尚（上海）科技有限公司（「**雅戈爾時尚**」）[3]	實益擁有人	5,645,030股H股	5.22%	3.98%
雅戈爾時尚股份有限公司[3]	受控法團權益	5,645,030股H股	5.22%	3.98%

附註：

(1) 截至2026年6月30日，本公司已發行141,759,235股普通股，其中包括33,570,658股境內未上市股份及108,188,577股H股。

(2) 上海泠人為上海元淦的唯一普通合夥人。因此，根據證券及期貨條例，上海泠人被視為於上海元淦持有的本公司股份中擁有權益。

(3) 雅戈爾時尚由雅戈爾時尚股份有限公司全資擁有。因此，雅戈爾時尚股份有限公司被視為於雅戈爾時尚持有的本公司股份中擁有權益。

(4) 所有權益均為好倉。

除上文所披露者外，截至2026年6月30日，據董事所知，概無其他人士（本公司董事及主要行政人員除外）或法團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分部的條文須向本公司披露，或根據證券及期貨條例第336條記入須由本公司存置的登記冊的任何權益或淡倉。

購買、出售或贖回本公司上市證券

招股章程所述的超額配股權已獲整體協調人(為其本身及代表國際包銷商)於2026年1月22日(星期四)悉數行使，涉及合共2,094,950股H股(相當於任何超額配股權獲行使前全球發售項下初步可供認購發售股份總數約15%)，發售價為每股H股77.77港元(不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費)。

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。截至2026年6月30日，本公司未持有任何上市規則涵義內的庫存股份。於報告期後直至本中期報告日期，本公司已回購1,899,200股H股，總代價約為94.9百萬港元，該等股份已作為庫存股份持有。

上市所得款項用途

本公司於2025年12月30日上市，按發售價每股77.77港元發行13,966,450股H股，本公司已於2026年1月22日獲行使超額配股權並因此於2026年1月27日以相同價格發行2,094,950股H股，每股H股價格淨額約為72.41港元。經扣除全球發售相關包銷佣金、費用及其他開支後，上市所得款項淨額約為1,163.02百萬港元。上市所得款項已經並將繼續按照招股章程所載所得款項擬定用途予以利用。下表載列全球發售所得款項淨額的使用情況：

項目	百分比	所得款項的擬定用途（百萬港元）	截至2026年1月1日未動用的所得款項淨額(百萬港元)	於報告期內已動用所得款項（百萬港元）	截至報告期尚未動用的所得款項（百萬港元）	悉數動用未動用所得款項的預期時間表[1]
品牌價值塑造與傳播	20%	232.60	232.60	69.78	162.82	2028年12月31日
提升全渠道銷售網絡的深化構建	20%	232.60	232.60	120.22	112.38	2028年12月31日
加強生產及供應鏈能力	15%	174.45	174.45	33.08	141.37	2028年12月31日
技術研發及產品組合開拓	15%	174.45	174.45	32.94	141.51	2028年12月31日
內生孵化與外延併購雙輪驅動，打造品牌矩陣	15%	174.45	174.45	0.87	173.58	2028年12月31日
運營及信息基礎設施數字化、智能化建設	5%	58.15	58.15	3.27	54.88	2028年12月31日
營運資金及一般公司用途	10%	116.30	116.30	116.30	0.00	
總計	**100%**	**1,163.02**	**1,163.02**	**376.46**	**786.56**	

附註：

(1) 悉數動用未動用所得款項的預期時間表乃基於本集團的估計，可視乎市場狀況現行及未來的發展而有所變動。

(2) 部分合計數與各加數直接相加之和在尾數上可能存在差異，此差異是由四捨五入造成，而非數據錯誤。

本公司已將尚未動用的所得款項淨額存入持牌商業銀行及／或其他認可金融機構的短期計息賬戶。本公司將遵守有關外匯登記及所得款項匯出的中國法例。招股章程所披露的所得款項淨額的擬定用途及預期動用時間表並無重大變動或延誤。

可換股證券、購股權、認股權證或類似權利

於報告期內及直至本中期報告日期，除本中期報告所披露者外，本公司並無發行任何可換股證券、購股權、認股權證或類似權利。

H股獎勵(現股)計劃

H股獎勵(現股)計劃(「**計劃**」)乃根據於2026年4月10日通過的股東決議案而採納。計劃的目的及目標為認可若干合資格參與者的貢獻，並向彼等提供激勵以留聘彼等參與本集團的持續經營及發展，及吸引合適人才以促進本集團的進一步發展。受計劃條文規限，董事會或授權代表可不時全權酌情選擇任何合資格參與者(不包括除外參與者)作為選定參與者(「**選定參與者**」)參加計劃，並向任何選定參與者授出獎勵，對價(如有)受限於董事會或授權代表可能全權酌情釐定的有關條款及條件。根據計劃可授出獎勵股份的最高數目(不包括根據計劃條款失效的獎勵股份)不得超過7,087,961股H股，佔本公司於本中期報告日期的已發行股份(不包括庫存股份(如有))約5.1%。任何選定參與者根據計劃將獲得獎勵股份的最高數目於任何十二(12)個月期間不得超過已發行股份(不包括本公司庫存股份(如有))總數的1.0%，除非獲股東會批准則作別論。在計劃條款及條件的規限下，待適用於獎勵股份歸屬予有關選定參與者的所有歸屬條件獲達成後，受託機構代表選定參與者持有的相關獎勵權益應按照適用的歸屬時間表歸屬予有關選定參與者，而受託機構應促使將獎勵權益轉讓予有關選定參與者及／或其控制的實體(如受託賬戶或私人公司)。

於2026年6月30日，計劃的剩餘年期約為九年十個月。

有關計劃的詳情，請參見本公司日期為2026年3月18日的通函。

截至2026年6月30日，概無根據計劃授出或同意授出獎勵股份。

報告期後事件

報告期後及直至本中期報告日期，本公司已回購1,899,200股H股並持作庫存股份，總代價約為94.9百萬港元。已支付的代價將從本公司權益持有人應佔權益中扣除，並列作庫存股份披露。

除上文所披露者外，本集團在報告期後及直至本中期報告日期並無發生任何其他重大事件。

中期股息

董事會已決議建議宣派截至2026年6月30日止六個月的中期股息每股股份人民幣1.32元，於本中期報告日期，本公司總股本為141,759,235股股份，扣除本公司已回購並持作庫存股份的1,899,200股H股，假設本公司總股本自本中期報告日期起至2026年中期利潤分配方案實施所確定的記錄日期2026年9月29日(「**記錄日期**」)期間概無變動，中期股息總金額合共為人民幣184,615,246.20元，如記錄日期本公司已發行總股本(不含庫存股份)有調整，每股股息相應調整。惟須待股東於股東會上批准後方可作實。建議中期股息將以港幣派付予本公司H股持有人。以港幣派付的中期股息將按股東會前一個公曆星期中國人民銀行公佈的有關外匯的平均賣出價由人民幣換算為港幣。而向本公司境內未上市股份持有人派付的中期股息將以人民幣派付。本集團並不知悉股東已放棄或同意放棄任何股息的任何安排。

中期股息將派發予記錄日期結束辦公時名列本公司股東名冊之股東。除息日為2026年9月22日(星期二)。為了確定享有中期股息的股東身份，本公司將於2026年9月24日(星期四)至2026年9月29日(星期二)(包括首尾兩天)暫停辦理H股股份過戶登記手續。為享有中期股息，所有股票過戶文件連同有關股票須於2026年9月23日(星期三)下午四時三十分前送達本公司H股股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司(就H股股東而言)或本公司中國總部(就境內未上市股份股東而言)。

根據公司章程第165條之規定，本公司以人民幣向股東宣佈股息。向境內未上市股份股東分派之股息以人民幣支付，向H股股東分派之股息以人民幣計價和宣佈，以港幣支付。經股東會批准後，上述股息預計將於2026年11月17日或之前派付。

股息税項

根據於2008年1月1日生效並於2017年2月24日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國企業所得税法》及其實施條例、國家税務總局於2008年11月6日頒佈並實施生效的《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税有關問題的通知》(國税函[2008]897號)等，中國境內企業就2008年1月1日起財政期間向非居民企業股東分派2008年及以後年度股息時，其須代該等非居民企業股東代扣代繳10%的企業所得税。因此，作為中國境內企業，本公司在向名列於H股股東名冊上的非居民企業股東(即以非個人股東名義持有H股的任何股東，包括但不限於香港中央結算(代理人)有限公司、其他代理人、受託人或以其他組織及集團名義登記的H股股東)分派年度股息前將從中代扣代繳10%作為企業所得税。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或本公司，向主管税務機關提出享受税收協議(安排)待遇的申請，提供證明自己為符合税收協議(安排)規定的實際受益所有人的數據。主管税務機關審核無誤後，將就已徵税款和根據税收協議(安排)規定税率計算的應納税款的差額予以退税。

根據《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),本公司須為H股個人股東代扣代繳個人所得稅。H股個人股東為香港、澳門居民及其他與中國訂立10%稅率稅收協議的國家或地區的居民,本公司將按10%的稅率為該等股東代扣代繳個人所得稅。

H股個人股東為與中國訂立低於10%稅率稅收協議的國家或地區的居民,本公司將按10%的稅率為該等股東代扣代繳個人所得稅。倘該等股東要求退還超出稅收協議項下應繳個人所得稅的金額,本公司可根據相關稅收協議代為辦理享受有關稅收協議待遇的申請,但股東須及時根據《非居民納稅人享受稅收協議待遇管理辦法》(國家稅務總局公告2015年第60號)及相關稅收協議的要求提供相關文件和資訊。經主管稅務機關審核批准後,本公司將協助對多扣繳稅款予以退還。

H股個人股東為與中國訂立高於10%但低於20%稅率稅收協議的國家或地區的居民,本公司將按該等稅收協議規定的適用稅率為該等股東代扣代繳個人所得稅。

H股個人股東為與中國訂立20%稅率稅收協議或未與中國訂立任何稅收協議的國家或地區及其他情況的居民,本公司將按20%的稅率為該等股東代扣代繳個人所得稅。股東務須向彼等的稅務顧問諮詢有關擁有及處置H股所涉及的中國、香港及其他稅務影響的意見。

臨時股東會安排及暫停辦理過戶登記手續

本公司將於2026 年9月18日(星期五)上午十時正在中國上海市普陀區同普路339弄3號樓9樓本公司會議室召開臨時股東會,以供股東審議並酌情批准2026年半年度利潤分配方案、未來三年分紅規劃(2026-2028)、建議採納2026年H股計劃及相關決議案。有關臨時股東會及將於會上審議決議案的詳情載於日期為2026年8月31日的臨時股東會通告。

於2026年9月18日(星期五)名列本公司股東名冊的H股及內資股持有人在完成必要的登記手續後將有權出席臨時股東會。本公司將於2026年9月15日(星期二)至2026年9月18日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續,期間將不會辦理股份過戶登記。

因此,有意出席臨時股東會的股份持有人(如適用)須不遲於2026年9月14日(星期一)下午四時三十分將其各自的股份過戶文件及相關股票送交本公司的H股證券登記處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓)(就H股股東而言)或本公司中國總部(地址為中國上海市普陀區同普路339弄3號樓9樓)(就境內未上市股份股東而言)。

遵守企業管治守則

本公司致力於實現高標準的企業管治，以保障股東權益。本公司的企業管治原則旨在促進有效的內部控制措施，以提高董事會工作的透明度，並加強董事會對全體股東的問責性。

報告期內，本公司已採納企業管治守則，並將其作為自身的企業管治準則。

除下文所披露者外，於上市日期直至本中期報告日期，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。董事會將繼續定期檢討企業管治架構及常規的成效。

根據企業管治守則第2部守則條文第C.2.1條，預期於聯交所上市的公司將遵守董事長與總裁角色應有區分且不應由同一人兼任的規定，但可選擇偏離該規定。本公司未設獨立的董事長與總裁，孫來春先生目前兼任該等兩個職位。董事會認為，由同一人兼任董事長及總裁角色，有助於確保本集團內部領導貫徹一致，使本集團的整體策略規劃更有效及更具效率，並促進本集團管理層與董事會之間的信息交流。特別是，孫來春先生擁有逾20年企業管理經驗。彼於2003年9月創立林清軒品牌，隨後於2011年12月創立本公司。彼深刻的行業洞察力及豐富的企業管理經驗對本集團的戰略規劃及有效的內部管理而言至關重要。董事會認為，現行安排不會損害權力與權限之間的平衡，而此架構將使本公司能夠迅速及有效地作出並執行決策。此外，董事會具備充分的制衡機制，原因為董事會所作決策須經至少過半數董事批准，且董事會的6名董事中有3名為獨立非執行董事。董事會將繼續檢討，並會在計及本集團整體情況後於適當時候將董事長與總裁角色區分。

本公司將繼續定期審閱及監控其企業管治慣例，以確保遵守企業管治守則，並維持本公司高標準的企業管治慣例。

董事進行證券交易

報告期內，本公司已採納標準守則作為規管其董事及擁有本集團或本公司證券內幕消息的僱員進行本公司證券交易的行為守則。

應董事會作出的具體查詢，全體報告期內任職的董事確認，報告期內及直至本中期報告日期，彼等均已遵守標準守則的條文。本公司亦無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

董事資料變動

孫福春先生及王世家先生獲委任為董事，高宏旗先生及景愛梅女士辭任董事，均自2026年5月8日起生效。除上文所披露者外，董事會及根據上市規則第13.51B(1)條須予披露的董事資料並無變動。

根據上市規則的持續披露責任

截至本中期報告日期，本公司並無上市規則第13.20、13.21及13.22條項下的任何披露責任。

審計委員會

審計委員會連同高級管理層成員及核數師審議及檢討本集團於報告期的未經審核中期財務資料及本中期報告，討論了與本公司所採用的會計政策及慣例、風險管理、內部監控及財務報告有關的事宜，並認為該中期財務資料乃根據適用的會計準則、規則及法規編製，並已適時作出適當披露。審計委員會對於本公司所採用的會計處理方法無任何異議。