

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。



CARPENTER TAN HOLDINGS LIMITED

譚木匠控股有限公司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：837)

截至二零二六年六月三十日止六個月之 中期業績公告

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		百分比變動
	二零二六年	二零二五年	增加／(減少)
	(未經審核)	(未經審核)	
	人民幣千元	人民幣千元	
財務摘要			
收益	263,390	287,886	(8.5)%
銷售成本	(92,386)	(110,089)	(16.1)%
毛利	171,004	177,797	(3.8)%
毛利率	64.9%	61.8%	3.1個百分點
除稅前溢利	123,986	133,366	(7.0)%
期內溢利	100,486	109,046	(7.8)%
本公司擁有人應佔溢利	100,486	109,046	(7.8)%
每股基本盈利(人民幣分)	40.4	43.8	(7.8)%

譚木匠控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然宣佈，本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零二六年六月三十日止六個月（「本報告期」）之未經審核綜合業績，連同截至二零二五年六月三十日止六個月之比較數字及經選擇附註如下：

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	截至六月三十日止六個月 二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
收益	6(a)	263,390	287,886
銷售成本		(92,386)	(110,089)
毛利		171,004	177,797
其他收入及其他淨收益	6(b)	32,142	22,762
銷售及分銷開支		(48,963)	(46,012)
行政開支		(26,673)	(17,673)
其他經營開支		(3,088)	(3,220)
經營溢利		124,422	133,654
財務費用		(436)	(288)
除稅前溢利	7	123,986	133,366
所得稅	8	(23,500)	(24,320)
期內溢利		100,486	109,046
以下人士應佔 本公司擁有人		100,486	109,046
期內溢利		100,486	109,046
每股盈利 基本	9	人民幣40.4分	人民幣43.8分
攤薄		不適用	不適用

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

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利	100,486	109,046
期內其他全面(開支)／收益		
不會重新分類至損益的項目：		
由功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	(4,288)	(3,530)
其後會或可重新分類至損益之項目：		
換算海外業務產生的匯兌差額	753	9,358
期內其他全面(開支)／收益，扣除所得稅零元	(3,535)	5,828
期內全面收益總額	<u>96,951</u>	<u>114,874</u>
以下人士應佔		
本公司擁有人	<u>96,951</u>	<u>114,874</u>
期內全面收益總額	<u>96,951</u>	<u>114,874</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 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	10(a)	121,150	120,650
使用權資產		49,534	53,551
投資物業	10(b)	81,400	81,400
無形資產		—	—
到期日為一年以上的無抵押 定期銀行存款		311,000	336,000
其他應收款項、按金及預付款項		4,606	4,459
		567,690	596,060
流動資產			
存貨		356,766	308,556
應收貿易賬款	11	9,937	7,733
其他應收款項、按金及預付款項		24,918	36,702
按公平值計入損益的金融資產	12	10,000	80,669
無抵押定期銀行存款（3個月以上但一年 內到期）		70,000	10,000
現金及現金等值物		70,105	79,739
		541,726	523,399
流動負債			
應付貿易賬款	13	9,640	12,099
其他應付款項及應計費用		44,517	59,639
應付所得稅		37,600	40,349
租賃負債		2,192	2,943
		(93,949)	(115,030)
流動資產淨值		447,777	408,369
總資產減流動負債		1,015,467	1,004,429
非流動負債			
遞延稅項負債		15,919	15,919
遞延收入		465	476
租賃負債		17,585	17,830
		(33,969)	(34,225)
資產淨值		981,498	970,204
股本及儲備			
股本	15	2,189	2,189
儲備		979,309	968,015
總權益		981,498	970,204

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. 一般資料

譚木匠控股有限公司（「本公司」）於二零零六年六月二十日根據開曼群島公司法（第22章）（一九六一年法例3，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands，而主要營業地點地址為中華人民共和國（「中國」）重慶萬州區龍寶雙河口輕工業園A型廠房。

2. 編製基準及重大會計政策資料

(a) 合規聲明

截至二零二六年六月三十日止六個月之未經審核中期財務報表乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）所頒佈之香港會計準則（「香港會計準則」）第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄十六的適用披露規定而編製。

(b) 財務報表編製基準

簡明綜合中期財務報表乃按歷史成本基準編製，惟以公平值計量的投資物業及按公平值計入損益的金融資產除外。簡明綜合中期財務報表應與本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度的綜合財務報表一併閱讀。該等報表並不包括根據香港財務報告準則會計準則編製的完整財務報表所需的所有資料。然而，已載入的部分附註旨在解釋對理解自截至二零二五年十二月三十一日止年度的綜合財務報表以來本集團的財務狀況變動及表現重要的事件及交易。

中期財務報表未經審核，但已由本公司的審核委員會進行審閱。本公司董事會於二零二六年八月二十八日授權刊發簡明綜合中期財務報表。

(c) 重大會計政策資料

除因應用經修訂香港財務報告準則而產生的新會計政策外，截至二零二六年六月三十日止六個月簡明綜合中期財務報表所用的會計政策及計算方法與本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度的綜合財務報表所呈列的會計政策及計算方法相同。

期內，本集團已就編製本集團簡明綜合中期財務報表首次應用以下由香港會計師公會頒佈並於本集團自二零二六年一月一日開始的年度期間強制生效的經修訂香港財務報告準則會計準則。

香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號的修訂本	金融工具分類及計量的修訂
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號的修訂本	涉及依賴自然能源生產電力的合同
香港財務報告準則會計準則 年度改進 – 第11卷	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、 香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號 及香港會計準則第7號的修訂

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新訂準則或修訂。期內應用上述修訂本對本集團於期內及過往期間的財務狀況以及表現及該等簡明綜合中期財務報表所載的披露並無重大影響。

3. 會計判斷及估計不確定性

於編製該等中期財務報表時，管理層已作出會影響會計政策的應用以及資產及負債、收入及開支呈報金額的判斷及估計。實際結果可能有別於該等估計。

管理層於應用本集團會計政策時作出的重大判斷及估計不確定性的主要來源與上一年度綜合財務報表中所述者相同。

4. 分部報告

經營分部乃基於提供有關本集團各方面資料之內部報告而識別，有關資料向董事會（為本集團最高營運決策人（「最高營運決策人」））呈報並經其審閱，以作資源分配及評估表現。

管理層自產品的角度考慮其業務並根據木工藝品及飾品廣泛銷售所產生的收益評估其表現。本集團逾90%的收益、業績及資產源自木工藝品及飾品製造及銷售的單一分部，因此並無呈列分部資料。

本集團業務的收益及業績主要來自在中國進行的業務活動。於中國境外進行的業務並不重大。本集團的主要資產位於中國。因此，並無提供地區資料。

主要客戶

由於並無與單一外界客戶進行的交易相等於或超過本集團總收益10%，故此並無呈列按主要客戶劃分的本集團收益及經營貢獻分析。

5. 經營季節因素

本集團的銷售一般受季節影響而波動，三月至四月及九月至十二月的銷售額較高，而七月的銷售額則較低。董事認為該等季節影響是由於加盟商為五月（母親節）、九月（教師節）、十月（國慶節）、十一月（雙十一）及十二月（聖誕節及新年）等節日／假日的零售業務高峰期作準備而於節日／假日前提高採購量所致。

6. 收益及其他收入

本集團的主要業務為設計、製造及分銷「譚木匠」品牌小型木工藝品及飾品；主要在中國經營特許加盟及分銷網絡；及在香港、新加坡及中國經營零售店從而直接銷售本集團產品。收益指本集團預期將有權就屬香港財務報告準則第15號範圍內的貨品或服務所獲得的代價。本集團於期內的收益及其他收入分析如下：

(A) 收益

按主要產品或服務類別劃分來自客戶合約之收益明細如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
屬香港財務報告準則第15號範圍內來自客戶合約之收益		
銷售貨品	263,291	287,593
加盟費收入	99	293
	<u>263,390</u>	<u>287,886</u>

所有來自客戶合約之收益在某一時間點確認。

(B) 其他收入及其他淨收益

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
政府補貼(附註(i))	467	2,459
按攤銷成本計量的金融資產利息收入－銀行利息收入	3,225	1,450
按公平值計入當期損益的金融資產的 公平值變動的收益	319	225
中國增值稅退款(附註8(v))	20,894	16,412
投資物業的經營租賃租金收入	1,312	953
匯兌之淨收益	4,193	15
其他應收款項虧損撥備撥回	17	10
應收貿易賬款虧損撥備撥回	6	—
出售物業、廠房及設備虧損	(21)	(7)
其他	1,730	1,245
	<u>32,142</u>	<u>22,762</u>

附註

- (i) 於二零二六年，政府補貼當中，約人民幣467,000元(二零二五年：約人民幣2,459,000元)是屬於本集團在中國之附屬公司。其主要是來自於中華人民共和國重慶市財政局及重慶市人力資源和社會保障局所提供的支援資金(「基金」)。基金的目的是為通過向於中國以外參與若干市場推廣活動的商業實體提供財務支持以鼓勵參與海外市場推廣；及通過向架構、裁員率、失業保險供款達到一定標準的商業實體提供財務支持以打造穩定的就業環境及防止失業風險。

7. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
已售存貨的賬面值	93,122	111,087
存貨撇減撥回	(736)	(998)
存貨成本 (附註(i))	92,386	110,089
折舊		
－ 物業、廠房及設備	4,584	3,665
－ 使用權資產	3,877	1,769
應收貿易賬款虧損撥備	—	25
員工成本 (包括董事酬金)	60,387	54,939
銷售退貨 (撥備撥回)／撥備	(1,831)	164
投資物業總租金收入	(1,312)	(953)
減：期內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	205	230
租金收入淨額	<u>(1,107)</u>	<u>(723)</u>

附註：

- (i) 存貨成本包括與員工成本及折舊有關的約人民幣35,437,000元 (二零二五年：人民幣35,232,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

8. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
即期稅項		
中國企業所得稅 (附註(i))	18,250	18,678
香港利得稅 (附註(iii))	—	—
新加坡企業所得稅 (附註(vi))	—	—
股息預扣稅 (附註(iv))		
－ 期內撥備	5,250	—
	<u>23,500</u>	<u>18,678</u>
遞延稅項		
股息分派後轉移至即期稅項	—	—
期內撥備	—	5,642
總計	<u>—</u>	<u>24,320</u>

所得稅開支根據預期整個財政年度的加權平均年所得稅率的最佳估計於期內確認。倘年度所得稅率的估計發生變化，則期內所得稅開支的應計金額可能須於本財政年度的後續中期期間作出調整。

附註：

- (i) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25% (二零二五年：25%) 計算，惟根據稅務優惠政策，重慶譚木匠工藝品有限公司 (「譚木匠」) 享受15%的企業所得稅優惠稅率。
- (ii) 本公司於開曼群島註冊成立，獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司在英屬處女群島成立的附屬公司獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- (iii) 由於有關香港附屬公司於截至二零二六年及二零二五年六月三十日止期間並無須繳納香港利得稅的應課稅溢利，因此並無就該等期間的香港利得稅作出撥備。
- (iv) 根據自二零零八年一月一日起生效的中國企業所得稅法，未在中國設立機構或營業地點或設立機構或營業地點但有關收入與在中國設立機構或營業地點並無實際關連的非居民企業，須就各種被動收入 (如來自中國相關公司的股息) 按10%的稅率繳納預扣所得稅。根據中國與香港訂立並於二零零七年一月一日生效的雙重徵稅安排，倘香港投資者對中國被投資實體的投資不少於25%，則預扣所得稅稅率將下調至5%。於二零零八年二月二十二日，中國國家稅務總局 (「國稅總局」) 批准財稅(2008) 第1號，據此，從外資企業二零零七年十二月三十一日之前的保留盈利中撥付的股息分派將獲豁免繳付預扣所得稅。

本集團於二零一三年十二月三十一日前享有下調5%稅率。於二零一四年，本集團再次申請下調稅率並須完成若干額外審閱程序 (於過往年度並無要求)。

於財務報表日期，優惠稅率的相關正式手續已完成。管理層已諮詢中國律師意見並評定，由二零一九年起，本集團享有5%的預扣所得稅稅率。

- (v) 根據國稅總局、中國財政部所頒佈的有關企業聘請殘疾人士的稅務優惠政策的通知，本集團的全資附屬公司譚木匠向其殘疾僱員支付的薪金自二零一六年十一月二十四日起可享雙倍所得稅優惠扣減，及增值稅退稅 (相等於其殘疾僱員數目乘以國稅總局釐定的特定年度上限金額)。

本集團按應計基準於本集團簡明綜合損益表內確認增值稅退稅。期內退回本集團的增值稅金額的詳情載於附註6(B)。

- (vi) 截至二零二六年六月三十日止六個月，並無就新加坡企業所得稅作出撥備，因為該附屬公司於該期間並無新加坡企業所得稅應課稅溢利。

9. 每股盈利

a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據期內本公司擁有人應佔溢利及已發行普通股加權平均數計算：

i) 本公司擁有人應佔溢利

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年	二零二五年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>100,486</u>	<u>109,046</u>

ii) 普通股加權平均數

	股份數目	
	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年	二零二五年
	(未經審核)	(未經審核)
	千股	千股
已發行普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>

b) 每股攤薄盈利

由於期內並無潛在已發行普通股，故並無呈列截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利。

10. 固定資產

a) 購置及出售

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團購置的物業、廠房及設備項目的成本合共人民幣5,163,000元（截至二零二五年六月三十日止六個月：人民幣11,236,000元）。截至二零二六年六月三十日止六個月，出售的物業、廠房及設備項目的賬面總額為人民幣33,000元（截至二零二五年六月三十日止六個月：人民幣23,000元）。

b) 估值

於二零二六年六月三十日，本集團的投資物業並無由獨立估值師重新估值。董事知悉物業市場條件的可能變化。董事認為本集團的投資物業的賬面金額不會與二零二五年十二月三十一日由獨立合資格專業估值師估值的公平值有重大差異。因此，於期內沒有確認投資物業的公平值的任何變化。於本報告期內，本集團概無購入或出售任何投資物業。

11. 應收貿易賬款

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
來自客戶合約的應收貿易賬款	10,007	7,809
減：虧損撥備	(70)	(76)
	<u>9,937</u>	<u>7,733</u>

按發票日期(與彼等各自之收益確認日期相若)呈列的應收貿易賬款(已扣除虧損撥備)的賬齡分析如下：

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	7,550	3,516
31至60日	1,062	1,933
61至90日	72	1,238
91至180日	103	375
181至365日	521	153
1年以上	629	518
	<u>9,937</u>	<u>7,733</u>

客戶一般須在產品交付前結付訂單款項。信譽度良好的客戶可獲授30日以內的信貸期。

12. 按公平值計入損益的金融資產

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
可保本理財產品，按公平值(附註)	<u>10,000</u>	<u>80,669</u>

附註：該金額指於中國持牌銀行所發行的可保本理財產品的投資，預期年回報率為0.56%(二零二五年十二月三十一日：年回報率1.28%至2.22%)。按公平值計入損益的金融資產人民幣10,000,000元(二零二五年十二月三十一日：人民幣80,669,000元)到期日為一年以內。

13. 應付貿易賬款

供應商一般給予30日的信貸期。按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	6,498	6,295
31至60日	1,719	3,572
61至90日	971	844
91至180日	126	1,163
181至365日	190	74
1年以上	136	151
	9,640	12,099

14. 股息

- i) 董事會議決並不派發截至二零二六年六月三十日止六個月的任何中期股息（截至二零二五年六月三十日止六個月：零）。
- ii) 於中期期間批准及支付的應付本公司擁有人過往財政年度股息：

	截至六月三十日止六個月 二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
於本中期期間批准及派付的截至二零二五年 十二月三十一日止財政年度末期股息 每股普通股38.31港仙，相當於人民幣34.44分 (二零二五年：於截至二零二五年六月三十日 止期間批准及派付的截至二零二四年 十二月三十一日止財政年度每股 普通股36.63港仙，相當於人民幣34.43分)	85,657	85,632

15. 股本

	股份數目	金額 港元	相當於金額 人民幣
每股面值0.01港元的普通股			
法定：			
於二零二五年一月一日、二零二五年 十二月三十一日、二零二六年一月一日 及二零二六年六月三十日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000,000</u>	<u>87,926,000</u>
已發行及繳足：			
於二零二五年一月一日、二零二五年 十二月三十一日、二零二六年一月一日 及二零二六年六月三十日	<u>248,714,000</u>	<u>2,487,140</u>	<u>2,189,160</u>

普通股擁有人有權收取不時派發的股息，並有權於本公司會議上就每股股份投一票。就本公司的剩餘資產而言，所有普通股享有同等地位。

管理層討論及分析

管理回顧

本集團根據年初提出的經營業績目標、重點工作方向、關鍵工作措施等，緊跟具體執行和落實，把每項業績目標、重點工作，從本集團的戰略指標、職能部門的具體承接、部門內部職能崗位的具體執行，再從三質量管理體系質量目標、過程控制、實施措施，同時通過月度工作會、專題會議、季度考評，共三個維度確保從本公司到職能部門再到崗位職能責任人，得以具體承接落實、執行到位。

萬州工廠材料平衡養生的技術戰略，在通過三個維度、九個代表性型號的市場初步驗證後，已經建設中試生產作業環境，並正計劃全面投入，該項計劃的實施，將徹底改變以往材料乾燥後完全依賴順其自然原始管理狀態，確保材料存放和關鍵工序都在工藝參數規定的環境中存貯和加工，旨在進一步降低產品的變形裂口和市場退貨、提升品牌口碑、節約珍稀資源。全面建成無塵塗裝線，有效解決產品表面漆粒殘次的質量問題、多次重複返工並產生新的質量缺陷、作業效率的嚴重下降問題。正在創建國家綠色工廠，並已經通過節能、碳足跡、溫室氣體三個新體系的審核認證，順應「節能減排、低碳環保」的國家大戰略，提前做好規劃佈局、創造本集團良好經營的外部大環境。

結合政府在文化旅遊方面的全力倡導和全面推動，本集團亦借機重新規劃和啟動特色文化的工業旅遊。從萬州新老廠的外部環境打造提升、到手工技藝制梳車間的重新建設、再到譚木匠品牌歷史博物館和榮譽館的規劃啟動，為本集團品牌文化的沉澱呈現、豐富特色文化工業旅遊的內容、促進本集團可持續健康發展奠定良好的基礎。

宋式美學的北京旗艦店已經於四月底順利開業，店舖在宋式美學、梳頭體驗、木作手工、藝術策展、梳情花園等方面做出了深度呈現，並在蘇州萬象天地、武漢萬象城推出了保持宋式美學藝術風格可轉化落地推廣的店舖，備受加盟商和甲方商場的關注和喜愛。據此，本集團在做好北京旗艦店落地並進一步沉澱風格的同時，將優先在上海、香港推出獨具品牌和地方文化特色的旗艦形象店舖，為本集團今年開大店開好店戰略、邊櫃條櫃向獨立店舖轉化的調改升級，樹立好品牌形象、增強加盟商和甲方的信心，提升甲方對品牌的尊重和看重，為品牌的帶動輻射能力和市場的拓展運營，創造更好的條件。

於本報告期內，本集團經營業績目標明確、重點工作方向清晰、對應實施措施適宜有效。雖然因市場大環境、北京旗艦店前期的剛性投入、店舖調改提升的本集團政策支持、品牌持續傳播推廣、中東海灣局勢的風雲莫測導致貴金屬和生產輔料價格的大幅上漲、市場信心下挫造成的終端零售回落等不利因素，短期內對本集團銷售和盈利能力將會有一定回落影響。但本集團仍然堅持努力做好既定規劃和自己的事情，本集團內控和管治運行良好、產品綜合毛利率和成本費用率總體呈現健康狀態、專賣店形象和市場競爭力也明顯提升。

業務回顧

一、線下業務

截至二零二六年六月三十日止六個月，線下業務之POS零售終端銷售達成人民幣4.244億元，同比二零二五年同期下滑3%。

回顧二零二六年上半年，受景區及臨街店客流下滑、團購業務收縮等因素影響，線下銷售同比有所回落。在此背景下，渠道拓展堅持開大店、開好店導向，北京旗艦店開業運營標誌着超一線標桿店建設取得突破，上海大店項目有序推進，全國50平方米以上大店數量穩步增長。品牌形象方面，李永銓、莫蘭迪、宋代美學等多種新形象設計系統並行落地，老店調改與新店建設同步推進。運營管理方面，巡檢系統完成優化升級並將增值服務納入巡檢範圍，陳列道具與客訴標準化等基礎工作進入實施階段。同期先後於重慶、武漢落地兩場快閃活動，新品上市與會員服務各項工作按計劃推進。

1. 專賣店概況

截至二零二六年六月三十日止六個月，譚木匠在中國大陸共有1,323間加盟店，2間直接經營店。在其他國家及區域共有6間加盟店及1間直接經營店，在香港有3間直接經營店。店舖總數為1,335間，對比於二零二五年十二月三十一日之1,312間增加了23間。其中購物中心店佔比達74.7%，莫蘭迪形象佔比達54.8%，三代店形象佔比達43.1%。

於二零二六年六月三十日特許加盟店、海外店舖及專櫃數量之情況：

	二零二六年六月三十日		二零二五年 十二月三十一日	
	特許加盟店	直接經營店	特許加盟店	直接經營店
中國大陸	1,323	2	1,301	1
香港	—	3	—	3
其他國家及地區	6	1	6	1
總計	<u>1,329</u>	<u>6</u>	<u>1,307</u>	<u>5</u>

於二零二六年六月三十日加盟店舖在中國大陸分佈數目情況：

店舖種類	二零二六年六月三十日		二零二五年 十二月三十一日	
	特許加盟店 數目	佔比	特許加盟店 數目	佔比
購物中心	989	74.8%	960	73.8%
街面店	212	16.0%	217	16.7%
百貨公司	56	4.2%	57	4.4%
超級市場	6	0.5%	8	0.6%
景區	44	3.3%	43	3.3%
交通口岸	11	0.8%	9	0.7%
酒店	1	0.1%	2	0.1%
其他	4	0.3%	5	0.4%
總計	1,323	100.0%	1,301	100.0%

2. 渠道發展

於本報告期內，線下團隊將門店建設方向調整為新建與重裝並行，並輔以政策支持，以推動門店形象的系統性升級，為消費者提供更佳的購物環境。新建店數量達73家，其中正常營業54家，購物中心門店佔比保持較高水平，新建門店平均面積較去年同期實現大幅度改善提升。完成形象升級店舖25家，對面積小、位置差、形象舊的門店實施淘汰或改造。50平方米以上大店達41家，較去年同期增加21家，合作體系穩步拓展。從目前來看，現有渠道具備分佈廣、覆蓋全、合作深度充分的優勢。

3. 線下活動

於本報告期內，線下團隊對各片區DP點的廣告宣傳投放了專項補貼，累計補貼規模達29.5萬元，覆蓋多座城市及區域，涉及多元類型的廣告宣傳項目。上述補貼對於提升品牌形象、擴大市場影響力具有重要作用。後續將持續深化品牌宣傳與市場拓展工作，同時強化成本管控與投入效益評估，針對核心戰略區域與重點標桿項目進一步加大投入力度，以取得更好的市場效果。

於本報告期內，在重慶、武漢成功舉辦了「梳情花園」快閃品牌宣傳活動。活動在設計上新增地標打卡牆元素，使活動更貼近當下的城市與生活。通過快閃活動的沉浸式體驗，譚木匠有效提升了品牌知名度與公眾美譽度，在目標消費群體中塑造了更具辨識度的品牌形象。下半年活動將在北京、上海等地與大家繼續見面。

4. 會員服務

於本報告期內，譚木匠在會員拓展方面表現良好。累計新增會員155,192人，累計完成會員權益訂單46,084筆。截至本報告期末，譚木匠全渠道後台會員總規模已突破171萬。

5. 新品上市

於本報告期內，共進行了四次新品配發，共計31款新品。分別是12款新年新品、2款母親節新品、7款夏日新品、10款山水系列新品。

12款新年新品中，融合傳統生肖文化與現代審美，運用雕刻、漆藝等傳統工藝，推出兼具吉祥寓意與實用功能的馬年系列新品；以古典詩詞意境為靈感，推出合木梳優化系列新品。同時配合三八節節點推出節日系列新品，滿足消費者贈禮需求。

2款母親節新品以葫蘆為設計元素，寓意福祿雙全、掌中嘉福，為母親節的溫情時刻增添一份美好祝福。

7款夏日新品將東方山水人文與原木溫情通過現代設計表達，推出撥筋梳、護髮梳、手珠及掛飾等新品，採用優質材質與優化後的梳型，為消費者帶來更舒適的頭部梳理體驗及多樣化的佩戴選擇。

10款山水系列新品專為北京旗艦店量身打造，於四月底先行配發，七月正式推出。該系列以東方山水人文為設計靈感，將宋式美學的留白與曠達，具象於「山水系列」之中，梳為山巒，發為川流。溫潤內斂的木材搭配清秀淡雅的設計元素，開發出兼具實用功能與裝飾性的產品。

6. 店鋪形象提升

於本報告期內，共收到125家店鋪設計任務書，完成設計方案102家，完成裝修108家，其中6家為二零二五年年底未完成裝修店鋪。北京旗艦店以「藝術+木+人文」為核心設計理念，深度融入宋式美學精神，已完成裝修並順利開業。李永銓形象正式啟動，已完成裝修16家，效果獲得商場與顧客好評。莫蘭迪形象新版設計採用多種材質結合，解決異形結構店鋪設計難點，在柔和基調上增添現代感。山東日照店和新加坡二店繼續採用松本形象，下半年計劃對配套陳列進行整體升級改造，目前處於打樣階段。

7. 二零二六年下半年線下業務工作重心

下半年線下業務圍繞「補缺口、強基礎、控風險」三條主線全力衝刺全年目標。

- (1) 開展畢業季營銷活動，聯動美团、微盟平台進行客流引流，落地第三、第四季度「梳情花園」系列快閃活動；出台加盟商團購激勵政策拉動終端銷售。線下堅持零售、團購雙線同步推進，一方面穩固散客零售基本盤，深耕節慶、婚嫁、禮贈消費場景；另一方面完善企業商務、單位福利定制團購業務團隊，豐富企業專屬文創禮盒品類，開闢新增量渠道，實現零售與團購互補增長。
- (2) 持續落實開大店、開好店戰略，推進北上廣深及新一線城市核心商圈、交通口岸新店按期開業；引導存量門店向優質高端商場點位升級，逐步清退低效小型邊櫃、窄鋪，依托更大門店空間承載木藝文化展示、非遺工藝體驗、全系列產品陳列，充分發揮實體門店空間價值。

- (3) 搭建遠程巡檢機制強化下沉市場管控，配套發放李永銓系列陳列道具；歸集客訴典型案例搭建內部知識庫，採取部門牽頭+ 區域常態化培訓模式打造標準化服務樣板。同步落地標準化體驗服務流程，完善門店木梳養護、手工體驗、禮品搭配、終身維修保養服務，依靠沉浸式線下體驗構建差異化競爭優勢，以服務提升終端轉化與客戶複購。
- (4) 同步推進門店整體陳列道具、宣傳物料統一迭代升級，覆蓋存量門店及新開門店，提升全渠道品牌視覺統一度，配合集團整體品牌升級工作落地門店形象標準化改造。

二、線上業務

截至二零二六年六月三十日止六個月，線上業務完成銷售(含增值稅)人民幣1.2億元，完成半年度目標84.3%，同比二零二五年同期下滑13.0%。已完成年度目標44.6%。

於本報告期內，本公司各線上渠道經營表現分化。天貓、京東、唯品會等傳統電商收入同比有所下降，天貓作為線上核心營收渠道，其銷售回落，是線上整體業績下降的主要原因。傳統渠道業績變動，主要受平台補貼規則調整、平台流量資源向自營板塊傾斜、平台大範圍促銷活動等外部環境影響。拼多多、抖音這類社交電商、興趣內容電商實現營收增長，也體現出行業格局變化下，傳統電商市場份額正逐步被內容及社交電商分流。

1. 新平台及新推廣方式

於本報告期內，本公司進駐得物平台開展運營，品牌非遺工藝、天然材質與東方美學特質，契合平台年輕群體追求小眾質感、文化認同及禮品消費的需求，有助於拓展Z世代市場，提升品牌年輕化形象與品牌價值。得物旗艦店自二零二六年三月運營至六月，整體轉化表現優異，但經營業績受平台流量波動影響起伏明顯，後續計劃上架高端單品與禮盒套裝，補齊視覺內容素材，平緩數據波動，發揮渠道高轉化優勢。

2. 店鋪直播

於本報告期內，天貓店鋪直播常態化開播，全年僅除夕停播，上半年累計開播180場，在縮減真人直播時長的基礎上持續提升運營效率。運營端不斷優化直播玩法，利用直播間實拍素材沉澱私域流量，並上線數字人直播，搭建真人主播搭配數字人的全天候直播體系，補齊閒時直播空檔。同時推出直播專屬產品，聯動平台優惠券拉動直播間銷量。本期店播會員轉化成效突出，儘管直播整體營收小幅回落，但流量質量、渠道滲透率、轉化效率均實現提升，為後續直播業務增長奠定基礎。

3. 站內外內容推廣

於本報告期內，本公司佈局站內達人內容與小紅書站外種草陣地，圍繞養髮護髮、健康養生方向產出內容，塑造品牌情感價值，邀約專業人士科普養髮知識，提升內容專業度，落實擴充人群資產、站內轉化收割的雙線運營策略。

站外小紅書渠道，本期累計發佈內容124條，實現總曝光量1,715萬餘次、總點擊量203萬餘次、總互動量19.3萬餘次；內容借助淘寶星河小紅星投放，上半年累計引導成交331萬元，同比增長8.2%，站外引流轉化成效穩步提升。站內達人內容合計發佈450條，總曝光量360.8萬餘次，內容引導銷售額達278.2萬元，較去年同期下滑9.7%，主要原因是平台取消消費券之後，店鋪轉化率與客單價有所回落。

4. 抖音生態佈局

於本報告期內，抖音生態持續深化「官方陣地運營+達人創意種草+話題矩陣引爆」的三維聯動運營策略。上半年賬號發佈視頻119條，實現淨增曝光1,600萬，淨增互動30萬，賬號粉絲總量達到30.8萬；累計合作達人27位（包含KOL和KOC），推廣總曝光1,648.2萬，總互動22.6萬次。通過優化達人投放結構，加大KOC佈局力度，千次曝光成本同比下降31.75%，流量獲取效率顯著提升。內容端實行「減量提質」戰略，集中資源打造精品IP內容。受二零二五年母親節直播高基數、平台流量分發規則調整影響，賬號曝光及互動數據階段性下滑，粉絲規模依然實現6.94%的正向增長。後續將持續沉澱優質視頻資產，嚴格把控達人內容質量，推動品效協同長效增長。

5. 店鋪服務提升

於本報告期內，針對唯品會渠道上線RPA智能客服系統，構建智能預處理+人工精細接待的服務模式，縮短客戶等待時長，改善平台服務評分。本公司逐步擴大禮品精裝打包的適用產品範圍，並在商品頁面展示包裝樣式，借助精緻外包裝提升產品禮贈屬性與開箱儀式感，優化消費者體驗與品牌口碑。

6. 線上線下產品分級

於本報告期內，本公司持續優化線上產品結構，新增多款線上特供產品，線上專供款與全渠道售賣產品的結構比例日趨均衡。新增產品填補價格段、品類空白，擴充養生梳具、按摩器具、禮盒套裝等品類，並升級禮盒外觀與內襯設計。全新中高端禮盒上市後市場表現亮眼，在對應價格區間具備競爭力。本公司後續將重點推廣該款禮盒打造禮贈標桿單品，並持續開發兼具美觀性與實用性的套裝新品，鞏固線上禮品市場競爭力。

7. 人工智能提升

於本報告期內，(1)開展AI品牌內容優化項目，圍繞品牌匠心、天然材質、非遺工藝等核心價值佈局AI搜索內容建設，增加品牌在人工智能檢索場景的曝光與種草機會。(2)搭建CEM客戶體驗管理系統，集中歸集全渠道用戶評價、客服對話、社交平台反饋信息，利用AI語義分析挖掘用戶需求、預警負面輿情，依托用戶數據指導產品迭代與營銷優化，降低客訴風險、提升客戶滿意度。(3)普及數字人直播應用，依靠AI實現全天候直播，保障品牌話術統一，填補凌晨、節假日直播空檔，助力禮盒、養生梳核心品類銷售增長。

8. 二零二六年下半年線上業務工作重心

1. 持續保持各電商平台常態化溝通對接，嚴格執行線上線下統一價格體系，堅守長期品牌經營思路，不依靠低價折扣、平台補貼、變相降價等短期營銷手段換取銷量；圍繞非遺工藝、東方禮贈主題統一輸出品牌內容，打造高端禮贈品牌認知。針對各平台特點實施差異化運營：優化天貓數字人直播體系、擴充直播產品品類，推動線上專供款接入平台百億補貼渠道；京東補齊短視頻內容佈局，落地數字人常態化日播，洽談自營合作打造平台爆款；唯品會推進自營渠道落地，爭取優質流量資源改善平台銷售表現；得物持續擴充禮盒類產品、完善種草視覺素材，主動申報平台營銷活動獲取流量支持。線上線下渠道定位分工清晰，統一品牌標準、統一會員權益，均衡佈局電商平台、短視頻渠道與私域社群。
2. 搭建線上差異化專供產品矩陣，新品研發分三大方向：打造模塊化護髮梳組合套裝並升級配套禮盒；補齊牛角、鬃毛養護類產品線，開發養生護髮禮盒；拓展宋式美學文房器具、隨身文創小件，將產品邊界從梳妝用具延伸至東方生活美學器物，結合市場銷售數據持續迭代線上專屬新品。

3. 統一宋式美學品牌視覺體系，圍繞天然材質、非遺工藝、梳理功能、禮贈寓意提煉產品差異化賣點，分批次完成全品類產品拍攝與主圖設計，適配多平台傳播需求，縮短消費者決策週期，帶動禮盒、套裝新品銷售。同步搭建線上內容矩陣，持續輸出品牌文化、非遺制梳、東方禮贈相關內容，沉澱長期品牌價值。
4. 迭代升級快遞外包裝與配套賀卡，兼顧物流防護功能與社交平台開箱傳播需求，提升禮盒禮贈氛圍感，拉動禮品類產品成交。
5. 完善私域運營體系，推行千人千面個性化內容推送；依托會員福利、用戶共創等活動提升社群活躍度；搭建常態化用戶調研機制，收集消費需求反向指導產品、禮盒及服務優化，盤活沉睡客戶、提升老客複購，充分挖掘用戶生命週期價值。

三、海外業務

截至二零二六年六月三十日止六個月，海外線下共計完成出庫人民幣185.5萬元，同比增長2.4%；跨境電商平台銷售額73.4萬元，同比增長62%；香港直營店及線上平台共計完成銷售280.5萬港元，同比增長38.5%。

海外重點工作情況簡介：

1. 海外直營店：香港市場依然是三家直營店舖，從上半年銷售情況看，老店舖的銷售基本穩定，新的增長點主要來自去年新開的又一城店舖。下半年香港站店舖租約到期，我們將關注更多商業中心來尋找入駐機會，逐步提高品牌形象；新加坡市場目前1家直營店舖，運營狀態良好。下半年的二店也在積極籌備當中，逐步擴大規模，提升當地市場影響力。
2. 加盟拓展：台灣加盟商疫情後關店，在本公司的政策支持以及鼓勵下，重新開設一間新店舖，預計8月份開業；香港市場今年開放特許經營，新增一間加盟店舖，預計八月份開業；馬來西亞市場也新增一位意向加盟商，目前正在敲定店舖選址，預計年底或明年初落地。

3. 海外零售系統：隨着海外店舖的增加，為了更好更規範的管理，上半年考察了多家海外零售系統服務商並詢價比價確定了合作方，經綜合考慮選擇先在新加坡直營店進行開發落地並驗證，為後續的規範以及合規管理做好基礎。下半年能夠落地進行驗證。
4. 跨境電商：今年與一家代運營公司簽訂了美國亞馬遜和美國獨立站的代運營合作協議，從上半年的業績情況看，符合我們的預期。除了希望能以成熟的代運營團隊持續擴大業績規模外，也同時在加強員工的培養，為後續組建本公司團隊打好基礎。
5. 海外重點展會：今年計劃參加三場展會，分別是7月美國拉斯維加斯美容美髮展、八月哈薩克斯坦阿拉木圖進出口商品展和九月澳大利亞墨爾本中國消費品品牌展。本年度三場展會均以標準攤位出展，更加聚焦行業了解、商品展示以及尋找意向代理商、加盟商、渠道採購等等。

四、創意研發

於本報告期內，創意研發團隊結合對現有產品體系的梳理與市場需求的研判，以及對木材存量現狀及加工工藝可行性分析，針對全渠道銷售節奏與節點上市要求和品牌形象提升的整體目標，持續推進新結構、新材質、新風格的產品及包裝的設計研發與落地轉化工作。

於本報告期內，完成7個新產品項目的設計和開發，共上市新品31款。分別是2款母親節新品、6款線上渠道新品、4款海外區域新品、7款小葉紫檀升級新品、10款山水系列新品、2款七夕新品。

於本報告期內，創意研發團隊開展的重點項目有：

1. 洛可可山水系列產品包裝項目

落地轉化10款山水系列新品，將山川之靈秀、流水之靈動融入產品設計之中。採用溫潤內斂的南美酸枝、微凹黃檀等材質，設計開發了各具特色的梳理產品及按摩解壓類產品。

完成山水系列全體系包裝轉化及應用，將宋式美學的留白與曠達以特種肌理紙張材質體現，用獨有的「開窗見山水」的結構表達，整體包裝設計風格突出、滿足品牌形象升級需求。

2. 小葉紫檀升級項目

為滿足高端市場的消費需求，以小葉紫檀為材質，補充插齒按摩梳、護髮梳梳形，部分產品使用螺鈿、雕刻、貼金箔工藝，完善品牌高端材質產品體系。飾品融合南紅、青瓷等材質，豐富了產品色彩層次與文化寓意，提升了飾品設計美感，強化了在同類競品中的差異化優勢。

3. 自主開發項目

探索以各類異材質與木相結合的設計開發方向；沿襲並升級豐富傳統非遺工藝，打造產品外觀新風格；持續發力功能產品開發，以實際功能和梳理感受出發，精細化梳齒等部件設計。

4. 海外市場定向產品開發

結合區域人文風俗與消費習慣，針對日本市場按摩梳品類增補需求，定向開發適配日本市場的區域產品，滿足海外消費者需求，支撐品牌海外業務拓展。

創意研發工作展望：

創意研發團隊將圍繞「全面品牌形象提升」目標，從新品研發、包裝體系升級設計、平面視覺宣傳物料優化及門店形象支持等方面，系統開展設計提升與協同匹配工作。

積極探索新材料、新工藝、新結構的應用，提煉並沉澱設計創新的方法論與標準流程，提高自研項目的設計質量及轉化落地效率；密切關注產品體系銷售動態，在確保品質與創新不打折扣的前提下，有效管控成本或提升產品附加值，助力新品及整體產品綜合毛利率的改善。

將市場意見收集與分析工作前置納入設計研發流程，深度洞察市場需求，使產品更好地適應終端使用場景及一線銷售需要，着力推動暢銷產品的打造。

五、生產技術

於本報告期內，生產技術團隊以新三年工藝技術開發提升綱要為指引，推進工藝革新、自動化設備迭代、新材料新工藝研發，同步落地產線改造、木材穩定化處理、綠色低碳相關工藝改造等項目，持續以技術賦能提質、降本、增效、改善作業環境。上半年，工廠實際完成交貨量303.42萬件，較去年同期283.72萬件增加19.7萬件；人均工時綜合生產效率同比提升11.41%，生產精細化、智能化水平穩步提高。

工藝及設備技術創新和改進主要有：

- 1、全新塗裝線於上半年全面投產運行，全面規範無塵作業環境，從根源解決漆粒、漆霧導致的產品返工問題，有效破解塗裝工序效率瓶頸，產品表面外觀質量顯著升級。同步持續試驗推廣水性漆及非漆工藝處理技術並穩步推進批量產業化應用，既優化產品表面質量，又改善作業環境、保障員工職業健康。
- 2、推行合木梳齒塊平衡養生工藝，四月啟動部分試點生產，七月實現全部合木梳齒塊經3個月平衡養生後投產，有效提升材料穩定性，解決產品開裂變形問題、降低市場退貨率；針對生產物流損耗優化片材和板材堆碼方式與適配托盤，實現產品入窯乾燥前一次性堆碼成型，減少物料重複搬運、多次堆碼造成的損耗與工時浪費。
- 3、開展木材功能性改良替代試驗，完成拉朋、安東兩種新材種增重改良實驗，木材氣干密度分別增加10%、13%；新增合木梳快速膠合可行性研究，探索非接觸式方式加快膠黏劑耦合反應，實現梳坯快速膠合。
- 4、自動化加工項目有序推進：鑲齒梳自動化拋齒技術樣機經過中試生產改善，人機結合綜合生產效率比純人工提升50%，降低作業人員勞動強度和作業難度；雙機頭梳子自動化拋光樣機進入中試生產驗證，持續改善提升加工效率。

- 5、護髮梳木質梳針殘次品與顏色分選技術攻關項目，完成關鍵單元實驗平台搭建，建立視覺系統運算數據模型、開展AI深度應用學習，初步達成國王木材料的顏色和殘次品分選條件，分選質量的合格比例仍需持續研究優化。
- 6、木梳天然草木染工藝探索染液提取與浸染工藝，成功開發檸黃、鐵紅、象牙、桔黃、中黃5種顏色，經紫外線老化褪色對比，顏色殘留期大幅提升；開展雜色豆指環梳部件包漿工藝及膠套組裝實驗，整體包漿效果達標，但組裝工序易破壞包漿層，仍需持續改進完善。

六、物流配送及售後維修

於本報告期內，物流配送團隊共計完成配送發貨302.27萬件，整體配送體量維持平穩。團隊延續「打緊用人」管理思路，推行一崗多能、工序日清日結、彈性排產、產量每日核定等管理舉措，充分挖掘作業效能，保障全渠道訂單及時出庫，維持合理安全庫存水平。

本公司完成分揀傳輸系統調研，聯合設備及軟件服務商開展多輪模擬測試，相關實施方案已基本成熟，現已簽訂合作合同，計劃下半年落地實施。該系統將覆蓋成品庫、裝箱工序，可替代近半數人工作業，有效提升工序效率、降低員工勞動強度，為後續業務增量實現擴產不增員提供支撐。

產品售後維修工作，本報告期內集團各授權維修站合計完成維修145,030件，較二零二五年同期156,357件減少11,327件，同比下降7.24%。

本公司持續收集顧客反饋、投訴意見，不斷優化完善維修質量保障體系，核心管控舉措如下：

- 1、前置維修風險溝通。維修站接收產品時核驗可修復性、維修需求與產品實際狀態，針對梳齒脆性高易二次損壞、草木染無法補色易出現圖案殘缺等不可逆情況，提前與顧客協商處理方案，在可維修範圍內充分滿足客戶訴求。

- 2、 持續提升維修人員實操技能，在保障交付任務的前提下優化修復工藝，減少維修對產品圖案造成磨損，降低外觀相關客訴。
- 3、 建立多層級複檢機制，維修組長對完工產品全檢、售後主管返店前抽檢、物流品質主管每週二次抽檢；抽檢發現不良品立即返工，典型問題以圖文形式內部共享學習，規避同類問題重複發生。
- 4、 規範外部授權站點管理，聯合營銷部、創意設計中心開展不定期巡檢與技術培訓；按照《售後維修管理運行辦法》，對連續兩個月產生有效投訴的站點，建議取消其維修授權資格。

顧客滿意始終是售後維修服務的核心追求。我們清晰認識到當前服務水準與消費者期待仍存在提升空間，後續將在維修全流程投入更多細心、耐心與用心，持續打磨維修服務細節，盡力匹配顧客預期，穩步夯實品牌服務口碑。

七、品牌建設

二零二六年四月三十日，集團首家品牌概念旗艦店落地北京三里屯3.3大廈，面積約300平方米，是品牌美學升級戰略標誌性落地項目，標誌品牌從單一產品銷售，轉向生活方式輸出、文化沉浸式體驗的戰略升級。門店特邀知名設計師賈偉出任美學藝術顧問，以原木、留白、天青色營造清雅宋式東方意境，摒棄傳統門店密集鋪貨模式，劃分商品藝術陳列區、五感療愈梳頭體驗區、木作手作工坊、休閒茶歇服務區四大功能板塊，兼顧觀賞、體驗、創作、社交多重價值。

門店開業同步啟動首屆譚木匠藝術節，主題為「梳為山巒，發為川流」，展出賈偉、姜淼、盧征遠等當代藝術家專屬定制木藝作品，將當代藝術理念與木質載體相融，賦予門店濃厚藝術內涵。六月，譚木匠聯動《中華手工》推出「木藝生活家•大師課堂」，首期聚焦國家級非遺雕漆技藝，邀請非遺傳承人殷秀雲、工藝美術大師朱江開設四天實操課程，學員現場完成雕漆梳、雕漆裝飾畫創作，讓非遺技藝走出工坊，走進城市商業空間，實現匠心文化大眾普及。

於本報告期內，第十屆「櫛佩之美•譚木匠設計大賽」圓滿結束。本屆大賽以「自在之美•設計成光」為主題。二零二六年一月啟動，賽程近五個月，面向全國高校師生、專業設計機構、獨立設計師與手工愛好者徵集梳、飾類作品，共收到參賽作品660件(組)，作品題材、創作手法、創新維度均創下歷屆新高。賽事分設計類、實物類兩大賽道，新增「靈感瓶」創意互動形式，經大眾投票、行業專家多輪篩選，五月二十日公佈獲獎名單，最終誕生一等獎1名、二等獎2名、三等獎10名、優秀獎40名，以及人氣獎、青苗獎和故事獎等多個單項獎。一等獎作品《玉翎脊》融合木材與玉石兩種材質，以可收可展的獨特形態剛柔並濟，推動實用木梳向藝術化器物升級；《喵不可言系列按摩梳》抓住都市人群治癒情緒需求，萌系造型收穫年輕群體喜愛；《鸚鵡折疊梳》借鑑鳥類理羽習性，搭配轉軸折疊結構，兼具趣味與實用性。

五月，四川美術學院、中國美術學院師生團隊前往萬州生產基地開展非遺研學，全程參觀原木加工至成品梳飾全生產工序，並與非遺工藝美術大師俞達洪面對面交流。產學研一體化模式，既為藝術學子提供線下實踐平台，也為品牌持續注入前沿設計思路，推動傳統木藝不斷創新。

八、人力資源及綜合治理

本公司仍然秉承「誠實良善、鼓勵創新、允許試錯容錯、包容但不縱容且不允許反重複低級錯誤」的治理精神，及時發現、指出、懲治不良思想和行為，不管是本公司內部違反職級評定、安全生產、行為規範的問題，還是專賣店服務理念缺失、服務不到位、違規打折網銷等問題，本公司都做了約談、勸勉、通報處理。本公司對如產品送檢名稱混淆錯亂、產品身份證明計量單位錯誤並造成的市場輿情風險，本公司本着維護品牌形象、真誠溫馨顧客的角度，予以及時周全處置。上半年，本公司內部管治共做出了4次通報批評查處、3次通報表揚。

對海南三亞專賣店私自配搭其他贈品促銷、河北邢台專賣店的價格抹零等變相打折做出了查處，對在團購價格嚴重違規、團購監管嚴重失責的南京加盟商做出了罰款、扣除信譽保證金、清退出加盟體系的查處。本公司必須確保加盟體系風清氣正、可持續健康的經營和發展環境，絕不因短期的銷售業績而損害本公司的長期發展。

推進員工關心關注本公司，為本公司發展建言獻策。持續推進鼓勵各層級員工提出合理化改善建議、促進自主改變創新，作為推進本公司向更高更好方向發展的重要措施。本公司同時完善了員工關注建議實施的情況、滿意度評價、質疑越級直通車等措施，確保每一個合理化建議都能夠得到尊重、得到重視、切實執行。今年上半年，共收到合理化改善建議604條、採納180條、採納率29.8%。優秀合理化建議如：1、建議電商渠道針對因產品質量問題辦理換貨的訂單，隨新包裹附贈致歉心意卡片。以此表達品牌歉意，安撫顧客情緒，優化售後體驗，提升用戶好感與品牌口碑。2、建議調整粉塵作業崗位防護口罩配發標準。當前打磨、下料、配料等崗位口罩3天1個，高粉塵工況下口罩易失效，無法滿足更換需求。提議實行差異化配發：高粉塵重點崗位調整為2天1個，低粉塵輔助崗位維持原有標準；同步開展防護培訓，指導員工規範使用口罩，保障員工職業健康。

做好講好譚木匠故事，是全員參與本公司品牌文化建設另一個重要渠道和維度。通過好的和不好的品牌文化小故事的呈現，旨在以小見大地反映員工和本公司的方方面面，及時引起共鳴、關注糾偏、弘揚正能量，把員工和本公司帶到向上向善的正能量方向。上半年共徵集小故事284個、評選出優秀小故事24個。優秀小故事如《舊梳亦有情，服務暖人心》《那碗餵人的糖鹽水》等。

在譚木匠新logo行政申馳和司法認馳目前沒有通道的情況下，本公司正在申請中華商標協會的AAA知名商標，為做好本公司的核心知識產權保護尋求新的通道。作為承載一代譚木匠情懷和歷史文化的譚木匠老logo，本公司為保護好寶貴的歷史文化品牌名片，防止被「撤三」，也同步使用一部分有歷史代表性的老產品，恢復使用老logo，並根據老顧客的情懷，對維修產品也恢復老logo的啟用，做好譚木匠品牌的歷史文化傳承和顧客情懷維護。

隨著本公司內聯外引的市場整肅力度加強，本公司在確保線下加盟體系遵規守紀、誠實合法經營的基礎上，持續加大線上違規網銷、銷售假冒偽劣、貼牌銷售的侵權打擊力度，堅持老虎蒼蠅一起打的原則，進一步維護好市場經營環境淨化和品牌聲譽維護。上半年收集違規違法案例8起，完成證據採集並固證8起，二零二六年以前的立案在今年上半年進入訴請結案28起，獲得判賠金額人民幣138.33萬元。

在做好如梳子自動拋磨、梳針殘次檢測、材料平衡養生、高端產品包漿、全天然環保草木染等工藝技術研發和產品開發的同時，也取得了豐碩的知識產權成果，本公司目前擁有有效專利143件，其中發明專利19件、實用新型專利47件、外觀專利77件。新增有效專利9件，其中新增發明專利1件。本公司目前有著作權63件，今年上半年新增8件。

持續致力於促進和保障殘疾人就業，於本報告期內，目前已經完成新廠全程無障礙通行的設施建設，基本完成老廠宿舍無障礙通道改善和滿足坐輪椅員工的特種作業設備改善，完成車間電梯的載客功能改造，腿腳不便的殘疾員工可乘坐無障礙電梯到達工作崗位和宿舍房間。相對二零二五年上半年同期，新入職殘疾人26人，離退休殘疾人23人，淨增殘疾人就業3人，目前實際殘疾人就業人數為372人（其中退休返聘3人）、從本公司退休並實現老有所養的殘疾員工已達71餘人。

本公司位於江蘇句容的管理中心辦公樓物業維權，本公司已經向蘇州市檢察院申請檢察監督並被受理，檢察官也親臨辦公樓現場實地查看本公司實際佔有和辦公的情況。同時，本公司也與管理人保持溝通，相信在依法堅定維權和溝通竭力止損兩個方向上，一定會找到有效的解決方案。但仍需要我們深刻反思、深度檢討，夯實本公司基礎管理工作，嚴格遵從內控制度、履行好職能職責，把本公司根基根本做好，才能有效預防可預見和不可預見的經營風險。

財務回顧

1. 收益

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團錄得的收益約為人民幣263,390,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣287,886,000元減少約人民幣24,496,000元或8.5%。該項減少主要是由於市場需求在本報告期內相對截至二零二五年六月三十日止六個月呈現疲弱所致。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二六年		二零二五年	
	(未經審核) (人民幣千元)	%	(未經審核) (人民幣千元)	%
銷售額				
－ 梳子	20,689	7.9	21,134	7.3
－ 鏡子	272	0.1	230	0.1
－ 組合禮盒	240,285	91.2	264,014	91.7
－ 其他飾品*	2,045	0.8	2,215	0.8
加盟費收入	99	0.0	293	0.1
總計	<u>263,390</u>	<u>100.0</u>	<u>287,886</u>	<u>100.0</u>

* 其它飾品包括頭飾、手飾及小型家居飾品

2. 銷售成本

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣92,386,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣110,089,000元減少約人民幣17,703,000元或16.1%，銷售成本減少主要是對應於本報告期銷售量減少及銷售產品組合的變化所致。

3. 毛利及毛利率

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團之毛利約為人民幣171,004,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣177,797,000元減少約人民幣6,793,000元或3.8%。毛利率由二零二五年約61.8%上升至二零二六年的64.9%。於本報告期，毛利率上升主要是由於銷售組合的轉變致毛利率較高之產品收益佔比增加所致。

4. 其他收入

其他收入主要包括中國增值稅優惠退款、金融資產利息收入、按公平值計入損益的金融資產的公平值變動、政府補貼及租金收入。截至二零二六年六月三十日止六個月，其他收入約為人民幣32,142,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣22,762,000元增加約人民幣9,380,000元或41.2%，此項增加主要來自中國增值稅優惠退款及政府補貼有所增加所致。其他收入之詳情載於簡明綜合財務報表附註6。

5. 銷售及分銷開支

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的銷售及分銷開支（主要包括廣告宣傳及市場推廣費用、租金、工資及福利、運輸和差旅費）約為人民幣48,963,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣46,012,000元增加約人民幣2,951,000元或6.4%。該增幅主要來自於本報告期廣告費用、運輸費用和員工成本增加所致。

6. 行政開支

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的行政開支約為人民幣26,673,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣17,673,000元增加約人民幣9,000,000元或50.9%。主要增幅來自本報告期人力成本及折舊費用增加所致。

7. 經營溢利

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣124,422,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣133,654,000元減少約人民幣9,232,000元或6.9%。經營溢利減少主要歸因於截至二零二六年六月三十日止六個月之毛利減少約人民幣6,793,000元及行政開支增加約人民幣9,000,000元所致。

8. 融資開支

截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月，本集團分別沒有利息開支，原因為於該等期間並沒有銀行貸款。於本報告期及截至二零二五年六月三十日止六個月之融資開支約人民幣436,000元及人民幣288,000元乃是由於本集團於二零一九年一月一日開始採用新的香港財務報告準則第16號而產生的融資開支。

9. 除稅前溢利

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣123,986,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣133,366,000元減少約人民幣9,380,000元或7.0%。除稅前溢利減少主要歸因於本報告期經營溢利減少約人民幣9,232,000元所致。

10. 所得稅開支

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支約為人民幣23,500,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月約人民幣24,320,000元減少約人民幣820,000元或3.4%。此項減少主要歸因於本報告期除稅前溢利及遞延稅項撥備減少所致。

於本報告期之實際稅率為19.0%，對比截至二零二五年六月三十日止六個月之18.2%上升了0.8個百分點。所得稅開支之詳情載於簡明綜合財務報表附註8。

11. 期內溢利

由於上述原因，截至二零二六年六月三十日止六個月，期內溢利約為人民幣100,486,000元，較二零二五年同期約人民幣109,046,000元減少約人民幣8,560,000元或7.8%。

12. 流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。於本報告期內，本集團並沒有任何銀行貸款。考慮到本集團可動用長短期銀行借貸額和營運現金流，董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本公告日後至少十二個月的資金需求。

於二零二六年六月三十日，本集團擁有的現金及銀行結餘為人民幣70,105,000元（於二零二五年十二月三十一日：約人民幣79,739,000元），主要來源於本集團營業收入。

13. 現金流量

本集團的主要現金乃用作應付營運資金需求、償還到期債項利息及本金、本集團設施及業務增長及擴展提供資金。

於本報告期內，本集團之現金及現金等值物減少約人民幣9,634,000元，主要由以下原因所構成，經營活動所得現金淨額約人民幣50,022,000元；投資活動所得現金淨額約人民幣30,837,000元；融資活動所用現金淨額約人民幣86,958,000元；及匯率變動引致負面影響淨額約人民幣3,535,000元。

14. 資本架構

債務

於二零二六年六月三十日及本報告期內，本集團並沒有任何銀行貸款。

資本負債比率

於二零二六年六月三十日及二零二五年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款，計算資本負債比率並無任何意義。

資產押記

於二零二六年六月三十日，本集團並沒有任何向銀行抵押的資產（於二零二五年十二月三十一日：人民幣零元）。

資本支出

本集團的資本開支主要包括購買廠房及設備、租賃物業裝修及汽車。於本報告期及截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的資本支出分別為人民幣5,163,000元及人民幣11,236,000元。

匯率風險

本集團之主要業務均以人民幣及港元為功能及營運貨幣。本集團承受由人民幣和港元而產生的外匯風險。本集團對其他匯率變動並無重大之風險。

15. 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。

16. 重大收購和出售

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何重大收購及出售。

17. 持續經營

根據現行財務狀況和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此，在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

18. 所持有之重大投資

投資物業

於二零二六年六月三十日，本集團的投資物業賬面值為約人民幣81,400,000元(二零二五年十二月三十一日：約人民幣81,400,000元)。截至二零二六年六月三十日，本集團的投資物業並沒有由獨立估值師重新估值。董事知悉物業市場條件的可能變化。董事認為本集團的投資物業的賬面金額不會與二零二五年十二月三十一日由獨立合資格專業估值師估值的公平值有重大差異。因此，於本報告期內沒有確認投資物業的公平值的任何變化。於本報告期內，本集團概無購入或出售任何投資物業。

除上文所披露者及本公司於附屬公司和聯營公司之投資以外，本集團於本報告期內並無持有任何重大投資。

未來展望

二零二六年下半年重點工作方向

1. 嚴格按照《二零二六至二零二八發展綱要》實施、切實做好二零二六年戰略指標從本公司到部門分解和承接的各項工作、下述重點工作方向。
2. 本公司句容管理中心辦公樓的物業維權，擬通過抗訴、信訪、媒體、尋求政府支持等方式，繼續維權、抗爭到底、竭力止損。
3. 在開設運營好北京旗艦店的同時，積極探索、不斷調整，規劃優先在上海、香港繼續開設旗艦店。
4. 做好去到更好的商圈商場鋪位的市場拓展、持續實施邊櫃條櫃島櫃向獨立店鋪轉化升級的政策支持；做好鼓勵超一線和新一線城市開設50平方米以上的大店好店的政策支持；深度推進梳頭體驗和售後維修的客情維護；持續做好梳情花園、設計大賽、木藝展、非遺傳承等品牌建設、沉澱、傳播活動。

5. 堅定維護市場秩序和違規整肅。堅持長期的品牌主義——不做價格營銷、不打價格戰、不打折不擺爛，不主動參加並必須及時撤除、下架、查處變相價格營銷行為；建立公平的市場拓展機制，打破地盤主義，絕不保護落後，實現充分適宜、良性競爭、和諧發展；保持簡單、乾淨、透明、緊密、親切、原則的合作關係，踐行職業操守約定，淨化市場環境，健康加盟體系，實現可持續發展；本公司堅定整肅，不管是外部侵權還是加盟體系違規，本公司絕不手軟，老虎蒼蠅一起打。
6. 加大推進各項改善建議、改變創新、技術進步工作。合理化建議數量質量並各項鼓勵創新的工作，還要做深做透做好。嚴格按照工藝技術開發提升新三年綱要，推進工藝技術開發和改善提升工作。
7. 建設低碳、環保、節能的綠色工廠，做好環境保護並達成排放達標的B級標準，確保訂單生產不因環境保護而受到嚴格停產限制，以確保訂單供應。
8. 做好促進殘疾人就業和生產生活無障礙設施的持續改善提升。做好萬州老廠車間的品牌形象、人文關懷的改善試點，譚木匠博物館的規劃，為政府牽頭的工業旅遊做好基礎條件配套。完成《我的兄弟姐妹》和《我善治木》的升級版腳本。
9. 譚控股從英國開曼成功遷冊中國香港，並力爭在二零二六年獲得香港企業居民身份證。

人力資源及培訓

於二零二六年六月三十日，本集團在中國內地、香港和海外地區合共聘用1,029名員工。除了一直致力為殘疾人士提供就業機會，本集團亦十分重視員工的自我增值。集團透過不同的主題展覽、工作坊、專題講座和員工培訓，提升員工的工作技能、營銷策略、技巧和方法，並加深對集團的歸屬感。於本報告期內，集團通過為員工提供不同的在職培訓，通過當面授課、考試等多種培訓形式，訓練員工的團隊精神、職業禮儀、生產管理、會計實務等多個範疇，鞏固並真正實踐譚木匠的企業文化。截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團向僱員支付的薪酬總額約為人民幣60,387,000元（二零二五年：約人民幣54,939,000元）。

其他資料

主要業務

本公司是一家投資控股公司。本集團主要從事(i)設計、製造及分銷主要以天然木材製成，極富中國傳統文化特色和創藝性的小型木飾品；(ii)主要在中國經營特許加盟店及分銷網絡；以及(iii)在香港及中國經營零售店直接銷售本集團產品。本集團的產品主要分為四大類別，即(i)木梳或角質梳、如彩繪梳、草木染梳及雕刻木梳；(ii)袋裝木製鏡子，如彩繪鏡及鏤空鏡；(iii)其他木飾品及裝飾品，如香珠手鏈、鏈墜、髮夾、髮簪及按摩工具；以及(iv)供送禮用途的不同主題組合禮盒，內有多款本集團產品。本集團的產品大多以「譚木匠」品牌出售。

董事於競爭性業務的權益

截至二零二六年六月三十日止六個月，本公司董事概無於直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的任何業務中擁有任何權益。

董事於證券的權益

(A) 董事及行政要員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債券的權益及淡倉

於二零二六年六月三十日，本公司董事及行政要員於本公司及其相聯法團（定義見證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）之股份、相關股份及債券中擁有(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部之規定須知會本公司及聯交所之任何權益及淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文彼等被當作或視為擁有之權益及淡倉）；或(ii)根據證券及期貨條例第352條之規定須記入該條所述登記冊之權益及淡倉；或(iii)根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所之權益及淡倉如下：

(I) 於本公司股份的權益：

董事姓名	身份／權益性質	證券數目	持股量 概約百分比
譚傳華 (附註1)	於受控制公司的權益	167,700,000	67.43%

附註：

1. 譚傳華持有領昌投資有限公司（「領昌」）51%權益，根據證券及期貨條例第XV部，譚先生被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。

(II) 於相聯法團股份的權益：

董事姓名	相聯法團名稱	身份／權益性質	佔相聯法團權益 的概約百分比
譚傳華	領昌	實益擁有人	51%

(B) 主要股東於本公司股份及相關股份之權益及淡倉

於二零二六年六月三十日，持有本公司股份及相關股份（即本公司的已發行股本5%或以上）之權益及好倉之所有人士，均已按證券及期貨條例第336條須予存置之登記冊載列如下：

於本公司股份中的權益：

名稱	身份／權益性質	股份數目	類別	持股量 概約百分比
譚傳華 (附註1)	於受控制公司的權益	167,700,000	好倉	67.43%
范成琴 (附註2)	於受控制公司的權益	167,700,000	好倉	67.43%
領昌 (附註3)	實益擁有人	167,700,000	好倉	67.43%

附註：

1. 譚傳華持有領昌51%權益，根據證券及期貨條例第XV部，譚先生被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。譚先生為香港聯合交易所證券上市規則（「上市規則」）所界定的控股股東。
2. 范成琴持有領昌49%權益，根據證券及期貨條例第XV部，范女士被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。范女士為上市規則所界定的控股股東。
3. 領昌為上市規則所界定或上市規則另行所指的控股股東。

資本承擔

於二零二六年六月三十日，本集團就購置物業、廠房及設備已訂約但未撥備的資本承擔約為人民幣2,770,000元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣21,396,000元）。

公眾持股量

根據公開可得資料及就本公司董事所知，於本報告期內至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於本報告期內，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。

企業管治常規

董事會致力堅守於上市規則附錄十四所載的企業管治守則（「**企業管治守則**」）載列的企業管治原則，並採納多項措施以加強內部監控系統、董事的持續專業培訓及本公司其他常規範疇。董事會在努力保持高標準企業管治的同時，亦致力為其股東創造價值及爭取最大回報。董事會將繼續參照本地及國際標準檢討及提高企業管治常規的質量。於本報告期內，本公司一直遵守企業管治守則內所載之守則條文。

證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市公司董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為其本身監管董事進行證券交易之守則。每位董事經已確認彼於截至二零二六年六月三十日止六個月一直遵守標準守則。本公司亦已就有關僱員採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。高級管理層因其在本公司所擔任之職務而可能擁有未公佈之內幕資料，彼等已應要求遵守書面指引。在本報告期內，根據本公司所知，並無出現有關僱員違反僱員書面指引之情況。

審核委員會

本公司於二零零九年十一月十七日成立審核委員會，並已以書面列明其職權範圍（已按照企業管治守則現行條文不時予以修訂）。審核委員會的主要職責（除其他事項外）是：對財務報告進行獨立的審查和監督，並審查本集團的內部控制的有效性以及確保外聘核數師為獨立的且審計過程是有效的。審核委員會審查本集團所實行的會計原則及政策、審計功能，內部控制，風險管理及財務報告的有關所有事項。審核委員會亦作為董事會和外聘核數師之間溝通的渠道。

審核委員會現時由三名獨立非執行董事組成，分別為劉麗婷女士、黃江天博士及周錦榮先生。周先生為審核委員會之主席，彼具備上市規則規定之認可會計專業資格。

本公司之審計師並沒有審計本公告內之財務資料。審核委員會已與本集團管理層審閱本公司截至二零二六年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料、本業績公告及中期報告，並同意本公司所採納的會計處理方法。同時，審核委員會信納，編製本公告內之財務報表是合乎適用之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

股息

根據本公司股東於二零二六年五月二十二日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零二五年十二月三十一日止年度之末期股息每股38.31港仙，合共約為95,282,000港元（相當於約人民幣85,657,000元）。該末期股息已於二零二六年六月三十日以本公司內部現金支付。

董事會決議並不派發截至二零二六年六月三十日止六個月的任何中期股息（截至二零二五年六月三十日止六個月：零）。

本報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

信息披露

本公司將於適當時候將截至二零二六年六月三十日止六個月之中期報告寄發至本公司股東並將於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.ctans.com>)登載。

承董事會命
譚木匠控股有限公司
主席
譚傳華

香港，二零二六年八月二十八日

於本公告日期，董事會包括五位執行董事，即譚傳華先生、譚棣夫先生、羅洪平先生、譚力子先生及劉珂佳女士；以及三位獨立非執行董事，分別為劉麗婷女士、黃江天博士及周錦榮先生。

* 僅供識別