

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之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就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之任何損失承擔任何責任。

CHICMAX

Shanghai Chicmax Cosmetic Co., Ltd.

上海上美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：2145)

截至2025年6月30日止六個月中期業績公告

上海上美化妝品股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2025年6月30日止六個月(「2025年上半年」)的未經審核綜合中期業績，連同截至2024年6月30日止六個月(「2024年上半年」)的比較數字。

表現摘要

	截至6月30日止六個月		變動 (%)
	2025年	2024年	
	人民幣百萬元		
	(未經審核)		(未經審核)
收入	4,108.0	3,502.4	17.3
毛利	3,102.4	2,679.9	15.8
期內利潤	555.6	412.4	34.7

財務摘要

我們的收入由2024年上半年的人民幣3,502.4百萬元增加至2025年上半年的人民幣4,108.0百萬元。我們的毛利由2024年上半年的人民幣2,679.9百萬元增加至2025年上半年的人民幣3,102.4百萬元。我們2025年上半年期內利潤為人民幣555.6百萬元，而2024年上半年期內利潤為人民幣412.4百萬元。

董事會已於2025年8月28日決議建議向本公司股東(「股東」)派付2025年上半年的中期股息每股人民幣0.5元。上述中期股息的派付仍須待本公司股東在將於2025年9月25日(星期四)舉行的本公司臨時股東會上批准後方可作實，並將於2025年10月28日(星期二)或前後派付予本公司於2025年10月6日(星期一)名列股東名冊的股東。

管理層討論與分析

業務回顧及展望

業務回顧

我們是一家多品牌化妝品公司，專注於大眾護膚產品、母嬰&青少年產品、洗護個護產品、彩妝產品、功效（醫學）護膚產品及高端護膚產品的研發、生產及銷售。我們專注實行多品牌戰略，自成立以來，我們一直奉行該戰略。憑藉逾20年的運營歷史，如今我們為中國化妝品行業內擁有全面的多品牌發展、運營能力和專業知識的領跑者之一，成功打造了多個受歡迎化妝品品牌。我們最初果斷地採取並堅持多品牌戰略，給予我們及時把握市場先機的優勢，讓我們從同業中脫穎而出。

韓束

韓束於2003年推出，定位為「科學抗衰」護膚品牌，專注滿足各年齡段亞洲女性不斷變化的抗衰需求，擁有廣泛的目標客戶群，是定位抗衰護膚品市場的首選品牌。20年多來，韓束持續深耕抗衰領域研究，不斷推出更好的產品，致力於把韓束打造成中國化妝品超級品牌。

2025年上半年，韓束繼續保持線上渠道美妝行業的領先地位。2025年上半年，韓束在抖音平台總成交額（「GMV」）每月均位居美妝品牌第一，並取得「抖音電商護膚品牌總榜H1」第一的亮眼成績。

在產品層面，2025年上半年，韓束在多產品多品類策略取得突破，多款新品取得亮眼成績。新品韓束淨顏清透潔面膏、韓束控油蓬鬆洗發水、韓束煥白緊致身體精華液等分別在抖音清潔面膏、洗發水、身體乳等多個品類榜單排名第一。

2025年上半年，我們持續通過社交媒體平台，在春節、婦女節、母親節等節日推出特別企劃案，通過傳遞愛、女性力量等情感內容，增強品牌與消費者之間的情感連接。此外，韓束聯合知名媒體與頭部主播共創X肽系列成分背書，圍繞品牌20年+的科研歷史展開講述韓束X肽背後的故事。

於2025年上半年，韓束品牌榮登福布斯中國頒發的「福布斯美業卓越品牌100」榜單及中國美妝頒發的「年度護膚品牌」獎項。韓束賦活豐盈緊塑輕潤霜（X肽面霜）獲C2CC傳媒頒發的「ICIC科技創新抗衰產品獎」獎項，iBrandi品創頒發的「品創產品獎」獎項，及榮格頒發的2025個人護理品行業榮格技術創新獎「科學循證個護產品」獎項。

我們致力鞏固韓束作為國內領先科學抗衰品牌的市場地位，抓住中國抗衰護膚產品的市場潛力。我們致力於研發更尖端技術，以更好滿足韓束消費者不斷提高的需求。

韓束於2025年上半年產生的收入為人民幣3,344.0百萬元，較2024年上半年的人民幣2,926.5百萬元增加14.3%，佔我們2025年上半年總收入的81.4%。

***newpage*一頁**

*newpage*一頁品牌於2022年5月推出，是專注敏感肌寶寶的嬰童功效型護膚品牌，由知名演員章子怡女士、育兒專家崔玉濤先生及科學家團隊聯合創立，定位於「醫研共創」，形成用戶+兒科經驗+科研的閉環，主張天然精簡、科普專業、安心有效、環境友好。產品方面，*newpage*一頁已佈局0-18歲全年齡段孩子護膚、洗沐、清潔三大方向。

線上，*newpage*一頁品牌在2025年上半年穩居天貓嬰童護膚榜單前列。2025年「618」期間，*newpage*一頁品牌位於天貓嬰童護膚榜單TOP2、洗護TOP3。

2025年上半年，*newpage*一頁嬰童安心霜在天貓嬰童榜單多次位列第一，僅「618」期間賣出超33萬瓶。另外，夏季應季單品一頁叮叮舒緩噴霧「618」期間熱賣超過21萬瓶，一頁爽身露「618」期間熱賣超過18萬瓶，實現品牌銷量與口碑的雙增長。

隨著對嬰童護膚領域的深入研究，*newpage*一頁洞察不同年齡段兒童肌膚的獨特需求，「*newpage*612」系列和「*newpage*1218」系列以嬰童護膚的高標準，為6-12歲學齡肌、12-18青少年肌推出更具針對性的護膚解決方案，滿足更多精細化的市場需求，讓*newpage*一頁的專業守護伴隨孩子成長。

2025年上半年，*newpage*一頁品牌榮獲華妝會頒發的「年度黑馬品牌」稱號及天貓平台頒發的「天貓金嬰獎年度新銳品牌」稱號。另外，*newpage*一頁品牌獲得櫻桃大賞於「第十屆櫻桃大賞」上頒發的「年度品質國貨大獎」獎項。

2025年上半年，一頁嬰童安心霜被節點財經評為「2024年度增長產品」，及一頁嬰童舒緩特護防曬乳獲ICIC2025評為「ICIC科技創新防曬產品獎」。

*newpage*一頁於2025年上半年產生的收入為人民幣397.3百萬元，較2024年上半年的人民幣161.2百萬元增加146.5%，佔2025年上半年總收入的9.6%。

一葉子

一葉子於2014年推出，主要針對較年輕的用戶。一葉子採用先進技術融合天然成分，創製有效天然的護膚品。

2025年上半年，一葉子品牌全面煥新，重新定位為「專研植萃的科學護膚品牌」，旨在運用現代科技破譯功效植萃能量，深研皮膚科學養護肌膚原生之美。

產品方面，上半年一葉子推出了光蘊煥亮系列產品，5月推出了一葉子黑茶淨顏潔面膏。

一葉子於2025年上半年產生的收入為人民幣88.8百萬元，較2024年上半年的人民幣125.1百萬元減少29.0%，佔2025年上半年總收入的2.2%。

紅色小象

我們於2015年推出紅色小象，以「讓成長更安心」為使命，以科學配方打造適合中國嬰童肌膚以陪伴每個孩子健康快樂成長的專業嬰童護理品牌。

2025年上半年，在品牌層面，紅色小象繼續加強品牌力建設，聚焦全場景的成長守護，結合兒童節推出品牌十周年營銷及公益活動，提升品牌溫度。4月2日世界自閉癥日，紅色小象開設愛心主題繪書療愈課程，鼓勵星星的孩子寫下心願，希望讓更多人看見他們的創造力和願望。六一兒童節，紅色小象走進上海交通大學醫學院附屬上海兒童醫學中心張江院區，準備了1,000份六一關愛禮包，一起與病房中的每個小勇士們共同慶祝節日。

2025年上半年，紅色小象在兒童彩妝與嬰童護膚賽道發佈了兩份行業深度報告。《2025兒童彩妝安全與發展白皮書》系統解析了市場現狀、未來趨勢與核心挑戰，為行業從業者、家長及社會公眾提供了決策參考，有力推動兒童彩妝市場的規範化與健康發展。《2025青少年祛痘健康管理白皮書》深入剖析青少年痤瘡問題，融合醫學背景、市場洞察與科學護理方案，為青少年及其家庭提供了全面、專業的健康管理指導，體現了品牌對用戶群體的深度關懷與專業解決能力。

2025年上半年，紅色小象品牌榮登美麗修行頒發的「美麗修行年度母嬰榜」榜單；紅色小象青甜控油祛痘修護霜榮獲ICIC2025頒發的「ICIC科技創新祛痘產品獎」獎項。

紅色小象於2025年上半年產生的收入為人民幣159.0百萬元，較2024年上半年的人民幣174.1百萬元減少8.7%，佔2025年上半年總收入的3.9%。

其他品牌

為滿足消費者對優質產品不斷增加的需求，我們在各個品類進行多品牌佈局。護膚方面，與昆藥集團合作，推出敏感肌護膚品牌安敏優，以「青蒿油AN+」為核心成分，及推出定位「光白抗衰」的中高端護膚品牌聚光白，並且，正籌備推出與科學家山田耕作合作研發的高端抗衰護膚品牌TAZU。母嬰方面，我們正籌備推出已授權知名IP的同名母嬰品牌麵包超人及奧特曼。洗護方面，我們推出洗護品牌極方，該品牌致力於固韌養發，頭皮減壓。彩妝方面，我們推出與彩妝造型大師共同創立的彩妝品牌NAN beauty，並正籌備推出與知名化妝造型師共同創立的彩妝品牌單彩。

於2025年上半年，我們的產品主要面向大眾市場。我們目前生產供應護膚品、母嬰護理產品、洗護用品，以及一些其他類別作為補充：



研發

我們於2003年開始自主研發活動，一直堅持產品自主研發。我們的雙科研中心致力打造先進的基礎研究及產品開發工作的強大平台，同時貼近消費者需求，進行產品開發及新技術的應用以應對不斷變化的市場。我們致力吸引和培養人才，成立一支擁有豐富研發經驗的強大團隊。我們一直維持高額及有效的研發投資。於2025年上半年及2024年上半年，我們分別產生研發開支人民幣103.1百萬元及人民幣78.3百萬元，同比增長31.7%，分別佔我們收入的2.5%及2.2%。

專利

於2025年上半年，我們新申請27項專利，其中發明專利申請18項；新獲授權12項專利，其中發明專利2項。

文章

2025年上半年，我們在國際權威期刊共發表了四篇文章。在生物活性肽機理研究、精準護膚及安全科學領域取得突破性進展：

1. 抗衰成分創新層面，我們在《Journal of Cosmetic Dermatology》發佈論文《Novel Cyclized Hexapeptide-9 Outperforms Retinol Against Skin Aging: A Randomized, Double-Blinded, Active- and Vehicle-Controlled Clinical Trial》，證實自研「環六肽-9」抗皺緊致功效優於視黃醇且無刺激，為化妝品抗衰成分研發提供新方向；
2. 精準護膚研究領域，我們在2025 IFSCC發佈論文《Assessment of skin physiological changes and efficacy of skincare products in post-menopausal Chinese women》，該研究填補中國絕經後女性皮膚數據空白，驗證「環六肽-9」配方功效，助力銀髮經濟護膚研發；
3. 兒童安全科學領域，我們在《Dermatitis》發佈論文《Consumption and Exposure Assessment of Cosmetic Products Among Chinese Children Aged 0-12 Years》，基於648名兒童研究，揭示關鍵暴露數據，為兒童化妝品安全標準提供實證；
4. 安全評估技術領域，我們在《日用化學工業》發佈論文《基於斑馬魚胚胎發育毒性的嬰童化妝品安全性評價方法的建立和評估》創新斑馬魚胚胎毒性檢測模型，檢出準確率高，符合國際3R原則，降低行業檢測成本與周期，為嬰童化妝品安全評價提供了科學新路徑。

獎項

2025年上半年，應用在紅蠻腰系列、X肽系列等產品的，由上美股份自主研發並完成備案的成分「環六肽-9」榮獲「InnoCosme Awards美耀年度功效原料獎」及「ICIC科技創新矚目原料獎」雙項殊榮。

僱員及薪酬政策

截至2025年6月30日，我們有2,455名全職僱員，其中2,358名全職僱員居於中國，而97名全職僱員居於海外。2025年上半年的總薪酬成本為人民幣369.9百萬元，而2024年上半年為人民幣271.7百萬元，維持合理的薪酬增長以確保本集團於人力資源市場具有強大的競爭優勢。

我們通過校園招聘、招聘會、招聘機構以及內部及外部推薦招聘僱員。我們致力於在我們所有的僱用實踐中提供公平及平等的機會，並已採納政策及程序（包括由第三方設計的候選人能力分析模型），以確保公平的選拔及僱用程序。作為挽留策略的一部分，我們向僱員提供具競爭力的薪金、其他保險待遇及與績效掛鈎的激勵計劃，這通常按個別僱員的表現及我們業務的整體業績而定。

我們為新入職僱員提供有關我們文化、業務及行業的入職培訓，從而增進彼等對本公司的了解及提升彼等履行職責的能力。我們亦定期為僱員提供量身定制的內部培訓課程，旨在提高彼等的技術技能，或安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為部分僱員提供管理技能培訓機會，以幫助彼等轉變為管理角色。

資本開支

本集團於2025年上半年的資本開支為人民幣130.7百萬元，主要與新物業、廠房及設備項目人民幣129.5百萬元及其他無形資產人民幣1.2百萬元有關。

使用權資產及租賃負債

國際財務報告準則第16號－租賃（國際財務報告準則第16號）於2019年1月1日生效。在開始日期，本集團需確認使用權資產及租賃負債。相關的使用權資產及租賃負債位於中國及海外。於2025年6月30日，本集團的使用權資產為人民幣108.4百萬元（於2024年12月31日為人民幣125.7百萬元）及其租賃負債為人民幣30.8百萬元（於2024年12月31日為人民幣51.5百萬元）。於2025年上半年，使用權資產折舊開支為人民幣18.5百萬元，而租賃負債的利息開支為人民幣0.9百萬元。

展望

我們致力於推行「六六」戰略，通過六大競爭面、六大板塊規劃推動整體業務增長，以支撐本集團的可持續發展。

六大競爭面：

1. 保持組織驅動領先，以人才支撐集團可持續發展

我們認為，具備優秀的管理或技術技能的人才我們的寶貴資產，是為客戶提供持續創新優質產品的源動力，是成就一個多品牌化妝品集團的必備條件。貫徹「多元、樂觀、創新及傳承」的企業價值觀，我們計劃不斷完善企業架構及企業文化，吸引人才。

我們將繼續聚焦於完善我們的招聘及培訓體系，招聘具有國際視野的人才，如雙一流及QS200等名校畢業生。透過與高校合作成立聯合培養項目，更有效地物色合適人才。為在招聘市場保持競爭力，我們力求提供行業領先的薪酬福利制度，打通晉升通道，形成科學的人才選拔及激勵機制。此外，我們將對僱員實行輪崗輪值，以推行全能型僱員模式，防止職級固化。透過運用扁平、有效的管理體系，我們鼓勵基層員工發揮創造力，保持管理和技術人員的積極性和穩定性。我們的目標是在僱員中建立企業文化及團隊氛圍，增強員工的歸屬感，並為僱員提供人才培訓體系，實現個人成長，支撐本集團多個品牌的運營及發展。

2. 保持研發領先，持續投入研發，推動產品創新，做出消費者喜愛的產品

利用我們在中國及海外的先進研發及生產能力，我們將增加對護膚領域熱點核心成分的基礎研究項目的投資例如抗衰老技術、皮膚屏障修復技術，包括開發新原材料、新技術及新配方；以及對應用科學項目的投資，包括原料及配方的應用，改善消費者的整體膚感。我們目前已構建了上美自主科研體系，目標打破國際科研壁壘。我們將繼續開展新品牌、新產品的試點項目，改善消費者體驗，滿足消費者多樣化需求，最終創造更多增長機遇。

3. 人工智能(AI)領先，引入AI管理工具，提高本集團管理及運營效率

我們引入領先的AI工具用於智能化處理大量的數據和信息，進行智能數據分析及預測，為決策提供數據支持，進一步優化資源分配和利用，提高本集團管理及運營效率、創新能力和競爭力。

4. 保持營銷領先，繼續加強和擴大產品營銷網絡，普及用戶並建立消費者心智

我們將充分利用優勢資源，採取更強有力和更有效的競爭策略和營銷手段，增加各銷售渠道的廣度和深度，尤其是進一步深化線上各電商平台以及線下全渠道的營銷推廣，除繼續保持韓束在抖音渠道的領先地位擴大領先優勢、帶動本集團更多的品牌在抖音實現突破之外，要在天貓／淘寶、京東、快手等平台取得更好的發展。

5. 保持智能化生產領先，加快本集團智能化生產，提升生產效率和標準化產品質量

我們將繼續結合實際生產和運營，設計和確立本集團智能化改造的方向和規劃，綜合應用人工智能和其他技術，建設和完善智能化生產線，提高本集團的生產效率和提升標準化產品質量。

6. 推動本集團戰略從「個性化」發展到「共性化」發展，以平台推動發展，進一步拓展業務

我們的目標是通過與人才和商業夥伴的多元化合作，實現我們的業務發展。我們致力於聚集人才，為他們提供廣闊的平台，幫助他們實現發展。我們將繼續加強與多方合作夥伴的合作，打造品牌孵化平台，不斷實現業務的突破。

六大板塊規劃：

我們在現有多品牌矩陣搭建基礎上，未來十年將有更廣泛的戰略佈局，搭建大眾護膚、母嬰&青少年護膚、洗護個護、彩妝、功效(醫學)護膚、高端護膚的六大板塊，拓展我們在化妝品行業的業務邊界。

展望未來，我們承諾向世界傳遞中國品牌力，提升國貨化妝品的品牌形象。我們的目標是通過發展我們的研發能力、業務版圖及品牌知名度，成為世界一流的化妝品集團。

財務回顧

收入

我們的收入主要來自化妝品生產及銷售。由於本集團主要品牌之一韓束產生的收入增加，2025年上半年，本集團的收入為人民幣4,108.0百萬元，相比2024年上半年的人民幣3,502.4百萬元增加17.3%。

按品牌劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)		(未經審核)	
	(未經審核)		(未經審核)	
韓束	3,344.0	81.4	2,926.5	83.6
newpage一頁	397.3	9.6	161.2	4.6
一葉子	88.8	2.2	125.1	3.5
紅色小象	159.0	3.9	174.1	5.0
其他品牌 (附註)	118.9	2.9	115.5	3.3
總計	<u>4,108.0</u>	<u>100.0</u>	<u>3,502.4</u>	<u>100.0</u>

附註：其他品牌主要包括安敏優、極方等。

2025年上半年，韓束應佔本集團的收入為人民幣3,344.0百萬元，相比2024年上半年的人民幣2,926.5百萬元增加14.3%，主要是由於韓束品牌的整體升級和擴充品類帶來的收入增長，及各渠道收入持續增長。

2025年上半年，newpage一頁應佔本集團的收入為人民幣397.3百萬元，相比2024年上半年的人民幣161.2百萬元增加146.5%，主要是由於newpage一頁明星單品帶動品牌整體銷量快速增長。

2025年上半年，一葉子應佔本集團的收入為人民幣88.8百萬元，相比2024年上半年的人民幣125.1百萬元減少29.0%，主要是由於我們現正將一葉子轉型調整所致。

2025年上半年，紅色小象應佔本集團的收入為人民幣159.0百萬元，相比2024年上半年的人民幣174.1百萬元減少8.7%，主要是由於品牌轉型調整初見成效，跌幅收窄。

按銷售渠道劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
	(未經審核)		(未經審核)	
線上渠道	3,808.7	92.7	3,171.5	90.6
線上自營	3,421.0	83.3	2,745.2	78.4
線上零售商	349.5	8.5	290.6	8.3
線上分銷商	38.2	0.9	135.7	3.9
線下渠道	268.8	6.5	300.8	8.6
線下零售商	153.7	3.7	164.4	4.7
線下分銷商	115.1	2.8	136.4	3.9
其他	30.5	0.8	30.1	0.8
總計	<u>4,108.0</u>	<u>100.0</u>	<u>3,502.4</u>	<u>100.0</u>

2025年上半年，線上自營銷售應佔本集團的收入為人民幣3,421.0百萬元，相比2024年上半年的人民幣2,745.2百萬元增加24.6%，主要是由於韓束品牌勢能增強，線上自營能力提升。

2025年上半年，線上零售商銷售應佔本集團的收入為人民幣349.5百萬元，相比2024年上半年的人民幣290.6百萬元增加20.3%，主要是由於韓束在京東等線上零售商帶來的收入增加。

2025年上半年，線上分銷商銷售應佔本集團的收入為人民幣38.2百萬元，相比2024年上半年的人民幣135.7百萬元減少71.8%，主要是由於我們調整線上銷售策略以加強我們的線上自營銷售渠道。

2025年上半年，線下零售商銷售應佔本集團的收入為人民幣153.7百萬元，相比2024年上半年的人民幣164.4百萬元減少6.5%，主要是由於消費習慣的改變，線下消費場景減少。

2025年上半年，線下分銷商銷售應佔本集團的收入為人民幣115.1百萬元，相比2024年上半年的人民幣136.4百萬元減少15.6%，主要是由於線下消費場景減少，戰略性減少分銷商合作。

按類別劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)		(人民幣百萬元，百分比除外)	
	(未經審核)		(未經審核)	
護膚	3,423.9	83.3	3,108.3	88.8
母嬰護理	556.7	13.6	337.3	9.6
其他	127.4	3.1	56.8	1.6
總計	<u>4,108.0</u>	<u>100.0</u>	<u>3,502.4</u>	<u>100.0</u>

2025年上半年，護膚應佔本集團的收入為人民幣3,423.9百萬元，相比2024年上半年的人民幣3,108.3百萬元增加10.2%，主要是由於韓束產生的收入增加所致。

2025年上半年，母嬰護理應佔本集團的收入為人民幣556.7百萬元，相比2024年上半年的人民幣337.3百萬元增加65.0%，主要是由於newpage一頁產生的收入增加所致。

毛利及毛利率

2025年上半年，本集團的毛利為人民幣3,102.4百萬元，相比2024年上半年的人民幣2,679.9百萬元增加15.8%。我們於2025年上半年及2024年上半年的毛利率分別為75.5%及76.5%，毛利率維持穩定。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2024年上半年的人民幣39.2百萬元增至2025年上半年的人民幣179.5百萬元，主要是由於按公平值計入損益的金融資產投資收益以及政府補助增加。

銷售及分銷開支

2025年上半年，本集團的銷售及分銷開支佔本集團收入的百分比為56.9%，相比2024年上半年的57.6%有所減少；銷售及分銷開支為人民幣2,336.8百萬元，相比2024年上半年的人民幣2,016.6百萬元增加15.9%，主要是由於公司實際經營需要，品牌宣傳和渠道建設的投入增加，及與銷售及分銷工作有關的僱員福利開支增加。

行政開支

2025年上半年，本集團的行政開支為人民幣152.8百萬元，相比2024年上半年的人民幣113.8百萬元增加34.3%。2025年上半年的行政開支主要包括僱員福利開支（包括董事酬金）人民幣56.0百萬元、專業及諮詢費人民幣10.1百萬元、折舊及攤銷開支人民幣21.8百萬元、辦公及能耗開支人民幣50.5百萬元及其他人民幣14.4百萬元。

研發成本

2025年上半年，本集團的研發成本為人民幣103.1百萬元，相比2024年上半年的人民幣78.3百萬元增加31.7%，主要是由於研發活動增加。

金融資產減值虧損淨額

2025年上半年，本集團的金融資產減值虧損淨額為人民幣3.2百萬元，相比2024年上半年的虧損人民幣5.0百萬元有所減少，主要是由於貿易應收賬款壞賬準備減少。

其他開支

2025年上半年，本集團的其他開支為人民幣18.8百萬元，相比2024年上半年的人民幣30.8百萬元減少39.0%，主要是由於按公平值計入損益的金融資產投資損失減少。

財務成本

2025年上半年，本集團的財務成本為人民幣2.8百萬元，相比2024年上半年的人民幣3.2百萬元減少12.5%，主要由於租賃負債利息下降。

所得稅開支

2025年上半年，本集團的所得稅開支為人民幣109.5百萬元，相比2024年上半年的人民幣56.1百萬元有所增加。

上半年內利潤

綜上所述，我們於2025年上半年及2024年上半年的期內利潤分別為人民幣555.6百萬元及人民幣412.4百萬元。

流動資金及資本資源

於2025年上半年，本集團經營活動所得現金約為人民幣385.6百萬元，而2024年上半年為人民幣217.3百萬元。截至2025年6月30日，本集團有現金及現金等價物約人民幣660.9百萬元及外部銀行借款約人民幣270.0百萬元，而於2024年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣459.4百萬元及外部銀行借款約人民幣60.1百萬元。

資產負債方面，於2025年上半年及2024年上半年，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36.7%及38.7%。於2025年6月30日及2024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1.9倍及1.8倍。於2025年上半年及2024年上半年，本集團的淨資產負債率（界定為計息銀行及其他借款以及租賃負債總額除以權益總額）分別為12.0%及5.7%。於2025年6月30日，除於綜合財務報表及有關附註披露者外，本集團並無重大或然負債。憑藉所持有的現金及銀行結餘，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。

於2025年6月30日，本集團的計息銀行及其他借款為人民幣270.0百萬元，包括按實際年利率1.10%至3.00%計息的銀行貸款（即期）人民幣270.0百萬元。截至2025年6月30日，本集團的計息銀行及其他借款為人民幣270.0百萬元，相比2024年12月31日的人民幣60.1百萬元增加349.3%，主要由於本集團發展新業務的需要。

預付款項、其他應收款項及其他資產

截止2025年6月30日，本集團的預付款項、其他應收款項及其他資產合計人民幣993.5百萬元，相比2024年12月31日的人民幣727.5百萬元增長36.6%，主要是為了進一步提升品牌曝光度和推動銷售增長。預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括預付款項人民幣526.5百萬元，可抵扣進項增值稅人民幣106.4百萬元，按金及其他應收款項人民幣162.6百萬元，第三方平台數字錢包餘額人民幣100.7百萬元，預付非流動資產人民幣72.3百萬元及其他人民幣25.0百萬元。

資產抵押

於2025年6月30日，本集團並無任何有抵押銀行借款（於2024年12月31日為零）。

於2025年6月30日，本集團的信用證保證金及銀行保證金金額為零（於2024年12月31日為零）。

重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於2025年4月17日，本公司、上海蠻力實業有限公司（「上海蠻力」）、廣州樂創拉手文化產業投資合夥企業（有限合夥）（「廣州樂創」）、宋洋女士及上海青道企業管理有限公司（「上海青道」）訂立合資合作協議（經同日的補充協議補充）（「合資合作協議」），據此，本公司、上海蠻力、廣州樂創、宋洋女士及上海青道同意成立合資公司（「合資公司」），而本公司、宋洋女士及上海青道同意以現金向合資公司分別出資人民幣5,100,000元、人民幣500,000元及人民幣500,000元，分別佔合資公司初始註冊資本總額的51%、5%及5%。於合資合作協議日期，宋洋女士為執行董事且成立合資公司構成上市規則第14A章項下本公司的關連交易。由於成立合資公司的最高適用百分比率超過0.1%但低於5%，成立合資公司僅須遵守上市規則第14A章項下的申報及公告規定，惟獲豁免遵守通函及獨立股東批准規定。有關上述交易的進一步詳情，請參閱本公司日期為2025年4月17日的公告。

除上文所披露者外，於2025年6月30日，本集團並無持有任何重大投資。本集團於報告期內並無作出任何重大投資、重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

理財政策及所承受匯率波動風險

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。本集團在中國香港及海外子公司以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及日圓、港元、新加坡元、美元及越南盾。本集團有部分現金及銀行存款以日圓、港元、新加坡元、美元及越南盾計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。於2025年上半年，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。

財務資料

董事會宣佈，本集團截至2025年6月30日止六個月之綜合中期業績連同截至2024年6月30日止六個月的比較數字如下：

中期簡明綜合損益表

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 (未經審核) 人民幣千元
收入	4	4,108,001	3,502,399
銷售成本		(1,005,577)	(822,520)
毛利		3,102,424	2,679,879
其他收入及收益		179,473	39,186
銷售及分銷開支		(2,336,808)	(2,016,569)
行政開支		(152,814)	(113,759)
研發成本		(103,136)	(78,324)
金融資產減值虧損淨額		(3,194)	(4,986)
其他開支		(18,793)	(30,759)
財務成本	6	(2,800)	(3,156)
應佔以下各方的利潤及虧損：			
合營企業		—	(2,243)
聯營公司		797	(757)
除稅前利潤	5	665,149	468,512
所得稅開支	7	(109,549)	(56,087)
期內利潤		555,600	412,425
以下各方應佔：			
母公司擁有人		524,156	401,199
非控股權益		31,444	11,226
		555,600	412,425
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄			
一期內利潤	9	人民幣1.32元	人民幣1.01元

中期簡明綜合全面收益表
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 (未經審核) 人民幣千元
期內利潤	<u>555,600</u>	<u>412,425</u>
其他全面收入		
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面 收入／(虧損)：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>9,000</u>	<u>(10,299)</u>
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面 收入／(虧損)淨額	<u>9,000</u>	<u>(10,299)</u>
期內全面收入總額	<u>564,600</u>	<u>402,126</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	533,156	390,900
非控股權益	<u>31,444</u>	<u>11,226</u>
	<u>564,600</u>	<u>402,126</u>

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		748,446	674,078
投資物業		6,234	6,829
預付款項、其他應收款項及其他資產		72,258	76,646
使用權資產		108,354	125,663
其他無形資產		12,150	13,511
於合營企業的投資		—	429
於聯營公司的投資		130,921	109,667
遞延稅項資產		99,004	118,934
非流動資產總值		1,177,367	1,125,757
流動資產			
存貨	10	682,701	690,639
貿易應收款項及應收票據	11	373,698	425,557
預付款項、其他應收款項及其他資產		921,229	650,871
按公平值計入損益的金融資產		138,976	244,324
現金及現金等價物		660,909	459,449
流動資產總值		2,777,513	2,470,840
流動負債			
貿易應付款項	12	589,591	638,407
其他應付款項及應計費用		436,977	472,143
計息銀行及其他借款		270,031	60,080
租賃負債		23,694	42,143
應付稅項		113,954	129,190
流動負債總額		1,434,247	1,341,963
流動資產淨值		1,343,266	1,128,877
總資產減流動負債		2,520,633	2,254,634

中期簡明綜合財務狀況表（續）

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
非流動負債			
租賃負債		7,103	9,448
其他應付款項		8,644	10,516
		<u>15,747</u>	<u>19,964</u>
非流動負債總額		15,747	19,964
資產淨值		2,504,886	2,234,670
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本		398,072	398,025
儲備		2,031,066	1,793,163
		<u>2,429,138</u>	<u>2,191,188</u>
非控股權益		75,748	43,482
權益總額		2,504,886	2,234,670

中期簡明綜合財務資料附註

1. 公司資料

上海上美化妝品股份有限公司（「本公司」）為一家於2004年6月11日在中華人民共和國成立的有限責任公司。註冊辦事處位於上海市徐匯區全州路8.10號3層308-3室。本公司於2020年12月24日由有限公司改制為股份制公司。本公司於2022年12月22日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

董事認為，控股股東為呂義雄先生。

於期內，上海上美化妝品股份有限公司及其附屬公司（「本集團」）主要從事以下業務：化妝品的研發、生產及銷售。

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已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不包括年度財務報表所需的所有資料及披露，應與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 經營分部資料

地區資料

來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
中國內地	4,086,696	3,497,958
其他國家／地區	21,305	4,441
總收入	<u>4,108,001</u>	<u>3,502,399</u>

上述收入資料乃基於客戶所在地。

4. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
客戶合約收入		
銷售貨品	4,104,861	3,498,509
運輸服務	3,140	3,890
總計	<u>4,108,001</u>	<u>3,502,399</u>

分拆收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
貨品或服務類型		
銷售貨品	4,104,861	3,498,509
運輸服務	3,140	3,890
總計	<u>4,108,001</u>	<u>3,502,399</u>

收入確認時間		
於某個時間點轉讓的貨品	4,104,861	3,498,509
隨時間推移轉讓的服務	3,140	3,890
總計	<u>4,108,001</u>	<u>3,502,399</u>

5. 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	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
已售存貨成本	1,005,577	822,046
物業、廠房及設備折舊	44,198	34,266
使用權資產折舊	18,529	17,626
無形資產攤銷	1,361	1,381
工資及薪金	284,850	199,320
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	64,565	52,923
以股份為基礎的酬金開支	3,584	5,817
外匯差額	1,712	(2,795)
營銷及推廣開支	2,069,112	1,694,868
存貨減值及報廢	14,925	18,906
利息開支	2,800	3,156
金融資產減值虧損淨額	3,194	4,986
出售物業、廠房及設備項目的虧損／(收益)	1,147	(570)
按公平值計入損益的金融資產公平值(收益)／虧損淨額	(3,703)	10,089
出售按公平值計入損益的金融資產所得收益	(24,630)	(5,581)

6. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
銀行及其他借款利息	1,939	1,509
租賃負債利息	861	1,647
總計	2,800	3,156

7. 所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期－中華人民共和國(「中國」)	88,386	86,451
即期－其他司法權區	1,233	440
遞延稅項	19,930	(30,804)
	<u>109,549</u>	<u>56,087</u>
期內稅項開支總額	<u>109,549</u>	<u>56,087</u>

8. 股息

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
宣派末期每股普通股人民幣0.75元 (2024年：人民幣0.75元)	298,519	298,468

於2025年8月28日，董事會建議中期股息每股普通股人民幣0.5元(截至2024年6月30日止六個月：人民幣0.75元)，合共約人民幣199百萬元(截至2024年6月30日止六個月：約人民幣299百萬元)。

截至2024年12月31日止年度向全體股東宣派的末期股息約人民幣299百萬元已於2025年7月悉數派付。

9. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃按母公司普通權益持有人應佔期內利潤及於期內發行在外的普通股加權平均數398,025,197股(截至2024年6月30日止六個月：397,958,610股)計算得出。

本集團於截至2025年及2024年6月30日止期間並無任何發行在外的潛在攤薄股份。

每股基本盈利乃根據以下數據計算：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
盈利		
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	<u>524,156</u>	<u>401,199</u>
	股份數目	
	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
股份		
用於計算每股基本盈利的期內發行在外的 普通股加權平均數	398,025,197	397,958,610
每股基本盈利(人民幣元)	<u>1.32</u>	<u>1.01</u>

10. 存貨

	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)
原材料	150,230	160,253
在製品	25,722	21,371
製成品	506,749	509,015
總計	<u>682,701</u>	<u>690,639</u>

11. 貿易應收款項及應收票據

	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	386,754	439,090
應收票據	2,683	905
減值	(15,739)	(14,438)
貿易應收款項及應收票據淨額	<u>373,698</u>	<u>425,557</u>

於報告期末，根據發票日期及扣除虧損撥備後的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	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)
1年內	366,174	419,137
1年以上	7,524	6,420
總計	<u>373,698</u>	<u>425,557</u>

12. 貿易應付款項

於報告期末的貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	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)
1年內	588,969	637,926
1年以上	622	481
總計	<u>589,591</u>	<u>638,407</u>

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司認識到良好的企業管治是提升本公司管理、保護本公司股東整體利益的重中之重。於企業管治守則修訂本（「**新企業管治守則**」）於2025年7月1日生效前，本公司已於2025年上半年採納基於聯交所證券上市規則（「**上市規則**」）附錄C1所載企業管治守則（「**先前企業管治守則**」）的原則及守則條文的企業管治常規，作為其截至2025年6月30日止六個月實施的企業管治常規。

董事會認為本公司於2025年上半年已經遵守於彼時生效的先前企業管治守則的所有適用條文，惟下述守則條文第C.2.1條除外。董事會將繼續檢討及監察其企業管治常規，確保遵守及符合新企業管治守則所載的最新措施及標準。

先前企業管治守則的守則條文第C.2.1條列明董事會主席與首席執行官的角色應有區分，不應由一人同時兼任。呂義雄先生兼任本公司董事長及首席執行官。儘管與先前企業管治守則的守則條文第C.2.1條有所偏離，惟鑒於呂義雄先生對本集團業務擁有豐富知識及經驗，董事會認為，本公司董事長及首席執行官的角色由一人同時兼任有利於確保本集團內部的領導一致，並使本集團能夠實現更有效及更高效的整體策略規劃。董事會相信，現時安排下的權力與權限平衡不會受到損害，而此架構將使本公司能夠迅速有效地作出決策並予以執行。

儘管如此，董事會將繼續不時檢討有關架構，並考慮適時採取適當舉措。

遵守標準守則

2025年上半年，本公司已採納上市規則附錄C3所載標準守則（「**標準守則**」）作為董事、本公司監事（「**監事**」）及（因自身職務或工作）可能掌握本集團或本公司證券的內幕消息的本集團僱員進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向全體董事及監事作出具體查詢，且董事及監事已確認彼等於2025年上半年一直遵守標準守則。

於2025年上半年，本公司並無發現僱員違反標準守則的事件。

購入、出售或贖回上市證券

於2025年上半年，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回任何本公司之上市證券（包括出售庫存股份）。截至2025年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份。

重大訴訟

本公司於2025年上半年並無涉及任何重大訴訟或仲裁。董事亦不知悉於2025年上半年本集團有任何待決或面臨威脅的重大訴訟或申索。

全球發售股份所得款項用途

本公司H股（「股份」）於2022年12月22日（「上市日期」）在聯交所（「聯交所」）主板上市，自全球發售H股股份（「全球發售」）收取之所得款項淨額為約859.7百萬港元⁽¹⁾（經扣除包銷佣金及所有相關開支）。下表載明於2025年6月30日，本公司對於上市所得款項用途的使用情況及計劃時間表：

	佔所得款項 總淨額的 概約百分比	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	截至2024年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	於 報告期內 已使用金額 (百萬港元)	截至2025年 6月30日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	悉數使用剩餘 所得款項淨額 的預期時間
品牌建設活動，以持續提升品牌形象並提高我們現有品牌的品牌認知度，以及為我們的新品牌建立品牌形象	32.0%	275.5	0.4	0.0	0.4	截至2026年 12月31日
提升我們的研發能力，通過加強基礎研究和產品開發，保持品牌的持續創新	12.2%	104.9	0.0	0.0	0.0	悉數動用
加強我們的生產及供應鏈能力，主要通過我們奉賢工廠生產設施的改造、自動化設備升級及產能擴張	19.8%	170.6	23.8	0.0	23.8	截至2026年 12月31日 ⁽²⁾
增加我們銷售網絡的廣度和深度，加強我們產品的滲透率	18.0%	154.5	0.0	0.0	0.0	悉數動用
改善我們的數字化及信息基礎設施	8.0%	69.2	54.2	0.0	54.2	截至2026年 12月31日 ⁽²⁾
營運資金及其他一般企業用途	9.9%	85.1	0.0	0.0	0.0	悉數動用
總計	100%	859.7	78.3	0.0	78.3	

附註：

- (1) 所得款項總淨額約859.7百萬港元包括來自2022年12月全球發售的約835.1百萬港元及來自2023年1月部分行使超額配股權的約24.6百萬港元（誠如本公司日期為2023年1月16日的公告所披露）。
- (2) 倘上表總計數字和所列各項數字之和出現任何差異，皆因四捨五入所致。

預期的時間表是基於本公司當前對未來市場狀況和業務經營情況作出的最佳估計，並將根據未來市場狀況的發展和實際業務需要進行調整。

重大投資及資本資產的未來計劃

除本公告上文「全球發售所得款項用途」一節所披露者外，於本公告日期，本集團並無上市規則定義的重大投資及資本資產的計劃。

審計委員會

董事會審計委員會（「**審計委員會**」）包括三位獨立非執行董事，即梁浩新先生、羅妍女士及李洋先生。梁浩新先生為審計委員會主席。

審計委員會已與本公司管理層及核數師審閱本集團2025年上半年的未經審核綜合中期業績。審計委員會認為，本集團2025年上半年的未經審核綜合中期業績符合適用的會計準則、法律及法規。審計委員會亦已與本公司管理層討論有關本公司內部審計的工作情況及財務報告事宜。

2025年上半年後事項

本集團（作為租戶）已與獨立第三方上海天宇實宏企業發展有限公司（作為業主）訂立租賃協議（「**租賃協議**」），租賃其位於上海宜山路710號XH221-01地塊4號樓3-20樓的物業作辦公及研究用途。由於有關租賃協議的一項或多項適用百分比率（定義見上市規則）超過5%但低於25%，租賃協議構成本公司的須予披露交易，詳情請見本公司於2025年8月28日刊發的公告。

除上述披露外，於2025年6月30日後及直至本公告日期，並無發生任何其他重大事宜。

股息

董事會已於2025年8月28日決議建議向本公司股東派付2025年上半年的中期股息每股人民幣0.5元。上述中期股息的派付仍須待本公司股東在將於2025年9月25日(星期四)舉行的本公司臨時股東會上批准後方可作實，並將於2025年10月28日(星期二)或前後派付予於2025年10月6日(星期一)名列本公司股東名冊的股東。

建議修訂公司章程

根據新修訂的《公司法》(自2024年7月1日起生效)及《上市公司章程指引》(自2025年3月28日起生效)，並結合本公司實際情況，董事會建議對本公司公司章程(「**公司章程**」)、股東會議事規則及董事會議事規則以及其他相關治理政策作出若干修訂。

建議修訂須待股東於2025年第二次臨時股東會上以特別決議案批准。一份載有(其中包括)建議修訂詳情及2025年第二次臨時股東會通告的通函，將由本公司適時寄發予股東，並於聯交所及本公司網站刊登。

2024年度報告－有關限制性股票單位激勵計劃的補充資料

茲提述日期為2025年3月20日的2024年度報告(「**2024年度報告**」)之「董事會報告－限制性股票單位激勵計劃」(「**限制性股票單位激勵計劃**」)一節。除另有指明外，本公告所用詞彙與2024年度報告所界定者具有相同涵義。

董事會謹此根據上市規則第17.07(1)(c)條、17.09(3)條及17.09(7)條提供以下有關限制性股票單位激勵計劃的補充資料：

- (i) 於2024年6月28日及2024年9月30日分別授予承授人的51,800份及31,116份限制性股票單位的歸屬須達成若干業績目標後，方可作實，即(a)僱員參與者在緊接授出限制性股票單位前的財政年度的業績評估得分不得低於90分；及(b)根據限制性股票單位激勵計劃規則和授予函的規定，僱員參與者未被禁止參與限制性股票單位激勵計劃；
- (ii) 就可能根據限制性股票單位激勵計劃及本公司採納的任何其他股票計劃授出且涉及發行新股份的所有購股權及獎勵而可能發行的股份總數，合計不得超過採納日期已發行股份總數的10%，即39,795,790股股份，相當於本公司於2024年度報告日期已發行股份總數的約10%，除非上市規則另行允許或本公司取得股東批准更新計劃授權上限。於2024年度報告日期，服務供應商限額項下可供授出的限制性股票單位數量為39,712,874股股份，相當於本公司於2024年度報告日期已發行股份總數的約9.99%；及

(iii) 承授人須於簽訂授予及歸屬通知回執後五(5)個曆日內就每份限制性股票單位向本公司支付購買價人民幣1.00元。於2024年度報告日期，上述承授人已付款。

上述額外資料並不影響2024年度報告所載其他資料，且除本節所披露者外，2024年度報告內容保持不變。

暫停辦理股份過戶登記

確定有權出席2025年第二次臨時股東會並於會上投票的權利

為確定有權出席2025年第二次臨時股東會並於會上投票的股東的權利，本公司將於2025年9月22日(星期一)至2025年9月25日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間本公司將不會辦理股份過戶登記手續。於2025年9月25日(星期四)名列本公司股東名冊的股東將有權出席2025年第二次臨時股東會並於會上投票。

為符合資格出席2025年第二次臨時股東會並於會上投票，所有過戶表格連同相關股票須於2025年9月19日(星期五)下午四時三十分前交送本公司的H股證券登記香港分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)。

確定獲派建議中期股息之資格

為確定股東獲派建議中期股息之資格，本公司將於2025年10月2日(星期四)至2025年10月6日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間本公司將不會辦理股份過戶登記手續。於2025年10月6日(星期一)名列本公司股東名冊的股東將有權獲派中期股息。為合資格獲取中期股息，所有過戶表格連同相關股票須於2025年9月30日(星期二)下午四時三十分前交送本公司的H股證券登記香港分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)。

刊登中期業績及中期報告

本公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.chicmaxgroup.com)。載有上市規則規定的所有資料的本公司2025年上半年的中期報告將適時寄發予股東，並於上述聯交所及本公司網站刊登。

承董事會命
上海上美化妝品股份有限公司
董事長、執行董事兼首席執行官
呂義雄先生

中國，上海
2025年8月28日

於本公告日期，董事會包括執行董事呂義雄先生、羅燕女士、馮一峰先生及宋洋女士；非執行董事孫昊先生；獨立非執行董事梁浩新先生、羅妍女士及李洋先生。