

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。

DAPHNE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
達 芙 妮 國 際 控 股 有 限 公 司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：210)

**截至二零二六年六月三十日止六個月之
中期業績公告**

摘要

- 營業收入減少 10%至約人民幣 179.2 百萬元
- 經營盈利減少 15%至約人民幣 59.9 百萬元
- 本公司股東應佔盈利減少 24%至約人民幣 49.3 百萬元
- 每股基本盈利為人民幣 0.025 元
- 現金及銀行結餘約人民幣 537.2 百萬元

* 僅供識別

中期業績

董事會宣佈達芙妮國際控股有限公司及其附屬公司截至二零二六年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績，連同二零二五年同期之比較數字。

簡明綜合收益表

截至二零二六年六月三十日止六個月

	附註	未經審核 截至六月三十日止六個月	
		二零二六年 人民幣千元	二零二五年 人民幣千元
營業收入	3	179,180	198,297
銷售成本		(86,634)	(92,184)
毛利		92,546	106,113
其他收入	4	29,762	27,114
其他收益／(虧損)－淨額	5	503	(638)
銷售及分銷開支		(29,214)	(29,431)
一般及行政開支		(34,037)	(33,815)
金融資產減值虧損撥回		310	1,175
經營盈利	6	59,870	70,518
財務成本	7	(93)	(112)
應佔聯營公司之盈利		45	31
除所得稅前盈利		59,822	70,437
所得稅開支	8	(10,462)	(5,838)
期內盈利		49,360	64,599
以下各方應佔：			
本公司股東		49,345	64,685
非控制性權益		15	(86)
		49,360	64,599
每股盈利	9		
- 基本 (人民幣元)		0.025	0.033
- 攤薄 (人民幣元)		0.024	0.032

簡明綜合全面收益表
截至二零二六年六月三十日止六個月

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
期內盈利	49,360	64,599
	-----	-----
其他全面虧損		
可重新分類至損益的項目：		
因換算海外業務而產生的匯兌差額	(4,259)	(2,686)
	-----	-----
期內全面收益總額	45,101	61,913
	=====	=====
以下各方應佔：		
本公司股東	45,086	61,999
非控制性權益	15	(86)
	-----	-----
	45,101	61,913
	=====	=====

簡明綜合資產負債表
於二零二六年六月三十日

	附註	未經審核 二零二六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動資產			
投資物業		340,672	349,051
物業、廠房及設備		6,137	5,508
使用權資產		5,456	6,962
於聯營公司之權益		1,315	1,270
原到期日超過一年的定期存款		30,187	-
遞延所得稅項資產		16,687	16,307
		<u>400,454</u>	<u>379,098</u>
流動資產			
存貨		5,128	5,358
貿易應收賬款	11	4,382	6,873
按金、預付款項及其他應收賬款		14,763	15,447
其他金融資產		50,268	10,775
原到期日超過三個月的定期存款		74,949	83,364
現金及現金等價物		432,119	485,947
		<u>581,609</u>	<u>607,764</u>
流動負債			
貿易應付賬款	12	34,162	33,698
應計費用及其他應付賬款		43,025	39,181
合約負債		12,159	33,915
租賃負債		4,315	4,529
即期所得稅項負債		4,401	1,321
		<u>98,062</u>	<u>112,644</u>
非流動負債			
租賃負債		906	2,537
遞延所得稅項負債		33,381	32,921
		<u>34,287</u>	<u>35,458</u>
流動資產淨值		<u>483,547</u>	<u>495,120</u>
淨資產		<u>849,714</u>	<u>838,760</u>
股東應佔權益			
股本		175,202	175,202
儲備		670,533	659,594
		<u>845,735</u>	<u>834,796</u>
非控制性權益		3,979	3,964
總權益		<u>849,714</u>	<u>838,760</u>

簡明綜合中期財務報表附註

1 一般資料

本集團主要於中國內地從事鞋類產品及配件的授權許可、分銷及銷售業務。

本公司為於開曼群島註冊成立之有限公司，其股份於聯交所上市。本公司之註冊辦事處位於 Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

除另有註明外，此簡明綜合中期財務報表以人民幣列值。

此截至二零二六年六月三十日止六個月之簡明綜合中期財務報表為未經審核，惟已由審核委員會審閱，並已於二零二六年八月十八日經董事會批准發佈。

2 編製基準

此截至二零二六年六月三十日止六個月之簡明綜合中期財務報表乃遵照香港會計師公會頒佈之香港會計準則（「香港會計準則」）第 34 號「中期財務報告」之規定編製，並應與截至二零二五年十二月三十一日止年度之年度財務報表一併閱讀，而該年度財務報表乃根據香港財務報告會計準則編製。

除以下的會計政策外，截至二零二六年六月三十日止六個月的簡明綜合中期財務報表所應用的會計政策與截至二零二五年十二月三十一日止年度的綜合財務報表所採納的一致：

本集團於二零二六年一月一日開始報告期間首次應用以下準則之修訂：

香港財務報告準則第 7 號及第 9 號之修訂	金融工具分類及計量
香港財務報告準則第 7 號及第 9 號之修訂	涉及依賴自然電力之合約
香港財務報告準則第 1 號、第 7 號、第 9 號、第 10 號及香港會計準則第 7 號之修訂	香港財務報告會計準則年度改進—第 11 卷
香港財務報告準則第 7 號、第 18 號及香港會計準則第 1 號、第 8 號、第 36 號及第 37 號之修訂	財務報表中不確定性之披露

採納上述準則之修訂並無對本集團的經營或財務狀況造成任何重大影響。

本集團並無提早採納已頒佈但尚未生效之任何新訂及已修訂之準則及詮釋。

3 營業收入及分部資料

本集團主要於中國內地從事鞋類產品及配件的授權許可、分銷及銷售業務。

執行董事已認定為主要經營決策者。就資源分配及表現評估向執行董事報告的資料特別集中於本集團整體營業收入及損益。因此，董事認為本集團僅有一個可報告分部。

本集團的營業收入源自位於中國內地的客戶，且本集團大部份非流動資產均位於中國內地，因此未呈列地區分佈資料。

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年 人民幣千元	二零二五年 人民幣千元
許可權費收入	69,976	85,153
貨品銷售	109,204	113,144
	<u>179,180</u>	<u>198,297</u>

4 其他收入

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年 人民幣千元	二零二五年 人民幣千元
租金收入總額	19,325	20,941
利息收入	5,054	5,487
線上店舖使用費	3,656	-
政府補貼	499	9
其他	1,228	677
	<u>29,762</u>	<u>27,114</u>

5 其他收益／(虧損) — 淨額

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年 人民幣千元	二零二五年 人民幣千元
按公平價值計入損益的金融資產之公平價值收益	335	230
出售物業、廠房及設備之收益	82	6
匯兌收益／(虧損)淨額	86	(874)
	<u>503</u>	<u>(638)</u>

6 經營盈利

經營盈利已扣除下列各項：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	截至六月三十日止六個月
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
核數師酬金	931	1,003
已售存貨成本(包括呆滯存貨撥備人民幣 1,418,000 元 (二零二五年: 人民幣 1,180,000 元))	86,634	92,184
投資物業折舊	8,379	8,388
物業、廠房及設備折舊	1,241	675
使用權資產折舊	2,263	1,551
僱員福利開支	25,292	25,613
市場及推廣開支	9,150	11,117
	<u> </u>	<u> </u>

7 財務成本

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	截至六月三十日止六個月
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
租賃負債利息	93	112
	<u> </u>	<u> </u>

8 所得稅開支

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	截至六月三十日止六個月
	二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅稅項		
- 中國大陸	10,350	660
- 過往年度撥備不足	32	-
遞延所得稅項	80	5,178
	<u> </u>	<u> </u>
	10,462	5,838
	<u> </u>	<u> </u>

所得稅開支乃根據管理層對整個財政年度預計的加權平均年度實際所得稅稅率作出的估計而確認。

9 每股盈利

每股基本盈利乃根據截至二零二六年六月三十日止六個月本公司股東應佔盈利人民幣 49,345,000 元（二零二五年：人民幣 64,685,000 元）除以已發行股份之加權平均數目 1,978,598,429 股（二零二五年：1,978,598,429 股）計算。

每股攤薄盈利乃根據本公司股東應佔盈利除以考慮行使購股權後經調整的加權平均股份數目計算得出，如下：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年	二零二五年
	股份數目	股份數目
已發行股份之加權平均數目	1,978,598,429	1,978,598,429
行使購股權之影響	57,844,898	49,621,345
就攤薄影響而調整的加權平均股份數目	<u>2,036,443,327</u>	<u>2,028,219,774</u>

另外，於截至二零二五年及二零二六年六月三十日止六個月，由於 11,250,000 股購股權之行使價高於本公司股份的平均市價，該些購股權並無攤薄，及在計算每股攤薄盈利時被排除。

10 股息

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元
於期內計提或已付截至二零二五年十二月三十一日止年度末期股息每股 0.02 港元（二零二五年：截至二零二四年十二月三十一日止年度每股 0.02 港元）	<u>34,147</u>	<u>36,355</u>

董事會不建議就截至二零二六年六月三十日止六個月派發中期股息（二零二五年：無）。

11 貿易應收賬款

	未經審核 二零二六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收賬款	11,494	14,295
減：虧損撥備	(7,112)	(7,422)
貿易應收賬款 – 淨額	<u>4,382</u>	<u>6,873</u>

按發票日期計算之貿易應收賬款（扣除虧損撥備）賬齡分析如下：

	未經審核 二零二六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元
0 至 30 日	2,461	5,380
31 至 60 日	1,689	935
60 日以上	232	558
	<u>4,382</u>	<u>6,873</u>

貿易應收賬款的賬面值（扣除虧損撥備）以人民幣計值及與其公平值相若。本集團一般給予其貿易客戶 30 至 60 天的信貸期。本集團可能會與若干客戶協定具體的延期條款。

12 貿易應付賬款

由於其短期性質，貿易應付賬款的賬面值被視為與公平價值相同。按發票日期的貿易應付賬款賬齡分析如下：

	未經審核 二零二六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零二五年 十二月三十一日 人民幣千元
0 至 30 日	33,713	32,984
31 至 60 日	401	493
60 日以上	48	221
	<u>34,162</u>	<u>33,698</u>

管理層討論與分析

業務回顧

二零二六年上半年，國際地緣政治格局持續充滿不確定性，特別是美國與伊朗衝突，導致全球主要經濟體復甦路徑分化。整體而言，高通脹持續阻礙全球經濟增長，而美伊衝突升級推動國際油價大幅攀升，不僅擾亂了全球供應鏈，也加劇了原材料採購市場的波動性。中國方面，隨著「十五五規劃」全面啟動，政府推出了一系列更加積極有為、精準有效的宏觀經濟政策，以應付外部環境變化帶來的挑戰。產業結構優化升級穩步推進，為國家長期高品質發展注入新動能。然而，在外部不利因素持續影響下，上述措施所帶來的成效受到一定程度的制約。根據中國國家統計局資料，二零二六年上半年中國國內生產總值按年同比增長 4.7%，其中第二季度按年同比增長 4.3%，低於市場預期，並錄得自二零二二年十二月以來的最低增速。儘管短期內仍面臨諸多挑戰，但中國長期經濟基本面依然穩健，高品質發展、科技創新以及高水準對外開放持續為經濟增長提供堅實支撐。

受外部環境不確定性加劇及供需失衡持續影響，中國消費市場表現依然疲弱。二零二六年上半年，社會消費品零售總額按年同比增長 1.3%至人民幣 24.87 萬億元，增速明顯低於二零二五年同期及全年水平，反映出消費市場復甦動能仍有待進一步鞏固。與此同時，服務消費表現持續優於實體消費，線上消費增長亦快於線下零售，顯示消費市場結構性分化趨勢進一步加深。其中，商品零售額按年同比僅增長 1.1%，月度表現呈現逐步放緩趨勢，並於五月份一度出現短暫收縮，突顯出儘管消費者信心有所恢復，但整體消費需求基礎仍較為脆弱。消費行為方面，性價比和情感共鳴需求仍然主導消費決策，因此產品差異化和品牌共鳴已成為企業把握市場需求、提升競爭力的關鍵因素。

二零二六年上半年，受消費意願疲弱影響，中國電商行業增長明顯放緩。全國線上零售額按年同比增長 4.8%，增速較上年同期顯著回落；「618 購物節」期間，市場整體增長亦明顯降溫。與此同時，電商行業「內卷化」趨勢加劇，內容電商成為拉動流量的主要動力，各大電商平台退貨率亦呈現上升趨勢。電商行業的發展邏輯正由單純追求低價競爭轉向更加注重品質與價值並重。人工智慧技術驅動的消費體驗升級以及情感共鳴需求的提升，正推動行業加快構建「優質優價」的健康生態體系。同時，監管體系持續完善與市場創新不斷深化，共同引導電商平台朝著更加規範、可持續的方向發展。隨著監管規則進一步明確及執法力度持續加強，合規經營已成為業界的必然要求，而依賴傳統經營模式的市場參與者則面臨轉型調整的挑戰。此外，先行企業帶來的競爭壓力，推動整個行業的服務水準、技術能力及生態韌性持續升級。隨著電商與製造業、物流以及內容生態的融合不斷加深，新型消費模式和場景加速湧現，使行業發展重心從規模擴張轉向品質提升、效率優化及長期價值創造。

面對更具挑戰性的經營環境，本集團積極深化與加盟商的合作關係，審慎推進線上線下渠道發展，並持續加大品牌建設及供應鏈優化投入，通過積極應變，展現了穩固的領先地位。

本集團表現

在消費需求趨弱及行業加速變革的經營環境下，本集團積極應對消費者偏好變化、技術創新發展及市場格局演變，持續聚焦核心競爭優勢建設，不斷提升業務韌性與長期發展能力。為更有效覆蓋多元化消費群體及擴大市場影響力，本集團進一步優化雙品牌發展戰略。在持續投入和強化核心品牌「達芙妮」建設、鞏固其行業領先地位的同時，積極培育更具時尚屬性的「達芙妮·實驗室」品牌，以吸引年輕及追求潮流的消費群體。通過完善品牌矩陣佈局，本集團進一步豐富品牌組合，增強業務韌性，並為未來可持續增長奠定堅實基礎。

儘管宏觀經濟指標持續保持增長，但國內零售市場經營環境依然充滿挑戰。作為中國女鞋市場的領先零售品牌之一，本集團深刻感受到線上及線下業務所面臨的經營壓力在持續增加。圍繞既定戰略方向，本集團持續推動品牌戰略與經營實踐深度融合，通過優化產品、渠道及品牌多維佈局，進一步明晰品牌定位和強化差異化產品設計，並提升品牌傳播效能。面對消費需求疲弱的市場環境，本集團採取多元化消費者觸達及互動策略，通過品牌代言人推廣、設計師聯名、達人行銷、跨界合作及創新互動活動等多元方式，持續提升消費者體驗，強化品牌價值主張，深化消費者情感認同與品牌忠誠度，從而有效激發市場關注度及消費力。

在產品層面上，本集團根據目標客群的需求和偏好進一步細化產品種類佈局，拓寬產品價格範圍，並持續拓展至童鞋、箱包等新產品種類，既提供高性價比產品選擇，也推出更多主打原創設計的高端產品，以滿足不同消費群體的需求。同時，本集團強化品質管控，確保產品具亮眼的外觀設計的同時，也能保持穩定可靠的性能，從而維護企業長期積累的品牌聲譽，提升消費者滿意度，鞏固自身在競爭日趨激烈的市場地位。

在營運方面，本集團持續優化和適時調整現有的營運模式，涵蓋品牌授權、分銷及零售業務，增強對市場變化的適應力、競爭力和風險管理能力，為未來增長奠定更堅實的基礎。本集團進一步深化品牌授權與分銷管理，謹慎甄選與其市場定位契合的合作夥伴，並保持緊密持續的溝通。這使本集團能夠與加盟商緊密協作，共同提升市場敏銳度，並在充滿挑戰的市場環境中加速滲透。通過建立透明的對話與互信，本集團確保合作夥伴充分瞭解品牌方向和戰略重點，同時從加盟商處獲取寶貴的實地洞察，形成集體韌性，以應對電商增長放緩和競爭加劇的逆風。

同時，本集團更精準靈活地部署線上線下網絡，結合市場行情、人口結構和渠道流量合理分配資源，實現對目標客群的高效觸達，並提升品牌曝光度。本集團也同步憑藉數字化工具和資料分析技術優化供應鏈全流程，實現從訂單處理到產品交付的工作流程自動化，有效降低營運成本，提升營運效率和靈活性，並進一步增強客戶滿意度和市場競爭力。

憑藉審慎有序的經營策略，本集團持續優化線上線下渠道佈局，進一步鞏固於中國女鞋市場的領先地位，並不斷增強應對市場挑戰、把握發展機遇以及適應市場環境快速變化的能力。

在消費復甦基礎仍不穩固及行業持續調整的背景下，截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團錄得營業收入總額約人民幣 179.2 百萬元（二零二五年：人民幣 198.3 百萬元），下跌 10%，反映出複雜多變的市場環境所帶來的經營壓力。然而，本集團深知，企業的長期成功並非建立於短期策略性成果之上，而是源於對既定戰略方向的持續貫徹與堅定執行。因此，本集團將繼續秉持高品質發展理念，專注於創造長期價值。通過深化客戶營運、提升品牌價值、優化營運效率及強化核心競爭優勢，本集團力求鞏固自身基礎，推動可持續增長。

截至二零二六年六月三十日止六個月，每股基本盈利為人民幣 0.025 元，而二零二五年同期每股基本盈利為人民幣 0.033 元。董事會不建議派發截至二零二六年六月三十日止六個月的中期股息（二零二五年：無）。

品牌授權及分銷業務

二零二六年上半年，「達芙妮」品牌繼續作為本集團品牌授權及分銷業務的核心支柱，為業務穩健發展提供堅實基礎，並持續提升市場競爭地位。憑藉在中國內地市場建立的品牌影響力，本集團持續推進品牌管理工作，並通過線上及線下渠道開展以女裝鞋及休閒鞋為主的品牌授權及分銷業務。憑藉兼具時尚設計與舒適體驗的品牌價值主張，「達芙妮」不僅成功維繫了穩定的核心消費群體，同時亦吸引了越來越多年輕消費者的關注和認可，進一步鞏固其作為中國現代時尚鞋履品牌的市場地位。

善用去年品牌推廣活動所積累的良好勢頭，本集團進一步深化與全球品牌代言人宋茜的合作，持續加強與消費者的互動連接。借助其廣泛的國民知名度及鮮明的時尚形象，宋茜進一步提升了品牌形象的真實感與親和力，並有效擴大了品牌的市場曝光度及影響力。其中，「38 Campaign」主題行銷活動取得良好迴響。活動以宋茜寫給二十歲自己的公開信為核心內容，通過真摯而富有感染力的表達，鼓勵女性關注自身成長與身心健康，而非盲目迎合社會對完美的定義。相關內容引發消費者廣泛共鳴，有效提升了社交媒體互動熱度，並獲得終端消費者及粉絲群體的積極回饋。

與此同時，本集團於今年三月通過與設計師 Jacques Wei 在上海時裝週期間開展合作，進一步提升品牌的時尚影響力。隨著 Jacques Wei x 「達芙妮」「雲軟」聯名系列正式推出，其中多個款式獲精品買手店引入銷售，標誌著品牌在精選零售渠道取得令人鼓舞的初步成果。此外，本集團於第二季度正式加入上海時裝設計師協會（SFDA），直接接觸全國領先設計師網絡，並通過行業交流促進知識共用，為未來更多合作機會奠定基礎。更重要的是，此舉充分體現了本集團長期深耕時尚產業、持續提升品牌影響力和行業地位的堅定承諾，進一步推動本集團成長為中國時尚生態體系中的新興力量。

在鞏固行業地位的同時，本集團亦持續推進產品研發，致力將品牌影響力進一步轉化為消費者共鳴。二零二六年五月，本集團以「柔韌生長，自在呼吸」為主題，推出二零二六年夏季系列「柔韌纖光」。該系列設計語言主打輕鬆優雅與夏日閒適，在兼顧時尚感與舒適度的同時，充分詮釋「勇敢做自己」的品牌理念，市場初步迴響良好。

然而，產品獲得積極市場回饋並未使本集團完全免受電商行業持續承壓的影響。近年來，電商行業經營環境日趨複雜，監管要求趨嚴、市場競爭加劇以及退貨率持續上升，對整個女鞋行業的盈利空間構成壓力。監管體系日益完善有助於推動行業朝著更健康和規範的方向發展，但部分市場參與者在適應新行業環境方面仍面臨較大挑戰。憑藉在主流電商平台積累的市場基礎，本集團進一步加強與加盟商的協同合作，共同應對行業挑戰，同時實施嚴格的品質監控措施，以維護積累已久的品牌口碑。

為應對電商渠道日益多元化及消費者流量不斷碎片化的發展趨勢，本集團積極拓展各電商平台的產品種類佈局，並持續發展箱包及童鞋等新品，同時進一步拓寬價格範圍，以滿足不同渠道消費群體的差異化需求。通過覆蓋高性價比產品至面向追求時尚消費群體的中高端產品，本集團能夠更全面地適應配合多元消費偏好及預算層級，從而擴大客群規模，並提升不同細分市場的滲透率。

儘管市場環境持續充滿挑戰，本集團始終堅定優化品牌授權發展策略，增強業務韌性，並穩步邁向長期可持續發展目標。當前消費者信心尚待恢復，本集團堅持審慎有序推進線上線下渠道佈局擴張，優先關注門店經營效率及營運品質的提升，而非單純追求規模擴張，並靈活應變宏觀經濟及零售環境的變化。於二零二六年六月三十日，由加盟商根據本集團授權安排營運共有 119 間實體門店（於二零二五年十二月三十一日：115 間）及 1,149 間線上店舖（於二零二五年十二月三十一日：1,050 間）。

零售業務

作為新興先鋒時尚品牌，「達芙妮.實驗室」憑藉原創且富有時尚感的設計風格，以及大膽創新的品牌精神，在本集團創新行銷活動的推動下，持續獲得市場關注並穩步提升品牌影響力。「達芙妮.實驗室」始終堅持以品質、卓越性價比、原創設計及美學價值為核心，致力滿足消費者對高品質產品、合理價格及情感價值的多元需求。通過在市場定位、視覺形象、跨界合作及消費者體驗管理等方面進行針對性的品牌建設投入，「達芙妮.實驗室」品牌知名度顯著提升，並逐漸受到亞洲、歐美地區眾多名人及時尚人士的青睞，品牌影響力進一步拓展至海外市場。

在此基礎上，本期間內，本集團通過推出富有創意的產品系列及推廣活動，持續加強「達芙妮.實驗室」的產品研發及品牌影響力。二零二六年第一季度，本集團推出「Dirty Glamour」系列，以動物元素為設計靈感，並融入不完美中的完美叛逆精神，塑造大膽鮮明的主題風格。該系列鼓勵消費者突破常規，擁抱更自由、更具表現力的浪漫格調，在樹立鮮明品牌態度的同時，進一步提升在潮流消費群體中的文化共鳴。

為將這一創意理念轉化為更具沉浸感的品牌體驗，本集團舉辦了一系列行銷活動，進一步深化消費者互動，並圍繞品牌打造更具凝聚力的社群。二零二六年一月，成都 COSMO 新店開業，並舉辦了「達芙妮.實驗室」春季展覽、韓流舞蹈活動及偶像體驗空間，為年輕活力消費群體打造沉浸式體驗觸點。二零二六年四月至六月期間，本集團於成都門店持續開展月度舞蹈挑戰，吸引了更廣泛的舞蹈愛好者參與，深度綁定品牌產品與活力四射的舞蹈場景。二零二六年六月，長沙門店以「超敢玩、超敢蹦」為主題開業，進一步強化品牌大膽創新的品牌個性，加深了品牌與年輕消費群體之間的情感共鳴。

秉持鼓勵年輕女性彰顯個性的先鋒設計理念，「達芙妮.實驗室」獲得了全球多位知名藝人的青睞，其中包括全球頂級女團成員，進一步提升品牌在年輕消費群體中的文化影響力。從音樂節、世界巡迴演唱會，到綜藝節目、直播活動及音樂影片等多元娛樂場景，「達芙妮.實驗室」品牌持續獲得廣泛曝光，顯著擴大品牌觸達範圍，並在全球引領潮流的藝人中建立了深厚的品牌好感度。與此同時，本集團積極與海內外各大社交媒體平台的紅人展開合作，打造具有影響力的內容，激發消費者興趣，深化與全球受眾的互動。

在加強線上數字化推廣的同時，本集團對線下渠道拓展採取審慎策略，優先佈局與「達芙妮.實驗室」年輕活力品牌形象高度契合的人流密集及年輕消費群體聚集的核心商圈，並將每家門店打造成為集消費者互動與品牌故事傳遞於一體的潮流體驗空間。繼成都快閃店取得理想銷售表現，並為高概念零售模式積累寶貴營運經驗後，本集團於二零二六年一月在成都 COSMO 開設常設門店，並於六月在長沙開設第二間直營門店。於二零二六年六月三十日，本集團經營 5 間直營線下和 8 間線上的「達芙妮.實驗室」品牌店舖，以及 1 間「達芙妮」品牌的直營線下店舖。

本集團深知供應鏈靈活應變能力是維持核心競爭力的關鍵，持續運用數字化工具、推動物流流程標準化，提升營運效率，實現規模化品質管控。是次戰略升級不僅優化了日常營運流程，更令本集團能夠快速適配不斷變化的消費趨勢，搶先捉緊新興市場機遇。

財務回顧

財務摘要

	未經審核 截至六月三十日止六個月		變化
	二零二六年	二零二五年	
營業收入 (人民幣百萬元)	179.2	198.3	-10%
其他收入 (人民幣百萬元)	29.8	27.1	+10%
經營盈利 (人民幣百萬元)	59.9	70.5	-15%
股東應佔盈利 (人民幣百萬元)	49.3	64.7	-24%
經營盈利率 (%)	33.4	35.6	-2.2 百分點
淨盈利率 (%) (附註一)	27.6	32.6	-5.0 百分點
每股基本盈利 (人民幣元)	0.025	0.033	-24%

	未經審核 於二零二六年 六月三十日	經審核 於二零二五年 十二月三十一日	變化
現金及銀行結餘 (人民幣百萬元) (附註二)	537.2	569.3	-6%
股東應佔權益 (人民幣百萬元)	845.7	834.8	+1%
資產流動比率 (倍) (附註三)	5.9	5.4	+9%
淨負債比率 (%) (附註四)	淨現金	淨現金	不適用

附註：

- 一、 淨盈利率(%)乃根據於有關期間之股東應佔盈利除以營業收入計算。
- 二、 現金及銀行結餘包括現金及現金等價物及原到期日超過三個月及超過一年的定期存款。
- 三、 資產流動比率(倍)乃根據於有關期間／年度結束日之流動資產總額除以流動負債總額計算。
- 四、 淨負債比率(%)乃根據於有關期間／年度結束日之負債淨額(即租賃負債減現金及銀行結餘)除以股東應佔權益計算。

營業收入及毛利

本集團營業收入主要包括來自中國內地的許可權費收入及貨品銷售。本期間內，本集團營業收入總額約人民幣 179.2 百萬元（二零二五年：人民幣 198.3 百萬元），較二零二五年同期減少 10%。

	未經審核		變化
	截至六月三十日止六個月 二零二六年 人民幣百萬元	二零二五年 人民幣百萬元	
許可權費收入	70.0	85.2	-18%
貨品銷售－批發	95.7	102.7	-7%
貨品銷售－零售	13.5	10.4	+30%
貨品銷售總額	109.2	113.1	-3%
銷售成本	(86.6)	(92.2)	-6%
貨品銷售毛利	22.6	20.9	+8%
貨品銷售毛利率	20.7%	18.5%	+2.2 百分點
營業收入總額	179.2	198.3	-10%
毛利總額	92.6	106.1	-13%

截至二零二六年上半年，來自許可權費收入的營業收入減少18%，由約人民幣85.2百萬元減少至約人民幣70.0百萬元，主要由於授權給線上加盟商的鞋類產品及配件整體數量減少，以及給線上加盟商的返利較二零二五年同期增加所致。

本集團亦從事鞋類產品及配件分銷，以便令線上線下加盟商有更好的產品質量控制及供應鏈管理。本期間內，批發貨品銷售的營業收入約人民幣95.7百萬元（二零二五年：人民幣102.7百萬元），較去年同期減少7%，主要由於對我們加盟商的產品銷售數量減少。

本期間內，本集團零售業務的營業收入主要來自「達芙妮·實驗室」及「達芙妮」品牌的線上線下店鋪，約人民幣13.5百萬元（二零二五年：人民幣10.4百萬元），較去年同期增加30%。其營業收入增加主要由於本期間內新增了線上線下店鋪。

本期間內，本集團貨品銷售的營業收入總額較二零二五年同期約人民幣113.1百萬元減少3%，至約人民幣109.2百萬元。本期間內，貨品銷售毛利率較二零二五年同期的18.5%提升至20.7%。貨品銷售取得更好的毛利率主要由於高毛利率零售銷售的貢獻。

本期間內，營業收入及毛利總額分別下降10%及13%，至約人民幣179.2百萬元（二零二五年：人民幣198.3百萬元）及約人民幣92.6百萬元（二零二五年：人民幣106.1百萬元）。該等下跌主要由於許可權費收入較去年同期減少。

其他收入

本期間內，本集團其他收入約人民幣 29.8 百萬元（二零二五年：人民幣 27.1 百萬元），主要包括來自投資物業的租金收入總額約人民幣 19.3 百萬元（二零二五年：人民幣 20.9 百萬元），銀行利息收入約人民幣 5.1 百萬元（二零二五年：人民幣 5.5 百萬元）及線上店舖使用費約人民幣 3.7 百萬元（二零二五年：無）。

經營開支

本期間內，本集團的經營開支（包括其他收益／（虧損）－淨額、銷售及分銷開支、一般及行政開支及金融資產減值虧損撥回）約人民幣 62.4 百萬元，對比二零二五年同期的經營開支約人民幣 62.7 百萬元維持相若的水平。

經營盈利

截至二零二六年上半年，本集團錄得經營盈利約人民幣59.9百萬元，對比二零二五年同期的經營盈利約人民幣70.5百萬元，減少約人民幣10.6百萬元或15%。減少主要由於本期間內收入及毛利的下跌。

財務成本

財務成本指租賃負債利息。本期間內，金額約人民幣0.1百萬元（二零二五年：人民幣0.1百萬元）。

所得稅開支

本期間內，本集團之所得稅開支約人民幣 10.5 百萬元，對比去年同期約人民幣 5.8 百萬元。顯著增長約人民幣 4.7 百萬元或 79%，主要由於可利用的稅務虧損減少。

股東應佔盈利

本期間內，本公司股東應佔盈利約人民幣 49.3 百萬元（二零二五年：人民幣 64.7 百萬元），較二零二五年同期減少約人民幣 15.4 百萬元或 24%。本期間內，每股基本盈利為人民幣 0.025 元（二零二五年：人民幣 0.033 元）。

流動資金、財務資源及資本架構

於二零二六年六月三十日，本集團現金及銀行結餘約人民幣 537.2 百萬元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣 569.3 百萬元）。這包括原到期日超過三個月及超過一年的定期存款約人民幣 105.1 百萬元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣 83.4 百萬元），以及現金及現金等價物約人民幣 432.1 百萬元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣 485.9 百萬元），主要以人民幣、港元及美元為結算單位。截至二零二六年上半年，現金及現金等價物減少淨額的分析如下：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零二六年	二零二五年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
經營活動產生的現金流入淨額	44.9	38.5
資本開支	(1.9)	(0.2)
出售物業、廠房及設備之所得款項	0.1	-
存入原到期日超過三個月及超過一年的定期存款	(104.6)	(102.6)
贖回原到期日超過三個月的定期存款	82.1	-
購買金融工具之付出款項	(50.0)	-
贖回金融工具之所得款項	10.9	-
已收銀行利息	5.4	4.8
已付本公司股東之股息	(34.1)	(35.8)
租賃付款	(2.7)	(1.6)
現金及現金等價物減少淨額	(49.9)	(96.9)

截至二零二六年上半年，本集團已收銀行利息約人民幣 5.4 百萬元（二零二五年：人民幣 4.8 百萬元）。本期間內，本集團存入原到期日超過三個月及超過一年的定期存款約人民幣 104.6 百萬元（二零二五年：人民幣 102.6 百萬元）。

一般而言，本集團亦購買金融工具，包括但不限於理財產品、結構性存款及大額存單。金融工具分類為按公平價值計入損益或以攤銷成本計量之金融資產。本集團乃就庫務管理目的而購買金融工具，以最大限度地利用剩餘現金。本集團認為購買金融工具將為本集團提供較商業銀行一般存款回報更佳的回報，且並不會影響本集團的營運資金或日常業務營運。因此，管理層認為購買金融工具屬公平合理，並符合本集團及股東的整體利益。

本期間內，本集團從中國大陸多間商業銀行購買的若干大額存單約人民幣 50.0 百萬元（二零二五年：無）。本期間內，本集團亦從一間中國大陸商業銀行贖回大額存單約人民幣 10.9 百萬元（二零二五年：無）。本期間內，上述購買及贖回的大額存單所涉及的所有適用百分比比率（不論是單獨計算或累計計算），均低於 5%，該等均不構成根據《上市規則》第 14 章本公司須予公佈的交易。本期間內，按公平價值計入損益的金融資產之公平價值收益約人民幣 0.3 百萬元（二零二五年：人民幣 0.2 百萬元）。

於二零二六年六月三十日，本集團持有大額存單賬面值約人民幣 50.3 百萬元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣 10.8 百萬元），以固定年利率 1.20% 至 1.75% 計息，到期日為 12 至 36 個月，由二零二六年一月至二零二九年三月期間。

於二零二六年六月三十日，本集團股東應佔權益約人民幣 845.7 百萬元（於二零二五年十二月三十一日：人民幣 834.8 百萬元）。本集團的淨負債比率維持淨現金（於二零二五年十二月三十一日：淨現金）狀況及資產流動比率進一步提升至 5.9 倍（於二零二五年十二月三十一日：5.4 倍）。管理層將持續監察本集團的財務表現及流動資金狀況，並相信本集團持有足夠的營運資金及財務資源供其於未來營運。

外匯風險管理

外匯風險來自於商業交易和以本集團實體經營的功能貨幣以外的貨幣計值的已確認資產及負債。本集團主要面對與港元及美元有關的外匯風險。

本集團管理外匯風險透過定期審閱本集團之淨外匯風險，且於預期相關外幣出現大幅波動時，本集團或會使用遠期外匯合約。本期間內，本集團並未簽訂任何遠期外匯合約以對外匯風險進行對沖安排。以外幣兌換人民幣之任何重大匯率波動可能會對本集團造成財務影響。

重大投資

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何重大投資。

重大投資及資本資產之未來計劃

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何重大投資或資本資產之未來計劃。

資產抵押

於二零二六年六月三十日及二零二五年十二月三十一日，本集團並無已抵押或已質押資產。

資本開支及承擔

本期間內，本集團的資本開支約人民幣 1.9 百萬元（二零二五年：人民幣 0.2 百萬元），主要用於租賃物業裝修及購買汽車。於二零二六年六月三十日及二零二五年十二月三十一日，本集團並無任何重大資本承擔。

或然負債

於二零二六年六月三十日及二零二五年十二月三十一日，本集團並無任何重大或然負債。

人力資源

本集團重視其人力資源並深明留聘優質僱員的重要性，所提供之薪酬待遇一般乃參考市場狀況和水平，以及個人能力而定。另外，也會按本集團及個別僱員之表現向合資格僱員給予購股權及酌情表現花紅。本集團亦為於中國內地及香港之僱員提供不同的退休計劃、醫療保險計劃、員工購物折扣及培訓課程等。

於二零二六年六月三十日，本集團於中國內地及香港全職及兼職之僱員人數合計133人（於二零二五年十二月三十一日：123人）。本期間內，僱員福利開支（包括董事酬金）約人民幣25.3百萬元（二零二五年：人民幣25.6百萬元），其中並無以股份為基礎之付款開支（二零二五年：無）。

展望

展望二零二六年下半年，全球經濟環境仍將複雜多變。地緣政治不確定性持續存在，特別是美伊衝突反覆升級的風險，預計將繼續導致航運成本及國際原油價格波動，加劇通脹壓力，並推動全球供應鏈持續調整。外部不利因素預期將為中國經濟穩定運行及發展帶來更大挑戰。儘管如此，中國經濟仍具備穩固的發展基礎。在穩定增長政策持續發力、新舊動能加快轉換以及市場需求逐步恢復的支持下，經濟有望保持總體平穩增長。短期來看，持續存在的不確定因素以及消費需求依然疲弱，預計仍將對行業發展構成一定壓力。

在此背景下，本集團將以審慎穩健的態度應對市場挑戰，堅定貫徹既定發展戰略，按照循序漸進、穩中求進的原則推進各項業務發展。長遠而言，儘管短期經營環境仍面臨壓力，本集團對中國零售市場的長期發展前景依然充滿信心。中國龐大的市場規模、穩健的經濟基礎以及持續推進的消費升級趨勢，將繼續為零售行業發展提供廣闊空間和增長動力。

面對消費者態度趨於審慎以及電商平台競爭日益激烈的市場環境，本集團將密切關注政策導向及市場發展趨勢，並根據市場變化持續優化產品設計、產品種類組合、生產能力以及行銷和銷售渠道佈局。本集團將繼續堅持品牌授權、分銷及直營零售相結合的多元化業務模式，並將其作為提升業務韌性的重要基礎。為進一步強化業務基礎，本集團將持續加大在產品品質提升及競爭力強化、產品種類拓展、供應鏈優化以及授權與加盟網絡建設等方面的投入，同時不斷增強品牌價值及市場影響力。上述措施預計將進一步提升本集團的經營靈活性及市場應變能力，使本集團能夠更有效滿足消費者日益重視價值與品質的消費需求，把握新的發展機遇，並持續鞏固競爭優勢。

從戰略層面來看，本集團將繼續強化線上業務佈局，積極拓展電商版圖，並密切關注流量趨勢的變化，把握數字零售市場不斷演變所帶來的發展機遇。通過持續追蹤消費趨勢及平台生態變化，本集團致力於發掘並深入滲透各平台細分市場，進一步擴大客戶群基礎，開拓新的增長空間。線上線下方面，本集團將按照管理層既定戰略目標，以審慎穩健的原則推進業務發展。在促進消費政策逐步見效及線下零售市場全面復甦之前，本集團將根據宏觀經濟環境、零售市場變化以及門店經營效益情況，靈活調整加盟網絡佈局，以審慎而具彈性的方式推進渠道拓展。與此同時，本集團計劃將「達芙妮實驗室」門店模式複製至部分新興一線城市，重點佈局市場飽和度相對較低且人口結構具備發展潛力的地區，並在適當時機穩步推進相關擴張計劃。此外，本集團將持續發揮自身核心優勢，並深化與加盟商的合作關係，充分整合線上及線下渠道資源，為消費者提供更具吸引力的品牌體驗，進一步提升品牌價值及市場影響力，從而鞏固市場領先地位，並為實現可持續增長奠定堅實基礎。

通過緊貼消費者需求變化，並充分發揮既有品牌優勢、營運能力及創新文化，本集團有能力以更強韌的姿態應對短期市場挑戰。憑藉靈活高效的經營能力與清晰堅定的戰略方向，本集團將持續鞏固市場競爭優勢，並為客戶、合作夥伴及股東創造長期可持續價值。

購買、出售或贖回本公司股份

本期間內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何股份（包括出售庫存股份）。於二零二六年六月三十日，本公司並無任何庫存股份。

附屬公司、聯營公司或合資企業的重大收購及出售

本期間內，本集團無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司或合資企業。

董事進行之證券交易

本公司已採納標準守則作為有關董事進行本公司之證券交易的行為準則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事均已確認本期間內一直遵守標準守則所載之規定及其有關董事證券交易的行為準則。

本公司亦要求本集團相關高級職員及僱員，如因擔任此類職務或受僱而可能掌握與本公司或其證券有關的內幕消息，亦須受標準守則的約束，該守則禁止彼等在掌握與本公司證券有關的內幕消息的任何時候交易本公司證券。本期間內，本公司並無獲悉相關高級職員及僱員有任何違反標準守則的情況。

董事資料變動

自二零二五年年報日期起至本公告日期，並無須根據《上市規則》第 13.51B(1)條予以披露之董事資料的變動。

遵守企業管治守則

本公司已採用企業管治守則之原則。本期間內，本公司已遵守企業管治守則第二部分所載之全部適用守則條文。

董事會將繼續加強適合其業務運作及增長之企業管治常規，並不時檢討該些常規，以確保本公司遵守法定及專業標準，並符合最新發展。

足夠公眾持股量

根據本公司獲得之公開資料及董事所知，本期間內及直至本公告日期，本公司已根據《上市規則》規定，維持規定的足夠公眾持股量，即至少佔本公司已發行股份總數（不包括任何庫存股份）之25%。

報告期後事項

自二零二六年六月三十日至本公告日期，並無發生任何對本集團有重大影響的重大事項。

審閱簡明綜合中期財務報表

審核委員會已審閱本集團截至二零二六年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合中期財務報表，以及認為此未經審核簡明綜合中期財務報表已按適用之會計準則編制。

刊登中期業績及中期報告

本公告已刊登於本公司網站(www.daphneholdings.com)及香港交易所披露易網站(www.hkexnews.hk)。按《上市規則》規定載有所有資料之《二零二六年中期報告》將於適當時候寄發予股東，並刊登於上述網站。

承董事會命
達芙妮國際控股有限公司
主席
張智凱

香港，二零二六年八月十八日

於本公告日期，董事會包括三位執行董事，分別為張智凱先生、張智喬先生及張婉絢女士；一位非執行董事，王俊剛先生；以及三位獨立非執行董事，分別為韓炳祖先生、談大成先生及許文冠女士。

詞彙表

「審核委員會」	董事會審核委員會
「董事會」	本公司董事會
「企業管治守則」	《上市規則》附錄 C1 所載的企業管治守則
「本公司」	達芙妮國際控股有限公司，一間根據開曼群島法律註冊成立之有限公司，其股份於聯交所主板上市（股份代號：210）
「董事」	本公司董事
「按公平價值計入損益」	按公平價值計入損益
「本集團」	本公司及其附屬公司
「港元」	港元，香港法定貨幣
「香港財務報告準則」	香港財務報告準則
「香港」	中華人民共和國香港特別行政區
「《上市規則》」	《聯交所證券上市規則》
「標準守則」	《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
「本期間」	截至二零二六年六月三十日止六個月
「中國」	中華人民共和國
「人民幣」	人民幣，中國法定貨幣
「股份」	本公司股本中每股面值 0.10 港元的普通股
「股東」	股份持有人
「聯交所」	香港聯合交易所有限公司