

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。

MAOGEPING

BEAUTY

MAO GEPING COSMETICS CO., LTD.

毛戈平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：1318)

截至2025年12月31日止年度之業績公告

毛戈平化妝品股份有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2025年12月31日止年度之經審計業績。本公告列載本公司2025年年度報告全文，並符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則中有關年度業績初步公告附載的資料之要求。

本公司審計委員會已審閱本集團截至2025年12月31日止之年度業績。

刊登年度業績公告及年度報告

本業績公告將分別在香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.maogeping.com)上刊發。本公司將於適當時候在上述網站刊載2025年年度報告。

承董事會命

毛戈平化妝品股份有限公司

董事長兼執行董事

毛戈平

香港

2026年3月26日

截至本公告日期，本公司董事會包括：(i)執行董事毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹侄女士；及(ii)獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。

MAOGEPING

BEAUTY

毛戈平化妝品股份有限公司
Mao Geping Cosmetics Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

股份代號: 1318



2025 年度報告

目錄

公司資料	2
五年財務概要	4
董事長致辭	5
管理層討論及分析	7
董事及高級管理層	43
董事會報告	53
企業管治報告	79
環境、社會及管治報告	98
獨立核數師報告	165
綜合損益及其他全面收益表	171
綜合財務狀況表	173
綜合權益變動表	175
綜合現金流量表	177
財務報表附註	180
釋義	265

董事會

執行董事

毛戈平先生(董事長)
汪立群女士
毛霓萍女士
毛慧萍女士
汪立華先生
宋虹佺女士

獨立非執行董事

顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生

審計委員會

顧炯先生(主席)
黃輝先生
李海龍先生

提名委員會

毛戈平先生
毛霓萍女士
顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生(主席)

薪酬委員會

毛戈平先生
毛慧萍女士
顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生(主席)

聯席公司秘書

董樂勤先生
張瀟女士(香港公司治理公會及
英國特許公司治理公會會員)

核數師

安永會計師事務所
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師
香港
鰂魚涌
英皇道979號
太古坊一座27樓

授權代表

毛霓萍女士
張瀟女士

主要往來銀行

中國民生銀行杭州錢塘支行
中國
浙江省杭州市
上城區
建國南路280-1號

公司資料

註冊辦事處

中國
浙江省杭州市上城區
萬銀大廈1001室

中國總辦事處及主要營業地址

中國
浙江省杭州市
上城區
萬銀大廈1001室

香港主要營業地點

香港
灣仔
皇后大道東248號
大新金融中心40樓

H股證券登記處

香港中央證券登記有限公司
香港灣仔
皇后大道東183號
合和中心17樓1712-1716號舖

香港法律顧問

年利達律師事務所
香港
中環
遮打道
歷山大廈11樓

境內法律顧問

競天公誠律師事務所
中國
北京市
建國路77號
華貿中心
3號寫字樓34層

合規顧問

泓博資本有限公司
香港
中環
德輔道中71號
永安集團大廈
7樓710號辦公室

投資者關係聯絡

電話：+86-571-8792 6998
郵箱：ir@maogeping.com

公司網址

www.maogeping.com

股份代號

01318

五年財務概要

	截至12月31日止年度				
	2025年	2024年	2023年	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	5,050,455	3,884,694	2,885,964	1,829,112	1,577,347
銷售成本	(796,770)	(607,176)	(437,719)	(295,834)	(261,341)
毛利	4,253,685	3,277,518	2,448,245	1,533,278	1,316,006
除稅前利潤	1,607,151	1,176,751	887,864	466,987	443,885
年內利潤	1,205,440	881,329	663,470	352,095	330,943
年內全面收益總額	1,204,577	881,329	663,470	352,095	330,943
股息	352,935	1,000,000	250,000	–	40,000
每股盈利(人民幣元)	2.46	2.18	3.31	1.76	1.66
每股股息(人民幣元)	0.72	2.47	1.25	–	0.20

	於12月31日				
	2025年	2024年	2023年	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產總值	5,532,985	4,473,469	2,094,568	1,555,910	1,130,944
負債總額	863,061	969,946	546,582	421,394	348,523
資產淨值	4,669,924	3,503,523	1,547,986	1,134,516	782,421
權益回報率(%)	29.5%	34.9%	49.5%	36.7%	52.0%
總資產回報率(%)	24.1%	26.8%	36.3%	26.2%	35.9%

董事長致辭

尊敬的各位股東，

本人謹代表毛戈平化妝品股份有限公司董事會向各位股東提呈本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度之報告。

作為中國領先的高端美妝集團，我們堅持將傳統的東方審美理念用現代化的藝術表現手法融入到我們的產品開發和消費者服務當中，創始人及團隊獨特的審美理念、國際領先的品控能力、以及在中高端百貨市場佈局形成了我們差異化競爭優勢，我們將理念、技法、產品三大維度的美學表達，深度融入研發、教學、生產、銷售、服務的每一個環節，通過全鏈路的匠心雕琢，完整呈現可被感知的美學價值。

二零二五年，承襲彩妝與護膚領域的豐碩積澱，我們欣然開啟香氛美學的新章，全新推出「國韻凝香」與「聞道東方」高端香水系列，以東西方文化交融為脈絡，在產品設計上深入借鑒文化元素，在意境營造上，從東方哲思中汲取靈光，將文化底蘊凝練於方寸之間，用當代的手法詮釋傳統美學，使香氣成為可感知的東方藝術載體，為消費者提供東方造境美學體驗，具象化表達東方美學與哲學思考。我們還與中國國家地理雜誌聯名推出大地眼影系列，將東方大地的自然色彩轉化為東方面龐的神采流轉，將腳下土地的溫度與節奏，藏入東方女性的審美表達之中。我們的聯名系列通過文化融合創新及IP聯名，傳遞品牌的文化內涵與價值主張，豐富品牌調性，塑造品牌形象。

對品牌而言，文化並非被陳列與複述的對象，而是一種持續發生、不斷被當代生活所重新理解的美和智慧。品牌對文化的理解，不止於傳承其形式，更在於延續其精神，並使之在今天依然具有生命力。在2025年一帶一路國際日，我們發佈了「美承東方」第三回《荒野之花》品牌文化實踐項目，以西漢時期劉解憂和馮嫫西域和親的歷史故事為啟發，將東方文化中關於時間、定力與內在力量的思考，轉化為當代觀眾可理解、可共鳴的內容表達，並使之成為品牌的價值主張與世界觀，從而進一步夯實品牌的文化厚度與審美高度，持續抬升品牌的精神壁壘。

我們不遺餘力地開拓高端百貨渠道，於報告期內新入駐了北京SKP、杭州大廈、杭州萬象城、重慶星光68百貨、香港海港城等高端百貨商場，其中，香港海港城專櫃是我們在香港開設的首個品牌形象專櫃，也是品牌國際化進程中的關鍵一步。此外，我們還在杭州的時尚地標湖濱步行街開設了首家品牌形象旗艦店，通過杭州宋韻文化與新科技的融合，為消費者構築嶄新的體驗空間。截至二零二五年十二月三十一日，我們在全國131個城市擁有445個品牌

專櫃，同時我們的專櫃配備了超過3,300名專業美妝顧問，通過線下專櫃及美妝顧問與我們的用戶保持著零距離的接觸，為用戶提供極致的美妝體驗。在產品種類方面，我們也在不斷豐富和拓展我們的產品矩陣，截至二零二五年十二月三十一日，我們的產品組合包括涵蓋彩妝、護膚、香氛三個類別的469個單品。

我們的化妝技能培訓業務在報告期內持續擴張，於二零二五年十月，毛戈平美妝教育第十所校區在中國廣州正式開業，並先後升級重慶、成都、杭州分校校區環境和教學設施設備，我們在培訓項目上還進一步拓展了職場、生活領域的妝容培訓服務，重點打造雙內核服務體系，幫助學員實現從專業技能到職業發展的跨越。憑藉專業系統的教育理念、多元化的課程內容設置，我們的化妝藝術培訓機構每年都吸引數千名熱愛化妝藝術的人群參與我們的美妝教育培訓，於報告期內，我們的十所學校共招收學員6,591人。

我們還十分注重公益事業和產教融合發展，香港大埔宏福苑火災事故發生後，我們迅速向大埔宏福苑援助基金捐贈人民幣500萬元，為受災人士提供緊急支援，除此之外，毛戈平教育公益基金於報告期內向阿克蘇職業技術學院捐贈500萬元，成立毛戈平美妝教育交流中心，毛戈平美妝教育與浙江藝術職業學院共同組建了毛戈平產業學院，在實現產教融合，創新美妝藝術人才培養模式的路徑上邁出新的一步。

基於以上努力，我們的業績實現了喜人的增長，我們的總收入從2024年的人民幣3,884.7百萬元增至2025年的人民幣5,050.5百萬元，增長30.0%。我們的淨利潤從2024年的人民幣881.3百萬元增至2025年的人民幣1,205.4百萬元，增長了36.8%。憑藉良好的銷售表現，我們不斷鞏固我們在高端美妝行業的市場領導地位和品牌資產。

最後，本人謹代表本集團及董事會感謝所有用戶一直以來對公司的支持和對品牌的喜愛，同時亦感謝各位合作夥伴、投資者及股東的信任，並對一直以來在崗位上默默奉獻的員工致以衷心感謝。未來，我們將進一步優化人才引進與激勵機制，吸引更多的國際化人才加入到我們的美妝事業中來，繼續加強產品研發和渠道建設，豐富品牌和品類矩陣，不斷強化品牌的產品力、技術力、服務力，提升品牌的全球知名度和美譽度，打造一個源於中國的國際高端美妝集團，以穩健可持續的經營業績回報股東及廣大投資者。

管理層討論及分析

行業概覽

化妝品可分為五類：護膚品、個人護理產品、彩妝、香水及其他。美妝產品是指能夠提升皮膚狀態並突出或改變面部或身體外觀的化妝品，主要包括護膚品及彩妝產品。

高端化妝品品牌是通過提供具有感知價值的產品和服務來滿足消費者對尊貴的、高質量的及獨特性的需求。高端品牌的價格區間通常高於行業平均水平至少50%，且他們的產品會被有選擇地在部分銷售渠道銷售，通常在高端百貨商店售賣。這些高端品牌具有突出的品牌形象，注重獨特性、美學審美及生活方式。大多數領先的高端美妝品牌由名人或藝術家創立，並使用他們的名字作為品牌名稱。大眾市場品牌通常致力於提供價格親民且具備高性價比的產品。大眾市場品牌通常要求價格實惠。大眾市場品牌往往有更廣泛的經銷渠道。根據歐睿國際¹的資料，按零售額計算，中國高端美妝個護的市場規模由2020年的人民幣1,795.4億元快速增長至2025年的人民幣2,073.4億元，複合年增長率為2.9%，預計將以4.0%的複合年增長率進一步增長至2030年的人民幣2,527.0億元。

中國的美妝產品通過線上和線下渠道銷售，線下渠道主要包括百貨商店部分、化妝品專賣店部分、超市部分及其他線下渠道。其他線下渠道主要包括藥店及免稅店。線下渠道的百貨商店部分指在商店的不同區域提供廣泛的中高端消費品的零售機構，是線下渠道的重要組成部分。百貨商店部分不僅能滿足消費的購物需求，亦能通過精緻的空間展示和專業的諮詢服務，為顧客提供超值的消費體驗，傳播品牌理念。美妝品牌線下渠道積累的影響力，可以進一步賦能線上銷售。線上渠道主要包括綜合電商平台、新興電商平台及其他線上渠道。綜合電商平台的代表性例子有天貓和京東商城，新興電商平台的代表性例子有抖音和快手。其他線上渠道主要包括品牌方官網、跨境電商平台等。

¹ 歐睿國際是一家擁有50多年歷史的全球性調研機構，目前已成為全球領先的戰略市場信息提供商。依托自身位於全球各市場的分析師團隊，歐睿提供30個行業、100個國家長達15年的歷史數據和未來5年的市場規模數據、公司和品牌份額，以及各市場不同渠道的表現及各品類前沿趨勢，確保了其研究在全球範圍內的權威性。

² 資料來自歐睿信息諮詢(上海)有限公司，美妝及個人護理2026版本資料(於2026年3月匯出的預發佈數據)，以2025年終端零售額數據計算，品牌數據以全球品牌名(GBN)統計，未來預測增速含通脹因素。

³ 高端美妝個護市場是高端彩妝、香水、止汗香體產品、護膚品、防曬品、嬰兒及兒童專用產品、沐浴產品和洗髮護髮產品的集合。大眾市場與高端市場的區別通常在於價格、品牌定位及銷售通路。

根據中國香料香精化妝品工業協會發佈的2025年度中國化妝品產業的關鍵數據，2025年中國化妝品行業全渠道交易額達11,042.45億元，同比增長2.83%，其中國貨品牌市場份額從2024年的55.20%進一步提升至2025年的57.37%。分渠道來看，線上渠道交易額7,217.73億元，佔比65.36%，同比增長4.45%；線下渠道交易額3,824.72億元，佔比34.64%，同比基本持平。從品牌表現來看，億元及以上規模品牌數量從2024年的819個增至2025年的839個，2025年排名前500的品牌中，超60%保持正增長；而500強之外的品牌中，僅有約25.96%能維持正增長；全年淘汰品牌數量2.69萬個，新進品牌數量1.71萬個。新原料備案／註冊數量從2021年的6個增至2025年的169個，5年增長27倍。

從上述數據可以看出，在全球經濟格局深度調整的背景下，中國化妝品市場依然展現出強勁的發展韌性，國貨品牌競爭優勢持續增強。從渠道格局來看，隨著《直播電商監督管理辦法》《網絡直播營銷管理辦法》等一系列線上相關監管法規的完善，線上線下公平競爭生態逐步形成，線上線下渠道開始走向融合發展新格局。從品牌結構來看，市場延續了高端化、集中化的發展趨勢，資源向頭部品牌聚集，尾部品牌加速出清，品牌質量穩步提升。同時，設計創新和原料創新不斷湧現，賦予化妝品更加豐富的文化屬性和差異化的產品功效，持續滿足並激發消費者的多元化需求，化妝品行業正在邁向高質量發展的新階段。

化妝藝術培訓指為課程參與者學習化妝知識和技能而開設的教育課程，有關培訓旨在幫助課程參與者在美妝行業或其他相關行業工作，如美妝顧問、造型設計師。根據弗若斯特沙利文的資料，隨著彩妝消費市場的擴大，彩妝受眾持續增長，人們日常生活中對美妝服務的需求日益增加。這將加速化妝藝術行業的增長，提振對美妝專業人士的需求。尤其是隨著彩妝產品種類的增多，打造高質感妝容所需的專業技術門檻正不斷提高。預計行業將整合，市場規模保持較快增長。

管理層討論及分析

業務回顧

主要業務

我們致力於為消費者提供全面的美妝體驗，包括優質的美妝產品、專業的化妝藝術培訓以及沉浸式及個性化的客戶服務。

美妝品牌及產品

基於我們創始人的美學理念，我們創造了一系列融合光影美學和東方美學精髓的美妝產品，以展現最佳的化妝效果。我們的美妝品牌包括MAOGEPING和至愛終生，提供精選的彩妝、護膚品及香氛組合，滿足不同消費者群體的需求。作為我們的旗艦品牌，MAOGEPING品牌貢獻了本集團截至2025年12月31日止年度主要的產品銷售收入。

我們堅持高端品牌定位，提供基於毛戈平先生的光影美學和東方美學的基本理念研發的彩妝產品以及融合高質量配方和精選成分的護膚和香氛系列。我們的彩妝產品主要包括粉底、高光和陰影、唇妝及眼妝。我們的護膚品主要包括面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等，我們的香氛產品包括紀念中法建交60週年的「國韻凝香」系列香水、與故宮文創聯名的「聞道東方」系列香水以及居家香氛產品。截至2025年12月31日，我們的產品組合包括涵蓋彩妝、護膚及香氛三個類別的469個單品。

下表載列於所示期間按產品類別劃分的產品總銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	銷量 千件	平均售價 人民幣元/件	銷量 千件	平均售價 人民幣元/件
彩妝	16,988.9	176.4	12,979.5	177.5
護膚	5,704.7	328.3	4,577.6	312.2
香氛	109.4	309.5		
總計	22,803.0	215.0	17,557.1	212.6

附註：

(1) 平均售價指通過所有銷售渠道(包括向消費者直銷以及向零售商及經銷商銷售)售出的產品價格。

平均售價通常低於列出的價格範圍的上限，乃主要由於(i)因我們為大宗採購提供折扣，向零售商及經銷商售出的產品價格低於向消費者售出的產品價格，這符合行業一般慣例；及(ii)平均售價的計算不含增值稅，但含對銷售折扣、會員積分及其他影響最終售價的促銷活動的調整。

彩妝

我們的彩妝系列包含了粉底、高光和陰影、眼妝及唇妝等各類產品，這些產品均經過精心設計，以滿足中國消費者獨特的膚質、面部結構和審美偏好。通過將光影元素及中國傳統文化元素融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。此外，我們還推出了限量版彩妝(如氣蘊東方系列)，緊跟行業趨勢，頌揚傳統文化，融入先進技術，以增強上妝和持妝性。截至2025年12月31日，我們提供了381個彩妝單品。

管理層討論及分析

粉底

為滿足消費者從妝前護理到定妝和修容的全套日常妝容需求，我們推出了全套的粉底系列，包括妝前乳、遮瑕膏、粉底和定妝粉。具體而言，我們的粉底產品採用精選成分配比，打造適合消費者的自然持久妝感的乳霜質地。下文載列我們的代表性粉底產品：



奢華魚子無瑕氣墊粉底液



凝脂柔肌妝前霜



光感美肌無痕粉膏



光感柔潤粉底液

高光和陰影

我們的高光和陰影產品(尤其是光影系列)，經過設計，具有紋理和色調，有助於為消費者塑造有形的面部輪廓。光影塑顏高光粉膏(Light Highlighting Cream Foundation)為我們的代表性彩妝產品之一，已上市逾十年。這款粉膏已歷經廣泛的市場測試及持續迭代，截至本報告日期為第四代產品。基於光影美學的理念，光影塑顏高光粉膏旨在打造瓷娃娃年輕肌。採用雙重設計，啞光和細閃相結合。這款產品呈現自然提亮和立體五官，為多種妝效呈現打造最佳基礎。以下載列我們光影系列的代表性產品：



光影塑顏高光粉膏



光影塑顏雙質高光盤



光影塑顏三色修容餅



光影塑顏立體鼻影粉

眼妝

我們推出了一系列精選眼妝產品，包括眼影、眼線筆和睫毛膏，以滿足客戶不斷變化的美妝偏好。我們的眼影提供多種珠光和啞光效果，色彩豐富多樣，適合不同的化妝風格和場合，可呈現富有創意及個性化的眼妝，從而激發日常化妝中更多富有創意的自我表達。於報告期內，我們的新品晶璨星穹眼影(簡稱「**星空眼影**」)及與中國國家地理雜誌聯名的新品塑形晶彩眼影(簡稱「**大地眼影**」)一經推出，就得到市場的廣泛喜愛。下文載列我們的代表性眼妝產品：



塑形晶彩眼影



晶璨星穹眼影



塑形精緻持久眼線液



塑形防水睫毛膏

唇妝

我們的唇妝系列採用精心配比，以提升適合不同化妝風格和場合的唇部自然色調。我們還在探索唇妝產品的創新質地，以提供新穎的感官體驗。下文載列我們的代表性唇妝產品：



羽霧空氣啞光唇釉



晶耀水光唇釉



魅色凝潤唇膏



魅色絨霧唇膏

管理層討論及分析

我們的彩妝產品線亦有限量版，這些限量版產品融入了行業趨勢、傳統文化及先進技術，以提升使用體驗和妝效。下文載列我們的代表性限量版產品－氣蘊東方系列、亞運禮獻系列、盛彩之光系列和盛彩晶曜系列。

「氣蘊東方」系列是我們與故宮文創攜手打造的产品系列，該系列秉持將傳統文化植入現代審美及當代時尚的理念，將豐富的東方元素優雅地融入現代美學理念，巧妙地將故宮博物院的百年傳承和傳統東方美學精髓融入產品之中。作為MAOGEPING在東方美學領域的巔峰之作，氣蘊東方系列精心雕刻產品，用產品驗證文化，用文化反哺成長。該系列憑藉對東方文化的詮釋和化妝技術的巧妙融合，贏得了廣泛讚譽和忠實的品牌擁護者。以下載列我們的「氣蘊東方」系列的代表性產品：



御貓嬉戲多用眼彩盤



晴春蝶戲漫彩胭脂



翰墨賦竹傾顏雙色高光盤



鶴舞翩躚駐顏蜜粉餅

「亞運禮獻」系列是我們與杭州亞組委聯合推出的限量版彩妝產品，系列以杭州最具代表性的水文化為創意主題，取自傳統元素與杭城美景，結合亞運氛圍，譜寫下杭州一方水韻以及杭州亞運會的精美回憶。以下載列我們的「亞運禮獻」系列的代表性產品：



淺妝蓮韻柔採腮紅



舒雲暮汐雙色高光粉餅



秋水皓月多用眼彩盤



燭龍熠採絲緞唇膏

「盛彩之光」系列是我們與中國國家隊於2024年巴黎奧運會期間聯名推出的系列產品，毛戈平美妝將中法城市文化地標、競技精神元素、運動員的颯爽身姿融合成花窗圖案，透過東西方的「花窗」，看見更美的「光影」。以下載列我們的「盛彩之光」系列的代表性產品：



盛彩之光瑞龍凝採粉餅



盛彩之光瑞龍凝採粉餅



盛彩之光藝術眼影盤



盛彩之光柔潤粉底液

憑藉品牌在運動美妝領域多年積累的經驗與技術，2026年我們再次攜手中國國家隊於米蘭冬奧會期間推出「盛彩晶曜」紀念版系列產品，該系列將冰雪賽場上的燃情盡逐，定格為精緻的美妝精品，陪伴冰雪運動員以從容的姿態在賽場上爭光奪彩，演繹東方風采。以下載列我們的「盛彩晶曜」系列的代表性產品：



盛彩晶曜冰舞漫彩
漸變腮紅



盛彩晶曜星芒熠彩
五色眼影盤



盛彩晶曜雪山凝光
高光粉餅



盛彩晶曜雪映殿堂
蜜粉餅

報告期內，我們的底妝類、光影類產品繼續保持強勢表現，多款產品零售額突破億元，其中光感柔紗凝顏粉餅、凝脂柔肌妝前霜、奢華魚子無瑕氣墊粉底液零售額均超過人民幣3億元。與此同時，我們仍在不斷完善和豐富彩妝細分類目下的全賽道產品佈局，我們於2025年推出眼妝類新品星空眼影和大地眼影在報告期內分別實現了超過人民幣6百萬元和人民幣9百萬元的零售額。截至2025年12月31日止年度，我們的彩妝產品銷售所得收入為人民幣2,996.3百萬元，同比增長30.0%。抖音平台官方榜單顯示，於抖音商城3·8好物節、6·18好物節、雙11好物節期間，我們均奪得國貨彩妝第一名。

管理層討論及分析

護膚品

我們堅信，保持良好的肌膚狀況是實現最佳化妝效果的基礎。憑藉我們在產品設計、開發、經銷及品牌建設方面的豐富經驗，以及在彩妝領域培養的忠實消費者群體的支持，我們已建立完善的護膚品類矩陣。我們的護膚品全面涵蓋面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等，旨在滿足消費者的多種膚質類型及護膚需求。截至2025年12月31日，我們提供了56個護膚單品。

黑金系列

黑金系列是我們高端護膚系列，報告期我們對黑金系列進行了煥新升級，與國際前沿護膚實驗室深度合作，從功效、成分、專利技術乃至外包裝都進行了全方位升級，全新推出黑金煥顏鎏光菁華水，帶來更強大的多維御齡能量。下文載列我們的黑金系列產品：



黑金煥顏鎏光菁華水



黑金煥顏修護精華液



黑金煥顏輕潤面霜



黑金煥顏深潤面霜

琉光賦活系列

琉光賦活系列是MAOGEPING品牌全新上市的高端護膚系列，系列產品萃取雪域極地花專利精粹，凝聚新生能量。以雪感質地觸膚深融，賦能肌膚之美，恆續凍齡光采。以下載列我們的琉光賦活系列產品：



琉光賦活多效菁華水



琉光賦活多效眼部精華凝霜



琉光賦活多效精華液



琉光賦活多效面霜

奢華魚子系列

奢華魚子系列匯聚西伯利亞鱈魚子與珍稀人參根雙重精萃，融合東西方奢養智慧，深層密集修護肌底，重煥年輕彈潤光采。我們的明星產品奢華魚子面膜自上市以來，一直是我們最暢銷的護膚品之一，通過改善皮膚狀況，為妝效打造最佳基礎，協同增強了我們彩妝的效果。下文載列我們的奢華魚子系列產品：



奢華魚子面膜



奢華魚子眼膜



奢華魚子菁華水



奢華魚子多效安瓶精華液

養膚煥顏系列

養膚煥顏系列以「山茶花」為養膚靈感，滿載多重精研珍萃，內滋養，外修護。守護年輕肌膚的狀態，改善初老肌膚的面部粗糙度和肌膚水分含量，提升整體彈性值和屏障強韌度。肌膚愈現強韌、彈潤、透亮，以下展示我們的養膚煥顏系列產品：



養膚煥顏菁華水



養膚煥顏修護精華



養膚煥顏黑霜



養膚煥顏修護精華蜜

管理層討論及分析

火花潤耀系列

火花潤耀系列是品牌與中國國家隊Team China聯名推出的根源護膚系列，其成分源於東方草本根源精粹，從山巒間的草木、東方草本的根源經萃取、復配，添加人參精華與煙酰胺，協同修護，沁潤滋養，使肌膚豐盈舒緩，由內而外透現潤亮光彩。以下展示我們的火花潤耀系列產品：



火花潤耀舒顏菁華水



火花潤耀舒顏乳液



火花潤耀舒顏精華液



火花潤耀舒顏面霜

報告期內，我們的護膚產品線進一步豐富完善，以滿足不同的人群需求，多款明星產品均實現了良好的銷售業績，於截至2025年12月31日止年度，我們的黑金系列零售額超過人民幣1.5億元，明星產品奢華魚子面膜及奢華魚子眼膜分別實現零售額超過人民幣10億元和人民幣1億元，養膚煥顏黑霜實現零售額超過人民幣3億元。截至2025年12月31日止年度，我們的護膚產品銷售所得收入為人民幣18.73億元，同比增長31.1%。

香氛

承襲毛戈平先生對東方哲思的當代詮釋，我們於報告期內開啟香氛美學的新章，傾力推出「國韻凝香」和「聞道東方」香水系列產品，不僅豐富了我們的產品矩陣，更增強我們品牌在更廣闊的化妝品市場中的吸引力和競爭定位。截至2025年12月31日，我們提供了32個香氛單品。

「國韻凝香」系列香水以紀念中法建交60週年為背景，從中法兩國跨越百年的文化交流以及絲綢之路的「東方象徵」—中式花瓶中汲取靈感，以現代工藝為形體，東方意境為神韻，擷取中國國花牡丹、法國國花鳶尾及象徵著中法友誼的玫瑰之精萃，創作出國色牡丹、摯愛玫瑰、香廷鳶尾3款全新限定版香水，於傾世香遇間，頌讚中法濃厚友誼。以下展示了國韻凝香香水系列：



國色牡丹香水



摯愛玫瑰香水



香廷鳶尾香水

「聞道東方」是我們與故宮文創聯名推出的香氛系列，該系列包括自然之境、人文之境、哲思之境三個主題的共13個單品。系列以東方哲學為根基，從中國近代學者王國維「境界論」出發，分別摘取中國具有代表性的自然風貌、人文風貌和哲學思考，以物境、情境、意境三重造境解構東方香道哲學。以下展示了「聞道東方」香水系列的部分產品：



空山



拂曉玫瑰



不讓



扶光

截至2025年12月31日止年度，我們的香氛產品銷售所得收入為人民幣0.338億元，取得良好開局。

管理層討論及分析

化妝藝術培訓

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至本報告日期，我們在全國(包括杭州、北京、上海、成都、深圳、廣州、重慶、武漢、青島和鄭州)創辦了十所化妝藝術機構，其中廣州校區於2025年10月正式開業。我們在這些機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在化妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。截至2025年12月31日，我們的培訓機構有275名培訓人員，於2025年內，我們的十所培訓機構共招收學員6,591人。除此之外，我們還十分注重公益事業和產教融合發展，報告期內，毛戈平教育公益基金向阿克蘇職業技術學院捐贈成立毛戈平美妝教育交流中心，並且為首期課程派出4名藝委會專家組成的教學團隊以保障培訓質量，採用理論+實操的教學模式，通過系統教學幫助學員提升專業化妝技能，助力南疆女性邁向美麗新事業。2025年12月，毛戈平美妝教育還與浙江藝術職業學院共同組建了毛戈平產業學院，共同開發前沿課程，助力學生從技術嫻熟的從業者，發展成為複合型專業人士，共同培育兼具藝術素養與技術創新的新時代美妝專業人才，在實現產教融合，創新美妝藝術人才培養模式的路徑上邁出新的第一步。

我們的化妝藝術培訓課程是為各類參與者設計，包括有志從事化妝相關職業的新手、尋求高技能水準的業內專業人士以及擁有化妝基礎知識而欲提高技能的個人。我們主要提供長短期的化妝藝術培訓課程。我們長期的化妝藝術培訓課程一般側重於化妝藝術技巧及形象設計和藝術創意，旨在通過系統的培訓，培養具有綜合技能的專業人才，專門從事需要創新思維能力的高級人物形象設計。化妝造型全科、時尚生活課程、創意造型課程等短期課程，一般強調實用性和應用性。我們的課程與市場需求及當前的時尚趨勢緊密結合，努力滿足有志成為化妝師及造型師的課程參與者的就業需求。此外，我們還為尋求提高化妝技巧及個人形象的課程參與者提供興趣班。

2025年，我們重點打造了雙內核模式，推出「化妝造型雙核課程」培訓與發展新理念，旨在打通「零基礎入門到專業進階再到就業變現」的全鏈路，最終培養出同時具備紮實技藝與市場適應能力雙重能力的優質行業從業者。雙核課程教學培養模式所涉及的課程主要分為兩大類：五校的特色雙核課程與《化妝造型全科雙核課程》。雙核課程以創新性地融合「專業技藝」與「實戰營銷」雙核驅動培訓模式的理念推出：一方面，通過系統化、進階式的專業訓練，夯實化妝造型基礎，實現從零到精的技術突破。另一方面，在學習週期內同步植入市場所需的營銷能力，覆蓋內容運營、流量轉化、客戶溝通等線上線下核心場景，賦能學員掌握「技術+運營」的雙重競爭力，除此之外，學員畢業後還會有我校組建的「職業發展部」組織的由多位與化妝造型師職業發展相關的行業專業人士組成的團隊，以「線上+線下」雙線的幫扶形式助力學員職業發展之路，為畢業學員在行業內的持續發展提供長期的幫助與賦能，在促進畢業學員職業發展的同時，更為行業輸送更多的優質化妝造型專業人才。

下表載列於報告期內我們提供的培訓課程的主要類別及一般持續時間：

化妝藝術培訓課程類別	一般持續時間
形象設計和藝術創意課程	10個月
化妝造型全科雙核課程	5個月
光影/時尚美妝課程	3個月
時尚美妝課程	2個月
其他短期興趣課程	2個月內

除短期興趣課程外，我們對所有課程均採用標準化定價政策，確保所有培訓機構定價一致。於確定各課程的價格時，我們綜合考慮多項因素，包括課程內容、課程持續時間、市場需求、運營成本、機構地理位置及城市的收入水平。而短期興趣課程的定價由各機構決定，可能因地點而異。該等課程旨在滿足不同課程參與者的需求，課程內容及持續時間可能因機構而異，反映當地偏好及特色。這種靈活的定價結構使我們能夠適應當地的市場情況及需求，確保我們的產品保持競爭力及相關性。於報告期內，我們的課程價格介乎約人民幣500元至人民幣38,800元。

產品設計及開發

我們的成功建立在我們強大的產品設計及開發能力之上，該等能力源於我們的產品開發團隊的全面、專業知識及創造優質美妝產品的細緻方法。

我們的產品開發團隊。我們的產品設計和開發工作是由毛戈平先生領導，其對光影美學、東方美學及美妝產品設計和開發有深刻理解。我們已建立產品開發團隊，由藝術委員會(由我們化妝藝術培訓機構的化妝師組成)及核心研發團隊(負責整個產品設計和開發過程)組成。兩個團隊緊密合作，引導產品設計和開發方向，同時與ODM供貨商合作，共同將我們的核心美學理念和市場洞察轉化為產品解決方案。截至2025年12月31日，我們的產品開發團隊由79名經驗豐富的員工組成，其中84%持有學士或以上學位。該等團隊成員的平均工作經驗超過14年，具有分子生物學及化學工程等領域多樣化的背景，並擁有跨國醫藥公司及生物技術公司領導職位的豐富經驗。此外，我們的化妝藝術培訓課程為我們的產品開發團隊提供了寶貴的新人才來源，以支持我們創新能力的連續性及發展。透過培養一批了解我們品牌理念及美學原則的熟練專業人士，我們為未來的產品開發奠定堅實的基礎。

管理層討論及分析

全面的專業知識。我們全面的專業知識是我們創造具有卓越功能及性能的產品驅動力。尤其是，我們對產品成分、配方和設計的了解使我們能夠創造出具有良好功能和性能的產品。我們選擇優質原料並採用先進的配方技術開發產品，以滿足目標消費者，尤其是具有亞洲人皮膚類型及審美標準的消費者的特定需求及偏好。我們的美學理念，尤其是光影美學及東方美學，使我們從其他高端國際化妝品品牌中脫穎而出。通過將光影元素及中國傳統文化元素融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。此外，我們通過多年的經驗開發出專業的化妝技術，為我們提供了對妝容及產品使用場合的寶貴見解，使我們能夠開發出性能良好、具備多功能性和易用性的產品，使我們的消費者能夠打造其理想妝容。

與ODM供貨商的戰略合作夥伴關係。為提高我們的產品設計及開發能力，我們與可靠的ODM供貨商建立戰略合作夥伴關係，利用其技術專業知識、製造設施及質量控制流程支持我們的產品設計及開發計劃。我們的產品開發團隊尋找符合我們產品設計和開發理念的合資格ODM供貨商，傳達設計和開發要求，並與該等供貨商共同研製產品配方。我們亦監督及參與最初概念到最終生產的整個產品開發週期。我們的產品開發團隊與ODM供貨商密切合作，提供規格、進行質量檢查、測試產品規格並進行必要的調整，以確保最終產品符合我們的標準並符合我們的品牌願景。我們與ODM供貨商的合作讓我們能夠專注於產品概念化、設計及品牌推廣方面的核心能力，同時確保我們的產品統一按照高質量標準生產。我們通常就產品設計及開發與我們的ODM供貨商訂立長期協議。根據協議，ODM供貨商參與研究及開發，並於適用的情況下負責化妝品及化妝品原料生產。

當前研發路徑及未來戰略。我們當前的產品設計和發展路徑主要涉及在委託ODM供貨商開展具體研發和產品設計工作時提供整體方向指導。我們在自有產品開發團隊的戰略指導下利用ODM供貨商的資源。根據第三方的資料，委託ODM供貨商進行產品設計、開發及生產是化妝品行業的成熟做法。該路徑讓企業能夠專注於發展品牌推廣、營銷及整體產品戰略等核心能力，同時從ODM合作方的專業化能力中獲益。為提升我們的內部研發能力，我們制定了全方位的戰略，旨在強化產品創新能力、競爭地位和長期增長。該戰略包括加大我們在關鍵研發環節的參與度、優先發展高潛力的產品線、擴充國內外研發設施、將研發與發展內部生產能力相結合。

產品開發流程。我們的產品設計和開發流程非常細緻且耗時，通常耗時六至八個月，而部分限量版產品可能需要十至十二個月。通過這種方法，我們確保每個產品在觸達消費者之前都經過測試和改進，確保質量、性能及美觀均屬上乘。我們的產品設計及開發流程通常涵蓋新產品項目啟動、同類產品分析、產品設計與開發、產品測試、抽樣測試、量產環節。

以美觀和功能為導向的產品設計。我們深知產品外觀設計中美觀及實用的雙重作用，因此在產品外觀中強調視覺吸引力及實用性的重要性。我們對創造獨特品牌形象的承諾體現在我們的產品美學及包裝設計中。該等設計經過幾代專有模具的開發，融入了中國建築元素，加深了文化共鳴。截至2025年12月31日，這種包裝方法為我們贏得了49項設計專利及美國繆斯設計鉑金獎，證明了我們品牌的獨特性及成熟度。

產品設計研發成果。我們對產品設計及開發的追求已取得積極成果。例如，根據弗若斯特沙利文的資料，我們在中國所有國貨美妆品牌中率先基於光影美學開發高光和陰影產品，特別是專為中國人膚色而設計的光影系列。於2025年度，我們就MAOGEPING及至愛終生共開發和升級了超過70個新單品，新增化妝品備案37個。

生產及供應鏈管理

採購

我們主要採購彩妝及護膚品原材料、包裝材料及外購成品(包括刷子、眉筆及海綿等若干化妝工具)。我們建立了集中供貨商管理系統，並實施了嚴格的供貨商遴選及評估程序。我們設有專門的部門負責審核供貨商資質，定期評估其表現，及更新供貨商名單。我們精心選擇供貨商，所考慮的多項因素包括供貨商的產品質量和效果、生產設施條件、倉庫管理能力、質量控制及生產設備管理能力。我們還在簽約前進行細緻的現場考察，以確保供貨商的標準符合我們的要求，並與我們的業務目標及客戶需求一致。對於合格供貨商，我們的採購部門負責建立及維護供貨商名單，並對現有供貨商的產品質量及交貨及時性進行表現評估。我們保留與不符合我們內部標準的供貨商終止合作關係的權利。

生產

為確保最優效率及維持嚴格的質量控制標準，我們始終選擇可靠的ODM/OEM供貨商負責我們的產品生產。在該合作關係中，我們保留了對產品屬性、功效和美學表現的決定權。我們工作的重點在於完善基本的化妝品參數，如色調、油水平衡、柔韌性、黏度和表面活性劑水平，以確保我們的產品適合中國消費者的皮膚類型以及化妝品需求和偏好。我們還在創新性包裝設計、圖案、觸覺體驗、創意描述及產品定製形式上進行投入，以完善產品外觀，吸引消費者並突顯我們產品的內在價值。通過與ODM/OEM供貨商的該戰略合作夥伴關係，我們實施專業化的生產及加工協議，不僅加強質量控制，而且鼓勵ODM/OEM供貨商之間進行競爭。

我們在選擇ODM/OEM供貨商時會仔細考慮諸多因素，包括價格、產品質量、產能、交貨方案、地理位置、財務狀況及聲譽。此外，我們會不時調整若干ODM/OEM供貨商的產量，降低我們對任何單一供貨商的依賴。於本報告期內，我們與多家ODM/OEM供貨商保持著良好的關係。然而，如我們需要委聘替代服務供貨商，市場上還有充足的具有類似生產能力的ODM/OEM供貨商。

管理層討論及分析

我們的擴產計劃

我們計劃建立自己的生產基地，以擁有獨立生產能力。截至本報告日期，我們在中國杭州有一個生產基地正在建設，預計將於2026年年中投入運營。計劃中的生產設施將用於生產彩妝及護膚品，設計年產能約為15.4百萬件。我們的內部生產戰略及研發能力將在不同階段逐步發展。初期，我們將專注於研究經驗的積累及半成品的灌裝和包裝。這將完善我們的生產流程，並為未來的生產活動奠定堅實的基礎。在下一階段，我們將過渡到自主研發產品的製造及包裝，將我們的研發工作與生產流程相結合。憑藉我們先進的研發及生產能力，我們可以逐步將部分外包生產流程轉變為內部生產。從長遠來看，我們將更加注重核心產品(包括我們的暢銷及自研護膚品及彩妝)的生產及包裝。我們計劃保留該等核心產品的內部生產及包裝，以保持質量控制，保護知識產權，增強我們的競爭優勢，而將其他產品外包予ODM/OEM供貨商，以優化資源分配及運營效率。雖然有前期投資，但我們的目標是嚴格控制生產成本，並相信長期效益(包括加強質量控制、保護知識產權及提高創新靈活性)將超過初期投資，共同增強我們的競爭優勢，並使我們能夠迅速應對市場趨勢。此外，藉助已建立的內部研發及生產能力，我們可以有效地為我們的ODM/OEM供貨商提供產品生產方面的技術支持。這種選擇性的內部生產旨在滿足特定的戰略需求，而非取代大規模的ODM/OEM生產。這將令我們可以直接控制產品質量，更迅速地適應市場趨勢，從而提高我們及時有效地滿足消費者需求的能力。此外，隨著時間的推移，逐步轉向內部生產預計將優化我們的成本結構，有助於提高運營效率及潛在的利潤改善，原因是我們擴大了生產能力，減少了對外部的依賴，降低了生產成本並縮短了產品周轉時間。

倉儲及物流

我們主要委聘第三方物流服務供貨商提供倉儲設施及貨運服務。我們根據聲譽、運營規模、業績記錄和價格等選擇物流服務供貨商。我們通常與物流服務供貨商訂立長期協議。我們的物流服務供貨商承擔與我們的產品配送相關的風險和運輸過程中產品損壞的責任，並須購買必要保險。

我們的銷售網絡

我們透過整合線下及線上渠道的廣泛銷售網絡銷售我們的產品。我們的線下渠道包括(i)主要通過自營專櫃直銷；(ii)向一家高端跨國美妝零售商銷售；及(iii)向線下經銷商銷售。我們的自營專櫃戰略性地分佈在我們為強化品牌形象和價值而特別挑選的百貨商店。我們堅持體驗式營銷策略，專櫃均設有專門的化妝台，由精通化妝知識和技能的訓練有素的美妝顧問提供支持，為消費者提供專業的試妝，凸顯產品效果。

我們的專櫃網絡由自營專櫃和經銷商專櫃組成，這兩種專櫃共同構成一個在統一標準下運作的全面零售生態系統。截至2025年12月31日，我們的品牌專櫃遍佈於全國131個城市，包含412個自營專櫃和33個經銷商專櫃。此專櫃網絡使我們能夠擴大我們的產品覆蓋範圍、培養直接的消費者關係及提高品牌的知名度。截至2025年12月31日，我們在全國各地的專櫃配備超過3,300名美妝顧問，是中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一，致力於以優質的客戶服務提供體驗式的消費體驗。

我們的專櫃經過精心設計，提供個性化諮詢及專業試妝服務，為消費者創造沉浸式及個性化的購物體驗。以下圖片展示了我們杭州武林銀泰專櫃和杭州萬象城專櫃的設計：



於截至2025年及截至2024年12月31日止年度，我們自營專櫃同個可比專櫃平均銷售收入如下：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣百萬元	2024年 人民幣百萬元
同個專櫃數目 ⁽¹⁾	320	320
同個專櫃收入總額	1,792.5	1,545.4
同個專櫃平均收入	5.6	4.8

⁽¹⁾ 指於整個本年度／期間及整個上一年度／期間連續營運的專櫃數目。

我們的線上渠道涵蓋天貓、小紅書、抖音、京東及淘寶等電商平台，我們以兩種方式通過線上渠道進行產品銷售，包括(i)透過直營網店銷售；及(ii)向線上經銷商銷售。我們在多個線上平台建立強大的影響力。具體而言，MAOGEPING擁有廣泛的社交媒體粉絲，這突顯了我們的參與度和影響力。例如，截至2026年2月28日，我們在小紅書上吸引了超過110萬名粉絲，點贊與收藏超過290萬，我們的抖音主頁擁有超622萬名粉絲，獲贊超過388萬，天貓網店擁有超過800萬名粉絲。

憑藉在線下渠道建立的堅實品牌形象、產品優勢及消費者信任，以及基於內容分享的線上營銷策略，我們的品牌美譽度和消費者好感度持續上升，從而擁有更高的老客復購率和新客轉化率，推動了線上業務的持續擴張，我們的線上產品銷售收入從2024年度的人民幣1,784.3百萬元增長至2025年度的人民幣2,477.1百萬元。

管理層討論及分析

品牌建設及市場營銷

品牌美譽度是我們競爭力的核心。我們採用內容驅動的品牌建設及市場營銷策略建立我們的品牌美譽度。在品牌建設方面，我們每年都會舉行新品發佈會和美妝藝術大秀等品牌建設活動，秉持東方美學和光影美學理念，傳遞大師級化妝藝術，我們與故宮的聯名系列已經推出到第六期，還通過與運動員和體育賽事合作，將品牌與積極的生活方式相結合。

我們報告期內與知名IP、社交平台、銷售渠道合作開展各種品牌建設與市場營銷活動：

毛戈平底妝節

2025年4月，我們在海南三亞舉辦了底妝節活動，創新性融合專業課程與場景實測，藉助創始人與專業講師影響力撬動頭部達人資源，以三亞獨特氣候為天然實驗室，邀請KOL等嘉賓以沉浸式場景體驗夏日專業底妝，打造品牌專業底妝心智。

線下活動核心環節呈現兩大創新形式：

閉門大師課：特邀品牌創始人毛先生領銜開課，攜毛戈平美妝教育專家團隊深度剖析粉膏、氣墊、粉底液三大王牌品類，通過理論與實踐結合的方式，夯實產品專業背書。

戶外底妝挑戰賽：在三亞高溫實景下，30餘位頭部達人現場實測產品性能，直觀驗證三大品類在極端環境下的抗汗持妝力與妝效穩定性。多位達人依託三亞實景現場開播：將閉門課技術解析轉化為直播話術，借戶外挑戰實況強化消費者信任，取得優異銷售表現，強效驗證「專業內容+場景營銷」的品效協同模式。



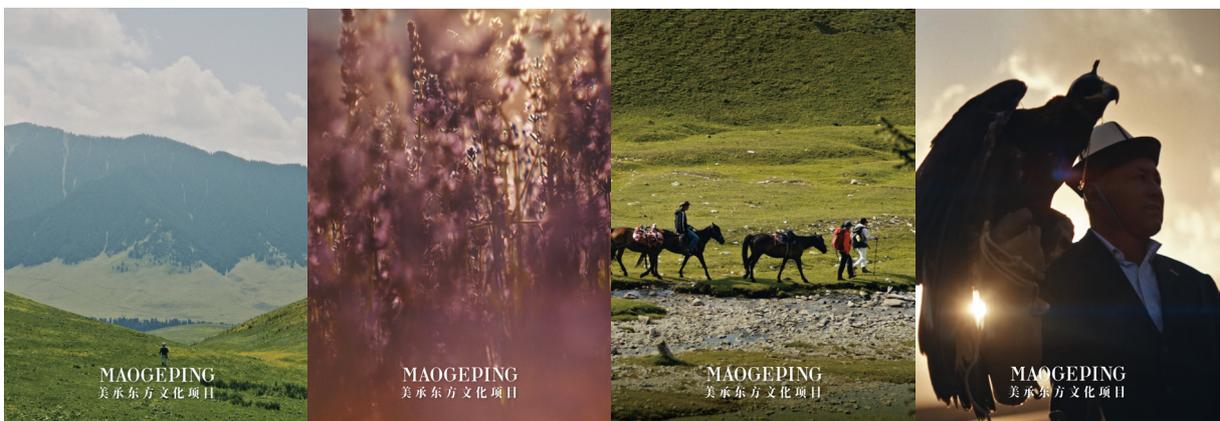
氣蘊東方第六季

2025年5月，於故宮博物院建院100週年之際，故宮文創×毛戈平氣蘊東方第六季「聞道東方」新品香氛系列發佈會在北京故宮璀璨啟幕，在故宮博物院舉辦的《樂林泉—中外園林文化展》上，故宮文創空間以《郎世寧筆下的花鳥與東方意境》為主題，與毛戈平美妝共同構建造境於心的東方美學沉浸體驗，以香入境，以境傳心，於馥郁之下傾獻東方雅致，邀請美學愛好者感受造境於心的東方美學之道，在香氣中感受內在心境和東方美學的深邃意境，復現精神的詩意想象。



「美承東方」第三回——《荒野之花》

「美承東方」品牌文化項目由MAOGEPING品牌於2024年發起，意在通過挖掘那些生長於時間中的文化瑰寶，探索東方美學在當代語境下的多元表達。《荒野之花》項目作為該系列的實踐之一，源自毛戈平先生的一次旅程，通過對真實人物、真實土地與真實時間尺度的呈現，聚焦在不確定環境中依然保持內在定力與生命韌性的人物故事，呈現個體如何在不同文化與生活背景下，建立自我認知、尋找內心秩序，並持續生長的智慧。《荒野之花》項目從個體經驗出發，提煉世界可通用理解的情感與智慧，將東方文化中關於時間、定力與內在力量的思考，轉化為當代觀眾可理解、可共鳴的內容表達，從而進一步夯實品牌的文化厚度與審美高度，持續抬升品牌的精神壁壘。以下展示了《荒野之花》項目的人文海報：



管理層討論及分析

香港啟幕盛典：美承東方 光影無界

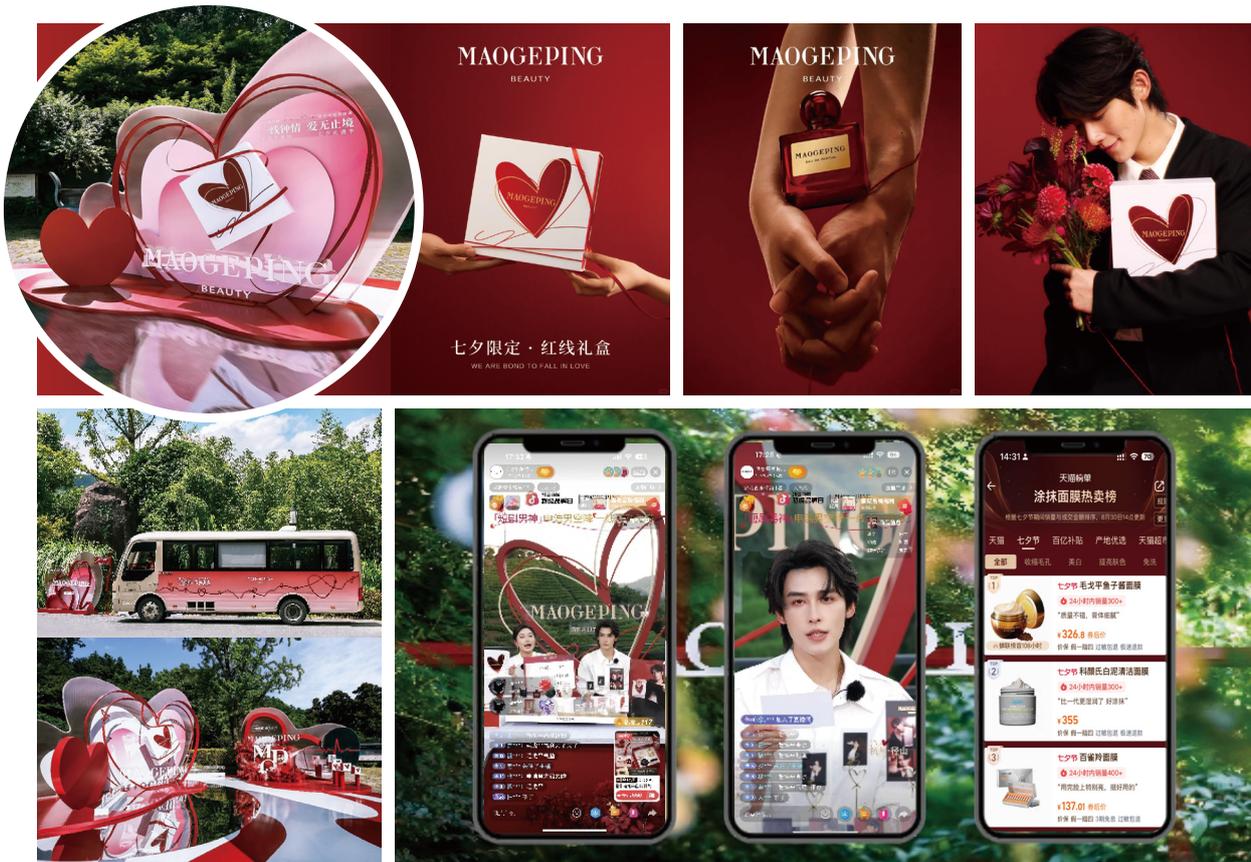
2025年10月22日，我們在香港瑰麗酒店舉辦了主題為「美承東方 光影無界」的香港啟幕盛典及造型藝術大秀，正式宣佈MAOGEPING品牌首個香港專櫃登陸海港城，並同時宣佈毛戈平形象設計藝術學校將於2026年落成香港，品牌將以此為起點，深耕香港本土市場，開啟品牌國際化的新徵程。本次藝術大秀匯聚毛戈平美妝教育藝委會專家與各大校區精英師資，打造十五款代表作，作品延續品牌「氣蘊東方」系列的創作脈絡，從妝容、服飾到造型結構，皆汲取東方文化的靈感底色，並融合當代表達語境，嘗試在傳統與現代之間，在東方語境與多元審美之間，探索一種可以被理解、被共鳴的美學表達。

配合本次盛典的主題，毛戈平品牌聯合LARRY'S LIST精心策劃了秀場外的藝術展覽空間。這場展覽以品牌的美學理念為核心，邀請藝術家吳觀真共同構建光影之下的藝術空間——光影是二者的共通語言：對毛戈平而言，是構建形與神的藝術語言；對吳觀真而言，是光透漆面、映照時間的呼吸。展覽以「循光而入，靜聽無聲交響」為主題，展出毛戈平品牌與故宮合作的珍藏系列、融合東方哲思的「聞道東方」香氛作品，以及吳觀真的當代漆藝創作。兩位藝術家的作品被別出心裁地置於酒店空間各處，打破傳統展陳的固定動線，交錯呈現，如同一場無聲的美學對話。以下展示了藝術大秀現場及藝術展覽空間：



七夕禮遇季營銷：一線鍾情 愛無止境

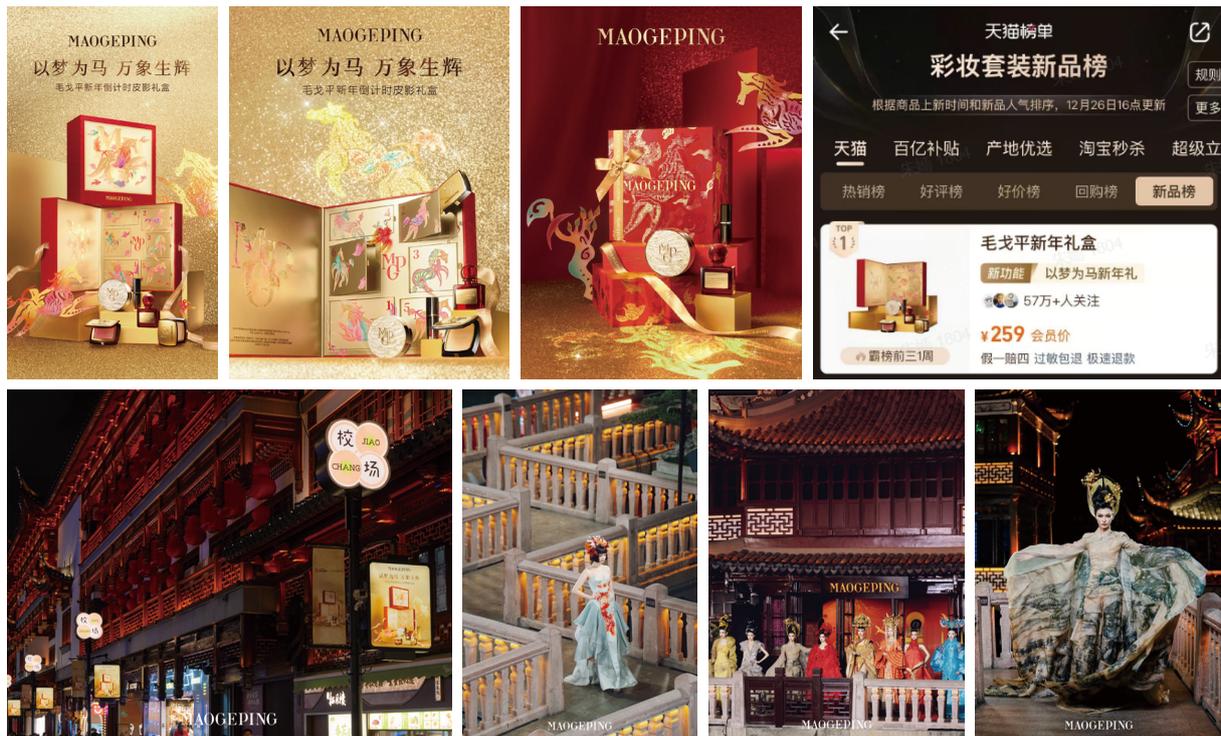
2025年七夕，MAOGEPING品牌聯合聯合徑山文創、明星營銷，在徑山落地內容豐富的線下活動及直播；並通過聯動「越來越好助殘服務中心」，將採購的公益手作龍繩、手串等物料作為七夕禮贈送給消費者。活動全網曝光1億+，並榮獲《經濟觀察報》傑出營銷案例獎。



管理層討論及分析

新年CNY營銷：以夢為馬 萬象生輝

本次營銷活動以非遺皮影藝術為靈感，聯動現代青年皮影藝術家，以「以夢為馬·萬象生輝」為主題，在上海豫園舉行跨年藝術大秀；獲頭部媒體人民網、中國日報等全網過億曝光，品牌倒計時禮盒熱銷斷貨，上市第一周即斬獲天貓彩妝套組TOP1。



會員體系

我們建立了線上及線下會員忠誠度計劃，迎合客戶的不同偏好和互動方式。各體系均為我們的會員提供專屬的優惠及特權，提升購物和品牌體驗。

我們在抖音和天貓的自營網店的線上會員體系包含不同的VIP等級。會員可在不同平台共享積分及等級，從而實現無縫對接的購物體驗。該等積分可以通過購買等多種互動方式獲得並使用，從而提升客戶參與度並促進品牌忠誠度。線上會員體系不僅獎勵購買行為，還通過產品試用、特別促銷及生日禮物等專屬會員福利來增加互動。我們嚴格保護會員數據的私隱，遵循全面的私隱政策。

此外，我們的線下會員體系支持線下專櫃或通過綁定微信公眾號進行註冊，以滿足偏好親身互動的客戶需求。該體系根據會員的VIP等級提供生日禮物及個性化化妝服務等福利。線下會員權益和等級將根據12個月內的累計消費動態調整，我們將在店內和平台提供詳細規則，以確保透明度。

我們的消費者可以加入我們的線上及線下會員忠誠度計劃，以享受會員權益。截至2025年12月31日，我們的線上及線下會員忠誠度計劃的註冊會員總數分別約為15.6百萬人及6.4百萬人。兩個體系的目標一致，都是為客戶提供個性化的體驗和獎勵，但他們的區別在於互動方式的不同以及獎勵和福利的具體性質。通過同時維護線上及線下體系，我們可以有效地滿足我們多樣化客戶群體的不同偏好，確保無論線上購物亦或在實體店購物都能獲得便利並達到滿意。通過我們的品牌建設及針對性的營銷舉措，我們旨在提升我們的品牌形象，提升消費者忠誠度，及推動可持續增長。我們以內容為導向的品牌推廣方法，結合我們的營銷策略，取得了積極的成果，我們的總體復購率從2024年的30.9%進一步上升到2025年的33.3%。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的註冊會員復購率：

	截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
線上渠道	30.3%	27.5%
線下渠道	36.5%	34.9%
總計	33.3%	30.9%

附註：我們計算註冊會員的復購率的方法是，將在每個年度購買我們產品兩次或兩次以上的註冊會員數量除以在同一期間至少購買一次的註冊會員數量。

業績成果

作為中國國貨高端美妝品牌的領導者，我們在本報告期內繼續保持快速增長。我們的總收入從2024年的人民幣3,884.7百萬元增至2025年的人民幣5,050.5百萬元，增長了30.0%。此外，我們的淨利潤從2024年的人民幣881.3百萬元增至2025年的人民幣1,205.4百萬元，增長了36.8%。憑藉良好的銷售表現，我們不斷鞏固我們在高端美妝行業的市場領導地位和品牌資產。

管理層討論及分析

未來展望

我們相信，以下策略將為我們未來持續成功鋪平道路。

加強銷售網絡覆蓋，提升用戶觸達覆蓋率

我們致力於擴大線下銷售渠道覆蓋面，在開拓新市場的同時，加密已有業務的高線級城市品牌門店數量，並向更高端商場滲透，從而提升用戶觸達率及強化我們的高端品牌形象。我們的目標是通過在國內高端百貨商店設立專櫃及以我們的旗艦品牌 MAOGEPING 開設門店，提升我們品牌的知名度和影響力。百貨商店的專櫃在更大的零售環境中提供集中的品牌專賣空間，可在高流量的環境中提供個性化的客戶服務及進行展示。此外，MAOGEPING 品牌的門店提供全面的品牌體驗，展示更廣泛的產品和品牌美學，讓人們更深入地了解品牌的特性和價值。此外，我們計劃對百貨商店專櫃實施全面升級改造，旨在提升專櫃的整體藝術視覺效果，提升顧客感官體驗，進一步塑造品牌的高端形象。

我們的線上擴張方式重點在於建設自有官方網店及拓寬我們在第三方電商平台的線上覆蓋面。這一戰略旨在優化我們的線上業務，擴大產品對消費者的覆蓋範圍及受眾人群。這一戰略的關鍵是加強我們的線上營銷活動。我們計劃通過加強促銷活動、與KOL開展戰略合作以及進軍新興網絡平台等方式，擴大我們的網絡影響力。該等有針對性的舉措旨在利用多樣化的廣告技術，開闢新的線上增長渠道。同時，我們計劃升級會員系統，增強用戶黏性和品牌忠誠度，從而提高復購率。通過上述方式，我們旨在實現線上與線下渠道之間的無縫整合，及最大限度地發揮協同作用。

持續堅持彩妝及護膚及開拓新產品類別

我們的產品開發戰略以彩妝、護膚和香氛為核心，推出與眾不同的產品。這一戰略的特點是，我們致力於從產品開發、市場趨勢和專業化妝水平的角度持續優化產品，同時致力於新產品開發計劃，包括多品類、多功能、多場景和多人群來拓寬我們的產品組合。

在彩妝領域，我們計劃開發針對不同膚色及膚質的專業產品，以保持並擴大我們在彩妝行業的市場份額和突出地位。在護膚品方面，我們的目標是不斷豐富我們的護膚品類別。這包括採用有效成分和技術，推出更多受歡迎的護膚品。在香氛領域，我們堅持從東方文化的哲學思考進行產品構思，甄選全球的優質原料和調香工藝，使消費者在多元的香水體驗中感受內在心境，復現精神的詩意想象。

以MAOGEPING為核心進行品牌組合戰略升級和擴張

我們的品牌發展戰略以完善現有品牌為中心，同時戰略性地孵化新的高端品牌。本戰略將為我們成為以MAOGEPING品牌為核心的多元化多品牌企業集團奠定基礎。通過這些舉措，我們的目標是提高MAOGEPING品牌的聲譽，豐富我們的品牌組合，滿足更廣泛的消費群體，抓住多樣化的市場機遇。

我們還計劃探索並尋求投資和收購那些有望實現增長並能帶來協同效應品牌的機會，以豐富我們現有的產品矩陣。我們的主要目標是已具備一定的市場地位及市場份額、擁有自有技術、產品配方及研發專利，並在美妝行業中處於中高端市場的品牌。截至本報告日期，我們尚未確定任何潛在投資或收購目標，亦未就此簽訂任何協議。

提升品牌全球知名度，擴張海外市場

我們計劃在全球範圍內提升我們作為卓越化妝品集團的市場地位，實施海外擴張戰略提高品牌的名聲及影響力。這一努力旨在使我們在全球美妝行業中佔據突出位置。

我們準備戰略性地進軍海外市場，在海外市場建設百貨商店專櫃及網店的雙渠道方式。這一擴張戰略旨在擴大我們的品牌在全球消費者中的曝光度。與全球高端百貨商場建立合作夥伴關係是我們的一項重要舉措，此舉將有助於鞏固我們的品牌形象，使我們的品牌深入海外消費者的心中。此外，為在歐美和亞太地區等海外市場與國際品牌有效競爭，我們正在加強我們的競爭戰略，重點關注不同的產品和品牌戰略，以迎合地區美妝趨勢和消費者偏好。我們還致力於建立當地團隊，專門負責海外市場的產品開發、營銷及銷售。這種本地化戰略可確保我們的產品迎合當地消費者的獨特特點和需求，從而提高產品的相關性和吸引力。此外，我們將探索戰略投資及收購機會，例如那些業務重點放在與我們的高端市場定位相一致的美妝品牌上，其產品可與我們的產品形成互補，以及那些在我們的供應鏈上具有生產能力的品牌，以開發符合各地區特定氣候條件及消費者特徵的產品。基於我們的現有安排，我們計劃與擁有互補資源的行業夥伴合作。相關合作著眼於激勵合作夥伴利用我們的品牌資產，發展及經營增量銷售渠道，並增強我們在營銷、供應鏈及人才獲取方面的國際競爭力。這些舉措旨在提升我們的品牌形象並將我們的業務範圍擴展至尚未進入的市場。此外，我們計劃通過線上及線下渠道建立業務，包括自營官方網店，將作為我們品牌體驗的基石。我們的營銷及品牌推廣工作將圍繞東方美學展開，通過東方藝術的視角與客戶互動，講述我們的品牌故事。此外，我們旨在利用包括跨國美妝零售商和高端百貨商店在內的第三方銷售渠道，觸達當地消費者。我們通過將美承東方的產品的魅力與對當地市場的洞察力相結合，旨在於該等海外市場建立業務。

踏上海外擴張的征程，我們有信心極大地增強我們的競爭優勢，以期成為全球高端美妝行業領導者。

管理層討論及分析

堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓

產品開發及化妝藝術培訓課程是我們不斷取得成功的基礎。因此，截至本報告日期，我們正在建設杭州研發中心，以加強我們的產品設計和開發能力，預期於2026年底完工及開始營運。我們並無計劃使用全球發售所得款項淨額用於建造杭州研發中心。

為提升內部研發能力，我們制定了全方位的戰略。該戰略涉及通過識別我們能夠提升自身直接參與力度的關鍵領域（包括配方設計、生產工藝優化及產品檢測）提升我們在關鍵研發環節的參與度。我們還優先發展高潛力產品線，將研發工作重心放在護膚品等具有最高潛在投資回報的產品上，這符合行業趨勢和我們的既有優勢。此外，隨著我們的內部生產能力的提升，我們計劃將研發工作融合進生產流程，形成協同效應，提升創新和運營效率。

未來，我們將設立總部研發基地，同時在海外建立研發中心，以開發專有產品配方，促進與國外科研機構的合作，提高產品功效。我們認識到海外市場的巨大潛力，並重視來自國外的先進技術及產品配方。於海外設立研發中心，將促進與當地實驗室的合作，緊跟最新產品配方及技術，開發針對當地市場的產品，從而推動產品銷售。該等海外研發中心亦將吸引及聘用當地專業人才，為我們的產品研發提供國際視野與研發方向。這一戰略方針旨在不斷增強我們產品的競爭優勢，鞏固我們立足專業匠心的高端美妝品牌定位。

本著對專業化妝藝術培訓的執著追求，我們計劃升級及擴建現有的培訓設施。這包括擴建現有的機構以及建立更多的機構，以擴大我們化妝藝術培訓計劃的覆蓋範圍。我們的目標是滿足更多客戶對專業的化妝培訓日益增長的需求。我們同樣注重升級我們的線上培訓平台，積極推出課程，傳遞美學理念，提升MAOGEPING品牌的知名度。我們將加強培訓人員建設，確保高標準的培訓質量與持續提升。

財務回顧

收入

下表載列我們於所示期間按業務線及產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
—彩妝	2,996,258	59.3	2,304,071	59.3
—護膚	1,872,957	37.1	1,428,908	36.8
—香氛	33,844	0.7	—	—
小計	4,903,059	97.1	3,732,979	96.1
化妝藝術培訓及相關銷售	147,396	2.9	151,715	3.9
總計	5,050,455	100.0	3,884,694	100.0

變動分析：

我們的收入由2024年的人民幣3,884.7百萬元增加30.0%至2025年的人民幣5,050.5百萬元，主要由於產品銷售收入由2024年的人民幣3,733.0百萬元增加31.3%至2025年的人民幣4,903.1百萬元。我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由2024年的人民幣151.7百萬元下降2.8%至2025年的人民幣147.4百萬元，主要由於在現有的培訓場地條件下，為提高培訓服務水平和學員滿意度，我們嚴控招生人數和滿班率，且自2025年起不再收取學員考前培訓費。

管理層討論及分析

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額		金額	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線下渠道				
線下直銷	2,182,790	44.5	1,756,963	47.1
向線下經銷商銷售	97,946	2.0	87,334	2.3
向一家高端跨國美妝零售商銷售	145,217	3.0	104,424	2.8
小計	2,425,953	49.5	1,948,721	52.2
線上渠道				
線上直銷	1,944,559	39.7	1,428,585	38.3
向線上經銷商銷售	532,547	10.8	355,673	9.5
小計	2,477,106	50.5	1,784,258	47.8
總計	4,903,059	100.0	3,732,979	100.0

變動分析：

我們通過我們的線下渠道銷售產品的收入由2024年的人民幣1,948.7百萬元增長24.5%至2025年的人民幣2,426.0百萬元，主要由於線下直銷由2024年的人民幣1,757.0百萬元增加至2025年的人民幣2,182.8百萬元，且向一家高端跨國美妝零售商銷售收入恢復增長。由於我們加大了銷售及營銷力度，2025年每個專櫃的平均銷售額增加。

我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由2024年的人民幣1,784.3百萬元增加38.8%至2025年的人民幣2,477.1百萬元，主要由於線上直銷由2024年的人民幣1,428.6百萬元增加至2025年的人民幣1,944.6百萬元，及向線上經銷商的銷售由2024年的人民幣355.7百萬元增加至2025年的人民幣532.5百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。

下表載列我們於所示期間境內及境外產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
產品銷售				
— 境內	4,898,104	99.9	3,731,124	99.9
— 境外	4,955	0.1	1,855	0.1
總計	4,903,059	100.0	3,732,979	100.0

變動分析：

我們的境外產品銷售收入由2024年的人民幣1.9百萬元增長167.1%至2025年的人民幣5.0百萬元，主要由於我們於2025年新成立毛戈平香港有限公司，並在香港海港城開設了第一家境外直營專櫃。

銷售成本

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額 人民幣千元	%	金額 人民幣千元	%
已售存貨成本	650,872	81.7	489,504	80.6
僱員福利開支	29,831	3.8	25,832	4.3
物流及運輸費用	93,378	11.7	70,685	11.6
折舊及攤銷	8,175	1.0	11,755	1.9
其他	14,514	1.8	9,400	1.6
總計	796,770	100.0	607,176	100.0

變動分析：

我們的銷售成本由截至2024年12月31日止年度的607.2百萬元增加31.2%至截至2025年12月31日止年度的796.8百萬元，主要由於隨著我們的收入增長，已售存貨成本由2024年的人民幣489.5百萬元增加33.0%至2025年的人民幣650.9百萬元。其中，折舊及攤銷成本由2024年的人民幣11.8百萬元降低30.5%至8.2百萬元，其他成本由2024年的人民幣9.4百萬元增長54.4%至14.5百萬元，主要是由於美妝教育學校部分校區2025年改簽訂短期租賃。

管理層討論及分析

毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
產品銷售				
—彩妝	2,496,651	83.3	1,927,078	83.6
—護膚	1,635,636	87.3	1,245,712	87.2
—香氛	26,522	78.4	—	—
小計	4,158,809	84.8	3,172,790	85.0
化妝藝術培訓及相關銷售	94,876	64.4	104,728	69.0
總計	4,253,685	84.2	3,277,518	84.4

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
線下渠道				
線下直銷	1,906,466	87.3	1,538,268	87.6
向線下經銷商銷售	77,205	78.8	66,156	75.8
向一家高端跨國美妝零售商銷售	98,233	67.6	68,479	65.6
小計	2,081,904	85.8	1,672,903	85.8
線上渠道				
線上直銷	1,637,617	84.2	1,203,234	84.2
向線上經銷商銷售	439,288	82.5	296,653	83.4
小計	2,076,905	83.8	1,499,887	84.1
總計	4,158,809	84.8	3,172,790	85.0

變動分析：

我們的產品銷售毛利由2024年的人民幣3,172.8百萬元增加31.1%至2025年的人民幣4,158.8百萬元，與銷售收入增長一致。我們的產品銷售毛利率保持相對穩定，2024年與2025年分別為85.0%及84.8%。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益於2024年、2025年分別為人民幣68.4百萬元、人民幣102.4百萬元，主要是由於銀行利息收入增加。

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支由2024年的人民幣1,904.1百萬元增加28.1%至2025年的人民幣2,438.3百萬元，2025年銷售及分銷開支佔本集團收入的48.3%，比2024年的佔比49.0%下降0.7個百分點。其中營銷及推廣開支由2024年的人民幣867.1百萬元增加至2025年的人民幣1,157.2百萬元，主要是由於為提高品牌曝光度，加大品牌宣傳力度及渠道建設投入所致；銷售及分銷開支中的僱員福利開支由2024年的人民幣580.2百萬元增加至2025年的人民幣705.8百萬元，主要是由於為支持本集團的業務擴張，於2025年增加銷售員工數量所致。

行政開支

我們的行政開支由截至2024年的人民幣267.8百萬元增加0.5%至2025年的人民幣269.1百萬元，保持穩定。

金融資產(減值虧損)/減值虧損撥回淨額

我們於2024年金融資產減值虧損撥回淨額人民幣3.4百萬元，於2025年產生金融資產減值虧損淨額人民幣0.3百萬元，主要由於我們銷售收入的增長導致貿易應收款增加，考慮壞賬風險而相應增加計提。

其他開支

我們的其他開支由2024年的人民幣0.5百萬元增加至2025年的人民幣50.6百萬元，主要由於2025年對外捐贈金額增加以及匯兌虧損增加。

財務成本

我們的財務成本由2024年的人民幣5.3百萬元減少至2025年的人民幣2.3百萬元，主要由於2025年已歸還銀行承兌匯票。

管理層討論及分析

所得稅開支

隨著除稅前利潤增加，我們的所得稅開支於2024年為人民幣295.4百萬元，於2025年為人民幣401.7百萬元。

年內利潤

鑒於上述原因，我們於2024年及2025年的年內利潤為人民幣881.3百萬元及人民幣1,205.4百萬元。

非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則會計準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用非香港財務報告準則會計準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤作為額外的財務指標。我們認為，該非香港財務報告準則指標可通過消除若干項目的潛在影響而有利於比較不同期間及不同公司的經營業績。我們認為，該指標為投資者及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，該非香港財務報告準則財務指標未必可與其他公司所呈列的類似指標直接比較。不應將此非香港財務報告準則指標視作我們根據香港財務報告準則會計準則所呈報經營業績或財務狀況分析的替代。

經調整年內利潤

我們將經調整年內利潤(非香港財務報告準則指標)界定為通過加回上市開支(稅後淨額)及以權益結算的股份獎勵開支而作出調整的年內利潤。下表為我們經調整年內利潤(非香港財務報告準則指標)與根據香港財務報告準則會計準則呈列的年內利潤的對賬：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年內利潤	1,205,440	881,329
加：		
上市開支(稅後淨額) ⁽¹⁾	—	28,118
以權益結算的股份獎勵開支 ⁽²⁾	3,654	15,024
經調整年內利潤(非香港財務報告準則指標)	1,209,094	924,471

附註：

- (1) 上市開支指就全球發售產生的專業費用。
- (2) 以權益結算的股份獎勵開支主要為我們作為權益工具的對價接受僱員服務的安排。以權益結算的股份獎勵開支預計不會產生未來現金付款。

流動資金及資金來源

我們主要通過業務營運所得現金及全球發售所得款項淨額滿足資金需求。於2025年，經營活動所得現金淨額約為人民幣1,199.4百萬元，而2024年經營活動所得現金淨額為人民幣968.6百萬元。截至2025年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣2,437.5百萬元，而於2024年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣2,791.7百萬元及銀行借款約人民幣320.0百萬元。截至2025年及2024年12月31日，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15.6%及21.7%。於2025年12月31日及2024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5.2倍及3.6倍。截至2025年及2024年12月31日，本集團的淨資產負債率(界定為負債總額除以權益總額)分別為18.5%及27.7%。憑藉所持有的現金及銀行存款，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。

現金流量

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
營運所得現金	1,583,542	1,242,554
已付所得稅	(384,116)	(273,958)
經營活動所得現金淨額	1,199,426	968,596
投資活動所用現金流量淨額	(1,108,226)	(627,952)
融資活動(所用)/所得現金流量淨額	(405,118)	1,311,023
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	(313,918)	1,651,667
年初現金及現金等價物	2,791,719	1,137,894
匯率變動影響淨額	(40,325)	2,158
年末現金及現金等價物	2,437,476	2,791,719

變動分析：

本集團的經營活動所得現金流量淨額由2024年現金流入人民幣968.6百萬元增加至2025年現金流入人民幣1,199.4百萬元，主要由於銷售增長產生的現金流入金額增加。本集團的投資活動所用現金流量淨額由2024年現金流出人民幣628.0百萬元增加至2025年現金流出人民幣1,108.2百萬元，主要由於2025年購買超過3個月的定期存款產生現金流出991.0百萬元。本集團的融資活動所得現金流量淨額2024年現金流入人民幣1,311.0百萬元，主要由於派發分紅產生現金流出人民幣1,025.0百萬元，上市募集資金產生現金流入2,071.1百萬元，2025年現金流出人民幣405.1百萬元，主要由於派發分紅產生現金流出人民幣352.9百萬元，借款到期償還產生現金流出人民幣319.6百萬元，上市募集資金產生現金流入人民幣311.1百萬元。

綜上，本集團2024年現金及現金等價物增加淨額為人民幣1,651.7百萬元，2025年現金及現金等價物減少淨額為人民幣313.9百萬元。

於2025年12月31日，本集團有定期存款992.6百萬元，未計入現金及現金等價物。

管理層討論及分析

利率風險及匯率風險

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。本集團在中國香港以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及港元。本集團有部分現金及銀行存款以港元和美元計值。本集團繼續就外匯風險管理採取審慎政策。於2025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。

資本開支及承擔

於2024年、2025年，我們的資本開支主要包括購買租賃土地以及購買物業、廠房及設備有關。下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
購買租賃土地	-	492,215
購買物業、廠房及設備項目	186,156	122,634
購買其他無形資產	844	1,058
總計	187,000	615,907

於2024年、2025年，我們的合約承諾主要與在建工程有關。本集團截至所示日期的合約承諾如下：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
在建工程	185,548	293,485
總計	185,548	293,485

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、重大收購及出售

截至2025年12月31日止年度，我們並無附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。截至2025年12月31日，我們未持有任何價值達到本集團總資產5%或以上的重大投資（包括對被投資公司的任何投資）。

本集團的資產抵押

截至2025年12月31日，我們並無抵押任何資產。

有關重大投資或購入資本資產的未來計劃

截至本報告日期，我們並無重大投資且無購入資本資產的計劃。

或然負債

截至2025年12月31日，我們並無任何重大或然負債。

報告期後事項

公司於2026年1月收到中國證監會就實施H股全流通而出具的備案通知書，公司就合計228,344,600股未上市股份實施H股全流通向中國證監會作出的備案已經完成。於2026年1月29日，本公司收到聯交所就228,344,600股H股上市及買賣授出的批准，即根據轉換及上市將予轉換的未上市股份的最高數目。於2026年3月12日，公司已完成該等股份的登記及上市。本次H股全流通登記及上市完成後，公司已發行股份總數為490,186,900股，股份類別全部為H股。

除上文所披露者外，於報告期後及直至本報告日期並無發生其他重大事項。

董事及高級管理層

董事會成員

執行董事

毛戈平先生
汪立群女士
毛霓萍女士
毛慧萍女士
汪立華先生
宋虹佺女士

獨立非執行董事

顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生

高級管理層

宋虹佺女士
毛霓萍女士
毛慧萍女士
汪立華先生
徐衛國先生
董樂勤先生

聯席公司秘書

董樂勤先生
張瀟女士(香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員)

董事及高級管理層任職變更情況

報告期內，公司按照《中華人民共和國公司法》及中國證監會有關規定，取消了監事會，原監事會成員高妍女士、吳美娟女士及羊偉青先生職務隨同免去，該事項已經公司年度股東大會決議通過，公司原執行董事汪立群女士由職工代表會議選舉為職工代表董事。除此之外，於本報告期內及至本報告日期，概無董事及高級管理層任職變更的情形。

董事及高級管理層資料

董事

執行董事

毛戈平先生，61歲，是本集團的創始人、董事長兼執行董事。在創辦本集團之前，毛先生於1983年7月至1998年7月在浙江省越劇團任職。2000年7月，毛先生創辦了杭州毛戈平化妝藝術有限公司(本公司前身，下稱「杭州毛戈平」)，並以個人名字創立了高端美妝品牌MAOGEPING，自此一直在杭州毛戈平任職。2000年10月，毛先生創辦了浙江毛戈平形象設計藝術學校。彼自2011年2月至2024年3月歷任杭州毛戈平的總裁及本公司的總裁。彼於2005年3月20日獲委任為杭州毛戈平董事及於2015年12月16日獲委任為本公司董事，並於2024年4月1日調任為執行董事。毛先生亦為浙江匯都及毛戈平國際有限公司的董事長。

毛先生是中國著名的化妝藝術大師，在化妝藝術領域有著40多年的從業經驗，多年來獲得過諸多榮譽和獎項。他曾四次獲得中國電影電視技術學會化妝委員會頒發的「化妝金像獎」。2008年8月北京奧運會期間，毛先生擔任時任國際奧委會主席的化妝造型師，並擔任北京奧運會開幕式化妝設計師。2008年11月，彼獲中國影視技術學會化妝委員會頒發的「2008北京奧運會特別貢獻獎」。2020年9月，彼獲杭州市人民政府授予「杭州工匠」稱號。2023年11月，彼獲浙江省企業聯合會及浙江省企業家協會頒發的「第二十二屆浙江省優秀企業家」獎項。2023年9月毛先生為杭州第19屆亞運會火炬手。

毛先生於1983年7月在中國浙江藝術職業學院(前稱浙江藝術學校)完成戲曲表演專業中等職業教育課程。彼於2001年3月獲文化部文化藝術人才中心頒發的藝術形象設計(一級)證書，亦擁有浙江省人事廳頒發的高級專業技術(主任舞台技師)職務任職資格。毛先生是汪立群女士的配偶、毛霓萍女士及毛慧萍女士的弟弟。

董事及高級管理層

汪立群女士，54歲，是執行董事兼副董事長，以及毛戈平美妝教育的聯合創始人、總校長。在加入本集團之前，汪女士於1991年10月至2000年9月擔任浙江省越劇團演員。2000年，汪女士協助毛先生在杭州創辦了毛戈平美妝教育，並自2000年9月至2010年8月擔任毛戈平美妝教育執行校長。汪女士於2011年2月13日及2015年12月16日分別獲委任為杭州毛戈平董事以及董事兼副董事長，並於2024年4月1日調任為執行董事及於2025年5月13日選舉為職工代表董事。彼自2010年8月起一直擔任毛戈平美妝教育總校長，汪女士亦為毛戈平美妝教育(香港)有限公司的董事。

汪女士於2018年3月在聯合國婦女地位委員會第六十二屆會議上榮獲「聯合國2018年全球商界卓越貢獻女企業家」獎。2019年5月，彼獲杭州市女企業家協會授予「傑出領航獎」。2019年12月，汪女士當選浙商女傑企業發展聯合會第一屆會長。2020年分別榮獲浙商女傑授予的「浙商女傑抗疫英雄」榮譽稱號、浙江省女企業家協會頒發的「魅力女浙商·兩戰先鋒獎」、浙商女傑企業發展聯合會授予的「公益大使」。2020年12月，汪女士獲杭州慈溪商會評為「2020年抗擊疫情和扶貧愛心捐款先進個人」。2023年10月，彼成為杭州第4屆亞殘運會火炬手。2025年12月當選浙江杭商愛心基金會名譽理事長；2025年12月，當選浙商女傑企業發展聯合會第二屆會長。

汪女士於2001年7月完成了中國北京國際商務學院的工商企業管理課程，於2014年6月，完成了清華大學高級時尚與奢侈品管理課程，於2014年6月完成了長江商學院·浙商領軍企業管理課程。2003年12月，彼獲得杭州市勞動和社會保障局頒發的三級／高級技能職業資格證書(化妝師)。彼於2006年12月獲得浙江省人力資源和社會保障廳頒發的一級／高級技能職業資格證書(美容師)。2007年2月，彼獲得浙江省人力資源和社會保障廳頒發的培訓機構教師上崗資格證書。2012年12月，彼獲得浙江省人力資源和社會保障廳頒發的三級／高級技能職業資格證書(形象設計師)。2018年11月，汪女士獲得中國商業聯合會頒發的商業行業職業技能競賽裁判員證書(美容師／化妝)。汪女士為毛戈平先生的配偶及汪立華先生的姐姐。

毛霓萍女士，66歲，本公司執行董事、副董事長以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。

毛霓萍女士於1998年協助毛戈平先生創辦了杭州毛戈平化妝藝術有限公司並擔任經紀、總經理，於2000年協助毛戈平先生創立了杭州毛戈平(本公司前身)，自本集團創立初即加入本集團並擔任總經理。自2005年3月至2010年9月擔任杭州毛戈平的董事、總經理，自2010年9月至2011年2月擔任杭州毛戈平資深副總裁。自2011年2月起至今，毛女士擔任本公司董事、副董事長兼資深副總裁，負責董事會工作及集團公司的經營管理，分管本集團的董秘辦、法務、行政、人力資源中心。毛女士於2024年4月1日起調任本公司執行董事、副董事長兼資深副總裁，毛女士亦為浙江匯都化妝品有限公司、毛戈平國際有限公司、毛戈平(香港)有限公司、毛戈平(杭州)化妝品商貿有限公司、毛戈平(海南)商貿有限公司董事及杭州尚都匯化妝品科技有限公司、杭州星屹股權投資有限公司總經理。

2003年11月，毛女士在中國清華大學完成在職工商管理課程。毛女士為毛戈平先生及毛慧萍女士的姐姐。

毛慧萍女士，63歲，本公司執行董事兼資深副總裁以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。

毛慧萍女士於2000年協助毛先生創辦了杭州毛戈平(本公司前身)並擔任杭州毛戈平的副總經理，自2005年3月至2010年9月擔任杭州毛戈平董事兼副總經理，負責本集團的財務、人事、物流和開發相關工作。自2009年11月起，毛女士兼任杭州毛戈平科技有限公司執行董事兼總經理。毛女士自2011年2月先後在杭州毛戈平及本公司擔任董事兼資深副總裁，分管本集團財務、研發及供應鏈。自2002年8月，毛女士兼任杭州科韻詩生物科技有限公司總經理。彼於2024年4月1日調任執行董事。毛女士亦為浙江匯都化妝品有限公司的監事、毛戈平國際有限公司、毛戈平(香港)有限公司、毛戈平(杭州)化妝品商貿有限公司董事及毛戈平(海南)商貿有限公司總經理。

毛女士於1991年3月獲得中國寧波開放大學(前身為寧波市廣播電視大學)大專學位。毛女士為毛戈平先生的姐姐及毛霓萍女士的妹妹。

董事及高級管理層

汪立華先生，52歲，是本公司執行董事兼副總裁。

汪先生於2000年9月加入本集團。彼於2011年2月13日獲委任為杭州毛戈平董事及於2015年12月16日獲委任為本公司董事，並於2024年4月1日調任為執行董事。彼自2015年12月16日起擔任本公司副總裁。2002年9月至2010年7月，汪先生擔任毛戈平美妝教育北京校區和成都校區校長。2010年8月至今，汪先生擔任毛戈平美妝教育副總校長。汪先生亦為毛戈平美妝教育(香港)有限公司的董事。

2002年12月，汪先生榮獲中國影視技術學會化妝委員會頒發的「中國十大青年化妝師」獎。彼於2009年11月榮獲中國國際時裝周組委會頒發的「中國國際時裝周2009年度最佳化妝造型師」獎。

汪先生於2003年7月完成了中國北京國際商務學院的工商企業管理課程。2007年2月，汪先生獲得中國勞動和社會保障部頒發的化妝師職業高級理論知識和技能操作培訓教師資格證書。汪先生於2003年12月獲得化妝師資格證書，並於2014年3月獲得中國職業技能鑒定中心頒發的二級化妝師證書。汪先生為汪立群女士的弟弟。

宋虹伶女士，51歲，是執行董事、本公司總裁，兼MAOGEPING品牌事業部總經理。

宋女士於2002年10月加入本集團，自2002年10月至2010年9月在杭州毛戈平(本公司前身)擔任銷售負責人，負責產品銷售。自2009年9月至2010年9月擔任MAOGEPING品牌總經理。自2010年9月至2011年2月在杭州毛戈平擔任執行董事兼總經理，自2011年2月至2012年6月在杭州毛戈平擔任董事兼總經理，負責MAOGEPING品牌的經營管理。彼自2012年6月至今連續在杭州毛戈平及本公司擔任董事兼MAOGEPING品牌事業部總經理，自2015年8月至2024年3月連續在杭州毛戈平及本公司擔任執行總裁。宋女士自2024年4月起擔任本公司總裁，並於2024年4月1日調任為執行董事，負責MAOGEPING品牌建設、市場推廣及銷售管理工作。彼亦為浙江匯都的董事兼總經理。

宋女士於2016年6月獲得中國礦業大學(北京)工商管理碩士學位。

獨立非執行董事

顧炯先生，53歲，於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

顧先生自2004年4月至2009年12月加入UTStarcom Holdings Corp. (前稱UTStarcom, Inc.，其股份於納斯達克上市，股份代號：UTSI)，其為一家全球電信基礎設施供貨商，專門從事向網絡運營商提供分組光纖傳輸及寬帶接入產品，彼負責會計及財務事宜，並於2009年12月離職時為財務總監。顧先生自2010年1月至2013年8月擔任百視通新媒體股份有限公司(現稱為東方明珠新媒體股份有限公司，其股份於上海證券交易所上市，股份代號：600637)的財務總監，負責該公司的財務事宜，該公司主要從事透過媒體資源平台提供電視終端、計算機終端及移動終端的技術服務、內容服務及市場推廣服務。自2013年9月至2024年7月，顧先生連續擔任CMC資本(在中國境內外專業從事傳媒與娛樂投資的投資基金)財務總監以及華人文化集團公司(前稱華人文化控股集團)副總裁。自2018年9月至2023年1月，顧先生為大發地產集團有限公司(其股份曾於聯交所上市，股份代號：6111，已於2024年10月退市的)獨立非執行董事。自2017年3月至2023年7月，顧先生擔任晶晨半導體(上海)股份有限公司(其股份於上海證券交易所上市，股份代號：688099)的獨立非執行董事。自2020年12月至2025年5月，顧先生擔任Vesync Co., Ltd.(其股份曾於聯交所上市，股份代號：2148，已於2025年5月退市的)獨立非執行董事。自2022年12月至2025年3月，顧先生擔任濠暎科技國際控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：2440，現稱為謎策略)的獨立非執行董事。

自2018年4月起，顧先生一直擔任歌禮製藥有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：1672)的獨立非執行董事。自2019年5月起，顧先生一直擔任慕尚集團控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：1817)的獨立非執行董事。自2025年3月起，顧先生擔任邵氏兄弟控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：953)的執行董事。

顧先生於1995年7月於中國復旦大學獲得財務管理學士學位。彼現時為中國註冊會計師協會之非執業會員。

黃輝先生，49歲，於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

黃先生自2010年1月至2014年7月擔任香港中文大學法律學院副教授，自2014年8月起擔任香港中文大學法律學院教授。黃先生擅長公司法、證券監管、金融法等領域的研究。黃先生為上海金融法院專家委員。彼還擔任新南威爾士大學兼職法學教授、麥吉爾大學法學院李嘉誠冠名客座教授、華東政法大學「經天學者」榮譽教授、中國政法大學客座教授。彼擔任吉隆坡區域仲裁中心、深圳國際仲裁院及上海國際經濟貿易仲裁委員會仲裁員。黃先生自2018年10月起擔任香港中旅國際投資有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：308)獨立非執行董事，自2026年1月起擔任靈寶黃金集團股份有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：3330)獨立非執行董事。

董事及高級管理層

黃先生於1998年6月獲得中國清華大學工程學士學位，於1999年7月獲得清華大學法學學士學位，於2001年12月獲得清華大學法學碩士學位，並於2005年12月獲得澳大利亞新南威爾士大學法律博士學位。

李海龍先生，45歲，於2022年5月13日獲委任為獨立非執行董事。

李先生於2014年7月至2017年8月曾任職於浙江城市大學，最後職位為副教授。李先生於2016年12月至2021年12月擔任浙江正特股份有限公司(其股份在深圳證券交易所上市，股票代碼：001238)的獨立非執行董事，於2021年10月至2024年9月擔任浙江星華新材料集團股份有限公司(其股份在深圳證券交易所上市，股票代碼：301077)的獨立非執行董事。彼自2021年9月至2024年9月擔任寧波天普橡膠科技股份有限公司(其股份在上海證券交易所上市，股票代碼：605255)的獨立非執行董事，李先生自2024年12月起擔任浙江華友鈷業股份有限公司(其股份在上海證券交易所上市，股票代碼：603799)獨立董事，自2025年8月起擔任浙江大立科技股份有限公司(其股份在深圳證券交易所上市，股票代碼：002214)獨立董事。

李先生擁有廣泛的學術背景和豐富的法學經驗。自2017年9月起，李先生擔任浙江財經大學法學院副院長、教授及研究生導師。自2018年5月起，李先生擔任杭州市仲裁委員會仲裁員。

李先生於2002年7月獲得中國中南民族大學法學學士學位，並分別於2007年7月及2010年7月獲得中國西南政法大學商法碩士學位和博士學位。自2012年9月至2014年9月，李先生在華東政法大學博士後流動站和上海證券交易所博士後工作站完成博士後研究。

除上述所披露者外，董事會成員之間概無其他關係(包括財務、業務、家屬或其他重大／相關關係)。

除上文所披露者外，本公司的董事在緊接本年報日期前三年內均未在其證券在香港或海外任何證券市場上市的上市公司擔任任何董事職務。除本文所披露者外，就董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，概無任何其他有關董事任命的事宜需要提請本公司的股東注意，亦無任何有關本公司的董事的信息需要根據上市規則第13.51(2)(a)至(v)條予以披露。

高級管理層

宋虹姪女士，是本公司執行董事、總裁兼MAOGEPING品牌事業部總經理。其履歷詳情見上文。

毛霓萍女士，是執行董事、副董事長、資深副總裁以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。其履歷詳情見上文。

毛慧萍女士，是本公司執行董事兼資深副總裁，以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。其履歷詳情見上文。

汪立華先生，是本公司執行董事兼副總裁。其履歷詳情見上文。

徐衛國先生，49歲，於2011年4月加入本集團，自彼時起一直擔任本公司財務總監。

在加入本集團之前，徐先生於1999年7月至2006年7月曾任職於光明乳業股份有限公司，最後職位為財務經理。徐先生自2006年8月至2006年12月亦曾擔任百事可樂飲料有限公司財務總監助理及會計經理及自2007年12月至2009年4月任金瑤(上海)商業管理有限公司首席財務官。

徐先生於1999年6月獲得中國復旦大學經濟學學士學位，並於2007年6月獲得中國復旦大學金融學碩士學位。徐先生於2003年12月獲得上海市註冊會計師協會頒發的註冊會計師證書。

董樂勤先生，42歲，於2014年12月加入本集團，自此一直擔任本公司董事會秘書兼法務負責人。彼於2024年4月獲委任為本公司聯席公司秘書之一。

在加入本集團之前，董先生於2005年5月至2013年7月擔任浙江國際旅遊集團有限公司辦公室秘書及龍在旅途事業部副總經理。董先生於2007年7月至2009年4月及於2009年5月至2013年6月分別擔任浙旅控股股份有限公司證券投資部經理以及董事會秘書、人力資源部總監及法務部主管。董先生亦於2013年7月至2014年9月擔任安徽恩度食品有限公司運營總監。

董事及高級管理層

董先生於2005年6月獲得中國南開大學旅遊管理學士學位，並於2013年12月獲得中國浙江大學法律碩士學位。董先生於2009年2月獲得中華人民共和國司法部頒發的法律職業資格證書。董先生於2009年7月獲得深圳證券交易所董事會秘書資格證書。董先生於2010年6月獲得中華人民共和國人力資源和社會保障部頒發的二級企業人力資源管理師證書。董先生於2016年9月獲得上海證券交易所董事會秘書資格證書。於2024年1月，董先生獲美利堅合眾國管理會計師協會認證為註冊管理會計師。

聯席公司秘書

董樂勤先生，42歲，是本公司董事會秘書兼法務負責人，於2024年4月1日獲委任為本公司聯席公司秘書之一。其履歷詳情見上文。

張瀟女士，38歲，是方圓企業服務集團(香港)有限公司(一家專注於公司服務的專業服務供應商)之副總監，於企業秘書領域擁有逾十年經驗。張女士於2019年獲認可為香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員。

張女士於2010年獲香港中文大學計算機科學學士學位，於2018年獲香港公開大學(現稱香港都會大學)企業管治碩士學位及於2024年獲得香港浸會大學會計碩士學位。

員工情況及薪酬政策

本集團致力於促進性別多元化，於2025年12月31日，本集團共有4,488名僱員，其中男性僱員596名，女性僱員3,892名。本集團結合人力資源戰略，基於不同崗位序列的薪酬計劃，為全體僱員提供有競爭力的薪資和基於業績貢獻的激勵。本集團亦會依法為全體僱員繳納社保和公積金，並向僱員提供全面福利計劃，包括退休計劃、補充醫療險、意外險、年度體檢和各類補貼。

員工培訓

本集團根據不同部門僱員需求提供特定培訓。員工培訓包括新員工入職培訓、業務技能培訓、職場素質培訓、合規培訓等。新員工入職後，將會根據其工作崗位安排對應的培訓計劃，同時配置導師進行指導。對於在職員工，根據各自工作崗位要求及能力情況，參加本集團組織的培訓及分享活動，也可根據個人職業規劃進行在線和線下的自主學習。

激勵計劃

本公司已採納員工激勵計劃(「員工激勵計劃」)，為本公司的長遠發展而使股東、本公司及僱員利益相一致。員工激勵計劃於2024年4月1日以股東決議的方式採納。由於員工激勵計劃並不涉及本公司授出任何購股權或獎勵或本公司在上市後發行任何新股份，因此員工激勵計劃無需遵守上市規則第十七章的規定。

截至2025年12月31日，根據本次員工激勵計劃向合共四名參與者授出的相關股份總數為1,200,000股非上市股份並已轉換為H股全流通股份，相當於本公司截至本報告日期已發行股份總數的約0.24%。截至2025年12月31日，四名參與者均為我們的僱員及本集團管理層成員，且均為獨立第三方。

本公司亦於2025年12月4日以股東決議的方式採納限制性股票單位激勵計劃。限制性股票單位激勵計劃旨在進一步建立健全公司長效激勵機制，充分激發公司核心骨幹員工的積極性，構建事業共同體，將股東利益、公司利益和經營者個人利益有效結合在一起，共同推動公司持續健康發展。限制性股票單位激勵計劃不涉及授出本公司之新股份。然而，限制性股票單位激勵計劃構成上市規則第 17章項下以現有股份撥付之股份計劃，並須遵守上市規則第 17.12條之適用披露規定。

截至2025年12月31日，根據於2025年12月4日通過的限制性股票單位激勵計劃，董事會已決議向合共133名參與者授出1,161,779份限制性股票單位，承授人將於限制性股票單位歸屬後獲得合共1,161,779股本公司H股股票，相當於本公司截至本報告日期已發行股份總數的約0.24%。截至2025年12月31日，該等參與者均為本集團僱員，且均為獨立第三方。

退休金計劃

本集團於中國內地營運的子公司的僱員均須參加由地方市政府及中央政府運營的中央退休金計劃。該等子公司須按工資成本的若干百分比向該等中央退休金計劃作出供款。供款於根據該等中央退休金計劃的規定應付時於損益內扣除。

於報告期內，本集團於界定供款計劃項下無被沒收供款，且本集團亦無被沒收供款用於降低現有供款水平。

董事會報告

董事會欣然呈列本年報及本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度之經審核財務報表。

全球發售

本公司於2000年7月28日在中國註冊成立，並於2015年12月29日改制為股份有限公司。股份於2024年12月10日透過全球發售在聯交所主板上市。本公司在聯交所上市首次發行H股股數為78,423,400股，發售價為29.80港元。本公司已於2025年1月4日獲行使超額配股權並因此於2025年1月8日以相同價格發行11,763,500股H股，收取因配發及發行超額配發股份所得的額外所得款項淨額約336,500,000港元(相當於人民幣311,105,000元)(經扣除包銷費用及佣金後)。全球發售項下發行的H股面值總額為人民幣45,093,450元。全球發售募集的所得款項淨額約為2,523.76百萬港元，每股H股價格淨額約為27.98港元。有關全球發售的詳情，請參閱招股章程。

主要業務及活動

本集團是領先的中國高端美妝集團。本公司於2000年由中國美妝界著名化妝師毛先生創立，在中國美妝行業中建立了強大的影響力。根據弗若斯特沙利文的資料，本集團是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司。本公司的旗艦品牌MAOGEPING於2000年推出，是中國第一個高端美妝品牌且在所有國貨品牌中處於領先地位。截至2025年12月31日，本集團的產品組合包括彩妝、護膚、香氛三個品類的469個單品。

本集團不僅努力進行產品開發，還致力於專業化妝藝術培訓，以提高中國的化妝藝術水準及美學素養。我們在全國的化妝藝術機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播本集團在彩妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。在本公司的專業培訓人員的支持下，我們積極培養行業內的有志之士，提供源源不斷的藝術創造力。

業務回顧及前景

本公司截至2025年12月31日止年度的業務回顧及前景載於本報告「管理層討論及分析」章節。

業績

本集團截至2025年12月31日止年度業績載於本報告第171至172頁的經審計綜合損益及其他全面收入表。本集團於2025年12月31日止的財務狀況載於本報告第173頁至第174頁的經審計綜合財務狀況表內。

末期股息

董事會建議於2026年5月26日派發截至2025年12月31日止年度之末期股息每股人民幣1.00元(含稅)，共計人民幣490百萬元(含稅)。上述建議將在隨後舉行的股東週年大會上提呈審議批准，關於末期股息宣佈及派發的具體安排、暫停辦理H股股份過戶登記手續的有關時間安排等內容，本公司將在年度股東大會通函中另行披露。

代扣代繳股息所得稅

境外股東的股息所得稅

代扣代繳境外非居民企業股東的企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》適用條文與其實施條例和國家稅務總局《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》(國稅函[2008]897號)的規定，本公司向境外H股非居民企業股東(包括以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記的本公司H股股份，但不包括在香港中央結算(代理人)有限公司名義下登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人為港股通及H股「全流通」投資者所持有的本公司H股股份)派發股息時，將按照10%的稅率代扣代繳企業所得稅。非居民企業股東在獲得股息之後，可以自行或通過委託代理人，向本公司主管稅務機關提出享受稅收協定(安排)待遇的申請，提供證明自己為符合稅收協定(安排)規定的實際受益所有人的資料。

代扣代繳境外個人股東的個人所得稅

根據《中華人民共和國個人所得稅法》適用條文與其實施條例、《稅收辦法》及《國家稅務總局關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》(國稅函[2011]348號)等相關法律法規和規範性文件的規定，本公司境外居民個人股東可根據其居民身份所屬國家(地區)與中國簽訂的稅收協定、內地和香港及澳門間稅收安排的規定，享受相關稅收優惠。本公司將按照以下安排為境外H股個人股東代扣代繳個人所得稅：

- (1) H股個人股東為與中國簽訂10%稅率的稅收協定或稅收安排的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將按照10%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅；

董事會報告

- (2) H股個人股東為與中國簽訂低於10%稅率的稅收協定的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將暫按10%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅。如相關H股個人股東欲申請退還多扣繳稅款，可自行或通過本公司按照《稅收辦法》代為辦理享受有關稅收協定待遇的申請；
- (3) H股個人股東為與中國簽訂高於10%但低於20%稅率的稅收協定的國家(地區)的居民，本公司派發股息時，將按照相關稅收協定規定的實際稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅；及

H股個人股東為與中國沒有簽訂稅收協定的國家(地區)的居民或其他情況，本公司派發股息時，將按照20%的稅率為該等H股個人股東代扣代繳個人所得稅。

通過港股通及H股「全流通」投資本公司H股的中國內地股東的股息所得稅

代扣代繳港股通及H股「全流通」內地個人股東的個人所得稅

根據《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2014]81號)和《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2016]127號)，對通過港股通投資本公司H股的內地個人股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將按照20%的稅率代扣代繳個人所得稅。對通過港股通投資本公司H股的內地證券投資基金股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將按照20%的稅率代扣代繳個人所得稅。對H股「全流通」股東中的個人股東派發年度末期股息時，本公司有義務代扣代繳20%的個人所得稅。

不代扣代繳港股通內地企業股東的企業所得稅

根據《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2014]81號)和《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財稅[2016]127號)，對通過港股通投資本公司H股的內地企業股東(該等H股股份以香港中央結算(代理人)有限公司名義登記由中國證券登記結算有限責任公司作為名義持有人持有)派發股息時，本公司將不會代扣代繳企業所得稅，應納稅款由內地企業股東自行申報繳納。其中，內地企業股東連續持有本公司H股滿十二個月取得的股息免徵企業所得稅。

建議本公司H股股東向彼等的稅務顧問諮詢有關擁有及處置本公司H股股份所涉及的中國、香港及其他國家(地區)稅務影響的意見。

已發行股本

截至2025年12月31日，本公司股本總額為人民幣245,093,450元，分為228,344,600股每股面值人民幣0.50元的非上市股份，及261,842,300股每股面值為人民幣0.5元的H股股份。本公司股本於報告期內的變動詳情載於財務報表附註28。

附屬公司

本公司主要附屬公司的詳情載於本年報綜合財務報表附註1。

可分派儲備

於2025年12月31日，本公司可分派儲備為人民幣1,626.7百萬元，可供分派予我們的權益股東。有關本集團及本公司儲備的變動詳情分別載於財務報表附註30及38。

捐款

於報告期內，本集團對外捐贈人民幣6,079,210元。

銀行借款及其他借款

於2025年12月31日，本集團的借款為零(2024年12月31日：人民幣320.0百萬元)。本集團截至2025年12月31日的銀行借款及其他借款詳情載於財務報表附註25。

董事會報告

全球發售所得款項用途

於2024年12月10日，本公司H股於聯交所主板上市。全球發售所得款項淨額(包括日期為2025年1月6日的本公司公告所披露的悉數行使超額配股權)約為2,523.76百萬港元。請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節，以了解全球發售所得款項擬定用途的詳情。全球發售所得款項淨額將根據招股章程所載用途使用。招股章程中先前披露的所得款項淨額計劃用途並無變化。下表呈列直至2025年12月31日的所得款項用途及實際使用情況：

所得款項用途	佔總額概約百分比	上市後分配的		自上市日期		悉數動用預期時間表	
		於2025年1月1日	於2025年12月31日	於報告期內	於2025年12月31日		
		所得款項淨額	未動用金額	已動用金額	已動用金額	未動用金額	
		(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	
擴大本集團的銷售網絡	25.0%	630.94	630.94	403.51	403.51	227.43	於2026年12月31日之前
品牌建設活動	20.0%	504.75	504.75	425.87	425.87	78.88	於2026年6月30日之前
海外擴張及收購	15.0%	378.56	378.56	15.13	15.13	363.43	於2028年12月31日之前
加強本公司的生產及供應鏈能力	10.0%	252.38	252.38	0	0	252.38	於2028年12月31日之前
增強本公司的產品設計及開發能力	9.0%	227.14	227.14	36.44	36.44	190.70	於2028年12月31日之前
化妝藝術培訓機構	6.0%	151.43	151.43	20.71	20.71	130.72	於2029年12月31日之前
運營及信息基礎設施數字化	5.0%	126.19	126.19	14.96	14.96	111.23	於2028年12月31日之前
營運資金及一般公司用途	10.0%	252.38	252.38	0	0	252.38	於2028年12月31日之前
合計	100%	2,523.76	2,523.76	916.62	916.62	1,607.14	

本集團已及將根據招股章程所述擬定用途動用所得款項淨額。預期時間表乃基於本公司當前對未來市場狀況及業務運營的最佳估計，並可能根據未來市場狀況及實際業務需求的發展而發生變化。

主要客戶及供應商

我們的客戶主要包括個人客戶及企業客戶，企業客戶主要包括線下零售商(包括一家高端跨國美妝零售商)以及線下及線上經銷商。截至2025年12月31日止年度，歸屬於本集團五大客戶的總收入佔本集團總收入的比例少於30%。

我們的供應商主要包括美妝材料及製成品供應商、ODM/OEM供應商以及物流及運輸服務供應商。截至2025年12月31日止年度，歸屬於本集團最大供應商的總採購額佔本集團總採購額約20.4%(2024年：19.7%)。截至2025年12月31日止年度，歸屬於本集團五大供應商的總採購額佔本集團總採購額約49.9%(2024年：53.3%)。

據本公司的董事所知，截至2025年12月31日止年度，概無董事、彼等的聯繫人或於本公司已發行股本5%以上的股東於本集團的五大供應商擁有任何實益權益。

物業、廠房及設備

於截至2025年12月31日止年度期間，有關本集團的物業、廠房及設備以及其變動的詳情載於本年報綜合財務報表附註13。概無本公司的物業持作開發及/或出售、或投資之用的物業的任何百分比率(按14.04(9)條所界定)超過5%。

獨立非執行董事之獨立性確認

本公司已收到各獨立非執行董事根據上市規則第3.13條所載獨立性指引就其獨立性發出的於本報告期內及截至本報告日期的年度書面確認，並認為各獨立非執行董事均為獨立人士。

董事服務合同

本公司或其附屬公司與任何董事概無訂立本公司須作出除法定賠償以外的賠償方可於一年內終止合同的服務合同或委任函。

董事會報告

董事及五名最高酬金人士的酬金

根據企業管治守則，本公司已成立薪酬委員會以制定薪酬政策。

薪酬乃根據各董事的資歷、經驗及當前市場狀況釐定及建議。獨立非執行董事的薪酬由董事會根據本公司薪酬委員會的建議釐定。

本集團董事及五位最高薪酬人士的酬金詳情載於本年報綜合財務報表附註8及9。

截至2025年12月31日止年度，概無董事放棄或同意放棄本集團應付的任何薪酬，且本集團概無向任何董事支付薪金吸引其加入本集團或作為加入本集團後的入職獎勵或離職補償。

董事於交易、安排或合約的權益

本公司及其任何附屬公司於截至2025年12月31日止年度內任何時間概無訂立與本集團業務有關及任何本公司董事及其關連實體直接或間接擁有重大權益且仍然存在的重大交易、安排及合約。

管理合約

除董事的服務合約及委任函外，於截至2025年12月31日止年度內並無訂立或存在任何有關本集團整體或任何重大部分業務的管理及行政合約，或概無任何合約截至2025年12月31日止年度結束時存續。

與控股股東的重大合約

除於本報告「持續關連交易」一節以及財務報表附註33段落所披露者外，於報告期內，本公司或其任何附屬公司、或控股股東或其任何附屬公司概無訂立對本集團業務而言屬重大之合約（不論為提供服務或其他事務）。

董事於本公司競爭業務中的權益

各董事已確認，於本報告期內，在與本公司業務直接或間接構成重大競爭或可能構成競爭的業務中，其並無擁有上市規則第8.10(2)(b)條項下的任何權益。

董事及主要行政人員於本公司及其相聯法團之股份、相關股份及債權證中擁有之權益及淡倉

截至2025年12月31日，就本公司所獲得的資料及據董事所知，本公司董事及最高行政人員在本公司或其相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部須通知本公司及聯交所的權益及淡倉（包括根據《證券及期貨條例》的該等條文被當作或視為擁有的權益或淡倉），或根據《證券及期貨條例》第352條規定須在存置之權益登記冊中記錄，或根據《上市規則》附錄C3《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「《標準守則》」）的規定需要通知本公司和香港聯交所之權益或淡倉的情況如下：

姓名	權益性質	股份類別	好倉/ 淡倉	所持股份數目	佔本公司	佔本公司
					有關股本類別 股權之概約 百分比	股權總數之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	113,680,000	62.73%	29.22%
	配偶權益	非上市股份	好倉	29,556,800		
				143,236,800		
	實益擁有人	H股	好倉	60,840,000	32.77%	17.51%
	受控法團	H股	好倉	2,200,000		
	配偶權益	H股	好倉	22,778,400		
				85,818,400		
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800	62.73%	29.22%
	配偶權益	非上市股份	好倉	113,680,000		
				143,236,800		
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400	32.77%	17.51%
	配偶權益	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	9,160,000		
				85,818,400		

董事會報告

姓名	權益性質	股份類別	好倉／ 淡倉	所持股份數目	佔本公司	
					有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
毛霓萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800	12.94%	6.03%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400	6.04%	3.23%
毛慧萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	25,009,600	10.95%	5.10%
	實益擁有人	H股	好倉	13,384,800	5.11%	2.73%
汪立華先生	實益擁有人	非上市股份	好倉	15,915,200	6.97%	3.25%
	實益擁有人	H股	好倉	8,517,600	3.25%	1.74%
宋虹姪女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	10,231,200	4.48%	2.09%
	實益擁有人	H股	好倉	10,711,200	4.09%	2.19%

附註：

(1) 於2025年12月31日，本公司股份總數為490,186,900股，其中包括非上市股份228,344,600股及H股261,842,300股。

(2) 於2025年12月31日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：

- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)毛戈平先生直接持有的113,680,000股非上市股份；及(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有的29,556,800股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的60,840,000股H股；(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有或控制的15,818,400股H股；(iii)智循投資持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年12月31日，智循投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛戈平先生被視為於智循投資持有的本公司股份中擁有權益。

(3) 於2025年12月31日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：

- (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)汪立群女士直接持有的29,556,800股非上市股份；及(ii)毛先生(汪立群女士的配偶)直接持有的113,680,000股非上市股份；及
- (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的15,818,400股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的60,840,000股H股；(iii)智循投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年12月31日，智循投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪立群女士被視為於智循投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，九寰投資由汪立群女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪立群女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪立群女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪立群女士被視為於九寰投資持有的本公司股份中擁有權益。

於相聯法團的權益

姓名	相聯法團名稱	權益性質	好倉／ 淡倉	所持 股份數目	概約權益 百分比
毛戈平先生	北京市毛戈平職業技能培訓朝陽 學校有限責任公司 ⁽¹⁾	實益擁有人	好倉	0	1%
汪立群女士 ⁽²⁾	北京市毛戈平職業技能培訓朝陽 學校有限責任公司 ⁽¹⁾	配偶權益	好倉	0	1%

附註：

- (1) 北京市毛戈平職業技能培訓朝陽學校有限責任公司是一家在中國成立的有限責任公司，並沒有發行任何股份。為本公司子公司，並由本公司持有99.00%權益，其餘下1%權益由毛戈平先生持有。
- (2) 汪立群女士為毛戈平先生之配偶。根據證券及期貨條例，汪立群女士被視為於毛戈平先生擁有權益的任何股份中擁有權益。

除上文所披露者外，於2025年12月31日，概無本公司董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有或被視為擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部須要通知本公司及聯交所的權益及淡倉（包括根據《證券及期貨條例》有關條文彼等被當作或視為擁有的權益及淡倉），或已載入本公司根據《證券及期貨條例》第352條所存置的登記冊內的權益及淡倉，或根據《標準守則》的規定須要通知本公司及聯交所之權益或淡倉。

董事會報告

主要股東於本公司股份及相關股份的權益及淡倉

據董事或本公司最高行政人員所知，於2025年12月31日，以下人士於本公司股份及相關股份中擁有或被視作擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向本公司及交易所披露，或根據《證券及期貨條例》第336條規定須備存的登記冊所記錄的權益和淡倉如下：

姓名	權益性質	股份類別	好倉／ 淡倉	所持 股份數目	佔本公司 有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
毛戈平先生 ⁽²⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	113,680,000		
	配偶權益	非上市股份	好倉	29,556,800		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	2,200,000		
	配偶權益	H股	好倉	22,778,400		
			85,818,400	32.77%	17.51%	
汪立群女士 ⁽³⁾	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800		
	配偶權益	非上市股份	好倉	113,680,000		
				143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400		
	配偶權益	H股	好倉	60,840,000		
	受控法團	H股	好倉	9,160,000		
			85,818,400	32.77%	17.51%	

姓名	權益性質	股份類別	好倉/ 淡倉	所持 股份數目	佔本公司 有關股本類別 股權之概約 百分比	佔本公司 股權總數之 概約百分比
毛霓萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	29,556,800	12.94%	6.03%
	實益擁有人	H股	好倉	15,818,400	6.04%	3.23%
毛慧萍女士	實益擁有人	非上市股份	好倉	25,009,600	10.95%	5.10%
	實益擁有人	H股	好倉	13,384,800	5.11%	2.73%
新余市智循項目投資 合夥企業(有限合夥)	與另一人共同持有 權益	非上市股份	好倉	143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	2,200,000		
	與另一人共同持有 權益	H股	好倉	83,618,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%
新余市九寰項目投資 合夥企業(有限合夥)	與另一人共同 持有權益	非上市股份	好倉	143,236,800	62.73%	29.22%
	實益擁有人	H股	好倉	6,960,000		
	與另一人共同 持有權益	H股	好倉	78,858,400		
				85,818,400	32.77%	17.51%

董事會報告

附註：

- (1) 於2025年12月31日，本公司股份總數為490,186,900股，其中包括非上市股份228,344,600股及H股261,842,300股。
- (2) 於2025年12月31日，毛戈平先生被視為於以下股份中擁有權益：
 - (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)毛戈平先生直接持有的113,680,000股非上市股份；及(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有的29,556,800股非上市股份；及
 - (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)毛戈平先生直接持有的60,840,000股H股；(ii)汪立群女士(毛戈平先生的配偶)直接持有或控制的15,818,400股H股；(iii)智循投資持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年12月31日，智循投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛戈平先生被視為於智循投資持有的本公司股份中擁有權益。

- (3) 於2025年12月31日，汪立群女士被視為於以下股份中擁有權益：
 - (a) 合共143,236,800股非上市股份，包括(i)汪立群女士直接持有的29,556,800股非上市股份；及(ii)毛先生(汪立群女士的配偶)直接持有的113,680,000股非上市股份；及
 - (b) 合共85,818,400股H股，包括(i)汪立群女士直接持有的15,818,400股H股；(ii)毛戈平先生(汪立群女士的配偶)直接持有的60,840,000股H股；(iii)智循投資直接持有的2,200,000股H股；及(iv)九寰投資直接持有的6,960,000股H股。

於2025年12月31日，智循投資由其普通及執行事務合夥人毛戈平先生及有限合夥人汪立群女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪立群女士被視為於智循投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，九寰投資由汪立群女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪立群女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪立群女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪立群女士被視為於九寰投資持有的本公司股份中擁有權益。

- (4) 毛戈平先生、汪立群女士、新余市智循項目投資合夥企業(有限合夥)及新余市九寰項目投資合夥企業(有限合夥)為毛戈平化妝品股份有限公司的一組控股股東。根據證券及期貨條例，各控股股東將被視為於其他控股股東實益擁有的股份中擁有權益。

除上文披露者外，於2025年12月31日，本公司並不知悉任何其他人士於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部之規定須予披露之權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第336條記錄於本公司所存置登記冊之權益或淡倉。

發行債權證

截至2025年12月31日止年度，本集團並無發行任何債權證。

董事購買股份或債權證的權利

除本年報「董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債券的權益或淡倉」一節所披露者外，本公司、其任何附屬公司或其同系附屬公司於報告期間或於報告期末任何時間概無參與訂立任何安排，使得董事或本公司最高行政人員或彼等各自的緊密聯繫人(定義見上市規則)擁有任何權利認購本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例)之證券或藉購入本公司或任何其他法人團體之股份或債權證而獲取利益。

限制性股票單位激勵計劃

本公司於2025年12月4日召開的臨時股東會上採納限制性股票單位激勵計劃，作為對選定的本公司僱員予以表彰的方法。根據限制性股票單位激勵計劃，在遵循限制性股票單位激勵計劃規則、上市規則以及任何適用的法律、規則或規例的前提下，董事會可不時依其絕對酌情權以授予本公司限制性股票單位之方式獎勵本公司選定的符合股權激勵相關條件的參與者(「激勵對象」)。限制性股票單位激勵計劃概要載於本公司日期為2025年11月14日之通函。

限制性股票單位激勵計劃的目的及目標

限制性股票單位激勵計劃旨在：

- (i) 進一步建立健全公司長效激勵機制，充分激發公司核心骨幹員工的積極性；及
- (ii) 構建事業共同體，將股東利益、公司利益和經營者個人利益有效結合在一起，共同推動公司持續健康發展。

限制性股票單位激勵計劃的激勵對象

限制性股票單位激勵計劃的激勵對象需滿足以下標準：

- (i) 激勵對象需與公司或其分、子公司簽訂勞動合同或服務合約；
- (ii) 限制性股票單位激勵計劃的激勵對象為本公司高級管理人員、中高層管理人員、公司認為對公司發展有特殊貢獻的核心崗位優秀人才、優秀員工以及公司引進的優秀人才；

董事會報告

- (iii) 激勵對象須高度認同公司文化與價值觀，愛崗敬業，有強烈的責任心，持續表現優異，願意為公司發展持續作出個人貢獻；
- (iv) 激勵對象需具備良好的職業道德和績效表現，且未發生違反任何法律法規或公司規章制度的行為，以及不存在其他法律規定不得參與股權激勵的情形；及
- (v) 限制性股票單位激勵計劃有效期內，董事會有權確定激勵對象具體標準或條件等。

限制性股票單位激勵計劃項下首次授予的對象為截至公司上市日期(即2024年12月10日)已入職滿三(3)年，或雖未滿三(3)年但被公司確認的核心人員、公司中高層管理人員或公司引進的人才。

期限

限制性股票單位激勵計劃自採納日期(即2025年12月4日)起計六(6)年內有效，此後將不可再授出限制性股票單位，但限制性股票單位激勵計劃條款在所有其他方面仍全面有效並具十足效力，以便歸屬此前作出的任何限制性股票單位。除限制性股票單位激勵計劃另有規定外方可提前終止。

計劃上限

限制性股票單位激勵計劃項下可授予的最高限制性股票單位下的H股股票總數為不超過3,921,495股H股，即截至本報告日期公司已發行普通股股數的0.8%([計劃上限])。在計算計劃上限時，根據限制性股票單位激勵計劃條款失效的限制性股票單位不計作已使用。

根據該計劃可向一名選定參與者授出的股份數目上限不得超過本公司於採納日期可授予的計劃上限。

運作

受限於限制性股票單位激勵計劃的規定，董事會有權(但不受限制)於採納日期開始之六(6)年內隨時向其選定的任何激勵對象，按照董事會確定的有關條款及條件授出限制性股票單位的授予函，授予函形式由董事會決定。授予函應註明將予授出的限制性股票單位的條款及條件，包括但不限於公司向激勵對象授予限制性股票單位的日期(「授予日」)、接受授予限制性股票單位的方式、限制性股票單位數目、激勵對象為獲得限制性股票單位所需滿足的歸屬條件(「歸屬條件」)、限制性股票單位歸屬於激勵對象的日期、授予價(如適用)以及其他彼等認為必要且符合限制性股票單位激勵計劃的細節、條款及條件。

董事會為限制性股票單位激勵計劃之目的，委聘受託人(「受託人」)及委託機構(「委託機構」)、並簽訂有關委託協議，由董事會及/或其授權人士指示該等受託人從二級市場購買公司H股並處理歸屬相關的事宜。購買H股的資金來源為本集團內部資金。董事會及/或其授權人士亦將指示受託人是否使用任何退還股份以達成限制性股票單位的授予。董事會及/或其授權人士可在向受託人發出的購買H股的指示中載列任何條件或條款，包括但不限於具體購買價或價格區間、購買資金的最高金額及/或將購買H股的最高數目。

歸屬

公司董事會根據公司的發展戰略與規劃，制定限制性股票單位歸屬於激勵對象的條件並於授予函中載明(包括但不限於有關本公司經營目標、財務表現之事宜及有關激勵對象的績效考核結果)，並告知相關受託人及有關激勵對象。歸屬期間由董事會釐定，並在授予函中載明。除下文所述的情形外，所授任何限制性股票單位的歸屬期應不得少於自授予日期(含該日)起計的十二(12)個月，除非董事會全權酌情另行釐定。就限制性股票單位激勵計劃的歸屬程序：(i)董事會應當在限制性股票單位歸屬前，就限制性股票單位激勵計劃設定的激勵對象歸屬條件是否滿足進行審議；(ii)對於滿足歸屬條件的激勵對象，由公司統一辦理歸屬事宜，並由受託人通過委託機構持有。對於未能滿足歸屬條件的激勵對象，當批次對應的限制性股票單位取消歸屬；及(iii)公司統一辦理限制性股票單位的歸屬事宜時，按限制性股票單位激勵計劃規定辦理股份歸屬事宜。限制性股票單位激勵計劃以受託人於市場上購買的本公司現有H股撥付，因此限制性股票單位激勵計劃項下並無可予發行的股份。限制性股票單位激勵計劃並不包括期權授予，因此授權人根據限制性股票單位激勵計劃行使期權的期限和期權歸屬期不適用於限制性股票單位激勵計劃。限制性股票單位激勵計劃並無約定獲授股份的購買價格且承受人無須因接受限制性股票單位而支付任何金額，與之對應的付款或通知付款的期限或償還申請期權貸款的期限亦不適用。

董事會報告

於本報告日期，限制性股票單位激勵計劃的餘下期限約為五年零七個月。

截至2025年12月31日止年度，根據限制性股票單位激勵計劃授出的限制性股票單位的變動詳情載列如下：

激勵對象類別	本公司授出日期	截至		獎勵 於本公司 授出日期的 公允價值 ⁽¹⁾	歸屬價格	已授出	已歸屬	已失效	已註銷	截至		緊接 歸屬日期 前股票的 加權平均 收市價	歸屬期
		2025年 1月1日 未歸屬	緊接本公司 授出日期前 的股票 收市價							2025年 12月31日 未歸屬	2025年 12月31日 收市價		
本集團其他僱員	2025年12月4日	-	港元88.50	港元43.38	港元45.12	1,161,779	0	117,056	0	1,044,723	不適用	首個歸屬期 自授予日起 滿12個月後的 30日內	

附註：

- 於報告期內授出的獎勵的公允價值及所採用的會計準則及政策的詳情載於綜合財務報表附註29及附註2.4。
- 在滿足歸屬條件(包括為各承授人定製的績效目標)的情況下，限制性股票單位應根據歸屬期進行歸屬。向承授人授出的限制性股票單位應分別於該等限制性股票單位授出日期後的第一年、第二年及第三年按1/3、1/3及1/3的比例歸屬。所授任何限制性股票單位的歸屬期應不得少於自授予日期(含該日)起計的十二(12)個月，每期歸屬1/3，惟須滿足公司層面的業績考核目標和個人層面的績效考核目標後方可歸屬。

3. 本公司相關限制性股票單位可歸屬前承授人將達致的績效目標為僱員參與者於上一財政年度的績效考核評分應至少為「合格」，個人歸屬部分應根據高於合格門檻的績效考核等級進一步釐定。此外，根據限制性股票單位激勵計劃及授予函的規定僱員參與者並未被禁止參與限制性股票單位激勵計劃。
4. 上表所述所有限制性股票單位的歸屬價為45.12港元，由承授人在限制性股票單位歸屬時支付。此歸屬價乃經綜合考慮(i)有關承授人對本公司所作出之貢獻；(ii)管理運營此計劃所需要的預計成本；以及(iii)限制性股票授予時的收市價而釐定。承授人在接納限制性股票單位時，無需支付代價或任何形式的購買價。
5. 除上文披露者外，概無根據限制性股票單位激勵計劃向任何董事授出限制性股票單位。
6. 參照本公司日期為2025年12月4日的公告。為免生疑慮，董事會已決議於2025年12月4日授出合共1,161,779份限制性股票單位，且本公司與各選定參與者已於2025年12月31日訂立相關授予函。
7. 報告期內，本集團董事及薪酬最高的五位員工均未獲授限制性股份單位。

股權掛鈎協議

除本年報所披露者外，本公司於截至2025年12月31日止年度並無訂立任何股權掛鈎協議。

獲准許彌償條文

本公司已就本公司及其聯營公司的現任董事及高級管理層以及於截至2025年12月31日止年度期間辭任的本公司及其聯營公司的董事及高級管理層因公司活動而產生的法律訴訟安排投購適當的保險。根據公司條例的規定，獲准許的彌償條文乃為了董事的權益而生效。

足夠公眾持股量

根據本公司獲得的公開資料及據董事所知，本公司自上市日期起至本年報日期一直維持上市規則所規定的公眾持股量。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於截至2025年12月31日止年度，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。截至報告期末，本公司並無持有庫存股份。

董事會報告

持續關連交易

物業租賃框架協議

於2024年11月26日，本公司(為其本身及代表其子公司)與杭州尚都科技有限公司(「尚都科技」)(為其本身及代表其聯繫人)簽訂了物業租賃框架協議(「物業租賃框架協議」)，根據該協議，本集團將從尚都科技及／或其聯繫人租賃位於杭州的若干服務的物業作辦公或經營用途。物業租賃框架協議的初始期限將於上市日期開始至2026年12月31日止，惟在訂約雙方同意後及在符合上市規則的情況下可續簽。訂約方將根據物業租賃框架協議所規定的原則及範圍就相關租賃物業訂立單獨協議，載列具體條款及條件(包括物業的建築面積、物業租金、付款方式及其他使用費)。根據物業租賃框架協議，截至2026年12月31日止三個年度各年，本公司應向尚都科技及／或其聯繫人支付的最高年度租金總額預計分別不會超過人民幣6.0百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣6.0百萬元。截至2025年12月31日，尚都科技由汪立群女士及汪立華先生分別持有80%及20%。汪立群女士為執行董事、副董事長及控股股東之一，而汪立華先生為執行董事。因此，尚都科技為本公司關連人士。本公司與尚都科技發生的交易構成上市規則第十四A章項下的持續關連交易。

截至2025年12月31日止年度的實際租金為人民幣4.88百萬元，本集團根據物業租賃框架協議向尚都科技及／或其聯繫人租賃物業的使用權資產價值為0。

獨立非執行董事的確認

本公司的獨立非執行董事已審核上述持續關連交易，並確認：

- (1) 上述持續關連交易乃於本集團的日常及慣常業務中訂立；
- (2) 上述持續關連交易乃按一般商務條款或更佳條款進行；及
- (3) 上述持續關連交易乃根據框架協議進行，條款公平合理，且符合本公司股東的整體利益。

獨立核數師的確認

獨立核數師已按照香港會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3000號(修訂)「歷史財務資料審核或審閱以外之鑒證業務」，並已參考實務說明第740號(修訂)「關於香港上市規則所述持續關連交易的核數師函件」就持續關連交易執行相關程序。獨立核數師已發出其無保留意見函件，並確認：

- (1) 彼等並不知悉任何事項，令彼等相信已披露的持續關連交易未獲本公司董事會批准。
- (2) 彼等並不知悉任何事項，令彼等相信該等交易於所有重大方面未按照關於該等交易的相關協議進行。
- (3) 就各持續關連交易的總額而言，彼等並不知悉任何事項使彼等相信，已披露的持續關連交易已超過本公司所設立的年度上限。

除上述披露外，概無其他載列於綜合財務報表附註33的任何關聯交易屬於上市規則項下須予披露的關連交易或持續性關連交易。報告期間，本公司已遵守根據上市規則第十四A章的披露規定。

核數師

本公司應屆股東週年大會上將提呈決議案以續聘核數師安永會計師事務所。自上市日期起，本公司核數師概無出現變動。

優先購買權

截至2025年12月31日止年度，本公司並無任何股份優先購買權。中國法律或本公司章程均無明確關於股份優先購買權的條款。

遵守企業管治守則

本公司深知良好的企業管治對提升本公司的管理水平及保障股東整體利益至為重要。上市規則附錄C1第二部分所載的企業管治守則已自上市日期起適用於本公司。自上市起，本公司已採納企業管治守則所載守則條文作為其本身的守則，以規管其企業管治常規。請參閱本年報企業管治報告的「企業管治常規」一節，以了解有關遵守企業管治守則的詳情。

有關本集團企業管治常規的詳情，可參閱本年報的企業管治報告。

董事會報告

審計委員會

審計委員會已審閱並同意本集團採納的會計原則和慣例，並已與管理層討論有關內部監控及財務報告的事宜，包括審閱本集團截至2025年12月31日止年度的經審計綜合財務報表。審計委員會認為，截至2025年12月31日止年度的財務業績符合相關會計準則、規則及法規，並已作出適當披露。

重大法律訴訟

於截至2025年12月31日止年度期間，本集團概無涉及任何重大訴訟。

稅項減免

本公司並不知悉任何股東因持有本公司證券而享有任何稅務減免或豁免。

遵守法律及法規

本集團已制定合規政策及程序，以確保遵守適用的法律、規則及法規，尤其是對本集團有重大影響的法律、規則及法規。本集團會向其法律顧問尋求專業法律意見，以確保本集團進行的交易及業務符合適用法律及法規。於報告期間及截至本報告日期，本集團並無發現在所有重大方面不遵守本集團經營所在地的法律、法規及監管規定的情況。

公司與僱員、客戶及供應商的關係

本公司認為僱員對本公司的持續發展至關重要，並熱衷發展與僱員的長期關係。吸引、留住及激勵合資格僱員對本公司的成功至關重要。本公司利用各種招聘渠道(包括專業招聘網站、校園招聘和推薦等)來吸引人才。本公司致力於為僱員創造公平、平等的工作環境。本公司為僱員提供有競爭力的薪酬、全面的福利計劃，並根據他們的工作表現提供績效獎勵計劃，以此激勵僱員。本公司明白保持與客戶的良好關係非常重要。本公司致力於向客戶提供優質產品。本公司已制定程序處理客戶反饋意見，以確保客戶反饋意見得以快速及時處理。本公司亦致力於發展與供應商的良好關係，以確保長期穩定供應。有關本公司與其僱員、客戶、供應商及其他對本公司影響重大的人士的主要關係的詳情載於環境、社會及管治報告。

主要風險及不確定因素

美妝行業以及對我們產品的需求會受到整體經濟環境以及我們消費者的消費意願變化的影響。

雖然人們對美和個性表達的需求日益增長，但美妝行業以及對我們產品的需求取決於我們客戶的可支配收入及其對相關美妝產品消費的意願，因此容易受經濟下行或宏觀經濟環境的影響。在經濟下行期，消費者可能會優先將消費重點放在必需品上並可能降低其在美妝產品等商品上的支出。因此，若我們的客戶對相關美妝產品的負擔能力減弱，可能會導致客流量減少，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。為了抵禦潛在的整體經濟環境和消費者意願變化風險，我們將堅守成本效率原則，考慮通過多品牌差異化定位切入細分市場領域，同時積極開拓海外市場，通過多維度的戰略調整來應對挑戰。

我們的成功取決於我們產品持續受歡迎的程度，以及我們於高端美妝行業有效競爭的能力。

我們經營所在行業的特點是消費者喜好及行業趨勢不斷發生無法預測的變化。我們的業務及經營的成功很大程度上取決於我們預測、理解及適應這些不斷變化的喜好及趨勢的能力，以及不斷提供吸引消費者的產品(包括彩妝及護膚品)的能力。如果我們未能準確預測及應對行業變化，或者我們推遲了開發及推出順應這些變化的新產品，我們的產品可能會不受歡迎或過時。此外，高端美妝市場競爭激烈，擁有眾多久負盛名及新興的參與者。我們主要與中國其他國內外高端美妝品牌競爭。我們的表現取決於我們能否使我們的產品從競爭對手的產品中脫穎而出及為消費者提供卓越的質量及價值。為了維持並提升我們的市場地位，我們不斷在開發、生產及營銷新產品方面進行投資，優化我們的產品組合以及完善我們的銷售及營銷策略，維持及提高我們的品牌美譽度，打造一個深受人們喜愛的中國高端美妝品牌。

董事會報告

我們依靠第三方電商平台在線銷售我們的產品。如果該等平台的服務或運營中斷，或者我們與該等平台的合作終止、惡化或成本變高，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

我們一直並將持續依賴天貓、小紅書及抖音等若干第三方電商平台在線銷售我們的產品，通過該等平台獲得部分在線銷售收入。於2025年度，我們線上銷售產生的收入為人民幣2,477.1百萬元，佔我們同期產品銷售收入的50.5%。此外，如果該等平台的服務或運營中斷、如果該等平台未能提供令人滿意的客戶體驗及未能吸引新用戶並留住現有用戶、如果我們與該等第三方電商平台的合作終止、惡化或成本變高，或如果我們未能激勵該等平台為我們在該等平台上的網店帶來流量或促銷我們的產品，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。我們不能保證我們能夠按商業上可接受的條款及條件及時找到，或根本無法找到替代渠道，特別是考慮到該等渠道在中國電商行業的領先地位及重大影響力。此外，有關該等平台的任何負面報道、公眾對該等平台上出售非正品、假冒或缺陷商品的任何看法或主張，無論是否有理據或經過證實，都可能打消費者的訪問該等平台的念頭並導致客流量減少或產品的銷售下滑，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。針對該等風險，我們將以消費者需求為導向，與頭部平台深化戰略合作，優化流量運營及用戶私域轉化，不斷加強品牌建設，探索社交電商、跨境平台等新興渠道，用更加多元化的方式觸達消費者。

ODM/OEM供應商的生產延遲、產品質量風險及機密洩露，可能引發品牌聲譽受損、法律糾紛及市場競爭力下降。

我們委聘若干ODM及OEM供貨商參與設計、開發及生產我們的產品，以優化運營效率並豐富我們的產品系列。我們根據嚴格的標準篩選ODM及OEM供貨商。但是，我們不能保證我們的ODM及OEM供貨商有足夠的能力來滿足對我們產品日益增長的需求，這可能會導致延遲推出新產品及交貨並損害我們的市場聲譽及消費者關係。此外，由於我們的ODM及OEM供貨商通常需要三至四個月來生產我們的產品，有關生產週期可能會影響我們管理庫存及實施我們的需求計劃政策及程序以確保計劃的生產滿足預期的市場需求的能力。我們與該等業務夥伴的關係出現重大惡化、他們面臨任何重大業務挑戰或他們未能生產符合我們的標準或合同或監管規定的產品，都可能影響我們的產品質量或供應、引起消費者不滿及損害我們的品牌。另外，ODM及OEM供貨商在設計、開發或生產過程中洩露、剽竊或披露機密信息可能會損害我們的聲譽及損害市場競爭力，並可能進一步使我們面臨法律訴訟及潛在責任。為了應對該等風險，我們在篩選合作供應商的時候，會十分重視其商業聲譽，並與之簽訂保密協議，我們要求供應商保證向我們銷售及交付的產品所使用的配方、工藝、生產技術均依法獲得了所有有關的知識產權，且不會侵犯任何第三方的合法權利；為了降低供貨商的延遲交貨的風險，我們會在兼顧運營效率的同時尋求替代方案，例如針對重要的品類開發備用供應商，此外，我們也在建造自有生產設施，作為現有生產模式的重要補充，確保產品的及時可靠的供應；我們的質量管理團隊也會隨著產銷規模的變化進行適應性調整，確保有充足的專業人員執行質量管理工作。

我們可能面臨因收購導致的資源分散、整合失敗、財務負擔(如股權稀釋、債務限制)及潛在商譽減值風險，疊加審批延誤或未知負債，可能無法實現預期收益並損害業務發展。

我們可能會收購可補充現有業務的資產、技術或業務。任何收購及其後將新資產及業務與我們的自有資產及業務整合，可能需要我們管理層投入大量注意力，因而導致分散投入現有業務的資源，從而可能對我們的業務造成不利影響。收購資產或業務未必產生我們所預期的財務或經營業績。此外，收購或會導致動用大額現金、發行可能具攤薄影響的股本證券、產生債務、產生重大商譽減值費用、其他無形資產的攤銷開支並面臨所收購業務的潛在未知負債。我們未能應對日後收購及投資所面臨的風險或其他問題可能令我們無法自有關收購或投資實現預期效益、產生意料之外負債及費用以及整體上損害我們的業務。如我們利用股本證券支付收購或投資，則我們股份的價值可能會被攤薄。如果我們借款為收購或投資提供資金，相關債務工具可能包含限制性條款，可能限制我們分派股息等。此類收購及投資也可能導致與無形資產相關的大量攤銷費用、減值費用或撤銷。此外，物色及完成收購事項的成本可能相當高昂。除可能需要獲得股東批准外，我們也可能需要獲得政府機關有關收購的批文及許可證，並須遵守適用法律及法規，因而可能導致增加成本及發生延誤。為此，我們需要建立審慎收購評估機制，嚴格盡調節選符合我們的品牌戰略定位及與現有業務協同的標的，預設整合方案及退出機制。採用多元化支付方式控制財務風險。設立專項整合團隊並保留核心人才，減少管理層精力分散。提前規劃審批流程，合規前置降低政策風險。建立動態財務指標監控體系，定期評估商譽及無形資產減值風險，及時調整優化資產組合。

董事會報告

我們可能需要繳納額外的社會保險及住房公積金供款，以及相關政府部門徵收的滯納金及罰款。

根據中國法律規定，與僱員簽訂僱傭合約的公司須為僱員足額繳納社會保險和住房公積金供款。於往績記錄期間，我們聘請第三方人力資源機構繳納社會保險，主要原因是我們在全國不同城市工作的一些僱員更願意在其各自的常住地繳納其社會保險和住房公積金，以便於在當地使用相關福利。此外，於往績記錄期間，我們並無為若干僱員足額繳納社會保險和住房公積金。這種安排在中國並不少見，但並非嚴格遵守中國的相關法律法規。據我們中國法律顧問告知，按照中國適用法律和法規，我們可能會被責令自行為我們的僱員繳納社會保險和住房公積金，而非通過第三方進行繳納。就社會保險計劃及住房公積金供款而言，截至本報告披露日期，我們未收到中國主管部門的任何行政處罰或整改令。我們無法向閣下保證，日後我們不會收到任何整改該不合規事件的命令。我們可能會被有關部門責令限期繳納逾期供款，逾期不繳納的，人民法院可以處以罰款或者強制執行。任何此類事件均會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

為消除上述潛在不利影響，我們正在逐步減少與第三方代繳機構的合作，探索新的用工模式，或由公司在局部地區設立的分支機構自行繳納，以符合中國法律對社會保險及住房公積金繳納的監管要求，並有序提高社會保險及住房公積金的繳納基數及根據政策環境優化繳納方式，從而逐步達成為全體僱員足額合規繳納社會保險及住房公積金的目標。

根據上市規則的持續披露責任

除本年報所披露者外，本公司並無任何其他須根據上市規則第13.20、13.21及13.22條的任何其他披露責任。

環境政策與表現

有關環境政策及表現、本集團遵守對本集團有重大影響的相關法律法規的情況，以及本集團與其持份者的主要關係的討論，載於本公司「環境、社會及管治報告」。

承董事會命

毛戈平

香港

2026年3月26日

企業管治報告

截至二零二五年十二月三十一日止年度(「報告期間」)，董事會欣然就本公司的企業管治向股東作出呈報。

企業管治常規

本公司致力於實現高標準的企業管治，以保障股東利益。

董事會相信，高水平的企業管治標準乃為本集團提供框架以保障股東權益、提升企業價值、制定其業務策略及政策以及加強其透明度及問責所必需。

本公司已採納上市規則附錄C1所載企業管治守則的原則及守則條文作為本公司的企業管治常規的基礎。

本公司H股於2024年12月10日在聯交所主板上市，就董事所深知，於截至2025年12月31日止年度，本公司已遵守企業管治守則項下所有適用守則條文。

文化和價值觀

我們的管理層和員工共同踐行以下構成我們企業文化基礎的價值觀：

- 以匠心求極致：使命驅動、專注用心、精益求精。
- 以貢獻者為本：凝聚貢獻者、高效創造價值、按貢獻分配價值。
- 保持創新精神：產品差異化、保持開放心、強化消費者溝通。

董事會

董事會構成

本公司的董事會由九名董事組成，包括六名執行董事和三名獨立非執行董事。董事任期三年，可連選連任。董事會的主要職權包括但不限於召集股東大會、向股東大會提交報告、執行股東大會通過的決議、決定本集團的經營計劃和投資方案、制訂本集團的年度財務預算和決算、制訂本集團的基本管理制度、制定本集團的利潤分配方案和彌補虧損方案，以及行使公司章程賦予的其他職權。

董事會構成如下：

執行董事

毛戈平先生(董事長)
汪立群女士
毛霓萍女士
毛慧萍女士
汪立華先生
宋虹佺女士

獨立非執行董事

顧炯先生
黃輝先生
李海龍先生

除本報告所披露者外，就本公司所知，董事會成員之間並無財務、業務、家族或其他重大關係。

董事長及總裁

本公司董事長由毛戈平先生擔任，本公司總裁(最高行政人員)由宋虹佺女士擔任。

董事會的獨立性

本公司深明董事會獨立性的重要性，以確保董事會具備強有力的獨立元素，使董事會能夠有效地作出獨立判斷，以更好地保障股東的利益。

根據提名委員會的職權範圍及董事會成員多元化政策，提名委員會將根據上市規則就董事會的獨立性(尤其是獨立非執行董事)進行年度評估。

企業管治報告

薪酬委員會將確保本公司一般不會向獨立非執行董事授出與表現掛鈎的以權益為基礎的薪酬(如購股權或授出)。

本公司已收到各獨立非執行董事根據上市規則第3.13條所載獨立性指引就其獨立性發出的年度書面確認，並認為各獨立非執行董事均為獨立人士。

委任、重選及罷免董事

所有執行董事、非執行董事及獨立非執行董事的指定任期為三年。概無董事與本公司或其任何附屬公司訂有服務合約或委任函，惟於一年內屆滿或可由僱主於一年內免付賠償(法定賠償除外)而終止的合約／委任函除外。

批准任命董事的普通決議，應當由出席股東大會的股東(包括股東代理人)所持表決權的二分之一以上通過。

倘董事任期屆滿未及時重選連任，或該名董事於任期內辭職導致董事會成員人數低於法定人數，則該名董事須繼續按照相關法律、行政法規、部門規章及章程作為董事履行其職責，直至新董事當選。

董事會及管理層的職責、問責及貢獻

董事會應負責領導及監控本公司，並共同負責指導及監督本公司事務。

董事會透過其委員會直接或間接領導及指示管理層，制定策略及監督實施，監察本集團的營運及財務表現，並確保已建立健全的內部監控及風險管理系統。

全體董事(獨立非執行董事)為董事會提供廣泛且寶貴的業務經驗、知識及專業，使其高效及有效地運作。獨立非執行董事負責確保本公司高標準監管報告，並在董事會中提供平衡，以就企業行動及營運提出有效獨立判斷。

全體董事均可全面並及時獲得本公司所有資料，亦可於適當情況下要求尋求獨立專業意見，以履行彼等於本公司的職責，費用由本公司承擔。

董事須向本公司披露彼等擔任的其他職務的詳情。

本公司已就因公司活動產生針對董事及高級管理層提起的任何法律行動安排涵蓋董事及高級人員責任的適當保險。保險範圍將每年審查。

董事會保留所有有關本公司政策事項、戰略及預算、內部控制及風險管理、重大交易(尤其是可能涉及利益衝突的交易)、財務資料、董事任命以及其他重大經營事項的所有重大事項的決策權。管理層則負責執行董事會決策、指導及協調本公司的日常營運及管理。

董事的持續專業發展

董事須掌握監管動向，以有效履行職責及確保對董事會作出知情及相關的貢獻。高級管理層亦會向新任董事提供有關本集團業務的詳細就職培訓。董事應根據企業管治守則之守則條文第C.1.4條參與適當的持續專業發展，發展並更新自身的知識和技能，以確保對董事會作出知情及相關的貢獻。本公司會在適當情況下為董事安排內部簡介會並分發相關主題的閱讀材料。本公司鼓勵全體董事參與相關培訓課程，費用由本公司支付。

董事須於各財政年度向本公司提交其已接受的培訓詳情，以令本公司保存董事的適當培訓紀錄。

於報告期間，董事接受的培訓記錄概述如下：

董事	培訓
執行董事	
毛戈平先生	✓
汪立群女士	✓
毛霓萍女士	✓
毛慧萍女士	✓
汪立華先生	✓
宋虹佳女士	✓
獨立非執行董事	
顧炯先生	✓
黃輝先生	✓
李海龍先生	✓

於上市前，本公司為全體董事舉辦由合資格專業人士進行的培訓課程。培訓課程涵蓋廣泛的相關主題，包括董事職責及責任、企業管治及監管更新。此外，相關閱讀材料(包括法律及監管更新)已提供予董事參考及學習。

企業管治報告

董事會活動

董事會會議分為定期會議和臨時會議。董事會會議應每年召開至少四次，約每季度一次。

董事會成員獲提供完整、充足及適時的資料，以便彼等妥善履行職責。召開董事會定期會議應當於會議召開至少十四日前，臨時會議應當於會議召開至少五日以前通知全體董事。公司負責機關應將會議召開的書面通知，通過直接送達、傳真、特快專遞或其它電子通訊方式，提交全體董事以及總經理。會議議程及隨附董事會文件會在會議舉行日期前至少三天向董事或董事會委員會成員發出，以確保彼等有充足時間審閱有關文件及充分準備出席會議。倘董事或董事會委員會成員未能出席會議，則彼等會獲悉將討論的事項並可於會議召開前知會會議主席有關彼等的意見。本公司的聯席公司秘書應備存會議紀錄，並向全體董事提供會議紀錄副本供其參閱及記錄。

董事會會議及董事會委員會會議的會議紀錄須詳盡記錄董事會及董事會委員會所考慮的事宜及所達致的決定。該等詳情包括但不限於董事提出的任何問題。各董事會會議及董事會委員會會議的會議紀錄草稿須於會議舉行的合理時間內向相關董事發出供其作出評論。董事會會議的會議紀錄須公開供董事查閱。

截至2025年12月31日止年度，公司舉行年度股東會1次，臨時股東會2次，董事會舉行董事會會議4次，審計委員會舉行會議3次、提名委員會及薪酬委員會各舉行會議1次。各董事出席上述會議的紀錄載列如下：

董事姓名	截至2025年12月31日止年度的出席率／會議次數				
	董事會	審計委員會	提名委員會	薪酬委員會	股東會
執行董事					
毛戈平先生	4/4	/	1/1	1/1	3/3
汪立群女士	4/4	/	/	/	3/3
毛霓萍女士	4/4	/	1/1	/	3/3
毛慧萍女士	4/4	/	/	1/1	3/3
汪立華先生	4/4	/	/	/	2/3
宋虹姪女士	4/4	/	/	/	3/3
獨立非執行董事					
顧炯先生	4/4	3/3	1/1	1/1	3/3
黃輝先生	4/4	3/3	1/1	1/1	3/3
李海龍先生	4/4	3/3	1/1	1/1	3/3

董事委員會

董事會已設立三個委員會，即審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，負責監督本公司事務的特定範疇。本公司所有董事委員會均告成立並訂有明確的書面職權範圍，明確規定其權力及職責。審計委員會、薪酬委員會及提名委員會的職權範圍刊載於本公司網站及香港交易及結算所有限公司網站。

審計委員會

審計委員會已成立，自上市日期起生效，目前由三名成員組成，包括三名獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。顧炯先生為審計委員會主席。

審計委員會職權範圍的嚴謹度並不遜於企業管治守則內所載者。審計委員會的主要職責為審查本集團的財務監控及內部監控及風險管理系統、監督本公司財務報表的完整性、檢討及監督外部審計師的獨立性及審計過程客觀性及有效性，以及履行董事會委派的其他職責及職務。

審計委員會於2025年3月27日審議通過如下議案：

1. 關於聽取公司財務審計機構匯報的議案；
2. 關於公司2024年度綜合財務報表、業績公告及將給與財務審計機構的聲明書的議案；
3. 關於公司風險管理及內部監控的議案；
4. 關於檢討公司舉報政策的議案；
5. 關於公司持續關連交易的議案；及
6. 關於續聘公司2025年度財務審計機構的議案。

審計委員會於2025年8月27日審議通過如下議案：

1. 關於聽取公司財務審計機構匯報的議案；及
2. 關於公司截至2025年6月30日止六個月之綜合財務報表、業績公告、中期報告及將給與財務審計機構的聲明書的議案。

截至2025年12月31日止年度，本公司召開了三次審計委員會會議。

企業管治報告

薪酬委員會

薪酬委員會已成立，自上市日期起生效，目前由五名成員組成，包括兩名執行董事毛戈平先生、毛慧萍女士及三名獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。李海龍先生為薪酬委員會主席。

薪酬委員會職權範圍的嚴謹度並不遜於企業管治守則內所載者。薪酬委員會的主要職責為訂立及審查董事及高級管理層的薪酬政策及架構，並就個別執行董事及高級管理層的薪酬待遇提供建議。

本公司的薪酬政策旨在確保給予僱員(包括執行董事及高級管理層)的薪酬待遇乃基於技能、知識、責任及參與本公司事務的程度。本公司向執行董事及高級管理層(作為本公司僱員)發放袍金、工資、薪金、酌情花紅、退休金供款、住房公積金、醫療保險、其他社會保險、以股份為基礎的薪酬開支及其他僱員福利。非執行董事及獨立非執行董事將根據其職責(包括擔任董事會委員會的成員或主席)領取報酬。

薪酬委員會於2025年3月27日審議通過了《關於公司2025年度董事及高級管理層薪酬的議案》，其中包括評估董事及高級管理層的表现、審批董事及高級管理層的服務合約條款，以及就本公司有關董事及高級管理層全部薪酬的政策及架構向董事會提供建議。

高級管理人員於截至2025年12月31日止年度的薪酬介乎以下範圍，其履歷詳情載於本年報「董事及高級管理層履歷」一節：

薪酬	人數
人民幣1,000,001元至人民幣2,000,000元	2
人民幣2,000,001元至人民幣3,000,000元	1
人民幣4,000,001元至人民幣5,000,000元	2
人民幣5,000,001元至人民幣6,000,000元	1

截至2025年12月31日止年度，本公司召開了一次薪酬委員會會議。

提名委員會

提名委員會已成立，自上市日期起生效，目前由五名成員組成，包括兩名執行董事毛戈平先生、毛慧萍女士及三名獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。李海龍先生為提名委員會主席。

提名委員會職權範圍的嚴謹度並不遜於企業管治守則內所載者。

提名委員會的主要職責為審閱董事會架構、規模及組成、就委任或重新委任董事向董事會提供建議以及審閱本公司的董事會多元化政策。

於評估董事會組成時，提名委員會將考慮不同層面以及本公司董事會多元化政策所載有關董事會多元化的因素。

在物色及甄選合適董事候選人時，提名委員會於向董事會作出推薦建議前，會考慮候選人所具備董事提名政策及董事會多元化政策所載可配合企業策略及達致董事會多元化(如適用)所需的相關準則。

截至2025年12月31日止年度，本公司召開了一次提名委員會會議。提名委員會認為董事會多元化觀點皆保持適當平衡。

董事會及員工多元化政策

為提升董事會的效率及維持高水準的企業管治，本公司已採納董事會多元化政策，其中載列實現和維持董事會多元化的目標和方法。根據董事會多元化政策，我們在甄選董事會候選人時，通過考慮多項因素力求實現董事會多元化，包括但不限於性別、技能、年齡、專業經驗、知識、文化、教育背景、種族及服務年期。最終委任決定將基於所選候選人將為董事會帶來的優勢及貢獻。

本公司的提名委員會負責審查董事會的架構及多元化，並甄選獲提名為董事的人士。上市後，提名委員會將不時監督及評估董事會多元化政策的實施情況，以確保其持續有效，並於必要時進行任何必要修訂及向董事會建議任何有關修訂，以供審議及批准。

本公司的董事目前包括四名女性董事及五名男性董事，具備均衡的知識及技能組合，包括整體管理及戰略發展、質量保證與控制、財務與會計、公司治理以及與本集團的營運及業務有關的行業經驗。彼等獲得不同專業的學位，包括法學、財務管理及工商管理。因此，本公司已達致董事會性別多元化。我們有三名擁有不同行業背景的獨立非執行董事，佔董事會成員三分之一。此外，董事會擁有多元化的年齡及性別構成。考慮到我們現有的業務模式、特定需求及董事的不同背景，提名委員會認為，董事會的組成符合董事會多元化政策。

企業管治報告

根據可衡量目標對董事會目前組成的分析如下：

性別：

男性董事：五名

女性董事：四名

年齡組別：

41至50歲：二名

51至60歲：四名

61至70歲：三名

委任：

執行董事：六名

獨立非執行董事：三名

教育背景：

法學：二位

財務管理：一位

工商管理：四位

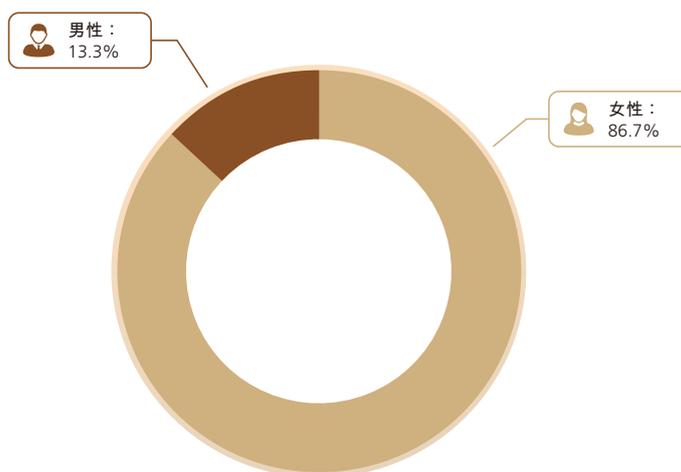
其他：二位

國籍：

中國：九名

性別多元化

本公司重視本集團所有層級的性別多元化。下圖載列於2025年12月31日董事會目標將實現並且已經實現的本集團員工(包括董事會及高級管理層)的性別比例(男性：13.3%(596)；女性：86.7%(3,892))。董事會認為概無任何情況會造成性別多樣性的困難。



董事提名政策

董事會已將其甄選及委任董事的責任及權限轉授予本公司提名委員會。

本公司已採納董事提名程序，當中載列提名及委任本公司董事的甄選準則及提名程序以及董事會繼任計劃的考慮因素，旨在確保董事會在技能、經驗及多元化方面取得平衡，適合本公司及董事會的延續性，以及在董事會層面上合適的領導。

董事提名程序所載的提名程序如下：

提名委員會將根據下列程序及流程建議董事會委任董事：

- (a) 於物色或挑選合適候選人時，提名委員會可諮詢其認為合適的任何人選來源，例如現任董事的轉介、廣告、第三方代理公司的推薦建議及本公司股東的建議，並審慎考慮(包括但不限於)以下準則：
 - i (其中包括)性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及服務年資等各方面的多元性；
 - ii 就履行董事會職責的可用時間及相關權益；
 - iii 資格，包括本集團業務所牽涉相關行業中的成就及經驗；
 - iv 獨立性；
 - v 誠信；
 - vi 該人士可為董事會帶來的潛在貢獻；及
 - vii 已設有的董事會規率繼任計劃。
- (b) 於評估候選人的合適性時，提名委員會可採納其認為合適的任何程序，例如面試、背景審查、簡報及第三方資歷查核；
- (c) 將要求建議的候選人提交必要的個人資料，供提名委員會審議。倘屬必要，提名委員會可要求候選人提供額外資料及文件；

企業管治報告

- (d) 於考慮適合擔任董事的候選人時，提名委員會將舉行會議及/或以書面決議案形式，酌情批准就委任向董事會作出推薦建議；
- (e) 提名委員會將向本公司薪酬委員會提供獲選候選人的相關資料，以供考慮有關獲選候選人的薪酬組合；
- (f) 提名委員會其後將就建議委任向董事會作出推薦建議，倘考慮非執行董事，薪酬委員會將就建議薪酬組合向董事會作出推薦建議；
- (g) 董事會可安排獲選候選人接受並非提名委員會成員的董事會成員面試，其後董事會將進行磋商及決定有關委任(視乎情況而定)；及
- (h) 所有董事的委任，將通過提交相關董事的同意擔任董事函(或要求相關董事確認或接受委任為董事的任何其他類似文件，視具體情況而定)予香港公司註冊處作存檔確認，並更新本公司的董事名冊。董事應同意於相關網站上任何文件或就其董事委任公開披露其個人資料。

除股東通函所載之候選人外，股東可在提交期內向本公司發出通知，表明其有意提呈決議案推選某名人士為董事，而毋需董事會之推薦或提名委員會之考慮及提名。如此提名之候選人資料將透過補充通函發送予全體股東。

董事會應就有關其推薦候選人於任何股東會上參選之一切事項擁有最終決定權。

企業管治職能

董事會負責履行企業管治守則的守則條文第A.2.1條所載職能。董事會應於每個財政年度的企業管治報告內披露董事提名政策。其包括提名委員會就挑選及推薦董事候選人所採用的提名程序、過程及準則。有關詳情請參閱上文「董事提名政策」一段。

於2025年，董事會應審閱本公司的企業管治政策及常規、董事及高級管理層的培訓及持續專業發展、本公司遵守法律及監管規定的政策及常規、遵守標準守則的情況及本公司的內幕交易政策，以及本公司遵守企業管治守則的情況。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載董事進行證券交易的標準守則。經本公司所作的具體查詢後，全體董事確認，彼等於報告期內一直遵守標準守則的條文。

風險管理及內部控制

建立健全並有效實施內部控制是董事會的責任，公司董事會負責(a)制定及維持有效的內部控制，包括持續的監督活動；(b)確保內部控制文件及證據的充足和對文件及證據的保存；及(c)識別適用於公司活動的所有法律及法規，並確保公司遵守適用的法律及法規。

所有會計、信息和操作系統都存在固有風險。為了監控和管理這些風險，公司的管理層須實施內部控制措施。這些措施的設計需要保證：(a)公司的運營能有效地和有效率地進行；(b)公司符合適用的法律、法規的要求；及(c)公司的財務和運營信息可靠，且會計記錄亦被適當保存。

控制環境

公司建立了《員工手冊》，其中對公司的企業文化、不當行為的處罰條款、紅線行為等作出了明確規定。對於新入職員工，人力資源部會在員工入職時傳閱《員工手冊》，並對員工手冊中的內容進行入職培訓。

公司已在董事會議案《關於制定《毛戈平化妝品股份有限公司內幕消息管理制度》及其他內部制度的議案》中，明確批准採納上市規則附錄C1《企業管治守則》作為規範本公司管治的指引，及採納上市規則《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》作為規範董事進行本公司上市證券交易的規則。

目前，公司要求關鍵崗位人員簽訂《競業協議》及《保密協議》，並在《員工手冊》中明確了「不從事與本公司、本職位有利益衝突的活動。」同時公司制定《董監高調查表》要求董事、高管等，每半年進行個人及親屬的利益申報並簽字確認。公司已制定《利益衝突申報制度》，對利益衝突定義、利益衝突申報規則等進行規範。

公司已建立《反舞弊、反洗錢、反賄賂管理制度》，對舞弊、洗錢、賄賂行為進行定義，明確反舞弊、反洗錢、反賄賂機制監督責任部門的相關職責，並說明了相關事項的舉報受理路徑及處罰措施。

公司已確認董事會名單並委任公司秘書及授權代表，並建立董事會下設專業委員會。公司已修訂《公司信息披露管理辦法》以明確信息對外發佈及披露、監控和處理的工作程序，並通過董事會會議決議後正式下發。

企業管治報告

公司董事會下設審計委員會，且制定工作細則制度文件，對於委員會人數、任職人員、主要職責等進行規定。審計委員會由獨立非執行董事顧炯先生擔任主席，獨立非執行董事黃輝先生、獨立非執行董事李海龍先生擔任委員。《董事會審計委員會工作細則》規定，審計委員會負責提議聘請或更換外部審計機構；監督公司的內部審計制度及其實施；負責內部審計與外部審計之間的溝通；審核公司的財務信息及其披露；審查公司的內控制度；董事會授權的其他權限。

公司審計部負責內部控制體系監督、監控業務流程中的各類風險事項等工作。每年審計部根據實際業務開展抽查部分業務流程或參與重大專項活動審計工作，審計經理編制內部專項審計報告，報送至公司執行總裁，審計經理跟蹤後續整改情況。公司制定了《內部審計制度》，審計部按照有關規定實施適當的審查程序，評價公司內部控制的有效性。

公司法務部的主要職責包括：負責公司合同及其他法律文件的起草、審核、修改與歸檔工作，就合同內容提供法律意見，提升合同管理的規範性；承擔公司知識產權的申請、維護與管理，並就相關事務提供風險預警及專業建議；負責對接外部法律顧問，處理公司涉及的侵權、訴訟及非訴訟法律事務，有效防範和化解法律風險，維護公司合法權益。

公司內控部門在風險管理方面的核心職責包括：構建內部控制管理體系，持續優化與完善各項制度及業務流程；評估現有制度與流程對業務活動的支撐程度、實施效果、可操作性及合規性；並積極推動針對內控缺陷的改進與落實。

內部監控

1. 管理流程

公司管理層以會議為主要形式，了解並研討各類風險及其應對策略。公司已制定《風險管理制度》，對風險管理的具體內容、目標、責任部門，以及風險評估的實施流程、監督機制與整改要求等作出了明確規定。公司的風險管理框架已將氣候相關風險納入考量範圍，管理層在風險識別與評估過程中，會綜合考慮氣候變化對供應鏈穩定性、生產運營及合規要求等方面的潛在影響。

2. 法律及監管合規

法律事務的處理：公司法務部負責公司合同及其他法律文件的起草、審核、修改與歸檔工作，就合同內容提供法律意見，提升合同管理的規範性；承擔公司知識產權的申請、維護與管理，並就相關事務提供風險預警及專業建議；負責對接外部法律顧問，處理公司涉及的侵權、訴訟及非訴訟法律事務，有效防範和化解法律風險，維護公司合法權益。

內部控制體系和程序：公司設立審計部對公司財務信息的真實性和完整性、內部控制制度的建立和實施等情況進行檢查監督。每年審計部根據實際業務開展抽查部分業務流程或參與重大專項活動審計工作，審計經理編制內部專項審計報告，並報送管理層，審計經理跟蹤後續整改情況。

3. 舞弊行為的識別、預防和報告流程

公司建立了《員工手冊》，其中對公司的企業文化、不當行為的處罰條款、紅線行為等作出了明確規定。對於新入職員工，人力資源部會在員工入職時發放《員工手冊》，並對員工手冊中的內容進行入職培訓。

公司已建立《反舞弊、反洗錢、反賄賂管理制度》，對舞弊、洗錢、賄賂行為進行定義，明確法務部作為反舞弊、反洗錢、反賄賂機制監督責任部門的相關職責，並說明了相關事項的舉報受理路徑及處罰措施。同時，公司已在《員工手冊》中明確公司投訴、舉報、申訴途徑，以公司郵箱為員工內部舉報途徑，該郵箱由審計部及管理層具有查看權限。

4. 識別和應對經營環境變化的程序

在日常經營管理中，公司管理層主要通過會議形式，及時識別、研判各類風險並制定應對策略。管理層通過各部門定期召開的經營例會（如月度/周度會議）以及各類專項會議來聽取各部門業務彙報，掌握銷售、採購、財務報告及法律法規等方面的重大變化，並就相關變化討論應對措施與解決方案，以有效管理經營環境的變動。同時，管理層就公司發展情況及重大決策事項向董事會進行報告。上述機制亦涵蓋對氣候相關政策法規變化及極端天氣事件等因素的關注與評估，以確保本集團能夠及時應對氣候相關風險對經營環境帶來的變動。

企業管治報告

5. 信息安全

公司當前制定了《數據安全和數據防洩漏保護要求》制度，對網絡和通信安全、程序和數據的訪問控制等流程進行規範。公司《員工手冊》設有相關保密要求，明確員工對於工作計算機、公司機密等不得私自透露給任何第三方中。此外，信息系統管理員根據各崗位職責，設置其系統中的權限。用戶僅能在自己的授權範圍內進行數據查詢，數據變更等操作。

公司已建立《信息分級分類管理制度》，對保密信息範圍及密級、保密管理及洩密處理等進行明確規定。

6. 關連交易

公司已建立《公司關連交易管理制度》並整理關連人士清單，並已通過董事會會議決議後下發。

7. 信息披露

公司董事會秘書負責協調公司信息披露、投資者關係管理，定期代表公司向公眾發佈各種信息。公司已修訂《信息披露管理辦法》，以明確信息對外發佈及披露、監控和處理的工作程序，並通過董事會會議決議後正式下發。公司已制定《內幕消息管理制度》，對於內幕消息的範圍、管理、披露以及內幕消息知情人的管理等進行了明確規定。

本公司將內部控制管理置於重要地位，著力推動各部門及各子公司切實執行內部控制措施，並認真組織開展內控評價工作，以強化風險管控，保障生產經營活動有序進行。報告期內，本公司對內部控制體系及風險管理進行了檢查與評估，相關監督機制能夠有效評估內部控制與風險管理的運行效果。評價範圍已覆蓋報告期內所有重要風險相關的業務與事項(涵蓋財務、運營、合規及氣候相關等領域)。針對重要業務與事項，本公司已建立相應的內部控制制度，且這些制度得到有效落實，實現了控制目標。

本公司遵循了風險管理及內部控制相關制度規定，在內控評價過程中，公司認真聽取了評價情況彙報，未發現存在重大或重要內部控制缺陷。

董事會已對公司在截至2025年12月31日的財年內，就財務、運營及合規等關鍵領域的重大、重要控制進行了全面審閱。基於此，董事會認為公司當前的風險管理及內部控制系統是有效和充分的。董事會將每年審閱本公司的風險管理及內部控制系統。

董事有關財務報表的責任

董事知悉彼等負責編製本公司於報告期之財務報表。

董事會負責就年度及中期報告、內幕消息公告以及根據上市規則及其他監管規定而作出的其他披露提供公平清晰及易於理解的評估。高級管理層已向董事會提供必要的詮釋及資料令董事會對提呈董事會批准的本公司財務資料及狀況作出知情評估。

董事並無發現有任何事件或情況的重大不確定因素可能對本公司持續經營能力產生重大疑問。核數師就本公司於報告期的綜合財務報表的報告責任聲明載於本年報「獨立核數師報告」一節。

核數師薪酬

截至2025年12月31日止年度，就本公司核數師安永會計師事務所提供的審核及非審核服務已付及應付的酬金載列如下：

服務類別	已付／應付費用 人民幣元
審核服務	4,000,000
非審核服務	-
總計	4,000,000

聯席公司秘書

董樂勤先生及張瀟女士獲委任為本公司聯席公司秘書。張瀟女士是方圓企業服務集團(香港)有限公司(一家專注於公司服務的專業服務供應商)之副總監。

企業管治報告

所有董事均可向聯席公司秘書取得有關企業管治及董事會常規及事宜的意見及服務。本公司聯席公司秘書董樂勤先生為張瀟女士主要聯絡人，負責與其就本公司企業管治以及秘書及行政事宜進行工作及溝通。

截至2025年12月31日止年度，董樂勤先生及張瀟女士已遵守上市規則第3.29條分別接受不少於15小時的相關專業培訓。

股東權利

股東要求召開特別大會的程序

本公司股東要求召開特別股東會，應當按照公司章程第四十八條規定的程序辦理。根據第四十八條，單獨或者合計持有公司10%以上(含10%)股份的股東有權向董事會請求召開臨時股東會，並應當以書面形式向董事會提出，闡明會議的議題。董事會應當根據法律、行政法規、上市規則和本章程的規定，在收到書面請求後10日內提出同意或不同意召開臨時股東會或類別股東會議的書面反饋意見。

本公司股東要求於股東會上提出新決議案，應當按照公司章程第五十三條規定的程序辦理。根據第五十三條，公司召開週年股東會，單獨或合計持有公司股份總數1%以上的股東，有權在股東會召開10日以前以書面形式向公司提出新的提案並提交召集人，股東會召集人應在收到提案後2日內發出股東會補充通知，公告臨時提案的內容。

與股東及投資者的溝通

本公司認為，與股東有效溝通對加強投資者關係及讓投資者了解本集團業務表現及策略相當重要。本公司致力維持與股東的持續溝通，尤其是透過週年股東會及臨時股東會。董事(或彼等的代表，如適用)將出席週年股東會與股東會面並解答股東疑問。

為保障股東權益及權利，股東會上應就各重大獨立事項提呈獨立決議案，包括選舉個別董事。於股東會上提呈之所有決議案將根據上市規則進行投票表決，投票結果將於各股東會結束後於本公司及聯交所網站公佈。

本公司已制定股東溝通政策。該政策所載條文旨在確保本公司股東，包括個人及機構股東，及在適當情況下包括一般投資人士，均可適時取得全面、相同及容易理解的本公司資料(包括其財務表現、戰略目標及計劃、重大發展、管治及風險概況)，使股東可在知情情況下行使權力，以及加強股東、投資人士及本公司之間的溝通。

本公司股東通訊政策如下：

1. 目的

1.1. 本政策旨在確保本公司的個人和機構(以下簡稱「股東」)以及(如適用)整個投資界均可及時、平等地獲得關於本公司的全面及可理解的資料(包括其財務業績、戰略目標及計劃、重大發展、治理及風險狀況)，一方面使股東在知情的情況下行使其權利，另一方面使股東及投資界更積極地與本公司溝通。

1.2. 就本政策而言，「投資界」包括本公司的潛在投資者以及報告及分析本公司業績的分析師。

2. 整體政策

2.1. 董事會應與股東及投資界保持持續對話，並將定期審閱本政策，以確保其有效性。

2.2. 本公司主要通過財務報告(半年報、年報及季報(如適用))、股東週年大會及本公司可能召開的其他股東大會向股東及投資界傳達資訊，並將所有呈交予聯交所的披露文件、其公司通訊及其他公司刊物登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(<http://www.maogeping.com>)。

2.3. 本公司的政策是確保隨時有效且及時地向股東及投資界傳達資訊。有關本政策的任何疑問應直接向公司秘書提出。

本公司會定期審閱該等政策以確保其成效。董事會已檢討上述政策，認為股東有足夠方式及渠道向本公司發表意見及本公司股東溝通政策在截至2025年12月31日止得以有效履行並實施。

企業管治報告

股東查詢

關於持股事項的查詢

有關持股事項的查詢，股東可透過以下方式向本公司的香港證券登記處香港中央證券登記有限公司作出查詢：登錄其在線持股量查詢服務網址<https://www.computershare.com/Investor>，或瀏覽網頁www.computershare.com/hk/contact，或致電熱線+852 2862 8555與我們聯繫或親身前往其公眾櫃檯，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17M樓。

向董事會及本公司查詢關於企業管治或其他的事項

一般而言，本公司不會處理口頭或匿名的查詢。股東可透過發電郵至ir@maogeping.com或郵寄至杭州市上城區民心路100號萬銀國際10樓將任何查詢發送至董事會。收件人為董事會秘書辦公室。

股息政策

本公司派付的任何股息將由董事會全權酌情釐定，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制，以及董事會認為合適的其他因素。我們目前並無任何固定的派息比率。股東可在股東大會上批准董事會建議的任何股息宣派。

截至2025年12月31日，並無達成任何股東據以放棄或同意放棄股息的安排。

修訂公司章程

本公司的公司章程於上市日期生效。董事會於2025年3月27日建議修訂公司章程，修訂後的公司章程已於2025年5月13日的年度股東大會審議通過並於同日生效。有關修訂公司章程的詳情請參閱本公司日期為2025年4月22日的通函。修訂後公司章程可於本公司及香港交易所各自的網站上查閱。

環境、社會及管治報告

關於本報告

《環境、社會及管治報告》(以下簡稱「**本報告**」或「**ESG報告**」)是毛戈平化妝品股份有限公司(以下簡稱「**毛戈平**」或「**本公司**」)及其附屬公司(以下統稱「**本集團**」或「**我們**」)就報告期間環境、社會及管治表現所作出的系統性披露。本報告在上一年度發佈的首份ESG報告基礎上進一步完善，旨在向投資者及各界利益相關方清晰呈現本集團的ESG管治架構、管理策略、階段性目標及工作進展，並闡述我們在可持續發展方面的長期承諾與實踐路徑。

報告準則

本報告以香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「**聯交所**」)《上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(以下簡稱《**守則**》)編製而成。本集團已遵循《守則》中的報告要求，包括強制披露規定及「不遵守就解釋」的條文及四項匯報原則(重要性、量化、平衡及一致性)的要求。

重要性	本報告遵循聯交所重要性原則，已識別及於報告中披露識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則，以及重要利益相關方的描述、參與的過程及結果。
量化	本報告中有關匯報排放量／能源耗用(如適用)所用的統計標準、方法、假設及／或計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告釋義中進行說明。
平衡	本報告不偏不倚地呈報本集團報告期內的表現，避免可能會不恰當地影響讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。
一致性	除非另有說明，本年度沿用上一年度採用的統計方法及關鍵績效指標，以確保數據具有可比性。倘若所使用的統計方法或關鍵績效指標出現變更，或是其他可能影響讀者作出有意義比較的相關因素出現任何變化，本集團將在後續報告中進行披露。

報告範圍

本報告披露範圍為毛戈平化妝品股份有限公司及其附屬公司。本報告的社會範疇披露範圍與年報相同，而環境關鍵績效指標的收集則包括總部、辦公室及培訓機構的數據。本報告闡述本集團於2025年1月1日至2025年12月31日(下稱「**本年度**」或「**報告期**」)內與核心業務有關的可持續發展的政策、措施及關鍵績效指標(下稱「**KPI**」)。

報告語言

本報告以繁體中文和英文兩個語言版本發佈。如有歧義，請以中文版本為準。

環境、社會及管治報告

報告批准

本報告經管理層審閱及確認後，已獲董事會批准。

獎項與榮譽

2025年，我們砥礪前行，在化妝品行業及品牌建設領域取得了顯著的成績，憑藉卓越的產品品質和創新的營銷策略，贏得了來自各方的高度讚譽。以下是我們本年度所獲得的諸多獎項與榮譽：

榮譽獎項

獎項	主要機構
2025年度浙江省服務業領軍企業	浙江省發改委
首批浙江消費品名品	浙江省經信廳
浙江省重點文化企業	浙江省委宣傳部
2025年度杭州四星級總部企業	杭州市人民政府
2025年度福布斯中國中央商務區消費標杆品牌	福布斯中國
浙江省香港商會愛心企業	浙江省香港商會
2025年度商業廣告長城獎	中國廣告協會
2025年度五星店舖	淘天集團
2025年度年度店播TOP品牌獎	天貓金妝獎
2025年度年度美學引領獎	天貓金妝獎
NEWty2025年度革新品牌	天貓小黑盒
THE 2026NEW OF YEAR天貓年度文化創造力品牌獎	天貓小黑盒
2025年度抖音商城美妝大賞彩妝行業年度標杆品牌	抖音
小紅書will大會年度種草力品牌	小紅書
2025年度618大促國貨巔峰獎	京東
2025年度底妝至美獎	京東
2025年度OTD增長先鋒獎	唯品會
2025年度人民匠心品牌	人民網
2025年度ESG金牛獎百強	中國證券報
2025年度年度創新案例	南方週末
2025年度化妝品(中國)工業百強	化妝品報
第十屆智通財經上市公司評選最佳IR團隊獎	智通財經
2025年上市公司年度投關數據榜單最佳機構覆蓋獎	進門財經



1. 築牢管治基石

1.1 董事會聲明

我們積極將ESG理念融入日常運營與管理，致力於構建職責明確的ESG治理架構。同時，結合經營發展需求和監管要求，我們將持續優化ESG治理架構與職能。董事會就可持續發展工作承擔最終責任並實施全面監督，董事會主要職責包括定期討論、檢討及審批本集團ESG及氣候戰略規劃、目標及相關的重大事宜，並監測目標進度。

我們的ESG董事會辦公室協助董事會開展ESG相關工作，包括識別和評估ESG及氣候風險與機遇、制定ESG目標及指標、監察ESG策略與實施措施等；ESG工作小組負責具體執行ESG政策措施，整理各項指標與信息，推進各部門執行ESG工作。

本年度，本集團亦已在日常營運中推行可持續發展管理理念，董事會已檢閱本集團的環境目標及其進展，並將持續關注目標實施進度。董事會將繼續尋找機會提升ESG表現，以為集團創造長期價值。

1.2 可持續發展目標

聯合國可持續發展目標(「SDGs」)為應對全球環境與社會挑戰提供了共同框架。本集團支持與自身運營特點及利益相關方期望相符的可持續發展目標，並將可持續發展理念融入相關政策與業務舉措之中。



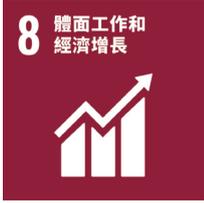
可持續發展  目標

環境、社會及管治報告

本報告中引用的可持續發展目標，是基於本集團作為美妝品牌及美妝教育機構的業務特徵，結合利益相關方關注的重點議題進行篩選。本集團將定期檢視可持續發展目標的對齊情況，並適時更新相關行動。

選定的SDG	描述(摘要)	本集團舉措
SDG 1：無貧窮 	SDG 1旨在消除一切形式的貧困，包括改善基本服務和經濟機會的獲取。作為深耕美妝職業教育逾二十年的集團，我們深信專業技能是幫助弱勢群體實現經濟自立的重要途徑，並致力於通過教育賦能推動更廣泛的經濟參與。	<ul style="list-style-type: none">• 捐資助學，在欠發達地區設立美妝教育中心，賦能當地女性掌握職業技能• 定向捐贈支持殘障群體服務設施升級
SDG 3：良好健康與福祉 	SDG 3旨在促進各年齡段人群的健康生活和福祉，包括心理健康、職業安全及健康信息的獲取。我們致力於為員工營造安全健康的工作環境，並通過嚴格的產品質量管控保障消費者的健康與安全。	<ul style="list-style-type: none">• 建立健康衛生管理制度，規範職業健康管理流程• 定期為員工提供健康體檢及季節性關懷補貼• 嚴格執行產品安全評估及質檢流程，保障消費者健康
SDG 4：優質教育 	SDG 4旨在確保包容和公平的優質教育，促進全民終身學習機會。作為以美妝教育為重要業務板塊的集團，我們支持職業技能發展和知識傳播，幫助不同背景的學習者掌握專業技能、提升職業競爭力。	<ul style="list-style-type: none">• 開展鄉村兒童美育計劃，彌合城鄉教育鴻溝• 校企共建產業學院，推動產教融合育人模式• 構建覆蓋全員的分層培訓體系，實現100%培訓覆蓋率



選定的SDG	描述(摘要)	本集團舉措
<p>SDG 5：性別平等</p> 	<p>SDG 5旨在實現性別平等，增強所有婦女和女童的權能，包括職場中的平等機會。我們支持公平包容的僱傭實踐，並通過專業技能培訓賦能女性群體，助力其在職業與生活中發現自我、成就自我。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 面向多個城市的職場女性提供專項美妝賦能培訓 • 實施平等僱傭制度，貫徹非歧視原則 • 通過教育公益項目支持欠發達地區女性經濟自立
<p>SDG 8：體面工作和經濟增長</p> 	<p>SDG 8旨在促進持續、包容和可持續的經濟增長，實現充分的生產性就業及人人獲得體面工作，包括安全的工作條件和技能發展。我們致力於維護公平的僱傭制度，並通過職業教育和負責任的創新推動美妝行業的可持續發展。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 建立完善的薪酬福利體系，涵蓋社會保險、住房公積金、司齡工資及多項福利假期 • 構建分層培訓體系與清晰的員工晉升路徑，支持員工持續職業成長 • 成立員工工會，保障員工參與管理決策和向上溝通的渠道
<p>SDG 10：減少不平等</p> 	<p>SDG 10旨在減少國家內部和國家之間的不平等，促進社會、經濟和政治包容。我們深信包容的社會參與和公平的實踐有助於拓寬弱勢群體的發展機會，並致力於通過公益行動消除社會偏見、促進社會融合。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 長期支持「愛的分貝」聽障兒童公益項目，助力聽障群體從康復救助邁向社會融入 • 攜手曹鵬公益基金會關愛自閉症兒童，持續投入藝術公益 • 捐贈支持殘障群體無障礙環境建設

選定的SDG	描述(摘要)	本集團舉措
SDG 11：可持續城市和社區 	SDG 11旨在建設包容、安全、有韌性和可持續的城市和人類住區，與文化遺產保護和社區發展緊密相關。本集團的業務以線下門店和培訓學校為重要載體，我們積極參與社區建設，並通過文化IP項目推動非物質文化遺產的當代傳承與創新發展。	<ul style="list-style-type: none">• 發起「美承東方」文化IP項目，攜手國家級非遺傳承人推動燈綵、大漆螺鈿等傳統技藝的創造性轉化• 作為中國國家隊官方美妝服務供應商參與杭州亞運會、巴黎奧運會等國際賽事，展示中國文化自信• 積極參與各運營所在地的社區公益活動及志願服務項目
SDG 12：負責任消費和生產 	SDG 12旨在採用可持續的消費和生產模式，包括減少廢棄物、提升資源效率及推行可持續採購。作為美妝集團，我們聚焦運營效率和負責任的產品設計，通過包裝優化和資源管理切實降低環境影響。	<ul style="list-style-type: none">• 推行包裝輕量化與可替換設計，減少材料消耗• 設定廢棄物減量目標，推進無紙化辦公與資源回收• 倡導辦公用品回收再利用，延長物品使用週期
SDG 13：氣候行動 	SDG 13呼籲採取緊急行動應對氣候變化及其影響，包括提升組織層面的氣候意識和應對能力。我們深知業務運營涉及能源使用和碳排放，致力於通過節能減排措施和氣候風險管理持續提升集團的氣候韌性。	<ul style="list-style-type: none">• 設定五年碳排放強度降低5%的量化減排目標• 開展基於IPCC情景路徑的氣候情景分析與風險識別• 推動車輛新能源化及供應鏈低碳轉型



選定的SDG	描述(摘要)	本集團舉措
<p>SDG 16：和平、正義與強大機構</p> 	<p>SDG 16旨在促進和平包容的社會，建設有效、負責和包容的機構，與商業道德、透明度及反腐敗緊密相關。作為上市公司，我們高度重視誠信經營和健全治理，堅持以制度保障公平透明的營商環境。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 建立反舞弊、反洗錢、反賄賂管理制度體系 • 面向全體董事及僱員開展反貪污培訓 • 設立內部舉報機制，並推動合作夥伴簽署廉潔承諾
<p>SDG 17：促進目標實現的夥伴關係</p> 	<p>SDG 17強調通過協作、知識共享和能力建設實現可持續發展。集團的業務模式天然依託生態合作，連接供應商、教育機構、公益組織及品牌夥伴，共同推動美妝行業及社會的可持續發展。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 校企合作共建產業學院，推進產學研深度融合 • 建立可持續供應鏈管理體系，推動全價值鏈ESG實踐 • 與公益機構長期合作，共同關注弱勢群體權益

1.3 可持續發展管治

本集團一直致力發展低碳理念，踐行長期可持續發展的價值觀，將ESG的理念貫徹本集團管理方針、策略、業務計劃和政策之中。建立自上而下的ESG管治架構：由董事會、ESG 董事會辦公室、ESG 工作小組構成ESG管治架構，為作更佳準備以應付未來挑戰及機遇。我們的ESG管治架構明確劃分各層級的職責，確保各層級的協同合作，全面落實ESG工作。

董事會為本集團ESG管理運行及信息公開披露的最高責任機構，全面負責並監督本集團ESG管理工作，同時對風險管理及內部控制體系承擔最終責任。董事會負責確定企業風險管理的總體目標、風險偏好及風險承受度，審批風險管理策略及重大風險應對方案，持續了解和掌握本集團面臨的各項重大風險及其管理現狀，包括戰略風險、財務風險、市場風險、運營風險、法律風險及氣候風險等，並作出有效控制風險的決策。

環境、社會及管治報告

ESG董事會辦公室為董事會下設的專門工作機構，由董事會秘書辦公室承擔相關職能，協助董事會持續推動ESG管理及風險管理相關工作。ESG工作小組由董事會秘書辦公室、企業管理部、人力資源中心、市場部、供應鏈管理部門及相關子公司等單位組成，負責具體落實ESG及風險管理工作，包括相關數據收集、績效跟蹤、措施落實及持續改進，並至少每年向董事會彙報ESG表現及氣候相關資訊。

更詳細內容請參閱本集團年報中「企業管治報告」章節。

董事會

- 審議批准ESG戰略規劃和目標，以及ESG治理架構及重要制度；
- 審議批准ESG報告，以及ESG治理重大信息的披露；
- 審議批准ESG重大事項和ESG相關的重大風險應對方案等。

ESG董事會辦公室

- 識別和評估與集團業務相關的ESG風險及機遇；
- 制定ESG目標及指標，制定和評估ESG策略計劃及緩解措施；
- 監察及管理與ESG有關的事宜；
- 就本集團ESG管治措施的成效向董事會匯報及與董事會溝通。

ESG工作小組

- 圍繞ESG董事會辦公室管理要求開展相關工作；
- 負責與各相關部門溝通，整理各相關指標、信息；
- 關注日常管理中ESG相關風險事宜，反饋意見；
- 共同協調推進ESG相關事宜的落地執行。

1.4 利益相關方溝通

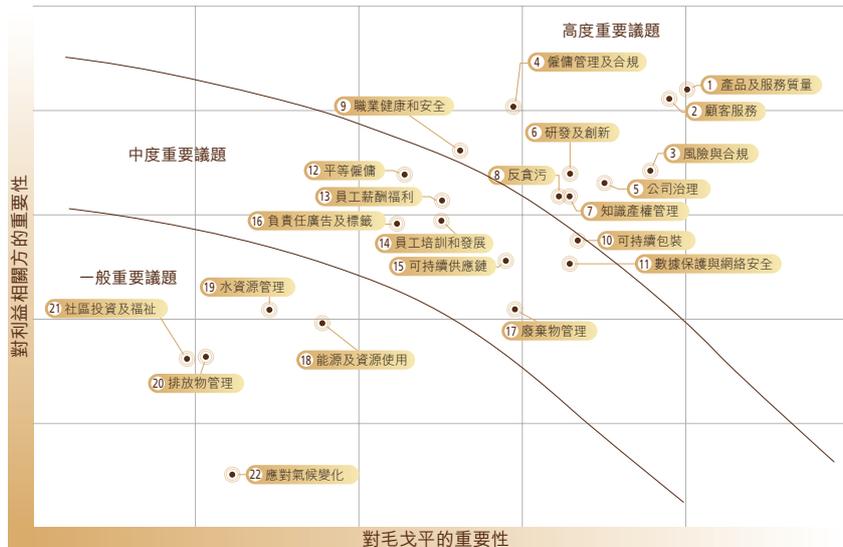
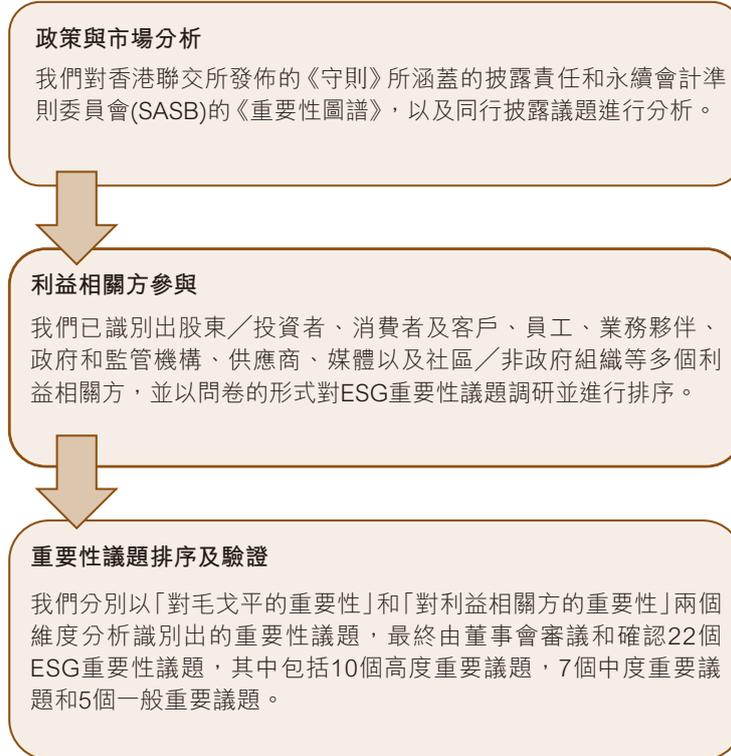
本集團努力為利益相關方創造可持續增長。本集團的利益相關方涵蓋股東／投資者、消費者及客戶、員工、業務夥伴、政府和監管機構、供應商、媒體以及社區／非政府組織，在我們的業務發展及策略中擔任重要角色。我們持續聆聽利益相關方的期待與訴求，並作適時響應，相關主要溝通渠道如下：

利益相關方	主要溝通響應方式	主要期望及要求
股東／投資者	股東週年大會與其他股東大會 中期報告與年報 公司公告 企業通訊，如致股東信件／通函及會議通知 股東／投資者參觀活動 業績公佈／業績發佈會 實地考察 投資者會議	客戶滿意度 供應鏈管理 員工權益 薪酬福利 多元化的產品需求
消費者及客戶	客戶服務中心和熱線 服務投訴與回應 網上服務平台 電話 短信 客戶滿意度調查和意見表 日常營運／交流 郵箱	客戶滿意度 產品和服務的健康與安全 客戶隱私保護 供應鏈管理 多元化的產品需求

環境、社會及管治報告

利益相關方	主要溝通響應方式	主要期望及要求
員工	工作表現評核及晤談 會議面談 員工活動 集團郵箱 集團電話 HR公眾號 員工溝通大會	僱傭關係及員工溝通 員工健康與安全 薪酬福利 員工權益 合規用工 完善培訓與發展體系 防範貪腐違規風險
業務夥伴	合作項目 會議 探訪 講座	供應鏈管理 多元化的產品需求
政府和監管機構	定期信息報送 會議 實地視察 檢查督查 合規報告	僱傭關係及員工溝通 員工權益 合規用工 薪酬福利 員工健康與安全 參與公益慈善與志願活動
供應商	面對面交流溝通	供應鏈管理 防範貪腐違規風險
媒體	網站或社交媒體 主動聯繫溝通	客戶滿意度 構建綠色社區 多元化的產品需求
社區／非政府組織社	參與社區活動 公司網站／公司公告／ 社交媒體平台 研討會／工作坊／講座	參與公益慈善與志願活動 構建綠色社區 客戶滿意度

1.5 重要性評估



毛戈平2025年重要性矩陣

高度重要議題

產品及服務質量
顧客服務
風險與合規
僱傭管理及合規
公司治理
研發及創新
知識產權管理
反貪污
職業健康和安全
可持續包裝

中度重要議題

數據保護與網絡安全
平等僱傭
員工薪酬福利
員工培訓和發展
可持續供應鏈
負責任廣告及標籤
廢棄物管理

一般重要議題

能源及資源使用
水資源管理
排放物管理
社區投資及福祉
應對氣候變化

1.6 反腐倡廉建設

本集團嚴格遵循《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國公司法》等法律法規。通過制度建設和長期投入確保自身經營合法合規，防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢等各類違法行為。我們堅決抵制商業舞弊及其他任何有違公平競爭原則的行為。

為進一步提升員工的廉潔自律和風險防範意識，本集團制定並嚴格執行《反舞弊、反洗錢、反賄賂管理制度》和《風險管理制度》，對舞弊、洗錢、賄賂行為進行定義，明確反舞弊、反洗錢、反賄賂機制監督責任部門的相關職責，並說明了相關事項的舉報受理路徑及處罰措施。同時，我們已在《員工手冊》中明確投訴、舉報和申訴途徑，以公司郵箱為員工內部舉報途徑，該郵箱由審計部及管理層具有查看權限。每個公司新入職員工均得到入職培訓並下發《員工手冊》。此外，我們亦對合作夥伴提出廉潔規定，要求其簽署《合作夥伴廉潔誠信承諾書》，對違約責任進行詳細劃分，保障雙方的合法權益。



通過這些措施，我們致力於營造一個公平且透明的工作環境，保障所有業務行為都建立在誠信與信任的基礎之上。在本年度，我們共為6位董事提供2小時的反貪污培訓，為4,482位僱員提供1小時的反貪污培訓，以保持清正廉潔的工作態度。報告期內，本集團未發生過任何有關貪污舞弊問題的訴訟，未接收過任何貪污、腐敗投訴舉報。

到2025年

員工反貪污培訓
覆蓋率

100%

商業賄賂及
貪污事件

0起

2. 守護綠色家園

本集團深知環境保護之於企業發展的重要意義，我們致力於將業務活動對自然環境造成的影響降到最低，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等相關法律法規，在辦公區域、生產基地等實施全面的環境保護與節能低碳措施，積極推動業務發展與綠色環保間的協調平衡。報告期內，本集團未有知悉任何違反環境保護法律法規的個案。

雖然本集團的業務現時不直接涉及產品製造或廢水廢氣排放，但本集團已在集團層面就排放物及資源使用的五個關鍵領域相關指標進行檢測並設立了目標：廢氣排放、溫室氣體排放、廢棄物管理、能源消耗及水資源使用。我們定期監控並披露上述氣候相關關鍵績效指標，每年報告進展以確保透明度及可比性。此外，我們利用科學數據評估氣候舉措的有效性，為未來的策略調整提供堅實基礎，支持本集團的可持續發展。

2.1 廢氣排放

本集團的廢氣排放主要來源於公務車輛的燃油使用，產生的排放物包括氮氧化物(NO_x)、二氧化硫(SO₂)及顆粒物(PM)。為控制廢氣排放，我們逐步建立了車輛管理制度：對公務用車的使用年限和排放情況進行定期評估，按行駛里程安排保養，及時更換空氣濾清器、火花塞等關鍵零部件，盡力保持車輛良好性能和較低排放水平；在新增及更新車輛時，優先考慮新能源及混合動力車型。

環境、社會及管治報告

報告期內，本集團由車輛產生的廢氣排放數據如下：

排放種類	單位	2025年度	2024年度
氮氧化物(NO _x)	千克	267.10	200.78
二氧化硫(SO ₂)	千克	0.34	0.28
顆粒物(PM)	千克	25.32	18.90

2.2 溫室氣體排放

本集團嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》等法律法規，持續完善碳排放監測與管理體系。我們以2022年為基準年份，制定了五年內將運營(範圍1及範圍2)碳排放強度降低5%的目標，並通過多方面減排措施，逐步推進低碳運營實踐。

除了上述針對公務車輛的管理制度之外，我們鼓勵員工培養低碳出行意識：倡導日常通勤優先選擇公共交通、共享出行等方式；充分利用視頻會議、遠程協作等工具減少長途差旅；對於必要的商務出行，優先考慮高鐵等相對低碳的交通方式。

我們嘗試將低碳理念延伸至供應鏈，鼓勵供應商關注清潔能源使用、優化包裝運輸方案。同時開展供應商ESG相關交流，共同探討減排可能性。未來，公司將繼續完善碳排放數據統計工作，探索更多減排路徑，為低碳發展貢獻力量。

關於範圍3排放的說明：鑒於本集團的商業模式依賴與ODM/OEM供貨商及上下游價值鏈夥伴的合作，範圍3排放預計佔本集團碳足跡的重要部分。基於本集團的業務活動，範圍3排放預計涵蓋上游及下游活動，包括但不限於：採購商品及服務(類別1)、上下游運輸及配送(類別4及9)、運營中產生的廢棄物(類別5)及商務旅行(類別6)等。本年度已披露的範圍3排放主要涵蓋部分商務旅行產生的排放。本集團目前正評估數據的可得性，並致力於進一步計算及披露更完整的範圍3排放。該等數據將在方法確定及數據收集完成後於未來報告中予以披露。

在報告期內，我們的溫室氣體排放數據如下：

溫室氣體排放表現	單位	2025年度	2024年度
直接溫室氣體排放(範圍1)	公噸二氧化碳當量	60.91	509.22
間接溫室氣體排放(範圍2)	公噸二氧化碳當量	1,440.17	820.95
間接溫室氣體排放(範圍3)	公噸二氧化碳當量	255.09	-
溫室氣體排放總量(範圍1、2及3)	公噸二氧化碳當量	1,756.17	1,330.17

排放強度	單位	2025年度	2024年度
每百萬元營收溫室氣體排放	公噸二氧化碳當量／ 百萬元營收	0.35	0.34
每名員工溫室氣體排放	公噸二氧化碳當量／員工	0.39	0.19

附註：

1. 範圍1指本集團擁有或控制的源頭所產生的直接溫室氣體排放，包括集團旗下車輛的燃油使用。本年度範圍1排放大幅下降，主要由於2024年度存在新購置含製冷劑設備的一次性逸散排放，本年度無同類採購，故基數回落。
2. 範圍2指因購買電力、供熱和製冷或蒸氣而引致的間接溫室氣體排放，包括集團運營過程中的電力使用。範圍2排放有所上升，主要由於集團發展規劃，本集團擴展了辦公用地面積，電力消耗相應增加。後續將通過節能改造及用電優化等措施加以控制。
3. 範圍3指所有其它間接排放，包括集團員工商務航空差旅所產生的其他間接排放，該類排放數據參考國際民用航空組織(ICAO)制定的計算方法進行核算。

2.3 廢棄物管理

本集團不直接從事任何生產活動，主要的廢棄物來自於經營活動及辦公生活使用的物品，我們確保在所有方面合規處置運營中產生的一般廢物和有害廢物，針對不同類型廢棄物採取特定措施並已通過《員工手冊》傳達給員工。

本集團已設定廢棄物減量目標：以2022年為基準年份，五年內將人均無害廢棄物產生量降低5%，並持續降低有害廢棄物的產生量。

環境、社會及管治報告

為實現上述目標，本集團已採取並將持續推進以下措施：推行無紙化辦公以減少廢紙產生；倡導辦公用品內部回收再利用，延長物品使用週期；完善廢棄物分類管理流程，提升回收再利用比例；與具備相應資質的專業回收公司合作，確保有害廢棄物合規處置；以及探索更多減量化和資源化路徑。

報告期內，本集團廢棄物數據如下：

廢棄物表現	單位	2025年度	2024年度
無害廢棄物總量	噸	448.16	185.02
每名員工無害廢棄物密度	噸／員工	0.10	0.03
有害廢棄物總量	千克	476.0	159.6
每名員工有害廢棄物密度	千克／員工	1.06	0.02

2.3.1 無害廢棄物管理

本集團秉持「勤儉節約、有利工作」的理念，從源頭減少廢棄物產生。我們將辦公用品分為固定資產類、非消耗類及消耗類，由行政管理中心統一管理；推行無紙化辦公，鼓勵員工非必要文件盡量使用電子版，確需紙質文件時優先雙面打印；對失效文件、過期報紙等廢紙進行統一收集，委託專業回收公司定期回收；倡導員工對水筆、回形針、燕尾夾等辦公用品內部回收再利用，充分延長物品使用週期。

2025年度，我們逐步擴大無害廢棄物統計範圍，將專櫃日常運營產生的清潔垃圾、試用裝海綿、紙類包裝、化妝棉以及辦公、教學、生活垃圾等納入統計，數據覆蓋面較往年有所拓寬。

2.3.2 有害廢棄物管理

2025年度，我們進一步完善有害廢棄物管理體系，將統計範圍從辦公場景擴展至教學培訓等更多業務板塊。我們對有害廢棄物進行了更細緻的分類，將廢硒鼓、廢墨盒、廢棄電池等多個類別納入規範管理，使有害廢棄物的識別和追溯更加精準。在處置方式上，我們已與具備相應資質的專業回收公司簽訂合作協議，通過第三方提供的標準化服務，確保所有有害廢棄物得到合規處置。我們努力減少廢棄物填埋量，儘可能提升回收再利用比例，持續降低有害廢棄物對環境的潛在影響。

相較於往年統計口徑，本年度數據覆蓋範圍更廣，更真實地反映了本集團各業務板塊的廢棄物產生情況。未來，我們將繼續優化分類管理流程，探索更多減量化和資源化路徑，不斷提升環境友好程度。

2.4 資源消耗

本集團為響應國家「雙碳」戰略，全面落實低碳節能的發展路徑，我們在設計階段已將環保、低碳、節能等因素考慮在內，並在辦公室、核心合作工廠等重點區域實行環保管理政策，圍繞資源利用率、電力系統、結構設施等方面進行管理，持續完善資源使用管理體系。

2.4.1 能源管理

本集團的能源消耗以外購電力為主，主要用於辦公照明、空調運行及電子設備運作等日常運營場景。我們從節能設計、提高利用率及設備管理三個層面系統推進能源管理。

節能設計

本集團對供應鏈夥伴提出環保設計要求，敦促其生產設施在設計階段完成環境影響評估，並在裝修過程中統籌節能、空間利用、功能等因素，包括採用高效保溫材料對熱橋部件進行保溫處理，通過優化結構設計減少裝修材料使用。

提高資源利用率

本集團推動供應商優化廠房空間利用，要求其根據生產特性合理佈局：將產生噪音和污染的區域有效隔離，將需要自然採光通風的區域安排在適宜位置；充分利用自然光照和自然通風，維持室內環境的穩定舒適，從而減少不必要的資源消耗。

環境、社會及管治報告

設備管理

本集團嚴格控制空調溫度，要求夏季室內空調溫度設置不低於26℃、冬季不高於20℃，空調由各部門負責人管理使用；採用節能LED光源，對公共區域燈具設置定時開關，下班後由專人負責統一關閉；建立設備監控管理系統，實時對照明設備進行監測和優化；設置電子設備在特定時間未使用後自動進入睡眠或休眠模式，並由專人在下班後巡查關機情況。由於營運需求，本年度耗電量有所上升。同時，集團於本年度進一步優化了環保指標披露廣度。因此，我們對能源消耗的統計范疇進行了增補，以更全面反映集團的能源使用情況。

目標：以2022年為基準年份，五年內將能源消耗強度降低5%。為此，我們將繼續提升員工節約意識，持續通過技術手段和管理創新降低能源消耗。

報告期內，本集團的能源消耗數據如下：

能源消耗表現	單位	2025年度	2024年度
直接能源總耗量(燃油)	千瓦時	224,195.90	-
間接能源總耗量(外購電力)	千瓦時	2,714,228.46	1,529,911.86
能源總耗量	千瓦時	2,938,424.36	1,529,911.86
每百萬元營收能源總耗量	千瓦時/百萬元營收	581.81	393.83
每名員工的能源總耗量	千瓦時/員工	654.73	374.61

2.4.2 用水管理

我們目前的業務不涉及工業廢水排放，但我們十分重視水資源管理，積極踐行節約用水理念，採取多項措施鼓勵員工在工作生活中養成良好習慣。我們已在辦公室衛生間、盥洗室等重點用水區域張貼節水標語，將洗手台傳統水龍頭更換為帶有節水標籤的感應式水龍頭，使用節水型馬桶等，若發現有漏水滴水的現象，我們將立刻派人檢修。本集團用水均來自市政管網，在運營過程中求取適用水源不存在問題。由於營運需求，本年度耗水量有所上升。

目標：以2022年為基準年份，五年內將耗水密度降低5%。為此，我們將持續推廣節水措施，加強用水監控，並定期審視目標進展。

報告期內，本集團用水指標具體如下：

水源消耗表現	單位	2025年度	2024年度
總耗水量	立方米	41,515.25	28,898.91
每百萬元營收耗水密度	立方米／百萬元營收	8.22	7.44
每名員工耗水密度	立方米／員工	9.25	4.04

2.4.3 包裝耗材管理

本集團在保持精緻東方美學包裝風格的同時，積極將綠色理念融入包裝設計與產品結構優化。在包裝設計層面，我們推行輕量化與簡約化策略，通過減少冗餘包裝層、精簡包裝結構，從源頭降低包裝材料消耗。

在產品結構優化層面，我們從兩個方向著力減少單位使用量的包裝資源消耗。其一，針對氣墊、眼影等明星產品開發可替換內芯系統，消費者無需重複購買外殼即可持續使用，有效延長包裝使用壽命；其二，針對部分高復購率產品推出大克重規格，以更大容量減少消費者的購買頻次，從而降低單位產品用量對應的包裝材料消耗。兩項舉措相互配合，在提升消費者使用體驗的同時，切實減少資源浪費。未來，我們將持續提升可回收、可降解等環保材質的使用比例，進一步探索美學與環保的和諧共生。

環境、社會及管治報告

2025年度，本集團著手完善包裝耗材統計體系，逐步擴大各合作工廠及供應商的數據收集範圍，並嘗試建立數字化管理平台以提升數據準確性。相較於2024年度，本年度在統計覆蓋面上有所改善，但我們也認識到在數據收集的完整性和準確性方面仍有提升空間。同時，隨著業務規模擴張、產品線豐富及電商渠道快速發展，實際包裝需求亦相應增長。報告期內，我們的包裝材料使用情況如下：

包裝耗材表現	單位	2025年度	2024年度
紙	噸	2,266.00	298.70
玻璃	噸	415.00	232.70
塑料	噸	1,718.00	378.00
金屬	噸	70.00	18.00
其他	噸	192.00	20.70
包裝耗材總量	噸	4,661.00	948.10
每百萬元營收包裝耗材密度	噸/百萬元營收	0.92	0.24
每名員工包裝耗材密度	噸/員工	1.04	0.23

2.5 氣候變化

為積極響應國家「碳達峰碳中和」戰略，更好地評估氣候變化對我們業務帶來的潛在風險，進一步把握氣候變化機遇，我們已識別業務運營過程中的實體風險和過渡風險，針對性採取應對措施，並準備將溫室氣體管理績效納入供應商篩選和評估標準，推動全價值鏈的溫室氣體排放管理。

報告期內各項指標的詳細數據、計算方法及減排措施，請參閱本報告「2.1廢氣排放」、「2.2溫室氣體排放」及「2.4資源消耗」相關章節。本集團目前未設定內部碳價格；關於受氣候相關風險影響的資產或業務活動的量化財務數據，本集團現階段援引財務影響寬免，暫以定性方式評估（詳見下文寬免說明）。

根據聯交所《上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(第D部分)，本集團就本報告期的氣候相關披露採取分階段實施方式。我們就若干量化指標適用特定的實施寬免，以確保最終披露的數據準確且具意義。本集團已按照聯交所許可適用以下寬免：

- **財務影響寬免**：氣候影響以定性方式評估。由於內部數據收集框架尚未能以足夠精度分離氣候相關財務支出，量化財務數據於本年度暫不披露。
- **能力寬免**：本集團的氣候韌性透過定性情景分析而非複雜的財務模型進行評估，此方式與本集團目前的資源分配水平相稱。
- **合理數據寬免**：部分價值鏈數據(如若干範圍3排放類別)因在不產生過度成本的情況下暫無法取得，於本年度未予披露。

本集團現階段致力於確保範圍1及範圍2排放數據的準確性，後續將逐步擴展至更多範圍3排放類別及量化財務預測。同時，我們亦制定了相關披露未來路線圖：**短期內**，持續關注行業碳核算標準發展，完善內部數據收集流程，逐步擴大範圍3排放的統計數據範圍；**中期內**，評估將氣候相關資料整合至財務系統的可行性，並探索與主要供應商就碳足跡數據進行協作；**持續推進方面**，定期評估技術能力與資源需求，確定過渡至量化財務披露的適當時間節點。

管治

本集團的ESG治理架構及董事會、管理層在可持續發展事務中的職責分工已於本報告「1.2可持續發展管治架構」章節中詳細闡述，該治理架構同樣適用於氣候相關風險與機遇的監督和管理。

在氣候議題的具體管治方面，董事會負責審批本集團的氣候相關目標(包括溫室氣體減排目標)，審閱年度氣候風險評估結果，並就重大氣候相關事項作出決策。管理層通過ESG工作小組定期向董事會匯報氣候相關議題的最新進展，匯報內容涵蓋溫室氣體排放數據及減排目標執行情況、氣候相關風險的變動與應對方案更新、相關監管政策的最新動態及其對本集團的潛在影響等。董事會在審議集團年度策略規劃、重大投資決策及供應鏈佈局調整等事項時，會綜合考量氣候變化因素，確保氣候議題融入集團核心決策流程。

環境、社會及管治報告

本集團通過以下方式確保管理機構具備氣候相關能力：(1)定期邀請外部ESG顧問向管理層匯報最新氣候政策及行業趨勢；(2)逐步將氣候相關內容納入內部培訓體系。

本集團目前尚未將氣候相關績效指標正式納入董事或高級管理人員的薪酬考核體系。我們將持續檢討該安排，並參考行業最佳實踐，評估在未來將氣候相關指標納入薪酬機制的可行性。

策略

氣候變化對本集團運營構成潛在的風險與機遇。本集團的業務模式依賴與ODM/OEM供貨商及上下游價值鏈夥伴的合作，氣候變化的影響貫穿整條價值鏈：在供應鏈層面，極端天氣事件可能導致供應商生產中斷或物流延誤，影響產品交付和原料成本；在運營層面，「雙碳」政策趨嚴可能帶來額外的合規成本，能源價格波動亦將影響運營支出；在市場層面，消費者對綠色產品的偏好持續增強，為本集團產品差異化競爭創造了機遇。本集團因應國家「雙碳」政策及行業可持續發展趨勢，系統識別了業務運營過程中的實體風險與過渡風險，針對性採取應對措施，並準備將溫室氣體管理績效納入供應商篩選和評估標準，推動全價值鏈的溫室氣體排放管理。本集團目前援引財務影響寬免，以定性方式評估上述影響對財務規劃(包括收入、成本、資產及融資等方面)的作用，待內部數據收集框架進一步完善後，將逐步過渡至量化財務披露。



環境、社會及管治報告

為更準確地識別和評估本集團可能面臨的潛在氣候風險，本集團參考了政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 的共享社會經濟路徑 (SSP1-1.9、SSP5-8.5)。透過對不同全球平均氣溫的上升幅度進行氣候情境分析，我們能夠識別潛在風險，評估各項氣候變化風險對業務、戰略及財務的影響程度。並據此制定相應的政策與策略，以進一步提在面對氣候變遷時的應對能力。

氣候情景	低風險情景 SSP 1-1.9	高風險情景 SSP 5-8.5
情景描述	<ul style="list-style-type: none"> 全球快速淘汰化石燃料。約於2050年實現全球二氧化碳淨零排放。可再生能源成為主流，並廣泛推行電氣化。 大規模植樹造林 加速研發與應用低碳技術，包括能源儲存、氫能及碳捕集與封存技術。 建立廣泛的全球合作機制，實施嚴格且有效的氣候政策，並引導消費者行為轉向低碳替代方案。 	<ul style="list-style-type: none"> 依賴豐富且全球互聯的化石燃料資源。 積極推動技術創新，但主要聚焦於能源開採與消費效率，而非低碳替代方案。 缺乏有效的全球碳定價機制或嚴格的國際氣候協議。 全球收入差距縮小，人力資本投資增加。
估計升溫值	至2100年，氣溫上升幅度低於2℃	至2100年，氣溫上升4.4℃

環境、社會及管治報告

下表為我們識別的主要氣候變化相關的實體風險與轉型風險及其機遇、其潛在影響、對集團運營造成影響的時間範圍及集團應對舉措的詳細信息：

風險類型	風險因素	時間範圍 ¹	風險描述	應對措施
物理氣候 風險	洪水、氣旋	中期—長期	損壞運營地的設施和器材，包括庫存產品；員工通勤和供應鏈可能受到洪水或氣旋的影響，可能導致業務受阻或影響料體的質量和成本；增加員工的健康與安全風險	我們不依賴任何單一的ODM/OEM供應商來生產我們的核心產品。若我們需要委聘替代服務供應商，還有其他具有類似生產能力的ODM/OEM供應商；根據運營地的地勢、設備需求等置備防汛物資，妥善放置貨品避免水浸；定期進行防洪防風檢查，確保門窗等設施的牢固程度
	極端高溫	長期	需在品牌門店和培訓學校增加空調，改善工作環境，從而增加經營成本；高溫可能影響員工健康和工作效率；氣溫上升可能影響部分原料供應	選擇節能的製冷設備，在辦公場地保持適宜的空調溫度；按政府規定每年6-9月為全體員工發放清涼飲料費；分散供應商來源
	缺水地區水資源 緊張	長期	影響水資源供應，可能造成水費上漲導致供應鏈成本上升或運營中斷	應用節水措施及設備以減少水資源的使用，從而管理水費支出並降低缺水對運營的影響；優先選擇用水強度較低的生產合作方
轉型風險	政策及法規風險—雙碳政策趨嚴	短期—中期	企業需遵守更多合規標準；若未及時調整戰略，可能面臨額外成本甚至訴訟與罰款損失	緊跟政策法規變化，依法保護環境，降低合規風險；將氣候風險因素納入集團的管理策略
	技術風險—能源 價格上升	中期—長期	增加供應鏈與運營成本；未能及時採納低碳節能和數字化技術，可能導致集團成本上升	積極採用低碳技術，淘汰高排放設備，並推進數字化建設



機遇類型	時間範圍	機遇描述	應對措施
政策與市場 機遇	中期－長期	隨著市場對環保產品的需求持續增長，越來越多品牌客戶和消費者願意優先選擇更低碳、更易回收的美妝產品。這為本集團帶來了明確的市場機會，通過提升產品的環保屬性，爭取更多優質訂單，拓展高端客戶群體。	本集團將積極把握這一趨勢，在現有產品基礎上逐步優化可回收設計，並推進相關環保認證，使產品更符合國際品牌及國內新銳客戶的採購門檻。

附註：

1. 時間範圍系指氣候相關風險可能對本集團運營產生影響的週期。短期界定為1至3年，中期界定為3至5年，長期界定為5至10年。

基於上述分析，本集團認為在兩種情景下均具備一定的氣候韌性。在低風險情景(SSP1-1.9)下，過渡風險較為突出，而本集團已啟動的低碳運營措施(包括節能設備推廣、車輛新能源化及綠色包裝策略等)有助於適應更嚴格的政策與市場環境，降低合規成本上升的衝擊。在高風險情景(SSP5-8.5)下，實體風險增加，而本集團多元化的供應商網絡、不依賴單一生產基地的輕資產業務模式，以及已建立的防汛防災應急機制，為應對極端氣候事件提供了一定緩衝。然而，我們也認識到在數據基礎、量化評估能力及長期適應規劃方面仍有提升空間，將在後續報告中持續完善氣候韌性評估的深度與廣度。

風險管理

本集團已將氣候風險與機遇考慮納入日常營運及企業風險管理體系。管理層負責應對與可持續發展相關(包括氣候變化相關)的風險與機遇，主要通過參考IPCC情景路徑及行業趨勢，結合集團供應鏈結構與業務特點，識別和評估本集團面臨的實體風險與過渡風險，並根據各項風險發生的可能性及對業務的潛在影響程度進行優先級排序。

環境、社會及管治報告

本集團已在關鍵的氣候相關環節主動部署應對措施(詳見上文策略章節)，這些風險將持續受到監控，確保其融入本集團的發展、商業決策及審批流程。管理層在進行供應商選擇、運營場所佈局等重大決策時，亦會考慮氣候相關因素。此外，本集團準備將溫室氣體管理績效納入供應商篩選和評估標準，逐步推動價值鏈層面的排放管理。

我們認識到目前的氣候風險管理仍處於持續完善階段，未來將隨著數據基礎和管理能力的提升，進一步細化評估方法和監控機制。

3. 嚴控產品品質與可持續供應鏈

3.1 創新產品服務

本集團在中國國貨美妆品牌中率先基於光影美學開發高光與陰影產品，尤其是專為中國人膚色設計的光影系列，已成為集團的重要產品線。本年度，隨著香氛系列的正式上市，本集團的產品矩陣實現了從彩妝到香氛的品類跨越，進一步完善了全品類佈局。

本集團研發團隊在色彩科學、膚感體驗等方面進行深入研究。截至報告期末，本集團累計完成彩妝及護膚類新品備案37件，持續完善產品矩陣。本集團產品的設計與開發由創始人及化妝藝術大師毛戈平先生領導，其在光影美學、東方美學以及美妆產品設計和開發方面具有深厚造詣。我們已建立產品開發團隊，由藝術委員會和核心研發團隊組成。兩支團隊緊密協作，引導產品設計和開發方向，並與ODM供應商合作，將本集團的核心美學理念和市場洞察轉化為產品解決方案。

報告期內，本集團產品開發團隊由79名經驗豐富的員工組成，其中66名持有學士或以上學位。該團隊成員平均擁有超過14年相關工作經驗，具備分子生物學、化學工程等多元化專業背景，並在跨國醫藥公司及生物技術公司等機構擔任過管理職務，積累了豐富經驗。此外，我們通過化妝藝術培訓課程持續為產品開發團隊輸送新人才，以支持本集團創新能力的延續與提升。通過培養一批深刻理解本品牌理念和美學原則的專業人才，我們為未來的產品開發奠定了堅實基礎。



我們的專業能力	影響
了解產品成分、 配方和設計	我們對產品成分、配方和設計的了解使我們能夠創造出具有良好功能和性能的產品。
選擇優質原料	我們選擇優質原料並採用先進的配方技術開發產品，以滿足目標消費者，尤其是具有亞洲人皮膚類型及審美標準的消費者的特定需求及偏好。
美學理念	我們的光影美學及東方美學理念，使我們從其他高端國際化妝品品牌中脫穎而出。通過將光影元素及中國傳統文化元素融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。
專業化妝技術	我們通過多年的經驗開發出專業的化妝技術，為我們提供了對妝容及產品使用場合的寶貴見解，使我們能夠開發出性能良好、具備多功能性和易用性的產品，使我們的消費者能夠打造其理想妝容。

我們的產品設計和開發流程非常細緻，確保每個產品在觸達消費者之前都經過測試和改進，確保質量、性能及美觀均屬上乘。我們的產品設計及開發流程通常涵蓋以下步驟：



3.2 強化質量管理

我們始終秉承客戶至上、質量第一的宗旨，持續完善可持續發展戰略方針，致力於推動產品安全及質量提升。我們建立了一套完善的質量管理體系，實現全流程質量風險控制，嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國產品質量法》等法律法規，確保產品符合客戶及監管要求。

環境、社會及管治報告

質量管理體系

我們制定了《質量安全責任制度》，通過制定質量目標並定期考核和分析質量目標的完成情況來提升產品質量和促進質量管理體系的持續改進。制度程序明確了法定代表人(或者主要負責人)、質量安全負責人、質量負責人以及質量團隊人員等各方面的職責，覆蓋了從質量目標的初步設定到後續的執行、監控和評審各個環節，確保了質量目標管理的有效運行。

為確保產品合規認證，我們在研發、生產到銷售的全過程設置了嚴格的合規評估和審核節點，確保所有產品在上市前均經過安全認證和合規檢測，由設計開發、樣機驗證、試產及量產到各階段，以滿足安全和合規標準。通過《產品開發管理流程》、《實驗室管理制度》、《註冊備案及外檢管理流程》、《料體檢驗操作流程》、《物料重檢管理流程》、《倉庫成品管理流程》、《倉庫收發貨流程》、《成品檢驗操作流程》及《包材檢驗操作流程》等制度及流程，我們全面覆蓋產品規劃研發、原材料採購、生產製造、物流運輸及倉儲管理等各階段，全面提升產品質量管理。

我們也制定了《受託企業監督管理流程》，通過對受託生產企業進行現場和非現場形式的監督管理，保證產品品質。為了提升員工在化妝品安全方面的知識和能力，本年度，員工參與了國家藥監局化妝品安全評估培訓。

在產品出廠前，我們嚴格執行質量檢驗，通過科學的檢驗標準和既定程序進行全面審查，最大限度降低或規避潛在的質量安全風險。對於在物料到貨、生產、成品、倉儲以及顧客退貨等各個環節中出現的不合格產品，我們依照《不合格處理流程》對不合格產品進行判定，記錄於《品質異常單》，按照規定進行特採與讓步接受、返工、退貨和報廢等處置流程。通過這一系列措施，本集團致力於提供高質量、安全可靠的產品，保障客戶的滿意與信任。

物流質量保證

本集團實施《存貨及倉儲管理制度》和《物流運輸管理辦法》等制度，對我們的產品包裝、營銷物料、產品成品等多種涉及倉儲與物流流程的物料進行監管。我們要求各部門各司其職，支持物流部、採購部、品控部等部門的工作，履行包括收貨檢驗、產品發貨、入庫清點等職責，嚴格把控產品的包裝、數量、質量等指標，確保我們的貨品能夠保質保量送到消費者手中。

3.3 知識產權保護

本集團嚴格遵守《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國專利法實施細則》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，以加強知識產權保護。



我們制定《知識產權管理辦法》規範知識產權管理工作，知識產權包括專利、商標、單位名稱、商業秘密等。我們成立知識產權領導小組負責批准集團知識產權管理的基本方針和策略，組織制定相關工作規劃與措施，完善保護制度，結合集團現狀和發展戰略，制定切實可行的知識產權戰略，監督知識產權管理部門工作，協調各部門相關事務，審核年度計劃並納入集團年度管理計劃等工作。

知識產權部負責知識產權管理工作，其職責包括制定管理規定，協調工作，劃分崗位職責，指導監督相關部門，審核業務申請，建立檔案管理，代表集團處理知識產權申請、糾紛及訴訟等對外事務，參與簽訂和審核相關合同協議，建立合同檔案，組織知識產權法律知識宣傳學習及經驗交流等工作。各職能部門或機構主要負責本職工作範圍內知識產權的產生、運用、維護和管理工作，自覺維護知識產權。

環境、社會及管治報告

我們設立知識產權宣傳、保護基金，用於每年的知識產權培訓和宣傳工作，對員工制定培訓、宣傳計劃，加強知識產權保護宣傳工作。我們還對知識產權管理進行了獎懲規定，對於相關工作中有突出貢獻的人員進行獎勵，對違反相關規定的人員進行處罰，追究責任，構成犯罪的及時向司法機關報案。

我們積極監察市場，並在可行的情況下可對侵犯我們知識產權的行為採取法律行動。我們與核心員工簽訂了保密協議，以防止這些員工在未經我們適當授權的情況下向他人洩露我們的專門技能機密。

3.4 可持續供應鏈

管理原則與制度保障

我們高度重視與供應商的合作管理，始終致力於為客戶提供高品質的產品與服務。我們明確要求供應商嚴格遵循包括但不限於《中華人民共和國招標投標法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》以及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等當地法律法規。此外，我們還制定了一系列內部制度，以規範供應商的行為，確保供應鏈的穩定性和可靠性，努力打造雙贏的合作關係。

供應商准入管理

本集團秉承公平公正的原則選擇供應商。我們制定了《供應商開發及管理流程》、《採購管理流程》及《採購合同管理流程》，在選擇新供應商時，我們：

- 根據業務需求開展市場調研，收集並篩選潛在供應商信息
- 要求填寫《新供應商評估表》並提供法律資質文件
- 通過《候選供應商申請表》申請進入供應商資源庫
- 採購部門對基本資料進行初步篩選
- 品控部對供應商進行實地考核和質量體系評估
- 評估合格後納入《合格供應商名錄》

供應商考核

集團持續開展供應商考核與評估，每年對化妝品加工廠、包材供應商及原料商等核心供應商開展全面績效考核。我們採用多維度評估方式，包括實地文件審查、採購專員現場評估以及行業標準評估，由跨部門團隊重點考核供應商的新品開發能力、交付準時率和質量合格率等關鍵指標。

我們根據考核結果實施分級管理，將供應商劃分為不同等級。對於偶爾不合格的供應商，我們制定專項改善計劃並提供培訓支持；對於持續表現不佳的供應商，我們實施暫停合作或限期整改措施；對於整改後仍不達標的供應商，我們將終止合作關係。通過持續推動供應商提升質量管理水平和交付能力，我們確保供應鏈的穩定可靠。

可持續供應鏈管理

除產品質量與安全相關規定外，我們制定了《OEM供應商審核清單》和《資材供應商審核清單》，從包括環境保護與社會責任在內的多項指標審核供應商表現，例如：

- 是否通過環保(ISO 14001)或社會責任(SA 8000)認證
- 所使用的生產原料是否為環保材料
- 已採取的環保措施及排放物與廢棄物處理情況
- 供應商反歧視、保護人權、健康保障措施等

我們在現場審核時將相關表現登記在《受託生產企業監督記錄表》中，持續加強供應商監督力度，推動供應鏈可持續發展。如發現違規行為，本集團將暫停或終止與供應商的合作關係。

報告期內，本集團共有166家供應商，全部位於中國內地，主要為本集團提供軟件、廣告活動、產品包材及物流運輸等產品和服務。其中102家已執行供應商聘用慣例。

4. 客戶權益保障

4.1 優質客戶服務

本集團秉持以客戶為核心的理念，始終致力於向客戶提供卓越的產品與服務，並確保能迅速且合理地解決客戶投訴、回答客戶諮詢的問題。為了進一步提升售後服務質量，增強客戶對產品和品牌的滿意度，我們會對客戶投訴進行梳理、分析和總結，及時反饋問題並推動其改善，以促進產品質量的提升和更新，減少同類問題的重複投訴，持續優化用戶體驗。

線上



2025年毛戈平電商客戶服務團隊接待客戶數量達**2,993,682**人次，平均響應時間**15s**，三分鐘回覆率**99.4%**

毛戈平天貓、抖音和京東平台平均滿意度為**91.3%**

線下



2025年，毛戈平線下客服團隊共接待客戶約**62,798**宗，人工坐席與微信風尚薈客服雙渠道協同高效。

其中，人工坐席有效接待**39,522**宗，佔總量約**62.94%**；微信風尚薈客服接待**23,276**宗，佔總量約**37.06%**，所有客戶反饋均實現即時響應。

完善客戶服務

我們高度重視線上線下客戶服務，擁有專業的客戶服務團隊，致力於為客戶提供卓越體驗。

在線上服務方面，我們為售前諮詢、售後服務以及退貨退款等全流程制定了嚴格的標準，並建立了科學的質檢體系，通過量化服務質量，確保每一個環節都能達到高標準，從而為客戶提供高效、專業、貼心的服務體驗。

在線下服務領域，我們精心打造了「服務八部曲」，精心設計服務步驟，旨在為客戶提供舒適、貼心、個性化的服務，讓客戶感受到無微不至的關懷，全方位提升客戶滿意度。

處理投訴和應對的機制

為了更好地處理投訴提升顧客滿意度，我們制定了《投訴管理流程》，確保顧客投訴能得到及時有效的處理。在投訴接收登記後，客服部與品控部合作對投訴進行處理並進行調查。消費者可以通過多種方式進行反饋，包括線下門店、客服熱線、風尚薈、工商消協和在線其他平台反饋（品牌官方微信公眾號、客戶端、小紅書、微博等）。

在接到反饋之後，我們依據《客訴處理流程及權限》及《投訴類型及處理方式》對投訴進行分類，明確各類投訴的受理人、初審人、決策人，對接外部部門、歸檔和庫存銷賬負責人，確保每個環節都有明確的責任人，避免出現推諉和延誤的情況。同時，我們嚴格規定了處理週期，確保投訴能夠得到及時有效的處理，以維護客戶的合法權益。

針對不同類型的投訴，我們制定了詳細的流程，涵蓋了投訴處理的各個環節，提供了具體的操作指南和注意事項。通過這些標準化的流程，我們能夠確保每個投訴都能得到一致且高質量的處理，無論是在產品退換、服務改進，還是在客戶關係維護方面，都能達到高標準的要求。

當投訴調查找出原因後，我們按需要制定糾正措施。當顧客投訴被判定為整批次問題時，我們將把被投訴產品下架或者召回。為了確保我們銷售的產品在發現存在質量安全問題或者質量缺陷的情況下，能夠及時被召回並妥善處理，儘可能降低危害或者損失，保證消費者的人身安全，我們制定了《召回管理流程》以保證召回流程的快速和有效。

當我們收到消費者的退貨請求後，我們的客服團隊確認是否需要召回產品。一旦確定召回，專業的測試團隊會對退回的產品進行詳細的檢測與分析，以確認問題所在，同時記錄過程和結果。如果需要進一步檢查，產品會被安全封存並寄送回國內的專門設施，確保消費者可以隨時了解他們產品的處理狀態。我們保證了召回流程的透明度和產品的可追溯性，保障消費者權益。投訴處理完成後，我們會安排專人進行後續跟進，確保客戶的問題得到徹底解決，並且客戶對處理結果感到滿意，提升客戶對品牌的信任和忠誠度。

環境、社會及管治報告

我們相信，通過以上努力，我們能夠更好地維護消費者權益，同時保護和提升品牌形象，為客戶提供更加優質和貼心的服務體驗。

我們通過專業客服體系，針對客戶的反饋全渠道快速響應。線下客服團隊2025年共處理客戶反饋1,042宗，主要集中於專櫃產品使用效果和櫃檯服務。所有反饋均實現即時響應，常規案例在3個工作日內閉環處理，投訴完結率達100%。線上客服團隊在天貓、抖音等主流電商平台建立專業化客服團隊，以專業為基、以溫情為翼，搭建起品牌與用戶之間信任的橋樑。其中天貓客服團隊憑藉卓越服務與硬核實力，獲得淘天集團「2025年度金牌客服團隊」、「2025年度五星店鋪」雙重重磅認證；同時榮獲赤兔名品「2025年度優秀客服團隊」稱號。堅守服務初心，以AI賦能提效，用溫度守護每一份信任。報告週期內，收到消費者通過電商平台、工商部門、黑貓投訴、12315等渠道反映的產品或服務問題投訴共3,117宗，投訴解決率近100%。

品牌始終秉持「消費者第一」的服務理念，通過專業培訓、流程優化、系統升級等方式持續提升客服團隊服務能力，確保每一位消費者的聲音都能被聽見、每一個問題都能被妥善解決。報告期內，我們並沒有接獲客戶因安全與健康理由須回收有關產品的重大投訴。

4.2 信息數據安全

信息安全是本集團全面風險管理的一個重要部分，是維護我們運營穩定、保護客戶隱私、保障商業機密和技術資產安全的關鍵因素。針對信息安全，本集團嚴格遵循包括但不限於《中華人民共和國網絡安全法》、《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等相關法律法規，制定多項信息管理制度，如《信息管理制度》、《數據備份與恢復管理制度》、《機房安全管理辦法》、《網絡安全管理辦法》、《網數安全事件應急預案》、《信息分類分級管理制度》、《隱私政策》、《用戶自律公約》、《重要數據保護制度》、《重要數據風險評估報告》及《毛戈平賬戶註銷規則》等。



環境、社會及管治報告

在保障客戶數據安全方面，我們已設立嚴格的訪問控制及監察機制，以防止未經授權存取數據，並確保處理數據的做法符合國內及國際數據保護準則。我們制定了《信息化管理制度》涵蓋公司整體信息化管理，包括資產管理和計算機設置，並實施《信息分類分級管理制度》對信息進行分類和分級管理，確保重要資產的安全。

對於重要數據，我們制定了《重要數據保護制度》並進行重要數據風險評估，為管理提供依據。根據《數據備份與恢復管理制度》和《機房安全管理辦法》，我們採用先進的加密技術進行數據儲存及傳輸，定期進行審計以識別及降低潛在安全漏洞。

經客戶事先同意，我們於日常業務過程中收集及維護若干客戶信息，但僅限於銷售及交付我們的產品以及提供服務所需的範圍。我們已採取措施對有關信息進行保密，以確保符合監管規定。我們建立了《隱私政策》，明確保護消費者數據和隱私的具體政策和執行方法，並在不同平台要求客戶閱讀並簽署《用戶自律公約》規範用戶行為，確保用戶遵守隱私保護規定。同時，我們為員工提供有關數據隱私及安全協議的全面培訓以增強其相關能力。

我們努力確保網絡安全，根據《網絡安全管理辦法》通過防火牆、加密等技術，防止敏感數據洩露，保護用戶和公司的隱私，確保網絡環境的穩定。同時我們制定了《網絡安全事件應急預案》，有效預防、及時控制、最大限度地消除網絡安全事件的危害和影響。為提高個人信息安全突發事件應急響應水平，規定應急處理小組應每半年至少組織一次預案演練，積極查找薄弱環節，採取對策，對個人信息安全問題進行分析、查找事件原因，檢驗應急預案各環節之間的通信、協調、指揮等是否符合快速、高效的要求。

本年度，我們並無接獲重大資料外洩的投訴，沒有任何關於客戶私隱洩露或客戶資料遺失查明屬實的投訴。

環境、社會及管治報告

4.3 責任廣告宣傳

本集團通過多種線上及線下渠道為我們的品牌及產品做廣告宣傳營銷及推廣，遵守中國相關法律法規，如《中華人民共和國廣告法》、《互聯網廣告管理辦法》及《化妝品監督管理條例》。

我們的品牌發展部與市場部主要負責線上與線下宣傳材料管理。為了確保廣告不含有任何關於產品的虛假、不準確或具有誤導性的內容，我們的產品宣傳發出前需要在OA平台上由法務部進行審核，審核後才可對外發佈。針對知名KOL合作製作宣傳內容我們制定了標準化的審核流程，對於產品相關直播，我們也實施綜合管控措施，避免不實及不良信息。針對各平台產生的不實信息，我們會根據平台規則進行主動申訴，降低負面信息傳播風險。

我們始終堅持廣告內容的合法性、正當性、誠實性和真實性，切實履行社會責任，確保廣告宣傳符合法律法規的要求並符合道德規範。

報告期內，本集團並沒有發生任何廣告和信息宣傳有關的爭議對本集團造成重大影響的情況。

5. 尊重員工價值

本集團深明人才是企業核心競爭力的重要來源，我們致力於打造一個多元、平等、包容的職場環境，為員工提供健康安全的工作場所和專業廣闊的發展平台，不斷吸引優秀人才加入並留下，壯大我們的人才隊伍，持續提升我們的競爭力。

5.1 員工概況

截至2025年12月31日，我們的員工隊伍總人數為4,488，具體分類如下：

員工概況	員工人數	
	2025年	2024年
按性別劃分的員工分佈		
女性員工	3,892	3,539
男性員工	596	545
按員工類別劃分的員工分佈		
主管及以下	4,277	3,902
經理級	166	143
總監及以上	45	39
按員工類型劃分的員工分佈		
全職員工	4,488	4,078
短期合約／兼職員工	—	6
按年齡組別劃分的員工分佈		
30歲以下員工	2,315	2,109
30歲至50歲員工	2,111	1,917
50歲以上員工	62	58
按地區劃分的員工分佈		
華東地區	1,971	1,731
華南地區	402	377
西南地區	767	712
華中地區	472	464
華北地區	547	535
東北地區	132	120
西北地區	196	145
香港	1	—

環境、社會及管治報告

員工流失比率	2025年	2024年
總計	17.14%	14.55%
按性別劃分的員工流失比率		
女性	16.30%	14.22%
男性	22.39%	16.70%
按年齡組別劃分的員工流失比率		
30歲以下	22.29%	20.55%
30-50歲	11.74%	9.01%
50歲以上	6.90%	12.31%
按地區劃分的員工流失比率		
華東地區	17.22%	13.87%
華南地區	17.24%	17.20%
西南地區	16.29%	15.56%
華中地區	28.66%	14.47%
華北地區	10.09%	13.73%
東北地區	7.50%	10.81%
西北地區	16.55%	15.38%
香港	-	-

5.2 平等僱傭制度

我們致力於塑造平等多元的職場文化，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《禁止使用童工規定》等相關法律法規，不斷完善內部合規招聘規定，保障員工的合法權益。

我們通過招聘網站、校園招聘和內部推薦等方式進行招聘，重點考察應聘者的綜合能力與崗位適配度，而不會將種族、膚色、國籍、民族、性別、年齡等納入篩選標準，杜絕任何形式的歧視。在審核應聘者信息時，我們嚴格審查包括學歷背景、工作經歷和真實年齡等信息，只有其完全符合我們的應聘規定後才會簽訂正式的勞動合同。我們在勞動合同中列明薪酬及發放方式等必要信息，確保不會出現僱傭童工或強制勞工的情況。若公司發現員工入職時提供的材料虛假或與事實不符，公司將與其解除勞動合同，並不支付任何補償金。



當員工提出離職時，我們會安排部門專員或人力專員進行離職訪談，仔細了解其離職原因，以及有關公司運營與人力資源管理方面的建議，主動協助完成離職手續與工作交接，不斷優化我們的人力資源管理，保障集團和員工雙方的權利。

報告期內，本集團未發生有關違規僱傭、侵犯人權、聘用童工或強制勞工的個案。

5.3 薪酬與福利

本集團秉持以人為本的管理理念，構建兼具外部競爭力與內部公平性的全面回報體系，致力於保障員工權益並提升僱傭價值。

在薪酬保障方面，本集團嚴格遵循各地法律法規為員工繳納社會保險及住房公積金，並以崗位價值與個人貢獻為導向，提供包括司齡工資、加班及差旅補貼等在內的多元化薪酬構成，確保薪酬分配的公平性與激勵性。

在福利關懷方面，本集團持續完善福利保障機制，除法定假期外，另提供帶薪年休假、婚假、產檢假等多項福利假期，並通過定期健康體檢、團隊建設活動等舉措，關注員工身心健康，促進工作與生活的平衡。同時，我們推出員工內購優惠等特色福利，增強員工的歸屬感與企業認同感。

在工時管理方面，本集團實行標準工時制與特殊工時制相結合的制度安排，原則上不鼓勵加班，確因工作需要加班須履行審批程序，並優先安排調休，切實保障員工的休息權利與身心健康。

此外，本集團已成立員工工會，為員工參與管理決策和向上溝通提供了渠道，充分保障員工的權利。我們還通過工會組織了豐富多彩的員工活動，幫助員工平衡工作與生活，營造良好和諧的職場氛圍。

活動案例：

年度風尚大典



各類主題團建活動



活動案例：

節日關懷·茶歇



5.4 員工成長髮展

本集團深信員工是企業最核心的資產，員工的持續成長與企業的長遠發展相輔相成。我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國職業教育法》等法律法規中關於職業培訓與職業發展的相關規定，切實保障員工接受職業技能培訓的權利。同時，本集團積極踐行聯交所《環境、社會及管治報告守則》社會範疇B3(發展及培訓)的披露要求，系統構建了涵蓋員工培訓與晉升發展的雙通道成長體系—通過完善的培訓機制幫助員工持續提升專業能力與綜合素質，通過清晰的晉升路徑為員工提供多元化的職業發展空間，實現員工個人價值與企業戰略目標的協同共進。

員工培訓

本集團高度重視員工能力發展，視其為企業持續成長與創新的關鍵驅動力。人力資源部門每年結合公司戰略目標、預算安排及員工培訓需求調查結果，統籌各部門需求擬訂年度培訓計劃，並將年度計劃分解為季度計劃，編製培訓課程清單，確保培訓資源的合理配置與有效落地。

為了確保員工能夠在各自崗位上充分發揮潛力，我們構建了全面的培訓體系如下：

培訓類型	培訓目的	培訓形式	培訓內容
新員工入職培訓	協助新進人員儘快適應新的工作環境，順利進入工作狀況。	週期性的內部授課	分常規類和專業技術類兩項科目，兩項科目的具體內容可根據任職崗位的不同進行選擇。 常規類科目： 1. 公司簡介(包括公司發展史及企業文化、各部門職能等)； 2. 公司制度介紹； 3. 其他。 專業技術類科目： 1. 技術線的崗位設計與工作流程； 2. 項目管理流程與強化訓練； 3. 其他。

培訓類型	培訓目的	培訓形式	培訓內容
實習生導師制的崗位培訓	使新員工按照任職崗位的要求，儘快熟悉業務內容及工作流程。	「一帶一」或「一帶二」的固定導師責任制	思想素質、企業文化的教育；專業知識技能的訓練；工作疑難的解決和指導等。
內部培訓	依靠公司內部講師力量，最大效度地利用公司內部資源，加強內部的溝通與交流，在公司內形成互幫互助的學習氛圍，並豐富員工的業餘學習生活。	公司內部講座或研討會、交流會	涉及公司技術類、管理類的多個方面，及員工感興趣的業餘知識、信息等。
外部培訓	依靠外部專家力量，提升從業人員在本職工作上所應具備的專業知識、技能技巧，以增進各項工作的完成質量，提高工作效率。	參加外部公開課、交流研討會，或請外部講師在公司內部授課	<ul style="list-style-type: none"> a) 常規實用性培訓：涉及專業技術知識、管理方法、領導技能等； b) 適合高層領導的培訓：含企業戰略性、發展性等內容； c) 個人進修方面的培訓：如MBA、專業技術認證等。

為保證培訓效果，本集團從授課質量與學員學習效果兩個維度進行評估。授課評估涵蓋課程內容、講授技巧及培訓效果等方面，學員評估則通過課後考核及《內部培訓反饋意見表》等方式量化培訓成果，持續優化培訓質量，使培訓投入切實服務於公司發展目標。

環境、社會及管治報告

報告期內，本集團全年累計開展培訓項目50餘項，為近1,566名新入職員工提供了入職培訓。培訓內容涵蓋六大類別：**在職業素養培訓方面**，本集團為在職員工提供職業形象塑造、領導力發展及團隊管理等課程，助力員工職業成長；**在美妝專業技術培訓方面**，本集團圍繞核心業務需求，建立了從新人基礎培訓到進階晉級考核的分層培養路徑，涵蓋各式妝容技術、區域產品知識、培訓師能力認證及渠道專項培訓等內容，持續夯實一線團隊的專業服務能力；**在銷售與管理培訓方面**，本集團針對不同層級管理人員開展市場洞察、銷售業績管理、儲備主管培養及新晉管理者技能提升等專項課程，強化管理梯隊建設；**在系統操作培訓方面**，本集團配合數字化建設推進，組織開展人力資源系統、溯源碼管理、庫位管理、無紙化報銷及項目管理等信息系統的操作培訓，提升各崗位的數字化工作效率；**在質量管理培訓方面**，本集團圍繞產品質量管控全流程，開展企業標準解析、來料檢驗、包裝檢驗、供應商審核要點及樣品管理等專業培訓，保障產品品質的穩定性與合規性；**在合規培訓方面**，本集團定期開展反貪污培訓及社交媒體使用規範等專項培訓，強化全員的合規意識與風險防範能力。

本年度我們的培訓指標如下：

指標	受訓人數	平均受訓時數(小時)
以性別劃分		
男性	596	36.4
女性	3,892	39.6
以僱員類別劃分		
主管及以下	4,277	40.6
經理級	166	12.4
總監及以上	45	2.5

指標	受訓僱員人數	受訓比例
按性別劃分		
女性員工	3,892	100%
男性員工	596	100%
按員工類別劃分		
主管及以下	4,277	100%
經理級	166	100%
總監及以上	45	100%

本年度培訓總時長為175,929.5小時，人均受訓時數為39.2小時。本集團將持續優化各層級培訓資源配置進一步提升管理層及的培訓深度。

員工晉升路徑

本集團高度重視員工成長與職業發展，以清晰、完善的員工晉升路徑為核心，搭建科學、可持續的人才發展體系。依託《員工手冊》、《員工績效管理制度》，建立規範公正的考核評價機制，同時，為不同崗位的員工規劃清晰明確的職業發展路徑與晉升通道。

集團針對不同崗位，設置管理序列與專業序列雙通道晉升路線，覆蓋全員成長需求，讓員工擁有可預見、可實現的晉升方向。配套系統化培訓體系與成長機制，持續賦能員工能力提升，助力員工從崗位新人穩步成長為管理人才或專業專家。

為進一步優化員工晉升路徑，集團引入北森人才測評系統，精準識別員工能力優勢與短板，匹配專業化、體系化培訓資源；同時建立銷售管理人才崗位晉升機制與全國專櫃彩妝師晉級機制，為銷售管理及彩妝師崗位設計專屬晉升與晉級路線，牽引不同領域人才持續進階。

此外，集團通過推行銷售管理儲備人才池計劃，定向培養高潛員工走向管理崗位，實現銷售類管理人才100%內部培養。開展專櫃小導師評選，選拔業績優秀的員工擔任內部導師，以梯隊化培養支撐員工晉升路徑落地，推動團隊整體能力與人才梯隊同步提升。

5.5 職業健康安全

本集團高度重視員工職業健康安全，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國勞動法》等法律法規，制定並實施《健康衛生管理制度》、《實驗室管理制度》等內部政策，對可能涉及職業健康風險的環節設置標準的操作程序，儘可能規避安全風險。

環境、社會及管治報告

我們已對各類安全事件制定了處理與補救措施，在事故發生的第一時間將受傷員工送醫救治，及時總結經驗，降低類似風險再次發生的幾率。過去三年內(包括本年度)，本集團未有因工亡故的案例。報告期內，本集團因工受傷10人，因工損失工作日數379天。上述工傷個案均屬輕傷類別，主要為工作場所內的輕微扭傷、擦傷及碰撞傷，以及上下班通勤途中的交通意外所致，不涉及重大生產安全事故。受傷員工經治療後均已康復並返回工作崗位，所有工傷事件已得到妥善處置。本集團已針對上述常見工傷類型加強了安全提示與防範措施，包括優化工作場所的防滑及動線安排，以及向員工發出通勤交通安全提醒，以降低類似事件的發生概率。

	單位	2023	2024	2025
因工死亡人數	人	0	0	0
因工死亡比率	%	0	0	0
因工受傷人數	人	-	5	10
因工傷損失工作日數	日	-	238	379

我們在《健康衛生管理制度》和《員工手冊》中對區域衛生、個人衛生、健康檔案等內容進行了明確規定，為員工提供標準的衛生執流程程和「應知應會」。每天五點至下班時間為個人垃圾清理時間，需要將辦公室垃圾放置於指定地點，確保工作場所的潔淨與舒適。我們關注員工身體健康，與合作的醫療機構定期為員工提供健康體檢，符合條件的員工可根據自身需求進行預約，及時監控健康風險。

我們的《實驗室管理制度》中明確針對實驗室環境，包括化學藥品、儀器設備、人員操作和廢氣處理等方面作出了詳細規定，避免在實驗過程中造成人員損傷或資產損失。

在消防安全方面，我們已在各個校區實施《消防安全應急預案》，規定了責任分工、火災預防、現場處置、後期處理、應急物資、培訓與演練等全方面措施。本年度，毛戈平美妝教育在北京、深圳、上海、成都、青島等多個校區開展消防演習與培訓活動，提升全體師生的火災風險意識與自防自救能力，保障師生的生命財產安全。



6. 承擔社會責任

本集團始終將社區投資視為企業可持續發展的重要組成部分。我們秉持「以美為媒、以善為本」的公益理念，通過制度化的社區參與機制，主動了解業務所在社區及更廣泛社會群體的實際需求，確保企業活動充分考量社區利益，將集團資源轉化為切實的社會價值。報告期內，公益慈善捐贈合計約人民幣6,079,210元，累計組織數十人次師生為多場公益活動提供無償造型服務。

作為一家根植於美妝行業的企業，本集團深知「美」與女性力量之間的天然聯結。集團始終倡導健康、自信、多元的審美觀念，鼓勵每一位女性悅納自我、表達自我；同時通過美妝教育體系為眾多女性學員提供專業技能培訓與就業支持，幫助她們以一技之長實現經濟獨立，讓「美的事業」成為女性自我賦能的切實路徑。

集團圍繞文化傳承持續深耕：以集團之力推動中華優秀傳統文化的創造性轉化，守護東方美學的當代價值。

集團在企業活動中通過藝術共創、專業技能志願服務等幫助特殊人群獲得更多被看見、被尊重的機會。

環境、社會及管治報告

集團相信，企業的社會責任不僅體現在日常的持續耕耘，也體現在危急關頭的果斷行動。及時伸出的援手本身就是一種「美」的表達—它傳遞的是守望相助的信念，和對每一個生命的尊重與珍視。2025年11月，香港新界大埔宏福苑發生五級火災，造成重大人員傷亡及財產損失，大量居民家園受損、生活陷入困境。災情發生後，毛戈平化妝品股份有限公司迅速響應，通過浙江省香港商會捐贈人民幣500萬元，專項用於受災居民安置、醫療救助及生活物資保障。

韻，穿越時空



集團深信，東方美學不僅是歷史的迴響，更是當代生活可感知、可共鳴的精神力量。我們推動中華優秀傳統文化的創造性轉化與創新性發展—通過將非遺技藝融入當代美學敘事，通過在國際頂尖賽場守護中國面孔的光彩，讓東方之美從「國潮」走向「國際」，向世界傳遞文化自信。

美承東方：讓非遺走進當代生活

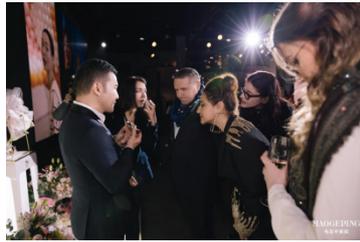
2024年起，集團發起「美承東方」文化IP項目，攜手國家級非遺傳承人與新銳設計師，通過跨界共創讓傳統技藝走出博物館，轉化為當代生活的美學坐標。項目以「一年三回」的節奏持續推進，每一回聚焦一項非遺技藝、一段文化記憶，以產品與內容的雙重載體完成從傳統到當下的轉譯。

2024年第一回，以「照見心喜」為主題，在中法建交60週年之際，在成為聯合國假日的第一個春節，毛戈平攜手國家級非遺傳承人陳柏華、翟玉良，海外設計師Christoph Brach、新銳藝術家張明碩以傳統燈綵文化為引，訴說全世界「提燈相會」的人文故事。



環境、社會及管治報告

在春節一元宵「相會相聚」的致美時刻，在這個快速發展的時代，藉著東方美的人文光亮，毛戈平重新審視人與人之間「情感的相會」，感悟親情、愛情、友情的本質：真正的團圓不只是圍坐在一起，而是要「點亮心裡那盞燈，照見對方，暖熱彼此」。



圍繞「照見心喜」這一精神共鳴點，毛戈平以禮盒再現宮燈、以藝術家匠心故事共鳴人心，以不同場域燈會、海外交流等主題盛會將東方人文美的彼此相照，從人與人的情感倚靠，擴散至南與北的攜守、古與今的融匯、中與外的交流，讓傳統文化與當代表達在線上線下各場域的碰撞，推動活態傳承和文化出海，以品牌的影響力真正「讓世界看看中國年」。

MAOGEPING BEAUTY

“ 宮燈，做好了是万年牢的东西，但传承，不能一成不变。”



翟玉良
北京宮燈非遗代表性传承人

MAOGEPING BEAUTY

“ 万物在光影中显出形与色，于我而言，美即光影。”



毛戈平
毛戈平彩妆品牌创始人

提灯相会 照见心喜
毛戈平MGP元宵光影纪录片



毛戈平 品牌总监 陈松华 品牌运营总监 品牌运营 YONA 品牌运营 翟玉良 北京宮燈非遗代表性传承人

提灯相会 照见心喜
毛戈平MGP元宵光影纪录片



毛戈平 品牌总监 陈松华 品牌运营总监 品牌运营 YONA 品牌运营 翟玉良 北京宮燈非遗代表性传承人

環境、社會及管治報告

2024年第二回，以「遲早相見」為主題，毛戈平中秋賀禮，攜手雷天勇國大師工作室和新銳設計師許悅見證大漆螺鈿古今相見。毛戈平錨定中秋節日文化，進一步豐富其人文內涵，重新定義「相見」：相見不是一個結局，而是一場開始。毛戈平將人與人的奔赴相見，擴散至傳承相見，聚焦於東方人文的時尚生活化，傳承那些時間中的技藝與美，讓螺鈿漆器走出博物館，讓傳統文化真正進入當代生活，開啟人文藝術的更大想象力。



「相見」大漆螺鈿耳飾，便是非遺大師和新銳設計師在融今文化的橋樑下實現的古今融合之物。小小的耳邊之物，不僅承載著深厚的人文情感和等同百萬家當的用心和時間；其背後也代表了毛戈平為探索非遺文化在現代社會中的可能性和活力，推動非遺工藝當代轉化；更是毛戈平跨越性行業探索，為文化傳承聚集更多共同推動者，不斷為其賦予新的生命，傳遞文化大美，也讓文化更美的見證。

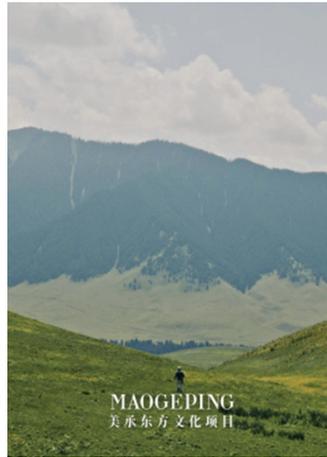


2025年第三回，以「荒野之花」為主題，毛戈平以「腳踩大地，仰望星空」為出發點，重新解讀歷史故事，提煉世界可通用理解的情感與智慧，將東方文化中關於時間與內在力量的思考，轉化為當代觀眾可理解、可共鳴的內容表達。



環境、社會及管治報告

「荒野之花」項目，源自毛戈平先生的一次旅程，通過對真實人物、真實土地與真實時間尺度的呈現，展現在地文化的同時，聚焦在不確定環境中依然保持內在定力與生命韌性的人物故事，呈現個體如何在不同文化與生活背景下，建立自我認知、尋找內心秩序，並持續生長智慧。項目所傳達的「人生就像一顆種子，無論落在哪裡，只要把根紮下去，就能開出自己的花海」的精神內涵，代表了品牌長期倡導的東方審美與文化自信。



項目於12月16日，一帶一路國際日發佈，以訴說劉解憂和馮嫫故事的方式，致敬絲綢之路上的先行者們，同時對當下人們如何面對巨大的不確定，給予一種啟發。「荒野之花」是品牌對文化傳承更深度的探索與思考，也是以品牌之力推動文化從「被看見」到「被理解」的一次更具穿透力的傳播實踐，使歷史人物、人文文化不再停留於知識層面的「被記住」，而轉化為當代語境中可被共鳴的精神坐標。



環境、社會及管治報告

競技之美：守護五星紅旗下的那一抹鮮紅

中國運動健兒身披國旗征戰世界賽場，展現的不僅是競技實力，更是一個國家的精神面貌。毛戈平以「運動美妝」為切入點，致力於讓每一個身披國旗的中國面孔，都能在東方美學的點綴下增光添彩。

集團與中國體育的淵源可以追溯到2008年北京奧運會—毛戈平先生以化妝藝術工作者身份首次參與國際大型賽事。此後，集團在運動美妝領域持續深耕：2021年成為杭州亞運會官方指定彩妝用品及化妝服務供應商，這也是亞運會歷史上首次在運動員村和主媒體中心設立彩妝服務站；2022年正式簽約中國國家花樣游泳隊，根據不同賽事主題為花游隊員設計契合的東方妝容，助力她們在世錦賽上爭金奪銀。



2023年9月，毛戈平正式成為中國國家隊官方美妝服務供應商，同步發佈與TEAM CHINA跨界聯名的「火花金耀」運動系列美妝。TEAM CHINA在合作夥伴的遴選上「每個行業只選擇唯一一家」，這份認可既是對毛戈平專業實力的肯定，也賦予了毛戈平沉甸甸的責任。



2024年巴黎奧運會，毛戈平以官方身份隨中國代表團出征國際重要賽事。毛戈平發佈「盛彩之光」系列及中國國家隊個人形象裝備包，入駐「中國之家」設立專屬展區和形象設計化妝台，並在代表團駐地設立專屬化妝台供運動員日常使用。駐地化妝台迅速成為村內熱門打卡點，越來越多運動員將「帶妝上場」視為賽前給自己加油提氣的方式。在巴黎，中國代表團以40金27銀24銅的優異成績閃耀世界舞台，而毛戈平助力中國花樣游泳隊拿下了中國花遊歷史上第一枚奧運金牌。



2025年，毛戈平已啟動2026年米蘭冬奧會的籌備工作，將再度攜手TEAM CHINA，以「國之光，耀米蘭」為主題，助力中國冰雪健兒在阿爾卑斯山脈下綻放東方風采。

技，點亮未來



集團相信，美的感知力是每個人與生俱來的天賦，而專業美學教育則是點亮這份天賦的鑰匙。無論是鄉村課堂裡孩子對光影的第一次好奇，南疆女性學會第一個妝容後眼中的光，還是校企共建培養新一代美學人才，集團始終以專業技藝為支點，推動美學教育觸達更多人群，讓「美」從審美體驗轉化為可習得的能力、可改變命運的技能。

環境、社會及管治報告

光影童行：讓美育在鄉村生根

美育是素質教育的重要組成部分，但在廣大鄉村地區，專業師資匱乏、課程資源不足仍是長期痛點。集團選擇從「賦能教師」而非「替代教學」切入—只有讓當地老師具備持續教學的能力，美育才能真正在鄉村紮下根來。

2024年，集團發起「光影童行」毛戈平鄉村兒童美育光合計劃，聯合南方週末、上海真愛夢想公益基金會共同執行。項目以湖北省恩施土家族苗族自治州利川市為首批試點地區，歷經國家美育政策研究、線下試點學校調研及600位當地一線教師的問卷調查，於2025年產出系統性調研報告，並據此編製了定製課程《東方光影劇場》。



《東方光影劇場》以東方光影美學為脈絡，融合藝術理念、本土文化與自然意象，引導兒童在觀察與創作中感知美、表達美。2025年9月25日，項目啟動儀式及試聽課在利川市南坪小學正式舉辦。經過一學期的實踐，課程已覆蓋當地7所學校，惠及1245名學生與25名教師，有效激發了學生的美育興趣與創造力，也推動了教師群體的跨學科教學意識。這批實踐經驗，將為後續全國性鄉村美育項目的推廣積累重要參考。



美育潤疆：填補南疆專業美妝教育空白

在更遠的地方，美學教育的缺失不僅關乎審美素養，更直接影響著就業與生計。南疆地區長期缺乏專業美妝美藝教育資源，當地女性群體在美業領域的就業創業面臨起步門檻。

2025年8月，在浙江省援疆指揮部的主導下，集團向阿克蘇職業技術學院捐贈成立毛戈平美妝藝術教育交流中心。捐贈儀式當天，品牌創始人毛戈平先生帶領集團藝委會及各校造型師，呈現了一場融合古典美學與現代造型藝術的「毛戈平彩妝藝術造型大秀」，讓東方時尚之美在南疆綻放。

同日，交流中心首期美妝技能培訓班正式開班。來自阿克蘇地區「靚髮屋」項目的30餘名學員成為第一批受益者，她們將在這裡接受系統的專業美妝技能培訓，為日後的就業創業積蓄能力。這是浙江援疆「美育潤疆」工程的重要一步，也標誌著毛戈平美妝教育將專業教學資源從東部向西部延伸的實質性落地。



環境、社會及管治報告

校企共建：培育下一代東方美學人才

美學教育的可持續發展，離不開專業人才的系統培養。2025年12月20日，「浙江藝術職業學院毛戈平產業學院」正式成立—這是品牌創始人毛戈平先生及夫人汪立群女士對母校浙江藝術職業學院的一次深情回饋，也是雙方在人才培養領域的一次戰略升級。

簽約儀式在舞台美術行業產教融合共同體2025年度會議上舉行，會議由文化和旅遊部科技教育司、浙江省教育廳等單位指導。恰逢浙藝建校七十週年與毛戈平美妝教育建校二十五週年，這份雙向奔赴的校企合作承載著特別的紀念意義。產業學院以「藝科融合·產教共生」為理念，旨在打通學術教育與行業實踐之間的壁壘，為中國美妝與造型藝術行業輸送兼具專業素養與審美深度的複合型人才。



以專業技藝服務社會

在體系化教育之外，集團也持續將專業美學技能帶進更廣泛的社會場景。報告期內，品牌面向各行業女性群體開展了多場職業形象提升培訓與美妝公益課堂，涵蓋公安系統女民警形象提升課程、人力資源系統女性職業形象培訓、產業園區職場女性美妝課堂、國家電網系統美妝課堂等。這些活動將專業美學知識轉化為可落地的日常技能，幫助不同崗位的女性以更自信的面貌應對工作與生活。



愛，潤物無聲



美是人類共通的語言，溫暖是跨越界限的力量。集團深信，當「美」指向那些容易被忽視的群體，它便不再只是審美體驗，而成為一種溫柔的社會行動。報告期內，集團持續關注自閉症兒童、聽障群體及殘障人士等特殊群體，通過藝術共創、專業賦能與精準捐贈，以腳踏實地的方式，讓美跨越身體與境遇的邊界，抵達每一個值得被看見的人。

每一種光亮，都值得被看見：自閉症兒童藝術公益

自閉症兒童常常生活在自己的世界裡，但他們的內心並非寂靜無聲—許多孩子用畫筆表達著旁人難以觸及的豐沛情感。2022年，毛戈平先生受邀參加上海市曹鵬公益基金會拍賣會，被曹鵬先生與基金會多年來對自閉症兒童及其家庭的付出所打動，現場拍下一幅由自閉症兒童創作的畫作《納豆庭院》。那幅畫上濃烈而自由的色彩，是一個孩子眼中的世界—沒有規則，卻充滿生命力。

這次相遇，成為一段持續至今的公益合作的起點。2023年，集團與上海市曹鵬公益基金會正式達成合作，以《納豆庭院》為設計靈感，將自閉症兒童的原創藝術融入品牌公益護手霜的包裝之中。這不是一次簡單的聯名，而是一種「讓作品被真正使用」的善意表達—當消費者拿起護手霜，指尖觸碰的是一個孩子對世界的想象。

項目建立了與產品實際使用量掛鈎的捐贈機制：無論產品用於銷售還是公益贈予，均基於實際庫存消耗情況進行統計，定期向基金會進行捐贈，用於支持其自閉症相關公益項目。這一機制確保了公益行動不是一次性的愛心表達，而是一套可持續運轉的長期承諾。2025年度，項目繼續保持穩定運作，延續既有公益機制，按既定週期完成捐贈，累計捐贈13.90萬元，持續支持基金會自閉症公益項目的開展。



“每一种光亮 都值得被看见”

自闭症公益联名系列



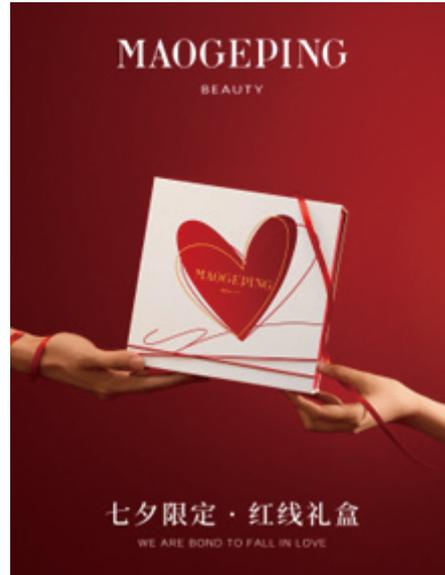
更多陪伴，更遠抵達

集團對特殊群體的關注也體現在日常中那些到場與陪伴。報告期內，毛戈平美妝教育師生持續為「愛的分貝」公益朗誦會、聽障行業交流大會等活動提供志願化妝造型服務，以專業技藝為公益事業貢獻一份溫度。同年，集團向浙江省三地「殘疾人之家」定向捐贈9.30萬元，支持設施升級與條件改善。有時，善意並非來自一次精心策劃，而是在商業鏈路中自然生長。



環境、社會及管治報告

2025年七夕禮遇季期間，集團在籌備徑山文創聯名周邊時，了解到合作方徑山文創與「越來越好助殘服務中心」存在業務合作，中心的殘疾人手作者能夠製作高品質的公益手串。集團隨即調整採購方案，優先向助殘中心下單，最終在七夕及雙十一活動期間累計採購助殘機構手作產品金額共計約378.66萬元，惠及43個殘疾人家庭。這些手串作為限定禮盒的隨贈周邊送達消費者手中，既為產品注入了獨特的手工溫度與情感價值，也為助殘工坊帶來了持續、穩定的訂單收入。



大的公益合作需要系統設計，小的善意則貴在持續。無論是舞台幕後的一次志願造型，還是社區捐贈，集團希望讓每一份「美」的能力，都流向最需要它的地方。

環境、社會及管治報告

附錄一：聯交所《環境、社會及管治報告守則》索引

C部分：「不遵守就解釋」條文

指標	披露要求		相關章節
環境範疇			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的政策及合規數據。	2. 守護綠色家園
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	2.1 廢氣排放； 2.2 溫室氣體排放； 2.3 廢棄物管理
	A1.2	直接及能源間接溫室氣體排放量及密度。	已於2025年1月1日刪除，移至D部分第28及29段
	A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	2.3.2 有害廢棄物管理
	A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度。	2.3.1 無害廢棄物管理
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	2.2 溫室氣體排放； 2.3 廢棄物管理
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法及減廢目標。	2.3 廢棄物管理； 2.3.1 無害廢棄物管理； 2.3.2 有害廢棄物管理

指標	披露要求		相關章節
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	2.4 資源消耗
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	2.4.1 能源管理
	A2.2	總耗水量及密度。	2.4.2 用水管理
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及所採取的步驟。	2.4.1 能源管理
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題及用水效益目標。	2.4.2 用水管理
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位估量。	2.4.3 包裝耗材管理
A3：環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	2. 守護綠色家園
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	2. 守護綠色家園； 2.4 資源消耗； 2.5 氣候變化
A4：氣候變化			已於2025年1月1日刪除，移至D部分

環境、社會及管治報告

指標	披露要求	相關章節
社會範疇		
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的政策及合規數據。
	B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的政策及合規資料。
	B2.1	過去三年(包括彙報年度)每年因工亡故的人數及比率。
	B2.2	因工傷損失工作日數。
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。
	B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的政策及合規資料。
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。

指標	披露要求		相關章節
B5：供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	3.4 可持續供應鏈
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	3.4 可持續供應鏈
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	3.4 可持續供應鏈
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	3.4 可持續供應鏈
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	3.4 可持續供應鏈
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的政策及合規數據。	3.1 創新產品服務； 3.2 強化質量管理； 4. 客戶權益保障
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	4.1 優質客戶服務 (報告期內並沒有接獲客戶因安全與健康理由須回收有關產品的重大投訴)
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	4.1 優質客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	3.3 知識產權保護
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	3.2 強化質量管理； 4.1 優質客戶服務
	B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	4.2 信息數據安全

環境、社會及管治報告

指標	披露要求		相關章節
B7：反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及合規資料。	1.6 反腐倡廉建設
	B7.1	於彙報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.6 反腐倡廉建設 (0宗貪污訴訟，0宗腐敗投訴舉報)
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.6 反腐倡廉建設
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.6 反腐倡廉建設
B8：小區投資	一般披露	有關以小區參與來了解營運所在小區需要和確保其業務活動會考慮小區利益的政策。	6. 承擔社會責任
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	6. 承擔社會責任
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	6. 承擔社會責任

D部分：氣候相關披露

條文	披露要求	相關章節	寬免／備註
第19(a)段	負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構的信息(技能、獲悉頻率、如何考慮氣候風險、目標監督及薪酬)	1.1 董事會聲明； 1.3 可持續發展管治； 2.5 氣候變化	
第19(b)段	管理層在管治流程中的角色	1.3 可持續發展管治； 2.5 氣候變化	
第20段	氣候相關風險和機遇的識別、分類(物理/轉型)、時間範圍定義	2.5 氣候變化	

條文	披露要求	相關章節	寬免／備註
第21段	氣候相關風險和機遇對業務模式和價值鏈的當前和預期影響	2.5 氣候變化	
第22段	策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇，包括轉型計劃	2.5 氣候變化	
第23段	先前各彙報期內所披露計劃的進度	1.1 董事會聲明； 2.2 溫室氣體排放	本年度為首次按D部分披露，先前彙報期未有相應D部分計劃
第24段	當前財務影響(定性和量化)	2.5 氣候變化	財務影響寬免 ：內部數據收集框架尚未能以足夠精度分離氣候相關財務支出，量化財務數據暫不披露
第25段	預期財務影響(定性和量化)	2.5 氣候變化	財務影響寬免 + 能力寬免 ：不具備提供預期財務影響量化數據的技能、能力或資源
第26段	氣候韌性(情景分析)	2.5 氣候變化	能力寬免 ：氣候韌性透過定性情景分析而非複雜的財務模型進行評估，此方式與本集團目前的資源分配水平相稱
第27(a)段	識別、評估氣候相關風險並釐定輕重緩急及監察的流程	2.5 氣候變化	

環境、社會及管治報告

條文	披露要求	相關章節	寬免／備註
第27(b)段	識別、評估氣候相關機遇並釐定輕重緩急及監察的流程	2.5 氣候變化	
第27(c)段	氣候相關風險和機遇的流程如何融入整體風險管理流程	1.3 可持續發展管治； 2.5 氣候變化	
第28(a)段	範圍1溫室氣體排放	2.2 溫室氣體排放	
第28(b)段	範圍2溫室氣體排放	2.2 溫室氣體排放	
第28(c)段	範圍3溫室氣體排放	2.2 溫室氣體排放	
第29段	計量溫室氣體排放的方法	2.2 溫室氣體排放	
第30段	容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比	2.5 氣候變化	財務影響寬免：暫以定性方式評估，量化數據暫不披露
第31段	容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比	2.5 氣候變化	財務影響寬免：暫以定性方式評估，量化數據暫不披露
第32段	涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比	2.5 氣候變化	財務影響寬免：暫以定性方式評估，量化數據暫不披露
第33段	用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額	—	財務影響寬免：內部數據收集框架尚未能以足夠精度分離氣候相關財務支出，暫不披露
第34段	內部碳定價	2.5 氣候變化	



條文	披露要求	相關章節	寬免／備註
第35段	氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策	2.5 氣候變化	
第36段	行業指標	—	
第37-39段	氣候相關目標(指針、目的、範圍、期間、基準期間、進度等)	2.2 溫室氣體排放	數據及目標暫未經第三方驗證。將於後續報告中逐步完善。
第40段	溫室氣體排放目標的具體披露(涵蓋哪些溫室氣體、範圍、總量/淨額、脫碳方法、碳信用等)	2.2 溫室氣體排放	

獨立核數師報告



Ernst & Young
27/F, One Taikoo Place
979 King 's Road
Quarry Bay, Hong Kong

安永會計師事務所
香港鰂魚涌英皇道979號
太古坊一座27樓

Tel電話: +852 2846 9888
Fax傳真: +852 2868 4432
ey.com

致毛戈平化妝品股份有限公司各股東

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

意見

本核數師(以下簡稱「我們」)已審計列載於第171至264頁的毛戈平化妝品股份有限公司(「貴公司」)及其子公司(「貴集團」)的綜合財務報表，該等財務報表包括於2025年12月31日的綜合財務狀況表以及截至該日止年度的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及綜合財務報表附註，包括重大會計政策資料。

我們認為，該等綜合財務報表已根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港財務報告準則會計準則真實而中肯地反映了 貴集團於2025年12月31日的綜合財務狀況及截至該日止年度的綜合財務表現及其綜合現金流量，並已遵照香港公司條例的披露規定妥為擬備。

意見基礎

我們根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審計。我們在該等準則下承擔的責任已在本報告核數師就審計綜合財務報表承擔的責任部分中作進一步闡述。根據香港會計師公會頒佈的專業會計師道德守則(以下簡稱「守則」)(適用於公眾利益實體財務報表之審計)，我們獨立於 貴集團，並已履行守則中的其他專業道德責任。我們相信，我們所獲得的審計證據能充足及適當地為我們的審計意見提供基礎。

關鍵審計事項

關鍵審計事項指的是根據我們的專業判斷，認為對當期的綜合財務報表的審計最為重要的事項。這些事項是在對綜合財務報表整體進行審計並形成意見的背景下來進行處理的，我們不對這些事項提供單獨的意見。我們對下述每一事項在審計中是如何應對的描述也以此為背景。

我們已經履行了本報告核數師就審計綜合財務報表承擔的責任部分闡述的責任，包括與這些關鍵審計事項相關的責任。相應地，我們的審計工作包括執行為應對評估的綜合財務報表重大錯誤陳述風險而設計的審計程序。我們執行審計程序的結果，包括應對下述事項所執行的程序，為就隨附綜合財務報表發表審計意見提供了基礎。

關鍵審計事項(續)

關鍵審計事項	我們的審計如何處理關鍵審計事項
<p>收入確認－線上直銷</p> <p>貴集團主要通過線下渠道(如自營專櫃、零售商和經銷商)以及線上渠道(如線上直銷及線上經銷商)向客戶銷售產品。截至2025年12月31日止年度，貴集團確認產品銷售收入人民幣4,903,059,000元，其中線上直銷約為人民幣1,944,559,000元，佔產品銷售總收入的約39.7%。</p> <p>由於向大量線上客戶銷售不同產品使得交易量龐大，由此而產生風險，確認線上直銷的收入在審計時須尤其注意測試交易的發生。</p> <p>有關披露載於財務報表附註2.4及5。</p>	<p>我們就線上直銷的收入確認所採取的程序包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> — 了解確認線上直銷收入的關鍵控制措施，並測試控制措施； — 對規管收入確認的資訊科技支持應用進行了一般性資訊科技控制措施及主要應用控制措施的穿行測試及實測； — 比較線上直銷訂單與財務記錄； — 進行數據分析程序，例如對年內各賬戶用戶所下訂單進行集中分析；及 — 將財務系統中記錄的線上直銷收入與現金收款進行了對賬。

獨立核數師報告

關鍵審計事項(續)

關鍵審計事項	我們的審計如何處理關鍵審計事項
<p>會員忠誠度計劃所產生的合約負債</p> <p>貴集團實施會員忠誠度計劃，讓客戶購買產品時累積會員積分。會員積分可於日後購物時兌換折扣。會員忠誠度計劃產生單獨的履約義務，原因是其向客戶提供實質權利，並且 貴集團根據相對獨立售價將部分交易價格分配作給予客戶的會員積分獎賞。截至2025年12月31日，會員積分計劃產生的合約負債為人民幣95,356,000元。</p> <p>會員積分的公允價值乃參考客戶將會員積分兌換為商品時所獲得的折扣及預期會被沒收的會員積分比例而估計，這需要管理層作出重大判斷及估計。</p> <p>有關披露載於財務報表附註2.4、3及24。</p>	<p>我們處理有關會員忠誠度計劃所產生合約負債的程序包括：</p> <ul style="list-style-type: none">— 了解會員積分計劃的政策；— 對授予及其後兌換及使用會員積分應用的資訊科技進行了一般性資訊科技控制措施及主要應用控制措施的穿行測試及實測；— 評估管理層對獨立銷售價格的估計以及在銷售貨品與授予客戶的會員積分之間的考慮分配；— 比較過往資料及年末後續會員積分的結算，評估管理層對客戶可能兌換的會員積分百分比的估計；及— 評估 貴集團在財務報表中對會員積分計劃的披露是否足夠。

刊載於年報內的其他資料

貴公司董事對其他資料負責。其他資料包括刊載於年報內的資料，但不包括綜合財務報表及我們的核數師報告。

我們對綜合財務報表的意見並不涵蓋其他資料，我們並未作出與之相關的任何形式的鑑證結論。

結合我們對綜合財務報表的審計，我們的責任是閱讀其他資料，在此過程中，考慮其他資料是否與綜合財務報表或我們在審計過程中所了解的情況存在重大抵觸或者似乎存在重大錯誤陳述的情況。基於我們已執行的工作，如果我們認為其他資料存在重大錯誤陳述，我們須報告該事實。在這方面，我們並無任何報告。

董事對於綜合財務報表的責任

貴公司董事負責根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則會計準則及香港公司條例的披露規定編製真實公允的綜合財務報表，並負責進行董事認為就編製綜合財務報表而言屬必要的內部控制，以確保並無重大錯誤陳述（不論因欺詐或錯誤而引起）。

在編製綜合財務報表時，貴公司董事須負責評估貴集團持續經營的能力，並披露與持續經營有關的事項（如適用）。除非貴公司董事擬將貴集團清盤或停止營運，或除此之外並無其他實際可行的辦法，否則須採用以持續經營為基礎的會計法。

審計委員會協助貴公司董事履行彼等監督貴集團財務報告程序的責任。

獨立核數師報告

核數師就審計綜合財務報表承擔的責任

我們的目標，是對綜合財務報表整體是否不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述取得合理保證，並出具包括我們意見的核數師報告。我們僅向閣下(作為整體)報告我們的意見，除此之外本報告別無其他目的。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。

合理保證是高水平的保證，但不能保證按照香港審計準則進行的審計總能發現重大錯誤陳述。錯誤陳述可以由欺詐或錯誤引起，如果合理預期它們單獨或匯總起來可能影響綜合財務報表使用者依賴綜合財務報表所作出的經濟決定，則有關的錯誤陳述可被視作重大。

在根據香港審計準則進行審計的過程中，我們運用了專業判斷，保持了專業懷疑態度。我們亦：

- 識別和評估由於欺詐或錯誤而導致綜合財務報表存在重大錯誤陳述的風險，設計及執行審計程序以應對這些風險，以及獲取充足和適當的審計憑證，作為我們意見的基礎。由於欺詐可能涉及串謀、偽造、蓄意遺漏、虛假陳述，或凌駕於內部控制之上，因此未能發現因欺詐而導致的重大錯誤陳述的風險高於未能發現因錯誤而導致的重大錯誤陳述的風險。
- 了解與審計相關的內部控制，以設計適當的審計程序，但目的並非對貴集團內部控制的有效性發表意見。
- 評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計和相關披露的合理性。
- 對董事採用持續經營會計基礎的恰當性作出結論。根據所獲取的審計憑證，確定是否存在與事項或情況有關的重大不確定性，從而可能導致對貴集團的持續經營能力產生重大疑慮。如果我們認為存在重大不確定性，則有必要在核數師報告中提請使用者注意綜合財務報表中的相關披露。假若有關的披露不足，則我們應當發表非無保留意見。我們的結論是基於核數師報告日止所取得的審計憑證。然而，未來事項或情況可能導致貴集團不能持續經營。

核數師就審計綜合財務報表承擔的責任(續)

- 評價綜合財務報表的整體列報方式、結構和內容，包括披露，以及綜合財務報表是否中肯反映交易和事項。
- 就 貴集團內實體或業務活動的財務資料獲取充足、適當的審計憑證，以表達對綜合財務報表的意見。我們負責指導、監督和審閱 貴集團所進行的審計工作。我們為審計意見承擔全部責任。

除其他事項外，我們與審計委員會溝通了計劃的審計範圍、時間安排、重大審計發現等，包括我們在審計中識別出內部控制的任何重大缺陷。

我們還向審計委員會提交聲明，說明我們已符合有關獨立性的相關專業道德要求，並與他們溝通有可能合理地被認為會影響我們獨立性的所有關係和其他事項，以及在適用的情況下，用以消除對獨立性產生威脅的行動或採取的防範措施。

從與審計委員會溝通的事項中，我們確定哪些事項對本期綜合財務報表的審計最為重要，因而構成關鍵審計事項。我們在核數師報告中描述這些事項，除非法律法規不允許公開披露這些事項，或在極端罕見的情況下，如果合理預期在我們報告中溝通某事項造成的負面後果超過產生的公眾利益，我們決定不應在報告中溝通該事項。

出具本獨立核數師報告的審計項目合夥人是Hooi Wan Yee(執業證號：P07668)。

安永會計師事務所

執業會計師

香港

2026年3月26日

綜合損益及其他全面收益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	5	5,050,455	3,884,694
銷售成本		(796,770)	(607,176)
毛利		4,253,685	3,277,518
其他收入及收益	5	102,411	68,360
銷售及分銷開支		(2,438,322)	(1,904,060)
行政開支		(269,053)	(267,771)
(金融資產減值虧損)/金融資產減值虧損撥回淨額		(299)	3,428
其他開支		(50,572)	(455)
財務成本	7	(2,322)	(5,289)
應佔聯營公司利潤		11,623	5,020
除稅前利潤	6	1,607,151	1,176,751
所得稅開支	10	(401,711)	(295,422)
年內利潤		1,205,440	881,329
其他全面虧損			
於其後期間可能重新分類至損益之其他全面虧損：			
匯兌差異			
換算海外經營之匯兌差額		(863)	—
於其後期間可能重分類至損益的其他全面淨虧損		(863)	—
本年度其他綜合虧損，扣除稅項		(863)	—
年內全面收益總額		1,204,577	881,329



綜合損益及其他全面收益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
以下各方應佔利潤：			
母公司擁有人		1,204,094	880,611
非控股權益		1,346	718
		1,205,440	881,329
全面收益總額歸屬於：			
母公司擁有人		1,203,231	880,611
非控股權益		1,346	718
		1,204,577	881,329
母公司普通權益持有人應佔每股盈利 基本及攤薄(人民幣元)	12	2.46	2.18

綜合財務狀況表

2025年12月31日

	附註	2025年12月31日 人民幣千元	2024年12月31日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	13	456,650	278,890
投資物業	14	–	3,042
使用權資產	15(a)	682,121	666,686
其他無形資產	16	2,757	2,778
於聯營公司的投資	17	48,177	36,554
預付款項、其他應收款項及其他資產	20	4,093	–
遞延稅項資產	27	60,369	38,313
非流動資產總值		1,254,167	1,026,263
流動資產			
存貨	18	518,631	323,774
貿易應收款項	19	240,591	214,543
預付款項、其他應收款項及其他資產	20	78,401	62,266
衍生金融工具	21	5,101	–
限制性現金	22	2,171	50,167
現金及現金等價物	22	2,441,285	2,796,456
定期存款		992,638	–
流動資產總值		4,278,818	3,447,206
流動負債			
貿易應付款項	23	158,539	92,065
其他應付款項及應計費用	24	463,391	390,209
計息銀行及其他借款	25	–	320,000
應付一個關聯方款項	33(b)	5,137	2,948
應付一名董事款項	33(b)	–	166
撥備	26	16	90
租賃負債	15(b)	36,227	25,539
應付稅項		159,534	120,366
流動負債總額		822,844	951,383
流動資產淨值		3,455,974	2,495,823
總資產減流動負債		4,710,141	3,522,086

綜合財務狀況表

2025年12月31日

	附註	2025年12月31日 人民幣千元	2024年12月31日 人民幣千元
總資產減流動負債		4,710,141	3,522,086
非流動負債			
租賃負債	15(b)	40,217	18,563
非流動負債總額		40,217	18,563
資產淨值		4,669,924	3,503,523
股權			
母公司擁有人應佔權益			
股本	28	245,094	239,212
儲備	30	4,421,269	3,262,096
		4,666,363	3,501,308
非控股權益		3,561	2,215
權益總額		4,669,924	3,503,523

毛霓萍
董事

毛慧萍
董事

綜合權益變動表

截至2025年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔							
	股本	股份溢價*	資本儲備*	法定盈餘		總計	非控股權益	權益總額
				儲備*	保留利潤*			
人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2024年1月1日	60,000	49,550	140	108,219	1,327,761	1,545,670	2,316	1,547,986
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	-	880,611	880,611	718	881,329
股份轉換	140,000	(49,550)	-	(90,450)	-	-	-	-
出售子公司部分股權	-	-	1	-	-	1	(1)	-
非控股股東注資	-	-	-	-	-	-	96,000	96,000
收購非控股權益	-	-	118	-	-	118	(96,818)	(96,700)
首次公開發售發行股份	39,212	2,122,716	-	-	-	2,161,928	-	2,161,928
股份發行開支	-	(102,044)	-	-	-	(102,044)	-	(102,044)
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	15,024	-	-	15,024	-	15,024
轉入法定盈餘儲備	-	-	-	139,812	(139,812)	-	-	-
向股東宣派的股息	-	-	-	-	(1,000,000)	(1,000,000)	-	(1,000,000)
於2024年12月31日	239,212	2,020,672	15,283	157,581	1,068,560	3,501,308	2,215	3,503,523

綜合權益變動表

截至2025年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔								
	股本	股份溢價	資本儲備*	法定盈餘儲備*	匯兌波動儲備*	保留利潤*	總計	非控股權益	權益總額
	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2025年1月1日	239,212	2,020,672	15,283	157,581	-	1,068,560	3,501,308	2,215	3,503,523
年內利潤	-	-	-	-	-	1,204,094	1,204,094	1,346	1,205,440
年內其他全面虧損：									
海外經營相關匯兌差額	-	-	-	-	(863)	-	(863)	-	(863)
年內全面收益總額	-	-	-	-	(863)	1,204,094	1,203,231	1,346	1,204,577
股份發行	5,882	305,223	-	-	-	-	311,105	-	311,105
以權益結算的股份獎勵開支	-	-	3,654	-	-	-	3,654	-	3,654
歸屬時轉撥股份獎勵計劃儲備	-	16,192	(16,192)	-	-	-	-	-	-
向股東宣派的股息	-	-	-	-	-	(352,935)	(352,935)	-	(352,935)
於2025年12月31日	245,094	2,342,087	2,745	157,581	(863)	1,919,719	4,666,363	3,561	4,669,924

* 該等儲備賬戶包括綜合財務狀況表中的綜合儲備為人民幣4,421,269,000元(2024年：人民幣3,262,096,000元)。

綜合現金流量表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
經營活動所得現金流量			
除稅前利潤		1,607,151	1,176,751
就以下各項作出調整：			
利息收入	5	(75,116)	(14,402)
財務成本	7	2,322	5,289
物業、廠房及設備折舊	13	47,213	40,963
投資物業折舊	14	71	122
其他無形資產攤銷	16	865	835
出售物業、廠房及設備項目的虧損／(收益)淨額		111	(242)
使用權資產折舊		42,696	36,577
終止租賃收益淨額		(38)	(548)
貿易及其他應收款項減值虧損／(減值虧損撥回)淨額		299	(3,428)
衍生金融工具公允價值收益		(5,101)	–
以權益結算的股份獎勵開支		3,654	15,024
存貨撇減／(撇減撥回)至可變現淨值		399	(615)
應佔聯營公司利潤	17	(11,623)	(5,020)
外匯差額淨額		43,827	(2,158)
		1,656,730	1,249,148
存貨(增加)／減少		(195,256)	19,047
貿易應收款項增加		(26,247)	(55,993)
預付款項、其他應收款項及其他資產增加		(16,718)	(2,980)
限制性現金減少／(增加)		47,996	(46,917)
貿易應付款項增加／(減少)		66,474	(11,524)
其他應付款項及應計費用增加		48,614	90,078
撥備減少		(74)	(284)
應付一個關聯方款項增加		2,189	1,813
應付一名董事款項(減少)／增加		(166)	166
營運所得現金		1,583,542	1,242,554
已付所得稅		(384,116)	(273,958)
經營活動所得現金流量淨額		1,199,426	968,596

綜合現金流量表

截至2025年12月31日止年度

附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
投資活動所得現金流量		
購買物業、廠房及設備項目	(186,156)	(122,634)
購買其他無形資產	(844)	(1,058)
購買租賃土地	-	(492,215)
存入定期存款	(990,975)	-
購買一家聯營公司股權	-	(22,237)
出售物業、廠房及設備項目所得款項	105	527
貸款予關聯方	-	(265,000)
償還貸款予關聯方	-	265,000
已收利息	69,644	9,665
投資活動所用現金流量淨額	(1,108,226)	(627,952)
融資活動所得現金流量		
發行股份所得款項	311,105	2,071,073
已付股息	(352,935)	(1,025,000)
償還租賃負債的本金部分	(41,338)	(38,408)
已付利息	(2,322)	(2,230)
銀行借款所得款項	-	416,941
償還銀行借款	(319,628)	(100,000)
上市開支付款	-	(10,653)
收購非控股權益	-	(96,700)
附屬公司非控股股東注資	-	96,000
融資活動(所用)/所得現金流量淨額	(405,118)	1,311,023
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	(313,918)	1,651,667
年初現金及現金等價物	2,791,719	1,137,894
匯率變動影響淨額	(40,325)	2,158
年末現金及現金等價物	2,437,476	2,791,719

綜合現金流量表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
現金及現金等價物結餘分析			
現金及銀行結餘	22	2,443,456	2,846,623
限制性現金	22	(2,171)	(50,167)
未收利息		(3,809)	(4,737)
綜合財務狀況表及綜合現金流量表所列現金及現金等價物		2,437,476	2,791,719

1. 公司及集團資料

本公司是一家於2000年7月28日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立的有限公司。本公司的註冊地址為中國浙江省杭州市上城區萬銀大廈1001室。

於年內，本公司及其子公司(統稱「本集團」)從事美妝產品的研發、生產及銷售、提供化妝藝術培訓服務以及體驗式及個性化客戶服務。

本公司董事認為，本公司的最終控股股東為毛戈平先生、汪立群女士、新余市智循項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥))(「智循投資」)及新余市九寰項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥))(「九寰投資」)。

子公司資料

本公司主要子公司的詳情如下：

名稱	註冊成立/ 註冊地點及日期 以及營業地點	已發行普通/ 註冊股本	本公司應佔股權百分比		主要業務
			直接	間接	
杭州毛戈平科技有限公司 (「毛戈平科技」)	中國/中國大陸 2009年11月12日	人民幣10,000,000元	100	-	美妝產品研發、生產及銷售
杭州至愛終生化妝品有限公司 (「杭州至愛終生」)	中國/中國大陸 2013年11月7日	人民幣8,000,000元	100	-	美妝產品銷售
杭州毛戈平形象設計藝術有限公司 (「毛戈平形象設計」)	中國/中國大陸 2010年8月10日	人民幣10,000,000元	100	-	提供化妝藝術培訓

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

1. 公司及集團資料(續)

名稱	註冊成立/ 註冊地點及日期 以及營業地點	已發行普通/ 註冊股本	本公司應佔股權百分比		主要業務
			直接	間接	
杭州迪悅化妝品有限公司 (「杭州迪悅」)	中國/中國大陸 2016年6月2日	人民幣10,000,000元	100	-	美妝產品銷售
北京迪悅化妝品有限公司 (「北京迪悅」)	中國/中國大陸 2019年5月13日	人民幣5,000,000元	95	-	美妝產品銷售
浙江匯都化妝品有限公司 (「浙江匯都」)	中國/中國大陸 2021年3月8日	人民幣10,000,000元	100	-	美妝產品銷售
杭州科韻詩生物科技有限公司 (「杭州科韻詩」)	中國/中國大陸 2022年8月18日	人民幣100,000,000元	100	-	美妝產品研發、生產及 銷售
杭州星屹股權投資有限公司 (「杭州星屹」)	中國/中國大陸 2022年12月29日	人民幣100,000,000元	100	-	投資控股
杭州尚都匯化妝品科技有限公司 (「杭州尚都匯」)	中國/中國大陸 2024年1月2日	人民幣900,000,000元	100	-	物業持有

該等實體根據中國法律註冊為內資企業。

上表列出董事認為可重大影響年內之業績或構成本集團資產淨值主要部分之本公司子公司。董事認為，提供其他子公司之詳情，將使列表過於冗長。

2. 會計政策

2.1 編製基準

該等財務報表乃按香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港財務報告準則會計準則(包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋)及香港公司條例的披露要求編製。該等財務報表乃按歷史成本法編製，惟衍生金融工具則按公允價值計量。該等財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，除另有指明者外，所有數值均四捨五入至最接近之千位數。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其子公司(統稱「本集團」)截至2025年12月31日止年度的財務報表。子公司指本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團通過參與投資對象的業務而獲得或有權獲得可變回報，並能夠向投資對象行使權力以影響該等回報(即目前賦予本集團指示投資對象相關活動的現有權力)時，即被視為擁有控制權。

一般情況下，均假設多數投票權形成控制權。當本公司擁有少於投資對象的大多數投票權或類似權利時，本集團於評估其對投資對象是否擁有權力時會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人訂立的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

子公司的財務報表乃按與本公司相同的報告期間及一致的會計政策編製。子公司的業績自本集團取得控制權當日起綜合入賬，並繼續綜合入賬直至失去控制權當日止。

損益以及其他全面收益的各個部分歸屬於本集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益結餘出現虧絀。所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支以及與本集團成員公司之間交易有關的現金流量均於綜合賬目時悉數對銷。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.1 編製基準(續)

綜合基準(續)

倘事實及情況反映上述三項控制權因素的一項或多項有變，則本集團會重估是否仍然控制投資對象。子公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)於入賬時列作權益交易。

倘本集團失去對一家子公司的控制權，則會終止確認該子公司的相關資產(包括商譽)及負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備，並確認所保留任何投資的公允價值及損益內就此產生的任何盈餘或虧絀。先前於其他全面收益確認的本集團應佔部分按倘本集團已直接出售有關資產或負債而規定的相同基準重新分類至損益或保留利潤(如適用)。

2.2 會計政策及披露變動

本集團已於本年度的財務報表首次採納香港會計準則第21號關於缺乏可兌換性的修訂。本集團並無提早採納已頒佈但尚未生效的任何其他準則或修訂。

香港會計準則第21號的修訂訂明實體應如何評估一種貨幣是否可兌換成另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性的計量日如何估計即期匯率。修訂要求披露的信息應使財務報表使用者能夠理解不可兌換貨幣的影響。由於本集團用作交易的貨幣及海外子公司用作換算本集團呈列貨幣之功能貨幣為可兌換，因此該等修訂對本集團的財務報表並無產生任何影響。

此外，香港會計師公會已就《香港財務報告準則第7號》、《香港財務報告準則第18號》、《香港會計準則第1號》、《香港會計準則第8號》、《香港會計準則第36號》及《香港會計準則第37號》中關於財務報表不確定性的披露發佈修訂說明例示，在相應的香港財務報告準則會計準則中增補了說明性例示。這些示例反映了現行香港財務報告準則會計準則中關於使用氣候相關示例在財務報表中披露不確定性影響的要求。因此，該等修訂並無生效日期或過渡性條款。該等修訂對本集團的財務報表並無任何影響。

2. 會計政策(續)

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則

本集團並無於該等財務報表採用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則。本集團擬於該等新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則生效時應用該等準則(倘適用)。

香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ²
香港財務報告準則第19號及其修訂	無公眾問責性的子公司：披露 ²
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號之修訂	對金融工具的分類及計量的修訂 ¹
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號之修訂	依賴自然能源生產電力的合同 ¹
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號之修訂	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資 ³
香港會計準則第21號之修訂	換算至高通脹呈列貨幣 ²
香港財務報告準則會計準則的 年度改進—第11卷	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號之修訂 ¹

¹ 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 於2027年1月1日或之後開始之年度期間生效

³ 尚無確定強制性生效日期，但可供採用

有關預計將適用於本集團的香港財務報告準則會計準則的進一步資料如下所述。

香港財務報告準則第18號取代香港會計準則第1號財務報表之呈列。雖然許多章節乃出自香港會計準則第1號並作出有限改動，香港財務報告準則第18號引入於損益及其他全面收益表內呈列之新規定，包括指定總額及小計。實體須將損益及其他全面收益表內所有收入及開支分類為以下五個類別之一：經營、投資、融資、所得稅及已終止經營業務，並呈列兩個新界定的小計。當中亦要求於單獨的附註中披露管理層界定的表現衡量指標，並對主要財務報表及附註中的資料分組(匯總及拆分)及位置提出更嚴格要求。先前載於香港會計準則第1號的若干規定已轉移至香港會計準則第8號會計政策、會計估計變更及錯誤更正(重新命名為香港會計準則第8號財務報表之編製基準)。由於頒佈香港財務報告準則第18號，香港會計準則第7號現金流量表、香港會計準則第33號每股盈利及香港會計準則第34號中期財務報告亦作出有限但廣泛適用的修訂。此外，其他香港財務報告準則會計準則亦作出相應的輕微修訂。香港財務報告準則第18號及其他香港財務報告準則會計準則之相應修訂將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，允許提早應用，並須追溯應用。本集團現正就該等新規定進行分析，並評估香港財務報告準則第18號對本集團財務報表之呈列及披露的影響。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則(續)

香港財務報告準則第19號允許合資格的主體選擇採用較低的披露要求，同時仍採用其他香港財務報告準則會計準則中的確認、計量和列報規定。要獲得資格，在報告期末，實體必須是香港財務報告準則第10號綜合財務報表中定義的子公司，不能承擔公眾責任，並且必須有一家編製符合香港財務報告準則會計準則的綜合財務報表供公眾使用的母公司(最終或中間)。香港財務報告準則第19號於2025年4月作出修訂，將國際財務報告會計準則納入判定是否適用該準則的資格標準。該準則於2025年10月作進一步修訂，以：(i)從香港財務報告準則第19號刪除披露目標；(ii)減少與供應商融資安排及特定類別金融負債相關的披露規定；及(iii)將與管理層界定的表現衡量指標相關的披露規定替換為相互參照香港財務報告準則第18號採用該等指標的實體。允許提前申請。由於該公司是上市公司，因此沒有資格選擇適用香港財務報告準則第19號及其修訂。本公司部分子公司正考慮在其指明財務報表中應用香港財務報告準則第19號及其修訂。

對香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂「對金融工具的分類及計量的修訂」澄清了金融資產或金融負債終止確認的日期，並引入了一項會計政策選擇，即在結算日之前通過電子支付系統結算的金融負債，如符合指定條件，可終止確認。該修訂澄清了如何評估具有環境、社會及管治及其他類似或有特徵的金融資產的合約現金流量特徵。此外，修訂還澄清了對具有無追索權特徵的金融資產和合同關聯工具進行分類的要求。該修訂還包括指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益的權益工具和具有或有特徵的金融工具的投資的額外披露。該等修訂應追溯適用，並在首次適用日期對開業留存利潤(或權益的其他組成部分)進行調整。過往期間毋須重列，並在無需事後確認的情況下方予以重列。允許提前同時應用所有修訂或僅應用與金融資產分類有關的修訂。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。

2. 會計政策(續)

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則(續)

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號「依賴自然能源生產電力的合同」的修訂澄清範圍內合同「自用」規定的應用，並修訂範圍內合約現金流量對沖關係中被對沖項目的指定規定。修訂亦包括額外披露，使財務報表使用者能夠了解該等合同對實體財務表現及未來現金流量的影響。與自用例外情況相關的修訂應前瞻性地應用。過往期間毋須重列，並在不作出預知的情況下予以重列。與對沖會計處理相關的修訂應前瞻性地應用於首次應用之日或之後指定的新對沖關係。允許提早應用。香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號之修訂應同時應用。該等修訂預期對本集團的財務報表並無任何重大影響。

對香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號的修訂旨在解決香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號在處理投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入方面的規定不一致的問題。修訂要求，當資產的出售或貢獻構成一項業務時，應充分確認下游交易產生的利得或損失。對於涉及不構成業務的資產的交易，交易產生的利得或損失僅以不相關投資者在該聯營公司或合營企業中的利益的程度於投資者的損益中確認。該等修訂將在未來實施。香港會計師公會取消了香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號先前的強制性修訂生效日期。不過，該等修訂現時可供採納。

香港會計準則第21號換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣的修訂規定，須按期末匯率將非惡性通貨膨脹功能貨幣換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣。該等修訂亦規定，若實體之功能貨幣及呈列貨幣均為惡性通貨膨脹經濟中的貨幣，則須根據香港會計準則第29號惡性通貨膨脹經濟中的財務報告第34段，對功能貨幣屬非惡性通貨膨脹經濟中的貨幣之境外業務比較數字採用一般價格指數進行重列。修訂引入若干額外披露要求。允許提前申請。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則會計準則(續)

香港財務報告準則會計準則的年度改進—第11卷載列對香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號(及隨附的香港財務報告準則第7號指引)、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號的修訂。預計將適用於本集團的修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第7號金融工具：披露：有關修訂更新了香港財務報告準則第7號第B38段及實施香港財務報告準則第7號指引第IG1、IG14及IG20B段的某些措辭，以簡化或與該準則的其他段落及／或與其他準則所使用的概念及術語保持一致。此外，有關修訂澄清，實施香港財務報告準則第7號指引不一定說明香港財務報告準則第7號所引用各段的所有規定，也沒有新增規定。允許提前申請。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。
- 香港財務報告準則第9號金融工具：修訂澄清，當承租人已根據香港財務報告準則第9號確定租賃負債已消滅時，承租人須適用香港財務報告準則第9號第3.3.3段，並在損益中確認任何由此產生的利得或損失。然而，該等修訂並未處理承租人如何區分香港財務報告準則第16號所界定的租賃修訂與根據香港財務報告準則第9號終止租賃負債。此外，修訂亦更新了香港財務報告準則第9號第5.1.3段及香港財務報告準則第9號附錄A的某些措辭，以消除可能造成的混淆。允許提前申請。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生重大影響。
- 香港財務報告準則第10號綜合財務報表：有關修訂澄清，香港財務報告準則第10號第B74段所述的關係只是投資者與作為投資者事實上代理人的其他各方之間可能存在的各種關係的一個例子，從而消除了與香港財務報告準則第10號第B73段規定的不一致之處。允許提前申請。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。
- 香港會計準則第7號現金流量表：修訂在香港會計準則第7號第37段刪除「成本法」的定義後，將「成本法」一詞替換為「按成本計算」。允許提前申請。預計該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何影響。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息

於聯營公司的投資

聯營公司指本集團擁有一般不少於20%股本表決權的長期權益並可對其發揮重大影響力的實體。重大影響力為可參與投資對象的財務及營運政策決策的權力，而非控制或共同控制該等政策。

本集團於聯營公司的投資乃以本集團應佔資產淨值減任何減值虧損，按權益會計法於綜合財務狀況表列賬。本集團應佔聯營公司收購後業績及其他全面收益分別計入損益及其他全面收益。此外，倘已於聯營公司權益中直接確認變動，則本集團會於綜合權益變動表確認其應佔的任何變動(倘適用)。本集團與其聯營公司間交易產生的未變現收益及虧損將予對銷，惟以本集團於聯營公司的投資為限，除非未變現虧損提供證據顯示已轉讓資產出現減值。收購聯營公司所產生的商譽計入本集團於聯營公司投資的部分。

倘於聯營公司的投資變成於合營企業的投資，則保留權益不會重新計量，反之亦然。投資繼續以權益法入賬。在所有其他情況下，於失去對聯營公司的重大影響力後，本集團以公允價值計量及確認任何保留投資。於失去重大影響力後聯營公司的賬面值與保留投資及出售所得款項公允價值之間的任何差額，於損益確認。

公允價值計量

公允價值為市場參與者於計量日期在有序交易中出售資產所收取價格或轉讓負債所支付價格。公允價值計量乃根據假設出售資產或轉讓負債之交易於資產或負債主要市場或(在無主要市場情況下)最具優勢市場進行而作出。主要或最具優勢市場須為本集團可進入之市場。資產或負債之公允價值乃按假設市場參與者於資產或負債定價時會以其最佳經濟效益行事計量。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

公允價值計量(續)

非金融資產之公允價值計量須計及市場參與者能自最大限度使用該資產達致最佳用途，或將該資產出售予將最大限度使用該資產達致最佳用途之其他市場參與者所產生經濟效益。

本集團採納適用於不同情況且具備充分數據以供計量公允價值之估值方法，以盡量使用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

公允價值於財務報表計量或披露之所有資產及負債乃基於對公允價值計量整體而言屬重大之最低層輸入數據按以下公允價值層級分類：

- 第一級 — 基於相同資產或負債於活躍市場之報價(未經調整)
- 第二級 — 基於對公允價值計量而言屬重大之可觀察(直接或間接)最低層輸入數據之估值方法
- 第三級 — 基於對公允價值計量而言屬重大之不可觀察最低層輸入數據之估值方法

就按經常性基準於財務報表確認之資產及負債而言，本集團通過於各報告期末重新評估分類(基於對公允價值計量整體而言屬重大之最低層輸入數據)確定是否發生不同等級轉移。

非金融資產減值

倘存在減值跡象，或須每年對資產(存貨、遞延稅項資產及金融資產除外)作減值測試時，資產之可收回金額會予以估計。資產之可收回金額乃資產或現金產生單位之使用價值，以及其公允價值減出售成本較高者，並就個別資產進行釐定，除非資產並不產生很大程度上獨立於其他資產或資產組別之現金流入，在此情況下，可收回金額按資產所屬之現金產生單位予以釐定。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

非金融資產減值(續)

在測試現金產生單位減值時，若公司資產(例如總部大樓)的賬面值的一部分可以在合理且一致的基礎上進行分配，則分配給單個現金產生單位，否則將分配到最小的現金產生單位組別。

僅在資產賬面值超出其可收回金額的情況下，方會確認減值虧損。評估使用價值時，估計未來現金流量可按反映貨幣時間價值及資產特有風險的現時市場評估的稅前貼現率換算至現值。減值虧損按與該減值資產功能相符的開支類別於產生期間自損益扣除。

於各報告期末，將評估有否任何跡象顯示早前確認的減值虧損可能不再存在或可能已減少。如果出現有關跡象，則估計可收回金額。早前就商譽以外資產確認的減值虧損，僅在用以釐定該資產可收回金額的估計出現變動時方會撥回，然而，有關數額不得高於倘過往年度並無就該資產確認減值虧損而原應釐定的賬面值(扣除任何攤銷/折舊)。有關減值虧損的撥回於產生期間計入損益。

關聯方

在下列情況下，有關人士被視為與本集團有關聯：

- (a) 該人士為個人或該個人的近親，且該人士
 - (i) 控制或共同控制本集團；
 - (ii) 對本集團有重大影響力；或
 - (iii) 為本集團或本集團母公司的主要管理層成員；

或

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

關聯方(續)

- (b) 該人士為適用下列任何情況的實體：
- (i) 該實體與本集團屬同一集團的成員公司；
 - (ii) 一實體為另一實體(或另一實體的母公司、子公司或同系子公司)的聯營公司或合營企業；
 - (iii) 該實體與本集團為同一第三方的合營企業；
 - (iv) 一實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為第三方實體的聯營公司；
 - (v) 該實體為本集團或與本集團有關聯的實體就僱員福利設立的離職後福利計劃；
 - (vi) 該實體受(a)所列人士控制或共同控制；
 - (vii) 於(a)(i)所列人士對該實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)的主要管理層成員；及
 - (viii) 該實體或其所屬集團的任何成員公司，為本集團或本集團的母公司提供了主要管理人員服務。

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備(在建工程除外)乃按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本包括購買價及使資產達到擬定用途運作狀態及地點的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後產生的維修及保養等開支，通常於產生期間自損益扣除。於符合確認標準的情況下，大型檢查的開支作為重置成本計入資產的賬面值進行資本化處理。倘物業、廠房及設備的主要部分須分階段重置，則本集團將其各自確認為單獨資產，並設定特定的可使用年期並相應計提折舊。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

物業、廠房及設備以及折舊(續)

折舊乃按直線法將各項物業、廠房及設備項目的成本於其估計可使用年內撇銷至其剩餘價值而計算。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

租賃物業裝修	10個月至10年
汽車	3至5年
辦公設備	3至5年
樓宇	20至30年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期有所不同，則此項目各部分成本將按合理基準分配，而每部分將作個別折舊。對剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度末進行評估並作出調整(倘適用)。

初始確認的物業、廠房及設備項目(包括任何重大部分)於出售後或預期使用或出售該等物業、廠房及設備項目不會產生未來經濟效益時終止確認。於資產終止確認年度在損益中確認的任何出售或報廢盈虧，乃為有關資產的出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程按成本扣除任何減值虧損列賬，而不計提折舊。在建工程於竣工及可作使用時重新分類為適當類別的物業、廠房及設備。

無形資產(商譽除外)

單獨購買的無形資產於初始確認時按成本計量。業務合併中收購的無形資產的成本為於收購日期的公允價值。無形資產的可使用年期評估為有限或無限。具有有限可使用年期的無形資產隨後在可使用的經濟年期內作攤銷，並在有跡象顯示無形資產可能減值時進行減值評估。具有有限可使用年期的無形資產的攤銷期和攤銷法至少於各財政年度末進行審閱。

軟件

所購買的軟件按成本減任何減值虧損列賬，並按直線法於其估計可使用年期4至5年內攤銷。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

無形資產(商譽除外)(續)

研發成本

所有研究成本於產生時在損益內扣除。

新技術開發項目之開支僅於本集團證明在技術上可行確能完成無形資產供日後使用或出售、有意完成及有能力使用或出售該資產、該資產日後能夠帶來經濟效益、具有完成項目所需資源且能夠可靠地計量產品開發期間支出時方會撥充資本及遞延計算。未符合上述標準的開發開支於產生時支銷。

租賃

本集團在合約開始時評估合約是否為租賃，或是否包含租賃。如果合約讓渡在一定期間內控制已識別資產的使用的權利以換取對價，則該合約為租賃或包含租賃。

本集團作為承租人

本集團對所有租賃採用單一確認及計量方法，惟短期租賃及低價值資產租賃除外。本集團確認支付租賃付款的租賃負債和代表相關資產使用權的使用權資產。

(a) 使用權資產

於租賃開始日期(即相關資產可供使用當日)確認使用權資產。使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債額、初步已產生直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取租賃優惠。使用權資產於其租期及估計可使用年期(以較短者為準)按直線法折舊如下：

自營專櫃	1至5年
辦公物業及倉庫	18個月至10年
租賃土地	40至50年

倘租賃資產的擁有權於租期完結前轉讓予本集團，或成本反映購買選擇權獲行使，則使用資產的估計可使用年期計算折舊。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

租賃(續)

本集團作為承租人(續)

(b) 租賃負債

租賃負債於租賃開始日期按於租期內作出的租賃付款現值確認。租賃付款包括固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠、取決於某一指數或比率的可變租賃付款及預期根據剩餘價值擔保將支付的金額。租賃付款亦包括本集團合理確定行使購買選擇權的行使價，及倘租期反映了本集團行使終止租賃選擇權，則須就終止租賃支付罰款。並非取決於某一指數或比率的可變租賃付款於觸發付款的事件或狀況出現期間確認為開支。

於計算租賃付款現值時，因租賃中所隱含的利率不易釐定，本集團應用租賃開始日期的增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因支付租賃付款而減少。此外，倘出現修改、租期變動、租賃付款變動(如因指數或利率變動而引致未來租賃付款變動)或購買相關資產選擇權的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

本集團的租賃負債在綜合財務狀況表單獨呈列。

(c) 短期租賃及低價值資產租賃

本集團就倉庫及自營專櫃的短期租賃(即租賃期為自開始日期起12個月或以下，且不包括購買選擇權的該等租賃)應用短期租賃確認豁免。倘本集團就低價值資產訂立租約，則本集團決定是否按個別租賃基準將租賃資本化。

未資本化的短期租賃及低價值資產租賃的租賃付款於租賃期內按直線法確認為開支。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

投資及其他金融資產

初始確認及計量

金融資產在初始確認時分類為其後按攤銷成本、按公允價值計量且其變動計入其他全面收益及按公允價值計量且其變動計入當期損益計量。

金融資產在初始確認時的分類取決於金融資產的合約現金流量特徵及本集團管理金融資產的業務模式。除不包含重大融資部分或本集團已就此應用實際權宜辦法不調整重大融資部分影響的貿易應收款項外，本集團初始按公允價值加上(倘金融資產並非按公允價值計量且其變動計入當期損益)交易成本計量金融資產。不包含重大融資部分或本集團已應用實際權宜辦法的貿易應收款項，按照香港財務報告準則第15號所確定的交易價格，根據下文「收入確認」所述的政策進行計量。

為了按攤銷成本或按公允價值計量且其變動計入其他全面收益對金融資產進行分類和計量，金融資產需要產生僅支付未償本金和利息(「SPPI」)的現金流量。無論採用何種業務模式，不產生SPPI現金流量的金融資產均按公允價值計量且其變動計入當期損益進行分類及計量。

本集團管理金融資產的業務模式是指其如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式決定現金流量是來自於收取合約現金流量、出售金融資產還是兩者兼而有之。按攤銷成本分類及計量的金融資產對應持有目的為收取合約現金流量的業務模式，而按公允價值計量且其變動計入其他全面收益進行分類及計量的金融資產對應持有目的為既收取合約現金流量又出售的業務模式。不屬以上業務模式的金融資產按公允價值計量且其變動計入當期損益進行分類及計量。

購買或出售金融資產須於市場規則或慣例一般規定的期間內交付資產，則於交易日(即本集團承諾購買或出售資產的日期)確認。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

投資及其他金融資產(續)

後續計量

金融資產按以下分類進行後續計量：

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)

按攤銷成本計量的金融資產其後使用實際利率法計量，並可能受減值影響。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產按公允價值於財務狀況表列賬，而公允價值變動淨額於損益中確認。

該類別包括本集團並無不可撤銷地選擇按公允價值計量且其變動計入其他全面收益進行分類的衍生工具及股本投資。股本投資的股息亦於支付權確立時於損益確認為其他收入。

終止確認金融資產

金融資產(或如適用，一項金融資產的一部分或一組同類金融資產的一部分)主要在下列情況下終止確認(即從本集團的綜合財務狀況表中剔除)：

- 自資產收取現金流量的權利已屆滿；或
- 本集團已轉讓其自資產收取現金流量的權利，或已根據一項「轉手」安排承擔責任，在無重大延誤的情況下，將所收取的現金流量金額全數付予第三方；及(a)本集團已轉讓資產的絕大部分風險及回報；或(b)本集團並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，但已轉讓資產的控制權。

當本集團已轉讓從資產收取現金流量的權利或訂立轉手安排，會評估有否保留資產所有權的風險及回報以及相關保留程度。倘本集團並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓資產控制權，本集團將以本集團持續參與程度為限繼續確認已轉讓資產。在該情況下，本集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債根據反映本集團所保留權利及責任的基準計量。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

終止確認金融資產(續)

通過對已轉讓資產作出擔保的形式持續參與，按該項資產的原賬面值與本集團或須償還的最高對價金額之間的較低者計量。

金融資產減值

本集團就所有並非按公允價值計量且其變動計入當期損益持有的債務工具確認預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)撥備。預期信貸虧損乃基於根據合約應付的合約現金流量與本集團預期收取的所有現金流量之間的差額計算，該差額按接近原實際利率的比率貼現。預期現金流量將包括銷售所持抵押品或合約條款不可或缺部分的其他信貸增級的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損於兩個階段確認。就初始確認以來信用風險並無大幅增加的信用風險項目而言，預期信貸虧損為未來12個月內可能發生的違約事件產生的信貸虧損計提撥備(12個月預期信貸虧損)。就初始確認以來信用風險大幅增加的信用風險項目而言，須於風險剩餘年期內就預期信貸虧損計提虧損撥備，不論違約時間(全期預期信貸虧損)。

於各報告日期，本集團評估一項金融工具的信用風險是否自初始確認起大幅增加。本集團於評估時將該金融工具於報告日期出現違約的風險與該金融工具於初始確認日期出現違約的風險進行比較，並考慮不須以繁重成本或工作則可取得的合理及可提供證明的資料(包括過往及前瞻性資料)。本集團認為，當合約付款逾期30天以上時，信用風險會大幅增加。

本集團認為，倘合約付款已逾期90天，則金融資產違約。然而，在若干情況下，倘內部或外部資料顯示本集團不大可能悉數收回未計及本集團持有的任何信貸增級措施的未償還合約款項，本集團亦可能認為金融資產違約。

金融資產於並無合理預期收回合約現金流量時撇銷。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

金融資產減值(續)

一般方法(續)

按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的債務投資及按攤銷成本計量的金融資產須根據一般方法作出減值，其按以下階段分類以計量預期信貸虧損，惟應用簡化法的貿易應收款項則除外，詳情如下。

- 階段1 — 自初始確認起信用風險未有大幅增加的金融工具，且其虧損撥備按等於12個月預期信貸虧損的金額計量
- 階段2 — 自初始確認起信用風險大幅增加的金融工具，但並非已信貸減值金融資產，且其虧損撥備按等於全期預期信貸虧損的金額計量
- 階段3 — 於報告日期已信貸減值的金融資產(但並非購入或源生信貸減值金融資產)，且其虧損撥備按等同於全期預期信貸虧損的金額計量

簡化法

就不包含重大融資部分或本集團應用實際權宜辦法不調整重大融資部分影響的貿易應收款項而言，本集團應用簡化法以計算預期信貸虧損。根據簡化法，本集團不追蹤信用風險的變化，反而根據各報告日期的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。本集團已根據其過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並就債務人及經濟環境的特定前瞻性因素作出調整。

金融負債

初始確認及計量

金融負債於初始確認時分類為按公允價值計量且其變動計入當期損益之金融負債、貸款及借款、應付款項或於實際對沖中指定為對沖工具之衍生工具(如適用)。

所有金融負債初始均按公允價值確認，而貸款及借款以及應付款項則按公允價值扣除直接應佔交易成本確認。

本集團的金融負債包括貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、租賃負債、計息銀行及其他借款以及應付一個關聯方款項。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

金融負債(續)

後續計量

金融負債按以下分類進行後續計量：

按攤銷成本計量的金融負債(貿易及其他應付款項以及借款)

於初始確認後，貿易及其他應付款項、計息銀行借款及應付一個關聯方款項後續以實際利率法按攤銷成本計量，除非貼現之影響甚微，在該情況下則按成本列賬。負債終止確認及按實際利率進行攤銷程序時所產生之收益及虧損在損益內確認。

計量攤銷成本時會考慮收購所產生之任何折讓或溢價，亦包括作為實際利率重要部分之費用或成本。實際利率攤銷計入損益作為財務成本。

終止確認金融負債

當負債之責任解除或取消或到期時，金融負債將終止確認。

若現有金融負債由另一項來自相同貸方按完全不同之條款的負債取代，或現有負債之條款作出重大修訂，則上述取代或修訂視為終止確認原有負債及確認新負債，而相關賬面值之差額在損益確認。

金融工具抵銷

當現時存在一項可強制執行之法定權利抵銷已確認金額，且亦有意以淨額結算或同時變現資產及清償負債時，則金融資產及金融負債可予抵銷，而其淨額於財務狀況表內呈報。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

衍生金融工具

初始確認及後續計量

本集團使用遠期貨幣合約等衍生金融工具以對沖其外幣風險。該等衍生金融工具於訂立衍生合約當日按公允價值初始確認，其後按公允價值重新計量。當公允價值為正數時，衍生工具列作資產；當公允價值為負數時，則列作負債。

衍生工具公允價值變動產生的任何收益或虧損，直接計入損益表。

存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本按加權平均成本基準釐定。可變現淨值按估計售價減完成及出售將產生的任何估計成本計算。

現金及現金等價物

財務狀況表中的現金及現金等價物包括手頭及銀行現金，以及到期日通常在三個月內的短期高流動性存款，該存款可隨時轉換為已知金額的現金，價值變動風險很小及為滿足短期現金承擔而持有。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭及銀行現金以及上文所界定的短期存款，減須按

要求償還並構成本集團現金管理組成部分的銀行透支。

撥備

倘因過往事件須承擔現時責任(法定或推定)，而履行該責任可能導致未來資源外流，且該責任所涉金額能夠可靠估計，則確認撥備。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

撥備(續)

倘貼現影響重大，則確認撥備的金額為預期履行責任所需未來開支於報告期末的現值。貼現現值隨時間增加的金額計入損益中的財務成本。

本集團提供與銷售若干產品有關的質保，以便對於質保期內出現的缺陷進行一般更換。本集團授予的該等保證類質保的撥備最初乃根據銷量及更換水平的過往經驗確認，並適當貼現至其現值。與質保相關的費用每年修訂一次。

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。所得稅如涉及在損益以外確認的項目，均在損益外確認，即在其他全面收益或直接在權益內確認。

即期稅項資產及負債乃根據於各報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)，並考慮本集團經營業務所在國家的現行詮釋及慣例，按預期將獲稅務機關退回或支付予稅務機關的金額計量。

遞延稅項乃就各報告期末資產及負債的稅基與其作財務報告用途的賬面值之間的所有暫時差額，採用負債法作出撥備。

遞延稅項負債就所有應課稅暫時差額予以確認，惟以下情況除外：

- 如遞延稅項負債是由初始確認商譽或非業務合併交易中的資產或負債而產生，並於進行交易時對會計利潤及應課稅利潤或虧損均無影響，且不產生相等應課稅及可抵扣暫時差額；及
- 就涉及於子公司及聯營公司的投資的應課稅暫時差額而言，如可以控制撥回暫時差額的時間，且暫時差額可能不會在可見將來撥回。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

所得稅(續)

遞延稅項資產就所有可抵扣暫時差額、未動用稅項抵免及任何未動用稅項虧損結轉予以確認。只有在有可能出現應課稅利潤可用以抵銷該等可抵扣暫時差額、未動用稅項抵免及未動用稅項虧損結轉的情況下，方會確認遞延稅項資產，惟以下情況除外：

- 如有關可抵扣暫時差額的遞延稅項資產是由初始確認非業務合併交易中的資產或負債而產生，並於進行交易時對會計利潤及應課稅利潤或虧損均無影響，且不產生相等應課稅及可抵扣暫時差額；及
- 就涉及於子公司及聯營公司的投資的可抵扣暫時差額而言，只有在暫時差額有可能在可見將來撥回，且有可能出現應課稅利潤可用以抵銷該等暫時差額的情況下，方會確認遞延稅項資產。

遞延稅項資產的賬面值會於各報告期末進行檢討，若不再可能有足夠應課稅利潤可供動用全部或部分遞延稅項資產，則減少遞延稅項資產的賬面值。未確認的遞延稅項資產會於各報告期結束時重新評估，並以可能有足夠應課稅利潤令全部或部分遞延稅項資產得以收回為限予以確認。

遞延稅項資產及負債以變現資產或清償負債的期間預期適用的稅率計量，並以各報告期間末已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)為基準。

當且僅當本集團擁有法律上可強制執行的權利，可將即期稅項資產與即期稅項負債互相抵銷，而遞延稅項資產及遞延稅項負債與同一課稅機關對計劃於各未來期間(而預期在相關期間內將結清或收回大額的遞延稅項負債或資產)按淨額基準結清即期稅項負債及資產，或同時變現該資產及清償該負債的同一課稅實體或不同課稅實體徵收的所得稅有關，則遞延稅項資產可與遞延稅項負債互相抵銷。

政府補助

如能合理確保將收到政府補助及將符合所有附帶條件，政府補助會按公允價值確認。倘補助與開支項目相關，則系統性地於其擬補助的成本支銷期間將其確認為收入。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

收入確認

客戶合約收入

當貨品或服務的控制權轉移至客戶時，按反映本集團預期就交換該等貨品或服務而有權獲得的對價的金額確認客戶合約收入。

當合約對價包括可變金額時，以本集團因轉讓貨品或服務予客戶而有權換取的金額估計對價金額。可變對價於合約開始時進行估計並受約束，直至可變對價的相關不確定因素其後得以確定，而已確認的累計收入金額極有可能不會出現重大收入撥回時為止。

倘合約中包含為客戶提供超過一年的重大融資利益(撥付轉讓貨品或服務予客戶)的融資部分，則收入按應收金額的現值計量，並使用本集團與客戶之間於合約開始時的單獨融資交易中反映的貼現率貼現。倘合約中包含為本集團提供超過一年的重大融資利益的融資部分，則根據該合約確認的收入包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。對於客戶付款與轉讓承諾貨品或服務之間的時間差距為一年或以下的合約，使用香港財務報告準則第15號的實際權宜辦法，即交易價格不就重大融資部分的影響作出調整。

(a) 產品銷售

本集團主要通過線下渠道(如通過自營專櫃直銷、零售商及經銷商)及線上渠道(如線上直銷及經銷商銷售)向客戶銷售其產品。產品銷售的收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般於交付貨品或客戶確認收貨時確認收入。具體而言，直銷和寄售收入在貨品直接在專櫃送交消費者手中或以快遞方式送達消費者並被消費者簽收時確認。來自零售商及經銷商的收入於貨品交付至指定地點或轉移至指定承運人時確認。

部分產品銷售合約向客戶提供退貨權及批量返利，從而產生可變對價。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

收入確認(續)

客戶合約收入(續)

(a) 產品銷售(續)

(i) 退貨權

就向客戶提供在指定期限內退回貨品權利的合約而言，使用預期價值法估計不會退回的貨品，原因為該方法最能預測本集團將有權收取的可變對價金額。香港財務報告準則第15號對限制可變對價估計的規定適用於釐定可包含在交易價格中的可變對價金額。就預期將予退回的貨品而言，如金額重大，則亦確認退款負債(而並非收入)。

(ii) 批量返利

當期內產品採購數量超出合約訂明的門檻，則可向若干客戶提供追溯批量返利。返利與客戶應付金額互相抵銷。為估計預期未來返利的可變對價，就設有單一批量門檻的合約使用最有可能金額方法，設有多於一個批量門檻的合約則使用預期價值法。選擇預測可變對價金額的最佳方法時，主要視乎合約包含的批量門檻數目。應用限制可變對價估計的規定，並確認預期未來返利的退款負債。

(iii) 會員忠誠度計劃

本集團實施會員忠誠度計劃，讓客戶購買產品時累積會員積分。會員積分可在限期內兌換產品折扣。根據香港財務報告準則第15號，會員忠誠度計劃產生獨立履約責任，原因是其向客戶提供重大權利，而本集團根據相對獨立售價將部分交易價格分配予授予客戶的會員積分。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

收入確認(續)

客戶合約收入(續)

(b) 化妝藝術培訓及相關銷售

由於客戶同時接收及耗用本集團提供的利益，故提供化妝藝術培訓服務的收入於培訓期間按直線法確認。

其他相關銷售主要包括向參加化妝藝術培訓服務的課程參與者銷售美容美髮產品及銷售錄製的化妝培訓課程。其他相關銷售收入於資產控制權轉移至客戶或提供服務時確認。

其他收入

利息收入根據應計基準使用實際利率法按將金融工具之預期年期或更短期間(如適用)的估計未來現金收入準確貼現至金融資產之賬面淨值之貼現率確認。

合約負債

合約負債於本集團轉移相關貨品或服務前向客戶收取付款或付款到期時(以較早者為準)確認。合約負債於本集團履行合約時(即向客戶轉移相關貨品或服務的控制權)確認為收入。

退貨權資產

就收回預期客戶退回的貨品的權利確認退貨權資產。資產按將退回貨品的原賬面金額減去收回貨品的任何預期成本及退回貨品的任何潛在價值減少計量。本集團就預期退貨水平的任何修訂及退回貨品價值的任何額外減少更新資產計量。

退款負債

退款負債乃為退還部分或全部已收(或應收)客戶對價的責任而確認，並按本集團最終預期須退還予客戶的金額計量。本集團於各報告期末更新其對退款負債(以及交易價格的相應變動)的估計。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

股份支付

本公司設立員工激勵計劃及限制性股票單位激勵計劃，旨在向為本集團的業務成功做出貢獻的合資格參與者提供激勵及獎勵。本集團僱員以股份支付的方式收取報酬，而僱員提供服務以換取權益工具（「以權益結算交易」）。與僱員進行以權益結算交易的成本，乃參照授出當日的公允價值計算。公允價值乃按股份的市值計量，其更多詳情載於財務報表附註29。

以權益結算交易的成本在績效及／或服務條件獲得履行的期間內連同權益相應增加部分，於僱員福利開支中確認。於各報告期末直至歸屬日期止已確認的以權益結算交易的累計開支，反映歸屬期已到期部分及本集團對最終將會歸屬的權益工具數目的最佳估計。在某一期間內於損益扣除或進賬，乃指累計開支於期初及期末確認時的變動。

釐定獎勵的授出日期公允價值並不考慮服務及非市場表現條件，惟能達成條件的可能性則被評定為將最終歸屬為本集團權益工具數目的最佳估計之一部分。市場表現條件將反映在授出日期的公允價值。附帶於獎勵中但並無相關聯服務要求的其他任何條件皆視為非歸屬條件。除非有另外的服務及／或表現條件，否則非歸屬條件反映於獎勵的公允價值，並即時予以支銷。

基於未能達成非市場表現及／或服務條件而最終並無歸屬的獎勵不予確認為開支。倘獎勵包括市場或非歸屬條件，則該等交易將當作已歸屬，而不論該項市場或非歸屬條件達成與否，惟所有其他表現及／或服務條件須已達成。

倘若以權益結算獎勵的條款有所變更，而獎勵的原有條款達成，則所確認開支最少須達到猶如條款並無任何變更的水平。此外，倘若按變更日期計量，任何變更導致以股份支付安排的總公允價值有所增加，或對僱員帶來其他利益，則應就該等變更確認開支。倘以權益結算獎勵被註銷，則被視為於註銷當日已歸屬，而尚未就該獎勵確認的任何開支須即時予以確認。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

其他僱員福利

退休金計劃

本集團於中國內地營運的子公司的僱員均須參加由地方市政府及中央政府運營的中央退休金計劃。該等子公司須按工資成本的若干百分比向該等中央退休金計劃作出供款。供款於根據該等中央退休金計劃的規定應付時於損益內扣除。

報告期後事項

若本集團於報告期後至財務報表批准報出日前獲悉報告期末已存在狀況的相關資訊，將評估該等資訊是否影響財務報表確認金額。對於報告期後的調整事項，本集團將調整財務報表確認金額以反映其影響，並根據新資訊更新相關披露。對於報告期後的非調整事項，本集團不會變更財務報表確認金額，但將披露非調整事項性質及其財務影響估計(如無法估計則作相應聲明)。

股息

末期股息於股東大會上獲股東批准時被確認為負債。擬派末期股息於財務報表附註中披露。中期股息於提議時即被宣告，因為本公司的組織章程大綱及公司章程授予董事宣派中期股息的權力。因此，中期股息一經提議及宣派，便立即確認為負債。

外幣

該等財務報表以本公司的功能貨幣人民幣呈列。本集團內各實體決定其自身之功能貨幣，而各實體財務報表內之項目均以該功能貨幣計量。外幣交易按交易日期彼等各自之現行功能貨幣匯率初步入賬。外幣計值之貨幣資產與負債於各報告期末按該日適用之功能貨幣匯率換算。所有因貨幣性項目之結清及換算而產生的匯兌差額在損益及其他全面收益表中確認。

2. 會計政策(續)

2.4 重大會計政策信息(續)

外幣(續)

根據外幣歷史成本計量之非貨幣項目按首次交易日期之匯率換算。根據外幣公允價值計量之非貨幣項目按計量公允價值當日之匯率換算。換算該種外幣非貨幣項目所產生的損益比照該項目公允價值變動損益之確認原則處理(即該項目換算產生之匯兌差額按照其公允價值變動損益計入其他全面收益或當期損益亦分別相應計入其他全面收益或當期損益)。

於終止確認與預付代價相關的非貨幣資產或非貨幣負債時，為釐定初始確認相關資產、開支或收入採用的匯率，初始交易日期為本集團初始確認預付代價產生的非貨幣資產或非貨幣負債當日。倘存在多筆預先付款或收款，本集團就每筆預付代價的付款或收款釐定交易日期。

若干於中國內地境外經營的子公司的功能貨幣為人民幣以外的貨幣。於報告期末，該等實體的資產與負債按每個報告期末的現行匯率換算為人民幣，其損益表則按與交易日的現行匯率相若的匯率換算。

因此而產生的匯兌差額於其他全面收益內確認，並於匯兌波動儲備累計，因非控股權益產生之差額除外。出售境外業務時，儲備內有關特定境外業務的累計金額於損益及其他全面收益表確認。

就綜合現金流量表而言，海外子公司的現金流量按照現金流量發生之日的匯率換算為人民幣。海外子公司全年產生的經常性現金流量按年內加權平均匯率換算為人民幣。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

3. 重大會計判斷及估計

本集團財務報表的編製需要管理層作出判斷、估計及假設，這會影響收入、開支、資產及負債的列報數額及其隨附披露以及或然負債的披露。該等假設及估計的不確定性或會導致日後須就受影響的資產或負債賬面值作出重大調整。

判斷

於應用本集團的會計政策的過程中，管理層作出以下對財務報表中已確認的金額影響最重大的判斷(涉及估計者除外)：

客戶合約收入

本集團應用以下對確認客戶合約收入的金額及時間有重大影響的判斷：

(a) 識別客戶以及收入總額與收入淨額確認

釐定收入按總額或按淨額基準呈報乃基於本集團在交易中擔任主事人還是代理人。倘本集團在交易中擔任主事人，則本集團按總額基準呈報收入。倘本集團在交易中擔任代理人，則本集團按淨額基準呈報收入。釐定本集團在交易中擔任主事人還是代理人涉及判斷及基於對安排條款的評估。倘本集團在約定商品或服務轉讓予客戶前控制該商品或服務，則本集團被視為主事人。本集團考慮多項因素以確定其是否控制商品或服務，因而為主事人。該等因素包括：(a)倘本集團主要負責履行承諾以提供指定商品或服務；(b)倘本集團在指定商品或服務已轉移予客戶前或移交控制權予客戶後存在存貨風險；及(c)倘本集團可酌情確定特定商品或服務的價格。

(b) 確定會員忠誠度計劃中的履約義務

本集團實施會員忠誠度計劃，每次購物都會授予客戶會員積分。會員積分可於日後購物時兌換折扣。本集團評估認為，積分為客戶提供了一項重要權利，如果不簽訂合同，客戶就無法獲得這項權利。因此，本集團認為向客戶提供會員積分的承諾是一種履約義務。本集團將會員積分列賬為授出有關積分之銷售交易之獨立可識別部分。與初始銷售有關之已收或應收對價公允價值於有關部分(即已售貨品(收入)及已授會員積分(遞延收入))間分配。有關分配經參考有關部分之相對獨立價值(即各部分可獨立出售之金額)後作出。

3. 重大會計判斷及估計(續)

估計不確定因素

報告期末關於未來及其他估計不確定因素的主要來源的主要假設(具有導致須於下一個財政年度內對資產及負債賬面值作出重大調整的重大風險)論述如下。

貿易應收款項的預期信貸虧損撥備

本集團使用撥備矩陣計算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的多個客戶分類組別(即按客戶類型及評級)的賬齡釐定。

撥備矩陣最初基於本集團的歷史觀察違約率。本集團通過調整矩陣按前瞻性資料調整歷史信貸虧損經驗。例如，如果預測經濟狀況(如國內生產總值)將在未來一年內惡化，這可能導致消費行業違約數量增加，歷史違約率將得到調整。於各報告日期，歷史觀察違約率都會被更新，並分析前瞻性估計的變化。

對歷史觀察違約率、預測的經濟狀況及預期信貸虧損之間的相關性的評估是一個重要的估計。預期信貸虧損的金額對環境和預測的經濟狀況的變化很敏感。本集團的歷史信貸虧損經驗和對經濟狀況的預測也未必能代表客戶未來的實際違約。有關本集團貿易應收款項的預期信貸虧損的資料披露於財務報表附註19。

存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值乃根據估計售價減完成及出售會產生的任何估計成本計算。該等估計數字根據現行市況及銷售類似性質貨品的過往經驗，包括但不限於經濟前景、銷售預測及存貨項目的預測市值。彼等可能會因市場條件的變化而發生重大變化。本集團於各報告期末重新評估有關估計。存貨的賬面值見財務報表附註18。

租賃－估算增量借款利率

本集團無法輕易釐定租賃內所隱含的利率，因此，使用增量借款利率(「增量借款利率」)計量租賃負債。增量借款利率為本集團於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近之資產，而以類似抵押品於類似期間借入所需資金應支付之利率。因此，增量借款利率反映了本集團「應支付」的利率，當無可觀察的利率時(如就並無訂立融資交易之子公司而言)或當其需要作出調整以反映租賃的條款及條件時，則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，本集團使用可觀察輸入數據(如市場利率)估算增量借款利率並須作出若干實體特定的估計。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

3. 重大會計判斷及估計(續)

估計不確定因素(續)

遞延收入－估計會員忠誠度計劃中授予的會員積分的公允價值

會員積分的公允價值乃參考客戶將會員積分兌換為商品時所獲得的折扣而估計。該折扣的名義價值減少，以考慮：(i)將提供給未從初始銷售中獲得會員積分的客戶的任何折扣；及(ii)預計客戶將喪失的會員積分的比例。

本集團有關期間就會員積分確認收入，及反映兌換會員積分的模式。所確認的收入金額乃基於已兌換的會員積分數目相對於預期兌換的會員積分總數。分配給已售商品的對價部分計入損益中的產品銷售總額，遞延收入計入綜合財務狀況表中的「合約負債」。

4. 經營分部資料

出於管理目的，本集團並未根據其服務及產品劃分為業務單位，且僅擁有一個可報告經營分部。管理層監控本集團整體經營分部的經營業績，以作出資源分配及績效評估的決策。

地理資料

(a) 來自外部客戶的收入

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國內地	5,045,500	3,882,839
香港	4,955	1,855
總收入	5,050,455	3,884,694

上述收入資料以客戶所在地為基礎。

4. 經營分部資料(續)

地理資料(續)

(b) 非流動資產

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國內地	1,138,069	951,396
香港	7,552	-
非流動資產總值	1,145,621	951,396

上述非流動資產資料以資產所在地為基礎，且不包括金融工具及遞延稅項資產。

有關主要客戶的資料

於各報告期內，本集團向單一客戶或共同控制下的一組客戶銷售的收入概無佔本集團收入的10%或以上。

5. 收入、其他收入及收益

本集團收入分析載列如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
客戶合約收入	5,050,455	3,884,694

客戶合約收入

(i) 收入分類資料

商品或服務類型	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
產品銷售	4,903,059	3,732,979
化妝藝術培訓及相關銷售	147,396	151,715
總計	5,050,455	3,884,694

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

5. 收入、其他收入及收益(續)

客戶合約收入(續)

(i) 收入分類資料(續)

下表載列按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
線下渠道		
線下直銷	2,182,790	1,756,963
向線下經銷商銷售	97,946	87,334
向一家高端跨國美妝零售商銷售	145,217	104,424
小計	2,425,953	1,948,721
線上渠道		
線上直銷	1,944,559	1,428,585
向線上經銷商銷售	532,547	355,673
小計	2,477,106	1,784,258
總計	4,903,059	3,732,979

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
地理市場		
中國內地	5,045,500	3,882,839
香港	4,955	1,855
總計	5,050,455	3,884,694
收入確認的時間		
於某個時間點轉移的商品或提供的服務	4,921,878	3,758,253
隨時間提供的服務	128,577	126,441
總計	5,050,455	3,884,694

5. 收入、其他收入及收益(續)

客戶合約收入(續)

(i) 收入分類資料(續)

下表列示於本報告期內確認的收入金額，該等收入於報告期初包含在合約負債中：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
產品銷售	80,257	63,193
化妝藝術培訓及相關銷售	28,703	22,907
總計	108,960	86,100

(ii) 履約義務

有關本集團履約義務的資料概述如下：

產品銷售

本集團主要通過線下渠道(如通過專櫃直銷、線下零售商及經銷商)及線上渠道(如線上直銷、線上經銷商及寄售)向客戶銷售其產品。

線下渠道

就通過租賃模式下的自營專櫃進行的直銷而言，履約義務於交貨時履行，付款主要以現金或信用卡同時結算。就通過聯營模式下的自營專櫃進行的直銷而言，履約義務於交貨時履行，並由商場收取貨款及於60天內到期付款。就零售商及經銷商銷售而言，履約義務於交貨時履行，通常需要在交貨前提前付款，而部分大型零售商獲授60天的信用期。

線上渠道

就直銷而言，履約義務於客戶驗收貨物時履行，付款主要以現金或信用卡同時結算。就經銷商銷售而言，履約義務於交貨時履行，通常需要提前付款。就寄售而言，履約義務於消費者驗收貨物時履行，並於30日內到期付款。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

5. 收入、其他收入及收益(續)

客戶合約收入(續)

(ii) 履約義務(續)

化妝藝術培訓及相關銷售

就化妝藝術培訓服務而言，履約義務因提供培訓服務而隨時間履行，且通常需要提前付款。

就其他相關銷售而言，履約義務於客戶驗收貨物或接受線上課程時履行，且通常需要提前付款。

於12月31日分配至剩餘履約義務(未履行或部分未履行)的交易價格金額如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
預期確認為收入的金額：		
一年內	30,083	28,703

預期確認為收入的分配至剩餘履約義務的交易價格金額與化妝藝術培訓服務有關。上述披露金額不包括受限制的可變對價。

5. 收入、其他收入及收益(續)

本集團的其他收入及收益分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<u>其他收入</u>		
銀行利息收入	75,116	14,209
貸款予一名關聯方的利息收入	–	193
政府補助*	17,572	49,311
投資物業經營租賃租金收入總額	114	196
其他	4,470	3,661
其他收入總額	97,272	67,570
<u>收益</u>		
出售物業、廠房及設備項目收益淨額	–	242
終止租賃收益淨額	38	548
衍生金融工具公允價值收益	5,101	–
收益總額	5,139	790
其他收入及收益總額	102,411	68,360

* 政府補助主要指地方政府為支持本集團經營所給予的獎勵。該等政府補助並無未滿足的條件或或然事項。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

6. 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	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
已售存貨成本		650,872	489,504
化妝藝術培訓服務及相關銷售的成本		52,520	46,987
物業、廠房及設備折舊	13	47,213	40,963
投資物業折舊	14	71	122
使用權資產折舊	15(a)	58,283	40,882
減：在建工程資本化的金額		(15,587)	(4,305)
使用權資產折舊淨額		42,696	36,577
其他無形資產攤銷(i)	16	865	835
研發成本(ii)		39,116	32,311
並無計入租賃負債計量的可變租賃付款 (計入銷售及分銷開支)	15(c)	22,109	12,470
與短期租賃及低價值租賃相關的費用 (計入行政開支以及銷售及分銷開支中)	15(c)	12,516	4,977
銀行利息收入		(75,116)	(14,209)
貸款予一名關聯方的利息收入		-	193
政府補助		(17,572)	(49,311)
核數師酬金		4,449	2,940
上市開支		-	37,490
僱員福利開支(不包括董事及最高行政人員的酬金 (附註8))：			
工資、薪金及花紅		703,876	586,416
以權益結算的股份獎勵開支	29	3,654	15,024
退休金計劃供款(界定供款計劃)(iii)		50,181	37,939
員工福利開支		68,378	56,845
總計		826,089	696,224
外匯差額淨額(vi)		43,827	(2,158)
終止租賃收益淨額		(38)	(548)
出售物業、廠房及設備項目收益虧損／(收益)淨額		111	(242)
貿易及其他應收款項減值虧損／(減值虧損撥回)淨額		299	(3,428)
存貨撇減／(撇減撥回)至可變現淨值(iv)		399	(615)

6. 除稅前利潤(續)

本集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後達致：(續)

- (i) 其他無形資產攤銷計入綜合損益及其他全面收益表內的「銷售及分銷開支」及「行政開支」。
- (ii) 研發成本包括部分僱員福利開支、物業、廠房及設備折舊以及使用權資產折舊。
- (iii) 本集團作為僱主並無被沒收的供款可用於減少現有的供款水平。
- (iv) 存貨撇減／(撇減撥回)至可變現淨值計入綜合損益及其他全面收益表內的「銷售成本」、「銷售及分銷開支」及「行政開支」。

7. 財務成本

財務成本分析如下：

	Note	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銀行及其他借款利息		–	3,059
租賃負債利息	15(b)	2,322	2,230
總計		2,322	5,289

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

8. 董事、最高行政人員及監事薪酬

根據上市規則、香港公司條例第383(1)(a)、(b)、(c)及(f)條及公司(披露董事利益資料)規例第2部披露的年內董事及最高行政人員薪酬載列如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
袍金	612	484
其他酬金：		
薪金、津貼及實物福利	18,783	14,974
花紅	9,300	9,511
退休金計劃供款	140	254
小計	28,223	24,739
總計	28,835	25,223

(a) 獨立非執行董事

於年內支付予獨立非執行董事的袍金如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
董黎明先生	—	20
陳偉華女士	—	20
王紅雯女士	—	20
李海龍先生	156	80
顧炯先生	228	172
黃輝先生	228	172
總計	612	484

董黎明先生、陳偉華女士及王紅雯女士已於2024年4月1日辭任獨立非執行董事職務。顧炯先生及黃輝先生已於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

於年內，並無應付獨立非執行董事的其他酬金(2024年：無)。

8. 董事、最高行政人員及監事薪酬(續)

(b) 執行董事及最高行政人員

	薪金、津貼及 實物福利 人民幣千元	花紅 人民幣千元	退休金 計劃供款 人民幣千元	薪酬總額 人民幣千元
截至2025年12月31日止年度				
執行董事：				
毛戈平先生*	5,129	2,400	—	7,529
汪立群女士	2,332	500	42	2,874
毛霓萍女士	3,035	1,600	—	4,635
毛慧萍女士	3,035	1,600	—	4,635
汪立華先生	2,136	400	49	2,585
宋虹佺女士*	3,116	2,800	49	5,965
總計	18,783	9,300	140	28,223

	薪金、津貼及 實物福利 人民幣千元	花紅 人民幣千元	退休金 計劃供款 人民幣千元	薪酬總額 人民幣千元
截至2024年12月31日止年度				
執行董事：				
毛戈平先生*	3,196	3,313	25	6,534
汪立群女士	1,024	500	40	1,564
毛霓萍女士	2,648	1,510	—	4,158
毛慧萍女士	2,644	1,510	—	4,154
汪立華先生	1,026	400	43	1,469
宋虹佺女士*	3,378	1,860	44	5,282
張建楓先生**	285	—	10	295
總計	14,201	9,093	162	23,456

* 於2024年3月24日，毛戈平先生辭任行政總裁及宋虹佺女士獲委任為行政總裁。

** 張建楓先生於2024年4月1日辭任執行董事。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

8. 董事、最高行政人員及監事薪酬(續)

(c) 監事

	薪金、津貼及 實物福利 人民幣千元	花紅 人民幣千元	退休金 計劃供款 人民幣千元	薪酬總額 人民幣千元
截至2024年12月31日止年度				
高妍女士	233	79	24	336
羊偉青先生	213	86	25	324
吳美娟女士	327	253	43	623
總計	773	418	92	1,283

於年內，並無任何董事或監事放棄或同意放棄任何薪酬的安排。

於年內，本集團並未向董事支付任何報酬，作為促使其加入或於其加入本集團時的誘因、或離職補償。

根據本公司的公司章程修訂本，截至2025年12月31日止年度，本公司將不再設監事職位。

9. 五名最高薪酬僱員

於年內，五名最高薪酬僱員包括四名董事(2024年：三名董事)，其薪酬詳情載於上文附註8。於年內，餘下一名(2024年：兩名)最高薪酬僱員並非本公司董事或最高行政人員，其薪酬詳情如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
薪金、津貼及實物福利	1,068	1,993
花紅	690	1,277
以權益結算的股份獎勵開支	2,088	12,175
退休金計劃供款	49	111
總計	3,895	15,556

9. 五名最高薪酬僱員(續)

薪酬屬於以下範圍的非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員人數如下：

	僱員人數	
	2025年	2024年
3,500,001港元至4,000,000港元	1	–
5,000,001港元至5,500,000港元	–	1
10,000,001港元至10,500,000港元	–	1
總計	1	2

於上年度，本集團就一名非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員提供的服務向其授出股份獎勵，進一步詳情載於財務報表附註29的披露中。該等股份獎勵的公允價值已於歸屬期內的損益中確認，其公允價值乃於授出日期釐定，且本年度財務報表中所包含的金額已計入上述非董事且非最高行政人員的最高薪酬僱員的薪酬披露中。

於年內，本集團並未向非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員支付任何報酬，作為促使其加入或於其加入本集團時的誘因、或離職補償。

10. 所得稅

本集團須按實體基準按產生於或源自本集團成員公司註冊所在及經營所處司法權區的利潤繳納所得稅。

香港利得稅

香港利得稅乃就於年內在香港產生的估計應課稅利潤按8.25%的稅率作出撥備，而本集團的若干子公司為符合兩級制利得稅稅制資格的實體，則首2,000,000港元應課稅利潤按8.25%徵稅，其餘應課稅利潤按16.5%徵稅。

中國企業所得稅

中國企業所得稅(「企業所得稅」)撥備乃根據本集團若干中國子公司按《中國企業所得稅法》釐定的應課稅利潤的法定稅率25%計算。

於2024年，重慶迪悅化妝品有限公司及毛戈平形象設計的五家子公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣3,000,000元按5%稅率納稅。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

10. 所得稅(續)

中國企業所得稅(續)

於2025年，杭州至愛終生、杭州星屹及毛戈平形象設計的九家子公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣3,000,000元按5%稅率納稅。

本集團於年內所得稅開支主要構成分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
即期一年內支出	423,767	290,765
遞延稅項(附註27)	(22,056)	4,657
年內稅項支出總額	401,711	295,422

以本公司及大多數子公司註冊所在司法權區的法定稅率計算適用於除稅前利潤的稅項開支與以實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
除稅前利潤	1,607,151	1,176,751
按適用稅率25%納稅	401,788	294,188
享受較低優惠稅率的影響	(3,646)	(1,905)
子公司不同稅率的影響	(9)	-
不可扣稅開支	6,484	4,394
聯營公司應佔利潤	(2,906)	(1,255)
按本集團實際稅率計算的稅項支出	401,711	295,422

11. 股息

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
股息	-	1,000,000
擬宣派末期股息－每股普通股人民幣0.72元	352,935	-

本公司於2024年2月3日宣布向股東派發股息人民幣500,000,000元，此等股息已於2024年3月悉數發放。

本公司於2024年4月1日宣布向股東派發股息人民幣500,000,000元，此等股息已於2024年5月悉數發放。

本公司2024年度股東大會已於2025年5月13日批准派發截至2024年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣0.72元(含稅，共計股息人民幣約352,935,000元)，此等股息已於2025年6月20日派發。

擬向本公司股東宣派截至2025年12月31日止年度的末期股息每股人民幣1.00元(含稅)，合共約人民幣490,187,000元，須待本公司股東在即將召開的股東週年大會上批准。

12. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額根據母公司普通權益持有人應佔年內利潤及年內已發行普通股489,961,299股(2024年：404,713,975股)的加權平均數計算，經調整以反映於2024年3月21日的股份轉換。於截至2025年12月31日止年度，本集團並無已發行潛在攤薄普通股(2024年：無)。

每股基本及攤薄盈利的計算乃基於：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<u>盈利</u>		
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	1,204,094	880,611
	<u>股份數目</u>	
	2025年	2024年
<u>股份</u>		
用於計算每股基本盈利的年內已發行普通股加權平均數	489,961,299	404,713,975

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

13. 物業、廠房及設備

	租賃物業裝修 人民幣千元	汽車 人民幣千元	辦公設備 人民幣千元	樓宇 人民幣千元	在建工程 人民幣千元	總計 人民幣千元
2025年12月31日						
於2025年1月1日：						
成本	206,244	11,221	19,057	88,698	166,828	492,048
累計折舊	(149,121)	(8,524)	(13,677)	(41,836)	-	(213,158)
賬面淨值	57,123	2,697	5,380	46,862	166,828	278,890
於2025年1月1日，扣除累計折舊	57,123	2,697	5,380	46,862	166,828	278,890
添置	65,476	863	3,700	2,971	152,179	225,189
出售	(3)	(6)	(207)	-	-	(216)
年內計提折舊(附註6)	(40,205)	(1,199)	(2,716)	(3,093)	-	(47,213)
於2025年12月31日，扣除累計折舊	82,391	2,355	6,157	46,740	319,007	456,650
於2025年12月31日：						
成本	267,387	11,973	20,661	92,589	319,007	711,617
累計折舊	(184,996)	(9,618)	(14,504)	(45,849)	-	(254,967)
賬面淨值	82,391	2,355	6,157	46,740	319,007	456,650

13. 物業、廠房及設備(續)

	租賃物業裝修 人民幣千元	汽車 人民幣千元	辦公設備 人民幣千元	樓宇 人民幣千元	在建工程 人民幣千元	總計 人民幣千元
2024年12月31日						
於2024年1月1日：						
成本	175,889	10,382	17,736	88,698	60,106	352,811
累計折舊	(125,917)	(7,630)	(12,500)	(38,793)	-	(184,840)
賬面淨值	49,972	2,752	5,236	49,905	60,106	167,971
於2024年1月1日，扣除累計折舊						
添置	41,185	1,229	3,031	-	106,722	152,167
出售	-	(20)	(265)	-	-	(285)
年內計提折舊(附註6)	(34,034)	(1,264)	(2,622)	(3,043)	-	(40,963)
於2024年12月31日，扣除累計折舊	57,123	2,697	5,380	46,862	166,828	278,890
於2024年12月31日：						
成本	206,244	11,221	19,057	88,698	166,828	492,048
累計折舊	(149,121)	(8,524)	(13,677)	(41,836)	-	(213,158)
賬面淨值	57,123	2,697	5,380	46,862	166,828	278,890

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

14. 投資物業

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初：		
成本	3,891	3,891
累計折舊	(849)	(727)
賬面淨值	3,042	3,164
於年初，扣除累計折舊	3,042	3,164
年內計提折舊(附註6)	(71)	(122)
轉移至自住房物業	(2,971)	-
於年末，扣除累計折舊	-	3,042
於年末：		
成本	-	3,891
累計折舊	-	(849)
賬面淨值	-	3,042

15. 租賃

本集團作為承租人

本集團就其營運中使用的自營專櫃、辦公室、倉庫及租賃土地訂立租賃合約。自營專櫃的租期通常介乎1至5年。辦公室及倉庫的租期通常介乎18個月至10年。租賃土地的租期通常為50年內。一般而言，本集團不得將租賃資產轉讓及分租至本集團以外。若干租賃合約包括可變租賃付款，乃於下文進一步討論。

(a) 使用權資產

	自營專櫃 人民幣千元	辦公室及倉庫 人民幣千元	租賃土地 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2024年1月1日	13,674	25,959	12,421	52,054
添置	12,249	16,916	610,755	639,920
終止	–	(7,747)	–	(7,747)
因租賃變更而增加	7,035	16,306	–	23,341
年內計提折舊(附註6)	(16,504)	(20,073)	(4,305)	(40,882)
於2024年12月31日及2025年1月1日	16,454	31,361	618,871	666,686
添置	41,280	21,123	–	62,403
終止	(127)	(1,689)	–	(1,816)
匯兌調整	(75)	–	–	(75)
因租賃變更而增加	13,172	34	–	13,206
年內計提折舊(附註6)	(25,909)	(16,787)	(15,587)	(58,283)
於2025年12月31日	44,795	34,042	603,284	682,121

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

15. 租賃(續)

本集團作為承租人(續)

(b) 租賃負債

於年內，租賃負債的賬面值及變動如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初的賬面值	44,102	38,960
新租賃	62,403	29,165
於年內確認的利息增加(附註7)	2,322	2,230
終止	(1,854)	(8,295)
租賃變更	13,206	22,680
匯兌調整	(75)	—
付款	(43,660)	(40,638)
於年末的賬面值	76,444	44,102
分析為：		
即期部分	36,227	25,539
非即期部分	40,217	18,563

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
分析為：		
應償還租賃負債：		
1年內	36,227	25,539
1至2年	20,067	11,979
2至5年	15,317	6,584
5年以上	4,833	—
總計	76,444	44,102

租賃負債的到期情況分析披露於財務報表附註36。

15. 租賃(續)

本集團作為承租人(續)

(c) 於損益中確認的有關租賃的金額如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
租賃負債利息	2,322	2,230
使用權資產折舊費用	42,696	36,577
終止租賃收益淨額	(38)	(548)
並無計入租賃負債計量的可變租賃付款 (計入銷售及分銷開支)	22,109	12,470
與短期租賃及低價值租賃相關的費用 (計入行政開支以及銷售及分銷開支)	12,516	4,977
於損益確認的總額	79,605	55,706

(d) 可變租賃付款

本集團已租賃眾多零售店及購物中心的單元，該等租賃包含可變租賃付款條款，基於本集團從零售店及購物中心單元所產生的營業額而定。這些租賃還有最低年度基本租金安排。以下摘要提供了有關本集團可變租賃付款的資料，包括與固定付款相關的數額：

截至2025年12月31日止年度

	固定付款 人民幣千元	可變付款 人民幣千元	總計 人民幣千元
固定租金	43,660	–	43,660
可變租金最低付款額	–	22,109	22,109
總計	43,660	22,109	65,769

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

15. 租賃(續)

本集團作為承租人(續)

(d) 可變租賃付款(續)

截至2024年12月31日止年度

	固定付款 人民幣千元	可變付款 人民幣千元	總計 人民幣千元
固定租金	40,638	–	40,638
可變租金最低付款額	–	12,470	12,470
總計	40,638	12,470	53,108

(e) 租賃現金流出總額披露於財務報表附註31(c)中。

16. 其他無形資產

	軟件 人民幣千元
2025年12月31日	
於2025年1月1日的成本，扣除累計攤銷	2,778
添置	844
年內計提攤銷(附註6)	(865)
於2025年12月31日，扣除累計攤銷	2,757
於2025年12月31日：	
成本	7,840
累計攤銷	(5,083)
賬面淨值	2,757
2024年12月31日	
於2024年1月1日的成本，扣除累計攤銷	2,555
添置	1,058
年內計提攤銷(附註6)	(835)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷	2,778
於2024年12月31日：	
成本	6,996
累計攤銷	(4,218)
賬面淨值	2,778

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

17. 於聯營公司的投資

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應佔資產淨值	27,838	16,215
收購事項之商譽	20,339	20,339
總計	48,177	36,554

本集團應付聯營公司的貿易款項結餘於財務報表附註33(b)中披露。

下表說明個別並非屬重大的本集團聯營公司的財務資料匯總：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應佔聯營公司年內利潤	11,623	5,020
本集團於聯營公司的投資的合共賬面值	48,177	36,554

18. 存貨

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
原材料	20,948	16,858
在製品	41,288	44,046
製成品	456,395	262,870
總計	518,631	323,774

19. 貿易應收款項

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項	241,434	215,187
減值	(843)	(644)
賬面淨值	240,591	214,543

本集團的貿易應收款項通常來自通過門店及線上平台進行的銷售，通過門店及線上平台銷售有助於收回銷售所得款項。本集團通常向相關購物中心、大型零售商及線上平台授出60日內的信用期。逾期結餘由高級管理層定期檢討。貿易應收款項為不計息。

於各報告期末，根據交易日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
3個月內	240,062	214,777
3至6個月	921	274
6至12個月	334	15
1至2年	5	121
2年以上	112	—
總計	241,434	215,187

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初	644	1,846
減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	199	(873)
撤銷為不可收回的金額	—	(329)
於年末	843	644

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

19. 貿易應收款項(續)

於各報告期末採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃根據具有類似虧損模式的多個客戶類部組別(即按賬齡及客戶類別劃分)的逾期天數釐定。該計算反映概率加權結果、貨幣時間價值及於各報告期末可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理及可靠資料。

下表載列本集團使用撥備矩陣計算貿易應收款項的信用風險敞口的資料：

	於2025年12月31日		
	賬面總額 人民幣千元	預期信貸虧損率	預期信貸虧損 人民幣千元
違約應收款項	637	100.00%	637
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內	240,062	0.08%	202
3至6個月	396	0.25%	1
6至12個月	334	0.30%	1
1至2年	5	40.00%	2
總計	241,434	0.35%	843

	於2024年12月31日		
	賬面總額 人民幣千元	預期信貸虧損率	預期信貸虧損 人民幣千元
違約應收款項	–	100.00%	–
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內	214,777	0.29%	626
3至6個月	274	0.36%	1
6至12個月	15	0.00%	–
1至2年	121	14.05%	17
總計	215,187	0.30%	644

20. 預付款項、其他應收款項及其他資產

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
預付款項	46,897	35,951
按金及其他應收款項	30,095	22,636
可抵扣進項增值稅	6,105	3,699
可收回稅項	11	494
	83,108	62,780
減值撥備	(614)	(514)
總計	82,494	62,266
分析為：		
即期部分	78,401	62,266
非即期部分	4,093	—

減值分析於各報告期間末進行。本集團已根據香港財務報告準則第9號採用一般方法就非貿易性質其他應收款項計提預期信貸虧損撥備。本集團於計算預期信貸虧損率時已考慮過往虧損率，並就前瞻性宏觀經濟數據作出調整。

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初	514	3,069
減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	100	(2,555)
於年末	614	514

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

21. 衍生金融工具

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
外幣期權	5,101	—

該等外幣期權並非指定作對沖用途，並按公允價值計入損益計量。年內，非對沖性質的外幣期權公允價值變動人民幣5,101,000元(2024年：無)已計入損益及其他全面收益表。

22. 現金及現金等價物及限制性現金

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
現金及銀行結餘	2,443,456	2,846,623
減：限制性現金	2,171	50,167
現金及現金等價物	2,441,285	2,796,456
以人民幣計值	1,170,773	718,492
以港元計值	393,483	2,077,042
以美元計值	877,029	922
現金及現金等價物	2,441,285	2,796,456

人民幣不可自由兌換為其他貨幣，然而，根據中國內地《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，本集團可透過獲准進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行現金存款根據每日銀行存款利率的浮動利率計息。銀行結餘及限制性現金存於近期無違約記錄並具有信譽的銀行。

截至2024年12月31日，限制性現金主要包含計息銀行貸款擔保人民幣48,000,000元，以及作為履約保證金預留的人民幣2,000,000元。

23. 貿易應付款項

根據發票日期，各報告期間末貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
3個月內	157,590	91,793
3至6個月	498	6
6至12個月	316	3
1年以上	135	263
總計	158,539	92,065

貿易應付款項為不計息，且通常於30日至60日內結清。

24. 其他應付款項及應計費用

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
合約負債	(a)	138,863	108,960
其他應付款項	(b)	98,331	74,406
退款負債	(c)	876	974
企業所得稅之外的應付稅項		55,949	55,257
應計費用		62,719	37,975
應付薪資		106,653	112,558
客戶墊款		-	79
總計		463,391	390,209

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

24. 其他應付款項及應計費用(續)

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	於1月1日	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
已收客戶短期墊款			
產品銷售	3,614	789	2,963
化妝藝術培訓服務及相關銷售	22,907	28,703	30,083
會員忠誠度計劃	54,514	73,572	95,356
小計	81,035	103,064	128,402
銷售回扣產生的負債			
產品銷售	5,065	5,896	10,461
總計	86,100	108,960	138,863

合約負債主要包括產品銷售、銷售回扣、化妝藝術培訓服務及相關銷售及會員忠誠度計劃。

截至2024年12月31日及2025年12月31日，合約負債增加的主要原因是產品銷售增長，從而產生了更多的會員積分。

(b) 其他應付款項為無抵押、不計息並須按要求償還。

(c) 退款負債指因退還部分或全部已收(或應收)客戶對價的退款權利而產生的義務。本集團在報告期間未更新其對退款負債(以及交易價格的相應變動)的估計。

25. 計息銀行及其他借款

	於2024年12月31日		
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
流動			
計息銀行貸款—有抵押(附註a)	0.85–1.25	2025年	320,000

	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
分析為：		
計息銀行貸款：		
一年內	—	320,000
總計	—	320,000

附註：

- (a) 於2024年12月31日，本集團的限制性現金人民幣48,000,000元已予質押作為本集團獲授銀行貸款的擔保(附註22)。

於2024年12月31日，本集團人民幣300,000,000元的銀行融資中人民幣272,000,000元已動用。

26. 撥備

	質保
	人民幣千元
於2024年1月1日	374
額外撥備	90
年內已動用金額	(374)
於2024年12月31日及2025年1月1日	90
額外撥備	16
年內已動用金額	(90)
於2025年12月31日	16

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

26. 撥備(續)

本集團向客戶提供若干已售產品的7天至三年期質保。質保撥備金額乃根據銷量及過往更換水平的經驗估計。估計基準會持續審閱，並於適當情況下修改。

27. 遞延稅項

於年內遞延稅項資產及負債的變動情況如下：

遞延稅項資產

	貿易及 其他應收款項 減值 人民幣千元	存貨減值 人民幣千元	未兌換的 會員積分 人民幣千元	公司間交易 未實現利潤 人民幣千元	租賃負債 人民幣千元	應計開支 人民幣千元	退款負債及 撥備 人民幣千元	因稅收之故 而減速折舊 人民幣千元	稅項虧損 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2024年1月1日	1,142	1,973	13,275	18,983	8,607	4,136	285	-	3,304	51,705
年內計入/(扣自)損益的遞延稅項 (附註10)	(853)	(154)	4,771	(2,725)	2,418	(2,189)	(19)	217	(2,848)	(1,382)
於2024年12月31日及2025年1月1日	289	1,819	18,046	16,258	11,025	1,947	266	217	456	50,323
年內計入/(扣自)損益的遞延稅項 (附註10)	75	100	5,793	17,675	6,182	(67)	(43)	(217)	(321)	29,177
於2025年12月31日	364	1,919	23,839	33,933	17,207	1,880	223	-	135	79,500

27. 遞延稅項(續)

遞延稅項負債

	使用權資產 人民幣千元	退貨權資產 人民幣千元	按公允價值 計入損益的 金融工具的 公允價值調整 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2024年1月1日	8,706	29	-	8,735
年內扣自/(計入)損益的遞延稅項(附註10)	3,266	9	-	3,275
於2024年12月31日及2025年1月1日	11,972	38	-	12,010
年內扣自/(計入)損益的遞延稅項(附註10)	5,849	(3)	1,275	7,121
於2025年12月31日	17,821	35	1,275	19,131

就呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表內對銷。以下為就財務報告而言之本集團遞延稅項結餘的分析：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於綜合財務狀況表內確認之遞延稅項資產淨值	60,369	38,313

28. 股本

股份

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
已發行及繳足：		
490,186,900(2024年：478,423,400)普通股	245,094	239,212

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

28. 股本(續)

股份(續)

本公司股本變動概要如下：

	已發行股份數目	股本 人民幣千元
於2024年1月1日	60,000,000	60,000
股份轉換(附註(a))	140,000,000	140,000
股份拆細(附註(b))	200,000,000	—
首次公開發售發行股份(附註(c))	78,423,400	39,212
於2024年12月31日及2025年1月1日	478,423,400	239,212
發行股份(附註(d))	11,763,500	5,882
於2025年12月31日	490,186,900	245,094

附註：

- (a) 於2024年3月21日，通過股份溢價轉增股本人民幣49,550,000元及法定盈餘儲備轉增股本人民幣90,450,000元，本公司的股本由人民幣60,000,000元增至人民幣200,000,000元，分為200,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。
- (b) 於2024年3月24日，本公司決議按1:2比例將股份拆細，股票面值由發行上市時每股人民幣1.00元分拆為每股人民幣0.50元。
- (c) 於2024年12月10日，本公司就首次公開發售按每股29.8港元的價格發行了78,423,400股每股面值人民幣0.50元的普通股。相當於面值的所得款項42,388,000港元(相當於人民幣39,212,000元)計入本公司的股本。在扣除發行費用前，餘下所得款項2,294,629,000港元(相當於人民幣2,122,716,000元)計入股份溢價賬戶。
- (d) 於2025年1月4日，獨家整體協調人(為其本身及代表國際包銷商)已悉數行使超額配股權，涉及合共11,763,500股股份，佔全球發售項下(經計及發售量調整權獲部分行使後但於任何超額配股權獲行使前)可供認購的發售股份總數約15%，每股29.80港元。本公司於2025年1月8日已收取因配發及發行超額配發股份所得的額外所得款項淨額約336,500,000港元(相當於人民幣311,105,000元)(經扣除包銷費用及佣金後)。

29. 股份支付

員工激勵計劃

於2024年4月1日，本公司採納一項員工激勵計劃（「員工激勵計劃」），該計劃自採納日期起生效，可由本公司根據員工激勵計劃的條款及條件終止。根據員工激勵計劃授予的獎勵相關股份由本公司股東智循投資持有。

於2024年4月2日，本公司若干高級管理人員及僱員因其在過往及未來年度為本集團提供服務而獲授予合共600,000股本公司每股面值人民幣1.00元的股份，對價為人民幣1,800,000元。本集團自提交上市申請之日起24個月內未在證券交易所上市的，須按原價購回股份。250,000股股份授予一名高級管理人員，其應至少在本公司股份在任何證券交易所上市期間或自上市申請提交之日起12個月（以較早者為準）內留在本集團。其餘350,000股股份授予一名高級管理人員及兩名僱員，每三分之一的股份須於本公司股份在任何證券交易所上市年度的財政年度結束日期的每週年日歸屬。

以下為年內員工激勵計劃項下尚未行使的股份獎勵：

	加權平均認購價 每股人民幣元	股份數目
於2024年1月1日	—	—
年內授出	3.00	600,000
股份拆細		600,000
年內歸屬	1.50	(733,333)
於2024年12月31日	1.50	466,667
年內歸屬	1.50	(233,333)
於2025年12月31日	1.50	233,334

於截至2024年12月31日止年度內股份獎勵加權平均認購價於股份拆細前為每股人民幣3.00元以及股份拆細後為每股人民幣1.50元。

作為所授出股份回報的已接受服務的公允價值參考已授出股份的公允價值及僱員支付的認購價計量。已授出股份的公允價值按股份市值計量。已授出員工激勵計劃的公允價值約為人民幣20,100,000元，其中，截至2025年12月31日止年度，本集團確認股份薪酬開支人民幣3,654,000元（2024年：人民幣15,024,000元）。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

29. 股份支付(續)

限制性股票單位激勵計劃

本公司於2025年12月4日以股東決議的方式採納限制性股票單位激勵計劃(「**限制性股票單位激勵計劃**」)。限制性股票單位激勵計劃旨在進一步建立健全公司長效激勵機制，充分激發公司核心骨幹員工的積極性，構建事業共同體，將股東利益、公司利益和經營者個人利益有效結合在一起，共同推動公司持續健康發展。

限制性股票單位激勵計劃的激勵對象為本公司高級管理人員、中高層管理人員、公司認為對公司發展有特殊貢獻的核心崗位優秀人才、優秀員工以及公司引進的優秀人才。

根據限制性股票單位激勵計劃可發行的股份最高數目為3,921,495股H股。限制性股票單位激勵計劃自採納日期(即2025年12月4日)起計六(6)年內有效。

本公司為限制性股票單位激勵計劃之目的，委聘受託人(「**受託人**」)及委託機構(「**委託機構**」)、並簽訂有關委聘協議，由董事會及／或其授權人士指示該等受託人從二級市場購買公司H股並處理歸屬相關的事宜。購買H股的資金來源為本集團內部資金。董事會及／或其授權人士亦將指示受託人是否使用任何退還股份以達成限制性股票單位的授予。董事會及／或其授權人士可在向受託人發出的購買H股的指示中載列任何條件或條款，包括但不限於具體購買價或價格區間、購買資金的最高金額及／或將購買H股的最高數目。

於2025年12月31日(「**授出日**」)，根據限制性股票單位激勵計劃，共向123名僱員以每股45.12港元的認購價授出1,000,827股股份。

所有已授予的限制性股票單位均須符合服務及業績條件。僱員可按以下安排分期行使限制性股票單位：

- (1) 三分之一的限制性股票單位將於授出日首個週年日起30日內歸屬，惟須本公司2025年年度報告已刊發至少六個月；
- (2) 三分之一的限制性股票單位將於本公司2026年年度報告刊發至少六個月後的30日內歸屬；
- (3) 剩餘三分之一的限制性股票單位將於本公司2027年年度報告刊發至少六個月後的30日內歸屬。

29. 股份支付(續)

限制性股票單位激勵計劃(續)

以下為截至2025年12月31日止年度限制性股票單位激勵計劃項下尚未行使的股份：

	加權平均認購價 每股港元	股份數目
於2025年1月1日	—	—
年內授出	45.12	1,000,827
於2025年12月31日	45.12	1,000,827

於截至2025年12月31日止年度內股份獎勵加權平均認購價為每股45.12港元。

作為所授出股份回報的已接受服務的公允價值參考已授出股份的公允價值及僱員支付的認購價計量。已授出股份的公允價值按股份市值計量。限制性股票單位激勵計劃的公允價值約為人民幣33,067,000元。由於股份於2025年12月31日授出，限制性股票單位激勵計劃項下並未確認以股份為基礎的薪酬開支。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

30. 儲備

於年內，本集團的儲備及變動金額呈列於綜合權益變動表內。

股份溢價

本公司股份溢價指本公司股東於本公司於2015年11月改制為股份公司後繳納的股份溢價及本公司首次公開發售及行使超額配股權所募集的股份溢價。

於2024年3月21日，股份溢價人民幣49,550,000元已轉增股本(附註28)。

法定盈餘儲備

根據《中華人民共和國公司法》，本集團若干子公司(為內資企業)必須將根據中國相關會計準則確定的除稅後利潤的10%計入法定盈餘儲備，直至儲備達到註冊資本的50%。根據《中華人民共和國公司法》所載若干限制，部分法定盈餘儲備可轉為註冊資本，但轉增資本後的結餘不得少於註冊資本的25%。

於2024年3月21日，法定盈餘儲備人民幣90,450,000元已轉增股本(附註28)。

匯兌波動儲備

匯兌波動儲備乃用於記錄功能貨幣並非人民幣的實體的財務資料換算產生的匯兌差額。

31. 綜合現金流量表附註

(a) 主要非現金交易

於年內，本集團因自營專櫃、辦公室及倉庫的租賃安排而新增的非現金使用權資產及租賃負債為人民幣75,609,000元(2024年：人民幣29,165,000元)。

截至2024年12月31日止年度，預付租賃土地款項為人民幣118,540,000元，該款項乃自2023年支付之投標保證金轉撥而來。

截至2024年12月31日止年度，本集團獲授計息銀行貸款人民幣420,000,000元，銀行預扣利息人民幣3,059,000元後，收到現金人民幣416,941,000元。本集團已於2024年10月償還人民幣100,000,000元，並於2025年償還剩餘結餘。

截至2025年12月31日止年度，計息銀行貸款預付款項人民幣372,000元從利息收入中扣除。

31. 綜合現金流量表附註(續)

(b) 融資活動產生的負債變動

	銀行及其他貸款 人民幣千元	租賃負債 人民幣千元	應付股息 人民幣千元
於2025年1月1日	320,000	44,102	-
已宣派股息	-	-	352,935
融資現金流量變動	(319,628)	(43,660)	(352,935)
因租賃終止而減少	-	(1,854)	-
租賃變更	-	13,206	-
新租賃	-	62,403	-
匯兌調整	-	(75)	-
自銀行借款還款中扣除的利息收入	(372)	-	-
應計利息開支	-	2,322	-
於2025年12月31日	-	76,444	-
於2024年1月1日	-	38,960	25,000
已宣派股息	-	-	1,000,000
融資現金流量變動	316,941	(40,638)	(1,025,000)
因租賃終止而減少	-	(8,295)	-
租賃變更	-	22,680	-
新租賃	-	29,165	-
應計利息開支	3,059	2,230	-
於2024年12月31日	320,000	44,102	-

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

31. 綜合現金流量表附註(續)

(c) 租賃現金流出總額

綜合現金流量表中所列租賃現金流出總額如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
經營活動內	34,625	17,447
投資活動內	—	492,215
融資活動內	43,660	40,638
總計	78,285	550,300

32. 承諾

本集團於各報告期間末的合約承諾如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
在建工程	185,548	293,485

在建工程的合約承諾主要與本集團位於杭州的生產設施、杭州研發中心及總部的在建工程有關。

本集團於2024年1月與當地政府機關就一塊土地簽訂了投資開發協議，據此，本集團同意將該地塊用於興建總部，且須於約定時限內完工，施工及安裝成本總計不得低於人民幣400,000,000元。

33. 關聯方交易

名稱	關係
杭州尚都科技有限公司(「尚都科技」)	由一名股東控制的實體
華美康妍(蘇州)生物科技有限公司(「華美康妍」)	一名聯繫人
九寰投資	由股東控制的實體
智循投資	由股東控制的實體

33. 關聯方交易(續)

(a) 於年內，本集團與關聯方進行了以下交易：

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
向以下各方購買產品：			
華美康妍	(i)	43,654	23,037
向以下各方支付租金及物業管理費：			
尚都科技	(ii)	4,882	4,811
向以下各方提供貸款：			
智循投資	(iii)	-	165,000
九寰投資	(iii)	-	100,000
		-	265,000
來自以下各方的利息收入：			
智循投資	(iii)	-	193
代以下各方應付：			
毛戈平先生	(iv)	-	11,936
汪立群女士	(iv)	-	3,104
毛霓萍女士	(iv)	-	3,104
毛慧萍女士	(iv)	-	2,626
汪立華先生	(iv)	-	1,671
宋虹姪女士	(iv)	-	1,432
		-	23,873
姓名及肖像權許可費支付予：			
毛戈平先生	(v)	2,771	166

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

33. 關聯方交易 (續)

(a) 於年內，本集團與關聯方進行了以下交易：(續)

附註：

- (i) 向關聯方購買按關聯方向其主要客戶提供的公開價格及條件進行。
- (ii) 租金及物業管理費參考雙方共同協定的價格收取。
- (iii) 根據本集團與智循投資及九寰投資於2024年1月16日訂立的貸款協議，本集團同意向智循投資及九寰投資提供最高合共人民幣300,000,000元的貸款。每筆貸款均為無抵押且須於三個月內償還，年利率為2.4%。

截至2024年12月31日止年度，本集團向智循投資及九寰投資分別發放貸款人民幣165,000,000元及人民幣100,000,000元，均已於2024年12月31日悉數償還。
- (iv) 代董事應付款項乃因股份溢價及法定盈餘儲備轉增股本而應向有關稅務機關繳納的代扣代繳個人所得稅。
- (v) 根據2024年11月25日訂立的冠名及肖像權許可框架協議，毛戈平先生同意授予本集團使用其姓名及肖像權的排他及不可轉讓許可，每年許可費為2.98百萬港元。許可費由本集團與毛戈平先生經公平磋商後釐定。冠名及肖像權許可框架協議的初始期限自2024年12月10日起至2026年12月31日止，經雙方同意可續期。
- (vi) 於2024年4月1日，本公司與毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹姪女士訂立一份股份轉讓協議，據此本公司同意以零對價將杭州尚都匯22.80%的股權轉讓予彼等。由於杭州尚都匯22.80%股權所對應的股本尚未繳納，有關出資義務同時轉讓予受讓人。

為促進杭州尚都匯所持物業的開發，加快相關行政手續辦理，於2024年10月23日，本公司以對價人民幣96,000,000元收購杭州尚都匯剩餘22.8%股權，相當於毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹姪女士的出資總額。轉讓後，杭州尚都匯成為本公司的直接全資子公司。

33. 關聯方交易 (續)

(b) 與關聯方的未結餘額：

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應付一個關聯方款項(貿易)			
華美康妍	(i)	5,137	2,948
租賃負債(貿易)			
尚都科技	(ii)	—	341
應付一名董事款項(貿易)			
毛戈平先生	(iii)	—	166

附註：

- (i) 於2024年及2025年12月31日，本集團與關聯方的未結餘額均為無抵押、免息及須按要求償還。
- (ii) 本集團已就辦公室與尚都科技訂立多份租賃協議。交易乃按照與尚都科技協定的價格及條款進行。
- (iii) 截至2024年12月31日，本集團因使用毛戈平先生的名字及肖像權而應付毛戈平先生的未償還餘額為人民幣166,000元。

(c) 本集團主要管理人員的薪酬：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
薪金、花紅、津貼及實物福利	32,097	29,838
以權益結算的股份獎勵開支	2,088	12,175
退休金計劃供款	241	458
已付主要管理人員的薪酬總額	34,426	42,471

有關董事及監事酬金的進一步詳情載於財務報表附註8。

上述向尚都科技租賃辦公室所涉及的關聯方交易，亦構成《上市規則》第14A章所界定的關連交易或持續關連交易。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

34. 按類別劃分的金融工具

於各報告期間末，各類金融工具的賬面值如下：

2025年12月31日

金融資產

	按公允價值 計入損益的 金融資產		總計 人民幣千元
	強制指定 為此類別者 人民幣千元	按攤銷成本 計量的金融資產 人民幣千元	
貿易應收款項	-	240,591	240,591
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產	-	29,481	29,481
衍生金融工具	5,101	-	5,101
限制性現金	-	2,171	2,171
定期存款	-	992,638	992,638
現金及現金等價物	-	2,441,285	2,441,285
總計	5,101	3,706,166	3,711,267

金融負債

	按攤銷成本計量的 金融負債 人民幣千元
貿易應付款項	158,539
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	161,050
應付一個關聯方款項	5,137
總計	324,726

34. 按類別劃分的金融工具(續)

於各報告期間末，各類金融工具的賬面值如下：(續)

2024年12月31日

金融資產

	按攤銷成本計量的 金融資產 人民幣千元
貿易應收款項	214,543
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產	22,122
限制性現金	50,167
現金及現金等價物	2,796,456
總計	3,083,288

金融負債

	按攤銷成本計量的 金融負債 人民幣千元
貿易應付款項	92,065
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	112,381
計息銀行及其他借款	320,000
應付一名董事款項	166
應付一個關聯方款項	2,948
總計	527,560

35. 金融工具的公允價值及公允價值層級

管理層已評估現金及現金等價物、限制性現金、定期存款、貿易應收款項、貿易應付款項、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產、計入其他應付款項及應計費用的金融負債以及應付一個關聯方款項的公允價值與其賬面值相若，主要是由於該等工具於短期內到期。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

35. 金融工具的公允價值及公允價值層級(續)

除以強迫或清盤出售外，金融資產及負債的公允價值乃按於當前交易中交易雙方願意就交換工具付出的金額列賬。以下方法及假設用於估計公允價值：

本集團與一家商業銀行訂立衍生金融工具。衍生金融工具(包括外幣期權)採用類似遠期定價及掉期模式的估值技術，並採納現值計算進行計量。該等模型納入多項市場可觀察輸入數據，包括對手方信貸質素、外匯現貨及遠期匯率。外幣期權的賬面值與其公允價值相同。

公允價值層級

下表載列本集團金融工具公允價值計量層級：

按公允價值計量的資產：

於2025年12月31日

	採用以下基準計量的公允價值			總計 人民幣千元
	於活躍	重大可觀察	重大不可觀察	
	市場的報價	輸入數據	輸入數據	
	(第一層級)	(第二層級)	(第三層級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
衍生金融工具	-	5,101	-	5,101
總計	-	5,101	-	5,101

於2024年12月31日，本集團並無任何按公允價值計量的金融資產。

於2025年12月31日，本集團並無任何按公允價值計量的金融負債(2024年：無)。

年內，金融資產及金融負債均無第一層級與第二層級公允價值計量之間的轉移，亦無轉入或轉出第三層級的情況(2024年：無)。

36. 財務風險管理目標及政策

本集團的主要金融工具包括現金及現金等價物。該等金融工具的主要目的是為本集團的營運籌措資金。本集團擁有多種其他金融資產及負債，例如貿易及其他應收款項、其他應付款項及應計費用以及貿易應付款項，該等資產及負債直接產生於本集團的經營活動。

本集團亦訂立衍生工具交易，主要包括外幣期權，旨在管理本集團營運及融資所產生的貨幣風險。

本集團金融工具產生的主要風險為外幣風險、信用風險及流動資金風險。董事會對管理各項該等風險的政策進行審閱及協定，該等政策概述如下。本集團有關衍生工具的會計政策載於財務報表附註2.4。

外幣風險

外幣風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。人民幣與本集團經營業務所用的其他貨幣之間的匯率波動可能會影響本集團的財務狀況及經營業績。本集團尋求通過盡量減少外幣淨持倉量以限制所承受的外幣風險。

下表列示於報告期末在所有其他可變因素維持不變的情況下，本集團的除稅前利潤(因港元及美元計值金融工具而產生)及本集團權益對外幣匯率出現合理可能變動的敏感度。

	外幣匯率	除稅前利潤	權益
	上升/(下降)	上升/(下降)	上升/(下降)
	%	人民幣千元	人民幣千元
2025年			
倘人民幣兌港元貶值	5	42,504	42,504
倘人民幣兌港元升值	(5)	(42,504)	(42,504)
倘人民幣兌美元貶值	5	43,851	43,851
倘人民幣兌美元升值	(5)	(43,851)	(43,851)

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

36. 財務風險管理目標及政策(續)

外幣風險(續)

	外幣匯率 上升/(下降) %	除稅前利潤 上升/(下降) 人民幣千元	權益 上升/(下降) 人民幣千元
2024年			
倘人民幣兌港元貶值	5	103,852	103,852
倘人民幣兌港元升值	(5)	(103,852)	(103,852)
倘人民幣兌美元貶值	5	46	46
倘人民幣兌美元升值	(5)	(46)	(46)

信用風險

本集團主要與獲認可且信譽良好的第三方進行交易。本集團的政策是所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用驗證程序。此外，持續監測應收款項結餘，而本集團的壞賬風險並不重大。

最高風險及年末階段

下表列示基於本集團信用政策的信用質量及最大信用風險敞口，主要根據逾期資料(除非有其他無須付出過多成本或努力即可獲得的資料)及於12月31日的年末階段分類得出。呈列金額為金融資產的賬面總值。

36. 財務風險管理目標及政策(續)

信用風險(續)

最高風險及年末階段(續)

2025年12月31日

	12個月	全期預期信貸虧損			總計
	預期信貸虧損	階段1	階段2	階段3	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	簡化法 人民幣千元	
貿易應收款項*	-	-	-	241,434	241,434
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產					
- 正常**	29,481	-	-	-	29,481
- 可疑**	614	-	-	-	614
限制性現金					
- 正常	2,171	-	-	-	2,171
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	2,441,285	-	-	-	2,441,285
定期存款					
- 尚未逾期	992,638	-	-	-	992,638
總計	3,466,189	-	-	241,434	3,707,623

2024年12月31日

	12個月	全期預期信貸虧損			總計
	預期信貸虧損	階段1	階段2	階段3	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	簡化法 人民幣千元	
貿易應收款項*	-	-	-	215,187	215,187
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產					
- 正常**	22,122	-	-	-	22,122
- 可疑**	514	-	-	-	514
限制性現金					
- 正常	50,167	-	-	-	50,167
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	2,796,456	-	-	-	2,796,456
總計	2,869,259	-	-	215,187	3,084,446

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

36. 財務風險管理目標及政策(續)

信用風險(續)

最高風險及年末階段(續)

- * 就本集團應用減值簡化法的貿易應收款項而言，基於撥備矩陣的資料於財務報表附註19披露。
- ** 計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產的信用質量，在未逾期且並無資料表明該金融資產自初始確認以來信用風險大幅增加時，被視為「正常」。否則，金融資產的信用質量被視為「可疑」。

本集團因貿易應收款項而面臨的信用風險的進一步定量數據披露於財務報表附註19。

流動資金風險

本集團利用經常性流動性規劃工具監控資金短缺風險。該工具計及其金融投資和金融資產(比如貿易應收款項及其他金融資產)的期限以及預測的經營所得現金流量。

本集團的目標是通過使用其他借款，在資金的連續性和靈活性之間保持平衡。

於各報告期間末，本集團根據合約未貼現付款計算的金融負債的到期日如下：

	2025年12月31日				
	按要求 人民幣千元	少於3個月 人民幣千元	3至12個月 人民幣千元	1至5年 人民幣千元	總計 人民幣千元
貿易應付款項	4,915	153,624	-	-	158,539
應付一個關聯方款項	-	5,137	-	-	5,137
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	32,084	117,980	10,986	-	161,050
租賃負債	-	9,936	27,512	43,469	80,917
合約未貼現付款總額及 預期末貼現付款總額	36,999	286,677	38,498	43,469	405,643

36. 財務風險管理目標及政策(續)

流動資金風險(續)

	2024年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項	2,718	89,347	-	-	92,065
計息銀行及其他借款	-	100,000	220,000	-	320,000
應付一個關聯方款項	-	2,948	-	-	2,948
應付一名董事款項	-	166	-	-	166
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	12,769	90,104	9,508	-	112,381
租賃負債	-	12,919	13,500	19,649	46,068
合約未貼現付款總額及 預期未貼現付款總額	15,487	295,484	243,008	19,649	573,628

資本管理

本集團資本管理的主要目的為確保本集團持續經營能力以及維持穩健的資本比率，以支持其業務及為股東爭取最大價值。

本集團考慮經濟狀況變化及相關資產的風險特徵來管理其資本架構並作出調整。為維持或調整資本架構，本集團或會調整支付予股東的股息、退回股本予股東或發行新股。本集團不受任何外部資本限制的約束。於年內，本集團的資本管理目標、政策或程序未發生變化。

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

36. 財務風險管理目標及政策(續)

資本管理(續)

本集團採用資產負債比率(即債務除以總資產)監控資本。債務包括租賃負債、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用以及計息銀行及其他借款。於各報告期間末的資產負債比率如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
計息銀行及其他借款	—	320,000
租賃負債	76,444	44,102
貿易應付款項	158,539	92,065
其他應付款項及應計費用	463,391	390,209
債務	698,374	846,376
總資產	5,532,985	4,473,469
資產負債比率	12.62%	18.92%

37. 報告期後事項

本公司於2026年1月以29,792,000港元的總代價於香港聯交所購回其337,300股股份。所購回股份用於限制性股票單位激勵計劃。

38. 本公司的財務狀況表

有關本公司於報告期間末的財務狀況表如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
非流動資產		
物業、廠房及設備	83,740	78,669
使用權資產	5,966	7,848
其他無形資產	1,030	1,584
於子公司的投資	917,998	811,963
遞延稅項資產	15,893	14,075
非流動資產總值	1,024,627	914,139
流動資產		
存貨	576,980	321,454
貿易應收款項	182,644	176,701
預付款項、其他應收款項及其他資產	59,250	20,618
應收子公司款項	150,066	36,185
衍生金融工具	5,101	–
限制性現金	2,002	50,000
現金及現金等價物	1,952,681	2,449,103
定期存款	932,638	–
流動資產總值	3,861,362	3,054,061
流動負債		
貿易應付款項	57	57
其他應付款項及應計費用	219,115	199,367
計息銀行及其他借款	–	320,000
應付子公司款項	199,657	134,280
應付一名董事款項	–	166
租賃負債	2,700	3,733
應付稅項	125,398	102,051
流動負債總額	546,927	759,654
流動資產淨值	3,314,435	2,294,407
總資產減流動負債	4,339,062	3,208,546

財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

38. 本公司的財務狀況表(續)

有關本公司於報告期間末的財務狀況表如下：(續)

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
總資產減流動負債	4,339,062	3,208,546
非流動負債		
租賃負債	1,649	2,580
非流動負債總額	1,649	2,580
資產淨值	4,337,413	3,205,966
權益		
股本	245,094	239,212
儲備(附註)	4,092,319	2,966,754
權益總額	4,337,413	3,205,966

38. 本公司的財務狀況表(續)

有關本公司於報告期間末的財務狀況表如下：(續)

附註：

本公司儲備概要如下：

	股份獎勵		法定盈餘儲備	保留利潤	總計
	股份溢價	計劃儲備			
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日	49,550	-	108,532	1,184,100	1,342,182
以權益結算的股份獎勵開支	-	14,074	-	-	14,074
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	729,826	729,826
股份轉換	(49,550)	-	(90,450)	-	(140,000)
向股東宣派的股息	-	-	-	(1,000,000)	(1,000,000)
首次公開發售發行股份	2,020,672	-	-	-	2,020,672
轉入法定盈餘儲備	-	-	139,812	(139,812)	-
於2024年12月31日及2025年1月1日	2,020,672	14,074	157,894	774,114	2,966,754
以權益結算的股份獎勵開支	-	3,134	-	-	3,134
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	1,170,143	1,170,143
向股東宣派的股息	-	-	-	(352,935)	(352,935)
發行股份	305,223	-	-	-	305,223
股份獎勵計劃儲備於歸屬時轉撥	16,192	(16,192)	-	-	-
於2025年12月31日	2,342,087	1,016	157,894	1,591,322	4,092,319

39. 財務報表的批准

本財務報表於2026年3月26日經董事會批准及授權刊發。

釋義

於本年報內，除非文義另有所指，下列詞彙具有以下涵義：

「公司章程」或「章程」	指	本公司的公司章程，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「董事會」	指	本公司的董事會
「複合年增長率」	指	複合年增長率，指同比增長率，按在特定時期內總增長率百分比的n次方根計算得出。複合年增長率的計算公式為： $(\text{現有價值} / \text{基礎價值})^{(1 / \text{年數})} - 1$
「企業管治守則」	指	於報告期生效的上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「本公司」	指	毛戈平化妝品股份有限公司，一家於2000年7月28日在中國成立的有限公司，其H股於聯交所主板上市(股份代號：1318)
「控股股東」	指	具有上市規則賦予的涵義
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「本報告日期」	指	2026年3月26日
「智循投資」	指	新余市智循項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州帝景投資管理合夥企業(有限合夥))，一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為本公司控股股東之一
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	招股章程「全球發售的架構」一節所述的發售股份以供認購
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「杭州至愛終生」	指	杭州至愛終生化妝品有限公司，為本公司直接全資附屬公司

「杭州毛戈平」	指	杭州毛戈平化妝品有限公司，一家於2000年7月28日在中國成立的有限公司，為本公司前身
「杭州尚都匯」	指	杭州尚都匯化妝品科技有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「杭州星屹」	指	杭州星屹股權投資有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.50元的境外上市外資股，以港元認購及買賣
「H股股東」	指	H股持有人
「H股全流通」	指	將228,344,600股非上市股份轉換為H股
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港財務報告準則會計準則」	指	香港會計師公會頒佈的所有香港財務報告準則的香港會計準則及詮釋
「九寰投資」	指	新余市九寰項目投資合夥企業(有限合夥)(前稱杭州嘉馳投資管理合夥企業(有限合夥))，一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為本公司控股股東之一
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「上市」	指	H股於2024年12月10日於聯交所主板上市
「上市日期」	指	H股於聯交所主板上市及H股獲准自該日起於聯交所主板開始買賣的日期，即2024年12月10日

釋義

「上市規則」	指	聯交所證券上市規則，經不時修訂、修改或以其他方式補充
「毛戈平形象設計」	指	杭州毛戈平形象設計藝術有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「毛戈平科技」	指	杭州毛戈平科技有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「毛先生」	指	我們的創始人、董事長兼執行董事毛戈平先生，亦為本公司控股股東之一
「汪女士」	指	執行董事兼副董事長汪立群女士，亦為本公司控股股東之一
「ODM」	指	原始設計製造，製造商按照客戶的要求設計並製造產品，並最終以客戶的品牌或無具體品牌進行營銷並銷售
「招股章程」	指	本公司日期為2024年12月2日的招股章程
「報告期」	指	截至2025年12月31日止年度
「限制性股票單位」	指	限制性股票單位賦予承授人在歸屬後獲得H股的有條件權利
「限制性股票單位激勵計劃」	指	本公司股東於2025年12月4日通過決議採納的限制性股票單位激勵計劃
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.50元的普通股，包括非上市股份及H股
「股東」	指	股份持有人
「單品」	指	庫存單位，有助於識別及跟蹤庫存

「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「非上市股份」	指	本公司發行的每股面值人民幣0.50元的普通股，以人民幣認購或入賬列作繳足並由境內股東持有
「浙江匯都」	指	浙江匯都化妝品有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「%」	指	百分比