

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，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際（集團）控股有限公司*

（於開曼群島註冊成立之有限公司）

（股份代號：01338）

截至二零二六年六月三十日止六個月之中期業績公告

霸王國際（集團）控股有限公司（「本公司」）之董事（「董事」）會（「董事會」）謹公佈本集團及其附屬公司（「本集團」或「我們」）截至二零二六年六月三十日止六個月之未經審核綜合中期業績，連同去年同期之比較數字。

董事會茲提述本集團日期為二零二六年八月十八日的正面盈利預告。下文載列本集團截至二零二六年六月三十日止六個月的未經審核綜合業績概要：

本集團的總收入約人民幣117.7百萬元，較去年同期約人民幣120.1百萬元減少了約1.9%。

本集團的經營利潤約人民幣1.5百萬元，而去年同期錄得經營虧損約人民幣2.3百萬元。

淨利潤約人民幣1.1百萬元，而去年同期錄得淨虧損約人民幣2.8百萬元。

本公司擁有人應佔之期內盈利約人民幣1.1百萬元，而去年同期錄得應佔之期內虧損約人民幣2.8百萬元。

每股盈利一基本及攤薄均約人民幣0.03仙。

根據本集團經營業績的回顧，董事會不建議派發中期股息。

* 謹供識別

簡明綜合損益表

截至二零二六年六月三十日止六個月

	附註	截止六月三十日六個月	
		二零二六年 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)
營業額	4	117,726	120,066
銷售成本		<u>(57,605)</u>	<u>(67,293)</u>
毛利		60,121	52,773
其他收入		2,847	2,343
銷售及分銷成本		(47,108)	(41,208)
行政開支		(13,996)	(14,685)
貿易應收賬款減值損失		(318)	(1,558)
其他開支		<u>(16)</u>	<u>(14)</u>
營業利潤／(虧損)		1,530	(2,349)
融資成本	5	<u>(288)</u>	<u>(312)</u>
稅前利潤／(虧損)	6	1,242	(2,661)
所得稅	7	<u>(169)</u>	<u>(109)</u>
本公司擁有人應佔之期內利潤／ (虧損)		<u>1,073</u>	<u>(2,770)</u>
每股盈利／(虧損)	9		
基本(人民幣仙)		<u>0.03</u>	<u>(0.09)</u>
攤薄(人民幣仙)		<u>0.03</u>	<u>(0.09)</u>

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至二零二六年六月三十日止六個月

	截止六月三十日六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
本公司擁有人應佔之期內利潤／(虧損)	1,073	(2,770)
其他全面收入		
不會被重新分類為損益的項目：		
因從功能貨幣轉換至記賬本位幣的匯兌差額	<u>195</u>	<u>632</u>
本公司擁有人應佔期內全面收入／(開支)	<u><u>1,268</u></u>	<u><u>(2,138)</u></u>

簡明綜合財務狀況表
於二零二六年六月三十日

	附註	二零二六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		50,273	55,057
使用權資產		32,759	3,175
遞延所得稅資產		18	187
購買物業、廠房及設備已付 按金		—	43
		<u>83,050</u>	<u>58,462</u>
流動資產			
存貨		31,483	30,140
退回存貨之權利		393	245
貿易及其他應收賬款	10	18,507	21,328
應收關聯方款項		—	710
定期存款		45,000	45,000
銀行結餘及現金		66,018	70,553
		<u>161,401</u>	<u>167,976</u>
流動負債			
貿易及其他應付賬款	11	56,103	66,318
合同負債		4,002	5,772
償還負債		698	428
租賃負債		6,121	4,171
		<u>66,924</u>	<u>76,689</u>
流動資產淨值		<u>94,477</u>	<u>91,287</u>
總資產減流動負債		<u>177,527</u>	<u>149,749</u>
非流動負債			
租賃負債		26,759	249
淨資產		<u>150,768</u>	<u>149,500</u>
股本及儲備			
股本	12	277,932	277,932
儲備		(127,164)	(128,432)
權益總額		<u>150,768</u>	<u>149,500</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零二六年六月三十日止六個月

1. 編製概況及基準

霸王國際(集團)控股有限公司(「本公司」)於開曼群島註冊成立為獲豁免的有限公司並且在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。其直接母公司為在英屬處女群島(「英屬處女群島」)註冊的Fortune Station Limited，其股份由以下主體實益擁有：(1)Heroic Hour Limited擁有49.57%，該公司的22.00%股權由本公司之執行董事及首席執行官陳正鶴先生實益持有，而餘下之78.00%則由陳正鶴先生之六位弟妹實益持有；及(2)本公司的董事(「董事」)會主席陳啟源先生擁有50.43%。

本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)主要從事生產及銷售家庭及個人護理產品業務。

本集團每一個實體的財務報表所列項目均使用該實體所處的主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)來計量。綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)表示，人民幣是本集團主要子公司在中國的主要經濟環境下的功能貨幣。除在中國境內設立的以人民幣為功能貨幣的子公司外，本公司及其他子公司的功能貨幣為港幣(「港幣」)。除非另有註明，所有的值都四舍五入到最接近的千元(「人民幣千元」)。

2. 編製基準

本集團截至二零二六年六月三十日止的簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒布的國際會計準則(「國際會計準則」)第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司管治條例附錄D2之適用披露條文編製。閱讀本簡明綜合財務報表時，應一併參閱本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度之財務報表，該等財務報表是根據國際會計準則委員會發佈的國際財務報告準則所編製。

3. 會計政策

中期簡明綜合財務資料乃按歷史成本法編製。

編製中期簡明綜合財務資料所採用之會計政策與本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度之年度綜合財務報表所採用者一致，惟以下披露者除外。

應用新訂及經修訂國際財務報告會計準則

於本中期期間，本集團已首次應用國際會計準則理事會頒佈的下列新訂及經修訂國際財務報告會計準則，該等修訂於本集團自二零二六年一月一日開始的財政年度生效：

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之修訂
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	涉及依賴自然能源生產電力的合同
國際財務報告準則會計準則修訂本	國際財務報告準則會計準則之年度改進—第11卷

此外，本集團應用國際會計準則理事會的國際財務報告準則詮釋委員會發佈的與本集團有關的議程決議。

於本中期期間應用新訂及經修訂國際財務報告會計準則不會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資料所載的披露事項造成重大影響。

4. 營業額及分部資料

營業額是指當期貨物扣除折扣和銷售相關稅金後的銷售收入。本集團當期的收入分析列示如下：

截至六月三十日止六個月		
二零二六年	二零二五年	
人民幣千元	人民幣千元	
(未經審核)	(未經審核)	
國際財務報告準則第15號範圍內的		
來自與客戶的合約收入		
按主要產品分類		
家庭及個人護理用品的生產和銷售		
護髮產品	97,956	105,955
護膚產品	68	—*
其他家庭及個人護理產品	19,702	14,111
	<u>117,726</u>	<u>120,066</u>

按客戶的合約收入的確認時間分解

收入確認的時間 某一時間點	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
	<u>117,726</u>	<u>120,066</u>

* 金額少於人民幣一千元。

為分配資源及評估分部表現，向主要經營決策者(「主要經營決策者」)，即本公司之執行董事報告之訊息，着重於所支付貨品的類型。主要經營決策者選擇圍繞產品差異來組織本集團。由於各經營分部提供不同的產品且需要不同的產品信息以制定不同的產品策略，因而各分部係單獨管理。

具體地，本集團之可報告的經營分部為：

- 護髮產品
- 護膚產品
- 其他家庭及個人護理產品

經營分部包括其他家庭和個人護理產品的生產和銷售，在考慮到沒有一個足夠規模的分部可以單獨報告後，已合併為一個單獨的報告分部。

主要經營決策者獲提供有關分部收入和分部業績的信息，而分部資產和負債的信息則不會定期向主要經營決策者報告。

分部營業額及業績

以下是本集團按分部報告的收入及業績分析。

截至二零二六年六月三十日止六個月

	護髮產品 人民幣千元 (未經審核)	護膚產品 人民幣千元 (未經審核)	其他 家庭及個人 護理產品 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
來自外部客戶之營業額	<u>97,956</u>	<u>68</u>	<u>19,702</u>	<u>117,726</u>
分部盈利／(虧損)	<u>1,810</u>	<u>4</u>	<u>(1,599)</u>	<u>215</u>
銀行利息收入				433
其他收入				2,414
公司及其他未分配費用				<u>(1,820)</u>
稅前利潤				<u><u>1,242</u></u>

截至二零二五年六月三十日止六個月

	護髮產品 人民幣千元 (未經審核)	護膚產品 人民幣千元 (未經審核)	其他 家庭及個人 護理產品 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
來自外部客戶之營業額	<u>105,955</u>	<u>—*</u>	<u>14,111</u>	<u>120,066</u>
分部盈利／(虧損)	<u>4,721</u>	<u>—*</u>	<u>(5,750)</u>	<u>(1,029)</u>
銀行利息收入				469
其他收入				219
公司及其他未分配費用				<u>(2,320)</u>
稅前虧損				<u><u>(2,661)</u></u>

* 金額少於人民幣一千元。

分部業績指各分部所錄得之利潤／(虧損)，當中並無分配銀行利息收入、售賣廢料收益、政府補助、公用事業收入、其他雜項收入、中央管理成本及董事薪酬。此乃為資源分配及表現評估而向本公司之主要經營決策者報告之計量方式。

5. 融資成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
利息：租賃負債	<u>288</u>	<u>312</u>

6. 稅前利潤

經扣除／(計入)後的稅前利潤／(虧損)：

	截止六月三十日六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
銀行利息收入	(433)	(469)
存貨跌價準備(包括在存貨成本中確認為一項費用)	260	456
物業、廠房及設備折舊	4,973	6,924
使用權資產折舊	2,773	4,364
存貨報廢之撇銷(包括在存貨成本中確認為一項費用)	301	288
物業、廠房及設備報廢損失	<u>1</u>	<u>14</u>

7. 所得稅

	截止六月三十日六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
遞延所得稅	<u>(169)</u>	<u>(109)</u>

- (i) 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，本集團附屬公司的稅率自二零零八年一月一日起為25%。

根據財政部、國家稅務局二零一九年一月十七日下發的通知，年應納稅所得額在人民幣1,000,000元(含人民幣1,000,000元)以下的小型微利企業，自二零一九年一月一日起至二零二一年十二月三十一日，享受免徵75%應納稅所得額的稅收優惠政策，適用20%的所得稅稅率。於二零二一年四月二日，財政部和國家稅務局下發通知，在上述優惠政策基礎上減半徵收企業所得稅，並將政策期限從二零二一年一月一日延長至二零二二年十二月三十一日；於二零二三年三月二十六日，財政部和國家稅務總局下發通知，自二零二三年一月一日至二零二四年十二月三十一日，對小型微利企業年應納稅所得額不超過100萬元的部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅；於二零二三年八月二日，財政部和國家稅務總局發佈通知，將這一政策進一步延長至二零二七年十二月三十一日。本集團在中國的某些子公司在截至二零二六年和二零二五年六月三十日的六個月期間獲得此資格。

中國企業所得稅法允許企業申請高新技術企業(「**高新技術企業**」)證書，而獲得該資格的企業可以享有15%的優惠稅率。霸王(廣州)有限公司(「**霸王廣州**」)，本集團國內的一家附屬公司，自二零零九年被認定為高新技術企業。然而，截至二零二六年及二零二五年六月三十日六個月，由於應稅利潤被結轉的虧損全額抵扣，霸王廣州在中國境內產生的利潤無需繳納所得稅。

- (ii) 截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何須繳納香港所得稅之應課稅溢利，所以並無計提香港所得稅。
- (iii) 根據開曼群島及英屬處女群島的法律及規則，本集團無須為截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月繳納開曼群島及英屬處女群島的任何稅項。

8. 股息

截至二零二六年六月三十日止六個月，並無派付、宣派或擬派任何股息(截至二零二五年六月三十日止六個月：無)，而自二零二六年六月三十日以來，亦從未作出任何派發股息建議。

9. 每股盈利／(虧損)

本公司擁有人應佔之每股基本及攤薄盈利／虧損是根據期內利潤約人民幣1,073,000元(截至二零二五年六月三十日止六個月：虧損約人民幣2,770,000元)及期內已發行普通股加權平均數約3,162,441,000股(截至二零二五年六月三十日止六個月：約3,162,441,000股)計算。

因不存在潛在攤薄，截至二零二六年六月三十日止六個月及二零二五年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利／（虧損）等同每股基本盈利／（虧損）。

10. 貿易及其他應收款項

包括在貿易及其他應收款項的債務人（扣除貿易應收款項減值準備後），並根據接近各自收入確認日期的發票日期呈列以下賬齡分析：

	二零二六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
少於三個月	<u>13,757</u>	<u>16,589</u>
扣除貿易應收賬款減值準備後的應收賬款總額	13,757	16,589
原材料採購預付款	619	1,341
其他預付款項	2,939	2,429
應收銀行利息	160	480
非所得稅應收款項	158	76
其他應收款	<u>874</u>	<u>413</u>
	<u><u>18,507</u></u>	<u><u>21,328</u></u>

本集團給予其貿易客戶的平均信貸期為30日至90日。

11. 貿易及其他應付款項

包括在貿易及其他應付款項的債權人，根據報告期結束時的發票日期呈列以下賬齡分析：

	二零二六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
1個月內或即付	8,539	8,105
1個月後3個月內支付	<u>7,918</u>	<u>12,727</u>
應付賬款總額	16,457	20,832
應付推廣費	9,273	10,554
應計未付薪金	1,903	4,530
非所得稅應付款項	7,343	7,132
其他應付款及應計項目	<u>21,127</u>	<u>23,270</u>
	<u><u>56,103</u></u>	<u><u>66,318</u></u>

12. 股本和儲備

	股份數目 千	報告金額 人民幣千元
每股港元0.1之普通股		
已授權的：		
於二零二五年一月一日(經審核)，		
二零二五年十二月三十一日(經審核)，		
二零二六年一月一日(經審核)及		
二零二六年六月三十日(未經審核)	<u>10,000,000</u>	<u>880,500</u>
已發行並已全額支付：		
於二零二五年一月一日(經審核)，		
二零二五年十二月三十一日(經審核)，		
二零二六年一月一日(經審核)及		
二零二六年六月三十日(未經審核)	<u>3,162,441</u>	<u>277,932</u>

13. 其他承擔

截至報告期末，公司尚有其他承諾事項如下：

	二零二六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
就收購物業、廠房及設備已訂約但未在簡明 綜合財務報表撥備的金額	<u>—</u>	<u>61</u>

業務回顧

董事報告本集團截至二零二六年六月三十日止六個月的總收入約人民幣117.7百萬元，較二零二五年同期約人民幣120.1百萬元減少了約1.9%。本集團截至二零二六年六月三十日止六個月期間錄得經營利潤約人民幣1.5百萬元，而去年同期錄得經營虧損約人民幣2.3百萬元。

本集團截至二零二六年六月三十日止六個月錄得淨利潤約人民幣1.1百萬元，而去年同期錄得淨虧損約人民幣2.8百萬元。

關於本集團經營業績的更多信息，請參照本公告之「財務回顧」部分。

於回顧期內，本集團繼續執行價值鏈導向的業務模式，使其將銷售成本及營運成本控制在可持續的水平。

在品牌宣傳推廣上，本集團在回顧期內採取以下策略來宣傳及推廣了我們的品牌產品，進而推動銷售實現增長：

- (1) 我們深耕防脫護髮領域，憑藉專業研發實力與嚴格品控，持續輸出高品質國貨產品。我們全面推廣霸王品牌系列產品，不斷深化「怕脫髮，用霸王」的專業品牌形象，以紮實的產品實力贏得消費者口碑與信賴。
- (2) 我們的產品視覺形象完成全方位升級，以年輕化設計元素重塑整體視覺表達。我們融合極簡美學與新式國潮風格，系統性優化品牌配色、LOGO視覺呈現與產品包裝設計，以此精準觸達目標消費人群，穩步提升產品銷售轉化效果。
- (3) 我們構建了覆蓋抖音、小紅書等主流社交平臺的立體內容傳播矩陣，通過場景化深度內容種草、真實用戶口碑沉澱發酵、跨界品牌聯合營銷及節日主題互動等多元傳播形式，持續擴大品牌聲量與市場影響力，有效推動品牌產品銷量實現穩步增長。

- (4) 我們策劃多元化的營銷活動，融合線下互動體驗、線上抽獎等形式，有效增強品牌親和力與市場曝光度；緊扣節假日消費節點推出主題促銷活動，結合場景化防脫護髮知識科普推廣，持續向消費者傳遞專業護髮理念，鞏固品牌在防脫領域的專業形象，提升購買意願。
- (5) 回顧期內，我們以參展商身份亮相中國（上海）國際美博會、東盟美容展等國內外行業大型展會。展會期間，特邀國風模特進行新品走秀展示，有效吸引現場觀眾與客戶駐足關注，全方位提升品牌曝光度與行業關注度。

在傳統渠道推廣營銷方面，本集團在回顧期內採取了以下策略來營銷我們的產品從而推動銷售收入：

- (1) 我們組織銷售團隊先後參加國內外行業大型展會，通過新品發佈與現場互動體驗，成功對接全國重點系統採購方及海外客商，顯著提升了品牌行業曝光度並穩固了合作商信心。
- (2) 我們全面重啟CS美妝門店招商工作，大力開發區域優質代理商；同步啟動知名全國連鎖系統進場對接籌備，規劃完成品牌全門店入駐，借助標準化精品零售平臺提升品牌曝光與終端動銷，完善線下渠道分層矩陣。
- (3) 面對不斷演變的渠道定位與客群分化，我們實施差異化產品策略。針對不同渠道定制專屬規格與概念，構建分層產品體系，以全方位覆蓋客群，優化渠道適配度並夯實核心競爭力。
- (4) 我們持續加強市場價格管控，建立常態化巡查機制以維護價格體系穩定；在全國數千家門店完成優質形象陳列，並通過增加週末促銷與創意互動頻率，有效提升終端動銷。

截至二零二六年六月三十日止，霸王品牌分銷網絡包括977個分銷商及2個重點零售商，覆蓋中國27個省份及4個直轄市。此外，該集團的產品也銷往中國香港、新加坡、泰國、馬來西亞、俄羅斯及蒙古國。

於回顧期內，本集團推廣追風品牌的營銷主題「動起來，就有風」。截至二零二六年六月三十日，追風品牌分銷網絡包括913個分銷商，覆蓋中國27個省份及4個直轄市。此外，追風品牌產品也銷往香港、新加坡、泰國以及馬來西亞。

麗濤品牌產品主要由沐浴露和洗衣液組成，以中國二三線城市的消費者為目標客戶群體。本集團的目標是將市場擴大至整個中國。截至二零二六年六月三十日，麗濤品牌分銷網絡包括913個分銷商，覆蓋中國27個省份及4個直轄市。

在電商渠道推廣營銷方面，本集團在回顧期內採取了以下策略來營銷我們的產品：

- (1) 受惠於直播與短視頻相結合之組合營銷模式及防脫暢銷產品的帶動，我們的直播渠道銷售錄得顯著增長。此外，我們於京東、天貓超市、拼多多等綜合電商平臺，加大防脫及中草藥新品的資源投放，持續提升運營效率，以穩住銷量基本盤。
- (2) 我們優化產品矩陣，堅持實施「大單品」策略。我們主打的頭皮護理品類旗艦產品—防脫精華液錄得大幅銷售增長；同時，針對女性消費者對防脫需求的升級，公司加碼「女士防脫洗髮水」的推廣力度，實現快速增長。
- (3) 在目標客群拓展方面，我們透過防脫育髮暢銷品和核心單品，有效鞏固並延伸了脫髮掉髮剛需人群；同時，借助中草藥系列新品與旗艦產品，成功滲透至日常護髮保養人群，顯著擴大了客群廣度與消費範圍。

截至二零二六年六月三十日止，本集團已經在11個線上零售平臺上建立了霸王和追風的線上旗艦店。我們會深化力量去發展該渠道。

於回顧期內，我們獲得，更新及/或依然持有的證書及/或認證如下：

- 廣東省食品藥品監督管理局頒發的化妝品生產許可證書，有效期截至二零二七年五月；
- 我們的中草藥養髮護髮系列洗髮液、中藥去屑系列洗護髮產品及中草藥護膚系列沐浴露於二零二五年十二月被廣東省高新技術企業協會認定為「2025年度廣東省名優高新技術產品」，有效期為三年截至二零二八年十二月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構的評估，獲得美國食品安全營養中心有關化妝品良好生產規範(GMP)2008的認證，有效期截至二零二八年七月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構評估，獲得國際化標準組織化妝品生產操作指南ISO22716:2007有關化妝品良好生產規範(GMP)認證，有效期截至二零二八年七月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構評估，獲得國際化標準組織化妝品生產操作指南ISO 9001:2015有關化妝品的開發與生產的認證，有效期截至二零二八年四月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構評估，獲得國際化標準組織化妝品生產操作指南ISO 14001:2015及ISO 45001:2018有關護髮和護膚產品以及牙膏用品的開發與生產的認證，有效期截至二零二八年三月；
- 我們的中草藥護髮洗髮系產品如防脫洗護系列、去屑系列及薑汁洗護髮產品於二零二五年一月被廣東省高新技術企業協會認定為「2024年度廣東省名優高新技術產品」，有效期為三年截至二零二八年一月；

- 霸王(廣州)有限公司於二零二四年十一月被廣東省科學技術廳、廣東省財政廳及國家稅務總局廣東省稅務局，認定為「高新技術企業」，有效期截至二零二七年十一月；以及
- 霸王(廣州)有限公司於二零二四年一月六日被廣東省工業和信息化廳認定為「專精特新中小企業」，有效期截至二零二七年一月。

財務回顧

營業額

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團收入約人民幣117.7百萬元，較去年同期約人民幣120.1百萬元減少了約1.9%。電商渠道的營業額約人民幣66.4百萬元，較去年同期約人民幣67.6百萬元減少了約1.8%。

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團核心品牌「霸王」的收入約人民幣110.9百萬元，佔本集團總收入約94.2%，較去年同期增加了約0.1%。

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的中草藥去屑品牌「追風」的收入約人民幣0.6百萬元，約佔本集團總收入的0.5%，較去年同期減少了約38.9%。

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團以純天然草本植物為基礎的洗髮水、沐浴露和洗衣液系列產品「麗濤」的收入約人民幣6.1百萬元，約佔本集團總收入的5.2%，較去年同期減少了約21%。

我們通過傳統和電商兩個渠道，經廣泛的經銷商和零售商網絡銷售我們的產品。截止二零二六年六月三十日止六個月，綜述我們通過不同網絡和/或渠道的銷售額百分比列示如下：

網絡/渠道	傳統 (%)	電商 (%)	合計 (%)
分銷商	41.4	25.6	67
零售商	<u>2.2</u>	<u>30.8</u>	<u>33</u>
合計	<u><u>43.6</u></u>	<u><u>56.4</u></u>	<u><u>100</u></u>

截至二零二六年六月三十日止六個月，我們的產品也在香港、新加坡、泰國、馬來西亞、俄羅斯和蒙古國市場上銷售。截至二零二六年六月三十日止六個月，這些香港以及境外市場的營業額約佔本集團總銷售額約0.9%。

銷售成本

截至二零二六年六月三十日止六個月，銷售成本約為人民幣57.6百萬元，較去年同期的約人民幣67.3百萬元減少了約人民幣9.7百萬元（或約14.4%）。這減少主要是由於包裝材料成本及製造費用的嚴格把控，銷售成本率從二零二五年同期的約56.0%下降至二零二六年六月三十日止的約48.9%。

毛利

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的毛利增加至約人民幣60.1百萬元，與去年同期約人民幣52.8百萬元相比增加了約13.9%。毛利率亦從二零二五年上半年的約44.0%增長到二零二六年六月三十日止六個月的約51.1%。毛利率增加的主要原因是包裝材料成本以及製造費用的減少，包括利用本集團屋頂太陽能板所產生的電力而實現的成本節省，以及租金付款的減少。

銷售及分銷開支

截至二零二六年六月三十日止六個月，銷售及分銷開支約人民幣47.1百萬元，較去年同期的約人民幣41.2百萬元增加了約14.3%。就營業額佔比而

言，截至二零二六年六月三十日止六個月的銷售及分銷開支，從去年同期的約34.3%增加到約40.0%，其增加的主要原因是由於促銷費用及物流運輸費用的增加，但部分被外包業務成本及差旅費的減少所抵減。

行政費用

截至二零二六年六月三十日止六個月，行政費用約人民幣14.0百萬元，較去年同期的約人民幣14.7百萬元減少了約4.7%。其減少的主要原因是薪資及董事薪酬的減少，但部分被研發費用及相關專業諮詢費用的增加所抵減。

貿易應收賬款減值損失

在回顧期內，管理層根據國際財務報告準則第9號的預期信貸損失進行信貸風險評估後，本集團確認了約人民幣0.3百萬元的貿易應收款項之減值損失。

經營利潤

本集團截至二零二六年六月三十日止六個月錄得經營利潤約為人民幣1.5百萬元，而去年同期則錄得經營虧損約人民幣2.3百萬元。錄得經營利潤的主要原因是銷售成本及行政費用的減少，但部份被銷售及分銷開支的增加所抵減。

融資成本

截至二零二六年六月三十日止六個月，融資成本因國際財務報告準則第16號的採用而產生的租賃負債利息，金額約為人民幣0.3百萬元（截止二零二五年六月三十日止六個月：人民幣0.3百萬元）。

其他收入

本集團截止二零二六年六月三十日止六個月錄得其他收入約人民幣2.8百萬元，較去年同期約人民幣2.3百萬元增加了約21.5%，其增加的主要原因是來自於公用事業和政府補貼收入的增加。

所得稅開支

截至二零二六年六月三十日期間，本集團錄得約169,000元的遞延所得稅開支（截至二零二五年六月三十日止六個月：遞延所得稅開支約109,000元）。

期內淨利潤

因上述因素的綜合影響，本集團截至二零二六年六月三十日止六個月錄得淨利潤約為人民幣1.1百萬元，而截至二零二五年六月三十日止六個月錄得淨虧損約為人民幣2.8百萬元。

本公司擁有人應佔期內利潤

因上述因素的綜合影響，本集團截至二零二六年六月三十日止六個月錄得本公司擁有人應佔期內利潤約人民幣1.1百萬元，而截至二零二五年六月三十日止六個月則錄得應佔虧損約人民幣2.8百萬元。

展望

二零二六年七月，國際貨幣基金組織（「IMF」）發佈最新《世界經濟展望更新》，預計二零二六年全球經濟增長率為3.0%，其中中國經濟預計增長4.6%。全球經濟仍保持一定韌性，但增長動能較疫情後高峰有所放緩。人工智能技術發展、企業投資改善以及通脹逐步回落等因素將為全球經濟提供一定支持，惟地緣政治衝突、國際貿易政策調整及金融市場波動仍為全球經濟帶來不確定性。

根據中國國家統計局於二零二六年七月發佈的數據，二零二六年上半年中國國內生產總值同比增長4.7%，國民經濟運行總體平穩。消費和服務業對經濟增長形成支撐，信息傳輸、軟件和信息技術服務業等新興產業持續發展，經濟結構轉型升級取得積極進展。

消費方面，二零二六年上半年社會消費品零售總額同比增長1.3%；其中商品零售額同比增長1.1%，網上商品零售額同比增長4.8%，消費市場保持恢復態勢。分品類看，限額以上單位日用品類及化妝品類商品零售額均錄得增長，

部分品類增速高於同期商品零售額增速，反映居民對家庭清潔、個人護理及品質化消費需求仍具一定韌性。隨著居民消費結構持續升級，消費者對品質化、功能化及差異化產品的需求仍具發展潛力，品牌建設、產品創新及全渠道運營將成為行業競爭的重要方向。

展望二零二六年下半年，中國政府將持續推動擴大內需、促進消費及培育新質生產力，加快推進科技創新與產業升級。數字化管理、智能製造及供應鏈升級等技術應用，有望進一步提升企業運營效率，並為消費品行業帶來新的發展機遇。同時，隨著市場競爭加劇及消費者需求日益多元化，企業需持續提升產品力、品牌力及渠道效率。

然而，在全球經濟環境複雜多變、居民消費需求處於逐步恢復階段，以及原材料成本、行業競爭等因素影響下，企業經營仍面臨一定挑戰。因此，董事們在制定集團未來發展戰略時將保持審慎態度，持續關注宏觀經濟及消費市場變化，把握消費升級及渠道變革帶來的機遇，同時提升產品競爭力、品牌影響力及營運效率，以實現長期可持續發展。

本集團的企業經營主題是「革新見未來」。

對於霸王品牌系列產品，本集團擬採取以下策略來宣傳及推廣我們的品牌產品，進而推動銷售持續增長：

- (1) 我們將持續深耕防脫技術研發創新，依託先進生產設備、核心專利技術及權威防脫特證資質，清晰傳遞品牌「專業防脫」的核心價值與產品差異化優勢，增強產品的市場競爭力與吸引力。
- (2) 為進一步擴大品牌影響力，我們將積極推進跨界合作戰略，通過推出聯名產品與主題營銷活動，整合多方資源實現協同傳播，精準觸達新消費群體，為品牌持續注入活力。

- (3) 我們將持續通過抖音及小紅書等主流社交平臺開展系統性深度運營。通過引入AI短視頻創作，豐富內容表達形式，助力銷售增長。
- (4) 我們將與關鍵意見領袖建立長期穩定的合作關係，依託其影響力開展產品深度體驗與真實口碑傳播。借助社交話題熱度，構建從「社交關注」到「銷售轉化」的高效轉化鏈路。
- (5) 我們將開展多元化線下營銷活動。結合跨界場景化營銷、新品體驗會、毛髮健康專家沙龍等形式，構建「體驗—認知—轉化」的營銷閉環。通過現場新品體驗增強用戶感知，借助專家講座強化品牌專業信任度，並配合終端促銷活動，全面提升品牌互動深度與市場滲透率。

我們將持續聚焦追風「專業美髮」定位，以產品創新驅動全渠道佈局，通過運動系列等細分產品觸達年輕消費群體，實現品牌活力與營收雙增長；同時深化麗濤「家庭洗護」戰略，鞏固傳統渠道優勢，拓展香氛沐浴露等個護新品，豐富品牌內涵、拓寬消費場景，打造新的增長引擎。

我們將積極投身各類社會公益事業，將「專業防脫」品牌理念深度融入公益活動之中，向社會公眾普及科學護髮知識。在積極履行企業社會責任的同時，有效深化消費者對品牌的好感度與認知度。

對於傳統渠道，集團將繼續通過下列措施深耕與經銷商的合作與互動：

- (1) 我們擬聚焦重點門店和核心渠道系統，落地標杆示範活動，以標準化生動化的陳列營造品牌專屬視覺專區，配套沉浸式體驗互動與階梯式惠民促銷，全方位拉動到店客流並提升單店零售成交轉化。

- (2) 我們將全力提速母嬰渠道及特殊渠道開發，快速擴大渠道覆蓋，挖掘新增銷量增長點。
- (3) 我們持續加大對重點經銷商及系統市場營銷資源投放，確保全國性推廣活動的常態化與連續性，從而提升經銷商的庫存周轉率，持續深化終端門店的形象建設。

對於電商渠道，本集團將計劃通過以下方式，以期實現銷售穩定增長：

- (1) 在貨品上，我們將加大防脫品類洗護新品的創新和投入，鞏固和高質量提升洗髮水、頭皮護理品類洗護產品銷量和聲量；繼續拓寬品類（護髮、沐浴露等）產品開發和測試，創造增量；做好各渠道間和客戶間貨品的規劃和節奏，協同發力提升規模和效率。
- (2) 在場域上，我們加大KOL達人帶貨、KOC種草等投入，加大內容創意創新上的投入，提升品牌聲量和銷量；深耕現有直營零售渠道運營、優化推廣效率，提升投產比以提升C端銷售規模；同時借助平臺（如1688等）拓展B端線上批發、團購業務提升銷售體量。
- (3) 在人群上，我們深入洞察消費者群體，針對人群和場景進行產品創新和提供解決方案（如熬夜人群等）；優化會員管理和服務，提升客戶服務品質和渠道政策支持，共同做大市場；並持續開發高質量經銷商，共同開拓市場。

在生產管理和產品質量方面，公司始終秉持質量為先、創新驅動的發展理念。在保證產品質量的前提下，我們持續加大研發投入，依托專業研發團隊，深入開展產學研合作，同時我們已改善部份生產自動化、智能化管理，保持我們產品的競爭優勢、霸王品牌形象和中草藥領先地位。

在供應鏈管理與可持續發展方面，採用更為靈活、智能的供應鏈管理系統，合理利用生產設施與廠房空間，以優化生產流程。光伏設備持續穩定發揮作用，有助於減少傳統用電量，從而節省生產成本，並減少碳排放。我們也對生產流程和工藝進行嚴格控制，確保產品質量的同時，最大限度地減少物料損耗和能源浪費，以期達成公司設定的對環境各項排放的目標。

往後我們將繼續深化各項改革與創新舉措，持續優化生產管理和產品質量，進一步提高生產效率，降低運營成本，助力公司在激烈的市場競爭中脫穎而出，邁向新的發展高度，實現可持續性的高質量發展和ESG報告中的各項環境排放指標，為股東創造更大的價值回報。

在業務拓展計劃方面，本集團將繼續開發與潛在經銷商的合作，積極開展社交電商平臺業務，以增加銷售。本集團將繼續以開放的態度尋找潛在的海外經銷商洽談更多海外商業合作的機會，把本集團的品牌產品推廣至其他國家。

截至本公告發佈之日，本集團並無任何正在洽談處理的收購事宜，並且暫時不會積極尋找潛在的收購機會。

展望未來，在當前不穩定的經濟環境及在地緣政治衝突中，維持和發展我們業務之戰略方向將集中在以下兩個方面：就短期而言，本集團擬在家庭及個人護理行業開拓新的銷售渠道，提高銷售收入，實現盈利，從而增加本集團投資者的信心；就長期而言，本集團將繼續致力於加強其業務模式和市場定位，從而重新獲得銷售增長的動力和盈利能力以提高其在國內外競爭對手中的市場份額，奉行個人護理產品品牌及產品多樣化的策略，成為全球中草藥家庭及個人護理產品領軍企業。

流動資金、財務資源及資本架構

本集團採用保守的理財策略並維持良好穩定的財務狀況。截止二零二六年六月三十日，本集團的銀行結餘及現金，和定期存款為約人民幣111.0百萬元（截止二零二五年十二月三十一日：約人民幣115.6百萬元）。流動資金和財務資源概要列載如下：

	於 二零二六年 六月三十日 人民幣百萬元 (未經審核)	於 二零二五年 十二月三十一日 人民幣百萬元 (經審核)
銀行結餘及現金	66.0	70.6
定期存款	45.0	45.0
貸款總額	0	0
總資產	244.5	226.4
資產負債率 ¹	0 %	0 %

附註：

1. 資產負債率按貸款總額除以資產總額計算

重大收購及出售

於回顧期間，本集團並無重大收購或出售其任何附屬或聯營公司。

匯率波動風險及有關對沖

本集團主要在中國境內經營業務，大部份交易以人民幣結算。本集團的報告貨幣為人民幣。於回顧期內，本集團出口產品銷往香港和部份海外國家，交易以港幣或美元結算。本集團大部份現金及銀行存款以人民幣計值。本公司宣派股息時亦以港元派付。

董事會認為本集團從事的業務主要是以人民幣結算的，因此外匯風險對本集團的日常經營影響並不重大。

截至二零二六年六月三十日，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。然而，董事會將繼續監察本集團的外匯風險，並準備在需要時採取審慎的措施，例如對沖。

或然負債

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

資本承擔

於二零二六年六月三十日，本集團無重大資本承擔。

資產抵押

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何資產抵押。

貿易及其他應付款項

於二零二六年六月三十日，本集團貿易及其他應付款項約為人民幣56.1百萬元(二零二五年十二月三十一日約人民幣66.3百萬元)減少了約15.4%。截至二零二六年六月三十日止，貿易及其他應付款項並無任何應付關聯方的結餘。

購入、出售或贖回本公司之上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回本公司之任何上市證券。

報告期後事項

截至本公告發佈之日，董事們並未知曉任何二零二六年六月三十日之後發生的需要披露的重大事件。

遵守企業管治常規守則

本公司致力提高本集團的企業管治水平，而董事會則檢討及更新為促進良好企業管治的一切必要措施。

董事會認為，截至二零二六年六月三十日止六個月期間，本公司一直遵守香港聯合交易所之證券上市規則(「上市規則」)附錄C1所載企業管治守則(「企業管治守則」)所載適用的守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人之董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為董事進行證券交易的行為守則。向董事進行特定查詢後，所有董事確認於回顧期間一直遵守標準守則所載的規定標準。

審核和風險管理委員會

審核和風險管理委員會已被授予與公司治理準則一致的職權範圍。審核和風險管理委員會已與公司管理層審閱本集團截至二零二六年六月三十日止六個月之中期業績，並建議董事會將其採納。

派息

根據本集團經營業績的回顧，董事會不建議派發關於截至二零二六年六月三十日止六個月的中期股息。

刊發中期業績及中期報告

此中期業績公佈亦於本公司的網站(www.bawang.com.cn)，IRasia的網站(www.irasia.com/listco/hk/bawang/)，及聯交所的網站(www.hkex.com.hk)發佈。本公司將向股東寄發載有上市規則附錄D2規定之所有資料包括截至二零二六年六月三十日止六個月的中期報告，並於適當時候在上述網站可供查閱。

致謝

董事會謹藉此機會，向一直擁戴及支持本公司的全體股東、客戶、供應商、銀行、專業人仕和僱員，致以衷心的謝意！

承董事會命
霸王國際(集團)控股有限公司
陳啟源
主席

香港，二零二六年八月二十七日

於本公佈日期，本公司董事會成員由兩名執行董事，即陳啟源先生及陳正鶴先生，以及三名獨立非執行董事，即張建榮先生、劉婧博士及朱達凱先生組成。