

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份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2023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」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2023年12月31日止年度(「報告期」)的綜合業績，連同截至2022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2023年3月30日的2022年全年業績公告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 %
	2023年	2022年	
	人民幣百萬元		
收入	4,190.7	2,675.3	56.6
毛利	3,019.5	1,699.6	77.7
本年度溢利	461.7	137.1	236.8

財務摘要

我們的收入由2022年全年的人民幣2,675.3百萬元增加至2023年全年的人民幣4,190.7百萬元。我們的毛利由2022年全年的人民幣1,699.6百萬元增加至2023年全年的人民幣3,019.5百萬元。我們2023年全年利潤為人民幣461.7百萬元，而2022年全年利潤為人民幣137.1百萬元。

董事會建議派付截至2023年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.75元。截至2022年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.25元已獲股東於2023年6月15日舉行的股東大會上批准。截至2023年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.2元已獲股東於2023年10月16日舉行的股東大會上批准。

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、生產及銷售。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以滿足不同消費群體的多樣需求。三大主力品牌韓束、一葉子、紅色小象構成了公司的主要業績；*newpage*一頁、安敏優等其他品牌逐漸成長為公司業績的第二增長曲線。

韓束

韓束於2003年推出，定位為「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，擁有廣泛的目標客戶群，是定位抗衰護膚品市場的首選品牌。20年多來，韓束持續深耕抗衰領域研究，不斷推出更好的產品，致力於為年輕提供一份底氣。

我們通過聚焦韓束品牌、聚焦韓束紅、聚焦韓束紅禮盒、聚焦抖音渠道等一系列規劃實現韓束品牌銷售大幅增長。我們於抖音的佈局取得了巨大的成功；截至2023年12月31日止十二個月，韓束通過抖音平台的總成交額（「GMV」）約達人民幣3,340百萬元，較2022年同期同比增長約374.4%。

於2023年，我們就韓束品牌進行了全面升級，推進品牌視覺系統的年輕化升級，增強了品質國貨形象的記憶力和影響力。

韓束與千萬粉絲達人深度共創多部短劇，多部短劇播放量破10億；我們利用社交媒體平台，在韓束品牌二十週年之際，以及三八國際婦女節、母親節、七夕節、聖誕節等節日推出特別企劃案，宣傳我們的品牌及產品以吸引消費者。此外，通過《了不起的中國成分III》及《所有女生的主播》等視頻節目，「韓束藍銅肽緊致修護雙效精華」、「韓束藍銅肽緊致精華霜」得以廣泛宣傳，實現億級曝光。

於2023年，韓束首家「科學抗衰」品牌體驗中心落地上海虹橋機場，以吸引顧客和提升消費者體驗。

於2023年，由韓束提出、中國食品藥品企業質量安全促進會制定並發佈中國首部化妝品用原料合成多肽行業團體標準—《化妝品用原料合成多肽》（「**團體標準**」）。團體標準從多肽原料研發、化妝品生產、功效評估等多個角度為國內化妝品企業提供了明確的方向及指導，進一步規範了中國合成多肽的發展。

韓束的主力爆品為紅蠻腰禮盒，其在抖音多個排行榜位列第一。根據抖音官方的資料，韓束品牌在抖音電商排行榜中取得2023年美妝品牌年度總榜排名第一、2023年大眾／國貨護膚品牌榜單排名第一的亮眼成績。除「紅蠻腰系列」以外，我們陸續推出全新的「白蠻腰系列」，具有美白功效，可改善暗沉、提亮膚色；以及全新的「藍蠻腰系列」，具有舒緩緊緻功效，可改善敏感肌。

於2023年，韓束榮獲巨量引擎美妝行業年度盛典頒發的「年度美妝行業超級品牌」及紅蠻腰系列榮獲「年度美妝行業明星護膚禮盒」獎項。此外，韓束榮登化妝品報年會頒發的「2023超級增長品牌」名單和「2023國貨化妝品品類（面霜乳液）優秀品牌面霜／乳液品類」榜單。此外，在新華網和中國企業家博鰲論壇舉辦的2023新國貨品牌發展大會上，韓束榮獲「2023年度新國貨品牌創新優秀案例」。

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。我們致力於研發更尖端技術，以更好滿足韓束消費者不斷提高的需求。

韓束於2023年產生的收入為人民幣3,090.4百萬元，較2022年增加143.8%，佔我們年內總收入的73.7%。

一葉子

一葉子於2014年推出，主要針對18至35歲的較年輕女性。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2023年，一葉子聯合天貓美妝、TMIC天貓新品创新中心及凱度，發佈國內首份《純淨美容行業白皮書》，從行業維度，對國內純淨美容市場的市場趨勢及消費者偏好等進行深刻洞察，宣導中國式純淨美容發展。

2023年，一葉子屢獲殊榮，包括：榮獲YOUNG 100頒發的「YOUNG100年度影響力品牌2022-ESG品牌」及聚美麗頒發的「可持續踐行獎」，在新華網和中國企業家博鰲論壇舉辦的2023新國貨品牌發展大會上，一葉子榮獲「2023年度新國貨品牌創新優秀案例」，以及被中國香料香精化妝品工業協會評選為「2023年度香料香精化妝品行業ESG環境保護優秀案例」。此外，一葉子修護修色補水面膜獲得InnoCosme頒發的權威美容行業研發獎「InnoCosme 2023美耀配方獎」。

一葉子於2023年產生的收入為人民幣356.5百萬元，較2022年減少32.7%，佔年內總收入的8.5%。

紅色小象

我們於2015年推出紅色小象，以「至簡成分、安心有效」為核心，將其定位為適合中國嬰童肌膚以陪伴每個寶寶健康快樂成長的專業母嬰護理品牌。

2023年，我們對紅色小象開啟全新的探索及轉型，核心戰略為聚焦中大童學齡市場。圍繞該戰略，在品牌層面，視覺體系進行了全新升級，推出獨立的小象形象的品牌Logo，呈現象徵真誠、勇敢、熱烈的品牌紅，寓意紅色小象長大了。在產品層面，針對學齡市場需求推出更多新品，紅色小象推出全新的「小學系列」產品，包括小學霜、小學乳及小學潔面泡，旨在提供一站式解決方案，以滿足小學生的個性化護膚需求。此外，紅色小象於2023年底推出「宇宙奇趣」兒童彩妝禮盒，廣受市場歡迎。

於2023年，我們還成立了紅色小象專項基金，塑造暖心的品牌形象，並獲得了「2023年天貓金嬰獎－母嬰公益領路人」獎項。

於2023年，紅色小象90安心霜（舒安特護霜）榮獲「2023美伊大賞年度摯愛TOP榜－孕嬰童護膚大獎」及「搜狐時尚2022-2023年度值得信賴化妝品榜單－年度值得信賴嬰幼兒護理」，兒童雲感柔潤潔面泡泡榮獲「2022-2023年度「新妝大賞」－超級大單品」。此外，紅色小象還獲得「2023年繆斯設計獎銀獎」，並榮登化妝品報年會「2023國貨化妝品品類優秀品牌」榜單。

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。

紅色小象於2023年產生的收入為人民幣375.7百萬元，較2022年減少42.6%，佔年內總收入的9.0%。

於2023年，我們的收入主要來自該三個品牌，金額為人民幣3,822.6百萬元，較2022年增加55.9%，合共貢獻我們總收入的91.2%。

***newpage* 一頁**

newpage 一頁品牌於2022年5月推出，是專注於敏感肌寶寶的嬰童功效型護膚品牌，由知名演員章子怡女士、育兒專家崔玉濤先生及本集團現任全球首席科學家黃虎博士聯合創立，定位於「醫研共創」，形成用戶+兒科經驗+科研的閉環。產品方面，*newpage* 一頁已佈局護膚、洗沐、清潔三大方向。

線上，*newpage* 一頁產品已進入天貓、京東、抖音等多個平台。2023年，*newpage* 一頁的嬰童安心霜、嬰童高保濕身體乳等產品在抖音多個排行榜中位列第一。綫下，*newpage* 一頁佈局屈臣氏、母嬰線下專賣店、月子中心等多個渠道。

於2023年，*newpage* 一頁首家品牌線下體驗店落地崔玉濤先生於北京太陽宮的診所，是國內首家在診所內開設體驗店的嬰童護膚品牌，旨在向消費者提供專業科學的產品及服務。

此外，於2023年，新推出嬰童舒緩特護精華，含有天然有機紅沒藥醇、天然甘草酸二鉀及強韌屏障獨家成分Omega-Pro，使其有強韌肌膚屏障，改善脆弱易敏感肌膚等功效。

於2023年，*newpage* 一頁榮獲天貓「雙11新銳品牌獎」，為母嬰洗護行業唯一上榜品牌。

newpage 一頁於2023年產生的收入為人民幣152.5百萬元，較2022年增加498.0%，佔年內總收入的3.6%。

其他品牌

為應對消費者對優質功能產品不斷增加的需求，我們佈局敏感肌、中高端母嬰護理及洗護等品類，推出了安敏優、安彌兒、極方及2032等多個品牌。此外，我們正在籌備推出中高端洗護品牌632、與科學家山田耕作合作研發的高端抗衰護膚品牌TAZU。

於2023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：

	skin care 护肤	maternity and childcare 母嬰護理	toiletries 洗護
luxury 高端	TAZU ▲		
mid-to-high 中高端	安敏优 ARMIYO	asnami NEW PAONE 一頁	KYOCA 2032 AVENUE ▲
mass 大眾	KANS 韩束 ONE LEAF 一叶子	Baby Elephant 红色小象	韩束洗护 一叶子洗护

▲ 待推出品牌 ◆ 参股品牌

研發

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2023年及2022年，我們分別產生研發開支人民幣125.8百萬元及人民幣110.3百萬元，分別佔該年度我們收入的3.0%及4.1%。

於2023年，我們聯合行業相關部門、協會，制定並發佈多個行業團體標準，包括中國首部化妝品用原料合成多肽行業團體標準—《化妝品用原料合成多肽》，《純淨化妝品通則》，《化妝品用原料—油橄欖葉提取物團體標準》，《重組膠原蛋白原料質量要求及功效評價方法》，以及《皮膚微生態調節型化妝品功效評價》等，體現了我們的研發實力。由一葉子提出、上海日用化學品行業協會組織制定並發佈團體標準《純淨化妝品通則》，明確了純淨化妝品的定義，並從產品選材、配方設計及產品安全評估等維度，量化了純淨美容的標準，並制定及發佈《化妝品用原料—油橄欖葉提取物團體標準》團體標準，為國內首份油橄欖葉提取物相關的團體標準，規範了橄欖葉提取物的應用，加快了橄欖葉提取物行業的發展。

成分

於2023年，我們推出全新環肽，將普通線性肽升級為立體空間環肽，具有更強吸收性、更長作用時間、更強生理活性等優勢。

專利

於2023年，我們新申請58項專利，其中發明專利申請35項；新獲授權18項專利，其中發明專利3項。

獎項

自主核心成分*Tiracle Pro*獲得「InnoCosme美耀原料獎」，目前應用在藍銅肽系列等多個產品中。於2023年，本集團的基礎研究成果「青蒿油AN+」榮獲「榮格技術創新獎(功效性配料類別)」及國內化妝品新聞媒體春雷社頒發的「了不起的中國成分(中國創新原料Top10)獎」。此外，於2023年，本集團榮獲2023 WWD HONORS頒發的「年度美容產品創新成就者獎」、中國化妝品科技大會頒發的「全國商業科技創新型企業獎」。

僱員及薪酬政策

於2023年12月31日，我們有1,883名全職僱員，其中1,796名全職僱員居於中國，而87名全職僱員居於海外。2023年的總薪酬成本為人民幣494.6百萬元，而2022年為人民幣473.6百萬元，維持合理的薪酬增長以確保本集團於人力資源市場具有強大的競爭優勢。

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、其他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，旨在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2023年的資本開支為人民幣88.4百萬元，主要與新物業、廠房及設備項目人民幣87.8百萬元及其他無形資產人民幣0.6百萬元有關。

使用權資產及租賃負債

香港財務報告準則第16號－租賃（香港財務報告準則第16號）於2019年1月1日生效。在開始日期，本集團需確認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海外。於2023年12月31日，本集團的使用權資產為人民幣131.2百萬元（於2022年12月31日為人民幣144.5百萬元）及其租賃負債為人民幣65.6百萬元（於2022年12月31日為人民幣77.8百萬元）。於2023年，使用權資產折舊開支為人民幣29.3百萬元，而租賃負債的利息開支為人民幣4.0百萬元。

展望

我們致力於推行「六六」戰略，通過六大競爭面、六大板塊規劃推動整體業務增長，以支撐本集團的可持續發展。

六大競爭面：

1. 保持組織驅動領先，以人才支撐集團可持續發展

我們認為，具備優秀的管理或技術技能的人才是我們的寶貴資產，是為客戶提供持續創新優質產品的源動力，是成就一個多品牌化妝品集團的必備條件。貫徹「多元、樂觀、創新及傳承」的企業價值觀，我們計劃不斷完善企業架構及企業文化，吸引人才。

我們將繼續聚焦於完善我們的招聘及培訓體系，招聘有國際視野的人才，如雙一流及QS200等名校畢業生。透過與高校合作成立聯合培養項目，更有效地物色合適人才。為在招聘市場保持競爭力，我們力求提供行業領先的薪酬福利制度，打通晉升通道，形成科學的人才選拔及激勵機制。此外，我們將對僱員實行輪崗輪值，以推行全能型僱員模式，防止職級固化。透過運用扁平、有效的管理體系，我們鼓勵基層員工發揮創造力，保持管理和技術人員的積極性和穩定性。我們的目標是在僱員中建立企業文化及團隊氛圍，增強員工的歸屬感，並為僱員提供人才培訓體系，實現個人成長，支撐本集團多個品牌的運營及發展。

2. 保持研發領先，持續投入研發，推動產品創新，做出消費者喜愛的產品

利用我們在中國及海外的先進研發及生產能力，我們將增加對護膚領域熱點核心成分的基礎研究項目的投資例如抗衰老技術、皮膚屏障修復技術，包括開發新原材料、新技術及新配方；以及對應用科學項目的投資，包括原料及配方的應用，改善消費者的整體膚感。我們目前已構建了上美自主科研體系，目標打破國際科研壁壘。我們將繼續開展新品牌、新產品的試點項目，改善消費者體驗，滿足消費者多樣化需求，最終創造更多增長機遇。

3. 人工智能(AI)領先，引入AI管理工具，提高本集團管理及運營效率

我們計劃引入領先的AI工具用於智能化處理大量的數據和信息，進行智能數據分析及預測，為決策提供數據支持，進一步優化資源分配和利用，提高本集團管理及運營效率、創新能力和競爭力。

4. 保持營銷領先，繼續加強和擴大產品營銷網絡，普及用戶並建立消費者心智

我們將充分利用優勢資源，採取更強有力和更有效的競爭策略和營銷手段，增加各銷售渠道的廣度和深度，尤其是進一步深化線上各電商平台以及線下全渠道的營銷推廣，除繼續保持韓束在抖音渠道的領先地位擴大領先優勢、帶動本集團更多的品牌在抖音實現突破之外，要在天貓／淘寶、京東、快手等平台取得更好的發展。

5. 保持智能化生產領先，加快本集團智能化生產，提升生產效率和標準化產品質量

我們將繼續結合實際生產和運營，設計和確立本集團智能化改造的方向和規劃，綜合應用人工智能和其他技術，建設和完善智能化生產線，提高本集團的生產效率和提升標準化產品質量。

6. 推動本集團戰略從「個性化」發展到「共性化」發展，以平台推動發展，進一步拓展業務

我們的目標是通過與人才和商業夥伴的多元化合作，實現我們的業務發展。我們致力於聚集人才，為他們提供廣闊的平台，幫助他們實現發展。我們將繼續加強與多方合作夥伴的合作，打造品牌孵化平台，不斷實現業務的突破。

六大板塊規劃：

我們在現有多品牌矩陣搭建基礎上，未來十年將有更廣泛的戰略佈局，搭建大眾護膚、洗護個護、母嬰用品、皮膚醫療美容、彩妝、高端護膚和儀器的六大板塊，拓展我們在化妝品行業的業務邊界。

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。我們的目標是通過發展我們的研發能力、業務版圖及品牌知名度，成為世界一流的化妝品集團。

財務回顧

收入

我們的收入主要來自化妝品生產及銷售。由於本集團主要品牌之一韓束產生的收入增加，本集團的收入由2022年的人民幣2,675.3百萬元增加56.6%至2023年的人民幣4,190.7百萬元。

按品牌劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022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	3,090.4	73.7	1,267.4	47.4
一葉子	356.5	8.5	529.9	19.8
紅色小象	375.7	9.0	655.1	24.5
其他品牌 ^(附註)	368.1	8.8	222.9	8.3
總計	4,190.7	100.0	2,675.3	100.0

附註：其他品牌主要包括newpage一頁、安敏優、安彌兒、極方等。

韓束應佔本集團的收入由2022年的人民幣1,267.4百萬元增加143.8%至2023年的人民幣3,090.4百萬元，主要是由於韓束品牌的整體升級，以及紅蠻腰系列在抖音等電商平台上自營收入增加。

一葉子應佔本集團的收入由2022年的人民幣529.9百萬元減少32.7%至2023年的人民幣356.5百萬元，主要是由於我們現正將一葉子轉型升級調整所致。

紅色小象應佔本集團的收入由2022年的人民幣655.1百萬元減少42.6%至2023年的人民幣375.7百萬元，主要是由於市場競爭環境激烈。

按銷售渠道劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	金額	收入佔比 (%)	金額	收入佔比 (%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
線上渠道	3,586.9	85.6	2,004.8	74.9
線上自營	2,909.0	69.4	1,059.9	39.6
線上零售商	364.8	8.7	474.8	17.7
線上分銷商	313.1	7.5	470.1	17.6
線下渠道	539.6	12.9	614.9	23.0
線下零售商	387.4	9.2	330.7	12.4
線下分銷商	152.2	3.6	284.2	10.6
其他	64.2	1.5	55.6	2.1
總計	4,190.7	100.0	2,675.3	100.0

線上自營銷售應佔本集團的收入由2022年的人民幣1,059.9百萬元增加174.5%至2023年的人民幣2,909.0百萬元，主要是由於抖音等電商平台帶來的收入增加。

線上零售商銷售應佔本集團的收入由2022年的人民幣474.8百萬元減少23.2%至2023年的人民幣364.8百萬元，主要是由於一葉子、紅色小象在京東、天貓超市等線上零售商帶來的收入減少。

線上分銷商銷售應佔本集團的收入由2022年的人民幣470.1百萬元減少33.4%至2023年的人民幣313.1百萬元，主要是由於我們調整線上銷售策略以加強我們的線上自營銷售渠道。

線下零售商銷售應佔本集團的收入由2022年的人民幣330.7百萬元增加17.1%至2023年的人民幣387.4百萬元，主要是由於線下零售商自經濟環境的影響中逐步恢復。

線下分銷商銷售應佔本集團的收入由2022年的人民幣284.2百萬元減少46.4%至2023年的人民幣152.2百萬元，主要是由於消費者習慣和購買渠道變化所致。

按類別劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	金額	收入佔比 (%)	金額	收入佔比 (%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
護膚	3,601.6	86.0	1,944.8	72.7
母嬰護理	542.6	12.9	706.7	26.4
其他	46.5	1.1	23.8	0.9
總計	4,190.7	100.0	2,675.3	100.0

護膚應佔本集團的收入由2022年的人民幣1,944.8百萬元增加85.2%至2023年的人民幣3,601.6百萬元，主要是由於韓束產生的收入增加所致。

母嬰護理應佔本集團的收入由2022年的人民幣706.7百萬元減少23.2%至2023年的人民幣542.6百萬元，主要是由於紅色小象產生的收入減少所致。

毛利及毛利率

本集團的毛利由2022年的人民幣1,699.6百萬元增加77.7%至2023年的人民幣3,019.5百萬元。我們於2023年及2022年的毛利率分別為72.1%及63.5%，主要由於韓束的毛利率上升。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2022年的人民幣122.8百萬元增加27.4%至2023年的人民幣156.5百萬元，主要是由於外匯收益及金融資產公允價值變動收益增加。

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支佔本集團收入的百分比由2022年的47.0%提高至2023年的53.5%。銷售及分銷開支由2022年的人民幣1,257.7百萬元增加人民幣982.6百萬元至2023年的人民幣2,240.3百萬元。營銷及推廣開支由2022年的人民幣848.4百萬元增加人民幣897.5百萬元至2023年的人民幣1,745.9百萬元，主要是由於為提高品牌曝光度、把握新渠道機會，加大品牌宣傳力度及渠道建設投入所致。與分銷工作有關的僱員福利開支由2022年的人民幣284.6百萬元增加人民幣31.8百萬元至2023年的人民幣316.4百萬元。2023年的其他主要開支包括運輸開支人民幣148.5百萬元、差旅及招待開支人民幣20.2百萬元及其他開支人民幣9.3百萬元。

行政開支

本集團的行政開支由2022年的人民幣223.4百萬元減少6.2%至2023年的人民幣209.6百萬元。2023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89.8百萬元、專業及諮詢費人民幣16.0百萬元、折舊及攤銷開支人民幣41.8百萬元、辦公及能耗開支人民幣46.4百萬元及其他開支人民幣15.6百萬元。

研發成本

本集團的研發成本由2022年的人民幣110.3百萬元增加14.1%至2023年的人民幣125.8百萬元，主要是由於研發活動增加。

金融資產減值虧損淨額

本集團的金融資產減值虧損淨額由2022年的虧損人民幣12.1百萬元轉為2023年的撥回人民幣15.3百萬元，主要是由於應收賬款壞賬準備減少所致。

其他開支

本集團的其他開支由2022年的人民幣43.0百萬元減少21.0%至2023年的人民幣34.0百萬元，主要是由於2023年存貨減值虧損及廢料減少及並無任何外匯虧損。

財務成本

本集團的財務成本由2022年的人民幣20.5百萬元減少21.0%至2023年的人民幣16.2百萬元，主要由於銀行及其他借款減少及借款平均利率下降。

所得稅開支

所得稅開支成本由2022年的人民幣17.2百萬元增加至2023年的人民幣97.6百萬元。本集團於2023年及2022年的實際稅率分別為17.4%及11.1%。

年內利潤

綜上所述，我們於2023年及2022年的年內利潤分別為人民幣461.7百萬元及人民幣137.1百萬元。

流動資金及資本資源

於2023年，經營活動所得現金約為人民幣746.2百萬元，而2022年經營活動所得現金為人民幣36.6百萬元。截至2023年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣697.7百萬元及外部銀行借款約人民幣100.0百萬元，而於2022年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣1,147.7百萬元及外部銀行借款約人民幣650.4百萬元。

資產負債方面，於2023年及2022年，本集團的資產負債率(界定為負債總額除以資產總額)分別為35.1%及45.7%。於2023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2.0倍及1.7倍。於2023年及2022年，本集團的淨資產負債率(界定為計息銀行及其他借款以及租賃負債總額除以權益總額)分別為8.2%及42.7%。於2023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。

於2023年12月31日，本集團的計息銀行及其他借款為人民幣100.0百萬元，包括按實際年利率2.50%至3.55%計息的銀行貸款(即期)人民幣100.0百萬元(其中有抵押貸款人民幣40.0百萬元)。本集團的計息銀行及其他借款由2022年12月31日的人民幣650.4百萬元減少84.6%至2023年12月31日的人民幣100.0百萬元，主要由於本集團運營資金充裕，主動減少了計息銀行借款。

資產抵押

於2023年12月31日，本集團的有抵押短期及長期銀行借款以(i)賬面值為零的樓宇以及與租賃土地有關之使用權資產（於2022年12月31日為人民幣327.4百萬元）；及(ii)賬面淨值約人民幣8.1百萬元的投資物業（於2022年12月31日為人民幣9.3百萬元）作抵押。

於2023年12月31日，本集團的信用證保證金及銀行保證金金額為零（於2022年12月31日為人民幣11.5百萬元）。

重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於2023年10月26日，弘毅致遠股權投資管理（深圳）有限公司（「弘毅致遠」）、本公司及湖州吳興經開博毅股權投資有限公司（「經開博毅」）就成立合夥基金（「合夥基金」）訂立合夥協議。合夥基金的名稱為湖州弘尚貳零貳叁股權投資合夥企業（有限合夥）。合夥基金的全部合夥人認繳出資總額為人民幣276,380,600元。弘毅致遠、本公司及經開博毅分別認繳出資人民幣3,482,420元、人民幣189,984,000元及人民幣82,914,180元。弘毅致遠作為合夥基金的普通合夥人及執行事務合夥人，而本公司及經開博毅作為有限合夥人。成立合夥基金的主要目的是在適用法律法規以及其經營範圍允許的範圍內，投資於美容護理相關產業鏈中的公司，並從相關投資中獲取利潤。本公司參與合夥基金的理由是專注於投資美容產業鏈的上下遊企業、把握行業發展機遇、推動本公司的戰略發展、提高本公司的整體競爭力，從而為股東帶來更高的回報。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年10月26日的公告。

除本公告所披露外，於報告期內，本集團並無任何重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

理財政策及所承受匯率波動風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。本集團在中國香港及海外子公司分別以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及日元、港元和美元。本集團有部分現金及銀行存款以日元、港元和美元計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。於2023年，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2023年12月31日止年度之綜合業績連同截至2022年12月31日止年度的比較數字如下：

綜合損益表

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收入	4	4,190,727	2,675,331
銷售成本		(1,171,275)	(975,699)
毛利		3,019,452	1,699,632
其他收入及收益		156,496	122,768
銷售及分銷開支		(2,240,332)	(1,257,691)
行政開支		(209,609)	(223,388)
研發成本		(125,814)	(110,283)
金融資產減值虧損淨額	5	15,252	(12,054)
其他開支		(34,000)	(43,049)
財務成本	6	(16,227)	(20,474)
應佔以下各方利潤及虧損：			
合營企業		(4,652)	—
聯營公司		(1,353)	(1,229)
除稅前利潤	5	559,213	154,232
所得稅開支	7	(97,550)	(17,152)
年內利潤		461,663	137,080
以下各方應佔：			
母公司擁有人		461,104	147,104
非控股權益		559	(10,024)
		461,663	137,080
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	人民幣1.16元	人民幣0.41元

綜合全面收益表

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
年內利潤	<u>461,663</u>	<u>137,080</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>(4,138)</u>	<u>(955)</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>(4,138)</u>	<u>(955)</u>
年內全面收入總額	<u>457,525</u>	<u>136,125</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	456,966	146,149
非控股權益	<u>559</u>	<u>(10,024)</u>
	<u>457,525</u>	<u>136,125</u>

綜合財務狀況表

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		594,412	601,251
投資物業		8,065	9,286
預付款項、其他應收款項及其他資產		18,950	16,748
使用權資產		131,171	144,494
其他無形資產		16,860	19,424
於合營企業的投資		2,698	–
於聯營公司的投資		64,184	1,797
按公平值計入損益的金融資產		101,230	–
遞延稅項資產		112,941	100,501
		<u>1,050,511</u>	<u>893,501</u>
流動資產			
存貨	10	510,757	518,113
貿易應收款項及應收票據	11	321,246	373,985
預付款項、其他應收款項及其他資產		331,812	200,860
按公平值計入損益的金融資產		216,812	–
質押存款		–	11,500
現金及現金等價物		697,689	1,147,708
		<u>2,078,316</u>	<u>2,252,166</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	518,613	424,150
其他應付款項及應計費用		266,824	235,722
計息銀行及其他借款		100,008	590,278
租賃負債		29,763	26,890
應付稅項		136,198	36,690
		<u>1,051,406</u>	<u>1,313,730</u>
流動資產總值		<u>1,026,910</u>	<u>938,436</u>
總資產減流動負債		<u><u>2,077,421</u></u>	<u><u>1,831,937</u></u>

綜合財務狀況表 (續)

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	35,803	50,939
計息銀行及其他借款	-	60,089
其他應付款項	<u>12,391</u>	<u>14,264</u>
 非流動負債總額	 <u>48,194</u>	 <u>125,292</u>
 資產淨值	 <u><u>2,029,227</u></u>	 <u><u>1,706,645</u></u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	397,958	396,958
儲備	<u>1,611,078</u>	<u>1,308,128</u>
	<u>2,009,036</u>	<u>1,705,086</u>
 非控股權益	 <u>20,191</u>	 <u>1,559</u>
 權益總額	 <u><u>2,029,227</u></u>	 <u><u>1,706,645</u></u>

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

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中國內地	4,171,263	2,656,680
其他國家／地區	19,464	18,651
總收入	<u>4,190,727</u>	<u>2,675,331</u>

上列收入資料乃基於客戶所在地。

(b) 非流動資產

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中國內地	879,204	726,882
其他國家／地區	58,366	66,118
非流動資產總值	<u>937,570</u>	<u>793,000</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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
客戶合約收入		
銷售貨品	4,182,239	2,666,649
運輸服務	8,488	8,682
總收入	<u>4,190,727</u>	<u>2,675,331</u>

(a) 分拆收入資料

貨品或服務類型	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銷售貨品	4,182,239	2,666,649
運輸服務	8,488	8,682
客戶合約收入總額	<u>4,190,727</u>	<u>2,675,331</u>

收入確認時間

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
於某個時間點轉讓的貨品	4,182,239	2,666,649
隨時間推移轉讓的服務	8,488	8,682
客戶合約收入總額	<u>4,190,727</u>	<u>2,675,331</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：

	2023年 人民幣千元	2022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>41,416</u>	<u>81,120</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	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
已售存貨成本		1,171,275	975,699
物業、廠房及設備折舊		67,367	63,272
使用權資產折舊		29,275	25,994
無形資產攤銷		2,737	3,669
工資及薪金		389,636	334,713
退休金計劃供款、社會福利及其他福利		94,268	112,991
以股份為基礎的酬金開支		4,975	(886)
外匯差額		(12,800)	4,552
營銷及推廣開支		1,745,880	848,428
存貨減值及報廢		26,708	33,546
利息開支	6	16,227	20,474
金融資產 (撥備撥回)／減值虧損淨額		(15,252)	12,054
出售物業、廠房及設備項目的虧損		60	44
上市開支		–	33,747
核數師薪酬		3,640	2,600
按公平值計入損益的金融資產公平值收益淨額		(16,121)	(79)

6. 財務成本

財務成本分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
銀行及其他借款利息	12,201	15,264
租賃負債利息	4,026	5,210
總計	<u>16,227</u>	<u>20,474</u>

7. 所得稅開支

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
即期－中國	109,824	11,431
即期－其他司法權區	166	3,145
遞延稅項	(12,440)	2,576
年內稅項開支總額	<u>97,550</u>	<u>17,152</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397,911,329股(2022年:361,012,547股)計算得出。

本集團於截至2023年及2022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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
盈利		
用於計算每股基本盈利的母公司普通權益 持有人應佔利潤	<u>461,104</u>	<u>147,104</u>
	股份數目	
	2023年	2022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	397,911,329股	361,012,547股
每股基本及攤薄盈利(人民幣元)	<u>1.16</u>	<u>0.41</u>

9. 股息

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
擬派末期每股普通股人民幣0.75元 (2022年:人民幣0.25元)	<u>298,468</u>	<u>99,489</u>

於2023年6月15日舉行的股東大會上，本公司向全體股東派付截至2022年12月31日止年度的現金股息約人民幣99百萬元。

於2023年10月16日舉行的股東大會上，本公司派付中期股息每股普通股人民幣0.20元，合計約人民幣80百萬元。所有股息已於2023年12月31日前支付。

截至2023年12月31日止年度的擬派末期股息須待本公司股東於即將舉行的股東週年大會上批准。

10. 存貨

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
原材料	116,030	99,564
在製品	16,664	20,069
製成品	<u>378,063</u>	<u>398,480</u>
總計	<u>510,757</u>	<u>518,113</u>

11. 貿易應收款項及應收票據

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
貿易應收款項	329,453	400,942
應收票據	3,798	7,240
減值	<u>(12,005)</u>	<u>(34,197)</u>
貿易應收款項及應收票據淨額	<u><u>321,246</u></u>	<u><u>373,985</u></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2022年12月31日及2023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2023年及2022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3,798,000元及人民幣7,240,000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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
1年內	309,517	342,581
超過1年	<u>11,729</u>	<u>31,404</u>
總計	<u><u>321,246</u></u>	<u><u>373,985</u></u>

貿易應收款項的減值虧損撥備變動如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
於年初	34,197	26,421
減值虧損淨額	(17,698)	13,133
撇銷為不可收回的金額	<u>(4,494)</u>	<u>(5,357)</u>
於年末	<u><u>12,005</u></u>	<u><u>34,197</u></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：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
1年內	517,731	423,400
超過1年	<u>882</u>	<u>750</u>
總計	<u>518,613</u>	<u>424,150</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。於報告期內，本公司已根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載企業管治守則（「企業管治守則」）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，於報告期內，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用條文，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

於報告期內，本公司已採納上市規則附錄C3所載的標準守則（「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報告期內一直遵守標準守則。

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

於報告期內，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。

全球發售所得款項用途

本公司股份（「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2023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)	於2022年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	於報告期內 已使用金額 (百萬港元)	截至2023年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	悉數使用剩餘 所得款項淨額的 預期時間
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	275.5	71.4	204.1	截至2026年12月31日之前
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	104.9	28.1	76.8	截至2026年12月31日之前
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	170.6	12.2	158.4	截至2024年12月31日之前
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	154.5	154.5	0.0	截至2026年12月31日之前
改善我們的數字化及信息基礎設施	8.0%	69.2	69.2	5.9	63.3	截至2024年12月31日之前
營運資金及其他一般企業用途	9.9%	85.1	85.1	85.1	0.0	截至2024年12月31日之前
總計 ⁽²⁾	100%	859.7	859.7	357.2	502.5	

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。

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2023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2023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2023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2024年2月23日，董事會宣佈，本公司近期接獲若干少數股東就本公司合共8,861,580股未上市股份(約佔本公司總股本的2.23%)(「**未上市股份**」)轉為H股(「**H股**」)的通知。本公司已於2024年2月23日向中國證券監督管理委員會(「**中國證監會**」)提交備案申請(「**申請**」)，以將未上市股份轉為H股。在取得所有相關批准(包括中國證監會及聯交所批准)及符合所有適用法律、法規及規章後，該等未上市股份將被轉為H股，本公司將就該等H股向聯交所申請於主板上市及買賣(「**轉換及上市**」)。於本年度業績公告日期，本公司尚未獲得中國證監會批准申請，且轉換及上市的實施計劃詳情尚未落實。有關詳情，請參閱本公司日期為2024年2月23日的公告。

股東週年大會

本公司股東週年大會（「股東週年大會」）將於2024年5月30日（星期四）舉行。召開股東週年大會的通告將按照上市規則規定的方式適時發送通知。

末期股息

董事會已議決建議派付截至2023年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.75元（2022年：每股人民幣0.25元）。上述末期股息的派付仍須待股東於即將舉行的股東週年大會上批准後方可作實，並將於2024年6月28日（星期五）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2024年5月27日（星期一）至2024年5月30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2024年5月30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2024年5月30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2024年5月24日（星期五）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2024年6月5日（星期三）至2024年6月7日（星期五）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續。於2024年6月7日（星期五）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2024年6月4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(www.chicmaxgroup.com)。

載有上市規則規定的所有資料的本公司截至2023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
2024年3月21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；非執行董事李寒窮女士及孫昊先生；獨立非執行董事梁浩新先生、羅妍女士及劉毅先生。