

財務資料

閣下應將以下討論及分析連同本文件附錄一會計師報告所載的本公司經審核綜合財務資料及相關附註一併閱讀。綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

以下討論及分析包含前瞻性陳述，其反映了我們目前對涉及風險和不確定性的未來事件和財務表現的意見。這些陳述是基於我們的經驗及對過往事件、當前狀況和預期未來發展的認知，以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素所作的假設和分析。在評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件「風險因素」一節所提供的信息。

概覽

我們是一間中國珠寶公司，通過我們的線下門店和線上銷售渠道提供各種珠寶產品，主要為黃金珠寶產品及鑽石鑲嵌飾品。我們建立了覆蓋全國的零售店網絡。截至2024年12月31日，我們的線下銷售網絡門店總數已達到4,129家(包括加盟店和自營店)，其中4,125家店位於中國，這些門店遍佈中國31個省份及305個地級市，並有四家加盟店位於海外。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2024年12月31日，(i)以中國門店數目計，我們在中國珠寶品牌中排名第五；(ii)在我們起家的中國南方地區線下門店數目在中國珠寶品牌中排名第三。

我們也積極拓展線上銷售渠道。2022年至2024年間，我們線上銷售收入的複合年增長率達到46.1%，且2024年線上銷售收入佔總收入的40.0%。根據弗若斯特沙利文的資料，就2022年至2024年線上銷售收入的複合年增長率計，我們在中國全國性珠寶企業中排名第二。就2024年線上銷售收入佔總收入的比例計，我們在中國全國性珠寶企業中排名第一。

影響我們經營業績的重要因素

我們的經營業績已經並將繼續受到多個因素的影響，主要包括：

保持具吸引力的品牌形象

我們認為「周六福」品牌是使我們獲長遠成功的最重要資產之一。我們相信我們的品牌形象是影響終端消費者決定是否在我們的加盟店、自營店或線上銷售渠道購物的重要因素。我們的品牌實力部分建立在聲譽之上，我們提供產品設計豐富的物超所值且高質量的產品以迎合廣泛的終端消費者，並在我們所有的銷售網絡內提供一致的客戶服務。

財務資料

根據弗若斯特沙利文的資料，高品牌認知度一般會轉化為消費者對產品質量及相關服務充滿信心，此情況對珠寶品牌而言尤為明顯。強大的品牌形象乃通過長期投資建立，同時亦構成高准入門檻，獲得終端消費者的正面認同，並將進而吸引更多終端消費者。因此，我們相信我們品牌形象，對我們取得及挽留消費者至關重要，而我們持續使我們的品牌獲得更多認同，可能影響我們的消費者群、售價、市場份額及營運業績。

銷售網絡的擴展

我們的銷售網絡包括我們的加盟店、我們的自營店及我們的線上銷售渠道。於2022年、2023年及2024年，我們來自加盟模式的收入分別佔我們收入的52.9%、55.4%及50.5%，我們的自營店分別佔我們收入的11.7%、9.5%及8.0%，而我們的線上銷售渠道則分別佔我們收入的34.6%、33.9%及40.0%。

我們的收入受銷售網絡的規模所影響，而未來的收入增長取決於(i)吸引更多加盟商加入銷售網絡及開設新加盟店；(ii)開設更多自營店；及(iii)擴大線上銷售渠道，從而擴大銷售網絡覆蓋範圍的能力。

我們亦透過線上銷售渠道(包括我們的自營網店及向電商平台銷售)維持強勁的線上市佔率。我們就線上銷售渠道採取不同的產品策略，以滿足線上終端消費者的不同需求及購買行為。

中國的消費者需求

根據弗若斯特沙利文的資料，中國經濟在過去幾十年中取得了顯著增長，中國人均可支配收入由2019年的人民幣30,700元增至2024年的人民幣41,300元，複合年增長率為6.1%。同期，根據弗若斯特沙利文的資料，中國人的消費結構也發生了變化，在珠寶產品的支出持續增加，中國黃金珠寶市場的銷售收入由2019年的人民幣6,100億元增加至2024年的人民幣7,788億元，複合年增長率為5.0%。

於往績記錄期間，黃金珠寶為我們供應產品的主要類別。根據弗若斯特沙利文的資料，2019年至2024年，中國黃金珠寶市場整體銷售有所增長。中國黃金珠寶市場規模由2019年的人民幣3,282億元增長至2024年的人民幣5,688億元，複合年增長率為11.6%。然而，根據弗若斯特沙利文的資料，2024年若干期間金價的快速飆升在一定程度上導致黃金產品消費額暫時減弱。

財務資料

下表載列於所示年度按主要銷售渠道及產品和服務劃分的收入百分比：

	截至12月31日止年度		
	2022年 (%)	2023年 (%)	2024年 (%)
加盟模式	52.9	55.4	50.5
產品銷售	27.2	39.2	35.7
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	13.8	32.4	32.8
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	13.4	6.8	2.8
服務費	25.7	16.2	14.8
自營店	11.7	9.5	8.0
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	10.3	8.8	7.4
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	1.4	0.7	0.6
線上銷售渠道	34.6	33.9	40.0
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	29.3	30.2	36.3
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	5.3	3.7	3.7

附註：

(1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。

(2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。

於往績記錄期間，我們向加盟店及通過線上銷售渠道銷售黃金珠寶佔收入的比例有所增加，而同期全部銷售渠道銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品佔收入的比例則有所下降。

總體而言，於往績記錄期間，市場對黃金珠寶的需求增加以及我們的戰略重點是開發黃金珠寶並促進其銷售乃是我們在各種銷售渠道產生的黃金珠寶銷售收入增加的主要原因。相反，於往績記錄期間，市場對鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的需求減少乃是導致該等產品的銷售收入減少的主要原因。

我們根據市場趨勢及業務發展戰略提供產品的能力，是我們增長的基石。我們相信，通過我們的戰略業務決策，我們提供的產品讓我們能更快回應市場狀況及消費者喜好的轉變。

財務資料

提供的產品及服務組合

我們的毛利率受我們提供的產品及服務組合所影響。我們提供的產品主要包括黃金珠寶及鑽石鑲嵌珠寶。我們提供的服務主要包括加盟商服務及產品入網服務。

下表載列所示年度按主要銷售渠道以及產品與服務劃分的毛利率明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年 毛利率 (%)	2023年 毛利率 (%)	2024年 毛利率 (%)
加盟模式	51.8	32.0	33.7
產品銷售	9.6	5.8	7.3
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	3.2	3.8	6.0
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	16.2	15.0	22.2
服務費	96.3	95.8	97.1
自營店	27.7	26.8	30.4
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	23.8	25.2	28.7
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	57.5	47.4	53.3
線上銷售渠道	22.9	17.3	15.7
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	19.5	15.1	14.0
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	41.3	36.0	32.2

附註：

(1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。

(2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。

財務資料

三種銷售渠道的產品類型、定價及成本架構比較

下表載列往績記錄期間，於我們的加盟模式、自營店及線上銷售渠道下，黃金珠寶產品及鑽石鑲嵌珠寶及其他的銷售的產品類型、定價及成本結構的比較。

	加盟模式	自營店	線上銷售渠道
產品類型	我們在三個銷售渠道中提供多種產品。		
	- 各加盟店或自營店會根據各種因素(包括但不限於門店的位置及規模、當地市場趨勢、目標消費者的喜好及消費水平)定制不同產品，因此不同門店提供獨特的產品組合。 - 與線下渠道相比，我們在線上銷售渠道提供的產品包括相對低價、設計簡單、大眾市場的產品，這些產品符合線上終端消費者的購物習慣。於往績記錄期間，我們的金條線上銷售量亦有所增加，但其利潤率亦較低。		
銷售價格	-	銷售予我們的加盟商： 批發價	
	-	我們的加盟商對 終端消費者的銷售：我們設定建議零售價，但我們的加盟商可以在合理範圍內根據市場波動調整價格。	零售價 零售價

財務資料

	加盟模式	自營店	線上銷售渠道
黃金珠寶			
(i) 成本架構	(i) 黃金原材料的採購價格及(ii)製作的複雜性		
(ii) 定價	– 我們的產品定價主要基於我們的成本結構。 – 我們在自營店及自營網店銷售的產品價格亦反映： (a) 我們品牌的市場定位，以及 (b) 我們目標終端消費者的購買力。 – 此外，我們產品的價格受到市場競爭的影響。		
- 黃金價格	我們根據上海黃金交易所於銷售當日發佈的金價調整向加盟商銷售的黃金珠寶產品價格	我們根據銷售當日線下市場釐定的零售金價調整我們的黃金珠寶產品價格	我們根據線上市場所釐定的零售金價調整我們的黃金珠寶產品價格
鑽石鑲嵌珠寶及其他			
(i)成本架構	(i)鑽石及輔助原材料的採購價格、(ii)製作的複雜性 ⁽¹⁾ 及(iii)證書申請費用		
(ii)定價	我們的鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的定價策略與我們的黃金珠寶產品大致相同。然而，與金價相比，鑽石價格通常沒有普遍認可的基準或市場標準，因此在確定鑽石鑲嵌珠寶的利潤空間上有更大的靈活性。		
- 銷售價格	– 銷售予我們的加盟商： 批發價 – 我們的加盟商對終端消費者的銷售：我們設定建議零售價，但我們的加盟商可以在合理範圍內根據市場波動調整價格。		
		零售價	零售價

財務資料

附註：

- (1) 鑽石鑲嵌珠寶及其他的制作費用通常以預先設定的基礎來收取，費率則依據製作複雜度而有所不同，主要由產品類別、設計及製作技術來決定。

不同類型產品的毛利率比較

於往績記錄期間，我們銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率高於黃金珠寶，主要因為黃金珠寶的定價通常以基準價格為依據。例如，對於銷售予加盟商的產品，金價通常以上海黃金交易所設定的金價為基準。同樣，自營店或通過線上銷售渠道的黃金珠寶零售價受到市場線上或線下所決定的現行零售金價的影響。因此，黃金產品的利潤主要來自於製作費用。相反，根據弗若斯特沙利文的資料，鑽石價格因4C標準(切工、成色、淨度及重量)而有顯著差異，而定價更多為市場主導，這使珠寶公司在確定鑽石鑲嵌珠寶的利潤空間上有更大的靈活性。鑽石鑲嵌珠寶的盈利能力取決於幾個因素，包括鑽石原材料的成本、製作費用及其他輔助材料的價格。缺乏市場普遍的鑽石定價標準使珠寶公司在定價上擁有更大的靈活性，因此得以享受有關產品的毛利率提升。毛利率相對較低的黃金珠寶在各銷售渠道中的銷售比例不斷增加，可能會導致產品銷售的整體毛利率下降。

不同銷售渠道的毛利率比較

在通過我們銷售渠道銷售的產品方面，向加盟店銷售產品的毛利率較我們自營店及線上銷售渠道銷售產品的毛利率為低。於2022年、2023年及2024年，我們向加盟店銷售產品的毛利率分別為9.6%、5.8%及7.3%，而我們自營店銷售產品的毛利率則分別為27.7%、26.8%及30.4%，我們同期通過線上銷售渠道銷售產品的毛利率分別為22.9%、17.3%及15.7%。

由於我們向加盟店提供的服務的高利潤率，加盟模式的整體利潤率高於自營店及線上銷售渠道。於往績記錄期間，2022年、2023年及2024年我們加盟模式的毛利率分別為51.8%、32.0%及33.7%，高於自營店及線上銷售渠道的毛利率。

財務資料

我們的產品類別相近，但在設計、尺寸和單價上卻不盡相同，故毛利率有異。於往績記錄期間，通過我們的線上銷售渠道銷售的產品(包括黃金珠寶及鑽石鑲嵌珠寶)的毛利率低於我們的自營店。造成這些差異的主要原因為：

- (i) **不同利潤的產品**：我們的線上銷售渠道傾向於吸引尋求價格較相宜、設計和手工較簡單的產品的消費者。此外，於往績記錄期間，我們於線上銷售金條有所增加，該等金條通過較簡單的製造工藝製造，進一步降低整體利潤率。相反，設計獨特且手工較複雜的產品通常會受到消費者的青睞，他們會在購買前親自體驗購物過程，以評估產品的質量和細節。複雜的手工可提高毛利率，致使我們自營店獲得的利潤較高。
- (ii) **定價及促銷活動**：為迎合著重價格的網絡消費者的需要並保持競爭力，我們於電商平台上為珠寶產品提供具競爭力的定價及促銷活動。這些策略在提高瀏覽量及銷售量的同時，亦減低了毛利率。

毛利率的整體趨勢

我們三種銷售渠道的毛利率於往績記錄期間並無持續增長，並於2022年至2023年期間出現下滑，儘管我們致力推銷具有特殊工藝技術的獨家黃金珠寶產品，該等產品因其獨特設計及更為複雜的工藝，通常具有較高的毛利率。該等高利產品的正面影響主要被下列因素抵銷：

- (i) **所有三種渠道**：鑽石鑲嵌珠寶(傳統上毛利率較高)的銷售額佔我們所有三種渠道的產品銷售總額的百分比下降，主要原因是市場對鑽石鑲嵌珠寶產品的需求減少；
- (ii) **線上銷售渠道**：(a)薄利珠寶產品及金條的線上銷售額增加；及(b)電商平台上推出更多促銷，迎合線上消費者的購買偏好；及
- (iii) **加盟模式**：服務費(本身毛利率較高)產生的收入佔總收入的百分比由2022年的25.7%降至2023年的16.2%。

原材料成本

我們的營運業績在過往及將來將受我們控制銷售成本的能力所影響。於往績記錄期間，原材料成本為我們銷售成本的最大部分，分別為人民幣1,500.4百萬元、人民幣3,371.4百萬元及人民幣3,725.1百萬元，分別佔2022年、2023年及2024年總銷售成本的約78.9%、88.8%及87.9%。

財務資料

我們使用多種原材料生產我們的珠寶產品，當中黃金是主要原材料。我們主要通過與上海黃金交易所會員合作採購黃金原材料。於2022年、2023年及2024年，我們分別採購人民幣1,660.4百萬元、人民幣3,537.8百萬元及人民幣4,016.1百萬元的黃金原材料，分別佔同期原材料採購的89.7%、96.9%及98.5%。於2022年、2023年及2024年，我們的平均黃金採購價格為人民幣347.6元／克、人民幣401.0元／克及人民幣487.5元／克(不含增值稅)，符合現行市價。鑒於黃金在生產過程中的重要性，黃金價格的波動直接影響成本結構及我們產品的售價，進而影響經營業績。根據弗若斯特沙利文的資料，中國Au9999的平均年度現貨價格(含增值稅)由2019年的人民幣312.7元／克上漲至2024年的人民幣557.2元／克，原因包括全球政治和經濟狀況的波動以及對黃金珠寶需求強勁等多項因素。於往績記錄期間，黃金價格上漲的趨勢推高我們黃金產品的售價，部分帶動了我們的收入增長。然而，於2024年，黃金價格大幅上漲使終端消費者對負擔能力的觀念受到負面影響，導致彼等購買黃金珠寶的意欲有一定程度的降低。儘管黃金價格上漲有所影響，惟這並非推動我們於往績記錄期間收入表現的唯一決定因素。自2021年以來，我們一直在策略上(i)專注於黃金珠寶產品的設計及銷售推廣；及(ii)擴大我們的全國銷售網絡。在整個往績記錄期間，這一綜合方法一直是我們收入拓展的主要驅動力。有關更多詳情，請參閱本節「歷史經營業績回顧－收入」。

金價走勢對黃金珠寶產品毛利率的影響

於往績記錄期間，黃金市價呈向上趨勢。我們一般根據銷售時每克黃金的現行市價(「**銷售價格**」)以及與黃金珠寶相關的手工費(通常為每克固定金額乘以黃金珠寶重量計算得出的金額)(「**手工費**」)來確定黃金珠寶的銷售價格。我們一般亦按每克現行市價採購黃金原材料(「**採購價格**」)，於銷售成本列賬。因此，對於按單位重量的黃金珠寶而言，毛利率(「**毛利率**」)通常以下列方式計算(於不損害一般性原則下，假設黃金珠寶產品沒有其他相關成本)：

$$\text{毛利率} = \frac{\text{銷售價格} - \text{採購價格} + \text{手工費}}{\text{銷售價格} + \text{手工費}}$$

在以下三個示例中，我們假設(僅為方便計算，並不反映實際的黃金價格)於初始階段：

- 銷售價格及採購價格分別為每克人民幣95元及人民幣90元，而手工費則為每克人民幣5元；
- 因此，毛利率為 $(95-90+5)/(95+5) = 10.0\%$

當黃金價格呈向上趨勢時(與往績記錄期間展現的總體趨勢一致)，我們的銷售價格及採購價格會上升。毛利率所受的影響受價格上升的相對幅度影響。

財務資料

情況1：倘銷售價格的漲幅大於採購價格的漲幅，則毛利率可能會增加、減少或保持穩定，視銷售價格相對於採購價格的增長幅度而定。例如：

- 情況1(a)：倘銷售價格上升至人民幣105元及採購價格上升至人民幣95元，而手工費保持不變，則新的毛利率為 $(105-95+5)/(105+5)=13.6\%$ ，高於原來的毛利率；
- 情況1(b)：倘銷售價格上升至人民幣105元及採購價格上升至人民幣99元，而手工費保持不變，則新的毛利率為 $(105-99+5)/(105+5)=10\%$ ，與原來的毛利率相等；及
- 情況1(c)：倘銷售價格上升至人民幣195元及採購價格上升至人民幣185元，而手工費保持不變，則新的毛利率為 $(195-185+5)/(195+5)=7.5\%$ ，少於原來的毛利率。

於往績記錄期間，基於整體金價水平及金價上升，導致採購價格及銷售價格以及我們的平均手工費水平上漲，金價上升對我們的毛利率的影響與上述情況1(a)類似。舉例來說，(i)向加盟店銷售黃金珠寶的毛利率由2022年的3.2%上升至2023年的3.8%，並上升至2024年的6.0%，及(ii)於我們自營店銷售黃金珠寶的毛利率由2022年的23.8%上升至2023年的25.2%，並進一步上升至2024年的28.7%，兩者部分由於有關期間金價普遍上升所致。

情況2：倘採購價格漲幅超過或等於銷售價格的漲幅，則毛利率將下降。例如：

- 情況2(a)：倘銷售價格上升至人民幣100元及採購價格上升至人民幣99元，而手工費保持不變，則新的毛利率為 $(100-99+5)/(100+5)=5.7\%$ ，少於原來的毛利率；及
- 情況2(b)：倘銷售價格上升至人民幣100元及採購價格上升至人民幣95元，而手工費保持不變，則新的毛利率為 $(100-95+5)/(100+5)=9.5\%$ ，少於原來的毛利率。

上述分析僅供說明用途及基於某些簡化的假設及有關金價和我們一般黃金珠寶產品的手工費的個別因素。具體而言，其假設黃金價格持續上漲。然而，實際上，黃金價格並非總是呈直線上升或下降趨勢，會經常出現波動，導致分析會出現更為複雜的情況，在此種情況下，存儲及銷售的時機亦很重要。例如，金價的下降趨勢將對我們的黃金珠寶產品的毛利率產生不利影響。此外，毛利率亦受許多其他因素影響，包括但不限於我們的促銷定價策略、市場競爭、手工成本變動及更宏觀的經濟狀況。

財務資料

我們的原材料價格隨經濟及市場狀況而出現波動。我們並未就此等價格進行任何對沖活動。然而，我們監察此等原材料的供應及成本趨勢，並設法減輕價格波動的影響。我們根據營運需要及市場狀況制定恒常採購計劃，從而降低與黃金原材料價格波動相關的風險。

下表說明假設純金產品售價按比例變動，而所有其他變量保持不變，往績記錄期間我們的稅前利潤對金價合理可能變動的敏感度：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金價上升／下跌			
+25%/-25%	72,422/(72,422)	118,307/(118,307)	201,253/(201,253)
+20%/-20%	57,938/(57,938)	94,646/(94,646)	161,003/(161,003)
+15%/-15%	43,453/(43,453)	70,984/(70,984)	120,752/(120,752)
+10%/-10%	28,969/(28,969)	47,323/(47,323)	80,501/(80,501)
+5%/-5%	14,484/(14,484)	23,661/(23,661)	40,251/(40,251)

保持最佳存貨水平對我們業務的成功至關重要。我們存貨的賬面值按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。於往績記錄期間，我們存貨的賬面值的波動主要受黃金購買價格及我們持有的黃金存貨數量變動所影響。隨著黃金價格的上升，我們不會調整存貨的賬面值以反映黃金市場價格的上升。然而，由於我們的黃金採購主要以營運需求及市場狀況為基礎，銷售量增加加上黃金價格上漲，將導致我們存貨的賬面值增加。這可能導致資金需求增加，並可能使我們的營運資金狀況停滯。此外，隨著黃金價格下跌，我們將計提存貨減值準備，這將導致銷售成本增加，從而降低黃金珠寶產品的毛利率。

競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，中國黃金珠寶市場集中。按中國線下門店數目計算，五大珠寶品牌的市場份額由2019年的29.7%增至2024年的35.9%。品牌忠誠度是黃金珠寶行業的重要因素，這往往需要在營銷和客戶服務上作出投資，並始終如一地交付優質的產品。

財務資料

節日慶典

我們的銷售表現受中秋節、春節、中國國慶節假期、情人節、七夕節及其他國家假期等節日慶典所驅動，而這些節日一般與饋贈禮品的中國傳統有關。此外，部分第三方線上購物平台舉辦的若干購物節(如618購物節及雙十一購物節)也帶動我們產品的銷售額上升。因此，此等慶典傳統上一般會令消費者的購買活動提高，使我們的銷售量有所增加。除此之外，我們的業務對季節性波動並不敏感。

因此，我們的銷售與此等節日慶典有關的波動，可導致我們的業務、財務表現及經營業績於不同期間出現波動，而比較單一財政年度內不同期間的銷售及經營業績可能並無意義，亦不應作為我們整體表現的指標而加以依賴。

編製及呈列基準

歷史財務資料乃根據國際財務報告準則(「**國際財務報告準則**」)編製，其包括國際會計準則理事會(「**國際會計準則理事會**」)批准的所有準則及詮釋。本集團於編製整個往績記錄期間的歷史財務資料時，已提早採納於2023年1月1日開始的會計期間生效的所有國際財務報告準則，連同相關過渡條文。

歷史財務資料乃根據歷史成本慣例編製，但是以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產則按公允價值計量。

重大會計政策、判斷及估計

我們已識別出對編製財務資料具有重要意義的若干會計政策。一些會計政策涉及主觀假設和估計，以及與會計項目有關的複雜判斷。在各種情況下，確定這些項目需要管理層根據未來期間可能發生變化的信息和財務數據作出判斷。我們管理層的估計或假設與實際結果並無任何重大偏差，且於往績記錄期間，我們對這些估計或假設並無作出任何重大變更。我們預期這些估計和假設在可見將來不會出現任何重大變更。審閱財務資料時，閣下應考慮：(i)我們所選的會計政策；及(ii)影響這些政策應用的判斷和其他不明朗因素，及(iii)所報告業績對狀況和假設出現變動的敏感度。

財務資料

我們認為(i)本文件附錄一會計師報告附註2.3詳細載述的與確認客戶合同收入(包括確認銷售產品、提供加盟和相關服務以及保養和維修服務的收入)、存貨、現金及現金等價物、物業、廠房及設備以及折舊有關的重要會計信息；及(ii)本文件附錄一會計師報告附註3詳細載述的會計判斷及估計，包括識別客戶以及收入總額與淨收入確認、貿易應收款項預期信貸虧損撥備、存貨可變現淨值、長期非金融資產(商譽除外)減值、以股份為基礎的付款、遞延稅項資產及租賃，屬至關重要及／或涉及我們編製財務報表所用的最重要估計和判斷。

綜合損益表的主要組成部分

收入

我們的收入主要源自：

(i) 加盟模式，此包括：

(a) 向我們的加盟店銷售產品。

(b) 服務費，包括：

- 來自加盟商的加盟服務費：我們允許加盟商使用「周六福」品牌及商標，並開設加盟店。就取得此等權利及相關服務，我們向每家加盟店收取固定金額的年度費用。
- 來自加盟商的產品入網費：我們讓加盟商接入一組優質的授權供應商，以採購產品及以「周六福」品牌出售此等產品。就取得此等權利及相關服務，我們向每家加盟店收取固定金額的年度費用。
- 其他服務費，主要包括：
 - 來自授權供應商的供應鏈管理費：我們允許授權供應商以「周六福」品牌向加盟商提供產品。就取得此權利，我們會收取根據每克珠寶的預先設定價格或珠寶成本的預先設定比例計算的費用；及
 - 來自裝修服務供應商的裝修管理費：我們允許裝修服務供應商向加盟商提供服務，以落實統一的門店設計及視覺識別系統。就取得此權利，我們會收取費用。

財務資料

- 其他服務費少部分來自就鑽石鑲嵌珠寶產品向加盟商收取的業績保底費。僅當加盟商於合約期結束時未達到合約規定的保證年度採購目標時，方確認業績保底費收入。

(ii) 於我們的自營店出售產品。

(iii) 通過我們的線上銷售渠道出售產品。

銷售成本

銷售成本主要包括(i)材料成本、(ii)成品成本、(iii)委外加工成本。我們已於2022年4月停止自有工廠生產。

毛利及毛利率

毛利指收入減銷售成本，而毛利率指毛利除以收入，以百分比列示。

其他收入及收益

其他收入及收益主要包括(i)政府補助，主要反映政府的財政支持和激勵措施；(ii)銀行存款的利息收入；(iii)理財產品的投資收入；及(iv)其他非經營性收益，例如違約賠償(主要包括加盟商違約的賠償)及訴訟賠償。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支主要包括(i)員工成本，主要包括向銷售及營銷員工支付的薪金、花紅及福利；(ii)廣告宣傳及推廣費；(iii)低值易耗品；(iv)營銷及代銷服務費，包括向訂有聯營協議的購物商場支付的佣金；(v)電商平台服務費，主要為就發展線上銷售而產生的電商相關開支；(vi)租賃物業開支；(vii)折舊及攤銷開支，主要與我們的自營店，以及我們銷售及營銷員工的辦公室有關的租賃費用及裝修；(viii)車輛及差旅開支及(ix)珠寶檢測費。

財務資料

行政開支

行政開支主要包括(i)員工成本，主要包括薪金、花紅及福利，如僱員教育、社會保險及公積金；(ii)專業服務費用，包括法律費用及[編纂]相關諮詢費；(iii)折舊及攤銷，主要包括營運基礎設施的折舊；(iv)業務招待費；(v)以股份為基礎的付款開支；(vi)租賃物業開支；及(vii)裝修開支。

研發開支

研發開支主要包括(i)員工成本，主要包括內部設計及發展團隊的工資、薪金及社會保險費；(ii)折舊及攤銷開支；及(iii)外包服務費。

其他開支淨額

其他開支淨額主要包括(i)貿易應收款項及其他應收款項減值虧損及(ii)公共福利捐款。

財務成本

財務成本主要包括(i)銀行貸款利息及(ii)租賃負債利息。

所得稅開支

所得稅開支主要包括根據我們經營或居住所在的各稅務管轄區的相關法律法規按適用稅率計算的應付所得稅。

截至最後實際可行日期，我們已履行所有稅務義務，並無任何未解決的稅務糾紛。

財務資料

歷史經營業績回顧

下表載列所示年度綜合經營業績的概要，其以絕對金額及佔總收入的百分比列示。此資料應連同本文件綜合財務報表及相關附註一併閱讀：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
收入	3,101,690	100.0	5,149,601	100.0	5,718,195	100.0
銷售成本	(1,901,602)	(61.3)	(3,798,706)	(73.8)	(4,239,356)	(74.1)
毛利	1,200,088	38.7	1,350,895	26.2	1,478,839	25.9
其他收入及收益	55,262	1.8	52,619	1.0	38,054	0.7
銷售及營銷開支	(394,315)	(12.7)	(469,552)	(9.1)	(486,299)	(8.5)
行政開支	(98,256)	(3.2)	(92,439)	(1.8)	(115,368)	(2.0)
研發開支	(9,462)	(0.3)	(9,935)	(0.2)	(12,553)	(0.2)
其他開支淨額	(8,179)	(0.3)	3,289	0.1	(8,078)	(0.1)
財務成本	(2,144)	(0.1)	(2,446)	(0.0)	(9,397)	(0.2)
稅前利潤	742,994	24.0	832,431	16.2	885,198	15.5
所得稅開支	(167,753)	(5.4)	(172,737)	(3.4)	(178,886)	(3.1)
年內利潤	575,241	18.5	659,694	12.8	706,312	12.4
其他綜合收益	(3)	(0.0)	129	0.0	2,231	0.0
年內綜合收益						
總額	575,238	18.5	659,823	12.8	708,543	12.4

財務資料

收入

下表載列所示年度按銷售渠道以及產品及服務劃分，以絕對金額及佔總收入百分比列示的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
加盟模式	1,641,056	52.9	2,852,830	55.4	2,889,706	50.5
產品銷售	843,234	27.2	2,020,325	39.2	2,041,117	35.7
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	427,697	13.8	1,669,334	32.4	1,878,402	32.8
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及 其他 ⁽²⁾	415,537	13.4	350,991	6.8	162,715	2.8
服務費	797,822	25.7	832,505	16.2	848,589	14.8
(i)加盟服務費	78,102	2.5	78,539	1.5	76,328	1.3
(ii)產品入網費	627,150	20.2	631,655	12.3	646,397	11.3
(iii)其他服務費 ⁽³⁾	92,570	3.0	122,311	2.4	125,864	2.2
自營店	362,296	11.7	487,016	9.5	456,594	8.0
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	319,380	10.3	450,677	8.8	425,738	7.4
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及 其他 ⁽²⁾	42,916	1.4	36,339	0.7	30,856	0.6
線上銷售渠道	1,072,127	34.6	1,745,817	33.9	2,287,601	40.0
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	908,903	29.3	1,555,960	30.2	2,074,313	36.3
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及 其他 ⁽²⁾	163,224	5.3	189,857	3.7	213,288	3.7
其他 ⁽⁴⁾	26,211	0.8	63,938	1.2	84,294	1.5
總計	3,101,690	100.0	5,149,601	100.0	5,718,195	100.0

附註：

- (1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。
- (2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。
- (3) 其他服務費主要包括我們向授權供應商收取的供應鏈管理費及向裝修服務供應商收取的裝修管理費。
- (4) 其他主要包括批發及若干定制訂單。

財務資料

下表載列於所示年度按產品類型劃分，以絕對金額及佔總收入的百分比列示的產品銷售收入明細：

	2022年		截至12月31日止年度 2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
黃金珠寶 ⁽¹⁾	1,664,469	72.4	3,722,925	86.3	4,429,673	91.0
鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	634,498	27.6	591,761	13.7	437,060	9.0
總計	2,298,967	100.0	4,314,686	100.0	4,866,733	100.0

附註：

- (1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。
- (2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。

下表載列往績記錄期間通過各銷售渠道出售的黃金珠寶產品的銷售量明細。

	截至12月31日止年度		
	2022年 公斤	2023年 公斤	2024年 公斤
加盟模式	1,127.6	4,004.8	3,788.5
自營店	587.5	808.8	624.1
線上銷售渠道	1,884.2	3,158.9	3,662.9

附註：上述於往績記錄期間所示的黃金珠寶產品銷售量僅指按重量定價的黃金珠寶產品，不包括按件銷售的黃金珠寶產品。

2024年與2023年比較：我們的收入由2023年的人民幣5,149.6百萬元增加至2024年的人民幣5,718.2百萬元，主要由於(i)根據弗若斯特沙利文的資料，AU9999黃金價格由2023年的人民幣449.9元／克大幅上漲至2024年的人民幣557.2元／克；及(ii)我們繼續專注於開發和促進黃金珠寶產品的銷售，部分被同年金價飆漲導致的消費需求減弱所抵銷。

財務資料

2023年與2022年比較：我們的收入由2022年的人民幣3,101.7百萬元增至2023年的人民幣5,149.6百萬元，主要由於(i)市場對黃金產品的需求強勁，且我們開發新黃金珠寶產品以迎合年輕的終端消費者需求，故於2023年，通過我們所有銷售渠道(特別是加盟模式及線上銷售渠道)產生的黃金珠寶銷售收入均有增長及(ii)我們的加盟網絡穩步擴展，由截至2022年12月31日的3,974家加盟店增至截至2023年12月31日的4,288家加盟店。

加盟模式的收入

我們有一大部分的收入來自我們的加盟模式，包括向加盟店銷售產品及向加盟商收取服務費。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們於中國的加盟網絡分別有3,974家、4,288家及4,034家加盟店。此外，截至2024年12月31日，我們有四家加盟店位於海外。於2022年、2023年及2024年，我們來自加盟模式的收入分別為人民幣1,641.1百萬元、人民幣2,852.8百萬元及人民幣2,889.7百萬元，分別佔同期總收入的52.9%、55.4%及50.5%，當中：

- 一大部分的收入來自向加盟店銷售產品，於2022年、2023年及2024年分別為人民幣843.2百萬元、人民幣2,020.3百萬元及人民幣2,041.1百萬元，分別佔同期總收入的27.2%、39.2%及35.7%；
- 我們亦有較小部分的收入來自(i)向加盟商收取的加盟服務費，於2022年、2023年及2024年分別為人民幣78.1百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣76.3百萬元，分別佔我們同期總收入的2.5%、1.5%及1.3%，及(ii)向加盟商收取的產品入網費，於2022年、2023年及2024年分別為人民幣627.2百萬元、人民幣631.7百萬元及人民幣646.4百萬元，分別佔我們同期總收入的20.2%、12.3%及11.3%；及
- 較小部分的收入源自我們的其他服務費用，其主要包括我們向授權供應商收取的供應鏈管理費，以及向裝修服務供應商收取的裝修管理費。於2022年、2023年及2024年，我們的其他服務費用分別為人民幣92.6百萬元、人民幣122.3百萬元及人民幣125.9百萬元，分別佔同期總收入的3.0%、2.4%及2.2%。

2024年與2023年比較：我們來自加盟模式的收入由2023年的人民幣2,852.8百萬元增加至2024年的人民幣2,889.7百萬元，主要由於我們向加盟商銷售的黃金珠寶增加，部分被我們向加盟商銷售的鑽石鑲嵌珠寶和其他珠寶減少所抵銷，此乃由於2024年消費者需求持續下滑。更多詳情請參閱本分節「產品銷售的收入」。

財務資料

2023年與2022年比較：我們來自加盟模式的收入由2022年的人民幣1,641.1百萬元增加至2023年的人民幣2,852.8百萬元，主要由於(i)我們的戰略重點是開發黃金珠寶產品，並向加盟商推廣銷售這些產品；及(ii)我們的加盟店數目由截至2022年12月31日的3,974家增至截至2023年12月31日的4,288家，使我們的加盟店的產品銷售相應增加。

產品銷售的收入

黃金珠寶

2024年與2023年比較：我們向加盟商銷售黃金珠寶的收入由2023年的人民幣1,669.3百萬元增加至2024年的人民幣1,878.4百萬元，主要由於(i)2024年黃金產品價格上漲；及(ii)儘管我們在策略上重點推銷若干產品(包括採用特殊工藝技術和中國流行元素的產品)，黃金珠寶銷量由於價格上漲而下降。

2023年與2022年比較：我們向加盟商銷售黃金珠寶的收入由2022年的人民幣427.7百萬元，增至2023年的人民幣1,669.3百萬元，主要由於：(i)我們策略性聚焦於推廣若干產品，包括擁有特別工藝技巧及中國流行元素的產品，如璽古金、粹系列及龍鱗鳳羽系列，此等產品由供應商獨家提供予我們，加盟商僅可向我們採購。此獨家產品及我們就此等產品進行的推廣及營銷舉措使銷售額上升；(ii)市場對黃金產品的需求不斷增長，尤其是日漸成為重要終端消費者群的年輕終端消費者的需求不斷增長；及(iii)我們的加盟店數量從截至2022年12月31日的3,974家增加到截至2023年12月31日的4,288家，從而增加了我們向加盟商銷售珠寶產品的數量。

鑽石鑲嵌珠寶及其他

我們向加盟店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的收入由2022年的人民幣415.5百萬元減少至2023年的人民幣351.0百萬元，並進一步減少至2024年的人民幣162.7百萬元，主要歸因於各年度市場對鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的需求減少。

服務費收入

加盟服務費

儘管加盟店數目由截至2022年12月31日的3,974家增加至截至2023年12月31日的4,288家，並輕微減少至截至2024年12月31日的4,038家(包括2024年於海外開業的四家加盟店)，但於2022年、2023年及2024年，我們的加盟服務費收入仍維持相對穩定，分別為人民幣78.1百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣76.3百萬元，主要因為(i)加盟服務費每年攤銷，抵銷了各年末門店數目波動的影響；及(ii)2024年新開門店數目略微減少，降低了我們向開設新門店的新加入或現有加盟商提供折扣的整體影響。

財務資料

產品入網費

於2022年、2023年及2024年，我們的產品入網費收入分別為人民幣627.2百萬元、人民幣631.7百萬元及人民幣646.4百萬元。

*2024年與2023年比較：*我們的產品入網費收入保持相對穩定，2023年為人民幣631.7百萬元，2024年為人民幣646.4百萬元，主要由於儘管加盟店的數量錄得淨減少，但加盟商為2024年新開設的加盟店支付的產品入網費有助於維持我們的產品入網收入。

*2023年與2022年比較：*我們的產品入網費收入於2022年及2023年分別為人民幣627.2百萬元及人民幣631.7百萬元，維持相對穩定，主要因為儘管我們的加盟店數量從截至2022年12月31日的3,974家增加至截至2023年12月31日的4,288家，我們向新加盟商或現有加盟商就其新開加盟店而收取的產品入網費部分被我們向他們提供的優惠抵銷。

其他服務費

於2022年、2023年及2024年，我們的其他服務費分別為人民幣92.6百萬元、人民幣122.3百萬元及人民幣125.9百萬元，分別佔同期總收入的3.0%、2.4%及2.2%。有關增加一般與我們的業務增長相符。

自營店的收入

於2022年、2023年及2024年，我們於自營店銷售產品產生的收入分別為人民幣362.3百萬元、人民幣487.0百萬元及人民幣456.6百萬元，分別佔同期總收入的11.7%、9.5%及8.0%。

黃金珠寶

*2024年與2023年比較：*我們自營店的黃金珠寶銷售收入由2023年的人民幣450.7百萬元減少至2024年的人民幣425.7百萬元，主要由於(i)自2023年以來，黃金市場價格呈持續上漲趨勢；(ii)黃金價格上漲導致用於購買黃金的可支配收入減少，進一步抑制終端消費者購買黃金珠寶的意願。部分情況下，終端消費者採取觀望態度，延遲購買，直至金價恢復以往水平；及(iii)2024年自營店數量錄得淨減少。

*2023年與2022年比較：*我們於自營店銷售黃金珠寶的收入由2022年的人民幣319.4百萬元增加至2023年的人民幣450.7百萬元，主要原因是：(i)同店收入由2022年的人民幣316.8百萬元增至2023年的人民幣440.1百萬元及(ii)市場對黃金珠寶產品的需求不斷增加，尤其是日漸成為重要終端消費者群的年輕終端消費者的需求不斷增長。

財務資料

鑽石鑲嵌珠寶及其他

我們於自營店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的收入由2022年的人民幣42.9百萬元減少至2023年的人民幣36.3百萬元，再減少至2024年的人民幣30.9百萬元，主要由於同期市場對鑽石鑲嵌珠寶產品的需求減少。

線上銷售渠道的收入

於2022年、2023年及2024年，我們自線上銷售渠道(包括通過自營網店及向電商平台銷售)產生的收入分別為人民幣1,072.1百萬元、人民幣1,745.8百萬元及人民幣2,287.6百萬元，分別佔同期總收入的34.6%、33.9%及40.0%。

黃金珠寶

我們通過線上銷售渠道銷售黃金珠寶的收入由2022年的人民幣908.9百萬元增加至2023年的人民幣1,556.0百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣2,074.3百萬元，主要由於(i)我們通過線上銷售渠道提供豐富的黃金產品及我們在電商平台為最暢銷的黃金珠寶提供更具競爭力的價格，以迎合線上消費者的喜好；(ii)金條的線上銷售增加，主要歸因於線上銷售渠道的促銷活動；(iii)我們合作的電商平台數量增加，促進產品銷量的大幅增長；及(iv)線上渠道的黃金珠寶市場規模不斷擴大。

鑽石鑲嵌珠寶及其他

我們通過線上銷售渠道銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的收入由2022年的人民幣163.2百萬元增加至2023年的人民幣189.9百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣213.3百萬元，主要歸因於儘管同期通過這些線上銷售渠道銷售的鑽石鑲嵌珠寶產品有所減少，但我們為應對日益增長的市場需求而通過線上銷售渠道銷售的其他珠寶產品(如珍珠飾品及玉石飾品)增加。

財務資料

銷售成本

下表載列所示年度按性質劃分，以絕對金額和佔總銷售成本的百分比列示的銷售成本明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
材料成本	1,500,437	78.9	3,371,401	88.8	3,725,137	87.9
成品成本	224,712	11.8	221,902	5.9	346,605	8.2
委外加工成本	125,286	6.6	147,249	3.9	117,131	2.8
員工成本	740	0.0	58	0.0	10	0.0
生產成本	677	0.0	58	0.0	10	0.0
其他 ⁽¹⁾	49,750	2.6	58,038	1.5	50,463	1.2
總計	<u>1,901,602</u>	<u>100.0</u>	<u>3,798,706</u>	<u>100.0</u>	<u>4,239,356</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 其他包括檢測費及運費。

於2022年、2023年及2024年，我們的銷售成本分別為人民幣1,901.6百萬元、人民幣3,798.7百萬元及人民幣4,239.4百萬元。我們的銷售成本中一大部分是材料成本，分別佔同期總銷售成本的78.9%、88.8%及87.9%。

我們的銷售成本由2022年的人民幣1,901.6百萬元增加至2023年的人民幣3,798.7百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣4,239.4百萬元，與(i)黃金價格上升趨勢相符；及(ii)由於金價上漲，我們採購黃金原材料和黃金珠寶成品的成本增加。於2022年、2023年及2024年，我們的平均黃金採購價格為人民幣347.6元／克、人民幣401.0元／克及人民幣487.5元／克(不含增值稅)，符合現行市價。

財務資料

毛利及毛利率

下表載列我們在所示年度按銷售渠道以及產品及服務劃分的毛利和毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
加盟模式	849,649	51.8	913,665	32.0	972,825	33.7
產品銷售	81,274	9.6	116,182	5.8	148,586	7.3
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	13,835	3.2	63,533	3.8	112,495	6.0
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	67,439	16.2	52,649	15.0	36,091	22.2
服務費	768,375	96.3	797,483	95.8	824,239	97.1
(i)加盟服務費	78,102	100.0	78,539	100.0	76,328	100.0
(ii)產品入網費	626,993	99.97	631,547	99.98	646,291	99.98
(iii)其他服務費 ⁽³⁾	63,280	68.4	87,397	71.5	101,620	80.7
自營店	100,536	27.7	130,753	26.8	138,703	30.4
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	75,866	23.8	113,531	25.2	122,262	28.7
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	24,670	57.5	17,222	47.4	16,441	53.3
線上銷售渠道	244,984	22.9	302,893	17.3	358,440	15.7
(i)黃金珠寶 ⁽¹⁾	177,607	19.5	234,577	15.1	289,830	14.0
(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他 ⁽²⁾	67,377	41.3	68,316	36.0	68,610	32.2
其他 ⁽⁴⁾	4,919	18.8	3,584	5.6	8,871	10.5
總計	<u>1,200,088</u>	<u>38.7</u>	<u>1,350,895</u>	<u>26.2</u>	<u>1,478,839</u>	<u>25.9</u>

附註：

- (1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。
- (2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。
- (3) 其他服務費主要包括我們向授權供應商收取的供應鏈管理費及向裝修服務供應商收取的裝修管理費。
- (4) 其他主要包括批發及若干定制訂單。

財務資料

下表載列我們所示年度按產品類別劃分的產品銷售毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)	毛利 人民幣千元	毛利率 (%)
黃金珠寶 ⁽¹⁾	267,819	16.1	412,557	11.1	529,049	11.9
鑽石鑲嵌珠寶及 其他 ⁽²⁾	163,259	25.7	138,617	23.4	124,086	28.4
總計	431,078	18.8	551,174	12.8	653,135	13.4

附註：

- (1) 黃金珠寶主要包括足金珠寶、K金珠寶及鉑金珠寶。
- (2) 鑽石鑲嵌珠寶及其他主要包括鑽石鑲嵌珠寶、銀製珠寶、珍珠珠寶及寶石珠寶。

加盟模式的毛利及毛利率

我們加盟模式的毛利率由2022年的51.8%下降至2023年的32.0%，並由2023年的32.0%保持相對穩定至2024年的33.7%。2022年至2023年加盟模式的毛利率下降，主要由於加盟模式下的產品及服務供應組合改變所致。特別是，(i)2023年向加盟商銷售的產品比例較2022年有所增加。我們向加盟商銷售產品佔加盟模式收入的比例由2022年的51.4%大幅增加至2023年的70.8%；及(ii)在加盟模式下，服務費的毛利率仍遠高於產品銷售的毛利率。2022年及2023年服務費的毛利率分別為96.3%及95.8%，而2022年及2023年產品銷售的毛利率僅分別為9.6%及5.8%。因此，由於毛利率遠低的產品銷售成為加盟模式收入的較大組成部分，加盟模式下的整體毛利率出現大幅下降。

產品銷售的毛利及毛利率

2024年與2023年比較：我們向加盟商銷售產品的毛利率由2023年的5.8%增加至2024年的7.3%，主要由於2024年向加盟商銷售(i)黃金珠寶；及(ii)鑽石鑲嵌珠寶及其他的毛利率提高。更多詳情請參閱本分節「黃金珠寶」及「鑽石鑲嵌珠寶及其他」。

2023年與2022年比較：我們向加盟商銷售產品的毛利率由2022年的9.6%下降至2023年的5.8%，主要由於加盟模式下鑽石鑲嵌珠寶的銷售量及收入貢獻雙雙低於黃金珠寶。鑽石鑲嵌珠寶的毛利率通常較高。詳情請參閱「影響我們經營業績的重要因素 – 提供的產品及服務組合 – 不同類型產品的毛利率比較」。往績記錄期間鑽石鑲嵌珠寶銷售量減少的原因為此類產品的市場需求減弱。

財務資料

黃金珠寶

我們向加盟店銷售黃金珠寶的毛利由2022年的人民幣13.8百萬元增加至2023年的人民幣63.5百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣112.5百萬元。

於2022年、2023年及2024年，我們向加盟店銷售黃金珠寶的毛利率分別約為3.2%、3.8%及6.0%。

2024年與2023年比較：我們向加盟店銷售黃金珠寶的毛利率由2023年的3.8%上升至2024年的6.0%，主要由於(i)2024年全年金價持續上漲，無大幅下跌，導致我們的採購成本和售價之間存在明顯差價，從而令毛利率整體上升(更多詳情請參閱本節「影響我們經營業績的重要因素－原材料成本」)；及(ii)我們持續長期努力推銷若干利潤率更高的產品(包括採用特殊工藝技術和中國流行元素的產品)。

2023年與2022年比較：於2022年及2023年，我們向加盟店銷售黃金珠寶的毛利率保持相對穩定，分別約為3.2%及3.8%。

鑽石鑲嵌珠寶及其他

我們向加盟店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利由2022年的人民幣67.4百萬元下降至2023年的人民幣52.6百萬元，並進一步下降至2024年的人民幣36.1百萬元。

我們向加盟店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率分別由2022年的約16.2%下降至2023年的15.0%，並增至2024年的22.2%。我們銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率波動主要是由於我們對2023年鑽石鑲嵌珠寶市場需求下滑的應對措施，包括(i)拆卸滯銷鑽石鑲嵌珠寶，並將鑽石重新用作新產品的材料；及(ii)計提鑽石鑲嵌珠寶產品的存貨減值撥備。鑒於2023年已計提足夠的減值撥備，2024年的額外撥備不多，因此對2024年的毛利率概無重大負面影響。

服務費的毛利及毛利率

加盟服務費

於2022年、2023年及2024年，我們的加盟服務費毛利分別為人民幣78.1百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣76.3百萬元，同期加盟服務費的毛利率分別為100.0%、100.0%及100.0%，保持穩定。

財務資料

產品入網費

於2022年、2023年及2024年，我們的產品入網費毛利分別為人民幣627.0百萬元、人民幣631.5百萬元及人民幣646.3百萬元，同期產品入網費毛利率分別為99.97%、99.98%及99.98%，保持相對穩定。

於往績記錄期間各年，產品入網費的毛利率少於100%，主要因為扣除與我們對加盟商向授權供應商採購的若干產品進行的質量檢測有關的復檢費用。

其他服務費

於2022年、2023年及2024年，我們來自其他服務費的毛利分別為人民幣63.3百萬元、人民幣87.4百萬元及人民幣101.6百萬元。於2022年、2023年及2024年，來自其他服務費的毛利率分別為68.4%、71.5%及80.7%。

於整個往績記錄期間，其他服務費的毛利及毛利率增加，主要由於供應鏈管理費增加，反映其定價結構出現變化以及服務得到提升。

其他服務費的毛利率少於100%，並遠低於加盟服務費及產品入網費的毛利率，原因是大部分其他服務費為供應鏈管理費，而該費用已扣除相關成本，包括(i)檢測向授權供應商採購的珠寶產品產生的珠寶檢測費及(ii)為向授權供應商採購的鑽石鑲嵌珠寶產品獲取必要證書所需的證書申請費。

自營店的毛利及毛利率

黃金珠寶

我們於自營店銷售黃金珠寶的毛利由2022年的人民幣75.9百萬元增加至2023年的人民幣113.5百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣122.3百萬元。

於2022年、2023年及2024年，我們於自營店銷售黃金珠寶的毛利率分別約為23.8%、25.2%及28.7%。我們於自營店銷售黃金珠寶的毛利率上升，主要由於(i)2024年全年金價持續上漲，無大幅下跌，導致我們的採購成本和售價之間存在明顯差價，從而令毛利率整體上升(更多詳情請參閱本節「影響我們經營業績的重要因素－原材料成本」)；及(ii)我們持續長期努力推銷若干利潤率更高的產品(包括採用特殊工藝技術和中國流行元素的產品)。

財務資料

鑽石鑲嵌珠寶及其他

我們於自營店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利由2022年的人民幣24.7百萬元減少至2023年的人民幣17.2百萬元，並進一步減少至2024年的人民幣16.4百萬元，主要歸因於消費者對鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的需求減少。

我們於自營店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率由2022年的57.5%下降至2023年的47.4%，與鑽石鑲嵌珠寶銷售量下降及我們其後為此等產品計提存貨減值撥備一致，此舉導致毛利率下降。我們於自營店銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率由2023年的47.4%上升至2024年的53.3%，主要由於2023年對鑽石鑲嵌珠寶作出存貨減值撥備所致。鑒於2023年已計提足夠的減值撥備，2024年的額外撥備不多，因此對2024年的毛利率概無重大負面影響。

線上銷售渠道的毛利及毛利率

黃金珠寶

我們於線上銷售渠道銷售黃金珠寶的毛利由2022年的人民幣177.6百萬元增加至2023年的人民幣234.6百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣289.8百萬元，而毛利率則由2022年的19.5%下降至2023年的15.1%，並進一步減少至2024年的14.0%，主要因為我們拓展線上銷售渠道，促進了產品銷量大幅提升，從而刺激毛利，而整體毛利率出現下降，主因為(i)施行更具競爭力的定價策略，目的是帶動銷售量；及(ii)毛利率較低的金條線上銷售額增加。

鑽石鑲嵌珠寶及其他

於2022年、2023年及2024年，我們通過線上銷售渠道銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利分別為人民幣67.4百萬元、人民幣68.3百萬元及人民幣68.6百萬元，維持相對穩定。

於2022年、2023年及2024年，我們通過線上銷售渠道銷售鑽石鑲嵌珠寶及其他產品的毛利率分別約為41.3%、36.0%及32.2%。出現下跌的主因為我們就鑽石鑲嵌珠寶及其他產品施行更具競爭力的定價策略。

其他收入及收益

於2022年、2023年及2024年，我們的其他收入及收益分別為人民幣55.3百萬元、人民幣52.6百萬元及人民幣38.1百萬元，分別佔我們同期總收入的1.8%、1.0%及0.7%。

財務資料

下表載列所示年度按絕對金額和佔其他收入及收益總額的百分比列示的其他收入及收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
其他收入						
政府補助	22,746	41.2	19,514	37.1	20,708	54.4
利息收入	10,920	19.8	16,451	31.3	7,401	19.4
投資收入	738	1.3	–	–	116	0.3
其他	242	0.4	362	0.7	115	0.3
小計	34,646	62.7	36,327	69.0	28,340	74.5
收益						
違約賠償	10,865	19.7	6,190	11.8	4,687	12.3
訴訟賠償	9,400	17.0	8,961	17.0	1,202	3.2
其他	351	0.6	1,141	2.2	3,825	10.1
小計	20,616	37.3	16,292	31.0	9,714	25.5
總計	55,262	100.0	52,619	100.0	38,054	100.0

2024年與2023年比較：我們的其他收入及收益由2023年的人民幣52.6百萬元減少至2024年的人民幣38.1百萬元，主要由於(i)利息收入減少，此乃由於我們持續進行業務擴張，可用於理財投資的閒置資金減少；及(ii)訴訟賠償減少，原因為我們於2023年收到來自商標訴訟案件的賠償。

2023年與2022年比較：我們的其他收入及收益由2022年的人民幣55.3百萬元減少至2023年的人民幣52.6百萬元，主要歸因於(i)我們於2022年錄得來自關聯方的一次性賠償人民幣5.3百萬元，因其就我們的產品進行未經授權寶石交易，違反我們的內部政策。該關聯方自2021年起已停止進行有關業務；及(ii)2023年政府預算減少，故政府補助有所減少；及部分被我們2023年的銀行存款增加導致利息收入增加所抵銷。

財務資料

銷售及營銷開支

於2022年、2023年及2024年，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣394.3百萬元、人民幣469.6百萬元及人民幣486.3百萬元，分別佔我們同期總收入的12.7%、9.1%及8.5%。

下表載列所示年度按絕對金額和佔總銷售及營銷開支的百分比列示的銷售及營銷開支的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
員工成本	169,825	43.1	198,866	42.4	184,200	37.9
廣告宣傳及推廣費 ⁽¹⁾	89,023	22.6	108,489	23.1	128,903	26.5
營銷及代銷服務費 ⁽¹⁾	25,036	6.3	31,008	6.6	21,971	4.5
低值易耗品 ⁽²⁾	25,966	6.6	24,274	5.2	23,204	4.8
電商平台服務費	21,869	5.5	29,515	6.3	41,296	8.5
租賃物業開支	16,260	4.1	20,793	4.4	22,139	4.6
折舊及攤銷開支	11,149	2.8	12,788	2.7	17,121	3.5
車輛及差旅開支	9,089	2.3	12,239	2.6	12,325	2.5
珠寶檢測費	7,354	1.9	8,223	1.8	5,844	1.2
其他 ⁽³⁾	18,744	4.8	23,356	5.0	29,296	6.0
總計	394,315	100.0	469,552	100.0	486,299	100.0

附註：

- (1) 廣告宣傳及推廣費乃為提高消費者流量及品牌曝光率而產生，主要包括(a)電商平台的市場推廣活動及(b)通過名人代言及廣告投放進行的廣告宣傳。相比之下，營銷及代銷服務費乃支付予第三方的服務費用，主要包括(a)根據聯營協議支付予商場的佣金，用於經營我們的自營店；及(b)支付予電商平台的佣金，用於經營我們的自營網店。
- (2) 低值易耗品主要包括產品包裝及相關材料及辦公室用品。
- (3) 其他主要包括裝修開支、以股份為基礎的付款開支、會務費及郵運費。

2024年與2023年比較：我們的銷售及營銷開支由2023年的人民幣469.6百萬元增加至2024年的人民幣486.3百萬元，主要受我們的業務擴張推動，令致(i)電商平台服務費增加，主要為吸引線上客戶流量；及(ii)推廣及廣告開支增加，目的為提高我們的品牌曝光率。

財務資料

2023年與2022年比較：我們的銷售及營銷開支由2022年的人民幣394.3百萬元增加至2023年的人民幣469.6百萬元，主要歸因於(i)銷售及營銷團隊擴大，及銷售及營銷員工薪金上漲，令員工成本增加，(ii)廣告宣傳及推廣費增加，因我們進行電商業務擴張及為吸引線上客戶而於電商平台進行推廣活動；(iii)電商平台服務費隨我們的電子商務業務增長而增加；及(iv)向商場支付的銷售及營銷服務費隨我們自營店業務擴張而增加。

於往績記錄期間，銷售及營銷開支整體上升趨勢亦歸因於我們透過多個平台開展大量推廣及宣傳活動，以提升品牌知名度及消費者參與度。例如，於往績記錄期間，(i)我們在央視《大國品牌》節目投放電視廣告，擴大我們的品牌在全國的曝光率；(ii)我們將我們的品牌形象融入熱門網劇，如網絡媒體平台愛奇藝的《他從火光中走來》；及(iii)我們專門針對年輕網絡消費者的喜好，發起由名人參與的現場廣告活動。該等舉措反映我們重視多渠道推廣戰略，以提升我們的品牌知名度，拓展客戶群。

行政開支

於2022年、2023年及2024年，我們的行政開支分別為人民幣98.3百萬元、人民幣92.4百萬元及人民幣115.4百萬元，分別佔我們同期總收入的3.2%、1.8%及2.0%。

下表載列所示年度按絕對金額和佔總行政開支的百分比列示的行政開支明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
員工成本	32,680	33.3	34,730	37.6	37,759	32.7
專業服務費	28,900	29.4	16,780	18.2	35,879	31.1
折舊及攤銷	11,209	11.4	16,171	17.5	14,606	12.7
業務招待費	7,841	8.0	9,789	10.6	10,343	9.0
以股份為基礎的						
付款開支	5,316	5.4	(617)	(0.7)	3,165	2.7
租賃物業開支	3,730	3.8	4,550	4.9	1,039	0.9
裝修開支	2,661	2.7	2,665	2.9	3,802	3.3
其他 ⁽¹⁾	5,919	6.0	8,371	9.1	8,775	7.6
總計	98,256	100.0	92,439	100.0	115,368	100.0

附註：

(1) 其他主要包括車輛及差旅費、低值易耗品及印花稅。

財務資料

2024年與2023年比較：我們的行政開支由2023年的人民幣92.4百萬元增加至2024年的人民幣115.4百萬元，主要由於產生與[編纂]有關的專業服務費。

2023年與2022年比較：我們的行政開支由2022年的人民幣98.3百萬元減少至2023年的人民幣92.4百萬元，主要歸因於專業服務費有所減少，主要由於(i)我們在2022年在商標訴訟案件中實施商標權利的法律費用及訴訟成本較2021年減少(有關更多詳情，請參閱「業務－法律訴訟及合規」)及(ii)有關過往A股上市嘗試的[編纂]減少。

研發開支

於2022年、2023年及2024年，我們的研發開支分別為人民幣9.5百萬元、人民幣9.9百萬元及人民幣12.6百萬元，分別佔我們同期總收入的0.3%、0.2%及0.2%。

下表載列所示年度按絕對金額和佔研發開支總額的百分比列示的研發開支明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
員工成本	8,986	95.0	9,151	92.1	10,635	84.7
折舊及攤銷	353	3.7	338	3.4	387	3.1
外包服務費	3	0.0	9	0.1	255	2.0
其他	121	1.3	437	4.4	1,276	10.2
總計	9,462	100.0	9,935	100.0	12,553	100.0

2024年與2023年比較：我們的研發開支由2023年的人民幣9.9百萬元增加至2024年的人民幣12.6百萬元，主要由於擴大我們的產品開發及設計團隊，專注於設計和開發我們的黃金珠寶產品。

2023年與2022年比較：我們的研發開支由2022年的人民幣9.5百萬元增加至2023年的人民幣9.9百萬元，主要歸因於設計及開發團隊擴大及調高設計及開發人員薪金導致員工成本增加。

財務資料

其他開支淨額

下表載列所示年度按絕對金額和佔其他開支總額的百分比列示的其他開支淨額詳情：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
應收賬款及其他						
應收款項減值虧損	7,563	92.5	(3,866)	117.5	261	3.2
公益捐贈	534	6.5	118	(3.6)	2,448	30.3
公允價值變動虧損	–	–	–	–	2,255	27.9
其他 ⁽¹⁾	82	1.0	459	(14.0)	3,114	38.5
總計	<u>8,179</u>	<u>100.0</u>	<u>(3,289)</u>	<u>100.0</u>	<u>8,078</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 其他包括出售非流動資產虧損、訴訟及和解賠償金、罰款開支及匯兌損益。

我們於2022年錄得其他開支淨額人民幣8.2百萬元，而於2023年我們錄得其他開支撥回淨額人民幣3.3百萬元。2022年的應收賬款及其他應收款項減值虧損主要由於若干交易對手(如與我們訂有聯營協議的商場)的若干逾期應收款項減值所致。我們於2023年收回部分逾期應收款項，導致最初確認的相關應收賬款及其他應收款項減值虧損撥回。於2024年，我們錄得其他開支淨額人民幣8.1百萬元，主要歸因於2024年的公益捐贈增加。

財務成本

下表載列所示年度按絕對金額及佔財務成本總額的百分比列示的財務成本詳情：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
租賃負債利息	2,144	100.0	1,904	77.8	2,046	21.8
銀行貸款利息	–	–	542	22.2	7,109	75.7
黃金借款利息	–	–	–	–	242	2.6
總計	<u>2,144</u>	<u>100.0</u>	<u>2,446</u>	<u>100.0</u>	<u>9,397</u>	<u>100.0</u>

財務資料

我們的財務成本由2022年的人民幣2.1百萬元增加至2023年的人民幣2.4百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣9.4百萬元，主要因為我們於相關年度產生銀行貸款，以支持業務營運擴張。

所得稅開支

下表載列所示年度的所得稅開支明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
即期	170,340	101.5	174,042	100.8	176,333	98.6
遞延	(2,587)	(1.5)	(1,305)	(0.8)	2,553	1.4
總計	167,753	100.0	172,737	100.0	178,886	100.0
實際稅率	22.6%		20.8%		20.2%	

同期，我們的實際稅率(以所得稅開支除以稅前利潤計算)分別為22.6%、20.8%及20.2%，低於25%的法定稅率，主要由於我們的若干附屬公司享有稅收優惠待遇。有關進一步詳情，請參閱本文件「附錄一－會計師報告」附註10。

我們的所得稅開支由2022年的人民幣167.8百萬元增加至2023年的人民幣172.7百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣178.9百萬元，主要由於稅前利潤增加所致。

年內利潤

由於上述原因，包括(i)2021年產品入網費的調整，(ii)通過所有銷售渠道銷售黃金珠寶所產生的收入增加，以及(iii)加盟網絡的擴張，加盟店、自營店及線上銷售渠道的數量增加，年內利潤由2022年的人民幣575.2百萬元增加14.7%至2023年的人民幣659.7百萬元，並進一步由2023年的人民幣659.7百萬元增加7.1%至2024年的人民幣706.3百萬元。

流動性及資本資源

概覽

我們的現金使用主要與經營活動和資本開支有關。過去，我們主要通過經營活動產生的現金為運營提供資金。截至2024年12月31日，我們擁有可用現金及現金等價物人民幣177.0百萬元。我們的可用現金及現金等價物包括現金及銀行結餘(扣除債務投資)。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註22。

財務資料

展望未來，我們相信結合內部資源、經營活動產生的現金流量及[編纂][編纂]淨額，將可滿足流動資金需求。

有關營運資金的更多詳情，請參閱本節「－資產負債表節選項目」。

營運資金充足

經考慮[編纂][編纂]淨額和我們可用的財務資源，包括現金及現金等價物以及經營活動產生的現金流量，我們的董事相信，我們有足夠的營運資金滿足目前的需求，即本文件日期後至少12個月的需求。

現金流量分析

下表載列所示年度的現金流量表節選資料：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得的現金流量淨額	138,937	403,883	390,085
投資活動(所用)的現金流量淨額	(328,356)	(192,886)	(505,643)
融資活動(所用)／所得的現金流量淨額	(24,013)	(240,791)	112,353
現金及現金等價物減少淨額	(213,432)	(29,794)	(3,205)
年初現金及現金等價物	421,077	207,642	177,978
外匯匯率變動的影響淨額	(3)	130	2,221
年末現金及現金等價物	207,642	177,978	176,994

經營活動

我們的經營活動所得現金流量反映：稅前利潤已就(i)非現金及非經營項目，如使用權資產折舊、物業、廠房及設備折舊以及其他無形資產及其他資產攤銷；(ii)營運資金變動的影響，例如貿易應付款項、合約負債、存貨及貿易應收款項及預付款項；及(iii)已付所得稅作出調整。經營活動產生的現金流量會受到日常業務過程中向加盟商及電商平台及簽有聯營協議的購物商場等客戶收回貿易應收款項的時間、向供應商或其他交易對手支付貿易應付款項的時間及存貨變動等因素的重大影響，而該等因素亦主要導致於往績記錄期間各年度經營活動產生的現金流量淨額出現差異。

財務資料

我們2024年的經營活動所得現金流量淨額為人民幣390.1百萬元，主要因為我們的稅前利潤人民幣885.2百萬元，並經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣32.1百萬元及物業、廠房及設備折舊人民幣25.3百萬元；(ii)營運資金變動，主要由於存貨增加人民幣373.3百萬元及受限制存款增加人民幣9.5百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣180.0百萬元，部分被預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣42.0百萬元所抵銷。

我們2023年的經營活動所得現金流量淨額為人民幣403.9百萬元，主要歸因於稅前利潤人民幣832.4百萬元，並經以下各項調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣24.7百萬元及物業、廠房及設備折舊人民幣21.1百萬元；(ii)營運資金變動，主要由於存貨增加人民幣310.6百萬元及預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣46.2百萬元以及(iii)已付的所得稅人民幣170.2百萬元，部分被(i)合約負債增加人民幣28.1百萬元及(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣18.9百萬元所抵銷。

我們2022年的經營活動所得現金流量淨額為人民幣138.9百萬元，主要歸因於稅前利潤人民幣743.0百萬元，並經以下各項調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括(a)物業、廠房及設備折舊人民幣17.1百萬元及使用權資產折舊人民幣19.2百萬元；(b)營運資金變動，主要由於存貨增加人民幣375.8百萬元以及預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣52.6百萬元；及(c)所付的所得稅人民幣159.1百萬元，部分被(i)合約負債減少人民幣28.3百萬元及(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣7.3百萬元所抵銷。

投資活動

於2024年，我們投資活動所用現金流量淨額為人民幣505.6百萬元，主要由於(i)購買存款證及定期存款人民幣1,236.7百萬元及(ii)購買物業、廠房及設備、租賃土地及其他資產人民幣324.2百萬元，部分被贖回存款證及定期存款所得款項人民幣1,097.2百萬元所抵銷。

於2023年，我們投資活動所用現金淨額為人民幣192.9百萬元，主要由於(i)購買存款證及定期存款人民幣600.4百萬元及(ii)購買物業、廠房及設備項目、租賃土地及其他資產人民幣33.5百萬元，部分被贖回存款證及定期存款所得款項人民幣440.0百萬元所抵銷。

於2022年，我們投資活動所用現金淨額為人民幣328.4百萬元，主要由於(i)購買存款證及定期存款人民幣906.0百萬元，(ii)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣245.0百萬元及(iii)購買物業、廠房及設備項目、租賃土地及其他資產人民幣163.4百萬元，部分被(i)贖回存款證及定期存款所得款項人民幣740.0百萬元及(ii)出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的到期所得款項人民幣245.8百萬元所抵銷。

財務資料

融資活動

於2024年，我們的融資活動所得現金流量淨額為人民幣112.4百萬元，主要由於(i)新增銀行及其他借款人民幣1,006.6百萬元及發行股份人民幣245.0百萬元，部分被(i)已付股息人民幣644.5百萬元及(ii)償還銀行及其他借款人民幣449.9百萬元所抵銷。

於2023年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣240.8百萬元，主要由於(i)已付股息人民幣300.3百萬元及(ii)支付租賃負債人民幣23.4百萬元，部分被新增銀行及其他借款人民幣84.0百萬元所抵銷。

於2022年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣24.0百萬元，主要由於(i)支付租賃負債人民幣19.9百萬元，(ii)支付[編纂]款項人民幣2.4百萬元及(iii)支付租賃按金人民幣1.6百萬元。

資產負債表節選項目

下表載列截至所示日期的綜合財務狀況表節選資料：

	截至12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
非流動資產總額	425,866	591,307	655,820
流動資產總額	2,158,969	2,483,896	3,301,751
總資產	2,584,835	3,075,203	3,957,571
非流動負債總額	22,002	17,965	49,479
流動負債總額	657,794	793,614	1,330,486
總負債	679,796	811,579	1,379,965
淨資產	1,905,039	2,263,624	2,577,606

我們的淨資產由截至2022年12月31日的人民幣1,905.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣2,263.6百萬元，主要反映因2023年的年內利潤增加人民幣659.7百萬元導致權益變動，這些增幅部分被截至2023年12月31日宣派股息人民幣300.3百萬元所抵銷。我們的淨資產由截至2023年12月31日的人民幣2,263.6百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣2,577.6百萬元，主要反映因2024年的年內利潤增加人民幣706.3百萬元導致權益變動，這些增幅部分被截至2024年12月31日宣派股息人民幣644.5百萬元所抵銷。

更多詳情，請參閱「財務資料－資產負債表節選項目」。

財務資料

流動資產及負債

下表載列截至所示日期的流動資產及負債：

	截至12月31日 2022年 人民幣千元	截至12月31日 2023年 人民幣千元	截至12月31日 2024年 人民幣千元	截至2025年 4月30日 人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
存貨	1,614,741	1,912,683	2,318,011	2,592,734
貿易應收款項	231,072	238,382	209,867	187,060
預付款項、其他應收款項及其他資產	95,676	144,767	178,598	270,443
現金及銀行結餘	217,480	188,064	561,745	538,375
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產	—	—	33,530	5,147
流動資產總額	2,158,969	2,483,896	3,301,751	3,593,759
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	36,096	35,521	37,806	160,593
其他應付款項及應計費用	184,020	201,207	196,523	367,423
計息銀行及其他借款	—	84,123	612,754	659,359
合約負債	353,122	381,174	345,823	310,754
租賃負債	17,453	18,062	24,762	22,619
應繳稅款	67,103	73,527	69,836	55,795
黃金貸款	—	—	42,982	—
流動負債總額	657,794	793,614	1,330,486	1,576,543
流動資產淨額	1,501,175	1,690,282	1,971,265	2,017,216

我們的流動資產淨額由截至2023年12月31日的人民幣1,690.3百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣1,971.3百萬元，主要歸因於(i)存貨增加人民幣405.3百萬元；(ii)現金及銀行結餘增加人民幣373.7百萬元；及(iii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣33.5百萬元，這些增幅部分被(i)計息銀行及其他借款增加人民幣528.6百萬元；及(ii)黃金貸款增加人民幣43.0百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨額由截至2022年12月31日的人民幣1,501.2百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣1,690.3百萬元，主要歸因於(i)存貨增加人民幣297.9百萬元；及(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣49.1百萬元，這些增幅部分被(i)現金及銀行結餘減少人民幣29.4百萬元；(ii)合約負債增加人民幣28.1百萬元；及(iii)其他應付款項及應計費用增加人民幣17.2百萬元所抵銷。

財務資料

存貨

我們的存貨包括(i)成品、(ii)原材料、(iii)在製品及(iv)在途商品。下表載列截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成品	1,192,504	1,320,324	1,563,074
原材料	230,608	237,759	198,447
在製品	6,418	49,510	88,238
在途商品	185,211	305,090	468,252
總計	1,614,741	1,912,683	2,318,011

我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣1,614.7百萬元增加18.5%至截至2023年12月31日的人民幣1,912.7百萬元，並進一步增加21.2%至截至2024年12月31日的人民幣2,318.0百萬元，主要由於(i)業務增長導致用作銷售及展示的存貨需求增加；(ii)2022年至2024年金價上漲，導致我們的存貨價值較高；及(iii)疫情再次爆發的負面影響，導致2022年末存貨週轉速度放緩。

在途商品

下表載列截至所示日期按銷售渠道及產品類別劃分的在途商品明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
線上銷售渠道	87,920	147,463	231,982
黃金珠寶	78,477	134,983	219,503
鑽石鑲嵌珠寶及其他	9,443	12,479	12,479
加盟模式	97,292	157,627	236,270
黃金珠寶	97,292	157,627	236,270
總計	185,211	305,090	468,252

財務資料

線上銷售渠道下的在途商品

線上銷售渠道下的在途商品主要因來自線上銷售渠道的珠寶產品需求增加，導致交付予顧客的商品數量增加。根據收入確認的會計原則，在此等產品運送途中，產品的控制權並未完全轉讓予顧客，因此令在途商品增加。

線上銷售渠道下的在途商品由截至2022年12月31日的人民幣87.9百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣147.5百萬元，並進一步增加至截至2024年12月31日的人民幣232.0百萬元，大致上與線上銷售渠道整體收入增長一致，特別是黃金珠寶的銷售方面。詳情請參閱「歷史經營業績回顧－收入－線上銷售渠道的收入」。

加盟模式下的在途商品

自2022年下半年起，為應對市場對黃金珠寶及黃金鑲嵌珠寶不斷上升的需求，並配合我們向加盟模式下的加盟商直接銷售黃金珠寶產品及推廣某些產品(例如具有特殊工藝技術或中國流行元素的產品)的工作，我們根據與加盟店的溝通及我們對其營運及需要的了解，同意向若干加盟店提供該等珠寶產品作展示之用。隨著市場需求增長，加盟店要求種類更廣、數量更多的珠寶產品於其門店展示，以吸引終端消費者，但若干加盟店在購買及保存大量存貨作展示用途上，可能受到限制。因此，為應對此需要，我們安排向若干加盟店提供作展示用途的產品，讓其可展示不同種類的產品而毋須為預先購買整套存貨而面臨即時的財政負擔。如加盟店未有於協定期限內購買，我們有權收回作展示用途的產品。

提供予各家加盟店作展示用途的產品數量，以及准許購買的時長，乃根據對多項因素進行的評估而釐定，包括但不限於我們與加盟店及加盟商的關係(例如包括彼等是否屬於任何與我們進行交易的加盟商集團)及關係的時長、加盟店的營運規模、過往銷售表現、市場潛力及彼等財務是否穩定。此評估旨在確保有關安排在商業上屬可行，以及對雙方均有利。

由於此等供展示之用的產品的控制權未有完全轉移予加盟店，而如果產品在規定期限內未獲購買，我們保留收回產品的權利，因此根據相關會計原則，此等產品確認為在途商品。加盟模式下的在途商品由截至2022年12月31日的人民幣97.3百萬元分別增加至截至2023年及2024年12月31日的人民幣157.6百萬元及人民幣236.3百萬元，此與往績記錄期間我們在加盟模式下來自黃金珠寶銷售的收入增長，以及金價上漲情況一致。

財務資料

下表載列所示年度的存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
存貨週轉天數 ⁽¹⁾	275	169	182

附註：

- (1) 平均存貨週轉天數乃根據指定年初及末存貨結餘的平均值除以相應年度的銷售成本，再乘以該年度的天數計算。

於2022年、2023年及2024年，存貨週轉天數分別為275天、169天及182天。存貨週轉天數由2022年的275天大幅減少至2023年的169天，主要由於週轉天數一般較短的黃金珠寶產品銷售(尤其是於加盟模式項下)的佔比增加，主要由於根據我們的收入確認政策，來自加盟銷售的收入於產品控制權轉移至加盟商(而不是轉移至終端消費者)時予以確認。因此，相關存貨於轉移時即確認為成本，導致週轉天數相對於其他銷售渠道較短。於2023年及2024年，存貨週轉天數分別為169天及182天，均於正常波動範圍內，反映存貨週轉的典型季節性或市場變化。

截至2025年4月30日，人民幣1,119.3百萬元或截至2024年12月31日的存貨的47.8%已被使用或出售。

下表載列所示年度存貨的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
一年內	1,160,965	1,446,695	1,795,445
超過一年	467,047	488,742	544,849
撥備	(13,271)	(22,754)	(22,283)
合計	<u>1,614,741</u>	<u>1,912,683</u>	<u>2,318,011</u>

於往績記錄期間，我們的存貨賬齡維持於穩健水平。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們大部分存貨的賬齡處於一年內，分別佔截至同日總存貨淨額的71.9%、75.6%及77.5%。賬齡較長的存貨主要為鑽石原材料及鑽石鑲嵌珠寶產品。為促進若干賬齡較長的珠寶產品的銷售，我們可能(i)加強推廣以加快銷售；或(ii)將此等產品重新加工或重新設計成新的設計，使其符合當前消費者的偏好。董事確認，我們的存貨並無可收回性問題，且基於隨後使用率低，我們已作出足夠撥備。

財務資料

貿易應收款項

我們的貿易應收款項結餘主要指應收以下各方的款項：(i)我們已延長信貸期的加盟商；(ii)我們出售產品的電商平台；及(iii)與我們訂有聯營協議的購物商場。下表載列截至所示日期的貿易應收款項：

	截至12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項	261,028	263,519	226,802
減值	(29,956)	(25,137)	(16,935)
賬面淨值	<u>231,072</u>	<u>238,382</u>	<u>209,867</u>

我們的貿易應收款項結餘維持相對穩定，截至2022年、2023年及2024年12月31日分別為人民幣231.1百萬元、人民幣238.4百萬元及人民幣209.9百萬元。

下表載列截至所示日期基於收入確認日期及扣除減值虧損撥備的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
一年內	227,399	234,706	201,918
一至兩年	3,605	3,510	7,267
兩至三年	68	166	322
總計	<u>231,072</u>	<u>238,382</u>	<u>209,867</u>

於往績記錄期間，我們並無出現任何與貿易應收款項有關的重大虧損，而貿易應收款項增加並未對流動資金或現金流量造成任何重大不利影響。

下表載列所示年度的貿易應收款項週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
貿易應收款項週轉天數 ⁽¹⁾	<u>26</u>	<u>17</u>	<u>14</u>

財務資料

附註：

- (1) 貿易應收款項週轉天數乃根據相關年度的貿易應收款項年初及年末結餘的平均值(扣除減值撥備)，除以同一年度的收入，再乘以該年度的天數計算。

於2022年、2023年及2024年，我們的貿易應收款項週轉天數分別為26天、17天及14天。我們的貿易應收款項週轉天數由2022年的26天略減至2023年的17天，並進一步減至2024年的14天，主要因為週轉天數一般較短的黃金珠寶產品銷售(尤其是於加盟模式項下)的佔比增加。

截至2025年4月30日，人民幣182.8百萬元或截至2024年12月31日貿易應收款項總額的80.6%已結清。

預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)可收回增值稅、(ii)預付款項、(iii)按金及(iv)廣告代言費。預付款項主要是預付的廣告費和對供應商的付款。可收回稅項主要是指超過增值稅銷項稅的增值進項稅，可在未來扣除或收回。

下表載列截至所示日期的預付款項、其他應收款項及其他資產的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動			
可收回的增值稅	67,611	99,508	133,058
預付款項	16,076	26,054	22,407
按金	10,957	13,871	15,129
其他應收款項	1,177	2,957	2,969
[編纂]	—	—	5,132
預付企業所得稅	57	2,625	190
減值撥備	(202)	(248)	(287)
小計	95,676	144,767	178,598
非流動			
長期資產預付款項	823	1,862	140,153
廣告代言費	14,150	7,075	14,151
其他資產	139	95	161
小計	15,112	9,032	154,465
總計	110,788	153,799	333,063

財務資料

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由2023年的人民幣153.8百萬元增加116.6%至2024年的人民幣333.1百萬元，主要由於(i)我們於2024年購買的一項物業的預付款項；及(ii)因分類或扣減的進項稅增加而令可收回增值稅增加。

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2022年12月31日的人民幣110.8百萬元增加38.8%至截至2023年12月31日的人民幣153.8百萬元，主要由於(i)待分類或抵扣的進項稅增加導致可收回增值稅增加；(ii)預付款項(主要與未來採購及廣告開支有關)增加。

現金及銀行結餘

現金及銀行結餘主要包括現金及現金等價物、銀行存款應收利息及受限制存款。我們的銀行現金按每日銀行存款利率的浮動利率賺取利息。銀行結餘及已抵押存款存放於信譽良好且近期無違約記錄的銀行。

下表載列截至所示日期現金及銀行結餘的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動			
現金及現金等價物	207,642	177,978	176,994
定期存款	—	—	370,000
銀行存款應收利息	188	—	—
受限制存款	9,650	10,086	14,751
總計	217,480	188,064	561,745

於2022年、2023年及2024年，我們的現金及現金等價物分別為人民幣207.6百萬元、人民幣178.0百萬元及人民幣177.0百萬元。

截至2024年12月31日，我們的定期存款為人民幣370.0百萬元，以為短期貸款作抵押。

於2022年、2023年及2024年，我們的受限制存款分別為人民幣9.7百萬元、人民幣10.1百萬元及人民幣14.8百萬元。由2023年的人民幣10.1百萬元增加至2024年的人民幣14.8百萬元，主要歸因於銀行受限制存款增加，以用於借款、建設及黃金貸款。更多詳情請參閱本文件「附錄一—會計師報告」附註22及26。

財務資料

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

截至2024年12月31日，我們錄得以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣33.5百萬元，其乃由銀行發行的結構性存款投資，預期年利率為2.4%。更多詳情請參閱本文件「附錄一——會計師報告」附註21。

我們有關金融產品的投資政策及策略主要包括：(i)我們通過對投資組合的到期日與預期經營現金需求進行匹配，盡量降低財務風險，為股東的利益產生合理的投資回報；(ii)不允許投資高風險產品；(iii)擬投資事項不得干擾我們的業務營運或資本開支；及(iv)我們投資的金融產品應保證回報，並應由信譽良好的銀行發行。我們主要投資於中國內地主要商業銀行發行的低風險及中短期金融產品。我們全面考慮多項因素，包括但不限於宏觀經濟環境、整體市場行情、發行銀行的風險控制及信貸水平、自身營運資金需求，以及投資的預期利潤或潛在虧損，其後根據具體情況作出有關金融產品的投資決策。

為監控與我們金融產品組合相關的投資風險，我們已採納一套全面的內部程序對金融產品投資進行管理。經董事會授權及在我們財務總監的監督下，我們的資金管理部門(由財務部門若干具有財務及現金管理能力以及投資基金及金融機構工作經驗的成員組成)負責根據現金管理政策及內部審批程序分析、評估及敲定有關金融產品的投資計劃。在修改我們現有的投資組合之前，相關建議必須經財務總監或董事長批准。有關我們財務總監在此方面的專業知識的詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」。

[編纂]後，我們的金融產品投資須遵守上市規則第14章的規定。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要包括應付供應商及委外加工商的款項。貿易應付款項免息，並一般於發票日期後一至六個月內以現金結算。由於貿易應付款項的到期日相對較短，其於往績記錄期間各年末的公允價值與其相應的賬面值相若。

財務資料

下表載列截至所示日期貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	35,926	35,521	37,806
1至2年	170	—	—
合計	<u>36,096</u>	<u>35,521</u>	<u>37,806</u>

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的貿易應付款項維持相對穩定，金額分別為人民幣36.1百萬元、人民幣35.5百萬元及人民幣37.8百萬元。

下表載列所示日期的貿易應付款項週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
貿易應付款項週轉天數 ⁽¹⁾	<u>7</u>	<u>3</u>	<u>3</u>

附註：

- (1) 貿易應付款項週轉天數為年初及年末貿易應付款項的平均數除以該年度的總銷售成本，再乘以該年度的天數計算。

我們的貿易應付款項週轉天數於由2022年的七天減少至2023年的三天，主要由於我們的銷售成本由2022年至2023年有所增加。我們的貿易應付款項週轉天數維持穩定，於2024年為三天。

截至2025年4月30日，約人民幣37.0百萬元或截至2024年12月31日貿易應付款項總額的97.9%已結清。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(i)按金；(ii)應付工資及福利；(iii)其他應繳稅款；(iv)應計費用；及(v)其他應付款項。

財務資料

下表載列截至所示日期的其他應付款項及應計費用：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動：			
按金	121,242	118,316	119,652
應付工資及福利	27,672	33,668	28,728
其他應繳稅款	17,052	23,235	21,197
應計費用	16,191	19,354	15,970
其他應付款項	1,859	6,617	10,972
應付關聯方款項	4	17	4
小計	184,020	201,207	196,523
非流動：			
遞延收入	200	200	200
撥備	—	255	—
小計	200	455	200
總計	184,220	201,662	196,723

我們的其他應付款項及應計費用由截至2023年12月31日的人民幣201.7百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣196.7百萬元，主要由於(i)應付工資及福利因部分員工未能於2024年達到關鍵績效指標而有所減少及(ii)應計費用減少。

我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣184.2百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣201.7百萬元，主要歸因於(i)應付工資及福利增加與員工成本增加及(ii)其他應繳稅款增加一致。

截至2025年4月30日，約人民幣72.7百萬元或截至2024年12月31日其他應付款項及應計費用總額的37.0%已結清。

財務資料

合約負債

我們的合約負債包括加盟服務費、產品入網費及就貨物交付已收取的預付款項。下表載列截至所示日期合約負債的詳情：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
客戶墊款			
提供服務	349,194	367,133	334,260
銷售產品	3,928	14,041	11,563
合計	<u>353,122</u>	<u>381,174</u>	<u>345,823</u>

我們的合約負債由截至2022年12月31日的人民幣353.1百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣381.2百萬元，並減少至截至2024年12月31日的人民幣345.8百萬元。往績記錄期間合約負債出現波幅，主因為簽署新加盟協議以及支付相關服務費用的時間不同，與加盟店數量變動情況一致。

截至2025年4月30日，約人民幣212.3百萬元或截至2024年12月31日合約負債的61.4%已確認為收入。

黃金貸款

截至2024年12月31日，黃金貸款為人民幣43.0百萬元。考慮到(i)黃金珠寶銷售已逐漸成為我們的主導業務分部，及(ii)2024年下半年黃金貸款利率相對較低，我們於2024年與銀行訂立一次性黃金借款安排，6個月到期。根據安排，到期時，我們有義務以相同類別、數量和質量的黃金或等額現金償還貸款。截至最後實際可行日期，我們已結清黃金貸款。更多詳情請參閱本文件「附錄一—會計師報告」附註27。

財務資料

非流動資產及負債

下表載列截至所示日期的非流動資產及負債：

	截至12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	65,482	70,792	136,519
投資物業	5,574	5,188	92,679
使用權資產	153,978	149,584	156,329
其他無形資產	3,369	3,815	4,118
債務投資	168,244	337,484	98,851
遞延稅項資產	14,107	15,412	12,859
預付款項、其他應收款項及 其他資產	15,112	9,032	154,465
非流動資產總額	425,866	591,307	655,820
非流動負債			
租賃負債	21,802	17,510	20,980
計息銀行及其他借款	—	—	28,299
其他應付款項及應計費用	200	455	200
非流動負債總額	22,002	17,965	49,479

財務資料

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括我們的租賃物業裝修、家具、固定裝置及設備、汽車、廠房及機器以及在建工程。下表載列截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
租賃物業裝修	29,652	30,697	35,083
樓宇	22,304	20,767	34,464
家具、固定裝置及設備	9,635	11,435	9,185
汽車	3,158	2,710	3,367
在建工程	—	4,642	53,861
廠房及機器	733	541	559
總計	<u>65,482</u>	<u>70,792</u>	<u>136,519</u>

我們的物業、廠房及設備由截至2023年12月31日的人民幣70.8百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣136.5百萬元，主要歸因於(i)我們總部大樓的建設及裝修及(ii)新開自營店的租賃物業裝修增加。

我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣65.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣70.8百萬元，主要由於我們於2022年培訓中心的工程及裝修，成本於2023年攤銷。

投資物業

我們的投資物業主要包括位於深圳的辦公單位。下表載列截至所示日期的投資物業明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年初賬面值	5,960	5,574	5,188
添置	—	—	88,644
年內計提的折舊	<u>(386)</u>	<u>(386)</u>	<u>(1,153)</u>
年末賬面值	<u>5,574</u>	<u>5,188</u>	<u>92,679</u>

財務資料

我們的投資物業由截至2022年12月31日的人民幣5.6百萬元輕微減少至截至2023年12月31日的人民幣5.2百萬元，主要由於物業因持續折舊導致淨值每年自然減少。我們的投資物業由截至2023年12月31日的人民幣5.2百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣92.7百萬元，主要由於我們購買了三個不能回贖的物業單位。

使用權資產

我們的使用權資產指租賃及自有物業及辦公場所、樓宇及門店的賬面值。下表載列截至所示日期的使用權資產明細：

	截至12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
租賃土地	116,562	115,178	111,213
辦公場所、樓宇及門店	37,416	34,406	45,116
總計	<u>153,978</u>	<u>149,584</u>	<u>156,329</u>

我們的使用權資產由截至2023年12月31日的人民幣149.6百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣156.3百萬元，主要由於為我們的電商部門添置辦公場所，並為我們新開設的自營店租用場所。

我們的使用權資產由截至2022年12月31日的人民幣154.0百萬元減少2.9%至截至2023年12月31日的人民幣149.6百萬元，主要由於租賃期及折舊費用調整。

我們根據國際會計準則第36號資產減值評估往績記錄期間各年度或期間末所有非金融資產是否存在減值跡象。由於部分自營店於往績記錄期間出現虧損，減值測試於各年度或期間末進行。非金融資產包括物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產，於往績記錄期間各年度末的賬面值分別為人民幣2.7百萬元、人民幣6.3百萬元及人民幣10.7百萬元。就減值測試而言，賬面值與按其使用價值界定的可收回金額進行比較。根據評估結果，非金融資產的使用價值超過其賬面值，因此並無確認額外減值。

債務投資

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得可轉讓存單形式且利率介乎2.30%至3.25%的債務投資分別為人民幣168.2百萬元、人民幣337.5百萬元及人民幣98.9百萬元。我們於2024年減少購買可轉讓存單，是為了釋放更多營運資金供業務營運之用。

財務資料

租賃負債

我們的非流動租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣21.8百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣17.5百萬元，並增加至截至2024年12月31日的人民幣21.0百萬元。我們的非流動租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣21.8百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣17.5百萬元，主要由於新的租賃會計準則不適用於多份年期為一年或以下的租約。我們的非流動租賃負債由截至2023年12月31日的人民幣17.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣21.0百萬元，主要由於年內到期的租賃付款(已重新分類為流動負債)增加。

債務

下表載列截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至 2025年 4月30日
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動：				
計息銀行及其他借款	—	84,123	612,754	659,359
租賃負債	17,453	18,062	24,762	22,619
非流動：				
租賃負債	21,802	17,510	20,980	14,390
計息銀行及其他借款	—	—	28,299	44,181
總計	39,255	119,695	686,795	740,549

計息銀行及其他借款

截至2022年12月31日，我們並無錄得計息銀行及其他借款。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年4月30日，我們錄得計息銀行及其他借款分別為人民幣84.1百萬元、人民幣641.1百萬元及人民幣703.5百萬元。截至2023年12月31日，我們的銀行借款流動部分主要用於支持我們購買存貨。銀行借款的流動部分由截至2023年12月31日的人民幣84.1百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣612.8百萬元，主要由於附屬公司向我們發出匯票，我們在匯票到期前兌現。這筆款項於我們的綜合財務狀況表中歸類為銀行借款。於2024年，計息銀行及其他借款的非流動部分主要用於支持我們總部大樓的建設和裝修。所有計息銀行及其他借款均為須於一年內償還的定息借款，並入賬列為流動負債。截至2024年12月31日，流動銀行貸款的實際年利率範圍為2.5%至2.7%，非流動銀行貸款的實際年利率為3.2%。所有計息銀行及其他借款均以人民幣計值。對於2025年到期的貸款，我們計劃償還一部分，並將剩餘部分續期，我們預計2025年短期貸款總額會減少。

財務資料

截至2024年12月31日，我們的若干流動銀行借款由關聯方擔保，金額為人民幣200.0百萬元，年利率為2.5%至2.7%，若干非流動銀行借款由關聯方擔保，金額為人民幣28.3百萬元，年利率為3.2%。更多詳情請參閱本文件「附錄一—會計師報告」附註36。有關擔保將於上市時獲解除。

截至2025年4月30日，我們的銀行借款融資總額為人民幣1,490.0百萬元，其中人民幣703.5百萬元已動用。

在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在獲取銀行融資方面沒有遇到任何困難。

租賃負債

截至2022年、2023年及2024年12月31日及2025年4月30日，我們與相應租賃負債相關的未付合約租賃付款總額(相關剩餘租賃期限的租賃付款現值)分別為人民幣39.3百萬元、人民幣35.6百萬元、人民幣45.7百萬元及人民幣37.0百萬元。

除上文所討論者外，截至2025年4月30日我們並無重大抵押、押記、債券、貸款資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債務、融資租賃或租購承擔、承兌負債(正常貿易票據除外)、有擔保、無擔保、有抵押或無抵押的承兌信貸、擔保或其他或有負債。我們的董事確認，自2025年4月30日至本文件日期，我們的債務並無重大變化。

我們的董事確認，截至最後實際可行日期，並無任何我們未償還債務的重大契約，並且於往績紀錄期及直至最後實際可行日期期間，並無違反任何契約。

或然負債

截至最後實際可行日期，我們並無任何重大或然負債。

資本開支

於往績記錄期間，我們於2022年、2023年及2024年分別產生資本開支人民幣28.8百萬元、人民幣26.9百萬元及人民幣91.3百萬元，主要與物業、廠房及設備的購買、建造及裝修有關。

下表載列所示年度的資本開支明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
購買物業、廠房及設備	28,819	26,907	91,296

財務資料

我們預期將使用自營運活動產生的現金為未來的資本開支提供資金。我們可能會根據不斷發展的業務需求以及市場狀況或其他適當因素，在任何特定期間調整資本開支。

合約責任

截至2022年及2023年12月31日，我們並無任何重大承擔。截至2024年12月31日，我們的資本承擔為人民幣162.4百萬元，主要與新總部大樓的建造有關。

資產負債表外安排

我們並未簽訂，且預計亦不會簽訂任何資產負債表外安排。我們亦未訂立任何財務擔保或其他相關承擔。此外，我們並未簽訂任何與股權掛鉤並歸類為所有者權益的衍生工具合約。對於向我們提供融資、流動性、市場風險或信貸支持或與我們進行租賃或對沖的任何未合併實體，我們並未持有其任何可變權益。

關聯方交易及結餘

於往績記錄期間，我們簽訂了若干關聯方交易，該等交易的金額相對較低。於2022年、2023年及2024年，我們向關聯方採購的貨品主要為低值消耗品，金額分別為人民幣0.4百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣0.4百萬元，而同期我們向關聯方銷售的貨品分別為人民幣35,000元、人民幣54,000元及人民幣7,000元。

此外，截至2024年12月31日，本集團的若干關聯方就金額達人民幣228.6百萬元的計息銀行借款提供擔保。擔保將於[編纂]時解除。更多詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註36。我們的董事確認，於往績記錄期間的所有關聯方交易均按正常商業條款或不遜於提供予獨立第三方的有關條款進行，屬公平合理，這些交易並不會扭曲我們於往績記錄期間的經營業績，亦不會使我們於往績記錄期間的歷史業績不能反映本集團對未來業績的預期。

股息

我們於2023年宣派股息人民幣300.3百萬元。更多詳情請參閱本文件「附錄一所載的會計師報告附註11」。於2024年3月，我們宣派股息人民幣347.9百萬元，已於2024年4月悉數支付。於2024年5月，我們宣派股息人民幣296.6百萬元，有關股息已於2024年悉數派付。於2025年3月，我們宣派股息人民幣196.9百萬元。截至最後實際可行日期，我們並無正式的股息政策或預定派息比率。

財務資料

於完成[編纂]後，我們可以現金或組織章程細則准許的其他方式分派股息。任何建議分派的股息應由董事會制定，並須得股東批准。日後宣派或支付任何股息的決定，以及任何股息金額，將取決於多項因素，包括我們的盈利及財務狀況、營運規定、資本需求、業務前景、宣派及派付股息上的法定、監管及合約限制，以及我們的董事可能認為屬重要的任何其他因素。

[編纂]

[編纂]包括與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們預計將產生約[編纂]百萬港元的[編纂](根據指示性[編纂]範圍的中位數計算)，佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%。我們估計[編纂]將包括[編纂]費用約[編纂]百萬港元及非[編纂]費用約[編纂]百萬港元，當中包括(a)法律顧問及會計師費用及開支約[編纂]百萬港元及(b)其他費用及開支約[編纂]百萬港元。於[編纂]總額中，約[編纂]百萬港元已於往績記錄期間在損益中確認，而約[編纂]百萬港元將直接歸因於發行股份，並將於[編纂]完成後自權益扣除，而餘下[編纂]百萬港元將於綜合全面收益表中列支。

主要財務比率

下表載列截至所示日期或所示年度的主要財務比率：

	截至12月31日或截至該日止年度		
	2022年	2023年	2024年
權益回報率 ⁽¹⁾	35.6%	31.7%	29.2%
總資產回報率 ⁽²⁾	24.9%	23.3%	20.1%
流動比率 ⁽³⁾	3.3倍	3.1倍	2.5倍

附註：

- (1) 權益回報率根據相關年度的淨利潤除以期初及期末總權益結餘的算術平均值，再乘以100%計算。
- (2) 總資產回報率根據相關年度的淨利潤除以期初及期末總資產結餘的算術平均值，再乘以100%計算。
- (3) 流動比率根據相關日期的流動資產總額除以流動負債總額計算。

權益回報率

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的權益回報率相對維持穩定，分別為35.6%、31.7%及29.2%。

財務資料

總資產回報率

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的資產回報率相對維持穩定，分別為24.9%、23.3%及20.1%。

流動比率

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的流動比率相對維持穩定，分別為3.3倍、3.1倍及2.5倍。

財務風險的定量和定性披露

信用風險

我們只與公認的、信譽良好的第三方進行交易。我們的政策規定，所有希望以信用條款進行交易的客戶均需接受信用核查程序。由於客戶群分散，故來自第三方的貿易應收款項並無重大集中信用風險。此外，我們持續監控應收款項結餘。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註39。

流動性風險

我們通過使用循環流動性規劃工具來監控與資金短缺有關的風險。該工具考慮了其金融工具和金融資產的到期日，如貿易應收款項和經營活動產生的預計現金流量。

我們旨在通過計息銀行借款和租賃負債，保持融資活動一致性和靈活性之間的平衡。

下表載列截至2022年、2023年及2024年12月31日，基於合約未貼現付款的金融負債到期情況：

	一年內 人民幣千元	一至兩年 人民幣千元	兩到三年 人民幣千元	三年以上 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2022年12月31日					
貿易應付款項	36,096	—	—	—	36,096
計入其他應付款項及應計費用 的金融負債	123,105	—	—	—	123,105
租賃負債	18,200	12,094	3,302	8,225	41,821
總計	177,401	12,094	3,302	8,225	201,022

財務資料

	一年內 人民幣千元	一至兩年 人民幣千元	兩到三年 人民幣千元	三年以上 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2023年12月31日					
貿易應付款項	35,521	—	—	—	35,521
計入其他應付款項及應計費用 的金融負債	124,950	—	—	—	124,950
租賃負債	19,745	8,893	3,529	6,732	38,899
計息銀行及其他借款	85,638	—	—	—	85,638
總計	265,854	8,893	3,529	6,732	285,008
	一年內 人民幣千元	一至兩年 人民幣千元	兩到三年 人民幣千元	三年以上 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2024年12月31日					
貿易應付款項	37,806	—	—	—	37,806
計入其他應付款項及應計費用 的金融負債	130,628	—	—	—	130,628
租賃負債	26,220	13,511	3,200	5,268	48,199
計息銀行及其他借款	616,987	5,566	4,935	19,156	646,644
黃金貸款	43,159	—	—	—	43,159
總計	854,800	19,077	8,135	24,424	906,436

[編纂]

財務資料

[編纂]

財務資料

無重大不利變化

我們的董事已確認，自2024年12月31日(即本文件附錄一會計師報告所載綜合財務報表的最近資產負債表日期)起直至本文件日期，我們的財務、經營或前景並無重大不利變動。

須根據上市規則作出的披露

我們的董事已確認，截至最後實際可行日期，其並不知悉存在任何情況會導致須根據上市規則第13.13條至第13.19條作出披露。