

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的任何損失承擔任何責任。



Qunabox Group Limited

趣致集團

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：0917)

**截至2026年6月30日止六個月
的中期業績公告**

中期業績摘要

	截至6月30日止六個月		
	2026年	2025年	同比變動
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	%
收入	826,546	676,189	22.2
— 營銷服務	724,911	568,020	27.6
— 智能零售	85,648	83,219	2.9
— 其他服務	15,987	24,950	(35.9)
毛利	489,892	385,511	27.1
期內利潤	167,282	128,363	30.3

董事會欣然宣佈本集團截至2026年6月30日止六個月（「報告期」）的未經審計簡明綜合中期業績。本中期業績公告的內容乃根據上市規則有關中期業績初步公告的適用披露規定所編製。

管理層討論與分析

業務及財務亮點

指標	2026年上半年	同比變動
財務亮點		
收入	人民幣 826.5百萬元	22.2%
毛利	人民幣 489.9百萬元	27.1%
綜合毛利率	59.3%	2.3個百分點
期內利潤	人民幣 167.3百萬元	30.3%
淨利率	20.2%	1.2個百分點
期末現金及銀行結餘	人民幣 1,613.6百萬元	7.1%
客戶指標		
品牌客戶總數	236家	57.3%
大客戶總數	29家	—
大客戶平均收入	人民幣 19.0百萬元	17.6%
AI互動營銷服務		
AI互動營銷服務收入	人民幣 131.6百萬元	101.9%
AI互動營銷服務毛利率	93.3%	2.4個百分點
使用AI互動營銷服務的品牌客戶數	51家	96.2%
品牌客戶AI互動營銷滲透率	21.6%	4.3個百分點

業務回顧

戰略落地：「AI+消費場景」與全感物理AI智能體

AI競爭的主戰場，正在從屏幕內的算力較量轉向線下實體場景的真實應用。競爭焦點在於企業能否找到切實的商業落地場景，並在其中建立起不可替代的獨特生態位——趣致集團正是找到了這樣的一個場景。

在產品迭代加速、消費需求碎片化以及新品生命週期縮短的背景下，品牌方正越來越依賴「新品」作為驅動增長的重要引擎。面對新品試錯成本上升和營銷預算效率要求提升，品牌方更願意為更高效、更確定、更可複製的營銷方式投入預算。本集團正是以「新品營銷」為戰略切入點，切入了這一高頻、高價值且具備長期商業化空間的物理世界營銷場景。

本集團已在2025年度報告中明確將核心戰略由「AI+營銷」升級為「AI+消費場景」，即由營銷場景延伸至真實消費空間與體驗場景。報告期內，本集團完成了技術體系與業務形態的結構性重塑。基於對既有物理點位、終端交互數據及營銷運營資產的深度複盤與系統性升級，本集團將AI Agent營銷工作站、AIGC營銷資源庫、多感官AI互動技術及數據與策略分析產品等能力，進一步整合並升級至「全感物理AI智能體」(Omni-sensory Physical AI Agent)這一能力體系之上，並於2026年世界人工智能大會(WAIC)正式對外發佈。該體系在AI-Omni領域適應多模態垂直模型底座的基礎上，深度協同Q-Agent端側全自主營銷智能體、Q-Sense全感多模態交互引擎與Q-Gen生成式空間敘事引擎，構建起可在端側高效運行的邊緣智能閉環，使本集團線下終端從傳統的展示、播放或基礎交互硬件，進化為具備環境感知、用戶理解、資源調度、內容生成、互動執行與反饋沉澱能力的物理AI智能體。全感物理AI智能體是既有能力的整合與升級，亦是「AI+消費場景」戰略在技術與產品層面的系統化載體。

物理AI營銷：全感物理AI智能體的首個規模化驗證場景

物理AI營銷是全感物理AI智能體首個完成規模化驗證的商業化場景，而新品營銷是其中最成熟、最具戰略意義的入口級服務模塊。新品上市本質上是一場短週期、高密度的市場驗證，品牌需要在有限的窗口期內同時完成認知建立、體驗激發、反饋收集與轉化承接，因為單純的線上觸達，往往難以打通從看見、理解到體驗、轉化的物理閉環。依託本集團的終端網絡，品牌新品得以在真實線下場景完成測試與即時互動，並將現場的用戶偏好、場景反饋與轉化表現沉澱為可追蹤、可複盤、可複用的數據資產。

基於這些沉澱數據，本集團可以幫助品牌優化內容表達、調整投放策略，並將現場完成試用、互動、評價與購買的消費者進一步引導為品牌會員或私域用戶，使一次線下新品觸達延展為可持續運營的用戶關係——新品營銷由此從傳統的一次性活動投放，升級為覆蓋「新品測試－認知建立－體驗教育－市場放量－會員沉澱」的連續運營鏈路。

這一能力以高頻上新的快消品類(FMCG)為基本盤，並已延伸至家用電器、化妝品等同樣依賴線下體驗與用戶運營的品類，未來亦有望進一步延伸至文旅產品、體驗消費等場景。只要品牌方存在持續創新的訴求，就需要這套成熟、可複製且高確定性的物理AI能力。本集團亦得以從單次的項目服務切入，升級為品牌年度戰略合作與常態化運營夥伴，將一次次離散的新品互動沉澱為數據複利、運營複利與用戶關係複利，推動集團業務實現從「項目交付」向「長線運營」的模式躍遷。

全局賦能，量利齊升

隨着本集團AI能力的不斷深化，效率紅利開始在網絡層面顯現，本集團衡量自身經營質量的方式，也從終端網絡的規模和產出，轉向整體網絡的毛利結構、費用效率與持續運營能力，並已在收入端與利潤端同步體現。

具體而言，2026年上半年，本集團實現總收入人民幣826.5百萬元，同比增長22.2%；毛利達人民幣489.9百萬元，同比增長27.1%，綜合毛利率由2025年上半年的57.0%提升至2026年上半年的59.3%，同比增長2.3個百分點，準確反映本集團業務結構優化及存量終端運營效率改善所帶來的綜合效果。

在收入端加速增長的同時，費用率同步收窄：報告期內，本集團的銷售及分銷費用、研發費用及管理費用合計約人民幣296.5百萬元，合計費用率由2025年上半年的40.7%下降至報告期的35.9%，為上市以來半年度最低水平。其中，報告期的銷售及分銷費用為人民幣184.9百萬元，同比增長7.1%，費用率由25.5%降至22.4%；報告期的管理費用為人民幣25.5百萬元，同比基本持平，費用率由3.7%降至3.1%；研發費用率由11.5%下降至10.4%。

值得注意的是，三項費用整體可控的同時，研發投入仍維持歷史高位——報告期內，研發費用達人民幣86.1百萬元，同比增長10.6%，仍為本集團歷史同期最高，這說明費用率下降是收入規模擴大及效率提升帶來的自然攤薄，而非壓縮研發投入所致。更值得關注的是研發投入性質的變化：報告期內，研發投入更多用於既有技術底座上的場景化適配與微調，而非底座本身的從零建設，邊際投入不再隨服務的產品類別及場景數量線性增長。展望下階段，這部分投入將繼續用於支撐全感物理AI智能體能力體系在不同品牌、不同需求下的場景化適配，以拓展未來的應用邊界。

得益於毛利結構改善與費用效率優化的共同作用，疊加AI能力對重複性人工執行和部分運維環節的替代帶來的人效與資產運營效率提升，期內利潤錄得人民幣167.3百萬元，同比增長30.3%，淨利潤率升至20.2%。

截至2026年6月30日，本集團現金及銀行結餘為人民幣1,613.6百萬元，較2025年12月31日的人民幣1,506.1百萬元增加約人民幣107.5百萬元，財務狀況保持穩健，流動資金充裕。

截至報告期末，本集團在中國註冊的軟件著作權累計173項（2025年末：173項），專利數量28項（2025年末：22項，另有133項專利已進入申請流程），技術資產持續積累。

高毛利增長引擎：AI互動營銷服務

依託「全感物理AI智能體」體系中Q-Gen生成式空間敘事引擎、Q-Sense全感多模態交互引擎等引擎能力的持續迭代，本集團在內容生成與全感交互層面構建起成熟的AI原生交付能力。得益於這一能力的持續推進，AI互動營銷服務正成為本集團新的高毛利增長引擎，並對大客戶平均收入提升形成直接拉動。

報告期內，AI定制營銷服務中的AI互動營銷收入達人民幣131.6百萬元，同比增長101.9%，佔本集團營銷收入比重提升至18.2%。使用AI互動營銷服務的客戶數同比增長96.2%至51.0家，在236家品牌客戶總數中的滲透率達21.6%（品牌客戶總數較2025年上半年150家增長57.3%）；該項服務的毛利率達93.3%，較2025年上半年提升2.4個百分點。

值得注意的是，在本集團大客戶數量維持29家不變的背景下，來自大客戶的平均收入由人民幣16.2百萬元增長至人民幣19.0百萬元，同比增長17.6%。這一變化顯示，AI互動營銷正在成為品牌客戶提升用戶互動深度、增強場景體驗和提高終端運營效率的重要工具。其較高的毛利率不僅優化了本集團整體盈利結構，也成為深挖存量客戶價值、提升大客戶單體產值的重要槓桿。目前AI互動營銷服務在品牌客戶中的滲透率約為21.6%，仍有較大提升空間；隨着該能力在存量點位上的持續複製和升級，本集團有望在不依賴大規模新增點位的情況下，進一步釋放既有網絡價值，打開收入增量與盈利彈性空間。

商業落地與行業認可

本集團持續將複雜的線下新品營銷流程，轉化為可追蹤、可複盤、可生成、可持續優化的物理場景能力體系，並在真實場景中實現商業化落地。隨着AI互動營銷能力在品牌客戶中的持續應用，本集團也獲得了商業媒體、行業大會及專業評選的多重認可。

2025年，本集團入選福布斯中國「2025中國人工智能科技企業TOP50」榜單，並成為AI互動營銷領域的入選企業；2026年，本集團進一步入選福布斯中國「人工智能商業落地示範企業」子榜單，細分領域為AI互動營銷。上述認可反映出外部機構對本集團在AI互動營銷場景化應用和商業化落地方面的持續關注。

此外，報告期內，本集團憑藉物理AI技術在營銷場景中的應用實踐，相繼獲得中國消費創新大會「2025人工智能創新應用獎」、第六屆國際科創節「2025年度人工智能引領獎」及第六屆傑出品牌創新獎「AI營銷大獎」等行業獎項。

佈局物理AI娛樂

基於本集團在全感交互、空間敘事與端側智能體上的技術沉澱，以及對海外高價值線下消費場景、強付費意願與高質感體驗需求的看好，本集團正積極培育「物理AI娛樂」作為第二增長曲線。

報告期內，本集團已分別於中東（迪拜）及新加坡設立業務主體並取得當地經營牌照。受中東地區宏觀環境及項目落地條件變化影響，本集團動態優化海外資源配置節奏，現階段優先聚焦新加坡項目的落地與驗證，同時保留中東市場的既有業務基礎。新加坡項目作為本集團從物理AI營銷邁向物理AI娛樂的重要落地實踐，將打造融合裸眼3D、多人協同、實時交互與沉浸式內容體驗的物理AI娛樂空間，探索AI在室內體驗式娛樂場景中的應用形態。

這一實踐標誌着本集團物理AI能力正在從品牌營銷節點，向更廣義的消費體驗場景延展。本集團亦已將迪拜、新加坡以外的其他海外市場（包括澳大利亞）納入戰略部署考慮範圍——相關市場目前尚未實質啟動運營，本集團將結合新加坡項目的推進情況及各區域市場環境，堅持審慎、穩健、分階段落地原則，持續評估並適時推進中東、澳大利亞及其他海外市場的拓展機會，逐步推動物理AI智能體在海外高價值消費場景中的商業化落地。

長期策略及展望

展望未來，本集團將繼續以「全感物理AI智能體」為核心操作系統，以物理AI營銷為商業基石，以物理AI娛樂為外延，持續拓展AI在物理場景中的商業化邊界，加速推動「AI+消費場景」戰略落地。

2026年下半年，本集團將圍繞以下四個維度推進業務佈局，持續提升商業化能力與競爭優勢：

1. 推進全感物理AI智能體場景適配，降低新業務邊際成本

本集團將持續推進「全感物理AI智能體」在更多產品品類與營銷環節中的適配深化。基於新品營銷中已逐步成熟的感知、生成、決策、執行與反饋能力，本集團將進一步拓展其在新品測試、市場放量、成熟期心智維繫、用戶互動和會員沉澱等品牌全生命週期場景中的應用，提升新品上市與全週期運營效率。通過模塊化能力複用與場景化適配，本集團將持續提升新場景複製效率。

2. 加強市場與客戶開發，擴大AI互動營銷服務轉化漏斗

本集團將進一步拓展更多品類的品牌客戶，擴大基礎客戶池，並通過行業化解決方案和成熟案例複製，提升AI互動營銷服務在不同品類客戶中的轉化效率。隨着品牌客戶數量和行業覆蓋範圍提升，AI互動營銷服務的潛在滲透空間也將進一步擴大。

3. 聚焦客戶深度運營，提升高毛利服務滲透率

本集團將依託日益成熟的AI原生交付能力，繼續推動AI互動營銷服務在現有品牌客戶中的滲透。通過更精準地匹配客戶在新品上市、體驗互動、終端運營和用戶沉澱等環節的需求，推動合作從單次項目延展至年度規劃和常態化運營，持續提升客戶單體價值和大客戶平均收入水平。

4. 推進海外重點項目，培育物理AI娛樂新場景

本集團將推進新加坡等海外「物理AI娛樂」項目的落地與商業化驗證，推動物理AI智能體能力由品牌營銷節點延伸至線下體驗式娛樂、沉浸空間和海外高價值消費場景，為本集團培育主營業務之外的第二增長曲線。

財務概覽

收入

本集團收入由2025年上半年的人民幣676.2百萬元上升至2026年上半年的人民幣826.5百萬元，同比增長22.2%。

增長主要由於幾項關鍵因素：(i)本集團核心戰略由「AI+營銷」升級為「AI+消費場景」，並將既有技術能力整合升級至「全感物理AI智能體」能力體系，推動AI原生交付能力在線下場景規模化落地，為收入增長奠定戰略基礎；(ii)AI定制營銷服務中的AI互動營銷服務表現強勁，收入同比增長101.9%至人民幣131.6百萬元，毛利率達93.3%，成為本集團新的高毛利增長引擎，有效拉動整體收入結構優化；及(iii)AI標準化營銷服務收入穩健增長，得益於AI能力深度嵌入全鏈路，從終端交互、數據洞察到投放優化實現智能化升級，服務能力和運營效率持續增強，推動大客戶平均收入由2025年上半年的人民幣13.7百萬元提升至2026年上半年的人民幣15.5百萬元。

根據業務分部劃分的收入

本集團收入主要來自(i)營銷服務，又進一步分為(a)AI標準化營銷服務及(b)AI定制營銷服務；(ii)智能零售（原商品銷售）；及(iii)其他服務。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至2026年6月30日止六個月			截至2025年6月30日止六個月		
	收入	毛利率	佔比	收入	毛利率	佔比
	人民幣千元	%	%	人民幣千元	%	%
營銷服務	724,911	63.1	87.7	568,020	62.2	84.0
－AI標準化營銷服務	591,500	56.2	71.6	483,157	57.2	71.5
－AI定制營銷服務	133,411	93.3	16.1	84,863	90.9	12.6
智能零售	85,648	30.4	10.4	83,219	25.6	12.3
其他服務	15,987	41.9	1.9	24,950	43.4	3.7
總計	<u>826,546</u>	<u>59.3</u>	<u>100.0</u>	<u>676,189</u>	<u>57.0</u>	<u>100.0</u>

(1) 營銷服務

營銷服務收入由2025年上半年的人民幣568.0百萬元上升至2026年上半年的人民幣724.9百萬元，同比增長27.6%。該增長主要是由於AI標準化營銷服務以及AI定制營銷服務均實現業務增長。

其中，AI標準化營銷服務收入由2025年上半年的人民幣483.2百萬元上升至2026年上半年的人民幣591.5百萬元，同比增長22.4%。增長主要歸因於本集團圍繞「AI+消費場景」核心戰略，將AI能力深度嵌入AI標準化營銷服務的全鏈路，從終端交互、數據洞察到投放優化均實現智能化升級，使得服務能力和運營效率持續增強，從而鞏固了穩定且優質的客戶群。同時，本集團持續迭代營銷產品組合與服務模式，引入AI驅動工具，拓寬服務場景、豐富AI互動產品矩陣，並通過開發數據策略產品、提供更高階運營支持及更深度的客戶需求挖掘，有效提升服務質量與客戶體驗，增強客戶黏性並推動每名客戶貢獻價值持續增長。採購AI標準化營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由2025年上半年的人民幣13.7百萬元增加至2026年上半年的人民幣15.5百萬元。

AI定制營銷服務收入由2025年上半年的人民幣84.9百萬元上升至2026年上半年的人民幣133.4百萬元，同比增長57.2%。增長主要歸因於其中AI互動營銷服務的強勁表現——該業務收入由2025年上半年的人民幣65.2百萬元增至2026年上半年的人民幣131.6百萬元，同比增長101.9%，佔本集團營銷收入比重由11.5%提升至18.2%，毛利率達93.3%，成為本集團新的高毛利增長引擎。增長源於本集團加大全感物理AI智能體能力體系開發，依託Q-Gen、Q-Sense等引擎迭代，構建成熟的AI原生交付能力，通過增強用戶體驗、拓展交互能力、完善行業數據庫，有效強化競爭力，推動每名客戶貢獻價值提升，形成技術與商業價值相互促進的良性循環。採購AI定制營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由2025年上半年的人民幣4.6百萬元增加至2026年上半年的人民幣7.2百萬元。

(2) 智能零售

智能零售（原商品銷售）收入由2025年上半年的人民幣83.2百萬元上升至2026年上半年的人民幣85.6百萬元，同比增長2.9%，整體保持平穩。其作為本集團終端網絡的運營底盤及AI互動實踐場景，報告期內的毛利率由2025年上半年的25.6%提升至30.4%，主要受益於點位結構持續優化、資源向高產出場景集中，以及智能運營系統對商品結構與定價策略的優化。

(3) 其他服務

其他服務收入由2025年上半年的人民幣25.0百萬元下降至2026年上半年的人民幣16.0百萬元，同比下降35.9%。其他服務主要包括IT系統開發及軟件開發服務，為本集團的輔助業務板塊。鑒於本集團全力聚焦核心業務的戰略導向，本集團的技術研發團隊減少了對非核心領域的項目承接，以確保資源集中用於提升重點業務的技術創新能力和市場競爭力。

銷售成本

銷售成本由2025年上半年的人民幣290.7百萬元上升至2026年上半年的人民幣336.7百萬元，同比增長15.8%，增加主要由於信息技術服務費由2025年上半年的人民幣193.9百萬元上升至2026年上半年的人民幣244.7百萬元，主要由於其相應的營銷服務銷售增加。

儘管銷售成本有所增加，但其增速低於2026年上半年收入增速，支撐毛利率持續改善，主要得益於本集團實施的高效成本管控措施——尤其是報告期內完成技術體系重塑，將既有能力整合升級為「全感物理AI智能體」，顯著提升了終端運維與內容生成效率，進一步夯實了成本管控基礎。

毛利及毛利率

本集團的毛利由2025年上半年的人民幣385.5百萬元上升至2026年上半年的人民幣489.9百萬元，同比增長27.1%，主要由於本集團的收入增加以及銷售成本的控制。毛利率為59.3%，較2025年上半年的毛利率57.0%維持相對穩定水平，主要由於本集團處於穩健經營階段，成本控制高效。

其他收入及收益

本集團的其他收入主要來自於政府補助、利息收入等，本集團的其他收入由2025年上半年的人民幣3.5百萬元增加至2026年上半年的人民幣14.7百萬元，同比增長317.5%，主要是由於為鼓勵本集團業務穩定增長及可持續發展，收到的政府補助增加。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用由2025年上半年的人民幣172.7百萬元增加至2026年上半年的人民幣184.9百萬元，同比增長7.1%。其中佔比較高的為營銷及推廣費用，其由2025年上半年的人民幣129.1百萬元增加至2026年上半年的人民幣145.4百萬元，同比增長12.6%，主要由於線上、線下多渠道協同開展的營銷活動增加，旨在提高本集團的品牌知名度和形象，開拓並觸及更廣泛的潛在客戶，推動本集團拓展業務規模。

管理費用

2026年上半年管理費用為人民幣25.5百萬元，與2025年上半年的人民幣24.9百萬元相若。主要是由於2026年上半年發展境外物理AI娛樂空間業務，相應增加員工成本與專業及諮詢服務費開支，但部分增幅被境內經營相關以股份為基礎的付款開支的減少所抵銷。

財務費用

財務費用主要包括銀行借款利息。本集團的財務費用由2025年上半年的人民幣9.5百萬元下降至2026年上半年的人民幣7.6百萬元，減少了人民幣1.9百萬元，主要由於銀行貸款平均利率下降。

研發開支

研發開支由2025年上半年的人民幣77.8百萬元增加至2026年上半年的人民幣86.1百萬元，同比增長10.6%。增長主要是由於本集團在既有技術底座上為升級至「全感物理AI智能體」而進行的技術場景化適配研發投入，這部分投入將繼續用於支撐全感物理AI智能體能力體系在不同品牌、不同需求下的場景化適配，以拓展未來的應用邊界。

其他費用及虧絀

本集團的其他費用及虧絀主要是包括匯率波動產生的匯兌損失及處置自動販賣機的虧絀。本集團2026年上半年的其他費用及虧絀為人民幣4.0百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由2025年上半年的人民幣11.2百萬元增加至2026年上半年的人民幣18.8百萬元，原因為本集團的所得稅前溢利增加。我們的實際稅率由2025年上半年的8.7%變為2026年上半年的11.3%。

期內盈利

本集團2026年上半年的期內盈利為人民幣167.3百萬元，較2025年上半年的期內盈利人民幣128.4百萬元增加人民幣38.9百萬元，體現了本集團業務盈利能力持續增強。

存貨

本集團的存貨主要包括飲料和食品等快速消費品。我們的存貨餘額由截至2025年12月31日的人民幣14.1百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣44.8百萬元，主要由於本集團業務規模擴大，為應對市場需求積極備貨令庫存增加。

貿易應收款項

本集團的貿易應收款項指本集團主要就提供營銷服務而應收客戶的欠款。貿易應收款項由截至2025年12月31日的人民幣599.2百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣672.0百萬元。增加主要是由於我們的業務規模擴大導致。截至2026年6月30日，本集團的貿易應收款項周轉天數為178.02天，較截至2025年6月30日的172.3天維持相對穩定水平。本集團已設立信貸控制部門，以盡量降低我們的信貸風險及維持對未償還應收款項的控制，同時，我們的管理層定期審查信貸期相對較長的客戶的結算情況，旨在維持良好的貿易應收款項周轉。

貿易應付款項

貿易應付款項主要指本集團日常經營活動中，應付採購商品費、應付接受服務費用等。貿易應付款項由截至2025年12月31日的人民幣16.7百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣31.6百萬元，主要是由於本集團業務規模擴大，為應對市場需求積極備貨，導致貿易應付款項餘額增加。

預付款項、按金及其他應收款項－即期

預付款項、按金及其他應收款項指本集團日常經營活動中，預先支付給供應商、服務提供商等，或因其他交易事項而產生的，預期將在未來某個時間點收回的款項。主要包括：(1)預付款項，主要指購買商品和採購服務預付供應商的款項，本公司利用社交媒體平台的能力吸引並發展可持續增長的優質客戶，同時對第三方媒體資源預付採購款；及(2)按金及其他應收款項，主要指租賃按金及應收款項。預付款項、按金及其他應收款項由截至2025年12月31日的人民幣147.1百萬元減少至截至2026年6月30日的人民幣105.4百萬元。

資本開支

本集團的資本開支包括用於支付以人民幣購置物業、廠房及設備和確認使用權資產的款項。其中，物業、廠房及設備主要包括：(1)AI互動終端；(2)租賃物業裝修；及(3)運輸設備。物業、廠房及設備由截至2025年12月31日的人民幣121.5百萬元減少至截至2026年6月30日的人民幣97.3百萬元，主要是由於使用年限到期而報廢的AI互動終端及截至2026年6月30日按折舊政策計提的折舊減少固定資產賬面淨值。

使用權資產主要指辦公室物業及倉庫租賃。使用權資產由截至2025年12月31日的人民幣5.8百萬元減少至截至2026年6月30日的人民幣4.7百萬元，該減少主要由於折舊，部分被倉庫訂立的新租賃協議所抵銷。

財務狀況

本集團一般以經營活動所得現金及銀行借款為其業務提供資金。本集團的現金及現金等價物由截至2025年12月31日的人民幣1,506.1百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣1,613.6百萬元，主要歸因於我們經營活動所得現金。

本集團的主要融資來源為銀行借款及股權融資。截至2026年6月30日，本集團的銀行借款為人民幣514.9百萬元（2025年12月31日：人民幣534.9百萬元）。截至2026年6月30日及2025年12月31日，銀行借款主要以人民幣計值。

展望未來，我們相信，通過綜合使用經營活動所得現金、銀行借款、全球發售所得款項淨額及不時從資本市場籌集的其他資金，將可滿足我們的流動資金需求。

資產負債率

資產負債率為總負債除以總資產乘以100%。截至2026年6月30日，本集團的資產負債率為24.6%，而截至2025年12月31日的資產負債率為26.1%。

資產抵押

截至2026年6月30日，本集團並無任何資產抵押。

或然負債

於報告期內，本集團並無重大或然負債。

外匯風險

本集團主要於中國經營業務，交易主要以人民幣結算。由於本集團並無以我們經營實體各自功能貨幣以外的貨幣計值的重大金融資產或負債，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。截至2026年6月30日，我們並無對沖外匯波動。

信用風險

本集團只與經認可的、信譽良好的第三方進行交易，並且不要求提供抵押品。我們的政策是所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用核查程序。此外，我們持續監控應收款項餘額，而我們的壞賬風險並不重大。我們根據客戶／訂約方及行業管理信用風險集中度。

重大投資、收購及出售

於報告期內，本集團並無進行任何重大投資、收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

所持重大投資及未來前景

由於本集團截至2026年6月30日並無單一投資佔本集團總資產的5%或以上，故本集團並無持有重大投資。截至2026年6月30日，本集團並無未來重大投資計劃。

重大投資的未來計劃

除招股章程中「業務」及「未來計劃及所得款項用途」章節所披露的擴展計劃外，本集團並無就重大投資或重大資本資產或其他業務的收購事項制定特定計劃。

僱員及薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團共有196名僱員（截至2025年12月31日：201名）。報告期內，本集團員工成本總額（不包括股份激勵計劃開支）為人民幣25.33百萬元（截至2025年6月30日止六個月：人民幣22.3百萬元）。我們的成功取決於我們吸引、挽留和激勵合資格員工的能力。我們為員工提供具有競爭力的薪酬方案，包括工資、福利、獎金和獎勵。我們的薪酬計劃旨在根據員工的表現，按照特定的客觀標準來釐定其薪酬。按照中國法律的要求，我們已為或代表員工向各種強制性社會保障基金（包括基本養老保險、失業保險、基本醫療保險、工傷保險和生育保險）以及強制性住房公積金繳款。本公司實施股份激勵計劃，旨在向為本集團的經營成功作出貢獻的合資格參與者提供激勵及獎勵。本集團的僱員（包括董事）可通過以股份為基礎的付款形式獲取報酬，即以提供服務換取股權工具。

為保持僱員的素質、知識及技能水平，本集團持續為僱員提供教育及培訓計劃，包括內部及外部培訓，以強化彼等的技術、專業或管理技能。本集團亦不時為僱員提供培訓計劃，以確保彼等於各方面均了解並遵守我們的政策和程序。

其他企業管治事宜

更換核數師

如本公司日期為2026年4月23日的公告所披露，董事會及審核委員會接獲安永會計師事務所日期為2026年4月23日的函件，表示其將不會在本公司於2026年5月22日舉行的股東週年大會（「股東週年大會」）上尋求續聘為本公司截至2026年12月31日止年度的核數師。經審核委員會推薦，董事會已議決，建議於安永會計師事務所退任後委任中匯安達會計師事務所有限公司（「中匯」）為本公司新任核數師，自股東週年大會結束起生效，惟須待股東於股東週年大會上批准。有關委任中匯為本公司核數師的普通決議案已於股東週年大會上獲股東正式通過。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2026年4月23日及2026年5月15日的公告、本公司日期為2026年4月27日的通函及本公司日期為2026年5月22日的投票表決結果公告。

執行董事變動

如本公司日期為2026年4月23日的公告所披露，曹理文先生（「曹先生」）已辭任執行董事職務，自2026年4月23日起生效，以投入更多時間於本公司銷售部的運營管理。於曹先生辭任後，董事會建議委任錢俊先生（「錢先生」）為執行董事候選人，以填補曹先生辭任後董事會的空缺，自股東週年大會結束起生效，惟須待股東批准。有關委任錢先生為執行董事的普通決議案已於股東週年大會上獲股東正式通過。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2026年4月23日的公告、本公司日期為2026年4月27日的通函及本公司日期為2026年5月22日的投票表決結果公告。

建議修訂組織章程細則

如本公司日期為2026年4月23日的公告所披露，董事會建議對本公司第四次經修訂及經重列組織章程細則（「**組織章程細則**」）作出若干修訂（「**建議修訂**」），旨在：(i)為本公司運用虛擬會議技術召開股東大會提供靈活性；(ii)能夠以電子方式投票；及(iii)作出若干其他內務修訂，以使組織章程細則與上市規則及現行市場慣例保持一致。建議修訂已於股東週年大會上以特別決議案方式獲股東正式通過。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2026年4月23日的公告、本公司日期為2026年4月27日的通函及本公司日期為2026年5月22日的投票表決結果公告。

報告期後事項

非執行董事辭任

如本公司日期為2026年7月16日的公告所披露，戴建春先生已辭任非執行董事職務，自2026年7月16日起生效，以投入更多時間處理其個人事務。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2026年7月16日的公告。

除本中期業績公告所披露者外，截至本中期業績公告日期，於報告期後並無對本集團產生重大影響的其他期後事項。

全球發售所得款項用途

股份於2024年5月27日在聯交所主板上市。經扣除本公司就全球發售應付的包銷佣金、費用及估計開支後，全球發售所得款項淨額約為420.51百萬港元（「**全球發售所得款項淨額**」）。

截至本業績公告日期，先前於招股章程「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」一節中所披露的全球發售所得款項淨額的擬定用途及預期時間表並無任何變動。下表載列截至2026年6月30日全球發售所得款項淨額的使用情況概要：

全球發售所得款項淨額的計劃用途	佔全球發售所得款項淨額總額的百分比	全球發售所得款項淨額 (百萬港元)	截至2026年 1月1日的 未使用金額 (百萬港元)	於截至2026年 6月30日 止六個月的 已使用金額 (百萬港元)	截至2026年 6月30日 實際使用的 全球發售 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2026年 6月30日的 未使用金額 (百萬港元)	悉數使用剩餘 全球發售 所得款項淨額的 預期時間表
擴展終端網絡及提高市場滲透率	32.0%	134.56	46.32	13	101.24	33.32	2027年12月31日
— 擴展中國一線及新一線城市的終端網絡	24.0%	100.92	34.84	4.2	70.28	30.64	2027年12月31日
— 擬用於安裝新增終端的新點位的部署成本	8.0%	33.64	11.48	8.8	30.96	2.68	2027年12月31日
優化營銷服務	13.0%	54.67	30.74	17.49	41.42	13.25	2027年12月31日
— 擴大本集團用戶群及持續優化本集團會員體系	10.0%	42.05	21.73	15.87	36.19	5.86	2027年12月31日
— 招聘額外營銷策劃人員	3.0%	12.62	9.01	1.62	5.23	7.39	2027年12月31日
通過提高本集團品牌知名度以拓展本集團品牌客戶群	15.0%	63.08	20.01	20.01	63.08	0.00	不適用
— 拓展本集團的品牌客戶群及推廣「趣拿」品牌	10.0%	42.05	7.79	7.79	42.05	0.00	不適用
— 招聘商業拓展人員	5.0%	21.03	12.22	12.22	21.03	0.00	不適用
加強本集團的技術能力及研發力度	20.0%	84.10	40.87	28.77	72.01	12.10	2027年12月31日
— 進一步加大本集團的研發投入	10.0%	42.05	21.90	16.29	36.44	5.61	2027年12月31日
— 加強本集團內部運營數字化系統的建設	5.0%	21.03	6.90	6.9	21.03	0.00	不適用
— 招聘經驗豐富的技術及研發人員	5.0%	21.03	12.08	5.59	14.54	6.49	2027年12月31日
尋求戰略聯盟和收購	10.0%	42.05	0.00	0	42.05	0.00	不適用
用於一般營運資金及一般企業用途	10.0%	42.05	0.00	0	42.05	0.00	不適用
總計	100.0%	420.51	137.94	79.27	361.85	58.67	

本集團將按照招股章程所載的擬定用途逐步使用全球發售所得款項淨額。

配售事項所得款項用途

於2025年7月23日，本公司完成配售事項，當中合共3,000,000股新股份已由本公司配售代理海通國際證券有限公司根據配售協議的條款及條件成功配售予不少於六名承配人（均為專業、機構、企業或其他投資者），配售價為每股配售股份106.60港元（「**配售事項**」）。配售事項所得款項淨額（經扣除配售佣金及配售事項其他相關成本及開支後）約為313.80百萬港元（「**配售事項所得款項淨額**」）。

截至本業績公告日期，本公司先前於日期為2025年7月23日的公告（「**配售公告**」）中所披露的配售事項所得款項淨額的擬定用途及預期時間表並無任何變動。下表載列截至2026年6月30日配售事項所得款項淨額的使用情況概要：

配售事項所得款項淨額的計劃用途	佔配售事項 所得款項 淨額總額的 百分比	配售事項 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2026年 1月1日的 未使用金額 (百萬港元)	於截至2026年 6月30日止 六個月的已 使用金額 (百萬港元)	截至2026年 6月30日		悉數使用剩餘 配售事項 所得款項淨額的 預期時間表
					實際使用的 配售事項 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2026年 6月30日 的未使用金額 (百萬港元)	
本集團境內外業務營運之發展	50.0%	156.90	100.17	53.35	110.08	46.82	2026年12月31日
研發	10.0%	31.38	0.00	0	31.38	0.00	不適用
優化資本結構及其他一般企業用途	40.0%	125.52	24.16	24.16	125.52	0.00	不適用
總計	100.0%	313.80	124.33	77.51	266.98	46.82	

本集團將按照配售公告所載的擬定用途使用配售事項所得款項淨額。

中期股息

董事會決議不宣派截至2026年6月30日止六個月的任何中期股息（截至2025年6月30日止六個月：無）。

企業管治

本公司致力於維持高水平的企業管治，以保障股東利益，並提升企業價值及問責性。本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。除下文及本業績公告所披露者外，本公司已遵從企業管治守則第二部分載列的所有適用守則條文，並於報告期內採納該守則載列的大部分建議最佳常規。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。殷珏輝女士（「殷女士」）為董事長兼首席執行官。殷女士擁有電信行業的經驗並自本公司成立以來任職於本公司，負責監督及統籌本集團整體管理、經營及戰略。儘管董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，構成偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，董事會認為，董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，有利於確保本公司的領導貫徹一致及更有效且高效的整體戰略規劃。董事會認為，此安排不會影響董事會與本公司高級管理層之間的權力及授權平衡，原因如下：(i)殷女士及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，當中要求（其中包括）彼等各自以本公司的利益及最佳利益行事；(ii)董事會有充足的制衡機制，董事會由經驗豐富及多元化的人士組成，而董事會作出的決定須經至少過半數董事批准；及(iii)本集團整體戰略及其他關鍵業務、財務及營運政策目前及將來均會在董事會及高級管理層層面經過充分討論後共同制定。

本公司將繼續檢討及監察其企業管治常規，確保遵守企業管治守則。

證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為其自身有關董事進行證券交易的行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，各董事均已確認其於報告期內已遵守標準守則所載的規定標準。

於報告期內，本公司亦已就僱員進行證券交易採納自身的行為守則，其條款不遜於標準守則所載的標準，可能擁有本公司未公佈內幕消息的相關僱員在買賣本公司證券時須遵守該行為守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

本公司及其任何附屬公司在報告期內概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券(包括出售庫存股份(如有))。截至2026年6月30日，本公司並無持有任何庫存股份。

審核委員會

本公司已根據上市規則的規定成立審核委員會，並制訂其書面職權範圍。截至本業績公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事(即朱霖先生、車錄鋒博士及楊波博士)組成。審核委員會主席由朱霖先生(即持有適當專業資格的獨立非執行董事)擔任。審核委員會的主要職責為審查及監督本集團的財務申報程序、風險管理及內部控制系統、監督審核過程、向董事會提供意見，並履行董事會委派的其他職責與責任，以及檢討及監督本公司的風險管理。

審核委員會已與本公司管理層討論並審閱本集團於報告期的未經審計簡明綜合財務報表。審核委員會認為，本集團於報告期的未經審計簡明綜合財務報表符合適用的會計準則、法律法規，且本公司已就此作出適當披露。

本集團於報告期內的未經審計簡明綜合財務報表未經本公司核數師審閱或審計，但已經審核委員會審閱，審核委員會認為編製該等報表符合適用會計準則及上市規則，且已作出充分披露。

中期未經審計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

		截至6月30日止六個月	
	附註	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
收入	5	826,546	676,189
銷售成本		<u>(336,654)</u>	<u>(290,678)</u>
毛利		489,892	385,511
其他收入及收益		14,741	3,531
銷售及分銷費用		(184,926)	(172,737)
管理費用		(25,465)	(24,947)
研發開支		(86,100)	(77,837)
按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」) 的金融資產的公允價值收益		6,711	40,816
其他費用及虧絀		(3,969)	(3,754)
預期信用損失(「預期信用損失」)模型下的 減值損失(扣除撥回)		(17,173)	(1,513)
財務費用		<u>(7,588)</u>	<u>(9,520)</u>
稅前利潤	6	186,123	139,550
所得稅開支	7	<u>(18,841)</u>	<u>(11,187)</u>
期內利潤		<u>167,282</u>	<u>128,363</u>
其他全面收益			
後續期間可重新分類至損益的其他全面收益： 換算海外業務產生的匯兌差額		<u>320</u>	<u>—</u>
期內其他全面收益(扣除稅項)		<u>320</u>	<u>—</u>
期內全面收益總額		<u>167,602</u>	<u>128,363</u>
以下各項應佔期內利潤：			
母公司擁有人		166,439	123,391
非控股權益		<u>843</u>	<u>4,972</u>
		<u>167,282</u>	<u>128,363</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
		(未經審計)	(未經審計)
以下各項應佔期內全面收益總額：			
母公司擁有人		166,759	123,391
非控股權益		<u>843</u>	<u>4,972</u>
		<u>167,602</u>	<u>128,363</u>
母公司擁有人應佔每股盈利			
基本：			
期內利潤(人民幣元)	9	<u><u>0.63</u></u>	<u><u>0.47</u></u>
攤薄：			
期內利潤(人民幣元)	9	<u><u>0.57</u></u>	<u><u>0.41</u></u>

中期未經審計簡明綜合財務狀況表

2026年6月30日

		2026年 6月30日 附註 人民幣千元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備		97,253	121,511
使用權資產		4,687	5,807
按公允價值計入損益的金融資產		—	4,000
遞延稅項資產		23,764	21,659
非流動資產總值		125,704	152,977
流動資產			
存貨		44,760	14,136
貿易應收款項	10	672,018	599,222
預付款項、按金及其他應收款項		105,444	147,098
按公允價值計入損益的金融資產		318,594	307,883
現金及銀行結餘		1,613,622	1,506,112
按攤銷成本計量的金融資產		18,064	—
流動資產總值		2,772,502	2,574,451
流動負債			
貿易應付款項	11	31,550	16,695
其他應付款項及應計費用		43,549	71,553
合約負債		61,681	22,981
應付所得稅		47,714	50,178
租賃負債		2,167	2,640
計息銀行借款		514,940	534,940
遞延收入		—	80
流動負債總額		701,601	699,067

	附註	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
流動資產淨值		<u>2,070,901</u>	<u>1,875,384</u>
總資產減流動負債		<u>2,196,605</u>	<u>2,028,361</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		9,455	8,904
租賃負債		<u>2,567</u>	<u>3,182</u>
非流動負債總額		<u>12,022</u>	<u>12,086</u>
資產淨值		<u><u>2,184,583</u></u>	<u><u>2,016,275</u></u>
權益			
股本	12	18	18
庫存股份		—	(18,063)
儲備		<u>2,183,218</u>	<u>2,033,703</u>
母公司擁有人應佔權益		2,183,236	2,015,658
非控股權益		<u>1,347</u>	<u>617</u>
總權益		<u><u>2,184,583</u></u>	<u><u>2,016,275</u></u>

中期未經審計簡明綜合財務資料附註

2026年6月30日

1. 一般資料

趣致集團（「本公司」）於2021年6月15日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊地址為Maples Corporate Services Limited的辦事處，位於PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。本公司股份自2024年5月27日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

未經審計簡明綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列，人民幣亦為本公司及其大部分附屬公司的功能貨幣。本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）的主要業務為於中華人民共和國（「中國」）從事營銷服務、智能零售及其他服務。

2. 編製基準

截至2026年6月30日止六個月的中期未經審計簡明綜合財務資料已根據國際會計準則（「國際會計準則」）第34號中期財務報告編製。中期未經審計簡明綜合財務資料並未包括年度財務報表中規定的所有資料及披露內容，且應與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 採納新訂及經修訂國際財務報告會計準則

於本期間，本集團已採納國際會計準則理事會頒佈的與其營運相關並於2026年1月1日開始的會計期間生效的所有新訂及經修訂國際財務報告會計準則。國際財務報告會計準則包括國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）、國際會計準則及詮釋。採納該等新訂及經修訂國際財務報告會計準則並無導致本集團的會計政策、本集團簡明綜合財務報表的呈列以及本期間及過往期間所呈報的金額出現重大變動。

本集團尚未應用已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告會計準則。本集團已開始評估該等新訂及經修訂國際財務報告會計準則的影響，但尚無法說明該等新訂及經修訂國際財務報告會計準則是否會對其經營業績及財務狀況產生重大影響。

4. 經營分部資料

就管理目的而言，本集團主要從事營銷服務、智能零售及其他相關服務，該業務以與向本集團管理層內部呈報資料以進行資源分配及表現評估一致的方式被視為單一應呈報分部。因此，未進一步呈列經營分部分析。

地區資料

(a) 來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
中國內地	<u>826,546</u>	<u>676,189</u>

以上收入資料乃基於客戶的位置作出。

(b) 由於在報告期內，本集團的非流動資產位於中國，因此並未呈列地區資料。

有關主要客戶的資料

有關產品及服務的資料已在簡明綜合財務報表附註5中披露。

5. 收入

收入分析如下：

客戶合約收入

(i) 分類收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
客戶合約收入		
營銷服務收入	724,911	568,020
智能零售收入	85,648	83,219
其他相關服務收入	<u>15,987</u>	<u>24,950</u>
總計	<u>826,546</u>	<u>676,189</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
	(未經審計)	(未經審計)
收入確認時間		
在某一時點轉移商品	85,648	83,219
在某一時點提供服務	15,987	24,950
隨時間提供服務	724,911	568,020
總計	826,546	676,189

下表列載各報告期因過往期間履行的履約義務而確認的計入各報告期初合約負債的收入金額：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
營銷服務	22,981	5,065

所有合約的期限為一年或更短或按實際耗用時間計費。誠如國際財務報告準則第15號所允許，並無披露分配至該等未履行合約之交易價。

(ii) 履約義務

本集團的履約義務相關資料概述如下：

營銷服務

履約義務在提供服務的時段履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起180天內到期。

智能零售

履約義務在通過自動販賣機向客戶轉移商品的控制權時履行，通常要求貨到付款。

其他相關服務

履約義務在服務完成且客戶驗收的時點履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起90天內到期。

6. 稅前利潤

本集團的稅前利潤在扣除／(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
	(未經審計)	(未經審計)
已售存貨成本	59,436	60,651
物業、廠房及設備折舊	22,847	25,250
使用權資產折舊	1,545	1,483
研發開支	86,100	77,837
核數師薪酬	—	47
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員薪酬)：		
工資及薪金	21,606	19,250
股份激勵計劃開支	942	7,542
退休金計劃供款	3,824	3,022
總計	26,372	29,814
外匯虧絀淨額	2,848	3,582
按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益	(6,711)	(40,816)
預期信用損失模型下的金融資產減值損失	17,173	1,513
存貨撇減	170	1,238
利息收入	(2,459)	(52)

7. 所得稅開支

本集團須以實體為單位就在本集團成員公司註冊及經營所在的國家或司法管轄區產生或來自相關國家或司法管轄區的利潤繳納所得稅。

開曼群島

根據開曼群島現行法律，本公司於報告期不需繳納所得稅或資本利得稅。

香港

在香港經營的附屬公司須就首2,000,000港元的應課稅利潤按8.25%的稅率繳納利得稅，其餘應課稅利潤按16.5%的稅率繳納利得稅。

中國內地

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》，中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，但以下適用優惠稅率的附屬公司除外。

於2022年，上海趣致網絡科技有限公司(「上海趣致」)獲認定為「高新技術企業」(「高新技術企業」)，可享受15%的優惠所得稅稅率。上海趣致於2025年12月通過高新技術企業重新認定，於截至2025年、2026年及2027年12月31日止連續三個年度有資格享受15%的優惠稅率。

本集團於報告期的所得稅開支分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
即期所得稅	20,395	11,240
遞延所得稅	(1,554)	(53)
	<u>18,841</u>	<u>11,187</u>
期內稅項支出總額	<u>18,841</u>	<u>11,187</u>

按本公司及其附屬公司註冊所在的國家或司法管轄區的法定稅率計算的稅前利潤適用的稅項開支與按適用稅率計算的稅項開支之間的對賬如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
稅前利潤	<u>186,123</u>	<u>139,550</u>
按法定稅率徵收的稅項	46,531	34,888
附屬公司實施的優惠稅率	(19,278)	(18,296)
不可抵扣稅項的開支	2,225	4,166
研發成本稅額加計扣除	<u>(10,637)</u>	<u>(9,571)</u>
按本集團實際稅率計算的稅項開支	<u>18,841</u>	<u>11,187</u>

8. 股息

於報告期內，董事會不建議派付任何股息（截至2025年6月30日止六個月：無）

9. 每股盈利

每股基本盈利基於母公司普通權益持有人應佔期內盈利以及期內已發行普通股加權平均數264,898,646股（截至2025年6月30日止六個月：262,705,446股）計算得出。

截至2026年6月30日止六個月，每股攤薄盈利乃基於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作計算每股基本盈利的期內已發行普通股數目，以及視為行使或轉換所有攤薄性潛在普通股為普通股後假設已無償發行的普通股加權平均數，包括股份激勵計劃項下授出的購股權涉及的28,635,139股（截至2025年6月30日止六個月：38,130,318股）的攤薄影響。

基本及攤薄每股盈利的計算乃基於：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
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	<u>166,439</u>	<u>123,391</u>
股份		
用於計算每股基本盈利的期內已發行在外		
普通股加權平均數	<u>264,898,646</u>	<u>262,705,446</u>
攤薄影響－普通股加權平均數：		
股份激勵計劃項下授出的購股權	<u>28,635,139</u>	<u>38,130,318</u>
用於計算每股攤薄盈利的期內已發行在外		
普通股加權平均數	<u>293,533,785</u>	<u>300,835,764</u>

10. 貿易應收款項

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項	778,554	688,585
減值	(106,536)	(89,363)
總計	<u>672,018</u>	<u>599,222</u>

本集團與其客戶的交易條款主要為賒銷。信用期一般為三至六個月。本集團力求嚴格控制其未結應收款項，並設有信貸控制程序以盡量降低信用風險。高級管理層定期審核逾期餘額。本集團並無就其貿易應收款項餘額持有任何抵押品或其他信貸增級。貿易應收款項不計息。

本集團於各報告期末按發票日期並扣除損失撥備的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
6個月內	310,287	358,942
6至12個月	258,773	155,446
1至2年	76,961	67,384
2年以上	25,997	17,450
總計	<u>672,018</u>	<u>599,222</u>

11. 貿易應付款項

於各報告期末按發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

本集團

	2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
1年內	31,550	13,182
1年以上	—	3,513
總計	<u>31,550</u>	<u>16,695</u>

貿易應付款項不計息，結算期通常為30至60天。

12. 股本

	2026年 6月30日 美元 (未經審計)	2025年 12月31日 美元 (經審計)
法定：		
5,000,000,000股每股面值0.00001美元的普通股	<u>50,000</u>	<u>50,000</u>
	股份數目	實繳資本 人民幣千元
已發行及繳足：		
於2025年1月1日（經審計）及2025年6月30日（未經審計）	262,705,446	18
— 配售新股	3,000,000	—*
— 購回股份	<u>(806,800)</u>	<u>—*</u>
於2025年12月31日（經審計）、2026年1月1日（經審計）及 2026年6月30日（未經審計）	<u>264,898,646</u>	<u>18</u>

* 相關金額少於人民幣1,000元。

13. 關聯方交易

截至2026年6月30日止六個月，本集團及本公司與關聯方之間概無未結清餘額或交易（截至2025年6月30日止六個月：無）。

14. 按類別劃分的金融工具

本集團於各報告期末各金融工具類別的賬面值如下：

金融資產

於2026年6月30日

	按公允價值 計入損益的 金融資產 人民幣千元 (未經審計)	按攤銷成本 計量的金融 資產 人民幣千元 (未經審計)	總計 人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項	—	672,018	672,018
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產	—	3,110	3,110
現金及銀行結餘	—	1,613,622	1,613,622
按攤銷成本計量的金融資產	—	18,064	18,064
按公允價值計入損益的金融資產	318,594	—	318,594
總計	318,594	2,306,814	2,625,408

於2025年12月31日

	按公允價值 計入損益的 金融資產 人民幣千元 (經審計)	按攤銷成本 計量的金融 資產 人民幣千元 (經審計)	總計 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項	—	599,222	599,222
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產	—	2,922	2,922
現金及銀行結餘	—	1,506,112	1,506,112
按公允價值計入損益的金融資產	311,883	—	311,883
總計	311,883	2,108,256	2,420,139

金融負債

於2026年6月30日

按攤銷成本
計量的金融負債
人民幣千元
(未經審計)

貿易應付款項	31,550
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	33,268
計息銀行借款	514,940
總計	579,758

於2025年12月31日

按攤銷成本
計量的金融負債
人民幣千元
(經審計)

貿易應付款項	16,695
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	50,008
計息銀行借款	534,940
總計	601,643

15. 報告期後事項

2026年6月30日後，本集團並未進行任何重大期後事項。

刊載中期業績及中期報告

本中期業績公告分別於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.zzss.com)刊載，載有上市規則規定的所有資料的本公司於報告期的中期報告將適時發送予股東，並分別於聯交所及本公司網站刊載。

釋義及詞彙

於本中期業績公告內，除文義另有所指外，下列表述具有下文所載涵義：

「AI」	指	人工智能，用機器模擬人類智能
「AIGC」	指	以AI技術為核心，生成文本、圖像、視頻、音頻等多種形式數字內容
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「董事會」	指	董事會
「首席執行官」	指	本公司首席執行官
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》
「董事長」	指	董事長
「中國」	指	中華人民共和國，就本業績公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣地區
「本公司」或 「趣致集團」	指	趣致集團，一家於2021年6月15日於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，其股份在聯交所主板上市（股份代號：0917）
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售（兩者定義見招股章程）

「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司及分公司，或如文義另有所指，就本公司成為其現有附屬公司及分公司的控股公司前的期間而言，指猶如彼等於有關時間為本公司附屬公司的有關附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則，包括國際會計準則理事會頒佈的準則、修訂及詮釋以及國際會計準則及詮釋
「大客戶」	指	大客戶
「上市」	指	股份於2024年5月27日在聯交所主板上市
「上市規則」	指	《聯交所證券上市規則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「主板」	指	聯交所運作的股票市場（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM且與其並行運作
「標準守則」	指	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》
「招股章程」	指	本公司日期為2024年5月17日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「研發」	指	研究及開發
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

「股份激勵計劃」	指	本公司於2021年9月22日批准及採納的本公司股份激勵計劃
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

承董事會命

Qunabox Group Limited

(趣致集團)

董事長、執行董事兼首席執行官

殷珏輝女士

香港

2026年8月21日

於本公告日期，董事會包括(i)執行董事殷珏輝女士、黃愛華先生及錢俊先生；及(ii)獨立非執行董事車錄鋒博士、朱霖先生及楊波博士。