

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之內容概不負責，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之任何損失承擔任何責任。

CHICMAX

Shanghai Chicmax Cosmetic Co., Ltd.

上海上美化妝品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2145)

截至2022年12月31日止年度全年業績公告

上海上美化妝品股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2022年12月31日止年度(「報告期」)的綜合年度業績，連同截至2021年12月31日止年度的比較數字。除本公告另有界定者外，本公告所用詞彙與本公司日期為2022年12月12日的招股章程(「招股章程」)所界定者具有相同涵義。

表現摘要

	截至12月31日止年度		同比變動 %
	2022年 人民幣百萬元	2021年 人民幣百萬元	
收入	2,675.3	3,618.9	(26.1)
毛利	1,699.6	2,360.6	(28.0)
年內利潤	137.1	338.8	(59.5)

財務摘要

我們的收入由2021年全年的人民幣3,618.9百萬元減少至2022年全年的人民幣2,675.3百萬元。我們的毛利由2021年全年的人民幣2,360.6百萬元減少至2022年全年的人民幣1,699.6百萬元。我們2022年全年利潤為人民幣137.1百萬元，而2021年全年利潤為人民幣338.8百萬元。董事會建議派付截至2022年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.25元。截至2021年12月31日止年度的末期股息每股約人民幣0.56元已獲股東於2022年4月2日舉行的股東大會上批准。

報告期後事項

招股章程所述的超額配股權已獲整體協調人(代表國際包銷商)於2023年1月13日(星期五)部分行使，涉及合共999,900股H股(相當於任何超額配股權獲行使前全球發售項下初步可供認購發售股份總數約2.71%)，發售價為每股H股25.20港元。

管理層討論與分析

業務回顧及展望

業務回顧

我們是一家多品牌化妝品公司，專注於護膚品及母嬰護理產品的研發、製造及銷售。我們專注實行多品牌戰略，自成立以來，我們一直奉行該戰略。憑藉逾20年的運營歷史，如今我們為中國化妝品行業內擁有全面的多品牌發展、運營能力和專業知識的領跑者之一，成功打造了多個受歡迎化妝品品牌。我們最初果斷地採取並堅持多品牌戰略，給予我們及時把握市場先機的優勢，讓我們從同業中脫穎而出。

品牌及產品

我們已成功在中國推出多個化妝品品牌，主要包括韓束、一葉子和紅色小象三個品牌，滿足不同消費群體的多樣需求。我們已經並將鞏固三大主品牌核心陣地，拉動整體業績增長。

韓束：韓束於2003年推出，定位科學抗衰護膚品牌，專注滿足各年齡段亞洲女性不斷變化的抗衰需求，是定位抗衰護膚品市場的首選品牌，擁有廣泛的目標客戶群，包括25歲至40歲女性。*TIRACLE*是我們利用雙菌發酵技術開發的核心成份，已廣泛應用於韓束旗下產品，經證實該成份在處理某些皮膚問題方面具有獨特的功效。

於2022年，我們發佈韓束項下的新系列藍銅肽系列及紅蠻腰系列。藍銅肽系列為獨家專研成分*TIRACLE PRO*與藍銅肽成分的複配，能更有效地維穩修護、溫和抗初老。*TIRACLE PRO*和藍銅肽緊致精華霜分別獲得由CICI AWARD頒布的「科技創新原料獎」和「科技創新產品獎」；紅蠻腰系列添加了膠原和多肽以及VC、肌肽等活性物，可以通過抗氧化、抗糖化、促進膠原生成等幫忙實現抗皺緊致功效，獲得「抖音面部護理套裝年度金榜TOP 1」。此外，韓束獲得凱度消費指數頒發的「消費者首選護膚品牌」。

韓束於2022年產生的收入為人民幣1,267.4百萬元，較2021年減少22.3%，及佔我們年內總收入的47.4%。

我們致力鞏固韓束作為國內領先科學抗衰品牌的市場地位，抓住中國抗衰護膚產品的市場潛力。我們旨在研發更尖端技術，以及提升韓束產品的質量與功效。

一葉子：一葉子於2014年推出，針對18至35歲的年輕女性。一葉子採用先進技術融合天然成份，創製有效天然的護膚品。

於2022年，我們開始全面升級一葉子，並重新定位一葉子為**修護肌膚屏障**，探索天然植物純淨之美。我們致力於將植物活性成份與我們的專利技術相結合，將一葉子打造成為面向年輕消費者的植物科技環保護膚品牌。一葉子聯合上海日用化學品行業協會及業內專家制定《化妝品中天然成分的技術定義和計算指南》團體標準並在2022年8月30日「一葉子純淨美容」大會上正式發布。從原料端發力，一葉子攜手美麗修行、中國國家地理走進甘肅隴南，探索中國成分—甘肅隴南油橄欖葉，得天獨厚的地理位置和生長環境，富含豐富的橄欖苦苷、生物黃酮素和橄欖多酚，使得隴南油橄欖葉具有高效抗炎、舒敏褪紅等功效。在此基礎上，我們發佈了新系列修護修色精華，含有隴南油橄欖葉提取物，可修護肌膚屏障及減少泛紅。

一葉子於2022年產生的收入為人民幣529.9百萬元，較2021年減少36.2%，佔年內總收入的19.8%。

隨著純淨美容理念在年輕消費者中的興起，我們旨在將一葉子打造和升級為中國植物科學純淨美容領先品牌，滿足年輕一代對有機護膚及環保的意識和偏好。我們計劃進一步就一葉子開展植物提取技術和修護肌膚屏障的研發活動，作為一葉子的核心技術。

紅色小象：我們於2015年推出紅色小象，這是採用我們的日本紅道科研中心開發的技術適合中國嬰童肌膚的專業母嬰護理品牌。紅色小象以「**至簡成分、安心有效**」為核心，定位為陪伴每個寶寶健康快樂成長的品牌，承諾使用基於技術的無添加劑天然成份。

於2022年，紅色小象推出若干親護系列新產品，如親護洗髮水、親護洗沐二合一及親護乳液。以紅色小象開創的「4S安心簡護標準」為原則，具有保濕舒緩功效。2022年度，紅色小象獲得第七屆櫻桃大賞—寶寶護膚品牌最佳表現力大獎，第八屆櫻桃大賞—年度寶寶洗浴品牌傑出表現大獎，FUTURE FMCG—年度創新產品榜單。

於2022年9月，紅色小象正式宣佈王子文擔任其新代言人，並提出「輕養新一代」育兒觀—使用最簡單的成分支持中國父母實現「輕」養，助力新一代中國親子成長路。

紅色小象於2022年產生的收入為人民幣655.1百萬元，較2021年減少24.8%，佔年內總收入的24.5%。

我們尋求保持紅色小象品牌在中國母嬰護理板塊的領先地位。我們擬繼續打造適合中國嬰童肌膚類型的護膚產品，應對高質量母嬰護理產品日益增長的需求。我們旨在開展無添加、安全、有機及簡約產品的研發活動。我們將致力投入資源推動母嬰護理行業的規範化要求與發展。

於2022年，我們的收入主要來自該三個品牌，金額為人民幣2,452.4百萬元，較2021年減少26.4%，合共貢獻我們總收入的91.7%。

其他品牌

依託強大的自主研發能力及推行多品牌戰略的專業知識，我們旨在持續密切監察細分市場的發展趨勢，針對新出現的問題審慎規劃新品牌開發，滿足多樣化的消費者需求，最終創造更多的增長機會。為了滿足不斷變化的市場的不同需求，我們不斷孵化和開發針對不同消費者群體的新品牌。

我們持續推出新品牌新產品，不斷更新產品組合。為應對消費者對優質功能產品的需求增加，我們推出**高肌能**、**安彌兒**及**極方**，拓闊敏感護膚、中高端孕肌護理和護髮產品類別的產品範圍。

於2022年，我們的新品牌及籌備中的品牌包括**一頁**、**安敏優**及**山田耕作**。我們的新品牌**一頁**及**安敏優**分別於2022年5月及2022年6月推出。**一頁**以功效護膚品牌為定位，主要專注嬰童敏感肌。**安敏優**為與青蒿素研究團隊合作推出的針對敏感肌的專業護膚品牌。**一頁**所得收益自推出以來每月迅速增加。於2022年，**一頁**所得收入已超過人民幣25.5百萬元。我們的籌備中品牌**山田耕作**為與科學家**山田耕作**合作研發，以高端抗衰護膚品牌為定位。

於2022年，我們的產品主要面向大眾市場。我們目前生產供應護膚品、母嬰護理產品、洗護用品，以及一些其他類別作為補充：



研發

我們強大的自主研發能力對我們的成功至關重要，並將推動我們未來的可持續發展及創新活動。我們於2003年開始自主研發活動，一直堅持產品自主研發。我們的中日雙科研中心體系彰顯了我們近20年的經驗和專業知識，使我們能夠緊貼全球化妝品行業的最新技術發展。我們的雙科研中心致力打造先進的基礎研究及產品開發工作的強大平台，同時貼近消費者需求，進行產品開發及新技術的應用以應對不斷變化的市場。我們致力吸引和培養人才，成立一支擁有豐富研發經驗的強大團隊。

我們一直維持高額及有效的研發投資。於2021年及2022年，我們分別產生研發開支人民幣104.7百萬元及人民幣110.3百萬元，分別佔該年度我們收入的2.9%及4.1%。

於2022年，韓束(A醇精華)、一葉子(修護修色次拋精華液)及紅色小象(舒安特護霜)分別獲TopMarketing頒發造物者產品創新大獎－最佳技術創新、造物者產品創新大獎－最佳包裝設計創新及造物者產品創新大獎－最佳原材料創新(成分)等獎項。

僱員及薪酬政策

截至2022年12月31日，我們有2,572名全職僱員，其中2,505名全職僱員居於中國大陸(主要於上海總部及若干中國其他城市)，而67名全職僱員居於日本(我們的海外工廠及研發中心所在地)。

我們通過校園招聘、招聘會、招聘機構以及內部及外部推薦招聘僱員。我們致力於在我們所有的僱用實踐中提供公平及平等的機會，並已採納政策及程序(包括由第三方設計的候選人能力分析模型)，以確保公平的選拔及僱用程序。作為挽留策略的一部分，我們向僱員提供具競爭力的薪金、綜合保險待遇及與績效掛鈎的激勵計劃，這通常按個別僱員的表現及我們業務的整體業績而定。

我們為新入職僱員提供有關我們文化、業務及行業的入職培訓，從而增進彼等對本公司的了解及提升彼等履行職責的能力。我們亦定期為僱員提供量身定制的內部培訓課程，以尋求提高彼等的技術技能，或安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為部分僱員提供管理技能培訓機會，以幫助彼等轉變為管理角色。

資本開支

本集團於2022年的資本開支為人民幣60.1百萬元，主要與新購買物業、廠房及設備項目人民幣54.3百萬元及其他無形資產人民幣5.8百萬元有關。

使用權資產及租賃負債

相關的使用權資產及租賃負債位於中國及日本。截至2022年12月31日，本集團的使用權資產為人民幣144.5百萬元（截至2021年12月31日為人民幣161.7百萬元）及其租賃負債為人民幣77.8百萬元（截至2021年12月31日為人民幣95.0百萬元）。於2022年，使用權資產折舊開支為人民幣26.0百萬元，而租賃負債的利息開支為人民幣5.2百萬元。

展望

鞏固三大主品牌核心陣地，拉動整體業績增長

我們三大品牌韓束、一葉子及紅色小象是我們多品牌戰略及長期發展的重點。於2023年，我們將繼續提高其品牌知名度，並保持他們對現有及新客戶的吸引力。

開發新品牌，完善品牌矩陣及產品組合

我們將持續密切監察細分市場的發展趨勢，針對新出現的問題審慎規劃新品牌開發，滿足多樣化的消費者需求，最終創造更多的增長機會。

持續投入研發，驅動產品創新和快速響應市場

憑藉我們中日兩地先進的研發和生產能力，我們將加大投入於護膚領域市場熱點核心成份的基礎研究，例如，抗衰老技術、肌膚屏障修護技術。我們將繼續開展新品牌及新產品的試點項目，以提升消費者體驗。

加強和擴大銷售及分銷網絡

我們計劃採取以下措施增加我們渠道銷售的廣度和深度，以提高我們產品的滲透率。我們將繼續加強與天貓及京東商城等主要電商平台的合作。同時，我們計劃將韓束與新興媒體平台（例如抖音及快手）之間合作的成功經驗應用到我們其他品牌。

展望未來，我們承諾向世界傳遞中國品牌力，提升國貨化妝品的品牌形象。通過發展我們的國際研發能力、業務版圖及品牌知名度，我們的目標是成為世界一流的化妝品集團。

財務回顧

概覽

我們的收入主要來自化妝品生產及銷售。由於2022年國內外經濟及公共衛生形勢等多重因素對本公司產品及物流產生重大影響並導致消費市場需求下降（「**2022年宏觀環境**」），本集團的收入由2021年的人民幣3,618.9百萬元減少26.1%至2022年的人民幣2,675.3百萬元。

按品牌劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	金額	收入佔比(%)	金額	收入佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
韓束	1,267.4	47.4	1,631.1	45.1
一葉子	529.9	19.8	830.7	23.0
紅色小象	655.1	24.5	871.2	24.1
其他品牌 ^(附註)	222.9	8.3	285.9	7.8
總計	2,675.3	100.0	3,618.9	100.0

附註：其他品牌主要包括高肌能、安彌兒、極方、一頁及安敏優。

我們的韓束應佔收入由2021年的人民幣1,631.1百萬元減少22.3%至2022年的人民幣1,267.4百萬元，主要由於在2022年宏觀環境下，線上自營渠道的銷售收入減少。

我們的一葉子應佔收入由2021年的人民幣830.7百萬元減少36.2%至2022年的人民幣529.9百萬元，主要是由於品牌轉型調整，導致線上及線下渠道銷售收入減少。

我們的紅色小象應佔收入由2021年的人民幣871.2百萬元減少24.8%至2022年的人民幣655.1百萬元，主要是由於2022年宏觀環境及母嬰護理行業競爭環境，導致線上自營及線上零售渠道銷售收入減少。

按銷售渠道劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	收入		收入	
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
線上渠道	2,004.8	74.9	2,697.9	74.6
線上自營	1,059.9	39.6	1,532.6	42.4
線上零售商	474.8	17.7	514.0	14.2
線上分銷商	470.1	17.6	651.3	18.0
線下渠道	614.9	23.0	829.4	22.9
線下零售商	330.7	12.4	471.4	13.0
線下分銷商	284.2	10.6	358.0	9.9
其他 ^(附註)	55.6	2.1	91.6	2.5
總計	2,675.3	100.0	3,618.9	100.0

附註：其他主要包括我們的ODM業務。於報告期內，我們為第三方化妝品公司提供OEM服務，以優化生產設施的使用，實現經濟效益。

線上自營銷售。收入由2021年的人民幣1,532.6百萬元減少30.8%至2022年的人民幣1,059.9百萬元，主要由於來自天貓及快手的收入減少。

線上零售商銷售。收入由2021年的人民幣514.0百萬元減少7.6%至2022年的人民幣474.8百萬元。

線上分銷商銷售。收入由2021年的人民幣651.3百萬元減少27.8%至2022年的人民幣470.1百萬元，主要由於我們對應電商行業的重大轉型而動態調整線上銷售策略所致。

線下零售商銷售。收入由2021年的人民幣471.4百萬元減少29.8%至2022年的人民幣330.7百萬元，主要是由於消費習慣變化所致。

線下分銷商銷售。收入由2021年的人民幣358.0百萬元減少20.6%至2022年的人民幣284.2百萬元，主要是由於消費習慣及渠道變化所致。

按類別劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
護膚	1,944.8	72.7	2,679.7	74.0
母嬰護理	706.7	26.4	901.9	24.9
其他	23.8	0.9	37.3	1.1
總計	<u>2,675.3</u>	<u>100.0</u>	<u>3,618.9</u>	<u>100.0</u>

護膚應佔收入由2021年的人民幣2,679.7百萬元減少27.4%至2022年的人民幣1,944.8百萬元，而母嬰護理應佔收入由2021年的人民幣901.9百萬元減少21.6%至2022年的人民幣706.7百萬元，主要是由於品牌轉型調整、渠道及消費習慣變化、2022年宏觀環境等多重因素所致。

毛利及毛利率

我們的毛利由2021年的人民幣2,360.6百萬元減少28.0%至2022年的人民幣1,699.6百萬元。我們於2022年及2021年的毛利率分別為63.5%及65.2%，主要由於(i)韓束、一葉子及紅色小象的毛利率變動，及(ii)我們的促銷活動及我們動態調整線上銷售所致。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2021年的人民幣91.4百萬元增加34.4%至2022年的人民幣122.8百萬元，主要是由於(i)政府補助增加，以及(ii)我們收到與執行民事判決有關的賠償，帶來其他收益增加。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支佔本集團收入的百分比由2021年的43.4%增加至2022年的47.0%。我們的銷售及分銷開支由2021年的人民幣1,572.3百萬元減少人民幣314.6百萬元至2022年的人民幣1,257.7百萬元。營銷及推廣開支由2021年的人民幣1,034.0百萬元減少人民幣185.6百萬元至2022年的人民幣848.4百萬元，主要是由於受2022年宏觀環境等多重因素影響，銷售及營銷活動減少所致。與分銷工作有關的僱員福利開支由2021年的人民幣369.4百萬元減少人民幣84.8百萬元至2022年的人民幣284.6百萬元。2022年的其他主要開支包括運輸開支人民幣106.9百萬元、差旅及招待開支人民幣12.8百萬元及其他開支人民幣5.0百萬元。

行政開支

我們的行政開支由2021年的人民幣261.6百萬元減少人民幣38.2百萬元至2022年的人民幣223.4百萬元。2022年的行政開支主要包括僱員福利開支(包括董事酬金)人民幣92.5百萬元、專業及諮詢費人民幣47.7百萬元、折舊及攤銷開支人民幣40.9百萬元、辦公及能耗開支人民幣25.9百萬元及其他開支人民幣16.4百萬元。

研發成本

我們的研發成本由2021年的人民幣104.7百萬元增加5.3%至2022年的人民幣110.3百萬元，主要是由於研發活動增加。

金融資產減值虧損淨額

我們的金融資產減值虧損淨額由2021年的人民幣6.3百萬元轉為2022年的人民幣12.1百萬元，主要是由於貿易應收款項減值虧損增加。

其他開支

我們的其他開支由2021年的人民幣77.8百萬元減少44.7%至2022年的人民幣43.0百萬元，主要是由於存貨減值及廢料減少。

財務成本

我們的財務成本由2021年的人民幣20.9百萬元減少1.9%至2022年的人民幣20.5百萬元，主要由於(i)我們的銀行及其他借款總額增加令銀行及其他借款利息增加及(ii)2022年租賃負債利息減少。

所得稅開支

所得稅開支由2021年的人民幣69.4百萬元減少至2022年的人民幣17.2百萬元。本集團於2021年及2022年的實際稅率分別為17.0%及11.1%。

年內利潤

由於上文所述，我們於2021年及2022年的年內利潤分別為人民幣338.8百萬元及人民幣137.1百萬元。

流動資金及資本資源

於2022年，經營活動所得現金約為人民幣36.6百萬元（2021年為人民幣335.2百萬元）。截至2022年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣1,147.7百萬元（截至2021年12月31日為人民幣145.2百萬元）及外部銀行借款約人民幣650.4百萬元（截至2021年12月31日為人民幣190.1百萬元）。

資產負債方面，於2021年及2022年，本集團的資產負債比率（界定為計息銀行及其他借款以及租賃負債總額除以股東權益）分別為29.9%及42.7%。截至2021年12月31日及2022年12月31日，本集團的流動比率（界定為流動資產除以流動負債）分別為1.2倍及1.7倍。截至2022年12月31日，除於綜合財務報表及有關附註披露者外，本集團並無重大或然負債。憑藉所持有的現金及銀行結餘，本集團的流動資金狀況維持穩健，足以滿足其營運資金需求。

截至2022年12月31日，我們的計息銀行及其他借款為人民幣650.4百萬元，包括(i)按實際年利率2.10%至5.20%計息的有抵押銀行貸款（即期）人民幣420.3百萬元及按實際年利率2.55%至3.65%計息的無抵押銀行貸款（即期）人民幣100.0百萬元；(ii)按實際年利率4.75%至5.39%計息的有抵押長期銀行貸款的即期部分人民幣70.0百萬元；及(iii)按實際年利率4.75%計息的有抵押銀行貸款（非即期）人民幣60.1百萬元。我們的計息銀行及其他借款由截至2021年12月31日的人民幣190.1百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣650.4百萬元，主要是為了應對2022年宏觀環境的影響。

資產抵押

截至2022年12月31日，本集團的有抵押短期及長期銀行借款以(i)賬面值人民幣327.4百萬元的機器及樓宇以及與租賃土地有關之使用權資產（截至2021年12月31日為人民幣559.1百萬元）及(ii)賬面淨值約人民幣9.3百萬元的投資物業（截至2021年12月31日為零）作抵押。

截至2022年12月31日，本集團的信用證保證金及銀行保證金金額為人民幣11.5百萬元（截至2021年12月31日為零）。

理財政策及所承受匯率波動風險

基於本集團業務主要位於中國，故其大部份收入乃以人民幣計值。截至2022年12月31日，在本集團的銀行結餘及現金中，約28.5%（截至2021年12月31日為91.5%）以人民幣計值，及70%（截至2021年12月31日為零）以港元計值（為全球發售所得款項）。餘下1.5%（截至2021年12月31日為8.5%）則以美元或日圓計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。截至2022年12月31日止年度，本集團並無就外幣交易、資產及負債制定外幣對沖政策。本集團定期檢討其所承受的外匯風險，並於有需要時使用衍生金融工具對沖有關風險。

財務資料

董事會宣佈，本集團截至2022年12月31日止年度之綜合年度業績連同截至2021年12月31日止年度的比較數字如下：

綜合損益表

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	4	2,675,331	3,618,882
銷售成本		<u>(975,699)</u>	<u>(1,258,243)</u>
毛利		1,699,632	2,360,639
其他收入及收益		122,768	91,422
銷售及分銷開支		(1,257,691)	(1,572,275)
行政開支		(223,388)	(261,720)
研發成本		(110,283)	(104,749)
金融資產減值虧損淨額		(12,054)	(6,303)
其他開支		(43,049)	(77,807)
財務成本	6	(20,474)	(20,934)
應佔聯營公司利潤及虧損		<u>(1,229)</u>	<u>(149)</u>
除稅前利潤	5	154,232	408,124
所得稅開支	7	<u>(17,152)</u>	<u>(69,353)</u>
年內利潤		<u>137,080</u>	<u>338,771</u>
以下各方應佔：			
母公司擁有人		147,104	338,887
非控股權益		<u>(10,024)</u>	<u>(116)</u>
		<u>137,080</u>	<u>338,771</u>
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄			
一年內利潤	8	<u>人民幣0.41元</u>	<u>人民幣0.94元</u>

綜合全面收益表

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
年內利潤	<u>137,080</u>	<u>338,771</u>
其他全面收入		
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面虧損：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(955)</u>	<u>(8,264)</u>
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面虧損淨額	<u>(955)</u>	<u>(8,264)</u>
年內全面收入總額	<u>136,125</u>	<u>330,507</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	146,149	330,623
非控股權益	<u>(10,024)</u>	<u>(116)</u>
	<u>136,125</u>	<u>330,507</u>

綜合財務狀況表

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		601,251	636,428
投資物業		9,286	10,523
預付款項、其他應收款項及其他資產		16,748	19,890
使用權資產		144,494	161,662
其他無形資產		19,424	18,226
於聯營公司的投資		1,797	1,646
遞延稅項資產		100,501	103,078
		<u>893,501</u>	<u>951,453</u>
非流動資產總值			
		<u>893,501</u>	<u>951,453</u>
流動資產			
存貨	10	518,113	621,201
貿易應收款項及應收票據	11	373,985	374,874
預付款項、其他應收款項及其他資產		200,860	181,827
質押存款		11,500	—
現金及現金等價物		1,147,708	145,208
		<u>2,252,166</u>	<u>1,323,110</u>
流動資產總值			
		<u>2,252,166</u>	<u>1,323,110</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	424,150	565,961
其他應付款項及應計費用		235,722	413,249
計息銀行及其他借款		590,278	59,970
租賃負債		26,890	21,896
應付稅項		36,690	39,053
		<u>1,313,730</u>	<u>1,100,129</u>
流動負債總額			
		<u>1,313,730</u>	<u>1,100,129</u>
流動資產淨值			
		<u>938,436</u>	<u>222,981</u>
總資產減流動負債			
		<u><u>1,831,937</u></u>	<u><u>1,174,434</u></u>

綜合財務狀況表 (續)

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	50,939	73,080
計息銀行及其他借款	60,089	130,089
其他應付款項	14,264	16,227
	<u>125,292</u>	<u>219,396</u>
非流動負債總額	125,292	219,396
資產淨值	1,706,645	955,038
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	396,958	360,000
儲備	1,308,128	589,979
	<u>1,705,086</u>	<u>949,979</u>
非控股權益	1,559	5,059
權益總額	1,706,645	955,038

綜合財務報表附註

1. 一般資料

上海上美化妝品股份有限公司(「本公司」)為一家於2004年6月11日在中華人民共和國註冊成立的有限責任公司。註冊辦事處位於中國內地上海市嘉定區南翔鎮銀翔路515號701室。本公司於2020年12月15日由有限公司改制為股份制公司。本公司於2022年12月22日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

董事認為，控股股東為呂義雄先生。

於年內，上海上美化妝品股份有限公司及其附屬公司(「本集團」)主要從事以下業務：化妝品的研發、生產及銷售。

2. 編製基準

該等財務報表已按照國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(包括所有國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋)及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表採用歷史成本慣例編製，惟已按公平值計量的按公平值計入損益的金融資產除外。該等財務報表乃以人民幣(「人民幣」)呈列，除非另有說明，否則所有金額均四捨五入至最接近的千位整數。

3. 經營分部資料

(a) 來自外部客戶的收入

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中國內地	2,656,680	3,587,706
其他國家／地區	18,651	31,176
	<u>2,675,331</u>	<u>3,618,882</u>

上列收入資料乃基於客戶所在地。

(b) 非流動資產

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中國內地	726,882	787,081
日本	66,118	61,864
	<u>793,000</u>	<u>848,945</u>

上述非流動資產資料乃基於資產所在地，不包括遞延稅項資產。

4. 收入

本集團的收入分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
客戶合約收入		
銷售貨品	2,666,649	3,606,750
運輸服務	8,682	12,132
	<u>2,675,331</u>	<u>3,618,882</u>

(a) 分拆收入資料

貨品或服務類型	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
銷售貨品	2,666,649	3,606,750
運輸服務	8,682	12,132
	<u>2,675,331</u>	<u>3,618,882</u>

收入確認時間

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
於某個時間點轉讓的貨品	2,666,649	3,606,750
隨時間推移轉讓的服務	8,682	12,132
	<u>2,675,331</u>	<u>3,618,882</u>

下表載列於本報告期間確認的計入本報告期初合約負債的收入之金額：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
計入年初合約負債的已確認收入：		
銷售貨品	<u>81,120</u>	<u>128,937</u>

(b) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售貨品

履約責任於客戶簽收貨物或交付貨物時即告完成，付款期限一般不確定，惟就若干主要客戶而言，付款於簽收後60至90天內到期。

4. 收入 (續)

(b) 履約責任 (續)

運輸服務

履約責任隨著服務的提供而隨時間推移履行。運輸服務以一個月為期限，按產生時間計費。

於報告期末，分配至餘下履約責任 (未履行或部分未履行) 的交易價格金額並不重大，且所有金額預期將於一年內確認為收入。

5. 除稅前利潤

本集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入) 以下各項後達致：

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
已售存貨成本		975,699	1,258,243
物業、廠房及設備折舊		63,272	61,240
使用權資產折舊		25,994	24,112
無形資產攤銷		3,669	2,227
工資及薪金		334,713	418,537
退休金計劃供款、社會福利及其他福利		112,991	111,937
以股份為基礎的酬金開支		(886)	41,440
外匯差額		4,552	5,152
營銷及推廣開支		848,428	1,034,045
存貨減值及報廢		33,546	66,861
利息開支	6	20,474	20,934
金融資產減值虧損淨額		12,054	6,303
出售物業、廠房及設備項目的虧損／(收益)		44	(1,651)
上市開支		33,747	10,310
核數師薪酬		2,600	—

6. 財務成本

財務成本分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
銀行及其他借款利息	15,264	14,765
租賃負債利息	5,210	6,169
	<u>20,474</u>	<u>20,934</u>

7. 所得稅開支

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
即期 — 中國	11,431	21,028
即期 — 其他司法權區	3,145	1,376
遞延稅項	2,576	46,949
年內稅項開支總額	<u>17,152</u>	<u>69,353</u>

8. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃按母公司普通權益持有人應佔利潤及於年內已發行普通股加權平均數361,012,547股(2021年：360,000,000股)計算得出。

本集團於截至2022年及2021年12月31日止年度並無任何已發行潛在攤薄股份。

每股基本盈利乃根據以下數據計算：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
盈利		
用於計算每股基本及攤薄盈利的母公司普通權益 持有人應佔利潤	<u>147,104</u>	<u>338,887</u>
	股份數目	
	2022年	2021年
股份		
用於計算每股基本盈利的年內已發行普通股加權平均數	361,012,547股	360,000,000股
每股基本及攤薄盈利(人民幣元)	<u>0.41</u>	<u>0.94</u>

9. 股息

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
擬派末期每股普通股人民幣0.25元 (2021年：約人民幣0.56元)	<u>99,489</u>	<u>200,000</u>

於2022年4月2日舉行的股東大會上，本公司向全體股東派付截至2021年12月31日止年度的現金股息人民幣200百萬元。所有股息已於2022年11月前支付。

截至2022年12月31日止年度的擬派末期股息須待本公司股東於應屆股東週年大會上批准。

10. 存貨

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
原材料	99,564	127,579
在製品	20,069	21,826
製成品	<u>398,480</u>	<u>471,796</u>
	<u>518,113</u>	<u>621,201</u>

11. 貿易應收款項及應收票據

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
貿易應收款項	400,942	391,007
應收票據	7,240	10,288
減值	<u>(34,197)</u>	<u>(26,421)</u>
貿易應收款項及應收票據淨額	<u>373,985</u>	<u>374,874</u>

本集團與其客戶的貿易條款主要以預先付款為主，惟若干主要客戶除外，其一般採取賒銷方式。信用期一般於45至90日內到期。本集團致力嚴格控制其尚未收取的應收款項並設有信貸控制部門減低信用風險。逾期結餘由高級管理層定期審閱。本集團對其貿易應收款項結餘並無持有任何抵押品或其他信貸增強措施。貿易應收款項不計利息。於截至2021年12月31日及2022年12月31日止財政年度，應收票據不計息，且期限介乎1至180日。

於2022年及2021年12月31日，本集團支付予其若干供應商的具追索權應收票據分別為人民幣7,240,000元及人民幣9,788,000元，以結清應付部分供應商的貿易應付款項。董事認為，本集團保留大部分風險及回報（包括與該等背書票據有關的違約風險），因此其繼續確認背書票據的全部賬面值及已結算相關貿易應付款項。應收票據的預期信貸虧損率被評估為不重大，因此虧損撥備並不重大。

於報告期末，本集團根據發票日期及扣除虧損撥備後的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
1年內	342,581	369,114
1至2年	<u>31,404</u>	<u>5,760</u>
	<u>373,985</u>	<u>374,874</u>

貿易應收款項的減值虧損撥備變動如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
於年初	26,421	42,782
減值虧損淨額	13,133	4,752
撇銷為不可收回的金額	<u>(5,357)</u>	<u>(21,113)</u>
於年末	<u>34,197</u>	<u>26,421</u>

12. 貿易應付款項

於報告期末的貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
1年內	423,400	557,988
超過1年	<u>750</u>	<u>7,973</u>
	<u>424,150</u>	<u>565,961</u>

貿易應付款項不計息，一般於6個月內結算。

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司於2022年12月22日（「上市日期」）在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（「上市」）。由於本公司股份（「股份」）已於上市日期在聯交所上市，故聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載企業管治守則（「企業管治守則」）僅自上市日期起適用於本公司。本公司深知良好企業管治對提升本公司管理以及維護本公司股東（「股東」）整體利益的重要性。上市後，本公司已根據企業管治守則載列的原則及守則條文採納企業管治常規作為其本身的企業管治常規守則。

董事會認為，於上市日期至2022年12月31日期間，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文，惟以下所述的守則條文第C.2.1條除外。董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規守則，以維持高標準的企業管治。

企業管治守則的守則條文第C.2.1條列明董事會主席與行政總裁的角色應有區分，不應由一人同時兼任。呂義雄先生兼任本公司董事長及首席執行官。儘管與企業管治守則的守則條文第C.2.1條有所偏離，惟鑒於呂義雄先生對本集團業務擁有豐富知識及經驗，董事會認為，本公司董事長及首席執行官的角色由一人同時兼任有利於確保本集團內部的領導一致，並為本集團實現更有效及更有效率的整體策略規劃。董事會相信，現時安排下的權力與權限平衡不會受到損害，而此架構將使本公司能夠迅速有效地作出決策並予以執行。

儘管如此，董事會將繼續不時檢討有關架構，並考慮在適當時採取適當舉措。

遵守標準守則

由於本公司股份已於上市日期在聯交所上市，故上市規則附錄十所載關於董事遵守上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）的規定僅自上市日期起適用於本公司。

上市後，本公司已採納上市規則附錄十所載的標準守則作為有關董事及本公司監事（「監事」）以及本集團僱員（因其職務或工作而可能掌握有關本集團或本公司證券的內幕消息）進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向全體董事及監事作出具體查詢，且董事及監事已確認彼等於上市日期至2022年12月31日期間一直遵守標準守則。

於報告期內，本公司並無發現僱員違反標準守則的事件。

購入、出售或贖回本公司之證券

於上市日期至2022年12月31日止期間，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回任何本公司之上市證券。

重大訴訟

本公司於報告期內並無涉及任何重大訴訟或仲裁。董事亦不知悉於報告期內本集團有任何待決或面臨威脅的重大訴訟或申索。

所得款項淨額用途

本公司股份於上市日期在聯交所主板上市，而本公司自全球發售收取之所得款項淨額為約859.7百萬港元⁽¹⁾（經扣除包銷佣金及所有相關開支）。下表載明於2022年12月31日，本公司對於上市所得款項用途的使用情況及計劃時間表。

	佔所得款項 總淨額的 概約百分比	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	截至 2022年 12月31日 已使用所得 款項淨額 (百萬港元)	截至 2022年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	剩餘所得款項淨額 預期全部使用時間
品牌建設活動，以持續提升品牌形象並提高我們現有品牌的品牌認知度，以及為我們的新品牌建立品牌形象	32.0%	275.5	0.0	275.5	截至2026年止年度年底之前
提升我們的研發能力，通過加強基礎研究和產品開發，保持品牌的持續創新	12.2%	104.9	0.0	104.9	截至2026年止年度年底之前
加強我們的生產及供應鏈能力，主要通過我們奉賢工廠生產設施的改造、自動化設備升級及產能擴張	19.8%	170.6	0.0	170.6	截至2024年止年度年底之前
增加我們銷售網絡的廣度和深度，加強我們產品的滲透率	18.0%	154.5	0.0	154.5	截至2026年止年度年底之前
改善我們的數字化及信息基礎設施	8.0%	69.2	0.0	69.2	截至2024年止年度年底之前
營運資金及其他一般企業用途	9.9%	85.1	0.0	85.1	截至2024年止年度年底之前
總計 ⁽²⁾	<u>100.0%</u>	<u>859.7</u>	<u>0.0</u>	<u>859.7</u>	

附註：

- (1) 所得款項總額約859.7百萬港元包括來自2022年12月全球發售的約835.1百萬港元及來自2023年1月部分行使超額配股權的約24.6百萬港元（誠如本公司日期為2023年1月16日的公告所披露）。
- (2) 倘上表總計數字和所列各項數字之和出現任何差異，皆因四捨五入所致。

自上市日期起，本集團並無動用任何所得款項淨額，並將根據招股章程所述擬定用途逐步動用所得款項淨額。預期的時間表是基於本公司當前對未來市場狀況和業務經營情況作出的最佳估計，並將根據未來市場狀況的發展和實際業務需要進行調整。

審計委員會

董事會審計委員會（「**審計委員會**」）包括三位獨立非執行董事，即梁浩新先生、羅妍女士及劉毅先生。梁浩新先生為審計委員會主席。

審計委員會已與本公司管理層及核數師審閱本集團截至2022年12月31日止年度的綜合年度業績。審計委員會認為，本集團截至2022年12月31日止年度的綜合年度業績符合適用的會計準則、法律及法規。審計委員會亦已與本公司管理層討論有關本公司所採用的會計政策及常規以及有關內部監控、風險管理及財務報告事宜。

核數師的工作範疇

本年度業績公告所載截至2022年12月31日止年度的本集團綜合財務狀況表、綜合損益及全面收益表及相關附註的數字已獲本集團核數師安永會計師事務所同意，即本集團本年度綜合財務報表列明的金額。安永會計師事務所就此方面進行的工作不構成核證委聘，因此安永會計師事務所概無於本年度業績公告內發出核證。

報告期後事項

於2023年1月13日（星期五），招股章程所述的超額配股權已獲整體協調人（代表國際包銷商）部分行使，涉及合共999,900股H股（相當於任何超額配股權獲行使前全球發售項下初步可供認購發售股份總數約2.71%），發售價為每股H股25.20港元（不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費）。

末期股息

董事會已議決建議派付截至2022年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.25元（2021年：每股約人民幣0.56元）。上述末期股息的派付仍須待股東於本公司應屆股東週年大會（「**股東週年大會**」）上批准後方可作實，並將於2023年7月12日（星期三）或前後派付。

股東週年大會、暫停辦理股份過戶登記及記錄日期

本公司將於2023年5月16日(星期二)至2023年6月15日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，以確定有權出席將於2023年6月15日(星期四)舉行的股東週年大會並於會上投票的股東的資格。於2023年6月15日(星期四)名列本公司股東名冊的股東將有權出席股東週年大會並於會上投票。為合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2023年5月15日(星期一)下午四時三十分前送交本公司的H股證券登記香港分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

為確定股東獲派末期股息之權利，本公司將於2023年6月21日(星期三)至2023年6月26日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。於2023年6月26日(星期一)名列本公司股東名冊的股東將有權獲派末期股息。為有權獲取末期股息，所有過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2023年6月20日(星期二)下午四時三十分前送交本公司的H股證券登記香港分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

刊登年度業績公告及年報

本公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(<http://www.chicmaxgroup.com>)。

載有上市規則規定的所有資料的本公司截至2022年12月31日止年度的年報將適時寄發予股東，並於上述聯交所及本公司網站刊登。

承董事會命
上海上美化妝品股份有限公司
呂義雄先生
董事長、執行董事兼首席執行官

中國，上海
2023年3月30日

於本公告日期，董事會包括執行董事呂義雄先生、羅燕女士、馮一峰先生及宋洋女士；非執行董事孫昊先生及李寒窮女士；獨立非執行董事梁浩新先生、羅妍女士及劉毅先生。