

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。



**HANGZHOU TONGSHIFU CULTURAL AND
CREATIVE (GROUP) CO., LTD.**

杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：0664)

**截至2026年6月30日止六個月之
中期業績公告**

2026年中期業績摘要

- 截至2026年6月30日止六個月的收入為人民幣341.5百萬元，同比增長10.8%。
- 截至2026年6月30日止六個月的毛利為人民幣116.4百萬元，同比增長7.7%。截至2026年6月30日止六個月的毛利率為34.1%，去年同期為35.1%。
- 截至2026年6月30日止六個月的淨利潤為人民幣1.3百萬元，同比減少95.8%。
- 截至2026年6月30日止六個月的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)^{附註}為人民幣16.7百萬元，同比減少61.0%；經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)^{附註}為人民幣36.0百萬元，同比減少35.9%。
- 截至2026年6月30日止六個月的每股基本盈利為人民幣0.02元，同比減少96.2%。

附註：

本集團的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)指通過加回匯兌虧損淨額及上市開支而調整的期內淨利潤。經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)指通過加回所得稅(抵免)開支、折舊及攤銷總額及財務成本，並減去銀行存款利息收入而調整的期內淨利潤。詳情請參閱本公告「管理層討論及分析—非國際財務報告準則計量」一節。

杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司(「**本公司**」)董事會(「**董事會**」)欣然公佈本公司及其附屬公司(合稱「**本集團**」)截至2026年6月30日止六個月(「**報告期間**」或「**期內**」)之按國際會計準則第34號(「**國際會計準則第34號**」)「中期財務報告」編製的未經審計中期簡明綜合業績，連同截至2025年6月30日止六個月同期(「**過往期間**」)的比較數字。該等業績已由董事會審計委員會審閱。

於本公告中，「我們」指本公司或如文義所指，為本集團。

業務回顧及展望

整體業務及財務表現

本集團主要從事設計、開發及銷售將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合的銅質文創產品，且已擴展產品組合至黃金、銀與塑料等其他材料類型。我們的主要市場位於中國內地，我們主要服務零售客戶，銅質文創產品一直是本集團的主要收入來源。我們的業務模式以設計為主導、以產品為重心：我們在內部設計及開發產品，通過自有的生產能力及適當的外部加工相結合的方式組織生產，銷售方面，線上直銷為當前主要收入來源，同時本集團正積極拓展線下直營店及代銷網絡，構建線上線下融合的多渠道零售生態。

報告期間，我們繼續通過將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合的方式擴大我們的文創工藝品業務，銅質文創產品仍然是我們產品組合的核心。我們主要通過在線優先的零售模式服務中國客戶，同時維持以我們杭州設施的內部生產為基礎的一體化生產及採購模式。

截至2026年6月30日止六個月，本集團實現總收入人民幣341.5百萬元，同比增長10.8%，主要受益於線下直營店數量擴張及代銷網絡的持續拓展。其中，直銷渠道收入同比增長13.6%至人民幣270.9百萬元，代銷收入由上年同期的人民幣14.4百萬元增長至人民幣22.4百萬元。毛利為人民幣116.4百萬元，同比增長7.7%，毛利率由去年同期的35.1%略微降至34.1%，主要受原材料成本上升、產能擴張帶來的折舊及製造費用增加以及部分存貨促銷活動的影響。本集團期內淨利潤為人民幣1.3百萬元，同比減少95.8%，

主要受線下直營店快速擴張帶來的費用剛性增長(銷售及營銷開支同比增長71.2%)、產能擴張及生產線升級帶來階段性成本上升、持續加大研發投入以及上市募集資金港元結匯產生的匯兌損失等多重因素共同影響。詳細分析請參閱本公告「管理層討論及分析」一節。

董事會認為，上述因素主要反映本集團因應業務擴張所作的戰略性投入，線下直營店擴張、產能提升及研發投入均為本集團長期增長戰略的核心組成部分。管理層相信，隨著新開門店運營成熟、新產能逐步釋放及新產品陸續上市，相關投入的效益將在未來逐步體現。

原創設計能力提升

本集團始終堅持以原創設計及自研IP創作為核心，為我們的差異化敘事、SKU迭代及長期品牌價值提供支撐。報告期間，我們繼續推進增強原創設計能力及擴充自研IP矩陣的戰略，共新推出368個SKU，其中原創143個，代表系列包括「齊天大聖」、「貔貅」等傳統題材；聯名及IP授權共225個，合作方包括《太平年》、《凡人修仙傳》及敦煌博物館等知名IP，覆蓋不同價格帶及消費場景，有效提升了產品組合的廣度與深度。本集團持續加大研發投入，報告期間研發開支達人民幣20.4百萬元，同比增長31.7%，主要用於擴充研發團隊、新材質產品開發及新IP授權合作，以支持產品矩陣的持續拓展。

在產品戰略上，我們維持「原創為本，IP授權為輔」的方針，優先進行內部創意開發及IP保護，同時以更開放、更多元的視角深入開展與品牌聯名合作、IP授權等其他合作方式，以拓寬主題、觸達增量受眾並豐富產品組合。2026年上半年，本集團前五大熱銷系列產品(包括葫蘆系列、大聖系列、凡人修仙傳系列等)均以原創產品為主，充分體現了本集團原創設計能力的市場競爭力。我們亦將繼續投資設計及研發能力作為主要增長驅動力，並強化我們的IP矩陣和SKU管線。

多渠道銷售網絡建設

在渠道端，線上銷售一直是本集團的主要渠道，持續帶來規模、效率及直接的消費者參與。同時，本集團不斷擴張線下觸點，以增強品牌佈局及消費者體驗。截至2026年6月30日及本公告日期，直營店總數分別為65家及72家，分佈在全國19個省、自治區及直轄市的主要城市。線下直營店的快速擴張有效帶動直銷渠道收入增長，報告期間直銷渠道收入達人民幣270.9百萬元，同比增長13.6%。此外，本集團積極拓展更靈活多樣的銷售渠道，與OLE、山姆、胖東來等高端商超簽訂合作協議，並與武當山等文旅機構開展聯名開發合作模式，與Bilibili、萬維貓動畫、閱文集團開展銷售合作，帶動代銷收入由去年同期的人民幣14.4百萬元增長至人民幣22.4百萬元。這些線下拓展舉措，通過結合在線覆蓋與線下互動，構成了本集團優化綜合多渠道零售生態系統戰略的重要組成部分。

誠然，線下直營店的快速擴張亦帶來階段性成本壓力。截至2026年6月30日，直營店總數達65家，較2025年6月30日的10家淨增55家，帶動門店銷售人員薪酬、租金及裝修攤銷等銷售及營銷開支大幅增加，同比增長71.2%。該等投入屬於業務擴張的前置性成本，新開門店通常需要一定培育期方能達到預期銷售水平，隨著新開門店逐步進入成熟運營期，相關固定成本將逐步消化。管理層將持續優化門店選址、營運效率及產品組合，以推動單店效益逐步釋放。本集團目前的線下擴張進度與日期為2026年3月23日的招股章程（「招股章程」）所載業務計劃總體一致。

產能擴張與供應鏈優化

在運營方面，為提高履約靈活性並支持長期產品供應，本集團於報告期間持續推進第二生產中心的建設及投產工作。該項目已於2026年第二季度正式投產，總產能提升逾50%，為產品矩陣擴張及銷售規模增長提供產能保障。產能擴張過程中，生產設備升級迭代產生部分舊設備報廢損失及車間改造費用，同時生產工人淨增約600人，新員工尚處試用階段，生產效率未達平均標準，疊加新產線投產初期的折舊及製造費用增加，

單位成本有所上升，對期內淨利潤構成階段性影響。本集團正通過加強新員工技能培訓以提升生產效率、優化採購安排、加強庫存管理及提升需求預測準確度等措施積極應對，並預期隨著第二生產中心產能利用率逐步提升，規模效應將有助於優化單位生產成本。

行業環境及市場地位

行業環境方面，報告期間，中國文創工藝品行業持續受益於「國潮」美學興起及消費者對文化認同與個性化表達需求的提升，線上線下融合的零售模式進一步深化。隨著「國潮」熱度從大眾消費品向高端工藝品領域傳導，銅質文創產品作為兼具文化價值與材質稀缺性的品類，正獲得更廣泛的市場認可。與此同時，行業亦面臨原材料價格波動等挑戰。本集團作為中國銅質文創工藝產品市場的領先企業，需在產品創新、渠道拓展與成本管控之間持續尋求平衡。

本集團的核心競爭力在於原創設計能力與非遺工藝壁壘。在製造端，本集團擁有垂直整合的生產體系，於杭州設有自有生產基地，並將傳統失蠟鑄銅法融入現代工藝體系進行改良，將複雜的手工工序轉化為可複製的流水線作業，在保證產品工藝品質的同時實現規模化生產與成本優化，具備較強的產品交付保障能力。該技藝已獲評非物質文化遺產，構成重要的工藝壁壘。在產品端，本集團堅持「原創為本，IP授權為輔」的策略，本集團擁有成熟的設計團隊與自研IP矩陣，報告期間自研IP產品收入佔比約85%，並通過高頻SKU迭代保持市場新鮮感。在渠道方面，本集團線上直銷為當前主要收入來源，同時正加速線下直營店網絡建設，計劃於2026年底開設約90家直營門店，以增強品牌觸點與消費體驗，構建線上線下融合的多渠道零售生態系統。此外，「銅師傅」品牌在銅質文創細分領域具有較高的市場知名度與消費者忠誠度。

主要風險與不確定因素

本集團於當前發展階段面臨若干關鍵風險：

- 線下直營店的快速擴張(報告期間同比淨增55家)導致租金、人工等固定成本大幅增加，新店培育期內收入尚未充分釋放，短期持續壓制利潤表現，部分門店資產組亦面臨減值風險。
- 原材料價格波動對本集團成本和毛利有直接影響，直接材料成本佔總營業成本比重長期維持在50%左右，報告期間銅價上漲直接推高營業成本。
- 本集團對線上渠道(尤其是天貓、抖音等第三方平台)的依賴程度較高，平台規則及佣金費率變動可能對本集團銷售收入及利潤產生重大不利影響。
- 產品與IP開發存在不確定性，開發週期較長且生產與銷售匹配難度較大，若市場接受度不及預期，可能導致存貨積壓及跌價風險上升。
- 生產過程依賴熟練技工，新員工培訓週期較長，短期內對生產效率和產品品質構成一定影響。

業務展望與策略

未來，本集團將繼續圍繞渠道拓展、原創設計、產能優化與品類延伸四大方向推動業務增長。短期而言，本集團仍處於戰略擴張投入期，線下門店培育、新產能爬坡及研發投入預計將繼續對盈利能力構成階段性壓力，管理層將密切關注各項舉措的執行進展與效益。

聚焦線下直營店營銷與單店營收提升

本集團核心客群注重文化內涵、藏品保值性與材質工藝，主要消費場景為辦公室陳設、家居裝飾及節日禮贈。線下門店將優先進駐核心商圈、高端商場。門店空間設計注重營造現代與傳統工藝美學相契合的文化氛圍，通過場景化陳列與沉浸式體驗提升客戶駐店時長與購買意願。

本集團亦積極拓展女性及年輕客群增量。本集團已觀察到「七彩葫蘆」等產品女性購買者首次超過男性，反映女性客群對輕量化、高顏值文創產品的消費潛力正在釋放。本集團將進一步拓展包掛配飾、飾品類、小型家居飾品等兼具「悅己」屬性與日常實用性的產品線，同時通過引入國際知名IP聯名產品，觸達家庭客群與年輕消費群體。

在門店管理方面，本集團將持續優化門店選址、營運效率及產品組合，以推動單店效益逐步釋放，並且，已建立門店投資評估與動態監控體系，開店前精準測算固定成本與回本週期，開店後常態化跟蹤單店經營數據，系統性地開展經營預測與實際情況的對比分析，明確區分外部環境變化與內部判斷偏差(如收入確認節奏、成本控制效率)，形成可追溯、可解釋的分析文檔，對長期未達預期目標的門店及時開展運營診斷並進行策略調整。

同時，本集團利用線上平台的內容營銷優勢及線下門店互相導流，線下門店作為品牌體驗與社群活動載體，建立會員分級體系與復購激勵機制，未來也會結合IP熱度考慮開展「銅粉」線下體驗活動。

持續強化原創設計與IP矩陣

本集團將繼續加大研發投入，升級開發流程，引入3D建模和3D打印技術；新建綜合樓預計2027年第二季度竣工，規劃用於展廳、研發中心及直播室等用途。2026年下半年，本集團將持續擴充IP授權合作，截至本公告日期，已獲得《大話西遊》、《劍來》、《蜘蛛俠》、《復仇者聯盟》等知名影視IP授權，並與陝公曆史博物館、甘肅省博物館簽訂聯名協議，進一步豐富IP矩陣和SKU管線。針對產品與IP開發風險，本集團維持高頻SKU迭代節奏，通過小批量試產與市場反饋快速調整產品策略，並建立存貨動態監控機制，及時開展促銷去化，降低庫存積壓風險。

推進產能優化與供應鏈管理

隨著第二生產中心產能利用率逐步提升，本集團預期規模效應將有助於優化單位生產成本。本集團將持續推進生產流程標準化與自動化升級，加強新員工技能培訓，縮短新產線產能爬坡週期，提升整體生產效率。在供應鏈端，本集團將深化與核心原材料供應商的戰略合作，通過簽訂中長期採購框架協議、優化採購批次與節奏等方式平滑價格波動影響。在產品與材料層面，本集團亦將積極拓展其他材質產品線(如銀、金等)，逐步降低對銅質單一原材料的依賴，增強供應鏈韌性與成本抗風險能力。此外，本集團將通過優化採購安排、引入需求預測管理系統及加強庫存動態監控等措施，持續改善存貨周轉水平，提升供應鏈整體運營效率。

拓展多品類產品矩陣並構建均衡渠道網絡

本集團將以銅、銀、金等材質為主要載體，積極拓展飾品類、金屬潮玩類產品，特別是聚焦於小而美、精緻、客單價適中的產品方向，吸引更多元客群，推動產品組合多元化發展，逐步降低對銅質產品的收入依賴。在渠道方面，本集團正通過加速線下直營店佈局、發展私域會員體系等方

式，逐步降低對天貓、抖音等單一線上平台的依賴，構建更加均衡的多渠道銷售網絡，同時加強線上線下價格與促銷的統籌管理，避免渠道衝突與品牌稀釋。

本集團將繼續按照招股章程所披露的全球發售所得款項用途及業務計劃推進各項戰略舉措，截至2026年6月30日，募集資金正按計劃逐步動用於產品開發、產能擴張、銷售渠道建設及數字化升級等領域。

管理層討論及分析

下表載列本集團於截至2026年6月30日止六個月之未經審計中期簡明綜合財務業績以及與截至2025年6月30日止六個月之比較數據：

	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	341,506	308,238
營業成本	(225,068)	(200,075)
毛利	116,438	108,163
其他收入	7,879	5,131
其他收益及虧損	(5,925)	771
金融資產減值虧損撥回	163	4
銷售及營銷開支	(68,379)	(39,935)
行政開支	(19,040)	(12,686)
其他經營開支	(3,407)	(803)
研發開支	(20,405)	(15,498)
上市開支	(8,914)	(12,627)
財務成本	(349)	(47)
除稅前(虧損)利潤	(1,939)	32,473
所得稅抵免(開支)	3,220	(2,229)
期內利潤及全面收益總額	1,281	30,244

收入

下表載列截至2025年及2026年6月30日止六個月本集團按貨品種類、銷售渠道及地理區域劃分的收入明細，以絕對金額及佔總收入百分比列示：

按貨品種類劃分

貨品種類	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	人民幣千元 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
銅質文創產品	328,457	96.2	292,452	94.9
—銅質擺件	305,106	89.4	267,756	86.9
—銅雕畫	23,351	6.8	24,696	8.0
塑膠人偶及潮玩	3,410	1.0	5,213	1.7
銀質文創產品	3,747	1.1	4,692	1.5
黃金文創產品	5,892	1.7	5,878	1.9
木質文創產品	—	0	3	0
總計	<u>341,506</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

按銷售渠道劃分

	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)	
銷售渠道				
直銷	270,880	79.3	238,463	77.4
—線上直銷	211,149	61.8	215,118	69.8
—零售店銷售	50,506	14.8	14,570	4.7
—其他直銷 ⁽¹⁾	9,225	2.7	8,775	2.9
經銷	48,201	14.1	55,381	18.0
—線上經銷商	17,112	5.0	19,576	6.4
—線下經銷商	31,089	9.1	35,805	11.6
代銷	22,425	6.6	14,394	4.7
—線上	16,379	4.8	13,176	4.3
—線下	6,046	1.8	1,218	0.4
總計	<u>341,506</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他直銷指直接向本集團下單的機構及個人客戶。機構客戶包括企業、政府實體及購買我們為特定節日、活動或推廣活動而定制的產品的其他組織。

按地理區域劃分

地理區域	截至6月30日止六個月			
	2026年		2025年	
	人民幣千元 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
中國內地	338,178	99.0	304,603	98.8
中國台灣	3,328	1.0	3,360	1.1
美國	—	0	275	0.1
總計	<u>341,506</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

銅質文創產品始終是我們的主要收入貢獻者，分別佔截至2026年6月30日止六個月及截至2025年6月30日止六個月總收入的96.2%及94.9%。本集團總收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣308.2百萬元增長約10.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣341.5百萬元，主要是由於報告期間核心銅質文創產品的持續增長，其中銅質擺件收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣267.8百萬元增至2026年6月30日止六個月的305.1百萬元。此增長主要由線下零售店(尤其是直營店)數量擴張所帶動，使直銷渠道收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣238.5百萬元提升至2026年6月30日止六個月的人民幣270.9百萬元；與此同時，代銷收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣14.4百萬元增至2026年6月30日止六個月的人民幣22.4百萬元，主要得益於山姆、Ole、胖東來等高端零售商超渠道，以及文旅景點等線下代銷網絡的持續拓展。本集團收入主要來自中國內地，截至2026年6月30日止六個月及截至2025年6月30日止六個月佔比分別為99.0%及98.8%，海外市場仍處於發展初期。

營業成本

我們的營業成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣200.1百萬元增長約12.5%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣225.1百萬元，與收入增長趨勢基本一致。該增加主要歸因於銷量增加帶來的直接材料及製造費用上升，若干原材料價格(尤其是銅)上漲以及產能擴張過程中相關生產成本的增加。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2025年6月30日止六個月的人民幣108.2百萬元增長約7.7%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣116.4百萬元，毛利率由截至2025年6月30日止六個月的35.1%下降至截至2026年6月30日止六個月的34.1%，主要受多重因素影響：材料成本上漲(尤其是銅價上漲)；加之產能擴張帶來折舊及製造費用相應增加；同時，集團為清理部分積壓存貨開展促銷活動，亦對整體毛利率構成一定攤薄。

其他收入

我們的其他收入主要包括銷售廢料及其他、政府補助、增值稅加計抵減、銀行存款利息收入及第三方賠償等。其他收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣5.1百萬元增長約53.6%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣7.9百萬元，主要由於：(i)與收入相關的政府補助(主要為地方政府機關為表彰本集團對當地經濟發展所作貢獻而提供的財政獎勵)大幅增加；(ii)銷售廢料及其他增加；及(iii)期內採購設備增加帶動增值稅加計抵減相應上升所致。

其他收益及虧損

我們於截至2026年6月30日止六個月錄得其他虧損淨額人民幣5.9百萬元，而截至2025年6月30日止六個月則錄得其他收益淨額人民幣0.8百萬元。該變動主要由於上市募集資金所產生的匯兌虧損淨額(約人民幣6.5百萬元)所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支主要包括電商平台服務費、線下門店銷售人員薪酬、折舊與攤銷、房租及裝修費、物業及水電費、銷售階段IP授權費攤銷及差旅費等。銷售及營銷開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣39.9百萬元增加約71.2%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣68.4百萬元，主要由於：(i)線下直營店快速擴張，帶動線下門店銷售人員薪酬、折舊與攤銷、房租及裝修費、物業及水電費及差旅費等相關門店營運費用顯著增加；及(ii)新引進IP在銷售階段的授權費攤銷有所增加。

行政開支

我們的行政開支主要包括行政人員薪酬、專業服務費用、折舊與攤銷、辦公及租賃等費用。我們的行政開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣12.7百萬元增加約50.1%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣19.0百萬元，主要由於隨著業務規模擴大及上市後合規要求提升，行政管理人員成本及專業服務費用增加。

其他經營開支

與截至2025年6月30日止六個月的人民幣0.8百萬元相比，我們的其他經營開支於截至2026年6月30日止六個月為人民幣3.4百萬元，該增加主要與銷售廢料及其他材料的成本有關，與其他收入中銷售廢料及其他的增長相對應。

研發開支

我們的研發開支主要包括研發人員薪酬、物料消耗、折舊與攤銷、研發階段IP授權費攤銷及其他費用。我們的研發開支由截至2025年6月30日止六個月的人民幣15.5百萬元增加約31.7%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣20.4百萬元，主要歸因於(i)為配合產品矩陣拓展及新材質產品開發而擴充研發團隊，導致研發人員成本增加；(ii)新引入IP在研發階段的授權費攤銷小幅增加；及(iii)新產品的造型創作及工藝研發相關開支增加。

上市開支

我們於報告期間產生上市開支人民幣8.9百萬元，較過往期間的人民幣12.6百萬元減少約29.4%，該減少主要歸因於本公司已於2026年3月31日正式完成上市，報告期內確認入賬的上市申請相關專業費用餘款及其他開支，相較於截至2025年6月30日止六個月大幅減少，而該期間內就上市申請進行了大量工作。

於2026年3月，本公司與三名獨立訂約方（「財務服務提供者」）訂立若干融資協議，據此，財務服務提供者提供與本公司上市相關的顧問服務，包括物色及引入投資者。於2026年4月，合共約人民幣38.2百萬元的服務費已支付予該等財務服務提供者。管理層認為，該等服務費被視為直接歸屬於上市發行股份的增量成本，並作為權益扣減入賬。

財務成本

我們的財務成本由截至2025年6月30日止六個月的人民幣0.05百萬元增加至截至2026年6月30日止六個月的人民幣0.3百萬元，主要由於線下直營店擴張導致的租賃負債利息增加。

除稅前(虧損)利潤

由於以上所述，我們的除所得稅前利潤由截至2025年6月30日止六個月的盈利人民幣32.5百萬元轉為截至2026年6月30日止六個月的虧損人民幣1.9百萬元。

所得稅抵免(開支)

我們的所得稅由截至2025年6月30日止六個月的開支人民幣2.2百萬元轉為截至2026年6月30日止六個月的所得稅抵免人民幣3.2百萬元，該變動主要是由於(i)期內除稅前由盈利轉為虧損，應課稅收入相應下降，主要因銷售及營銷開支大幅增加，包括線下直營店擴張帶來的剛性費用增長及線上渠道平台營銷投放增加；(ii)研發費用增加帶來的加計扣除稅務優惠效應；及(iii)對期內經營虧損確認遞延所得稅資產。

期內利潤及全面收益總額、權益回報率及資產總值回報率

我們的期內利潤及全面收益總額由截至2025年6月30日止六個月的人民幣30.2百萬元減少約95.8%至截至2026年6月30日止六個月的人民幣1.3百萬元。如上文所解釋，該減少主要歸因於：(i)線下直營店快速擴張導致銷售及營銷開支、行政開支大幅增加，(ii)產能擴張及生產線升級帶來的成本；及(iii)研發投入持續加大所致。上述因素疊加導致除稅前由盈利人民幣32.5百萬元轉為虧損人民幣1.9百萬元，期內確認所得稅抵免人民幣3.2百萬元，部分抵銷稅前虧損，最終錄得期內利潤及全面收益總額人民幣1.28百萬元。

由於上述原因，我們於報告期間的權益回報率及資產總值回報率亦有所下降。權益回報率為期內淨利潤除以期初及期末股東權益餘額的算術平均數，再乘以100%，該項比率由截至2025年6月30日止六個月的7.1%下降至截至2026年6月30日止六個月的0.2%，主要歸因於線下直營店擴張及產能投入導致的各項費用增加，從而令淨利潤減少。

資產總值回報率按淨利潤除以期初及期末資產總值餘額的算術平均數，再乘以100%計算。該項比率由截至2025年6月30日止六個月的6.0%下降至截至2026年6月30日止六個月的0.2%，亦與期內淨利潤的減少趨勢一致。

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)作為附加財務計量指標。我們認為，通過剔除非經營項目且與本集團核心業務無關的若干項目的潛在影響，經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)以及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)的呈列可為投資者及管理層提供了解本集團各期核心業務綜合業績的有用資料，使其更清晰地了解本集團核心業務的實際經營狀況及盈利能力。然而，我們呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)

未必可與其他公司呈列的類似名稱的計量指標相比較。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離我們根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況而獨立看待，或將其視為可替代對根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況所作之分析。

我們將經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)定義為通過加回匯兌虧損淨額及上市開支而調整的期內淨利潤。我們將經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)定義為通過加回所得稅(收入)開支、折舊及攤銷總額及財務成本，並減去銀行存款利息收入而調整的期內淨利潤。

下表提供期內利潤及全面收益總額與所示期間的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)的對賬：

	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)
期內利潤及全面收益總額	1,281	30,244
加：		
匯兌虧損淨額	6,514	19
上市開支	8,914	12,627
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	16,709	42,890
加：		
所得稅(抵免)開支	(3,220)	2,229
折舊及攤銷總額	22,761	11,520
財務成本	349	47
減：		
銀行存款利息收入	(564)	(451)
經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)	36,035	56,235

存貨

我們的存貨餘額由截至2025年12月31日的人民幣170.1百萬元增加32.5%至截至2026年6月30日的人民幣225.4百萬元。我們的存貨周轉天數由截至2025年12月31日止年度的約135天增加至截至2026年6月30日止六個月的約159天，主要歸因於(i)產能擴張及生產規模擴大，導致原材料及在製品增加；及(ii)線下直營店數量增加，帶動庫存商品相應增加，以支持門店陳列及銷售需求。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項由截至2025年12月31日的人民幣44.0百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣47.0百萬元。我們的貿易應收款項周轉天數由截至2025年12月31日止年度的10天略微增加至截至2026年6月30日六個月的12天。該增加主要歸因於入駐商場的直營店，及高端零售商超、文旅景點等線下代銷渠道的結算週期較其他銷售渠道相對較長，而該等渠道的收入貢獻於報告期內有所提升。

按公允價值計入損益的金融資產

於2026年6月30日，本集團的按公允價值計入損益的金融資產為人民幣150.3百萬元，全部列報於流動資產，於2025年12月31日，為人民幣45.1百萬元。該等金融資產主要包括在中國內地銀行購買的非保本固定收益類集合資金信託計劃及保本浮動型結構性存款，期限均不足一年，其中結構性存款的回報與外匯市場匯率掛鉤。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易及其他應付款項由截至2025年12月31日的人民幣82.0百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣116.6百萬元，主要是由於貿易應付款項增加，貿易應付款項期內由人民幣40.3百萬元上升至人民幣57.5百萬元。貿易應付款項的增加，與我們的收入增長以及期內採購活動的相應增加大體一致，主要受線下直營店擴張及產能擴大所帶動。我們的貿易應付款項周轉天數截至2025年12月31日止年度為33天，截至2026年6月30日止六個月為40天，保持在行業合理水平，反映本集團與供應商維持良好的信用合作關係。

流動資金及資本資源

本集團的主要資金來源為經營活動所得現金淨額，必要時以短期銀行借款作為補充。截至2026年6月30日止六個月，本集團經營活動所得現金為人民幣15.7百萬元，而截至2025年6月30日止六個月經營活動所得現金為人民幣22.7百萬元。

本集團主要使用人民幣持有現金及現金等價物。於2026年6月30日，本集團的銀行結餘及現金(包括現金及原到期日為三個月或以下的短期銀行存款)為人民幣138.2百萬元，較2025年12月31日的人民幣6.4百萬元大幅增加，主要是由於收取全球發售所得款項所致。

本集團擁有足夠的流動性以滿足日常資金管理需求。未來的現金需求將取決於多項因素，包括經營收入、物業、廠房及設備與無形資產的資本開支、市場對本集團產品的接受程度，以及其他不斷變化的業務狀況或未來發展(例如可能進行的任何投資或收購)。若現有資金不足以應付需求，本集團可能尋求發行股本及/或債務證券，或向金融機構借款。本集團採取審慎的資本管理策略，定期監控流動資金狀況，以確保營運靈活性及財務穩定性。

資本結構

於2026年6月30日，本集團的資產淨值為人民幣792.3百萬元，而於2025年12月31日為人民幣457.0百萬元。於2026年6月30日的資產淨值主要包括流動資產人民幣584.3百萬元、非流動資產人民幣359.9百萬元、流動負債人民幣141.1百萬元及非流動負債人民幣10.8百萬元。

銀行及其他借款

本集團於報告期間並無任何銀行及其他借款。

流動比率、速動比率及資產負債比率

流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。截至2025年12月31日及2026年6月30日，我們的流動資金狀況良好，流動比率分別為3.4、4.1。

速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。我們的速動比率由2025年12月31日的1.6增加至2026年6月30日的2.5，體現了較好的流動資金狀況。

資產負債比率等於期末計息借款及租賃負債總額除以計息借款、租賃負債及本公司擁有人應佔權益總額，再乘以100%。本集團的資產負債比率由2025年12月31日的2.6%增加至2026年6月30日的3.5%，主要由於我們線下直營店擴張導致的租賃負債增加。

資本管理

我們資本管理的首要目標是保障我們持續經營的能力，並維持穩健的資本比率，從而支持我們的業務並實現權益持有人價值最大化。

我們根據經濟狀況變動及相關資產風險特徵管理並調節資本結構。為維持或調整資本結構，如適用，我們可調整派付予權益持有人的股息，向權益持有人退還資本或發行新股份。我們不受任何外部施加的資本要求規限。於報告期間，資本管理的目標、政策或程序並無變動。

資本承諾

於2026年6月30日，本集團收購物業、廠房及設備已簽約但尚未撥備的資本承諾約為人民幣0.6百萬元，於2025年12月31日，約人民幣0.2百萬元。

資本開支

本集團的資本開支主要與物業、廠房及設備、無形資產以及土地租賃付款有關。截至2026年6月30日止六個月，本集團的資本開支約為人民幣103.9百萬元，截至2025年6月30日止六個月，約人民幣6.4百萬元。

資產抵押

於2026年6月30日，本集團並無就任何集團資產抵押。

匯率波動風險

報告期間，本集團的外幣風險主要源於以港元持有的全球發售募集資金所得款項。因期內港元匯率貶值，該筆款項於兌換時產生一次性匯兌虧損約人民幣6.5百萬元。除此一次性匯兌虧損外，本集團的外幣風險主要產生自以非功能貨幣計值的貿易及其他應收款項以及銀行結餘，相關敞口主要涉及美元計值的貿易應收款項與銀行賬戶餘額。由於本集團近99%的收入來自中國內地，僅不到1%來自中國台灣，故整體外匯風險甚小。因此，本集團現時並無使用任何衍生合約以對沖外匯風險；然而，本公司管理層將持續密切監控外幣匯率變動，並於必要時考慮採取適當的對沖策略以管理重大外匯風險。

或有負債

於2026年6月30日，本集團並無任何重大或有負債。

重大收購及出售

於報告期間，本集團並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合營公司的事項。

重大投資及重大投資或資本資產投資的未來計劃

於2026年5月27日，本公司以人民幣30.0百萬元認購中信銀行股份有限公司銷售的一款非保本、固定收益類集合資金信託計劃(「該信託計劃」)，具有中低風險特性。該信託計劃主要投資於固定收益類資管產品及信託業保障基金，閒置資金可用於存放銀行存款、貨幣市場基金、大額可轉讓存單及債券逆回購。該信託計劃的期限自2026年5月27日起至2026年8月24日，設有浮動管理費機制，業績計提基準為2.30%，已於2026年8月24日獲全部贖回。

於2026年5月20日及2026年6月10日，本公司分別以人民幣50.0百萬元及人民幣70.0百萬元認購寧波銀行股份有限公司銷售的兩筆保本浮動型結構性存款產品(「**該等結構性存款**」)，具有低風險特性。其收益與彭博頁面公佈的外幣即期匯率掛鉤，預期年化收益率分層為1.00%、2.05%或2.25%，期限均為92天。其中，第一筆結構性存款已於2026年8月20日獲全部贖回。

上述各項認購及贖回交易(「**該等交易**」)按單獨基準計算之最高適用百分比率均超過5%但低於25%，因此該等交易均構成上市規則第14章項下本公司之須予披露交易，須遵守申報及公告規定，惟獲豁免遵守通函及股東批准規定。就該等結構性存款而言，由於兩筆產品均向同一家銀行認購，性質相似且於12個月內進行，故根據上市規則第14.22條及第14.23條，該等結構性存款的認購交易須合併計算。由於就該等結構性存款的認購交易按合併基準計算之最高適用百分比率超過5%但低於25%，該等認購交易構成上市規則第14章項下本公司之須予披露交易，須遵守申報及公告規定，惟獲豁免遵守通函及股東批准規定。更多詳情，請參閱本公司日期為2026年8月24日有關理財產品的須予披露交易的公告。

除上文所披露者外，本集團於報告期間並無進行任何重大投資。此外，截至2026年6月30日，除本公告及招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露者外，本集團並無任何重大投資或收購資本資產的具體計劃。

僱員、薪酬政策及培訓

於2026年6月30日，本集團共有1,810名全職僱員，均於中國境內工作。報告期內，員工薪酬成本為25.8百萬元。

員工的薪酬待遇包括工資和獎金，通常參考市場薪資福利水平、個人資歷和能力以及績效評估而定。本集團還提供股權激勵(即2026年H股股份獎勵計劃，惟須待股東於應屆股東會上批准後方可作實)和晉升機會來激勵本集團的員工。

本集團為員工舉辦入職培訓和定期專業培訓以發展員工的技能。根據我們的僱員培訓政策，我們提供機會予僱員參加關於安全生產、消防安全及緊急救護的培訓課程及研討會以及團隊建設活動，以培養我們的企業文化。

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

	附註	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)
收入	4	341,506	308,238
營業成本		<u>(225,068)</u>	<u>(200,075)</u>
毛利		116,438	108,163
其他收入	5	7,879	5,131
其他收益及虧損	6	(5,925)	771
金融資產減值虧損撥回		163	4
銷售及營銷開支		(68,379)	(39,935)
行政開支		(19,040)	(12,686)
其他經營開支		(3,407)	(803)
上市開支		(8,914)	(12,627)
研發開支		(20,405)	(15,498)
財務成本	7	<u>(349)</u>	<u>(47)</u>
除稅前(虧損)利潤	8	(1,939)	32,473
所得稅抵免(開支)	9	<u>3,220</u>	<u>(2,229)</u>
期內利潤及全面收益總額		<u><u>1,281</u></u>	<u><u>30,244</u></u>
每股盈利			
基本(人民幣元)	11	<u><u>0.02</u></u>	<u><u>0.53</u></u>

簡明綜合財務狀況表

於2026年6月30日

	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)
非流動資產			
物業、廠房及設備	12	273,363	194,500
購買物業、廠房及設備的預付款項		19,351	–
使用權資產	12	36,512	19,740
無形資產	12	6,410	6,066
於一家聯營公司的權益		300	300
遞延稅項資產		3,979	622
定期存款		20,034	15,668
		359,949	236,896
流動資產			
存貨	13	225,398	170,102
貿易及其他應收款項	14	46,954	43,973
退貨權資產		450	648
可收回稅項		7,161	3,001
按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」)的金融資產		150,263	45,073
定期存款		15,865	17,013
受限制銀行存款		–	35,000
銀行結餘及現金	15	138,187	6,411
		584,278	321,221

簡明綜合財務狀況表(續)

於2026年6月30日

	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)
流動負債			
貿易及其他應付款項	16	116,630	82,001
應付所得稅		318	448
租賃負債		17,704	6,996
合約負債	17	5,745	5,083
退款負債		687	1,021
		<u>141,084</u>	<u>95,549</u>
流動資產淨值		<u>443,194</u>	<u>225,672</u>
資產總值減流動負債		<u>803,143</u>	<u>462,568</u>
非流動負債			
租賃負債		10,378	5,078
遞延收入		433	511
		<u>10,811</u>	<u>5,589</u>
資產淨值		<u><u>792,332</u></u>	<u><u>456,979</u></u>
資本及儲備			
股本	18	64,407	57,000
儲備		<u>727,925</u>	<u>399,979</u>
權益總額		<u><u>792,332</u></u>	<u><u>456,979</u></u>

簡明綜合財務報表附註

於2026年6月30日

1. 一般資料

杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司(「本公司」)於2013年3月26日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立為有限公司。於2014年10月28日，本公司改制為股份有限公司並更名為杭州璽匠文化藝術品股份有限公司。於2024年12月16日，本公司進一步更名為杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司。本公司股份自2026年3月31日起於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本公司及其附屬公司(「本集團」)主要從事研發、生產及銷售銅、塑膠、銀、黃金及木質文創產品。

簡明綜合財務報表以本公司功能貨幣人民幣(「人民幣」)呈列。

2. 簡明綜合財務報表的編製基準

簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」(「國際會計準則第34號」)，以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定編製。

本公司董事已於批准簡明綜合財務報表時，合理預期本集團擁有足夠資源在可見未來繼續營運。因此，彼等在編製簡明綜合財務報表時繼續採用持續經營會計基準。

3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干以公允價值計量的金融工具除外。

除因應用下文所披露國際財務報告準則會計準則修訂本所導致的會計政策變動外，截至2026年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所採用的會計政策及計算方法與本集團截至2025年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

應用經修訂國際財務報告準則會計準則

於本中期期間，本集團首次應用以下由國際會計準則理事會頒佈並於本集團自2026年1月1日開始的年度期間強制生效的國際財務報告準則會計準則修訂本，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

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的修訂
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約
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的年度改進—第11卷

於本中期期間應用國際財務報告準則會計準則修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現及/或本簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

4. 收入

(i) 客戶合約收入之分類

	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)
貨品種類		
銅質文創產品	328,457	292,452
－銅質擺件	305,106	267,756
－銅雕畫	23,351	24,696
塑膠人偶及潮玩	3,410	5,213
銀質文創產品	3,747	4,692
黃金文創產品	5,892	5,878
木質文創產品	—	3
總計	341,506	308,238
收入確認時間		
某一時間點	341,506	308,238
銷售渠道		
直銷	270,880	238,463
－線上直銷	211,149	215,118
－零售店銷售	50,506	14,570
－其他直銷	9,225	8,775
經銷	48,201	55,381
－線上經銷商	17,112	19,576
－線下經銷商	31,089	35,805
代銷	22,425	14,394
－線上	16,379	13,176
－線下	6,046	1,218
總計	341,506	308,238

(ii) 分部資料

就資源分配及評估而言，向董事長俞光先生(即主要經營決策者)呈報之資料採用按貨品類別及銷售渠道劃分的收入分析。除本集團整體業績及財務狀況外，概無提供其他獨立財務資料。因此，僅呈列實體範圍的披露，包括主要客戶及地區資料。

地區資料

有關本集團來自外部客戶之收入的資料乃根據營運地點呈列。

	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	338,178	304,603
中國台灣	3,328	3,360
美國	—	275
	<u>341,506</u>	<u>308,238</u>

本集團的非流動資產均位於中國內地。

5. 其他收入

	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)
銷售廢料及其他	5,024	1,726
銷售配件	—	17
租金收入(附註i)	—	1,828
與以下各項相關之政府補助：		
—收入(附註ii)	1,034	205
—資產(附註iii)	72	73
增值稅加計抵減	1,078	630
銀行存款利息收入	564	451
第三方賠償	107	201
	<u>7,879</u>	<u>5,131</u>

附註：

- (i) 就租金收入而言，截至2025年6月30日止六個月，產生租金收入的物業所產生的直接經營開支為人民幣1,828,000元。
- (ii) 本集團來自政府補助的收入包括中國相關地方政府機關提供的財政獎勵。該等獎勵旨在表彰本集團對當地經濟發展的支持及貢獻。自該等地方政府機關收取的補助並無附帶任何特定條件。
- (iii) 本集團已收到若干政府補助作為投資廠房及機械的激勵。該項補助於相關資產的可使用年期內於損益中確認。補助詳情載於附註20。

6. 其他收益及虧損

	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)
出售物業、廠房及設備的收益(虧損)	2	(80)
匯兌虧損淨額	(6,514)	(19)
按公允價值計入損益的金融資產公允價值收益	<u>587</u>	<u>870</u>
	<u>(5,925)</u>	<u>771</u>

7. 財務成本

	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)
租賃負債利息	<u>349</u>	<u>47</u>

8. 除稅前(虧損)利潤

除稅前(虧損)利潤乃經扣除(計入)下列各項：

	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)
物業、廠房及設備折舊	12,453	8,366
使用權資產折舊	6,514	1,218
無形資產攤銷	3,794	1,936
折舊及攤銷總額	22,761	11,520
減：存貨資本化	(7,055)	(5,144)
	15,706	6,376
董事薪酬	1,125	1,046
薪金、津貼及福利	115,496	80,820
退休福利計劃供款	8,730	5,811
總員工成本(包括董事)	125,351	87,677
減：存貨資本化	(83,622)	(59,299)
	41,729	28,378
貿易應收款項減值虧損撥回	(163)	(4)
核數師薪酬	1,500	472
存貨撇減(計入營業成本)	4,683	1,250
撥回存貨撇減(計入營業成本)	(2,012)	(728)
確認為營業成本之存貨成本		
(不包括存貨撇減及撥回存貨撇減)	214,740	190,923

9. 所得稅(抵免)開支

	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)
即期稅項：		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	1	2,684
過往年度撥備不足(超額撥備)	136	(411)
遞延稅項：		
當前期間	(3,357)	(44)
	<u>(3,220)</u>	<u>2,229</u>

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，於中國經營的附屬公司須按25%的稅率繳納企業所得稅。

然而，本公司已獲認定為「高新技術企業」，因此合資格享有15%的優惠企業所得稅稅率直至截至2027年12月5日止年度。此外，本集團若干於中國經營的附屬公司已獲認定為「小微企業」，因此合資格享有20%的優惠企業所得稅稅率。

10. 股息

於本中期期間概無派付、宣派或建議任何股息。本公司董事已決定不就中期期間派付任何股息。

11. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利乃根據以下數據計算：

	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)
盈利：		
用於計算每股基本盈利的期內盈利	<u>1,281</u>	<u>30,244</u>
股份數目：		
用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數	62,555,100	57,000,000

12. 物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產的變動

截至2026年6月30日止六個月，本集團的物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產有以下重大變動：

- i. 本集團購置人民幣92,889,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣3,012,000元)的物業、廠房及設備，主要用於擴充生產設施。
- ii. 本集團續訂及訂立若干新租賃協議，租賃物業的租期介乎2至3年(截至2025年6月30日止六個月：2至3年)。於租賃開始時，本集團分別確認使用權資產人民幣29,249,000元及租賃負債人民幣28,082,000元(截至2025年6月30日止六個月：分別為人民幣3,024,000元及人民幣2,895,000元)。
- iii. 本集團購置人民幣4,138,000元(截至2025年6月30日止六個月：人民幣5,585,000元)的無形資產，主要用於收購新產品開發所使用的知識產權。

13. 存貨

	於	
	2026年6月30日	2025年12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
原材料及耗材	69,721	49,636
在製品	46,249	30,183
製成品	102,614	85,637
在途貨品	6,814	4,646
	<u>225,398</u>	<u>170,102</u>

於2026年6月30日，存貨按扣除撇減約人民幣3,533,000元(2025年12月31日：人民幣4,247,000元)列賬。

14. 貿易及其他應收款項及預付款項

	於	
	2026年	2025年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
貿易應收款項	19,785	25,455
減：信貸虧損撥備	(603)	(766)
	<u>19,182</u>	<u>24,689</u>
其他應收款項	9,501	5,624
減：信貸虧損撥備	(28)	(28)
	<u>9,473</u>	<u>5,596</u>
預付供應商款項	10,670	5,954
預付費用	1,487	2,133
可收回增值稅	6,142	3,120
遞延發行成本	—	2,481
	<u>18,299</u>	<u>13,688</u>
貿易及其他應收款項總額	<u><u>46,954</u></u>	<u><u>43,973</u></u>

於2025年1月1日，貿易應收款項為人民幣9,062,000元(扣除信貸虧損撥備人民幣359,000元)。

本集團給予其若干客戶介乎30至60日之信用期。貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)按發票日期的賬齡分析呈列如下：

	於	
	2026年	2025年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
0至30日	18,319	23,871
31至60日	863	818
	<u>19,182</u>	<u>24,689</u>

15. 銀行結餘及現金/受限制銀行存款/定期存款

本集團的銀行結餘及現金包括現金及原到期日為三個月或以下的短期銀行存款。於2026年6月30日，該等短期銀行存款按市場年利率介乎0.05%至1.3% (2025年12月31日：年利率介乎0.05%至1.3%)計息。

於2025年12月31日，根據與一家銀行訂立的結構性存款協議，一筆金額為人民幣35,000,000元的銀行存款設有冷靜期，並分類為受限制銀行存款。該受限制銀行存款已於2026年1月解除限制，並重新分類為按公允價值計入損益的金融資產。

於2026年6月30日，原到期日超過三個月的定期存款按固定年利率介乎2.1%至2.6% (2025年12月31日：年利率1.6%至2.6%)計息。

16. 貿易及其他應付款項

	於	
	2026年	2025年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
貿易應付款項	57,543	40,327
其他應付款項及應計費用	7,773	9,059
購買物業、廠房及設備的應付款項	15,980	3,542
經銷商保證金	2,831	2,771
應計上市開支	1,928	3,067
應計發行成本	260	235
應付薪金及花紅	25,819	18,872
其他應付稅項	4,496	4,128
	<u>116,630</u>	<u>82,001</u>
貿易及其他應付款項總額	<u>116,630</u>	<u>82,001</u>

向供應商付款之期限基本為自收到貨品起計60日內掛賬。於報告期末，按發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於	
	2026年	2025年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(經審計)
0至30日	44,720	37,891
31至60日	12,823	2,436
	<u>57,543</u>	<u>40,327</u>

17. 合約負債

	於	
	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)
流動負債：		
—經銷商預付款	5,338	5,008
—積分計劃	407	75
	<u>5,745</u>	<u>5,083</u>

於2025年1月1日，本集團的合約負債為人民幣5,284,000元。

18. 股本

已發行及繳足：

	股份數目 千股	面值 人民幣元	股本 人民幣千元
於2025年1月1日(經審計)及			
2025年12月31日(經審計)	57,000	1	57,000
根據首次公開發售發行的股份(附註)	<u>7,407</u>	<u>1</u>	<u>7,407</u>
於2026年1月1日	<u>64,407</u>	<u>1</u>	<u>64,407</u>

附註：本公司股份於2026年3月31日在聯交所主板上市(「上市」)時，根據其首次公開發售按每股60港元的發售價發行7,407,000股普通股。發行該等股份的所得款項總額約為444百萬港元(相當於約人民幣392.4百萬元)，其中約人民幣7.4百萬元及人民幣385.0百萬元分別計入本公司的股本及股份溢價。

企業管治及其他資料

全球發售所得款項用途

本公司於2026年3月31日(「上市日期」)以每股60港元的價格發行H股，同時在香港提呈發售7,406,800股H股，並在聯交所主板上市。本公司自全球發售獲得的所得款項淨額(經扣除本公司就全球發售應付的包銷費用及佣金以及其他開支)約為390.2百萬港元。該筆款項於兌換時因期內港元匯率貶值而產生一次性匯兌虧損約人民幣6.5百萬元。經扣除上述虧損後，本公司實際取得之全球發售所得款項淨額(「實際淨額」)約為人民幣338.0百萬元(相當於約382.8百萬港元)。

自上市日期起至2026年6月30日止，本集團已按招股章程所載之擬定用途逐步動用全球發售所得款項。截至2026年6月30日，本集團累計動用之所得款項約為人民幣220.4百萬元，佔全球發售所得款項實際淨額約65.2%；餘下未動用所得款項約為人民幣117.5百萬元，本集團將繼續按照招股章程所披露之用途及比例予以動用。有關詳情，請見下表：

	佔所得款項 淨額總額的 概約百分比	全球發售 所得款項 實際淨額	於報告期間 已動用的 所得款項淨額	截至 2026年6月30日 尚未動用的 所得款項淨額	預計悉數 動用剩餘的 所得款項 淨額的時間(附註1)
	(%)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	
投資產品開發及設計能力					截至2028年
建設及升級研發基礎設施	33.0	111.5	37.3	74.2	結束前
豐富及加強產品組合	5.0	16.9	15.8	1.1	
提高產能及履約靈活性					不適用
採購及安裝設備以提升產能	20.0	67.6	67.6	0.0	(已悉數動用)
擴大及穩定熟練的生產員工隊伍	4.0	13.5	13.5	0.0	
加強銷售渠道及營銷能力					截至2028年
擴大我們在中國的直營店網絡	20.0	67.6	42.4	25.2	結束前
加強數字化營銷及線上參與度	2.5	8.4	7.7	0.7	
發展國際業務及區域營銷渠道	1.5	5.1	0.9	4.2	
升級數字化和信息基礎設施					截至2028
部署配套IT基礎設施及智能設備	2.5	8.4	0.7	7.7	年結束前
實施企業軟件系統	1.5	5.1	0.7	4.4	
營運資金及其他一般公司用途	10.0	33.8	33.8	0.0	不適用
					(已悉數動用)
總計(附註2)	100.0	337.9	220.4	117.5	

附註：

- (1) 使用未動用所得款項淨額的預期時間表乃基於董事會對當前及未來商業市場環境作出的最佳估計，且可能根據未來市況發展而作出變動。
- (2) 上表所示總額與所列金額總和之間的任何差異乃由於四捨五入所致。

除上文所披露者外，本公司於報告期間及直至本公告日期，並無進行任何其他股權集資活動。

購買、出售及贖回上市證券

自上市日期起至本公告日期，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司自上市日期起至2026年6月30日止的任何上市證券(包括庫存股份的出售)。截至2026年6月30日，本公司並無持有任何庫存股份(定義見上市規則)。

期後事項

於2026年8月28日，董事會已決議建議採納2026年H股股份獎勵計劃(「**H股股份獎勵計劃**」或「**該計劃**」)，旨在改善及加強本公司之長期激勵機制，充分調動合資格人士積極性，吸引及挽留優秀人才。該計劃構成本公司涉及發行新股份的**股份計劃**，因此，採納該計劃須經股東批准。該計劃的條款須符合上市規則第17章的有關規定，詳情請參閱日期為2026年8月28日的通函，內容有關建議採納2026年H股股份獎勵計劃及相關事項以及2026年第一次臨時股東會通告。

於本公告日期，尚未確定承授人。待H股股份獎勵計劃於臨時股東會上獲批准後，本公司可召開董事會會議(如需要)以釐定指定承授人名單。本公司將適時另行刊發公告。

除本公告內所披露者外，於報告期後及直至本公告日期，概無發生可能影響本集團的重大期後事項。

可供分派儲備

截至2026年6月30日，本公司可供分派儲備約為人民幣363.3百萬元。

中期股息

鑒於本公司正處於快速擴張期，於線下直營店拓展、營銷推廣、研發投入、產能提升及實施H股股份獎勵計劃等方面的戰略性資金需求較大，致使未來12個月內現金支出事項較多，實施現金分紅後將無法滿足本公司分紅政策(於2026年6月26日經年度股東會批准通過)，故董事會決議不宣派截至2026年6月30日止六個月的中期股息，以優先支持各項擴張計劃順利推進，為本集團吸引人才、推動中長期產品創新以及市場拓展奠定堅實基礎。

企業管治

遵守企業管治守則

本集團致力於維持高水平的企業管治，以保障本公司股東的權益並提升企業價值及問責性。自上市日期起，本公司已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)附錄C1所載的企業管治守則(「**企業管治守則**」)作為其企業管治守則。自上市日期起至2026年6月30日止，本公司已遵守企業管治守則的所有適用守則條文，惟下文所披露企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條(「**守則條文第C.2.1條**」)的偏離者除外。

守則條文第C.2.1條訂明，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任，以加強各自的獨立性及問責制。自上市日期起至本公告日期，俞光先生(「**俞先生**」)為本公司的董事長兼總經理。俞先生於文創工藝產品行業擁有豐富的經驗，自本公司成立以來一直為本公司效力。俞先生負責本集團的整體管理、業務、戰略發展及科學研發。儘管董事長及總經理的角色由俞先生兼任偏離守則條文第C.2.1條，但董事會認為，在管理層團隊的支持下，由同一人兼任主席及首席執行官職位有利於(i)確保

公司領導一致；(ii)能夠使董事會的整體策略規劃及戰略舉措的執行更加有效及高效；及(iii)促進公司管理層與董事會之間的信息交流。此外，董事會目前包括五名執行董事(包括俞先生)、一名非執行董事及三名獨立非執行董事，因此其組成具備高度獨立性。董事會認為，現行安排無損權力與權限之間的平衡，且此架構將有助於本公司迅速有效地作出及執行決策。因此，董事會認為，偏離守則條文第C.2.1條在當前情況下屬恰當。

董事會將繼續根據本集團的整體情況，在適當和合適的時候檢討及考慮分拆董事長及總經理的職務。

修訂董事會委員會工作細則及公司章程

茲提述本公司日期為2026年6月1日之公告，內容有關修訂董事會提名委員會及審計委員會工作細則、建議修訂公司章程。

為全面落實香港聯合交易所有限公司(「**香港聯交所**」)修訂之《企業管治守則》最新監管要求，並結合本公司實際經營情況以優化治理效率及提升審計委員會決策效能，董事會已修訂提名委員會及審計委員會工作細則，自2026年6月1日起生效，修訂後之細則已刊載於香港聯交所及本公司網站。

此外，董事會已審議並批准對公司章程(「**公司章程**」)的若干建議修訂。一方面，本公司於2026年3月31日完成H股發行並上市，註冊資本及股份結構已發生變更，須對應修訂相關條文；另一方面，為提升治理效率，審計委員會每年最低會議召開次數由四次調整為兩次。上述修訂已作為特別決議案於2026年6月26日召開之2025年度股東會上獲批准並生效，修訂後之公司章程亦已刊載於香港聯交所及本公司網站。

更換聯席公司秘書及豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條

茲提述本公司日期為2026年6月30日之公告，由於個人工作安排，徐佳穎女士(「徐女士」)已辭任本公司國際部經理、董事會秘書及公司秘書(「聯席公司秘書」)職務，自2026年6月30日起生效。同日，羅仁祥先生(「羅先生」)獲委任為董事會秘書及聯席公司秘書，以接替徐女士。現任公司秘書梁皚欣女士將繼續擔任另一名聯席公司秘書，負責協助羅先生組織本公司董事會會議及股東會，並處理公司秘書職責範圍內的其他事宜。此外，本公司已向聯交所申請，且聯交所已就羅先生擔任聯席公司秘書的資格授出豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條，豁免期自羅先生獲委任為聯席公司秘書當日起計三年，惟須符合指定條件。

建議實施H股全流通

於2026年6月1日，本公司董事會審議並批准將兩名股東持有的2,179,599股境內未上市股份轉換為H股(「H股全流通」)，詳情載於本公司同日之公告。本公司已於2026年6月10日就H股全流通向中國證券監督管理委員會(「中國證監會」)提交申請。截至本公告日期，本公司尚未收到中國證監會就建議實施H股全流通出具的備案通知書。本公司將適時另行刊發公告，以知會股東及投資者最新進展。

證券交易標準守則

自上市日期起，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」)作為本公司董事及相關僱員(即可能知悉本公司內幕消息的僱員)買賣本公司證券的行為守則。

本公司已向全體董事作出具體查詢，彼等已確認自上市日期起至2026年6月30日止，已嚴格遵守標準守則所載之規定及買賣準則。

自上市日期起至2026年6月30日止，本公司並未發現相關僱員存在違反標準守則的情況。

審閱中期業績

審計委員會已審閱本集團截至2026年6月30日止六個月之未經審計簡明綜合中期業績。審計委員會認為，本集團截至2026年6月30日止六個月之未經審計綜合中期業績符合適用的會計準則、法律及法規。截至2026年6月30日止六個月的中期業績未經審計，但已由本公司獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

刊發2026年中期業績公告及2026年中期報告

本公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.tongshifu.com)。本公司截至2026年6月30日止六個月的中期報告將於上述網站刊登，並將適時寄發予要求印刷本的股東。

承董事會命
杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司
董事長、執行董事兼總經理
俞光

香港，2026年8月28日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事俞光先生、羅仁祥先生、何贊先生、汪小霞女士及陳銳廣先生；非執行董事肖峰先生；獨立非執行董事涂必勝先生、黃文禮博士及方俊輝先生。