

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份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。

EASTBUY

東方甄選

East Buy Holding Limited

東方甄選控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1797)

**截至2025年11月30日止六個月的
中期業績公告**

東方甄選控股有限公司董事會欣然宣佈於報告期間本集團的未經審核綜合中期業績。該等中期業績已經審核委員會審閱。

於本公告中：(a)「我們」指本公司及(如文義所指)本集團；及(b)除非另有所指，否則我們的簡明綜合財務報表以本集團的主要功能貨幣人民幣呈列，且所呈列數字均為近似值，約整至最接近的整數或小數點後一位(倘合適)。

主要財務摘要

	截至2025年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至2024年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	變動
總營收	2,311,629	2,186,636	5.7%
毛利	841,639	735,143	14.5%
除稅前利潤／(虧損)	308,526	(72,481)	525.7%
期內溢利／(虧損)	239,041	(96,503)	347.7%
以下人士應佔期內溢利／(虧損)：			
— 本公司擁有人	238,966	(96,799)	346.9%
— 非控制性權益	75	296	(74.7%)

	截至2025年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至2024年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	變動
每股溢利／(虧損)			
— 基本(人民幣元)	0.23	(0.09)	
— 攤薄(人民幣元)	0.22	(0.09)	
按非國際財務報告準則計量：期內經 調整溢利／(虧損)(未經審核) ⁽¹⁾	257,645	(1,609)	16,112.7%
按非國際財務報告準則計量：經調整 EBITDA/(LBITDA)(未經審核) ⁽²⁾	315,212	(68,223)	562.0%
(1) 期內經調整溢利／(虧損)(「經調整溢利／(虧損)」)指期內溢利／(虧損)減按公平值計入損益的非流動的金融資產公平值變動虧損及出售按公平值計入損益的非流動的金融資產的收益，再加上期內股份酬金開支。			
(2) 經調整EBITDA/(LBITDA)(「經調整EBITDA/(LBITDA)」)(或未計利息、稅項、折舊及攤銷前的盈利／(虧損))指期內溢利加所得稅開支、股份酬金開支、財務費用、預期信貸虧損模式下確認的減值虧損淨額、物業及設備折舊、使用權資產折舊減期內其他收入、收益及虧損。			

業務概覽及展望

我們的業務

我們的定位是做一個專注於為客戶細心甄選優質產品的自營產品及直播電商平台；一家以持續提供「東方甄選」自營農產品為核心產品的優秀產品和科技公司；以及一家為客戶提供愉快體驗的文化傳播公司。通過提供優質產品及服務，弘揚中華傳統文化及積極價值觀，我們希望為每一名客戶及觀眾貢獻與提供更加美好、健康且高質量的生活。

自2021年以來，我們已拓展自營產品及直播電商業務並成立了「東方甄選」，其已成為銷售高品質、高質價比的農產品及其他產品的知名在線平台。該平台不僅為農民及當地企業向更廣泛客戶群銷售優質農業及其他產品提供了替代渠道，而且還為消費者提供了擁有眾多價格透明的優質產品的平台。憑藉對客戶需求的深刻理解，我們通過統一的供應鏈管理及與不同第三方的多元化合作，為我們的客戶選擇優質農業及其他產品。我們通過提供「東方甄選」品牌下的多種自營產品為客戶創造價值，這些產品健康、高品質且高質價比，包括蔬菜水果、肉禽蛋品、烘焙食品、糧油及即食食品、海鮮水產、乳製品、營養保健食品、寵物食品，以及日用品等。通過與生產商及當地企業直接合作，我們志在推廣原本缺少銷售渠道的優質產品並提升產業供應鏈的經營效率，從而加速鄉村振興並長期為相關產業上下游提供有價值的貢獻。

與本公司初心保持一致，我們繼續遵循「以客戶為中心」的長遠發展戰略。通過創新的直播活動及提供優質服務，我們分享知識、智慧及中國文化與歷史，為客戶提供獨特而愉悅的購物體驗。我們擁有一支成熟的優秀直播團隊，並已採用多渠道戰略覆蓋更廣泛客戶群。我們在抖音上開設了包括東方甄選美麗生活及東方甄選自營產品等不同直播賬號，專注於不同產品類別，持續創造積極、獨特和有趣的內容，以吸引並保持用戶觀看，同時弘揚中華傳統文化並與消費者分享知識。於報告期間，我們採取多平台戰略，在淘寶、京東、拼多多、小紅書、微信小程序、微信小店及自有應用程序等多個平台銷售我們的自有品牌產品。自2023年10月起，本公司已推出會員體系，在自有APP上為會員提供獨特專屬的會員服務，並針對多個品類中的部分全國性品牌產品及全部自營產品，提供優惠價格。東方甄選品牌在行業中的地位日益突出，迅速在中國成為「品質、便捷及文化生活方式」的代名詞，特別是農產品及其他日用品產品，我們的品牌從而獲得了數百萬的忠實觀眾／粉絲及回頭客。

直播電商業務的主要經營指標概述如下：

截至2025年 11月30日 止六個月	截至2024年 11月30日 止六個月
---------------------------	---------------------------

主要經營數據

GMV (人民幣10億元) ⁽¹⁾	4.1	4.8
抖音上已付訂單數量 (百萬)	42.1	50.1
東方甄選應用程序上已付費會員訂閱數量 (千人)	240.1 ⁽²⁾	228.3

附註：

- (1) 包括來自抖音、淘寶及我們的自有應用程序等所有銷售渠道的已付GMV。
- (2) 由於2025財年推出了「親友卡」活動，且部分會員在新訂閱期的續費時間晚於去年同期，大量續費發生在後面幾個月。

業務發展

我們的財務表現

我們很高興地報告2026財年的穩健開局，自營產品及直播電商業務均呈現強勁的增長勢頭。自成立以來，我們的經營理念始終如一且堅定不移：以卓越的質價比為每一位客戶提供優質、精心挑選的產品及周到的服務。我們恪守創立初衷，秉持高標準的商業道德與誠信準則，以此實踐承諾。

去年遭遇眾多始料未及的挑戰，在此背景下，本集團展現出強大的經營韌性。在核心理念的指引下，我們成功應對短期波動，實現了顯著回升，總營收與淨溢利同比雙增長。截至2025年11月30日止六個月，淨營收總額由截至2024年11月30日止六個月的人民幣22億元增加5.7%至人民幣23億元。若剔除與輝同行直播間產生的總營收金額，我們總營收由截至2024年11月30日止六個月的人民幣20億元增加17.0%。同時，本集團從截至2024年11月30日止六個月的淨虧損人民幣96.5百萬元轉為2025年同期的淨溢利人民幣239.0百萬元，為本集團的長期可持續發展奠定了堅實基礎。

於報告期間，我們於產品開發與供應鏈優化方面取得了顯著進展。我們的產品類別已從最初的生鮮食品及零食擴展到更多元化的產品系列，於截至2025年11月30日已累計推出801款SPU的自營產品（於2024年11月30日：600款SPU）。新類別包括海鮮水產、營養保健食品、廚房調味品、肉蛋奶、紙巾及濕巾、個人護理及家居清潔用品、家紡以及服飾內衣。該等新品精準鎖定消費者對健康與便利的特定需求，不僅豐富了消費者的選擇，更有效帶動了整體銷售與利潤增長，進而進一步優化本公司的產品結構。

於2026財年上半年，我們亦升級並擴充了現有的產品線，同時加速了新口味的迭代。在海鮮領域，「東方甄選特級福州魚丸」自上市以來累計銷量已超過500,000份，獲得了積極的市場回饋。2025年9月，我們進一步推出新品「實心魚丸」，並擴大產品規格，以滿足多樣化的消費者需求。同時，於2025年10月季節性回歸的「東方甄選帶魚段系列」取得了卓越的銷售表現，市場反應熱烈，供不應求。在廚房調味品類別中，2025年10月推出的「東方甄選香辣牛肉醬」憑藉其純淨且真實的配料表，受到了異常熱烈的追捧，首發當日即在全平台告罄；隨後在短時間內迅速補貨。為持續滿足市場需求，新的延伸品「香菇牛肉醬」已於2026年1月28日推出。此外，奇異果、紅肉蜜柚、櫻桃及臍橙等時令蔬果，憑藉其卓越的新鮮度與品質，在短暫的保鮮週期內贏得了消費者的廣泛青睞。

在日用品類別中，我們專注於產品迭代、成本優化及營銷曝光，以打造爆款產品。以衛生棉為例，繼2025年6月推出純棉系列後，我們於7月推出了輕盈版，並於8月將產品線擴展至安睡褲系列，強化了安全與舒適的雙核心賣點。我們亦繼續與生產商進行聯合研究及開發（「研發」），開發高吸收芯體，以減少黏膩感並提升用戶體驗。在成本優化方面，我們實施了集中採購及代工廠成本控制等措施，以維持產品的健康增長。在產品曝光方面，我們持續探索並豐富產品背後的故事，通過直播向粉絲及消費者傳遞產品的生產過程及定位。我們利用溯源直播加深消費者對我們自營產品的了解與信任。該等舉措已鞏固我們自營產品未來增長的基礎，自營產品繼續成為主要增長動力，並於截至2025年11月30日止六個月佔總GMV約52.8%。

此外，東方甄選繼續優化現有的倉庫網絡佈局並提升營運能力。除產地直發產品外，本公司計劃在國內訂單量前十大城市構建當日達能力：上午10:30前下單將於當日送達，晚上11:00前下單將於次日下午3:00前送達。同時，東方甄選將在北京、上海及廣州啟動即時零售履約能力的新試點。在物流基礎設施方面，繼2025年華中一號及二號倉投產後，本公司將完成東方甄選三號及四號倉的建設，並制定新的倉儲營運規範及貨物管理措施。

於報告期間，本公司的客戶服務團隊共為4.5百萬名用戶提供服務，客戶滿意度達到97.83%。通過認真記錄客戶反饋與需求並持續傳遞至相關部門，我們推動了共計202項體驗提升舉措，範圍涵蓋產品改良、物流配送質量升級及應用程序相關功能優化。此舉充分體現了我們秉持以客戶為中心的原則，真正傾聽並解決客戶需求，優先考慮客戶體驗。

本公司採取多平台、多矩陣的策略，擴大其覆蓋範圍以觸達更廣泛的消費群體及提升品牌知名度及影響力。作為核心公域流量平台，抖音仍是本集團的重點，我們在抖音優化了流量投放策略，精準鎖定目標客群，並提升了流量轉化效率。同時，我們將通過短視頻、產品推薦及銷售等新途徑擴大銷售覆蓋，從而帶動GMV的可持續增長。在持續豐富不同平台網店渠道（如微信小程序、微信小店、天貓、京東、拼多多、小紅書）的產品與服務的同時，本公司亦依托公司強大的品牌認可度和新東方集團學習中心網絡探索線下渠道。我們很受鼓舞的是公司已在線下不同區域佈局40多台自動售貨機，並在部分城市實現盈利。我們計劃將其規模化推廣，進一步擴大佈局範圍，覆蓋包括寫字樓、社區、學習中心等場景，補充線下銷售觸點。此外，東方甄選即將開設首家線下體驗店——位於北京中關村的439平方米旗艦店，為消費者提供一站式「購物+休閒+社交」體驗。該店不僅將展示本集團涵蓋生鮮、零食、日用品及家居用品全品類的數百款自營產品，還將引入多樣化的第三方品牌產品。店內亦將設有產品溯源展示區及試吃站等互動區域，通過實體品質展示強化消費者信任。該店聚焦於滿足社區消費需求，將提供在線下單、店內送貨及取貨以及會員專屬福利等便利服務。

在應用程序中，自營產品的GMV及平均訂單額穩步上升。我們應用程序上自營產品佔全部自營產品總GMV的比例於2026財年上半年已穩定在28.6%。這不僅反映了我們在供應鏈管理上的進步，也證明了用戶尤其是付費會員對我們東方甄選品牌的信任。

此外，我們強調人才培訓，加強組織架構建設，並倡導統一的價值觀，以確保我們的員工能夠在各自的崗位上發揮最大潛力，並共同為本公司的長期發展做出貢獻。截至2025年11月30日，我們的自營產品及直播電商團隊總人數達到1,373人，其中全職1,054人，兼職319人。供應鏈及產品團隊達到654人，其中全職502人，兼職152人。

由於上述策略的實施，我們於截至2025年11月30日止六個月的GMV為人民幣41億元。若剔除與輝同行直播間產生的GMV，我們的總GMV由2025財年上半年的人民幣36億元增加16.4%至2026財年上半年的人民幣41億元。其中來自抖音的GMV佔我們GMV的大部分，來自應用程序的GMV佔我們總GMV的18.5%。於截至2025年11月30日止六個月，抖音上第三方產品及自營產品的已付訂單總數已達到約42.1百萬單。

報告期間後的未來展望

我們正迎接新的開始，並始終以為用戶提供優質產品及服務為使命。我們的戰略定位非常堅定且明確。未來，我們將繼續致力於成為一個為客戶甄選好物的直播購物平台；以東方甄選品牌的自營農產品為核心的傑出產品和科技公司；以及為客戶帶來愉快精神體驗的文化傳播公司。我們堅定不移地以推動公眾福利，為社會創造價值為使命。

展望未來，我們將在以下關鍵領域發力：

追求卓越的產品質量

質量是東方甄選的生命線。目前，本公司已為其自營產品生成超過20,000份質量檢驗報告，每年投入數千萬人民幣於產品檢測，以全面保證我們全線產品的卓越品質。我們將一如既往地堅持高標準的選品原則，嚴格把控每一件商品的質量關。無論是自營產品還是合作品牌的商品，我們都將進一步加強質量檢驗與控制的強度。我們計劃建立每兩週／每月的質量檢驗報告機制，內容涵蓋抽檢合格率、問題產品整改措施及供應商資質評估結果等詳情。我們致力於確保消費者收到的每一款產品都符合甚至超越他們的期望，特別是在關乎民生的基礎品類上。

本公司將嚴格遵循其既定的戰略方向，明確將其品牌主張聚焦於「健康、高品質、高質價比」。在產品方面，我們將通過涵蓋原材料採購、生產、加工、倉儲及物流的全方位、端到端質量控制體系，進一步加強我們的產品質量。我們的定價策略將使產品質量與我們目標客群的購買力完全匹配，強化「優質優價」的品牌認知。我們的目標受眾將涵蓋全方位的家庭場景既包含滿足日常生活必需品的通用家庭產品，也包含針對不同年齡段量身定制的分眾產品。

為確保我們的產品持續響應市場需求，本公司將建立用戶研究機制。通過應用程序內社區調研、問卷、私域社群訪談及大數據消費行為分析等方法，我們能夠精準收集有關不斷變化的用戶需求的數據。該等洞察將推動產品配方、包裝及功能的發展，以確保我們的產品滿足市場的需求。

利用AI提升營運效率

截至目前，全球零售業正經歷一場由技術驅動的系統性變革：生成式AI及計算機視覺等技術的滲透率穩步上升，深刻重塑了行業的底層邏輯。本公司始終密切關注並高度重視技術演進帶來的深遠影響。

展望未來，在多渠道營運中，生成式引擎優化（「**GEO**」）將可能促進個性化的「一對一」產品推薦。線下店可能利用AI導購、實時庫存提醒等功能優化購物流程及履約服務，並連接線上線下數據鏈路。在質控環節，AI視覺檢測可能提升準確性與效率。在客戶服務方面，AI賦能將潛在驅動服務體系從「被動響應」向「主動創造」演進：通過在全平台構建「收集－分析－行動－反饋」的全週期閉環系統，我們將精準捕捉用戶反饋並實現客戶需求的快速轉化。同時，我們將打造「AI客服+人性化服務」的雙驅動模式，由AI處理標準化諮詢，使人工客服團隊能專注於一對一的貼心服務，從而顯著提升用戶留存率及滿意度。

儘管生成式AI及其衍生技術在消費領域的應用仍處於早期階段，但從長遠來看，AI有望深度滲透到東方甄選業務的全價值鏈－從選品、內容創作、銷售到客戶服務。結合本公司在語料資源、產品定位、SPU多樣性及平台合作方面的獨特優勢，AI可助力堅守東方甄選高品質的核心優勢，構建一個更高效、更貼近用戶需求的零售生態系統，鞏固我們的市場競爭力。

創新直播模式與內容生態

我們深知知識傳播與文化傳遞的重要性。我們已重新啟動微信視頻號直播和重開了之前抖音上的酒水號，命名為詩酒人生。我們也於近期在抖音上建立了更多新的矩陣賬號，包括東方甄選果蔬旗艦店、家居館、營養健康、萌寵生活及零食速食。我們通過短視頻、圖文等多元化形式，在各官方渠道創造了更多創新內容。於報告期間，我們繼續積極探索創新直播模式，推動各區域文化內容及特色農產品的發展。2025年12月，首席執行官（即行政總裁）俞敏洪先生帶領團隊進行了沉浸式地級市行，在山東平度、浙江嵊州、湖北宜昌等地舉辦了多場外景直播活動。該等活動包括對當地創始人的深度訪談，挖掘農產品背後的豐富故事，在展示當地民俗及特色文化的同時推廣特色產品。

未來，本公司將構建一個整合產品與文化的雙核內容生態。我們將遵循用戶研究→小批量測試→全面推廣的邏輯：通過用戶研究識別潛在爆款，小批量生產後在私域社群及直播中進行測試，並根據複購率及好評率等數據優化產品。成熟後，我們將在包括抖音、微信公眾號、微信視頻號及小紅書在內的多個平台啟動內容營銷，突出產品背後的研發故事、原材料優勢及使用場景，以加強與用戶的情感共鳴。

開發直播團隊及專業人才庫

本公司計劃啟動長期招聘計劃，招攬優秀直播主及專業人才。同時，我們將招聘符合品牌定位且具備直播經驗的外部專業人士。

我們將圍繞產品知識、內容創作及直播技巧三個核心模塊進行系統化培訓。產品知識培訓將涵蓋原材料、生產工藝、賣點及競爭優勢。內容創作培訓將側重於文化內涵及場景化表達，保留新東方「崇尚文化、分享知識」的核心特色。直播技巧培訓將包括腳本設計、觀眾互動引導及直播節奏控制。通過該等培訓，我們將確保主播不僅能專業地講解產品，還能傳遞品牌文化，從而提升用戶在直播間的參與度。

本公司將繼續鞏固科學的考核體系及健全的激勵機制，以激發團隊活力並確保考核公平。目前，本公司團隊士氣高昂。未來，我們將通過獎金及清晰的晉升路徑等系統性人才管理舉措，進一步提升團隊的工作熱情及歸屬感。

強化食品安全和社會責任

我們立足優質產品，依托中國成熟完善的供應鏈體系，希望實現企業價值與社會價值的協同增長。過去幾年，東方甄選深入全國數百個村莊，通過「直播+溯源+品牌賦能」模式，助力如秭歸臍橙、貴州刺梨等地方特色農產品走向全國市場，帶動當地農產品銷售額持續攀升。在產業上下游方面，我們通過技術審核、標準共建帶動上下游供應商品質升級，將自身品控標準與管理經驗賦能合作工廠，希望長期能助力行業整體質量水平提升。在可持續發展方面，積極推廣營養健康科普知識，通過溯源直播、線下活動提升消費者食品安全意識；踐行綠色發展理念，優化包裝設計、推廣環保材料，降低物流環節碳足跡，構建低碳高效的供應鏈體系。同時，我們關注用戶需求，聚焦高風險高關注度品類研發創新，推出符合國標及綠色產品標準的「七重零添加」自營衛生巾等產品，切實解決消費痛點。我們堅守「原料優質、配料簡單、質檢嚴格」的核心標準，堅守「0添加、少添加、純淨配料表」的產品承諾，守護每一位消費者的飲食安全。

「美好生活，盡在東方甄選」。這是我們的承諾，也是我們前進的動力。展望未來，東方甄選將繼續深化食品安全管控及社會責任倡議。在堅守高品質核心優勢的同時，本公司將為消費者創造更安心的消費體驗，並持續為社會發展注入動力。

管理層討論及分析

總營收

我們的總營收由截至2024年11月30日止六個月的人民幣22億元增加5.7%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣23億元，其中，來自應用程序的營收由截至2024年11月30日止六個月的約人民幣5億元提升至截至2025年11月30日止六個月的約人民幣6億元。若剔除與輝同行直播間產生的總營收金額，我們總營收由2025年上半年的人民幣20億元增加17.0%至2026年上半年的人民幣23億元。

我們的自營產品營收由截至2024年11月30日止六個月的人民幣17億元增加18.1%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣20億元。於報告期間，我們持續加強供應鏈管理體系，擴大產品類別，增加產品供應數量和SPU。

總營收成本、毛利及毛利率

我們的總營收成本總額由截至2024年11月30日止六個月的人民幣15億元增加1.3%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣15億元，主要由於自營產品GMV增加導致存貨成本增加所致。

我們的毛利由截至2024年11月30日止六個月的人民幣735.1百萬元增加14.5%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣841.6百萬元。我們的毛利率由截至2024年11月30日止六個月的33.6%增加至截至2025年11月30日止六個月的36.4%，主要由於自營產品及直播電商業務健康發展所致。

其他收入、收益及虧損

我們的其他收入、收益及虧損由截至2024年11月30日止六個月的人民幣113.9百萬元減少53.2%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣53.3百萬元，主要由於匯兌虧損淨額所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2024年11月30日止六個月的人民幣459.3百萬元減少4.3%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣439.5百萬元，主要由於員工成本減少所致。

研發開支

我們的研發開支由截至2024年11月30日止六個月的人民幣68.0百萬元減少21.0%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣53.7百萬元，主要由於我們提升了資源利用效率，員工成本減少。

行政開支

我們的行政開支由截至2024年11月30日止六個月的人民幣391.9百萬元減少78.6%至截至2025年11月30日止六個月的人民幣83.9百萬元，主要由於如本公司日期為2024年7月25日的公告所披露，於2024年分派與輝同行所有剩餘未分派溢利所致。

分佔聯營公司業績

我們分佔聯營公司業績由截至2024年11月30日止六個月的虧損人民幣0.6百萬元增加至截至2025年11月30日止六個月的虧損人民幣0.8百萬元，主要由於北京時代雲圖圖書有限責任公司虧損增加所致。

所得稅開支

我們於截至2025年11月30日止六個月的所得稅開支為人民幣69.5百萬元，而截至2024年11月30日止六個月則為人民幣24.0百萬元，主要由於報告期間淨溢利增加所致。

期內淨溢利／(虧損)

由於上文所述，我們於截至2025年11月30日止六個月的淨溢利為人民幣239.0百萬元，而截至2024年11月30日止六個月則為淨虧損人民幣96.5百萬元。

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的財務資料，我們亦採納非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的期內經調整溢利／(虧損)及經調整EBITDA／(LBITDA)作為非國際財務報告準則計量。我們相信，該等非國際財務報告準則計量剔除管理層認為對我們的經營表現不具指示性的項目的潛在影響，有利於比較不同期間的經營表現。我們亦相信，該等計量通過與其幫助我們管理層的相同方式，為投資者及其他人士在了解及評估我們的綜合損益表時提供有用資料。然而，謹請注意，我們呈列的經調整溢利／(虧損)及經調整EBITDA／(LBITDA)未必可與其他公司所呈列類似標題的計量相比。此等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，閣下不應將其視為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報綜合損益表或財務狀況的分析。

我們將期內經調整溢利／(虧損)界定為期內溢利／(虧損)減按公平值計入損益的非流動的金融資產公平值變動虧損、出售按公平值計入損益的非流動的金融資產的收益，再加上期內股份酬金開支。我們將經調整EBITDA／(LBITDA)界定為期內溢利／(虧損)加所得稅開支、股份酬金開支、財務費用、預期信貸虧損模式下確認的減值虧損淨額、物業及設備折舊、使用權資產折舊，減該期內的其他收入、收益及虧損。

下表載列我們期內淨溢利／(虧損)與期內經調整溢利／(虧損)的對賬：

截至2025年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至2024年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
--	--

期內溢利與期內經調整溢利的對賬：

期內淨溢利／(虧損)	239,041	(96,503)
減：		
按公平值計入損益的非流動的金融資產		
公平值變動虧損	—	(2,430)
出售按公平值計入損益的非流動的金融資產收益	8,402	—
加：		
股份酬金開支	27,006	92,464
期內經調整溢利／(虧損)	257,645	(1,609)

下表載列我們期內溢利／(虧損)與期內經調整EBITDA／(LBITDA)的對賬：

截至2025年	截至2024年
11月30日	11月30日
止六個月	止六個月
人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)	(未經審核)

期內淨溢利與經調整EBITDA的對賬

期內淨溢利／(虧損)	239,041	(96,503)
加：		
所得稅開支	69,485	24,022
股份酬金開支	27,006	92,464
財務費用	897	1,697
預期信貸虧損模式下確認的減值虧損，扣除撥回	7,621	—
物業及設備折舊	8,444	7,068
使用權資產折舊	16,030	16,937
減：		
其他收入、收益及虧損	53,312	113,908
期內經調整EBITDA/(LBITDA)	315,212	(68,223)

有關我們財務表現的其他資料

流動資金及資本資源

於報告期間，我們主要以現金及現金等價物以及2020年認購事項所得款項應付我們的現金需求。於2025年11月30日，我們的現金及現金等價物為人民幣12億元，而於2025年5月31日為人民幣25億元及於2024年11月30日為人民幣17億元。於2025年11月30日，我們的定期存款為人民幣19億元，而於2025年5月31日為人民幣6億元及於2024年11月30日為人民幣14億元。於2025年11月30日，我們亦有按公平值計入損益的金融資產(流動)人民幣24億元，而於2025年5月31日為人民幣20億元及於2024年11月30日為人民幣17億元。因此，於2025年11月30日貨幣資金總計為人民幣55億元。現金及現金等價物指銀行結餘及現金；而銀行結餘及現金包括現金及原到期日為三個月或以下的短期存款。按公平值計入損益的金融資產(流動)包括理財產品。

於報告期間，我們主要以現金支付營運所需資金及其他經常性開支，以支持我們的業務擴張。展望未來，我們相信，我們的流動資金需求將同時以內部產生的現金以及2020年認購事項的所得款項淨額撥付。

於2025年11月30日，我們的資產負債率為15.5%，而於2024年11月30日為17.4%及於2025年5月31日為16.0%，乃按總負債除以總資產計算。

資本開支

下表載列於所示期間的資本開支：

	截至2025年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)	截至2024年 11月30日 止六個月 人民幣千元 (未經審核)
購買物業及設備	539	23,408

於截至2024年及2025年11月30日止六個月，我們的資本開支主要為購買物業及設備。於截至2024年及2025年11月30日止六個月，我們購買物業及設備分別為人民幣23.4百萬元及人民幣0.5百萬元。

資產負債表外承擔及安排

於2025年11月30日，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

有關重大投資及資本資產的未來計劃

於2025年11月30日，我們並無任何其他可預見重大投資及資本資產計劃。

重大收購及／或出售附屬公司及聯屬公司

於2025年11月30日，我們並無任何其他重大收購及／或出售附屬公司及聯屬公司。

所持的重大投資

除上文所披露者外，本集團於截至2025年11月30日止六個月並無作出或持有任何重大投資（包括對一家被投資公司的任何投資，且該公司的價值於2025年11月30日佔本集團資產總值5%或以上）。

僱員及薪酬政策

於2025年11月30日，我們有1,054名全職僱員及319名兼職僱員（2024年11月30日：1,264名全職僱員及469名兼職僱員）。本集團所僱用的僱員人數會根據需要不時變動，並根據行業慣例為僱員提供報酬。

我們的成功取決於我們吸引、挽留及激勵合資格人員的能力。本集團會定期檢討僱員的薪酬政策及待遇。除養老金及內部培訓計劃外，亦可根據對個人表現的評估結果授予僱員酌情花紅、股份獎勵及購股權。

於截至2025年11月30日止六個月，本集團所產生的薪酬開支總額（包括股份酬金開支）為人民幣346.8百萬元，較截至2024年11月30日止六個月的人民幣532.8百萬元同比減少34.9%。

外匯風險

當商業交易或已確認資產及負債以我們營運實體所採用功能貨幣以外的貨幣計值時，則會產生外匯風險。我們於中國經營，而大部分交易以人民幣結算。於報告期間，我們持有以美元及港元計值的資產及負債。我們持續監察貨幣匯率變動，並將採取必要措施緩解匯率影響。

債務

於報告期間，我們並無產生任何銀行貸款或其他借貸。董事認為，考慮到我們的銀行結餘及現金、定期存款以及按公平值計入損益的金融資產、來自經營活動產生的理財產品以及股份認購所得款項淨額，我們擁有充足現金及資本資源以撥付我們的營運及擴充，因此，我們不擬自本公告日期起計十二個月內產生任何借貸。

抵押資產

於2025年11月30日，本集團資產概無抵押。

或然負債

於2025年11月30日，我們並無任何重大或然負債。

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司於2018年2月7日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，而我們的股份於2019年3月28日在聯交所主板上市。

我們致力於維持及推廣嚴格的企業管治。本公司的企業管治原則旨在推行有效的內部控制措施，同時提升董事會對本公司全體股東的透明度及問責性。於報告期間，本公司已遵守企業管治守則第二部分載列的所有適用守則條文，惟以下偏離情況除外：

根據企業管治守則守則條文第C.2.1條，董事會主席及首席執行官的角色應有區分，不應由同一人士兼任。主席與首席執行官之間職責分工應明確界定並以書面列載。本公司並無區分董事會主席及首席執行官的職責，執行董事俞敏洪先生目前擔任此兩個職位（自彼於2023年12月16日獲調任為執行董事及獲委任為首席執行官起）。董事會相信，由同一人士擔任董事會主席及首席執行官的職責有助確保本集團內部領導貫徹一致，使本集團的整體策略規劃更具效益及效率。董事會認為，現行安排下權力及權限的平衡將不會受損，而此架構將使本公司能迅速有效作出決策並予以執行。董事會將繼續檢討並於考量本集團整體狀況後於適當時間考慮分開本公司董事會主席及首席執行官的職責。

我們將繼續定期檢討及監察我們的企業管治常規，確保遵守企業管治守則，同時維持本公司高標準的企業管治常規。

遵守董事進行證券交易的標準守則

我們已採納標準守則作為規管董事買賣本公司證券的行為守則。據董事所深知及確信，全體董事確認，彼等於報告期間一直遵守標準守則所訂標準。

審核委員會

董事會已根據上市規則第3.21條及企業管治守則（經不時修訂）成立審核委員會。審核委員會的主要職責為審閱及監督本集團的財務報告程序及內部控制系統（包括風險管理）、審閱及批准關連交易（定義見上市規則）以及向董事會提供建議及意見。審核委員會由三名成員組成：閻焱先生（審核委員會主席）、鄺偉信先生及林哲瑩先生。

審核委員會連同我們的外聘核數師德勤•關黃陳方會計師行已審閱本集團截至2025年11月30日止六個月的未經審核簡明綜合財務報表。審核委員會亦已與高級管理層成員討論本公司採納的會計政策及慣例等事宜以及內部控制措施。

其他董事委員會

除審核委員會外，本公司亦已成立提名委員會及薪酬委員會。

購買、出售或贖回我們的上市證券

於報告期間，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券（包括出售庫存股份（定義見上市規則））。截至2025年11月30日，本公司並無持有任何庫存股份（定義見上市規則）。

重大訴訟

於報告期間，本公司並無捲入任何重大訴訟或仲裁，董事亦不知悉本公司於2025年11月30日有任何尚未了結或面臨威脅的重大訴訟或索償。

中期股息

董事會不建議派發報告期間的中期股息（截至2024年11月30日止六個月：無）。

股份認購事項所得款項淨額

2020年認購事項

2020年認購事項已於2020年12月24日完成，籌得約17.83億港元的所得款項淨額。於2020年認購事項後，本集團已按本公司日期為2020年10月14日的通函所載的方式及擬定用途動用2020年認購事項所得款項淨額。於2025年1月21日，董事會已議決更改餘下所得款項淨額的用途，直至2025年1月21日起計三年，而本集團已根據本公司日期為2025年1月21日的公告所載的擬定用途動用所得款項淨額。上述預期時間表乃基於本集團的最佳估計，並可能根據未來市場狀況的發展而發生變動。

截至2025年11月30日止六個月的所得款項淨額的動用情況概述如下：

	於2025年 6月1日 未動用金額	截至2025年 11月30日 止六個月 已動用	於2025年 11月30日 未動用金額
百萬港元 ⁽¹⁾			
銷售及營銷	242.8	1.0	241.8
技術基礎設施	3.9	—	3.9
業務相關人員	94.0	11.3	82.7
營運資金	167.9	0.1	167.8
總計	508.6	12.4	496.2

附註：

(1) 「截至2025年11月30日止六個月已動用」的金額按1.099港元兌人民幣1元的匯率計算得出。

(2) 本表所呈列的數字均為約數，並可能受貨幣匯率波動及約整所影響。

報告期間後事項

於2026年1月4日，本公司的一家附屬公司（作為承租人）與都會洪業（天津）有限公司（「**都會洪業**」，Tigerstep的一家附屬公司，作為業主）訂立租賃協議，據此，都會洪業同意向承租人出租位於中國北京市海淀區海淀東三街2號歐美匯大廈1樓101單元（「**該物業**」），租期自2026年1月1日起為期60個月。根據國際財務報告準則第16號租賃，本集團將於其綜合財務報表中將租賃協議項下的該物業租賃確認為使用權資產。本集團根據租賃協議將予確認的使用權資產總值約為人民幣10百萬元。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2026年1月5日的公告。

除本公告所披露者外，自報告期間末直至本公告日期，概無發生影響本公司的重大事件。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊載於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站ir.eastbuy.com。本集團截至2025年11月30日止六個月的中期報告將刊載於聯交所網站及本公司網站，並將於適當時候提供予股東。

簡明綜合損益及其他全面收入表
截至2025年11月30日止六個月

		截至11月30日止六個月	
	附註	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
總營收	3	2,311,629	2,186,636
總營收成本		<u>(1,469,990)</u>	<u>(1,451,493)</u>
毛利		841,639	735,143
其他收入、收益及虧損	5	53,312	113,908
預期信貸虧損模式下確認的 減值虧損，扣除撥回		(7,621)	—
銷售及營銷開支		(439,486)	(459,304)
研發開支		(53,720)	(68,000)
行政開支		(83,904)	(391,916)
分佔聯營公司業績		(797)	(615)
財務費用		<u>(897)</u>	<u>(1,697)</u>
除稅前溢利／(虧損)		308,526	(72,481)
所得稅開支	6	<u>(69,485)</u>	<u>(24,022)</u>
期內溢利／(虧損)及全面 收入／(開支)總額	7	<u>239,041</u>	<u>(96,503)</u>
本公司擁有人應佔期內溢利／(虧損) 及全面收入／(開支)總額		<u>238,966</u>	<u>(96,799)</u>
非控制性權益應佔期內溢利及 全面收入總額		<u>75</u>	<u>296</u>
		<u>239,041</u>	<u>(96,503)</u>
每股盈利／(虧損)			
— 基本(人民幣元)	8	0.23	(0.09)
— 攤薄(人民幣元)	8	<u>0.22</u>	<u>(0.09)</u>

簡明綜合財務狀況表
於2025年11月30日

	附註	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業及設備		23,966	31,639
使用權資產		37,449	53,298
於聯營公司的權益		71,753	72,550
按公平值計入損益的金融資產	10	11,700	88,187
購買物業及設備的按金		2,089	2,094
可退回租賃按金		6,012	9,115
遞延稅項資產		6,077	16,416
定期存款		181,097	60,269
		340,143	333,568
流動資產			
存貨	11	357,598	308,565
貿易及其他應收款項	12	184,317	189,691
預付款項		98,040	121,339
按公平值計入損益的金融資產	10	2,444,535	1,957,486
定期存款		1,680,742	560,763
受限制銀行存款		124,538	121,562
現金及現金等價物		1,183,515	2,499,539
		6,073,285	5,758,945
流動負債			
租賃負債		28,366	32,764
合約負債	13	57,772	52,315
退款責任		5,916	3,902
貿易應付款項	14	498,233	432,695
應計開支及其他應付款項		326,880	374,546
應付所得稅		68,584	58,329
		985,751	954,551
流動資產淨值		5,087,534	4,804,394
總資產減流動負債		5,427,677	5,137,962

	附註	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
資本及儲備			
股本		136	135
儲備		<u>5,419,230</u>	<u>5,116,962</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>5,419,366</u>	<u>5,117,097</u>
非控制性權益		<u>936</u>	<u>861</u>
總權益		<u><u>5,420,302</u></u>	<u><u>5,117,958</u></u>
非流動負債			
遞延稅項負債		1,406	1,990
租賃負債		<u>5,969</u>	<u>18,014</u>
		<u>7,375</u>	<u>20,004</u>
資產淨值		<u><u>5,420,302</u></u>	<u><u>5,117,958</u></u>

簡明綜合財務報表附註

截至2025年11月30日止六個月

1. 一般資料

東方甄選控股有限公司（「本公司」）於2018年2月7日根據開曼群島法例第22章公司法（1961年第3號法例，經合併及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。新東方教育科技有限公司（「新東方集團」）為本公司的最終控股股東。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司（「本集團」）的主要業務為經營直播電商業務，向個人客戶銷售自營產品及提供委託代理服務。

本公司股份已自2019年3月28日起於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

簡明綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）列示，人民幣亦為本公司的功能貨幣。

2. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干按公平值計算較為適合之金融工具除外。

除採用經修訂國際財務報告會計準則而導致的會計政策變動外，截至2025年11月30日止六個月的簡明綜合財務報表中所採用的會計政策及計算方法與本集團截至2025年5月31日止年度的年度財務報表所呈列者相同。

應用新訂及經修訂國際財務報告會計準則

於本中期期間，本集團已就編製本集團的簡明綜合財務報表首次應用以下由國際會計準則理事會頒佈且自2025年6月1日或之後開始的本集團年度期間強制生效的國際財務報告會計準則修訂本：

國際會計準則第21號（修訂本）

缺乏可兌換性

於本中期期間應用國際財務報告會計準則修訂本對本集團當前及先前期間的財務狀況及表現以及／或載於該等簡明綜合財務報表的披露概無重大影響。

3. 總營收

來自客戶合約之總營收分類

	截至11月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
總營收確認的時機		
於某個時間點確認	2,281,984	2,161,058
隨時間確認	29,645	25,578
總計	<u>2,311,629</u>	<u>2,186,636</u>
總營收類型		
產品銷售	1,951,623	1,652,389
服務收益及其他	360,006	534,247
總計	<u>2,311,629</u>	<u>2,186,636</u>

本集團所有的總營收產生自產品銷售、直播電商及其他相關服務。

客戶合約的總營收及分部資料所披露的金額之間並無調整或抵銷。

4. 分部資料

就資源分配及評估分部表現向執行董事（即主要經營決策者（「主要經營決策者」））匯報的資料側重於所提供商品或服務的類型。根據國際財務報告準則第8號的規定，董事認為僅存在一個經營分部。

本公司的所在地為中國，且本集團總營收全部來自中國的外部客戶。本集團的非流動資產均位於中國。因此，無需呈列地理資料。

截至2025年11月30日止期間，向單一客戶提供的服務或產品概無超過本集團總營收的10%或以上（截至2024年11月30日止六個月：無）。

5. 其他收入、收益及虧損

	截至11月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
利息收入	38,371	42,545
按公平值計入損益的金融資產公平值變動收益	27,234	20,651
出售按公平值計入損益的金融資產收益	8,402	—
政府補助	3,890	2,257
出售一間附屬公司的虧損	—	(7,566)
增值稅進項扣減及豁免	—	29,868
匯兌（虧損）／收益淨額	(26,569)	24,293
其他	1,984	1,860
	<u>53,312</u>	<u>113,908</u>

6. 所得稅開支

	截至11月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項：		
中國企業所得稅	59,730	13,933
遞延稅項	9,755	10,089
	<u>69,485</u>	<u>24,022</u>

7. 期內溢利／(虧損)

期內溢利／(虧損)乃扣除下列各項後得出：

	截至11月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
物業及設備折舊	8,444	7,068
使用權資產折舊	16,030	16,937
產品銷售成本	1,117,531	1,060,120
股份支付開支	27,006	92,464
	<u>1,169,010</u>	<u>1,176,589</u>

8. 每股盈利／(虧損)

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利／(虧損)的計算乃基於下列數據：

	截至11月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
盈利／(虧損)：		
本公司擁有人應佔期內盈利／(虧損)	238,966	(96,799)

股份數目：

	截至11月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)
每股基本盈利／(虧損)的普通股加權平均數	1,048,454,287	1,032,195,755
潛在攤薄普通股的影響：		
購股權及股份獎勵	24,761,060	—*
每股攤薄盈利／(虧損)的普通股加權平均數	<u>1,073,215,347</u>	<u>1,032,195,755</u>

- 計算截至2024年11月30日止六個月的每股攤薄虧損並無假定購股權獲行使及股份獎勵獲歸屬，乃由於假定其獲行使及歸屬將導致每股虧損減少。因此，截至2024年11月30日止六個月的每股攤薄虧損與期內每股基本虧損相同。

9. 股息

截至2025年11月30日止六個月概無派付、宣派或建議派付股息（截至2024年11月30日止六個月：無）。董事已議決，將不派發截至2025年11月30日止六個月的股息（截至2024年11月30日止六個月：無）。

10. 按公平值計入損益的金融資產

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產		
按公平值計入損益的金融資產		
— 非上市股權投資 ^(a)	11,700	88,187
流動資產		
按公平值計入損益的金融資產		
— 理財產品 ^(b)	2,444,535	1,957,486

- (a) 於2025年11月30日的非上市股權投資為本集團於在中國註冊成立的東方甄選（河南）食品科技有限公司（「東方甄選（河南）」）的具有優先權的普通股投資。

於截至2025年11月30日止六個月，本集團出售其於在開曼群島註冊成立的北京翼鷗教育科技有限公司（「翼鷗集團」）的優先股投資。根據本集團與翼鷗集團訂立的股份協議，翼鷗集團以總代價11,951,000美元（相當於約人民幣84,958,000元）回購本集團持有的所有優先股。

截至2025年11月30日止六個月，本集團向東方甄選（河南）分別銷售及採購人民幣8,017,000元及人民幣40,542,000元的產品（截至2024年11月30日止六個月：分別為人民幣13,794,000元及人民幣40,552,000元）。截至2025年11月30日止六個月，本集團並無向翼鷗作出任何銷售或採購（截至2024年11月30日止六個月：無）。

- (b) 於2025年11月30日，理財產品購買自多家銀行，預期年回報率介乎1.22%至3.68%（2025年5月31日：1.30%至4.30%），到期日介乎1天至432天（2025年5月31日：1天至370天）。該等理財產品的本金及回報均無保證。

11. 存貨

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
產品	323,805	280,824
在運產品	33,793	27,741
	357,598	308,565

12. 貿易及其他應收款項

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項及應收票據	23,856	36,168
減：信貸虧損撥備	16,359	8,738
	<u>7,497</u>	<u>27,430</u>
其他應收款項		
應收第三方支付平台的款項	114,086	94,957
其他	62,734	67,304
	<u>184,317</u>	<u>189,691</u>

貿易應收款項基於發票日期呈列（扣除信貸虧損撥備）的賬齡分析如下：

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
1至90天	1,090	7,040
91至180天	448	2,196
181至365天	512	251
365天以上	5,447	17,943
	<u>7,497</u>	<u>27,430</u>

13. 合約負債

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
與下列各項相關的合約負債：		
會員費	23,948	23,623
廣告服務的客戶	11,847	13,134
會員積分	10,345	9,212
直播電商服務的客戶	4,720	4,535
其他	6,912	1,811
	<u>57,772</u>	<u>52,315</u>

下表顯示於報告期間末的未履行合約及預期確認總營收的時間。

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
預期於一年內確認		
會員費	23,948	23,623
廣告服務的客戶	11,847	13,134
會員積分	10,345	9,212
直播電商服務的客戶	4,720	4,535
其他	6,912	1,811
	<hr/>	<hr/>
總計	57,772	52,315
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

14. 貿易應付款項

貿易應付款項基於發票日期呈列的賬齡分析如下。

	2025年 11月30日 人民幣千元 (未經審核)	2025年 5月31日 人民幣千元 (經審核)
1至90天	427,141	364,924
91至180天	23,522	36,348
181天至1年	28,797	12,082
1年至2年	14,496	18,598
2年以上	4,277	743
	<hr/>	<hr/>
	498,233	432,695
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

釋義

除另有說明或下文所載者外，所用詞彙具有下文所界定的相同涵義。

「2020年認購事項」	指	認購人按每股認購股份30.00港元的認購價認購合共59,432,000股股份，該認購事項已於2020年12月24日完成，其進一步詳情載於本公司日期為2020年10月14日的通函
「應用程序」	指	使電腦、智能手機或電子移動設備執行任務的軟件，在本公司的文義中，尤其指自營產品及直播間應用程序
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「核數師」	指	德勤•關黃陳方會計師行
「董事會」	指	董事會
「中國」	指	中華人民共和國
「本公司」、「我們」、 「我們的」或 「東方甄選」	指	東方甄選控股有限公司，一家於2018年2月7日根據開曼群島法例註冊成立的獲豁免有限公司

「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1第二部分所載的企業管治守則（經不時作出修訂）
「董事」	指	本公司董事
「按公平值計入損益」	指	按公平值計入損益
「2025財年」	指	截至2025年5月31日止財政年度
「2026財年」	指	截至2026年5月31日止財政年度
「GMV」	指	商品交易總額
「本集團」	指	本公司及其不時的附屬公司，或按文義所指，於本公司成為其現有附屬公司的控股公司之前的期間，則指於相關時間被視為本公司附屬公司的附屬公司
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區
「國際財務報告準則」	指	國際會計準則理事會不時頒佈的國際財務報告準則
「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、補充或以其他方式修改）
「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
「新東方」	指	新東方教育科技（集團）有限公司，一家於2006年3月16日根據開曼群島法例註冊成立的公司，其美國存託股份於紐約證券交易所上市，股份代號為「EDU」
「報告期間」	指	截至2025年11月30日止六個月
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣

「股份」	指	本公司股本中現時每股面值為0.00002美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「SPU」	指	標準化產品單位
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「認購人」	指	新東方集團及Tigerstep
「Tigerstep」	指	Tigerstep Developments Limited，一家根據英屬處女群島法例註冊成立的公司，為本公司的關連人士
「與輝同行」	指	與輝同行(北京)科技有限公司
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、屬地及所有受其司法管轄權管轄的地區
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「%」	指	百分比

承董事會命
東方甄選控股有限公司
董事會主席
俞敏洪

香港，2026年1月28日

於本公告日期，董事會包括：執行董事俞敏洪先生及尹強先生；非執行董事孫暢女士；以及獨立非執行董事林哲瑩先生、鄺偉信先生及閻焱先生。