

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Keep Inc.

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：3650)

截至2026年6月30日止六個月之中期業績公告

中期業績摘要

	截至6月30日止六個月		
	2026年	2025年	同比變動
	人民幣千元	人民幣千元	(%)
	(未經審計)	(未經審計)	
收入	825,069	821,752	0.4
毛利	422,018	429,080	(1.6)
毛利率(%)	51.1	52.2	(1.1)個百分點
期內虧損	(12,190)	(35,429)	(65.6)
期內經調整利潤淨額(非國際財務報告準則計量)(附註)	5,877	7,473	(21.4)
經調整淨利潤率(%)	0.7	0.9	(0.2)個百分點

附註：

我們將截至2026年及2025年6月30日止六個月的經調整利潤淨額界定為，虧損扣除以股份為基礎的薪酬開支及投資的公允價值變動淨額。

以股份為基礎的薪酬開支主要指就於2021年6月採納的經修訂及重列2016年僱員購股權計劃（「**2016年計劃**」）、於2021年6月採納的經修訂及重列2021年僱員購股權計劃（「**2021年計劃**」）及首次公開發售後股權激勵計劃（「**2023年計劃**」）產生的非現金僱員福利開支。預計相關開支於任何特定期間內均不會導致未來現金支付。

投資的公允價值變動淨額指我們於非上市實體的投資中按公允價值計量且變動計入損益的金融資產的公允價值收益淨額。該等公允價值變動與我們的核心業務及經營業績無關，會受市場波動影響，且屬非現金性質。剔除該項目可為投資者提供更相關及有用的資料，以評估我們的表現。

Keep Inc. (「本公司」或「Keep」) 的董事 (「董事」) 會 (「董事會」) 欣然宣佈本公司、其附屬公司及綜合聯屬實體 (統稱為「本集團」) 截至2026年6月30日止六個月 (「報告期」) 的未經審計綜合業績。本中期業績公告的內容乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則 (「上市規則」) 有關中期業績初步公告的適用披露規定所編製。

在本公告中，「我們」及「我們的」指本公司，如文意另有所指，則指本集團。

管理層討論及分析

步入2026年，中國經濟整體穩中有進，結構向新向優，消費端溫和修復：居民支出趨於理性，線上化、服務化持續跑出相對優勢。《體育強國建設「十五五」規劃》出台，強調發展質量，培育體育消費和產業市場，運動健康賽道正從單一場景拓展為服務、訓練與健康管理並重，長青賽道屬性未變。與此同時，AI正從技術競賽邁入價值兌現的階段，Keep憑藉在運動垂類沉澱的數據與技術能力，正逐步轉型為「AI驅動運動健康生態」的新模式，長期護城河路徑愈發清晰。2026年上半年，Keep把握換擋提速的關鍵窗口，果斷取舍，一方面重構App體驗，強調更純粹的工具價值，並持續推動人工智能能力升級；另一方面自有品牌運動產品業務在大盤走弱下實現強勁增長。自有品牌運動產品業務與線上業務的互補組合降低了周期性風險，兼具防禦韌性與可擴張性。本公司守住業務核心陣地，商業化規模平穩，經營結果健康，為公司在新舊動能切換中提供保障。這一階段雖有舊引擎換擋必經的陣痛，卻也是新引擎起跑前的蓄力，為下個階段加速起跳蓄勢。

業務回顧

關鍵運營數據

下表載列我們於所示期間的若干關鍵運營數據：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
平均月活躍用戶（「月活躍用戶」）（千名）	18,580	22,486
每名月活躍用戶的每月平均收入（人民幣元）	7.4	6.1
平均月度訂閱會員（千名）	2,169	2,787
會員滲透率	11.7%	12.4%

概覽

Keep始終錨定「AI驅動的運動健康生態」這一長期戰略方向。2026年上半年，我們的發展圍繞兩條主線推進：其一，開發領先的運動健康大語言模型（「LLM」）Keepace.ai並將其應用落地到Keep App，其二，通過產品升級和渠道拓展推動自有品牌運動產品業務回到快速增長路徑。

我們持續投入和發展多層次的AI能力，打造運動健康垂直模型、推動App端的應用落地並探索B端應用場景的拓展。2026年4月，App 9.0改版讓產品回歸運動本質，開練率和留存率等用戶指標正向提升；同期發佈的自研運動健康垂直模型 Keepace.ai，在運動課程生成、運動知識問答與運動數據解讀三項核心任務上綜合表現均優於主流通用大模型，驗證了在運動健康領域，垂直模型在科學性、安全性和個性化適配等方面更具優勢。我們的模型能力已投入App核心場景並迅速發展：期內上線AI生成課程超8,000節，覆蓋主要運動品類，日均token調用量較改版前翻倍。

自有品牌運動產品業務在經歷2025年的深度調整後走出谷底，收入同比增長21.7%，毛利率同比提升5.3個百分點。這一高質量增長源自產品、渠道與供應鏈的協同發力，推進業務規模和經營利潤均實現強勁增長。2026年為本公司消費品出海元年，報告期內試點成功數個爆款產品，海外收入達人民幣約22.1百萬元，邁出持續增長的第一步。

2026年上半年，本集團錄得總收入人民幣825.1百萬元，同比增長0.4%，收入規模平穩，主要受自有品牌運動產品業務增長驅動，部分抵消了線上業務下滑影響。整體毛利率同比下降1.1個百分點至51.1%，主要受自有品牌運動產品收入佔比提升（而自有品牌運動產品業務毛利較線上業務低）的結構性影響，以及廣告業務中線下賽事模式佔比提高的影響。期內，本集團改善經營效率，費用投入剋制，經營費用結構進一步改善，經營虧損同比大幅收窄70.4%至人民幣12.5百萬元；經調整利潤（非國際財務報告準則計量）人民幣5.9百萬元，經調整利潤率0.7%。截至2026年6月30日，本集團的資產負債結構穩健，無有息金融負債，現金儲備充裕。

截至2026年6月30日止六個月，我們的平均月活躍用戶和平均月度訂閱會員數分別為18.6百萬和2.2百萬，2025年同期分別為22.5百萬和2.8百萬；會員滲透率達到11.7%，2025年同期為12.4%，每名月活躍用戶的每月平均收入在2026年上半年達到人民幣7.4元，去年同期為人民幣6.1元。期內，本公司用戶規模下降主要因為平台內低運動意願用戶的流失。而會員規模下降除了受用戶規模影響以外，其他因素包括現有會員權益對高活躍用戶中佔比提高的跑步、騎行等戶外用戶需求匹配不足、以及報告期間B端會員受到渠道政策波動影響。報告期間，月活躍用戶及日活躍用戶(DAU)運動率同比持續提升，月活躍用戶月平均運動時長同比增長15.3%，反映出用戶結構正逐步向高黏性、高活躍人群集聚。自2026年4月底App 9.0版本上線後，App首頁完練率、總體用戶留存水平較改版前明顯提升，App 9.0版本有效簡化了用戶開練路徑並逐步修復App大盤數據。此外，隨着2026年8月App 9.1版本的發佈，進一步豐富了會員層級結構，帶動增量AI會員收入。

高活躍用戶在我們平台上積累了大量真實高頻的運動數據，以及許多用戶基於對Keep的信任而將第三方設備的數據整合到我們平台進行集中管理，我們擁有運動健康領域最為廣泛的數據資產。我們深信，簡單的記錄、統計已不足以滿足用戶需求，我們將把握大模型發展的契機，將數據和AI結合，向個性化、智能化進化，形成深刻的運動洞察，為用戶提供前瞻性和富有意義的指導。我們將持續推動「數據洞察、用戶反饋、模型升級」的正向飛輪。我們的自有品牌運動產品業務已經調整到位並進入較快的增長路徑，App通過9.0改版和AI應用升級為運動用戶提供全新價值，逐步帶動AI會員和B端 AI服務等商業化價值的兌現。我們也會將數據洞察轉化為敏捷的產品開發能力，支撐自有品牌運動產品不斷躍遷，增厚Keep品牌價值，實現App和自有品牌運動產品業務跨越周期的增長。

線上業務回顧：發展領先的運動健康AI平台

報告期內，本公司持續朝「AI驅動的運動健康生態」的長期戰略方向升級能力，加速邁向「模型驅動的運動平台」。我們上線了專業而省心的App 9.0，發佈了Keepace.ai運動健康垂直模型 1.0版，並持續推進平台上數據資產、工具與模型的整合和模型能力的提升。我們的工作重點主要圍繞以下三個方面：一是提升平台存量用戶，尤其是活躍用戶的滿意度和黏性，使Keep成為用戶開練的首選平台；二是不斷進化Keepace.ai垂直模型，為App賦予個性化、能指導、能反饋的AI服務能力，並創造更廣闊的商業化空間；三是開始探索向外部輸出Keepace.ai在運動健康方面的解決方案，為不同行業的用戶提供AI能力，拓展新的增長曲線。

1. 首發和持續升級垂類運動健康大模型 *Keepace.ai*

長期以來，運動健康服務面臨專業性、個性化與低成本供給難以兼顧的行業痛點。通用大模型的快速發展，為運動健康服務的智能化帶來了新的可能。然而，通用大模型在運動健康場景應用中仍存在不足，包括安全性、知識來源和個性化匹配能力等方面。因此，我們認為構建針對運動健康垂直領域優化的專用模型，確保每一項輸出都符合高專業度、高安全性、強匹配度和可執行性，是推動深度服務運動健康用戶的關鍵路徑。2026年4月，Keep發佈自研運動健康垂直模型 *Keepace.ai*，整合平台長期積累的、真實多樣的運動數據、運動科學專業文獻及行業專家知識對開源大模型進行後訓練，以專業、安全、個性化為目標打造運動健康垂直模型。

Keepace.ai 1.0版本構建了可統一處理用戶畫像信息、運動記錄數據與智能傳感器數據與自然語言指令的模型框架。我們在後訓練時主要聚焦運動健康場景中的三大核心需求：(1)課程生成：基於用戶體徵、目標及場景約束，智能編排完整課程方案；(2)知識問答：在安全優先的約束下，提供精準可執行的科學運動指導；(3)數據解讀：融合心率、配速及傷病史等多維數據，執行動態風險排查、並提供階段性調整建議。

發佈MoveBench運動健康場景AI評測框架

定義行業評測標準，正成為垂直AI領域的核心競爭力，本公司聯合運動科學及算法領域專家，自主研發並發佈面向運動健康場景的標準化評測框架MoveBench，圍繞訓練課程生成、運動知識問答及運動數據解讀三大核心任務，設置66項評測標準，系統考察模型在運動安全性、科學準確性、個性化適配及建議可操作性四個維度的表現。在MoveBench框架下，本公司對GPT-5.5、Doubao Seed-2.0 Pro、DeepSeek V4 Pro、Qwen3.5-397B及Grok-4.1等主流通用大模型進行了橫向評測。結果顯示，Keepace.ai綜合得分達94.3，在訓練課程生成(95.1)及運動知識問答(91.7)兩個任務維度上均位居所有參測模型首位，整體綜合得分與業界頂尖通用LLM持平，驗證了Keepace.ai在高專業門檻、高安全要求的運動健康場景中具備顯著的垂直領域優勢。

Keepace.ai在App各項核心場景中不斷落地

訓練課程：我們推出並持續迭代運動課程Agent，現已實現對重點品類包括健身房器械、徒手訓練、瑜伽、跑步、操課的覆蓋，且審核通過率已穩步提升到75%以上。通過模型高效率生成高質量課程已經成為我們的核心能力之一，在本公司內部完成人工智能生成內容(AIGC)產課管線的全面替換。

自2026年4月下旬，經Keepace.ai輔助及專家評審把關，我們於2026年上半年已上線超8,000節AI課程，覆蓋十餘種品類，AI課程累計開練超30萬次。AI生成課程不僅顯著降低了人工產課成本與審核負擔，解決長尾細分需求，兼顧「規模化」與「個性化」的供給邏輯，實現運營效率與服務能力的雙重提升。

語音陪跑：基於Keepace.ai我們優化了語音陪跑Agent，以解決語音雙向交互功能、延時和成本等局限性。在交互功能上，除了基本的實時查詢跑步狀態、天氣、主動播報以外，還增加了地理位置及標誌建築問詢、站內異步工具調用等實用功能。在延時方面，實現用戶端回答控制在1秒，即「話音剛落回答就來」的較好體驗。同時大幅降低成本，使得音頻交互可以成為跑步和其他場景可實際落地的Agent能力。

Keepace.ai於2026年8月中旬正式完成國家及北京市大模型備案，我們將以此為起點，持續拓展Keepace.ai的能力和應用落地，一是拓展更為豐富好用的工具能力，例如我們計劃開發的實時訓練中視頻指導能力；二是推動App從內容供給和數據記錄逐步走向理解用戶和給與指導；三是探索向智能硬件廠商、醫療健康服務平台、金融保險平台等第三方輸出運動健康大模型能力。

AI會員：本公司於2026年8月發佈App 9.1版本，並將AI能力整合為獨立付費權益「超級AI會員」，涵蓋AI語音互動跑、多維數據分析（飲食、訓練、睡眠）、身體年齡、健身房工具等功能。超級AI會員的訂閱用戶主要為高運動活躍度人群，當中戶外運動人群佔相當比例。我們觀察到AI數據分析和身體年齡是普通會員升級AI會員的觸發點。

2. 以回歸專業、好用為目標重塑App體驗

我們於2026年4月發佈了App 9.0版本，並於2026年8月升級至9.1版本，始終以「好用、專業」為主線，致力讓Keep App成為用戶最信賴的健身健康夥伴。App改版邏輯回歸運動本質：短期內，聚焦打磨好用的內容與工具供給，優化App內交互佈局，簡化用戶開練路徑；長期看，將逐步演進為以AI驅動的智能運動健康服務。我們對App板塊調整優化，提升產品體驗：

- **內容擴容，降低體驗門檻：**隨着內容品類持續擴容，約五分之一精品會員課程向用戶免費開放；首頁由信息流瀏覽改為結構化運動主題推薦，更貼近用戶目標，吸引輕度用戶嘗鮮，方便專業用戶進階。
- **AI能力多點嵌入，滲透更多場景：**App 9.1版本的日程板塊由靜態提醒升級為AI引導的日程管理，運動板塊強化極速開練入口，將AI能力植入用戶運動的「前、中、後」全體驗鏈路，包括：運動前提供引導式日程管理，運動中上線AI語音陪跑，日常飲食拍照記錄及多項身體指標評估等觸點，推動服務從單一訓練環節延伸至用戶日常運動與健康管理，為流量向高價值場景轉化打下基礎。
 - 日均Tokens調用量從2026年3月的84億增至2026年7月的185億，實現翻倍。2026年4月底App 9.0版本推出後，2026年5月起Tokens調用量迎來顯著躍升，2026年6月Tokens調用量即突破5,000億；月度調用次數從3月的近7,200萬次持續增至2026年6月和2026年7月的1億次以上。

- **數據中心升級，從靜態展示轉向整體健康評估：**持續推動數據中心建設，優化健康數據的呈現方式，更便於用戶感知和解讀。打通底層各類數據資產，橫向圍繞飲食、睡眠、訓練和身體等用戶關心的維度，縱向逐步構建運動能力、睡眠評分、身體年齡等用戶更易理解的評分體系構建；逐步打通數據事件（如運動記錄、睡眠記錄、飲食記錄）和評分體系的因果關聯，使數據資產能夠被大模型所理解，真正深度理解用戶狀態、伴隨用戶訓練的變化提供專業評估與針對性建議，成為可以長期服務用戶運動的智能系統。

3. 成為AI時代運動健康模型能力輸出方

隨着我們的運動健康垂直模型在「技術－數據－體驗」上持續迭代，除了向Keep App提供C端模型能力，我們將致力於成為運動健康行業的模型能力供給方。在C端，本公司將持續把動作庫、課程庫、身體指標體系等運動科學資產轉化為App內可感知的服務升級，強化核心用戶黏性與運動心智，推動App成為陪伴用戶運動生命周期的智能平台。在B端方向，我們正與運動健康智能硬件廠商、金融保險公司等第三方協作，對齊需求和解決方案。我們將打造由垂直模型、Agent和Keep App層的綜合供給方案。在模型層，我們可以為B端客戶部署專業且低成本的運動健康垂直模型（支持API調用或私有化部署）；在Agent層，提供Keep成熟經驗證的Skills、官方專業能力組件、或者Harness配套，亦可通過工程共創支持個性化需求和評測服務；在Keep App方面為客戶提供生態價值，如定製品牌AI教練。商業模式上，本公司探索以平台訂閱、項目制服務與Token調用量計費等多種方式以推進商業化進程。

報告期間，線上賽事業務受周期性IP熱度回落影響，策略轉向存量精細化運營，收入規模同比下降。同時，本公司積極開拓線下賽事IP矩陣，旗艦路跑IP「城市K馬」經過兩年歷練已實現規模化運營，今年上半年首屆「野人節」越野賽在崇禮成功試水，核心賽制為獨創「野人三項」，集越野跑、定向賽、障礙賽於一體，融合部落積分、明星隊長及家庭賽道等趣味機制，吸引超2千人參賽，同時也帶動廣告業務收入規模同比增長。我們將繼續探索和培育線下IP賽事矩陣，打造穩定的線下用戶運營陣地，提升賽事影響力和長線商業化價值。

自有品牌運動產品業務回顧：迭代能力構築增長確定性

報告期內，面對充滿挑戰的消費環境，自有品牌運動產品實現「規模與盈利」雙提升：收入同比增長21.7%至人民幣482.5百萬元，毛利率同比提升5.3個百分點至40.1%，印證主動結構重構已產生正向循環。此成果源於產品、渠道、供應鏈三大能力的持續迭代與相互強化：供應鏈整合增效夯實了成本結構、提升渠道履約效率，為產品場景化創新與渠道深耕提供支撐，三者協同推動運營層面協同增效，實現經營質量「量質齊升」。

1. 產品能力：場景化打法持續驗證

Keep優勢品類的核心用戶以「初次運動、改善體態與健康」為主要訴求的入門及輕量運動群體為主，用戶觸點廣泛分佈於電商、內容平台、分銷等多元渠道，為品類增長提供了不依賴App單一入口的消費者基礎。基於這一判斷，本公司重申「聚焦室內健身場景」的產品策略，確立「核心場景做深、相鄰場景適度投入、探索性品類小步驗證」的產品打法。報告期內老品複購穩固、新品持續爬坡，核心場景品類增長表現突出，帶動品類矩陣結構性完善。

- **運動裝備**：延續增長引擎地位，期內收入同比增長49%，佔自有品牌運動產品收入比例在60%以上。聚焦室內健身強場景，圍繞增肌、瑜伽、塑形三大核心場景完成產品體系化升級，瑜伽品類從單一墊類產品向「居家訓練系統」延伸，完善球、磚、舒展帶等訓練矩陣；增肌品類從單件器械向可持續進階的家用力體系統演進，強化重量梯度與人體工學設計；塑形品類從單一爆品向可複用的場景化訓練組合發展。

2026年上半年，瑜伽類目總銷售額（「**GSV**」）同比增長33%（其中瑜伽墊**GSV**同比增長15%，穩居體量最大的核心基本盤，瑜伽球、瑜伽磚**GSV**同比分別大幅增長127%和239%），強化居家瑜伽心智；增肌訓練類目**GSV**規模同比增長63%（啞鈴、壺鈴**GSV**分別同比增長98%及61%，單雙槓／引體向上類產品同比增長189%），反映用戶居家力量訓練需求的持續釋放；減脂塑形類目**GSV**同比增長49%（踏步板、呼啦圈分別同比增長176%及120%），驗證了訓練效果與體驗升級需求的兌現；水上裝備**GSV**同比增長43%，戶外裝備**GSV**同比增加18%，受益於護腕、襪子、運動巾等細分場景的放量，逐步把居家強場景的產品優勢延展至更廣泛的運動人群。

- **運動食品**：收入同比增長39%，產品矩陣從健康零食和肉類的升級為「減脂代餐、運動營養、營養素補充」；期內新品收入佔比超過1/3，頭部新庫存單位（「SKU」）貢獻近半新品收入，選品能力持續驗證；肉類基本盤穩健（新品即食牛腱子肉銷量達16.8萬件／GSV超過人民幣2.0百萬元）；運動營養品類從單一蛋白棒品類向「肌酸、蛋白粉、蛋白棒」多元矩陣升級（肌酸作為拳頭新品貢獻顯著，GSV超過人民幣1.4百萬元），營養素補充作為全新開拓的品類，標桿單品深海魚油跑通產品路徑，驗證了向大眾健康消費品類拓展的潛力，推動向多品類、多渠道的規模化增長演進。
- **服裝**：仍處場景培育期，收入規模與去年同期持平，但聚焦室內健身、瑜伽及馬拉松三大場景的產品力已顯著提升，跑步系列精準匹配初跑（K5）、高頻訓練（K10）及精英破風（KPB）的多元需求，融入美學設計、持久降溫科技與超輕面料，提升跑步場景的產品力與質感。運動短褲等新品自二季度起銷售放量，男裝GSV增長超過50%。2026年上半年系統佈局線下運動場景的綜合營銷，依托城市K馬、馬拉松賽及馬拉松博覽會、多城跑團社群及CHINAFIT等頂級行業展會、瑜伽大師課等標桿活動，精準觸達精英跑者與核心健身人群圈層，放大核心產品認知度和人群滲透。
- **智能硬件**：堅持資源效率優先，繼續推動居家大器械及智能穿戴業務向集約化、健康化轉變。報告期內，智能硬件佔自有品牌運動產品收入比重降至13%，實現存貨周轉與研發效率的持續改善。業務端堅持精準迭代，智能穿戴聚焦端側AI體驗突破，居家大器械深耕核心場景提效，築牢經營質量提升的基礎。

2. 渠道能力：重點渠道深耕

報告期內，本公司顯著提升渠道運營效率，印證「重點渠道深耕」打法的有效性。分渠道看：平台電商仍是基本盤，天貓、京東保持穩健增長，分銷渠道GSV同比增長34%；抖音渠道GSV增長50%以上，裝備品類核心單品已在該渠道形成一定規模。本公司通過內容種草、線下賽事及活動運營撬動運動心智積累優勢，擴大品牌聲量與渠道曝光；同時加強內容電商渠道的選品與內容運營能力，建立「產品－渠道」匹配，推動營銷、渠道、供給三方能力協同。

海外業務方面，2026年作為出海元年，雖尚處於早期階段，但已展現出強勁的增長動能。2026年上半年收入規模快速突破人民幣22.1百萬元，以Amazon、TikTok為主要渠道，品類佈局以健身裝備等優勢品類為主。本公司逐步試出多個大單品，明星單品8字拉力器銷量突破約9萬件，8字拉力器、筋膜槍、俯臥撐架排進TikTok小類前三，瑜伽墊、瑜伽磚跑進Amazon小類前十；本公司正推進多海外電商平台的合作籌備，為海外渠道網絡拓展奠定基礎。

3. 供應鏈能力：體系整合與深耕

報告期內，本公司持續深化供應鏈體系建設，圍繞成本管理、交付能力提升、小單快反及產業帶深度合作等方向，針對不同品類特性推進差異化的供應鏈優化策略，推動供應鏈管理從個案式問題處理向體系化、常態化管理機制轉型，自有品牌運動產品存貨周轉天數同比縮短5天。供應鏈能力持續支撐產品端毛利率改善及渠道端履約增效，築牢市場擴張的根基。

境內市場仍是我們的核心陣地，可觸達市場正逐步向海外延伸，未來，我們將依托體系化的供應鏈能力，持續提升渠道適配與履約效能，穩健支撐境內外業務的長遠擴張，同時，我們將密切關注宏觀消費環境與行業競爭格局的動態變化，靈活調整資源投入節奏。隨着產品、渠道及供應鏈重構成效的持續釋放，本公司已奠定堅實的增長動能，我們將全力打造具備良好規模基礎、強勁產品競爭力與優質品牌口碑的業務體系，在廣闊的增長空間中，驅動自有品牌運動產品業務跨入規模與效益雙躍升的新階段。

展望

2026年上半年，我們持續對自研運動健康垂直模型、線上App和自有品牌運動產品業務進行調整和恢復增長的戰略舉措。展望2026年下半年及未來，我們將繼續執行既定戰略，推動AI的持續發展和投入、在應用端的落地和商業化拓展，擴充消費品的品類和渠道佈局以實現較快的增長，使公司重回可持續的增長路徑。

- **線上業務**方面，我們將保障穩定的AI投入強度，使Keepace.ai在運動健康行業保持領先，並推動模型的應用落地。面向C端，我們將以回歸運動本質的App 9.0及以後版本的App為基礎，把Keepace.ai的能力落地更多場景如定制課程、練中指導、練後複盤等環節，逐步從單點能力走向「理解－生成－執行－反饋－優化」的閉環。我們也將拓展Keepace.ai的多模態處理能力，包括動作視頻、圖像、語音、實時傳感器信號以及訓練環境信息，從而在場景化和可落地上進一步提升。當垂直模型把AI教練的價值充分落地且持續被用戶所認可，多級會員權益與運動活躍人群形成合理的匹配關係，每名用戶平均收入值(ARPU)更高的AI會員將打開App商業化的天花板。面向B端，本公司將探索以垂類模型與Agent部署能力對外輸出，在行業應用中驗證垂類模型的價值並拓展生態邊界。
- **自有品牌運動產品業務**已完成結構性調整，回到穩定增長的上行階段。我們將重點加強渠道能力，境內電商平台精細化管理，打造直播及短視頻等內容平台的營銷能力，拓展分銷渠道的增長潛力。與此同時，加快海外多市場、多渠道的拓展速度，打造爆品能力，實現高速增長。另一方面持續打磨產品力，圍繞核心運動場景推進品類佈局，以紮實的產品競爭力逐步擴大市場份額，海外業務作為公司增長的新引擎，將通過渠道與品類的協同快速擴大規模。

隨着各項業務加速轉化為核心競爭優勢，協同效應全面釋放，我們有信心持續鞏固用戶基底、提升用戶黏性與生命周期價值，Keep致力於夯實商業模式的長效生命力，為本公司全體股東（「股東」）及利益相關者創造穩健增量的長期價值。

財務回顧

收入

截至2026年6月30日止六個月的總收入為人民幣825.1百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣821.8百萬元增加0.4%，主要由於自有品牌運動產品及廣告及其他產生的收入增加，部分被線上會員及付費內容收入減少所抵銷。下表載列於所示期間按服務或產品類型劃分的收入明細：

	截至6月30日止六個月		同比變動 (%)
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)	
收入：			
自有品牌運動產品	482,530	396,650	21.7
線上會員及付費內容	246,385	337,122	(26.9)
廣告及其他	96,154	87,980	9.3
總計：	825,069	821,752	0.4

截至2026年6月30日止六個月，自有品牌運動產品的收入為人民幣482.5百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣396.7百萬元增加21.7%。該增加主要由於產品吸引力提升，帶動產品側的裝備收入增加以及渠道側的線上零售平台收入增加。

截至2026年6月30日止六個月，線上會員及付費內容的收入為人民幣246.4百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣337.1百萬元減少26.9%。該減少主要由於線上會員的訂閱會員數及線上體育賽事的付費用戶人數減少。

截至2026年6月30日止六個月，廣告及其他的收入為人民幣96.2百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣88.0百萬元增加9.3%，主要受線下體育活動的廣告投放收入增加所帶動。

營業成本

截至2026年6月30日止六個月，營業成本為人民幣403.1百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣392.7百萬元增加2.6%，與報告期的收入變動方向一致。

	截至6月30日止六個月		同比變動 (%)
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)	
營業成本：			
自有品牌運動產品	288,845	258,653	11.7
線上會員及付費內容	66,448	96,609	(31.2)
廣告及其他	47,758	37,410	27.7
總計：	403,051	392,672	2.6

截至2026年6月30日止六個月，自有品牌運動產品的成本為人民幣288.8百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣258.7百萬元增加11.7%，主要由於與收入情況對應的銷售存貨成本增加。

截至2026年6月30日止六個月，線上會員及付費內容的成本為人民幣66.4百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣96.6百萬元減少31.2%，主要歸因於線上體育賽事的成本以及支付予第三方應用商店及其他支付渠道的渠道費用分別減少人民幣12.9百萬元及人民幣10.6百萬元，與相關收入減少相對應。

截至2026年6月30日止六個月，廣告及其他成本為人民幣47.8百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣37.4百萬元增加27.7%，主要歸因於廣告製作成本增加人民幣8.5百萬元，這主要對應線下廣告活動。

毛利及毛利率

由於上文所述，截至2026年6月30日止六個月的毛利為人民幣422.0百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣429.1百萬元減少1.6%，主要由於線上會員及付費內容的毛利以及廣告及其他的毛利均有所減少，部分被自有品牌運動產品的毛利增加所抵銷。

截至2026年6月30日止六個月的毛利率為51.1%，較截至2025年6月30日止六個月的52.2%減少1.1個百分點，主要由於自有品牌運動產品的收入貢獻增加所帶動的收入組合變動，以及線下廣告活動的成本增加。

自有品牌運動產品的毛利率由截至2025年6月30日止六個月的34.8%增加5.3個百分點至截至2026年6月30日止六個月的40.1%，主要受產品組合完善及成本管理改進所推動。

線上會員及付費內容的毛利率由截至2025年6月30日止六個月的71.3%增加1.7個百分點至截至2026年6月30日止六個月的73.0%，主要由於線上會員訂閱的收入佔該分部收入比例提升及成本管理改進。

廣告及其他的毛利率由截至2025年6月30日止六個月的57.5%減少7.2個百分點至截至2026年6月30日止六個月的50.3%，主要由於線下廣告活動成本增加。

履約開支

截至2026年6月30日止六個月，履約開支為人民幣52.4百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣43.8百萬元增加19.6%，與自有品牌運動產品收入的增長一致。

銷售及營銷開支

截至2026年6月30日止六個月，銷售及營銷開支為人民幣234.5百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣223.5百萬元增加4.9%，主要由於支付予第三方電商平台的服務費及佣金費用增加人民幣11.1百萬元，與自有品牌運動產品收入的增長一致，以及品牌代言費增加人民幣4.7百萬元，部分被銷售及營銷人員成本（包括相應以股份為基礎的薪酬開支）減少人民幣4.7百萬元所抵銷。

行政開支

截至2026年6月30日止六個月，行政開支為人民幣56.0百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣82.8百萬元減少32.3%，主要由於以股份為基礎的薪酬開支減少人民幣24.0百萬元。

研發開支

截至2026年6月30日止六個月，研發開支為人民幣124.8百萬元，較截至2025年6月30日止六個月的人民幣162.4百萬元減少23.2%，主要由於研發人員成本（包括相關以股份為基礎的薪酬開支）減少人民幣32.2百萬元以及外包及其他人工成本減少人民幣4.1百萬元，主要由於人工智能技術的提升提高了勞動生產力。

期內虧損

由於上文所述，截至2026年6月30日止六個月的虧損為人民幣12.2百萬元，而截至2025年6月30日止六個月的虧損則為人民幣35.4百萬元。期內虧損減少主要由於以股份為基礎的薪酬開支減少人民幣23.7百萬元。截至2026年6月30日止六個月，經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）為人民幣5.9百萬元，而截至2025年6月30日止六個月的經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）則為人民幣7.5百萬元。

非國際財務報告準則計量

為了補充我們根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則列報的綜合財務資料，我們還使用經調整利潤淨額作為額外財務計量，而此非國際財務報告準則會計準則的要求或並無按照其列報。

我們認為，經調整利潤淨額為投資者及他人提供有用的資訊，助其以與管理層相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們的經調整利潤淨額列報可能無法與其他公司列報的類似名稱的計量進行比較。經調整利潤淨額作為一種分析工具有其局限性，閣下不應將其與國際財務報告準則會計準則下所報我們的經營業績或財務狀況的分析分開考慮，也不應將其作為此項分析的替代項。

我們將截至2026年及2025年6月30日止六個月的經調整利潤淨額界定為虧損，扣除以股份為基礎的薪酬開支及投資的公允價值變動淨額。

我們剔除以股份為基礎的薪酬開支，原因是其並無涉及任何現金流出，因為以股份為基礎的薪酬開支主要指就2016年計劃、2021年計劃及2023年計劃產生的非現金僱員福利開支。預計相關開支於任何特定期間均不會導致未來現金支付。

投資的公允價值變動淨額指我們於非上市實體的投資中按公允價值計量且變動計入損益的金融資產的公允價值收益淨額。該等公允價值變動與我們的核心業務及經營業績無關，會受市場波動影響，且屬非現金性質。剔除該項目可為投資者提供更相關及有用的資料，以評估我們的表現。

下表載列所呈報期內經調整利潤淨額與按照國際財務報告準則會計準則計算及列報的最直接可資比較財務計量（即截至2026年及2025年6月30日止六個月的虧損）的對賬：

	截至6月30日止六個月	
	2026年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
虧損與經調整利潤淨額的對賬		
（非國際財務報告準則計量）：		
期內虧損	(12,190)	(35,429)
就下列項目作出調整：		
以股份為基礎的薪酬開支	22,112	45,776
於非上市實體的投資的公允價值收益淨額	(4,045)	(2,874)
	<u>5,877</u>	<u>7,473</u>
期內經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）	<u>5,877</u>	<u>7,473</u>

流動資金及資本資源

截至2026年6月30日止六個月，我們主要以歷史股權融資活動撥付我們的現金需求。我們於現金管理中考慮的可用資金總額包括但不限於現金及現金等價物、短期定期存款及短期投資。截至2026年6月30日，我們的可用資金總額為人民幣835.4百萬元，而截至2025年12月31日則為人民幣850.5百萬元。我們的現金及現金等價物主要包括銀行現金及在第三方支付平台持有的可隨時轉換為已知金額現金且承受的價值變動風險不大的現金。我們的短期定期存款是存放在銀行的存款，原始到期日為購買日期的半年。短期投資主要包括到期日或鎖定期在一年以內的理財產品。截至2026年6月30日，大部分現金及現金等價物及短期投資以美元及人民幣計值。截至2026年6月30日，短期定期存款以新加坡元計值。

截至2026年6月30日，我們擁有的現金及現金等價物為人民幣249.8百萬元，而截至2025年12月31日為人民幣162.0百萬元。該增加主要由於短期投資於到期時重新分配至現金及現金等價物，以確保營運流動性。

附屬公司、聯營公司及合資企業的重大收購及／或出售

於報告期，我們並無重大收購及／或出售附屬公司、聯營公司及合資企業。

重大投資及資本資產的未來計劃

截至本公告日期，我們並無重大投資及資本資產的具體未來計劃。

僱員及薪酬

截至2026年6月30日，我們的全職僱員數目為632名，而於2025年6月30日為669名。截至2026年6月30日止六個月的僱員福利開支總額（包括以股份為基礎的薪酬開支）為人民幣209.0百萬元，而截至2025年6月30日止六個月的僱員福利開支總額為人民幣270.2百萬元。

我們向僱員提供具競爭力的工資及其他福利，並提供酌情表現花紅作為進一步獎勵。我們亦完善僱員職業發展通道及人才培養體系，促進員工自我成長。本集團的薪酬政策乃根據個別僱員的表現制定，並定期審查。

根據中華人民共和國（「中國」）的規則及法規，我們為僱員參與由地方及省政府發起的適用住房公積金及各種社會保險計劃。本集團及中國僱員須每月按僱員薪金的特定百分比向該等計劃供款。

銀行借款及資產負債比率

截至2026年6月30日，我們並無任何未償還銀行借款。

截至2026年6月30日，本集團的資產負債比率（即負債總額除以資產總額）為0.27（截至2025年12月31日：0.24）。

董事會及審計委員會持續監控當前及預期的流動資金需求，以確保本集團保持充足的現金儲備以滿足短期及長期的流動資金需求。

或然負債

截至2026年6月30日，我們並無任何重大或然負債或擔保。

資產質押

截至2026年6月30日，並無重大資產質押。

利率風險及外匯風險

我們面臨的利率風險不重大。此乃主要由於本集團並無持有按浮動利率列賬的任何重大資產或負債。我們的金融資產及負債主要由固定利率工具組成，因此不受利率經常波動的影響。此財務策略使我們的業務免受利率波動的影響，而該等波動通常與不同的利率有關，並有助於我們穩定的財務表現。

我們主要在中國經營，大部分交易以人民幣結算。我們的管理層認為，由於本集團並無以經營實體各自的功能貨幣以外的貨幣計值的重大金融資產或負債，因此該業務並無面臨任何重大外匯風險。

截至2026年6月30日止六個月，以功能貨幣以外的貨幣計值的外幣交易產生的外匯收益及虧損並不重大，且我們沒有對沖任何外匯波動。

中期財務資料

簡明綜合損益表

		截至6月30日止六個月	
		2026年	2025年
	附註	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
收入	5	825,069	821,752
營業成本		<u>(403,051)</u>	<u>(392,672)</u>
毛利		<u>422,018</u>	<u>429,080</u>
履約開支		(52,379)	(43,786)
銷售及營銷開支		(234,547)	(223,508)
行政開支		(56,045)	(82,772)
研發開支		(124,782)	(162,421)
其他收入		9,997	27,668
其他收益淨額	6	<u>23,212</u>	<u>13,386</u>
經營虧損		<u>(12,526)</u>	<u>(42,353)</u>
財務收入		522	7,555
財務開支		<u>(186)</u>	<u>(631)</u>
財務收入淨額		<u>336</u>	<u>6,924</u>
除所得稅前虧損		(12,190)	(35,429)
所得稅開支	7	<u>—</u>	<u>—</u>
本公司擁有人應佔期內虧損	8	<u><u>(12,190)</u></u>	<u><u>(35,429)</u></u>
每股虧損(以每股人民幣元列值)	9		
基本		<u><u>(0.03)</u></u>	<u><u>(0.08)</u></u>
攤薄		<u><u>(0.03)</u></u>	<u><u>(0.08)</u></u>

簡明綜合損益及其他全面收益表

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
期內虧損	<u>(12,190)</u>	<u>(35,429)</u>
其他全面開支		
不會重新分類至損益的項目		
按公允價值計量且變動計入其他全面收益的		
金融資產的公允價值變動	(1,689)	—
貨幣換算差額	<u>(16,929)</u>	<u>(2,787)</u>
本公司擁有人應佔期內其他全面		
開支，扣除稅項	<u>(18,618)</u>	<u>(2,787)</u>
本公司擁有人應佔期內全面開支總額	<u><u>(30,808)</u></u>	<u><u>(38,216)</u></u>

簡明綜合財務狀況表

	附註	於2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
資產			
非流動資產			
物業及設備		10,833	12,873
使用權資產		8,748	16,001
無形資產		4,927	5,487
按公允價值計量且變動計入損益的金融資產		236,996	205,005
按公允價值計量且變動計入其他 全面收益的金融資產		19,306	20,995
按攤銷成本計量的金融資產		25,410	129,537
其他非流動資產		39,993	47,735
		<u>346,213</u>	<u>437,633</u>
流動資產			
存貨		153,287	114,246
應收賬款	10	270,711	193,080
預付款項及其他流動資產		175,667	183,528
按公允價值計量且變動計入損益的金融資產		445,291	687,961
短期定期存款		554	574
按攤銷成本計量的金融資產		139,749	—
現金及現金等價物		249,774	161,956
		<u>1,435,033</u>	<u>1,341,345</u>
資產總額		<u>1,781,246</u>	<u>1,778,978</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本		163	168
其他儲備		8,240,429	8,273,501
累計虧損		(6,933,169)	(6,920,979)
權益總額		<u>1,307,423</u>	<u>1,352,690</u>

簡明綜合財務狀況表（續）

		於2026年 6月30日 附註 人民幣千元 (未經審計)	於2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
負債			
非流動負債			
租賃負債		<u>1,871</u>	<u>3,356</u>
流動負債			
應付賬款	12	243,566	153,508
應計開支		130,039	134,479
其他流動負債		25,410	51,509
合約負債		66,515	70,648
租賃負債		<u>6,422</u>	<u>12,788</u>
		<u>471,952</u>	<u>422,932</u>
負債總額		<u>473,823</u>	<u>426,288</u>
總權益及負債		<u>1,781,246</u>	<u>1,778,978</u>

簡明綜合中期財務資料附註

1 一般資料

Keep Inc. (「本公司」) 於2015年4月21日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司股份已於2023年7月12日 (「上市日期」) 通過全球發售在香港聯合交易所有限公司 (「聯交所」) 主板上市。註冊辦事處為ICS Corporate Services (Cayman) Limited的辦事處，地址為：Palm Grove Unit 4, 265 Smith Road, George Town, P.O. Box 52A Edgewater Way, #1653, Grand Cayman KY1-9006, Cayman Islands。

本公司為一間投資控股公司。本公司及其附屬公司 (包括結構性實體) (統稱「本集團」) 主要於中華人民共和國 (「中國」) 營運綜合線上健身服務平台及健身相關產品的線上零售。

於本報告日期，王寧先生為本公司的單一最大股東。

截至2026年6月30日止六個月的簡明綜合中期財務資料已經審閱而未經審計。

2 編製基準

截至2026年6月30日止六個月的未經審計簡明綜合中期財務資料乃根據國際會計準則理事會 (「國際會計準則理事會」) 發佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」及聯交所證券上市規則規定的適用披露編製。

未經審計簡明綜合中期財務資料應與本集團截至2025年12月31日止年度的綜合財務報表一併閱讀，該綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會發佈的國際財務報告準則會計準則編製。國際財務報告準則會計準則包括國際財務報告準則 (「國際財務報告準則」)；國際會計準則 (「國際會計準則」)；及詮釋。除下述情況外，在編製未經審計簡明綜合中期財務資料時採用的會計政策 (包括管理層在應用本集團會計政策時作出的重大判斷以及估計不確定性的關鍵來源) 及計算方法與截至2025年12月31日止年度的本集團綜合財務報表中所使用者一致。

3 採納新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則

本集團自2026年1月1日起首次應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)「金融工具的分類及計量」，以及國際財務報告準則會計準則的年度改進 — 第11冊。

本集團並無因採納上述經修訂準則而改變其會計政策或作出追溯調整。本集團於編製未經審計簡明綜合中期財務資料時並無提早採納任何即將新訂或經修訂準則。

4 分部資料

主要經營決策者(「**主要經營決策者**」)定期審查及評估本集團的業務活動(存有單獨財務資料)。主要經營決策者負責分配資源及評估經營分部的表現，主要經營決策者為制定戰略決策的首席執行官(「**首席執行官**」)。本集團單獨或共同評估其經營分部，並釐定其可報告分部如下：

- 自有品牌運動產品
- 線上會員及付費內容
- 廣告及其他

主要經營決策者主要根據各經營分部的收入及毛利評估經營分部的表現。分部業績指各分部的收入、營業成本及毛利，與主要經營決策者的審閱表現一致。

自有品牌運動產品的營業成本主要包括材料成本、製造成本及直接歸屬於已售產品成本的相關成本。線上會員及付費內容的營業成本主要包括線上體育賽事成本、支付予第三方應用商店及其他支付渠道的渠道費用及內容相關成本。廣告及其他的營業成本主要包括廣告製作成本。

本公司位於開曼群島，而本集團主要在中國經營業務，並自中國外部客戶賺取絕大部分收入。於2026年6月30日及2025年12月31日，本集團絕大部分非流動資產(按公允價值計量且變動計入損益的金融資產除外)位於中國。因此，並無呈列地區分部。

截至2026年及2025年6月30日止六個月，概無重大分部間銷售。向主要經營決策者報告的來自外部客戶的收入乃按與簡明綜合損益表所應用者一致的方式計量。

截至2026年及2025年6月30日止六個月的分部業績如下：

	截至2026年6月30日止六個月			
	自有品牌 運動產品 人民幣千元 (未經審計)	線上會員 及付費內容 人民幣千元 (未經審計)	廣告及其他 人民幣千元 (未經審計)	總計 人民幣千元 (未經審計)
收入	482,530	246,385	96,154	825,069
營業成本	(288,845)	(66,448)	(47,758)	(403,051)
毛利	<u>193,685</u>	<u>179,937</u>	<u>48,396</u>	<u>422,018</u>

	截至2025年6月30日止六個月			
	自有品牌 運動產品 人民幣千元 (未經審計)	線上會員 及付費內容 人民幣千元 (未經審計)	廣告及其他 人民幣千元 (未經審計)	總計 人民幣千元 (未經審計)
收入	396,650	337,122	87,980	821,752
營業成本	<u>(258,653)</u>	<u>(96,609)</u>	<u>(37,410)</u>	<u>(392,672)</u>
毛利	<u>137,997</u>	<u>240,513</u>	<u>50,570</u>	<u>429,080</u>

5 收入

截至2026年及2025年6月30日止六個月的收入明細如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
自有品牌運動產品		
— 線上零售	277,665	230,142
— 批發渠道銷售	204,865	166,508
線上會員及付費內容	246,385	337,122
廣告及其他	<u>96,154</u>	<u>87,980</u>
總計	<u>825,069</u>	<u>821,752</u>

6 其他收益淨額

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
出售物業及設備的虧損淨額	(4)	(98)
按公允價值計量且變動計入損益的 金融資產的公允價值收益淨額	18,932	12,127
外匯(虧損)/收益淨額	(222)	352
按攤銷成本計量的金融資產投資收益	1,758	170
其他	<u>2,748</u>	<u>835</u>
總計	<u>23,212</u>	<u>13,386</u>

7 所得稅開支

本公司乃根據開曼群島公司法註冊成立為獲豁免有限公司，毋須就收入或資本收益繳納稅項。此外，開曼群島並無對向股東派付的股息徵收預扣稅。開曼群島並無參與訂立適用於本公司作出或向本公司作出的任何付款的雙重徵稅協定。

並無就中國企業所得稅（「企業所得稅」）作出撥備，因為截至2026年及2025年6月30日止六個月，集團公司（包括結構性實體）於中國經營(i)並無估計應課稅利潤須繳納企業所得稅；或(ii)有未使用稅項虧損可抵銷其須繳納企業所得稅的估計應課稅利潤。

截至2026年及2025年6月30日止六個月並無就香港利得稅作出撥備，因為並無估計應課稅利潤須繳納香港利得稅。

截至2026年及2025年6月30日止六個月並無就新加坡企業所得稅作出撥備，因為並無應課稅利潤須繳納新加坡企業所得稅。

8 期內虧損

本集團期內虧損乃經扣除／（計入）下列各項後得出：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
出售自有品牌運動產品成本	284,648	253,414
僱員福利開支	208,957	270,215
線上體育賽事成本	32,616	45,477
使用權資產折舊	7,226	8,945
物業及設備折舊	2,240	4,235
應收賬款及其他應收款項信貸虧損撥備	1,065	841
無形資產攤銷	417	1,328
(撥回)／計提存貨減值準備	(3,944)	312

9 每股虧損

(a) 每股基本虧損

截至2026年及2025年6月30日止六個月的每股基本虧損乃按本公司擁有人應佔虧損除以期內已發行普通股的加權平均數計算，並就已行使購股權及已歸屬受限制股份單位作出調整，扣除股份激勵計劃持有的庫存股份及從市場購回的普通股。

	截至6月30日止六個月	
	2026年 (未經審計)	2025年 (未經審計)
本公司擁有人應佔虧損淨額（人民幣千元）	(12,190)	(35,429)
已發行普通股的加權平均數（千股）	459,027	459,558
每股基本虧損（以每股人民幣元列示）	(0.03)	(0.08)

(b) 每股攤薄虧損

每股攤薄虧損乃透過調整發行在外普通股的加權平均數，以假設轉換所有潛在攤薄普通股而計算。

由於本集團於截至2026年及2025年6月30日止六個月產生虧損，故計算每股攤薄虧損時並無計入潛在普通股，原因為計入該等潛在普通股將具有反攤薄影響。因此，截至2026年及2025年6月30日止六個月每股攤薄虧損金額與每股基本虧損金額相同。

10 應收賬款

應收賬款的詳情如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
應收賬款	298,011	219,318
減：信貸虧損撥備	(27,300)	(26,238)
總計	<u>270,711</u>	<u>193,080</u>

本集團向其客戶批准的信貸期一般為三個月。基於確認日期的應收賬款賬齡分析如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
3個月內	237,387	149,634
3至6個月	21,707	29,170
6至9個月	5,525	11,761
9個月至1年	4,967	2,685
1年以上	28,425	26,068
總計	<u>298,011</u>	<u>219,318</u>

本集團應收賬款的信貸虧損撥備變動如下：

	截至6月30日止六個月	
	2026年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元 (未經審計)
於1月1日	(26,238)	(31,987)
信貸虧損撥備計提	(1,065)	(673)
作為不可收回款項核銷的應收賬款	<u>3</u>	<u>9,257</u>
於6月30日	<u>(27,300)</u>	<u>(23,403)</u>

11 股息

截至2026年及2025年6月30日止六個月，本公司並無派付或宣派任何股息。

12 應付賬款

基於發票日期計算的應付賬款的賬齡分析如下：

	於2026年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2025年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
3個月內	<u>243,566</u>	<u>153,508</u>

應付賬款為無抵押及通常於發票日期三個月內支付。

13 報告期後事項

於2026年6月30日後，本公司或本集團並無進行重大期後事項。

企業管治及其他資料

遵守企業管治守則

本公司於2015年4月21日在開曼群島註冊成立為有限公司，本公司股份（「股份」）於2023年7月12日在聯交所主板上市。

本公司及董事承諾致力堅持及落實最高標準的企業管治，並明白保障全體股東的權利及權益（包括少數股東的權利及權益）的重要性。本公司已採納上市規則附錄C1所載之企業管治守則（「**企業管治守則**」）作為其本身之企業管治守則。於報告期，本公司已遵守企業管治守則的所有適用守則條文，惟下文「主席及首席執行官」一段所述偏離守則條文第C.2.1條除外。

主席及首席執行官

根據企業管治守則第2部分的守則條文第C.2.1條，主席與首席執行官的職責應有區分，並不應由一人同時兼任，聯交所上市公司應遵守有關規定，但亦可選擇偏離該規定行事。我們並未區分主席與首席執行官，王寧先生目前兼任該兩個職位。董事會相信，由同一人兼任主席及首席執行官的角色，可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有效果及更具效率。董事會認為，現行安排不會損害權力與權限之間的平衡，而此架構將使本公司能夠迅速及有效地作出決策並實施。董事會將繼續進行檢討，並會在計及本集團整體情況後考慮於適當時候將董事會主席與本公司首席執行官的角色分開。

本公司將繼續定期審查及監察其企業管治慣例，以確保遵守企業管治守則，並維持本公司高水準的企業管治實踐。

上市發行人董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為董事買賣本公司證券的行為守則。

經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認，於報告期，彼等一直嚴格遵守標準守則所載的規定標準。於報告期，本公司並無發現任何僱員不遵守標準守則的事件。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期，本公司於聯交所購回總共13,870,200股股份（「購回股份」），總代價為39,475,001港元（扣除開支前）。購回是為了讓本公司獲益，並為股東創造價值。購回股份詳情如下：

購回月份	購回股份數目	每股股份所支付的價格		總代價 (港元)
		最高 (港元)	最低 (港元)	
2026年1月	1,300,800	4.04	3.51	4,939,312
2026年3月	723,600	3.04	2.87	2,133,581
2026年4月	4,434,800	3.09	2.88	13,173,270
2026年5月	4,065,600	3.09	2.49	11,595,138
2026年6月	3,345,400	2.58	1.75	7,633,700
總計	<u>13,870,200</u>			<u>39,475,001</u>

於2026年3月31日，3,510,600股購回股份及11,885,400股庫存股份已被本公司註銷。

截至2026年6月30日，10,545,800股股份由本公司持作庫存股份及3,524,400股購回股份待註銷。在遵守上市規則的情況下，本公司可能會考慮使用庫存股份撥付股份激勵計劃、未來再出售、轉讓或註銷。

除上文所披露者外，於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份（定義見上市規則））。

審計委員會

本公司遵照上市規則第3.21條及企業管治守則成立審計委員會。審計委員會的職權範圍符合上市規則，其由三名獨立非執行董事組成，即葛新女士、王海寧先生及李一帆先生，而葛新女士（為獨立非執行董事，具有適當的專業資格）為審計委員會主席。

審計委員會的主要職責為審閱及監督本集團財務申報的程序及內部監控系統、審閱及批准關連交易以及為董事會提供建議及意見。

審計委員會已審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的未經審計簡明綜合中期財務資料並同意本公司所採納的會計處理。其定期與管理層、外部核數師及內部會計及審計人員會晤，就本公司採納的會計原則及慣例以及內部監控及財務申報事宜展開討論。

本公司獨立外部核數師羅申美會計師事務所已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」審閱本集團截至2026年6月30日止六個月的未經審計簡明綜合中期財務資料。

報告期後重大事項

本公司並不知悉自2026年6月30日起及直至本公告日期可能對本集團產生影響的任何重大事項。

中期股息

董事會不建議派發截至2026年6月30日止六個月的任何中期股息。

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<https://keep.com>。本公司截至2026年6月30日止六個月的中期報告將適時寄發予股東（如需要）並於上述網站刊登。

致謝

董事會謹此向本集團股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻致以誠摯謝意。

承董事會命

Keep Inc.

主席、執行董事兼首席執行官

王寧

香港，2026年8月24日

於本公告日期，執行董事為王寧先生及徐策先生；及獨立非執行董事為葛新女士、單一剛先生、王海寧先生及李一帆先生。