

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。



ERNEST BOREL HOLDINGS LIMITED

依波路控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：1856)

截至2025年6月30日止六個月之未經審核中期業績

財務摘要

- 截至2025年6月30日止六個月（「**2025財政年度上半年**」）的收益較去年同期（「**2024財政年度上半年**」）減少，由約40.1百萬港元減少至約38.0百萬港元。
- 毛利率由2024財政年度上半年的約48.5% 減少至2025財政年度上半年的約16.5%。毛利由2024財政年度上半年的約19.4百萬港元減少至2025財政年度上半年的約6.3百萬港元。
- 本公司擁有人應佔期內虧損由2024財政年度上半年的約5.3百萬港元增加至2025財政年度上半年的約21.8百萬港元。
- 每股基本及攤薄虧損由2024財政年度上半年的約1.48港仙增加至2025財政年度上半年的約6.04港仙。

業績

依波路控股有限公司（「**本公司**」）董事會（「**董事會**」）謹此公佈，本公司及其附屬公司（統稱「**本集團**」）截至2025年6月30日止六個月之未經審核簡明綜合業績如下：

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

	附註	截至6月30日止六個月	
		2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
收益	3	38,006	40,068
銷售成本		<u>(31,745)</u>	<u>(20,622)</u>
毛利		6,261	19,446
其他收益及虧損淨額		11,405	11,914
其他收入		225	8,127
分銷開支		(8,810)	(7,615)
行政開支		(26,320)	(33,743)
融資成本		<u>(4,511)</u>	<u>(4,840)</u>
除稅前虧損	4	(21,750)	(6,711)
所得稅抵免	5	<u>—</u>	<u>1,374</u>
本公司擁有人應佔期內虧損		<u>(21,750)</u>	<u>(5,337)</u>
其他全面收益			
不獲重新分類至損益的項目：			
重新計量定額福利計劃		—	108
可能於其後重新分類至損益的項目：			
境外業務換算產生的匯兌差額		<u>13,790</u>	<u>(8,103)</u>
期內其他全面收益		<u>13,790</u>	<u>(7,995)</u>
期內全面收益總額		<u>(7,960)</u>	<u>(13,332)</u>
每股虧損－（以港仙表示）			
基本及攤薄	7	<u>(6.04)</u>	<u>(1.48)</u>

簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

		於2025年 6月30日 千港元 (未經審核)	於2024年 12月31日 千港元 (經審核)
資產及負債			
非流動資產			
物業、廠房及設備		39,529	43,650
人壽保單		1,417	1,417
租賃及其他按金	8	11,871	991
無形資產	9	32,672	36,801
遞延稅項資產		4,672	4,540
		<u>90,161</u>	<u>87,399</u>
流動資產			
存貨		304,408	288,123
貿易及其他應收款項	8	130,619	142,533
透過損益按公平值列賬的金融資產		13,091	24,718
銀行結餘及現金		12,458	10,228
		<u>460,576</u>	<u>465,602</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	10	51,916	67,788
應付稅項		1,320	1,225
租賃負債		4,618	4,527
應付關聯方款項		28,049	22,138
應付同系附屬公司款項		298,335	286,804
應付最終控股公司款項		6,899	7,480
銀行及其他借貸		25,261	19,919
		<u>416,398</u>	<u>409,881</u>
流動資產淨值		<u>44,178</u>	<u>55,721</u>
總資產減流動負債		<u>134,339</u>	<u>143,120</u>

	於2025年 6月30日 千港元 (未經審核)	於2024年 12月31日 千港元 (經審核)
非流動負債		
租賃負債	9,751	11,841
銀行借貸	1,636	1,788
遞延稅項負債	28,135	26,823
退休金責任	872	763
	<u>40,394</u>	<u>41,215</u>
資產淨值	<u>93,945</u>	<u>101,905</u>
權益		
本公司擁有人應佔權益		
股本	3,603	3,603
儲備	90,342	98,302
權益總額	<u>93,945</u>	<u>101,905</u>

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

1. 呈列基準

簡明綜合財務報表已按照國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際會計準則第34號（「國際會計準則第34號」）「中期財務報告」及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄D2之適用披露規定編製。

編製簡明綜合中期財務報表所用之會計政策與編製2024年年度財務報表所採納者相同（與於2025年1月1日或之後開始的期間首次生效的新準則或詮釋相關者除外）。

遵照國際會計準則第34號而編製的該等簡明綜合中期財務報表要求使用若干判斷、估計及假設，因而影響會計政策的應用及按年初至今累計基準呈報的資產及負債、收入及開支的金額。實際結果或有別於該等估計。

除另有說明外，該等簡明綜合中期財務報表均以港元（「港元」）呈列。該等簡明綜合中期財務報表包含簡明綜合財務報表及選定說明性附註。該等附註包括對了解自2024年年度財務報表以來本集團財務狀況及表現的變動而言屬重大的事件及交易的說明。該等簡明綜合中期財務報表及附註並不包括根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製整套財務報表所須的所有資料，且應與2024年綜合財務報表一併閱讀。

2. 會計政策變動

國際會計準則理事會已頒佈於本集團當前會計期間首次生效的多項國際財務報告準則之修訂。該等變動發展概無對如何於本中期財務報告內編製或呈列本集團當前或以往期間的業績及財務狀況造成重大影響。本集團並無應用當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

3. 收益及分部資料

收益指於中期期間就銷售手錶產品及智能手錶配件已收及應收款項減去退貨及貿易折扣。本集團的收益於某一時間點確認。

本集團的主營業務為製造及銷售手錶及智能手錶製造業務。向主要經營決策者（亦即本公司執行董事）就分配資源及評估表現報告的資料乃基於本集團視為兩個經營分部的整體表現作出。故此，分部收益及業績與簡明綜合損益及其他全面收益表分別所呈列的數額並不相同。

本集團的營運業務根據其業務性質分別構建及管理。本集團每個可報告經營分部均代表一個策略業務單元，其風險及回報與其他可報告經營分部有別。

本集團的可報告及經營分部如下：

- 手錶業務分部：製造及銷售手錶；及
- 智能手錶製造業務分部：以原設計製造商或原設備製造商形式設計、開發及製造不銹鋼合金錶殼及智能錶殼。

(a) 分部收益及業績

截至2025年6月30日止六個月

	手錶 千港元 (未經審核)	智能手錶 製造 千港元 (未經審核)	未分配 千港元 (未經審核)	總計 千港元 (未經審核)
分部收益				
收益	<u>12,266</u>	<u>25,740</u>	<u>-</u>	<u>38,006</u>
分部業績				
未分配企業收入及開支淨額	(11,038)	(5,743)	-	(16,781)
融資成本	<u>(3,637)</u>	<u>(356)</u>	<u>(518)</u>	<u>(4,511)</u>
除所得稅前虧損	(14,675)	(6,099)	(976)	(21,750)
所得稅抵免	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
除所得稅後虧損	<u>(14,675)</u>	<u>(6,099)</u>	<u>(976)</u>	<u>(21,750)</u>

截至2024年6月30日止六個月

	手錶 千港元 (未經審核)	智能手錶 製造 千港元 (未經審核)	未分配 千港元 (未經審核)	總計 千港元 (未經審核)
分部收益				
收益	<u>22,965</u>	<u>17,103</u>	<u>-</u>	<u>40,068</u>
分部業績				
未分配企業收入及開支淨額	5,285	(3,625)	-	1,660
融資成本	<u>(4,453)</u>	<u>(387)</u>	<u>-</u>	<u>(4,840)</u>
除所得稅前溢利／(虧損)	832	(4,012)	(3,531)	(6,711)
所得稅(開支)／抵免	<u>(124)</u>	<u>1,498</u>	<u>-</u>	<u>1,374</u>
除所得稅後溢利／(虧損)	<u>708</u>	<u>(2,514)</u>	<u>(3,531)</u>	<u>(5,337)</u>

(b) 地區資料

下表提供有關本集團按客戶地點劃分的來自外部客戶的收益分析。

	來自外部客戶的收益	
	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	千港元	千港元
	(未經審核)	(未經審核)
中華人民共和國(「中國」)	30,739	32,409
香港及澳門	3,985	2,418
韓國	–	1,998
東南亞	3,034	624
其他(主要在歐洲)	248	2,619
	<u>38,006</u>	<u>40,068</u>

(c) 有關主要客戶的資料

來自佔本集團總收益10%或以上的客戶的收益如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	千港元	千港元
	(未經審核)	(未經審核)
客戶A	11,038	–
客戶B	–	5,894
	<u>–</u>	<u>5,894</u>

4. 除稅前虧損

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	千港元	千港元
	(未經審核)	(未經審核)
除稅前虧損已扣除／(計入)：		
貿易應收款項減值虧損撥備／(撥回)淨額*	–	396
確認為開支之存貨成本	31,745	20,622
政府補貼#	(30)	–
物業、廠房及設備折舊	6,842	4,510
無形資產攤銷	5,114	6,043
	<u>38,671</u>	<u>31,571</u>
員工成本(包括董事酬金)：		
—薪金及其他福利	22,556	23,842
—退休福利計劃供款	2,959	1,807
	<u>25,515</u>	<u>25,649</u>

附註：

* 計入「其他收益或虧損」

計入「其他收入」

5. 所得稅抵免

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
當期稅項：		
瑞士所得稅	—	(124)
遞延稅項	—	1,498
期內所得稅抵免	—	1,374

香港利得稅乃根據兩個期間的估計應課稅溢利按稅率16.5%計算。由於本集團並無在香港產生應課稅溢利，故並無就兩個期間為香港利得稅作出撥備。

瑞士所得稅乃根據兩個期間的應課稅收入按若干稅率計算。按照瑞士相關稅法，本集團於瑞士註冊成立的附屬公司須繳納直接聯邦稅（「直接聯邦稅」）8.5%（截至2024年6月30日止六個月：8.5%）及州及市鎮稅（「州及市鎮稅」）7.2%（截至2024年6月30日止六個月：7.2%）。

兩個期間的瑞士聯邦預扣稅按於瑞士註冊成立的公司溢利分派的35%稅率繳納。

根據中國企業所得稅法（「企業所得稅法」）及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司的稅率為25%（截至2024年6月30日止六個月：25%）。於兩個期間，由於本集團並無在中國產生應課稅溢利，故並無就企業所得稅作出撥備。

6. 股息

截至2025年及2024年6月30日止六個月並無派付或建議股息，而報告期末後概無建議任何股息。

7. 每股虧損

截至2025年6月30日止六個月的每股基本及攤薄虧損乃根據本公司擁有人應佔虧損約21,750,000港元（截至2024年6月30日止六個月：約5,337,000港元）及期內已發行普通股加權平均數約360,258,000股（截至2024年6月30日止六個月：約360,258,000股）計算。

截至2025年6月30日止六個月概無潛在攤薄普通股為已發行，因此每股攤薄虧損與每股基本虧損相同。

8. 貿易及其他應收款項

	於2025年 6月30日 千港元 (未經審核)	於2024年 12月31日 千港元 (經審核)
非流動：		
購買物業、廠房及設備的按金	10,809	–
租賃按金	1,062	991
	<u>11,871</u>	<u>991</u>
流動：		
貿易應收款項總額	134,751	152,023
減：減值虧損撥備	(17,640)	(17,058)
貿易應收款項淨額	<u>117,111</u>	<u>134,965</u>
其他應收款項	7,334	3,029
其他可收回稅項	750	289
預付款項	4,376	2,473
按金	1,048	1,777
	<u>13,508</u>	<u>7,568</u>
流動貿易及其他應收款項總額	<u>130,619</u>	<u>142,533</u>
貿易及其他應收款項總額	<u>142,490</u>	<u>143,524</u>

貿易應收款項包括應收本公司同系附屬公司款項約14,776,000港元(2024年12月31日：約27,613,000港元)。

本集團給予其貿易客戶的信貸期為30天至360天。貿易應收款項(扣除減值虧損撥備)按發票日期(與各收益確認日期相近)呈列的賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 千港元 (未經審核)	於2024年 12月31日 千港元 (經審核)
0至90天	20,284	36,911
91至180天	8,633	12,594
181至270天	15,695	6,593
超過270天	72,499	78,867
	<u>117,111</u>	<u>134,965</u>

9. 無形資產

	電腦軟件 千港元	技術知識 千港元	客戶關係 千港元	總計 千港元
成本				
於2025年1月1日（經審核）	1,365	34,491	21,126	56,982
增加	–	–	–	–
滙率調整	39	1,000	612	1,651
	<u>1,404</u>	<u>35,491</u>	<u>21,738</u>	<u>58,633</u>
於2025年6月30日（未經審核）	<u>1,404</u>	<u>35,491</u>	<u>21,738</u>	<u>58,633</u>
累計攤銷				
於2025年1月1日（經審核）	184	7,592	12,405	20,181
期內費用	70	1,642	3,402	5,114
滙率調整	7	246	413	666
	<u>261</u>	<u>9,480</u>	<u>16,220</u>	<u>25,961</u>
於2025年6月30日（未經審核）	<u>261</u>	<u>9,480</u>	<u>16,220</u>	<u>25,961</u>
賬面值				
於2025年6月30日（未經審核）	<u>1,143</u>	<u>26,011</u>	<u>5,518</u>	<u>32,672</u>
於2024年12月31日（經審核）	<u>1,181</u>	<u>26,899</u>	<u>8,721</u>	<u>36,801</u>

10. 貿易及其他應付款項

	於2025年 6月30日 千港元 (未經審核)	於2024年 12月31日 千港元 (經審核)
貿易應付款項	35,678	49,225
其他應付款項	5,518	4,885
應計費用	10,228	13,146
銷售貨品產生的合約負債	492	532
	<u>51,916</u>	<u>67,788</u>

貿易應付款項包括應付本公司同系附屬公司款項約87,000港元（2024年12月31日：無）。

管理層討論與分析

於2025年上半年，因全球宏觀經濟大環境不穩及地緣政治局勢緊張，經濟復甦遜於預期，鐘錶行業也受到衝擊，導致本集團收益未如預期理想。本集團將繼續努力拓展業務，於下半年度迎頭趕上，尋求突破。

本集團於2025財政年度上半年錄得收益約38.0百萬港元（2024財政年度上半年：約40.1百萬港元），減少約5.1%。毛利及毛利率分別減少至2025財政年度上半年的約6.3百萬港元（2024財政年度上半年：約19.4百萬港元）及減少至2025財政年度上半年的約16.5%（2024財政年度上半年：約48.5%）。因此，2025財政年度上半年的權益持有人應佔虧損約為21.8百萬港元（2024財政年度上半年：約5.3百萬港元）。

業務回顧

傳統手錶業務

依波路自1856年在瑞士開業，擁有169年的輝煌歷史。一直以來，本集團秉承「瑞士製造」的優良品質及嚴謹品質控制的宗旨，以自有品牌「依波路」設計、生產、營銷及銷售機械及石英名貴手錶。作為其中一家歷史最悠久的瑞士名錶製造商，依波路以「翩翩起舞的情侶」的品牌形象，體現浪漫優雅的氣質，加上其明確清晰的市場定位，成為瑞士情侶錶品牌的領導者。本集團龐大的分銷網絡覆蓋中華人民共和國（「中國」）、香港特別行政區（「香港」）、澳門特別行政區（「澳門」）及其他市場的零售市場。於2025年6月30日，本集團合共擁有700個銷售點（「銷售點」）。

2025年上半年受到全球經濟疲弱影響，瑞士手錶出口額明顯下滑，尤以中國及香港市場的跌幅最為顯著。高級手錶在二級市場的價格持續走低，消費者購買態度趨向保守。消費者行為趨勢方面，越來越重視性價比（CP值）與產品品質。預期消費者將更審慎挑選產品，品牌須著力提升品質與價值以吸引客群。雖然高級手錶仍具市場競爭力，但若要刺激需求與收藏家興趣，品牌必須在設計上創新突破，採用更大膽及色彩繽紛的面盤設計。

中國消費市場的恢復動能低於預期。科技進步與智慧手錶崛起為傳統手錶行業帶來挑戰。然而，只要品牌持續創新並積極應對市場變化，仍有發展空間。

綜合以上，本集團在市場挑戰面前展現了韌性和適應能力。尋求突破，不論在產品研發上，手錶功能上和設計上改革創新。本集團將繼續使產品更多樣化，旨在應對不斷變化的市場環境，而達至提升利潤，在手錶業界站穩陣腳。

中國市場

中國依然為本集團的主要市場。至2025年6月30日止，本集團於國內擁有591個銷售點。來自中國分部的收益由2024財政年度上半年約18.7百萬港元減少約49.2%至2025財政年度上半年約9.5百萬港元，佔手錶業務總收益約77.3%。

香港及澳門市場

至2025年6月30日止，本集團於香港及澳門市場擁有30個銷售點。此等市場的銷售額由2024財政年度上半年約1.8百萬港元減少約11.1%至2025財政年度上半年約1.6百萬港元，佔手錶業務總收益約12.7%。

其他市場

至於2025年6月30日止，本集團於其他市場擁有79個銷售點，主要於東南亞及歐洲。此等市場的銷售額由2024財政年度上半年約2.5百萬港元減少約52.0%至2025財政年度上半年約1.2百萬港元，佔手錶業務總收益約10.0%。

智能手錶製造業務

上半年智能手錶配件廠商接單量明顯減少。由於行業競爭激烈，訂單價格幾乎貼近生產成本，毛利極低。此外，工廠內部未能及時調整人力與資源配置，導致虧損加劇。此表現拖累整體依波路集團的業績表現。集團下半年將重點改善產能規劃及控制成本，以期扭虧為盈。

除此以外，由於大部份客戶主要業務重心圍繞在中國市場，目前中國市場經濟復甦遜於預期，必定對其業務有相應影響，本集團將加強與該等客戶溝通，努力協調跟蹤下半年客戶訂單落實情況。

本集團仍然對智能手錶製造業務前景充滿信心，因為現今消費者均崇尚智能產品，產品智能化是當今時尚潮流。本集團相信，於不久將來智能手錶將佔據手錶行業的最大比重，本集團將繼續努力研發專利結構設計，使產品獨特化，多樣化，吸引更多客戶垂青。

財務回顧

收益及分部資料

本集團的收益由2024財政年度上半年約40.1百萬港元減少約2.1百萬港元或約5.1%至2025財政年度上半年約38.0百萬港元。

手錶業務

手錶業務收益由2024財政年度上半年約23.0百萬港元減少10.7百萬港元或約46.5%至2025財政年度上半年約12.3百萬港元。

智能手錶製造業務

智能手錶製造業務的收入由2024財政年度上半年約為17.1百萬港元增加約8.6百萬港元或約50.3%至2025財政年度上半年約25.7百萬港元。

銷售成本

本集團的銷售成本由2024財政年度上半年約20.6百萬港元增加約11.1百萬港元或約53.9%至2025財政年度上半年的約31.7百萬港元。

手錶業務

手錶業務的銷售成本由2024財政年度上半年約3.6百萬港元增加約3.3百萬港元或約91.7%至2025財政年度上半年約6.9百萬港元。

智能手錶製造業務

智能手錶製造業務的銷售成本由2024財政年度上半年約17.0百萬港元增加7.8百萬港元或約45.9%至2025財政年度上半年約為24.8百萬港元。

毛利

本集團的毛利由2024財政年度上半年約19.4百萬港元減少約13.2百萬港元或約67.8%至2025財政年度上半年約6.3百萬港元。手錶業務於2025財政年度上半年貢獻約5.4百萬港元(2024財政年度上半年:約19.3百萬港元);而智能手錶製造業務於2025財政年度上半年貢獻約0.9百萬港元(2024財政年度上半年:0.1百萬港元)。毛利率由2024財政年度上半年約48.5%減少至2025財政年度上半年約16.5%。

其他收益及虧損淨額

本集團在2025財政年度上半年錄得收益淨額約11.4百萬港元,而2024財政年度上半年則錄得收益淨額約11.9百萬港元。

分銷開支

本集團的分銷開支由2024財政年度上半年約7.6百萬港元增加約1.2百萬港元或約15.7%至2025財政年度上半年約8.8百萬港元，相當於本集團2025財政年度上半年總收益約23.2%（2024財政年度上半年：約19.0%）。

行政開支

本集團的行政開支由2024財政年度上半年約33.7百萬港元減少約7.4百萬港元或約22.0%至2025財政年度上半年約26.3百萬港元。

融資成本

本集團的融資成本由2024財政年度上半年約4.8百萬港元減少約0.3百萬港元或約6.8%至2025財政年度上半年約4.5百萬港元。

本公司擁有人應佔期內虧損

2025財政年度上半年本公司擁有人應佔本集團虧損約為21.8百萬港元，而2024財政年度上半年為虧損約5.3百萬港元。

存貨

於2025年6月30日的存貨約為304.4百萬港元，較於2024年12月31日約288.1百萬港元增加約16.3百萬港元。

貿易及其他應收及應付款項

本集團於2025年6月30日的貿易及其他應收款項約為130.6百萬港元，較於2024年12月31日約142.5百萬港元減少約11.9百萬港元。

本集團於2025年6月30日的貿易及其他應付款項約為51.9百萬港元，較於2024年12月31日約67.8百萬港元減少約15.9百萬港元。

流動資金、財務資源及資本架構

於2025年6月30日，本集團非抵押現金及銀行結餘約12.5百萬港元（2024年12月31日：約10.2百萬港元）。於2025年6月30日，本集團的銀行及其他借款約360.2百萬港元（2024年12月31日：約338.1百萬港元），其中15.8百萬港元（2024年12月31日：18.0百萬港元）為無抵押及免息；及其中約344.4百萬港元（2024年12月31日：約320.1百萬

港元) 為無抵押並以介乎1.5%至7% (2024年12月31日: 1.5%至6%) 的固定年利率計息。於2025年6月30日, 部分銀行及其他借款約1.6百萬港元須於一年後償還, 其餘約358.6百萬港元須於一年內償還。

外匯風險

本集團若干成員公司有外匯銷售, 令我們面臨外匯波動風險。此外, 我們的若干貿易應收款項、其他應收款項及按金、銀行結餘、其他應付款項及應計開支, 以及我們集團內結餘均以外幣計值。

我們將監控外匯走勢, 並將於必要時考慮對沖重大外匯風險。

資產抵押

於2025年6月30日及2024年12月31日, 無已抵押的重大資產。

重大收購及出售附屬公司或聯營公司

於2025財政年度上半年, 本集團並無作出任何投資, 亦無作出任何附屬公司、聯營公司及合營企業的收購或出售。

重大投資及資本資產的未來計劃

截至2025年6月30日, 本集團並無明確的重大投資及收購重大資本資產的未來計劃。

或然負債

於報告期內, 本集團並無任何重大或然負債 (2024年12月31日: 無)。

中期股息

董事會議決不宣派2025財政年度上半年的任何中期股息 (2024財政年度上半年: 無)。

僱員及薪酬政策

於2025年6月30日, 本集團的全職僱員共有457名 (2024年12月31日: 542名)。2025財政年度上半年的員工成本總額 (包括董事酬金) 約為25.5百萬港元 (2024財政年度上半年: 約25.6百萬港元)。

我們向所有全職僱員支付固定薪金，亦可能按僱員職位授予其他津貼。我們的銷售員工亦合資格按彼等達到銷售目標的能力獲發佣金。此外，僱員可根據其表現及我們酌情決定獲獎勵年終花紅。我們進行年度表現考核，以確保僱員就其表現收到反饋意見。

本集團定期為僱員提供培訓，讓彼等掌握本集團產品、技術發展及行業市場狀況的最新情況。此外，本集團高級管理人員亦參加會議，加深對行業的了解。

資本承擔

於2025年6月30日，本集團並無重大資本承擔（2024年12月31日：無）。

報告期後事項

報告期後，本集團概無進行重大事宜。

前景

手錶業務

產品方面

本集團一直堅持製作高質量水平的「瑞士製造」手錶。於未來，本集團會更緊貼市場，把握流行趨勢，分析主要消費者的心態及消費力，運用專業的產品設計能力，務求能設計一些迎合我們目標客戶的男裝錶、女裝錶及情侶對錶系列。

品牌推廣方面

本集團持續透過不同形式的市場營銷方式來推廣及提升「依波路」品牌的知名度，向更年輕及國際化之消費者推廣「依波路」品牌，使「依波路」品牌這份浪漫的文化得以延續。

本集團透過協調線上和線下品牌推廣活動來提升品牌的知名度和市場份額。線上以透過小紅書、Tiktok、IG和臉書等社交媒體溝道宣傳及提升產品曝光率。本集團於本年度增加了更多名人博主於各大社交媒體，推廣及宣傳產品。令品牌更年輕化，吸引更多年青人購買。此外，本集團本年度重整了負責線上銷售的團隊，增設了專營國際市場團隊，志在加強海外市場線上營銷技巧，負責開拓海外客戶，針對海外客戶需要訂造營銷方案。本集團本年度將增加參與海外展覽及主動拜訪海外客戶來開拓海外市場。

經銷管道方面

本集團2025年線下銷售的業績提升的核心，將來自於優質客戶與優質門店的新開發，以及現有客戶與現有門店的業績存量成長。圍繞「穩規模、提利潤」的原則，持續推行靈活且因地制宜的「一地一策」、「一戶一策」銷售政策，提升銷售精準度與市場響應效率。

線下銷售團隊將秉持「逆境求存、創新求變」的精神，與時俱進，積極迎接鐘錶市場結構重整與行業洗牌所帶來的發展契機，主動拓展商機，強化客戶服務意識，做好以下關鍵工作：

- 品牌形象維護：強化視覺與格調一致性，提升品牌價值；
- 銷售輔導與補貨機制：跟進補貨效率，確保進銷比正常；
- 客情關係維繫：主動深度溝通交流，維護良好客戶連結。

品牌致力於擴大整體銷售規模、搶佔市場份額、提升銷售利潤、加快現金流轉速度，確立穩健且具成長潛力的業務方向。

電子商務方面

實行多平臺運營管理

- 對天貓旗艦店、京東自營與POP店鋪進行貨品區隔管理，明確定位
- 優化頁面詳情、主圖與影片內容，提升頁面表現力與用戶停留時間，促進轉化
- 唯品會店鋪方面，強化與合作方的溝通機制，穩定產品供應與價格體系，持續關注產品及銷售數據，力保穩定銷售成果

直播與新管道拓展

- 積極開拓抖音等直播平臺合作，提升品牌曝光與銷售效率
- 拓展店商平臺，尋求新業績增量

營運方面

供應鏈協調與滯銷品處理策略

積極協調供應鏈各部門，強化溝通機制，明確流程梳理與計劃制定，以確保貨品供應穩定有序。海外市場重點清理庫存量少、款式繁多的滯銷產品；而電商及線下則協力與集中處理庫存量多的滯銷品，有效提升庫存周轉率。

品牌價格體系與定位維護

持續推進品牌價格體系的規劃與統籌工作，穩固依波路的高端品牌定位。經歷2024年的價格策略執行後，品牌已獲得消費者與業界更高的認可與信賴。2025年將延續此策略初心，針對各銷售管道進行價格制度的精準規劃與協調，確保產品價值充分展現，增強核心競爭力。產品依據庫存深度劃分為「常規產品」與「處置產品」兩類，並進行嚴格的價格控管。電商部門於常規產品銷售時，在不破壞整體價格體系的前提下，實施月度促銷與大型促銷活動，達成線上線下價格一致化。此外，對於海外市場的定價，電商部門將充分發揮價格托底作用。

庫存結構優化與成本控管

持續優化整體庫存結構，以降低集團總體庫存。根據銷售與庫存現況，嚴格控管訂貨節奏，合理安排生產計劃與報關流程，減少資金佔用與庫存積壓。定期分析滯銷成表與原材料庫存，向相關部門提供消息。

管理方面

落實分區預算責任制，將業績與管理責任明確分配至各責任人。同時強化應收帳款催收機制，加強客戶信用風險管控，確保資金流穩健。

此外，將持續推動內部培訓，涵蓋品牌理念、文化價值與產品優勢等核心內容，提升全員對品牌定位及市場策略的認知與執行力。

智能手錶配件製造業務

鑑於其業務前景與本集團現有業務高度契合，能為本集團的傳統手錶製造提供關鍵組件，包括表殼及其他配件，形成良好的產業鏈協同效應。

其專業優勢將為本集團在鐘錶行業的多元化發展提供寶貴機遇，特別是在智慧手錶領域的技術突破與市場拓展方面。本集團預計，未來智慧手錶加工業務將逐步成為集團的重要收入來源之一，推動整體業務結構提升與收入增長。

隨著全球經濟形勢持續向好，復甦動能逐步增強，我們迎來了嶄新的一年。在回顧過往的基礎上，我們對市場格局保持清晰的認知與判斷，並在董事會的有力指導下，各項推進措施穩步落地，為品牌的長遠發展奠定堅實基礎。

我們對未來充滿信心，全體同仁將齊心協力、各司其職，以飽滿的熱情投入工作，堅定不移地向既定的目標計劃邁進。相信在共同努力下，品牌將邁上新台階，開創更加耀眼的成績。

總結

全球經濟及客戶消費模式正在轉變，雖然疫情已成過去，卻未能令客戶回復信心，宏觀經濟轉趨複雜且充滿挑戰，中國經濟復蘇未如預期均令手錶業務收入受壓。然而，本集團仍然對智能手錶製造業務前景充滿信心，因為現今消費者均崇尚智能產品，產品智能化是當今時尚潮流。本集團相信，於不久將來智能手錶將佔據手錶行業的最大比重，本集團將繼續努力研發專利結構設計，使產品獨特化，多樣化，吸引更多客戶垂青。此外，本集團以往則重於中國地區的業務，往後將努力拓展海外市場，走出國際，吸引更多海外客戶訂單。並努力開拓不同銷售收入的管道，控制一齊行政開支等營運成本，以達至開源節流的目標。最後，本集團全體人員將同心協力緊守崗位克服當前困難，本著不屈不撓的精神為公司打拚，不負各位股東所望爭取更多利潤收入，為本集團創造價值，帶來可持續性的回報。

符合企業管治守則

董事會認為，本公司於截至2025年6月30日止六個月期間一直遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則內所有守則條文。

有關董事進行證券交易的行為守則

本公司已採納標準守則作為董事進行證券交易之行為守則。本公司向全體董事作具體查詢後，全體董事確認，彼等於截至2025年6月30日止六個月內一直遵守標準守則所載規定標準及其有關董事證券交易之行為守則。

簡明綜合財務報表之審閱

本公司已成立審核委員會（「**審核委員會**」），其書面職權範圍遵照上市規則及企業管治守則訂立。審核委員會的職權（其中包括）為就委任、重新委任及罷免外聘核數師向董事會提出建議，並透過提供獨立審閱，以及透過審閱我們的內部控制、風險管理系統及內部審核職能，監督我們的財務及其他報告，協助董事會履行其職責。

至2025年6月30日止，審核委員會由三位獨立非執行董事余志傑先生、吳梓燦先生及項婷女士組成。余志傑先生為審核委員會主席。我們截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期業績及中期報告已由審核委員會審閱，審核委員會認為該等業績及報告乃根據適用會計準則及規定編製，並已作足夠披露。審核委員會推薦董事會予以採納。

購買、出售或贖回上市證券

本公司或其附屬公司於截至2025年6月30日止六個月內概無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

刊發中期業績公告及中期報告

本公告分別於香港聯合交易所有限公司之網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.ernestborel.ch)刊發。本公司截至2025年6月30日止六個月的中期報告將於上述網站刊發及將於適當時間寄發予本公司股東。

承董事會命
依波路控股有限公司
主席
Teguh Halim

香港，2025年8月28日

於本公告日期，董事會包括下列成員：

執行董事： Teguh Halim 先生及孔樂先生

非執行董事： 熊鷹先生

獨立非執行董事： 余志傑先生、吳梓燦先生及項婷女士