

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Qunabox Group Limited

趣致集團

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：0917)

**截至2025年6月30日止六個月的
中期業績公告**

中期業績摘要

	截至6月30日止六個月		
	2025年	2024年	同比變動
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	%
收入	676,189	515,117	31.3
— 營銷服務	568,020	411,759	37.9
— 商品銷售	83,219	78,449	6.1
— 其他服務	24,950	24,909	0.2
毛利	385,511	281,424	37.0
期內利潤／(虧絀)	128,363	(1,846,245)	107.0
EBITDA	175,751	(1,805,098)	109.7

董事會欣然宣佈本集團於截至2025年6月30日止六個月(「報告期」)的未經審計簡明綜合中期業績。本中期業績公告的內容乃根據上市規則有關中期業績初步公告的適用披露規定所編製。

管理層討論與分析

業績回顧

2025年上半年，得益於一系列宏觀政策的有力支持，中國經濟保持了穩健的增長，國內生產總值(GDP)按不變價格計算，同比增長5.3%。本集團國內佈局的食物飲料行業發展穩定；新能源汽車和家用電器行業繼續受益於智能化升級與「以舊換新」政策，保持快速增長態勢，新能源汽車銷量同比增長超40%，家用電器和音像器材行業銷售額同比增長超30%，行業營銷需求旺盛。

本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，在報告期內保持了收入和毛利的高速增長，錄得收入人民幣676.2百萬元，同比增長31.3%；毛利增至人民幣385.5百萬元，同比增長37.0%。這既得益於本集團創新高效的業務模式、卓越的服務能力、優良的行業聲譽及團隊的不懈努力，也源於本集團在AI領域多年持續投入所積累的顯著優勢。

AI目前已被公認為引領新一輪科技革命和產業變革的戰略性技術，其在產業上的應用將深刻改變人類生產及生活方式。為抓住這一關鍵時代機遇，本集團將核心戰略全面升級為「AI+消費場景」，致力於用AIoT重塑更多消費場景，為年輕群體帶來更多有趣的新生活方式。

為支持這一戰略升級，本集團於報告期內將研發投入大幅提升至人民幣77.8百萬元，同比增長107.7%。本集團通過構建AI技術中台，在夯實底層技術架構的基礎上，創新採用模組化架構設計，打造可複用的AI能力池，以提升研發效率，並系統性地增強了技術在多場景應用中的擴展能力。同時，本集團自主研發的AI-OMNI引擎（AI-Orchestrated Multimodal Neural Integration，多模態神經一體化協同引擎）也實現了關鍵技術突破，可成功賦能「感知－決策－執行」三大核心層級，顯著提升端側的智能化水平與多場景配適的能力。此外，在商業化應用層面上，本集團目前聚焦「AI+營銷」、「AI+娛樂」兩大關鍵場景，大力推動相關「AI+服務和產品」的創新開發力度，並獲得豐碩的成果。

本集團2025年上半年的利潤為人民幣128.4百萬元，較2024年同期的虧損人民幣1,846.2百萬元，實現了扭虧為盈，體現了本集團業務盈利能力持續增強，且2024年上半年的虧損乃由於本集團可轉換可贖回優先股相關的非現金一次性公允價值虧絀人民幣1,899.4百萬元所致。

截至2025年6月30日，本集團財務狀況穩健，現金及現金等價物達人民幣1,141.2百萬元，反映了財務狀況的穩定性及流動資金的充裕性。

業務分部表現

營銷服務

報告期內，此分部收入達人民幣568.0百萬元，同比增長37.9%；毛利為人民幣353.3百萬元，同比增長43.8%。其中，標準化營銷服務板塊收入達人民幣483.2百萬元，同比增長34.3%；高毛利的增值營銷服務板塊（包含定制化AI交互營銷服務和數據策略服務）收入達人民幣84.9百萬元，同比增長63.1%。

優質、穩定、多元化的品牌客戶群和持續擴大的服務範圍是推動本集團實現業務增長的核心驅動力。

報告期內，憑藉創新高效的業務模式、卓越的服務能力、優良的行業聲譽以及團隊的不懈努力，本集團與品牌客戶保持了良好、穩定的合作關係；同時，團隊深入挖掘優質客戶的潛力，通過擴大服務應用場景、豐富和優化AI互動營銷產品、開發數據策略產品、優化營銷產品組合和服務模式，進一步擴展了與大客戶的合作範圍。報告期內，每名大客戶的平均收入增至人民幣16.2百萬元，同比增長52.2%。

大力的技術研發和創新投入、持續的數據累積是本集團不斷增強產品和服務行業競爭力的基石。

在技術研發和創新方面，本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，於報告期內大幅增加了在AI互動營銷和數據產品的開發力度，獲得了豐碩的技術成果和產品轉化。

報告期內，本集團主要推出或優化的AI互動營銷和大數據產品包括：**(i)AI數字人導購的外觀和智能優化**：通過部署本集團自主研發的AI-OMNI引擎，AI數字人導購在感知與交互能力上實現顯著提升，能夠進行跨感官通道的意圖識別，實現更精準的個性化推薦，整體智能化水平大幅提高，進一步提升了用戶體驗和營銷轉化效率。與此同時，數字人在外觀設計上也進行了全面升級，通過引入高精度的人物和環境3D建模技術，使數字人具備更強的視覺吸引力，進一步增加現場人流的停留率和平均停留時長。**(ii)推出全新的AI全息營銷櫃**：通過引入高性能AI全息櫃，本集團進一步豐富了線下場景的營銷展示與互動能力。品牌客戶可借助3D全息投影技術，以更生動、直觀的方式呈現產品與應用場景；結合本集團自主研發的多感官AI互動技術，支持消費者自由探索產品細節並對智能功能進行模擬操作，為智能家電及新能源汽車等高智能產品提供了全新的營銷解決方案。**(iii)推出全新的飲料及休閒食品營銷賣點數據庫及預評分服務**：本集團持續推動平台數據價值的挖掘和數據產品的商業化開發，通過對多年積累的結構化營銷數據、銷售數據及用戶反饋數據進行深度整合分析，本集團推出了全新的飲料及休閒食品營銷賣點數據庫及預評分服務，以幫助品牌快速優化營銷方案、提升新品定位的精準度，進一步強化了本集團在該行業的數據產品服務能力。**(iv)標準化營銷服務和增值營銷服務模塊的靈活組合能力**：借助不斷提升的技術和運營能力，本集團持續推進營銷系統的模塊化，增強標準化營銷服務和增值營銷服務各服務模塊間的靈活組合能力，提升業務的協同效應和綜合營銷效果，增強市場的競爭力。

在專利和著作權方面，本集團也取得了顯著的成果。報告期內，在中國註冊的軟件著作權增至159項，新提交的專利申請達34項，為本集團構築了堅實的技術壁壘，進一步提升市場競爭優勢。

AI互動終端網絡效能的持續提升、具有豐富行業經驗的團隊是本集團實現高效業務模式、擁有強大服務能力的重要保障。

報告期內，本集團持續提升AI互動終端網絡的效能。通過組織有豐富行業經驗的團隊梳理城市熱力圖和城市發展規劃，實地考察終端所在區域的人口密度和日常人流量、目標消費者的行為變化，並結合候選點位的特徵，本集團對AI互動終端網絡的佈局進行了優化，以提升其在幫助品牌方提高市場影響力及品牌價值方面的能力，增強其獲客能力以及精準、真實、快速獲取消費者反饋信息的能力。因此，報告期內的單終端營銷收入貢獻也得以顯著提升。

同時，本集團通過部署內部終端運維大模型，構建了智能化的運營培訓與管理體系，並將其與AI Agent技術結合，實現了運維任務的智能派發、維修指導書的自動生成與推送，大幅縮短運維的人員培訓週期，並進一步提升了終端運營團隊的專業能力與執行效率。

商品銷售

報告期內，該分部收入為人民幣83.2百萬元，同比增長6.1%；毛利為人民幣21.3百萬元，較去年同期有所下降。

報告期內，商品銷售業務的收入增長一方面得益於本集團在杭州、成都、重慶等高潛力城市的終端網絡擴張，有效提升了AI互動終端的網點密度，擴大了服務範圍。另一方面是由於本集團採取了更具性價比的商品定價方案，以增強終端對消費者的吸引力，提升營銷價值與商業轉化效率。

生活方式及創新業務

「AI+娛樂」是本集團重點佈局的新場景，本集團旨在打造全球領先的AI室內娛樂空間，並將中東市場作為業務拓展的首站。為進一步強化該業務的執行效率與市場推進能力，本集團已專門設立海外娛樂事業部，專注於AI室內娛樂空間的戰略規劃、產品設計及商業化落地全流程。

報告期內，該事業部已完成組織架構搭建及首批場地的籌備工作，並順利獲取當地相關執照；同時，產品設計及優化、軟硬件及系統開發、內容生態體系建設等核心任務均處於穩步推進階段。

其他服務

報告期內，該分部收入為人民幣25.0百萬元，同比增長0.2%；毛利為人民幣10.8百萬元，較去年同期有所下降。

其他服務主要包括IT系統開發及軟件開發服務，為本集團的輔助業務板塊。鑒於本集團全力聚焦核心業務的戰略導向，本集團的技術研發團隊減少了對非核心領域的項目承接，以確保資源集中用於提升重點業務的技術創新能力和市場競爭力。

長期策略及展望

展望2025年下半年，隨著全球主要經濟體對AI產業支持政策的密集落地與效能釋放，以及AI技術與實體經濟各領域融合的深度突破，AI應用有望迎來規模化落地的加速期。這一進程不僅會推動AI技術場景化能力的跨越式提升，更將使其對全球經濟增長的賦能作用從局部滲透走向全面顯現，成為驅動產業升級與價值創造的核心動能。

本集團作為AI應用領域的領軍企業之一，將持續推進「AI+消費場景」核心戰略，致力於用AIoT重塑更多消費場景，為年輕群體帶來更多有趣的新生活方式。

在「AI+營銷」領域，本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，將持續加大在AI交互領域的投入，為全球品牌客戶提供更創新、高效的一站式營銷解決方案，同時也為全球消費者提供更多創新、有趣的AI互動體驗。我們期望通過這些努力，不僅促進企業自身的快速發展，也為整個行業帶來更多的創新實踐。

在「AI+娛樂」領域，本集團將持續深耕全球領先AI室內娛樂空間的打造。伴隨中東項目的逐步落成與運營驗證，本集團將推動單店商業模型的精準優化，同步完成軟硬件系統的標準化建設與供應鏈協同體系搭建，為後續大規模的全球化擴張積累經驗。

同時，本集團也將圍繞「AI+消費場景」戰略深化多元化佈局，通過啟動戰略性業務併購及生態協同整合，系統性擴展業務邊界與價值鏈深度，以實現高質量的規模化增長。

通過上述策略，我們期望在實現本集團長期可持續發展的同時，也能促進社會的革新與發展，為股東創造更大的價值。

財務概覽

收入

本集團的收入由2024年上半年的人民幣515.1百萬元上升至2025年上半年的人民幣676.2百萬元，同比增長31.3%。

增長主要由於幾項關鍵因素：(i)2025年上半年中國經濟穩步增長，政策對消費市場的支持，本集團所服務行業的發展；(ii)本集團憑藉創新高效的業務模式、卓越的服務能力、優良的行業聲譽以及團隊的不懈努力，與品牌客戶保持了良好、穩定的合作關係；(iii)本集團通過擴大服務應用場景、豐富和優化AI互動營銷產品、開發數據策略產品、優化營銷產品組合和服務模式，進一步擴大與優質品牌客戶的合作範圍，推動大客戶平均收入貢獻的持續增長；及(iv)本集團持續提升AI互動終端網絡的效能，加大高潛力城市的終端網點密度，並通過運營策略的優化，推動商品銷售業務的持續增長。

根據業務分部劃分的收入

本集團的收入主要來自(i)營銷服務，又進一步分為(a)標準化營銷服務及(b)增值營銷服務；(ii)商品銷售；及(iii)其他服務。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至2025年6月30日止六個月			截至2024年6月30日止六個月		
	收入	毛利率	佔比	收入	毛利率	佔比
	人民幣			人民幣		
	千元	%	%	千元	%	%
營銷服務	568,020	62.2	84.0	411,759	59.7	79.9
— 標準化營銷服務	483,157	57.2	71.5	359,712	55.8	69.8
— 增值營銷服務	84,863	90.9	12.6	52,047	86.2	10.1
商品銷售	83,219	25.6	12.3	78,449	30.7	15.2
其他服務	24,950	43.4	3.7	24,909	46.7	4.8
總計	<u>676,189</u>	<u>57.0</u>	<u>100.0</u>	<u>515,117</u>	<u>54.6</u>	<u>100.0</u>

(1) 營銷服務

營銷服務收入由2024年上半年的人民幣411.8百萬元上升至2025年上半年的人民幣568.0百萬元，同比增長37.9%。該增長主要是由於標準化營銷服務以及增值營銷服務均實現業務增長。

其中，標準化營銷服務收入由2024年上半年的人民幣359.7百萬元上升至2025年上半年的人民幣483.2百萬元，同比增長34.3%。增長主要歸因於本集團持續增強的服務能力和運營能力，這使本集團能夠靈活應對不斷變化的市場需求和行業趨勢，從而擁有一個穩定且優質的客戶群。與此同時，本集團持續優化營銷產品組合和服務模式，提升服務質量和客戶體驗，這包括拓展更寬泛的服務應用場景、豐富和優化AI互動營銷產品、開發數據策略產品、提供更高效的運營支持以及更深度的客戶需求挖掘，從而增強客戶黏性並推動每名客戶貢獻價值持續增長。採購標準化營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由2024年上半年的人民幣9.3百萬元增加至2025年上半年的人民幣13.7百萬元。

增值營銷服務收入由2024年上半年的人民幣52.0百萬元上升至2025年上半年的人民幣84.9百萬元，同比增長63.1%。

增長主要由於本集團大幅增加了在AI互動營銷和數據產品的開發力度，獲得豐碩的技術成果和產品轉化，例如通過部署本集團自主研發的AI-OMNI引擎對AI數字人導購的外觀和智能優化、全新的AI全息營銷櫃、全新的飲料及休閒食品營銷賣點數據庫及預評分服務等。這些技術成果通過增強用戶體驗的新穎性與趣味性、拓展AI互動營銷終端與用戶的交互能力、完善本集團的行業數據庫並反哺客戶需求，有效強化本集團增值營銷服務的行業競爭力，推動每名客戶貢獻價值提升，形成技術與商業價值相互促進的良性循環。採購增值營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由2024年上半年的人民幣2.5百萬元增加至2025年上半年的人民幣4.6百萬元。

(2) 商品銷售

商品銷售收入由2024年上半年的人民幣78.4百萬元上升至2025年上半年的人民幣83.2百萬元，同比增長6.1%。增長一方面得益於本集團在杭州、成都、重慶等高潛力城市的終端網絡擴張，有效提升了AI互動終端的網點密度，擴大了服務範圍。另一方面是由於本集團採取了更具性價比的商品定價方案，以增強終端對消費者的吸引力，提升營銷價值與商業轉化效率。

(3) 其他服務

其他服務收入由2024年上半年的人民幣24.9百萬元上升至2025年上半年的人民幣25.0百萬元，同比增長0.2%。

其他服務主要包括IT系統開發及軟件開發服務，為本集團的輔助業務板塊。鑒於本集團全力聚焦核心業務的戰略導向，本集團的技術研發團隊減少了對非核心領域的項目承接，以確保資源集中用於提升重點業務的技術創新能力和市場競爭力。

銷售成本

銷售成本由2024年上半年的人民幣233.7百萬元上升至2025年上半年的人民幣290.7百萬元，增長了24.4%。增加主要由於(1)信息技術服務費從2024年上半年的人民幣139.8百萬元上升至2025年上半年的人民幣193.9百萬元，其主要原因為相應的營銷服務銷售增加；及(2)已售存貨成本由2024年上半年的人民幣53.6百萬元上升至2025年上半年的人民幣60.7百萬元，主要由於相應的商品銷售增加。

得益於本集團在穩健經營階段實施的高效成本管控措施，儘管銷售成本有所增加，但其增速低於收入增速，支撐毛利率持續改善。

毛利及毛利率

本集團的毛利由2024年上半年的人民幣281.4百萬元上升至2025年上半年的人民幣385.5百萬元，增長了37.0%，主要由於本集團的收入增加以及銷售成本的控制。2025年上半年的毛利率為57.0%，較2024年上半年的毛利率54.6%有一定提升，主要由於本集團處於穩健經營階段，收入穩定增長，成本控制高效。

其他收入及收益

本集團的其他收入主要來自於政府補助、投資收益等，本集團的其他收入由2024年上半年的人民幣4.3百萬元減少至2025年上半年的人民幣3.5百萬元，減少了17.2%，主要是由於本集團已於2024年完成上市，於報告期內收到的相關政府補助減少。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用由2024年上半年的人民幣141.9百萬元增加至2025年上半年的人民幣172.7百萬元，增長了21.7%。其中佔比較高的為營銷及推廣費用，其由2024年上半年的人民幣100.5百萬元增加至2025年上半年的人民幣129.1百萬元，增長了28.5%，主要由於線上、線下多渠道協同開展的營銷活動增加，旨在提高本集團的品牌知名度和形象，開拓並觸及更廣泛的潛在客戶，推動本集團拓展業務規模。

管理費用

管理費用由2024年上半年的人民幣36.3百萬元減少至2025年上半年的人民幣24.9百萬元，減少了31.3%，該減少主要是由於2024年上半年發生與全球發售相關的一次性上市費用已完結所致。

財務費用

財務費用主要包括銀行及其他借款利息。本集團的財務費用由2024年上半年的人民幣4.0百萬元增加至2025年上半年的人民幣9.5百萬元，增加了人民幣5.5百萬元，主要由於本集團為優化資金配置效率，結合境內外市場利率環境及投資回報預期，通過國內貸款補充境內業務運營需求所致。儘管目前資金充足，但此舉更有助於資金流動性且符合本公司發展戰略。

研發開支

研發開支由2024年上半年的人民幣37.5百萬元增加至2025年上半年的人民幣77.8百萬元，增加了107.7%。增長主要是由於本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，於報告期內大幅增加了在AI互動營銷和數據產品的開發力度，從而獲得豐碩的技術成果和產品轉化。舉例如下：本集團(i)AI數字人導購的外觀和智能優化，實現更精準的個性化推薦，整體智能化水平大幅提高，進一步提升了用戶體驗和營銷轉化效率；(ii)推出全新的AI全息營銷櫃，通過引入高性能AI全息櫃，進一步豐富了線下場景的營銷展示與互動能力；(iii)推出全新的飲料及休閒食品營銷賣點數據庫及預評分服務，以幫助品牌快速優化營銷方案、提升新品定位的精準度，進一步強化了本集團在該行業的數據產品服務能力；及(iv)增加標準化營銷服務和增值營銷服務模塊的靈活組合能力，提升業務的協同效應和綜合營銷效果，增強市場的競爭力。

其他費用及虧絀

本集團的其他費用主要是包括匯率波動產生的匯兌損失。本集團2025年上半年的其他費用為人民幣3.8百萬元。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由2024年上半年的人民幣9.2百萬元增加至2025年上半年的人民幣11.2百萬元，原因為本集團的所得稅前溢利增加。本集團2025年上半年的實際稅率為8.7%。

期內利潤／虧絀

本集團2025年上半年的利潤為人民幣128.4百萬元，較2024年同期的虧損人民幣1,846.2百萬元，實現了扭虧為盈，體現了本集團業務盈利能力持續增強，且2024年上半年的虧損乃由於本集團可轉換可贖回優先股相關的非現金一次性公允價值虧絀人民幣1,899.4百萬元所致。

存貨

本集團的存貨主要包括飲料和食品等快速消費品。我們的存貨餘額由截至2024年12月31日的人民幣11.8百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣12.0百萬元，存貨周轉天數由截至2024年12月31日的65.3天下降至截至2025年6月30日的46.2天，主要由於進一步完善了精益化存貨管理水平。

貿易應收款項

本集團的貿易應收款項指本集團主要就提供營銷服務而應收客戶的欠款。貿易應收款項由截至2024年12月31日的人民幣510.0百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣514.1百萬元。增加主要是由於我們的業務規模擴大。截至2025年6月30日及截至2024年12月31日的應收賬款周轉天數保持穩定，均為172.3天。本集團已設立信貸控制部門，以盡量降低我們的信貸風險及維持對未償還應收款項的控制，同時，我們的管理層定期審查信貸期相對較長的客戶的結算情況，旨在維持良好的貿易應收款項周轉。

貿易應付款項

貿易應付款項主要指本集團日常經營活動中，應付採購商品費、應付接受服務費用等。貿易應付款項由截至2024年12月31日的人民幣19.0百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣57.0百萬元，主要是由於本公司業務規模擴大，報告期內商品交易量增長及研發投入增加，導致貿易應付款項餘額增加。

預付款項、按金及其他應收款項 — 即期

預付款項、按金及其他應收款項指本集團日常經營活動中，預先支付給供應商、服務提供商等，或因其他交易事項而產生的，預期將在未來某個時間點收回的款項。主要包括：(1)預付款項，主要指購買商品和採購服務預付供應商的款項，本公司利用社交媒體平台的能力吸引並發展可持續增長的優質客戶，同時對第三方媒體資源預付採購款項；及(2)按金及其他應收款項，主要指租賃按金及應收款項。預付款項、按金及其他應收款項由截至2024年12月31日的人民幣218.1百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣178.3百萬元。

資本開支

本集團的資本開支包括用於支付以人民幣購置物業、廠房及設備和確認使用權資產的款項。其中，物業、廠房及設備主要包括(1)AI互動終端；(2)租賃物業裝修；及(3)運輸設備。物業、廠房及設備由截至2024年12月31日的人民幣134.6百萬元減少至截至2025年6月30日的人民幣113.1百萬元，主要是由於使用年限到期而報廢的AI互動終端及截至2025年6月30日按折舊政策計提的折舊抵銷了報告期內新增採購AI互動終端的人民幣4.0百萬元。

使用權資產主要指辦公室物業及倉庫租賃。使用權資產由截至2024年12月31日的人民幣4.7百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣6.9百萬元，主要是由於本公司就辦公室物業和倉庫簽訂的新租賃協議，部分被截至2025年6月30日的折舊所抵銷。

財務狀況

本集團一般以經營活動所得現金及銀行借款為其業務提供資金。本集團的現金及現金等價物由截至2024年12月31日的人民幣892.0百萬元增加至截至2025年6月30日的人民幣1,141.2百萬元，主要歸因於我們經營活動所得現金及銀行借款的增加。

本集團的主要融資來源為銀行借款及股權融資。截至2025年6月30日，本集團的銀行借款為人民幣544.7百萬元（2024年12月31日：人民幣426.8百萬元）。截至2025年6月30日及2024年12月31日，銀行及其他借款主要以人民幣計值。

展望未來，我們相信，通過綜合使用經營活動所得現金、銀行借款、全球發售所得款項淨額及不時從資本市場籌集的其他資金，將可滿足我們的流動資金需求。

資產負債率

資產負債率為總負債除以總資產乘以100%。截至2025年6月30日，本集團的資產負債率為29.4%，而截至2024年12月31日的資產負債率為25.7%。

資產抵押

截至2025年6月30日，本集團並無任何資產抵押。

或然負債

截至2025年6月30日，本集團並無重大或然負債。

外匯風險

本集團主要於中國經營業務，交易主要以人民幣結算。由於本集團並無以我們經營實體各自功能貨幣以外的貨幣計值的重大金融資產或負債，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。截至2025年6月30日，我們並無對沖外匯波動。

信用風險

本集團只與經認可的、信譽良好的第三方進行交易，並且不要求提供抵押品。我們的政策是，所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用核查程序。此外，我們持續監控應收款項餘額，而我們的壞賬風險並不重大。我們根據客戶／訂約方及行業管理信用風險集中度。

重大收購及出售

於報告期內，本集團並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合營企業。

所持的重大投資及前景

由於本集團截至2025年6月30日並無單一投資佔本集團總資產的5%或以上，故本集團並無持有重大投資。截至2025年6月30日，本集團並無未來重大投資計劃。

重大收購事項及重大投資的未來計劃

於報告期內，本集團並無進行任何重大投資、收購事項或出售事項。此外，於本公告日期，除招股章程中業務及未來計劃及所得款項用途章節所披露的擴展計劃外，本集團並無就重大投資或重大資本資產或其他業務的收購事項簽署任何最終協議。

僱員及薪酬政策

截至2025年6月30日，本集團共有195名僱員（截至2024年12月31日：186名）。報告期內，本集團不包括股份激勵計劃開支在內的員工成本總額為人民幣22.3百萬元（截至2024年6月30日止六個月：人民幣19.7百萬元）。我們的成功取決於我們吸引、挽留和激勵合資格員工的能力。我們為員工提供具有競爭力的薪酬方案，包括工資、福利、獎金和獎勵。我們的薪酬計劃旨在根據員工的表現，按照特定的客觀標準來衡量其薪酬。按照中國法律的要求，我們已為或代表員工向各種強制性社會保障基金（包括基本養老保險、失業保險、基本醫療保險、工傷保險和生育保險）以及強制性住房公積金繳款。本公司實施股份激勵計劃，旨在向為本集團的經營成功做出貢獻的合資格參與者作出激勵及獎勵。本集團的僱員（包括董事）可通過以股份為基礎的付款形式獲取報酬，通過提供服務以換取股權工具。

為培養僱員的素質、知識及技能水平，本集團持續為僱員提供教育及培訓計劃，包括內部及外部培訓，以強化彼等的技術、專業或管理技能。本集團亦不時為僱員提供培訓計劃，以確保彼等於各方面均了解並遵守我們的政策和程序。

報告期後事項

除本業績公告所披露者外，且不包括根據一般性授權配售新股（其交割披露於本公司日期為2025年7月23日的公告內），截至本業績公告日期，於報告期後並無對本集團產生重大影響的任何其他事項。

全球發售所得款項用途

股份於2024年5月27日在聯交所主板上市。經扣除本公司就全球發售應付的包銷佣金、費用及估計開支後，全球發售所得款項淨額約為420.51百萬港元（「**所得款項淨額**」）。

截至本業績公告日期，先前於招股章程「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」一節中所披露的所得款項淨額的擬定用途及預期時間表並無任何變動。下表載列截至2025年6月30日所得款項淨額的使用情況概要：

所得款項淨額的計劃用途	佔 所得款項淨額 總額的百分比	全球發售 所得款項淨額 (百萬港元)	所得款項淨額		
			上市日期至 2025年 6月30日期間 實際使用的 所得款項淨額 (百萬港元)	截至2025年 6月30日的 未使用金額 (百萬港元)	悉數使用剩餘 所得款項淨額的 預期時間表
擴展終端網絡及提高市場滲透率	32.0%	134.56	76.38	58.18	2027年12月31日
－ 擴展中國一線及新一線城市的 終端網絡	24.0%	100.92	56.18	44.74	2027年12月31日
－ 擬用於安裝新增終端的新點位 的部署成本	8.0%	33.64	20.20	13.44	2027年12月31日
優化營銷服務	13.0%	54.67	19.20	35.47	2027年12月31日
－ 擴大本集團用戶群及持續優化 本集團會員體系	10.0%	42.05	16.77	25.28	2027年12月31日
－ 招聘額外營銷策劃人員	3.0%	12.62	2.43	10.19	2027年12月31日
通過提高本集團品牌知名度 以拓展本集團品牌客戶群	15.0%	63.08	32.46	30.62	2026年12月31日
－ 拓展本集團的品牌客戶群及推 廣「趣拿」品牌	10.0%	42.05	26.61	15.44	2026年12月31日
－ 招聘商業拓展人員	5.0%	21.03	5.85	15.18	2026年12月31日
加強本集團的技術能力及研發力度	20.0%	84.10	39.41	44.69	2027年12月31日
－ 進一步加大本集團的研發投入	10.0%	42.05	18.37	23.68	2027年12月31日
－ 加強本集團內部運營數字化系 統的建設	5.0%	21.03	12.88	8.15	2026年12月31日
－ 招聘經驗豐富的技術及研發人 員	5.0%	21.03	8.16	12.87	2027年12月31日
尋求戰略聯盟和收購	10.0%	42.05	22.03	20.02	2027年12月31日
用於一般營運資金及一般企業用途	10.0%	42.05	11.55	30.50	不適用
總計	100.0%	420.51	201.03	219.48	

本集團將按照招股章程所載的擬定用途逐步使用所得款項淨額。

中期股息

董事會決議不宣派截至2025年6月30日止六個月的任何中期股息（截至2024年6月30日止六個月：無）。

企業管治

本公司致力於維持高水平的企業管治，以保障股東利益，並提升企業價值及問責性。本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。除下文及本業績公告所披露者外，本公司已遵從企業管治守則第二部分載列的所有適用守則條文，並於報告期內採納該守則載列的大部分建議最佳常規。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。自上市日期起及直至本業績公告日期，殷珏輝女士（「**殷女士**」）為董事長兼首席執行官。殷女士擁有電信行業的經驗並自本公司成立以來任職於本公司，負責監督及提供本集團整體管理、經營及戰略。儘管董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，構成偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，董事會認為，董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，有利於確保本公司的領導貫徹一致及更有效及高效的整體戰略規劃。董事會認為，此安排不會影響董事會與本公司高級管理層之間的權力及授權平衡，原因如下：(i)殷女士及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的授信責任，當中要求（其中包括）彼等各自以本公司的利益及最佳利益行事；(ii)董事會有充足的制衡機制，董事會由經驗豐富及多元化的人士組成，而董事會作出的決定須經至少過半數董事批准；及(iii)本集團整體戰略及其他關鍵業務、財務及營運政策目前及將來均會在董事會及高級管理層層面經過充分討論後共同制定。

本公司將繼續檢討及監察其企業管治常規，確保遵守企業管治守則。

證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為其自身有關董事進行證券交易的行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，各董事均已確認其於報告期內已遵守標準守則所載的規定標準。

於報告期內，本公司亦已就僱員進行證券交易採納自身的行為守則，其條款不遜於標準守則所載的標準，可能擁有本公司未公佈內幕消息的相關僱員在買賣本公司證券時須遵守該行為守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

本公司及其任何附屬公司在報告期內概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券(包括出售庫存股份(如有))。截至2025年6月30日，本公司並無持有任何庫存股份。

審核委員會

本公司已根據上市規則的規定成立審核委員會，並制訂其書面職權範圍。截至本業績公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事(即朱霖先生、車錄鋒博士及楊波博士)組成。審核委員會主席由朱霖先生(即持有適當專業資格的獨立非執行董事)擔任。審核委員會的主要職責為審查及監督本集團的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，監督審核過程，向董事會提供意見，並履行董事會委派的其他職責與責任，以及檢討及監督本公司的風險管理。

審核委員會已與本公司管理層討論並審閱本集團於報告期的未經審計簡明綜合財務報表。審核委員會認為，本集團於報告期的未經審計簡明綜合財務報表符合適用的會計準則、法律法規，且本公司已就此作出適當披露。

本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審計簡明綜合財務報表未經本公司核數師審閱或審計，但已經審核委員會審閱，審核委員會認為編製該等報表符合適用會計準則、上市規則，且已作出充足披露。

中期未經審計簡明綜合損益及其他全面收益表
截至2025年6月30日止六個月

		截至6月30日止六個月	
	附註	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
收入	5	676,189	515,117
銷售成本		<u>(290,678)</u>	<u>(233,693)</u>
毛利		385,511	281,424
其他收入及收益		3,531	4,266
銷售及分銷費用		(172,737)	(141,948)
管理費用		(24,947)	(36,315)
研發開支		(77,837)	(37,484)
按公允價值計入損益(「按公允價值計入 損益」)的金融負債的公允價值虧絀		—	(1,899,415)
按公允價值計入損益的金融資產的 公允價值收益		40,816	2,273
其他費用及虧絀		(3,754)	(7)
預期信用損失(「預期信用損失」) 模型下的減值損失(扣除撥回)		(1,513)	(5,880)
財務費用		<u>(9,520)</u>	<u>(3,998)</u>
稅前利潤／(虧絀)	6	139,550	(1,837,084)
所得稅開支	7	<u>(11,187)</u>	<u>(9,161)</u>
期內利潤／(虧絀)		<u><u>128,363</u></u>	<u><u>(1,846,245)</u></u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		123,391	(1,847,864)
非控股權益		<u>4,972</u>	<u>1,619</u>
		<u><u>128,363</u></u>	<u><u>(1,846,245)</u></u>

		截至6月30日止六個月	
		2025年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元
		(未經審計)	(未經審計)
附註			
期內全面利潤／(虧絀) 總額		<u>128,363</u>	<u>(1,846,245)</u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		123,391	(1,847,864)
非控股權益		<u>4,972</u>	<u>1,619</u>
		<u>128,363</u>	<u>(1,846,245)</u>
母公司擁有人應佔每股盈利／(虧絀)			
基本：			
期內盈利／(虧絀) (人民幣元)	9	<u>0.47</u>	<u>(13.71)</u>
攤薄：			
期內盈利／(虧絀) (人民幣元)	9	<u>0.41</u>	<u>(13.71)</u>

中期未經審計簡明綜合財務狀況表

2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備		113,063	134,579
使用權資產		6,867	4,731
按公允價值計入損益的金融資產		4,000	4,000
遞延稅項資產		16,698	16,645
預付款項、按金及其他應收款項		37,500	42,023
非流動資產總值		178,128	201,978
流動資產			
存貨		12,044	11,764
貿易應收款項	10	514,088	510,008
預付款項、按金及其他應收款項		178,299	218,085
按公允價值計入損益的金融資產		226,240	272,524
現金及銀行結餘		1,141,177	891,987
按攤銷成本計量的金融資產		160,343	—
流動資產總值		2,232,191	1,904,368

		2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
	附註		
流動負債			
貿易應付款項	11	56,982	19,002
其他應付款項及應計費用		44,549	46,034
合約負債		23,827	5,065
應付所得稅		31,592	38,524
租賃負債		2,581	2,839
計息銀行借款		544,690	426,840
遞延收入		240	320
流動負債總額		704,461	538,624
流動資產淨值		1,527,730	1,365,744
總資產減流動負債		1,705,858	1,567,722
非流動負債			
租賃負債		4,285	1,974
遞延收入		—	80
非流動負債總額		4,285	2,054
資產淨值		1,701,573	1,565,668
權益			
股本	12	18	18
儲備		1,667,273	1,536,340
母公司擁有人應佔權益		1,667,291	1,536,358
非控股權益		34,282	29,310
總權益		1,701,573	1,565,668

中期未經審計簡明綜合權益變動表

截至2025年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔						非控股 權益	總權益
	實繳股本	資本儲備	股份獎勵		累計虧絀	總計		
			儲備	其他儲備				
	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	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2025年1月1日（經審計）	18	3,578,700	50,298	47,080	(2,139,738)	1,536,358	29,310	1,565,668
期內利潤	-	-	-	-	123,391	123,391	4,972	128,363
期內全面收益總額	-	-	-	-	123,391	123,391	4,972	128,363
以權益結算的股份獎勵計劃	-	-	7,542	-	-	7,542	-	7,542
於2025年6月30日 （未經審計）	18	3,578,700	57,840	47,080	(2,016,347)	1,667,291	34,282	1,701,573

截至2024年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔						非控股	
	實繳股本	資本儲備	股份獎勵		累計虧絀	總計	權益	總權益
	人民幣千元	人民幣千元	儲備	其他儲備	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(經審計)	7	–	32,670	47,080	(467,582)	(387,825)	19,882	(367,943)
期內虧絀	–	–	–	–	(1,847,864)	(1,847,864)	1,619	(1,846,245)
期內全面虧絀總額	–	–	–	–	(1,847,864)	(1,847,864)	1,619	(1,846,245)
首次公開發售(「首次公開發售」)時發行新股	1	425,307	–	–	–	425,308	–	425,308
首次公開發售時自動轉換優先股	10	3,153,393	–	–	–	3,153,403	–	3,153,403
以權益結算的股份獎勵計劃	–	–	8,814	–	–	8,814	–	8,814
於2024年6月30日 (未經審計)	18	3,578,700	41,484	47,080	(2,315,446)	1,351,836	21,501	1,373,337

中期未經審計簡明綜合財務資料附註

2025年6月30日

1. 一般資料

趣致集團（「本公司」）於2021年6月15日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊地址為Maples Corporate Services Limited的辦事處，位於PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。本公司股份已於2024年5月27日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

未經審計簡明綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列，其亦為本公司及其大部分附屬公司的功能貨幣。本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）的主要業務為於中華人民共和國（「中國」）從事營銷服務、商品銷售及其他服務。

2. 編製基準

截至2025年6月30日止六個月的中期未經審計簡明綜合財務資料已根據國際會計準則（「國際會計準則」）第34號中期財務報告編製。中期未經審計簡明綜合財務資料並未包括年度財務報表中規定的所有資料及披露內容，且應與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱讀。

3. 主要會計政策

本集團於綜合財務報表並無應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）。本集團擬在該等準則生效後採用該等準則（如適用）。

國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號修訂本	涉及依賴自然能源生產電力的合約 ²
國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號修訂本	金融工具分類及計量的修訂 ²
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的 資產出售或投入 ¹
國際財務報告準則會計準則（修訂本）	國際財務報告準則會計準則的年度改進 – 第11卷 ²
國際財務報告準則第18號	財務報表內的呈列及披露 ³

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效

本集團正評估此等新訂及經修訂國際財務報告準則於首次應用時的影響。直至目前，本集團認為，該等新訂及經修訂國際財務報告準則可能會導致會計政策變動，但不大可能會對本集團財務表現及財務狀況造成重大影響。

4. 經營分部資料

就管理目的而言，本集團主要從事營銷服務、商品銷售及其他相關服務，該業務以與向本集團管理層內部呈報資料以進行資源分配及表現評估一致的方式被視為單一應呈報分部。因此，未進一步呈列經營分部分析。

地區資料

(a) 來自外部客戶的收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
中國內地	<u>676,189</u>	<u>515,117</u>

以上收入資料乃基於客戶的位置作出。

(b) 由於在報告期內，本集團的非流動資產位於中國，因此並未呈列地區資料。

有關主要客戶的資料

有關產品及服務的資料已在簡明綜合財務報表附註5中披露。

5. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

客戶合約收入

(i) 分類收入資料

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
客戶合約收入		
營銷服務收入	568,020	411,759
商品銷售收入	83,219	78,449
其他相關服務收入	<u>24,950</u>	<u>24,909</u>
總計	<u>676,189</u>	<u>515,117</u>

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
收入確認時間		
在某一時點轉移商品	83,219	78,449
在某一時點提供服務	24,950	24,909
隨時間提供服務	568,020	411,759
總計	676,189	515,117

下表列載各報告期內因過往期間履行的履約義務而確認的計入各報告期初合約負債的收入金額：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
營銷服務	5,065	3,952

所有合約的期限為一年或更短或根據產生的時間結賬。誠如國際財務報告準則第15號所允許，並無披露分配至該等未履行合約之交易價。

(ii) 履約義務

本集團的履約義務相關資料概述如下：

營銷服務

履約義務在提供服務的時段履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起180天內到期。

商品銷售

履約義務在通過自動販賣機向客戶轉移商品的控制權時履行，通常要求貨到付款。

其他相關服務

履約義務在服務完成且客戶驗收的時點履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起90天內到期。

6. 稅前利潤／（虧絀）

本集團的稅前利潤／（虧絀）在扣除／（計入）以下各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
已售存貨成本	60,651	53,572
物業、廠房及設備折舊	25,250	26,500
使用權資產折舊	1,483	1,692
研發開支	77,837	37,484
核數師薪酬	47	28
上市開支	—	18,285
僱員福利開支（包括董事及最高行政人員薪酬）：		
工資及薪金	19,250	15,976
股份激勵計劃開支	7,542	8,814
退休金計劃供款	3,022	3,748
總計	29,814	28,538
外匯虧絀／（收益）淨額	3,582	(2,762)
按公允價值計入損益的金融負債的		
公允價值虧絀	—	1,899,415
按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益	(40,816)	(2,273)
預期信用損失模型下的金融資產減值損失	1,513	5,880
存貨撇減	1,238	1,541
利息收入	(52)	(204)

7. 所得稅

本集團須以實體為單位就在本集團成員公司註冊及經營所在的國家或司法管轄區產生或來自相關國家或司法管轄區的利潤繳納所得稅。

開曼群島

根據開曼群島現行法律，本公司於報告期內不需繳納所得稅或資本利得稅。

香港

在香港經營的附屬公司須就首2,000,000港元的應課稅利潤按8.25%的稅率繳納利得稅，其餘應課稅利潤按16.5%的稅率繳納利得稅。

中國內地

根據《中國企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》，中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，但以下適用優惠稅率的附屬公司除外。

於2022年，上海趣致網絡科技有限公司被認定為「高新技術企業」，自2022年12月至2025年12月三年期間，可享受15%的優惠所得稅稅率。

本集團於報告期內的所得稅開支分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
即期所得稅	11,240	10,212
遞延所得稅	(53)	(1,051)
期內稅項支出總額	<u>11,187</u>	<u>9,161</u>

按本公司及其附屬公司註冊所在的國家或司法管轄區的法定稅率計算的稅前利潤／(虧絀)適用的稅項開支與按適用稅率計算的稅項開支之間的對賬如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
稅前利潤／(虧絀)	<u>139,550</u>	<u>(1,837,084)</u>
按法定稅率徵收的稅項	34,888	(459,271)
附屬公司實施的優惠稅率	(18,296)	(6,247)
不可抵扣稅項的開支	4,166	479,282
研發成本稅額加計扣除	<u>(9,571)</u>	<u>(4,603)</u>
按本集團實際稅率計算的稅項開支	<u>11,187</u>	<u>9,161</u>

8. 股息

於報告期內，本公司董事會（「董事會」）不建議派付任何股息。

9. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利／虧絀

每股基本虧絀／盈利基於母公司普通股權益持有人應佔期內虧絀／盈利以及期內發行在外普通股加權平均數262,705,446股（2024年：134,812,153股）計算，並作出調整以反映期內新股份發行的情況。

截至2025年6月30日止六個月，每股攤薄盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔期內利潤計算。計算所用普通股加權平均數為用作計算每股基本盈利的期內已發行普通股數目，以及視為行使或轉換所有攤薄性潛在普通股為普通股後假設已無償發行的普通股加權平均數，包括股份激勵計劃項下授出的購股權涉及的38,130,318股股份的攤薄影響。

並無對截至2024年6月30日止六個月所呈列的每股基本虧絀作出調整，原因是未行使購股權對所呈列的每股基本虧絀有反攤薄影響。

每股基本及攤薄盈利／（虧絀）的計算基準如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
盈利／（虧絀）		
用於計算每股基本及攤薄盈利／（虧絀）的母公司		
普通股權益持有人應佔盈利／（虧絀）	<u>123,391</u>	<u>(1,847,864)</u>
股份		
用於計算每股基本及攤薄盈利／（虧絀）的		
期內發行在外普通股加權平均數	262,705,446	134,812,153
攤薄影響－普通股加權平均數：		
股份激勵計劃項下授出的購股權	<u>38,130,318</u>	<u>—</u>
總計	<u>300,835,764</u>	<u>134,812,153</u>

10. 貿易應收款項

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項	571,096	564,004
減值	(57,008)	(53,996)
總計	<u>514,088</u>	<u>510,008</u>

本集團與其客戶的交易條款主要為賒銷。信用期一般為三至六個月。本集團力求嚴格控制其未結應收款項，並設有信貸控制程序以盡量降低信用風險。高級管理層定期審核逾期餘額。本集團並無就其貿易應收款項餘額持有任何抵押品或其他信貸增級。貿易應收款項不計息。

於報告期末按發票日期並扣除損失撥備的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
6個月內	289,602	293,963
6至12個月	145,299	145,775
1至2年	71,459	70,270
2至3年	7,728	—
總計	<u>514,088</u>	<u>510,008</u>

11. 貿易應付款項

於各報告期末，按發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
1年內	<u>56,982</u>	<u>19,002</u>

貿易應付款項不計息，結算期通常為30至60天。

12. 股本

本公司於2021年6月15日於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。註冊成立後，本公司的法定股本為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的普通股。根據於2023年6月通過的本公司經修訂及重述組織章程大綱及細則，本公司的法定股本為50,000美元，分為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的普通股。

於2023年12月31日，本公司有104,361,369股每股面值0.00001美元的股份。

於2024年5月27日，本公司以每股股份25港元的發售價發行了19,704,000股每股面值0.00001美元的新股，並成功於聯交所主板上市。

於2024年5月27日，所有優先股已於上市後自動轉換為138,640,077股本公司普通股，優先股於2024年5月27日的公允價值參考首次公開發售的發售價每股股份25港元計量。

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	股本
於2024年12月31日及2025年1月1日： 發行每股面值0.00001美元的普通股	<u>262,705,446</u>	<u>18</u>
於2025年6月30日： 每股面值0.00001美元的普通股	<u><u>262,705,446</u></u>	<u><u>18</u></u>

13. 關聯方交易

截至2025年6月30日止六個月，本集團及本公司概無與關聯方的未結清餘額。

14. 按類別劃分的金融工具

本集團於各報告期末各金融工具類別的賬面值如下：

金融資產

於2025年6月30日

	按公允 價值計入 損益的 金融資產 人民幣千元 (未經審計)	按攤銷 成本 計量的 金融資產 人民幣千元 (未經審計)	總計 人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項	—	514,088	514,088
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產	—	63,604	63,604
現金及銀行結餘	—	1,141,177	1,141,177
按攤銷成本計量的金融資產	—	160,343	160,343
按公允價值計入損益的金融資產	230,240	—	230,240
總計	<u>230,240</u>	<u>1,879,212</u>	<u>2,109,452</u>

於2024年12月31日

	按公允 價值計入 損益的 金融資產 人民幣千元 (經審計)	按攤銷 成本 計量的 金融資產 人民幣千元 (經審計)	總計 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項	—	510,008	510,008
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產	—	41,867	41,867
現金及銀行結餘	—	891,987	891,987
按公允價值計入損益的金融資產	276,524	—	276,524
總計	<u>276,524</u>	<u>1,443,862</u>	<u>1,720,386</u>

金融負債

於2025年6月30日

按攤銷成本
計量的金融負債
人民幣千元
(未經審計)

貿易應付款項	56,982
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	31,820
計息銀行借款	544,690
總計	633,492

於2024年12月31日

按攤銷成本
計量的金融負債
人民幣千元
(經審計)

貿易應付款項	19,002
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	36,085
計息銀行借款	426,840
總計	481,927

15. 報告期後事項

本公司已於2025年7月23日完成配售3,000,000股新股，配售價為每股配售股份106.60港元，其詳情披露於本公司日期為2025年7月23日的公告。2025年6月30日後並無發生其他重大期後事項。

刊載中期業績及中期報告

本中期業績公告分別於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.zzss.com)刊發，載有上市規則規定的所有資料的本公司於報告期的中期報告將適時發送予股東，並分別於聯交所及本公司網站刊載。

釋義及詞彙

於本業績公告內，除文義另有所指外，下列表述具有下文所載涵義：

「AI」	指	人工智能，用機器模擬人類智能
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「董事會」	指	董事會
「首席執行官」	指	本公司首席執行官
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》
「董事長」	指	董事長
「中國」	指	中華人民共和國，就本業績公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣地區
「本公司」	指	趣致集團，一家於2021年6月15日於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，其股份在聯交所主板上市（股份代號：0917）
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售（定義見招股章程）
「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司及分公司，或如文義另有所指，就本公司成為其現有附屬公司及分公司的控股公司前的期間而言，指猶如彼等於有關時間為本公司附屬公司的有關附屬公司

「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則，包括國際會計準則理事會頒佈的準則、修訂及詮釋以及國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則及詮釋
「大客戶」	指	大客戶
「上市」	指	股份於2024年5月27日在聯交所主板上市
「上市日期」	指	2024年5月27日
「上市規則」	指	《聯交所證券上市規則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「主板」	指	聯交所運作的股票市場（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM且與其並行運作
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「招股章程」	指	本公司日期為2024年5月17日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「研發」	指	研究及開發
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，香港交易及結算所有有限公司的全資附屬公司

「股份激勵計劃」	指	本公司於2021年9月22日批准及採納的本公司股份激勵計劃
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

承董事會命
Qunabox Group Limited
 (趣致集團)
 董事長、執行董事兼首席執行官
 殷珏輝女士

香港
 2025年8月15日

於本公告日期，董事會包括(i)執行董事殷珏輝女士、曹理文先生及黃愛華先生；(ii)非執行董事戴建春先生及陳瑞先生；及(iii)獨立非執行董事車錄鋒博士、朱霖先生及楊波博士。