

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之任何損失承擔任何責任。



Smoore International Holdings Limited

思摩爾國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：6969)

**截至2025年6月30日止
6個月中期業績公告**

思摩爾國際控股有限公司(「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6月30日止6個月(「回顧期」)的未經審核綜合業績。本公司獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行(執業會計師)已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體之獨立核數師審閱中期財務資料」審閱本集團截至2025年6月30日止6個月的未經審核簡明綜合中期財務資料。此外，該等中期業績亦由本公司審核委員會(「審核委員會」)審閱。

財務摘要

	截至6月30日止6個月		變動 %
	2025年 人民幣千元 未經審核	2024年 人民幣千元 未經審核	
收益*	6,013,290	5,083,554	18.3
毛利	2,243,850	1,923,951	16.6
毛利率	37.3 %	37.8 %	(0.5 百分點)
除稅前溢利	698,735	811,555	(13.9)
期內溢利	492,154	683,198	(28.0)
期內全面綜合收益總額	501,166	724,597	(30.8)
歸屬於本公司股東的期內全面綜合收益總額	501,166	724,597	(30.8)
經調整後期內溢利**	737,410	752,851	(2.1)
經調整後淨利潤率	<u>12.3 %</u>	<u>14.8 %</u>	<u>(2.5 百分點)</u>

* 鑒於本集團為客戶提供研發設計服務取得的技術服務收入顯著上升，因此相關收入已自2024年年報起計入收益。為確保財務數據的可比性，已對截至2024年6月30日止6個月的可比財務數據進行了列示調整。

** 經調整後期內溢利的調整項目如下：

	截至6月30日止6個月		變動 %
	2025年 人民幣千元 未經審核	2024年 人民幣千元 未經審核	
調整前期內溢利	492,154	683,198	(28.0)
加：			
與購股權計劃及股份獎勵計劃有關的 以股份為基礎的付款開支	<u>245,256</u>	<u>69,653</u>	<u>252.1</u>
經調整後期內溢利	<u>737,410</u>	<u>752,851</u>	<u>(2.1)</u>

為補充按《香港財務報告準則》編製的本集團財務業績，本集團額外呈列經調整後期內溢利這一財務指標和視角。鑒於以股份為基礎的付款開支屬非現金性質，管理層認為於期內溢利中剔除該等非現金開支，能為投資者與管理層提供更清晰的本集團相關經營業績。

	2025年 6月30日 人民幣千元 未經審核	2024年 12月31日 人民幣千元 經審核	變動 %
資產總額	27,331,803	27,654,378	(1.2)
總權益	22,445,554	21,904,711	2.5
現金及現金等價物	5,211,753	5,170,700	0.8
資產負債比率(%)	17.9	20.8	(2.9 百分點)
流動比率(%)	336.7	320.3	16.4 百分點
貿易應收款項及應收票據週轉天數(日)	61.4	61.5	(0.2)
存貨週轉天數(日)	45.7	41.8	9.3
貿易應付款項及應付票據週轉天數(日)	62.4	65.2	(4.3)

附註：

1. 現金及現金等價物=活期存款+截止期末到期日為三個月以內的定期存款
2. 資產負債比率=負債總額／資產總額
3. 流動比率=流動資產／流動負債
4. 貿易應收款項及應收票據周轉天數=貿易應收款項及應收票據平均結餘／收益×180天
5. 存貨周轉天數=存貨平均結餘／收益成本×180天
6. 貿易應付款項及應付票據周轉天數=貿易應付款項及應付票據平均結餘／收益成本×180天
7. 平均結餘=(期初結餘+期末結餘)／2

管理層討論與分析

本集團主要業務

本集團為提供霧化科技解決方案的全球領導者，於回顧期通過我們的創新及領先的霧化科技解決方案，我們主要運營兩個業務板塊：(1) **面向企業客戶業務**（「**ToB業務**」）專注於為全球領先煙草公司、獨立霧化品牌及其他企業客戶研究、設計及製造霧化產品、加熱不燃燒（「**HNB**」）產品、特殊用途霧化產品及霧化醫療產品。其亦提供圍繞該等產品的相關技術服務；(2) **自有品牌業務**專注於研究、設計、製造及銷售自有品牌電子霧化產品及霧化美容產品。

於2025年上半年，本集團的收益主要由電子霧化業務帶動。於回顧期內，全球監管機構加大對不合規產品的執法力度。美國針對不合規產品的法律行動持續升級，多個歐洲主要市場實施一次性霧化產品禁令。該等舉措共同塑造出更加合規的市場環境，為思摩爾等兼具強大合規能力與市場應變能力的企業帶來重要機遇。

於2025年上半年，本集團實現收益約人民幣60.13億元，較去年同期增長約18.3%。這一銷售業績主要得益於全球主要市場對不合規產品更為有效的執法行動，以及本集團快速推出創新合規新產品以滿足市場需求的敏捷能力使本集團的霧化業務得以復甦。一方面，本集團把握這一機遇，協助電子霧化客戶迅速推出創新、合規產品以填補不合規產品禁令留下的市場缺口。本集團的**ToB業務**錄得收益約人民幣47.39億元，同比增長約19.5%。另一方面，自有品牌電子霧化業務通過擴大渠道覆蓋、深化本地化運營，促使在關鍵區域的市佔率持續增長。因此，憑藉行業領先品牌**VAPORESSO**的強勁表現，自有品牌業務實現收入約人民幣12.74億元，同比增長約14.1%。

本集團高度重視與終端用戶的緊密互動，借此洞悉消費偏好、提升產品上架率，進而拉動銷售增長。於回顧期內，本集團持續投資本地化運營，擴大全球主要市場的零售渠道覆蓋。同時，憑藉自身市場洞察與渠道覆蓋優勢，本集團已深化與部分客戶的合作。除產品開發與製造外，本集團已向其輸出市場營銷、品牌及渠道運營服務，該模式已初見成效。於回顧期內，銷售及分銷開支約為人民幣4.91億元，同比增加約31.2%。

本集團的主要競爭優勢之一在於對研發(「研發」)的持續投入，以鞏固技術領先地位。於回顧期內，本集團聚焦戰略賽道，提升研發效率並優化資源配置。作為該戰略的一部分，本集團優先推進關鍵研發項目，同時縮減對電子霧化產品的投入。因此，研發開支約為人民幣7.23億元，較去年同期下降約4.9%。

受HNB業務進步的推動，本集團將2025年視為承前啟後的關鍵一年。這一轉變有賴於全體員工的共同奮鬥。於2024年第四季度，本集團根據購股權計劃及股份獎勵計劃進行的購股權及獎勵股份授予，導致回顧期內以股份為基礎的非現金付款開支增加。本集團將此視為一項戰略性投入，旨在加強員工激勵，夯實組織長遠發展的根基。行政開支增至約人民幣6.1億元，同比大幅增長約79.7%。

本集團於回顧期的溢利約為人民幣4.92億元，同比下降約28.0%。若加回以股份為基礎的非現金付款開支，經調整後期內溢利約為人民幣7.37億元，較去年同期下降約2.1%。

業務回顧

銷售與營銷

於2025年上半年，全球電子霧化產品的監管格局變得更加明確，執法措施也更加嚴格。這些發展為像本集團這樣的合規參與者創造了增長機會。

在美國市場，聯邦和州級層面對不合規產品的執法力度均已加強。美國食品藥品監督管理局(「**FDA**」)通過警告信、民事罰款、進口警示和刑事起訴相結合的方式，領導打擊不合規電子霧化產品的聯邦行動。值得注意的是，根據**FDA**的公開信息，**FDA**於2025年5月查獲了近200萬件未經授權的電子霧化產品，估計零售價值約為3,380萬美元。與此同時，越來越多的美國州正在對不合規的調味電子霧化產品的激增採取法律行動。截至回顧期，已有13個州通過了電子霧化註冊法案(即州內授權銷售的電子霧化產品強制性清單)，另有超過20個州正在考慮實施電子霧化註冊法案。一些州的努力不僅限於訴訟，還包括旨在遏制非法銷售行為的警告信、民事調查要求及和解。

歐洲在一次性電子霧化產品的監管方面正經歷重大轉變，多個國家在回顧期內採取措施限制或禁止此類產品。截至2025年6月1日，歐洲一個關鍵市場—英國，實施了一次性電子霧化產品的銷售禁令。此禁令適用於所有電子霧化產品，不論尼古丁含量。隨著英國禁令生效，合規產品迎來了巨大的市場機會。

於回顧期內，本集團實現收入約人民幣60.13億元，同比增長約18.3%。其中，自有品牌業務板塊約人民幣12.74億元，於回顧期內同比增長約14.1%。該板塊佔本集團回顧期總收入的約21.2%(2024年上半年：22.0%)。同時，面向企業客戶業務產生收入約人民幣47.39億元，同比增長約19.5%。該板塊佔回顧期總收入的約78.8%(2024年上半年：78.0%)。

本集團的自有品牌業務主要包括電子霧化產品和霧化美容產品的銷售。自有品牌電子霧化產品在回顧期內保持了增長勢頭。在歐洲及其他市場的收入達到約人民幣10.69億元，同比增長15.1%，主要得益於本集團行業領先品牌**VAPORESSO**的出色表現。為應對主要歐洲國家禁止一次性電子霧化產品後的強勁市場需求，本集團的自有品牌電子霧化業務推出了**VAPORESSO**暢銷**XROS**系列的升級版**XROS 5**和**XROS 5 Mini**。這些新產品性能更佳，提供更一致穩定的香氣還原度、更細膩的口味和更順滑的霧化體驗。自推出以來，**XROS 5**和

XROS 5 Mini已成為市場熱銷產品，推動了VAPORESSO在關鍵市場的市場份額增長。於回顧期內，本集團繼續通過其自主開發的數據系統，加強其營銷數字化、銷售本地化和終端門店監控，從而能夠迅速應對市場變化。這一戰略鞏固了其在全球主要市場的領先品牌地位。在美國市場，本集團的自有品牌電子霧化業務回顧期內收入約為人民幣1.74億元，同比下降約6.7%。

於回顧期內，本集團的自有品牌霧化美容產品「嵐至」品牌在中國內地銷售，產生收入約人民幣0.31億元，同比增長約2,595.2%。產品組合包括面向零售客戶的「嵐至」家用美容儀和專為美容機構設計的「嵐至」專業設備。面向零售客戶的「嵐至」家用美容儀的用戶數量已突破一萬人。與此同時，「嵐至」專業設備獲得了二類醫療器械認證。推出後，已被多家全國性美容機構和公立醫院採用，已有超過100家私營機構採購該設備。值得注意的是，霧化美容業務板塊仍處於驗證階段，本集團將隨著該板塊的進展繼續評估和優化其運營。

於回顧期內，本集團的ToB業務錄得收入約人民幣47.39億元，同比增長約19.5%。這一表現主要由電子霧化業務板塊的復甦所驅動。ToB業務在回顧期內全球各區域的表現各不相同。

在歐洲及其他國家，本集團的ToB業務主要集中於電子霧化產品的銷售。如上所述，主要歐洲市場對一次性電子霧化產品的禁令為合規市場參與者帶來了重要機遇。憑藉其對監管變化的預判力、對市場動態的響應能力以及組織架構的敏捷性，本集團成功支持重點客戶推出了一系列滿足客戶不同需求的創新型合規產品。2025年上半年，本集團的領先技術品牌FEELM推出了多個創新的合規產品解決方案，旨在為消費者提供獨特而多樣的風味體驗。這些產品解決方案還支持客戶擴展到新的品類和佔領新市場。這些解決方案獲得了客戶的積極反饋，帶來了強勁的訂單增長。因此，在歐洲及其他國家的ToB業務收入提高至約人民幣27.34億元，同比強勁增長約38.0%。

在美國市場，ToB業務包括電子霧化產品和特殊用途霧化產品。如前所述，針對不合規產品的執法力度已經加強，監管機構通過各種法律措施針對多個實體。儘管如此，美國電子霧化市場仍然由不合規產品主導，這影響了本集團客戶的銷售表現。於回顧期內，本集團的特殊用途霧化產品業務仍處於恢復期。為鞏固其地位，本集團一直在加強本地化運營，在美國設立了研發中心和本地銷售團隊，以更好地與終端用戶建立聯繫。此外，本集團正

在優化其業務模式，這些舉措已初見成效，該業務板塊實現了同比收入增長。計入經香港轉運的產品，本集團在美國市場錄得收入約人民幣18.88億元，同比增長約1.5%。

在中國內地市場，本集團的ToB業務主要集中於電子霧化產品的銷售。於回顧期內，該業務板塊產生收入約人民幣1.17億元，同比下降約6.1%。

研究與開發

科學技術是企業發展的第一生產力。作為一家高科技製造企業，本集團視滿足市場需求的創新產品為其生命線，並將技術投入視為產品創新的基石。研發被視為確保本集團長期增長和競爭力的戰略必要條件。於回顧期內，本集團專注於提升研發效率，並優先投資於HNB產品和霧化醫療。作為此戰略的一部分，本集團優化了其對戰略領域的資源配置，並減少了在電子霧化產品上的研發支出。另外，隨著部分項目即將商業化，集團對符合條件的研發支出進行了資本化。因此，回顧期內研發開支總額約為人民幣7.23億元，同比下降約4.9%。

於2025年上半年，本集團取得了多項研發突破，進一步增強了其創新能力。多個研發項目成功商業化為產品，並已被主要客戶採用，展示了本集團將研究成果轉化為市場化解決方案的能力。

2025年上半年最顯著的里程碑之一是本集團成功支持一位戰略客戶在關鍵市場推出其高端HNB產品系列。本集團與客戶合作開發該產品，在還原烟草口味和縮短預熱時間方面表現出色。繼2024年第四季度在塞爾維亞首次推出後，該HNB產品系列於2025年6月在日本仙台市推出，早期的消費者反饋顯示出積極的結果。展望未來，本集團將繼續支持其戰略客戶於2025年9月在日本全國範圍內推出該HNB產品系列，並在2025年下半年擴展至更多關鍵市場。同時，本集團已開發了多個旨在解決各種用戶痛點的技術平台。與業務夥伴合作加速商業化的努力正在進行中，以確保為用戶提供更優質的產品解決方案。本集團將繼續致力於HNB產品的持續研發，以提升用戶體驗、優化類真煙口感，並推動用戶基礎的增長。

本集團的霧化醫療附屬公司傳思生物在佛羅里達州邁阿密附近建立了一個卓越的吸入產品研發中心，該中心具備產品開發的全部能力。此外，傳思生物積極與世界領先的合同開發

和製造組織(CDMO)合作，以在美國建立藥械結合產品的製造能力。此外，傳思生物與歐美藥品監管機構保持定期溝通，以收集寶貴的反饋。

近年來，電子霧化行業面臨日益激烈的競爭。然而，隨著針對此類產品的法律行動加強，該業務正在被不斷演變的監管框架重塑。要在這種環境中脫穎而出，製造商必須同時滿足用戶偏好和監管要求—這是本集團電子霧化業務研發重點的核心。於回顧期內，本集團通過在關鍵地區推出多個創新的產品解決方案，實現了重要的進展。該領域的旗艦技術品牌FEELM推出了一個由尖端創新驅動的多品類解決方案組合。這些解決方案涵蓋不同產品類型，包括可調味系統、大口數透明油倉和2+10平台。本集團對變化的市場需求和監管變化的積極響應，轉化為客戶的強勁訂單量。本集團的自有電子霧化品牌VAPORESSO推出了XROS 5和XROS 5 MINI。兩款產品均採用行業領先的快速充電技術、增強的電池容量和升級的用戶界面，提供更一致、穩定的霧化體驗，具有更豐富的香氣還原度、細膩的口味和更順暢的性能。自推出以來，這些產品取得了市場成功，進一步鞏固了本集團在關鍵地區的領先地位。

特殊用途霧化產品業務板塊開始顯現復甦的初步跡象。於回顧期內，本集團推出了數個創新的產品解決方案，獲得了業界的積極認可。這些發展突顯了本集團致力於在這一專業市場中推動進步和提供高品質解決方案的決心。

本集團的自有品牌「嵐至」已取得若干進展。專為美容機構設計的專業設備已獲得二類醫療器械認證，並因其在敏感肌膚治療方面的表現而受到皮膚科專家的高度讚揚。「嵐至」通過與國際化妝品化學家學會聯合會(IFSCC)發表三篇學術論文，進一步確立了其學術領導地位。

在保持技術領先優勢的同時，本集團亦一如既往持續構建覆蓋全球的知識產權保護體系，不斷強化針對核心技術的知識產權壁壘，保護產品品牌 and 技術品牌。本集團於回顧期在全球範圍內新增專利申請數量共計839件，其中發明專利464件。截至2025年6月30日，本集團在全球累計申請專利10,092件，其中發明專利5,224件。

本集團於回顧期內的研究開發支出總額約為人民幣7.23億元，較去年同期下降約4.9%，佔收入的百分比從去年同期的約15.0%下降至回顧期的約12.0%。研發開支按照各領域分類如下：

	截至6月30日止6個月				
	2025年		2024年		變動
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	%
電子尼古丁傳輸系統研發(含電子霧化產品及加熱不燃燒產品)	478,591	66.2	481,988	63.4	(0.7)
霧化醫療及霧化美容產品研發	179,241	24.8	185,471	24.4	(3.4)
特殊用途霧化產品及解決方案研發	64,732	9.0	92,653	12.2	(30.1)
總計	<u>722,564</u>	<u>100.0</u>	<u>760,112</u>	<u>100.0</u>	<u>(4.9)</u>

生產運營

面對不斷變化的全球監管環境，本集團的生產體系通過靈活的運營調整，展現出卓越的敏捷性。這種適應能力確保了快速的市場響應和對客戶交付承諾的可靠履行。生產佈局的戰略性優化和跨工廠產能協調的實施，推動了整體產能利用率的持續提升，這些舉措有效地支持了業務增長。

為加強運營管理，本集團已根據企業戰略確定了關鍵績效指標體系(KPIs)，並建立了定期的跟蹤和對標機制。該框架已成功識別出在質量控制、成本管理和交付保障方面的最佳實踐。通過促進跨工廠的知識共享和經驗整合，本集團已系統性地建立了一個集團範圍的運營知識庫，以推動運營效率的持續提升。

本集團的HNB業務在回顧期內取得了突破，運營團隊有效地支持了主要客戶HNB產品的上市和交付。本集團建立嚴格的產品質量控制體系，同時顯著提高了生產效率，為HNB業務未來的增長和盈利能力提升奠定了堅實的基礎。

未來前景及策略

在2025年下半年，本集團將繼續堅持以「霧化科技」為核心，並繼續在電子霧化、HNB、特殊用途霧化產品、霧化醫療及霧化美容產品等關鍵領域深化佈局。通過此舉，本集團旨在為客戶和用戶提供全面而創新的霧化科技解決方案。本集團相信每個業務板塊都具有巨大的市場潛力。

HNB產品通過加熱而非燃燒煙草，為用戶提供類真煙的使用體驗。該業務板塊標誌著本集團在擴大其減害產品組合方面邁出了重要一步。根據全球領先的諮詢公司弗若斯特沙利文於2025年3月的報告（「沙利文報告」）顯示，全球HNB產品市場規模按零售價格計算，2029年將達到約668.6億美元，2024年到2029年期間的預計複合增長率約為10.1%。本集團計劃支持其戰略客戶於2025年9月在日本全國範圍內推出高端HNB產品系列，並在2025年下半年擴展至更多關鍵市場。本集團將與其客戶緊密合作，監測用戶反饋並相應調整其策略。同時，本集團將繼續推進其與客戶多樣化技術解決方案的商業化。由於市場上主流產品未能完全解決如類真煙口感和預熱時間等關鍵用戶痛點，HNB用戶數量和產品滲透率仍然有限，本集團將繼續致力於HNB產品的研發。其目標是與市場參與者合作，提升用戶體驗並推動產品普及。

電子霧化市場仍然廣闊，為進一步增長和滲透提供了重要機會。沙利文報告顯示，全球電子霧化產品市場規模按零售價格計算，2029年將達到約914.2億美元，2024年到2029年期間的預計複合增長率約為7.4%。全球主要國家已逐步加強對不合規電子霧化產品的監管力度。監管框架日益影響產品設計，要求市場參與者具備更強的預判力和敏捷性。合規製造商現在不僅要提供卓越的口味和滿足個性化的消費者偏好，還需要高效可靠地開發、生產和推出產品。這一演變對電子霧化製造商在市場洞察、產品創新和品牌推廣等方面提出了更高的標準。為此，本集團將繼續利用其技術和製造專長，以增強市場洞察力，加強對新興趨勢的適應能力，並提供滿足客戶和消費者不斷變化的需求的創新型合規產品。集團還將進一步加強與部分客戶的合作，不僅提供研發和製造服務，還將在市場營銷、品牌推廣和渠道開發服務等方面提供全面支持。

沙利文報告顯示，全球特殊用途霧化產品市場規模按出廠價格計算，2029年將達到約34.4億美元，2024年到2029年期間的預計複合增長率約為17.2%。在2025年下半年，本集團將專注於推出創新型產品，擴展其產品組合，加強品牌建設，並完善其業務模式。本集團有信心該業務將逐步恢復，並在長期內發展成為其整體運營的關鍵支柱之一。

隨著全球呼吸系統疾病的增加，吸入式藥物市場有望實現顯著增長。根據國際市場調查公司Market Research Future 2023年的報告，2022年全球肺部藥物和藥物遞送設備市場規模達到約560.1億美元，預計到2030年將達到約932.8億美元，複合年增長率強勁。傳思生物致力於開發在美國和歐洲使用的領先哮喘和COPD產品的仿製藥。該舉措旨在降低成本，同時保持相同的安全和有效性標準，使這些治療方案更加可及，並惠及更廣泛的患者群體。在2025年下半年，傳思生物將根據既定的產品開發計劃，穩步推進其用於治療呼吸系統疾病的藥械結合產品的開發。傳思生物將進一步與更多國際製藥公司合作，並利用其強大的研發和產業化能力推進項目。傳思生物將繼續提高研發效率，以確保產品開發、上市授權申請和商業化的整個過程穩步推進。未來，傳思生物有望為本集團帶來更大的收入貢獻。

根據歐睿數據，2021年中國美容儀零售市場規模約人民幣100億元，同比增長10.7%。預計到2025年，該市場將大幅擴張，達到約人民幣251億至374億元。此外，另一份沙利文2024年發佈的報告顯示，2023年中國護膚品市場規模約為人民幣4,630億元，將以約8.7%的複合年增長率從2023年增長到2028年，最終達到約人民幣7,011億元。這些趨勢凸顯了在不斷增長的消費者對創新和高品質解決方案的需求推動下，美容儀和護膚品領域均有強勁增長機會。本集團致力於為用戶提供更安全、更有效的護膚解決方案。雖然市場潛力巨大，但集團的霧化美容業務仍需更多時間來評估其表現和運營情況。在2025年下半年，本集團將密切監控嵐至產品的銷售趨勢，並根據需要對業務模式進行調整，以實現最佳效果。

本集團在研發方面繼續堅持「科學技術是第一生產力」的原則。在2025年下半年，工作重點將是加速技術平台的商業化，同時繼續投資於具有戰略商業價值的研發項目。以市場需求為導向，本集團旨在解決核心技術難題和用戶痛點。本集團將繼續優先研發HNB產品和霧化醫療解決方案，聚焦於構建技術壁壘和推進商業化。在電子霧化領域，本集團將專注於

關鍵技術，以開發提供卓越消費者體驗的平台，並計劃推出多款具有競爭力的新產品。除了自主研發項目，本集團還將與客戶合作進行聯合研究，並分享這些合作的成果。本集團有信心在確保合規的前提下快速迭代產品組合，鞏固我們在核心業務領域的領先地位。

本集團認識到理解消費者和市場動態的至關重要性，這推動了其在本地化運營、渠道擴展和市場洞察力發展方面的持續投資。在2025年下半年，本集團將繼續在其主要業務板塊中優先推進這些工作。在此基礎上，本集團旨在通過提供包括研發、生產、品牌、營銷和推廣在內的全面一站式解決方案，深化與部分客戶的商業合作關係。這些舉措旨在幫助合作夥伴適應快速變化的市場動態並實現長期成功。

2025年標誌著本集團轉型的關鍵轉折點，需要更高的運營和管理效率。在2025年下半年，本集團將專注於推進關鍵舉措，包括優化業務板塊內的授權和賦能，加強人才發展和管理，以及完善員工激勵機制。本集團堅信，這些努力將為建立一個可持續和成功的長期企業奠定堅實的基礎。

本集團將繼續加強其生產和運營管理，以確保敏捷生產和按時交付以響應客戶需求。在技術方面，本集團將把自動化設備與智能生產管理系統相結合，提高關鍵流程的自動化程度，並簡化工作流程以增強製造能力和效率。在質量保證方面，集團將針對品質問題成立專項改善小組，同時推廣「預防為主」的方法。運營團隊將進一步加強與研發、採購和供應商的合作，以優化產品設計和製造流程，專注於環保解決方案。同時，本集團將完善能源管理實踐並實施運營改進，以減少能源消耗和碳排放。這些舉措突顯了本集團對企業社會責任和可持續發展的承諾。

基於上述舉措，本集團將繼續致力於通過創新的產品和先進的技術為客戶和消費者創造卓越的價值。同時，我們努力推動可持續的業務增長，並為我們的股東帶來強勁、持續的回報。

財務回顧

於回顧期內，本集團的總收益約為人民幣6,013,290千元(2024年同期：約人民幣5,083,554千元)，較去年同期增加了約18.3%。於回顧期內，本集團的毛利約為人民幣2,243,850千元(2024年同期：約人民幣1,923,951千元)，較去年同期增加了約16.6%。於回顧期內，本集團的毛利率約為37.3%(2024年同期：約37.8%)。於回顧期內，本集團的期內溢利約為人民幣492,154千元(2024年同期：約人民幣683,198千元)，較去年同期減少了約28.0%。

期內溢利減少的主要原因是收入和毛利的增長不足以抵銷開支的增長，主要歸因於：(i)本集團於回顧期內的以股份為基礎的付款開支較去年同期大幅增加；(ii)本集團於回顧期內加大了對自有品牌產品的市場開發力度，導致相關市場開發費用較去年同期大幅增加；及(iii)本集團的法律及合規服務相關費用，與去年同期相比大幅增加。

剔除以股份為基礎的付款開支，本集團於回顧期的經調整後溢利約為人民幣737,410千元(2024年同期：約人民幣752,851千元)，較去年同期減少了約2.1%。

1. 收益 — 按業務類型劃分

	截至6月30日止6個月				變動 %
	2025年 人民幣千元	%	2024年 人民幣千元	%	
自有品牌業務	1,274,306	21.2	1,116,743	22.0	14.1
面向企業客戶業務	<u>4,738,984</u>	<u>78.8</u>	<u>3,966,811</u>	<u>78.0</u>	<u>19.5</u>
總計	<u><u>6,013,290</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>5,083,554</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>18.3</u></u>

(1) 自有品牌業務

本集團自有品牌業務主要包括銷售電子霧化產品及霧化美容產品。於回顧期內，自有品牌業務銷售的收入約為人民幣1,274,306千元(2024年同期：約人民幣1,116,743千元)，較去年同期增長約14.1%，佔收入的百分比從去年同期的約22.0%輕微下降至回顧期的約21.2%。其中：

- (i) 來自於歐洲及其他國家和地區市場的收入約為人民幣1,069,339千元(2024年同期：約人民幣928,687千元)，較去年同期增長約15.1%，全部來自電子霧化產品的銷售；
- (ii) 來自於美國市場的收入約為人民幣174,349千元(2024年同期：約人民幣186,920千元)，較去年同期下降約6.7%，全部來自電子霧化產品的銷售；及
- (iii) 來自於中國市場的收入約為人民幣30,618千元(2024年同期：約人民幣1,136千元)，較去年同期增長約2,595.2%，主要來自霧化美容產品的銷售。

(2) 面向企業客戶業務

於回顧期內，面向企業客戶業務的收入約為人民幣4,738,984千元(2024年同期：約人民幣3,966,811千元)，較去年同期增長約19.5%，佔收入的百分比從去年同期的約78.0%增長至回顧期的約78.8%。其中：

- (i) 來自於歐洲及其他國家和地區市場的收入約為人民幣2,733,787千元(2024年同期：約人民幣1,981,193千元)，較去年同期增長約38.0%，佔總收入的百分比從去年同期的約39.0%增長至回顧期的約45.4%，主要來自電子霧化產品、加熱不燃燒產品的銷售及提供技術服務；

- (ii) 來自於美國市場的收入約為人民幣1,887,768千元(2024年同期：約人民幣1,860,614千元)，較去年同期增長約1.5%，佔總收入的百分比從去年同期的約36.6%下降至回顧期的約31.4%，主要來自電子霧化產品、特殊用途霧化產品的銷售及提供技術服務；及
- (iii) 來自於中國市場的收入約為人民幣117,429千元(2024年同期：約人民幣125,004千元)，較去年同期下降約6.1%，佔總收入的百分比從去年同期的約2.4%下降至回顧期的約2.0%，主要來自電子霧化產品的銷售及提供技術服務。

就我們所知，本集團來自於各區域的收益分佈大致如下：

	截至6月30日止6個月				變動 %
	2025年 人民幣千元	%	2024年 人民幣千元	%	
自有品牌業務	1,274,306	21.2	1,116,743	22.0	14.1
— 來自歐洲及其他國家和地區的收入(電子霧化產品)	1,069,339	17.8	928,687	18.3	15.1
— 來自美國的收入(電子霧化產品)	174,349	2.9	186,920	3.7	(6.7)
— 來自中國的收入(霧化美容產品)	30,618	0.5	1,136	0.0	2,595.2
面向企業客戶業務	4,738,984	78.8	3,966,811	78.0	19.5
— 來自歐洲及其他國家和地區的收入(電子霧化產品、加熱不燃燒產品及技術服務)	2,733,787	45.4	1,981,193	39.0	38.0
— 來自美國的收入(電子霧化產品、特殊用途霧化產品及技術服務)	1,887,768	31.4	1,860,614	36.6	1.5
— 來自中國的收入(電子霧化產品及技術服務)	117,429	2.0	125,004	2.4	(6.1)
總計	<u>6,013,290</u>	<u>100.0</u>	<u>5,083,554</u>	<u>100.0</u>	<u>18.3</u>

2. 毛利與收益成本

於回顧期，本集團的毛利約為人民幣2,243,850千元(2024年同期：約人民幣1,923,951千元)，較去年同期增長約16.6%，毛利率從去年同期的約37.8%輕微下降至回顧期的約37.3%。

收益成本佔收益比重：

	截至6月30日止6個月				
	2025年		2024年		變動
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
原材料成本	2,845,798	47.3	2,428,773	47.8	17.2
人工成本	433,682	7.2	341,758	6.7	26.9
間接成本	454,955	7.6	354,390	7.0	28.4
稅項及附加	35,005	0.6	34,682	0.7	0.9
總計	<u>3,769,440</u>	<u>62.7</u>	<u>3,159,603</u>	<u>62.2</u>	<u>19.3</u>

於回顧期內，本集團的原材料成本佔收入的比重從去年同期的約47.8%輕微下降至回顧期的約47.3%，主要原因是本集團持續推動產品降本增效，材料成本不斷下降。

3. 分銷及銷售開支

本集團於回顧期的分銷及銷售開支由去年同期的約人民幣374,516千元上升到回顧期的約人民幣491,229千元，增長約31.2%。分銷及銷售開支佔收入的百分比由去年同期的約7.4%增長到回顧期的約8.2%。分銷及銷售開支佔收入百分比增長主要是由於本集團於回顧期內加大了對自有品牌業務的市場營銷投入，以支持本集團持續的全球擴張。其中：

- (1) 員工薪酬及福利從去年同期的約人民幣148,642千元增長至回顧期約人民幣185,664千元，增幅約24.9%，佔收入的比重從去年同期的約2.9%增長到回顧期的約3.1%。員工薪酬及福利的增加主要原因是本集團於回顧期內加大了對自有品牌業務的市場營銷投入，導致營銷人員薪酬增加。
- (2) 市場開拓費用從去年同期的約人民幣60,014千元增長至回顧期的約人民幣133,965千元，增幅約123.2%，佔收入的比重從去年同期的約1.2%增長到回顧期的約2.2%。市場開拓費用的增加主要原因是本集團於回顧期內加大了對電子霧化產品和霧化美容產品的推廣力度。

- (3) 差旅開支從去年同期的約人民幣15,646千元增長至回顧期的約人民幣19,682千元，增幅約25.8%，佔收入的百分比與去年同期基本持平，均約為0.3%。
- (4) 其他費用從去年同期的約人民幣150,214千元增長至回顧期的約人民幣151,918千元，增幅約1.1%，佔收入的百分比從去年同期的約3.0%輕微下降到回顧期的約2.5%。其他費用包括於回顧期內，鑒於與監管和合規要求相關的預期產品變化，產品相關費用的撥備。

4. 行政開支

本集團於回顧期的行政開支由去年同期的約人民幣339,229千元增長至回顧期的約人民幣609,548千元，增幅約79.7%。行政開支佔收入的百分比由去年同期的約6.7%增長至回顧期的約10.1%。行政開支佔收入的百分比增長主要是由於本集團於回顧期內發生的以股份為基礎的付款開支及法律及合規服務相關費用增加所致。其中：

- (1) 員工薪酬及福利從去年同期的約人民幣202,790千元增長至回顧期的約人民幣357,378千元，增幅約76.2%，佔收入的比重從去年同期的約4.0%增長到回顧期的約5.9%。員工薪酬及福利的增加主要原因是本集團於回顧期內發生的以股份為基礎的付款開支增加。
- (2) 專業費用從去年同期的約人民幣15,190千元增長至回顧期的約人民幣139,687千元，增幅約819.6%，佔收入的比重從去年同期的約0.3%增長到回顧期的約2.3%。專業費用的增加主要原因是本集團於回顧期內的法律及合規服務相關費用較去年同期增加。
- (3) 折舊與攤銷費用從去年同期的約人民幣52,097千元輕微下降至回顧期的約人民幣51,310千元，降幅約1.5%，佔收入的比重從去年同期的約1.0%輕微下降到回顧期的約0.9%。

5. 研發開支

本集團的研發開支由去年同期的約人民幣760,112千元下降至回顧期的約人民幣722,564千元，下降約4.9%。研發開支佔收入的百分比由去年同期的約15.0%下降至回顧期的約12.0%。電子尼古丁傳輸系統研發開支(含電子霧化產品及加熱不燃燒產品)較去年同期下降約0.7%，霧化醫療及霧化美容產品研發開支較去年同期下降約3.4%，特殊用途霧化產品及解決方案研發開支較去年同期下降約30.1%。研發開支同比下降的主要原因是回顧期內對電子霧化產品的投入減少及本集團對符合條件的開發成本予以資本化所致。其中：

- (1) 員工薪酬及福利從去年同期的約人民幣477,901千元下降至回顧期的約人民幣469,969千元，降幅約1.7%，佔收入的比重從去年同期的約9.4%下降至回顧期的約7.8%。
- (2) 開發成本從去年同期的約人民幣174,900千元下降至回顧期的約人民幣160,745千元，降幅約8.1%，佔收入的比重從去年同期的約3.4%下降至回顧期的約2.7%。
- (3) 折舊與攤銷費用從去年同期的約人民幣60,727千元下降至回顧期的約人民幣49,340千元，降幅約18.8%，佔收入的比重從去年同期的約1.2%下降至回顧期的約0.8%。

6. 其他收入與開支

於回顧期，本集團的其他收入總額約為人民幣349,691千元，較去年同期的約人民幣385,635千元減少約9.3%，詳情如下：

	截至6月30日止6個月		變動 %
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	
銀行存款利息收入	235,658	322,425	(26.9)
按攤銷成本計量的投資票據利息收入	87,130	—	不適用
政府補助	19,192	57,955	(66.9)
其他	<u>7,711</u>	<u>5,255</u>	<u>46.7</u>
總計	<u><u>349,691</u></u>	<u><u>385,635</u></u>	<u><u>(9.3)</u></u>

7. 其他利得與損失

於回顧期，本集團的其他損失總額約為人民幣55,177千元，較去年同期的約人民幣6,051千元增加約811.9%，詳情如下：

	截至6月30日止6個月		變動 %
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	
匯兌(虧損)收益淨值	(37,238)	8,134	不適用
遠期外匯合約／掉期合約所產生之虧損	(482)	—	不適用
短期浮動利率的銀行存款所產生之收益	5,524	1,118	394.1
債務工具所產生之收益	2,498	—	不適用
提前終止租賃之收益	258	396	(34.8)
出售／核銷物業、廠房及設備之虧損	(25,737)	(22,935)	12.2
其他	<u>—</u>	<u>7,236</u>	<u>不適用</u>
總計	<u><u>(55,177)</u></u>	<u><u>(6,051)</u></u>	<u><u>811.9</u></u>

8. 融資成本

於回顧期，本集團的融資成本約為人民幣13,619千元(2024年同期：約人民幣18,512千元)，較去年同期減少了約26.4%。本集團的融資成本主要來自於租賃負債的利息支出和應收票據貼現產生的利息支出。

9. 所得稅開支

於回顧期，本集團的所得稅開支約為人民幣206,581千元(2024年同期：約人民幣128,357千元)，較去年同期增加了約60.9%。所得稅增加的主要原因是與本集團國際業務擴張相關的稅務撥備增加。

10. 期內溢利及期內全面綜合收益總額

於回顧期，本集團的期內溢利約為人民幣492,154千元(2024年同期：約人民幣683,198千元)，較去年同期下降了約28.0%。於回顧期，本集團的期內全面綜合收益總額約為人民幣501,166千元(2024年同期：約人民幣724,597千元)，較去年同期下降了約30.8%。下降的主要原因是收入和毛利的增長不足以抵銷開支的增長。

11. 流動資金及財務資源

於2025年6月30日，本集團的流動資產淨值約為人民幣10,198,578千元(2024年12月31日：約人民幣11,587,063千元)。於2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣5,211,753千元(2024年12月31日：約人民幣5,170,700千元)，主要包含約人民幣2,073,605千元以人民幣計值，約人民幣2,940,496千元以美元計值，約人民幣192,842千元以港元計值(2024年12月31日：主要包含約人民幣3,779,750千元以人民幣計值，約人民幣1,226,397千元以美元計值，約人民幣160,507千元以港元計值)。於2025年6月30日，本集團的流動比率約為336.7%(2024年12月31日：約320.3%)。

資金管理政策

本集團的資金管理政策主要是利用盈餘現金儲備來投資低風險理財產品、結構性存款或定期存款等低風險產品並產生收益，而不會干擾本集團的業務運營或資本支出。

借款

於2025年6月30日，本集團並無任何銀行或其他金融機構借款（2024年12月31日：無）。截至2025年6月30日，本集團擁有銀行授信額度約人民幣7,300.0百萬元，已使用約人民幣722.9百萬元，主要用於開具及貼現票據、信用證等。

負債比率

於2025年6月30日，負債比率（按總負債除以總權益計算）約為21.8%（2024年12月31日：約26.2%）。

12. 資產抵押

於2025年6月30日，本集團無任何資產抵押（2024年12月31日：銀行保證金約人民幣590.0百萬元）。

13. 外匯風險

本公司的功能貨幣為人民幣。本集團的收益主要以美元和人民幣結算。於回顧期，本集團的收益約七成以美元結算，約三成以人民幣結算。與此同時，本集團支付的材料、人工和各項費用支出中，約八成以人民幣結算。本集團的外匯風險主要來自於以美元結算的貨幣資金，以美元結算的貿易應收款項減除以美元結算的貿易應付款項後的淨額（「美元敞口」）受美元兌換人民幣匯率變動帶來的匯兌收益或損失風險。

敏感性分析

對於上述美元敞口，本集團通過及時結匯，或與商業銀行訂立遠期外匯合約等控制相關外匯風險。董事會認為，相關外匯風險對本集團而言屬可予接受，並將緊密監控有關風險。

基於截至2025年6月30日本集團以美元結算的資產及負債的金額，倘美元兌人民幣的匯率上升10%，本集團的全面綜合收益總額將增加約人民幣1,145,717千元（2024年12月31日：增加約人民幣874,306千元）。或者，倘美元兌人民幣的匯率下降10%，則本集團的全面綜合收益總額將減少約人民幣1,145,717千元（2024年12月31日：減少約人民幣874,306千元）。

14. 僱傭、培訓與發展

於2025年6月30日，本集團於中國（含中國內地及香港）、其他國家及地區分別有20,978名及2,205名僱員。本集團向其僱員提供全面且具吸引力的薪酬、退休計劃、股份激勵計劃及福利待遇，亦會按本集團僱員的工作表現而酌情發放獎金。本集團須向中國內地社會保障計劃供款。本集團及其中國內地僱員各自均須按照中國內地有關法律及法規列明的比率對養老保險、醫療保險及失業保險供款。本集團根據強制性公積金計劃條例為香港僱員採納公積金計劃。本集團於其他國家亦根據所在國家的法律法規之規定，為員工支付相同的養老保險、退休金計劃及醫療保險等。

此外，本集團高度重視僱員的個人學習成長及事業發展，面向各類人才制定具有針對性的人才培養計劃，如開設「鴻翼計劃」專班，以培養優秀的總監級人才；開設「振羽計劃」專班，以培養優秀的經理級人才；尤其針對應屆畢業生，制定了「1-3-5-7-10」的十年培養發展路徑，更有6個月的入職系統培訓，以及1年的師傅傳幫帶，以幫助他們更好更快的適應職場環境；同時，不斷升級學習平台，豐富線上課程，讓全體僱員實時享受線上學習的價值等。

於回顧期內，員工成本總額（包括管理及行政人員）佔本集團收入約28.5%（2024年同期：約25.6%）。員工成本總額佔收入的百分比上升主要是由於本集團於回顧期內發生的以股份為基礎的付款開支同比增加。

15. 資本開支

截至2025年6月30日止6個月，本集團於物業、廠房及設備和無形資產之總投資額約為人民幣784,581千元（2024年同期：約人民幣282,315千元），主要是由於確認(1)與總部大樓有關的資本開支，(2)與設備有關的資本開支，及(3)資本化的研發支出。

16. 資本承擔

於2025年6月30日，本集團已訂約購建物業、廠房和設備之資本承擔約為人民幣474,461千元（2024年12月31日：約人民幣707,750千元），主要將以上市所得款項及經營所得款項淨額支付。

17. 重大收購及出售

截至2025年6月30日止6個月，本集團並無進行任何附屬公司、聯營公司或合資企業的任何重大收購或出售。

18. 重大投資

截至2025年6月30日止6個月，本集團並無任何重大投資。

19. 或然負債

於2025年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

20. 有關重大投資或資本開支的未來計劃

除以下披露以外，本公司並無有關重大投資或資本開支的其他計劃：

- (1) 本公司日期為2020年6月29日的招股章程「未來計劃及所得款項用途」章節；
- (2) 本公司於2021年2月4日關於完成以先舊後新方式配售的公告中的「所得款項淨額擬定用途」一節；及
- (3) 本集團於2021年報「有關重大投資或資本開支的未來計劃」披露的投資計劃。

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止6個月

		截至6月30日止6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)
收益	4	6,013,290	5,083,554
收益成本		<u>(3,769,440)</u>	<u>(3,159,603)</u>
毛利		2,243,850	1,923,951
其他收入與開支		349,691	385,635
分銷及銷售開支		(491,229)	(374,516)
行政開支		(609,548)	(339,229)
研發開支		(722,564)	(760,112)
融資成本		(13,619)	(18,512)
其他收益及虧損	5	(55,177)	(6,051)
就貿易應收款項確認之減值虧損淨額		<u>(2,669)</u>	<u>389</u>
除稅前溢利		698,735	811,555
所得稅開支	6	<u>(206,581)</u>	<u>(128,357)</u>
期內溢利	7	492,154	683,198
其他全面綜合收益：			
其後可能會重新分類至損益之項目：			
換算海外運營產生的匯兌差異		<u>9,012</u>	<u>41,399</u>
期內其他全面綜合收益		<u>9,012</u>	<u>41,399</u>
期內全面綜合收益總額		<u>501,166</u>	<u>724,597</u>
歸屬於本公司股東的期內全面綜合收益總額		<u>501,166</u>	<u>724,597</u>
每股盈利	9		
基本(人民幣分)		<u>8.08</u>	<u>11.20</u>
攤薄(人民幣分)		<u>7.96</u>	<u>11.11</u>

簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,989,627	4,637,073
無形資產		369,205	196,363
收購物業、廠房及設備已付按金		173,632	258,745
遞延稅項資產		38,610	34,904
長期銀行存款		2,086,060	3,106,699
租金按金		32,572	21,449
其他金融資產		5,134,508	2,552,717
		<u>12,824,214</u>	<u>10,807,950</u>
流動資產			
存貨		1,003,180	910,425
貿易應收款項及應收票據	10	2,015,323	2,084,825
其他應收款項、按金及預付款項		888,375	769,816
合約成本		4,313	—
按公平值計入損益(「按公平值計入損益」)之金融資產		1,231,334	857
限制性銀行存款		138	590,195
三個月以上的短期銀行存款		4,153,173	7,319,610
銀行結餘及現金		5,211,753	5,170,700
		<u>14,507,589</u>	<u>16,846,428</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	1,241,857	1,369,576
其他應付款項及應計開支		1,639,220	1,721,052
應付稅項		166,311	76,638
合約負債		609,763	399,947
租賃負債		131,938	115,789
遞延收入		1,922	1,863
具有追索權的已貼現應收票據所提取墊款		518,000	1,574,500
		<u>4,309,011</u>	<u>5,259,365</u>
流動資產淨額		<u>10,198,578</u>	<u>11,587,063</u>
總資產減流動負債		<u>23,022,792</u>	<u>22,395,013</u>

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債		
租賃負債	275,852	190,214
遞延收入	13,397	13,965
遞延稅項負債	<u>287,989</u>	<u>286,123</u>
	<u>577,238</u>	<u>490,302</u>
資產淨額	<u>22,445,554</u>	<u>21,904,711</u>
資本及儲備		
股本	431,909	431,299
儲備	<u>21,994,903</u>	<u>21,465,789</u>
歸屬於本公司股東的權益	22,426,812	21,897,088
少數股東權益	<u>18,742</u>	<u>7,623</u>
權益總額	<u>22,445,554</u>	<u>21,904,711</u>

簡明綜合現金流量表

截至2025年6月30日止6個月

	截至6月30日止6個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
經營活動所得現金淨額	<u>813,755</u>	<u>602,829</u>
投資活動所得現金淨額	<u>539,974</u>	<u>267,909</u>
融資活動(所用)所得現金淨額	<u>(1,298,904)</u>	<u>332,125</u>
現金及現金等價物增加淨額	54,825	1,202,863
期初現金及現金等價物	5,170,700	5,332,076
外匯匯率變動之影響	<u>(13,772)</u>	<u>(68)</u>
期末現金及現金等價物， 以銀行結餘及現金列示	<u><u>5,211,753</u></u>	<u><u>6,534,871</u></u>

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止6個月

1. 一般資料

思摩爾國際控股有限公司(「本公司」)於2019年7月22日根據公司法第22章於開曼群島註冊成立並登記為獲豁免有限公司。本公司股份於2020年7月10日於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。本公司註冊辦事處及主要營業地點的地址分別為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands以及香港九龍鴻圖道83號東瀛遊廣場28樓B室。

本公司為一間投資控股公司。本集團的主要活動為(1)面向企業客戶業務(「**ToB業務**」)專注於為全球領先煙草公司、獨立霧化品牌及其他企業客戶研究、設計及製造霧化產品、加熱不燃燒(「**HNB**」)產品、特殊用途霧化產品及霧化醫療產品。其亦提供圍繞該等產品的相關技術服務；(2)自有品牌業務專注於研究、設計、製造及銷售自有品牌電子霧化產品及霧化美容產品。

本集團之簡明綜合財務報表乃以人民幣(「人民幣」)列示，其與本公司之功能貨幣相同。

2. 編製基準

簡明綜合財務報表已根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港會計準則第34號(「香港會計準則第34號」)「中期財務報告」以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露要求編製。

3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干金融工具按公平值(如適用)計量除外。

除因應用香港財務報告準則會計準則修訂本而新增的會計政策及應用本集團相關的若干會計政策外，截至2025年6月30日止6個月簡明綜合財務報表所採用的會計政策及計算方法與本集團截至2024年12月31日止年度的年度財務報表所呈列內容相同。

應用香港財務報告準則會計準則之修訂本

於本中期期間，本集團已就編製本集團簡明綜合財務報表首次採用由香港會計師公會頒佈並於本集團2025年1月1日開始之年度期間強制生效之以下香港財務報告準則會計準則修訂本：

香港會計準則第21號(修訂本) 缺乏可兌換性

於本中期期間應用香港財務報告準則會計準則修訂本對本集團於本期間及過往期間之財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載之披露項目並無重大影響。

4. 收益及分部資料

(i) 客戶合約的收益劃分

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
面向企業客戶業務	4,738,984	3,966,811
自有品牌業務	<u>1,274,306</u>	<u>1,116,743</u>
總收益	<u><u>6,013,290</u></u>	<u><u>5,083,554</u></u>

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
客戶合約收益確認時間		
於某一時間點	5,847,159	5,037,242
隨時間	<u>166,131</u>	<u>46,312</u>
總收益	<u><u>6,013,290</u></u>	<u><u>5,083,554</u></u>

(ii) 客戶合約收益會計政策及履約責任

銷售貨品

銷售貨品收益於商品控制權轉移(即貨品送達客戶指定地點(「交付」))時確認。於交付後，客戶可全權酌情決定銷售商品的分銷方式及價格，並承擔銷售貨品時的主要責任及貨品陳舊過時及虧損的風險。一般信貸期為交付後0至105日。

技術服務收益

本集團與客戶訂立研發協議。本集團透過向客戶提供研究服務賺取收益，當該等服務滿足下列其中一項標準時，收益隨時間確認：客戶於本集團履約時同時收取及消耗本集團履約所提供的利益；或本集團的履約並無創造對本集團具有其他用途的資產，而本集團對迄今完成的履約付款擁有可強制執行權利。本集團通常使用產出法或投入法計量進度。根據產出法，履約進度根據交付予客戶的貨品或服務確定。根據投入法，履約進度根據迄今已發生的成本佔完成履約責任時估計成本總額的比率確定。

(iii) 下文載列本集團可呈報分部收益及業績分析：

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
分部收益	<u>6,013,290</u>	<u>5,083,554</u>
分部溢利	706,408	820,065
未分配虧損	(13,622)	(19,232)
未分配收入	9,889	13,178
未分配開支	<u>(3,940)</u>	<u>(2,456)</u>
除稅前溢利	<u>698,735</u>	<u>811,555</u>

根據就資源分配及業績評估目的向本集團主要經營決策者(「主要經營決策者」)，為本公司執行董事呈報之資料(即本集團合併業績)，本集團擁有一個經營分部。並無呈列分部資產或分部負債分析，原因為該等資料並未定期向主要經營決策者提供。

經營分部之會計政策與本集團的會計政策相同。分部溢利指在未分配控股公司產生之損益情況下，分部所賺取的溢利。此為向主要經營決策者匯報以作出資源分配及表現評估的方式。

(iv) 地區資料

下表載列有關本集團按客戶位置劃分自外部客戶所得收益之資料：

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
中國香港(附註)	2,128,271	1,858,625
英國	1,501,465	1,149,981
美國	648,850	567,266
中國內地	417,262	364,777
克羅地亞共和國	222,905	92,588
法國	161,195	160,310
馬來西亞	124,464	2,023
日本	118,811	114,880
加拿大	101,353	81,652
其他	588,714	691,452
	<u>6,013,290</u>	<u>5,083,554</u>

附註：中國香港所得收益乃以再出口或轉運為基準，且概無本集團產品於中國香港進行分銷或出售。

按資產位置劃分，本集團非流動資產大體上位於中國內地，故並無呈列地區資料。

5. 其他收益及虧損

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
匯兌(虧損)收益淨額	(37,238)	8,134
遠期外匯合約／掉期合約所產生之虧損	(482)	—
短期浮動利率的銀行存款所產生之收益	5,524	1,118
債務工具所產生之收益	2,498	—
提前終止租賃之收益	258	396
出售／撤銷物業、廠房及設備之虧損	(25,737)	(22,935)
其他	—	7,236
	<u>(55,177)</u>	<u>(6,051)</u>

6. 所得稅開支

	截至6月30日止6個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
中國內地企業所得稅(「企業所得稅」)	78,729	87,985
香港利得稅	34,729	11,882
其他國家和地區	<u>94,963</u>	<u>1,588</u>
	208,421	101,455
遞延稅項	<u>(1,840)</u>	<u>26,902</u>
	<u>206,581</u>	<u>128,357</u>

根據中國內地的企業所得稅稅法(「企業所得稅稅法」)及企業所得稅稅法的實施細則，中國內地子公司的所得稅稅率為25%，唯若干本公司中國內地子公司被評為為高新技術企業，可於截至2025年及2024年6月30日止6個月享受15%的企業所得稅優惠稅率。作為高新技術企業的資質乃受中國內地的相關稅務機關每三年進行審查所規限。

本集團需遵守支柱二規則的全球最低補足稅。截至2025年6月30日，該補足稅涉及本集團在若干稅收管轄區的經營。本集團於本中期期間，根據於該等稅收管轄區的年度預估的調整後涵蓋稅金及全球稅基所得淨額，計提了補足稅，導致有效所得稅率預計高於15%。於截至2025年6月30日止6個月內，本集團已確認與支柱二規則相關的當期所得稅費用人民幣76,218千元(截至2024年6月30日止6個月：無)，該稅款預計將由若干子公司承擔。

7. 期內溢利

截至6月30日止6個月
2025年 2024年
人民幣千元 人民幣千元
(未經審核) (未經審核)

期內溢利已扣除以下各項：

樓宇的使用權資產及土地使用權折舊	87,229	88,819
除使用權資產外的物業、廠房及設備折舊	232,603	258,614
無形資產攤銷	<u>14,175</u>	<u>16,875</u>
	334,007	364,308
減：資本化為存貨製造成本以及物業、廠房及設備的金額	(187,605)	(221,122)
資本化為無形資產的金額	<u>(11,228)</u>	<u>—</u>
	<u>135,174</u>	<u>143,186</u>
存貨撥備計入收益成本	3,466	17,993
政府補助	<u>19,192</u>	<u>57,955</u>

8. 股息

截至6月30日止6個月
2025年 2024年
人民幣千元 人民幣千元
(未經審核) (未經審核)

期內確認為分派之股息	<u>279,308</u>	<u>275,861</u>
------------	----------------	----------------

於本中期期間，已就截至2024年12月31日止年度向本公司擁有人宣派及派付末期股息每股5港仙（截至2024年6月30日止6個月：5港仙）。於中期期間派付之末期股息總額為港幣304,792千元（相當於約人民幣279,317千元）（截至2024年6月30日止6個月：港幣303,581千元（相當於約人民幣276,037千元））。

於本中期期間結束後，本公司董事決定向於2025年9月11日名列本公司股東名冊之本公司擁有人派付中期股息每股20港仙，合共約港幣1,238,220千元（截至2024年6月30日止6個月：港幣308,888千元）。

9. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利的計算基於以下數據：

	截至6月30日止6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：		
用於計算每股基本及攤薄盈利的盈利	<u>492,154</u>	<u>683,198</u>
	千股	千股
股份數目：		
用於計算每股盈利的普通股之加權平均數	<u>6,091,740</u>	<u>6,101,812</u>
攤薄潛在普通股的影響：		
購股權／獎勵股份	<u>93,359</u>	<u>50,173</u>
	<u>6,185,099</u>	<u>6,151,985</u>

計算截至2025年及2024年6月30日止6個月的每股攤薄盈利時，並未假設本集團若干購股權／獎勵股份獲行使，原因為購股權／獎勵股份的調整後平均行權價超過平均市場價或假設行權將產生每股收益反稀釋效應。

10. 貿易應收款項及應收票據

	於2025年	於2024年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(經審核)
來自客戶合約的貿易應收款項	2,053,186	2,103,221
減：信貸虧損撥備	<u>(37,863)</u>	<u>(36,314)</u>
	2,015,323	2,066,907
應收票據	<u>—</u>	<u>17,918</u>
	<u>2,015,323</u>	<u>2,084,825</u>

本集團授予其貿易客戶的信貸期為0至105天(2024年12月31日：0至105天)。

以下載列於各報告期末按確認收益日期呈列的貿易應收款項，扣除信貸虧損撥備的分析：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
30天內	492,339	764,436
31至60天	637,280	550,894
61至90天	479,201	477,720
90天以上	406,503	273,857
	<u>2,015,323</u>	<u>2,066,907</u>

於2024年12月31日，應收票據的到期日在三個月之內。

11. 貿易應付款項及應付票據

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	1,136,290	1,209,152
應付票據	105,567	160,424
	<u>1,241,857</u>	<u>1,369,576</u>

本集團通常獲授30至90天(2024年12月31日：30至90天)的信貸期。

以下為於各報告期末按賬齡劃分並根據收到貨品／服務日期或發票日期呈列的貿易應付款項分析：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
30天內	389,907	730,256
31至60天	500,169	284,727
61至90天	182,233	158,228
90天以上	63,981	35,941
	<u>1,136,290</u>	<u>1,209,152</u>

於2025年6月30日及2024年12月31日，應付票據的到期日在六個月之內。

其他資料

企業管治

遵守《企業管治守則》的守則條文

本公司董事會及管理層均致力維持良好的企業管治常規及程序。本公司所遵行的企業管治原則著重高質素之董事會、健全之內部監控，以及對全體公司股東（「股東」）之透明度及問責性。

截至2025年6月30日止6個月，本公司已應用香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄C1之企業管治守則（「企業管治守則」）所載原則，並已遵守所有守則條文（除下列事項外）及建議最佳常規（如適用）。就企業管治守則第C.2.1條守則條文而言，董事會主席及行政總裁職務均由陳志平先生同一人擔任。董事會認為目前有關安排對股東整體利益而言最為恰當且不會損害董事會與本公司管理層之間的權力平衡，其主要基於以下考慮：

- (1) 董事會所作決定需要多數董事批准。目前，本公司董事會由八名董事構成，包括三名獨立非執行董事及一名非執行董事。因此董事會認為董事會內部有足夠的制衡作用；
- (2) 陳先生及其他董事均已承諾履行董事的誠信責任，需要為本公司的利益和最佳利益行事；
- (3) 權力平衡給董事會的運作加以保障。本公司董事會由具不同領域豐富經驗的人才組成，該等成員定期開會討論本集團經營戰略及運營重大事宜；
- (4) 本集團的發展戰略及其它重大經營決策由管理團隊、董事會及董事會轄下專門委員會定期討論後共同作出。

本集團將繼續審視本集團企業管治架構的有效性，以評估將董事會主席與行政總裁職務分開是否確屬必要。

審核委員會

審核委員會目前共有三名獨立非執行董事，分別為鍾山先生、閻小穎先生、王高博士。鍾山先生是審核委員會的主席。彼在會計、審計及財務方面的專業知識有助其領導審核委員會的運作。

審核委員會的主要職責是就本集團的財務與會計慣例、風險管理及內部監控作出關鍵而客觀的檢討，包括考慮法定審核的性質及範圍、審閱本集團的中期及全年賬目以及檢討本集團會計及財務監控是否完整有效。

審核委員會已與本公司管理層及獨立核數師審閱本集團截至2025年6月30日止6個月之未經審核簡明綜合中期財務資料、中期報告、本集團採用之會計原則及會計實務，並已討論了風險管理、內部控制和財務報告相關事宜。

董事的證券交易標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則作為本公司有關董事證券交易行為守則(「證券交易守則」)。經就此事作特別徵詢，所有董事均已確認彼等於截至2025年6月30日止6個月，嚴格遵守證券交易守則有關的規定。

中期股息

今年是本公司上市五週年，為慶祝及紀念這一時刻及表達對股東的感謝，董事會決議宣派截至2025年6月30日止6個月的中期股息，每股20港仙(截至2024年6月30日止6個月：每股5港仙)，支付予2025年9月11日(即記錄日期)名列本公司股東名冊的股東。中期股息預期於2025年9月25日派發，除淨日為2025年9月5日。

暫停過戶登記

本公司將於2025年9月9日至2025年9月11日(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記，在此期間股份轉讓手續將不予辦理。為確定有權獲派中期股息的股東，所有過戶文件連同有關股票最遲須於2025年9月8日下午4時30分前送達本公司之香港股份過戶登記分處，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，以辦理有關過戶手續。

購買、出售或贖回本公司上市證券(包括庫存股)

於回顧期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券(包括庫存股)。除根據符合上市規則第17章的購股權計劃發行股本證券外，本集團於回顧期內並無發行任何股本證券或出售庫存股份以換取現金。於2025年6月30日，本集團並無持有任何庫存股份。

審閱賬目

本公司獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體之獨立核數師審閱中期財務資料」審閱截至2025年6月30日止6個月的未經審核簡明綜合中期財務資料。

回顧期後事項

概無須本公司予以披露的2025年6月30日之後的重大事項。

刊發中期業績公告及中期報告

此中期業績公告已於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.smooreholdings.com刊登。截至2025年6月30日止6個月的中期報告包含上市規則規定需要披露的所有資料，將於適當時候在聯交所和本公司網站刊發。

承董事會命
思摩爾國際控股有限公司
董事會主席
陳志平先生

香港，2025年8月20日

於本公告日期，本公司執行董事為陳志平先生、熊少明先生、王貴升先生及王鑫女士；本公司非執行董事為江敏女士；本公司獨立非執行董事為鍾山先生、閻小穎先生及王高博士。