

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



GIANT BIOGENE HOLDING CO., LTD

巨子生物控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司)

(股份代號：2367)

截至2026年6月30日止六個月的中期業績公告

財務摘要

	截至6月30日止六個月		變動
	2026年 人民幣百萬元	2025年 人民幣百萬元	
收入	2,917.7	3,112.7	-6.3%
毛利	2,318.4	2,542.3	-8.8%
稅前利潤	1,095.0	1,444.1	-24.2%
淨利潤	939.5	1,182.4	-20.5%
歸屬於本公司權益股東的利潤	939.7	1,182.1	-20.5%
報告期內經調整淨利潤 (非《國際財務報告準則》 衡量指標)	945.5	1,205.1	-21.5%
每股基本盈利(人民幣元)	0.89	1.14	-21.9%
每股攤薄盈利(人民幣元)	0.89	1.13	-21.2%

巨子生物控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2026年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核簡明合併中期業績以及2025年同期的比較數字。上述中期業績根據《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)編製，並已經本公司審核委員會(「審核委員會」)審閱。截至2026年6月30日止六個月的中期業績未經審核，但已由本公司獨立核數師畢馬威根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

中期綜合損益及其他綜合收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
收入	3	2,917,692	3,112,662
銷售成本		(599,284)	(570,317)
毛利		2,318,408	2,542,345
其他收入	5	142,117	68,800
銷售及經銷開支		(1,266,821)	(1,058,575)
行政開支		(79,908)	(82,635)
研發成本		(45,517)	(41,176)
其他收益或虧損淨額		21,130	17,918
金融資產減值虧損撥備／撥回淨額		(383)	119
其他開支		(3,724)	(1,610)
經營利潤		1,085,302	1,445,186
財務費用		(175)	(124)
應佔按權益法入賬之投資收益／(虧損)		9,828	(914)
稅前利潤	4	1,094,955	1,444,148
所得稅開支	6	(155,427)	(261,704)
期內利潤		939,528	1,182,444
以下各方應佔：			
本公司權益股東		939,714	1,182,083
非控股權益		(186)	361
期內利潤		939,528	1,182,444
每股盈利			
基本(人民幣元)	7	0.89	1.14
攤薄(人民幣元)	7	0.89	1.13

	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	<u>939,528</u>	<u>1,182,444</u>
期內其他綜合收益		
（扣除稅項及重新分類調整後）：		
不會重新分類至損益的項目：		
－將本公司的功能貨幣換算成呈列貨幣	(107,359)	(21,735)
－指定為按公平值計入其他綜合收入（「按 公平值計入其他綜合收入」）的權益證 券－公平值儲備變動淨額（不可回撥）	<u>(8,772)</u>	<u>12,537</u>
	(116,131)	(9,198)
其後可能重新分類至損益的項目：		
－換算海外業務的匯兌差額	<u>(59)</u>	<u>67</u>
期內其他綜合收益	<u>(116,190)</u>	<u>(9,131)</u>
期內綜合收益總額	<u>823,338</u>	<u>1,173,313</u>
以下各方應佔：		
本公司權益股東	823,524	1,172,952
非控股權益	<u>(186)</u>	<u>361</u>
期內綜合收益總額	<u>823,338</u>	<u>1,173,313</u>

中期綜合財務狀況表

	附註	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,252,338	1,203,519
使用權資產		82,241	53,202
無形資產		4,927	4,981
預付款項、其他應收款項及其他資產		363,769	318,829
按權益法入賬之投資		227,363	217,535
指定以公允價值計量且其變動計入其他綜合 收益的股權投資		—	24,290
遞延稅項資產		1,409	522
		<u>1,932,047</u>	<u>1,822,878</u>
流動資產			
存貨		353,667	391,070
貿易應收款項及應收票據	8	388,537	201,866
預付款項、其他應收款項及其他資產		173,636	135,123
以公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產		2,543,287	1,984,326
現金及現金等價物	9	4,852,549	6,306,160
		<u>8,311,676</u>	<u>9,018,545</u>
流動負債			
貿易應付款項	10	248,785	198,568
其他應付款項及應計項目		367,013	505,242
合同負債		52,182	16,622
租賃負債		8,437	6,428
遞延收入		2,528	2,756
應繳稅款		102,836	70,348
		<u>781,781</u>	<u>799,964</u>
流動資產淨值		<u>7,529,895</u>	<u>8,218,581</u>
資產總值減流動負債		<u>9,461,942</u>	<u>10,041,459</u>

	附註	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
非流動負債			
租賃負債		3,820	3,261
遞延收入		15,633	16,322
遞延稅項負債		71,326	97,090
		<u>90,779</u>	<u>116,673</u>
資產淨值		<u>9,371,163</u>	<u>9,924,786</u>
資本及儲備			
普通股股本		68	68
庫存股份		—	(166,147)
儲備		9,357,961	10,077,552
		<u>9,358,029</u>	<u>9,911,473</u>
本公司權益股東應佔權益總額		<u>13,134</u>	<u>13,313</u>
非控股權益			
權益總額		<u>9,371,163</u>	<u>9,924,786</u>

財務資料附註

1 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已按照《國際會計準則》第34號中期財務報告編製。中期簡明綜合財務資料不包括按規定須載於年度財務報表中的所有資料及披露，並應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

2 會計政策變動

國際會計準則理事會已頒佈多項於本會計期間首次生效的《國際財務報告準則》會計準則修訂本。其中，僅《國際財務報告準則》第9號金融工具及《國際財務報告準則》第7號金融工具：披露—金融工具分類及計量的修訂與本集團財務報表有關。該等修訂本對本中期報告並無重大影響。

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

3 收入及分部報告

(a) 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
客戶合同收入	<u>2,917,692</u>	<u>3,112,662</u>

客戶合同收入的分類資料

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
商品或服務類別		
銷售商品	<u>2,917,692</u>	<u>3,112,662</u>
地域市場		
中國內地	<u>2,917,692</u>	<u>3,112,662</u>
收入確認時間		
於某一時間點	<u>2,917,692</u>	<u>3,112,662</u>

(b) 分部報告

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

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

地域資料

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

4 稅前利潤

稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後得出：

截至6月30日止六個月	
2026年	2025年
人民幣千元	人民幣千元

(a) 員工成本

工資、薪金及津貼	136,136	123,915
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	27,258	28,149
以權益結算的股份獎勵開支	6,001	22,621
	<u>169,395</u>	<u>174,685</u>

截至6月30日止六個月	
2026年	2025年
人民幣千元	人民幣千元

(b) 其他項目

無形資產攤銷	749	785
折舊：		
－物業、廠房及設備	40,081	33,828
－使用權資產	5,639	3,258
存貨減值及虧損(扣除撥回)	<u>3,345</u>	<u>(8)</u>

5 其他收入

其他收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	23,295	4,742
利息收入	116,799	63,396
其他	2,023	662
	<u>142,117</u>	<u>68,800</u>

6 所得稅

綜合損益表中的稅項指：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項	180,530	277,250
遞延稅項	(25,103)	(15,546)
	<u>155,427</u>	<u>261,704</u>

利得稅按本集團經營所在司法管轄區現行稅率計算。

本公司在開曼群島註冊成立，根據開曼群島法律，毋須繳納所得稅或資本利得稅。

香港利得稅已就期內於香港產生的估計應納稅利潤按16.5%（截至2025年6月30日止六個月：16.5%）的稅率計提撥備。

本集團在中國內地成立的附屬公司於本期內須按25%的稅率繳納中國企業所得稅（截至2025年6月30日止六個月：25%），惟若干附屬公司根據西部大開發政策享有15%的優惠所得稅稅率（截至2025年6月30日止六個月：15%）。

7 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2026年6月30日止六個月的每股基本盈利乃基於本公司普通權益股東應佔期內利潤人民幣939,714,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣1,182,083,000元)及期內已發行普通股的加權平均數1,050,117,000股(截至2025年6月30日止六個月：1,034,854,000股普通股)計算。

普通股的加權平均數計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 千股	2025年 千股
於1月1日已發行普通股	1,070,904	1,028,220
就RSU計劃所持股份的影響	(11,819)	(12,270)
持有庫存股份的影響	(5,200)	—
發行股份的影響	—	12,112
行使2023年購股權的影響	—	6,792
回購庫存股份的影響	(3,768)	—
	<u>1,050,117</u>	<u>1,034,854</u>
於6月30日的普通股加權平均數	<u>1,050,117</u>	<u>1,034,854</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利的計算乃基於本公司普通權益股東應佔期內利潤人民幣939,714,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣1,182,083,000元)。計算所使用的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數目，以及根據受限制股份單位計劃及2023年購股權計劃歸屬股份時假設已無償發行的普通股加權平均數。

普通股的加權平均數計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 千股	2025年 千股
用於計算每股基本盈利的期內已發行普通股加權平均數	1,050,117	1,034,854
攤薄的影響—普通股加權平均數：		
受限制股份單位計劃	5,408	9,336
2023年購股權計劃	—	5,028
	<u>5,408</u>	<u>14,364</u>
於6月30日的普通股加權平均數(攤薄)	<u>1,055,525</u>	<u>1,049,218</u>

8 貿易應收款項及應收票據

	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款項	358,843	191,916
減：虧損撥備	(573)	(871)
	<u>358,270</u>	<u>191,045</u>
應收票據	<u>30,267</u>	<u>10,821</u>
	<u>388,537</u>	<u>201,866</u>

賬齡分析

於報告期末，貿易應收款項及應收票據(扣除虧損撥備)按發票日期計算的賬齡分析如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
一年以內	388,414	201,635
一年以上兩年以內	120	223
兩年以上三年以內	<u>3</u>	<u>8</u>
	<u>388,537</u>	<u>201,866</u>

9 現金及現金等價物

	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
現金及現金等價物	<u>4,852,549</u>	<u>6,306,160</u>
以下列貨幣計值：		
人民幣	2,353,063	2,396,997
美元	2,498,670	3,801,788
港元	<u>816</u>	<u>107,375</u>

10 貿易應付款項

於報告期末，貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
一年以內	245,671	195,359
一年以上兩年以內	773	1,063
兩年以上三年以內	2,341	2,146
	<u>248,785</u>	<u>198,568</u>

11 股息

本公司董事不建議就截至2026年6月30日止六個月派付中期股息(截至2025年6月30日止六個月：人民幣零元)。

於中期期間獲批准且應付權益股東的上一財政年度股息：

	2026年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
上一財政年度的末期股息及特別股息(每股普通股 人民幣0.5390元(0.6187港元)及人民幣0.6714元 (0.7707港元)(截至2025年6月30日止六個月： 人民幣0.6021元(0.6584港元)及人民幣0.5921元 (0.6457港元)))，於其後中期期間獲批准	<u>1,285,087</u>	<u>1,278,874</u>

12 承擔

於2026年6月30日未在中期財務報告中撥備的未償還承擔如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元	於2025年 12月31日 人民幣千元
收購物業、廠房及設備的承擔	<u>330,592</u>	<u>316,392</u>

一、業務回顧

2026年上半年對於我們是一段極具意義的征程。面對行業的結構性變革，報告期內，我們按照既定戰略規劃，在研發、品牌、產品、渠道等多點突破、多面發力，持續優化經營體系，夯實業務基本功，以戰略定力築牢發展基石，穩步邁向重回增長之路。

報告期內，本集團的銷售收入約為人民幣29.2億元，同比下降6.3%；本集團的淨利潤約為人民幣9.4億元，同比下降20.5%；本集團的經調整淨利潤約為人民幣9.5億元，同比下降21.5%。

科技創新，厚植新質生產力

根植於持續積澱的科創底色，我們始終堅守科技驅動與價值創造，並不斷迎來收穫的碩果。報告期內，公司研發支出人民幣0.46億元，研發支出佔收入比例1.6%。截至報告期末，公司擁有超過140項在研項目，已獲授權及申請中專利達到233項，其中報告期內新增24項。

我們持續深耕生物材料創新，推動械妝業態的深度融合。2026年1月和6月，公司的全球首個用於改善面頰部平滑度的重組膠原蛋白和透明質酸鈉複合溶液植入劑產品及全球首款改善頸部皺紋的交聯重組III型全長序列膠原蛋白填充劑，先後獲得中國國家藥品監督管理局批准，解鎖更多皮膚年輕化的可能，並推動行業向更合規、更安全、更自然的高品質方向進階。報告期內，我們還取得III類醫療器械生產許可證，打通了從產品可上市到產品可量產的關鍵閉環。

集團在重組膠原蛋白的技術創新、品類拓展、功效實證等方面不斷進階，築牢底層技術護城河。報告期內，我們獲得了多項關於II型、III型、VII型、XVII型膠原蛋白製備方法和應用在不同領域及功效的發明授權，持續拓展重組膠原蛋白的應用邊界。作為在功效護膚領域的全新突破，集團打造三位一體創新透皮遞送技術，跳出了分子量單一評價體系，使大分子重組膠原蛋白進入高效滲透時代，強化循證科學關鍵基石。

歷經二十餘載的科研沉澱，報告期內，集團自主研發的人參皂苷CK新原料正式獲得國家藥品監督管理局批准，成功實現了稀有人參皂苷CK從實驗級稀缺原料到規模化應用原料的關鍵跨越，也標誌著公司該技術邁入產業化新時代。與此同時，公司牽頭制定的《化妝品用原料人參皂苷》、《發酵人參粉》團體標準已落地實施，推動行業邁向規範化、科學化、標準化發展。

報告期內，公司連續第三年被世界權威市場調研機構歐睿國際認證為全球重組膠原蛋白領導者，並入選國家知識產權示範企業創建對象，彰顯了我們在全球重組膠原蛋白領域的技術領馭地位。同時，公司蟬聯2026年化妝品企業50強，榮獲西安高新區2025年度高質量發展突出貢獻企業，參與中華醫學會第三十一次皮膚性病學術年會，亮相第92屆全國藥品交易會，為生物材料效能提升、行業創新與產業融合發展注入新動能。

新品迭出，構築全場景生態

可復美持續強化「械妝協同」的發展思路，觸達更廣泛的消費群體並提供專業、科學的皮膚護理解決方案。截至報告期末，可復美擁有醫療器械系列和五大功效性護膚系列，圍繞已具備心智或銷量的大單品，我們不斷完善產品系列矩陣，夯實品牌心智並沉澱品牌資產。

醫療器械系列中，可復美重組膠原蛋白敷料作為暢銷十餘年的大單品，報告期內，在2026年618大型促銷活動（「**2026年618大促**」）中獲得天貓傷口敷料類目TOP1和天貓醫用敷料熱賣榜TOP1，鞏固銷量和口碑的優勢表現。此外，我們上新了可復美醫用透明質酸鈉創面修復敷料，革新添加醫療器械級透明質酸鈉與海藻糖，保護創面皮膚、提供愈合環境，為脆弱皮膚搭建堅實防護堡壘。

膠原修護系列中，報告期內，明星單品可復美重組膠原蛋白肌禦修護次拋精華液(「**膠原棒2.0**」)榮獲臻美獎年度護膚爆品，並在618大促期間獲得天貓面部精華類目國貨TOP1、抖音舒緩精華液爆款TOP1和京東國貨單品TOP1，持續穩固在面部精華品類的領先地位。此外，我們上新了可復美重組膠原蛋白智修角質生物醇萃精華液(「**柔焦精華**」)，通過無酸煥膚和以養代剝回應多種粗糙皮膚訴求；以及可復美重組膠原蛋白肌禦賦活修護精粹凝乳(「**膠原乳2.0**」)，升級配方體系，展現出在功效護膚領域的科研進階成果。

焦點系列中，報告期內，我們重磅推出可復美重組膠原蛋白光奕雙粹水油次拋精華液(「**超透棒**」)，率先應用獨家「三體膠原」成分，打破傳統膠原滲透天花板，實現皮膚的透、光、亮。依託品牌口碑、產品品質及前期運營，4月上新首周，超透棒在自營渠道即獲得超過3,000萬元GMV，並在618大促期間延續穩健表現，為成為下一個重磅單品奠定良好開局。此外，我們推出明星單品可復美重組膠原蛋白光奕律時修護精華霜(「**焦點面霜**」)清爽版與滋潤版雙版本，圍繞不同膚質的差異化需求，實現從通用修護到分膚專研的精準進階。

可麗金品牌中，報告期內，我們推出了三款蘊活系列新品，包括可麗金重組膠原蛋白蘊活光塑提拉緊致精華液(「**膠卷小金瓶**」)，首創三相結構抗垮體系，形成全鏈路抗垮閉環；以及可麗金重組膠原蛋白蘊活光塑緊致抗皺精華水和精華乳(「**膠卷水乳**」)，實現水乳雙效協同，助力肌膚煥啟年輕態。通過不斷強化在重組膠原蛋白抗老領域的品牌心智，報告期內，可麗金膠原大膜王榮獲ICIC科技創新抗衰產品獎，可麗金重組膠原蛋白蘊活提拉緊塑抗皺精粹霜(「**膠卷面霜**」)榮獲芭莎美妝嘉年華2026夏季人氣抗老面霜。

報告期內，可麗金芯生重組I型 $\alpha 1$ 亞型膠原蛋白凍乾纖維(「**753膠原針**」)作為公司首款械III產品正式上市。753膠原是指從I型膠原蛋白 $\alpha 1$ 鏈中截取了一段由753個氨基酸組成的長序列，實現與細胞更長的接觸長度、更緊密的貼合度以及更持久的作用時效；凍乾纖維形態則是保留了膠原蛋白的天然結構和穩定形態，維持了重組膠原蛋白的高活性。全新產品的突破代表了可麗金已將嚴肅醫療的體系化成果拓展至美學應用邊界，通過重塑ECM微環境、激活成纖維細胞活力，實現從被動填充到主動再生、從即時抗皺到長效穩定的全維抗衰。

可預品牌中，報告期內，我們推出了首款身體護理單品可預重組膠原蛋白序養澄淨角質管理膏(「**可預綿綿砂**」)，首創身體皮膚微環境護理理念，集磨、洗、卸、養於一體，幫助皮膚煥現穩、嫩、亮狀態。從一款敷料到五官、身體護理等四大產品系列，通過持續更新迭代的SKU陣容，可預將技術突破不斷轉化為覆蓋更多生活場景的健康護理方案。

科學傳播，釋放品牌新勢能

可復美以科學力量鏈接用戶信任，多維深化專業護膚心智。報告期內，可復美蟬聯2026化妝品品牌50強，榮登2025中國消費名品榜單，榮獲2026年度研發設計力品牌、2025年用戶偏愛國妝品牌。同時，可復美攜手李佳琦打造新年溫情TVC，推動品牌與消費者的情感共鳴；開展修復新生之旅第二季活動，拓展品牌修復的內涵邊界。此外，可復美宣佈魏大勛為可復美全球品牌大使，宣佈王子奇為可復美品牌大使(精華及面膜品類)，讓品牌的科研底色與產品實力觸達更廣泛的消費群體。

可麗金錨定生命力美學內核，躍升為全程再生美學開創者。報告期內，可麗金榮獲2026 Moly Gala年度最具市場影響力品牌。參展美沃斯大會並舉辦可麗金芯生新品上市發佈會，標誌著可麗金已成為貫通醫療醫美、生活美容、家庭美容三大場景的全程再生美學品牌。同時，我們攜可麗金膠原膜王代言人金靖共證熱愛的生命力，攜可麗金星品護膚代言人孫堅共修熱愛的專注力，攜可麗金品牌蘊活水乳大使張遠共探熱愛的突破力，進一步傳遞悅己的品牌主張。

可預深化健康生活工具箱用戶認知，塑造溫暖細膩的陪伴者形象。報告期內，可預迎來成立11周年的重要里程碑，即品牌重塑後的一周年。通過推出CNY新春特別策劃，開展可預陪伴時刻系列活動，加強與用戶間的溫情互動，可預持續傳遞著長期健康陪伴的初心與溫度，逐步成長為更多人心中專業溫暖的健康陪伴者。

報告期內，在主流媒體的聚焦下，公司獲央視總台主持人陳偉鴻探訪，新華社《品牌觀察》欄目探訪，及《中國新聞周刊》專訪，完整解碼了重組膠原蛋白的誕生過程與透皮吸收效果。在權威聲量持續傳播的基礎上，我們首發《透明工廠》短片，首次全方位公開從基礎研發、原料生產、產品開發到質檢物流等全鏈路，讓科研與品質的底氣，在可見、可感的細節中得到印證。

全域滲透，加快全球化步伐

報告期內，公司持續加強醫療與消費雙軌體系的深度融合，夯實市場增量根基。截至報告期末，在線下渠道，公司旗下品牌和產品進入約1,700家公立醫院，約3,500家私立醫院和診所，超過13萬家連鎖藥店和約6,000家CS/KA門店。在核心商圈，可復美品牌體驗店累計落地32家，可麗金品牌體驗店累計落地10家，我們通過多元店型提高運營效率，不斷強化終端品牌體驗。在海外市場，可復美登陸馬來西亞2026 ASIATOP MUSIC FESTIVAL，走進新加坡南洋理工大學，傳遞科學護膚理念，擴大中國膠原國際聲量。

在線上渠道，面對複雜多變的外部環境，公司進一步深化差異化運營策略，守住用戶基本盤，實現生意結構的穩健向好。在天貓平台，我們不斷精細化運營會員體系，推動用戶價值的深化和品牌心智的沉澱。在抖音平台，我們持續加強自播體系建設並優化達人矩陣，通過差異化組品和內容創新激活增量市場。在京東平台，我們依靠供應鏈優勢深耕高質量消費客群，挖掘更多專業場景的增長機遇。報告期內，在2026年618大促中，可復美實現線上全渠道全周期GMV同比增長超過25%，可麗金實現線上全渠道全周期GMV同比增長超過30%。

報告期內，本集團直銷渠道收入約人民幣22.3億元，佔比76.6%；經銷渠道收入約人民幣6.8億元，佔比23.4%。

善行致遠，堅守可持續發展

我們積極踐行承擔企業社會責任，重視參與公益活動，致力於傳遞向上、向善、向美的力量。報告期內，公司聯合陝西省慈善聯合會、陝西省青少年發展基金會等公益組織，開展多場愛心捐贈，以實際行動凝聚社會向善合力。聯合全國40+公立醫院，開展春季皮炎與過敏防治專場公益義診活動，幫助公眾科學應對季節更替帶來的皮膚困擾。我們連續11年參與525公益行動，聯合全國350家公立醫院開展公益義診、產品免費派樣活動，讓科學護膚理念融入大眾日常。報告期內，集團憑藉在綠色製造領域的綜合實力，榮獲國家級綠色工廠稱號，展現了我們在構建綠色競爭力、響應國家綠色製造戰略方面的標桿引領作用。

二、業務展望

「十五五」開局，在全年公司重回增長的目標下，展望2026年下半年，我們將會秉持長期主義戰略定力，持續深化技術研發佈局，加速推進創新原料和Ⅲ類醫療器械的產業化；同步推進主力品牌價值深化與全域人群的心智破圈，讓產品生態覆蓋用戶全生命周期；線上深耕自運營陣地，線下築牢從醫療機構到零售終端的網絡，持續升級孵化新品牌和拓展全球佈局。我們的初心，始於對生物科學的探索；我們的遠方，系於對萬千健康的守護。我們將通過不斷進化的組織力量，朝著初心使命穩步前行。

三、營運業績

收入

截至2026年6月30日止六個月，我們的總收入人民幣2,917.7百萬元，比截至2025年同期6月30日止六個月總收入人民幣3,112.7百萬元下降6.3%，主要系專業皮膚護理產品板塊業務階段性銷售結構調整所致，該調整系公司聚焦長期經營質量、夯實渠道與產品競爭力的佈局，隨著渠道運營效率和渠道結構優化，以及新品成長，公司業務將回歸穩健增長態勢。

(i) 按產品類別劃分的收入

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

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
專業皮膚護理產品				
—功效性護膚品	2,300.5	78.8	2,409.5	77.4
—醫療器械	609.9	20.9	693.2	22.3
保健食品及其他	7.3	0.3	10.0	0.3
合計	2,917.7	100.0	3,112.7	100.0

我們的整體收入下降主要受專業皮膚護理產品的銷售變動影響，其中功效性護膚品收入下降主要系行業競爭加劇及公司推進銷售結構優化致達播端收入下滑，對此，公司一方面持續加強品牌內容資產建設及推進自營渠道建設力度，實現自營端收入同比增長，另一方面，

明星新品超透棒憑藉卓越的產品力快速起量，產品矩陣持續完善，有效對沖了部分銷售下滑趨勢；醫療器械收入有所下降，主要受線下渠道經營環境變化和行業競爭加劇影響，銷售有所承壓。

(ii) 按銷售渠道劃分的收入

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

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
直銷				
—通過我們DTC店舖的				
在線直銷	1,777.1	60.9	1,816.4	58.4
—面向電商平台的在線直銷	334.5	11.5	391.1	12.6
—線下直銷	122.8	4.2	117.8	3.7
小計	2,234.4	76.6	2,325.3	74.7
向經銷商銷售	683.3	23.4	787.4	25.3
合計	2,917.7	100.0	3,112.7	100.0

直銷

通過我們DTC店鋪的線上直銷

通過我們DTC店鋪的線上直銷於報告期內收入為人民幣1,777.1百萬元，較2025年同期下降2.2%，佔報告期內總收益的60.9%。該下降主要

系公司銷售結構調整，致達播端收入同比下降；與此同時，公司持續強化線上多平台精細化運營，實現自營端收入同比增長。

面向電商平台的線上直銷

面向電商平台的線上直銷於報告期內收入為人民幣334.5百萬元，較2025年同期下降14.5%，佔報告期內總收益的11.5%。該下降主要系行業競爭加劇及本年較去年同期優化了京東渠道庫存周轉和備貨節奏，公司將持續深化與京東平台的合作效率，推動收入與盈利質量提升。

線下直銷

線下直銷於報告期內收入為人民幣122.8百萬元，較2025年同期上升4.2%，佔報告期內總收益的4.2%。該增長是由於一方面本集團積極開拓新的優質增長渠道，並加強門店營銷、終端陳列和人員培訓；另一方面本集團持續在重慶、青島、深圳等城市開設可復美品牌體驗店，增加銷售觸點。

向經銷商銷售

向經銷商銷售於報告期內收入為人民幣683.3百萬元，較2025年同期下降13.2%，佔報告期內總收益的23.4%。報告期內收入承壓主要系線下終端消費環境偏弱，經營節奏有所調整，經銷商訂貨趨於審慎導致向經銷商銷售收入下降。

(iii) 按品牌劃分的收入

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

	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	金額	%	金額	%
	(未經審核)		(未經審核)	
(人民幣百萬元，百分比除外)				
專業皮膚護理產品				
－可復美	2,347.0	80.4	2,541.9	81.7
－可麗金	498.9	17.1	502.7	16.1
－其他品牌	64.5	2.2	58.1	1.9
保健食品及其他	7.3	0.3	10.0	0.3
合計	2,917.7	100.0	3,112.7	100.0

可復美

可復美於報告期內銷售收入為人民幣2,347.0百萬元，較2025年同期下降7.7%，佔報告期內總收益的80.4%。該下降主要受行業競爭加劇及銷售結構調整致達播端收入下滑影響。

可麗金

可麗金於報告期內銷售收入為人民幣498.9百萬元，較2025年同期基本持平，佔報告期內總收益的17.1%。

其他品牌

其他品牌於報告期內銷售收入為人民幣64.5百萬元，較2025年同期上升11.0%，佔報告期內總收益的2.2%，該增長是由於可預品牌在全渠道的進一步拓展。

保健食品及其他

保健食品及其他於報告期內銷售收入為人民幣7.3百萬元，較2025年同期下降27.0%，佔報告期內總收益的0.3%。

銷售成本

截至2026年6月30日六個月的銷售成本為人民幣599.3百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣570.3百萬元增加5.1%，該增長主要受產品品類結構變化影響。

毛利及毛利率

截至2026年6月30日止六個月的毛利為人民幣2,318.4百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣2,542.3百萬元減少8.8%，主要由於銷售收入的減少和銷售成本的增加。

毛利率從截至2025年6月30日止六個月的81.7%下降到截至2026年6月30日止六個月的79.5%，主要系公司產品矩陣不斷擴容，公司拓展了除敷料、精華外的更多其他品類護膚產品，帶動綜合毛利率呈現結構性波動。後續公司將持續優化產品組合，覆蓋更多用戶群體，在收入規模增長的同時，推動新品類規模效應逐步釋放，提升整體抗風險能力與盈利韌性。

銷售及經銷開支

截至2026年6月30日止六個月的銷售及經銷開支為人民幣1,266.8百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,058.6百萬元增加19.7%。該增長主要是由於公司持續加大品牌長期建設，在品牌人群和消費者教育方面加大投入，同時，新品上市、自營渠道建設及用戶精細化運營相關投入也有所增加。疊加本期渠道結構調整，費用率波動有所放大，後續公司將持續優化營銷投入效率，動態調整投入節奏，支撐業務長期健康發展。

研發成本

截至2026年6月30日止六個月的研發成本為人民幣45.5百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣41.2百萬元增加10.5%，分別佔報告期內和2025年同期收入的1.6%和1.3%。該增長主要來自於我們持續加大對管線產品和基礎研究的研發投入。

其他收入

截至2026年6月30日止六個月的其他收入為人民幣142.1百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣68.8百萬元增加106.6%，該增長主要來自於利息收入的增加。

其他收益淨額

截至2026年6月30日止六個月的其他收益淨額為人民幣21.1百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣17.9百萬元增加17.9%，該增加主要是理財收益增加。

行政開支

截至2026年6月30日止六個月的行政開支為人民幣79.9百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣82.6百萬元減少3.3%，該減少主要來自我們對管理人員的股份獎勵開支減少。

所得稅開支

截至2026年6月30日止六個月的所得稅開支為人民幣155.4百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣261.7百萬元減少40.6%，主要是由於我們的應課稅利潤減少。

期內利潤

由於上述因素，截至2026年6月30日止六個月的期內利潤為人民幣939.5百萬元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,182.4百萬元減少20.5%。

每股基本和攤薄盈利

截至2026年6月30日止六個月的每股基本盈利人民幣0.89元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣1.14元減少21.9%。截至2026年6月30日止六個月的每股攤薄盈利人民幣0.89元，比截至2025年6月30日止六個月的人民幣1.13元減少21.2%。每股基本及攤薄盈利的減少乃主要由於期內利潤減少。

資本負債比率

資本負債比率指計息借款對權益總額的百分比。截至2026年6月30日，我們並無任何尚未償還的銀行貸款或其他借款。因此，截至2026年6月30日，資本負債比率並不適用。

銀行及其他借款的利息支出

截至2026年6月30日，本集團並無銀行及其他借款，並無相關的利息支出。

財務政策

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

資產質押

截至2026年6月30日，本集團並無抵押任何資產。

重大投資、重大收購及出售事項

截至2026年6月30日止六個月，本集團沒有價值佔截至2026年6月30日本集團資產總值的5%或以上的重大投資(包括對被投資公司的任何投資，其價值佔2026年6月30日本集團總資產的5%或以上)，亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。

重大投資和資本資產的未來計劃

截至2026年6月30日，本集團沒有明確的重大投資和購入資本資產計劃。

流動資金和資本來源

截至2026年6月30日，我們的流動資金為人民幣4,852.5百萬元，其中包括現金和現金等價物，比截至2025年12月31日止的人民幣6,306.2百萬元減少了23.1%。

風險管理

外幣風險

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

信貸風險

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

流動資金風險

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

或然負債

截至2026年6月30日，本集團沒有任何重大的或然負債。

資本承擔和資本支出

截至2026年6月30日，我們的資本承擔主要為廠房、機器及樓宇，金額為人民幣330.6百萬元。本公司在截至2026年6月30日止六個月錄得資本支出人民幣66.8百萬元，主要用於新工廠的建設以及生產線設備的購買。

員工、培訓和薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團擁有2,319名全職員工，其中大部分位於中國陝西省。下表載列截至2026年6月30日本集團按職能劃分的員工人數：

職能	員工數量	佔總數的 %
生產製造	900	38.8
研發	200	8.6
銷售及營銷	736	31.8
一般及行政	483	20.8
合計	<u>2,319</u>	<u>100.0</u>

我們的成功取決於我們吸引、留住和激勵合格人員的能力。我們通過校園招聘、有經驗的招聘等方式招募僱員，為我們的研發、銷售、管理、運營等團隊尋找具有相關學科教育背景或相關行業從業經驗的人才。我們根據每名候選人的教育背景、專業知識、必要技能、面試表現、相關經驗及職業道德對其進行

評估。作為人力資源戰略的一部分，我們為僱員提供具競爭力的薪酬、績效現金獎勵及其他激勵措施。我們已採納一項全面的培訓方案，據此為新僱員及內部轉崗僱員提供職前培訓，並為我們的僱員提供定期持續技術培訓。我們亦為負責質量控制的僱員提供必要的培訓，以確保其勝任工作。

本公司於2021年12月採納限制性股票單位(「RSU」)計劃(「RSU計劃」)，以完善本集團員工激勵及薪酬機制，吸引及留住高級管理團隊及核心人才。根據RSU計劃授出的所有限制性股票單位的相關股份的最高數目合共不得超過19,000,000股股份，佔本業績公告日期本公司已發行股本總額約1.79%。於本公司於聯交所上市前，83名RSU計劃參與者已根據RSU計劃獲授限制性股票單位合共涉及19,000,000股相關股份。

於2023年8月17日，本公司股東大會採納了2023年購股權計劃(「**2023年購股權計劃**」)及2023年股份獎勵計劃(「**2023年股份獎勵計劃**」)，旨在(其中包括)吸引合適人才，促進本集團的進一步增長及發展。根據2023年購股權計劃及2023年股份獎勵計劃可予發行的股份總數上限將為99,500,000股，佔本業績公告日期本公司已發行股份總數的9.37%；根據2023年購股權計劃及2023年股份獎勵計劃，可向服務提供者參與者發行的股份總數上限合共為19,900,000股，佔本業績公告日期本公司已發行股份總數的1.87%。於2023年12月28日，本公司根據2023年購股權計劃向128名合資格參與者合共授出20,000,000份購股權，以認購本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股。有關詳情，請參閱本公司於2023年12月28日在聯交所刊發的公告。

中期股息

董事會已決議，建議不派發截至2026年6月30日止六個月的中期股息。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

於報告期內，根據股東於2025年6月13日召開的本公司股東周年大會上授予董事的一般授權購買其若干股份，詳情載列如下：

回購月份	回購股份 數目	每股支付的價格		總代價 (不包括佣金 及其他開支) (港元)
		已付 最高價格 (港元)	已付 最低價格 (港元)	
2026年1月	4,000,000*	36.32	33.74	139,749,968

* 該等已回購的股份已於2026年4月20日全部註銷。

購買該等股份旨在通過提高本公司的股份盈利等財務指標令全體股東受益，並反映董事會及管理層團隊對本集團的長期策略及增長充滿信心。除上文所披露者外，於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司的任何證券(包括出售庫存股份)。

於2026年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份。

遵守企業管治守則

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

本公司已採納上市規則附錄C1所載企業管治守則(「企業管治守則」)，作為其本身的企業管治守則。本公司於截至2026年6月30日止六個月期間內一直遵守企業管治守則項下的所有適用守則條文，惟與守則條文C.2.1的偏差除外。

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

為，嚴建亞先生繼續兼任董事會主席和首席執行官對本公司的業務發展及前景是合適及有利的，因此目前不建議將董事會主席和首席執行官的職能分開。

董事遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為其董事進行本公司證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認彼等於報告期內及至本業績公告日期已全面遵守標準守則所載的所有相關規定。

根據一般授權配售現有股份及補足認購新股份的所得款項

2024年5月24日完成的配售及認購

於2024年5月16日(交易時段後)，本公司、Juzi Holding Co., Ltd(「補足賣方」)及高盛(亞洲)有限責任公司(「配售代理」)訂立配售及認購協議(「配售及認購協議」)，據此，(i)補足賣方已同意出售，而配售代理已同意作為補足賣方代理盡最大努力促使不少於六名承配人(將為專業、機構、企業或其他投資者，且彼等及彼等之最終實益擁有人需為獨立第三方)按每股49.40港元的價格購買補足賣方所持有的33,220,000股股份(「賣方配售」)，及(ii)補足賣方有條件同意認購，而本公司有條件同意按相等於配售價的價格發行有關數目的新股份(相等於賣方配售項下實際配售的股份)(「認購」)。於2024年5月21日及2024年5月24日，賣方配售及認購已分別完成。有關詳情，請參閱本公司日期分別為2024年5月17日及2024年5月24日的公告。

本公司自認購收取的所得款項淨額約為1,627百萬港元(經扣除佣金及估計開支後)，其中(i)約90%或1,464.3百萬港元將用於核心業務的發展及生態圈佈局，包括但不限於品牌推廣、市場營銷及研發投入；及(ii)約10%或162.7百萬港元將用於補充流動資金及作一般企業用途。

於報告期內及截至本業績公告日期，如上所披露的賣方配售及認購所得款項淨額的擬定用途並無變動，本公司計劃在未來2年內根據實際業務情況，按照該等預期用途逐步使用募集資金淨額。該預期時間表乃根據本公司對未來市場狀況及業務營運的最佳估計而作出，且仍會根據當前及未來市場狀況的發展以及實際業務需求而有所變動。

截至2026年6月30日，本集團使用認購所得款項淨額情況如下表：

使用用途	募集資金 用途百分比	募集資金 淨額 (百萬港元)	於2026年		於2026年	於2026年
			1月1日 尚未 使用金額 (百萬港元)	2026年 已使用金額 (百萬港元)	6月30日 累計已 使用金額 (百萬港元)	6月30日 尚未 使用金額 (百萬港元)
核心業務的發展及生態圈佈局， 包括但不限於品牌推廣、 市場營銷及研發投入	90%	1,464.3	509.2	141.4	1,096.5	367.8
補充流動資金及作一般企業 用途	10%	162.7	77.2	23.7	109.2	53.5
合計	100%	1,627	586.4	165.1	1,205.7	421.3

2025年4月28日完成的配售及認購

於2025年4月16日(交易時段後)，本公司、Juzi Holding Co., Ltd(「補足賣方」)及高盛(亞洲)有限責任公司、中國國際金融香港證券有限公司及香港上海滙豐銀行有限公司(「聯席賬簿管理人」)訂立配售及認購協議(「配售及認購協議」)，據此，(i)補足賣方已同意出售，而聯席賬簿管理人個別同意作為補足賣方代理盡最大努力促使不少於六名承配人(將為專業、機構、企業或其他投資者，且彼等及彼等之最終實益擁有人需為獨立第三方)按每股66.65港元的價格購買補足賣方所持有的35,000,000股股份(「賣方配售」)，及(ii)補足賣方有條件同意認購，而本公司有條件同意按相等於配售價的價格發行有關數目的新股份(相等於賣方配售項下實際配售的股份)(「認購」)。於2025年4月23日及2025年4月28日，賣方配售及認購已分別完成。有關詳情，請參閱本公司日期分別為2025年4月17日及2025年4月28日的公告。

2025年4月16日(即配售及認購協議日期)本公司股份於聯交所所報的收市價每股股份73.65港元。配售股份的淨認購價(經扣除傭金及估計開支後)約為每股認購股份65.54港元。鑒於本公司擬進一步增強品牌推廣、市場營銷及研發投入，同時亦擴展品類及海外業務，董事會認為該等業務亦需持續增加大量資金。鑒於本公司的良好業績表現、持續的增長計劃及全球市場狀況，董事會因此認為，配售及認購為進一步增強本集團財務實力提供契機，以把握上述各項增長機遇。

本公司自認購收取的所得款項淨額約為2,294百萬港元(經扣除佣金及估計開支後)，其中(i) 90%擬用於核心業務的發展及生態圈佈局，包括但不限於品牌推廣、市場營銷、品類擴展、海外業務及研發投入；及(ii) 10%擬用於補充流動資金及作一般企業用途。

於報告期內及截至本業績公告日期，如上所披露的賣方配售及認購所得款項淨額的擬定用途並無變動，本公司計劃在未來5年內根據實際業務情況，按照該等預期用途逐步使用募集資金淨額。該預期時間表乃根據本公司對未來市場狀況及業務營運的最佳估計而作出，且仍會根據當前及未來市場狀況的發展以及實際業務需求而有所變動。

截至2026年6月30日，本集團使用認購所得款項淨額情況如下表：

使用用途	募集資金 用途百分比	募集資金 淨額 (百萬港元)	於2026年		於2026年	於2026年
			1月1日 尚未 使用金額 (百萬港元)	2026年 已使用金額 (百萬港元)	6月30日 累計已 使用金額 (百萬港元)	6月30日 尚未 使用金額 (百萬港元)
核心業務的發展及生態圈佈局， 包括但不限於品牌推廣、 市場營銷、品類擴展、海外 業務及研發投入	90%	2,064.6	1,958.0	240.9	347.5	1,717.1
補充流動資金及作一般企業 用途	10%	229.4	202.6	21.0	47.8	181.6
合計	100%	2,294	2,160.6	261.9	395.3	1,898.7

報告期後重大事項

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

足夠公眾持股量

據董事所深知及根據本公司公開所得資料，於截至2026年6月30日止六個月及於本業績公告日期，至少25%的本公司已發行股本由公眾人士持有。

審核委員會

本公司審核委員會由黃斯穎女士(主席)、黃進先生及單文華先生組成，彼等均為獨立非執行董事。本公司審核委員會已審閱本公司截至2026年6月30日止六個月之未經審核中期業績及中期報告。

截至2026年6月30日止六個月的未經審核中期業績已由本公司獨立核數師畢馬威會計師事務所根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱，並已作出足夠披露。

刊發中期業績公告及中期報告

本業績公告已登載於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.xajuzi.com。截至2026年6月30日止六個月的本公司中期報告將於上述聯交所網站及本公司網站刊發，並寄發予已表示希望收取本公司通訊之印刷版的本公司股東。

承董事會命
巨子生物控股有限公司
董事會主席
嚴建亞

香港，2026年8月18日

截至本公告日期，董事會成員包括執行董事嚴建亞先生、葉娟女士、方娟女士、張慧娟女士及嚴鈺博女士以及獨立非執行董事黃進先生、單文華先生及黃斯穎女士。