**[請即時發放]**

# 安莉芳控股有限公司
# 公佈 2026 年中期業績

*** ***

## 多品牌策略發力
## 上半年實現線上線下營收齊增長

**業績及營運摘要**

- 收益約為 622.3 百萬港元，按年增長 2.9%
- 毛利約為 447.0 百萬港元，按年增加 1.1%，毛利率約 71.8%
- 擁有人應佔虧損較上一個期間收窄至約 48.7 百萬港元，按年減少 15.9%
- 通過明星代言效應來實現品牌曝光，有效增加***安莉芳***品牌的產品銷售
- 加强電商平台運營，實現主流平台全覆蓋，整體電商銷售同比增長 8.9%至 258.0 百萬港元

（2026 年 8 月 28 日 – 香港）中國主要的女性內衣品牌及零售企業 – **安莉芳控股有限公司**（「安莉芳集團」或「本集團」；股票編號：1388），今天公佈其截至 2026 年 6 月 30 日止六個月（「本期間」）未經審核之中期業績。

本集團於本期間收益較 2025 年 6 月 30 日止六個月（「上一個期間」）增長 2.9%至 622,255,000 港元，線上線下營業額均實現增長。毛利率按年輕微減少 1.4 個百分點至 71.8%，若撇除存貨撥備的影響，毛利率由去年的 71.0%增加至 72.2%。集團持續强化成本管理，有效對沖油價波動帶來的石化成本上漲壓力，令毛利率實現平穩表現。受營運虧損，以及投資物業公平值變動及其他資產減值影響，本公司錄得擁有人應佔虧損約 48,721,000 港元，較上一個期間有所收窄。每股虧損為 11.53 港仙。由於經濟前景仍然不明朗，董事會不建議派發中期股息，本公司認為此乃審慎負責之舉，以保留現金維持本集團的長遠財務實力。

回顧上半年的經營環境，安莉芳集團主席岳明珠女士表示：「上半年，中國經濟頂住壓力實現增長，但國內供強需弱矛盾依然突出，居民消費信心持續偏弱。疊加宏觀環境引致的成本上行壓力，內衣零售行業經營面臨多重挑戰。」

上半年，本集團繼續憑藉多品牌策略優勢，因應市場需求調整七個品牌 – ***安莉芳***、***芬狄詩***、***COMFIT***、***E-BRA***、***IVU***、***安朵***及 ***LIZA CHENG*** 的營銷安排。集團針對細分化市場，彰顯各個品牌的獨特個性，滿足不同客戶群的各種需求和喜好，在鞏固對銷售額貢獻最大的旗艦品牌***安莉芳***的同時，成功轉型***芬狄詩***的營運模式，加強其他品牌的競爭力和市場佔有率。

*- 續 –*

集團所經營的七個品牌之中，旗艦品牌***安莉芳***是本集團最主要收入來源，佔整體收入 64.2%。***安莉芳***的營業額為 399,577,000 港元，較上一個期間增長 2.2%。其他品牌***芬狄詩***、***E-BRA***、***COMFIT***、***IVU***、***安朵***及 ***LIZA CHENG*** 於本期間的收入合共為 220,390,000 港元，佔整體收入的 35.4%。其中，***芬狄詩***於第二季度表現極爲亮眼，受惠於渠道轉型策略、明星代言人效應、以及切合市場需求的產品策略，營業額較第一季度錄得翻倍增長。

本期間來自零售的營業額為 351,236,000 港元，較上一個期間增加 1.4%，佔本集團總收益 56.4%。同時，本集團把握線上消費大趨勢，加強電商平台營運及供應鏈管理，於電商平台的銷售錄得穩健增長，來自網上的營業額於 2026 年上半年按年增 8.9%至 257,994,000 港元，佔總收益由去年同期的 39.2%增加至 41.5%。

於本期間，銷售及分銷開支按年增加 4.0%至 424,382,000 港元，佔本集團收益 68.2%。費用增加主要由於集團繼續投入資源於銷售及市場營銷中，例如加大投入電商直播等服務費及線下裝修費等，此等活動旨在提高品牌知名度，以及促進整體銷售表現。由於集團積極控制成本及於本期間沖回多預提的費用，行政開支較上一個期間減少 12.7%至 65,731,000 港元，佔本集團收益 10.6%。

2026年上半年，本集團繼續優化銷售網絡。截至2026年6月30日，本集團總零售點為684個，其中銷售專櫃及專門店數目分別為567個及117個，較2025年12月底淨減少32個。集團順應渠道轉型趨勢積極發展網購業務；同時，面對實體店舖需求放緩，策略性地調整線下門店數目，以提升整體銷售網絡的營運效率，並優化線上與線下的銷售佔比，務求達致最理想的渠道佈局。

品牌推廣方面，本集團持續優化品牌傳播策略，深化多渠道、多媒體協同佈局，精準資源配置及社交平台精細化運營，顯著提升品牌聲量與市場觸達力。本集團運用明星代言及策略聯動，借助名人影響力有效擴大客群覆蓋。其中，***安莉芳***於視頻號平台邀請演員佘詩曼出席品牌直播間，成功實現品牌聲量與銷售轉化的雙突破；***芬狄詩***攜手全新代言人吳昕，市場反饋理想，推廣成效尤為顯著，有效帶動銷售增長。

展望下半年，隨著各項促消費政策落地加碼，預期居民消費將維持溫和回升，下半年社會消費品零售總額有望持續修復。從內衣行業內部看，終端銷售有望延續溫和復甦態勢，產品專業化升級與新零售渠道創新或將成為下半年重要增長點。惟居民消費結構逐步由實物商品消費轉向體驗型服務消費，受此趨勢影響，內衣行業復甦力度或遜於整體消費市場。

岳女士總結說：「針對消費者內衣消費更趨理性、審慎的趨勢，集團持續緊跟市場變化，於產品研發、生產工藝、品牌營銷及渠道佈局各維度快速迭代策略。我們將持續深耕專屬產品開發，強化產品適配性與市場契合度；同時積極聯動低碳供應商，加大環保系列產品的研發與落地，全方位匹配消費者對高品質產品、理性消費理念及綠色可持續發展的多元訴求。未來，集團將持續檢視並調整業務策略，積極發掘細分市場的機遇。緊隨電商發展趨勢，強化線上平台精細化運營，以全渠道策略提升品牌認知度，進一步穩固線上零售的競爭優勢。同時，延續與明星代言人合作、聯動的模式，深化品牌影響力，持續擴大市場份額。生產端方面，集團將靈活配置產能與供應鏈資源，充分發揮智能倉儲物流體系的效能，以提升供貨效率及配送時效；並持續推動節能減排與供應鏈優化，邁向可持續發展目標。集團將繼續秉承對品質的堅持，以靈活有效的多品牌策略，適時應對瞬息萬變的市場，透過審慎有效的資源分配，致力為股東創造長遠價值。」

*- 完 -*

**有關安莉芳集團：**

安莉芳是中國主要的內衣品牌及零售企業。集團建立了廣泛的零售網絡，覆蓋中國各主要城市包括香港及澳門，零售點 684 個。安莉芳旗下經營的七個品牌，***安莉芳***、***芬狄詩***、***COMFIT***、***E-BRA***、***LIZA CHENG***、***安朵***及 ***IVU***，各針對不同的客戶群。

如有垂詢，請聯絡：
**iPR 公關**
羅雅婷／曾禹涵
電話： (852) 2136 6185
電郵： embry@ipr.com.hk