

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)

### 截至二零二一年六月三十日止六個月之 中期業績公告

#### 業績摘要

- 收益增加56.9%至約人民幣169,565,000元(二零二零年：人民幣108,069,000元)。
- 毛利增加70.4%至約人民幣104,617,000元(二零二零年：人民幣61,405,000元)。
- 毛利率約為61.7%，上升4.9個百分點(二零二零年：56.8%)。
- 截至二零二一年六月三十日止六個月之溢利增加106.7%至約人民幣57,612,000元(二零二零年：人民幣27,878,000元)。
- 本公司擁有人應佔溢利增加112.1%至約人民幣56,867,000元(二零二零年：人民幣26,808,000元)。
- 每股基本盈利約為人民幣22.9分(二零二零年：人民幣10.8分)。
- 董事會決議並不派發截至二零二一年六月三十日止六個月的任何中期股息(二零二零年：零)。

譚木匠控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）組成之董事會（「董事會」）欣然宣佈，本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零二一年六月三十日止六個月（「本報告期」）之未經審核綜合業績，連同截至二零二零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

截至二零二一年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
收益	6	169,565	108,069
銷售成本		<u>(64,948)</u>	<u>(46,664)</u>
毛利		104,617	61,405
其他收入	6	18,489	25,672
銷售及分銷開支		(34,064)	(29,764)
行政開支		(15,332)	(12,601)
其他經營開支		<u>(503)</u>	<u>(8,711)</u>
經營溢利		73,207	36,001
融資開支		<u>(164)</u>	<u>(241)</u>
除稅前溢利	7	73,043	35,760
所得稅	8	<u>(15,431)</u>	<u>(7,882)</u>
期內溢利		<u><u>57,612</u></u>	<u><u>27,878</u></u>
以下人士應佔			
本公司擁有人		56,867	26,808
非控股權益		<u>745</u>	<u>1,070</u>
期內溢利		<u><u>57,612</u></u>	<u><u>27,878</u></u>
每股盈利			
基本及攤薄	9	<u><u>人民幣22.9分</u></u>	<u><u>人民幣10.8分</u></u>

隨附之附註屬本簡明綜合財務報表一部份。

簡明綜合損益及其他全面收益表  
截至二零二一年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利	57,612	27,878
期內其他全面收益		
其後可重新分類至損益之項目：		
由功能貨幣換算至呈列貨幣產生的匯兌差額	263	(34)
期內全面收益總額	<u>57,875</u>	<u>27,844</u>
以下人士應佔		
本公司擁有人	57,130	26,774
非控股權益	745	1,070
期內全面收益總額	<u>57,875</u>	<u>27,844</u>

隨附之附註屬本簡明綜合財務報表一部份。

簡明綜合財務狀況表  
於二零二一年六月三十日

	附註	二零二一年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	10(a)	67,380	60,920
投資物業	10(b)	101,240	101,240
使用權資產		34,075	36,787
		<b>202,695</b>	<b>198,947</b>
<b>流動資產</b>			
存貨		186,471	159,404
應收貿易賬款	11	3,284	3,714
按公平值計入損益之金融資產	12	253,000	264,000
其他應收賬款、按金及預付款項		18,011	12,573
現金及銀行結餘	13	60,280	95,777
		<b>521,046</b>	<b>535,468</b>
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	14	4,460	4,114
其他應付款項及應計費用		38,896	50,479
租賃負債		1,654	3,308
應付所得稅		28,351	29,013
		<b>(73,361)</b>	<b>(86,914)</b>
<b>流動資產淨值</b>		<b>447,685</b>	<b>448,554</b>
<b>總資產減流動負債</b>		<b>650,380</b>	<b>647,501</b>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		4,627	4,567
遞延稅項負債		24,587	23,195
遞延收入		565	600
		<b>(29,779)</b>	<b>(28,362)</b>
<b>資產淨值</b>		<b>620,601</b>	<b>619,139</b>
<b>股本及儲備</b>			
股本	16	2,189	2,189
儲備		615,309	604,035
<b>本公司權益持有人應佔權益</b>		<b>617,498</b>	<b>606,224</b>
<b>非控股權益</b>		<b>3,103</b>	<b>12,915</b>
<b>總權益</b>		<b>620,601</b>	<b>619,139</b>

隨附之附註屬本簡明綜合財務報表一部份。

# 簡明綜合財務報表附註

截至二零二一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」）江蘇省句容市東昌中路7號尚島第10棟。

## 2. 編製基準

未經審核中期財務報告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定及香港會計師公會所頒佈之香港會計準則第34號中期財務報告而編製。

按香港會計準則第34號編製未經審核中期財務報告時，管理層須作出影響會計政策的應用以及本年度截至現時為止的資產、負債、收入及支出呈報金額之判斷、估計及假設。實際結果或會有別於該等估計。

本未經審核中期財務報告包括簡明綜合財務報表及部分附註，闡明對理解自二零二零年財務報表以來財務狀況變動和表現重要的事件及交易。簡明綜合財務報表及有關附註並不包括根據香港財務報告準則（亦包香港會計師公會頒佈的香港會計準則及詮釋）編製的完整財務報表所需的全部資料。

中期財務報告未經審核，但已由本公司的審核委員會進行審閱。

## 3. 主要會計政策

除投資物業及按公平值計入損益之金融資產按公平值列賬外，簡明綜合財務報表按歷史成本基準編製。

除下文所述者外，簡明綜合財務報表所用的會計政策與本集團編製截至二零二零年十二月三十一日止年度的年度財務報表所用者一致。

本集團已將下列由香港會計師公會發佈的香港財務報告準則修訂應用於本會計期間的本中期財務報告：

香港財務報告準則第16號的修訂本	2021年6月30日以後的COVID-19相關租金優惠
香港財務報告準則第9號，香港會計準則第39號，香港財務報告準則第7號，香港財務報告準則第4號及香港財務報告準則第16號	利率基準改革——第二階段

本集團並未應用於本會計期間尚未生效的任何新準則或解釋。

於本中期期間，應用上述修訂本並無對該等簡明綜合財務報表呈列之金額及／或該等簡明綜合財務報表所載披露造成重大影響。

除截至二零二零年十二月三十一日止年度的年度報告所披露者外，本公司董事預期採納其他新訂及經修訂準則及已發行但尚未生效的修訂本將不會對本集團之業績及財務狀況造成重大影響。

#### 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）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分銷的單一分部，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華人民共和國（「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特許經營店為五月（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

收益指售予客戶貨品的發票淨值，扣除增值稅及銷售稅、退貨及折扣以及加盟費收入。本集團於期內的收益及其他收入分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
<b>收益</b>		
銷售貨品	169,518	107,975
加盟費收入	47	94
	<u>169,565</u>	<u>108,069</u>
<b>其他收入</b>		
政府補貼 (附註(i))	98	4,582
金融資產利息收入	393	39
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	1,646	11,838
中國增值稅優惠退款 (附註8(v))	12,230	5,085
投資物業的租金收入	3,147	2,716
已收取有關COVID-19的租金減免	4	—
匯兌之淨收益	527	—
存貨撇減撥回	—	3
應收貿易賬款虧損撥備撥回	41	—
其他	403	1,409
	<u>18,489</u>	<u>25,672</u>
	<u><b>188,054</b></u>	<u><b>133,741</b></u>

### 附註

- (i) 自二零一六年以來，本集團成功申請分別由中華人民共和國對外貿易經濟合作部及重慶市人力資源和社會保障局設立的中小企國際市場推廣發展基金及工業發展基金(「基金」)的資金支持。基金的目的是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	
	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
存貨成本 (附註(i))	64,948	46,664
存貨撇減	1,239	1,255
存貨撇減撥回 (附註(ii))	-	(3)
折舊		
— 物業、廠房及設備	2,346	2,152
— 使用權資產	2,246	3,768
應收貿易賬款及其他應收賬款虧損撥備	44	323
出售物業、廠房及設備虧損淨額	3	3
員工成本 (包括董事酬金)	38,300	29,334
銷售退貨撥備撥回	(951)	(1,104)
投資物業總租金收入	(3,061)	(2,716)
減：期內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	397	292
租金收入淨額	(2,664)	(2,424)

附註：

- i) 存貨成本包括員工成本及折舊約人民幣24,560,000元(二零二零年：人民幣16,512,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。
- ii) 存貨撇減撥回涉及過往年度被撇減的陳舊或滯銷存貨的使用及銷售。

## 8. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
<b>本期稅項</b>		
中國企業所得稅 (附註8(i)及(ii))	12,012	5,724
香港利得稅 (附註8(iii))	-	-
股息的預扣稅 (附註8(iv))		
— 期內撥備	2,027	3,125
	14,039	8,849
<b>過往年度撥備不足淨額</b>		
中國企業所得稅	-	-
<b>遞延稅項</b>		
股息分派後轉移至即期稅項	(2,027)	(3,125)
期內撥備 (附註8(iv))	3,419	2,158
<b>總計</b>	<b>15,431</b>	<b>7,882</b>

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% (二零二零年：25%) 計算，惟根據稅務優惠政策，譚木匠分別享有所得稅優惠。
- 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二零二一年及二零二零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%，則預扣所得稅稅率可能下調至5%。於二零零八年二月二十二日，國稅總局批准財稅(2008)第1號，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)。

於二零二零年十二月三十一日，優惠稅率的相關正式手續已完成。然而，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、中國財政部所頒佈於二零零六年十月一日起生效的社會福利企業稅務優惠政策，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退稅金額的詳情載於附註6。

## 9. 每股基本及攤薄盈利

### a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據以下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	
	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>56,867</u>	<u>26,808</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	
	二零二一年 (未經審核) 千股	二零二零年 (未經審核) 千股
已發行普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>
每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>

### b) 每股攤薄盈利

截至二零二一年及二零二零年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同，此乃由於所授購股權的行使高於本公司截至二零二一年及二零二零年六月三十日止六個月的加權平均股價。

## 10. 固定資產

### a) 收購及出售

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團收購的物業、廠房及設備項目的成本合共人民幣8,809,000元(二零二零年十二月三十一日：人民幣4,561,000元)。截至二零二一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78,000元(二零二零年十二月三十一日：人民幣82,000元)。

### b) 估值

截至二零二一年六月三十日，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二零二零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

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:

	於二零二一年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	2,667	3,205
31至60日	197	91
61至90日	56	133
91至180日	11	56
181至365日	96	15
1年以上	257	214
	<u>3,284</u>	<u>3,714</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日的信貸期。

## 12. 按公平值計入損益之金融資產

	於二零二一年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二零年 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>253,000</u>	<u>264,000</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，預期回報介乎每年1.40%至3.69%(二零二零年十二月三十一日：年利率2.15%至3.05%)。人民幣253,000,000元之金融資產(二零二零年十二月三十一日：人民幣264,000,000元)，到期日為一年以內。

## 13. 現金及銀行結餘

	於二零二一年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
於簡明綜合財務狀況表及 簡明綜合現金流量表內的現金及銀行結餘	<u>60,280</u>	<u>95,777</u>

銀行現金按每日銀行存款利率之浮動利率賺取利息。

於二零二一年六月三十日，存於中國境內銀行的結餘約為人民幣54,204,000元(二零二零年十二月三十一日：人民幣92,196,000元)。匯往中國境外的資金須受中國政府實行之外匯管制所規限。

## 14. 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：

	於二零二一年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	3,167	3,339
31至60日	693	207
61至90日	60	1
91至180日	37	103
181至365日	-	71
1年以上	503	393
	<u>4,460</u>	<u>4,114</u>

## 15. 股息

- i) 董事決議並不派發截至二零二一年六月三十日止六個月之任何中期股息(截至二零二零年六月三十日止六個月：人民幣零元)。
- 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 二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二零年 (未經審核) 人民幣千元
於本中期期間批准及派付的截至二零二零年十二月三十一日止財政年度末期股息每股普通股19.58港仙，相當於人民幣16.30分(二零二零年：於截至二零二零年六月三十日止期間批准及派付的截至二零一九年十二月三十一日止財政年度，每股普通股28.04港仙，相當於人民幣25.13分)	<u>40,540</u>	<u>62,502</u>
無特別股息(二零二零年：於截至二零二零年六月三十日止期間批准及派付的特別股息每股普通股67.15港仙，相當於人民幣59.51分)	<u>-</u>	<u>148,006</u>

## 16. 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：			
於二零二零年一月一日、二零二零年 十二月三十一日、二零二一年一月一日 及二零二一年六月三十日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000,000</u>	<u>87,926,000</u>
已發行及繳足：			
於二零二零年一月一日、二零二零年 十二月三十一日、二零二一年一月一日 及二零二一年六月三十日	<u>248,714,000</u>	<u>2,487,140</u>	<u>2,189,160</u>

## 管理層討論及分析

### 管理回顧

二零二一年上半年，疫情在中國境內時有小範圍發生，各級政府採取及時和強有力的措施，使疫情得到有效控制。在此背景下，各行各業逐漸得到良好恢復。百業復甦、蒸蒸日上乃是我們國之大幸、民之福祉。本集團也根據疫情防控常態化的要求，對疫情時刻保持高度警惕，堅持實施嚴格的疫情防控措施，督促全體員工踐行疫情防控的社會責任。於本報告期，員工信心、公司運營、市場業態都逐漸回穩向好。公司各項工作進度和工作成果基本按計劃達成。市場業態相比去年，明顯回暖回穩，專賣店訂單、終端零售業態進入回穩向好的良性發展軌道。

### 業務回顧

#### 1. 線下業務

##### 境內業務

於二零二一年六月三十日，譚木匠在中國境內共有1,139間加盟店，在其他國家及區域共有5間加盟店，在香港有2間直接經營店。店舖總數對比於二零二零年十二月三十一日減少了13間。

特許加盟店、及海外店舖／專櫃數量之情況：

	二零二一年六月三十日		二零二零年十二月三十一日	
	特許加盟店	直接經營店	特許加盟店	直接經營店
中國大陸	1,139	–	1,149	2
香港	–	2	–	2
其他國家及地區	5	–	6	–
總計	<u>1,144</u>	<u>2</u>	<u>1,155</u>	<u>4</u>

截止二零二一年六月三十日止加盟店舖在中國分佈情況：

店舖種類	店舖數量	佔比
購物中心	651	57.1%
街面店	321	28.2%
百貨公司	74	6.5%
超級市場	29	2.5%
景區	34	3.0%
交通口岸	17	1.5%
酒店	2	0.2%
其他	11	1.0%
總計	<u>1,139</u>	<u>100.0%</u>

自疫情爆發以來，中國境內零售業進入快速轉型期，一方面原有線上線下的明顯區分界限被打破，實體行業更加積極擁抱線上平台，服務行業也通過線下的渠道拓展和信息化交互工具的使用進一步貼近消費者。對於本集團而言，在業務模式暫時趨於穩定的前提下，我們也在積極的進行線下業務的線上化轉型和線上業務本身的進一步拓展。於本報告期內，線下營銷團隊的主要工作內容為：

### 防疫常態化，建立突發疫情高效反饋機制

要求所有店舖做好基礎防疫措施，配合當地防疫要求，店內常備消毒液、免洗洗手液等。發出新冠疫苗接種倡議書，鼓勵店主店員積極進行疫苗接種。對突發性區域疫情快速高效反饋，首先確認疫情突發地區範圍內店舖及相關人員的具體情況，及時匯報至公司領導，同時積極策劃針對相應區域的一系列銷售保障措施，例如5月底廣東疫情爆發後，策劃了一場廣東地區的專屬小程序推廣活動。

引入新建店開業追蹤機制，要求市場人員全面參與新建店全部過程，設立新建店開業銷售目標並對市場人員進行考核，確保新建店高效盈利。上半年新開重點新建店有重慶光環、重慶洪崖洞、重慶磁器口、寧波萬象城、廣州北京路天河城、西安回民街、南京萬象匯、泰州萬象城、合肥包河萬達、北京金地廣場、上海置地廣場、深圳壹方天地、武漢宜家薈聚、長沙洋湖龍湖天街等。

積極借助疫情後的商業體系調整階段進行門店位置和形象的升級，上半年有多家店鋪進行了位置提升，同時店鋪形象店鋪業績也得到較大進步，例如湖南益陽萬達D1763店，從商場二樓遷到一樓，單店月均業績由人民幣67,900元提升到人民幣84,058元；北京房山龍湖店，老位置位於購物中心B1層，抓住機會調整至購物中心二層，僅上半年較疫情前之二零一九年同期即增長40.3%。

本報告期內，銷售業績與去年同期相比有明顯增長，但與二零一九年同期相比尚有差距。銷售完成率為92.1%，年度完成率為46.7%。同比二零一九年銷售增長率為負12.8%。上半年出庫達成率為91.1%，年度完成率為46.2%，同比疫情前之二零一九年出庫增長率為負18.0%。

### 加大營銷力度，探索營銷新玩法

配合線上小程序，在店鋪開展多種節點促銷活動；開展全國各區域的梳頭養生健康主題培訓，圍繞「梳造東方美」品牌核心理念之一的健康美持續進行宣傳推廣，拓寬市場份額；通過在門店內和門店所在商圈開展各種形式的互動活動吸引人流帶來銷售轉化，在全國範圍內開展形式新穎的快閃店活動；

五月二十六日至六月一日，本年度重點營銷活動「梳房顏究院」首場在成都萬象城舉辦。這是由譚木匠打造的首個以「國風」為主題的快閃店，現場無論是風格佈置還是展示的產品，都體現了東方文化與時尚潮流的完美結合，深度詮釋了老品牌的新活力。除了隨處可見的「梳造東方美」元素設計外，更突出了「山水之間，香氣薰然」的人間仙境之美。

### 加快產品體系的升級

繼續與迪士尼合作，補充2款鑲齒工藝產品，打造時尚閨蜜團。發刷類產品採用專利工藝上市了4款新品。針對護發梳高端材質的空缺，上市了3款高檔護發梳。新增嬰童梳品類，針對不同月齡上市了7款嬰童發刷，使產品線更加豐富。包裝體系進行升級，採用了統一包裝、優質布袋、個性化封套得形式對暢銷系列進行了包裝煥新。計劃在二零二二年實現整個產品體系的包裝煥新。

通過產品進行不同銷售渠道的區分，有針對性結合線上線下渠道特點進行營銷活動，更好服務不同消費群體，通過研發新系列產品拓寬消費人群，提高複購率和消費黏性。

## 境外業務

二零二一年上半年全球疫情依舊蔓延，跨境交流及商務活動恢復仍遙遙無期，海外線下業務無法拓展，海外門店除新加坡店外其他店舖均暫停營業，部份加盟商轉為線上銷售。公司的跨境電商業務相比去年穩步上升，線下項目及品牌推廣等活動仍需視全球疫情發展而定。

面對全球疫情嚴峻情況，公司採取了一系列舉措。如針對海外加盟商提供額外的促銷品支持；對疫情期間的門店進貨額不做考核；指導加盟商建立線上平台拓寬銷路以減少門店關閉帶來的損失；關注海外加盟商的個人健康狀況，必要時可以協助對方採購防疫物資。本報告期內海外線下共計完成出庫人民幣690,000元，比去年同期人民幣699,000元下降1.3%。

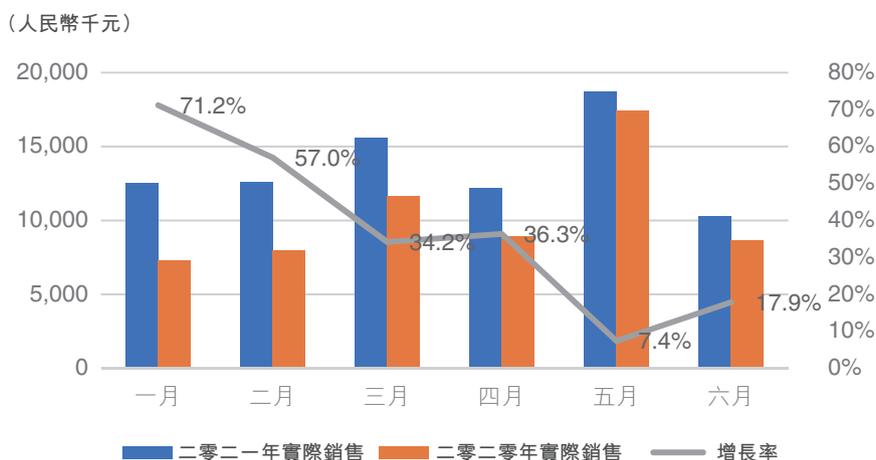
## 2. 線上業務

### 境內業務

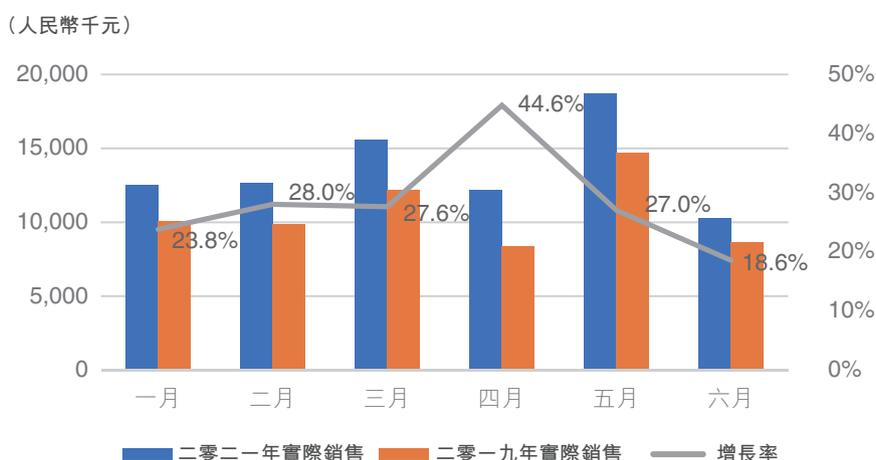
本報告期內，電商團隊完成銷售人民幣81.8百萬元，完成半年度目標108.4%，同比二零二零年同期增長32.0%，同比二零一九年同期增長27.9%。

	二零二一年 實際銷售 (人民幣千元)	二零二零年 實際銷售 (人民幣千元)	二零一九年 實際銷售 (人民幣千元)	二零二一年 同比 二零二零年 增長率	二零二一年 同比 二零一九年 增長率
一月	12,527	7,318	10,121	71.2%	23.8%
二月	12,627	8,043	9,868	57.0%	28.0%
三月	15,558	11,597	12,192	34.2%	27.6%
四月	12,166	8,923	8,416	36.3%	44.6%
五月	18,643	17,362	14,682	7.4%	27.0%
六月	10,277	8,719	8,662	17.9%	18.6%
總計	<b>81,798</b>	<b>61,962</b>	<b>63,941</b>	<b>32.0%</b>	<b>27.9%</b>

## 二零二一年上半年按月線上銷售與二零二零年同期銷售對比



## 二零二一年上半年按月線上銷售與二零一九年同期銷售對比



於今年啟動的線上線下產品分級，以不同的產品策略，針對不同的人群，增加玩法的多樣性，充分發揮品牌的優勢。目前確定好線上產品數量保持在200之內，然後針對這200款，篩選產品分別從工藝、尺寸、材質、圖案設計等方向做升級改款，後續按照設計和生產進度，需要對新改款產品重新拍照，拍攝視頻以及製作主圖，製作全新詳情頁。後期不但線上線下產品做去分，各個電商平台，天貓、京東、唯品會，也將進行特供款產品區分。嘗試人民日報+明星模式的帶貨直播，直播當晚人民日報直播間觀看人數1,999.35萬，點贊人數3,994.4萬，最高峰值同時在線人數77萬。

譚木匠首場梳房研究院線下快閃活動，在四川成都舉行，線上配合宣傳，在各個渠道發聲。利用抖音音創意視頻+直播+微博話題討論形式。視頻總播放量515.3w，點贊量22w，總評論量0.42w。直播總觀看量85.3w。微博營銷號以及話題討論總閱讀量1,859.1w，總互動量2w。

拍攝中醫大師介紹視頻，針對當下大多數人日常遇到的健康問題，如：脫發，偏頭痛等，專家解說如何利用梳頭來輔助改善。視頻內容在品牌生態圈與達人渠道投放，給品牌帶來新一輪增量曝光。

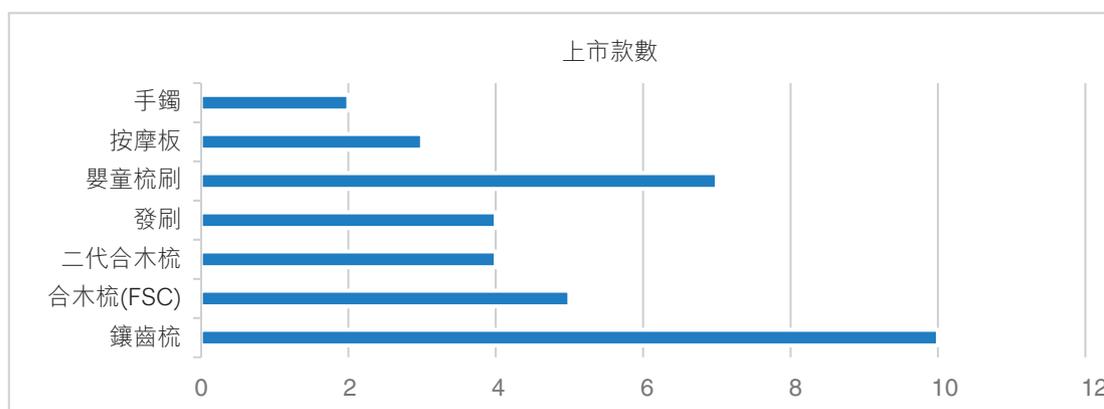
### 境外業務

二零二一年以來，所有海外線上平台轉為自營。目前主要運營的平台為美國亞馬遜和日本亞馬遜。根據美國和日本市場的銷售數據，挑選了部份產品發往亞馬遜倉庫，解決產品的運輸時效問題。同步開啟站內廣告，增加產品的曝光。優化品牌旗艦店，調整促銷活動產品的排版，設置品牌旗艦店推廣廣告，提高品牌的曝光度。在銷售產品的同時，提高品牌認知。持續維護美國官網，同步上架美國亞馬遜倉庫的產品。目前官網的訂單主要來源於自然流量。顧客主要為華人，對品牌認可度較高。後續會增加美國官網的優化，以官網作為品牌在海外的輸出口，積累用戶群。

本報告期內，海外線上平台銷售總額為人民幣162,893元。相較於二零二零年上半年銷售額人民幣144,429元增長了11.0%。

### 3. 創意研發

於二〇二一年，創意設計中心圍繞着如何體現品牌調性、深度挖掘傳統文化、塑造時尚年輕的品牌形象以及在產品的工藝、功能、設計上，持續改進和提升，不斷創新、開發。本報告期內，已經發佈上市七個系列共37款新產品（不含線上線下產品分級項目），具體見以下數據圖：



其中的亮點系列如下：

- 高端氣囊護發梳系列 — 補充了高端氣囊護發梳產品的空缺；國風設計。
- 漸層式發刷系列 — 深度挖掘野豬鬃毛頂、中、尾端的差異，豐富了發刷品類的等級；首創漸層式結構，提升入發效果；滿足不同髮型的梳理需求。
- 嬰童梳刷系列 — 針對0-24月齡嬰幼兒人群；使用天然羊毛、馬鬃、木材，全產品無膠無漆，綠色、健康、安全；增加了產品品類，拓展了消費人群。
- 二代合木梳系列 — 增加了手柄的厚度和產品的重量，握感更舒適；提升了抗跌落和抗乾燥開裂水平；降低了角木類產品對原材料厚度的要求。

於本報告期，隨著市場營銷需求的不斷提升，創意設計中心在上市新品營銷策劃及物料設計方面顯現不足，將在二零二一年下半年的工作中盡快提升和改善。

#### 4. 生產技術

二零二一年一至六月，譚木匠萬州工廠完成生產產品2,381,927件，去年同期為1,467,648件，同比去年增加914,279件，增長62.3%。採購木材1,324.68立方，採購角製品（角梳、角片）308,883片（把），保障了生產需求及本集團材料戰略保障要求。

技術研發方面，繼續推廣應用仿形加工技術和模糊打磨技術，有效提高生產效率。已完成曲面梳加工工藝、護齒木塊定厚加工技術、無膠固定氣囊梳加工工藝和產品溯源信息系統研發。正在研發推進中的項目有：護髮梳外形加工技術、護髮梳膠皮自動插齒技術、梳齒自動拋磨技術和古夷蘇木材料穩定性改良技術。為提供更好安全健康的工作環境，工廠正在引進環保鍋爐和全新的除塵系統。

疫情防控是工廠上半年的工作重點，仍然執行與去年相同的防疫措施：測量體溫、食堂分餐制（送飯到一線員工崗位）、工作及生活場地定期消毒、全程佩戴口罩、宣傳、動員及組織員工接種疫苗等。按本集團要求採購口罩、消毒液、洗手液等防疫物資保證3個月庫存以備急用，二零二一年上半年發放口罩85,700多只。

## 5. 物流配送

二零二一年上半年，物流中心根據市場需求組織加工產品，保證常規訂單和緊急訂單能夠滿足各加盟商和公司電子商務事業部的要求，對於新品和促銷品也做到按計劃及時配發。二零二一年上半年共出庫210多萬件產品。不斷加強對產品質量的監督管理，堅持實施更加嚴格的質量控制流程並持續改善。一度反覆出現的金屬梳針護發梳梳針氧化問題得到有效解決。

物流中心為預防疫情風險，繼續採取嚴格的防控措施：員工工作餐分輪次就餐以及在餐桌上設置隔離板等措施；對於從中高風險區發到物流中心的物料或退貨、維修品，都執行消殺後再做處理；動員和提醒員工積極接種疫苗預防疫情。

## 6. 企業文化

二零二一年上半年，圍繞「梳造東方美」的品牌戰略，繼續挖掘關於梳子之美的內容。與南京藝術學院陳嘉嘉老師合作編輯《也談梳篋》，以生動有趣的風格講述梳篋歷史，目前書稿內容已經完成，預計二零二一年十月將正式出版。

作為譚木匠梳子設計大賽的延續，今年我們與幾所高校合作，將「櫛佩之美」作為畢業設計課題。學生們腦洞大開，設計出很多有意思的作品。我們計劃把這些作品製作出來舉辦專題展覽，讓更多人看到這些頗具想象和前瞻的概念性梳子。

作為重慶市級非遺項目，受邀參加重慶西部旅遊產業博覽會，展示譚木匠木梳產品，與觀眾互動體驗梳子製作工藝。繼續拍攝「譚木匠的家人們」視頻，講述譚木匠加盟商的故事。與南京中醫機構昇晟堂合作，將梳理頭部經絡的內容編輯成連環畫冊，宣傳梳頭與健康的知識。

## 7. 人力資源及綜合治理

本集團嚴格遵守國家勞動、安全、環保、職業健康方面的法律法規，制訂切實的管理制度、實施措施，執行檢查到位。既沒有違反勞動保障方面的法律規範，也沒有發生安全、環保、職業健康事故。公司不斷實施消防和除塵系統設備與作業安全條件改善，確保20年安全運行。目前，受國家金屬粉塵涉爆事故頻發的影響、採取涉粉涉爆高標準一刀切的強制措施，公司也在積極按照金屬粉塵安全標準實施技術改造，並正在努力創建二級安全生產標準化企業。

在集團架構、人力佈局、勝任能力方面，主要圍繞市場營銷、產品設計、技術研發方面的戰略和人力需求開展工作。產品設計、技術研發方面，由於公司有既定的創意設計南京中心和技術研發重慶工作室的戰略實施計劃，可選擇資源和勝任能力得到明顯改善。市場營銷方面受區域人力資源限制，加之此前實施本省本地招聘的效果也不明顯，市場人力的勝任能力和招聘實施需要付出更多努力。

對各級崗職人員的業績考評機制做了嘗試性調整，將主要以公司年度銷售和利潤業績達成計劃結合部門關鍵業績指標達成情況的評價方式，嘗試性調整為以個人日常工作敬業程度評估結合年度部門關鍵任務達成情況的評價方式，旨在促進各級崗職人員做好日常工作、完成崗位及部門關鍵任務、達成崗位及部門既定目標，防止個人吃部門的大鍋飯、部門吃公司的大鍋飯。兩種評價方式各有優缺點，需要時間檢驗評估、實時調整。受疫情影響，雖然市場逐漸回暖向好，但總體還是一個恢復提升階段。所以，儘管物價等消費指數在上漲，但公司今年沒有薪酬普調計劃，只針對崗位變化等因素做局部優化。

在原材料戰略儲備、產品設計、工藝技術研發、改變創新、專利成果方面的工作開展。得益於本集團原材料戰略儲備計劃的實施，才能安全度過去年初至今以來的疫情、導致的材料供應稀缺和價格大幅度上漲的危機，為國內市場率先復甦後的訂單需求、加盟商信心提供了良好保障。產品設計適應線上線下分級的需求，目前線上分級產品已經開發上線107款、線上線下常規開發上市新品7個系列共37款新品，目前正在做市場銷售情況涉外數據收集，是否適銷對路並為本集團創造價值，尚待評估。配合完成4所高校圍繞梳子「櫛佩之美」的畢業設計22個系列作品的打樣、基本達成傳統大漆工藝的開發提升並進入量產上市階段。工藝技術研發重點圍繞自動拋磨、仿形銑成型、模糊打磨、自動點膠、自動分色插齒等工藝技術研發，目前取得了階段性效果，但也遇到了不小的困難，需要我們的土工程師們去現場、進車間、沉下去琢磨折騰。與此同時，本集團的合理化建議、改變創新、專利成果方面也取得了一些進步，二零二一年上半年共收到合理化建議445條、採納197條。共收到改變創新43項、認定39項。共申報專利9件（其中外觀設計5件、實用新型3件、發明專利1件），目前已經通過公示發明專利1件，實際轉化運用1件。目前本集團的有效專利61件，比去年同期增加12件。新申報專利主要從新型結構和技術運用方面實施保護，在本集團自己盡力做好轉化運用的同時，提高產品結構和技術運用的競爭門檻。

在經營風險管控方面，本集團繼續完善售後維修系統並切實做好產品售後維修工作；對去年同期市場反應較大的金屬梳針嚴重銹蝕並退貨問題，從材料和工藝、模擬使用場景的預檢預判方面着手改善。這一年在工廠加工過程、物流倉儲觀察、專賣店和市場反應情況來看，得到明顯改善和有效解決。今年，從線上退貨、線下市場反應出來，假冒產品、違規網銷等信息明顯增多，本集團也據此進行了相關甄別和線索跟蹤，並與政府經偵和打假維權部門做了有效溝通，但目前仍受困於需我們提供滿足立案條件的充分證據的限制，實質性成果不明顯。本集團仍將從經濟業務活動風險控制、知識產權和商議秘密保護約定、合作商誠信評估、產品防偽識別、專賣特許產品排它性與團購報備監管等內控制度的嚴格實施，首先防範好系統內部的經營風險。同時，借助專業維權律師團隊的取證並直接法律訴訟維權、假冒偽劣線索經營和立案偵破等方式，盡力做好維權工作，預防市場風險。根據新形勢下的市場風險管控需要，本集團對《經濟業務合同風險控制管理辦法》、《保護知識產權和商業秘密管理辦法》、《外部提供過程、產品和服務的過程控制程序》、《合格供方評價》、《特許加盟合同》做了對應的調整修改，強化市場信息收集與售後退貨識別溯源等措施，並通過季度工作會方式定期進行匯報、檢討、改善我們的工作。

品牌文化建設方面，在疫情常態化形勢下，也在努力審時度勢的調整思路和策略。牽頭實施與南京藝術學院、南京工業大學等四所高校開展了圍繞梳子主題「櫛佩之美」的畢業設計，目前已經完成作品打樣和評價並達成預期目標。正在進行評獎和巡展等後期工作，並明確了明年的畢業設計方向。與南京藝術學院陳嘉嘉老師開展「聆聽梳子之美」的探訪，對梳子的歷史淵源、演繹傳承又有了新的發掘和認識，豐富梳子歷史文化知識，積澱梳子文化。

目前的痛點和焦慮就是成本增長趨勢與市場定位的矛盾、適齡退休員工逐年增多與願意干手工活的新員工培養儲備矛盾、一線生產人員尤其是管理崗位相對固化並逐年老化的風險警惕、產品研發和工藝技術及市場優勢的競爭力保持、安於現狀與抱殘守缺的溫水煮青蛙效應打破、金錢至上時代如何保守我們的心並深度踐行企業文化。

## 財務回顧

### 1. 收益

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團錄得的收益約為人民幣169,565,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣108,069,000元增加約人民幣61,496,000元或56.9%。該項增加主要原因為疫情逐步受到控制，使市場需求在本報告期間相對截至二零二零年六月三十日止六個月趨向復甦而有所增加所致。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二一年 (未經審核) (人民幣千元)		二零二零年 (未經審核) % (人民幣千元)	%
銷售額				
— 梳子	29,035	17.1	21,867	20.2
— 鏡子	150	0.1	115	0.1
— 組合禮盒	137,562	81.1	83,594	77.4
— 其他飾品*	2,771	1.6	2,399	2.2
加盟費收入	47	0.1	94	0.1
總計	<u>169,565</u>	<u>100.0</u>	<u>108,069</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

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣64,948,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣46,664,000元增加約人民幣18,284,000元或39.2%，銷售成本增加主要是於本報告期間收益增加所致。

### 3. 毛利及毛利率

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團之毛利約為人民幣104,617,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣61,405,000元增加約人民幣43,212,000元或70.4%。毛利率由二零二零年約56.8%上升至二零二一年的61.7%。於報告期間，毛利率增加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

其他收入淨額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。截至二零二一年六月三十日止六個月，其他收入淨額約為人民幣18,489,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣25,672,000元減少約人民幣7,183,000元或28.0%，此項減少主要來自政府補貼及按公平值計入損益的金融資產的公平值變動之減少，惟部份給中國增值稅優惠退款增加抵銷所致。

### 5. 銷售及分銷開支

截至二零二一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34,064,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣29,764,000元增加約人民幣4,300,000元或14.4%。該增幅主要來自於本報告期間廣告及推廣費用及銷售佣金增加所致。

### 6. 行政開支

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的行政開支約為人民幣15,332,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣12,601,000元增加約人民幣2,731,000元或21.7%。主要增加來自本報告期間專業費用及薪酬成本增加所致。

### 7. 經營溢利

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣73,207,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣36,001,000元增加約人民幣37,206,000元或103.3%。經營溢利增加主要歸因於截至二零二一年六月三十日止六個月之毛利增加約人民幣43,212,000元及其他經營開支減少約人民幣8,208,000元，惟部份給其他收入減少約人民幣7,183,000元，銷售及分銷開支增加約人民幣4,300,000元及行政開支增加約人民幣2,731,000元抵消所致。

## 8. 融資開支

截至二零二一年及二零二零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。於本報告期間及截至二零二零年六月三十日止六個月之融資開支約人民幣164,000元及人民幣241,000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

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣73,043,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣35,760,000元增加約人民幣37,283,000元或104.3%。除稅前溢利增加主要歸因於報告期間經營溢利增加約人民幣37,206,000元所致。

## 10. 所得稅開支

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支約為人民幣15,431,000元，較截至二零二零年六月三十日止六個月約人民幣7,882,000元增加約人民幣7,549,000元或95.8%。此項增加主要歸因於報告期間除稅前溢利增加所致。

於報告期間之實際稅率為21.1%對比截至二零二零年六月三十日止六個月之22.0%減少了0.9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，截至二零二一年六月三十日止六個月，期內溢利約為人民幣57,612,000元，較二零二零年同期約人民幣27,878,000元增加約人民幣29,734,000元或106.7%。

## 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。於本報告期間，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。

於二零二一年六月三十日，本集團擁有的現金及銀行結餘為人民幣60,280,000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。

於本報告期間，本集團之現金及現金等值物減少約人民幣35,497,000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18,585,000元；投資活動所得現金淨額約人民幣3,836,000元；融資活動所用現金淨額約人民幣58,171,000元；及匯率變動引至正面影響淨額約人民幣253,000元。

### 14. 資本架構

#### 債務

於二零二一年六月三十日及本報告期間，本集團並沒有任何銀行貸款。

#### 資產負債率

於二零二一年六月三十日及二零二零年十二月三十一日，本集團並沒有任何銀行貸款，計算資產負債率並無任何意義。

#### 資產押記

於二零二一年六月三十日，本集團並沒有任何向銀行抵押之資產（二零二零年十二月三十一日：零）。

#### 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。於本報告期間及截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團的資本支出分別為人民幣8,809,000元及人民幣2,034,000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

於二零二一年六月三十日，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

截至二零二一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。

## 未來展望

- 1、 疫情防控不放鬆：以不放鬆疫情防控的務實態度，是我們保障訂單供應、市場旺盛的立足之本。只要還有疫情風險的存在，我們就要保持高度的警惕，別人放鬆我們也不放鬆，別人沒有做的我們要堅持做，別人做不到的我們要堅持做到。
- 2、 做好原材料儲備戰略保障：自去年初疫情發生以來，一方面國內進口原材料貿易商坐地起價，另一方面資源進不來，即使是現在也因中國外防輸入的嚴格措施，導致集裝箱只能出去確不能回來等因素影響，原材料資源稀缺、材料和物流成本都大幅上漲。如此前所述，得益於本集團原材料戰略儲備計劃的持續實施，才安全度過去年初至今以來的疫情之下的市場訂單保障危機。因此，我們絲毫不能放鬆，更不能掉以輕心。否則，有市場但卻沒有產品的業內怪相就可能發生在本集團。
- 3、 加大打擊假冒偽劣和違規網銷的打擊力度：在做好產品和包裝客戶端信息系關聯跟蹤、規範專賣體系的同時，要做好網上掛譚木匠門頭賣其他產品、銷售假冒偽劣產品的線索經營和打擊力度。但同時不宜聲張，做好品牌的自我保護。
- 4、 成本管理：一方面是優化建立符合本集團原材料與加工特徵的財務核算規則，盡量細化、精確到產品類別和具體型號，為市場營銷、本集團決策提供依據。另一方面，在盡量核算準確的情況下，如何做好工藝和作業方法內控管理，把成本降下來，獲得市場競爭優勢和合理利潤。這兩項工作，我們一直在做在努力，但總是問題很多也很不滿意，也是我們下半年的重要工作。

- 5、 技術創新：以後誰來做梳子，是我們必須要回答和翻過去的坎。本集團通過推動技術研發創新工作，在許多前期的粗加工和局部深加工工序都實現了智能化，有效的降低作業難度和人力需求。但隨著本集團產品結構的變化，工藝深度越來越深、比重越來越大，導致手工和精加工作業量大幅度增長，人力數量呈此消彼長的趨勢。同時，隨着本集團在防偽打假、外觀效果、售後維修服務提升等方面工作的深化，逐漸新增加了如商標防偽、貼體塑封、專業維修站、芯片植入等作業工序，加之適齡退休員工增多的儲備迭代，人力需求不降反升。本集團制定有技術開發創新的年度目標好三年期開發規劃，我們會嚴格按照既定計劃推進，並關注市場需求、產品結構的新變化，充分適宜、及時調整技術研發方向。同時，用好公司在技術進步、工藝創新、知識產權等方面的獎勵機制，提高技術人員的積極性和創造性，為公司創造價值。
- 6、 綜合治理：遵守國家勞動、安全、環保、職業健康等方面的法律規範，不發生有損本集團品牌的負面事件。支持並做好有利於品牌沉澱和加分的工作，維護公司品牌形象、提升品牌價值。

## 人力資源及培訓

於二零二一年六月三十日，本集團在中國內地、香港和海外地區合共聘用965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。於報告期間，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。

## 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

截至二零二一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。

### 資本承擔

於二零二零年六月三十日，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1,087,000元（於二零一九年十二月三十一日：人民幣942,000元）。

### 公眾持股量

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

## 股息

根據本公司股東於二零二一年五月二十日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零二零年十二月三十一日止年度之末期股息每股19.58港仙，合共約48,698,000港元（相當於約人民幣40,540,000元）。該末期股息已於二零二一年六月二十九日以本公司內部現金支付。

董事會決議並不派發截至二零二一年六月三十日止六個月之任何中期股息（二零二零年：零）。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

於本報告期間，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。

## 本公司首次公開發售所得款項淨額的用途

本公司於二零零九年十二月二十九日於聯交所上市發行新股所得之款項經扣除相關發行費用後，約為132,900,000港元（相當於約人民幣116,800,000元）。截至二零二一年六月三十日，本集團已動用所得款項淨額中約人民幣64,090,000元，其中約人民幣25,391,000元已經用於提高本集團的設計及產品開發能力以及提升經營效率、約人民幣12,696,000元用於提升銷售網絡及銷售支援服務、約人民幣15,000,000元用於興建物流中心及生產設備以及約人民幣11,003,000元用作營運資金，而剩餘所得款項淨額已存於銀行。

因受到市場環境及集團業務策略的改變，本集團已停止高檔家居飾品店及時尚工藝品商店的業務發展計劃。董事會現正研究市場和其他可行的業務發展及商機，希望可以為股東帶來更佳的投资回報。

## 收購於間接附屬公司的股權

如本公司日期為二零二一年一月十四日及二零二一年一月二十日之公告所披露，於二零二一年一月十四日，重慶譚木匠與句容悅昌旅遊訂立轉讓協議，據此，重慶譚木匠同意購買，而句容悅昌旅遊同意出售江蘇譚木匠9.09%的股權，代價人民幣15,873,000元。於二零二一年三月八日，江蘇譚木匠已成為本公司的間接全資附屬公司。詳情請參閱本公司日期為二零二一年一月十四日及二零二一年一月二十日之公告。

## 企業管治常規

董事會致力堅守於聯交所證券上市規則（「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。於本報告期間，本公司一直遵守企業管治守則內所有適用之守則條文。

## 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二零二一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，彼等已應要求遵守標準守則及本公司有關董事進行證券交易之操守準則之有關規定。在報告期間，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：提供一個獨立的審查和監督財務報告，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中是有效的。審計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，分別為楊揚先生、劉麗婷女士及周錦榮先生。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核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二零二一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現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

## 本報告期後事項

疫情的爆發持續為本集團的經營環境帶來額外不確定因素，並可能影響本集團的營運及財務狀況。本集團已密切監察疫情對本集團業務的影響，並將採取一切必要及適當措施以降低疫情對本集團的影響。基於現時可取得的資料，董事確認，截至本公告日期，本集團的財務或交易狀況概無重大不利變動。

除上文所披露者外，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二零二一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，二零二一年八月三十一日

於本通告日期，董事會包括三位執行董事，即譚傳華先生，譚棣夫先生及譚力子先生；以及三位獨立非執行董事，分別為劉麗婷女士、楊揚先生及周錦榮先生。

\* 僅供識別