

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

CCM 上美股份

Shanghai Chicmax Cosmetic Co., Ltd.

上海上美化妝品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2145)

截至2025年12月31日止年度全年業績公告

上海上美化妝品股份有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2025年12月31日止年度(「報告期」)的綜合業績，連同截至2024年12月31日止年度的比較數字。除本公告另有界定者外，本公告所用詞彙與本公司日期為2025年3月26日的2024年全年業績公告所界定者具有相同涵義。

表現摘要

	截至12月31日止年度		同比變動 %
	2025年	2024年	
	人民幣百萬元		
收入	9,177.8	6,792.5	35.1
毛利	7,014.7	5,109.4	37.3
本年度溢利	1,154.2	803.3	43.7

財務摘要

我們的收入由2024年全年的人民幣6,792.5百萬元增加至2025年全年的人民幣9,177.8百萬元。我們的毛利由2024年全年的人民幣5,109.4百萬元增加至2025年全年的人民幣7,014.7百萬元。我們2025年全年利潤為人民幣1,154.2百萬元，而2024年全年利潤為人民幣803.3百萬元。

董事會建議派付截至2025年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.75元。截至2024年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.75元已獲股東於2025年5月6日舉行的股東會上批准，並已經完成派息。截至2025年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.5元已獲股東於2025年9月25日舉行的股東會上批准，並已經完成派息。

管理層討論與分析

業務回顧及展望

業務回顧

上美股份是科研賦能的多品牌化妝品行業領導者，佈局大眾護膚、母嬰&青少年、洗護個護、彩妝、功效(醫學)護膚、高端護膚六大賽道，在全球分別自建兩大跨國科研中心和兩大跨國供應鏈基地。我們專注實行多品牌戰略，自成立以來，我們一直奉行該戰略。憑藉逾20年的運營歷史，如今我們作為中國化妝品行業內擁有全面的多品牌發展、運營能力和專業知識的領跑者之一，成功打造了多個受歡迎化妝品品牌。我們最初果斷地採取並堅持多品牌戰略，給予我們及時把握市場先機的優勢，讓我們從同業中脫穎而出。

韓束

韓束於2003年推出，定位為「科學抗衰」護膚品牌，專注滿足各年齡段亞洲女性不斷變化的抗衰需求，擁有廣泛的目標客戶群，是定位抗衰護膚品市場的首選品牌。20年多來，韓束持續深耕抗衰領域研究，不斷推出更好的產品，致力於把韓束打造成中國化妝品超級品牌。

根據行業媒體發佈，2025年，韓束線上渠道GMV位列美妝國貨品牌第一。

2025年，韓束以科研為基石，持續深耕肽類研發領域。其中，以「環六肽-9」為核心成份的韓束紅蠻腰系列持續熱銷，銷售表現一路長虹。與此同時，品牌不斷完善X肽高端系列產品線，陸續推出X肽精華、水乳、次拋及潔面等新品，構建更加完整的多肽抗皺護膚體系。基於韓束紅蠻腰與X肽系列的多肽科研成果，品牌重磅發佈行業內容資產《韓束多肽紅寶書》，並在歐洲皮膚病與性病學會年會(EADV)首次亮相。韓束也由此成為首個受邀參會的國貨美妝品牌，進一步彰顯品牌科研實力與行業影響力，將中國成份帶向世界。

同年，韓束紅運彩妝系列正式問世，紅運粉餅、紅運氣墊、紅運粉底液等新品陸續上市，持續豐富彩妝產品矩陣，並跟隨《巴黎合夥人》出海綜藝走向國際舞台，在巴黎驚艷亮相，在全球時尚語境中展現中國美妝品牌的獨特魅力。

與此同時，韓束在男士、頭部護理及身體護理等品類上持續發力，不斷推陳出新，並憑藉良好的市場反饋，進一步拓展消費人群與使用場景，滿足更加多元化的消費需求，推動品牌向全品類美尚品牌穩步進階。

2025年，韓束以「精準佈局、全域破圈、價值沉澱」為核心營銷戰略，以系統化運營和精細化策略，實現營銷效能與品牌價值的雙重躍升。

在品牌溫度關懷層面，韓束延續過往非遺文化合作，聚焦春節、婦女節兩大核心節點，以「文化賦能+情感共鳴」為抓手，持續深化「韓束紅運」核心品牌內涵，實現品牌溫度傳遞，沉澱品牌資產。

同時，在全年搭建完善代言人矩陣策略，構建層次清晰、覆蓋多元的全域代言體系。簽約國際頂流藝人王嘉爾為韓束品牌全球代言人，以其國際影響力與韓束科研實力深度綁定，展現品牌質感與高端形象。全新簽約劉浩存、田栩寧、章昊作為品牌代言人，通過內容共創、線上線下多點位強曝光等方式，實現各品類精準破圈，有效提升品牌好感度與用戶黏性，為生意勢能持續增長提供有力支撐。

我們致力鞏固韓束作為國內領先科學抗衰品牌的市場地位，更希望以多元、高效的品質產品，滿足中國最廣大消費者的日常美業需求。我們致力於研發更尖端技術，以更好滿足韓束消費者不斷提高的需求。

韓束於2025年產生的收入為人民幣7,359.6百萬元，較2024年增加31.6%，佔我們年內總收入的80.2%。

***newpage* 一頁**

newpage 一頁品牌於2022年5月推出，是專注於敏感肌的嬰童功效型護膚品牌，由知名演員章子怡女士、育兒專家崔玉濤先生及科學家團隊聯合創立，定位於「醫研共創」，形成用戶+兒科經驗+科研的閉環，主張天然精簡、科普專業、安心有效、環境友好。產品方面，*newpage* 一頁已佈局0-18歲全年齡段孩子護膚、洗沐、清潔三大方向。

線上，大單品*newpage* 一頁嬰童安心霜在天貓嬰童面霜榜單中持續位列第一。2025年夏季，*newpage* 一頁叮叮舒緩噴霧、*newpage* 一頁爽身露等夏季產品廣受好評，2025年冬季，*newpage* 一頁嬰童潤膚油通過精準切入「以油養膚」強勢爆發，穩列抖音寶寶潤膚油類目第一，*newpage* 一頁護唇膏在雙十一期間售罄，*newpage* 一頁通過強品牌力、產品力、營銷力、渠道力，品類銷售結構呈現多品類爆發良性健康狀態。

隨著對嬰童護膚領域的深入研究，*newpage* 一頁洞察不同年齡段兒童肌膚的獨特需求，以嬰童護膚的高標準，為0-6歲嬰童肌、6-12歲學齡肌、12-18歲青少年肌推出更具針對性的護膚解決方案，滿足更多市場精細化的產品需求，搶佔不同年齡段孩子的護膚市場份額，讓*newpage* 一頁的專業守護伴隨孩子成長。

於2025年，*newpage*一頁更加重視和消費者建立更深、更多的同頻連接。同時，*newpage*一頁還聯合央媒新華網打造權威對話訪談，以醫研級產品功效力幫助化解當代父母的育兒焦慮。2025年12月，*newpage*一頁品牌重磅推出打磨近2年的特護系列產品－特護霜、沐浴油。品牌深度剖析特皮人群，聯合特皮用戶拍攝紀實訪談片「藏在皮膚裡的情緒」，發起「特皮友好夥伴計劃」，吸引了8個不同行業的品牌好友及上海兒童基金會一起參與，為特皮人群創造友好的生活環境。同時和創始人崔玉濤的養育中心，共同編撰特皮護理指南贈予特皮家庭。*newpage*一頁不止向用戶提供產品，而是回望品牌全年齡段功效護膚的初心，切實幫助特皮家庭，讓孩子健康快樂成長。

2025年，*newpage*一頁品牌獲得天貓金嬰獎、年度新銳品牌，抖音年度先鋒品牌，小紅書年度成長型品牌等榮譽。同時經艾瑞諮詢認證，*newpage*一頁品牌在中國兒童面霜領域為全網銷售額第一，在中國高端嬰童潤膚油領域為全網銷量第一。

*newpage*一頁於2025年產生的收入為人民幣879.6百萬元，較2024年增加134.2%，佔年內總收入的9.6%。

紅色小象

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

2025年，品牌層面，紅色小象繼續加強品牌力建設，聚焦全場景的成長守護，結合春節、兒童節、開學等節點推出營銷及公益活動，提升品牌溫度。

產品層面，紅色小象迭代嬰童系列護膚、洗護產品，成份、包裝升級，推出雙層兒童彩妝禮盒，持續做足心意和儀式感；青少年線方面，不斷豐富產品品類，從護膚、洗護、防曬、唇部護理等實現青少年日常護理需求全覆蓋，保持紅色小象品牌在中國嬰童護理板塊的領先地位。

品牌營銷層面，圍繞春節的年味、兒童節的孩子氣、年底聖誕節&元旦節孩子心中的光等豐富場景進行情感營銷，守護孩子們心中的快樂；公益層面，推出「安心守護計劃」，4月2日世界自閉症日，紅色小象開設愛心主題繪畫療愈課程，鼓勵自閉症孩子寫下心願，希望讓更多人聽見他們的聲音。六一兒童節，紅色小象走進上海交通醫學院附屬上海兒童醫學中心張江園區，準備了1,000份六一關愛禮包，為病房中的小勇士們加油打氣、共同慶祝節日。9月開學季，紅色小象來到新疆喀什，通過專家義診、科普、救助，將一線醫療資源輻射至偏遠地區。

紅色小象兒童彩妝系列取得了沙利文認證的「中國兒童彩妝線上銷量第一」，同時發佈了兩份行業深度報告《2025兒童彩妝安全與發展白皮書》《2025青少年祛痘健康管理白皮書》，體現了品牌對用戶群體的深度關懷與專業解決能力。

紅色小象擬繼續打造適合中國嬰童肌膚類型的護膚產品，應對高質量母嬰護理產品日益增長的需求。

紅色小象於2025年產生的收入為人民幣297.8百萬元，較2024年下滑20.8%，佔年內總收入的3.2%。

安敏優

安敏優品牌創立於2022年，致力於以青蒿油AN+（源自黃花蒿提取物）為核心成分，專注解決國人敏感肌問題，開創了亞洲青蒿護膚領域的先河。品牌青蒿油護膚品已連續三年位居全國銷量第一。

2025年，安敏優青蒿研究成果在歐洲皮膚病與性病學會(EADV)上發佈，獲得國際學術前沿認可，標誌着中國成分研究登上世界舞台。同年，品牌在第十一屆中國化妝品趨勢大會上榮獲「科學傳播美妝科學品牌獎」，體現了在科研創新與科學傳播方面的雙重突破。

與此同時，為持續夯實品牌資產、傳遞科研內涵，安敏優聯合知名媒體主播深入青蒿原產地重慶酉陽，溯源「青蒿油AN+」的千年傳承，進一步鞏固品牌故事與用戶情感聯結。

線上渠道方面，2025年安敏優在天貓平台面部精華與液態精華類目、抖音平台美容護膚液態精華榜單中長期穩居前列。

安敏優於2025年產生的收入為人民幣197.8百萬元，較2024年增加62.7%，佔年內總收入的2.2%。

其他品牌

為滿足消費者對優質產品不斷增加的需求，我們在多個品類進行多品牌佈局。在護膚品品類，已經推出聚焦皮膚光白抗衰的院線功效護膚品牌聚光白。在母嬰護理品類，推出獲授權使用知名知識產權的同名母嬰護理品牌麵包超人，正在籌備推出醫生IP母嬰護理品牌及獲授權使用知名知識產權的同名母嬰護理品牌光之守護奧特曼。在洗護品類，我們推出了致力於固韌及頭皮減壓的洗護品牌極方。在彩妝品類，我們推出與化妝師春楠共同設立的彩妝品牌NAN beauty。除此之外，我們還在培育更多新品牌。

2025年其他品牌的收入合計為人民幣443.0百萬元，較2024年增加34.9%，佔年內總收入的4.8%。

研發

我們於2003年開始自主研發活動，一直堅持產品自主研發。我們的雙科研中心致力打造先進的基礎研究及產品開發工作的強大平台，同時貼近消費者需求，進行產品開發及新技術的應用以應對不斷變化的市場。我們致力吸引和培養人才，成立一支擁有豐富研發經驗的強大團隊。我們一直維持高額及有效的研發投資。於2025年及2024年，我們分別產生研發開支人民幣224.7百萬元及人民幣179.9百萬元，2025年同比增長24.9%。

2025年，我們深度參與化妝品行業標準化建設，作為行業核心參編單位參與了5項團體標準的制定，推動行業規範化升級。

功效評價標準：參與制定《中國人面部皮膚美白狀態評價方法》，建立了適合中國人群的膚色科學分級體系；發佈《青少年適用型化妝品祛痘與溫和功效試驗方法》及《兒童高倍防曬類化妝品適用敏感皮膚試驗方法》，填補了青少年及嬰童護膚領域的人體測試規範空白。

原料技術標準：參與制定《植物源囊泡化妝品原料製品通用要求》及《化妝品用多聚脫氧核糖核苷酸(PDRN)原料檢測通用要求》，確立了新型生物原料的技術門檻與質量保障體系。

專利

於2025年，我們新申請61項專利，其中發明專利申請33項；新獲授權49項專利，其中發明專利9項。

學術成果

2025年，我們共發表10篇科研論文，涵蓋多肽抗衰、皮膚修護及嬰童護理等領域，形成涵蓋基礎研究、工藝優化到臨床驗證的完整科研體系。核心成果包括：

1. 多肽抗衰領域：自主研發的核心原料環六肽-9(CHP-9)經隨機雙盲臨床試驗證實，在改善魚尾紋及額頭紋方面效果優於視黃醇對照組，相關成果發表於《Journal of Cosmetic Dermatology》。同步與上海交通大學開展的分子機制研究揭示了其通過氫鍵與酪氨酸酶活性位點結合，顯著抑制黑色素生成的機理，且在高濃度下保持超過90%的細胞活性，成果發表於《Skin Research and Technology》。

2. 醫美術後修護：聯合上海交通大學醫學院附屬第九人民醫院，針對含纖連蛋白、NADH及水解纖維蛋白的活性組合開展研究。體外實驗證實其可顯著促進成纖維細胞遷移。臨床數據表明，該配方在M22光子嫩膚術後具有即刻舒緩及長期改善皮膚狀態的功效，相關成果入選2025年中國醫師協會皮膚科醫師分會(CDA)年會壁報。
3. 嬰童護理研究：聯合華中科技大學同濟醫學院公共衛生學院環境與健康教育教育部重點實驗室，首次開展針對中國0-12歲兒童化妝品消費行為的大規模實證研究，獲取了15類產品的使用頻率及暴露量關鍵數據，填補了本土兒童皮膚暴露科學的空白，成果發表於《Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology》。

獎項

2025年，自主研發的「環六肽-9」憑藉突破性環化技術與卓越功效，榮獲InnoCosme Awards美耀年度功效原料獎、ICIC科技創新矚目原料獎，併入選「2025中國化妝品行業十大科技進展」。

公司成為首個且唯一亮相歐洲皮膚病與性病學會年會(EADV)的中國美妝企業。憑藉《2025韓束肽類研究與功效護膚品應用年鑑》及環六肽-9創新成果，填補了國內環肽原料技術空白，確立了在全球抗衰領域的學術話語權。

僱員及薪酬政策

於2025年12月31日，我們有3,508名全職僱員，其中3,401名全職僱員居於中國，而107名全職僱員居於海外。2025年的總薪酬成本為人民幣969.3百萬元，而2024年為人民幣551.3百萬元，本集團持續檢視及優化薪酬政策與僱員福利安排，致力於提供兼備市場競爭力和內部公平的薪酬待遇，以保持本集團於人力資源市場具備強大吸引力及競爭力。

本集團透過多元管道招聘僱員，包括校園招聘、招聘會、專業招聘機構以及內外部推薦。我們致力於所有僱傭實務中貫徹平等機會原則。並已制定相關政策及程式，包括採用專業的候選人能力評估模型，以提升甄選程式的客觀性及一致性，確保招聘及聘用流程規範有序。作為人才挽留策略的重要部分，本集團向僱員提供具競爭力的薪酬、保險及其他福利待遇、與績效掛鈎的激勵安排，以及對卓越僱員適配股權激勵或股份獎勵計劃，以鼓勵僱員與本集團共同發展。相關薪酬及激勵一般根據其表職責、表現及本集團整體業績釐定。

我們高度重視僱員培訓及職業發展，為新入職僱員提供有關企業文化、業務營運及行業知識的入職培訓，以加深彼等對本集團的瞭解並提升履職能力。我們亦定期向僱員提供按業務需要及崗位要求而設的內部及外部培訓課程，以提升彼等的專業及技術能力。此外，本集團亦為部分僱員提供管理及領導能力培訓，協助彼等逐步承擔管理職責。

資本開支

本集團於2025年的資本開支為人民幣514.7百萬元，主要與新物業、廠房及設備項目人民幣414.4百萬元、購買土地人民幣99.7百萬元及添置無形資產人民幣0.6百萬元有關。

使用權資產及租賃負債

國際財務報告準則第16號－租賃（國際財務報告準則第16號）於2019年1月1日生效。在開始日期，本集團需確認使用權資產及租賃負債。相關的使用權資產及租賃負債位於中國及海外。於2025年12月31日，本集團的使用權資產為人民幣480.8百萬元（於2024年12月31日為人民幣125.7百萬元）及其租賃負債為人民幣342.1百萬元（於2024年12月31日為人民幣51.6百萬元）。於2025年，使用權資產折舊開支為人民幣52.2百萬元，而租賃負債的利息開支為人民幣6.6百萬元。

展望

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

六大競爭面：

1. 保持組織驅動領先，以人才支撐集團可持續發展

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

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

2. 保持研發領先，持續投入研發，推動產品創新，做出消費者喜愛的產品

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

3. 人工智能(AI)領先，引入AI管理工具，提高本集團管理及運營效率

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

4. 保持營銷領先，繼續加強和擴大產品營銷網絡，普及用戶並建立消費者心智

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

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

我們已經建成並投產中國首個AI智能化妝品無人車間，日產能200萬瓶，提高本集團的生產效率和提升標準化產品質量。

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

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

六大板塊規劃：

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

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

財務回顧

收入

我們的收入主要來自化妝品生產及銷售。由於本集團多品牌、多品類的成功佈局，科學抗衰護膚品牌韓束收入持續增長，中國嬰童功效護膚品牌newpage一頁的收入同比大幅增長，以及專注敏感肌功效護膚品牌安敏優取得突破性增長，本集團的收入由2024年的人民幣6,792.5百萬元增加35.1%至2025年的人民幣9,177.8百萬元。

按品牌劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額	收入佔比 (%)	金額	收入佔比 (%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
韓束	7,359.6	80.2	5,591.0	82.3
newpage一頁	879.6	9.6	375.6	5.5
紅色小象	297.8	3.2	376.0	5.5
安敏優	197.8	2.2	121.6	1.8
其他品牌 ^(附註)	443.0	4.8	328.3	4.9
總計	9,177.8	100.0	6,792.5	100.0

附註：其他品牌主要包括一葉子、極方、聚光白等。

韓束應佔本集團的收入由2024年的人民幣5,591.0百萬元增加31.6%至2025年的人民幣7,359.6百萬元，主要是由於韓束品牌以護膚為核心，拓展男士、洗護、個護及彩妝領域獲得成功，在各渠道收入快速增長。

*newpage*一頁應佔本集團的收入由2024年的人民幣375.6百萬元增加134.2%至2025年的人民幣879.6百萬元，主要是由於*newpage*一頁系列明星產品持續增長、新產品成功拓展，及各個渠道和整體品牌銷量快速增長。

紅色小象應佔本集團的收入由2024年的人民幣376.0百萬元下滑20.8%至2025年的人民幣297.8百萬元，主要是由於品牌處於調整期，營銷投入下降。

安敏優應佔本集團的收入由2024年的人民幣121.6百萬元增加62.7%至2025年的人民幣197.8百萬元，主要由於明星單品修紅棒精華的快速增長。

按銷售渠道劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	收入佔比		收入佔比	
	金額	(%)	金額	(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
線上渠道	8,618.1	93.9	6,149.7	90.5
線上自營	7,837.8	85.4	5,311.7	78.2
線上零售商	696.6	7.6	539.9	7.9
線上分銷商	83.7	0.9	298.1	4.4
線下渠道	495.4	5.3	578.1	8.5
線下零售商	279.9	3.0	328.6	4.8
線下分銷商	215.5	2.3	249.5	3.7
其他	64.3	0.8	64.7	1.0
總計	9,177.8	100.0	6,792.5	100.0

線上自營銷售應佔本集團的收入由2024年的人民幣5,311.7百萬元增加47.6%至2025年的人民幣7,837.8百萬元，主要是基於線上經營能力提升，韓束品牌持續增長，*newpage*一頁快速增長。

線上零售商銷售應佔本集團的收入由2024年的人民幣539.9百萬元增加29.0%至2025年的人民幣696.6百萬元，主要是由於韓束、newpage一頁在京東、天貓超市等線上零售商帶來的收入增加。

線上分銷商銷售應佔本集團的收入由2024年的人民幣298.1百萬元減少71.9%至2025年的人民幣83.7百萬元，主要是由於我們調整線上銷售策略以加強我們的線上自營銷售渠道。

線下零售商銷售應佔本集團的收入由2024年的人民幣328.6百萬元減少14.8%至2025年的人民幣279.9百萬元，主要是由於消費習慣改變，進而調整渠道策略。

線下分銷商銷售應佔本集團的收入由2024年的人民幣249.5百萬元減少13.6%至2025年的人民幣215.5百萬元，主要是由於線下分銷商合作優化調整。

按類別劃分的收入

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	收入佔比		收入佔比	
	金額	(%)	金額	(%)
	(人民幣百萬元，百分比除外)			
護膚	7,288.9	79.4	5,921.6	87.2
母嬰護理	1,177.8	12.8	766.7	11.3
其他	711.1	7.8	104.2	1.5
總計	9,177.8	100.0	6,792.5	100.0

護膚應佔本集團的收入由2024年的人民幣5,921.6百萬元增加23.1%至2025年的人民幣7,288.9百萬元，主要是由於韓束產生的收入增加所致。

母嬰護理應佔本集團的收入由2024年的人民幣766.7百萬元增加53.6%至2025年的人民幣1,177.8百萬元，主要是由於newpage一頁產生的收入增加。

毛利及毛利率

本集團的毛利由2024年的人民幣5,109.4百萬元增加37.3%至2025年的人民幣7,014.7百萬元。我們於2025年及2024年的毛利率分別為76.4%及75.2%，主要由於線上自營渠道收入佔比上升及定位中高端的品牌佔比提升。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益2025年為人民幣333.2百萬元，2024年為人民幣251.2百萬元。其他收入及收益主要系利息收入、公允價值變動、其他收入和補助。

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3,947.3百萬元增加35.9%至2025年的人民幣5,362.7百萬元。

其中，營銷及推廣開支由2024年的人民幣3,316.6百萬元增加42.0%至2025年的人民幣4,708.2百萬元，主要是由於為提高品牌曝光度、把握新渠道機會，加大品牌建設及渠道建設投入所致。與分銷工作有關的僱員福利開支由2024年的人民幣339.6百萬元增加73.8%至2025年的人民幣590.1百萬元。

行政開支

本集團的行政開支由2024年的人民幣242.8百萬元增加32.0%至2025年的人民幣320.5百萬元。2025年的行政開支主要包括僱員福利開支(包括董事酬金)人民幣109.4百萬元、專業及諮詢費人民幣26.7百萬元、折舊及攤銷開支人民幣50.8百萬元、辦公及能耗開支人民幣96.6百萬元及其他開支人民幣37.0百萬元。

研發成本

本集團的研發成本由2024年的人民幣179.9百萬元增加24.9%至2025年的人民幣224.7百萬元，主要是由於研發活動增加。

金融資產減值虧損淨額

本集團的金融資產減值虧損淨額由2024年的虧損人民幣7.0百萬元增加至2025年的人民幣11.7百萬元，主要是由於應收賬款壞賬準備增加所致。

其他開支

本集團的其他開支由2024年的人民幣49.0百萬元減少46.9%至2025年的人民幣26.0百萬元，主要是由於存貨減值及廢料減少。

財務成本

本集團的財務成本由2024年的人民幣6.1百萬元增加21.3%至2025年的人民幣7.4百萬元，主要由於租賃負債及銀行借款增加。

所得稅開支

所得稅開支成本由2024年的人民幣123.7百萬元增加至2025年的人民幣242.2百萬元。

年內利潤

綜上所述，我們於2025年及2024年的年內利潤分別為人民幣1,154.2百萬元及人民幣803.3百萬元。

預付款項、其他應收款項及其他資產

截至2025年12月31日，本集團的預付款項、其他應收款項及其他資產合計為人民幣1,291.7百萬元。其中，預付款項由截至2024年12月31日的人民幣434.5百萬元增加75.0%至截至2025年12月31日的人民幣760.3百萬元，該增長主要由於為提升品牌曝光度及推動銷售增長而增加的營銷及推廣開支所致。

截至本公告日期，本集團大部分預付款項、其他應收款項及其他資產已結清或使用。

流動資金及資本資源

於2025年，經營活動所得現金約為人民幣1,205.2百萬元，而2024年經營活動所得現金為人民幣547.0百萬元。截至2025年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣802.3百萬元及外部銀行借款約人民幣290.1百萬元，而於2024年12月31日，本集團有現金及現金等價物約人民幣459.4百萬元及外部銀行借款約人民幣60.1百萬元。

資產負債方面，於2025年及2024年，本集團的資產負債率(界定為負債總額除以資產總額)分別為42.1%及37.9%。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1.8倍及1.8倍。於2025年及2024年，本集團的淨資產負債率(界定為計息銀行借款以及租賃負債總額除以權益總額)分別為22.0%及5.0%。於2025年12月31日，除於綜合財務報表及有關附註披露者外，本集團並無重大或然負債。憑藉所持有的現金及銀行結餘，本集團的流動資金狀況維持穩健，足以滿足其營運資金需求。

於2025年12月31日，本集團的計息銀行借款為人民幣290.1百萬元，包括按實際年利率0.75%-2.75%計息的銀行貸款(即期)人民幣290.1百萬元。本集團的計息銀行借款由2024年12月31日的人民幣60.1百萬元增加382.7%至2025年12月31日的人民幣290.1百萬元，主要由於本集團業務擴張，主動增加了現金儲備。

資產抵押

於2025年12月31日，本集團並無任何有抵押銀行借款。於2024年12月31日，本集團並無任何有抵押銀行借款。

於2025年12月31日，本集團質押存款的金額為人民幣7,112,000元（於2024年12月31日為零）。

重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

於2025年4月17日，本公司、上海蠻力實業有限公司（「上海蠻力」）、廣州樂創拉手文化產業投資合夥企業（有限合夥）（「廣州樂創」）、宋洋女士及上海青道企業管理有限公司（「上海青道」）（統稱「訂約方」）訂立合資合作協議（經同日的補充協議補充），據此，訂約方同意成立合資公司，而本公司、宋洋女士及上海青道以現金向合資公司分別出資人民幣5,100,000元、人民幣500,000元及人民幣500,000元，分別佔合資公司初始註冊資本總額的51%、5%及5%。於該公告日期，宋洋女士為我們的執行董事。因此，成立合資公司構成上市規則第十四A章項下本公司的關連交易。由於成立合資公司的最高適用百分比率超過0.1%但低於5%，成立合資公司僅須遵守上市規則第十四A章項下的申報及公告規定，惟獲豁免遵守通函及獨立股東批准規定。有關進一步詳情，請參閱本公司於2025年4月17日的公告。

於2025年8月28日，本集團（作為租戶）已與獨立第三方上海天宇實宏企業發展有限公司（作為業主）訂立租賃協議，據此，本集團同意租賃該物業（定義見公告），租期自2026年2月16日至2035年2月15日（包括首尾兩日），作辦公及研究用途。於該公告日期，由於有關租賃協議的一項或多項適用百分比率超過5%但低於25%，租賃協議構成本公司的須予披露交易，因而須遵守上市規則第十四章項下的申報及公告規定，惟獲豁免遵守通函及股東批准規定。有關進一步詳情，請參閱本公司於2025年8月28日的公告及於2025年9月5日的補充公告。

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

理財政策及所承受匯率波動風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。本集團在中國香港及海外子公司分別以當地貨幣作為功能性貨幣，涉及美元、港元、新加坡元、日元、印度尼西亞盾及越南盾。本集團有部分現金及銀行存款以美元、港元、新加坡元、日元、印度尼西亞盾及越南盾計值。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。

財務資料

董事會宣佈，本集團截至2025年12月31日止年度之綜合業績連同截至2024年12月31日止年度的比較數字如下：

綜合損益表

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	4	9,177,796	6,792,518
銷售成本		<u>(2,163,141)</u>	<u>(1,683,131)</u>
毛利		7,014,655	5,109,387
其他收入及收益		333,202	251,163
銷售及分銷開支		(5,362,717)	(3,947,293)
行政開支		(320,451)	(242,764)
研發成本		(224,701)	(179,867)
金融資產減值虧損淨額		(11,690)	(6,969)
其他開支		(25,970)	(49,002)
財務成本	6	(7,397)	(6,072)
應佔以下各方利潤及虧損：			
合營企業		-	(3,889)
聯營公司		1,493	2,276
除稅前利潤		1,396,424	926,970
所得稅開支	7	<u>(242,211)</u>	<u>(123,673)</u>
年內利潤		<u>1,154,213</u>	<u>803,297</u>
以下各方應佔：			
母公司擁有人		1,102,574	781,205
非控股權益		51,639	22,092
		<u>1,154,213</u>	<u>803,297</u>
母公司普通權益持有人應佔每股盈利			
基本及攤薄			
一年內利潤	8	<u>人民幣2.77元</u>	<u>人民幣1.96元</u>

綜合全面收益表

截至2025年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	<u>1,154,213</u>	<u>803,297</u>
其他全面虧損		
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面虧損：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(6,569)</u>	<u>(6,902)</u>
於其後期間可能重新分類至損益的其他全面虧損淨額	<u>(6,569)</u>	<u>(6,902)</u>
年內全面收益總額	<u>1,147,644</u>	<u>796,395</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	1,096,005	774,303
非控股權益	<u>51,639</u>	<u>22,092</u>
	<u>1,147,644</u>	<u>796,395</u>

綜合財務狀況表

2025年12月31日

	附註	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		928,487	674,078
投資物業		5,623	6,829
預付款項、其他應收款項及其他資產		106,298	76,646
使用權資產		480,847	125,663
其他無形資產		30,090	13,511
於合營企業的投資		–	429
於聯營公司的投資		159,115	109,667
遞延稅項資產		94,916	118,934
		<u>1,805,376</u>	<u>1,125,757</u>
非流動資產總值			
		<u>1,805,376</u>	<u>1,125,757</u>
流動資產			
存貨	10	652,933	690,639
貿易應收款項及應收票據	11	365,845	425,557
預付款項、其他應收款項及其他資產		1,185,383	650,871
按公平值計入損益的金融資產		148,383	244,324
質押存款		7,112	–
現金及現金等價物		802,308	459,449
		<u>3,161,964</u>	<u>2,470,840</u>
流動資產總值			
		<u>3,161,964</u>	<u>2,470,840</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	678,323	638,407
其他應付款項及應計費用		559,374	472,143
計息銀行借款		290,064	60,080
租賃負債		17,159	42,143
應付稅項		164,416	129,190
		<u>1,709,336</u>	<u>1,341,963</u>
流動負債總額			
		<u>1,709,336</u>	<u>1,341,963</u>
流動資產淨值			
		<u>1,452,628</u>	<u>1,128,877</u>
總資產減流動負債			
		<u><u>3,258,004</u></u>	<u><u>2,254,634</u></u>

綜合財務狀況表(續)

2025年12月31日

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	324,978	9,448
其他應付款項	37,314	10,516
遞延稅項負債	21,208	—
	<hr/>	<hr/>
非流動負債總額	383,500	19,964
	<hr/>	<hr/>
資產淨值	2,874,504	2,234,670
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	398,107	398,025
儲備	2,370,050	1,793,163
	<hr/>	<hr/>
	2,768,157	2,191,188
	<hr/>	<hr/>
非控股權益	106,347	43,482
	<hr/>	<hr/>
權益總額	2,874,504	2,234,670
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

綜合財務報表附註

2025年12月31日

1. 公司及集團資料

上海上美化妝品股份有限公司(「本公司」)為一家於中華人民共和國(「中國」)成立的股份制公司。其最初於2004年6月11日成立為有限公司，並於2020年12月15日改制為股份制公司。註冊辦事處位於中國內地上海市徐匯區全州路8.10號3層308-3室。本公司於2022年12月22日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

董事認為，控股股東為呂義雄先生。

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

2. 編製基準

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

3. 經營分部資料

地區資料

(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	9,117,733	6,772,324
其他國家／地區	<u>60,063</u>	<u>20,194</u>
總收入	<u><u>9,177,796</u></u>	<u><u>6,792,518</u></u>

上列收入資料乃基於客戶所在地。

3. 經營分部資料 (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	1,495,631	949,901
其他國家／地區	<u>55,714</u>	<u>56,922</u>
非流動資產總值	<u><u>1,551,345</u></u>	<u><u>1,006,823</u></u>

上述非流動資產資料乃基於資產所在地，不包括遞延稅項資產及於聯營公司的投資。

4. 收入

本集團的收入分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
客戶合約收入		
銷售貨品	9,173,176	6,779,376
運輸服務	<u>4,620</u>	<u>13,142</u>
總計	<u><u>9,177,796</u></u>	<u><u>6,792,518</u></u>

(a) 分拆收入資料

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貨品或服務類型		
銷售貨品	9,173,176	6,779,376
運輸服務	<u>4,620</u>	<u>13,142</u>
總計	<u><u>9,177,796</u></u>	<u><u>6,792,518</u></u>

4. 收入 (續)

(a) 分拆收入資料 (續)

收入確認時間

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於某個時間點轉讓的貨品	9,173,176	6,779,376
隨時間推移轉讓的服務	<u>4,620</u>	<u>13,142</u>
總計	<u><u>9,177,796</u></u>	<u><u>6,792,518</u></u>

下表載列於本報告期間確認的計入本報告期初合約負債的收入之金額：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
計入年初合約負債的已確認收入：		
銷售貨品	<u><u>27,610</u></u>	<u><u>25,678</u></u>

(b) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售貨品

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

運輸服務

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

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

5. 除稅前利潤

本集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
已售存貨成本		2,163,141	1,683,131
物業、廠房及設備折舊		133,843	63,737
使用權資產折舊		41,400	38,201
無形資產攤銷		3,608	2,774
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員薪酬)			
工資及薪金		681,804	431,010
退休金計劃供款、社會福利及其他福利		144,723	114,462
以權益結算的購股權開支		8,783	6,549
總計		835,310	552,021
出售物業、廠房及設備項目的虧損／(收益)		155	(160)
終止租約的虧損		1,874	—
外匯差額		3,814	(1,616)
營銷及推廣開支		4,708,177	3,316,567
存貨減值及報廢		14,509	38,740
利息開支	6	7,397	6,072
金融資產減值虧損淨額		11,690	6,969
核數師薪酬		4,020	3,920
按公平值計入損益的金融資產公平值收益淨額		(17,510)	(19,302)

6. 財務成本

財務成本分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銀行借款利息	3,592	2,961
租賃負債利息	6,592	3,111
減：資本化為租賃物業裝修	(2,787)	—
總計	<u>7,397</u>	<u>6,072</u>

7. 所得稅開支

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
即期－中國	195,309	128,443
即期－其他司法權區	1,676	1,223
遞延稅項	45,226	(5,993)
	<u>242,211</u>	<u>123,673</u>
年內稅項開支總額	<u>242,211</u>	<u>123,673</u>

8. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃按母公司普通權益持有人應佔年內利潤及於年內已發行普通股加權平均數398,057,215股(2024年：397,985,656股)計算得出。

本集團於截至2025年及2024年12月31日止年度並無任何已發行潛在攤薄股份。

每股基本盈利乃根據以下數據計算：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	
盈利			
用於計算每股基本盈利的母公司普通權益持有人應佔利潤：	<u>1,102,574</u>	<u>781,205</u>	
		股份數目	
		2025年	2024年
股份			
用於計算每股基本盈利的年內發行在外的普通股 加權平均數	398,057,215	397,985,656	
每股基本盈利(人民幣元)	<u>2.77</u>	<u>1.96</u>	

9. 股息

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中期每股普通股人民幣0.50元(2024年：人民幣0.75元)	199,053	298,519
擬派末期每股普通股人民幣0.75元(2024年： 人民幣0.75元)	<u>298,543</u>	<u>298,519</u>
	<u>497,596</u>	<u>597,038</u>

於2025年及2024年派付的股息分別為人民幣497,572,000元及人民幣511,542,000元。

截至2025年12月31日止年度的擬派末期股息須待本公司股東於即將舉行的股東週年大會上批准。

10. 存貨

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
原材料	141,978	160,253
在製品	22,711	21,371
製成品	<u>488,244</u>	<u>509,015</u>
總計	<u>652,933</u>	<u>690,639</u>

11. 貿易應收款項及應收票據

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項	385,086	439,090
應收票據	400	905
減值	(19,641)	(14,438)
貿易應收款項及應收票據淨額	<u>365,845</u>	<u>425,557</u>

本集團與其客戶的貿易條款主要以預先付款為主，惟若干主要客戶除外，其一般採取賒銷方式。信用期一般於45至90日內到期。本集團致力嚴格控制其尚未收取的應收款項，並設有信貸控制部門減低信用風險。逾期結餘由高級管理層定期審閱。本集團對其貿易應收款項結餘並無持有任何抵押品或其他信貸增強措施。貿易應收款項不計利息。於截至2024年12月31日及2025年12月31日止財政年度，應收票據不計息，且期限介乎1至180日。

董事認為，本集團保留大部分風險及回報（包括與該等背書票據有關的違約風險），因此其繼續確認背書票據的全部賬面值及已結算相關貿易應付款項。應收票據的預期信貸虧損率被評估為不重大，因此虧損撥備並不重大。

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

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
1年內	323,034	419,137
超過1年	<u>42,811</u>	<u>6,420</u>
總計	<u>365,845</u>	<u>425,557</u>

11. 貿易應收款項及應收票據 (續)

貿易應收款項的減值虧損撥備變動如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初	14,438	12,005
減值虧損淨額	10,783	6,803
撇銷為不可收回的金額	<u>(5,580)</u>	<u>(4,370)</u>
於年末	<u>19,641</u>	<u>14,438</u>

12. 貿易應付款項

於報告期末的貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
1年內	675,242	637,926
超過1年	<u>3,081</u>	<u>481</u>
總計	<u>678,323</u>	<u>638,407</u>

貿易應付款項不計息，一般於6個月內結算。

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司深知良好企業管治對提升本公司管理以及維護本公司股東（「股東」）整體利益的重要性。於報告期內，本公司已根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載企業管治守則（「企業管治守則」）載列的原則及守則條文採納企業管治常規作為其本身的企業管治常規守則。

董事會認為，於報告期內，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用條文，惟以下所述的守則條文第C.2.1條除外。董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規守則，以維持高標準的企業管治。

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

企業管治守則的修訂已於2025年7月1日生效，新企業管治守則項下的規定將適用於本公司自2025年7月1日或之後開始的財政年度的企業管治報告及年度報告。本公司將持續檢討並提升企業管治常規，以確保符合新企業管治守則，並緊貼最新發展。

遵守標準守則

於報告期內，本公司已採納上市規則附錄C3所載的標準守則（「標準守則」）作為有關董事及本公司監事（「監事」）以及本集團僱員（因其職務或工作而可能掌握有關本集團或本公司證券的內幕消息）進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向全體董事及監事作出具體查詢，且董事及監事已確認彼等於報告期內一直遵守標準守則。

於報告期內，本公司並無發現僱員違反標準守則的事件。

購入、出售或贖回本公司之證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回任何本公司之上市證券（包括出售庫存股份）。

重大訴訟

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

全球發售所得款項用途

本公司股份（「股份」）於上市日期在聯交所主板上市，而本公司自全球發售收取之所得款項淨額為約859.7百萬港元⁽¹⁾（經扣除包銷佣金及所有相關開支）。下表載明於2025年12月31日，本公司對於上市所得款項用途的使用情況及計劃時間表。

	佔所得款項 總淨額的 概約百分比	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	於2024年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	於報告期內 已使用金額 (百萬港元)	截至2025年 12月31日 剩餘所得 款項淨額 (百萬港元)	悉數使用剩餘 所得款項淨額的 預期時間
品牌建設活動，以持續提升品牌形象並提高我們現有品牌的品牌認知度，以及為我們的新品牌建立品牌形象	32%	275.5	0.4	0	0.4	截至2026年12月31日之前
提升我們的研發能力，通過加強基礎研究和產品開發，保持品牌的持續創新	12.2%	104.9	0.0	0	0	悉數動用
加強我們的生產及供應鏈能力，主要通過我們奉賢工廠生產設施的改造、自動化設備升級及產能擴張	19.8%	170.6	23.8	0	23.8	截至2026年12月31日之前
增加我們銷售網絡的廣度和深度，加強我們產品的滲透率	18%	154.5	0.0	0	0	悉數動用
改善我們的數字化及信息基礎設施	8%	69.2	54.2	0	54.2	截至2026年12月31日之前
營運資金及其他一般企業用途	9.9%	85.1	0	0	0	悉數動用
總計 ⁽²⁾	<u>100%</u>	<u>859.7</u>	<u>78.3</u>	<u>0</u>	<u>78.3</u>	

附註：

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

預期的時間表是基於本公司當前對未來市場狀況和業務經營情況作出的最佳估計，並將根據未來市場狀況的發展和實際業務需要進行調整。

審計委員會

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

審計委員會已與本公司管理層及核數師審閱本集團截至2025年12月31日止年度的綜合年度業績。審計委員會認為，本集團截至2025年12月31日止年度的綜合年度業績符合適用的會計準則、法律及法規。審計委員會亦已與本公司管理層討論有關本公司所採用的會計政策及常規以及有關內部監控、風險管理及財務報告事宜。

核數師的工作範疇

本年度業績公告所載截至2025年12月31日止年度的本集團綜合財務狀況表、綜合損益及全面收益表及相關附註的數字已獲本集團核數師安永會計師事務所同意，即本集團本年度綜合財務報表列明的金額。安永會計師事務所就此方面進行的工作不構成核證委聘，因此安永會計師事務所概無於本年度業績公告內發出核證。

報告期後事項

除本年報所披露者外，自2025年12月31日起及直至本年報日期並無發生影響本集團的其他重要事件。

股東週年大會

本公司股東週年大會（「股東週年大會」）將於2026年5月8日舉行。召開股東週年大會的通告將按照上市規則規定的方式適時發送通知。

末期股息

董事會已議決建議派付截至2025年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.75元（2024年：每股人民幣0.75元）。上述末期股息的派付仍須待股東於即將舉行的股東週年大會上批准後方可作實，並將於2026年6月23日或前後派付。

股東週年大會、暫停辦理股份過戶登記及記錄日期

本公司將於2026年5月5日至2026年5月8日（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，以確定有權出席將於5月8日舉行的股東週年大會並於會上投票的股東的資格。為合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2026年5月4日下午四時三十分前送交本公司的H股證券登記香港分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。確定股東是否合資格出席股東週年大會並於會上投票的記錄日期為2026年5月8日。

為確定股東獲派末期股息之權利，本公司將於2026年5月14日至2026年5月18日（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續。為有權獲取末期股息，所有過戶文件連同相關股票及過戶表格須於2026年5月13日下午四時三十分前送交本公司的H股證券登記香港分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。確定股東是否合資格獲取末期股息的記錄日期為2026年5月18日。

刊登年度業績公告及年報

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

載有上市規則規定的所有資料的本公司截至2025年12月31日止年度的年報將適時於上述聯交所及本公司網站刊登。

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

中國，上海
2026年3月26日

於本公告日期，董事會包括執行董事呂義雄先生、周蔚女士、羅燕女士、馮一峰先生及宋洋女士；職工代表董事孫昊先生；獨立非執行董事梁浩新先生、羅妍女士及李洋先生。