

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。



CARPENTER TAN HOLDINGS LIMITED

譚木匠控股有限公司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：837)

截至二零二五年六月三十日止六個月之 中期業績公告

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		百分比變動
	二零二五年	二零二四年	增加／(減少)
	(未經審核)	(未經審核)	
	人民幣千元	人民幣千元	
財務摘要			
收益	287,886	263,082	9.4%
銷售成本	(110,089)	(100,837)	9.2%
毛利	177,797	162,245	9.6%
毛利率	61.8%	61.7%	0.1個百分點
除稅前溢利	133,366	119,182	11.9%
期內溢利	109,046	96,288	13.2%
本公司擁有人應佔溢利	109,046	96,288	13.2%
每股基本盈利(人民幣分)	43.8	38.7	13.2%

譚木匠控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零二五年六月三十日止六個月(「本報告期」)之未經審核綜合業績，連同截至二零二四年六月三十日止六個月之比較數字及經選擇附註如下：

簡明綜合損益表

截至二零二五年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月 二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
收益	6(a)	287,886	263,082
銷售成本		(110,089)	(100,837)
毛利		177,797	162,245
其他收入	6(b)	22,762	21,520
銷售及分銷開支		(46,012)	(43,386)
行政開支		(17,673)	(18,170)
其他經營開支		(3,220)	(2,718)
經營溢利		133,654	119,491
財務費用		(288)	(309)
除稅前溢利	7	133,366	119,182
所得稅	8	(24,320)	(22,894)
期內溢利		109,046	96,288
以下人士應佔			
本公司擁有人		109,046	96,288
非控股權益		—	—
期內溢利		109,046	96,288
每股盈利	9		
基本		人民幣43.8分	人民幣38.7分
攤薄		不適用	不適用

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至二零二五年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利	109,046	96,288
期內其他全面收益		
不會重新分類至損益表的項目：		
由功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	(3,530)	5,787
其後會或可重新分類至損益之項目：		
換算海外業務產生的匯兌差額	9,358	(7,692)
期內其他全面收益／(虧損)，扣除所得稅零元	5,828	(1,905)
期內全面收益總額	114,874	94,383
以下人士應佔		
本公司擁有人	114,874	94,383
非控股權益	—	—
期內全面收益總額	114,874	94,383

簡明綜合財務狀況表
於二零二五年六月三十日

	附註	二零二五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	10(a)	139,903	132,355
使用權資產		34,400	36,233
投資物業	10(b)	84,100	84,100
無形資產		—	—
無抵押定期銀行存款		306,000	218,000
其他應收賬款、按金及預付款項		1,137	624
		565,540	471,312
流動資產			
存貨		296,535	292,498
應收貿易賬款	11	10,540	7,153
其他應收賬款、按金及預付款項		12,006	10,656
按公平值計入損益之金融資產	12	10,000	80,791
無抵押定期銀行存款 (3個月以上但 一年內到期)		20,000	105,000
現金及現金等值物		116,530	41,714
		465,611	537,812
流動負債			
應付貿易賬款	13	7,738	9,507
其他應付款項及應計費用		46,353	47,798
應付所得稅		29,642	38,595
租賃負債		2,175	2,161
		(85,908)	(98,061)
流動資產淨值		379,703	439,751
總資產減流動負債		945,243	911,063
非流動負債			
遞延稅項負債		22,197	16,654
遞延收入		487	497
租賃負債		9,358	9,953
		(32,042)	(27,104)
資產淨值		913,201	883,959
股本及儲備			
股本	15	2,189	2,189
儲備		911,012	881,770
本公司擁有人應佔權益		913,201	883,959
非控股權益		—	—
總權益		913,201	883,959

簡明綜合財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

1. 一般資料

譚木匠控股有限公司（「本公司」）於二零零六年六月二十日根據開曼群島公司法第22章（一九六一年法例3，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands，而主要營業地點地址為中華人民共和國（「中國」）重慶萬州區龍寶雙河口輕工業園A型廠房。

2. 編製基準及重大會計政策資料

(a) 合規聲明

截至二零二五年六月三十日止六個月之未經審核中期財務報告乃根據香港會計師公會所頒佈之香港會計準則第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附錄十六的適用披露規定而編製。

(b) 財務報表編製基準

簡明綜合中期財務報表乃按歷史成本基準編製，惟以公平值計量的投資物業及按公平值計入損益的金融資產除外。簡明綜合中期財務報表應與本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務報表一併閱讀。該等報表並不包括根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製的完整財務報表所需的所有資料。然而，已載入的部分附註以解釋對理解自截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務報表以來本集團的財務狀況變動及表現重要的事件及交易。

中期財務報表未經審核，但已由本公司的審核委員會進行審閱。本公司董事會於二零二五年八月二十八日授權刊發簡明綜合中期財務報表。

(c) 重大會計政策資料

除因應用經修訂香港財務報告準則而產生的新會計政策外，截至二零二五年六月三十日止六個月簡明綜合中期財務報表所用的會計政策及計算方法與本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務報表所呈列的會計政策及計算方法相同。

期內，本集團已就編製本集團簡明綜合中期財務報表首次應用下列由香港會計師公會頒佈並於本集團自二零二五年一月一日開始的年度期間強制生效的經修訂香港財務報告準則：

香港會計準則第21號的修訂本

缺乏可兌換性

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新訂準則或修訂。期內應用經修訂香港財務報告準則對本集團於期內及過往期間的財務狀況以及表現及／或該等簡明綜合中期財務報表所載的披露並無重大影響。

3. 會計判斷及估計不確定性

於編製該等中期財務報表時，管理層已作出會影響會計政策的應用以及資產及負債、收入及開支呈報金額的判斷及估計。實際結果可能有別於該等估計。

管理層於應用本集團會計政策時作出的重大判斷及估計不確定性的主要來源與上一年度綜合財務報表中所述者相同。

4. 分部報告

經營分部乃基於提供有關本集團各方面資料之內部報告而識別，有關資料向董事會（為本集團最高營運決策人）呈報並經其審閱，以作資源分配及評估表現。

管理層自產品的角度考慮其業務並根據木工藝品及飾品廣泛銷售所產生的收益評估其表現。本集團逾90%的收益、業績及資產源自木工藝品及飾品製造及銷售的單一分部，因此並無呈列分部資料。

本集團業務的收益及業績主要來自在中國進行的業務活動。於中國境外進行的業務並不重大。本集團的主要資產位於中國。因此，並無提供地區資料。

主要客戶

由於並無與單一外界客戶進行的交易相等於或超過本集團總收益10%，故此並無呈列按主要客戶劃分的本集團收益及經營貢獻分析。

5. 經營季節因素

本集團的銷售一般受季節影響而波動，三月至四月及九月至十二月的銷售額較高，而七月的銷售額則較低。董事認為該等季節影響是由於特許經營店為五月（母親節）、九月（教師節）、十月（國慶節）、十一月（雙十一）及十二月（聖誕節及新年）等節日／假日的零售業務高峰期作準備而於節日／假日前提高採購量所致。

6. 收益及其他收入

本集團的主要業務為設計、製造及分銷「譚木匠」品牌小型木工藝品及飾品；主要在中國經營特許加盟及分銷網絡；及在香港及中國經營零售店從而直接銷售本集團產品。收益指向客戶供應貨品的銷售價值(扣除增值稅、其他銷售稅項及折扣)以及加盟費收入(屬香港財務報告準則第15號範疇)。本集團於期內的收益及其他收入分析如下：

(a) 收益

按主要產品或服務類別劃分來自客戶合約的收益明細如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
屬香港財務報告準則第15號範疇內來自客戶合約的收益		
銷售貨品	287,593	262,620
加盟費收入	293	462
	<u>287,886</u>	<u>263,082</u>

所有來自客戶合約之收益在某一時間點確認。

(b) 其他收入

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
政府補貼(附註(i))	2,459	—
按攤銷成本計量的金融資產利息收入 — 銀行利息收入	1,450	5,336
按公平值計入當期損益的金融資產的 公平值變動的收益	225	25
中國增值稅優惠退款(附註8(v))	16,412	12,298
投資物業的租金收入	1,095	2,267
匯兌之淨收益	15	52
應收其他賬款虧損撥備撥回	10	—
其他	1,096	1,542
	<u>22,762</u>	<u>21,520</u>

附註

- (i) 於二零二五年，政府補貼當中，約人民幣2,459,000元(二零二四年：約人民幣零元)是屬於本集團在中國之附屬公司。其主要是來自於中華人民共和國重慶市財政局及重慶市人力資源和社會保障局所提供的支援資金(「基金」)。基金的目的為通過向於中國以外參與若干市場推廣活動的商業實體提供財務支持以鼓勵參與海外市場推廣；及通過向架構、裁員率、失業保險供款達到一定標準的商業實體提供財務支持以打造穩定的就業環境及防止失業風險。

7. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
已售存貨的賬面值	111,087	101,430
存貨(撇減撥回)／撇減	(998)	(593)
存貨成本(附註(i))	110,089	100,837
折舊		
－物業、廠房及設備	3,665	2,515
－使用權資產	1,769	1,847
與短期租賃有關的開支	535	400
就應收貿易賬款確認的減值虧損	25	12
出售物業、廠房及設備虧損淨額	7	34
員工成本(包括董事酬金)	54,939	51,346
銷售退貨撥備	164	82
投資物業總租金收入	(953)	(2,267)
減：期內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	230	327
租金收入淨額	(723)	(1,940)

附註：

- (i) 存貨成本包括與員工成本及折舊有關的約人民幣35,232,000元(二零二四年：人民幣33,380,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

8. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
即期稅項		
中國企業所得稅(附註(i))	18,678	19,135
香港利得稅(附註(iii))	—	—
股息的預扣稅(附註(iv))	—	—
－期內撥備	—	—
	18,678	19,135
遞延稅項		
股息分派後轉移至即期稅項	—	—
期內撥備(附註(iv))	5,642	3,759
總計	24,320	22,894

所得稅開支根據預期整個財政年度的加權平均年所得稅率的最佳估計於期內確認。倘年度所得稅率的估計發生變化，則期內所得稅開支的應計金額可能須於本財政年度的後續中期期間作出調整。

附註：

- (i) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25% (二零二四年：25%) 計算，惟根據稅務優惠政策，重慶譚木匠工藝品有限公司 (「譚木匠」) 享受15%的企業所得稅優惠稅率。
- (ii) 本公司於開曼群島註冊成立，獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司在英屬處女群島成立的附屬公司獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- (iii) 由於有關香港附屬公司於截至二零二五年及二零二四年六月三十日止期間並無須繳納香港利得稅的應課稅溢利，因此並無就該等期間的香港利得稅作出撥備。
- (iv) 根據自二零零八年一月一日起生效的中國企業所得稅法，未在中國設立機構或營業地點或設立機構或營業地點但有關收入與在中國設立機構或營業地點並無實際關連的非居民企業，須就各種被動收入 (如來自中國相關公司的股息) 按10%的稅率繳納預扣所得稅。根據中國與香港訂立並於二零零七年一月一日起生效的雙重徵稅安排，倘香港投資者對中國被投資實體的投資不少於25%，則預扣所得稅稅率將下調至5%。於二零零八年二月二十二日，中國國家稅務總局 (「國稅總局」) 批准財稅(2008) 第1號，從外資企業二零零七年十二月三十一日之前的保留盈利中撥付的股息分派將獲豁免繳付預扣所得稅。

本集團於二零一三年十二月三十一日前享有下調5%稅率。於二零一四年，本集團再次申請下調稅率並須完成若干額外審閱程序 (於過往年度並無要求)。

於財務報表日期，優惠稅率的相關正式手續已完成。管理層已諮詢中國律師意見並評定，由二零一九年起，本集團享有5%的預扣所得稅稅率。

- (v) 根據國稅總局、中國財政部所頒佈的有關企業聘請殘疾人士的稅務優惠政策，本集團的全資附屬公司譚木匠向其殘疾僱員支付的薪金自二零一六年十一月二十四日起可享雙倍所得稅優惠扣減，及增值稅退稅 (相等於其殘疾僱員數目乘以國稅總局釐定的特定年度上限金額)。

本集團按應計基準於本集團簡明綜合損益表內確認增值稅退稅。期內退回本集團的增值稅金額的詳情載於附註6(B)。

9. 每股盈利

a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據期內本公司擁有人應佔溢利及已發行普通股加權平均數計算：

i) 本公司擁有人應佔溢利

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>109,046</u>	<u>96,288</u>

ii) 普通股加權平均數

	股份數目 截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 (未經審核) 千股	二零二四年 (未經審核) 千股
已發行普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>
每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>

b) 每股攤薄盈利

由於期內並無潛在已發行普通股，故並無呈列截至二零二四年及二零二五年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利。

10. 固定資產

a) 購置及出售

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團購置的物業、廠房及設備項目的成本合共人民幣11,236,000元（截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣22,320,000元）。截至二零二五年六月三十日止六個月，出售的物業、廠房及設備項目的賬面總額為人民幣23,000元（截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣48,000元）。

b) 估值

於二零二五年六月三十日，本集團的投資物業並無由獨立估值師重新估值。董事知悉物業市場條件的可能變化。董事認為本集團的投資物業的賬面金額不會與二零二四年十二月三十一日由獨立合資格專業估值師估值的公平值有重大差異。因此，於期內沒有確認投資物業的公平值的任何變化。於報告期內，本集團概無購入或出售任何投資物業。

11. 應收貿易賬款

	於二零二五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
來自客戶合約的應收貿易賬款	10,634	7,222
減：信貸虧損撥備	(94)	(69)
	<u>10,540</u>	<u>7,153</u>

按發票日期(與彼等各自之收益確認日期相若)呈列的應收貿易賬款(已扣除虧損撥備)的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	8,551	5,617
31至60日	744	799
61至90日	201	315
91至180日	290	52
181至365日	655	163
1年以上	99	207
	<u>10,540</u>	<u>7,153</u>

客戶一般須在產品交付前結付訂單款項。信譽度良好的客戶可獲授30日以內的信貸期。

12. 按公平值計入損益之金融資產

	於二零二五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
可保本理財產品，按公平值(附註)	<u>10,000</u>	<u>80,791</u>

附註：該金額指於中國持牌銀行所發行的可保本理財產品的投資，預期年回報率為1.40%至2.18%(二零二四年十二月三十一日：年利率1.50%至2.37%)。按公平值計入損益的金融資產人民幣10,000,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣80,791,000元)到期日為一年以內。

13. 應付貿易賬款

供應商一般給予30日的信貸期。按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	6,292	5,209
31至60日	869	3,211
61至90日	49	777
91至180日	333	104
181至365日	81	95
1年以上	114	111
	<u>7,738</u>	<u>9,507</u>

14. 股息

- i) 董事會議決並不派發截至二零二五年六月三十日止六個月的任何中期股息(截至二零二四年六月三十日止六個月：零)。
- ii) 於中期期間批准及支付的應付本公司擁有人過往財政年度股息：

	截至六月三十日止六個月 二零二五年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元
於本中期期間批准及派付的截至二零二四年 十二月三十一日止財政年度末期股息每股 普通股36.63港仙，相當於人民幣34.43分 (二零二四年：於截至二零二四年六月三十日 止期間批准及派付的截至二零二三年 十二月三十一日止財政年度每股 普通股38.64港仙，相當於人民幣34.98分)	<u>85,632</u>	<u>87,000</u>

15. 股本

	股份數目	金額 港元	相當於金額 人民幣
每股面值0.01港元的普通股			
法定：			
於二零二四年一月一日、二零二四年 十二月三十一日、二零二五年一月一日 及二零二五年六月三十日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000,000</u>	<u>87,926,000</u>
已發行及繳足：			
於二零二四年一月一日、二零二四年 十二月三十一日、二零二五年一月一日 及二零二五年六月三十日	<u>248,714,000</u>	<u>2,487,140</u>	<u>2,189,160</u>

普通股擁有人有權收取不時派發的股息，並有權於本公司會議上就每股股份投一票。就本公司的剩餘資產而言，所有普通股享有同等地位。

管理層討論及分析

管理回顧

二零二五年初，本集團提出了經營業績目標、重點工作方向、關鍵工作措施等，具體包括年度業績目標、市場拓展與運營管理、非遺手工新產品開發與技藝傳承、工藝技術研發與生產效率提升、品牌提升與梳情花園的快閃活動、新廠建設與物流配送中心搬家、促進殘疾人就業和進一步改善無障礙設備設施、市場整肅與堅定維權等相關工作規劃，本集團管理層、各部門嚴格按照經營業績目標、重點工作方向、關鍵工作措施，認真執行、落到實處。

國內市場繼續圍繞進入好的商圈（旅遊景區、交通口岸）、好的商場、好的鋪位，對形象不好的邊櫃條櫃向獨立店鋪調改升級，通過加盟商年會梳頭大賽推進並做好以貼近顧客的沉浸式梳頭體驗服務，開展「梳情花園」營銷傳播和品牌推廣活動，推進給加盟商增信心給品牌加分的開設大店的工作。截至上半年，在北京、深圳、重慶、瀋陽、長沙等一線城市和少數地級市，僅有共20家50-80平米的店鋪，相對目前主要集中20平米左右的店鋪，大獨立店鋪的數量質量都還遠遠不夠，品牌帶動和輻射力也遠遠不足。在給甲方的信心和重視方面，本集團仍需繼續努力。但本集團相信「星星之火，可以燎原」，隨着本集團在北京、上海或廣深優先開設200-300平米旗艦形象店計劃的推進，加盟商開大店和獨立店鋪的信心、甲方對品牌的尊重和看重，品牌的帶動輻射能力和市場的拓展運營環境，都會得到顯著改善和提升。

海外市場拓展，受美國關稅貿易戰和快遞小包裹稅收政策跌宕起伏、變幻不定的影響，年初計劃在北美設置本地倉的貼近顧客服務活動，目前已有備選團隊但尚需觀望。儘管如此，本集團也沒有停下腳步，仍在探索如山姆、開市客等平台渠道先國內後海外的渠道嘗試，並在英國做代理授權的運營試點，同時下半年將在香港、新加坡開設新形象店鋪。

智能拋磨梳齒和梳體、梳胚自動銑削一次成型的工藝技術研究取得重要進展，目前已經進入批量化試生產階段。在產品殘次缺陷的智能檢測方面取得了一些進步並局部投入運用，但在管孔裂紋的區分識別、多維度檢測缺損方面還需繼續努力。以傳統大漆和掐絲的手工工藝產品，於表面硬度和亮度、平順柔和的絲滑手感等方面，都有好的果效，且不再受自然環境的影響，可以實現全天候生產作業，但手工技藝的難度要求，量產能力方面，需要心若止水、先保品質再逐漸保證供應數量。新廠北區一期基礎建設基本完工，並完成項目聯合驗收，進入產權辦理和審計決算工作階段。物流配送中心和萬州廠原材料準備車間，將在下半年整體搬到新廠北區，在徹底解決原物流配送中心三合一的消防等安全風險的同時，對萬州廠的生產流程優化整合、材料性能改善的平衡養生創造了良好條件，相信隨着新廠北區一期建設的投入使用，在消防和生產安全風險的有效管控、生產流程的優化整合、材料性能質量技術等方面，會有顯著變化和長足的進步，為訂單數量質量提供更好的保障。

市場整肅維權的腳步依舊沒有停下，本集團內部和加盟體系管治雖出現了一些問題，但總體趨勢依然良好。當然，本集團也不會放過沒有做好的問題，絕不盲目麻木，而是自我警醒、深刻檢討、加強懲戒、完善措施，確保本集團治理和加盟體系更加規範、持續健康。

本報告期內，本集團經營業績目標明確、重點工作方向清晰、對應實施措施適宜有效，上半年本集團零售業績、銷售出庫基本實現了良好的增長，本集團治理總體保持有效和健康。

業務回顧

一、線下業務

截至二零二五年六月三十日止六個月，線下業務之POS銷售完成約人民幣4.375億元，同比二零二四年同期增長11.9%，包含產品銷售金額、產品銷售數量、新建店數、重裝店數、活躍會員數、客單價在內的各項業務指標均再次創下歷史新高。回顧二零二五年上半年，線下業務圍繞「銷售渠道拓新」、「門店形象翻新」、「服務模式創新」三方面開展各項工作，在新門店開發、現有門店形象迭代更新、新零售模式賦能、傳統線下及大客戶渠道開發、門店服務優化與規範、線下落地活動、會員服務提升等方面按計劃實施了一系列改善工作。圍繞集團品牌提升戰略所需承接的門店空間、體驗、服務提升工作已進入實施階段。立足線下的多平台、多矩陣發展戰略已初具雛形。通過產品和服務創新進一步擴大用戶規模並提升交易量，同店交易增長與運營效率提升工作也取得成效。

下半年線下業務仍將堅持以贏得消費者的長期信任為目標、以「品牌向上走」的總體戰略作為關鍵任務，不為短期利益折腰，堅持將每件小事做好。

1. 專賣店概況

截至二零二五年六月三十日止六個月，譚木匠在中國大陸共有1,278間加盟店，1間直接經營店。在其他國家及區域共有5間加盟店，在香港有3間直接經營店。店舖總數為1,287間，對比於二零二四年十二月三十一日之1,254間增加了33間。其中購物中心店佔比達72.54%，莫蘭迪形象佔比達51.56%，三代店形象佔比達47.34%。

於二零二五年六月三十日特許加盟店、海外店舖及專櫃數量之情況：

	二零二五年六月三十日		二零二四年 十二月三十一日	
	特許加盟店	直接經營店	特許加盟店	直接經營店
中國大陸	1,278	1	1,245	1
香港	—	3	—	3
其他國家及地區	5	—	5	—
總計	1,283	4	1,250	4

於二零二五年六月三十日加盟店舖在中國大陸分佈數目情況：

店舖種類	二零二五年六月三十日		二零二四年 十二月三十一日	
	特許加盟店 數目	佔比	特許加盟店 數目	佔比
購物中心	927	72.5%	875	70.3%
街面店	223	17.4%	236	19.0%
百貨公司	57	4.5%	59	4.7%
超級市場	10	0.8%	12	1.0%
景區	44	3.4%	46	3.7%
交通口岸	10	0.8%	9	0.7%
酒店	2	0.2%	2	0.2%
其他	5	0.4%	6	0.4%
總計	1,278	100.0%	1,245	100.0%

2. 渠道發展

於本報告期內，線下團隊將門店建設方向調整為新建與重裝並行，並輔以政策支持。以實現門店形象的快速迭代升級，以期為消費者提供更佳的購物環境，提升購物體驗感。新建店數量達101家，其中購物中心店佔比達93.07%，平均建店面積達到21.50 m²，合作體系達55餘個。重裝數量破百家，快速對部分面積小、位置差、形象舊的門店進行淘汰或升級。從目前來看，現渠道具備分佈廣、覆蓋全、合作深度充分的優勢。

3. 線下活動

於本報告期內，線下團隊對片區DP點的廣告宣傳進行了大規模的補貼，總計補貼金額達到了38.6萬。不僅覆蓋了多個城市和地區，還涉及多種類型和形式的廣告宣傳項目。這些補貼對於提升品牌形象、擴大市場影響力具有重要作用。接下來會繼續加強品牌宣傳和市場拓展工作，同時注重成本控制和效益評估，確保廣告宣傳投入的合理性和有效性。同時，針對一些重點區域和重點項目，可以進一步加大補貼力度和資源投入，以取得更好的市場效果。

於本報告期內，在長沙、昆明及廣州三地成功舉辦了「梳情花園」快閃品牌宣傳活動。通過快閃活動，譚木匠不僅成功提升了品牌知名度和美譽度，更在目標消費群體中樹立了更加鮮明、生動的品牌形象，下半年活動將在南京，杭州及瀋陽等地與大家繼續見面。

4. 會員服務

於本報告期內，譚木匠在會員拓展方面表現出色。數據顯示，這一時期會員累計新增數量達到171,917人，相較於2024年同期的127,813人，實現了34.51%的顯著增長。目前，譚木匠後台總會員數已突破140萬。

5. 新品上市

於本報告期內，共進行了三次新品配發，共計27款新品。分別是10款非遺工藝新品、5款母親節新品、11款夏日新品、1款撥筋梳新品。10款非遺工藝新品中，5款藉鑑掐絲珐瑯釉畫的藝術形式，傳承並創新了傳統非遺掐絲珐瑯工藝，設計出譚木匠掐絲珐瑯系列「華彩流年」新品；5款使用傳承千年的大漆工藝，秉持古法精髓與匠心精神，經多道工序，推出兼具傳統韻味與現代風格的大漆系列「漆韻東方」新品。母親節新品中，4款新品基於成熟的插齒梳及指環梳進行了提升設計。舒心、順意，採用護發梳的外形、指環梳的插齒結構，為消費者帶來了舒適的入發感和包裹感；子彈頭和球頭的齒型，為消費者帶來兩種不同的頭皮按摩體驗。靜泊、棲雲，優化了插齒弧度和齒型，在不刺激頭皮的同時帶來更貼合頭皮的包裹感。11款夏日新品中，設計師將東方山水人文與現代審美相結合，用木材的溫潤內斂，搭配和田玉的清秀淡雅、南紅瑪瑙的細膩紅潤，設計開發了各具特色的手珠、手鐲、掛飾、發簪等新品。消費者不僅可以作為單獨的首飾佩戴，展現個人風格，還能與中式或現代的服飾搭配，為整體造型添加光彩。1款撥筋梳，採用全新材質和優化後的梳型，為消費者帶來更舒適的頭部梳理體驗。

6. 店舖形象提升

於本報告期內，店舖設計總數量199家，完成設計方案的店舖為168家，裝修129家店，落位於購物中心的莫蘭迪風格店共計146家，佔完成數量的86%，三代店為22家。

譚木匠三代店形象提升工作已經全部完成，目前本集團直營店已完成裝修半年有餘，煙台振華商廈為測試後的第二家店，正在逐步完善和深化調整設計細節，目前看該形象可作為提升形象的方案繼續使用。

香港李永銓形象用於北京清河萬象匯，目前正在施工中，預計8月中旬完成施工，相關材質和結構可在施工完成後再進行深入研究。

本集團與洛客合作的設計方案正在進行中，待前期方向確認後可進行後續系統的方案設計。

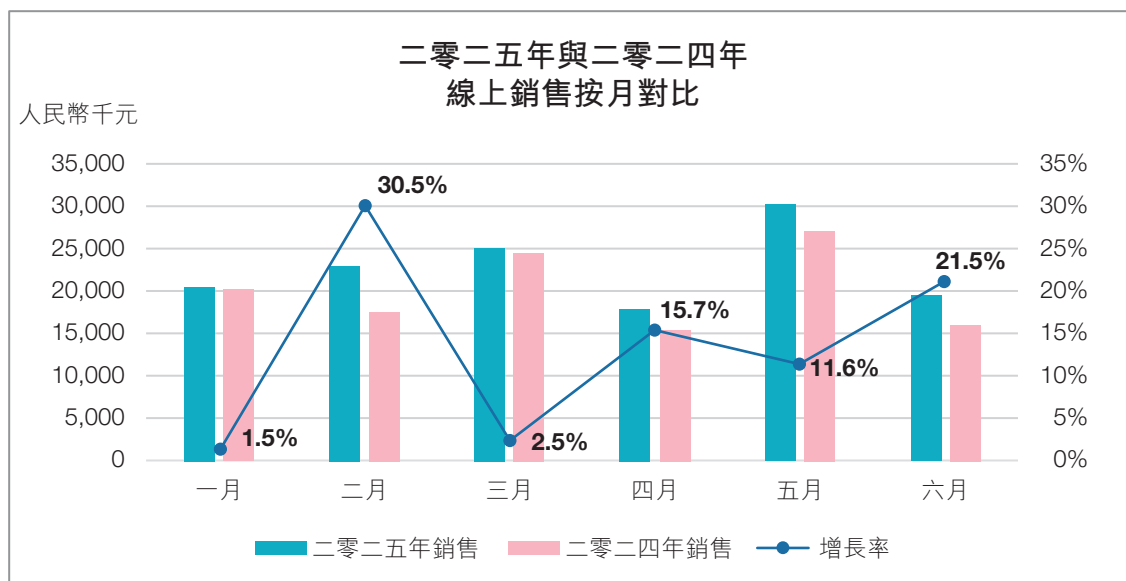
7. 二零二五年下半年線下業務工作重心

- (i)、開展好營銷管理團隊及加盟團隊的新零售業務培訓工作。為建設具備全渠道運營能力的線下加盟商做好準備，並進一步加大宣傳投入。
- (ii)、實施好門店形象的設計、陳列標準的制定。將每一家門店都作為品牌形象展示的窗口，保持品牌的統一性。
- (iii)、建設好一支忠誠度高，執行力強的加盟隊伍。集團仍將不遺餘力給予加盟體系支持，堅定雙方共同發展的策略，也將落實優勝劣汰的運行機制，確保隊伍永葆競爭力。
- (iv)、處理好廣大用戶對於產品設計、產品質量、維修服務、店內服務、梳頭體驗、清洗保養、文化傳遞等方面提出的更高要求。增加反饋通道並建設改善機制，確保用戶及市場的聲音得到傳遞和落實。

二、線上業務

截至二零二五年六月三十日止六個月，線上業務完成銷售人民幣1.38億元，完成半年度目標108%，同比二零二四年同期增長12.65%。已完成年度目標56.19%。

雖然面對市場競爭加劇及消費下行以及不主動參加任何促銷活動，線上業務團隊面臨一定的增長壓力，但通過不斷創新銷售手段、豐富產品線以及改善顧客體驗等方式，依然能夠在激烈的競爭環境中保持穩健的增長態勢。在產品開發方面，更加注重年輕化設計，並且持續拓展線上特供款產品，提升佈局產品差異化能力；結合抖音、小紅書等站外自媒體平台，做短視頻與直播的曝光，配合大促節點，廣泛吸引潛在客戶，並通過配合多個內容渠道擴大品牌聲量，從而引導更多消費者入店，最終在傳統電商平台進行站內觸達轉化；適應平台真實體驗分的機制，通過引入先進的客服機器人、搭建實用的RPA機器人場景，提高人效以及提升自身服務水平；優化刻字、描金定制服務，滿足顧客的禮贈需求；優化改造發貨場地，添置流水線設備，提升發貨效率。



1. 新平台及新推廣方式

於本報告期內，線上業務已有8個平台渠道，幾乎涵蓋了所有主流的傳統電商平台以及新型電商平台。上半年與得物平台對接，但是得物平台費用以及發貨個性化要求比較高，目前還在接洽中，未入駐。本報告期內電商團隊緊跟平台發展趨勢，與天貓簽署了JBP戰略合作以及二季度店播戰略合作，完成對應的銷售目標，可獲得對等的資源扶持。並且升級跟單寶新模塊，進行已購未入會人群召回，消息發送18.2萬人，消息訪問4.2萬人次，訪問後支付金額189萬元。進行小紅書平台達播，與李若彤完成2場小紅書直播帶貨，直播間總曝光人數1,330萬，直播間總觀看人數157.6萬，支付金額34.9萬元。

2. 抖音渠道拓展

在抖音渠道推廣方面，側重於品牌文化宣傳，通過豐富的內容發佈、跨平台整合、深厚的品牌文化和積極的市場反饋，成功地提升了品牌影響力和用戶黏性。上半年抖音關鍵詞搜索指數同比增加80.26%，環比增加48.15%；關鍵詞綜合指數同比增加80.65%，環比增加47.76%；內容分上漲27.51%，傳播分上漲31%，搜索分上漲48.14%。截至2025年6月30日，各平台賬號總播放量為24,923.2萬次。抖音平台賬號總粉絲量為29.8萬，共發佈71條。在不直播的情況下採用自有賬號運營+達人賬號創意視頻推廣+話題推廣同步進行的推廣模式，譚木匠不僅提升了品牌曝光，還在一定程度上促進了整體產品的銷售。

3. 站內外內容推廣

在站內外內容推廣方面，持續在平台站內內容渠道以及站外小紅書等進行內容輸出，宣傳品牌文化、強化情感營銷，延續對健康養生、頭髮護理關注的熱度，邀請專業人士出鏡講解養發知識，增強內容專業性與可信度，繼續發揮「擴大人羣資產+站內轉化」兩條路線。於本報告期內，站外小紅書發佈81條內容，總曝光量575萬餘次，總點擊量53.1萬餘次，總互動4.2萬餘次。站內內容渠道共發佈達人內容328條，總曝光量126.9萬餘次，引導商品詳情頁22.5萬餘次。上半年通過內容引導達成的銷售額308.3萬元，相較於去年同期234.8萬元增長31.3%，品牌在內容賽道有很強的優勢，內容轉化效果較好，在全店成交中佔據着重要的位置。

4. 店舖服務提升

在店舖服務提升方面，利用樂言機器人軟件，新加入天貓接待服務場景以及輔助評價場景，提升了接待服務能力，緩解一部分諮詢壓力。在應對平台店舖「真實體驗分」以及日益提高的服務水平起到至關重要的作用，降低了人工響應時長，提高了旺旺滿意度。利用實在智能RPA機器人，搭建新運行場景訂單退貨退款，對已明確的退貨訂單進行自動化退款處理，提高退款處理時效，讓店舖可以在平台考核中有良好的競爭力，提升了整體服務能力，並且讓顧客的需求可以更好的滿足。

5. 爆款打造

在爆款打造方面，於本報告期內，線上業務團隊圍繞「漆藝梳熊有成竹」、「漆藝梳節節高」、「龍顏大悅」、「護發梳翠屏」4款產品作為爆款潛力款產品。經過上半年的運營推廣，資源傾斜等手段，截至到6月底，「護發梳翠屏」和「漆藝梳熊有成竹」脫穎而出，成為最有潛力產品。

6. 天貓直播

於本報告期內，線上業務團隊持續深耕天貓直播平台，累計開展179場直播，總時長達到1,417.5小時。運營數據顯示，平台訪客數量保持穩定，與2024年同期基本持平，而種草成交金額實現顯著突破，同比增長達19.4%，滲透率提升至10.6%。用戶運營方面成效顯著，新增粉絲1.06萬人，會員新增1.78萬人，會員成交貢獻突出，佔比高達68%。運營效率指標表現優異，時均產出達9,243元，UV價值達到879元。品牌自播的數據持續達到行業優秀水平。

7. 電商場地優化

於本報告期內，線上業務團隊重新規劃發貨區域，增加傳輸帶設備以及快遞自動分揀機，以提高倉儲作業效率，減少人工操作誤差，加速貨物流轉速度，節省更多的人效來優化物流服務。建立完善的倉儲管理系統，和單人作業監控，加強對物流人員的培訓和管理，提高其專業技能和服務意識，實現統計發貨績效數據，提高員工工作積極性，結合提升設備自動化水平，讓整體運營效率得到增長。

8. 二零二五年下半年線上業務工作重心

- (i)、 加強各平台的溝通聯繫，定期做平台回訪，工作交流。針對不同場景下的消費需求，提供高品質且具有個性化設計的產品供給，如平台IP聯名款等。同時加強線上線下渠道整合，為顧客創造便捷舒適的購物體驗。利用跟單寶數字員工進行詢單流失客戶的二次回訪、已購未入會顧客的邀約等，從而節省人力成本並提高客戶轉化率。發揮各平台的優勢，優化京東自營入倉產品矩陣，合理配置引流款、利潤款，運用新方法新技術橫向及縱向挖掘業務潛能，堅持譚木匠的品牌調性，把握好自己的賽道，給品牌加分。通過策劃執行重點營銷活動、配合站內內容渠道、站外小紅書渠道、抖音渠道等宣傳渠道共同發聲，擴大品牌聲量，配合平台工具進行精準人群匹配，引導潛在顧客轉化。持續與美譽度較好的頭部主播及賬號積極接洽保持合作，爭取帶來銷售增長，並且擴大品牌的話題性和曝光度。
- (ii)、 嘗試將平台拼多多店鋪引入樂言接待機器人，實現24小時在線服務，全天候自動回覆買家問題，確保商家能提供不間斷的優質服務，提升店鋪服務評分。基於自然語言處理、知識圖譜及深度學習技術，智能客服機器人能準確理解並回覆買家諮詢，這種持續的在線狀態有助於提高客戶滿意度和響應速度。除了基本的諮詢服務外，還能根據用戶行為進行智能推薦，促進銷售轉化，並通過數據分析工具識別潛在客戶群體，助力精細化運營。屆時將拼多多與天貓樂言機器人合併接待，減少一台電腦登陸多個軟件的壓力，通過磨合併集的聊天接待界面，促進全域電商平台在同一個聊天軟件下接待，減少客服切換軟件的時間，並且實現多平台同一回覆標準，同時商品的知識庫、快捷回覆等配置集合在一個服務器，以此來提升整體接待服務評分。

- (iii)、嘗試研究在店舖進行AI數字人直播的可行性，AI數字人直播無需支付真人主播的高昂薪酬，只需一次性投入開發和維護成本。根據我方需求進行高度個性化的定制，包括形象、聲音、語言風格等方面，保障直播的吸引力。與真人主播相比，AI數字人不受時間、地點和身體狀況的限制，能夠實現24小時不間斷的直播，不錯過任何流量時段，從而大大提高了直播效率並降低了運營成本。借助先進的自然語言處理技術和機器學習算法，AI數字人能夠實時理解觀眾的留言、提問，並給予及時且幽默風趣的回應，增強了直播的互動性和連通性。在直播過程中具有更高的穩定性和可控性，不會因情緒、健康或其他不可預測因素而影響直播效果。同時可以利用AI數字人直播技術快速上傳商品和自定義直播話術，獲取用戶反饋，篩選潛力貨品，實時獲取顧客在手機端的進店瀏覽行為，重點回覆訪問深度高的顧客，再配合直播間的多元組件促進銷量提升。
- (iv)、持續優化私域客戶運營，持續對歷史存量老客加企微好友，進行會員招募和用戶回訪。遵守微信生態和小紅書生態的新用戶獲取策略，吸引潛在客戶進入品牌的私域流量池，包括但不限於活動通知、產品信息、使用方法、售後服務等。完善日常客情維護，定期進行關懷信息、節日祝福、活動通知等內容優化，策劃定向玩法，進行積分互動、KOC活動落地、內容平台創作等。理解並滿足用戶的社交情感需求，建立良好的互動氛圍，提升用戶的品牌忠誠度，最終實現複購，達成忠誠用戶積累。

三、海外業務

截至二零二五年六月三十日止六個月，海外線下共計完成出庫人民幣181.2萬元，同比去年增長1.02%；跨境電商平台銷售額人民幣45.3萬元，同比去年增長2.6%；香港直營店完成銷售額202.5萬港元，同比去年下降7.11%。

海外重點工作情況簡介

- 1、 新建海外直營店：海外業務拓展計劃在香港地區和新加坡各開設1間直營店舖，其中香港直營店採用香港設計師李永銓團隊全新設計的店舖形象進行落地驗證，新加坡直營店仍然使用成熟形象。上半年，海外業務團隊順利與香港又一城和新加坡怡豐城簽約了舖位，目前正在緊鑼密鼓的籌備當中，預計在十月底，兩家店舖能夠正常開始營業。
- 2、 建立海外倉站點：今年原計劃根據現有的業務規模以及未來發展的考量，建立1個海外倉站點，但由於中美關稅問題暫緩。海外業務團隊仍繼續保持關注，在條件允許時，隨時啟動。
- 3、 海外重點展會活動：今年計劃開展兩場海外展會活動。於三月份再次參加了美國拉斯維加斯消費品及禮品展，並在展會中增加了產品試用與消費者問卷調研環節，為後續開發北美產品積累相關經驗。下半年九月海外業務團隊將參加第一百屆日本東京禮品展，本次展會將重新設計形象和活動方案，以拓展為主要目的。
- 4、 美國官網重新搭建升級：為了統一海外的品牌名稱及提高品牌識別度，海外業務團隊將tanmujiang.com域名作為新的美國品牌官網重新搭建升級，與原ctansusa.com做好橋接跳轉。目前已經完成了功能框架的搭建工作，預計九月份完成整個網站的上線。

四、創意研發

於本報告期內，創意研發團隊結合對現有產品體系的分析及市場需求的深入了解，針對木材存量現狀及加工工藝可行性，探索新結構、新材質、新風格的產品設計研發方向。

在產品結構和品類創新方面，重點進行了插齒護發梳設計研發（舒心、順意）、在材料充分利用方面，進行了七夕新品鑲齒梳設計研發（相見歡、如我意等）、與異材質結合的飾品類產品的升級開發（青玉案、笑春風等）。

於本報告期內，創意研發團隊開展的重點項目有：

- 1、插齒護發梳項目：對現有指環插齒梳、護發梳進行結構重組，在汲取以上兩款梳形產品優勢的基礎上，匹配球頭齒、火炬頭齒，兼顧不同消費人群使用需求，已上市2款新品。
- 2、鑲齒梳補充設計開發項目：充分了解木材存量現狀，木盡其用；結合產品體系升級需求、優化產品使用感受及圖案工藝表現，已上市4款新品。
- 3、異材質結合項目：探索以碳纖維、ABS為基材主體與木相結合的設計開發方向；沿襲傳統工藝，拓展新材料與木相拼，打造產品外觀新風格；新增南紅、和田玉材質與檀香木、小葉紫檀結合，打造高端新中式風格飾品系列，已上市4款新品。
- 4、聯名產品開發：與香港插畫師蕭劍英、利志達聯名推出的「親情系列」、「時候系列」產品及包裝設計完成轉化落地，共上市13款新品。
- 5、海外市場定向產品開發：結合東南亞地域人文風俗及自然風光特點、針對北美市場胡須梳品類補充的需求，分別定向開發了東南亞區域產品及北美胡須梳產品。旨在滿足海外市場消費人群需求，支持品牌海外業務拓展。
- 6、新包裝體系設計升級：以李永銓合作系包裝為主線，延伸至各包裝型號並完成全包裝體系落地轉化打樣及費用測算工作。

創意研發工作展望

- 1、 創意研發團隊將圍繞「品牌形象提升」目標，從新品研發、包裝體系升級設計、平面視宣物料、門店形象工作支持等方面進行設計提升及匹配工作。
- 2、 探索新材料、新工藝、新結構的應用，提煉設計創新工作方法流程，提升自研項目的設計及轉化落地效率；關注產品體系銷售動態，力求在不犧牲品質和創新的前提下，有效控制成本或是提高產品附加值，提升新品／產品綜合毛利率。
- 3、 深入了解市場需求，將收集分析市場意見反饋工作前置性地納入到設計研發過程中，以更好適應消費人群使用需求及一線市場銷售需求，達到打造爆款產品的目標。

五、生產技術

於本報告期內，生產訂單量較同期相對穩定，但產品工藝結構有所變化加工難度有所增加。生產組織團隊仍以「工廠存在的價值」為導向，持續推進「降本增效」，堅持遵循「打緊用人，把員工教勤快、教能幹」的原則，通過實行一崗多能、車間協作、人員及產品相互調劑以及設備添置擴台、加工工藝提升等多種措施，有效地保障了市場訂單的供應。在穩步推進安全庫存補倉的同時，也能及時滿足團購應急訂單的保量供應。上半年，實際完成交貨量為283.72萬件，同比減少約5萬件，人均工時綜合生產效率提升10.78%。

工藝及設備技術創新和改進主要有：

《譚木匠產品型式檢測基礎數據庫》建設完成並投入應用。通過現行質量標準、過往質量問題、錯誤案例等分析，建立、完善、優化符合本集團品質品牌定位的型式檢測數據，做好前置性判斷預防、優化分類使用，為設計開發、市場營銷等部門提供前置性優化參考意見。

梳坯自動化仿形技術項目的樣機設備製作和功能驗證已完成，樣機設備在提高生產效率和安全作業性方面達到預期目標，目前正進入設備正式生產階段。

產品表面附着力改善攻關，從既有介質性能提升和新優介質開發替代兩個方向攻關，經過型式檢測和小量試產，都具較優性能優勢和實用操作可行性，已進入訂單逐量試產驗證。

無膠插齒梳結構產品已完成梳齒和無膠配件結構的優化升級，經型式驗證，對產品掉齒的質量問題有明顯改善，該結構將於下半年投產應用。

原材料精確加工項目已完成並提交技術委員會驗收通過，板材表面質量、厚度尺寸精度和加工效率等各項指標均達成，同時提高了材料出材率，對原材料資源節約及工藝精確加工等指標達成預期，成效顯著。

材料與產品穩定性改善技術項目，在前期小批量投入市場取得良好效果的基礎上，擴大改良規模，將繼續投入市場進行市場效果驗證。

木梳天然草木染產品加工工藝技術項目開發，已完成10種天然草本植物色素的提取與木梳染色試驗，經對比驗證，染色後的顏色褪化速度已顯著減緩，目前正在進行多個顏色的開發，距離實際工藝應用的目標尚有難度。

六、物流配送及售後維修

於本報告期內，物流配送團隊共計生產配送發貨303.37萬件，同比增長9.79%，及時有效確保了市場訂單的滿足和適當的安全庫存。

產品售後維修工作，本報告期內本集團各維修站完成維修總計156,357件，同比增長為14.66%。

成立維修站以來，通過收集顧客的抱怨、意見、投訴，我們一直在吸取教訓、總結經驗、不斷改進，逐漸形成較完善的維修質量保證。主要措施有以下幾點：

- 1、 從源頭抓起。要求維修站接收維修品時仔細檢查，內容包括：產品是否可以維修、維修要求和產品實際情況是否符合、是否超出維修範圍等。做到有問題提前溝通，多徵求顧客意見，在能維修的範圍內盡量滿足顧客的需求。
- 2、 加強員工的技能提升，在保證完成任務的情況下盡可能提升維修水平，把梳子不僅修好能用，還要最大限度的不破壞或者減少產品圖案的磨損，降低維修後對外觀不滿意的客訴情況。
- 3、 加大維修後檢查力度。維修組長對完成維修的產品進行全檢，每件產品進行單獨全方位檢驗，售後主管在返店前對產品進行再次抽檢，物流中心品質管理崗每週對完成維修的產品進行抽檢。抽檢過程中發現的問題產品現場要求立即進行返工整改，通過圖片和文字的形式發到內部工作群供所有維修站員工學習，盡量避免再次出現類似情況。
- 4、 2025年重新更新、調整和補充了《專賣店退換修服務》表，表內明確了維修中具體存在的維修痕跡明細，通過提前告知公示的方式，也降低了顧客對維修效果不滿意的抱怨。
- 5、 依據《售後維修管理運行辦法》規定，對授權維修站點的維修技術和維修質量進行不定期檢查，對連續2個月收到有效投訴的可取消授權維修站資格。

顧客的滿意是我們維修工作服務一直的追求，但依然會意識到與顧客的完美期待存在一定的差距，力求在服務中注入到更多的細心、用心、責任，讓每一次的維修都能真正滿足顧客的期待。

七、品牌建設

於本報告期內，二零二五年三月，譚木匠「梳情花園」主題活動首場以全新形象亮相長沙國金街，活動現場以「自然與情感」為基調，通過原木色調、流線型佈局與主視覺花藝背景牆，營造出溫暖治癒的「花園」氛圍。活動設置了四大核心版塊，從不同維度展現譚木匠的品牌形象：

木材原料展示區：精選譚木匠木材原料，輔以工藝解說，讓觀眾直觀感受「一把木梳的誕生」背後的自然饋贈與匠人智慧。

經典作品陳列區：展出譚木匠歷年來廣受喜愛的代表作，包括譚木匠設計大賽產品、聯名產品、雕刻形象產品以及婚慶禮梳等，彰顯品牌對傳統文化的創新詮釋。

木梳製作體驗區：觀眾可親手參與木梳製作，從一塊小小的梳胚開始，體驗匠人精神的細膩與專注，打造專屬情感信物。

梳頭體驗區：提供免費梳頭體驗，傳遞「以梳為禮，梳通身心」的健康生活理念。

活動現場特別設置了以「親情、友情、愛情、愛自己」為主題的情感卡片及配套包裝，觀眾可自由選擇主題為木梳賦予情感意義。

自長沙首秀之後，「梳情花園」活動又分別在昆明同德廣場、廣州正佳廣場限時綻放，深受現場觀眾和商場方好評。譚木匠將以「梳情花園」這一年輕化、藝術化的形象，在全國更多城市巡展，與消費者深度互動。

於本報告期內，第九屆「櫛佩之美•譚木匠設計大賽」圓滿結束。本屆大賽以「人文之美.設計共生」為主旨，共收到梳與飾作品528件(組)，吸引了來自全國各地的學校師生以及眾多設計機構、獨立設計師、非遺傳承人、手工藝愛好者們積極參與。

大賽期間，品牌方與參賽院校積極互動，分別應邀前往廣州美院、鄭州輕工業大學、四川美院開展高校主題講座，分享梳篦與中國傳統文化的深厚文化內涵，介紹譚木匠產品的設計理念和工藝特點，搭建起校企合作以及品牌方與年輕群體溝通的橋樑。

經大眾評審、專家評審等流程，產生一等獎1名、二等獎2名、三等獎10名、優秀獎50名。另有人氣獎和青苗獎各1名。

於本報告期內，品牌建設獲得如下主要榮譽：

譚木匠《梳韻山水》系列木梳憑藉其獨特的文化內涵與藝術設計，獲得第十一屆「紫金獎」文化創意設計大賽文創產品綜合賽優秀獎。

《定制禮盒重慶印象》產品榮獲二零二五年中國旅遊商品大賽銀獎。

重慶譚木匠工藝品有限公司非遺梳篦工業設計中心被評定為重慶市級優秀工業設計中心。

「譚木匠品牌」入選「渝伴禮」重慶精造TOP 10榜單。

重慶譚木匠工藝品有限公司入選二零二四年度中國品牌價值評價榜單自主創新單元。

八、人力資源及綜合治理

誠如董事長在今年的加盟商年會上，再次提出「誠實、良善」的做人做事要求，本集團明確提出必須要堅守的本集團管治方針，具體包括堅守「誠實 勞動 快樂」的核心價值觀，守住「良善 卑微 匠心」的德行基準。建立公平的市場拓展機制，打破地盤主義，絕不保護落後，實現充分適宜、良性競爭、和諧發展。堅持長期的品牌主義——不打價格戰，不打折不擺爛、不主動參加並及時撤除、下架、查處變相價格營銷行為。好木沉香，歷久彌新，專心專注做一把好梳子，用一把梳子交朋友。深耕品牌，文化賦能，不圖謀短期業績而損失本集團長遠利益，本集團得以走得更遠。保持簡單、乾淨、透明、緊密、親切、原則的合作關係，踐行職業操守約定，淨化市場環境，健康加盟體系，實現可持續發展。同時本集團提出本集團和加盟體系都要做到的工作，具體包括「不要驕傲，空杯心態，學習成長。正視危機，樹立信心，抓住機遇。持續推進亮淨齊並統一的品牌形象建設。堅定市場整肅、加大維權力度。強化推進譚二代的傳承工作。內心認同，跟上本集團」。加盟體系建設和本集團可持續發展「定規矩」，並就具體工作措施和實施細節做出了明確要求。

本集團仍然秉承「誠實良善，包容但不縱容」的治理精神，及時發現、指出、懲治不良思想和行為，不管是本集團內部違反本集團文化和行為規範的問題，還是專賣店服務理念缺失或服務不到位的問題。上半年，本集團內部查處從「6S」細節未做到位、到職級評定抄襲、輿情處置不妥等4次共計10人次的通報批評，給予3部門通報表揚。對廣州和義烏專賣店缺乏換位思考、顧客溫馨的服務不到位、有違「顧客是親人」的服務理念、傷害顧客和品牌的行為，予以信譽保證金扣罰和關店等查處。本集團同步會完善加盟體系的管理合同，就單店加盟但服務不好、違反合同約定、嚴重違規等性質惡劣的情形，建立單店查處、限期整改、單店關閉、退出加盟體系的分類處置的約定，確保加盟體系遵約守規、健康經營，防範本集團意外風險。同時，本集團也會完善從本集團服務規範到店舖最後一公里的打通的區域負責人、加盟店主的第一責任追究機制。

上半年，持續推進鼓勵各層級員工提出合理化改善建議、促進改變創新，作為推進本集團向更高更好方向發展的重要措施，上半年本集團共收到合理化改善建議443條、採納151條、採納率34%、完成實施94條、包括二季度新提出採納但正在實施57條，其中包括專賣店提出的包裝袋小號和兩款車飾手提袋尺寸規格的優化調整，簡單實用、消除積壓、降低綜合成本。萬州廠車間員工提出的切料靠模改螺絲連接固定為襯套活動定位，有效提升生產作業效率和加工質量等小建議大改善的優秀建議。

市場整肅維權的腳步依舊沒有停下，上半年收集違規違法案例23起，完成證據採集並固證22起，二零二五年以前的立案在上半年進入訴請結案16起，獲得判賠金額人民幣26.85萬元。隨着本集團內聯外引的市場整肅力度加強，本集團在確保線下加盟體系遵規守紀、誠實合法經營的基礎上，將繼續加大線上違規網銷、銷售假冒偽劣、貼牌銷售的侵權打擊力度，堅持老虎蒼蠅一起打的原則，進一步維護好市場經營環境和品牌聲譽。

截至二零二五年六月三十日，本集團持有有效商標765件。其中，譚木匠（重譚、香譚）名下國內註冊商標384件，港澳台及海外註冊商標128件；木匠谷名下國內註冊商標233件、港澳台及海外註冊商標20件。

截至二零二五年六月三十日，本集團有效專利保有量為：發明專利16件；實用新型55件；外觀專利50件。

本集團堅持每季度召開安全生產、經營風險工作會，及時總結、糾正、預防風險問題。堅持每半年開展消防安全和應急逃生演練，萬州廠包括幫扶殘疾員工應急撤離的突擊演練，時間在兩分鍾內。本報告期內，既沒有違反員工勞動權益保障方面的法律規範，也沒有發生員工勞動爭議或訴訟維權，也沒有發生環境保護、職業健康事故，沒有發生毒副和過敏性案例，但發生了兩起員工高空作業未系安全繩和取材料踩滑跌落摔傷的生產安全事故，教訓深刻。

持續致力於促進和保障殘疾人就業，不斷改善提升殘疾人康復的場地和設施條件，將更加人性人文的完善無障礙生產生活設施，讓更多殘障人士能夠來到本集團，充分體現本集團的人文關懷和社會責任擔當。本報告期內，目前已經完成新廠全程無障礙通行的設施建設，也基本完成老廠宿舍無障礙通道改善和滿足坐輪椅員工的特種作業設備改善，正在規劃車間電梯的載客功能改造和車間人文方案的試點，盡早實現老廠的全程無障礙和人文改善目標。截至今年六月底，相對二零二四年底增加新入職殘疾人18人，離退休殘疾人8人，淨增殘疾人就業10人，目前殘疾人就業人數為357人，從本集團退休實現老有所養的殘疾員工達到60餘人。

持續開展公益愛心活動：組織員工到當地敬老院進行春節慰問和端午慰問活動，活動內容包含：打掃院舍衛生，陪老人聊天，現場寫福字、繪福畫和剪貼窗花，包餃子，贈送節日慰問品等；組織員工到當地特殊教育學校開展主題為「用愛溫暖，讓每個孩子都閃耀」的六一活動，與孩子們一起進行趣味遊戲活動，度過一個歡樂的兒童節。

在持續開展梳情花園快閃活動品牌露出的同時，本集團把輿情於本集團和加盟體系處置不當的查處，在本集團內部、加盟體系、譚木匠季刊做公開通報，誠實的面對本集團工作中存在的不足、檢討反思、敦促改善，把本集團嚴正的態度，直接傳達到每個員工和店員。本集團風清氣正、市場規範整肅、真情服務顧客，永遠在路上。

財務回顧

1. 收益

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團錄得的收益約為人民幣287,886,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣263,082,000元增加約人民幣24,804,000元或9.4%。該項增加主要是由於市場需求在本報告期間相對截至二零二四年六月三十日止六個月逐漸有所復甦所致。

	截至六月三十日止六個月			
	二零二五年 (未經審核) (人民幣千元)		二零二四年 (未經審核) (人民幣千元)	
		%		%
銷售額				
－ 梳子	21,134	7.3	20,201	7.7
－ 鏡子	230	0.1	267	0.1
－ 組合禮盒	264,014	91.7	240,437	91.3
－ 其他飾品*	2,215	0.8	1,715	0.7
加盟費收入	293	0.1	462	0.2
總計	<u>287,886</u>	<u>100.0</u>	<u>263,082</u>	<u>100.0</u>

* 其它飾品包括頭飾、手飾及小型家居飾品

2. 銷售成本

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣110,089,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣100,837,000元增加約人民幣9,252,000元或9.2%，銷售成本增加主要是對應於本報告期間銷售量增加及銷售產品組合的變化所致。

3. 毛利及毛利率

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團之毛利約為人民幣177,797,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣162,245,000元增加約人民幣15,552,000元或9.6%。毛利率由二零二四年約61.7%上升至二零二五年的61.8%。於報告期間，毛利率上升主要是由於銷售組合的轉變致毛利率較高之產品收益佔比增加所致。

4. 其他收入

其他收入主要包括中國增值稅優惠退款、金融資產利息收入、按公平值計入損益的金融資產的公平值變動、政府補貼及租金收入。截至二零二五年六月三十日止六個月，其他收入約為人民幣22,762,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣21,520,000元增加約人民幣1,242,000元或5.8%，此項增加主要來自中國增值稅優惠退款及政府補貼有所增加所致。其他收入之詳情載於未經審核中期財務報告附註6。

5. 銷售及分銷開支

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的銷售及分銷開支（主要包括廣告宣傳及市場推廣費用、租金、工資及福利、運輸和差旅費）約為人民幣46,012,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣43,386,000元增加約人民幣2,626,000元或6.1%。該增幅主要來自於本報告期間廣告費用、運輸費用和員工成本增加所致。

6. 行政開支

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的行政開支約為人民幣17,673,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣18,170,000元減少約人民幣497,000元或2.7%。主要減幅來自本報告期間諮詢費用減少所致。

7. 經營溢利

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣133,654,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣119,491,000元增加約人民幣14,163,000元或11.9%。經營溢利增加主要歸因於截至二零二五年六月三十日止六個月之毛利增加約人民幣15,552,000元抵銷所致。

8. 融資開支

截至二零二五年及二零二四年六月三十日止六個月，本集團分別沒有利息開支，原因為於該等期間並沒有銀行貸款。於本報告期間及截至二零二四年六月三十日止六個月之融資開支約人民幣288,000元及人民幣309,000元乃是由於本集團於二零一九年一月一日開始採用新的香港財務報告準則第16號而產生的融資開支。

9. 除稅前溢利

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣133,366,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣119,182,000元增加約人民幣14,184,000元或11.9%。除稅前溢利增加主要歸因於報告期間經營溢利增加約人民幣14,163,000元所致。

10. 所得稅開支

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支約為人民幣24,320,000元，較截至二零二四年六月三十日止六個月約人民幣22,894,000元增加約人民幣1,426,000元或6.2%。此項增加主要歸因於報告期間除稅前溢利及遞延稅項撥備增加所致。

於報告期間之實際稅率為18.2%，對比截至二零二四年六月三十日止六個月之19.2%減少了1.0個百分點。所得稅開支之詳情載於未經審核中期財務報告附註8。

11. 期內溢利

由於上述原因，截至二零二五年六月三十日止六個月，期內溢利約為人民幣109,046,000元，較二零二四年同期約人民幣96,288,000元增加約人民幣12,758,000元或13.2%。

12. 流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。於本報告期間，本集團並沒有任何銀行貸款。考慮到本集團可動用長短期銀行借貸額和營運現金流，董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本報告日後至少十二個月的資金需求。

於二零二五年六月三十日，本集團擁有的現金及銀行結餘為人民幣116,530,000元（於二零二四年十二月三十一日：約人民幣41,714,000元），主要來源於本集團營業收入。

13. 現金流量

本集團的主要現金乃用作應付營運資金需求、償還到期債項利息及本金、本集團設施及業務增長及擴展提供資金。

於本報告期間，本集團之現金及現金等值物增加約人民幣74,816,000元，主要由以下原因所構成，經營活動所得現金淨額約人民幣98,627,000元；投資活動所得現金淨額約人民幣56,796,000元；融資活動所用現金淨額約人民幣86,435,000元；及匯率變動引致正面影響淨額約人民幣5,828,000元。

14. 資本架構

債務

於二零二五年六月三十日及本報告期間，本集團並沒有任何銀行貸款。

資本負債比率

於二零二五年六月三十日及二零二四年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款，計算資本負債比率並無任何意義。

資產押記

於二零二五年六月三十日，本集團並沒有任何向銀行抵押的資產（於二零二四年十二月三十一日：人民幣零元）。

資本支出

本集團的資本開支主要包括購買廠房及設備、租賃物業裝修及汽車。於本報告期間及截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的資本支出分別為人民幣11,236,000元及人民幣22,320,000元。

匯率風險

本集團之主要業務均以人民幣及港元為功能及營運貨幣。本集團承受由人民幣和港元而產生的外匯風險。本集團對其他匯率變動並無重大之風險。

15. 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

於二零二五年六月三十日，在本集團之物業、廠房及設備內，有賬面值約為人民幣22,735,000元位於江蘇省句容市的一項物業。本集團於二零一三年自蘇州建興置業有限公司（「發展商」）購得該物業。本集團已悉數支付樓宇售價，但於二零二五年六月三十日，本集團尚未獲得擁有權證。近幾年，本集團已向發展商提出起訴。於本報告期內，發展商已進入清盤程序。管理層已取得法律意見，並且評估認為清盤人很可能將繼續執行發展商與本集團之間的買賣協議及完成將擁有權證發給本集團。因此，沒有對本集團的業務經營和財務狀況造成重大不利影響。

除上文所披露者外，於二零二五年六月三十日，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。

16. 重大收購和出售

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何重大收購及出售。

17. 持續經營

根據現行財務狀況和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此，在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

18. 所持有之重大投資

投資物業

於二零二五年六月三十日，本集團的投資物業賬面值為約人民幣84,100,000元（二零二四年十二月三十一日：約人民幣84,100,000元）。截至二零二五年六月三十日，本集團的投資物業並沒有由獨立估值師重新估值。董事知悉物業市場條件的可能變化。董事認為本集團的投資物業的賬面金額不會與二零二四年十二月三十一日由獨立合資格專業估值師估值的公平值有重大差異。因此，於本報告期內沒有確認投資物業的公平值的任何變化。於本報告期內，本集團概無購入或出售任何投資物業。

除上文所披露者及本公司於附屬公司和聯營公司之投資以外，本集團於報告期間並無持有任何重大投資。

未來展望

二零二五年下半年重點工作方向

1. 持續實施店舖調改升級，做好去到商圈商場舖位的拓展、邊櫃條櫃向獨立店舖轉化、鼓勵新一線城市開設大店舖的政策支持。
2. 香港、新加坡，李永銓國際形象店的開設。
3. 北京、上海或廣州、深圳，「木•藝術+人文•現代宋式美學」風格的旗艦形象店舖的設計、開設落地。
4. 繼續做好梳情花園的品牌快閃活動，舉辦第十屆設計大賽和十週年回顧展活動，恢復木藝展的品牌傳播活動並構劃。
5. 物流配送中心和萬州廠材料準備車間搬遷到新廠區、材料性能調改平衡養生環境的建成並投用。
6. 大漆、螺鈿、掐絲琺瑯等手工技法的成熟並小批量產、非遺技藝的傳承提升、健康大數據技術信息的了解和運用。
7. 產品噴塗工藝和作業環境的技術改造，根本解決漆粒漆霧造成不斷返工的質量和效率問題。
8. 老廠區殘疾人生產生活無障礙設施的持續改善提升、品牌人文形象改善提升的車間試點、譚木匠博物館方案構想。
9. 舉辦第十屆職工運動會。

人力資源及培訓

於二零二五年六月三十日，本集團在中國內地、香港和海外地區合共聘用1,007名員工。除了一直致力為殘疾人士提供就業機會，本集團亦十分重視員工的自我增值。集團透過不同的主題展覽、工作坊、專題講座和員工培訓，提升員工的工作技能、營銷策略、技巧和方法、並加深對集團的歸屬感。於報告期間，集團通過為員工提供不同的在職培訓，通過當面授課、考試等多種培訓形式，訓練員工的團隊精神、職業禮儀、生產管理、會計實務等多個範疇，鞏固並真正實踐譚木匠的企業文化。截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團向僱員支付的薪酬總額約為人民幣54,939,000元（二零二四年：約人民幣51,346,000元）。

其他資料

主要業務

本公司是一家投資控股公司。本集團主要從事(i)設計、製造及分銷主要以天然木材製成，極富中國傳統文化特色和創藝性的小型木飾品；(ii)主要在中國經營特許加盟店及分銷網絡；以及(iii)在香港及中國經營零售店直接銷售本集團產品。本集團的產品主要分為四大類別，即(i)木梳或角質梳、如彩繪梳、草木染梳及雕刻木梳；(ii)袋裝木製鏡子，如彩繪鏡及鏤空鏡；(iii)其他木飾品及裝飾品，如香珠手鏈、鏈墜、髮夾、髮簪及按摩工具；以及(iv)供送禮用途的不同主題組合禮盒，內有多款本集團產品。本集團的產品大多以「譚木匠」品牌出售。

董事於競爭性業務的權益

截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司董事概無於直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的任何業務中擁有任何權益。

董事於證券的權益

(A) 董事及行政總裁於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債券的權益及淡倉

於二零二五年六月三十日，本公司董事及行政總裁於本公司及其相聯法團（定義見證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）之股份、相關股份及債券中擁有(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部之規定須知會本公司及聯交所之任何權益及淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文彼等被當作或視為擁有之權益及淡倉）；或(ii)根據證券及期貨條例第352條之規定須記入該條所述登記冊之權益及淡倉；或(iii)根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所之權益及淡倉如下：

(I) 於本公司股份的權益：

董事姓名	身份／權益性質	證券數目	持股量 概約百分比
譚傳華 (附註1)	於受控制公司的權益	167,700,000	67.43%
楊天南	實益擁有人	2,480,000	0.99%

附註：

- 譚傳華持有領昌投資有限公司（「領昌」）51%權益，根據證券及期貨條例第XV部，譚先生被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。

(II) 於相聯法團股份的權益：

董事姓名	相聯法團名稱	身份／權益性質	佔相聯法團權益 的概約百分比
譚傳華	領昌	實益擁有人	51%

(B) 主要股東於本公司股份及相關股份之權益及淡倉

於二零二五年六月三十日，持有本公司股份及相關股份（即本公司的已發行股本5%或以上）之權益及好倉之所有人士，均已按證券及期貨條例第336條須予存置之登記冊載列如下：

於本公司股份中的權益：

名稱	身份／權益性質	股份數目	類別	持股量 概約百分比
譚傳華 (附註1)	於受控制公司的權益	167,700,000	好倉	67.43%
范成琴 (附註2)	於受控制公司的權益	167,700,000	好倉	67.43%
領昌 (附註3)	實益擁有人	167,700,000	好倉	67.43%

附註：

1. 譚傳華持有領昌51%權益，根據證券及期貨條例第XV部，譚先生被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。譚先生為香港聯合交易所證券上市規則（「上市規則」）所界定的控股股東。
2. 范成琴持有領昌49%權益，根據證券及期貨條例第XV部，范女士被視為於領昌持有的167,700,000股股份中擁有權益。范女士為上市規則所界定的控股股東。
3. 領昌為上市規則所界定或上市規則另行所指的控股股東。

資本承擔

於二零二五年六月三十日，本集團就購置物業、廠房及設備已訂約但未撥備的資本承擔約為人民幣20,588,000元（於二零二四年十二月三十一日：人民幣20,718,000元）。

公眾持股量

根據公開可得資料及就本公司董事所知，於報告期間至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於本報告期間，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。

企業管治常規

董事會致力堅守於上市規則附錄十四所載的企業管治守則（「**企業管治守則**」）載列的企業管治原則，並採納多項措施以加強內部監控系統、董事的持續專業培訓及本公司其他常規範疇。董事會在努力保持高標準企業管治的同時，亦致力為其股東創造價值及爭取最大回報。董事會將繼續參照本地及國際標準檢討及提高企業管治常規的質量。於本報告期間，本公司一直遵守企業管治守則內所有適用之守則條文。

證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市公司董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為其本身監管董事進行證券交易之守則。每位董事經已確認彼於截至二零二五年六月三十日止六個月一直遵守標準守則。本公司亦已就有關僱員採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。高級管理層因其在本公司所擔任之職務而可能擁有未公佈之內幕資料，彼等已應要求遵守書面指引。在報告期間，根據本公司所知，並無出現有關僱員違反僱員書面指引之情況。

審核委員會

本公司於二零零九年十一月十七日成立審核委員會，並已以書面列明其職權範圍（已按照企業管治守則現行條文不時予以修訂）。審核委員會的主要職責（除其他事項外）是：提供一個獨立的審查和監督財務報告，並審查本集團的內部控制的有效性以及確保外聘核數師為獨立的且審計過程中是有效的。審計委員會審查本集團所實行的會計原則及政策、審計功能，內部控制，風險管理及財務報告的有關所有事項。審核委員會亦作為董事會和外聘核數師之間溝通的渠道。

審核委員會現時由三名獨立非執行董事組成，分別為楊天南先生、劉麗婷女士及周錦榮先生。周先生為審核委員會之主席，彼具備上市規則規定之認可會計專業資格。

本公司之審計師並沒有審計本公告內之財務資料。審核委員會已與本集團管理層審閱本公司截至二零二五年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料、本業績公告及中期報告，並同意本公司所採納的會計處理方法。同時，審核委員會信納，編製本公告內之財務報表是合乎現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

股息

根據本公司股東於二零二五年五月二十三日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零二四年十二月三十一日止年度之末期股息每股36.63港仙，合共約為91,104,000港元（相當於約人民幣85,632,000元）。該末期股息已於二零二五年六月三十日以本公司內部現金支付。

董事會決議並不派發截至二零二五年六月三十日止六個月的任何中期股息（截至二零二四年六月三十日止六個月：零）。

本報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

信息披露

本公司將於適當時候將截至二零二五年六月三十日止六個月之中期報告寄發至本公司股東並將於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.ctans.com>)登載。

承董事會命
譚木匠控股有限公司
主席
譚傳華

香港，二零二五年八月二十八日

於本公告日期，董事會包括五位執行董事，即譚傳華先生、譚棣夫先生、羅洪平先生、譚力子先生及劉珂佳女士；以及三位獨立非執行董事，分別為劉麗婷女士、楊天南先生及周錦榮先生。

* 僅供識別