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。

八马茶业
BAMA TEA

BAMA TEA CO., LTD.
八馬茶業股份有限公司
(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：6980)

截至2025年12月31日止年度之全年業績公告；及建議修訂現有章程

董事會謹此宣佈本集團截至2025年12月31日止年度之經審核綜合業績，連同上年度的比較數字載列如下。

財務摘要

	截至12月31日止年度		
	2025年	2024年	**變動**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*%*
收入	2,196,348	2,143,259	2.5
毛利	1,220,763	1,178,553	3.6
年內利潤	222,338	224,201	(0.8)
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣元)	2.86	2.95	(3.1)

I. 管理層討論與分析

業務回顧

我們是中國領先的茶葉知名品牌，致力於讓天下人享受茶的健康與快樂。

我們打造了完整的產品矩陣，不僅涵蓋烏龍茶、紅茶、黑茶、白茶、綠茶、黃茶等全品類茶葉，同時延伸至茶具、茶食、茶飲等周邊衍生品；此外，我們還推出了商務社交茶空間，努力為消費者帶來全方位的茶飲體驗。

作為全國茶葉標準化技術委員會委員單位、福建省茶產業標準化技術委員會委員單位，我們累計主導或參與制定了29項中國茶行業標準，並累計通過了16項體系認證，彰顯了我們在標準化輸出、質量管控方面的高標準。

基於對品質的堅守與茶產業深耕，我們的品牌及產品贏得了市場與行業的廣泛認可。報告期內，我們獲得了下列榮譽：

- 中國茶葉流通協會、新華社中國經濟信息社—2025中國茶企業品牌調查結果（50強）第一名
- 國際品牌科學院—世界茶葉企業品牌榜（100強），中國茶企第一名
- Chnbrand－中國客戶滿意度指數(C-CSI)品牌，連續三年(2023-2025)蟬聯茶葉連鎖店顧客滿意度第一
- 工業和信息化部—2025年度中國消費名品名單公示
- 福建省農業農村廳—2025年農業產業化省級重點龍頭企業
- 中國茶葉流通協會—2025年度茶業綜合影響力骨幹企業
- 中國茶葉流通協會—2025年度茶葉重點企業

我們構建了「直營+加盟」及「線上+線下」的全渠道模式，以遍佈全國的線下門店和全方位的線上平台為消費者提供高品質中國好茶。2025年，我們在鞏固現有優勢渠道的同時積極開闢增量市場，其中包括發展我們作線下直銷的大客戶渠道，進一步完善了營銷及銷售網絡。

報告期內，公司綜合營業收入約人民幣2,196.3百萬元，較2024年度人民幣2,143.3百萬元增長約人民幣53.0百萬元，增長2.5%。報告期內，公司綜合毛利額為人民幣1,220.8百萬元，較2024年毛利額約人民幣1,178.6百萬元增長約人民幣42.2百萬元，增長3.6%。

（一）我們的門店網絡

我們構建了輻射全國的門店網絡，截至2025年末，我們共有線下門店3,773家，較年初3,504家淨增269家門店，遍佈全國內地所有省份、自治區、直轄市，累計覆蓋269個地級市。下表載列所示期間我們的門店類型情況：

門店類型	**於2025年12月31日**	於2024年12月31日
直營店		
年初	**249**	316
門店淨變動	**(14)**	(67)
年末	**235**	249
加盟店		
年初	**3,255**	3,054
門店淨變動	**283**	201
年末	**3,538**	3,255
合計	**3,773**	3,504

截至本年末，我們3,773家線下門店在一線、新一線、二線、三線及以下城市分別佔門店總數的10.7%、21.0%、28.8%及39.6%，並實現了華東、華北、華中、華南、西北、西南、東北等七大區域的全面覆蓋。

下表載列所示日期我們門店分佈情況：

	於2025年12月31日		於2024年12月31日	
城市層級	**店數**	**佔比**	店數	佔比
一線城市	**404**	**10.7%**	380	10.8%
新一線城市	**791**	**21.0%**	729	20.8%
二線城市	**1,085**	**28.8%**	1,015	29.0%
三線及以下城市	**1,493**	**39.6%**	1,380	39.4%
合計	**3,773**	**100.0%**	3,504	100.0%

下表載列截至所示日期我們的線下門店：

	於2025年12月31日		於2024年12月31日	
	店數	**佔比**	店數	佔比
華東	**1,353**	**35.9%**	1,263	36.0%
華北	**671**	**17.8%**	629	18.0%
華南	**553**	**14.7%**	512	14.6%
華中	**441**	**11.7%**	433	12.4%
西北	**350**	**9.3%**	310	8.9%
西南	**222**	**5.9%**	208	5.9%
東北	**183**	**4.9%**	149	4.3%
合計	**3,773**	**100.0%**	3,504	100.0%

附註：

(1) 截至2025年12月31日，我們概無線下門店位於香港特別行政區、澳門特別行政區或台灣

我們的門店以華東、華北、華南等區域為主。報告期內，我們二線及以上城市門店數淨增加156家，同比增長7.3%；三線及以下城市門店數淨增加113家，同比增長8.2%，在加密現有優勢區域門店密度的同時，對於開店密度較低，覆蓋不足或尚未涉足的空白市場，持續提高門店的商圈覆蓋及品牌曝光。

加盟渠道為我們的主要業務模式，憑藉我們深入人心的品牌影響、標準化門店運營及成熟的供應鏈體系，廣泛吸引茶行業從業者加入我們，截至2025年12月31日，我們共有1,250家加盟商，其中791家與我們合作三年以上。下表載列截至2025年12月31日經營超過100家、50家及10家加盟店的加盟商數目：

	店數 **100家以上**	**店數** **50家以上**	**店數** **10家以上**
加盟商數量	3	10	50

我們直營店集中於深圳、泉州、廈門等地，本年度公司積極謀求直營店創新變革。一方面，本年度持續推行低效門店關停戰略。同時，穩步推進核心門店的形象煥新，推出融合空間革新、文化浸潤、傳統意蘊與現代設計的第八代門店形象，憑藉富有美學張力的產品陳列及沉浸式茶飲體驗場景，優化用戶感受，提升到店體驗，帶動門店的消費增長。此外，我們也積極引導並支持加盟店形象更新，以統一的品牌調性提升綜合引流能力。

（二）我們的線上業務

報告期內，公司線上業務持續發力。一方面，我們保持較快新品上新速度，同時加大資源投入，持續提升在京東、天貓、抖音等主流電商平台的銷售規模，並在多個平台中取得優異成績及獎項：

- 天貓雙十一烏龍茶類目十一連冠（2015-2025年），以總銷售額計算；
- 京東茶類目中國茶第一（2023-2025年），以GMV計算；
- 抖音商城2025年度618卓越品牌大獎；及
- 金麥獎（2025年最佳影響力品牌獎）。

我們積極抓住消費者日益多元化、個性化的需求，在發力傳統貨架電商的同時，也通過不斷更新的優質線上爆品並配合抖音、小紅書等內容電商、社交電商等新型營銷方式，利用短視頻、直播帶貨、達人互動、內容種草等運營策略，持續提升消費者的產品認同與品牌心智。本年末我們線上渠道粉絲數達4,100萬人，會員數量超2,600萬人，客群規模與市場滲透都在穩步攀升。通過實行以上策略，報告期內我們線上渠道GMV為人民幣875.5百萬元，較2024年度的人民幣838.3百萬元增加人民幣37.2百萬元，同比增長4.4%，體現了良好的發展態勢。

（三）渠道與運營創新

本年度，公司在渠道、生態與運營上持續創新，推動線上線下融合。渠道方面，深挖大客戶渠道，為業績增長注入新動力。生態方面，重塑門店空間敘事，將品茶與空間體驗融於一體，打造城市會客廳，激發消費活力。運營方面，我們積極響應數字運營新趨勢，完善本地生活服務佈局，在傳統團購引流基礎上，系統入駐「淘寶閃購」、「美团閃送」及「京東秒送」等實時零售大平台，加速線上線下消費的轉化，本年度實時零售GMV同比增長90%。

（四）我們的品牌及產品

我們推行多品牌佈局，通過差異化提升市場份額。

本年度我們主要品牌的營收情況如下：

品牌類型	**截至2025年12月31日止年度** *(人民幣百萬元)*	截至2024年12月31日止年度 *(人民幣百萬元)*
八馬	**1,955.9**	1,881.9
信記號	**189.6**	233.2
萬山紅	**42.4**	21.5
合計	**2,187.9**	2,136.6

核心品牌「八馬」為收入主要來源，本年度實現營收1,955.9百萬元，增長穩定。「信記號」定位年份普洱茶，本年度實現營收人民幣189.6百萬元。「萬山紅」聚焦年輕群體，憑藉口味多元、價格親民的優勢，本年度實現營收人民幣42.4百萬元，發展快速。

產品方面，我們着力構建多層次產品結構。首先，聚焦明星單品，持續深耕「鼎紅紅茶」、「牛一岩茶」及「賽珍珠鐵觀音」等核心系列，強化品類標桿，提升品牌勢能。其次，發力渠道定制，針對大客戶渠道開發專屬產品，開拓差異化消費場景。同時，把握營銷節點，在傳統節日及618購物節、雙11購物節等電商促銷活動中穩定推出禮盒、組合、養生類新品，保障市場熱度。此外，持續推進SKU精簡，優化庫存，實現降本增效。

(五) 我們的供應鏈體系

我們擁有穩定的上游供應商及健全的供應鏈管控機制，通過對供應商的全生命週期管理，及一盒一碼防偽溯源體系，實現從原料到生產到成品的全方位可追溯質量控制，保障產品品質，並獲得ISO 9001、有機產品(「OGA」)、綠色食品認證、FSSC 22000等認證。

依靠我們在安溪、武夷山的智能化工廠及自動化產線，報告期內，我們銷售自產產品所得收入為人民幣1,289.6百萬元，較2024年度的人民幣1,060.6百萬元同比上升21.6%；我們通過第三方OEM生產產品所得收入為人民幣898.3百萬元，較2024年度的人民幣1,076.0百萬元同比下降16.5%。公司自產品銷售佔比由2024年度的49.6%同比增長至58.9%，自產銷售規模持續提升。

另外，通過智能倉儲系統，安全庫存機制，及高效物流體系，我們在維持靈活庫存的同時保證了產品的及時交付，提升用戶滿意度。

（六）強化品牌美譽度建設，消費者心智不斷提升

報告期內，我們通過參加聯合國糧農組織「國際茶日」、上海合作組織天津峰會等國際性活動，同時持續舉辦巡回品鑑會、主題茶敘、跨界聯名及茶王賽等多元化品牌推廣活動，進一步擴大品牌聲量，提升市場影響力。本年度，我們取得中國茶葉流通協會、新華社中國經濟信息社共同評選的「2025中國茶企業品牌調查結果TOP50」第一名，及《世界茶葉品牌評價榜單》企業品牌中國第一、世界第二的榮譽，品牌美譽度持續增強，助力業績增長。

展望未來

根據弗若斯特沙利文報告，中國原葉茶市場2025年度預計市場規模為人民幣3,394億元，2026年度市場規模預計將增長至人民幣3,564億元，保持穩健增長態勢。同時日益多元的消費群體、健康潮流養生觀念的興起，及社交媒體及都市文化對多樣茶飲的追求，給原葉茶市場帶來新的契機。面對廣闊的茶葉市場，我們作出下列展望：

（一）優化門店網絡，加密空白市場

未來，公司將持續拓展及優化線下門店網絡，在鞏固華東、華南等優勢區域的基礎上，持續開拓增量市場，提升全國門店滲透率。對於優勢區域，通過門店形象煥新與場景升級，提升消費體驗。對於潛力巨大但尚未充分佈局的空白區域，保持合理開店節奏，加密重點城市、重點商圈精準布局補位，補齊網絡短板，穩步推進門店網絡覆蓋。

（二）加快空間服務推廣，提升門店體驗

我們將持續進行線下直營門店煥新升級，提升門店吸引力，並鼓勵和引導加盟店同步升級，推廣「城市會客廳」服務，實現傳統門店向「茶文化體驗空間」轉型，讓消費者獲得沉浸式茶飲體驗和舒適的商務社交空間，進而帶動門店產品銷售。同時結合精準數字營銷為門店引流，增強用戶黏性。

（三）探索新渠道，加速線上線下融合

我們致力於打造成為行業即時零售的標桿企業，以持續創新驅動業務增長，鞏固市場領先地位。我們將深化與主流電商平台的戰略合作，並強化內容電商、社區電商、頭部大客戶等新渠道開拓，實現不同場景的觸達與覆蓋。同時，我們將積極佈局「淘寶閃購」、「美团閃送」及「京東秒送」等即時零售業態，利用線上平台與數字營銷的曝光優勢及直播帶貨的精準營銷強化終端觸達，深化線上線下融合，打造增量業績。

（四）踐行多品牌戰略，持續優化產品矩陣

品牌方面，我們將踐行多品牌戰略，打造差異化競爭優勢，築牢品牌護城河，持續提升品牌的國民認知度及全球影響力。我們將深入剖析消費者畫像，培育多元化客群，積極孵化特色子品牌，構建覆蓋不同消費場景、消費群體與價格區間的品牌矩陣，形成品牌發展合力。

產品方面，我們也將持續優化產品矩陣，一方面聚焦並打造更多比肩「賽珍珠」系列的明星產品，深化品牌認知；另一方面緊跟市場需求與消費趨勢，推出花草茶、冷泡茶等熱門品類，並延伸開發茶具，茶食及含有濃縮茶提取物的膳食補充劑等衍生產品，完善全品類產品布局。

（五）完善智能化工廠布局，以數字化驅動供應鏈升級

結合當前產能利用情況，我們將在未來3至5年內，在安溪、武夷山、雲南等主要茶葉核心產區，投建多座智能化、數字化工廠，穩步擴大產能，提升自主生產能力，優化產品結構以提升利潤空間。同時，我們將同步規劃智能倉儲物流中心，提升倉儲空間和物流周轉效率，保障產品品質穩定與交付高效。

在此基礎上，我們將以數字化為抓手，優化「智慧茶園+智慧工廠+智慧倉儲」供應鏈體系，通過大數據、物聯網等技術實現從原料加工、倉儲物流到終端銷售的全流程數字化管控，提升供應鏈響應速度與精細化運營水平，為企業規模化擴張、全球化發展提供堅定的供應鏈支撐。

財務回顧

經營業績

收入

2025年度，公司總收入為人民幣2,196.3百萬元，較2024年度的約人民幣2,143.3百萬元同比增長2.5%。

1. 按銷售渠道劃分的收入

我們構建了線上線下融合互補的全渠道營銷網絡，為消費者提供便利、無差別的美好消費體驗。下表載列所示期間我們按銷售渠道劃分的收入：

渠道類型	**截至2025年12月31日止年度** *(人民幣千元)*	**佔比** *(%)*	截至2024年12月31日止年度 *(人民幣千元)*	佔比 *(%)*
線下渠道	**1,481,534**	**67.4**	1,443,776	67.4
線上渠道	**706,359**	**32.2**	692,841	32.2
其他收入(1)	**8,455**	**0.4**	6,642	0.4
合計	**2,196,348**	**100.0**	2,143,259	100.0

附註：

(1) 其他收入主要包括投資物業租金以及提供開業前培訓服務和茶室服務產生的收入。

報告期內，公司收入主要來源於線下渠道(含直營與加盟)，該渠道整體收入保持穩定並實現小幅增長，這主要源於加盟商採購額的增長以及大客戶定制化採購貢獻。同時，公司繼續推進關閉虧損直營線下門店的戰略，直營線下門店總數減少導致相應收入下降。

線上渠道收入貢獻較為明顯，一方面源於萬山紅子品牌線上業務持續發力，同時本年度通過持續數字化營銷、直播帶貨、達人推薦等，增加了產品的曝光度及對消費者的吸引力。

2. 按產品劃分的收入

下表載列所示期間我們按產品劃分的收入：

產品類型	**截至2025年12月31日止年度** *(人民幣千元)*	*佔比(%)*	截至2024年12月31日止年度 *(人民幣千元)*	*佔比(%)*
茶葉產品銷售				
烏龍茶	**686,214**	**31.2**	640,910	29.9
－其中：鐵觀音	**293,884**	**13.4**	285,806	13.3
－其中：武夷岩茶	**362,145**	**16.5**	321,709	15.0
黑茶	**202,896**	**9.2**	231,938	10.8
－其中：普洱	**200,253**	**9.1**	229,569	10.7
紅茶	**446,077**	**20.3**	416,148	19.4
綠茶	**124,538**	**5.7**	127,460	5.9
白茶	**192,605**	**8.8**	222,247	10.4
茶葉組合裝	**204,595**	**9.3**	176,135	8.2
其它茶葉	**96,441**	**4.4**	86,193	4.0
小計	**1,953,366**	**88.9**	1,901,031	88.6
非茶葉產品				
茶具	**114,615**	**5.2**	130,507	6.1
茶食品	**103,074**	**4.7**	81,206	3.8
其他產品(1)	**16,838**	**0.8**	23,873	1.1
小計	**234,527**	**10.7**	235,586	11.0
其他收入(2)				
投資物業收入	**1,053**	**0.1**	1,216	0.1
其他	**7,402**	**0.3**	5,426	0.3
小計	**8,455**	**0.4**	6,642	0.4
總計	**2,196,348**	**100.0**	2,143,259	100.0

附註：

(1) 其他產品主要包括由第三方製造的烈酒，以及茶飲、線香及茶寵等衍生產品。

(2) 其他收入主要包括投資物業租金、提供開業前培訓服務和茶室服務產生的收入。

茶葉產品為我們主要的收入來源，2025年度收入較2024年度同比增長2.8%，增幅較平穩，其中茶葉組合裝，烏龍茶，紅茶增幅明顯。我們的非茶葉產品營收相對保持平穩。

毛利及毛利率

報告期內，我們的毛利為人民幣1,220.8百萬元，較2024年度的約人民幣1,178.6百萬元，增長3.6%，與收入增長趨勢一致。本年度毛利率為55.6%，相較上年度55.0%小幅增長，主要是由於報告期內我們自產比例提升，故毛利率有所上漲。

其他收入

報告期內，我們其他收入為人民幣18.1百萬元，較2024年度人民幣16.2百萬元同比上升11.5%，主要是我們收到的政府補助上升。

銷售及營銷開支

報告期內，我們的銷售及分銷開支為人民幣700.3百萬元，較2024年度人民幣692.2百萬元同比上升1.2%。其中廣告及宣傳開支由2024年度的人民幣276.2百萬元增加至人民幣303.3百萬元，主要是我們積極推進品牌美譽度建設以增強品牌曝光度。同時員工成本由2024年度的人民幣247.6百萬元下降至2025年度的人民幣241.9百萬元，主要原因是公司實施戰略性的門店關閉計劃，從而減少了相關的人員費用。

行政管理開支

報告期內，我們的行政管理開支為人民幣215.1百萬元，較2024年度人民幣165.7百萬元同比上升29.8%，因為我們於報告期內產生了與全球發售相關的上市費用，而專業服務費主要與第三方提供的戰略諮詢服務有關，在報告期內隨著我們業務的增長而增加。

財務成本

報告期內，我們的財務成本為人民幣8.1百萬元，較2024年度人民幣9.6百萬元同比下降15.6%，主要是由於公司繼續推進關閉虧損直營店的戰略，確認的租賃負債利息因此減少。

除稅前利潤

由於上文所述，報告期內，我們的除稅前利潤為人民幣300.7百萬元，較2024年度人民幣308.4百萬元同比下降2.5%。

所得稅開支

報告期內，我們的所得稅開支為人民幣78.4百萬元，較2024年度人民幣84.2百萬元同比下降6.9%，主要是由於2025年錄得遞延稅項收入人民幣8.7百萬元，而2024年則錄得遞延稅項開支人民幣0.7百萬元。

非國際財務報告準則經調整年內利潤

為補充本集團根據國際財務報告準則編製的綜合財務報表，本公司另採用非國際財務報告準則經調整純利作為額外財務指標，通過剔除我們認為不屬於業務表現指標的項目，更清晰地評估財務表現。本公司認為，該指標有助於反映剔除上市開支等潛在影響後的正常業務年內利潤。

「經調整年內利潤」並非國際財務報告準則界定的術語，本集團的計算方式可能與其他同業公司存在差異。該指標作為分析工具存在一定局限性，因其未涵蓋影響本集團2025財年年內利潤的所有項目，故不應孤立看待，亦不可替代按國際財務報告準則編製的業績分析。

下表列示本集團於所示年度的非國際財務報告準則經調整年內利潤計算過程：

	截止12月31日止年度	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
年內利潤	**222,338**	224,201
上市開支	**25,297**	13,978
非國際財務報告準則調整的稅務影響	**(6,324)**	(3,495)
經調整淨利潤 （非國際財務報告準則計量指標）	**241,311**	234,684
經調整淨利潤率(%) （非國際財務報告準則計量指標）	**11.0**	10.9

年內利潤

報告期內，我們的年內利潤為人民幣222.3百萬元，較2024年度人民幣224.2百萬元同比下降0.8%。

存貨

我們的存貨主要包括原材料、在製品，以及製成品及在途貨物。下表載列截至所示日期我們的存貨結餘概要：

	截至12月31日止年度	
	2025	2024
	人民幣千元	*人民幣千元*
原材料	**110,430**	47,467
在製品	**56,581**	46,411
成品及在途商品	**412,180**	345,099
	579,191	438,977

我們的存貨由2024年12月31日的人民幣439.0百萬元增加至2025年12月31日的人民幣579.2百萬元，主要是由於(i)原材料增加人民幣62.9百萬元，與產品戰略計劃一致及(ii)成品及在途商品增加人民幣67.1百萬元，主要是由於2026年春節較晚，銷售旺季相應延後至2026年1-2月，為保障節日市場供應，本集團於2025年第四季度增加成品備貨及在途物資所致。

下表載列所示期間我們的存貨賬齡分析：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
12個月內	**356,548**	252,296
12個月至24個月	**60,565**	57,402
24個月至36個月	**41,986**	49,183
超過36個月	**120,092**	80,096
總計	**579,191**	438,977

賬齡於12個月內的存貨結餘由2024年12月31日的人民幣252.3百萬元增加至2025年12月31日的人民幣356.5百萬元，主要由於配合2026年春節銷售旺季，本集團於2025年第四季度增加成品備貨及在途物資所致。

賬齡介乎12個月至24個月的存貨結餘由2024年12月31日的人民幣57.4百萬元增加至2025年12月31日的人民幣60.6百萬元，保持平穩。

賬齡介乎24個月至36個月的存貨結餘由2024年12月31日的人民幣49.2百萬元減少至2025年12月31日的人民幣42.0百萬元，主要由於部分2022年採購的普洱茶葉於本年度內繼續陳化，賬齡相應遞延至超過36個月所致。

賬齡超過36個月的存貨結餘由截至2024年12月31日的人民幣80.1百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣120.1百萬元，主要由於部分2022年及更早年份的普洱茶葉仍處於陳化過程以提升價值及促進未來銷售，該等存貨隨賬齡遞延轉入本區間，尚未銷售或處置。截至2025年年12月31日，管理層並未發現與存貨撥備有關的任何重大事宜。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項的流動部分主要指(i)貿易應收款項，主要指電商平台、第三方支付平台（如微信支付及支付寶）及商場應付我們的未償還款項；(ii)按金，主要指我們就租賃資產向業主作出的按金以及就線上銷售向電商平台作出的按金；(iii)可收回增值稅，主要指就我們採購的存貨以及物業、廠房及設備的支出而可收回的若干稅項；(iv)應收地方部門款項，主要指因我們終止參與一幢大樓的聯合開發項目而預期由地方部門退還的預付款項；及(v)向賣方預付款項。

我們的貿易及其他應收款項的非流動部分包括(i)租賃按金，主要指我們根據與業主及商場和超市經營者就我們直營線下門店的租賃物業所達成的相關協議，向彼等支付的押金；及(ii)購買物業、廠房及設備以及使用權資產的預付款項。

下表載列我們的貿易及其他應收款項明細：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
流動		
貿易應收款項，扣除虧損撥備	**85,740**	64,039
押金	**19,291**	18,897
可收回增值稅	**5,629**	11,464
應收當地機構款項	**66,410**	66,410
其他應收款項	**5,526**	3,554
上市開支付款	**–**	6,962
向賣方預付款項	**39,709**	22,136
	222,305	193,462
非流動		
租賃押金	**7,941**	8,197
購置物業、廠房及設備及使用權資產預付款	**926**	953

於2025年12月31日，我們的貿易及其他應收款項的流動部分為人民幣222.3百萬元，較2024年12月31日的人民幣193.5百萬元同比上升14.9%，主要是由於對一名有信貸期的客戶銷售增加及就推廣服務向賣方預付款項增加。

於2025年末，我們應收政府機構款項人民幣66.4百萬元，該筆款項已於2026年2月收回。

截至2024年及2025年12月31日，貿易應收款項(計入貿易及其他應收款項)按收入確認日期及扣除壞賬準備後的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
1年內	**85,407**	63,502
1年以上且2年內	**222**	515
超過2年但不超過3年	**111**	22
	85,740	64,039

貿易及其他應付款項

我們的貿易及其他應付款項主要包括(i)貿易應付款項，主要指我們就日常業務過程中自供應商購買貨品付款的責任；(ii)按金，主要指向加盟商收取的按金；(iii)購買物業、廠房及設備的應付款項；(iv)應付員工成本，主要指支付員工薪金的責任；(v)其他應付稅項，主要指我們的應付稅項(企業所得稅除外)；(vi)銷售返利產生的退款負債，主要指我們向加盟商支付銷售返利的責任。我們可能不時根據我們的協議或加盟商激勵政策，向滿足相關要求的加盟商提供銷售返利；及(vii)其他應付款項，主要指第三方提供促銷服務的應付款項。供應商授予我們的一般信貸期普遍介乎為30至60天。

下表載列截至所示日期的貿易及其他應付款項：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
貿易應付款項	**273,932**	155,749
按金	**82,198**	74,385
購置物業、廠房及設備應付款項	**20,339**	30,230
應付員工成本	**49,678**	50,330
其他應繳稅款	**24,725**	22,270
應付股息	**56**	50
銷售返利產生的退款負債	**14,121**	12,726
應付關聯方款項	**2,275**	1,734
其他應付款項	**39,804**	34,972
	507,128	382,446

所有應付款項預計將在一年內結清或可隨時償還。

我們的貿易及其他應付款項由2024年12月31日的人民幣382.4百萬元增加至2025年12月31日的人民幣507.1百萬元，主要是由於本年度我們業務規模擴大，增加了向供應商的採購規模。

截至報告期末，按發票日期劃分的貿易及其他應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
一年內	**273,473**	155,530
一年後	**459**	219
	273,932	155,749

合約負債

我們的合約負債主要包括(i)客戶忠誠計劃，其主要指我們的會員獎勵制度產生的估計會員積分，而會員獎勵制度的會員日後可於微信商城兌換或使用積分購物；(ii)預付卡，其主要指我們向客戶銷售產品的責任，而我們向客戶收取預付卡形式的代價；(iii)已收預付款項，主要指我們的加盟商就向我們購買產品而支付的預付款項。

我們的合約負債由2024年12月31日的人民幣53.1百萬元增加至2025年12月31日的人民幣55.1百萬元，相對保持平穩。

債務

截至2025年12月31日，我們的債務主要包括租賃負債。我們的租賃負債主要與租賃我們的直營線下門店、倉庫及辦公室有關。

我們的租賃負債由2024年12月31日的人民幣183.4百萬元，減少至2025年12月31日的人民幣169.0百萬元，主要是本年度我們繼續推進虧損門店關閉的戰略，直營門店數量減少所致。

重大投資

於2025年12月31日，本集團並無持有任何重大投資。

重大收購及出售事項

於截至2025年12月31日止年度，本集團並無任何附屬公司、聯營公司或合營企業之重大收購或出售。

有關重大投資或資本資產的未來計劃

於2025年12月31日，除本業績公告及招股章程所披露者外，本集團並無重大投資或購入資本資產的具體計劃。

資產抵押或質押

於2025年12月31日，本集團並無任何抵押或質押任何資產（2024年12月31日：無）。

資產負債比率

資產負債比率相等於借款總額除以截至年末的權益總額再乘以100%。截至2025年12月31日，本集團的資產負債比率並不適用，因為我們於截至2025年12月31日並無任何借款（2024年12月31日：不適用，因為我們於截至2024年12月31日並無任何借款）。

資本結構

H股於2025年10月28日成功在聯交所主板上市。自上市日期起至2025年12月31日，本公司資本結構未發生任何變動。截至2025年12月31日，本公司股本包括H股及非上市內資股。截至2025年12月31日，本集團總權益約為人民幣1,701.0百萬元（2024年12月31日：約人民幣1,127.5百萬元）。

流動資金及資本資源

我們的現金主要用於營運活動及資本支出。於報告期內，我們主要透過經營活動產生的現金為營運提供資金。

截至2025年12月31日，我們擁有現金及現金等價物人民幣889.1百萬元（2024年12月31日：人民幣347.2百萬元）。

本集團就其庫務政策採取審慎的財務管理方針，以確保本集團的流動資金結構（由資產、負債及其他承擔組成）能夠始終滿足其資金需求。

或有負債

於2025年12月31日，本集團並無任何或有負債(2024年12月31日：無)。

資本開支

我們的資本開支主要包括物業、廠房及設備及無形資產開支。

我們的資本開支由截至2024年12月31日止年度的人民幣101.8百萬元，減少至截至2025年12月31日止年度的人民幣64.7百萬元，主要由於購買物業、廠房及設備的付款減少。

我們預期經營活動所得現金、全球發售所得款項淨額及我們可獲得的銀行借款將可繼續為這些資本開支提供資金。

貨幣風險

由於以本集團的功能貨幣(人民幣)以外的貨幣計值的金融資產及負債並不重大，本集團並無面臨重大外幣風險，因此我們目前並無外幣對沖政策。

人力資源、僱員及薪酬政策

於2025年12月31日，本集團共有1,950名員工。本年度，本集團員工薪酬總額為人民幣356.7百萬元。

我們認為，我們的成功部分取決於我們能否吸引、招攬並留住高質量員工。我們設立了兼顧外部競爭性與內部公平性的薪酬管理體系，有助於保障員工的穩定性與忠誠度。同時，我們搭建了高效的培訓體系，通過產品專業知識、員工職業管理、門店運營及銷售技巧等課程培訓，持續提升員工的專業技能。針對不同業務類型，我們打造了多元的培訓場景，如產品發佈會、雲端品鑒會、在線知識競賽等，確保員工接受個性化的培訓。

我們為員工參加由地方政府管理的各項員工社會保障計劃，包括住房、養老、醫療保險、生育保險及失業保險，依法保障員工的合法權益。

報告期後的重大事項

於2025年12月31日後直至本公告日期，本集團無任何重大事項。

全球發售所得款項用途

2025年10月28日，本公司於聯交所主板上市，本公司按每股H股50港元發行9,000,000股H股，每股面值人民幣1元。經扣除包銷佣金及有關全球發售的其他估計開支後，本公司所收取的全球發售所得款項淨額約為389.9百萬港幣，將根據招股章程披露的所得款項用途使用如下：

使用用途	募集資金用途百分比	募集資金淨額（港幣百萬元）	自上市日期至2025年12月31日期間已動用款項（港幣百萬元）	於截至2025年12月31日尚未動用款項（港幣百萬元）	悉數動用預計時間表
擴建及升級生產設施以及供應鏈設施	35%	136.5	0	136.5	2027年之前
提升品牌價值及拓寬產品組合	20%	78.0	0	78.0	2027年之前
擴展直營線下門店網絡	15%	58.5	0	58.5	2027年之前
提升業務運營的數字化水平	10%	39.0	0	39.0	2027年之前
收購或投資(1)	10%	39.0	0	39.0	不適用
營運資金及其他一般企業用途	10%	39.0	0	39.0	不適用
合共	**100%**	**389.9**	**0**	**389.9**	

截至本公告日期，董事會知悉全球發售所得款項的動用時間相比招股章程所披露的實施計劃有所延遲，主要是由於全球發售所得款項的外匯登記及備案程序延遲完成導致（已於2026年1月完成）。我們目前無意變更未動用的所得款項淨額的用途，並將根據市場環境及公司整體經營戰略，在適當時機繼續推進。目前預計尚未動用的所得款項淨額將在2027年12月31日之前悉數動用，具體取決於市場狀況、公司經營戰略及行業出現適當機會的時機。倘上述所得款項擬定用途有任何變動，我們將適時作出公告。

附註：

(1) 截至本公告日期，我們尚未確定任何特定收購目標。我們擬考慮收購或投資中國茶葉產業中符合以下條件的企業：(i)在行業中享有良好聲譽；(ii)最近財政年度錄得正收入及利潤；(iii)最近財政年度錄得不少於人民幣8.0百萬元。完成時間表視乎相關審批／批准程序進展而定。

II. 節選財務報表及附註

截至2025年12月31日止年度的綜合損益及其他全面收益表
(以人民幣列示)

	附註	**2025年** *人民幣千元*	2024年 *人民幣千元*
收入	*2*	**2,196,348**	2,143,259
銷售成本		**(975,585)**	(964,706)
毛利		**1,220,763**	1,178,553
銷售及營銷開支		**(700,310)**	(692,154)
行政開支		**(215,132)**	(165,699)
研發成本		**(14,019)**	(16,505)
貿易及其他應收款項的減值虧損		**(823)**	(2,691)
其他收入	*3*	**18,095**	16,235
其他收入淨額		**2,642**	2,462
物業、廠房及設備以及使用權資產的減值虧損		**(2,403)**	(2,213)
經營利潤		**308,813**	317,988
財務成本		**(8,088)**	(9,624)
稅前利潤	*4*	**300,725**	308,364
所得稅	*5*	**(78,387)**	(84,163)
年內利潤及全面收益總額		**222,338**	224,201
下列各項應佔：			
本公司權益股東		**222,251**	224,344
非控股權益		**87**	(143)
年內利潤及全面收益總額		**222,338**	224,201
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣元)	*6*	**2.86**	2.95

綜合財務狀況表
(以人民幣列示)

	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		**442,847**	448,540
投資物業		**6,949**	7,223
使用權資產		**187,235**	201,585
無形資產		**23,540**	28,999
遞延稅項資產		**38,327**	29,630
租賃按金		**7,941**	8,197
購買物業、廠房及設備以及使用權資產的預付款		**926**	953
		707,765	725,127
流動資產			
存貨		**579,191**	438,977
貿易及其他應收款項	*7*	**222,305**	193,462
原到期日超過三個月的銀行存款		**90,000**	90,000
受限制銀行存款		**10,294**	6,124
現金及現金等價物		**889,109**	347,199
		1,790,899	1,075,762
流動負債			
貿易及其他應付款項	*8*	**507,128**	382,446
合約負債		**55,109**	53,104
租賃負債		**54,443**	55,577
即期稅項		**55,399**	40,631
		672,079	531,758

	附註	**2025年 12月31日 人民幣千元**	2024年 12月31日 人民幣千元
流動資產淨值		**1,118,820**	544,004
總資產減流動負債		**1,826,585**	1,269,131
非流動負債			
租賃負債		**114,565**	127,806
遞延收入		**10,972**	13,853
		125,537	141,659
資產淨值		**1,701,048**	1,127,472
資本及儲備			
股本	*10*	**85,000**	76,000
儲備		**1,614,220**	1,049,226
本公司權益股東應佔權益總額		**1,699,220**	1,125,226
非控股權益		**1,828**	2,246
權益總額		**1,701,048**	1,127,472

財務報表附註

(除另有說明外，均以人民幣列示)

1 重大會計政策概要

(a) 合規聲明

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則會計準則(為包括所有適用個別國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋之統稱)及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定。以下披露本集團採納的重大會計政策。

國際會計準則理事會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效或可提早採納的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則。因初始應用該等發展而導致的任何會計政策變動的資料載列於附註1(c)，該等變動與本集團於該等財務報表中所反映的當前會計期間有關。

(b) 財務報表編製基準

本公告所載綜合業績並不構成本集團截至2025年12月31日止年度的財務報表，惟摘錄自該等財務報表。

截至2025年12月31日止年度的綜合財務報表涵蓋本公司及其附屬公司。

編製財務報表所採用的計量基準為歷史成本基準，惟按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產按其公允價值列賬除外。

編製符合國際財務報告準則會計準則的財務報表要求管理層作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用以及所呈報的資產、負債、收入及開支金額。該等估計及相關假設乃根據歷史經驗及於有關情況下被視為合理的各項其他因素而作出，其所得結果構成了在無法依循其他來源輕易得知資產及負債賬面值時作出判斷的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設會持續進行檢討。倘會計估計修訂僅影響修訂估計的期間，則會計估計修訂於該期間確認，若同時影響當前及未來期間，則於修訂期間及未來期間確認。

(c) 會計政策之變動

本集團已將國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第21號的修訂「*匯率變動之影響－缺乏可兌換性*」應用於本會計期間的財務報表。該等修訂對本財務報表並無重大影響，原因為本集團並無進行任何其外幣不可兌換至另一種貨幣的外幣交易。

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

2 收入及分部報告

(a) 收入

本集團的主要業務為加工、生產及銷售茶葉及其他茶產品。

(i) 收入分類

按主要服務線劃分的收入分類如下：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
國際財務報告準則第15號範圍內來自客戶合約的收入		
銷售茶葉	**1,953,366**	1,901,031
銷售茶具	**114,615**	130,507
銷售茶食	**103,074**	81,206
銷售其他產品	**16,838**	23,873
其他*(附註(i))*	**7,402**	5,426
	2,195,295	2,142,043
其他來源的收入		
投資物業的租金總額	**1,053**	1,216
	2,196,348	2,143,259

附註：

(i) 其他主要包括提供開業前培訓服務及茶飲包廂服務所產生的收入。

(ii) 按收入確認時間分類

按收入確認時間劃分的來自客戶合約的收入分類如下：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
按收入確認時間分類		
－時間點	**2,191,398**	2,139,458
－隨時間推移	**4,950**	3,801
	2,196,348	2,143,259

於截至2025年及2024年12月31日止年度，概無個別客戶對本集團的總收入貢獻超過10%。

(iii) 日後預期將予確認來自於報告日期已存在合約的收入

國際財務報告準則第15號範圍內的合約

本集團已將國際財務報告準則第15號第121(a)段中的實際權宜方法應用於其原預期期限為一年以下的銷售茶產品及提供服務的合約，並且不披露與分配至剩餘履約義務的交易價格總額有關的資料。

(b) 分部報告

本公司董事被認定為本集團的最高行政管理人員。就資源分配及表現評估而言，本集團由最高行政管理人員對其業務進行整體管理。因此，本集團設有一個經營分部。本集團的最高行政管理人員於評估該分部的表現及作出分配決策時審閱本集團的綜合經營業績。因此，並無呈列可呈報分部資料。

由於本集團絕大部分業務及資產均位於中國，故並無呈列地理資料。

3 其他收入

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
以下項目的利息收入：		
－ 銀行存款及其他	**2,952**	2,376
－ 定期存款	**2,460**	2,460
－ 租賃按金	**489**	743
	5,901	5,579
增值税減免的收入*(附註(i))*	**3,456**	3,494
政府補助		
－ 無條件補貼	**5,857**	4,566
－ 有條件補貼	**2,881**	2,596
	18,095	16,235

附註：

(i) 增值税減免的收入指中國政府機關授予小型微利企業的增值税減免。

4 税前利潤

税前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
(a) 財務成本		
銀行貸款利息	**－**	694
租賃負債利息	**8,088**	8,930
	8,088	9,624

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
(b) 員工成本(包括董事酬金)		
薪金、工資及其他福利	**331,041**	323,778
界定供款退休計劃的供款	**22,405**	19,336
離職福利	**3,259**	2,767
	356,705	345,881

	2025年	*2024年*
	人民幣千元	*人民幣千元*
(c) 其他收入淨額		
出售物業、廠房及設備以及使用權資產的收益	**1,929**	2,625
捐贈	**(638)**	(347)
來自按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產的投資收益	**2,230**	1,711
土地使用權採購合約的終止成本(附註7(i))	**—**	(4,390)
外匯虧損淨額	**(1,014)**	—
其他	**135**	2,863
	2,642	2,462

	2025年	*2024年*
	人民幣千元	*人民幣千元*
(d) 其他項目		
無形資產攤銷	**9,400**	7,959
折舊開支		
－ 物業、廠房及設備	**55,678**	54,740
－ 使用權資產	**62,109**	72,805
－ 投資物業	**274**	274
	118,061	127,819
物業、廠房及設備以及使用權資產之減值虧損	**2,403**	2,213
核數師薪酬		
－ 審計服務	**2,300**	372
－ 其他服務 *(附註(i))*	**3,442**	1,827
上市開支	**25,297**	13,978

附註：

(i) 其他服務包括人民幣3,242,000元（2024年：人民幣1,827,000元），亦計入下文單獨披露之上市開支內。

5 綜合損益及其他全面收益表中的所得稅

(a) 綜合損益及其他全面收益表中的稅項指：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
即期稅項		
年內撥備	**87,084**	83,476
遞延稅項		
累計稅務虧損及暫時性差額的（來源）／撥回	**(8,697)**	687
	78,387	84,163

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計利潤的對賬：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
稅前利潤	**300,725**	308,364
稅前利潤的名義稅項	**75,181**	77,091
法定稅項寬減(i)	**(678)**	(302)
不可扣除開支的稅務影響	**5,382**	6,061
毋須課稅收入的稅務影響	**(80)**	(95)
未確認的未動用稅項虧損及可扣減暫時性差額的稅務影響	**1,013**	2,011
使用未確認的可扣減虧損及可扣減暫時性差額的稅務影響	**(891)**	(603)
其他	**(1,540)**	—
實際稅務開支	**78,387**	84,163

附註：

(i) 除下文另有說明外，截至2025年12月31日止年度，本集團中國附屬公司的應課稅收入須按中國所得稅稅率25%（2024年：25%）繳納所得稅。

截至2025年12月31日止年度，若干附屬公司符合中國小型微利企業獲授予優惠所得稅稅率的條件，並就應課稅收入享有5%（2024年：5%）的優惠所得稅稅率。

(ii) 截至2025年及2024年12月31日止年度，本集團於2024年在香港成立的附屬公司並無任何應課稅利潤。

6 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利按年內本公司普通權益持有人應佔溢利人民幣222,251,000元（2024年：人民幣224,344,000元）及已發行普通股加權平均數77,602,740股（2024年：76,000,000股）計算如下：

普通股加權平均數：

	2025年	2024年
於1月1日已發行普通股	**76,000,000**	76,000,000
首次公開發售時已發行普通股的影響	**1,602,740**	—
於12月31日普通股加權平均數	**77,602,740**	76,000,000

(b) 每股攤薄盈利

截至2025年及2024年12月31日止年度，概不存在潛在攤薄普通股，因此每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

7 貿易及其他應收款項

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
流動		
貿易應收款項，扣除虧損撥備	**85,740**	64,039
按金	**19,291**	18,897
可收回增值稅	**5,629**	11,464
應收地方部門款項*(附註(i))*	**66,410**	66,410
其他應收款項	**5,526**	3,554
支付上市開支	**—**	6,962
向賣方預付款項	**39,709**	22,136
	222,305	193,462
非流動		
租賃按金	**7,941**	8,197
購買物業、廠房及設備以及使用權資產的預付款項	**926**	953
	8,867	9,150

預期貿易及其他應收款項的流動部分將於一年內收回或確認為開支，或按要求時收回。

截至2025年12月31日止年度，於綜合損益及其他全面收益表的損益內確認其他應收款項減值虧損撥回人民幣359,000元（2024年：其他應收款項減值虧損人民幣1,616,000元）。

附註：

(i) 於2023年12月，本公司及一名第三方與地方部門訂立土地使用權出讓合約(「該合約」)。本公司向地方部門支付人民幣70,800,000元的預付款項，佔其土地使用權的60%。

於2024年，該第三方退出該項目，導致本公司終止參與。本公司申請退還預付款項，並於2024年11月獲地方部門批准。本公司應付土地佔用費人民幣4,390,000元，並於「其他收益淨額」中確認為開支。扣除土地佔用費後的退款已於2026年2月收取。

賬齡分析：

截至報告期末，基於收入確認日期經扣除虧損撥備後的貿易應收賬款(計入貿易及其他應收款項)的賬齡分析如下：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
1年內	**85,407**	63,502
1年以上但2年以內	**222**	515
2年以上但3年以內	**111**	22
	85,740	64,039

8 貿易及其他應付款項

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
貿易應付款項	**273,932**	155,749
按金	**82,198**	74,385
購買物業、廠房及設備的應付款項	**20,339**	30,230
應付員工成本	**49,678**	50,330
其他應付稅項	**24,725**	22,270
應付股息	**56**	50
銷售返利退款負債	**14,121**	12,726
應付關聯方款項	**2,275**	1,734
其他應付款項	**39,804**	34,972
	507,128	382,446

所有應付款項預期將於一年內結算或須按要求償還。

截至報告期末，基於發票日期的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
1年內	**273,473**	155,530
1年後	**459**	219
	273,932	155,749

9 股息

(i) 年內應付本公司權益股東的股息

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
年末後建議分派末期股息每股普通股人民幣零元（2024年：每股普通股人民幣0.48元）	**–**	36,181

(ii) 年內批准及派付歸屬於過往財政年度應付本公司權益股東的股息

	2025年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
上一財政年度末期股息每股普通股人民幣0.48元（2024年：人民幣0.42元）	**36,181**	31,920

10 股本

已發行股本

	2025年		2024年	
	股份數目	***繳足股份的面值 人民幣千元***	*股份數目*	*繳足股份的面值 人民幣千元*
每股面值人民幣1.00元的普通股，已發行及繳足：				
於1月1日	**76,000,000**	**76,000**	76,000,000	76,000
首次公開發售已發行股份*(附註(i))*	**9,000,000**	**9,000**	—	—
於12月31日	**85,000,000**	**85,000**	76,000,000	76,000

附註：

(i) 本公司股份於香港聯合交易所有限公司上市時，按每股普通股50.0港元的價格發行9,000,000股每股面值人民幣1.0元的普通股。發售所得款項總額為450,000,000港元（約相當於人民幣410,526,000元）。發售所得款項淨額為人民幣387,924,000元（經扣除直接歸屬於發行股份的成本約人民幣22,602,000元），其中人民幣9,000,000元計入本公司的股本賬，而餘額人民幣378,924,000元則計入本公司的資本儲備賬。

III. 其他資料

股息

根據本公司長遠發展戰略及資本開支需求，並考慮後續市值管理工作，本公司決定不進行本年度利潤分配（截至2024年12月31日止年度已宣派股息：每股人民幣0.48元）。

年度股東會

本公司謹訂於2026年4月21日（星期二）上午10時正於中國福建省南平市武夷山市仙台路5號八馬茶業武夷山智能化生態產業園綜合樓6樓舉行年度股東會，召開年度股東會之通告及通函將於適當時候刊發並寄發予需要印刷本的股東。

為確定股東出席年度股東會及在會上投票的資格，H股股東名冊將於2026年4月16日（星期四）至2026年4月21日（星期二）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行任何H股股份過戶登記。為符合資格出席年度股東會及在會上投票，所有填妥之股份轉讓表格連同相關股票必須於2026年4月15日（星期三）下午4時30分前，送達本公司於香港之H股股份過戶登記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）辦理過戶登記手續。於2026年4月21日（星期二）（即記錄日期）名列本公司股東名冊之股東均有權出席年度股東會並於會上投票。

H股持有人須將代表委任表格連同授權書或其他授權文件（如有）交回本公司的香港H股證券登記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）；而內資股持有人須將代表委任表格盡快以專人送遞或郵寄方式送達本公司在中國總辦事處及主要營業地點（地址為中國廣東省深圳市羅湖區南湖街道東門南路華都園大廈7樓），惟無論如何不遲於年度股東會或其任何續會（視情況而定）的指定舉行時間24小時前（即不遲於2026年4月20日（星期一）上午10時正），方為有效。無論　閣下能否出席年度股東會，務請細閱年度股東會通告，並按照隨附代表委任表格上印列的指示填妥並交回代表委任表格，不遲於年度股東會或其任何續會（視情況而定）的指定舉行時間24小時前。填妥並交回代表委任表格後，　閣下仍可依願親身出席年度股東會，並於會上投票。

企業管治常規

本集團致力維持高水準企業管治以保障股東權益，以及提升企業價值及問責。本公司已採納上市規則附錄C1所載企業管治守則所載之守則條文作為其自身企業管治守則。

自上市日期起至2025年12月31日止期間，本公司已遵守企業管治守則所載所有適用守則條文。董事會將繼續檢討並監察其企業管治常規，以確保遵守企業管治守則。

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《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「**標準守則**」）作為董事進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向董事作出特定查詢，全體董事確認彼等自上市日期起至2025年12月31日止期間內已遵守標準守則所載規定標準。

同時，本公司亦已採納其條款不遜於標準守則所載標準的僱員證券交易的自身行為守則，以供可能掌握本公司的未刊發內幕消息的相關僱員遵照買賣本公司證券的規定。於上述期間，本公司並不知悉任何相關僱員違反標準守則的情況。

購入、出售或贖回本公司上市證券

自上市日期起至2025年12月31日止期間，本公司或其附屬公司概無購入、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售或轉讓庫存股份(定義見上市規則))。截至報告期末，本公司或其附屬公司並無持有庫存股份。

核數師的工作範圍

本公告所載截至2025年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及其相關附註的數字已由本公司核數師畢馬威會計師事務所與本集團本年度之經審核綜合財務報表所載金額核對一致。畢馬威會計師事務所就此進行的工作並不構成香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港鑒證業務準則進行的鑒證工作，因此畢馬威會計師事務所並無就本公告發表任何意見或鑒證結論。

審計委員會

審計委員會已審閱本集團截至2025年12月31日止年度的年度業績及按國際財務報告準則會計準則編製的經審計綜合財務報表。審計委員亦已就有關本公司採納的會計政策及常規以及內部控制的事宜與高級管理層及本公司外部核數師畢馬威會計師事務所進行討論。審計委員會認為已遵守適用會計原則、標準及要求，且已作出充分披露。

建議修訂現有章程

董事會決議建議對章程作出若干修訂(「**建議修訂**」)以反映中國法律法規的近期變動並確保遵守最新的中國法律法規，以及就本公司日期為2025年10月30日的公告所載的有關建議實施及應用H股全流通作出若干相關修訂。建議修訂須經股東於即將召開的年度股東會上以特別決議案批准。

一份反映(其中包括)建議修訂的進一步詳情的通函將於股東週年大會上提呈，並將根據上市規則適時寄發予股東。

刊登年度業績公告及年度報告

本業績公告將分別在聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.bamatea.com)上刊發。本公司載有上市規則規定的所有資料的2025年度報告將於適當時候分別在上述聯交所網站及本公司網站上刊載，並將寄發予已表示希望收取本公司公司通訊之印刷版的本公司H股股東。

「年度股東會」	指	本公司將於2026年4月21日舉行之2025年度股東會
「章程」	指	經不時修訂的本公司章程
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「華中」	指	河南省、湖北省及湖南省
「董事長」	指	董事會的董事長
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本公告而言，除內容或文義另有所指外，不包括中華人民共和國香港、澳門特別行政區及台灣
「本公司」	指	八馬茶業股份有限公司，一家於1997年7月28日在中國成立的有限責任公司，並於2014年9月10日轉換為股份有限公司
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「董事」	指	本公司董事
「非上市內資股」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，以人民幣認購及繳足
「華東」	指	上海、江蘇省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山東省及中國台灣
「一線城市」	指	北京、上海、廣州及深圳
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「GMV」	指	商品交易總額，即在扣除佣金、折扣或退貨之前，在市場或平台上銷售的產品的總價值

「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司
「H股」	指	於本公司股本中每股面值人民幣1.00元的境外上市外商投資普通股
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港上市規則」或「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(經不時修訂)
「國際會計準則」	指	國際會計準則
「國際財務報告準則」	指	國際會計準則委員會頒佈的國際財務報告準則會計準則
「上市」	指	H股於聯交所主板上市
「上市日期」	指	2025年10月28日，即H股於聯交所上市的日期
「新一線城市」	指	成都、杭州、重慶、蘇州、武漢、西安、南京、長沙、天津、鄭州、東莞、寧波、無錫、青島及合肥
「東北」	指	遼寧省、吉林省及黑龍江省
「華北」	指	北京、天津、河北省、山西省及內蒙古自治區
「西北」	指	陝西省、甘肅省、青海省、寧夏回族自治區及新疆•維吾爾自治區
「招股章程」	指	本公司日期為2025年10月20日的招股章程
「報告期」或「本年度」	指	截至2025年12月31日止年度
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣

「二線城市」	指	佛山、瀋陽、昆明、濟南、廈門、福州、溫州、常州、大連、石家莊、南寧、哈爾濱、金華、南昌、長春、南通、泉州、貴陽、嘉興、太原、惠州、徐州、紹興、中山、台州、煙台、珠海、保定、濰坊及臨沂
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包括非上市內資股及H股
「股東」	指	股份持有人
「SKU」	指	Stock Keeping Unit（庫存量單位），即庫存進出計量的基本單元，可以是以件，盒，托盤等為單位。現已經被引申為產品統一編號的簡稱，每種產品均對應有唯一的SKU號
「華南」	指	廣東省、廣西壯族自治區、海南省、香港特別行政區及澳門特別行政區
「西南」	指	重慶、四川省、貴州省、雲南省及西藏自治區
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「三線及以下城市」	指	一線、新一線及二線城市以外的城市
「%」	指	百分比

承董事會命
八馬茶業股份有限公司
董事長兼執行董事
王文禮先生

香港，2026年3月27日

於本公告日期，本公司董事會包括：(i)執行董事王文禮先生、吳清標先生、王焜恒先生、王文超先生及王文龍先生；(ii)非執行董事王文彬先生；及(iii)獨立非執行董事招敏慧女士、童娜瓊女士及王嶽飛先生。