

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分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。

AuGroup (SHENZHEN) Cross-Border Business Co., Ltd.

傲基（深圳）跨境商務股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2519)

截至2025年6月30日止六個月中期業績公告

傲基（深圳）跨境商務股份有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至2025年6月30日止六個月之中期業績：

財務摘要

單位：人民幣千元

截至6月30日止六個月

2025年 2024年

收入	5,607,246	4,334,982
毛利	1,602,364	1,483,440
除稅前利潤	143,640	350,876
期內利潤	116,586	283,943
本公司擁有人應佔期內利潤	107,872	258,880

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 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
收入	3	5,607,246	4,334,982
銷售成本		<u>(4,004,882)</u>	<u>(2,851,542)</u>
毛利		1,602,364	1,483,440
其他收入	4	24,294	15,795
預期信貸虧損模式(「預期信貸虧損」) 下的減值虧損，扣除撥回		3,944	(3,382)
其他收益及虧損	5	(11,701)	41,001
銷售開支		(1,071,004)	(902,851)
行政開支		(195,185)	(157,938)
研發開支		(80,146)	(55,851)
其他開支		(8,571)	(3,759)
上市開支		-	(17,676)
應佔使用權益法入賬投資業績		6,936	(4,362)
融資成本		<u>(127,291)</u>	<u>(43,541)</u>
除稅前利潤		143,640	350,876
所得稅開支	6	<u>(27,054)</u>	<u>(66,933)</u>
期內利潤	7	<u><u>116,586</u></u>	<u><u>283,943</u></u>
期內其他全面收入(開支)			
其後不會重新分類至損益的項目：			
按公允價值計入其他全面收入 (「按公允價值計入其他全面收入」) 的權益工具投資的公允價值變動		7,592	(86,127)

	截至6月30日止六個月	
附註	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
其後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務產生的匯兌差額	948	1,417
分佔按權益法入賬的投資業績的其他全面 (開支)收入，扣除相關所得稅	(923)	152
	<u>25</u>	<u>1,569</u>
期內其他全面收入(開支)	<u>7,617</u>	<u>(84,558)</u>
期內全面收入總額	<u>124,203</u>	<u>199,385</u>
以下人士應佔期內利潤：		
本公司擁有人	107,872	258,880
非控股權益	8,714	25,063
	<u>116,586</u>	<u>283,943</u>
以下人士應佔期內全面收入：		
本公司擁有人	115,285	173,116
非控股權益	8,918	26,269
	<u>124,203</u>	<u>199,385</u>
每股盈利		
— 基本及攤薄	9 <u>0.26</u>	<u>0.67</u>

簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備	10	777,278	728,140
使用權資產	10	2,667,663	2,769,803
無形資產	10	21,029	26,034
按權益法入賬的投資		79,806	72,257
按公允價值計入損益(「按公允價值計入 損益」)的金融資產		13,310	9,075
按公允價值計入其他全面收入的權益工具		105,182	101,825
遞延稅項資產		217,404	209,986
融資租賃應收款項		62,657	61,421
質押銀行存款		20,200	20,200
收購物業、廠房及設備的按金		3,370	2,289
原到期日超過三個月的銀行存款		10,000	10,000
非流動資產總值		3,977,899	4,011,030
流動資產			
存貨		1,733,605	1,445,386
貿易應收款項	11	990,490	1,269,396
合約資產		12,898	22,290
預付款項及其他應收款項		449,431	399,761
按公允價值計入損益的金融資產		2,994	23,263
融資租賃應收款項		19,891	14,007
質押銀行存款		445,809	230,665
現金及現金等價物		1,306,988	1,363,752
流動資產總值		4,962,106	4,768,520

	附註	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	1,386,935	1,523,741
應付稅項		39,832	24,781
銀行借款		1,024,843	716,626
租賃負債		302,407	231,345
合約負債		99,208	155,003
退款負債		27,248	24,283
流動負債總額		2,880,473	2,675,779
流動資產淨值		2,081,633	2,092,741
總資產減流動負債		6,059,532	6,103,771
非流動負債			
銀行借款		248,248	257,174
租賃負債		2,705,251	2,737,284
非流動負債總額		2,953,499	2,994,458
資產淨值		3,106,033	3,109,313
資本及儲備			
股本		415,206	415,206
儲備		2,652,117	2,664,315
本公司擁有人應佔權益		3,067,323	3,079,521
非控股權益		38,710	29,792
權益總額		3,106,033	3,109,313

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

1. 編製及呈列基準

簡明綜合財務報表已根據國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則（「國際會計準則」）第34號「中期財務報告」，以及聯交所證券上市規則的適用披露規定編製。

2. 會計政策

簡明綜合財務報表已按歷史成本基準編製，惟若干金融工具按重估金額或公允價值計量除外（如適用）。

除因應用國際會計準則修訂本導致的會計政策變動外，截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法，與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

應用國際財務報告準則會計準則修訂本

於本中期期間，本集團已首次應用以下於本集團2025年1月1日開始的年度期間強制生效的國際財務報告準則會計準則修訂本，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

國際會計準則第21號修訂本 缺乏可交換性

於本中期期間應用國際財務報告準則會計準則修訂本，並無對本集團即期及過往期間的財務狀況及表現，及／或此等簡明綜合財務報表作出的披露產生重大影響。

3. 收入及分部資料

就資源分配及分部表現評估而言，向主要經營決策者（「主要經營決策者」）本公司執行董事及實益股東陸海傳先生及迺會越先生報告的資料集中於交付或提供的貨物或服務類型。

具體而言，本集團在國際財務報告準則第8號下的經營及報告分部如下：

1. 銷售貨物
2. 物流解決方案

以下為本集團按報告分部劃分的收入及其他業績分析：

截至2025年6月30日止六個月

	銷售貨物 人民幣千元	物流 解決方案 人民幣千元	對銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入	3,922,266	1,684,980	–	5,607,246
分部間銷售	–	335,421	(335,421)	–
	<u>3,922,266</u>	<u>2,020,401</u>	<u>(335,421)</u>	<u>5,607,246</u>
分部利潤	<u>366,731</u>	<u>164,987</u>	<u>(358)</u>	<u>531,360</u>
應佔權益法入賬投資業績				6,936
其他收入				24,294
其他收益及虧損				(11,701)
融資成本				(127,291)
未分配企業開支				<u>(279,958)</u>
本集團除稅前利潤				<u>143,640</u>

截至2024年6月30日止六個月

	銷售貨物 人民幣千元	物流 解決方案 人民幣千元	對銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入	3,430,989	903,993	–	4,334,982
分部間銷售	–	200,575	(200,575)	–
	<u>3,430,989</u>	<u>1,104,568</u>	<u>(200,575)</u>	<u>4,334,982</u>
分部利潤	<u>431,946</u>	<u>151,656</u>	<u>(3,013)</u>	<u>580,589</u>
應佔權益法入賬投資業績				(4,362)
其他收入				15,795
其他收益及虧損				41,001
融資成本				(43,541)
未分配企業開支				<u>(238,606)</u>
本集團除稅前利潤				<u>350,876</u>

貨物或服務類型

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銷售貨物的收入		
— 透過第三方電商平台	3,641,064	3,162,895
— 透過其他渠道(附註)	281,202	268,094
	<u>3,922,266</u>	<u>3,430,989</u>
物流解決方案收入	1,684,980	903,993
	<u>1,684,980</u>	<u>903,993</u>
總計	<u>5,607,246</u>	<u>4,334,982</u>

附註：其他渠道主要指自營網店及線下渠道。

地域市場

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國	1,493,979	805,211
美國	3,531,330	3,089,609
其他北美國家	69,578	23,809
德國	221,601	155,864
其他歐洲國家	238,161	191,161
其他	52,597	69,328
	<u>5,607,246</u>	<u>4,334,982</u>
總計	<u>5,607,246</u>	<u>4,334,982</u>

各經營分部的會計政策和本集團會計政策一致。分部利潤為各分部所得利潤，惟中央管理成本、上市開支、董事酬金、應佔使用權益法入賬投資業績、其他收益及虧損、其他收入及融資成本不予分配。此為分配資源和評估業績向主要經營決策者報告的判定。

主要經營決策者根據各分部的經營業績作出決策。由於主要經營決策者並無就資源分配及表現評估定期審閱分部資產、分部負債及其他分部信息，故並無呈列該等資料的分析。

4. 其他收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銀行利息收入	13,677	11,239
政府補助	8,501	2,461
融資租賃應收款項利息收入	2,000	1,801
按公允價值計入其他全面收入的金融資產股息	116	294
	<u>24,294</u>	<u>15,795</u>

政府補助主要指自中國地方政府收取並用於支持本集團研究、發展、設計活動及電商業務發展的政府補助。就該等補助並無未達成之條件。

5. 其他收益及虧損

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
出售物業、廠房及設備收益(虧損)	41	(706)
外匯(虧損)收益淨額	(16,132)	39,929
按公允價值計入損益的金融資產公允價值變動收益	4,390	1,778
	<u>(11,701)</u>	<u>41,001</u>

6. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
即期稅項：		
香港	7,374	2,884
中國企業所得稅	5,549	4,358
美國	21,549	6,279
遞延稅項	(7,418)	53,412
所得稅開支	<u>27,054</u>	<u>66,933</u>

7. 期內利潤

期內來自持續經營業務的利潤已扣除下列各項後達致：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
扣除下列各項後的年內利潤：		
物業及設備、使用權資產及無形資產的折舊及攤銷	231,656	125,693
核數師薪酬	400	5
僱員福利開支	336,427	231,799
計入銷售開支的存貨撇減	25,673	29,038
確認為開支的存貨成本(不包括存貨撇減)	<u>2,466,453</u>	<u>2,068,789</u>

8. 股息

於本中期期間，已向本公司擁有人宣派及派付每股普通股人民幣0.25元的特別股息。中期期間已宣派及派付的特別股息總金額為人民幣103,801,000元（截至2024年6月30日止六個月：無）。本公司董事已決定概不建議就本中期期間派付股息。

9. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利乃基於以下數據計算得出：

盈利數字乃按下列各項計算：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
本公司擁有人就期內盈利應佔的每股基本及攤薄利潤	<u>107,872</u>	<u>258,880</u>

股份數量

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千股	2024年 千股
就每股基本及攤薄盈利加權平均普通股數（附註）	<u>412,445</u>	<u>385,311</u>

附註：

就計算每股基本盈利而言，本公司已發行股份總數中不包括附有書面認沽購股權並要求本公司無條件回購並於截至2024年6月30日止六個月回購的內資股1,554,000股。

截至2025年6月30日止六個月，本公司已回購2,487,600股股份作為庫存股份，就計算每股基本盈利而言，有關股份不包括在已發行股份總數中。

計算截至2024年6月30日止六個月每股攤薄盈利時，並未假設超額配股權獲行使，因為該等購股權的行使價高於超額配股期間股份的平均市價。就要求本公司購回本公司股份的沽出認沽期權而言，其於有關期間對每股盈利的計算並無重大攤薄影響。

截至2025年6月30日止六個月並無呈列每股攤薄盈利，原因為期內並無發行潛在普通股。

10. 物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產

於本中期期間，本集團收購物業、廠房及設備，並產生建設成本人民幣88,571,000元（截至2024年6月30日止六個月：人民幣79,270,000元）。

於本中期期間，本集團收購無形資產人民幣958,000元（截至2024年6月30日止六個月：人民幣28,492,000元）。

於截至2025年6月30日止六個月，本集團終止一項租賃協議，轉租一項租賃協議，並簽署多份新租賃協議，租賃期介乎2至5年（截至2024年6月30日止六個月：2至10年）。於截至2025年6月30日止六個月的租賃開始日期，本集團新增已確認使用權資產人民幣81,404,000元及租賃負債人民幣97,019,000元（截至2024年6月30日止六個月：使用權資產及租賃負債均為人民幣850,977,000元）。

11. 貿易應收款項

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
來自第三方的貿易應收款項	1,023,475	1,311,157
減：信用虧損準備	(32,985)	(41,761)
	<u>990,490</u>	<u>1,269,396</u>

本集團向其貿易客戶授出介乎10天至90天不等的信貸期。

貿易應收款項賬齡乃根據貨品轉讓或開具發票日期（與各自的收入確認日期相若）編製，如下所示：

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
0至90天	830,423	1,187,111
91至180天	116,708	43,820
181至365天	18,044	11,174
超過365天	25,315	27,291
	<u>990,490</u>	<u>1,269,396</u>

12. 貿易及其他應付款項

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應付款項來自		
— 第三方	1,263,146	1,396,100
— 聯營公司	19,583	2,349
	<u>1,282,729</u>	<u>1,398,448</u>
應付票據	28,126	39,996
	<u>1,310,855</u>	<u>1,438,444</u>
應計僱員福利	49,569	52,355
其他應付稅項	4,046	5,413
保證金	12,233	10,995
應計發行成本／上市開支	-	8,116
其他	10,232	8,418
	<u>1,386,935</u>	<u>1,523,741</u>

以下為報告期末根據發票日期的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析。

	2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
0至90天	1,266,675	1,338,704
91至180天	26,277	84,059
181至365天	6,776	6,580
超過365天	11,127	9,101
	<u>1,310,855</u>	<u>1,438,444</u>

採購貨物的平均信貸期為90天。

管理層討論與分析

行業環境及趨勢

電商作為貿易活動之一，打破傳統線下貿易的時間及空間限制，連接世界各地的賣家及消費者，實現貿易全流程數字化。在全球數字化貿易持續推進的大背景下，中國出口跨境電商規模預計在2025年將保持穩健增長態勢。自COVID-19爆發後，美國及歐洲等多個發達地區的網購需求有所增加，推動全球B2C電商市場的發展，預期全球B2C電商市場的GMV將於2028年達77,125億美元，消費者對網購平台的依賴將不斷增加，數字市場的範圍將不斷擴大。

報告期間，全球關稅政策調整持續深化，對各類企業的運營成本構成普遍性壓力。就公司而言，當前政策變動對主要海外市場的銷售影響尚處可控範圍，但國際貿易環境的複雜性與不確定性仍客觀存在。

業務回顧

回顧報告期，公司始終以「連接世界，創造美好」為自身使命，依托多品牌體系化運營能力、全業務鏈數字化支撐能力、供應鏈管理能力、完善的倉儲物流體系和靈活的組織架構，有效切入「家與生活」的各個場景，精心打造了設計美觀、質量優良、功能先進的家具家居及家用電器類、電動工具類等系列品牌類產品，主要通過亞馬遜、沃爾瑪、Wayfair等第三方在線平台從事跨境B2C業務。

同時，我們通過WESTERN POST (SG) PTE. LTD.及其附屬公司（「西郵集團」）於海外倉模式下於全球向客戶（主要是電商平台上的賣家）提供高效物流解決方案。憑藉我們的行業專業知識，我們根據與終端消費者的接近程度和交付能力量身定制了倉儲網絡，作為提高當地物流服務的戰略舉措，以高效、低成本交付產品。下表載列我們於所示年度按業務條線劃分的收入：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	佔收入百分比	人民幣千元	佔收入百分比
商品銷售	3,922,266	69.9%	3,430,989	79.1%
物流解決方案	1,684,980	30.1%	903,993	20.9%
總計	5,607,246	100.0%	4,334,982	100.0%

品牌及產品

報告期，本集團專注於提供ALLEWIE、IRONCK、LIKIMIO、SHA CERLIN、HOSTACK及FOTOSOK等受歡迎的專有品牌的家具家居類產品。

截至2025年6月30日，公司多款核心產品品類在亞馬遜美國站的市場佔有率持續穩居首位；與此同時，衣櫃、儲物櫃、貓咪樹等新增品類亦表現亮眼，在亞馬遜美國站的市場佔有率同樣躋身前列。



家具家居及家用電器類產品

於報告期，我們繼續積極擴大家具家居及家用電器類產品供應，持續增強並鞏固供應鏈與物流能力，同時拓展家具領域的更多細分品類。我們戰略性地更專注於家具家居及家用電器類產品。我們提供的家具家居類產品主要包括床、書櫃、衣櫃、抽屜櫃、梳妝台和梳妝凳、食品櫃、邊櫃、沙發及戶外家具，具有古典、現代、工業及簡約等多種風格；家用電器類產品主要包括冰箱及榨汁機等。

除家具家居及家用電器類產品外，我們所提供的產品組合還包括：

- **電動工具類**。報告期間，我們提供的電動工具類產品主要包括電動螺絲刀、充氣泵、應急啟動器及汽車吸塵機，結合了高科技功能及實用的設計。
- **其他**。此外，報告期間，我們提供的其他產品主要包括充電寶、充電器及數據線。以下為公司不同品類產品的展示：



供應鏈管理與物流效率

在當前全球經濟環境複雜多變的背景下，確保供應鏈的持續穩定與靈活應對市場的變動，已成為企業實現穩健發展的重點工作。為此，我們正全力加速供應鏈體系的優化與升級，通過一系列精準舉措築牢發展根基：

- 戰略性調整供應鏈佈局比例。我們以全球市場環境及區域發展特點為重要導向，全面加快供應鏈向更具發展優勢地區的遷移進程。通過在這些區域增設生產基地，不僅能優化整體運營成本結構，更能借助當地的區位優勢提升供應鏈響應速度，從而有效增強應對市場波動的經營韌性。
- 深耕非美地區市場的拓展與滲透。我們深知單一市場依賴存在的風險，因此將非美地區作為戰略增長點，投入更多資源進行市場調研與渠道建設。通過定制化的產品策略、本地化的營銷推廣，著力提升在歐洲、東南亞等重點非美市場的份額，逐步構建起多元化的市場格局，降低對特定區域市場的依賴度。
- 深耕產品力建設築牢市場競爭壁壘。面對政策不確定性與市場競爭白熱化的雙重考驗，我們始終將提升產品力置於核心位置。一方面，持續加大研發投入，強化產品在性能、品質上的獨特優勢，鞏固並提升核心競爭力；另一方面，通過品牌塑造、中高端產品線佈局以及用戶體驗升級等方式，不斷增強品牌與產品的溢價能力，在複雜的市場環境中掌握更多主動權。

同時，我們亦致力於通過持續的產品開發工作來滿足客戶的需求。報告期，我們新申請了79項專利、並獲得17項國際設計獎項（13項紅點、4項目iF）。

報告期間，我們在跨境物流領域依托西郵集團的技術賦能，不僅持續為自有電商業務提供智能化物流支持，更通過全球化佈局的海外倉模式取得顯著進展。我們的創新解決方案已覆蓋中國集運、國際幹線運輸、海外智能分撥、屬地化倉儲管理及終端配送全鏈路。通過數字化系統升級和全球網絡密度提升，成功幫助跨境電商客戶實現平均物流時效提升，運營成本降低，海外樞紐節點的服務範圍擴展及新增，顯著鞏固了我們在跨境供應鏈領域的領先地位。公司持續推進海外倉網絡佈局，報告期間新增倉庫面積達92.4萬平方英尺。依托這一拓展成果，公司物流解決方案收入實現顯著增長，同比增幅達86.4%。

我們的銷售網絡

報告期間，我們的大部分收入來自通過第三方電商平台銷售商品。我們進一步保持並深化與亞馬遜、沃爾瑪及Wayfair等多個全球領先的電商平台合作。我們有效利用各自優勢，深入拓展我們的客戶觸達並抓住全球市場機會。同時，我們亦透過其他渠道（包括線下經銷商、線下直銷商及自營網站）提供產品。

- **亞馬遜平台**。我們與亞馬遜平台簽訂標準協議，並在亞馬遜平台直接向消費者銷售產品。我們亦可利用如FBA等亞馬遜平台的服務接收、儲存及處理產品，此包括儲存、包裝及送貨。
- **沃爾瑪平台**。我們與沃爾瑪平台簽訂標準協議，並在沃爾瑪平台直接向消費者銷售產品。我們亦可利用如沃爾瑪物流等沃爾瑪平台的服務，讓沃爾瑪平台代表我們處理訂單，此包括儲存、包裝及送貨。
- **Wayfair平台**。我們與Wayfair平台簽訂標準協議，並在Wayfair平台直接向消費者銷售產品。與我們決定上架價格的亞馬遜平台及沃爾瑪平台不同，我們向Wayfair平台出售我們的產品，並向Wayfair平台建議上架價格，而Wayfair平台可酌情決定所列價格。
- **其他**。除亞馬遜平台、沃爾瑪平台及Wayfair平台外，我們亦通過多個其他第三方電商平台（如Shein、Temu、Tiktok）以及線下經銷商等銷售我們的產品。

未來展望

行業發展機遇

在家具家居品類的消費市場中，線上渠道的崛起正重塑行業格局，其中線上家具市場的增長潛力仍未被充分釋放，尤其在消費需求升級與數字化浪潮的雙重驅動下，這一領域的擴張空間備受矚目。根據沙利文行業報告，全球家具家居類產品市場的GMV預計2028年將達7,794億美元。

具體來看，大件家具（如床、沙發、衣櫃等）的線上滲透率始終低於小件家居（如燈具、裝飾擺件、收納用品等），這一現象的背後是多重現實因素的疊加影響：首先，大件家具單價普遍偏高，使得消費者更傾向於線下體驗實物質感與尺寸適配性後再決定購買，線上決策門檻相對較高；其次，大件產品的物流成本高昂，不僅需要專業的包裝防護以避免運輸損耗，還依賴大噸位運輸工具與定制化配送方案，單件物流成本往往是小件產品的數倍；此外，安裝環節的複雜性進一步制約了線上銷售的普及，許多大件家具需要專業人員進行組裝調試，而跨境或跨區域配送時，本地化安裝服務的缺失會直接影響消費體驗，這些因素共同導致了大件家具線上滲透的滯後性。

然而，這一局面正隨着全球消費生態的演變而發生深刻改變。疫情期間培養的數字化消費行為持續深化，越來越多的人願意通過線上完成大件家具的選購決策。與此同時，海外市場的倉儲物流基礎設施正加速升級，大型跨境電商平台與物流企業紛紛佈局海外倉網絡，通過前置備貨縮短配送時效，部分地區還配套建立了專業的家具安裝服務團隊，解決了「最後一公里」的安裝難題。歐美市場作為家具家居類產品消費的重要市場，消費者的線上購物習慣已經日趨成熟。

上述變化直接推動着線上銷售的產品品類從過去以小件、中件為主，逐步向高價值的大件家具拓展。消費行為的轉變反過來又激勵更多品牌加大對大件家具線上渠道的投入，進一步完善供應鏈與服務體系，最終形成品類持續拓展與線上滲透率穩步提升相互促進的良性循環，為家具家居行業的線上市場注入持久增長動力。

公司發展戰略

當前全球經濟環境複雜多變，尤其是中美關稅政策持續調整的背景下，公司立足長遠發展，將從供應鏈、品牌、物流、數字化賦能等多維度發展戰略，以增強我們的抗風險能力和市場競爭力。

- **供應鏈管理：構建靈活高效的全球供應網絡**

為主動應對經濟環境變化帶來的成本壓力與經營不確定性，我們將以全球化視野加速供應鏈佈局的深度優化。具體而言，在精準研判各區域政策、產業配套能力及物流成本的基礎上，積極推進供應鏈全球化佈局。同時，還將通過建立本地化採購體系，與當地在原材料質量、產能穩定性、成本控制等方面具有優勢的優質供應商展開深度合作，形成長期穩定的戰略夥伴關係。通過這種「生產+採購」雙輪驅動的轉移模式，既能大幅降低供應鏈風險，又能借助當地成熟的產業集群降低中間環節成本，從而更有效地對利潤帶來正面影響，確保供應鏈在政策波動下的韌性與效率。

- **品牌建設：以核心競爭力鑄就高價值品牌壁壘**

面對政策波動引發的市場環境變化以及日益激烈的同質化競爭，我們將持續深化品牌戰略，把品牌建設成為抵禦市場風險的核心壁壘。一方面，加大研發投入，聚焦產品的功能創新，通過提升產品的質量、性能和獨特性，鞏固並強化自身產品的核心競爭力。另一方面，圍繞品牌定位進行系統化的品牌價值提升，通過精準的市場定位、中高端化的產品設計以及優質的用戶體驗，不斷增強品牌及產品的溢價能力，力求在激烈的市場競爭中穩步提升品牌的行業地位和市場影響力。

- **物流管理：打造高效服務與業務增長適配的物流體系**

物流管理作為連接生產與消費的關鍵環節，我們將從效率提升、基礎設施升級和服務優化三方面入手，構建與業務增長高度適配的物流體系。在效率優化上，通過智能化的物流管理系統，對倉儲、運輸、配送等各環節進行數據化監控與調度，持續優化庫存周轉率、配送時效等核心指標，降低物流運營成本。在基礎設施建設上，加大對海外倉、區域分撥中心等物流節點的投資，根據市場需求分佈優化倉儲網絡佈局，提升倉儲的存儲能力與貨物周轉效率，同時完善運輸車隊與配送網絡，確保貨物能夠快速、安全地送達目的地，為未來業務的持續增長提供堅實的物流支撐。在客戶服務方面，建立更精細化、響應更迅速的售後服務體系，通過設立專門的客戶服務團隊，利用數字化工具實現消費者需求和問題的快速對接與解決，提供包括安裝指導、退換貨等個性化、貼心的服務，從而進一步提升客戶滿意度和忠誠度，增強客戶的黏性。

- **AI賦能：以全流程智能化升級驅動企業競爭力躍升**

在數字化轉型的浪潮下，我們正積極推動AI技術在公司各業務環節的深度滲透與融合，實現從前端市場洞察到後端運營管理的全流程智能化升級，以此提高各環節的協同效率，降低運營成本。一方面，借助AI技術強大的多模態數據分析能力，對市場動態、消費者行為數據進行深度挖掘，精準預判市場需求趨勢，剖析不同消費群體的偏好與購買習慣，有助於我們更精準地預判市場需求、剖析消費者行為，並提供個性化的產品推薦，進而有效增強企業的市場競爭力；另一方面，AI通過深度挖掘後端運營的交易數據、實時訂單波動、市場需求趨勢等多維度信息，構建動態預測模型，實現採購與庫存管理流程的智能化自動化。

財務回顧

截至2024年6月30日止六個月及截至2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣4,335.0百萬元及人民幣5,607.2百萬元。截至2024年6月30日止六個月，我們的利潤為人民幣283.9百萬元，而截至2025年6月30日止六個月則為人民幣116.6百萬元。

收入

我們的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣4,335.0百萬元增加29.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣5,607.2百萬元，主要是由於我們的商品銷售持續擴大以及我們提供更多的物流解決方案。

按商品或服務類別劃分

下表載列於所示期間按商品或服務類別劃分並以絕對金額及佔收入百分比列示的收入明細：

商品或服務類別	截至6月30日止			
	2025年 人民幣千元 收入	佔收入百分比	2024年 人民幣千元 收入	佔收入百分比
商品銷售	3,922,266	69.9%	3,430,989	79.1%
家具家居及家用電器類產品	3,276,838	58.4%	2,883,923	66.5%
電動工具類產品	290,336	5.2%	260,351	6.0%
其他產品	355,092	6.3%	286,715	6.6%
物流解決方案	1,684,980	30.1%	903,993	20.9%
總計	<u>5,607,246</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,334,982</u>	<u>100.0%</u>

附註：

(1) 其他產品包括消費電子產品等。

商品銷售

家具家居及家用電器類產品。我們的家具家居及家用電器類產品銷售收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣2,883.9百萬元增加13.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣3,276.8百萬元，主要由於我們的家具家居及家用電器類產品銷售的擴張。

電動工具類產品。我們的電動工具類產品銷售收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣260.4百萬元增加11.5%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣290.3百萬元，主要由於電動工具類產品銷售的擴張。

其他產品。我們來自其他產品的銷售收入由截至2024年6月30日止六個月為人民幣286.7百萬元增加23.8%而截至2025年6月30日止六個月則為人民幣355.1百萬元。主要由於新銷售渠道(例如Tiktok, TEMU)的擴張, 銷售訂單增加。

物流解決方案

我們的物流解決方案收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣904.0百萬元增加86.4%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,685.0百萬元, 主要是由於我們擴倉進而同步擴大了客戶群履行了更多訂單以及我們與主要客戶戰略性合作, 並提升了「最後一公里」服務及倉儲設施的能力。

銷售成本

我們的銷售成本包括銷售貨物的銷售成本及物流解決方案的銷售成本。銷售貨物的銷售成本主要包括(i)就OEM製造服務支付的採購成本; (ii)物流成本, 指我們從第三方購入物流服務以銷售我們的產品的成本以及使用主要由西郵集團提供的物流解決方案的成本。

我們的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣2,851.5百萬元增加40.4%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣4,004.9百萬元, 主要是由於商品銷售的海運頭程成本上漲, 以及物流解決方案業務由於擴倉導致營業成本大幅上升。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,438.4百萬元增加8.0%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,602.4百萬元。我們的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的34.2%減少至截至2025年6月30日止六個月的28.6%。主要由於商品銷售的海運頭程成本上漲, 以及新倉庫以相對優惠的價格吸引新客戶。

我們商品銷售的毛利由2024年6月30日止的人民幣1,333.1百萬元增加7.3%至2025年6月30日止的人民幣1,430.2百萬元。我們商品銷售的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的38.9%減少至截至2025年6月30日止六個月的36.5%, 主要是由於海運頭程成本上漲所致。

我們物流解決方案的毛利由2024年6月30日止的人民幣150.3百萬元增加14.6%至2025年6月30日止的人民幣172.2百萬元。我們物流解決方案的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的16.6%減少至截至2025年6月30日止六個月的10.2%, 主要是因為我們新倉庫以相對優惠的價格以吸引新客戶, 以及物流解決方案業務由於擴倉導致營業成本大幅上升。

其他收益及虧損

我們的其他收益由截至2024年6月30日止六個月的人民幣41.0百萬元大幅下降128.5%至截至2025年6月30日止六個月的其他虧損人民幣11.7百萬元，主要是由於外匯匯率變動導致外匯收益下降。

預期信貸虧損模式（「預期信貸虧損」）下的減值虧損，扣除撥回

我們預期信貸虧損下的減值虧損，扣除撥回由截至2024年6月30日止六個月的虧損人民幣3.4百萬元增加216.6%至截至2025年6月30日止六個月的撥回人民幣4.0百萬元，主要因為西郵集團壞賬減少導致。

銷售開支

我們的銷售開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣902.9百萬元增加18.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,071.0百萬元，銷售開支增加主要與收入增長整體一致。銷售開支比率由2024年6月30日末的20.8%下降至2025年6月30日末的19.1%。主要由於收入結構變動所致。

行政開支

我們的行政開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣157.9百萬元增加23.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣195.2百萬元，主要由於僱員開支、諮詢費開支增加。

研發開支

我們的研發開支由截至2024年6月30日止六個月的人民幣55.9百萬元增加43.5%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣80.1百萬元，主要是由於我們的研發僱員人數增加導致。

融資成本

我們的融資成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣43.5百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣127.3百萬元，主要由於物流解決方案擴大運營，新增租賃倉庫，使得相關的租賃負債的融資成本同步增加。

期內利潤

由於 (i) 商品銷售涉及的關稅政策調整，疊加物流成本上漲，導致整體成本大幅攀升；(ii) 物流解決方案業務因新增租賃倉庫，其使用權資產融資成本的攤銷使得營業成本大幅增加；(iii) 以及新孵化項目尚處前期階段，投入成本較高，對整體利潤產生了稀釋作用。我們的淨利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣283.9百萬元減少58.9%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣116.6百萬元。

流動資金及資本資源

截至2025年6月30日止，我們的現金及現金等價物為人民幣1,307.0百萬元。計及全球發售所得款項淨額及我們可用的財務資源，包括現金及現金等價物、銀行借款，以及經營活動所得現金流量，我們有足夠營運資金滿足目前的需求。

現金流量

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
經營活動所得現金淨額	271,099	239,683
投資活動所用現金淨額	(269,382)	(372,911)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	(45,631)	84,766
現金及現金等價物減少淨額	(43,914)	(48,462)
期末現金及現金等價物	1,306,988	762,621

經營活動所得現金淨額

2025年上半年，經營活動所得現金淨額為人民幣271.1百萬元，2024年上半年，經營活動所得現金淨額為人民幣239.7百萬元。

投資活動所用現金淨額

2025年上半年，我們的投資活動所用現金流出淨額為人民幣269.4百萬元，主要是由於購買物業、廠房及設備人民幣89.0百萬元、存放質押銀行存款流出淨額人民幣215.1百萬元以及出售理財產品(按公允價值計入損益的金融資產)所得淨額人民幣16.0百萬元綜合所致。

2024年上半年，我們的投資活動所得現金流出淨額為人民幣372.9百萬元，主要是由於購買理財產品(按公允價值計入損益的金融資產)流出淨額人民幣50.0百萬元、購買物業、廠房及設備流出人民幣58.1百萬元、收購附屬公司流出人民幣119.3百萬元以及存放質押銀行存款流出淨額人民幣158.7百萬元綜合原因所致。

融資活動所得／(所用) 現金淨額

2025年上半年，我們的融資活動所用現金流出淨額為人民幣45.6百萬元，主要是由於新借銀行借款流入淨額人民幣299.3百萬元、支付銀行利息人民幣17.0百萬元、西郵集團使用權資產融資成本人民幣110.3百萬元、已付股息人民幣103.8百萬元、償還租賃負債人民幣82.0百萬元以及購回股份人民幣23.7百萬元等原因綜合所致。

2024年上半年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣84.8百萬元，主要是由於新借銀行借款流入淨額人民幣236.6百萬元、償還租賃負債人民幣59.0百萬元、購回股份人民幣47.1百萬元以及已付銀行利息人民幣13.7百萬元、西郵集團使用權資產融資成本人民幣29.1百萬元等原因綜合所致。

或有負債

截至2025年6月30日止，我們並無任何重大或有負債。

資本承擔

截至2025年6月30日止六個月，本集團有已訂約但未撥備的資本承擔人民幣179.0百萬元，主要為物業、廠房及設備的未來投入。

重大投資、重大收購及出售

截至報告期末，本集團未有根據上市規則附錄D2第32(4A)段須披露的重大投資。報告期間，本集團並無進行重大收購或出售。

槓桿比率

本集團的槓桿比率等於計息債務總額(包括計息銀行借款及租賃負債)除以權益總額，由截至2024年12月31日的1.3增加至截至2025年6月30日的1.4，主要由於銀行借款增加。

僱員、培訓及薪酬政策

截至2025年6月30日，我們共有2,661名僱員，其中大多數位於中國深圳。下表載列截至2025年6月30日按職能劃分的僱員數目：

職能	僱員人數	佔總數百分比
產品開發、運營、銷售及營銷	1,354	50.90%
採購及供應鏈管理	463	17.40%
行政／職能	459	17.20%
倉儲／生產	385	14.50%
總計	2,661	100%

我們的業務增長及發展取決於我們吸引、保留及激勵能幹僱員的能力。於報告期間，我們通過不同方法招聘員工，如校園招聘、招聘會、招聘代理以及內部及外部轉介。我們致力於在我們所有的僱傭實踐中提供公平及平等的機會，並已實施相關政策和程序。作為留人策略的一部分，我們通常基於個人及整體業務表現，提供具競爭力的薪金、全面的保險及績效激勵計劃。

就培訓而言，我們為新僱員進行入職培訓計劃，令他們熟悉我們的公司文化、業務及行業，以提升他們對本公司的了解及促進其工作表現。我們亦定期向現有僱員提供訂制的內部培訓，以提升其技術能力或安排彼等出席第三方培訓。此外，我們向若干僱員提供管理技術訓練，協助他們過渡至管理職位。

截至2025年6月30日止六個月，僱員薪酬及福利開支總額為人民幣336.4百萬元。

全球發售所得款項用途

本公司於2024年11月8日在聯交所主板上市，以每股15.60港元的發售價發行29,894,700股新股，扣除與全球發售有關的包銷佣金、費用及其他開支後，上市所得款項淨額約為387.5百萬港元。上市所得款項將按招股章程中「未來計劃及所得款項用途」一節所披露，本公司募集資金將在上市後三年進行使用，分別為首年使用30%、上市後第二年使用50%，上市後第三年使用20%。

根據本公司於2025年5月30日的公告及2025年6月6日的通函，鑒於關稅政策發生重大變動，為積極應對政策變化帶來的經營環境變化，保障本公司既定戰略目標的穩步推進，本公司已對募集資金使用期限同步進行調整，於2026年6月30日前根據調整後的募集資金用途，有計劃的投入使用募集資金。有關變更所得款項淨額用途的理由及裨益的詳情載於本公司於2025年6月6日的通函。有關變更於2025年6月30日的年度股東會審議通過後生效。經上述變更後，募集資金淨額使用計劃如下：

項目	百分比	用於相關用途的款項 (百萬港元)	於報告期內已動用款項 (百萬港元)	於報告期末尚未動用款項 (百萬港元)	悉數動用尚未動用款項的預期時間表
業務擴張	80.0%	310.0	42.0	268.0	截至2026年6月30日前
加強數字化並進一步完善信息管理系統	5.0%	19.375	0	19.375	截至2026年6月30日前
營運資金及一般企業用途	15.0%	58.125	4.90	53.225	截至2026年6月30日前
總計	100%	387.5	46.9	340.6	

- 註：(1) 我們已將尚未動用的所得款項淨額存放於持牌商業銀行及／或其他授權金融機構的短期計息賬戶。我們將遵守有關外匯登記及所得款項匯款的中國法律。
- (2) 表格所載的若干金額及百分比數字已作出四捨五入。因此，所示的算術合計結果未必為其之前數字計算所得。若出現算術合計結果與所列金額計算所得不符，均為四捨五入所致。

中期股息

本公司董事會不建議派發截至2025年6月30日止六個月的中期股息。

企業管治常規

董事會致力維持高水平的企業管治標準。

董事會相信，高水平企業管治標準對為本公司提供框架，以保障股東利益、提升企業價值、制定業務策略及政策，以及增強其透明度及問責制而言至為重要。

本公司已採納上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》(「企業管治守則」)原則及守則條文，作為本公司企業管治常規的基礎。

企業管治守則的守則條文第C.2.1條列明董事會主席與行政總裁的角色應有區分，不應由一人同時兼任。陸海傳先生兼任本公司董事長及首席執行官。儘管與企業管治守則的守則條文第C.2.1條有所偏離，惟鑒於陸海傳先生對本集團業務擁有豐富知識及經驗，董事會認為，本公司董事長及首席執行官的角色由一人同時兼任有利於確保本集團內部的領導一致，並為本集團實現更有效及更有效率的整體策略規劃。董事會相信，現時安排下的權力與權限平衡不會受到損害，而此架構將使本公司能夠迅速有效地作出決策並予以執行。儘管如此，董事會將繼續不時檢討有關架構，並考慮在適當時採取適當舉措。

惟上述所述者偏離守則條文第C.2.1條的情況除外，董事會認為，於2025年上半年，本公司一直遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規守則，以維持高水平的企業管治。

進行證券交易的標準守則

2025年上半年，本公司已採納上市規則附錄C3所載標準守則（「標準守則」）作為董事及（因自身職務或工作）可能掌握本集團或本公司證券的內幕消息的本集團僱員進行本公司證券交易的行為守則。本公司已向全體董事作出具體查詢，且董事已確認彼等於2025年上半年一直遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於2025年上半年，本公司或其任何子公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份）。於2025年6月30日，本公司並未持有任何庫存股份（上市規則項下所定義的）。

境內非上市股份實施「全流通」

於2025年5月13日，本公司已將187,093,658股境內非上市股份按一對一基準轉換為H股向中國證券監督管理委員會（「中國證監會」）備案，並已取得中國證監會發出的《關於傲基（深圳）跨境商務股份有限公司境內未上市股份「全流通」備案通知書》。香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）已於2025年5月20日授出187,093,658股本公司H股（該等H股由本公司187,093,658股境內非上市股份轉換而成）上市及買賣的批准，合計187,093,658股境內非上市股份已於2025年5月22日完成轉換為H股，該等轉換的H股已於2025年5月23日上午9時正起開始於香港聯交所上市。

詳情請參閱本公司日期為2025年5月13日、2025年5月20日及2025年5月22日的公告。

期後事項

除本公告所披露事項外，自報告期末至本公告日期，本集團並無發生任何重大事項。

審計委員會及審閱中期業績

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則條文成立審計委員會。

審計委員會由三名成員組成，分別為孟榮芳女士、陳曉歡先生及高玉女士。審計委員會所有成員均為獨立非執行董事。孟榮芳女士為審計委員會主席。審計委員會職權範圍的條款不遜於企業管治守則及中國相關法律所訂明者。

審計委員會已與董事會及本公司的核數師共同審閱本集團所採用的會計原則及政策，以及本公司截至2025年6月30日止六個月的中期業績。

審閱簡明綜合財務報表

本公司的獨立核數師德勤•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工作準則第2410號「實體之獨立核數師對中期財務資料的審閱」，審閱截至2025年6月30日止六個月的未經審計簡明綜合中期財務資料。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告刊發於聯交所網站 (www.hkexnews.hk) 及本公司網站 (www.augroup.com)。本公司截至2025年6月30日止六個月的中期報告將於適當時間寄發予有需要印刷本的股東，並將可於上述聯交所網站及本公司網站查閱。

釋義

「公司章程」	指	本公司的公司章程，經於2025年6月30日召開的年度股東會審議及批准之日起生效，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「審計委員會」	指	本公司的審計委員會
「授權代表」	指	本公司的授權代表
「董事會」	指	本公司的董事會
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、澳門及台灣
「本公司」	指	傲基(深圳)跨境商務股份有限公司，前身為傲基科技股份有限公司、深圳市傲基電子商務股份有限公司及深圳市傲基電子商務有限公司，一家於2010年9月13日根據中國法律成立的有限責任公司，於2015年5月25日改制為中國股份有限公司
「董事」	指	本公司的董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售

「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司（或本公司及其任何一間或多間附屬公司，視乎情況而定）
「H股」	指	本公司股本中每股面值為人民幣1.00元的海外上市外資股，以港元認購及買賣，並於香港聯交所上市
「港元」	指	分別指港元及港仙，香港的法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區
「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）
「香港聯交所」 或「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「上市」	指	H股於香港聯交所主板上市
「報告期」 或「報告期間」	指	截至2025年6月30日止六個月

承董事會命
傲基（深圳）跨境商務股份有限公司
陸海傳先生
 董事長、執行董事兼首席執行官

中國深圳，2025年8月28日

於本公告日期，董事會包括執行董事陸海傳先生、逄會越先生、莊麗豔女士及余鳳祿先生；非執行董事張麗女士；及獨立非執行董事孟榮芳女士、陳曉歡先生、高玉女士及劉永先生。