

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2024年6月30日止六個月中期業績公告

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2024年6月30日止六個月(「2024年上半年」)的未經審核綜合中期業績，連同截至2023年6月30日止六個月(「2023年上半年」)的比較數字。

表現摘要

	截至6月30日止六個月		變動 (%)
	2024年	2023年	
	人民幣百萬元		
	(未經審核)	(未經審核)	
收入	3,502.4	1,586.8	120.7
毛利	2,679.9	1,095.5	144.6
期內利潤	412.4	100.9	308.7

財務摘要

我們的收入由2023年上半年的人民幣1,586.8百萬元增加至2024年上半年的人民幣3,502.4百萬元。我們的毛利由2023年上半年的人民幣1,095.5百萬元增加至2024年上半年的人民幣2,679.9百萬元。我們2024年上半年利潤為人民幣412.4百萬元，而2023年上半年利潤為人民幣100.9百萬元。

董事會已於2024年8月22日決議建議向本公司股東派付2024年上半年的中期股息每股人民幣0.75元。上述中期股息的派付仍須待本公司股東在將於2024年9月30日(星期一)舉行的本公司臨時股東會上批准後方可作實，並將於2024年11月19日(星期二)或前後派付予本公司於2024年10月9日(星期三)名列股東名冊的股東。

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、母嬰護理及洗護產品的研發、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，致力於把韓束打造成中國化妝品超級品牌。

2024年上半年，韓束繼續保持抖音渠道美妝行業的領先地位。2024年上半年，韓束在抖音平台總成交額（「GMV」）均位居美妝品牌第一，GMV達人民幣3,444百萬元，超過去年全年GMV，即人民幣3,340百萬元，並取得「抖音電商護膚品牌總榜H1」第一的亮眼成績。

同時，韓束在其他渠道也取得了快速發展，截至2024年6月30日，韓束天貓旗艦店GMV同比增速近200%，京東自營旗艦店增速超400%。

根據行業媒體發佈，2024年上半年，韓束線上渠道GMV位列美妝國貨品牌第二；增速達222.8%，位列頭部美妝品牌增速第一。

2024年上半年，我們持續通過社交媒體平台，在春節、婦女節、母親節等節日推出特別企劃案，助力「韓束紅」出圈，通過傳遞愛、女性力量等情感內容，增強品牌與消費者之間的情感連接。

此外，韓束在上海虹橋高鐵站提貨點開業，打造「線上引爆+線下提貨」全新商業模式，一站式解決消費者出差、旅行、送禮的化妝品需求，持續探索線上線下均衡發展的新策略、新打法，以進一步提升消費者體驗並提升品牌線下曝光度。

2024年上半年，我們將紅蠻腰系列升級2.0版本，新添加品牌自研備案的新原料「環六肽-9」，使產品具有更強的抗皺、緊致效果。截至2024年6月30日，紅蠻腰禮盒全渠道銷量超過1,000萬套，白蠻腰禮盒全渠道銷量超150萬套。我們推出全新單品「活膚水」，蘊含自研「雙菌發酵成分活膚因」。

於2024年上半年，韓束品牌榮登福布斯中國頒發的「2023-2024福布斯中國美業品牌TOP100」榜單及上海時尚之都促進中心頒發的「上海時尚100+」榜單。韓束在人民日報主辦的2024綠色消費高質量發展論壇上榮獲「綠色消費品牌高質量發展創新案例獎」。除此以外，韓束品牌也取得了各電商平台頒佈的多個獎項，如京東頒發的「2023年度活力潮流獎」及「2023年度閃耀珍珠獎」兩大獎項以及快手頒發的「2023年度品牌影響力大獎」。

於2024年上半年，紅蠻腰系列榮獲C2CC傳媒頒發的「新妝大賞年度大單品」獎項。紅蠻腰系列產品「多肽膠原彈嫩精華霜」榮獲CBE中國美容博覽會頒發的「2024CBE美伊科技創芯最佳配方獎」，白蠻腰系列產品「雪白肌美白補水精華霜」榮獲CBE中國美容博覽會頒發的「2024美伊BEAUTY中國好產品護膚大獎」，及藍蠻腰系列產品「舒緩緊致精華霜」在InnoCosme 2024美耀獎中榮獲「美耀年度配方獎」。

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2024年上半年產生的收入為人民幣2,926.5百萬元，較2023年上半年增加184.7%，佔我們2024年上半年總收入的83.6%。

一葉子

一葉子於2014年推出，主要針對較年輕的用戶。一葉子採用先進技術融合天然成分，創製有效天然的護膚品。

2024年上半年，一葉子開啓品牌煥新，基於「修護年輕自愈力」的全新品牌定位，同步官宣品牌全新代言人，以更加年輕簡約的形象面向年輕消費者。

同時，我們針對年輕人群推出「水感透潤防曬液」等防曬品類新品，不斷細化用戶場景，更聚焦產品修護功效。

在獎項方面，2024年上半年，一葉子產品「光透修護水感精華」榮獲ICIC 2024國際化妝品創新大會上頒發的「ICIC科技創新抗敏修護產品獎」。

一葉子於2024年上半年產生的收入為人民幣125.1百萬元，較2023年上半年減少38.6%，佔2024年上半年總收入的3.5%。

紅色小象

我們於2015年推出紅色小象這一適合中國嬰童肌膚的專業母嬰護理品牌，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有害添加劑天然成分。

2024年，紅色小象繼續推動品牌轉型，聚焦中大童學齡市場。品牌層面，推動線上線下全渠道各平台品牌觸點新形象迭代，提出「讓成長更安心」為品牌標語，意在用安心守護孩子每個階段的成長。

產品層面，紅色小象推出更多兒童彩妝新品，豐富「宇宙奇趣」產品線，包含眼影、口紅、臉彩棒、指甲油等受市場歡迎的產品。我們將持續運用紅色小象品牌打磨兒童彩妝產品，同時圍繞中大童學齡市場的核心戰略，針對不同成長階段的護膚需求，推出嬰童、青少年的專屬護理產品，實現「美+護」同步增長。

2024年上半年，紅色小象品牌榮獲母嬰行業觀察在「第九屆未來母嬰大會暨櫻桃大賞年度盛典」上頒佈的「年度兒童化妝品品牌傑出表現大獎」。

我們力爭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2024年上半年產生的收入為人民幣174.1百萬元，較2023年上半年減少7.9%，佔2024年上半年總收入的5.0%。

於2024年上半年，我們的收入主要來自該三個品牌，金額為人民幣3,225.7百萬元，合共貢獻2024年上半年我們總收入的92.1%，較2023年上半年增加127.1%。

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，聯合知名演員章子怡女士、育兒專家崔玉濤先生及本集團科學家創立，採用「醫研共創」模式創立，形成用戶＋臨床經驗＋科研的閉環。

2024年上半年，*newpage* 一頁在線上抖音、天貓、京東渠道GMV均實現同比三位數以上增長。線下，*newpage* 一頁合作超6,000家母嬰專賣店，並新佈局愛嬰室等母嬰渠道。

產品方面，*newpage* 一頁根據季節場景、洞悉用戶需求新推出「嬰童夏季安心霜」及「嬰童舒緩特護防曬乳」，為更多敏感肌寶寶提供專業皮膚護理方案。「嬰童安心霜」、「嬰童夏季安心霜」等產品多次位列天貓寶寶面霜熱銷榜一，抖音商城嬰童面霜人氣榜第一。

於2024年上半年，*newpage* 一頁的嬰童安心霜榮獲母嬰行業觀察主辦的「第九屆未來母嬰大會暨櫻桃大賞年度盛典」上頒佈的「年度嬰童功效護膚爆款產品大獎」。此外，在人民日報社舉辦的2024綠色消費高質量發展論壇上，*newpage* 一頁榮獲「綠色消費品牌高品質發展創新案例」獎項。

newpage 一頁於2024年上半年產生的收入為人民幣161.2百萬元，較2023年上半年增加173.2%，佔2024年上半年總收入的4.6%。

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，我們正在籌備推出與科學家山田耕作合作研發的高端抗衰護膚品牌TAZU。

於2024年上半年，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 PAGE 一页	KYOCA 2032 ◆
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2024年上半年及2023年上半年，我們分別產生研發開支人民幣78.3百萬元及人民幣54.4百萬元，同比增長43.9%，分別佔我們收入的2.2%及3.4%。

成分

於2024年上半年，我們完成了「環六肽-9」的原料備案，並獲得了三項發明專利授權，提供了「環六肽-9」在合成工藝以及化妝品其他方面的應用。

專利

於2024年上半年，我們新申請24項專利，其中發明專利申請8項；新獲授權11項專利，其中發明專利5項。

文章

2024年上半年，我們共發表了三篇文章，俱為驗證青蒿AN+在抗炎舒緩方面的效果。我們分別聯合重慶中醫院及自主在皮膚性病診療學雜誌發表了《含青蒿揮發油的護膚品在敏感性皮膚人群中的效果及安全性》及《青蒿油對小鼠痤瘡的療效和機制研究》兩篇文章。此外，我們聯合Signum Biosciences在英文刊物Archives of Microbiology and Immunology發表文章Novel anti-inflammatory Artemisia Naphta oil Extract Efficacious in In Vivo Mouse Models of Atopic Dermatitis and Psoriasis，探究青蒿油對痤瘡皮膚的功效及其可能的作用機制，為開發新的痤瘡治療方案提供了科學依據和新思路。

獎項

於2024年上半年，目前應用在紅蠻腰系列產品的「環六肽-9」獲得了CBE中國美容博覽會頒發的「2024CBE美伊科技創芯原料獎」。「安敏優青蒿油AN+」獲得C2CC傳媒頒發的新妝大賞「2023年度創新成分」獎項。此外，應用於newpage一頁品牌產品的Omega-Pro (蛋黃油組合物) 榮獲ICIC 2024國際化妝品創新大會頒發的「科技創新關注原料獎」。

僱員及薪酬政策

截止2024年6月30日，我們有2,151名全職僱員，其中2,083名全職僱員居於中國，而68名全職僱員居於海外。2024年上半年的總薪酬成本為人民幣271.7百萬元，而2023年上半年為人民幣238.4百萬元，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2024年上半年的資本開支為人民幣121.1百萬元，主要與新物業、廠房及設備項目人民幣120.6百萬元及其他無形資產人民幣0.5百萬元有關。

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2024年6月30日，本集團的使用權資產為人民幣128.2百萬元（於2023年12月31日為人民幣131.2百萬元）及其租賃負債為人民幣61.6百萬元（於2023年12月31日為人民幣65.6百萬元）。於2024年上半年，使用權資產折舊開支為人民幣17.6百萬元，而租賃負債的利息開支為人民幣1.6百萬元。

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，招聘具有國際視野的人才，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2023年上半年的人民幣1,586.8百萬元增加120.7%至2024年上半年的人民幣3,502.4百萬元。

按品牌劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
	(未經審核)		(未經審核)	
韓束	2,926.5	83.6	1,028.0	64.8
一葉子	125.1	3.5	203.6	12.8
紅色小象	174.1	5.0	189.1	11.9
newpage一頁	161.2	4.6	59.0	3.7
其他品牌 ^(附註)	115.5	3.3	107.1	6.8
總計	<u>3,502.4</u>	<u>100.0</u>	<u>1,586.8</u>	<u>100.0</u>

附註：其他品牌主要包括安敏優、安彌兒、極方等。

韓束應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣1,028.0百萬元增加184.7%至2024年上半年的人民幣2,926.5百萬元，主要是由於韓束品牌的整體升級，以及紅蠻腰系列及白蠻腰系列在抖音、天貓等電商平台上自營收入增加。

一葉子應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣203.6百萬元減少38.6%至2024年上半年的人民幣125.1百萬元，主要是由於我們現正將一葉子轉型調整所致。

紅色小象應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣189.1百萬元減少7.9%至2024年上半年的人民幣174.1百萬元，主要是由於品牌轉型調整初見成效，跌幅收窄。

*newpage*一頁應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣59.0百萬元增加173.2%至2024年上半年的人民幣161.2百萬元，主要是由於*newpage*一頁明星單品帶動品牌整體銷量高速增長。

按銷售渠道劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
	(未經審核)		(未經審核)	
線上渠道	3,171.5	90.6	1,291.2	81.4
線上自營	2,745.2	78.4	983.8	62.0
線上零售商	290.6	8.3	139.6	8.8
線上分銷商	135.7	3.9	167.8	10.6
線下渠道	300.8	8.6	268.5	16.9
線下零售商	164.4	4.7	192.2	12.1
線下分銷商	136.4	3.9	76.3	4.8
其他	30.1	0.8	27.1	1.7
總計	<u>3,502.4</u>	<u>100.0</u>	<u>1,586.8</u>	<u>100.0</u>

線上自營銷售應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣983.8百萬元增加179.0%至2024年上半年的人民幣2,745.2百萬元，主要是由於*抖音*、*天貓*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2023年上半年的人民幣139.6百萬元增加108.2%至2024年上半年的人民幣290.6百萬元，主要是由於*韓束*在*京東*等線上零售商帶來的收入增加。

線上分銷商銷售應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣167.8百萬元減少19.1%至2024年上半年的人民幣135.7百萬元，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2023年上半年的人民幣192.2百萬元減少14.5%至2024年上半年的人民幣164.4百萬元，主要是由於消費習慣的改變。

線下分銷商銷售應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣76.3百萬元增加78.8%至2024年上半年的人民幣136.4百萬元，主要是由於與線下分銷商的合作加強並拓展線下市場。

按類別劃分的收入

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	收入		收入	
	金額	佔比(%)	金額	佔比(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
	(未經審核)		(未經審核)	
護膚	3,108.3	88.8	1,282.9	80.9
母嬰護理	337.3	9.6	259.0	16.3
其他	56.8	1.6	44.9	2.8
總計	3,502.4	100.0	1,586.8	100.0

護膚應佔本集團的收入由2023年上半年的人民幣1,282.9百萬元增加142.3%至2024年上半年的人民幣3,108.3百萬元，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2023年上半年的人民幣259.0百萬元增加30.2%至2024年上半年的人民幣337.3百萬元，主要是由於*newpage*一頁產生的收入增加所致。

毛利及毛利率

本集團的毛利由2023年上半年的人民幣1,095.5百萬元增加144.6%至2024年上半年的人民幣2,679.9百萬元。我們於2024年上半年及2023年上半年的毛利率分別為76.5%及69.0%，主要由於DTC佔比進一步提升。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2023年上半年的人民幣67.1百萬元減少41.6%至2024年上半年的人民幣39.2百萬元，主要是由於外匯收益減少及按公平值計入損益的金融資產產生收益減少。

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2023年上半年的53.6%提高至2024年上半年的57.6%。銷售及分銷開支由2023年上半年的人民幣850.6百萬元增加137.1%至2024年上半年的人民幣2,016.6百萬元。

其中，營銷及推廣開支由2023年上半年的人民幣629.7百萬元增加169.2%至2024年上半年的人民幣1,694.9百萬元，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。與銷售及分銷工作有關的僱員福利開支由2023年上半年的人民幣145.4百萬元增加18.0%至2024年上半年的人民幣171.5百萬元。2024年上半年的其他主要開支包括綜合倉儲和運輸開支人民幣130.8百萬元、差旅及招待開支人民幣12.5百萬元及其他人民幣6.9百萬元。

行政開支

本集團的行政開支由2023年上半年的人民幣111.9百萬元增加1.7%至2024年上半年的人民幣113.8百萬元。2024年上半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47.0百萬元、專業及諮詢費人民幣7.9百萬元、折舊及攤銷開支人民幣24.3百萬元、辦公及能耗開支人民幣22.5百萬元及其他人民幣12.0百萬元。

研發成本

本集團的研發成本由2023年上半年的人民幣54.4百萬元增加43.9%至2024年上半年的人民幣78.3百萬元，主要是由於研發活動增加。

金融資產減值虧損淨額

本集團的金融資產減值虧損淨額由2023年上半年的撥回人民幣14.7百萬元轉為2024年上半年的虧損人民幣5.0百萬元，主要是由於貿易應收賬款壞賬準備增加。

其他開支

本集團的其他開支由2023年上半年的人民幣21.5百萬元增加43.3%至2024年上半年的人民幣30.8百萬元，主要是由於按公平值計入損益的金融資產公平值減少。

財務成本

本集團的財務成本由2023年上半年的人民幣11.7百萬元減少72.6%至2024年上半年的人民幣3.2百萬元，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2023年上半年的人民幣23.5百萬元增加至2024年上半年的人民幣56.1百萬元。

上半年內利潤

綜上所述，我們於2024年上半年及2023年上半年的期內利潤分別為人民幣412.4百萬元及人民幣100.9百萬元。

流動資金及資本資源

於2024年上半年，本集團經營活動所得現金約為人民幣217.3百萬元，而2023年上半年為人民幣171.6百萬元。截至2024年6月30日，本集團有現金及現金等價物約人民幣569.4百萬元及外部銀行借款約人民幣60.0百萬元，而於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。

資產負債方面，於2024年上半年及2023年上半年，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38.7%及38.4%。於2024年6月30日及2023年6月30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1.8倍及1.8倍。於2024年上半年及2023年上半年，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5.7%及18.9%。於2024年6月30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2024年6月30日，本集團的計息銀行及其他借款為人民幣60.0百萬元，包括按實際年利率2.35%至3.05%計息的銀行貸款(即期)人民幣60.0百萬元。本集團的計息銀行及其他借款由2023年12月31日的人人民幣100.0百萬元減少40.0%至2024年6月30日的人人民幣60.0百萬元，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2024年6月30日，本集團並無任何有抵押銀行借款(於2023年12月31日為賬面淨值約人民幣8.1百萬元投資物業作抵押)。

於2024年6月30日，本集團的信用證保證金及銀行保證金金額為零(於2023年12月31日為零)。

重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

截至2024年6月30日，本集團並無任何重大投資。本集團於報告期內並無任何重大投資、重大收購或出售附屬公司、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以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及日圓、港元、新加坡元和美元。本集團有部分現金及銀行存款以日圓、港元、新加坡元和美元計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。於2024年上半年，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2024年6月30日止六個月之綜合中期業績連同截至2023年6月30日止六個月的比較數字如下：

中期簡明綜合損益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
收入	4	3,502,399	1,586,826
銷售成本		(822,520)	(491,341)
毛利		2,679,879	1,095,485
其他收入及收益		39,186	67,132
銷售及分銷開支		(2,016,569)	(850,582)
行政開支		(113,759)	(111,937)
研發成本		(78,324)	(54,391)
金融資產減值虧損淨額		(4,986)	14,742
其他開支		(30,759)	(21,487)
財務成本	6	(3,156)	(11,660)
應佔以下各方的利潤及虧損：			
合營企業		(2,243)	—
聯營公司		(757)	(2,883)
除稅前利潤	5	468,512	124,419
所得稅開支	7	(56,087)	(23,481)
期內利潤		412,425	100,938
以下各方應佔：			
母公司擁有人		401,199	100,965
非控股權益		11,226	(27)
		412,425	100,938
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄			
一期內利潤	9	人民幣1.01元	人民幣0.25元

中期簡明綜合全面收益表
截至2024年6月30日止六個月

	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
期內利潤	<u>412,425</u>	<u>100,938</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>(10,299)</u>	<u>(3,999)</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>(10,299)</u>	<u>(3,999)</u>
期內全面收入總額	<u>402,126</u>	<u>96,939</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	390,900	96,966
非控股權益	<u>11,226</u>	<u>(27)</u>
	<u>402,126</u>	<u>96,939</u>

中期簡明綜合財務狀況表

2024年6月30日

	附註	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		597,589	594,412
投資物業		7,455	8,065
預付款項、其他應收款項及其他資產		85,034	18,950
使用權資產		128,183	131,171
其他無形資產		15,098	16,860
於合營企業的投資		3,504	2,698
於聯營公司的投資		97,131	64,184
按公平值計入損益的金融資產		-	101,230
遞延稅項資產		143,745	112,941
		<u>1,077,739</u>	<u>1,050,511</u>
非流動資產總值			
		<u>1,077,739</u>	<u>1,050,511</u>
流動資產			
存貨	10	636,679	510,757
貿易應收款項及應收票據	11	318,926	321,246
預付款項、其他應收款項及其他資產		575,867	331,812
按公平值計入損益的金融資產		288,377	216,812
現金及現金等價物		569,386	697,689
		<u>2,389,235</u>	<u>2,078,316</u>
流動資產總值			
		<u>2,389,235</u>	<u>2,078,316</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	584,593	518,613
其他應付款項及應計費用		480,279	266,824
計息銀行及其他借款		60,003	100,008
租賃負債		37,257	29,763
應付稅項		143,471	136,198
		<u>1,305,603</u>	<u>1,051,406</u>
流動負債總額			
		<u>1,305,603</u>	<u>1,051,406</u>
流動資產淨值			
		<u>1,083,632</u>	<u>1,026,910</u>
總資產減流動負債			
		<u>2,161,371</u>	<u>2,077,421</u>

中期簡明綜合財務狀況表 (續)

2024年6月30日

	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	24,380	35,803
其他應付款項	11,454	12,391
	<u>35,834</u>	<u>48,194</u>
非流動負債總額	35,834	48,194
資產淨值	2,125,537	2,029,227
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	398,001	397,958
儲備	1,707,271	1,611,078
	<u>2,105,272</u>	<u>2,009,036</u>
非控股權益	20,265	20,191
權益總額	2,125,537	2,029,227

中期簡明綜合財務資料附註

1. 公司資料

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24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。

於期內，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

截至2024年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料已根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。中期簡明綜合財務資料不包括年度財務報表所需的所有資料及披露，應與本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 經營分部資料

地區資料

來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
中國內地	3,497,958	1,577,169
其他國家／地區	4,441	9,657
總收入	<u>3,502,399</u>	<u>1,586,826</u>

上述收入資料乃基於客戶所在地。

4. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
客戶合約收入		
銷售貨品	3,498,509	1,583,196
運輸服務	3,890	3,630
總計	<u>3,502,399</u>	<u>1,586,826</u>

分拆收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
貨品或服務類型		
銷售貨品	3,498,509	1,583,196
運輸服務	3,890	3,630
總計	<u>3,502,399</u>	<u>1,586,826</u>

收入確認時間

於某個時間點轉讓的貨品	3,498,509	1,583,196
隨時間推移轉讓的服務	3,890	3,630
總計	<u>3,502,399</u>	<u>1,586,826</u>

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：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
已售存貨成本	822,046	491,341
物業、廠房及設備折舊	34,266	32,358
使用權資產折舊	17,626	14,253
無形資產攤銷	1,381	1,355
工資及薪金	199,320	179,764
退休金計劃供款、社會福利及其他福利	52,923	45,086
以股份為基礎的酬金開支	5,817	3,971
外匯差額	(2,795)	(14,543)
營銷及推廣開支	1,694,868	630,208
存貨減值及報廢	18,906	17,360
利息開支	3,156	11,660
金融資產減值／(減值撥回)淨額	4,986	(14,742)
出售物業、廠房及設備項目的(收益)／虧損	(570)	60
按公平值計入損益的金融資產公平值虧損／(收益)淨額	10,089	(16,425)
出售按公平值計入損益的金融資產所得收益	(5,581)	—

6. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣千元 (未經審核)	2023年 人民幣千元 (未經審核)
銀行及其他借款利息	1,509	9,505
租賃負債利息	1,647	2,155
總計	3,156	11,660

10. 存貨

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
原材料	145,206	116,030
在製品	16,908	16,664
製成品	474,565	378,063
總計	<u>636,679</u>	<u>510,757</u>

11. 貿易應收款項及應收票據

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	332,453	329,453
應收票據	3,144	3,798
減值	(16,671)	(12,005)
貿易應收款項及應收票據淨額	<u>318,926</u>	<u>321,246</u>

於報告期末，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：

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
1年內	305,222	309,517
1年以上	13,704	11,729
總計	<u>318,926</u>	<u>321,246</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：

	2024年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2023年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
1年內	584,303	517,731
1年以上	290	882
總計	<u>584,593</u>	<u>518,613</u>

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司認識到良好的企業管治是提升本公司管理、保護本公司股東（「股東」）整體利益的重中之重。2024年上半年，本公司已採納基於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」）的原則及守則條文的企業管治常規作為其本身的企業管治常規。

董事會認為本公司於2024年上半年已經遵守企業管治守則的所有適用條文，惟下述守則條文第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，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首席執行官的角色應有區分，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，並使本集團能夠實現更有效及更高效的整體策略規劃。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，並考慮適時採取適當舉措。

遵守標準守則

2024年上半年，本公司已採納上市規則附錄C3所載標準守則（「標準守則」）作為董事、本公司監事（「監事」）及（因自身職務或工作）可能掌握本集團或本公司證券的內幕消息的本集團僱員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2024年上半年一直遵守標準守則。

於2024年上半年，本公司並無發現僱員違反標準守則的事件。

購入、出售或贖回上市證券

於2024年上半年，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（包括出售庫存股份）。截至2024年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份。

重大訴訟

本公司於2024年上半年並無涉及任何重大訴訟或仲裁。董事亦不知悉於2024年上半年本集團有任何待決或面臨威脅的重大訴訟或申索。

全球發售股份所得款項用途

本公司H股（「股份」）於2022年12月22日（「上市日期」）在聯交所（「聯交所」）主板上市，每股為25.20港元。本公司自全球發售H股股份（「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2024年6月30日，本公司對於全球發售所得款項用途的使用情況：

	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2023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2024年 6月30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	204.1	163.9	40.2	截至2026年12月31日
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	76.8	76.8	0.0	悉數動用
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	158.4	70.5	87.9	截至2026年12月31日 ⁽²⁾
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	0.0	0.0	悉數動用
改善我們的數字化及信息基礎設施	8.0%	69.2	63.3	7.2	56.1	截至2026年12月31日 ⁽²⁾
營運資金及其他一般企業用途	9.9%	85.1	0.0	0.0	0.0	悉數動用
總計	100%	859.7	502.5	318.4	184.2	

附註：

- (1) 所得款項總淨額約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) 經計及我們的經營及財務狀況，悉數動用餘下所得款項淨額的預計使用時間將由2024年12月31日更新至2026年12月31日。
- (3) 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。

本集團已動用部分自全球發售股份所得款項淨額，並將根據本公司日期為2022年12月12日的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。

重大投資及資本資產的未來計劃

除本公告上文「全球發售所得款項用途」一節所披露者外，於本公告日期，本集團並無重大投資及資本資產的計劃。

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、羅妍女士及李洋先生。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2024年上半年的未經審核綜合中期業績。審計委員會認為，本集團2024年上半年的未經審核綜合中期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內部審計的工作情況及財務報告事宜。

H股全流通完成

本公司已於2024年4月18日收到中國證券監督管理委員會（「**中國證監會**」）就將本公司8,861,580股未上市股份轉為H股並將該等H股在聯交所上市（「**轉換及上市**」）出具的備案通知書，並於2024年4月30日獲聯交所授出上市批准。於2024年5月23日，本公司8,861,580股未上市股份完成轉為H股，而該等轉換H股已於2024年5月24日開始於聯交所上市。有關轉換及上市的詳情，請參閱本公司日期為2024年2月23日、2024年4月23日、2024年4月30日及2024年5月23日的公告。

2024年上半年後事項

於2024年6月30日後及直至本公告日期，並無發生任何其他重大事宜。

股息

董事會已於2024年8月22日決議建議向股東派付2024年上半年的中期股息每股人民幣0.75元。上述中期股息的派付仍須待股東在將於2024年9月30日(星期一)舉行的本公司臨時股東會(「**2024年第一次臨時股東會**」)上批准後方可作實，並將於2024年11月19日(星期二)或前後派付予於2024年10月9日(星期三)名列本公司股東名冊的股東。

建議修訂公司章程

2024年8月22日，根據新修訂的《公司法》(自2024年7月1日起生效)，並結合本公司實際情況，董事會建議對公司章程(「**公司章程**」)、股東會議事規則及董事會議事規則作出若干修訂，本公司監事會(「**監事會**」)建議對監事會議事規則作出若干修訂(「**建議修訂**」)。

建議修訂須待股東於2024年第一次臨時股東會上以特別決議案批准。一份載有(其中包括)建議修訂詳情及2024年第一次臨時股東會通告的通函，將由本公司適時寄發予股東，並於聯交所及本公司網站刊登。

調整獨立非執行董事的薪酬

於2024年5月30日，本公司的2023年股東週年大會上審議批准2024年度董事薪酬方案。根據該決議案，獨立非執行董事每年從本公司領取稅前津貼人民幣150,000元。經考慮獨立非執行董事對本集團企業管治及發展作出的貢獻、本集團當前的業務發展以及其他H股公司以及同行董事的薪酬水平，董事會建議將津貼調整為每名獨立非執行董事每年領取稅前津貼人民幣200,000元。

上述對獨立非執行董事薪酬的調整已獲董事會薪酬與考核委員會(「**薪酬與考核委員會**」)審議並於2024年8月22日獲董事會批准，但仍需待股東於2024年第一次臨時股東會上以普通決議案批准後，方可作實。

變更職工代表監事

第二屆監事會職工代表監事變更為楊敏女士，彼於2024年8月21日經本公司職工代表大會選舉產生，任期自2024年8月21日起至第二屆監事會任期屆滿之日止，毋須經股東批准。

楊敏女士的履歷詳情載列如下。

楊敏女士，40歲，職工代表監事。楊女士曾於上海紅星美凱龍億家裝飾工程有限公司擔任財務部長；及於上海分尚網絡科技有限公司擔任財務及會計總監。楊女士於2018年7月加入本集團，現任財務部總監，負責本集團財務管理體系建設及業務分析。

楊敏女士於2008年6月獲得中國湖北經濟學院會計學學士學位，並於2023年6月獲得中國上海財經大學工商管理碩士學位。

楊敏女士的任期自2024年8月21日起至第二屆監事會任期屆滿之日止。本公司已與楊女士訂立服務合約。楊女士的薪酬將根據其於本公司的職位及本公司的薪酬管理政策釐定，且不會因擔任監事獲得額外薪酬。

於本公告日期，楊敏女士持有26,997股H股並持有上海南印投資有限公司0.12%的股權。

於本公告日期，除上文所披露者外，楊敏女士(i)於過去三年並無於其證券於香港或海外任何證券市場上市的任何公眾公司擔任任何董事職務或任何其他主要職位；(ii)與本公司任何董事、監事、高級管理層或主要股東或控股股東(定義見上市規則)概無任何關係；及(iii)並無於股份中擁有證券及期貨條例第XV部所界定的任何權益。

除上文所披露者外，概無根據上市規則第13.51(2)條須予披露的其他資料，亦無任何有關楊敏女士選舉的事宜須提請股東垂注。

暫停辦理股份過戶登記

確定有權出席2024年第一次臨時股東會並於會上投票的權利

為確定有權出席2024年第一次臨時股東會並於會上投票的股東的權利，本公司將於2024年9月25日（星期三）至2024年9月30日（星期一）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續。於2024年9月30日（星期一）名列本公司股東名冊的股東將有權出席2024年第一次臨時股東會並於會上投票。

為符合資格出席2024年第一次臨時股東會並於會上投票，所有過戶表格連同相關股票須於2024年9月24日（星期二）下午四時三十分前交送本公司的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（就H股股東而言）。

確定獲派建議中期股息之資格

為確定股東獲派建議中期股息之資格，本公司將於2024年10月7日（星期一）至2024年10月9日（星期三）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續。於2024年10月9日（星期三）名列本公司股東名冊的股東將有權獲派中期股息。為合資格獲取中期股息，所有過戶表格連同相關股票須於2024年10月4日（星期五）下午四時三十分前交送本公司的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（就H股股東而言）。

刊登中期業績及中期報告

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2024年上半年的中期報告將適時寄發予股東，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8月22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、羅妍女士及李洋先生。