

香港聯合交易所有限公司及證券及期貨事務監察委員會對本聆訊後資料集的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本聆訊後資料集全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

carote

Carote Ltd

卡羅特(商業)有限公司

(「本公司」)

(於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司)

聆訊後資料集

警告

本聆訊後資料集乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作向香港公眾人士提供資料。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即表示閣下知悉、接納並向本公司、其各自保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件所載資料作出投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不會引致本公司、其各自保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員須於香港或任何其他司法管轄區進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其任何補充、修訂或更換附頁的內容未必會全部或部分轉載於最終正式上市文件；
- (d) 本文件並非最終上市文件，本公司可能會不時根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並非招股章程、發售通函、通知、通函、小冊子或廣告，且不得被視為向任何司法管轄區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提呈認購或購買任何證券的要約，且並非旨在邀請公眾人士提呈認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為勸誘認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或其任何聯屬人士、顧問或包銷商概無透過刊發本文件而於任何司法管轄區發售任何證券或徵求購買任何證券；
- (h) 本文件所述的證券並非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司不曾亦不會根據《美國1933年證券法》(經修訂)或美國任何州證券法登記本文件所述的證券；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，閣下同意自行了解並且遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定。該文件的文本將於發售期內向公眾人士刊發。

重要提示

閣下對本文件任何內容如有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

carote

Carote Ltd

卡羅特(商業)有限公司

(於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目 : [編纂]股股份(視乎[編纂]行使與否而定)
[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂])
[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定)
最高[編纂] : 每股[編纂][編纂]，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費(須於[編纂]時以港元繳足，多繳款項可予退還)
面值 : 每股[編纂]股份[0.0005]美元
[編纂] : [編纂]

聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]
(按英文字母順序排列)



BNP PARIBAS



招銀国际
CMB INTERNATIONAL

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明不會就因本文件全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」所列文件，[已]遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

除非另行公佈，否則[編纂]將不超過每股[編纂][編纂]港元，且現時預期不會低於每股[編纂][編纂]港元。若[編纂](本身及代表[編纂])與本公司因任何原因截至[編纂]中午十二時正(香港時間)未能協定[編纂]，則[編纂]不會進行並將告失效。

[編纂](本身及代表[編纂])徵得我們的同意後，可於遞交[編纂]申請截止日期當日上午或之前任何時間，將[編纂]項下[編纂]的[編纂]數目及/或指示性[編纂]調減至低於本文件所述者。在此情況下，本公司將於決定調低[編纂]後在切實可行範圍內盡快及於任何情況下不遲於遞交[編纂][編纂]截止日期當日上午，於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mycarote.com)發佈公告。其他詳情請參閱「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」。

若於[編纂]上午八時正前出現若干理由，[編纂](本身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。其他詳情請參閱「[編纂]」。

在作出[編纂]決定前，有意[編纂]應謹慎考慮本文件所載一切資料，包括「風險因素」一節載列的風險因素。

[編纂]未曾亦不會根據《美國證券法》或美國任何州證券法登記，亦不可在美國境內或向美國人士或為其利益[編纂]，惟根據《證券法》登記規定而獲豁免或無須遵守的交易除外。[編纂]可根據《美國證券法》S規例在美國境外以離岸交易方式[編纂]及[編纂]。

[編纂]

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

致投資者的重要通知

本公司僅就[編纂]及[編纂]刊發本文件，除本文件根據[編纂]的[編纂]外，本文件並不構成[編纂]出售或招攬認購或購買任何證券的[編纂]。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下[編纂]出售或招攬認購或購買任何證券的[編纂]。我們並無採取行動以獲准在香港以外任何司法管轄區[編纂][編纂]或派發本文件。在其他司法管轄區派發本文件以及[編纂]及出售[編纂]均受限制，除非已根據該等司法管轄區的適用證券法律向有關證券監管機關登記或獲其授權或豁免，否則不得進行上述活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出[編纂]決定。[編纂]僅根據本文件所載資料及所作陳述進行。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載內容的資料。閣下不應將任何並非載於本文件的資料或陳述視為已獲我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或他們各自的任何董事、高級職員、僱員、代理人或代表，或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。我們的網站www.mycarote.com所載資料並不構成本文件的一部分。

	頁次
預期時間表	i
目錄	v
概要	1
釋義	18
技術詞彙表	37
前瞻性陳述	38

目 錄

風險因素	40
豁免嚴格遵守上市規則	70
有關本文件及[編纂]的資料	72
董事及參與[編纂]的各方	77
公司資料	82
行業概覽	84
監管概覽	99
歷史、重組及公司架構	133
業務.....	156
與控股股東的關係.....	264
關連交易	269
股本.....	271
主要股東	274
董事及高級管理層.....	276
[編纂]	288
財務資料	289
未來計劃及[編纂].....	372
[編纂]	379
[編纂]的架構	393
如何申請[編纂].....	406

目 錄

附錄一	—	會計師報告.....	I-1
附錄二	—	未經審核[編纂]財務資料.....	II-1
附錄三	—	本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要.....	III-1
附錄四	—	法定及一般資料.....	IV-1
附錄五	—	送呈公司註冊處處長及展示文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故其並未載列對閣下而言可能屬重要的全部資料。此外，任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請細閱整份文件。本節所用各種詞彙的定義載於「釋義」及「技術詞彙表」章節。

概覽

我們是全球廚具品牌。自我們於2016年推出「卡羅特(CAROTE)」品牌以來的八年內，我們已在中國、美國、西歐、東南亞及日本等主要市場的線上廚具細分領域建立顯著地位，並成為全球增長最快的廚具品牌之一。我們的產品強調「物盡其用」及「物超所值」，旨在為客戶提供實用、設計精良且價格合理的產品，推廣現代烹飪生活方式。

我們的業務

我們的業務進程反映我們對市場需求之理解的發展以及提供更好產品的承諾。

我們的總部位於中國杭州，發展歷程始於2007年，即我們的主要附屬公司之一浙江卡羅特成立之時。最初，我們主要為海外品牌提供OEM服務。於2013年，我們意識到市場需求，轉而專注於發展ODM業務，為國際品牌所有者及零售商設計、開發及製造定製化廚具產品。

憑藉ODM業務獲得的專業知識及對消費者偏好的重要見解，我們於2016年戰略性地進軍線上零售領域，推出自有廚具產品品牌「卡羅特(CAROTE)」。該舉措是一個重要的里程碑，以著重通過在線銷售渠道直接接觸客戶的業務模式為支撐，使我們能夠直接提供產品以反映我們對市場需求的理解。這一戰略舉措使我們迅速成為發展迅猛的廚具產品品牌。

隨著我們品牌業務的不斷擴大，我們對生產進行了另一次戰略轉型。儘管此前我們在此方面依靠合資格合約製造商的外包製造以及內部生產相結合，但從2022年2月起我們轉向了完全外包及輕資產模式，以滿足不斷增長的產能及效率需求。

於業績紀錄期直至最後實際可行日期，我們經營著ODM業務及品牌業務，後者是我們未來增長及發展的策略重點。由於我們的擴張努力，我們的品牌業務於業績紀錄期實現快速增長，該分部收益由2021年的人民幣283.3百萬元大幅增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，複合年增長率為120.7%。截至2024年3月31日止三個月，我們的品牌業務收益達人民幣450.0百萬元，較2023年同期的人民幣246.5百萬元增加82.6%。

我們的產品

我們向消費者提供多種廚具產品。從基本的鍋碗瓢盆到設計精良的餐具及飲料容器，我們的產品組合旨在滿足不同廚房場景的不同需求，提升客戶烹飪體驗。

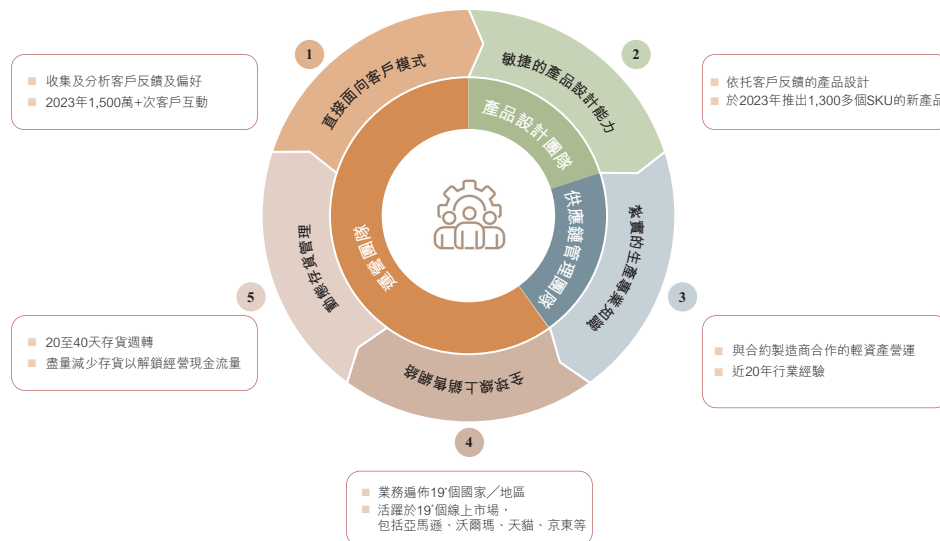
概 要

我們定期更新產品陣容，推出新產品及改善產品，以保持客戶黏性。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品，不斷擴大我們的產品系列，以滿足客戶不斷變化的喜好。截至最後實際可行日期，我們的產品組合包括超過2,200個涵蓋不同廚具類別的SKU，包括炊具、廚房器具、飲具等。

- **炊具**。此類包括的產品範圍廣泛，如不粘鍋具、鑄鐵鍋及精選炊具套件，均為滿足各種烹飪需求而設計。
- **廚房器具**。我們的廚房器具系列種類繁多，包括廚房收納盒、容器、刀具、砧板、鍋鏟、長柄勺等，為高效備料提供必備工具。
- **飲具**。我們的飲具系列產品多樣，包括飲水容器、玻璃杯及馬克杯，為補充水分及享用飲料提供多種選擇。
- **其他**。我們亦提供一系列餐具及廚房小家電，如空氣炸鍋及電煮鍋，為進一步豐富烹飪體驗而設計。

我們的業務模式

如下圖所示，我們的業務模式由以下五大元素組成，該等元素使我們有別於市場上的其他參與者，並繼續推動我們未來的增長。



1. 直接面向消費者銷售模式

我們戰略性地決定通過直接面向消費者(DTC)銷售模式推出我們的品牌，專注透過線上銷售渠道觸達全球零售客戶。透過該模式，我們可直接與終端客戶溝通，獲取不同市場消費者的偏好和反饋，進行多維度的市場分析和研究。這種直接溝通的模式有助我們快速應對客戶需求，並推出最適合各個市場的產品，及有助於設計量身定製的產品以「物盡其用」並與客戶群產生共鳴。

概 要

2. 敏捷的產品設計及開發能力

我們能夠快速設計及提供滿足消費者需求的廚具產品，並對此引以為傲。通過整合產品開發、運營和供應鏈管理，我們能夠根據市場趨勢及消費者反饋對產品進行創新迭代升級，確保及時應對市場變化。這種敏捷性確保我們的核心炊具系列從概念到上市的平均產品開發週期為50天，根據灼識諮詢報告，該時間超過行業平均水平60天。此外，持續的銷售監控及產品改良同時進一步提升了我們在產品開發過程中適應市場變化的能力，並成功推出新產品。

3. 紮實的行業專業知識及高效的供應鏈

我們在近二十年的廚具產品生產中，特別是通過我們作為國際品牌及零售商的ODM合作夥伴的角色，積累了寶貴的經驗及行業專業知識。這種獨特的經驗使我們能夠通過輕資產模式有效管理供應鏈，我們依靠合資格的合約製造商進行外包生產，從而提高運營效率。我們優先與該等合作夥伴保持互惠互利的關係，從而提高供應鏈效率並降低存貨風險。我們與合約製造商合作亦為我們提供了靈活性，可讓我們在全面推出新產品之前以較低的最低訂購量採購新產品試銷。這是我們以設計為核心的品牌的一個關鍵優勢，使我們能夠推出更多新產品，測試市場反饋，從而在下大量訂單之前確保其盈利能力。

4. 全球銷售網絡，佈局關鍵線上市場

我們已建立快速擴張的全球銷售網絡，策略重點為電商業務。我們的策略包括與中國、美國、西歐、東南亞及日本等主要國際市場的領先線上平台合作，確保產品在全球供應。例如，在中國，我們與天貓及京東等線上平台合作，而國際上，我們與亞馬遜、沃爾瑪、樂天、Qoo10、Shopee、Lazada等合作。我們數字化銷售渠道的可擴展性有助於我們迅速滲透至多個地區市場。自我們的品牌產品於2017年首次進入國際市場以來，截至最後實際可行日期，我們的線上業務已擴展至涵蓋在19個地區市場的19個線上市場共開設的48家自營網店。此次擴張不僅擴大了我們的市場覆蓋範圍，亦為我們提供了在不同的電商環境中管理線上運營的可複製經驗，為未來發展奠定基礎。

5. 動態存貨管理

我們的存貨管理慣例包含戰略採購及庫存監控及計劃，使我們能夠通過需求預測及對庫存的實時監控，確保存貨與運營需求一致。因此，於業績紀錄期，我們已實現20至40天的存貨週轉，且並無任何存貨撇減，顯著增強了營運資金及現金流管理。此外，靈活的存貨管理有助於根據銷售數據於地區之間實時進行調整，確保能快速應對需求波動及市場變化。

我們的競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢為我們的成功作出了貢獻，使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 在廚具市場佔據顯著地位的全球品牌；
- 產品開發能力，提供滿足消費者需求的產品；

概 要

- 全球線上DTC零售模式，具備與消費者直接互動及於主要國際電商平台的可擴展性；
- 靈活的輕資產供應鏈模式，確保產品開發並實現高效成本管控；及
- 具有全球視野和經驗豐富的管理團隊及充滿活力的企業文化。

我們的策略

我們的目標是通過實施以下策略進一步發展我們的業務：

- 不斷進行產品迭代、功能及設計創新並向家居用品領域拓展；
- 不斷擴大全球影響力及提高品牌全球知名度；
- 改善組織結構及供應鏈，促進全球擴張；
- 賦能全球人才招聘及發展；及
- 通過投資及收購建立多品牌組合。

競爭格局

中國廚具市場競爭激烈，領先及其他市場參與者竟相爭奪當地市場份額。我們在廚具領域面臨著來自成熟參與者和新興品牌的競爭。此外，我們在國際市場亦面臨競爭，其中若干競爭對手(尤其是成熟的國際品牌)可能在規模及財務資源方面具有優勢。

儘管面臨競爭，我們仍是全球廚具市場的佼佼者。根據灼識諮詢報告，按2023年的零售額計，我們在各主要市場的線上炊具行業中排名前五，在中國排名第四，在美國排名第二，在西歐排名第三，在東南亞排名第二，在日本排名第三，市場份額分別為1.2%、13.1%、1.3%、8.6%及8.1%。有關我們的排名及市場份額以及其他主要市場參與者的進一步詳情，請參閱「行業概覽」。

此外，在技術進步及消費者偏好轉變的推動下，全球線上廚具行業不斷發展。近年來，隨著家庭烹飪日益流行，全球線上廚具行業表現出強勁的抗經濟波動能力，且預期將穩步增長。根據灼識諮詢報告，預計截至2028年全球線上廚具市場規模將達致226億美元，2023年至2028年的複合年增長率為7.5%。我們相信，我們專為加快全球擴張而建立的線上營運模式加上專為迎合年輕一代偏好而設計且頻繁更新的產品，使我們能夠充分利用滲透率不足市場的增長機會，進一步推進我們的增長目標。

我們的供應商

我們的供應商主要由位於中國的合約製造商組成，這反映我們將生產完全外包予第三方的策略選擇。除合約製造商外，我們的供應商亦包括(i)為我們的網店運營及管理提供產品上架及其他輔助服務的線上電商平台，(ii)塗料及包裝材料製造商，及(iii)提供倉儲、物流及其他服務的第三方服務提供者。

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，向五大供應商的採購分別佔總採購額的39.8%、50.3%、45.1%及37.4%，而向最大供應商的採購佔同期總採購額的18.0%、16.9%、18.0%及17.4%。於業績紀錄期各期間，我們的五大供應商均為獨立第三方。

概 要

我們的客戶

我們品牌業務的客戶群主要包括零售客戶，彼等直接從我們於第三方平台的網店或自有購物網站上購買產品。於較少情況下，我們的客戶群亦包括線上平台運營商，我們向彼等提供產品以供平台用戶購買。

我們的ODM客戶主要包括於國際市場運營的品牌所有者，其次是零售商、進口商及貿易公司。我們根據彼等的特定要求為其提供量身定製的產品，彼等再以自有品牌進行推廣及銷售。

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，來自我們五大客戶的收益分別佔總收益55.4%、29.2%、11.8%及11.0%。於同期，來自我們最大客戶的收益佔總收益24.4%、13.9%、6.5%及5.4%。於業績紀錄期各期間，我們的五大客戶均為獨立第三方。

風險因素

我們的營運及[編纂]涉及若干風險及不確定因素，其中有些風險及不確定因素並非我們所能控制，且可能會影響閣下是否決定[編纂]我們及／或閣下的[編纂]價值。有關風險因素的詳情，請參閱「風險因素」。我們面臨的若干主要風險包括：

- 我們的品牌業務高度依賴品牌形象及聲譽，倘我們未能維持及提升品牌形象及聲譽，消費者對我們產品的認可及信任或會受到不利影響。
- 我們的品牌業務依賴且可能繼續依賴於在若干知名電商平台的運營，並面臨於該等平台運營有關的各類風險。
- 美國對我們產品交付所實施的貿易限制、貿易壁壘及潛在的新關稅可能會對我們的業務、前景、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。
- 我們業務的擴張及盈利能力取決於消費者的需求水平及可自由支配支出，這在很大程度上受全球經濟衰退及通貨膨脹等因素影響。
- 我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎程度、新產品的成功推出以及我們及時預測及應對消費者偏好變化的能力。
- 我們面臨與合約製造相關的風險。
- 我們運營所在的各個地區市場面臨激烈競爭，倘我們無法成功競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。
- 我們的國際業務可能會受到成本、法律、法規、政治及經濟等多種風險的影響。

概 要

歷史財務資料概要

下表載列於業績紀錄期我們的合併財務資料概要，乃摘錄自附錄一所載會計師報告。下文所載合併財務數據概要須與本文件的合併財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。我們的合併財務資料已根據《香港財務報告準則》編製。

合併損益表概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)				
	(未經審核)				
收益.....	675.3	768.5	1,583.1	291.8	502.9
銷售成本.....	(548.8)	(493.2)	(1,018.0)	(181.1)	(293.5)
毛利.....	126.5	275.3	565.1	110.7	209.4
銷售開支.....	(56.7)	(108.8)	(245.4)	(37.2)	(84.7)
行政開支.....	(20.3)	(20.7)	(31.6)	(5.7)	(16.2)
研發開支.....	(18.1)	(20.8)	(35.9)	(6.6)	(9.7)
金融資產(減值虧損)/ 減值回撥淨額.....	(0.1)	(0.1)	0.3	0.1	—
其他收入.....	0.5	1.6	3.2	—	0.9
其他收益/(虧損)淨額.....	0.9	(2.4)	15.5	2.0	5.2
經營利潤.....	32.7	124.1	271.2	63.3	104.9
財務收入.....	4.9	5.5	7.4	1.2	0.8
財務成本.....	(1.6)	(3.1)	(0.3)	0.1	(0.1)
財務收入淨額.....	3.3	2.4	7.1	1.3	0.7
除所得稅前利潤.....	36.0	126.5	278.3	64.6	105.6
所得稅開支.....	(4.3)	(18.0)	(41.8)	(8.7)	(17.1)
年內利潤.....	31.7	108.5	236.5	55.9	88.5
以下人士應佔利潤：					
本公司擁有人.....	31.7	108.8	237.1	55.9	88.5
非控股權益.....	—	(0.3)	(0.6)	—	—
	31.7	108.5	236.5	55.9	88.5

非《香港財務報告準則》計量

為了補充我們按照《香港財務報告準則》呈列的合併財務報表，我們使用經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)作為額外的財務計量指標，這並非《香港財務報告準則》所規定，亦非按照《香港財務報告準則》所呈列。我們認為，該等非《香港財務報告準則》計量通過與其幫助我們管理層的相同方式，為投資者在了解及評估我們的合併經營業績時提供有用資料。然而，該等呈列的非《香港財務報告準則》計量未必可與其他公司呈列的名稱類似計量相比較。採用該等非《香港財務報告準則》計量作為分析工具具有局限性，投資者不應將其單獨考慮，或作為分析我們根據《香港財務報告準則》呈報的經營業績或財務狀況的替代。

我們(i)將經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)定義為加回相同年度/期間產生的[編纂]開支的年/期內利潤；及(ii)將經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)定義為經調整淨利潤佔相同年度/期間收益的百分比。經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)排除[編纂]開支的影響。

概 要

下表載列於所示年度／期間我們的經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)與根據《香港財務報告準則》編製的最接近計量的對賬：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元，百分比除外)				
	(未經審核)				
年／期內利潤	<u>31.7</u>	<u>108.5</u>	<u>236.5</u>	<u>55.9</u>	<u>88.5</u>
加回：					
[編纂]開支	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6.0</u>	<u>0.1</u>	<u>8.5</u>
經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)	<u>31.7</u>	<u>108.5</u>	<u>242.5</u>	<u>56.0</u>	<u>97.0</u>
經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)	<u>4.7%</u>	<u>14.1%</u>	<u>15.3%</u>	<u>19.2%</u>	<u>19.3%</u>

於業績紀錄期，我們的收益主要來自品牌業務，其次是ODM業務。自2021年起，我們一直戰略性地轉移ODM業務資源至專注於發展品牌業務。品牌業務收益來源於我們銷售自有品牌「卡羅特(CAROTE)」產品。ODM業務收益來源於我們向國際品牌所有者及零售商銷售定製化炊具及其他廚具產品。

下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	283.3	41.9	530.7	69.1	1,379.9	87.2	246.5	84.5%	450.0	89.5%
ODM業務	392.0	58.1	237.8	30.9	203.2	12.8	45.3	15.5%	52.9	10.5%
總計	<u>675.3</u>	<u>100.0</u>	<u>768.5</u>	<u>100.0</u>	<u>1,583.1</u>	<u>100.0</u>	<u>291.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>502.9</u>	<u>100.0%</u>

於業績紀錄期，品牌業務收益增加主要是由於我們的業務增長所致，這反映了我們通過擴大銷售渠道及拓寬產品供應有策略地專注發展該業務分部。於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品。

於業績紀錄期，ODM業務收益減少主要是由於我們售出的ODM產品數量由2021年的約7.5百萬減至2022年的約4.4百萬，進一步減至2023年的約3.7百萬，再進一步減至截至2024年3月31日止三個月的約0.9百萬，減少主要是由於：(i)品牌業務的毛利率通常較高，我們有策略地將重點從ODM業務分部轉移；及(ii)我們於西歐的ODM客戶需求減少。

概 要

下表載列所示期間按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	106.5	37.6%	243.7	45.9%	541.1	39.2%	105.2	42.7%	203.2	45.1%
ODM業務	20.0	5.1%	31.6	13.3%	24.0	11.8%	5.5	12.0%	6.2	11.8%
總計	126.5	18.7%	275.3	35.8%	565.1	35.7%	110.7	37.9%	209.4	41.6%

於業績紀錄期，我們品牌業務的毛利增加主要是由於自有品牌產品的國內外零售額均大幅增長。2021年至2022年品牌業務毛利率增加主要是由於炊具的平均銷售成本下降，這主要歸因於隨著我們購買量的增加，我們對供應商的議價能力提升。2022年至2023年品牌業務毛利率下降主要是由於我們調整定價策略，側重於高性價比，以吸引更多客戶及佔領更多市場份額。

2021年至2022年，ODM業務的毛利及毛利率增加主要是由於：(i)銷售成本下降，這主要歸因於隨著我們的業務持續增長，我們對供應商的議價能力提升；及(ii)部分更具競爭力(如功能改進)的新產品定價上升，從而增強了我們與客戶商議價格時的議價能力。2022年至2023年，ODM業務的毛利及毛利率下降主要是由於(i)我們降低若干產品(主要是現有炊具產品)的價格以維持競爭力；及(ii)由於我們基於策略將資源從ODM業務撤出，我們開發的新產品減少導致我們對客戶的議價能力下降。

按產品劃分的品牌業務

下表載列我們於所示期間按產品劃分的品牌業務收益的明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具	244.7	86.4%	444.6	83.8%	1,237.7	89.7%	220.7	89.5%	397.4	88.3%
廚房器具	30.6	10.8%	64.9	12.2%	90.4	6.6%	20.6	8.4%	38.1	8.5%
飲具	0.5	0.2%	12.5	2.4%	47.4	3.4%	5.1	2.1%	12.1	2.7%
其他 ⁽¹⁾	7.5	2.6%	8.7	1.6%	4.4	0.3%	0.1	0.0%	2.4	0.5%
總計	283.3	100.0%	530.7	100.0%	1,379.9	100.0%	246.5	100.0%	450.0	100.0%

附註：

(1) 主要指廚房電器及餐具的銷售收益。

於業績紀錄期，我們品牌業務的各主要產品類別(即炊具、廚房器具及飲具)均實現收益增長。我們的炊具銷售收益增加主要是由於我們推出深受客戶青睞的新產品系

概 要

列以及擴大線上銷售渠道。我們的廚房器具銷售收益增加主要是由於售出的產品數量增加，主要歸因於：(i)我們推出按功能搭配妥當的由炊具及廚房器具(例如不粘鍋及硅膠鍋鏟)組成的炊具套裝；及(ii)我們推出深受客戶青睞的新產品及升級產品。我們的飲具銷售收益大幅增長主要是由於：(i)我們的飲具產品設計時尚且性價比高，導致客戶需求強勁；(ii)我們推出飲具產品，鼓勵現有客戶購買新產品及吸引新客戶；及(iii)我們自2022年以來加強了飲具的供應鏈及營銷業務，使我們能夠快速應對消費者偏好及市場趨勢的變化。

下表載列所示期間按產品類別劃分的我們的品牌產品的平均售價及銷量的資料：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
品牌業務					
炊具套裝					
平均售價(每個SKU人民幣) ..	389.9	429.0	432.3	465.1	433.0
銷量(SKU).....	66,279	341,850	2,109,814	277,693	730,653
炊具單品					
平均售價(每個SKU人民幣) ..	108.8	88.0	92.6	101.6	90.8
銷量(SKU)	1,978,284	3,336,035	3,488,614	890,710	879,241
廚房器具					
平均售價(每個SKU人民幣) ..	23.6	17.0	17.5	17.8	27.9
銷量(SKU).....	1,297,766	3,816,574	5,171,567	1,158,024	1,364,652
飲具					
平均售價(每個SKU人民幣) ..	24.8	29.5	27.2	31.8	29.0
銷量(SKU).....	19,516	425,037	1,743,837	159,242	417,095
其他					
平均售價(每個SKU人民幣) ..	223.8	186.0	145.3	51.8	187.7
銷量(SKU).....	33,475	46,950	29,802	1,187	12,896

與2021年相比，2022年我們炊具套裝的平均售價有所上升，主要是由於2022年超過10件的炊具套裝的銷量比例增加，尤其是在美國市場，其售價高於少於10件的炊具套裝。2023年，我們炊具套裝的平均售價保持相對穩定。截至2024年3月31日止三個月，我們炊具套裝的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於我們在此期間最暢銷系列的售價低於2023年同期最暢銷系列的售價。

另一方面，與2021年相比，我們2022年售出的炊具單品的平均售價下降，主要是由於來自中國的銷售收益比例上升，而於業績紀錄期中國的平均售價低於我們的其他市場。與2022年相比，2023年售出的炊具單品的平均售價上升，主要是由於(i)來自美國的銷售

概 要

收益比例上升，而於業績紀錄期美國的平均售價普遍高於我們的其他市場，及(ii)來自中國的銷售收益比例下降。截至2024年3月31日止三個月售出的炊具單品的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於來自日本的銷售收益比例上升，以及日圓貶值，而日本銷售額以日圓計值。

與2021年相比，2022年廚房器具的平均售價有所下降，主要是由於引進了價格相對較低的各種流行小型廚具。截至2024年3月31日止三個月廚房器具的平均售價較2023年同期有所增加，主要是由於售價相對較高的海外銷售佔比提升。

與2021年相比，2022年飲具的平均售價增加主要是由於保溫瓶繼續暢銷，以及推出具有差異化特點的產品，如咖啡旅行杯，這兩種產品的價格均相對較高。與2022年相比，2023年飲具的平均售價有所下降，主要是由於推出了價格相對較低的全新系列塑料杯。截至2024年3月31日止三個月飲具的平均售價較2023年同期有所下降，主要是由於售價相對較低的玻璃及塑料製品的銷售佔比提升。

於業績紀錄期，其他產品(主要包括廚房電器及餐具)的平均售價於2022年相比2021年有所下降，主要是由於促銷空氣炸鍋，而2023年進一步下降，主要是由於推出電煮鍋等售價相對較低的新產品。截至2024年3月31日止三個月其他產品的平均售價較2023年同期有所增加，主要是由於截至2023年3月31日止三個月臨時試銷母嬰產品，例如輔食盒，其售價極低，每件約人民幣10元。

下表載列所示期間按產品劃分的品牌業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具.....	92.8	37.9%	203.3	45.7%	481.0	38.9%	93.0	42.1%	178.7	45.0%
廚房器具.....	12.2	39.7%	34.1	52.6%	42.3	46.8%	10.3	49.9%	19.5	51.2%
飲具.....	0.2	47.0%	4.8	38.5%	16.8	35.3%	1.9	38.1%	4.5	36.8%
其他 ⁽¹⁾	1.3	17.8%	1.5	16.0%	1.0	23.3%	—	17.3%	0.5	21.7%
總計.....	<u>106.5</u>	37.6%	<u>243.7</u>	45.9%	<u>541.1</u>	39.2%	<u>105.2</u>	42.7%	<u>203.2</u>	45.1%

附註：

(1) 指廚房電器及餐具銷售毛利／毛利率。

於業績紀錄期，隨著主要產品類別收益增加，我們的品牌業務在所有主要產品類別的毛利均有所增長。

概 要

按地理位置劃分的品牌業務

下表載列我們於所示期間按地理位置劃分的品牌業務收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
中國內地	163.4	57.7%	273.5	51.5%	322.7	23.4%	78.6	31.9%	83.1	18.5%
美國	46.6	16.5%	122.2	23.0%	740.1	53.6%	100.3	40.7%	269.8	60.0%
西歐	5.8	2.0%	14.9	2.8%	96.8	7.0%	13.9	5.6%	34.1	7.6%
日本	6.0	2.1%	35.2	6.6%	82.8	6.0%	22.1	9.0%	28.5	6.3%
東南亞	47.0	16.6%	47.8	9.0%	76.5	5.5%	18.1	7.3%	15.4	3.4%
其他	14.5	5.1%	37.1	7.1%	61.0	4.5%	13.5	5.5%	19.1	4.2%
總計	283.3	100.0%	530.7	100.0%	1,379.9	100.0%	246.5	100.0%	450.0	100.0%

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

於業績紀錄期，隨著我們的業務擴張，我們於所有地區市場的品牌業務均已實現收益增長。

下表載列所示期間按地理位置劃分的品牌業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
中國內地	61.7	37.7%	114.0	41.7%	114.4	35.4%	29.3	37.3%	32.4	39.0%
美國	19.8	42.6%	65.3	53.4%	291.4	39.4%	45.8	45.7%	124.9	46.3%
西歐	2.6	44.7%	8.0	53.8%	46.0	47.5%	7.0	50.2%	17.9	52.4%
日本	2.1	35.1%	19.9	56.4%	40.0	48.3%	11.0	49.7%	12.9	45.3%
東南亞	16.6	35.3%	20.0	41.8%	27.2	35.5%	6.7	37.2%	6.2	40.3%
其他	3.7	25.8%	16.5	44.7%	22.1	36.3%	5.4	40.0%	8.9	46.4%
總計	106.5	37.6%	243.7	45.9%	541.1	39.2%	105.2	42.7%	203.2	45.1%

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

於業績紀錄期，隨著我們的收益增加及業務擴張，我們的品牌業務在接近所有地區市場已實現毛利增長。

於業績紀錄期，我們的淨利潤由2021年的人民幣31.7百萬元大幅增至2022年的人民幣108.5百萬元，進一步大幅增至2023年的人民幣236.5百萬元，乃由於我們的品牌業務快速增長。我們的淨利潤由截至2023年3月31日止三個月的人民幣55.9百萬元增加58.4%至2024年同期的人民幣88.5百萬元，是由於品牌業務及ODM業務收益同比均有所增長。

有關我們財務表現的更詳細分析，請參閱「財務資料」。

概 要

向美國銷售

我們於業績紀錄期產生的大部分收益來自於美國出售的品牌產品。美國市場的品牌業務收益由2021年的人民幣46.6百萬元大幅增至2023年的人民幣740.1百萬元，截至2024年3月31日止三個月達到人民幣269.8百萬元。

我們將這一強勁的增長歸因於若干主要驅動因素。可擴展的業務模式利用我們豐富的線上運營經驗，促進了我們在多個線上平台的快速擴張。例如，我們於2022年成功進軍沃爾瑪的線上市場，大幅提高我們於美國市場的收益。此外，我們對美國消費者偏好的深入理解使我們能夠有效滿足彼等不斷變化的需求。為應對美國經濟增長放緩，消費者的眼光亦越來越挑剔，彼等更青睞物美價廉的炊具。我們的產品以「物盡其用」及「物超所值」為設計重點，通過提供優質、價格合理的選擇滿足上述需求。我們的策略是銷售更多套裝，而非單品，這與消費者的期望完美相符，使我們能夠佔領美國線上炊具市場的重要份額。其他詳情請參閱「行業概覽—美國炊具行業」。

此外，我們在美國市場的快速擴張及增長亦歸因於我們相較其他中國市場參與者所具有的競爭優勢。最重要的是，該等優勢包括與亞馬遜及沃爾瑪等美國領先的線上市場建立合作關係，使我們能夠接觸到彼等在美國及其他地區的廣泛客戶群。這種優勢亦能帶來更好的市場洞察力及客戶反饋，幫助我們改進產品設計及供應，促進未來增長。根據灼識諮詢的資料，我們早在2017年開始在美國與亞馬遜合作，與眾多中國炊具品牌相比，具有先發優勢，多年來我們逐步擴大在其平台的營運，維持穩定的合作關係。我們的炊具產品經常列於亞馬遜的暢銷榜。此外，作為我們在美國線上業務的重要補充，我們於2022年開始與沃爾瑪合作。我們的產品在沃爾瑪深受客戶歡迎，從2022年首次推出至2023年，我們在該平台的收益大幅增加。此外，我們相信，我們在美國線上炊具市場的巨大市場份額使我們的品牌知名度高於其他中國市場參與者，確保我們在消費者中的知名度及偏好度。

合併財務狀況報表概要

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
流動資產總值	256.1	295.1	531.2	589.4
流動負債總額	358.9	377.7	411.1	580.7
流動資產／(負債)淨值	(102.8)	(82.6)	120.1	8.7
非流動資產總值	184.0	258.0	104.9	205.8
非流動負債總額	10.7	38.1	2.3	2.3
非控股權益	(0.1)	(0.4)	—	—
權益總額	70.5	137.3	222.7	212.2

概 要

截至2021年12月31日，我們有流動負債淨額，主要是由於：(i)我們自呂女士借入一筆免息貸款人民幣18.5百萬元（已於2022年悉數償還），導致我們的其他應付款項及應計費用相對較高；(ii)流動借款相對較高，為人民幣39.2百萬元，主要包括我們就為購買永康市地塊及浙江省武義縣地塊提供資金的貸款，我們購買的目的是為建造宿舍設施及倉庫設施。

截至2022年12月31日，我們有流動負債淨額，為人民幣82.6百萬元，主要是由於：(i)我們2022年股利宣派相關的應付股利人民幣50.0百萬元，導致我們的其他應付款項及應計費用相對較高；及(ii)現金及現金等價物相對較低，是由於為我們的當時附屬公司港樂廚具所持的兩個建築項目產生大量資本開支所致。

我們於2022年12月31日的流動負債淨額較2021年12月31日減少19.6%，主要是由於因若干長期銀行定期存款接近到期日而重新分類為短期銀行定期存款，導致短期銀行定期存款增加。

截至2023年12月31日，我們有流動資產淨值，主要是由於：(i)現金及現金等價物因銷售增長而大幅增加；(ii)存貨隨著銷量增長而大幅增加；及(iii)我們的貿易應收款項隨收益增長而增加。

我們於2024年3月31日的流動資產淨值較2023年12月31日減少92.8%，主要是由於：(i)我們於2024年3月4日向當時股東宣派股利導致應付股利增加人民幣100.0百萬元，進而導致其他應付款項及應計費用增加人民幣103.8百萬元；及(ii)隨著業務增長我們向供應商增加採購，導致貿易應付款項及應付票據增加人民幣66.7百萬元。

我們的權益總額由截至2021年12月31日的人民幣70.5百萬元大幅增加94.9%至截至2022年12月31日的人民幣137.3百萬元，主要是由於淨利潤人民幣108.5百萬元，惟部分被向當時股東分配股利人民幣50.0百萬元所抵銷。我們的權益總額進一步增加62.2%至截至2023年12月31日的人民幣222.7百萬元，主要是由於淨利潤人民幣236.5百萬元，惟部分被視作根據資產處置向股東分派人民幣89.4百萬元及視作根據重組向股東分派人民幣67.7百萬元所抵銷。

概 要

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			(未經審核)	
經營活動所得現金流淨額	122.0	128.6	244.0	(29.4)	122.1
投資活動(所用)／所得					
現金流淨額	(95.5)	(184.0)	48.1	73.5	(92.2)
融資活動所得(所用)					
現金流淨額	34.9	0.6	(98.2)	(0.6)	(1.7)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	61.4	(54.7)	193.8	43.5	28.2
年初現金及現金等價物	36.3	97.7	42.5	42.5	236.1
匯率變動對現金及現金等價物的影響	—	(0.5)	(0.2)	(0.2)	(0.1)
年末現金及現金等價物	97.7	42.5	236.1	85.8	264.2

截至2023年3月31日止三個月，我們經營活動所用現金淨額為人民幣29.4百萬元，代表我們的除稅前利潤人民幣64.6百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)財務成本人民幣1.3百萬元；(ii)匯兌差異淨額人民幣1.1百萬元；及(iii)物業、廠房及設備以及使用權資產折舊人民幣0.9百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣45.3百萬元，主要歸因於我們於2023年第一季度結算應付供應商的款項；(ii)其他營運資產增加人民幣28.0百萬元，主要歸因於其他應收款項增加，其他應收款項涉及(a)海外銷售增加產生的出口退稅，及(b)支付予平台的按金，主要包括我們因於亞馬遜的銷量增長而為亞馬遜退款預留的款項；及(iii)隨着我們的業務增長，我們的存貨增加人民幣15.5百萬元。

關鍵財務比率

下表載列我們於所示期間的關鍵財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至2024年
	2021年	2022年	2023年	3月31日／截至2024年3月31日止三個月
負債權益比率	60.5%	42.8%	4.4%	4.6%
資產負債比率	9.7%	10.6%	1.5%	1.2%
流動比率	0.7	0.8	1.3	1.0
股本回報率	44.9%	79.0%	106.2%	166.8%
資產回報率	7.2%	19.6%	37.2%	44.5%

有關我們的關鍵財務比率的分析(包括其計算方法)，請參閱「財務資料 — 關鍵財務比率」。

我們的控股股東

於[編纂]完成後(假設[編纂]並未行使)，章先生及呂女士將透過中間股東間接持有及控制本公司合共[編纂]已發行股本。因此，緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]並未行使)，

概 要

章先生、呂女士及中間股東將為一組控股股東，將持有及控制本公司[編纂]已發行股本。其他詳情請參閱「與控股股東的關係」。

近期發展

自業績紀錄期結束以來，我們通過與其他線上市場建立合作關係，繼續發展業務。例如，我們分別於2024年4月及2024年6月開始在美國線上市場Target及Macy's銷售產品。

於2024年3月31日後，我們的業務繼續擴大。尤其是，我們於美國的銷售額較2023年同期快速增長，主要是由於客戶需求增加及品牌知名度提升。我們亦繼續開發新產品，並於2024年4月及5月推出超過320個新SKU。

2024年3月4日，我們向當時股東宣派截至2023年12月31日止年度的股利人民幣100.0百萬元。其後，我們於2024年4月19日支付上述股利10.0百萬美元，並於2024年5月17日前支付剩餘金額。

董事確認，截至本文件日期，我們的財務及交易狀況或前景自2024年3月31日（即本文件附錄一所載會計師報告所報告期間的結算日）以來並無任何重大不利變動。

COVID-19的影響

自2020年初以來，冠狀病毒(COVID-19)在全球爆發，擾亂全球供應鏈及物流服務，導致我們的產品交付偶爾出現延誤。我們透過策略措施緩解該等干擾，並能夠避免重大延誤。此外，我們將產品運送至海外客戶的海運費居高不下，直至2022年9月才開始逐漸下降。疫情亦暫時影響2022年主要ODM客戶的需求。然而，整體而言，疫情加速電商平台的發展，從而提振我們以線上營運為主的品牌業務。儘管最初面臨挑戰，但我們的業務於業績紀錄期的收益及盈利能力大幅增長，且COVID-19並未對我們的營運產生重大不利影響。有關詳情，請參閱「業務—銷售及營銷—COVID-19的影響」。

未來增長

受遠程辦公及家庭烹飪生活方式轉變的影響，COVID-19爆發期間人們對使用方便、易於儲存的炊具的需求有所增加，我們的產品亦具備上述特點。儘管目前無法確定該等趨勢是會繼續上升或最終會下降，但我們計劃利用我們的線上營運模式及產品服務維持我們未來的增長，這一點在過去表現良好，日後仍將是我們的重點。我們的增長策略將以對市場發展及客戶需求的了解為導向，專注於持續的產品迭代及改進。這種方法將借鑑我們從直接面向消費者的線上業務中收集的見解。正如我們於業績紀錄期所做，我們旨在通過這一積極主動的過程，繼續識別、捕捉及迎合客戶需求的變化及

概 要

更廣泛的生活方式的改變。此外，我們計劃通過擴大線上及線下銷售渠道，拓展新的市場和客戶群，從而推動未來增長。其他詳情請參閱「業務 — 我們的策略 — 不斷擴大全球影響力及提高品牌全球知名度」。

股利及股利政策

於業績紀錄期，我們於2022年宣派股利人民幣50.0百萬元，其後於2023年分派。於2024年3月4日，我們已宣派股利人民幣100.0百萬元。其後，我們於2024年4月19日支付上述股利10.0百萬美元，並於2024年5月17日前支付剩餘金額。請參閱「— 近期發展」。

我們計劃於[編纂]前採納一般年度股利政策，即在扣除任何併購的重大資本開支及成本後，每年宣派及派付不少於未來可分派淨利潤[20.0]%的股利。日後的任何股利宣派及派付將會根據經營業績、現金流、財務狀況、股東權益、一般業務狀況及策略、資本要求、未來業務前景、我們派付股利的法定及監管限制以及董事會可能認為相關的其他因素決定。

[編纂]

本文件就作為[編纂]一部分的[編纂]而刊發。[編纂]包括：

- [編纂]，按下文「[編纂]的架構—[編纂]」一段所述可供香港[編纂][編纂]股股份（可按下文所述[編纂]）；及
- [編纂]，於美國境外（包括香港境內的[編纂]及[編纂]）根據S規例於離岸交易發售[編纂]股股份（可按下文所述[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定），詳見下文「[編纂]的架構—[編纂]」一段。

緊隨[編纂]完成後，[編纂]將佔本公司經擴大已發行股本約[編纂]%（未計及[編纂]的行使）。倘[編纂]獲全數行使，緊隨[編纂]完成及[編纂]獲行使後，[編纂]將佔本公司經擴大已發行股本約[編纂]%。

[編纂]統計數據

	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
每股[編纂]未經審核[編纂]經調整 有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

概 要

附註：

- (1) 市值乃基於緊隨[編纂]完成後預期將發行的[編纂]股股份計算得出(假設[編纂]未獲行使)。
- (2) 每股[編纂]未經審核[編纂]經調整有形資產淨值乃根據「附錄二 — 未經審核[編纂]財務資料」所述作出調整後得出，且基於[編纂]分別為[編纂]及[編纂]的[編纂]股已發行股份，並假設根據[編纂]發行的股份已於2023年12月31日發行，惟不計及(i)因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份，或(ii)本公司根據配發及發行或回購授予本公司董事的股份的一般授權而可能配發及發行或回購的任何股份。
其他詳情請參閱本文件「附錄二 — 未經審核[編纂]財務資料 — A.未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表」。

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中間價)，且假設[編纂]未獲行使，扣除[編纂]及我們就[編纂]已付及應付的其他估計費用後，估計我們將自[編纂]收到[編纂]約[編纂]港元。我們計劃將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 約[編纂](或[編纂])預期將用於尋求收購及投資機遇；
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於產品研發；
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於擴張銷售渠道；
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於ESG相關投資；及
- 約[編纂](或[編纂])預期將用作營運資金及其他一般公司用途。

進一步詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。

[編纂]

[編纂]包括就[編纂]及[編纂]而產生的專業費用、[編纂]及其他費用。假設[編纂]為每股[編纂][編纂](指示性[編纂]的中間價)，且並無行使[編纂]，我們估計[編纂]開支將約為[編纂]，相當於[編纂]約[編纂]，包括(i)[編纂]約[編纂]；及(ii)非[編纂]相關[編纂]約[編纂]，包括(a)[編纂]費用約[編纂]；(b)法律顧問及申報會計師[編纂]約[編纂]；及(c)其他[編纂]約[編纂]。於業績紀錄期，我們產生[編纂]約[編纂]，已於合併損益表扣除。我們預計於[編纂]完成後將進一步產生[編纂]開支約[編纂]，其中約[編纂]預計將於合併損益表扣除，約[編纂]預計將自權益中扣除。上述[編纂]為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考，實際金額可能與該估計不同。

釋 義

於本文件，除文義另有所指外，以下詞彙具有下列涵義。若干技術詞彙於「技術詞彙表」一節解釋。

「澳元」	指	澳大利亞法定貨幣澳元
「會計師報告」	指	羅兵咸永道會計師事務所編製的會計師報告，詳情載於本文件附錄一
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「組織章程細則」或「細則」	指	本公司的組織章程細則(經修訂)，於[編纂]起生效
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「B2B銷售」	指	B2B銷售模式下線上市場產品供應及銷售
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行一般開放為公眾辦理正常銀行業務的日子(不包括星期六、星期日或香港公眾假期)
「加元」	指	加拿大的法定貨幣加拿大元

[編纂]

「卡羅特(深圳)商貿」	指	卡羅特(深圳)商貿有限公司，於2022年11月23日在中國成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote (Singapore) Management」	指	Carote (Singapore) Management Pte. Ltd，於2021年3月12日在新加坡註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一

釋 義

「Carote Australia」	指	Carote Kitchenware (Australia) PTY Ltd，於2018年5月22日在澳大利亞註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Canada」	指	Carote (Canada) Kitchenware Ltd.，於2024年4月24日在加拿大英屬哥倫比亞註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote CM」	指	Carote CM Limited Partnership，於2022年11月24日在英屬維京群島註冊的有限合夥，我們的僱員持股平台之一，其普通合夥人為Guodong Capital，有限合夥人為Luo Qin Investment
「Carote Germany」	指	Carote Deutschland AG，於2023年10月24日在德國註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「卡羅特環球」	指	卡羅特環球有限公司，於2020年11月30日在香港特區註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「卡羅特集團」	指	卡羅特集團有限公司，於2023年3月7日在香港特區註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote India」	指	Carote Kitchenware India Private Limited，於2019年8月21日在印度註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Indonesia」	指	PT Carote Kitchenware Indonesia，於2019年11月14日在印度尼西亞註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「卡羅特國際」	指	卡羅特國際有限公司(前稱浙江卡羅特工貿有限公司)，於2015年3月25日在香港特區註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一

釋 義

「Carote Japan」	指	カローテ株式會社，於2020年6月25日在日本註冊成立的公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Kitchenware (Singapore)」	指	Carote Kitchenware (Singapore) Pte. Ltd.，於2018年9月22日在新加坡註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Korea」	指	Carote Korea Co., Ltd，於2019年12月6日在韓國註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Malaysia」	指	Carote (Malaysia) Sdn. Bhd.，於2019年11月11日在馬來西亞註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote Philippines」	指	Carote (Philippines) Kitchenware Ltd Corp.，於2021年8月16日在菲律賓註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote U.K.」	指	Carote International Limited，於1996年7月22日在英國註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「Carote USA」	指	Carote USA LLC，於2019年12月2日在美國註冊成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「《開曼公司法》」或「《公司法》」	指	開曼群島法例第22章《公司法》(1961年第3號法例)(經不時修訂、補充或以其他方式更改)

[編纂]

「中國」或「中國內地」	指	中華人民共和國，就本文件而言，除另有所指外，不包括香港、澳門及台灣
「灼識諮詢」	指	灼識企業管理諮詢(上海)有限公司，市場研究及諮詢公司，為獨立第三方

釋 義

「灼識諮詢報告」	指	灼識諮詢編製的報告
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例(經不時修訂、補充或以其他方式更改)
「《公司條例》」	指	香港法例第622章《公司條例》(經不時修訂、補充或以其他方式更改)
「公司分立」	指	浙江卡羅特分拆為兩家獨立實體(浙江卡羅特及浙江樂昇恩)的公司分立，於2023年2月8日完成
「本公司」	指	Carote Ltd卡羅特(商業)有限公司，於2023年2月3日在開曼群島根據《公司法》註冊成立的獲豁免有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義，除文義另有指明外，指章先生、呂女士及中間股東
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「客戶關係管理」	指	客戶關係管理
「中國證券登記結算」	指	中國證券登記結算有限責任公司
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「Denk Trade」	指	Denk Trade Investment Ltd，於2023年3月13日在英屬維京群島註冊成立的有限公司，由Hartinger先生全資擁有，作為我們的[編纂]投資者進行[編纂]

釋 義

「董事」	指	本公司的董事，包括所有執行及獨立非執行董事
「DTC銷售」	指	DTC銷售模式下通過線上市場向零售客戶直接銷售
「《企業所得稅法》」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》(經不時修訂、補充或以其他方式更改)
「企業所得稅」	指	企業所得稅
「ESOP鎖定」	指	根據僱員激勵計劃適用於相關ESOP股份的該等鎖定限制，更多詳情載於「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」
「歐元」	指	歐盟法定貨幣歐元
「交易所參與者」	指	(a)根據聯交所上市規則可於聯交所或透過聯交所交易的人士；及(b)名列聯交所存置的名單、登記冊或名冊作為可於聯交所或透過聯交所交易的人士
「極端情況」	指	香港政府公佈由超級颱風導致的極端情況
「僱員激勵計劃」	指	本公司所採納以激勵關鍵僱員的僱員激勵計劃(經不時修改、補充及重述)，更多詳情載於「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」

釋 義

- 「僱員投資協議」 指 各關鍵僱員與章先生及羅勤企業各自就僱員激勵計劃簽訂的僱員投資協議之統稱
- 「僱員持股平台」 指 Luo Qin Investment及Carote CM之統稱

[編纂]

- 「港樂廚具」 指 浙江港樂廚具有限公司，於2021年5月11日在中國成立的有限公司，為浙江樂昇恩的全資附屬公司，由我們的控股股東章先生及呂女士最終控制
- 「國內生產總值」 指 國內生產總值

[編纂]

- 「本集團」或「我們」 指 本公司及其附屬公司(或視乎文義所指，本公司及其任何一家或多家附屬公司)
- 「Guodong Capital」 指 Guodong Capital Ltd，於2022年11月1日在英屬維京群島註冊成立的有限公司，由章先生持有100%股權
- 「杭州卡羅特商貿」 指 杭州卡羅特商貿有限公司，於2019年1月30日在中國成立的有限公司，為我們的附屬公司之一

釋 義

「《香港財務報告準則》」 指 香港會計師公會頒佈的《香港財務報告準則》，為《香港會計準則》及相關詮釋的統稱

[編纂]

「香港結算」 指 香港中央結算有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司

[編纂]

「港元」 指 香港的法定貨幣港元

「香港上市規則」或
「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）

釋 義

[編纂]

「香港聯交所」或「聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司

[編纂]

「香港」或「香港特區」 指 中華人民共和國香港特別行政區

「獨立第三方」 指 經作出一切合理查詢後，就董事所知、所悉及所信，並非上市規則所界定本公司關連人士的任何實體或人士

「盧比」 指 印度法定貨幣盧比

釋 義

「中間股東」 指 具有本文件「與控股股東的關係」一節賦予該詞的涵義

[編纂]

「聯席保薦人」 指 法國巴黎證券(亞洲)有限公司及招銀國際融資有限公司(按英文字母順序排列)

「聚水潭」 指 上海聚水潭網絡科技有限公司，向本集團提供企業資源規劃軟件服務的業務解決方案供應商

「關鍵僱員」 指 張金才先生、夏先生、孟女士及薛女士之統稱

釋 義

「可昇科技」	指	永康可昇科技發展合夥企業(有限合夥)，於2020年6月19日在中國成立的有限合夥，前稱杭州可昇科技發展合夥企業(有限合夥)
「最後實際可行日期」	指	[2024年6月5日]，即本文件印刷前確定當中所載若干數據的最後實際可行日期
「樂港科技」	指	永康樂港科技發展合夥企業(有限合夥)，於2020年7月16日在中國成立的有限合夥，前稱杭州卡羅特科技發展合夥企業(有限合夥)，由我們的控股股東章先生及呂女士控制
「LEI」	指	法律實體識別編碼
「有限合夥協議」	指	關鍵僱員、Guodong Capital與Luo Qin Investment就Carote CM及僱員激勵計劃於2024年3月1日簽訂的有限合夥協議
「[編纂]」	指	香港聯交所[編纂]

[編纂]

[編纂]

釋 義

「Luo Qin Investment」	指	Luo Qin Investment Ltd，於2023年2月23日在英屬維京群島註冊成立的有限公司，我們的僱員持股平台之一，由關鍵僱員就僱員激勵計劃而持有
「羅勤企業」	指	永康市羅勤企業管理合夥企業(有限合夥)，就僱員激勵計劃於2023年2月28日在中國成立的有限合夥，為我們僱員持股平台(Luo Qin Investment及Carote CM)的前身，由關鍵僱員就有關目的而持有
「主板」	指	聯交所運作的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM且與之並行運作

[編纂]

「大綱」或「組織章程大綱」	指	本公司經修訂組織章程大綱，將於[編纂]生效
---------------	---	-----------------------

[編纂]

「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「Hartinger先生」	指	Thomas Rudolf Robert Hartinger，持有Denk Trade的全部已發行股本
「夏先生」	指	夏宸顯先生，本公司的執行董事
「章先生」	指	章國棟先生，本公司的執行董事，為呂女士的配偶
「呂女士」	指	呂伊俐女士，本公司的執行董事，為章先生的配偶

釋 義

「孟女士」	指	孟海方女士，我們的財務總監
「薛女士」	指	薛芸兒女士，我們的北美首席運營官
「國家企業信用信息 公示系統」	指	由國家市場監管總局維護及運作的國家企業信用信息公示系統

[編纂]

「其他」	指	地理市場方面，自2021年以來包括澳大利亞、加拿大、印度、台灣及南非；2021年及自2023年以來包括韓國；自2023年以來包括比利時；自2022年以來包括波蘭及阿拉伯聯合酋長國；2023年僅包括塞爾維亞；2022年及2023年僅包括沙特阿拉伯；2021年、2022年及2023年僅包括以色列；2022年僅包括羅馬尼亞及斯洛文尼亞；2021年及2022年僅包括俄羅斯及烏克蘭；以及2021年僅包括拉脫維亞、斯洛伐克及墨西哥
------	---	---

[編纂]

釋 義

[編纂]

「合夥權益」	指	關鍵僱員於Luo Qin Investment中持有的權益，更多詳情請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」
「中國人民銀行」	指	中國的中央銀行中國人民銀行
「人大」	指	中國的立法機關，倘文義指明，包括全國人民代表大會及所有地方人民代表大會(包括省級、市級及其他區域或地方人民代表大會)，或指任何該等大會
「中國政府」或「中央政府」 或「國家」	指	中國的中央政府，包括所有政府分支(包括省級、市級及其他區域或地方政府實體)及其機構，或按文義所指的任何該等機構
「中國法律顧問」	指	我們的中國法律顧問北京市金杜律師事務所

[編纂]

釋 義

「 [編纂] 前投資」	指	Denk Trade認購浙江卡羅特的1%股權，其後交換為Denk Trade所持本公司股份，具體詳情載於「歷史、重組及公司架構」
「物業」	指	位於中國浙江省永康市江南街道上把趙廠房2號樓1-2層的物業，可用建築面積為14,000平方米，截至最後實際可行日期由浙江樂昇恩持有

[編纂]

「省」	指	受中國中央政府直接管轄的省份或(按文義所指)省級自治區或市
「合資格合約製造商」	指	擁有提供我們要求的OEM服務所需所有必要執照、許可證及資格並已通過我們供應商准入流程的合約製造商
「S規例」	指	《美國證券法》S規例

[編纂]

「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「重組」	指	本集團為籌備 [編纂] 進行的重組安排，詳情載於「歷史、重組及公司架構」一節

釋 義

「申報會計師」	指	本公司的申報會計師羅兵咸永道會計師事務所
「人民幣」	指	中國的法定貨幣人民幣
「國家外匯管理局」	指	中國國家外匯管理局
「國家工商總局」	指	中華人民共和國國家工商行政管理總局，已與國家市場監管總局合併
「國家市場監管總局」	指	國家市場監督管理總局
「國資委」	指	國務院國有資產監督管理委員會
「國家稅務總局」	指	中國國家稅務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「《證券及期貨條例》」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂、補充或以其他方式更改)
「股東」	指	股份持有人
「國有企業」	指	國有企業
「股份拆細」	指	於2024年2月29日將本公司已發行及未發行股本中每股面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值0.0005美元的相應類別股份
「股份」	指	(i)於股份拆細前，本公司股本中每股面值0.01美元的普通股；及(ii)於股份拆細後，本公司股本中每股面值0.0005美元的普通股

釋 義

「東南亞」 指 地理市場方面，自2021年起包括印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓及新加坡；2021年、2022年及2023年包括緬甸及泰國；及2021年及2022年僅越南

「平方米」 指 平方米

[編纂]

「國務院」 指 中華人民共和國國務院

「附屬公司」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義，惟文義另有指明除外

「主要股東」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義

「《收購守則》」 指 證監會頒佈的《公司收購、合併及股份回購守則》(經不時修訂、補充或以其他方式更改)

「業績紀錄期」 指 截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2024年3月31日止三個月期間

「英國」 指 大不列顛及北愛爾蘭聯合王國

「《美國證券法》」 指 《美國1933年證券法》(經修訂)及據此頒佈的規則及規例

「美國」 指 美利堅合眾國，其領土、屬地及受其司法管轄的所有地區

釋 義

「相關ESOP股份」 指 Carote CM持有的與關鍵僱員根據僱員激勵計劃持有的合夥權益相關聯的本公司股份，更多詳情請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」

[編纂]

「已解鎖ESOP股份」 指 不再受ESOP鎖定限制的相關ESOP股份

「解鎖日期」 指 根據僱員激勵計劃關鍵僱員所持若干部分相關ESOP股份不再受ESOP鎖定限制的日期，更多詳情請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」

「美元」 指 美國的法定貨幣美元

「增值稅」 指 增值稅

「西歐」 指 地理市場方面，自2021年起包括德國、意大利、荷蘭、西班牙及英國；自2022年起包括法國及瑞典；2023年僅土耳其

[編纂]

釋 義

[編纂]

「Yili Capital」	指	Yili Capital Ltd，於2022年11月1日在英屬維京群島註冊成立的有限公司，由呂女士持有100%股權
「Yili Investment」	指	Yili Investment Holdings Ltd，於2022年11月16日在英屬維京群島註冊成立的有限公司，由我們的控股股東章先生及呂女士最終控制
「永康市卡羅特」	指	永康市卡羅特進出口有限公司，於2014年9月1日在中國成立的有限公司，為我們的附屬公司之一
「永康市地塊」	指	位於浙江省金華市永康市江南街道五金產業園SBZ-01地塊的地塊，截至最後實際可行日期由浙江樂昇恩持有
「浙江卡羅特」	指	浙江卡羅特工貿有限公司，於2007年4月28日在中國成立的有限公司，為我們在中國的主要營運實體
「浙江樂昇恩租約」	指	浙江樂昇恩(作為業主)與浙江卡羅特(作為承租人)就物業訂立的租約
「浙江樂昇恩」	指	浙江樂昇恩商貿有限公司，通過浙江卡羅特進行公司分立而成立的公司，視為於2023年2月8日在中國成立的有限公司，由我們的控股股東章先生及呂女士最終控制

釋 義

「浙江昇恩」	指	浙江昇恩日用品有限公司，前稱浙江昇恩廚具有限公司，於2021年10月13日在中國成立的有限公司，由我們的控股股東章先生及呂女士最終控制
「浙江泰戈電器」	指	浙江泰戈電器有限公司，前稱浙江卡羅特炊具有限公司，於2020年5月12日在中國註冊成立的有限公司，因重組不再為本集團附屬公司
「%」	指	百分比

除內文指明或文義另有所指外，本文件載列的所有資料及數據均為截至最後實際可行日期。

在本文件，除文義另有所指外，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」及「主要股東」均具有上市規則賦予該等詞彙的涵義。

本文件所載的若干金額及百分比數字已約整。因此，若干表格所示的總計數字未必為其上所載數字的算術總和。任何表格或圖表所示總計與所載數字的總和如有任何不符，均為約整所致。

本文件內中國法例或法規、政府部門、機構、自然人或其他實體(包括我們的若干附屬公司)的名稱以中英文載入，僅供參考。如有任何歧義，概以中文名稱為準。公司名稱及其他中文詞語的英文翻譯，或反之，均僅供識別。

技術詞彙表

於本文件內，除文義另有所指外，本文件所用與我們及我們的業務有關的若干詞彙的解釋及釋義具有下列所載涵義。該等詞彙及釋義未必與標準行業釋義或詞彙用法一致。

「複合年增長率」	指	複合年增長率
「總建築面積」	指	總建築面積
「ODM」	指	「原始設計製造商」的簡稱，即產品由一家公司設計和製造，並以另一家公司的品牌銷售
「OEM」	指	「原始設備製造」的縮寫，指按照客戶的產品規格製造產品並以客戶的品牌出售
「SKU」	指	存貨單位，各款備購單品與服務的唯一標識
「壓鑄」	指	一種金屬鑄造工藝，特徵是在高壓下將熔融金屬注入模具型腔
「供應鏈管理」	指	供應鏈管理
「拉伸」	指	一種金屬成型工藝，將一塊金屬片在模具上拉伸及彎曲，以形成大型成型零件或形狀

前瞻性陳述

我們已在本文件中載入前瞻性陳述。前瞻性陳述包括對我們未來的意向、信念、期望或預測的陳述，並非對過往事實的陳述。

本文件載有關於本公司及其附屬公司的若干前瞻性陳述及資料，該等陳述及資料乃基於管理層的信念以及管理層所作假設及目前可獲得的資料。在本文件中，「旨在」、「預期」、「相信」、「能夠」、「預計」、「日後」、「擬」、「或會」、「應當」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「應該」、「將會」、「會」等詞彙及該等詞彙的反義及其他類似表述，在涉及本集團或管理層時，即指前瞻性陳述。該等陳述反映管理層目前對未來事件、營運、流動性及資本資源的看法，其中部分看法可能不會實現或可能改變。此外，該等前瞻性陳述反映本公司目前對未來事件的看法，但並非對未來表現的保證。該等陳述受若干風險、不確定因素及假設的影響，其中包括本文件所述的其他風險因素。敬請閣下注意，依賴任何前瞻性陳述均涉及已知及未知的風險及不確定因素。本公司面臨的風險及不確定因素可能會影響前瞻性陳述的準確性，包括但不限於以下各項：

- 我們的業務前景；
- 我們運營所處行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 我們的戰略、計劃、宗旨及目標，以及我們成功實施該等戰略、計劃、宗旨及目標的能力；
- 我們運營所處市場的總體經濟、政治及業務狀況；
- 我們運營所處行業及市場的監管環境及整體前景變化；
- 我們的財務狀況、經營業績及表現；
- 全球金融市場及經濟環境的影響；
- 我們降低成本及提供具競爭力價格的能力；

前瞻性陳述

- 我們吸引客戶及建立品牌形象的能力；
- 我們的股利政策；
- 我們吸引及留任高級管理層及關鍵僱員的能力；
- 我們業務的數量及性質以及未來發展潛力；
- 資本市場發展；
- 我們競爭對手的行動及發展；
- 利率、匯率、股價、數量、營運、利潤率、風險管理及整體市場趨勢的變化或波動；
- 本文件「業務」及「財務資料」章節有關價格趨勢、運營、利潤率、整體市場趨勢及風險管理的若干陳述；及
- 本文件內並非歷史事實的其他陳述。

本文件亦載有市場數據及基於多項假設所作出的預測。若基於市場數據作出的任何假設經證實不正確，則實際結果可能有別於基於該等假設作出的預測。閣下不應過度依賴該等前瞻性陳述。

我們不保證本文件前瞻性陳述中所述交易及事件將以描述的方式發生，甚至根本不會發生。多項因素(包括但不限於本文件「風險因素」所載的風險及不確定因素)可能導致實際結果與前瞻性陳述中所載的資料大相逕庭。閣下應閱讀本文件全文並理解未來實際結果可能與我們的預期有實質性差異。本文件中作出的前瞻性陳述僅涉及截至該等陳述編製日期(若獲取自第三方研究或報告，則截至各研究或報告的相關日期)的事件。由於我們經營所處的環境瞬息萬變，可能不時出現新的風險及不確定因素，因此，閣下不應依賴前瞻性陳述作為對未來事件的預測。除法律要求者外，我們不承擔更新任何前瞻性陳述以反映有關陳述編製日期後的事件或情況的義務(即使我們當時的情況可能已發生變化)。

風險因素

閣下於[編纂]我們的股份前，務請審慎考慮本文件所載全部資料，包括下文所述風險及不確定因素。該等風險可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響。我們股份的[編纂]可能因任何該等風險而大幅下降，而閣下可能會失去全部或部分投資。目前未為我們所知、下文並無明示或暗示或我們認為並不重要的其他風險及不確定因素，亦會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成損害。閣下應根據具體情況，就閣下的預期投資向相關顧問尋求專業意見。

該等因素為可能會或可能不會發生的或然事件，且我們概不能就任何此類或然事件發生的可能性發表任何意見。除另有指明外，我們所提供的資料乃截至最後實際可行日期，在本文件日期後不會作出更新，並受限於本文件「前瞻性陳述」一節所述的警示性陳述。

與我們業務及行業有關的風險

我們的品牌業務高度依賴品牌形象及聲譽，倘我們未能維持及提升品牌形象及聲譽，消費者對我們產品的認可及信任或會受到不利影響。

於業績紀錄期，我們大部分收益來自銷售自有品牌的廚具產品，該等產品為我們的整體經營業績作出重大貢獻。於2021年、2022年、2023年及截至2023年及2024年3月31日止三個月，品牌業務收益分別佔總收益的41.9%、69.1%、87.2%、84.5%及89.5%。我們的「卡羅特(CAROTE)」品牌名稱已成為一項寶貴的資產，因其美觀、優質及可靠而受消費者認可。因此，我們的持續成功及增長將在很大程度上取決於我們在現有市場及擬擴張的新市場維護及提升品牌名稱及聲譽的能力。

然而，我們無法保證始終能成功維護我們的品牌名稱及聲譽。假冒產品、產品缺陷、產品責任索賠、消費者投訴、知識產權侵權索賠或負面宣傳或媒體報導等潛在風險或會損害我們的品牌及聲譽。任何針對我們的負面索賠，即使並無依據或不成功，均可能分散管理層的注意力及日常營運的其他資源，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。媒體的負面報導，尤其是涉及我們產品安全、價格水平或質量的報導，可能會對消費者對我們及我們產品的接受度或信任度產生重大不利影響。

風險因素

我們的品牌業務依賴且可能繼續依賴於在若干知名電商平台的運營，並面臨於該等平台運營有關的各類風險。

我們的品牌業務以直接客戶參與為中心，依賴線上渠道接觸客戶並進行銷售。因此，與我們網店所在的主要電商平台（例如亞馬遜、天貓、Lazada及樂天）合作是我們運營成功及擴大客戶群的關鍵。然而，我們無法向閣下保證日後能夠與該等電商平台保持合作。我們未必能於現有安排到期或提前終止時按商業合理條款成功延長或重續與該等電商平台的現有安排，甚至根本無法延長或重續有關安排。倘我們無法維持與電商平台的合作或通過該等渠道持續吸引客戶，我們的銷量可能大幅下降，這可能對業務及經營業績產生不利影響。此外，倘任何電商平台終止與我們的業務關係，我們未必能及時找到替代銷售渠道，甚至根本無法找到該等渠道，從而對我們的經營業績產生重大不利影響。

此外，我們面臨電商平台流量及需求減少的風險。我們的產品在該等平台上架，我們通過廣告宣傳吸引潛在客戶。然而，倘我們已上架產品的展示位置不顯眼或因任何理由未在搜索結果中出現，則我們已上架產品的訪問量可能會顯著減少，導致我們產品的宣傳及需求減少。此外，該等電商平台或會不時更改其廣告政策。倘任何該等政策的變更令我們延遲或阻止我們進行任何形式的線上廣告、產品銷售、客戶互動、售後服務或接收客戶的實時反饋，均可能導致已上架產品的流量減少，並對我們的產品銷售產生不利影響。此外，電商行業不可預見的發展亦可能影響我們。倘我們未能預測或應對該等變化，我們通過廣告或其他方式取得成功的能力或會受阻，這可能導致對我們產品的需求減少，並對我們的整體業務及經營業績有負面影響。

美國對我們產品交付所實施的貿易限制、貿易壁壘及潛在的新關稅可能會對我們的業務、前景、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

於業績紀錄期，我們大部分收益來自向美國銷售廚具產品。具體而言，於2021年、2022年、2023年及截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們於美國市場的銷售額分別佔總收益的24.2%、29.2%、52.7%、40.9%及58.6%。然而，我們的業務及前景可能容易受

風險因素

到美國貿易政策變化的影響。尤其是在中美政治或經濟關係嚴重惡化的情況下，該等政策或會變化。近年來，美國政府已採取措施限制與中國的貿易，影響進口關稅、數據傳輸及知識產權保護等領域。該等貿易緊張局勢的任何進一步升級均可能對我們於美國的銷售產生負面影響，無論是通過增加關稅、徵費、出口管制、限制市場准入亦或其他措施。因此，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到不利影響。

我們業務的擴張及盈利能力取決於消費者的需求水平及可自由支配支出，這在很大程度上受全球經濟衰退及通貨膨脹等因素影響。

我們業務的成功在很大程度上取決於我們銷售產品所在市場的消費者需求及可自由支配支出。我們無法控制的眾多外部因素會影響消費者對我們產品的需求水平及可自由支配支出。該等因素包括整體經濟狀況、通脹壓力、消費者可支配收入、經濟衰退擔憂、失業率、地緣政治緊張局勢、疾病爆發、消費者信貸的可用性、消費者債務水平、利率、銷售稅稅率及增長，以及消費者對個人健康及安全的看法。消費者信心下降及支出削減可能導致對我們產品的需求減少，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

特別是自COVID-19爆發以來，全球經濟面臨重大挑戰，包括各行各業及供應鏈中斷，許多國家面臨通脹壓力，全球市場持續波動。全球任何持續的經濟衰退均可能令我們經營所在地區市場的可自由支配支出減少，導致消費者減少購買我們的產品。因此，我們可能難以維持或擴大收益或客戶群，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎程度、新產品的成功推出以及我們及時預測及應對消費者偏好變化的能力。

我們無法保證我們的廚具產品會持續受歡迎。我們業務的成功取決於我們能否始終提供符合消費者偏好且具吸引力的產品。然而，消費者偏好在不同市場及地區可能截然不同，且受人口、社會趨勢、經濟狀況及競爭對手的策略等因素影響。特別是，世

風險因素

世界各地的消費者接觸到更多跨文化的烹飪體驗，導致烹飪和飲食習慣改變。這進一步豐富了對廚具產品的需求。因此，由於消費者偏好不斷變化，我們產品的受歡迎程度可能會隨時間變化。因此，隨時了解新興的消費者偏好並積極預測產品趨勢的能力對維持競爭優勢及保障持續增長至關重要。然而，我們無法保證目前的產品系列會持續受歡迎，或我們能繼續提供產品以迅速應對消費者偏好的不斷變化。未能達成上述方面或會對我們的前景及經營業績產生負面影響。

此外，我們未必能一直成功推出新產品。我們不斷推出新的廚具產品，旨在應對消費者偏好的不斷改變及保持客戶參與度。我們在產品設計及開發方面投入大量資源，由在該領域擁有豐富經驗的內部產品設計及開發團隊以及通過市場研究及客戶反饋提供寶貴見解的銷售及運營團隊予以協助。開發新產品的綜合過程包括進行全方位市場調查以了解客戶的具體需求等步驟，需要投入大量資源。儘管我們作出上述努力，我們無法保證新產品總能具備普遍吸引消費者的設計。因此，我們可能耗費大量資源開發新產品，但卻無法達到預期銷售水平。

此外，於新市場推出新產品存在固有市場風險，包括營銷及消費者偏好的不確定性。在開拓新市場時，我們最初對當地文化及生活方式缺乏了解，可能會使我們在推出與當地消費者產生共鳴的產品方面面臨挑戰。未能預測及迎合該等偏好或會對我們的銷售業績及盈利能力產生不利影響。請參閱「— 擴大產品組合可能使我們面臨新的挑戰及風險」。

我們運營所在各個地區市場面臨激烈競爭，倘我們無法成功競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

我們運營所在各個地區市場的廚具行業高度競爭。不論是在中國或其他海外市場，我們面臨來自當地企業的競爭，包括行業中比我們擁有更廣泛資源的知名參與者。

為保持市場份額及競爭優勢，我們在有效成本控制措施的支持下，致力於以有競爭力的價格不斷提供優質產品。然而，倘我們無法有效實施該等具有成本效益的措施，我們可能無法提供有競爭力的價格以獲得優勢，因此，我們的業務及經營業績可能受到不利影響。

風險因素

除控制成本外，我們將大量資源分配至產品設計及開發以維持競爭性。然而，我們無法保證新產品組合的成功。客戶偏好、家庭收入及技術發展變化等我們無法控制的外部因素會影響我們現有及新推出產品的受歡迎程度。我們無法保證創新成果取得商業化成功，我們的新產品亦可能無法達到預期效果。未能以有競爭力的價格持續推出創新產品可能會降低我們產品的吸引力，從而阻礙我們的業務增長。

此外，倘我們的競爭對手繼續創新彼等的產品及擴大業務運營及市場份額，我們未必能保持競爭力及繼續市場增長。根據灼識諮詢報告，西歐等部分地理區域市場規模的增長可能不如其他地理區域。倘我們的任何競爭對手積極拓展海外銷售網絡或於該等地區成功增加線上銷售額，我們未必能取得預期銷售額增長。此外，倘我們無法利用價格和產品組合的競爭優勢有效競爭，我們未必能維持現有經營業績，我們的業務前景及未來盈利能力可能受到不利影響。

未能因應消費者生活方式的變化推出產品可能會對我們的前景及經營業績造成不利影響。

我們廚具業務的成功與我們契合客戶偏好及生活方式的能力密切相關，尤其是年輕一代，口味變化快，偏愛能融入其充滿活力的生活方式的產品。因此，消費者生活方式的轉變會顯著影響我們產品的需求及受歡迎程度。例如，在健康及保健運動的推動下，家庭烹飪趨勢的復甦可能會增加對促進健康飲食的創新烹飪工具的需求。同樣，小生活空間增加，特別是在城區，可能會導致對多功能及節省空間的廚具的偏好。此外，環保意識的提高可能會將消費者的偏好轉向環保及可持續廚房產品。此外，僱主強制員工重返辦公室可能會推動對滿足城市通勤者需求的高效便攜烹飪工具的需求。雖然我們的目標是提供多樣化的廚具選擇，抓住該等生活方式變化帶來的市場機遇，但無法保證我們能始終因應不斷變化的消費者生活方式成功推出產品。倘若我們未能推出與目標市場不斷變化的偏好產生共鳴的產品，我們的銷售業績將受到負面影響。因此，我們的未來前景、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們面臨與我們運營所在的線上市場服務中斷相關的風險。

我們品牌業務的運營在很大程度上依賴於各種線上市場，例如亞馬遜及天貓，該等市場是我們向中國及全球線上購物者提供產品的主要渠道。此外，我們依賴該等線上市場提供的各種支持服務，包括產品存儲及交付服務，這對於我們完成與客戶的交易至關重要。但是，我們無法保證該等線上市場及其服務永不間斷。潛在服務中斷可能源自我們無法控制的一系列外部因素，包括但不限於黑客事件、技術故障以及人為干擾或惡意攻擊造成的中斷。倘若其中任何一項導致線上市場的服務中斷，特別是在大型購物節時，例如亞馬遜的「黑色星期五」或天貓的「雙11」，當交易量顯著增加時，我們通過該等渠道的銷售中斷可能會導致銷售機會的重大損失。我們的經營業績可能會因此受到重大不利影響。

擴大產品組合可能使我們面臨新的挑戰及風險。

我們旨在不斷擴大產品範圍，以滿足不斷變化的客戶需求及偏好。這包括擴大我們的現有產品以及進軍廚房電器等新類別，進一步使我們的產品範圍多樣化。然而，相關努力可能會帶來巨大的風險及挑戰。例如，通過擴大我們的產品組合以涵蓋更廣泛的項目或SKU，我們可能無意間增加存貨管理的複雜性並對我們的採購實踐施加額外壓力，需要大量資源來預測及滿足客戶需求。此外，更廣泛的產品範圍可能導致更高的退貨率及增加消費者投訴，尤其是倘該等新產品不符合客戶預期的標準。倘無法有效管理該等問題，可能導致成本高昂的產品責任索賠並對我們的聲譽及財務表現造成損害，破壞我們以客戶為中心的運營及擴張努力。

尤其，在拓展至新的產品類別時，我們可能面臨各種額外挑戰。我們可能無法推出與客戶偏好變化一致的產品，或誤判消費者對我們新產品的需求，導致存貨積壓及成本高昂的存貨撇減。此外，為在新產品類別中獲得市場份額，可能需要積極的定價策略。該等策略雖然能夠有效吸引客戶，但對我們的盈利能力有不利影響。除該等市場挑戰外，我們亦可能在採購及生產過程中面臨困難，導致我們的產品發佈及交付延遲。此外，每種新產品可能受其自身一系列監管需求規限，因司法管轄區及市場而異。應對這種

風險因素

監管環境既複雜又昂貴。於推出新產品時無法有效管理該等風險及挑戰可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。請參閱「— 我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎程度、新產品的成功推出以及我們及時預測及應對消費者偏好變化的能力」。

我們面臨與合約製造相關的風險。

我們依賴第三方生產產品。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們自超過500名第三方合約製造商採購產品。我們的採購實踐包括根據業務需求單獨下採購訂單，我們並無與任何第三方製造商訂立任何主協議或長期合約。倘我們無法與我們的主要合約製造商維持現有關係，我們未必能及時找到新的合資格第三方製造商。這可能導致訂單履約延遲及潛在干擾我們的業務運營，從而對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們面臨與合約製造商製造的產品有關的質量風險。儘管我們已實施質量控制措施，如產前測試、生產過程中隨機抽樣測試以及從合約製造商接收成品後質量檢查及抽樣措施，我們無法保證全面監督彼等的生產過程或原材料採購。該控制缺失會給我們的業務帶來潛在風險。我們合約製造商的質量控制體系未必完善且可能存在我們不知道的缺陷，這可能導致產品存在於收貨時難以發現的隱藏缺陷。未能維持任何產品的質量可能使我們面臨產品責任索賠及對我們的聲譽、業務前景及經營業績造成不利影響。即使我們能夠識別任何隱藏缺陷，退貨及重新供應新一批產品的過程可能費時，導致交付延遲及客戶可能提出合約責任索賠。該等情況可能對我們的聲譽、業務前景及經營業績有重大不利影響。

此外，我們與合約製造商訂立的炊具採購協議不包括任何指定合約製造商的保修範圍及期限的條款。詳情請參閱「業務 — 我們的供應鏈 — 採購管理 — 與合約製造商的一般條款」。倘發生有關該等合約製造商提供的產品品質的爭議，我們缺乏明確規定違約方責任範圍及期限的現有保證。因此，我們可能需要訴諸其他法律手段，此舉可能耗時且代價高昂。對於輕微的質量問題，我們可以通過與合約製造商協商或其他友好

風險因素

方式解決問題。然而，對於重大缺陷，我們可能需要採取法律行動來追回損失，這過程可能漫長且耗費不菲。此外，產品缺陷還可能損害我們的品牌聲譽，對我們的銷售業績和財務業績產生負面影響。

此外，我們可能受我們合約製造商生產成本波動的影響。我們的合約製造商使用各種原材料、勞動力、電力及其他資源生產廚具產品。倘鋁等關鍵原材料的價格上升，該等第三方製造商的生產成本可能上升，從而可能影響我們的產品定價。儘管我們與合約製造商保持合作關係，我們無法保證我們能夠免受該等風險的影響。

我們的品牌業務及其財務表現取決於我們經營業務所在國家及地區的當地電商行業的發展。

我們自通過在國內及多個海外市場的線上運營銷售廚具產品取得收益。我們業務的可行性及增長很大程度取決於我們目前運營所處國家及地區以及未來擴張潛在市場的電商行業前景。然而，市場中電商行業的發展受多項因素影響，其中大部分不受我們控制。該等因素包括：

- 寬帶及移動互聯網滲透率與使用率的增長；
- 當地交通、電信及互聯網基礎設施的可用性、性能及可靠性；
- 互聯網接入成本；
- 電商賣家及消費者的信任及信心水平；
- 電商訂單履行、支付及其他輔助服務的發展；
- 規管電商行業的法律法規以及政府政策；及
- 擁有更適合當地消費者需求的替代商業模式。

風險因素

此外，於我們運營所在的若干新興市場中，電商相對較新，直至近期才有若干地區電商平台出現顯著增長。電商行業於該等市場的未來發展很大程度上將取決於運輸及物流基礎設施的改善，以及電子支付系統的發展及其他我們無法控制的外部因素。倘我們預期擴展業務的市場缺乏令人滿意的基礎設施支持，則我們按預期實施業務戰略的能力可能會受阻。同樣地，倘我們目前業務運營所在的市場基礎設施受損，則可能會對我們銷售產品及提供令人滿意之客戶服務的能力產生負面影響。因此，我們的業務運營及財務業績可能會受到不利影響。

與我們產品有關的任何質量問題均可能使我們面臨潛在責任，使我們面臨有關保修索賠的風險，導致客戶及銷售流失、產品召回以及合規成本增加，這可能會對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們的商業成功取決於持續打造優質可靠的產品。倘我們的任何產品質量下降或未能達到消費者預期，我們可能會面臨客戶投訴、退貨要求或訂單取消。我們就產品生產與第三方製造商簽訂合約，因而面臨多重質量風險。人為疏忽、識別隱藏瑕疵方面受限及與合約製造有關的質量風險(包括無法直接管控生產過程)等各項因素可能導致難以確保產品質量。請參閱「—我們面臨與合約製造相關的風險」。

任何產品瑕疵可能令我們面臨潛在責任，例如保修索賠、退貨或損害賠償。我們已採納退貨政策，確保客戶能方便地對所購買產品進行退貨。例如，在中國市場，我們實行最多15天「無理由」退貨政策，允許客戶無需提供具體理由便可換貨或退貨。此外，我們所有產品擁有一年有限保修期，涵蓋生產缺陷造成的任何瑕疵。我們過去每年面臨的保修索賠總額均不重大，因此，我們於業績紀錄期並無計提任何保修撥備。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們面臨的保修索賠總額分別為人民幣0.1百萬元、人民幣0.1百萬元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.1百萬元。然而，概不保證未來不會發生重大保修索賠。倘發生上述情況，可能會對我們的業績、經營及財務狀況產生不利影響。此外，我們或須依法修改或推出新的保修及退貨政策，尤其是在優先保護消費者的司法管轄區。該等政策可增強客戶體驗及忠誠度，但亦會帶來額外成本及開支，未必可被價格漲幅悉數抵銷。另外，我們無法向閣下保證退貨及保修政策不會被消費者誤用，倘大量消費者誤用保修及退貨政策，或會顯著增加我們的成

風險因素

本並對我們的經營業績產生不利影響。另一方面，倘我們修改該等政策以削減成本，可能導致消費者不滿，潛在地令我們流失現有客戶或無法獲得新客戶。這可能對我們的業務、前景、經營業績及財務狀況產生負面影響。

我們可能需產生大額成本以解決質量問題，包括與產品召回有關的問題。倘出現瑕疵產品，我們可能不得不召回產品並面臨產品責任索賠，這可能會損害財務及聲譽。即使我們最終在對此類索賠的抗辯中勝訴，仍可能產生巨額成本。我們產品出現任何質量問題均可能影響我們的銷售，對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。此外，我們須遵守規管產品質量的法律及法規，倘有關法律及法規變得更加嚴格，則我們可能產生額外成本。請參閱「— 我們於日常業務過程中或會受到監管行動、法律訴訟、糾紛及其他責任的約束」。

我們的國際業務可能會受到成本、法律、法規、政治及經濟等多種風險的影響。

於業績紀錄期，我們總收益的大部分來自國際業務。於2021年、2022年、2023年及截至2023年及2024年3月31日止三個月，中國內地以外市場的收益分別為人民幣503.7百萬元、人民幣491.5百萬元、人民幣1,255.6百萬元、人民幣212.9百萬元及人民幣413.2百萬元，佔同期總收益的74.6%、64.0%、79.3%、73.0%及82.2%。截至最後實際可行日期，我們於全球19個地區市場銷售廚具產品，包括美國、德國、意大利、日本、菲律賓、新加坡等。與在我們的本土市場(中國內地)經營相比，在全球範圍內(尤其是我們過往經驗有限的新興市場及國家)開展業務使我們面臨額外的風險和挑戰，包括：

- 有限的品牌知名度；
- 與合適的電商平台協商以有效地供應我們的產品；
- 距離、語言及文化差異帶來的經營挑戰；
- 支持我們線上銷售的物流、配送及數字基礎設施落後；

風險因素

- 遵守規管我們業務各方面的多種可能存在衝突的法律及法規，包括競爭、定價、互聯網活動、運輸、物流、關稅、貿易保護以及對我們業務而言屬重要的其他活動；
- 與廚具行業現有參與者的競爭；
- 各地區的互聯網及電商普及程度不一；
- 面對不正當商業行為可能盛行的商業文化；
- 國際業務管理、發展及員工配備方面的困難；
- 培養及維持與當地商業夥伴(如零售商)富有成效的關係之挑戰；
- 進出口限制的影響及貿易法規的變更；
- 與法律制度受到不正當影響或腐敗影響有關的風險；
- 容易受到特定國家或地區的政治、社會或經濟狀況變化的影響；及
- 地緣政治事件，包括大流行、戰爭及恐怖主義。

我們能否維持及擴展國際市場業務對我們的業務成功至關重要。然而，我們對此無法作出保證，且上述任何風險均可能令我們面臨重大挑戰。倘我們未能充分管理上述一項或多項風險，我們的經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

倘我們無法有效管理存貨或維持最佳存貨水平，我們的存貨可能出現陳舊或短缺的情況，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

我們不斷改善產品並推出新產品，以滿足不斷變化的消費者偏好，這需要我們有效地管理存貨。截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們的存貨分別為人民幣30.5百萬元、人民幣42.2百萬元、人民幣108.3百萬元及人民幣153.0百萬元。

風險因素

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們的存貨平均週轉天數分別為17.5天、26.9天、27.0天及32.3天。我們主要基於對行業的了解和對我們產品的市場需求預測作出採購決策及存貨管理。然而，我們對需求的預測未必準確反映實際市場需求。市場需求的重大不可預測轉變會影響我們市場需求預測的準確性及採購與存貨管理措施的效力，而我們未必可及時或甚至根本不能緩解由此造成的存貨壓力。此外，準確預測我們產品的市場需求以及確定最佳存貨水平亦具有挑戰性。新產品的推出、產品週期及定價的迅速變化、產品缺陷、推廣活動、消費者支出模式變化及消費者對我們產品的偏好變化等因素均會影響市場需求，導致購買行為及數量難以預測，可能偏離我們的預期。

此外，我們在存貨管理方面面臨與業務模式有關的特定挑戰。我們的國際業務需要長途運輸導致交貨時間增加，使我們更難以迅速對市場變化及需求波動作出反應。另外，在我們合作的電商平台進行重大推廣活動及節假期間，可能出現銷量飆升超過客戶需求之最佳預測的情況。倘我們未能有效管理存貨，或會出現存貨過時，導致存貨價值下降及可能出現存貨撇減或撇銷。而且，過量的存貨水平可能佔用大量資本資源，使我們無法使用有關資本用於其他重要用途。倘我們低估客戶需求，或倘我們的合約製造商未能及時交付充足的產品，我們可能會遭遇存貨短缺，或會導致錯失銷量、增加成本以保證必要生產、交付延遲、客戶忠誠度下降以及損失收益。此外，倘我們須降低售價以削減存貨水平或向製造商支付更高的價格以滿足訂單，可能對我們的利潤率有不利影響。上述任何因素均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

我們未必能及時向客戶交付產品，這可能會令我們承擔合約責任。

我們面臨與產品交付有關的若干風險。我們自有品牌的產品主要透過電商平台銷售，我們將產品交付予電商平台並讓其處理對客戶的最後一英里配送，或委聘獨立第三方配送公司直接向終端客戶交付產品來履行訂單。

該等電商平台的營運顯著影響我們的交易流程，包括在各種情況下採購訂單的履行方式。倘我們向電商平台交付產品，我們對該等平台處理的最後一英里配送的管控可能受限。因此，我們無法保證合作平台會成功地將產品交付予客戶。未準時交付產

風險因素

品可能增加我們的銷售成本以及損害我們的聲譽。此外，我們依賴獨立第三方快遞公司將產品運至電商平台或直接運送予客戶使我們面臨潛在的合約責任。該等快遞公司未能履行其義務可能會對我們的業務營運及財務業績產生不利影響。

我們的成功取決於高級管理層與主要僱員的持續服務以及我們不斷吸引人才的能力。

我們的未來業績取決於高級管理層與其他主要僱員的持續服務與貢獻，彼等於我們執行業務計劃、發現新機遇及進行產品升級方面發揮著關鍵作用。例如，章先生，連同我們的營運團隊在我們於不同市場開展業務中發揮著不可或缺的作用，我們期望通過彼等的努力進一步進行全球擴張。因此，我們業務的成功取決於我們在運營或計劃運營所在的各個市場吸引及保留具有創業精神、行業專長及地方知識的團隊的能力。

失去高級管理層或主要僱員的服務可能會嚴重阻礙我們戰略目標的實現。該損失或會對我們的企業文化、業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。替換主要僱員需要大量時間、培訓及資源以發現合適的替選人，並將其融入我們的業務及企業文化。此外，業務的快速增長需要我們招聘、培訓及留住大量能夠適應動態、具有競爭性及挑戰性的商業環境，並為我們的增長作出貢獻的人才。我們致力於尋求合資格人士來支持我們的業務運營與規劃業務增長。然而，倘我們無法於管理勞力成本時招聘、培訓及留住足夠的合資格人員，或會對我們的業務產生重大不利影響。

我們的國際業務或會受限於主管機關的轉讓定價調整。

於業績紀錄期，我們從事涉及轉讓定價安排的集團間交易。該等交易主要包括於附屬公司間買賣有形商品及提供後端運營服務。請參閱「業務 — 轉讓定價安排」。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，該等集團間交易的總額分別為人民幣61.1百萬元、人民幣163.9百萬元、人民幣697.0百萬元及人民幣182.3百萬元。

風險因素

概不保證相關機構日後不會質疑我們的轉讓定價安排，亦無法保證規管該安排的相關法規或準則將維持不變。倘相關機構日後發現我們採用的轉讓定價與條款未經公平磋商，彼等或會要求我們重新評估轉讓定價、重新分配收入或調整可扣稅收入。任何該等重新分配或調整可能會增加我們的稅務負債，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。此外，倘我們未能在相關機構要求的有限時限內糾正此類事件，相關機構可對我們徵收任何未繳稅款的滯納金利息、附加費或其他罰款。再者，倘相關機構質疑轉讓定價安排，其可能由於可扣稅收入調整導致於若干司法管轄區產生可收回稅項。然而，概不保證我們可自相關機構成功收回該等稅項，我們的業務、經營業績及財務狀況可能因此遭受重大不利影響。

我們因轉讓定價調整而產生的稅項撥備未必充足，我們可能會面臨額外的稅務風險。

作為轉讓定價評估的一部分，我們根據轉讓定價顧問的建議進行若干自願轉讓定價調整，以確保我們的集團內部交易符合公平交易原則（「轉讓定價調整」）。詳情請參閱「業務 — 轉讓定價安排 — 轉讓定價評估」。該等調整導致我們將本集團內部的若干利潤(i)從香港營運附屬公司卡羅特環球重新分配至中國主要營運附屬公司浙江卡羅特，浙江卡羅特主要從事廚具的採購及銷售；及(ii)從浙江卡羅特分配至我們的中國營運附屬公司杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿，杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿主要從事提供電商運營服務。因此，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們就中國企業所得稅分別計提人民幣1.4百萬元、人民幣3.2百萬元、人民幣12.6百萬元及人民幣3.7百萬元的稅項撥備。然而，我們所作的轉讓定價調整對相關機構並無約束力，且我們無法保證相關機構不會對我們的轉讓定價安排或轉讓定價調整提出異議。此外，相關機構可能會認為我們因轉讓定價調整而產生的稅項撥備不足，從而可能要求我們繳付額外稅款。

於業績紀錄期，由於獲得離岸收入申報，卡羅特環球並無在香港產生任何應課稅利潤。該離岸收入申報須接受香港稅務局（「香港稅務局」）的審查。根據香港稅務顧問（「香港稅務顧問」）凱晉稅務諮詢有限公司的建議，僅在香港產生或所得的收入須繳納

風險因素

香港利得稅。一般而言，倘客戶及供應商均非香港公司且所有相關活動(包括招攬、談判、締結及執行)於香港境外進行，則在香港開展業務的公司所得之貿易利潤可申報為來自香港境外的利潤且無須繳納香港利得稅。香港稅務顧問對整個業績紀錄期卡羅特環球的經營進行審查。據悉，卡羅特環球的客戶及供應商均位於香港境外，而所有銷售及購買活動均透過於香港境外的多個線上市場的業務開展。該等活動由杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿提供的業務運營服務協助進行，杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿亦於香港境外運營。根據該審查，香港稅務顧問認為可合理得出結論，卡羅特環球符合資格就其於香港境外開展活動所得之貿易利潤提出全面離岸申報且卡羅特環球的離岸收入申報成功的機會較高。儘管如此，我們無法保證香港稅務局日後不會對我們的離岸收入申報或轉讓定價安排表示異議，並認定我們須繳納香港利得稅。根據香港稅務顧問的建議，倘若香港稅務局不同意卡羅特環球的離岸收入申報，我們或須在香港繳納2021/22年至2023/24年評估年度利得稅合共約1.9百萬港元。

匯率波動或會導致我們經營業績出現波動。

我們於國外的銷售以有關國家或地區的當地貨幣計值。我們不時將該等外幣兌換為人民幣，這一過程會使我們面臨人民幣與其他貨幣之間換算的波動風險。人民幣兌外幣的任何升值或貶值可能會導致外匯換算交易的收益或虧損。此外，我們以人民幣擬備合併財務報表以作呈報用途。以美元、歐元、日圓等外幣計值的資產及負債按報告期結算日的匯率換算為人民幣金額。此換算過程可能導致於損益表確認損益，進而直接影響我們的經營業績。於業績紀錄期，我們於2021年錄得匯兌收益淨額人民幣0.1百萬元，於2022年錄得匯兌虧損淨額人民幣1.4百萬元，於2023年錄得匯兌收益淨額人民幣15.2百萬元，以及於截至2024年3月31日止三個月錄得匯兌收益淨額人民幣4.8百萬元。概不保證匯率變動會對我們有利。對我們不利的匯率波動或會導致我們的合併財務報表反映出重大不利同比變動，從而對我們的經營業績產生不利影響。此外，為管理匯率風險，我們或需進行對沖安排，並不時產生相關成本。然而，無法保證我們能夠透過該等安排有效或以合理成本降低外匯虧損風險。

風險因素

我們可能無法按預期實現收益持續增長及維持盈利能力。

於業績紀錄期，我們的收益錄得持續增長。收益由2021年的人民幣675.3百萬元增至2022年的人民幣768.5百萬元，再進一步增至2023年的人民幣1,583.1百萬元。截至2024年3月31日止三個月，我們的收益由2023年同期的人民幣291.8百萬元增至人民幣502.9百萬元。然而，概不保證我們日後能夠保持收益增長或維持盈利能力。我們於該方面的能力取決於多種因素，包括持續銷售現有產品、成功推出新產品、有效執行業務戰略、於所運營多個地區市場的競爭格局、客戶偏好及更明朗的宏觀經濟與監管環境。此外，我們預計，銷售成本及經營開支會隨著我們持續發展業務、豐富產品組合、拓展新地區市場及投資技術基礎設施而有所增加。儘管我們可能維持收益增長，但該增長可能不如預期，或可能無法充分抵銷銷售成本及經營開支的增長，從而導致無法盈利。

我們開發新銷售渠道的努力未必會成功。

於業績紀錄期，我們主要通過線上銷售渠道開展品牌業務。具體而言，該等線上銷售渠道對我們的品牌業務作出了重大貢獻，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月分別佔我們品牌業務總收益的97.0%、97.6%、99.5%及97.1%。

作為我們增長策略的一部分，我們正在有選擇性地尋求機會將我們的業務擴展至線下市場。請參閱「業務 — 銷售及營銷 — 線下銷售」。規劃中的擴張是我們獲得更廣泛客戶群及補充我們蓬勃發展的線上業務的關鍵。然而，我們無法保證相關努力將會成功。開拓新的銷售渠道可能會給我們的營運帶來挑戰，尤其是考慮到我們線下市場的經驗有限。我們在滲透目標線下市場時可能會遇到困難。此外，於線下市場建立或提高品牌知名度可能需要在廣告及促銷活動方面進行大量投資。開支增加可能會導致運營成本增加，影響我們的營利能力。

此外，線下市場的競爭格局與線上市場不同。我們可能面臨於當地市場擁有成熟銷售渠道的市場參與者的競爭。我們無法保證能有效地與彼等競爭。此外，開發及管

風險因素

理線下渠道需要大量管理資源，包括在當地設立管理機構及招聘與部屬合資格人員。倘我們無法有效地平衡及管理線下及線上業務之間的資源，可能會對我們的擴張計劃、前景及經營業績產生不利影響。

我們可能無法持續享受優惠稅率，將來可能需要繳納額外稅款。

於業績紀錄期，一間中國營運附屬公司浙江卡羅特獲認定為高新技術企業，享受15%的所得稅優惠稅率。根據《企業所得稅法》及相關規定，符合條件的高新技術企業須每三年重新評估一次，可享受15%的企業所得稅率優惠，而標準稅率為25%。請參閱本文件「財務資料—合併全面收益表主要項目—所得稅開支」及附錄一會計師報告。然而，稅收優惠待遇的非經常性性質或會對我們的經營業績產生負面影響。浙江卡羅特計劃於2025年被重新評估為高新技術企業，但我們無法向閣下保證浙江卡羅特將繼續被認定為高新技術企業並享受15%的企業所得稅率。此外，我們無法保證相關所得稅優惠稅率的法律法規於未來將保持不變。適用於我們中國附屬公司的企業所得稅率的任何上升或追溯性調整，或優惠稅收待遇的任何終止，或浙江卡羅特目前享受的稅率的任何上升，均可能對我們的業績、營運及財務狀況產生不利影響。

我們面臨客戶的信貸風險，這可能會對我們的財務狀況、盈利能力及現金流量產生不利影響。

我們面臨客戶的信貸風險，而我們的盈利能力及現金流量視乎我們是否及時收到客戶付款。倘客戶延遲付款或違約，我們的盈利能力、營運資金及現金流量可能會受到不利影響。概無法保證我們能夠及時收回全部或任何貿易應收款項，或根本無法收回任何貿易應收款項。截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們的貿易應收款項分別約為人民幣63.6百萬元、人民幣55.3百萬元、人民幣73.9百萬元及人民幣71.8百萬元。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，貿易應收款項的平均週轉天數分別約為33.6天、28.3天、14.9天及13.1天。

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，貿易應收款項的信貸虧損撥備分別為人民幣0.1百萬元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.1百萬元。

風險因素

倘任何客戶面臨財務困難或信譽轉差等預料之外狀況，我們向彼等收回全部或部分付款可能面臨挑戰，難以對彼等執行判決債務。該等不可預見的情況亦可能使我們對信貸虧損撥備的判斷或估計不準確，進而可能導致虧損較目前估計更高。

我們截至2021年及2022年12月31日錄得流動負債淨額，我們於日後亦可能錄得流動負債淨額。

我們截至2021年12月31日錄得流動負債淨額人民幣102.8百萬元，截至2022年12月31日減至人民幣82.6百萬元。詳情請參閱「財務資料 — 若干主要合併資產負債表項目討論 — 流動資產及流動負債」。我們無法向閣下保證日後不會錄得流動負債淨額。流動負債淨額會令我們面臨流動資金風險，並限制我們的營運靈活性。我們未來的流動資金、貿易及其他應付款項付款及償還借款將主要倚賴於我們自經營活動賺取足夠現金流入的能力，而這將受到我們日後的營運表現及當前經濟狀況(其中包括許多我們無法控制的其他因素)所影響。倘我們面臨經營現金流量短缺，則我們的流動資金狀況或會受到重大不利影響，從而可能對我們的經營業績與財務狀況產生不利影響。此外，倘我們並無足夠的營運資金滿足未來的財務需求，我們或需借助外部融資。倘我們未能及時或以可接受的條款獲得額外的外部借款，則可能對我們的發展與擴張計劃產生負面影響，因此，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

運輸成本的波動可能會對我們的經營業績及盈利能力產生重大不利影響。

於業績紀錄期內，我們的運輸成本主要與(i)通過快遞服務將產品直接交付給客戶及將產品運輸至線上市場倉庫；及(ii)線上市場提供的最後一公里交付服務(將產品從倉庫交付客戶)有關。此外，我們就亞馬遜等若干市場提供的履約服務產生存儲費用，上述市場處理產品接收、存儲、包裝、運輸及訂單退貨。於2021年、2022年及2023年，我們的運輸成本及存儲費用分別為人民幣68.7百萬元、人民幣93.7百萬元及人民幣268.5百萬元，佔我們相應期間銷售成本的12.5%、19.0%及26.4%。截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的運費及倉儲費分別為人民幣43.5百萬元及人民幣90.3百萬元，佔同期銷售成本的24.0%及30.8%。隨著業務的持續增長，預計我們的運輸成本及存儲費用亦會相應增加。此外，我們未來可能會遭遇運輸成本波動，而運輸成本波動可能歸因於我們

風險因素

無法控制的各種因素，包括物流服務提供者可能暫停及關停服務、其勞工成本增加或人員短缺，以及自然災害或流行病等可能會限制貨物在我們客戶所在地區自由流動的意外事件等。我們的經營業績及盈利能力可能會因此受到重大不利影響。

我們的收購或投資未必成功，將所收購業務併入現有營運亦可能面臨困難，或會對我們的業務、經營業績及財務狀況有重大不利影響。

未來，我們計劃有選擇地收購與我們現有業務互補的廚具品牌，以推動持續成長並鞏固我們的市場地位。詳情請參閱「未來計劃及[編纂] — [編纂]」。然而，無法確保我們可成功實施有關策略。我們可能在尋找合適收購機會時面臨困難，即使找到合適目標，也無法確定能否按照我們可接受的條件及時完成收購，或者根本無法完成收購。此外，收購存在固有風險和不確定因素，包括但不限於持續的財務承諾、與收購目標相關的不可預見負債、未能實現預期的收購目標或利益，以及將資源和管理重點自我們現有業務中轉移。我們將所收購業務併入現有營運亦可能面臨困難。我們順利完成整合會受不同因素影響，包括但不限於所收購業務的複雜程度與規模、進入新市場涉及的風險、適應不熟悉的監管制度、企業文化差異、無法挽留所收購公司的關鍵人員以及與收購相關的不可預見成本。這些困難可能會擾亂我們的業務營運，轉移我們管理層的注意力，並增加營運開支，這些均可能對我們的業務、財務狀況和經營業績有重大不利影響。

我們可能無法防止他人未經授權使用我們的知識產權，而這可能會損害我們的業務及競爭地位。

我們擁有若干知識產權，包括商標、版權及專利權，上述所有知識產權對我們的成功至關重要。請參閱「業務 — 知識產權」。為保護該等資產，我們通過備案及獲得實用新型和外觀設計專利尋求知識產權保護。然而，專利申請及其他知識產權備案可能會耗費大量時間和金錢。概無法保證我們能夠以合理的成本提交申請，亦無法保證我們的申請能夠及時獲批。此外，我們的知識產權始終存在被第三方盜用的風險。我們的知識產權亦可能受到第三方的質疑，或被宣佈無效或無法執行。倘我們無法充分保護我們的知識產權，則我們的競爭對手可能會推出具有類似設計或功能的產品，導致我們失去市場競爭力。這可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

風險因素

此外，我們可能被指控侵犯他人的知識產權。我們無法保證我們的營運或業務的任何方面現在或將來不會侵犯或以其他方式違反第三方持有的知識產權，且無法保證將來不會出現該等挑戰。我們的產品亦可能無意侵犯了我們並不知悉的現有知識產權。倘我們被發現侵犯其他人士的知識產權，我們可能須對我們的侵權行為承擔責任，或可能被禁止使用有關知識產權，且須支付授權費或制定替代解決方案。此外，我們可能產生巨額費用，並可能會被迫分散管理層業務營運的時間及資源以應對該等侵權索賠，而無論其案情如何。針對我們提出的侵權或許可索賠若成功則可能導致重大財產賠償責任，並可能通過限制或禁止我們使用所牽涉的知識產權而嚴重擾亂我們的業務營運，進而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

我們可能無法遵守個人信息及數據安全法律及法規。

我們於日常業務過程中收集、處理及儲存若干個人信息及交易資料。與許多其他司法管轄區的趨勢一致，中國政府近年來加強了對數據處理行為的監管，包括數據的收集、儲存、使用、篡改、轉移、提供、披露及刪減。為解決個人信息及其他數據被濫用的問題，中國政府已頒佈一系列法律，確保數據隱私及安全，包括但不限於2017年6月1日生效的《中華人民共和國網絡安全法》、2021年11月1日生效的《中華人民共和國個人信息保護法》及2021年9月1日生效的《中華人民共和國數據安全法》。

此外，由於互聯網在商業用途的使用不斷快速發展，導致政府法規亦隨之增多。2021年12月28日，包括中華人民共和國國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）在內的13家中國政府及監管機構頒佈《網絡安全審查辦法》（「《網絡安全審查辦法》」），於2022年2月15日生效。《網絡安全審查辦法》規定「關鍵信息基礎設施運營者」採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當按照本辦法進行網絡安全審查。此外，擁有超過一百萬用戶個人信息的網絡平台運營者在申請「赴國外上市」前，亦須申請網絡安全審查。2021年11月14日，網信辦頒佈了《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》。草案規定，倘建議上市將影響或可能影響國家安全，則計劃在香港聯交所上市的數據處理者須根據相關規則和條例申請網絡安全審查。然而，草案並未提供具體標準，以確定在何種具體情況下此類上市會「影響或可能影響國家安全」。

風險因素

截至最後實際可行日期，該草案僅徵求公眾意見。此外，網信辦於2022年7月7日發佈了《數據出境安全評估辦法》（「《安全評估辦法》」），於2022年9月1日生效，並於2023年2月22日發佈了《個人信息出境標準合同辦法》（「《標準合同辦法》」），於2023年6月1日生效。《安全評估辦法》規定，任何數據控制者向境外傳輸其在中國境內運營時收集及產生的重要數據或一定數量的個人信息時，應在向境外傳輸上述關鍵數據或一定數量的個人信息前進行安全評估。同樣，《標準合同辦法》規定，任何數據控制者向境外傳輸其在中國境內運營時收集及產生的一定數量的個人信息時，可使用標準合同及向省級地方網信辦備案，以履行向境外傳輸個人信息的相關法律義務。請參閱「監管概覽—與我們於中國的業務有關的法律法規」。

由於該等法律法規的數量和複雜性不斷增加，我們無法向閣下保證，我們的數據保護系統在所有適用法律法規下始終被認為是充分的。此外，我們亦無法向閣下保證，我們為客戶處理的信息以及我們從供應商收到的信息，其獲取及傳輸始終嚴格遵守客戶及供應商的相關法律法規。另外，亦可能會有新的法律、法規或行業標準要求我們取得額外的許可證，改變我們的數據處理方法及隱私政策，我們亦可能被要求建立額外的機制，確保遵守新的數據保護法，上述所有措施均可能增加我們的成本，對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績造成重大影響。任何潛在或被認為不遵守數據相關法律法規的行為均可能限制我們使用或提供若干產品及服務的能力，亦可能導致罰款或其他處罰，例如改變我們的業務模式、暫停線上銷售或完全停止營運，以及潛在的聲譽受損或來自監管機構、客戶或其他方面的法律訴訟。有關結果可能會對我們的業務、營運業績或財務狀況有重大不利影響。

風險因素

倘我們、與我們合作的電商平台或我們的第三方服務提供者未能維護數據安全，或我們違反任何有關數據保護的不斷發展的法律規定，可能對我們的運營及盈利能力產生重大不利影響。

我們可以於日常運營中訪問客戶個人數據，包括姓名、地址、電話號碼及其他聯繫資料。確保正確使用及保護該等數據對維持客戶對我們服務的信任及信心至關重要。然而，我們的系統或與我們合作的電商平台的系統存在與數據安全漏洞及黑客攻擊相關的潛在風險。此類事件或會損害我們用於保護個人數據的技術，使其容易受到黑客及其他惡意實體等第三方的非法訪問。該等未經授權的個人或實體或會濫用彼等獲得的個人數據，從事各種非法活動。雖然我們已採取保護政策及措施，但儘管我們作出了努力，個人數據仍有可能被盜用。此外，當我們聘請第三方服務提供者（例如物流服務提供者）履行訂單時，彼等亦可以訪問我們客戶的個人數據。我們對該等第三方的有限控制使我們難以確保能夠充分及有效地保障數據安全。倘該等第三方提供者洩露數據，我們的聲譽亦可能受到損害，繼而可能對我們的業務運營產生負面影響。

此外，近年來，有關收集、使用、存儲、傳輸及保護個人數據的實踐面臨越來越多的公眾監督。全球的相關監管框架正在迅速發展，我們運營所在的不同國家可能會採納有關數據保護和政策的法律法規。遵守該等不斷發展的法規或會使我們承擔額外的合規成本，分散管理層注意，並可能影響我們的經營業績。任何未能充分解決數據保護及安全問題，或任何違反該領域適用的法律及法規的行為，均可能導致我們產生額外的成本及責任、損害我們的聲譽、阻礙銷售及對我們的業務產生不利影響。請參閱「—我們可能無法遵守個人信息及數據安全法律及法規」。

我們可能因違反我們經營所在各司法管轄區的反腐敗、反賄賂、反洗錢、金融及經濟制裁規定而受到不利影響。

於我們開展活動的各司法管轄區，我們受到反腐敗、反賄賂及反洗錢法律的約束，包括美國《海外反腐敗法》、英國《2010年反賄賂法案》等。違反該等法律可能導致我們面臨舉報投訴、媒體負面報道、調查以及嚴厲的行政、民事及刑事制裁。此外，可能會

風險因素

產生附帶後果、補救措施及重大法律費用，所有這些均可能對我們的業務運營及聲譽造成重大不利影響。雖然我們制定內部政策以確保合規，但我們無法向閣下保證我們的股東、董事、高級職員、僱員、代理及代表我們行事的其他方不會有違規行為。

此外，若干國家、地區、實體或個人受到金融和經濟制裁計劃（「**制裁法律**」）的約束，該等計劃旨在通過封鎖資產或貿易限制等措施實現外交政策及國家安全目標。該等計劃由相關機構管理，包括但不限於美國財政部海外資產控制辦公室、英國財政部、歐盟及其成員國。該等制裁法律不斷演變，不時施加新的規定或制裁。

我們的業務橫跨多個司法管轄區，這使確保合規具有挑戰性。我們無法保證我們未來的業務將完全不存在制裁風險，或將符合美國或任何其他司法管轄區當局不斷變化的預期及規定。倘美國或任何其他司法管轄區當局認定我們未來的任何業務違反彼等實施的制裁或構成對我們實施制裁的依據，我們的業務及聲譽可能受到不利影響。

我們於日常業務過程中或會受到監管行動、法律訴訟、糾紛及其他責任的約束。

於日常業務運營過程中，我們或會遇到監管行動、法律訴訟或糾紛。我們或會面臨與產品責任、財產損失、違約、不公平競爭或與我們產品或我們開展業務方式相關的其他事宜相關的法律索賠責任。該等訴訟及索賠可能由我們的客戶、供應商、僱員、業務合作夥伴、政府或監管機構發起。任何監管行動、法律訴訟或糾紛產生的潛在責任及開支可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。

隨著我們業務持續發展及產品供應擴大，我們可能會更頻繁地遇到監管行動、法律訴訟及糾紛。解決該等問題耗時且昂貴，可能需要高級管理層給予高度重視。此外，管理廚具行業的法律及法規，包括與產品安全、消費者保護、廣告及競爭相關的法律及法規，均會受到我們無法控制的各種因素的影響而發生變化。該等法規可能因我們經營業務所在司法管轄區而異。任何針對我們的監管行動、法律訴訟或糾紛均可能損害我們的聲譽，導致對我們的負面宣傳，並影響公眾對整個行業的看法。因此，這可能對我們的業務、前景、經營業績及財務狀況產生負面影響。

風險因素

我們的保險範圍有限，這可能使我們面臨巨額成本。

我們面臨與我們業務相關的各種風險，並投購保險，以防範該等風險及與我們運營相關的突發事件。我們目前的保險涵蓋商業一般責任險及車險，符合適用法律及法規的強制性要求及行業慣例。請參閱「業務 — 保險」。然而，概不保證我們的保險範圍足以覆蓋我們的所有風險敞口並防止我們遭受損失。此外，由於免責條款及承保範圍的限制條款或會阻礙我們向保險公司提出索賠，故我們無法保證能夠及時或根本無法成功就當前保單提出索賠。倘保險並無相關保障或保障範圍不足以解決任何有關風險，我們可能會面臨巨額成本及資源分散，進而對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

為應對任何環境、社會及管治風險，我們或會產生額外成本，這可能對我們的財務業績產生重大不利影響。

為識別、管理及減輕環境、社會及企業管治風險，我們或會產生額外成本及開支，這可能會影響我們的財務業績。例如，我們承認與採購我們產品相關的潛在環境影響。合約製造商的製造過程消耗大量能源，對環境保護工作施加壓力。因此，為應對該影響，我們可能需要於整個供應鏈優先考慮可持續實踐，這可能涉及實施節能措施並與我們的供應商合作探索使用環保材料。該承諾或會產生大量額外成本，並可能影響我們的盈利能力。請參閱「業務 — 環境、社會及管治」。

此外，ESG相關監管要求不斷提高，包括我們經營所在司法管轄區的各種ESG披露要求，可能導致合規成本上升，而銷售成本亦可能上升。倘未能適應新法規或滿足不斷變化的行業期望及標準，則可能導致消費者選擇其他公司的產品，這可能對我們的經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

任何災難(包括爆發流行病及其他特殊事件)均可能嚴重干擾我們的業務經營。

由於業務遍及國內外多個國家，我們面對各種無法控制的風險及潛在中斷。該等風險可能來自火災、地震、颶風、洪水、龍捲風及其他惡劣天氣條件等災難。此外，我

風險因素

們亦面臨與大流行爆發、全球突發衛生事件、恐怖主義行為或破壞性全球政治事件相關的風險。該等事件本身不可預測，因此難以預測其頻率、時間及嚴重程度。發生任何該等事件均可能對我們的業務經營及財務業績有重大不利影響。

突發公共衛生事件，例如禽流感、SARS、埃博拉或最近的COVID-19大流行，可能會減少我們的產品需求，繼而對我們的經營業績造成不利影響。COVID-19大流行對全球經濟的影響導致全球商務活動減少。於2020年上半年，由於COVID-19，我們曾暫時經歷產品交付延遲及供應鏈和人員安排中斷事件。雖然我們於業績紀錄期已恢復正常業務運營，未受影響，但COVID-19對全球經濟及金融市場的持續影響仍不確定，仍可能影響我們的業務、經營業績及財務狀況。

此外，諸如災難的不可預見事件可能會增加我們的運營相關成本，削弱我們有效經營業務的能力，導致營業收入及利潤下降。此外，我們與客戶及其他交易對手的合約可能包含不可抗力條款，允許合約方在罷工、勞資糾紛、政府限制或內亂等特定情況下暫停、終止或以其他方式不履行責任。倘若我們的一家或多家供應商或其他交易對手因不可抗力事件而長時間不履行合約責任，我們的經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

未能為僱員福利計劃作出足夠供款可能會令我們遭受處罰。

於中國經營的公司須參與若干法定僱員福利計劃，包括社會保險及住房公積金等。該等計劃的供款按僱員工資的若干百分比計算，最高金額根據地方政府的規定而有所不同。

於業績紀錄期，我們的若干中國附屬公司未根據相關中國法律法規為若干僱員繳付或足額繳付社會保險及住房公積金。請參閱「業務 — 僱員」。若地方機關根據中國法律法規的規定認定我們對任何僱員福利計劃的供款不足，我們可能會因供款不足而須繳納滯納金或罰款。中國法律顧問告知，依據中國相關法律法規，若我們的社會保險供款不足，行政機關可能會要求我們支付滯納金，滯納金按滯納期每日不足金額的0.05%

風險因素

計算。倘若我們未能在規定期限內結清應繳金額，我們可能會被處以罰款，罰款金額可能是未付金額的一至三倍。若住房公積金供款不足，住房公積金管理中心可能會要求於規定期限內支付所欠金額。若未能於期限內補繳，中國法院可能會要求強制執行。

截至最後實際可行日期，主管機關尚未要求我們支付差額。然而，無法保證未來不會出現此類要求或僱員不會控告我們未有足額繳納社會保險及住房公積金。不遵守有關規定可能會招致整改令、罰款、滯納金及其他監管行動。該等後果可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們可能會就中國企業所得稅而言被歸類為「中國居民企業」，該分類可能導致不利於我們及股東的稅務結果，對經營業績及閣下的投資價值有重大不利影響。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例，在中國境外成立但「實際管理機構」在中國境內的企業被視為「居民企業」，須就其全球收入按25%的稅率繳納企業所得稅。實施條例將「實際管理機構」一詞定義為對企業的業務、生產、人員、賬務、財產等實施實質性全面管理和控制的機構。國家稅務總局於2009年4月發佈《國家稅務總局關於境外註冊中資控股企業依據實際管理機構標準認定為居民企業有關問題的通知》(或「《82號文》」)，於2017年12月最新修訂。《82號文》載明認定在境外註冊成立但由中國控制的企業的「實際管理機構」是否位於中國的若干具體標準。根據《82號文》，中國企業或中國企業集團控制的境外註冊成立的企業同時符合以下條件的，將判定其為「實際管理機構」在中國境內的中國稅收居民，並就其全球收入繳納中國企業所得稅：(i)日常經營管理的主要場所位於中國境內；(ii)有關企業的財務和人力資源事項的決定由位於中國的機構或人員決定或批准；(iii)企業的主要資產、會計賬簿及紀錄、公司印章、董事會及股東決議案均位於或存放於中國境內；及(iv)至少50%有投票權的董事會成員或高層管理人員常居於中國境內。

風險因素

倘中國稅務機構認定，我們為就企業所得稅而言的中國居民企業，我們可能須就全球收入按25%的稅率繳納中國稅項，繼而可能導致我們的淨收入大幅減少。此外，倘出售或以其他方式處置股份所實現的收益被視為源於中國的收入，則該等收益或須按10%的稅率（倘屬非中國企業）或20%的稅率（倘屬非中國個人）繳納中國稅項，兩種情況均須遵守任何適用稅收協定的規定。然而，倘我們被視為中國居民企業，尚不明確我們的非中國股東是否能夠申請享有彼等稅務居民國家與中國之間任何稅收協定的優惠。任何此類稅收均可能降低閣下對我們股份的投資回報。

我們依賴中國附屬公司派付的股利及其他股權分派來滿足我們可能有的任何現金及融資需求。

我們為控股公司，依賴中國附屬公司派付的股利及其他股權分派來滿足我們的現金及融資需求，包括向我們股東派付股利及其他現金分派以及償還我們可能產生的任何負債所需的資金。倘中國附屬公司日後以本身名義承擔負債，規管該負債的文據可能限制其向我們派付股利或作出其他分派的能力。中國附屬公司向我們派付股利或作出其他分派的能力若受到任何限制，或會對我們增長、進行對我們業務有利的投資或收購、派付股利或為業務融資及開展業務的能力有重大不利限制。

此外，根據中國法律及法規，中國附屬公司僅可從其根據中國會計準則及法規釐定的累計除稅後利潤中派付股利。此外，中國附屬公司須將每年最少10%的累計除稅後利潤（如有）撥入若干法定公積，直至該公積的累計金額達到其註冊資本的50%。該等公積及註冊資本不可作為現金股利分派。

與我們的股份及[編纂]有關的風險

我們的股份過往並無公開市場，股份的流通性、[編纂]及[編纂]或會波動。

[編纂]完成前，我們的股份並無公開股票市場。不保證在[編纂]完成後，我們的股份可發展或維持活躍的交易市場。[編纂]為本公司與[編纂]（為其本身及代表[編纂]）的協商

風險因素

結果，未必可作為[編纂]完成後股份交易的價格指標。[編纂]完成後，股份[編纂]可能隨時跌至低於[編纂]。

股份的價格及[編纂]或會大幅波動。我們的收益、盈利及現金流和關於新投資、策略聯盟及／或收購的公告、我們廚具產品的市價波動或可比公司的[編纂]波動等因素均可能導致我們股份的市價大幅改變。任何該等情況發展均可能導致我們股份的[編纂]及[編纂]突然大幅轉變。此外，股票市場及聯交所上市公司的股份曾不時發生重大[編纂]及[編纂]波動，而與任何特定公司的營運表現無關。該等波動亦可能對我們股份[編纂]有重大不利影響。

倘我們日後發行額外股份，我們股份的[編纂]會遭遇即時攤薄。

由於我們股份的[編纂]高於緊接[編纂]前我們股份的每股有形賬面淨值，[編纂]的股份[編纂]會遭遇即時攤薄。

此外，我們可能行使[編纂]以發行額外股份。發行後流通在外的股份數目增加會導致股東的持股百分比減少，亦可能導致每股盈利及每股資產淨值被攤薄。

此外，我們日後或需籌集額外資金為業務擴展或新發展計劃及收購融資。倘通過發行本公司的新股權或股權相連證券籌集額外資金，除非按比例向現有股東發行，否則(i)本公司現有股東的持股百分比可能減少，彼等的持股百分比其後可能被攤薄；及／或(ii)該等新發行證券可能有較現有股東的股份優先的優先權、選擇權或特權。

我們日後未必會派付任何股利。

一般而言，我們無法保證日後會派付股利。因此，閣下不應依賴對我們股份的[編纂]作為未來股利收入的來源。董事會可在遵守開曼群島法律若干規定的情況下全權酌情決定是否分派股利。此外，股東可通過普通決議案宣派股利，但股利不得超過董事

風險因素

建議的金額。根據開曼群島法律，開曼群島公司可從利潤或股份溢價賬中派付股利，惟無論如何，倘派付股利會導致公司未能在一般業務過程中償付到期債務，則不得派付股利。即使董事會決定宣派及派付股利，未來股利(如有)的派付時間、金額及形式將取決於我們日後的經營業績及現金流、資本需求及盈餘、我們自附屬公司收到的分派金額(如有)、我們的財務狀況、合約限制及董事會視為相關的其他因素。此外，過去宣派的股利不應作為日後股利的指標。

開曼群島有關保障少數股東權益的法例與香港及其他司法管轄區不同。

由於本公司根據開曼群島法律註冊成立，公司事務受到組織章程大綱及組織章程細則規管，亦須遵守《公司法》及開曼群島的普通法。開曼群島有關保障少數股東權益的法例在若干方面與香港及其他司法管轄區根據法令或先例訂立的現行法例有所不同。有關差異可能意味著本公司少數股東可獲得的補償與等彼根據香港或其他司法管轄區法例獲得的補償不同。

潛在[編纂]應注意，《公司法》條文提供的保障未必與香港或其他司法管轄區法例相同，[編纂]境外註冊成立公司時應考慮就有關規定徵詢獨立法律意見。

[編纂]應閱讀整份文件，且不應依賴報刊文章或其他媒體報道所載有關我們及[編纂]的任何資料。

我們強烈提醒[編纂]不應依賴報刊文章或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料。本文件刊發前，可能有關於[編纂]及我們的報刊及媒體報道。有關報刊及媒體報道可能包括若干並未載於本文件的資料，包括若干營運及財務資料及預測、估值及其他資料。我們並無授權報刊或媒體披露任何有關資料，且概不就任何有關報刊或媒體報道或任何有關資料或刊物的準確性或完整性承擔任何責任。我們概不就任何有關資料或刊物的合適性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘任何有關資料與本文件所載資料不符或相衝突，我們概不就此承擔任何責任，且[編纂]不應依賴有關資料。

風險因素

本文件中從各種政府及官方來源取得的若干事實、預測及其他統計數據未經獨立核實。

本文件中若干事實、預測及統計數據來自不同的政府及官方資源。然而，董事不能保證該等來源材料的質素或可靠程度。我們相信上述資料來源為有關資料的適當來源，且我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們無理由相信有關資料為虛假或有誤導成分，或遺漏任何事實致使有關資料為虛假或有誤導成分。儘管如此，我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或任何彼等各自的聯屬人士或顧問並無獨立核實來自政府及官方資源的資料，亦無對其準確性發表任何聲明。此外，我們無法向閣下保證該等資料陳述或編製的基準或準確程度與其他地方呈列的類似統計數據一致。在任何情況下，閣下均應審慎衡量該等事實、預測及統計數據的可依賴程度。

本文件所載前瞻性陳述涉及風險及不確定因素。

本文件包含基於我們管理層的想法以及管理層所作假設和目前可得資料而有關我們的若干前瞻性陳述及資料。在本文件，「旨在」、「期望」、「相信」、「可以」、「繼續」、「可能」、「估計」、「預期」、「未來」、「有意」、「應該」、「或會」、「可能會」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預計」、「尋求」、「應」、「將」、「將會」等用詞及其類似表述，倘與本集團或管理層有關，為前瞻性陳述之標識。該等陳述反映管理層目前對於未來事件、業務營運、流動資金及資本來源的觀點，部分未必會實現或可能改變。該等陳述涉及若干風險、不明朗因素及假設，包括本文件所述的其他風險因素。除上市規則或聯交所其他規定的持續披露責任外，我們無意基於新資料、未來事件或其他情況而公開更新或以其他方式修訂本文件的前瞻性陳述。[編纂]不應對該等前瞻性陳述及資料過度依賴。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已尋求豁免嚴格遵守下列上市規則的相關條文：

管理人員留駐香港

根據上市規則第8.12條，本公司須有足夠的管理人員留駐香港，這一般是指至少須有兩名執行董事通常居於香港。由於本公司大部分核心業務運營基於香港以外地區，並在香港以外地區管理及進行，故本公司並無且於可見未來亦不會有足夠的管理人員留駐香港，以符合上市規則第8.12條的規定。

因此，我們已向聯交所申請[且聯交所已向我們授出]豁免嚴格遵守上市規則第8.12條。我們將確保設有適當及有效的安排，以維持我們與聯交所之間的恆常及有效溝通，並通過以下安排遵守上市規則：

1. **授權代表**：根據上市規則第3.05條，我們已委任章先生(我們的執行董事)及陳婉梅女士(「**陳女士**」)(我們的公司秘書)作為授權代表(「**授權代表**」)。授權代表將作為我們與聯交所之間的主要溝通渠道，且可隨時通過電話及電郵聯絡以迅速處理聯交所提出的問詢。陳女士通常居於香港，而章先生通常居於中國，但章先生持有有效旅行證件且能夠於到期時重續該等旅行證件以到訪香港。因此，授權代表將能夠在合理時限內與聯交所的相關人員會面，以討論有關本公司的任何事宜。授權代表如有任何變動，本公司亦將及時通知聯交所。有關我們授權代表的詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

豁免嚴格遵守上市規則

2. **董事**：為方便與聯交所溝通，我們已向授權代表及聯交所提供每名董事的詳細聯繫方式(移動電話號碼、辦公室電話號碼及電郵地址)，以便授權代表在聯交所欲就任何事宜與董事聯繫時，有途徑隨時迅速聯繫到所有董事。倘任何董事預期會外出旅行或不在辦公室，其將向授權代表提供其住所的電話號碼。就我們所知及所悉，並非通常居於香港的各董事持有或可申請有效旅行證件以到訪香港，並可應聯交所要求，在合理期間內與聯交所會面。
3. **合規顧問**：我們已根據上市規則第3A.19條委任財通國際融資有限公司作為我們的合規顧問(「合規顧問」)。合規顧問將(其中包括)就上市規則項下的持續責任為我們提供專業意見，且除授權代表以外，作為本公司與聯交所溝通的額外渠道。合規顧問將可答覆聯交所的問詢，並於授權代表不便的情況下作為我們與聯交所之間的主要溝通渠道行事。
4. **香港法律顧問**：我們將留聘一名香港法律顧問，就[編纂]後的持續合規要求、上市規則及香港其他適用法律法規的任何修訂或補充及因其而產生的其他問題向我們提供意見。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
章國棟	中國 浙江省 永康市 江南街道 城南路別墅26號	中國
呂伊俐	中國 浙江省 永康市 江南街道 城南路別墅26號	中國
夏宸顯	中國 浙江省 杭州市 蕭山區 順發美哉美城3幢 2單元1201室	中國
獨立非執行董事		
楊雪芬	香港 半山區 羅便臣道68號 20樓	中國
陳天衛	香港 跑馬地 樂活道6號 比華利山 K座4樓2室	中國

董事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
施周峰	中國 安徽省合肥市 蜀山區琥珀五環城 和雅閣	中國

有關董事的履歷及其他相關資料，請參閱「董事及高級管理層」。

參與[編纂]的各方

聯席保薦人及[編纂] (按英文字母順序排列)	法國巴黎證券(亞洲)有限公司 香港 中環 金融街8號 國際金融中心二期 60樓及63樓
	招銀國際融資有限公司 香港 中環 花園道3號 冠君大廈45樓

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

本公司的法律顧問

香港法律：
金杜律師事務所
香港
皇后大道中15號
置地廣場
告羅士打大廈13層

中國法律：
北京市金杜律師事務所
中國
北京
朝陽區
東三環中路1號
環球金融中心東樓18層
郵編100020

開曼群島法律：
Harney Westwood & Riegels
香港
皇后大道中99號
中環中心3501室

聯席保薦人及[編纂]的法律顧問

香港及美國法律：
普衡律師事務所
香港
花園道1號
中銀大廈22樓

中國法律：
競天公誠律師事務所
中國
廣東省深圳市
南山區前海大道
前海嘉里商務中心T2棟1401A室

申報會計師及核數師

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師
香港
中環
太子大廈22樓

董事及參與[編纂]的各方

行業顧問

灼識行業諮詢有限公司

中國

上海

靜安區

普濟路88號

靜安國際中心B座10樓

郵編200071

[編纂]

轉讓定價顧問及香港稅務顧問

凱晉稅務諮詢有限公司

香港

銅鑼灣

恩平道28號

利園二期29樓

公司資料

註冊辦事處

Harneys Fiduciary (Cayman) Limited
4th Floor, Harbour Place
103 South Church Street
P.O. Box 10240
Grand Cayman KY1-1002
Cayman Islands

總部

中國
浙江省
杭州市
蕭山區
山水時代大廈2幢21樓

香港主要營業地點

香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心46樓

公司網站

www.mycarote.com
(本網站內容並非本文件的一部分)

公司秘書

陳婉梅女士
(*ACG HKACG*)
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心46樓

授權代表

章國棟先生
中國
浙江省
杭州市
蕭山區
山水時代大廈
2幢21樓

陳婉梅女士
(*ACG HKACG*)
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心46樓

公司資料

審核委員會
施周峰先生(主席)
楊雪芬女士
陳天衛博士

提名委員會
楊雪芬女士(主席)
施周峰先生
呂伊俐女士

薪酬委員會
陳天衛博士(主席)
楊雪芬女士
章國棟先生

[編纂]

合規顧問
財通國際融資有限公司
香港
皇后大道中181號
新紀元廣場
24樓2401-05室

主要往來銀行
滙豐銀行(中國)有限公司
中國
上海
世紀大道8號
上海國金中心
滙豐銀行大樓27樓

行業概覽

本節及本文件其他章節所列資料及統計數據摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告以及各種政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們就[編纂]委聘灼識諮詢編製獨立行業報告灼識諮詢報告。我們相信，本資料來源來自有關資料的適當來源，並已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性，或遺漏任何會導致該等資料變成虛假或具誤導性的事實。來自政府官方來源的資料未經我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。

全球廚具行業

2023年的全球廚具行業市值為1,070億美元，是最大的消費領域之一。隨著烹飪偏好的轉變，該行業持續穩定發展。烹飪偏好的變化受以下因素影響：愈加繁忙的城市生活節奏安排、健康飲食意識加強，以及人們將廚具視為生活方式消費品，該趨勢在可支配收入不斷增加的中產階級人群中尤為明顯。

隨著該行業不斷發展，分銷渠道亦由傳統的線下銷售逐步向線上銷售轉變。該轉變主要是由於線上市場得到普及，促進了物流及配送效率的提高，令線上銷售的效率提高。儘管傳統的線下銷售仍持續佔據大部分廚具銷售，但人們正明顯轉向線上購買，尤其是在中國及美國等國家。

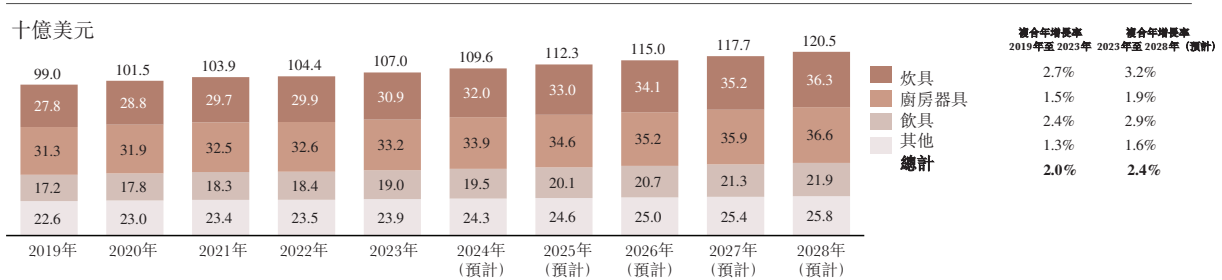
線上銷售的增加亦導致DTC模式日益普及，與傳統品牌相比，此模式有助於廚具品牌與消費者建立直接聯繫，從而獲得更多的銷售渠道控制權，降低對分銷商的依賴。採用DTC模式的品牌可直接獲取更多銷售數據，利用客戶關係管理系統以更有效地管理其用戶，提升用戶體驗，且能更有效地將用戶需求轉化為銷售。就產品研發而言，採用DTC模式的品牌亦可更快地直接回應客戶反饋，從而設計更符合客戶需求的產品，戰略性地推出新產品。

就產品種類而言，炊具細分領域包括烹飪過程中使用的基本器具，在烹飪過程中發揮著不可替代的作用，成為廚具行業中的突出類別。這為廚具品牌提供了利用交叉銷售策略和提供與炊具互補產品的機會，從而加強其市場影響力。2023年，全球炊具市場達致309億美元，佔全球整體廚具市場的28.9%。

行業概覽

廚房器具包括與炊具一同用於備製食物的各種工具，包括食物儲存容器及廚房工具，例如刀具、鍋鏟及磨碎器，佔2023年全球整體廚具市場31.1%。飲具包括各種飲料容器，例如保溫瓶、玻璃器具及運動水瓶。此外，廚具亦包括勺子、叉子、碗和盤子等器具，於整個烹飪過程中均不可或缺。下圖顯示於所示期間按類別劃分的全球廚具行業實際及預測市場規模。

按類別劃分的全球廚具行業市場規模，2019年至2028年(預計)



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

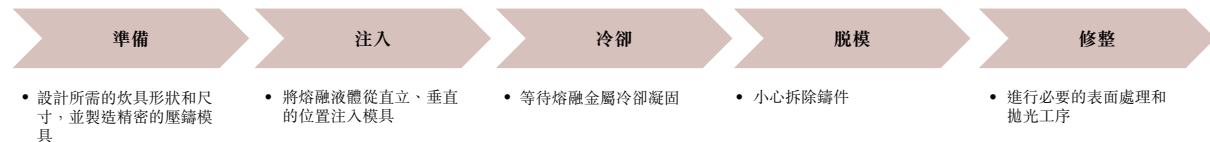
全球炊具行業

作為廚具行業的主要組成部分，全球炊具行業市場規模顯著增長，於2023年達致309億美元。隨著可支配收入的增加以及對多樣化及精緻炊具需求的增長，預計2028年全球炊具行業的市場規模將達至363億美元。值得注意的是，炊具行業的知名企業採用了靈活的供應鏈，能夠縮短生產週期，使新產品迅速適應不斷發展的消費者偏好，從而促進了炊具品類擴大，並加速了產品更新迭代。

在炊具種類方面，由於年輕一代消費者更崇尚高品質生活方式、重視輕鬆烹飪體驗，消費者開始追求高品質且時尚的炊具，推動嬰兒食品鍋及早餐鍋等產品創新。在取得該等進步的同時，傳統炊具面臨的挑戰亦得以解決。例如，通過提供一種防止食物粘連的表面，減少對過量油的需求，從而發明了不粘技術，為烹飪帶來了革命性的變化。因此，不粘鍋因其便利性及受熱均勻而迅速普及，成為家庭廚師及專業人士的熱門之選。2023年不粘鍋的全球市場規模達到126億美元，佔整體炊具市場的40.7%。

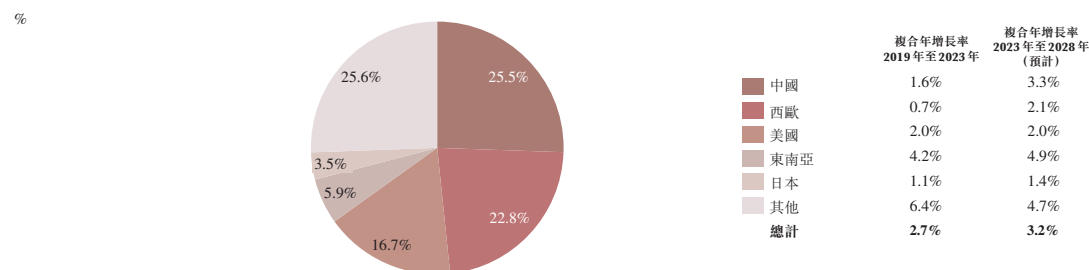
行業概覽

加工技術方面，壓鑄是一種將熔融金屬注入預先設計的模具後在壓力作用下使炊具成型的方法，可以最大限度地減少材料浪費，從而提高材料利用效率。此外，壓鑄工藝可以精確控制尺寸和形狀，降低產品變形及損壞的風險，從而提高炊具的耐用性。另外，壓鑄炊具通常具有堅固的底座和薄壁，可促進在明火上加熱食物更加均勻。因此，壓鑄炊具通常表現出很強的競爭力。然而，壓鑄技術通常需要更高的生產成本，導致最終產品的銷售價格上漲。



從全球地域組合而言，中國、西歐及美國具有重大的全球戰略意義，於2023年，按零售額計算，分別佔全球炊具市場的25.5%、22.8%及16.7%。下圖顯示2023年按地區市場劃分的全球廚具行業市場規模。

按地區劃分的全球炊具行業市場規模，2023年



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

全球炊具行業的市場驅動因素

家庭烹飪需求及生活方式不斷變化：隨著健康意識的提高及對食品安全問題的關注，越來越多的家庭選擇在家烹飪，從而擴大了炊具的用戶群。COVID-19的爆發極大地改變了人們的行為模式，證明了各行各業遠程工作的可行性，並提高了僱主及消費者的接受度，進而加快了在家烹飪的趨勢。此外，家庭烹飪不再僅僅是為了備製食物，亦被視為一種生活方式的選擇，尤其是在日益龐大的中產階級中，彼等更傾向於使用

行業概覽

時尚的炊具。隨著生活水平的不斷提高，人們對產品特性或功能的要求日益提高，如產品易於清潔及具更高性能，這促使炊具製造商加快產品迭代，不斷推出更符合市場需求的產品，從而吸引消費者購買更多產品。

消費者飲食習慣多樣化：社交媒體的使用增加促進全球烹飪習慣及烹飪方法的多樣化，進而有助於推動適合不同烹飪方法的炊具的設計和技術整合。同時，全球烹飪文化的融合亦進一步加快全球對為特定飲食偏好而定製的炊具的需求。因此，消費者會嘗試更多不同的菜餚，這需要使用不同類別的炊具。例如，消費者可使用不同的工具烹飪中式菜餚及美式菜餚。因此，消費者更可能購買更多種類的炊具，以滿足其各種烹飪需求。

線上市場為客戶提供更多選擇：電商渠道整合各地區對定製及專業產品類別的需求，促使炊具製造商積極拓寬產品種類，加快產品迭代，不斷推出優質及多樣化的產品。炊具的多樣化迎合更廣泛的廚房場景，為消費者提供廣泛選擇。此外，Facebook、Instagram及TikTok等社交媒體的出現有助於消費者精準找到所偏好的廚具，而該等平台上的視頻亦能讓消費者更容易地發現新產品功能，從而鼓勵消費者擁有更多炊具。物流的改善亦使客戶更容易獲得產品。

全球炊具市場的准入壁壘

全球影響力及銷售渠道：隨著跨境物流服務及全球電商行業迅速擴張，2019年至2023年全球B2C跨境電商的收益實現複合年增長率24.6%。完善的銷售渠道是領先炊具品牌擴張業務的關鍵，尤其對於線上零售商向國際市場擴張至關重要。為滿足全球消費者多樣化的炊具需求，該等國際化炊具品牌必須具備強大的全球運營能力、高效的產品交付系統，並與領先的電商平台緊密合作。新入行者由於行業經驗有限，難以拓展國際市場。

品牌知名度：就炊具而言，消費者對品牌的認知度及忠誠度非常重要，因為炊具與食品、健康及日常使用息息相關。成功的炊具品牌通常採用獨特的產品設計，積極開展品牌推廣活動，並將改善產品質量作為提升品牌知名度的首要任務。儘管該等炊

行業概覽

具品牌優先考慮產品質量，但價格競爭力亦十分重要。為實現該目標，彼等通常改進製造技術，如利用先進的壓鑄工藝來提高導熱性、保溫性及耐用性。彼等致力於透過採用先進的生產技術，以具競爭力的價格提供優質產品，這不僅能確保客戶滿意，還能提高品牌知名度和市場地位。與知名品牌相比，新入行者在說服客戶相信其產品品質方面將面臨挑戰，且在定價方面未必具備競爭力。

產品開發及創新：全球炊具行業消費者的偏好不斷變化，突顯出炊具公司推出能夠吸引現代消費者的新產品以迅速響應市場需求的重要性。具備縮短時限的能力將考驗企業的能力，那些能夠更快滿足市場需求的企業將從中獲益。因此，對於炊具品牌而言，快速推出新創新產品的能力及高效生產產品的能力亦非常重要。這通常對新入行者而言是很高的准入壁壘。

供應鏈管理：管理供應鏈及確保可持續盈利的能力是一個關鍵准入壁壘。自身擁有製造能力的品牌通常能以較低的成本生產產品，但對資本性支出的要求較高，這或會對維持生產利用率造成壓力。對於輕資產模式品牌而言，彼等將擁有更高的靈活性，但其降低成本的能力將取決於其從具成本競爭力的製造商採購的能力。較低的最低訂貨量使其能在下大訂單之前試水市場。此外，與其他消費品相比，炊具產品通常較重、體積較大，導致物流及庫存成本較高。因此，具備有效管理該等成本的能力至關重要。

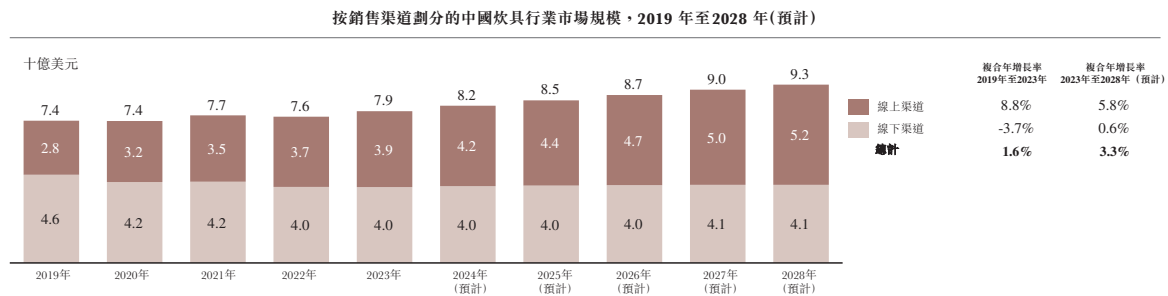
與消費者溝通：線上銷售的出現徹底改變了消費者的溝通方式。與消費者有效溝通有助於炊具品牌更好地了解消費者需求、培養品牌忠誠度、提升客戶滿意度及推廣產品。傳統企業依賴分銷商，通常缺乏與消費者直接溝通的能力，因此對市場需求的反應較慢。相反，採用DTC模式的公司能夠與消費者更有效地互動。新入行者可能會在迅速理解客戶見解及熟練定製溝通策略方面遇到挑戰。

行業概覽

中國炊具行業

中國豐富的烹飪文化造就了具有鮮明中國烹飪文化特色的多樣化炊具。隨著城市化率由2019年的60.6%提升至2023年的66.2%，經濟不斷增長，加上城鎮居民人均可支配收入由2019年的人民幣42,359元增長至2023年的人民幣51,812元，中國炊具市場由2019年的74億美元增長至2023年的79億美元。

電商平台發展及先進的線上支付系統亦進一步加速中國線上銷售渠道的發展。炊具市場的線上滲透率由2019年的38.0%升至2023年的50.0%。中國因其龐大的線上用戶基礎而成為全球最大的在線炊具市場。2023年，中國炊具線上銷售渠道市場規模達39億美元，預計到2028年將進一步增至52億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的中國炊具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

行業概覽

市場份額方面，本集團所在在線炊具市場高度分散，並無主導市場份額的參與者。根據灼識諮詢的資料，按線上零售額計，2023年中國前五炊具品牌佔市場份額不足15.2%，本集團為前五品牌之一，市場份額約為1.2%。本集團亦是中國最大電商市場的前五參與者之一，增長速度亦是最快之一。

2023年中國在線炊具行業零售額排名

排名	公司	2023年炊具業務產生的零售額 (人民幣十億元)	按2023年炊具業務產生的零售額計算的 市場份額佔比
1	公司A	~2.2	~7.9%
2	公司B	~0.8	~2.9%
3	公司C	~0.6	~2.2%
4	本集團	0.3	1.2%
5	公司D	~0.3	~1.1%

數據源：灼識諮詢報告

附註：

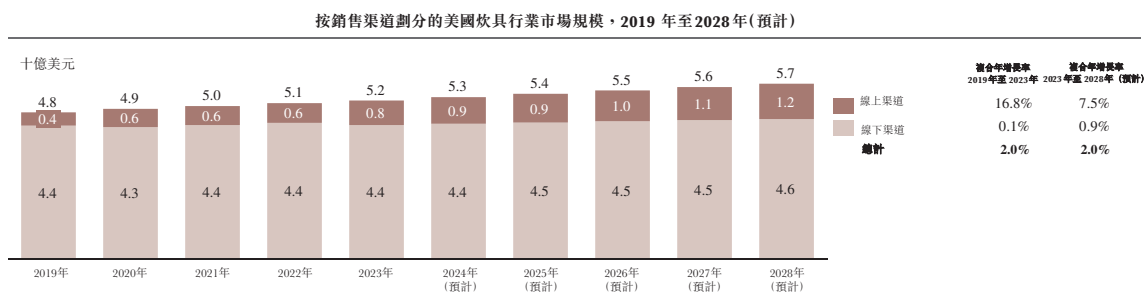
- (1) 公司A成立於1994年，總部位於杭州，擁有明火廚具、廚房小家電及廚衛電器三大業務領域，產品線豐富，為深圳證券交易所上市公司。
- (2) 公司B成立於2012年，總部位於浙江，目前擁有蜂窩鍋、不銹鋼鍋、節能鍋、廚房小家電、廚房配件、刀具等多個產品系列。
- (3) 公司C成立於1983年，總部位於永康，其產品包括炒、煎、湯、蒸等各類鍋具及廚具。
- (4) 公司D成立於1994年，總部位於濟南，主要包括豆漿機、破壁機、電飯煲、空氣炸鍋、炊具、淨水器、電蒸鍋、開水煲、麵條機等產品，為深圳證券交易所上市公司。

美國炊具行業

開放式廚房在美國盛行，人們對電磁爐情有獨鍾，導致對適用於電磁爐的炊具需求較大。此外，遠程辦公日益普及及重塑美國白領的工作及生活習慣。根據灼識諮詢報告，58%的美國受訪者表示可獲得遠程辦公的機會。該趨勢導致家庭烹飪增加，推動炊具市場擴張。美國炊具行業市場規模於2023年達52億美元，預計2028年將增至57億美元。

行業概覽

電商平台技術發展推動美國炊具市場在線銷售佔比上升。2023年，美國在線銷售市場規模，於總市場規模佔比為15.5%，該領域增長潛力巨大，美國在線炊具市場規模於2028年預計為12億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的美國炊具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

本集團所在在線炊具市場高度分散，並無主導市場份額的參與者。根據灼識諮詢的資料，按線上零售額計，2023年美國前五炊具品牌僅佔市場份額約42.1%，本集團為前二品牌之一，市場份額約為13.1%。本集團亦是美國最大電商市場的前四參與者之一，增長速度亦是最快之一。

2023年美國在線炊具行業的零售額排名

排名	公司	按2023年炊具業務產生的零售額計算的市場份額佔比
1	公司E	~14.9%
2	本集團	13.1%
3	公司F	~6.0%
4	公司G	~5.6%
5	公司H	~2.5%

數據源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司E成立於1896年，總部位於美國，主營鑄鐵鍋及平底鍋。
- (2) 公司F成立於1956年，總部位於法國，提供各種炊具、小家電及廚房配件。

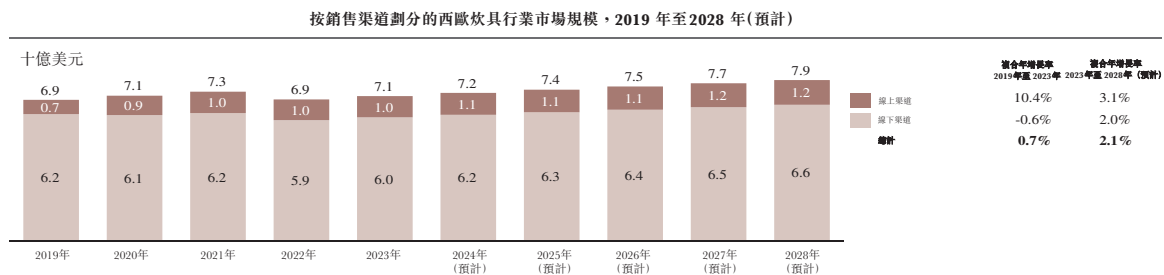
行業概覽

- (3) 公司G成立於1911年，總部位於巴西，其產品主要包括各種廚房器具及設備、電器、農業工具、園藝工具、工業及汽車維修工具、民用建築工具、電氣材料、木制及塑料傢具、多功能車輛，此外還有最新的瓷器餐具。
- (4) 公司H成立於1971年，總部位於美國，提供全方位的烹飪資源，產品種類繁多。

西歐炊具行業

近年來，其他地區的產品引進迫使西歐品牌商降價以保持競爭力，令其中端產品組合不可避免地受到影響。相反，重視持久品質、精湛工藝、獨特經典設計和使用壽命的消費者會持續為家庭尋求優質產品。因此，市場反映具成本效益的產品愈加受青睞。2023年，西歐炊具市場規模為71億美元。預計到2028年市場將達79億美元。

在西歐，消費者偏愛展現創新及獨特性、且提供更多顏色選擇及定製設計的炊具產品。該地區在線渠道的發展迎合了該等偏好，讓當地消費者有機會選擇最前沿、最精緻的炊具產品。因此，西歐在線炊具行業的市場規模預計將由2023年的10億美元增至2028年的12億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的西歐炊具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

本集團所在在線炊具市場高度分散，並無主導市場份額的參與者。根據灼識諮詢的資料，按線上零售額計，2023年西歐前五炊具品牌僅佔市場份額不足15.0%，本集團為前三品牌之一，市場份額約為1.3%。本集團亦是西歐最大電商市場的前三參與者之一，增長速度亦是最快之一。

行業概覽

2023年西歐在線炊具行業的零售額排名

排名	公司	按2023年
		炊具業務產生的零售額計算 的市場份額佔比
1	公司F	~8.7%
2	公司I	~3.4%
3	本集團	1.3%
4	公司J	~1.0%
5	公司K	~0.6%

數據源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司F成立於1956年，總部位於法國，提供各種炊具、小家電及廚房配件。
- (2) 公司I成立於1853年，總部位於德國，其產品涵蓋五大類數百種產品，包括備餐、烹飪、餐飲、飲品及小家電。
- (3) 公司J成立於1901年，總部位於意大利，主營炊具、餐具及其他廚房用具。
- (4) 公司K成立於1731年，總部位於德國，提供各種廚房必需品，包括刀具、炊具、餐具及小家電。

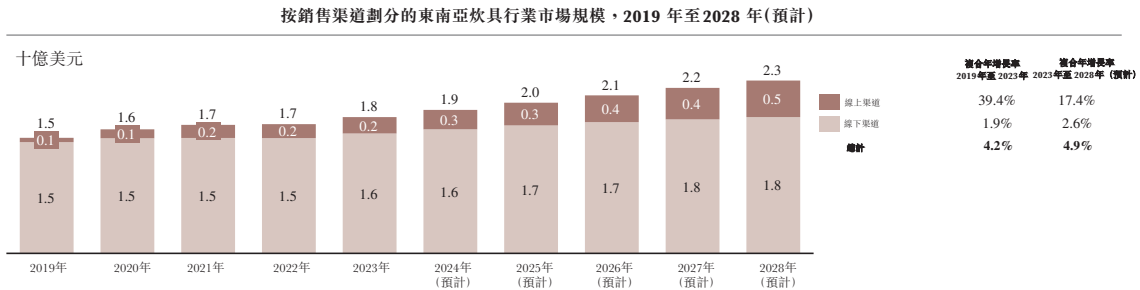
東南亞炊具行業

東南亞人口預計於2028年達到707.0百萬人，為炊具行業提供了龐大的消費者群體。東南亞炊具行業市場規模有所增長，乃由多項因素所致，包括消費者購買力的持續提高、不同國家烹飪偏好的差異、西方飲食習慣的潛移默化以及區域供應鏈的顯著改善。預計東南亞炊具行業市場規模將由2023年的18億美元增至2028年的23億美元。

東南亞智能手機和互聯網連接日益普及，導致轉向在線平台購買炊具的消費者人數激增。按零售額計，東南亞的電商滲透率由2019年的3.7%提升至2023年的10.9%。COVID-19大流行進一步加快消費者轉向在線購物，因為消費者可在舒適的家中購買炊具，將安全和便利放在首位。為響應這日益增長的需求，電商平台積極與炊具品牌合作，

行業概覽

擴大其產品範圍，加強物流及配送服務。因此，預計東南亞在線炊具行業市場規模將由2023年的2億美元達至2028年的5億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的東南亞炊具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

本集團所在在線炊具市場高度分散，並無主導市場份額的參與者。根據灼識諮詢的資料，按線上零售額計，2023年東南亞前五炊具品牌佔市場份額約35.8%，本集團為前二品牌之一，市場份額約為8.6%。

2023年東南亞在線炊具行業的零售額排名

排名	公司	按2023年炊具業務產生的零售額計算的市場份額佔比
1	公司F	~10.1%
2	本集團	8.6%
3	公司I	~6.2%
4	公司L	~5.9%
5	公司M	~5.0%

數據源：灼識諮詢報告

附註：

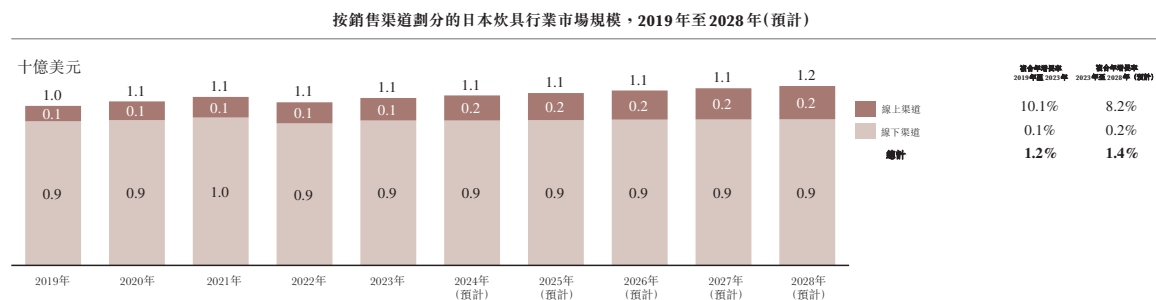
- (1) 公司F成立於1956年，總部位於法國，提供各種炊具、小家電及廚房配件。
- (2) 公司I成立於1853年，總部位於德國，其產品涵蓋五大類數百種產品，包括備餐、烹飪、餐飲、飲品及小家電。
- (3) 公司L成立於2018年，總部位於中國，主營廚具及廚房電器。
- (4) 公司M成立於1962年，總部位於韓國，主營廚具及廚房電器。

行業概覽

日本炊具行業

日本烹飪文化以其種類繁多的獨特菜餚聞名，產生了對特定類別專用炊具的需求。著名例子包括日式粘土鍋、壽喜燒和玉子燒鍋。2023年，日本炊具市場的市場規模為11億美元，預計2028年將達到12億美元。

得益於在線零售商提供的豐富產品選擇、有競爭力的價格及送貨上門的便利性，日本在線炊具市場顯著增長。由於在線購物的日益普及和便利性，更多消費者轉向在線平台以滿足炊具需求。COVID-19大流行進一步加快消費者轉向在線購物，因為消費者將安全和便利放在首位。因此，日本在線炊具行業市場規模預計將迎來快速增長，預計將由2023年的1億美元增至2028年的2億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的日本炊具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

本集團所在在線炊具市場較分散，但相對其他地區更為集中。根據灼識諮詢的資料，按2023年線上零售額計，日本前五炊具品牌佔市場份額約44.3%，而最大參與者(總部位於法國的國際品牌)的市場份額約為17.9%。本集團為前五參與者之一，2023年市場份額約為8.1%。

行業概覽

2023年日本在線炊具行業的零售額排名

排名	公司	按2023年炊具業務產生的零售額計算的市場份額佔比
1	公司F	~17.9%
2	公司N	~10.3%
3	本集團	8.1%
4	公司O	~4.5%
5	公司P	~3.4%

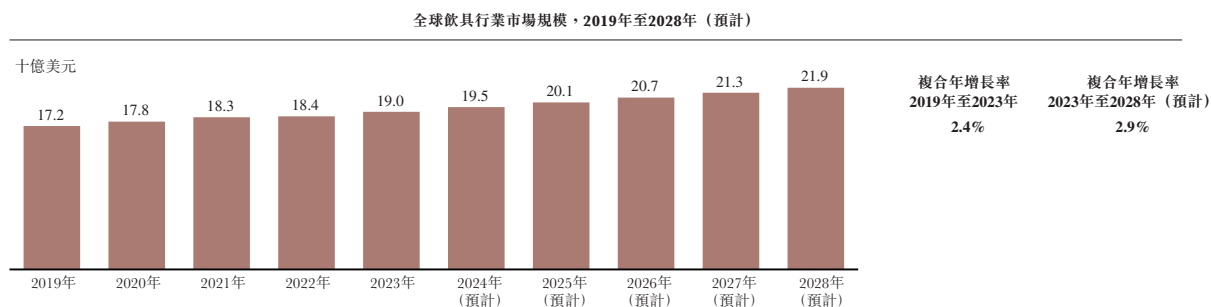
數據源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司F成立於1956年，總部位於法國，提供各種炊具、小家電及廚房配件。
- (2) 公司N成立於1904年，總部位於德國，主要生產食品及飲料保溫容器以及其他消費品。
- (3) 公司O成立於1951年，總部位於日本，主要設計及銷售煎鍋、鍋及其他廚房器具。
- (4) 公司P成立於1974年，總部位於日本，主要產品包括家用電器、鐘錶珠寶、食品、酒類、運動服裝、運動鞋、進口箱包、進口雜貨、家居用品、廚房用品、室內裝飾產品及倉儲產品。

全球飲具行業

飲具是日常生活最不可或缺的廚具類別之一。隨著消費者生活方式的升級，彼等越來越傾向於精緻美觀及設計獨特的飲具。具有快速創新及適應市場動態的敏捷製造商享有明顯的優勢。此外，不同背景下對專業飲具需求的快速增長推動飲具市場迅速發展。因此，全球飲具市場預計將自2023年的190億美元增至2028年的219億美元。下圖顯示於所示期間全球飲具行業實際及預測市場規模。

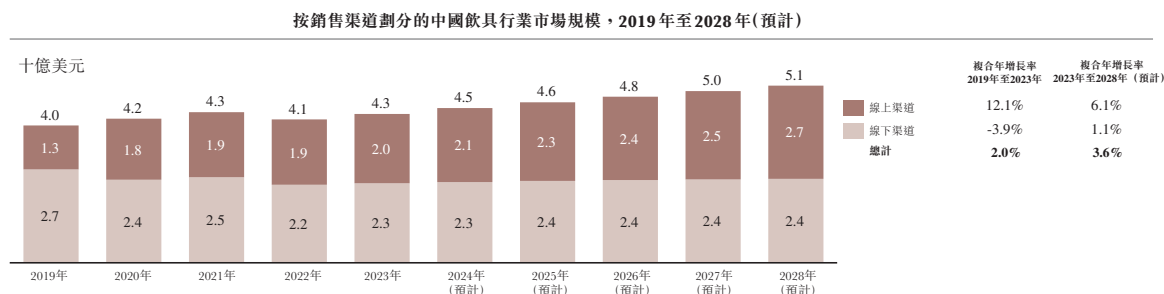


數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

行業概覽

中國飲具行業

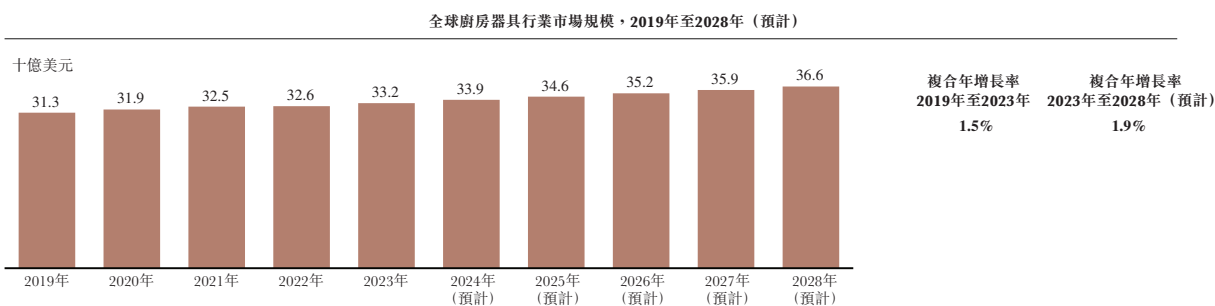
飲具屬性獨特，其特點是固有的輕巧設計及對線下體驗式購物依賴較少，使其非常適合線上零售渠道。該等品質轉化為更低的交付成本，在非玻璃飲具中尤為明顯，並促進無縫在線購買，而無需於實體店試用。利用該等優勢，中國在線飲具市場預計將自2023年的20億美元增至2028年的27億美元。下圖顯示於所示期間按銷售渠道劃分的中國飲具行業實際及預測市場規模。



數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

全球廚房器具行業

除炊具外，廚師亦依賴必要的廚房器具協助烹飪過程。該等器具有助於各種食物備制任務，在材料、設計及功能方面不斷創新，以滿足家庭廚師及專業廚師不斷變化的需求。鑑於消費者偏好、技術進步及市場趨勢不斷變化，預計廚房器具市場將繼續增長，預計將從2023年的332億美元增至2028年的366億美元。下圖顯示於所示期間全球廚房器具行業實際及預測市場規模。



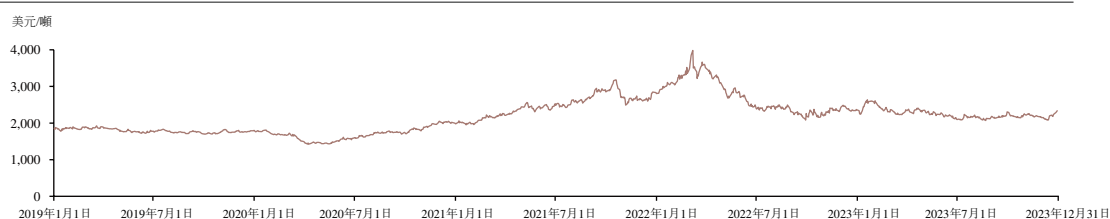
數據源：國際貨幣基金組織、世界銀行、灼識諮詢報告

行業概覽

全球炊具行業主要原材料價格的歷史趨勢

鋁是炊具製造所用的主要原材料。於2019年至2023年期間，由於宏觀經濟狀況及供需動態，鋁價經歷波動。自2020年起，全球經濟復蘇及鋁供應鏈中斷加劇了特定地區的鋁短缺。中國作為全球主要的鋁供應商，對鋁製造商實施碳中和策略及生產法規，加劇了短缺。鋁價於2022年第一季度達到頂峰，此後有所下降，但於2023年有趨於穩定的跡象。

倫敦金屬交易所當前鋁價，2019年至2023年



數據源：灼識諮詢報告

炊具成本明細中主要原材料通常佔總成本約40%。原材料價格的微小波動通常不會對製成品最終售價產生重大影響。然而，原材料價格的大幅波動可能導致炊具價格上調或下調。

資料來源

我們委託灼識諮詢對全球廚具行業進行研究分析並撰寫報告，費用約為人民幣670,000元。委託報告由灼識諮詢獨立編製，不受本公司或其他相關方的影響。灼識諮詢提供行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢。灼識諮詢的顧問團隊積極跟蹤消費品與服務、農業、化工、營銷與廣告、文化娛樂、能源與工業、金融與服務、醫療保健、科技、媒體和通信及交通運輸等各行業的最新市場趨勢，擁有該等行業最相關、最具洞察力的市場情報。除非另有說明，本節中的所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。我們亦參考「概要」、「風險因素」、「業務」及「財務資料」章節的部分資料，以更全面地介紹我們經營所在的行業。

監管概覽

本節載列與我們於各司法管轄區經營業務相關之若干法律法規的概要。

與我們於中國的業務有關的法律法規

產品質量及安全生產法規

《中華人民共和國產品質量法》

根據全國人民代表大會常務委員會於1993年2月22日頒佈的《中華人民共和國產品質量法》(自1993年9月1日起生效，於2009年8月27日修訂及生效，並於2018年12月29日最新修訂)，本法適用於中國境內任何產品的所有生產及銷售活動。生產者及銷售者應依照本法規定承擔產品質量責任。因產品存在缺陷造成人身或財產損害的，受害人可以向生產者或銷售者要求賠償。倘責任在於生產者而由銷售者賠償的，銷售者有權向生產者追償。倘責任在於銷售者而由生產者賠償的，生產者有權向銷售者追償。

《中華人民共和國安全生產法》

根據全國人民代表大會常務委員會於2002年6月29日頒佈的《中華人民共和國安全生產法》(自2002年11月1日起生效，先後於2014年8月31日及2021年6月10日修訂並自2021年9月1日起生效)，生產經營單位應當具備本法及其他有關法律、行政法規、國家標準及行業標準規定的安全生產條件。不具備安全生產條件的任何單位不得從事生產經營活動。生產經營單位的主要負責人應對本單位的安全生產工作負有下列職責，包括建立健全本單位安全生產責任制及組織制定本單位安全生產規章制度及操作規程等。生產經營單位應當提供用於配備勞動防護用品及進行安全生產培訓的經費。

監管概覽

有關進出口貨物的法規

《中華人民共和國對外貿易法》及《對外貿易經營者備案登記辦法》

根據全國人大常委會於1994年5月12日頒佈的《中華人民共和國對外貿易法》(於1994年7月1日實施且其後於2004年4月6日、2016年11月7日及2022年12月30日修訂)，以及商務部於2004年6月25日頒佈的《對外貿易經營者備案登記辦法》(於2004年7月1日實施且其後於2016年8月18日及2021年5月10日修訂)，從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者，應當向商務部或者其委託的機構辦理備案登記。對外貿易經營者未辦理備案登記的，海關不予辦理進出口貨物的報關驗放手續。

《中華人民共和國海關法》

根據全國大人常委會於1987年1月22日頒佈的《中華人民共和國海關法》(於2000年7月8日、2013年6月29日、2013年12月28日、2016年11月7日、2017年11月4日及2021年4月29日修訂並於2021年4月29日生效)，進出口貨物，除另有規定者外，可以由進出口貨物收發貨人自行辦理報關納稅手續，也可以由進出口貨物收發貨人委託海關准予註冊登記的報關企業辦理報關手續。進出口貨物收發貨人、報關企業辦理報關手續，必須依法經海關註冊登記。

《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》

根據海關總署於2021年11月19日頒佈並於2022年1月1日生效的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，進出口貨物的收發貨人以及從事報關的報關企業須依法向相關海關行政部門辦理備案手續。

監管概覽

環境保護法規

《中華人民共和國環境保護法》

《中華人民共和國環境保護法》由全國人民代表大會常務委員會於1989年12月26日頒佈，並於2014年4月24日修訂。倘編製任何開發利用規劃及建設對環境有影響的任何項目，應當依法進行環境影響評價。未依法進行環境影響評價的開發利用規劃，不得組織實施；未依法進行環境影響評價的建設項目，不得開工建設。建設項目中防治污染的設施，應當與主體工程同時設計、同時施工及同時投產使用。防治污染的設施應當符合經批准的環境影響評價文件的要求，不得擅自拆除或者閒置。生產、儲存、運輸、銷售、使用及處置化學物品以及含有放射性物質的物品，應當遵守國家有關規定，防止污染環境。

《中華人民共和國環境影響評價法》

《中華人民共和國環境影響評價法》由全國人民代表大會常務委員會於2002年10月28日頒佈並於2016年7月2日及2018年12月29日修訂。國家根據建設項目對環境的影響程度對建設項目的環境影響評估實行分類管理。建設單位應當按照下列規定組織編製環境影響報告書及環境影響報告表或者填報環境影響登記表（「**環境影響評價文件**」）：(1)可能造成重大環境影響的，應當編製環境影響報告書，對產生的環境影響進行全面評價；(2)可能造成輕度環境影響的，應當編製環境影響報告表，對產生的環境影響進行分析或者專項評價；(3)對環境影響很小、不需要進行環境影響評價的，應當填報環境影響登記表。

監管概覽

《建設項目環境保護管理條例》

根據中國國務院於1998年11月29日頒佈並於1998年11月29日生效再由國務院於2017年7月16日最新修訂並於2017年10月1日生效的《建設項目環境保護管理條例》，建設單位應當視環境影響的程度將環境影響報告書及相關行政主管部門編製的所需環境影響報告表上報主管部門。環境保護設施必須與主體工程同時設計、同時施工及同時投產使用。建設項目竣工後，建設單位應當向環境保護行政主管部門申請驗收。

《建設項目環境影響評價分類管理目錄》

根據國務院環境保護行政主管部門制定及頒佈的《建設項目環境影響評價分類管理目錄》(於2021年1月1日最新修訂及生效)，建設項目的環境影響報告書及報告表應當由建設單位報有審批權的環境保護部門審批。

《建設項目竣工環境保護驗收暫行辦法》

《建設項目竣工環境保護驗收暫行辦法》由原環境保護部(現為生態環境部)於2017年11月20日頒佈及實施。本辦法規範有關建設項目竣工後建設單位開展環境保護驗收的程序及標準。

《排污許可管理辦法》

國務院於2021年1月24日頒佈並於2021年3月1日生效的《排污許可管理條例》及中國生態環境部於2024年4月1日頒佈並於2024年7月1日生效的《排污許可管理辦法》將取代《排污許可管理辦法(試行)》，當中訂明納入固定污染源排污許可分類管理名錄的企業、事

監管概覽

業單位及其他生產經營者應當按照規定的期限申請並取得排污許可證；未納入名錄的排污單位暫時無須申請排污許可證。於2019年12月20日，中國生態環境部發佈《固定污染源排污許可分類管理名錄[2019年版]》，同時廢止《固定污染源排污許可分類管理名錄[2017年版]》。

有關外商投資企業的法規

《鼓勵外商投資產業目錄》(《鼓勵目錄》)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》

國家發改委及商務部於2022年10月26日發佈並於2023年1月1日生效的《鼓勵外商投資產業目錄(2022年版)》(「**《鼓勵目錄》**」)，繼續將製造業作為鼓勵外商投資的重點方向，提升產業鏈供應鏈水平。《鼓勵目錄》亦進一步促進服務業及製造業融合發展，新增或擴展專業設計、技術服務及開發等條目。

《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》(「**負面清單**」)由國家發改委及商務部於2021年12月27日發佈，並於2022年1月1日實施。負面清單統一規定外商投資准入的限制措施，如對股權及高級管理層的要求，及限制或禁止外商投資的行業。負面清單涵蓋12類行業，任何不在負面清單內的行業均應根據國內外投資平等對待的原則管理。《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》已於2024年8月19日獲採納。

《外商投資信息報告辦法》

商務部及國家市場監督管理總局於2019年12月30日發佈《外商投資信息報告辦法》，其於2020年1月1日生效並取代《管理暫行辦法》。自2020年1月1日起，就外國投資者於中

監管概覽

國境內直接或間接進行投資活動而言，外國投資者或外商投資企業應根據該等辦法向商務主管部門遞交投資資料。

《中華人民共和國外商投資法》

於2019年3月15日，十三屆全國人大常委會第二次會議通過《中華人民共和國外商投資法》(「《外商投資法》」)，該法於2020年1月1日生效。根據《外商投資法》，「外商投資」是指外國的自然人、企業或者其他組織(「外國投資者」)直接或者間接進行的投資活動，包括下列情形：(1)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；(2)外國投資者取得中國境內企業的股份、股權、財產份額或者其他類似權益；(3)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及(4)外國投資者通過法律、法規或者國務院規定的其他方式的投資。國家對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。准入前國民待遇，是指在投資准入階段給予外國投資者及其投資不低於本國投資者及其投資的待遇；負面清單，是指國家規定在特定領域對外商投資實施的准入特別管理措施。國家對負面清單之外的外商投資，給予國民待遇。負面清單由國務院發佈或者批准發佈。在《外商投資法》生效後，《外商投資法》已取代《中華人民共和國中外合資經營企業法》、《中華人民共和國中外合作經營企業法》及《中華人民共和國外資企業法》成為中國外商投資法律基礎。

與外匯有關的法規

《中華人民共和國外匯管理條例》

根據《中華人民共和國外匯管理條例》(於2008年8月5日修訂)，人民幣在分派股利、利息支付、貿易及服務相關外匯交易等經常項目下可自由兌換，而在直接投資、貸款、在中國境外進行投資金額及證券投資轉移等資本項目下不可自由兌換，除非獲國家外匯管理局事先批准並向國家外匯管理局事先登記。

監管概覽

《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》

國家外匯管理局頒佈《關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**國家外匯管理局19號文**」)。國家外匯管理局19號文規定：(1)外商投資企業外匯資本金實行意願結匯管理，企業可自由選擇資本金結匯時機；(2)外商投資企業資本金及其結匯資金的使用應符合外匯管理相關規定，對資本金使用實施負面清單管理；(3)便利外商投資企業以結匯所得人民幣資金開展境內股權投資；(4)進一步規範結匯資金的支付管理，明確銀行按照展業三原則承擔真實性審核義務；(5)明確和簡化其他直接投資項下外匯賬戶資金結匯及使用管理。

《國家外匯管理局關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的通知》

國家外匯管理局於2023年12月4日發佈《國家外匯管理局關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的通知》(「**國家外匯管理局28號文**」)。國家外匯管理局28號文有助於進一步推進簡政放權、崇尚創新、強化監管職能、優化服務，提升實體經濟外匯管理服務能力和水準，促進跨境貿易投資便利化。

《關於印發〈外國投資者境內直接投資外匯管理規定〉及配套文件的通知》

自2012年起，國家外匯管理局頒佈若干通知，對現行外匯管理程序作出重大修改及精簡。根據該等通知，開立多個特殊目的外匯賬戶、外國投資者在中國境內所得人民幣收益的再投資、外商投資企業向其國外股東匯出外匯利潤及股利毋須再經國家外匯管理局批准或核證。此外，境內公司獲允許不僅可向其境外附屬公司，亦可向其境外

監管概覽

母公司及聯屬公司提供跨境貸款。國家外匯管理局於2013年5月頒佈及於同日開始實行《關於印發〈外國投資者境內直接投資外匯管理規定〉及配套文件的通知》(於2018年10月修訂)，規定國家外匯管理局或其地方分支機構對外國投資者境內直接投資的管理應當實行登記管理，銀行應依據國家外匯管理局及其分支機構提供的登記信息辦理境內直接投資相關外匯業務。

《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》

於2015年2月，國家外匯管理局頒佈《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局13號文**」)，於2015年6月1日生效。國家外匯管理局13號文取消國家外匯管理局地方分支機構根據國家外匯管理局相關規定核准境內及境外直接投資相關的外匯登記的權力，改由銀行辦理，從而進一步簡化境內及境外直接投資項下外匯登記手續。

《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》

於2017年1月18日，國家外匯管理局發佈並於同日開始實行《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》(「**國家外匯管理局3號文**」)，規定境內機構向境外機構境外匯出利潤的若干資本控制措施，包括(i)銀行應按真實交易原則審核董事會利潤分配決議、稅務備案表原件、經審核的財務報表；及(ii)境內機構利潤匯出前應先依法彌補以前年度虧損。此外，根據國家外匯管理局3號文，境內機構辦理境外投資登記手續時，應當詳細說明投資資金來源與資金用途情況，提供董事會決議、合同及其他證明材料。

《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》

國家外匯管理局於2014年7月4日頒佈並於同日開始實行的《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「**國家外匯管理局37號文**」)要求中國居民或實體以境外投融資為目的設立境外實體或控制所設境

監管概覽

外實體的，向國家外匯管理局或其地方分支機構登記。此外，當境外特殊目的公司發生有關中國公民或居民、名稱、經營期限等基本信息變更，或發生增資、減資、股權轉讓或置換、合併或分立等重要事項變更時，有關中國居民或實體須向國家外匯管理局變更登記。

與稅務有關的法規

《中華人民共和國企業所得稅法》

根據全國人民代表大會於2007年3月16日頒佈、於2008年1月1日生效並經全國人大常委會於2017年2月24日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及國務院於2007年12月6日頒佈、於2008年1月1日生效並經國務院於2019年4月23日修訂及於當日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，將對國內企業、外商投資企業以及在中國設立生產及經營設施的外國企業統一按稅率25%徵收所得稅。該等企業分為居民企業和非居民企業。居民企業指依照中國法律成立的企業或依照外國法律成立但實際管理機構在中國境內的企業。非居民企業指依照外國法律成立且實際管理機構不在中國境內，但有來源於中國境內收入的企業(無論是否在中國境內設立機構場所)。《企業所得稅法》及相關實施條例規定實行統一企業所得稅稅率25%。然而，倘非居民企業未在中國境內設立機構或辦事處，或雖設立機構或辦事處但在中國取得的有關收入與所設機構或辦事處並無實際聯繫，則適用企業所得稅稅率為10%。

根據《高新技術企業認定管理辦法》被認定為高新技術企業的企業有權享受15%的優惠企業所得稅稅率。高新技術企業資格的有效期為自高新技術企業證書頒發之日起計三年。企業可重新申請認定為高新技術企業。

監管概覽

《關於提高研究開發費用稅前加計扣除比例的通知》

根據中國財政部、國家稅務總局及中國科學技術部於2018年9月20日發佈且於同日生效的《關於提高研究開發費用稅前加計扣除比例的通知》，就企業研發活動中實際產生的研發費用而言，於2018年1月1日至2020年12月31日期間，除其他實際扣除額外，實際費用額的額外75%可於稅前扣除，惟上述費用不會轉換為無形資產且計入企業當期損益；然而，倘上述費用已轉換為無形資產，則可在上述期間按照稅前無形資產成本的175%攤銷。

《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》

根據中國內地與香港於2006年8月21日簽訂的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》（「**稅收安排**」），倘中國企業的非中國母公司為香港居民，其擁有該中國企業的25%或以上權益，則經有關稅務機關批准後，《企業所得稅法》下的預扣稅稅率10%可分別調低至5%（就股利而言）及7%（就利息付款而言）。國家稅務總局於2018年2月3日頒佈並於2018年4月1日生效的《國家稅務總局關於稅收協定中「受益所有人」有關問題的公告》，訂明「受益所有人」是指對所得或所得據以產生的權利或財產具有所有權和支配權的人。當締約對方居民從中國獲得股利收入時，該人可能被確定為「受益所有人」。

國家稅務總局於2009年2月20日頒佈並生效的《國家稅務總局關於執行稅收協定股利條款有關問題的通知》規定，倘離岸交易或安排的主要目的是為獲得優惠稅收待遇，則

監管概覽

非居民納稅人或扣繳義務人應該取得並保有充足的證明文件，以證明股利受益人符合稅收安排規定的可享受較低預扣稅率的相關要求。

根據國家稅務總局於2019年10月14日頒佈並於2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，非居民納稅人自行判斷符合享受協定待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受協定待遇，同時歸集和留存相關資料備查，並接受稅務機關後續管理。

《中華人民共和國稅收徵收管理法》

根據《企業所得稅法》及其實施細則以及《中華人民共和國稅收徵收管理法》，關聯方交易應遵守公平磋商原則。倘關聯方交易未能遵守公平磋商原則，造成企業應課稅收入減少，則稅務機關有權於不合規關聯方交易發生的納稅年度起十年內以合理方法作出調整。根據相關法律法規，任何與另一間公司訂立關聯方交易的公司應向稅務機關遞交年度關聯業務往來報告表。

《國家稅務總局關於完善關聯申報和同期資料管理有關事項的公告》

根據於2016年6月29日頒佈及生效的《國家稅務總局關於完善關聯申報和同期資料管理有關事項的公告》，進行關聯方交易的企業應當按納稅年度準備並按稅務機關要求提供其關聯交易的同期資料。同期資料包括主體文檔、本地文檔及特殊事項文檔，該等文檔各自適用於有關中國公司關聯方交易的不同情況。

監管概覽

《國家稅務總局關於發佈特別納稅調查調整及相互協商程序管理辦法的公告》及《特別納稅調整實施辦法(試行)》

根據《國家稅務總局關於發佈特別納稅調查調整及相互協商程序管理辦法的公告》(於2017年3月17日頒佈及於同日生效，並於2018年6月15日修訂，其部分廢止《特別納稅調整實施辦法(試行)》)，企業收到稅務機關的特別納稅調整風險提示或者發現自身存在特別納稅調整風險的，可以自行調整補稅，稅務機關仍可按照有關規定實施特別納稅調查調整。

中國增值稅

根據國務院於1993年12月13日頒佈、於1994年1月1日生效並於2008年11月10日、2016年2月6日及2017年11月19日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及財政部於1993年12月25日頒佈並於同日生效、於2008年12月15日及2011年10月28日修訂並於2011年11月1日生效的《增值稅暫行條例實施細則》，所有在中國境內銷售貨物或提供加工、修理修配勞務、銷售服務、無形資產、不動產及進口貨物的納稅人應當繳納增值稅。一般納稅人銷售貨物、勞務、有形動產租賃服務或者進口貨物，稅率為17%；納稅人出口貨物，適用稅率為零，另有規定者除外。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日刊發的《關於調整增值稅稅率的通知(財稅[2018]32號)》，倘納稅人發生增值稅應課稅銷售行為或進口貨物，適用稅率應分別由17%調整為16%及由11%調整為10%。該通知於2018年5月1日生效，且根據該通知，調整後的增值稅稅率同時生效。

根據財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日刊發的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(財政部、稅務總局、海關總署公告2019年第39號)的條文，增值稅

監管概覽

一般納稅人發生增值稅應課稅銷售行為或進口貨物，適用稅率應分別由16%調整為13%及由10%調整為9%。該公告於2019年4月1日生效，且根據該公告，調整後的增值稅稅率同時生效。

《財政部、國家稅務總局關於出口貨物勞務增值稅和消費稅政策的通知》

根據中國財政部及國家稅務總局於2012年5月25日發佈之《財政部、國家稅務總局關於出口貨物勞務增值稅和消費稅政策的通知》，其中若干條款自2011年1月1日起生效而其他條款自2012年7月1日起生效，出口企業出口貨物及勞務可享受免徵和退還增值稅政策。除財政部和國家稅務總局根據國務院決定而明確的增值稅出口退稅率(以下稱「退稅率」)外，出口貨物的退稅率為其適用稅率。國家稅務總局根據上述規定將退稅率通過出口貨物勞務退稅率文庫予以發佈，供徵納雙方執行。退稅率有調整的，除另有規定外，其執行時間以貨物(包括被加工、修理及修配的貨物)出口貨物報關單(出口退稅專用)上註明的出口日期為準。

勞動、社會保險及住房公積金法規

《中華人民共和國勞動合同法》

根據全國人民代表大會常務委員會於2007年6月29日公佈的《中華人民共和國勞動合同法》(自2008年1月1日起生效，於2012年12月28日修訂及公佈，並於2013年7月1日生效)，訂立勞動合同應當遵循合法、公平、平等、自願、協商一致及誠實信用的原則。用人單位應當依法建立完善的僱傭規章制度，保障勞動者享有勞動權利並履行勞動義務。

監管概覽

社會保險相關法規

根據《工傷保險條例》(於2004年1月1日初步實施，並於2010年修訂)、《企業職工生育保險試行辦法》(於1995年1月1日生效)、《國務院關於建立統一的企業職工基本養老保險制度的決定》(於1997年7月16日發佈)、《國務院關於建立城鎮職工基本醫療保險制度的決定》(1998年12月14日頒佈)、《失業保險條例》(於1999年1月22日頒佈)、《社會保險費徵繳暫行條例》(於1999年1月22日實施及於2019年3月24日修訂)及《中華人民共和國社會保險法》(全國人民代表大會常務委員會於2010年10月28日發佈，於2011年7月1日生效及於2018年12月29日修訂)的規定，中國境內企業有責任向其僱員提供福利計劃，涵蓋基本養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及基本醫療保險。用人單位須向地方行政部門繳納上述社會保險費，未繳納社會保險費的，將處以罰款並責令限期繳足。

《住房公積金管理條例》

根據國務院於1999年4月3日公佈並於同日生效、後於2019年3月24日修訂並於同日生效的《住房公積金管理條例》，用人單位應當按照國家有關規定為本單位職工繳存住房公積金。

《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》

於2018年9月18日，國務院常務會議宣佈，在社保徵收機構改革到位前，即於2019年1月1日完成將社會保險費徵管職責由人力資源和社會保障部劃轉到國家稅務總局前，各地一律保持現有社保政策不變。於2018年9月21日，人力資源和社會保障部發佈《關於

監管概覽

貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，並規定在社保徵收機構改革到位前，各地現行的社保繳費費率及基數等相關徵收政策，要一律保持不變。

《關於實施進一步支持和服務民營經濟發展若干措施的通知》

於2018年11月16日，國家稅務總局發佈《關於實施進一步支持和服務民營經濟發展若干措施的通知》，規定社會保險政策須保持穩定。國家稅務總局要積極配合有關部門降低社保費率，確保企業社保繳費的整體負擔有所下降。

有關知識產權的法規

《計算機軟件保護條例》及《計算機軟件著作權登記辦法》

根據國務院於1991年6月4日頒佈並於1991年10月1日實施、其後於2001年12月20日及2013年1月30日修訂的《計算機軟件保護條例》及機械製造和電子工業部(現稱工業和信息化部(「工信部」))於1992年4月6日頒佈及實施、其後由國家版權局於2002年2月20日修訂的《計算機軟件著作權登記辦法》，軟件著作權人可以向國家版權局認定的軟件登記機構中國版權保護中心登記軟件著作權。

《中華人民共和國商標法》及《中華人民共和國商標法實施條例》

根據全國人民代表大會常務委員會於1982年8月23日公佈的《中華人民共和國商標法》(自1983年3月1日起生效，於2019年11月1日新修訂並實行)，以及國務院於2014年4月29日修訂並自2014年5月1日起生效的《中華人民共和國商標法實施條例》，企業在其生產

監管概覽

經營活動中，對其商品或者服務需要取得商標專用權的，應當向商標局申請商標註冊。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算。未經商標註冊人的許可，在同一種商品上使用與其註冊商標相同或者近似的商標，或者在類似商品上使用與其註冊商標相同或者近似的商標，容易導致混淆的，屬侵犯註冊商標專用權。侵權人應當依照有關法規停止侵權行為、採取補救行動及賠償損失等。

《中華人民共和國專利法》

根據全國人民代表大會常務委員會於1984年3月12日公佈的《中華人民共和國專利法》（自1985年4月1日起生效，於2020年10月17日新修訂並於2021年6月1日開始實行），發明或實用新型專利權被授予後，除本法另有規定者外，任何單位或者個人未經專利權人許可，都不得實施其專利，即不得為生產經營目的製造、使用、許諾銷售、銷售或進口其專利產品，或者使用其專利方法或使用、許諾銷售、銷售或進口任何因使用該專利方法而直接獲得的產品。外觀設計專利權被授予後，任何單位或者個人未經專利權人許可，都不得實施其專利，即不得為生產經營目的製造、許諾銷售、銷售、或進口其外觀設計專利產品。一經確定侵犯專利權，侵權人應當依照有關法規停止侵權行為、採取補救行動及賠償損失等。

《互聯網域名管理辦法》

根據工業和信息化部於2017年8月24日發佈並自2017年11月1日起生效的《互聯網域名管理辦法》，在中國境內從事互聯網域名服務供應、運行維護以及監督管理等相關活動的，應當遵守上述辦法。域名註冊應當遵循「先申請先註冊」之原則，倘有關域名註冊實施細則另有規定的，從其規定。

監管概覽

有關個人信息及數據保護的法規

《中華人民共和國數據安全法》

於2021年6月10日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國數據安全法》，於2021年9月1日生效。《數據安全法》明確了數據的範圍，涵蓋數字化逐步轉型過程中政務、企業生產經營管理各環節產生的各類信息紀錄，要求以合法、正當的方式進行數據收集，不得盜竊或非法收集數據。數據管控人員應當建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全教育培訓，採取相應的技術措施和其他必要措施，保障數據安全。此外，數據處理活動應基於網絡安全等級保護制度進行。開展數據處理活動應當加強風險監測，發現數據安全缺陷、漏洞等風險時，應當立即採取補救措施；發生數據安全事件時，應當立即採取處置措施，及時告知用戶並向有關主管部門報告。

此外，《網絡安全法》規定：(1)網絡運營者收集、使用個人信息，應當遵循合法、正當、必要的原則，公開收集、使用個人信息的規則，明示收集、使用信息的目的、方式和範圍，並經被收集者同意；(2)網絡運營者不得收集與其提供的服務無關的個人信息，不得違反法律、行政法規的規定和雙方的約定收集、使用個人信息，並應當依照法律、行政法規的規定和與用戶的約定，處理其保存的個人信息；(3)網絡運營者不得洩露、篡改、毀損其收集的個人信息；未經被收集者同意，不得向他人提供個人信息。但是，經過處理無法識別特定個人且不能復原的除外。此外，根據《網絡安全法》，關鍵信息基礎設施的運營者在中華人民共和國境內運營中收集和產生的個人信息和重要數據應當在境內存儲。

監管概覽

《中華人民共和國個人信息保護法》

於2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》(「《個人信息保護法》」)，於2021年11月1日生效。該法旨在保障個人信息權益及規範個人信息的處理。《個人信息保護法》規定有關個人信息處理的若干重要概念：(1)「個人信息」是以電子或者其他方式記錄的與已識別或者可識別的自然人有關的各種信息，不包括匿名化處理後的信息；(2)「個人信息的處理」包括個人信息的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開、刪除等；及(3)「個人信息處理者」是指在個人信息處理活動中自主決定處理目的、處理方式的組織、個人。

除《個人信息保護法》另有規定外，個人信息管控者只有在取得個人的同意的情况下，或在若干合約安排、僱傭關係、公共緊急情況、履行法定職責或者法定義務或為公共利益實施新聞報道的情況下，方可處理個人信息。

根據全國人大常委會於2015年8月頒佈並於2015年11月生效的《中華人民共和國刑法修正案(九)》，任何人士或組織違反國家有關規定，向他人出售或提供或獲取公民個人信息，情節嚴重的，將受到刑事處罰。此外，於2017年5月8日，最高人民法院及最高人民檢察院頒佈《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯公民個人信息刑事案件適用法律若干問題的解釋》，於2017年6月1日生效並根據《中華人民共和國刑法》確定個人的範圍，以及解釋與涉及侵犯個人信息的刑事犯罪有關的其他問題。

《中華人民共和國民法典》

《中華人民共和國民法典》於2020年5月28日頒佈並於2021年1月1日生效，規定自然人的個人信息受法律保護。任何組織或者個人需要獲取他人個人信息的，應當依法取得並確保信息安全，不得非法收集、使用、加工、傳輸他人個人信息，不得非法買賣、提供或者公開他人個人信息。

監管概覽

《數據出境安全評估辦法》

於2022年7月7日，國家網信辦頒佈《數據出境安全評估辦法》，於2022年9月1日生效。根據《數據出境安全評估辦法》，數據處理者向境外提供數據，有下列情形之一的，應當通過所在地省級網信部門向國家網信辦申報數據出境安全評估：(1)數據處理者向境外提供重要數據；(2)關鍵信息基礎設施運營者和處理100萬人以上個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；(3)自上年1月1日起累計向境外提供10萬人個人信息或者1萬人敏感個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；及(4)國家網信辦規定的其他需要申報數據出境安全評估的情形。於2024年3月22日，國家網信辦頒佈《促進和規範數據跨境流動規定》，自頒佈日期起生效。該規定訂明企業進行數據安全評估、取得個人信息保護認證或訂立個人信息出境標準合同的若干豁免。該等豁免(其中)包括當關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供不滿100,000人的個人信息(不含敏感個人信息)的情況。倘自當年1月1日起，關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者已累計向境外接收方提供(a) 100,000人以上但不滿1,000,000人的個人信息(不含敏感個人信息)或(b)不滿10,000人的敏感個人信息，該數據處理者應與境外接收方訂立個人信息出境標準合同或者通過個人信息保護認證。該規定亦明確訂明，倘相關部門或地區並未告知或公佈有關數據屬重大數據，數據處理者毋須進行重要數據出境安全評估。

《個人信息出境標準合同辦法》

於2023年2月22日，國家網信辦頒佈《個人信息出境標準合同辦法》(「《標準合同辦法》」)，於2023年6月1日生效。根據《標準合同辦法》，個人信息處理者向境外提供個人信息，符合下列情形的，可選擇訂立所規定的標準合同並向所在地省級網信部門備案

監管概覽

以履行個人信息出境義務：(1)非關鍵信息基礎設施運營者；(2)處理個人信息不滿100萬人的；(3)自上年1月1日起累計向境外提供個人信息不滿10萬人的；及(4)自上年1月1日起累計向境外提供敏感個人信息不滿1萬人的。

有關境外上市的法規

《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》

於2021年7月6日，中共中央辦公廳與國務院辦公廳聯合發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，加強對企業境外上市的審查，要求加強跨境監管合作，修訂數據安全、跨境數據流動和涉密信息管理等相關法律法規，包括在境外發行證券與上市相關保密和檔案管理，壓實企業對中國境外上市公司信息安全的主體責任，推進相關監管體系建設，以應對中國境外上市公司面臨的風險和事件。

《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「《境外上市試行辦法》」）及五項配套指引，於2023年3月31日施行。《境外上市試行辦法》規定，(i)境內企業尋求直接或者間接到境外發行證券或者將其證券在境外上市交易，應當履行備案程序並向中國證監會報送有關資料，若進行後續發行及發生若干重大事項，境內企業也應當履行相關備案程序並向中國證監會報送資料；境內企業未履行備案程序，或其備案材料存在重大遺漏、虛假記載或者誤導性陳述的，可能受到責令改正、給予警告、處以罰款等行政處罰，其控股股東、實際控制人、直接負責的主管人員和其他直接責任人員也可能受到警告及罰款等行政處罰；(ii)發行人同時符合下列情形的，認定為境內企業間接境外發行上市：(a)境內經營實體最近一個會計年度的營業收入、

監管概覽

利潤總額、總資產或淨資產，任一指標佔發行人同期經審核合併財務報表相關數據的比例超過50%；及(b)經營活動的主要環節在中國境內開展或者主要場所位於中國境內，或者負責業務經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於中國境內；(iii)境內企業間接境外發行上市的，發行人應當指定一家主要境內運營實體為境內責任實體，向中國證監會備案；及(iv)發行人境外首次公開發行或者上市的，應當在提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案。

於2023年2月17日，中國證監會亦就《境外上市試行辦法》的發佈召開新聞發佈會，並發佈《中國證監會關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》，該通知(其中包括)明確，(i)《境外上市試行辦法》施行之日前，已提交有效的境外發行上市申請、未獲境外監管機構或者境外證券交易所同意的境內企業，可以合理安排向中國證監會提交備案申請的時點，並應在境外發行上市前完成備案；(ii)於《境外上市試行辦法》施行之日前已獲境外監管機構或者境外證券交易所同意，但尚未完成境外發行上市的境內企業，給予六個月過渡期；如果該等境內企業於六個月過渡期內完成境外上市，則無需就境外發行上市向中國證監會辦理備案程序；及(iii)對於尋求通過合約安排境外上市的企業，中國證監會將徵求相關監管機構的意見。

遵守《境外上市試行辦法》

根據《境外上市試行辦法》及相關指引的規定，間接境外發行上市的境內企業(即主營經營活動在境內，以在境外註冊的企業的名義，基於境內企業的股權、資產、收益或其他類似權益境外發行上市的企業)，須指定一家主要境內運營實體為境內責任實體，向中國證監會備案。根據中國法律顧問的建議，本公司通過指定其中國主要運營實體浙江卡羅特向中國證監會備案，已遵守《境外上市試行辦法》及相關指引。

監管概覽

與我們於香港的業務有關的法律法規

《商業登記條例》

每名在香港經營業務的人士(公司或個人)須按《商業登記條例》(香港法例第310章)向香港稅務局(「香港稅務局」)登記並於業務開業後一個月內取得商業登記證。商業登記是以申請為基礎的程序，並不涉及政府許可。一旦達成指定條件，即可批出商業登記證。商業登記用以通知香港稅務局有關於香港成立的業務，藉此方便香港稅務局向於香港的業務收取稅款。

任何人士未申請商業登記或未在營業地點展示有效商業登記證，即屬犯罪，且可處罰款5,000港元及監禁一年。

有關稅項的法律法規

《稅務條例》(香港法例第112章)(「《稅務條例》」)規定對香港財產、收益及溢利徵稅。《稅務條例》規定(其中包括)，凡任何人士(包括法團、合夥業務、受託人及團體)在香港經營任何行業、專業或業務從而在該行業、專業或業務獲得從香港產生或源自香港的溢利(售賣資本資產所得的溢利除外)均須繳納稅項。

《2018年稅務(修訂)(第3號)條例》(「《稅務條例修訂草案》」)於2018年3月29日頒佈，引入利得稅兩級制。根據利得稅兩級制，合資格集團實體的首2百萬港元的利得稅率為8.25%，而超過2百萬港元的利得稅率為16.5%。不符合利得稅兩級制資格的集團實體將繼續按16.5%的固定稅率繳納利得稅。因此，自2018/19評稅年度起，合資格集團實體的首2百萬港元的估計應評稅利潤將按8.25%繳納香港利得稅，而超過2百萬港元的估計應評稅利潤將按16.5%繳納香港利得稅。

監管概覽

有關人士可能因(i)含有不正確資料(「不正確資料」)的任何稅務計算表；及(ii)提交含有不正確資料的報稅表，而根據《稅務條例》第80(2)條或82(1)條遭檢控，據此：

- (a) 根據《稅務條例》第80(2)條，任何人士無合理辯解而提交不正確的報稅表，即屬犯罪，且可處第3級罰款(即10,000港元)，以及相等於因報稅表申報不正確、陳述或資料不正確而短徵的稅款(或假若該報稅表、陳述或資料被接受為正確而短徵的稅款)三倍的進一步罰款。
- (b) 根據《稅務條例》第82(1)條，任何人蓄意意圖逃稅或蓄意意圖協助他人逃稅而在報稅表中漏報任何原應申報的款項，即屬犯罪：
 - (i) 一經簡易程序定罪，可處以第3級罰款(即10,000港元)，或相等於因該罪行而短徵的稅款(或假若該罪行未被發現而短徵的稅款)三倍的進一步罰款及監禁6個月；及
 - (ii) 一經循公訴定罪，可處第5級罰款(即50,000港元)，或相等於因該罪行而短徵的稅款(或假若該罪行未被發現而短徵的稅款)三倍的進一步罰款及監禁3年。

有關轉讓定價的法律法規

倘香港稅務局認為關聯方交易並非按公平交易原則進行，可通過根據《稅務條例》第16(1)、17(1)(b)及17(1)(c)條的規定，駁回香港居民產生的開支，並對根據《稅務條例》一般反避稅條文作出的整體安排提出質疑，從而作出轉讓定價調整。香港稅務局於2009年12月頒佈《稅務條例釋義及執行指引第46號》(「**《稅務條例釋義及執行指引第46號》**」)。**《稅務條例釋義及執行指引第46號》**提供有關香港稅務局對轉讓定價的意見及其如何擬應用《稅務條例》現有條文的澄清及指引，以確定關聯方是否按公平價格進行交易。一般而言，香港稅務局遵循的慣例乃基於經合組織轉讓定價指引推薦建議的轉讓定價方法。

監管概覽

香港稅務局於2009年4月頒佈《稅務條例釋義及執行指引第45號》(「《稅務條例釋義及執行指引第45號》」)。《稅務條例釋義及執行指引第45號》規定香港納稅人於另一國家稅務機關因作出轉讓定價調整而產生雙重徵稅的情況下，可根據香港與該國家(與香港訂立稅務安排的國家，包括中國)的協議申索寬免。

此外，香港政府於2018年7月13日刊憲《2018年稅務(修訂)(第6號)條例》(「《修訂條例》」)。《修訂條例》的主要目的是編纂轉讓定價原則，以及實施由經濟合作與發展組織提出的稅基侵蝕及利潤轉移(「BEPS」)方案下的若干措施，如轉讓定價文件要求。BEPS方案旨在抵消跨國企業利用稅務規則的差異及錯配，人為地將利潤轉移至只有很少或沒有經濟活動的低稅或無稅地方。

《稅務條例》第50AAF條現將公平交易原則編纂為成文法則，及倘納稅人與相聯人士訂立交易，而有關交易的定價與獨立人士之間的交易定價不同並產生香港稅務利益，則容許納稅人上調利潤／下調虧損。《稅務條例》第82A條訂明，任何人士有法律責任被評定補加稅罰款，金額為轉讓定價調整所導致的短徵稅款，除非證明已作出合理的努力釐定公平交易價格。

有關貨品售賣的法律法規

香港有關貨品售賣的法律及法規乃於法例及普通法內訂明。與貨品售賣項下產品責任索償相關的民事責任源於合約法及有關疏忽行為的法律。

在香港，售賣貨品的合約主要受《貨品售賣條例》(香港法例第26章)規管。就消費者交易而言，售賣合約隱含若干條款，以加強對消費者的保障。相關條款包括貨品具備可商售質量之隱含承諾，要求有關貨品應適用於一般購買該類貨品所作用途，有關外觀及最終修飾的水平、並無缺陷(包括輕微缺陷)的程度、安全程度及耐用程度在相關情況下達合理期望。由於本集團主要業務包括銷售及分銷炊具、廚房器具及飲具，我們須遵守《貨品售賣條例》。

監管概覽

香港的零售商亦對消費者負有謹慎責任，並可能就因彼等的疏忽行為而引致貨品出現缺陷所造成的損害或於售賣貨品過程中所作出任何有欺詐成分的失實陳述負責。倘零售商於處理相關貨品時無視製造商或供應商的指示或未向買家傳達從有關製造商或供應商收到的使用指示及忠告，則或須就此承擔責任。倘零售商知悉或合理相信有關貨品可能存在缺陷或危險，其可能須停止供應有關貨品並採取基本預防措施，例如提醒買家及知會相關製造商或供應商。

可透過合約條款免除的違約、疏忽或其他違責責任受《管制免責條款條例》(香港法例第71章)限制。《不合情理合約條例》(香港法例第458章)進一步賦予香港法庭權利(i)拒絕執行任何消費者合約；(ii)執行合約不合情理部分以外的餘下部分；或(iii)限制應用、修訂或修改合約任何屬不合情理的部分。

本集團產品受《消費品安全條例》(香港法例第456章)規管，該條例對一般消費品製造商、進口商及供應商施加若干責任。根據《消費品安全條例》，任何人士不得供應、製造或向香港進口消費品，除非有關消費品符合一般安全規定以及商務及經濟發展局局長就特定消費品批准的一項適用標準(如有)。一般安全規定為一項客觀測試，要求所供應的消費品於所有情況下均達到合理的安全程度，有關情況包括(i)介紹、推廣或推銷該貨品所採用的形式，及介紹、推廣或推銷該貨品的用途；(ii)就該貨品的存放、使用或耗用所採用的標記、指示或警告；(iii)是否遵循標準檢定機構所發表的合理安全標準；及(iv)當考慮到作出改善的成本、可能性及程度，是否存在任何合理方法可令有關貨品更安全。除非可成功確立已作出應盡努力的抗辯，否則任何違例行為均將受到刑事制裁。海關關長有權根據《消費品安全條例》向任何人士發出收回通知書，要求實時撤回及收回其合理相信屬不安全或不符認可安全標準，及存有重大風險可導致嚴重損傷的消費品。

監管概覽

與我們於美國的業務有關的法律法規

於美國經營的企業須遵守各聯邦、州及地方法律法規（「美國法規」）。對我們的營運至關重要的美國法規涉及（其中包括）以下所述的產品安全、產品責任、數據隱私及海關與進口程序。

產品安全

產品安全法主要由美國消費品安全委員會（「消費品安全委員會」）管轄，消費品安全委員會為美國聯邦政府的一個行政機構，負責管理向公眾出售的若干類別的產品。消費品安全委員會乃根據《1972年消費品安全法》（經修訂，「《消費品安全法》」）成立。《消費品安全法》為聯邦級別有關消費品的產品安全的總括法規。

消費品安全法於2008年由《美國2008年消費品安全改進法案》（「《消費品安全改進法案》」）修訂。《消費品安全改進法案》的實施是對美國消費品安全法的一次重大改革，旨在加強聯邦及州政府的努力，提高所有進口及分銷到美國的產品的安全性。倘進口到美國的產品不符合《消費品安全改進法案》的要求，將被沒收，且美國的進口商及／或分銷商將受到民事處罰及罰款，並可能受到刑事起訴。

根據《消費品安全改進法案》，任何進口到美國的消費品都需要一份「一般合格證明」，該產品必須符合《消費品安全法》規定或消費品安全委員會發佈的消費品安全規則、標準、法規或禁令。此項要求適用於所有貨物的分包商及進口商。該等締約方必須證明其產品符合所有適用的消費品安全規則及法律，如《消費品安全法》、《易燃織物法》、《聯邦有害物質法》及《毒物防治法》。《消費品安全法》規定，認證必須以「各產品測試或合理測試程序」為基礎。證書必須隨產品或產品的裝運一起提供，並且必須向每個分銷商或零售商以及美國海關及邊境保護局（「海關及邊境保護局」）提供一份副本。消費品安全委員會亦可要求一份證書的副本。

《消費品安全法》亦對於美國銷售消費品的分包商及銷售商提出了若干報告要求。《消費品安全法》第15條要求生產商或銷售商在獲得任何產品的以下資料時立即通知消費品安全委員會：(1)對消費者造成重大傷害風險；(2)造成嚴重傷害或死亡的不合理風險；

監管概覽

或(3)未遵守適用的消費品安全規則或《消費品安全法》所規定的任何其他規則、法規、標準或禁令或消費品安全委員會施加的任何其他法令。消費品安全委員會可以要求生產商或銷售商停止分銷產品並通知每一位據其所知已購買不合格、缺陷或風險產品的消費者。在若干情況下，消費品安全委員會可以要求生產商或銷售商使產品符合適用的產品安全規則，修理產品的缺陷，用符合適用產品安全規則的同等產品替換產品，發佈產品召回通知及／或退還產品的購買價。

《65號提案》

《65號提案》(官方名稱為《1986年飲用水安全與毒性物質強制執行法》)(「《65號提案》」)是加利福尼亞州的一項法律，該法律要求加利福尼亞州的消費者在接觸已由加利福尼亞州列為已知會致癌及／或導致生殖系統受損的900餘種有毒物質前獲得警告。該法律技術性強、不斷發展並得到政府及私人執法行動的積極執行。根據《65號提案》，倘若其產品會釋出列表列明的致癌物質或生殖毒性物質，於經營過程中的任何人士須提供「清晰合理的警示」。《65號提案》就所需警示的形式、內容及位置作出了詳細要求。

由於該法規的廣泛應用，因此公司須遵守《65號提案》法規的可能性很高。倘公司通過實體店、商品目錄冊或在線電子商務站點於加利福尼亞州生產、進口、分銷或銷售產品，或公司於加利福尼亞州擁有任何種類的實體(零售店、辦事處、倉庫、基地、工廠、廠房等)，則該公司必須遵守《65號提案》的規定。《65號提案》將提供存在上述一種或多種化學品的必要警告的主要責任歸於產品製造商。加利福尼亞州環境健康危害評估辦公室(OEHHA)就有關警告的內容及要求制定了相關信息及規定，允許公司向其銷售或轉讓有關產品的企業(即下一個企業)的授權代理或零售商的授權代理提供有關可能有毒的產品化學成分的通知及對《65號提案》警告的需求。然而，大部分零售商要求產品製造商負責提供必要的《65號提案》警告。鼓勵公司須認真遵守《65號提案》的規定並審慎留意產品潛在化學成分。提前對《65號提案》的合規性進行審核可能避免昂貴的訴訟、寶貴的商機或合作關係損失、巨額罰款、嚴重的財務或聲譽損害或甚至是產品召回。

監管概覽

產品責任法

美國州法律通常規定所有分包商及零售商(以及供應鏈中的各方)對因向消費者出售不安全、有缺陷及危險的產品而造成的傷害承擔責任。於美國，產品責任索賠通常基於三種法律理論：(1)嚴格責任，(2)過失及(3)違反保證。此外，如上所述，美國法律法規亦可以要求分包商及零售商(以及供應鏈中的各方)對產品缺陷進行補救，其中包括安全召回活動。

參與生產、分銷或銷售產品的各方可能對產品缺陷造成的損害承擔責任。產品缺陷有三種類型，即設計缺陷、製造缺陷及營銷缺陷。於過失索賠中，被告人可能要對因未採取應有的謹慎措施而造成的人身傷害或財產損失負責。然而，嚴格的責任索賠並不取決於被告的謹慎程度。相反，有證據顯示因產品缺陷造成傷害(個人或財產)時，被告人須承擔責任。違反保證亦屬嚴格責任的一種，即不需要證明出現過失。原告只需證明保證被違反，而毋須證明是如何發生的。於個別州生產、分銷或銷售產品的公司可能受該州產品責任法的管轄，無論公司的註冊地或主要營業地點位於該州、美國另一州或非美國司法管轄區。

美國的產品責任法律訴訟及召回活動可能涉及人身傷害及財產損失，並可能涉及重大金錢損失索賠。於美國，任何涉及產品責任的未來訴訟及索賠的結果本質上都是不可預測的。根據我們過去的經驗，我們預計，總體而言，涉及我們的任何此類訴訟及索賠的結果不會對我們的合併財務狀況或流動資金產生重大影響；然而，有關結果可能對我們的經營業績產生重大影響，特別是在我們確認成本(如有)的期間的經營業績。

數據隱私

我們受美國各種法律法規的約束，涉及隱私、數據保護及個人資料、數據安全以及數據保留及刪除。特別是，我們要遵守聯邦、州及外國有關隱私及保護個人資料的法律。美國聯邦及州的法律法規，在某些情況下，除了政府實體外，亦可由私人方執行，

監管概覽

該等法律法規正在不斷演變，可能會發生重大變化。因此，該等法律及條例的適用、解釋及執行往往是不確定的，特別是在我們經營所在的新的迅速發展的行業中，可能在州與州之間及國家與國家之間解釋及應用不一致，亦不符合我們目前的政策及慣例。

進口關稅及海關條例

美國海關條例（「**海關條例**」）由海關及邊境保護局管理，適用於任何進入美國的產品。該等條例涵蓋（其中包括）貨物估價、分類、紀錄保存要求、入境手續以及與關稅有關的法律。美國對從不同國家進口的若干貨物徵收關稅。關稅稅率通常在美國統一關稅表（「**美國統一關稅表**」）中規定。請注意，美國統一關稅表中未包含禁運、反傾銷稅、反補貼稅及其他由美國行政部門管理的具體事項，而各種條例或行政行動可能導致有關關稅的修改。《1974年貿易法》（美國法典第19卷第2101條及以下）（「**《貿易法》**」）第201條允許美國總統通過提高進口關稅或對進入美國的貨物實施非關稅壁壘（如配額）來給予臨時進口救濟，該等貨物損害或威脅損害生產類似貨物的國內產業。《貿易法》第301條授權美國總統採取一切適當行動，包括報復，以消除外國政府違反國際貿易協議或不正當、不合理或歧視性的或會為美國的商業施加壓力或限制美國的商業的任何行為、政策或做法。該項法律並不要求美國政府等到獲得世界貿易組織授權才採取此類執法行動。

目前，根據《貿易法》第201及301條，中美貿易政策已分別對從對方進口的產品徵收大量額外關稅。截至目前，美國已發佈了由美國統一關稅表編碼識別並加徵各種關稅的中國進口四類產品列表。最近，於2019年9月1日，美國政府對將由中國進口至美國的產品列表4（「**產品列表**」）上的特定產品徵收附加關稅（「**附加關稅**」）。原定於2019年12月生效的若干附加關稅則減半。於業績紀錄期，本集團產品適用的美國關稅稅率維持穩定。

根據美國與中國之間貿易談判的最新發展情況，需繳納附加關稅的產品的等級及數量可能會隨時間而變化。

監管概覽

《1930年關稅法》第321條規定的最低豁免的適用性及潛在影響

引言

《1930年關稅法》(經修訂)第321條規定了一項行政豁免，允許一名人士在一天內進口的在裝運國的公平零售總值不超過800美元的商品(若干例外情況除外)免徵關稅。該豁免被稱為「**最低豁免**」。

最低豁免的目的

最低豁免的目的是：(i)使美國政府能夠監控及防止非法貿易，同時讓公眾可享受合格進口商品免稅優惠；(ii)避免給美國政府帶來與本應徵收的稅額不成比例的費用及不便；及(iii)使企業能夠更高效地以更低的成本開展業務。

適用性

若要適用最低豁免，應滿足以下條件：(i)進口的商品並非陪同抵達美國的人士的禮物或物品(或適用較低的門檻)；(ii)一名人士在一天內進口的商品在裝運國的公平零售總值不得超過800美元；及(iii)單一訂單或合約所包含的商品不得為獲取最低豁免優惠而分批寄發。

受益於最低豁免的收益比例

於業績紀錄期，Carote USA從浙江卡羅特處購買產品並分批進口至美國。由於每批進口產品的價值超過800美元，故最低豁免不適用。因此，(i)本集團於業績紀錄期受益於最低豁免的發往美國的貨品應佔總收益為零，及(ii)受益於最低豁免的收益比例為零。

監管概覽

潛在的關稅變動

需要澄清的是，雖然《1930年關稅法》(經修訂)以及其他與關稅和稅收有關的法律植根於法律框架，但關稅的潛在變動問題本質上與政策領域有關，而非與嚴格的法律詮釋或應用有關。政策變化，尤其是與關稅和貿易有關的政策變化，受到眾多因素的影響，包括政府更迭、地緣政治事件、國際貿易談判、經濟目標和行政優先事項。因此，預測關稅法律變動的可能性和時間表涉及一定程度的推測，超出了法律專業知識的範疇，牽涉政治和經濟領域的預測。因此，對政策變化進行準確預測(包括影響第321條的關稅的政策變化)不屬於法律實踐的範圍，而屬於政策分析領域，該領域需要不同技能及考量。

稅項

緒言

美國稅制廣泛包含聯邦稅和州稅，當中包括企業所得稅、銷售及使用稅、僱主稅等稅種。州與州之間的稅項差異很大。美國稅制不斷演變，亦受法律更改所影響。

企業所得稅

根據美國或任何州法律組成的企業須就其全球收入和收益繳納美國企業稅。截至2020年底，企業所得稅按21%的統一稅率徵收(另加任何適用的州或地方企業稅)。稅款按扣除開支後的營運收入計算。

銷售及使用稅

銷售及使用稅是州稅尤其重要的一部分，各州採用各種方式對州外零售商行使管轄權，要求彼等向州內居民收取銷售稅。各州的銷售及使用稅稅率有差異。

監管概覽

「聯結」理念是州稅的核心，要求企業與州之間存在最低限度的聯繫，州方可徵稅。傳統意義上的聯結要求有一定的實際聯結，惟最近的發展表明，各州已轉向經濟聯結模式，即在州內擁有客戶或經濟活動即可建立足夠的徵稅聯結。各州對「聯結」的要求各不相同。

轉讓定價

美國擁有龐大的法律及慣例體系，旨在通過防止因關聯方交易定價不當而在關聯方之間轉移收入，從而保護美國的稅基。美國轉讓定價制度力求確保關聯公司之間轉讓的商品及服務乃按公平交易原則進行，且於適用的稅務司法管轄區根據允許反映利潤的市場狀況進行定價。倘交易結果不能反映公平交易的價格，則美國的稅務機關可重新分配收入以反映合適的價格，且於某些情況下，可對實質或故意的不實行為處以罰款。

美國國會已頒佈立法且美國財政部已頒佈法規控制轉讓定價，所有該等法規均由美國稅務局管理及執行。於2017年12月22日，《減稅與就業法案》(稅法)成為法律。稅法指對《國內稅收守則》(「**《國內稅收守則》**」)進行的全面改革。於眾多變革中，稅法將聯邦企業所得稅率調低至21%，並全面改革《國內稅收守則》的國際稅收條文，這可能導致大量跨國公司重新評估其轉讓定價安排。此外，稅法修訂了《國內稅收守則》的轉讓定價條文，將直接影響無形財產的轉讓。

《國內稅收守則》包括聯邦稅法。具體而言，《國內稅收守則》第482條規範了轉讓定價，並適用於由相同利益方直接或間接擁有或控制的兩個或以上的團體、交易或業務(不論團體的形式及地點如何)。第482條的一般規則授權美國國家稅務局(「**美國稅務局**」)可於受控實體集團的成員公司之間重新分配收入、扣除額、抵免額或撥備，以確保清楚地反映收入或防止避稅。

第482條亦規定對無形財產(IP)轉讓的額外測試。與無形財產轉讓(或許可)相關的收入須與無形財產應有的「收入相稱」。根據收入相稱的標準，於釐定無形財產轉讓的公平交易價格時，須考慮利用無形財產實現的實際利潤。因此，補償金額應反映一段時間內無形財產應佔收入的變動。

監管概覽

在美國，各州會制定各自的企業所得稅規則，其中包括監管轉讓定價的權力及權限。各州之規則重點是將收入及扣除額從高稅率州轉移至低稅率州。各州均是一個主權稅務管轄區，有權無視由美國稅務局根據特定轉讓定價方法適當性所達成的結論。

美國50個州均有其各自的內部法規、規例、法院案件及其他主管轉讓定價事宜的部門。

與我們於日本的業務有關的法律法規

消費者保障法規

本公司在日本的銷售經營業務須遵守各項日本消費者保障法規，包括《不當贈品及不當表示防止法》(1962年第134號法案(經修訂))及《特定商業交易法》(1976年第57號法案(經修訂))。

根據《不當贈品及不當表示防止法》，銷售者為銷售產品而發佈廣告時，對有關產品質量、標準或任何其他特點或價格或任何其他交易條款作出的陳述，不得優於實際產品或交易條款，亦不得作出缺乏合理依據或與事實相反、較提供同類或類似商品或服務的其他實體明顯優勝的陳述。

同時，根據《特定商業交易法》，當通過網站或其他媒體進行廣告及作出購買申請時，以及通過通信設備(郵政郵件或其他信息處理設備)進行產品交易時，銷售者必須在其廣告及申請表格中載入產品的某些細節。這些細節包括銷售價格、付款時間及方式、交貨時間、撤銷／取消交易的適用政策。銷售者不得投放誤導性廣告，未經收件人同意，不得通過電子郵件發送廣告。

監管概覽

《個人資料保護法》

《個人資料保護法》(2003年第57號法案(經修訂))對使用載有個人資料的數據庫的商業機構施加各種規定。根據該法案，任何個人資料持有人必須合法使用相關個人資料，不得超出取得數據時指定的用途範圍。除於若干極少數例外情況外，持有個人資料的實體不可向第三方提供個人資料。該法案亦適用於就提供商品或服務予日本境內人士而取得個人資料的日本境外經營者。

《商標法》

《商標法》(1959年第127號法案(經修訂))旨在保護註冊商標。註冊商標權或其獨家特許權持有人可要求侵犯或可能侵犯商標權或獨家特許權的人士停止或防止該侵權行為。

歷史、重組及公司架構

概覽

我們是全球廚具品牌。自我們於2016年推出「卡羅特(CAROTE)」品牌以來的八年內，我們已在中國、美國、西歐、東南亞及日本等主要市場的在線廚具細分領域建立顯著地位，根據灼識諮詢的資料，我們已成為全球增長最快的知名廚具品牌之一。我們的產品強調「物盡其用」及「物超所值」，旨在為客戶提供實用、設計精良且價格合理的產品，推廣現代烹飪生活方式。

我們提供選擇多樣的自有品牌「卡羅特(CAROTE)」廚具產品，旨在滿足全球客戶的各種需求。憑藉我們在廚具行業的豐富經驗及消費者洞察，我們定期推出新產品，以滿足不斷變化的客戶需求。於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品。截至最後實際可行日期，我們通過領先的在線平台，向全球零售消費者廣泛提供超過2,200個SKU的多種自有品牌的產品組合。

我們在全球市場上的成功得益於我們將在廚具行業多年所得的豐富行業專業知識與為快速全球擴張而設計的動態在線零售模式相結合的獨特業務模式。我們的品牌已在全球主要市場的線上炊具行業佔據顯著地位，根據灼識諮詢報告，按2023年的零售額計，我們在中國排名第四，在美國排名第二，在西歐排名第三，在東南亞排名第二，在日本排名第三。

我們業務的發展反映基於我們對市場需求的理解的策略發展，以及致力於提供更好產品的承諾。

我們的總部位於中國杭州，我們的發展歷程始於2007年，當時呂女士和章先生的父母(即李惠平女士(呂女士的母親)及章之慧先生(章先生的父親))創立我們的主要附屬公司之一浙江卡羅特。章先生及呂女士是我們的控股股東及執行董事。有關章先生及呂女士的履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

最初，我們主要為海外品牌提供OEM業務服務。於2013年，我們意識到市場需求，轉而專注於發展ODM業務，為國際品牌所有者和零售商設計、開發及供應定製的炊具和其他廚具產品。

歷史、重組及公司架構

憑藉ODM業務獲得的專業知識及對客戶偏好的重要見解，我們於2016年戰略性地進軍在線零售領域，推出自有廚具產品品牌「卡羅特(CAROTE)」。該舉措是一個重要的里程碑，以著重通過在線銷售渠道直接接觸客戶的業務模式為支撐，使我們能夠直接提供產品以反映我們對市場需求的理解。這一戰略舉措使我們迅速成為發展迅猛的廚具產品品牌。

隨著我們品牌業務的不斷擴大，我們再次進行生產戰略轉型。儘管此前我們依靠合資格合約製造商的外包製造與內部生產相結合，但從2022年2月起我們轉向完全外包及輕資產模式，以滿足不斷增長的產能及效率提升需求。

為籌備[編纂]，我們已進行重組。有關重組詳情，請參閱下文「一重組」。

關鍵里程碑

下表概述我們歷史的關鍵里程碑：

年份	里程碑
2007年	我們成立其中一家主要附屬公司浙江卡羅特開展OEM業務
2013年	我們推出ODM業務
2016年	我們推出自有品牌「卡羅特(CAROTE)」，進軍中國在線零售行業，包括開設天貓自營網店
2017年	我們通過亞馬遜開始在北美銷售「卡羅特(CAROTE)」品牌業務
2018年	我們通過線上銷售渠道將「卡羅特(CAROTE)」品牌業務引入東南亞海外市場
2019年	我們將「卡羅特(CAROTE)」品牌業務拓展至香港特別行政區及日本海外市場

歷史、重組及公司架構

年份	里程碑
2023年	我們開始在西歐銷售「卡羅特(CAROTE)」品牌產品

我們的主要附屬公司

我們的業務主要通過我們在中國、香港特區、美國、東南亞、日本、印度及西歐等世界各地設立的附屬公司營運。以下載列於業績紀錄期為我們的經營業績作出重大貢獻的附屬公司資料：

主要附屬公司名稱	成立地點	主營業務	成立日期
浙江卡羅特	中國	投資控股、製造、生產、出口、 批發及零售廚具及家居用品	2007年4月28日
卡羅特環球	香港特區	貿易	2020年11月30日
Carote Japan	日本	製造及銷售廚房器具、鍋具、 氟加工鍋具及餐具；進出口	2020年6月25日
Carote USA	美國	廚具及家居用品進口及零售	2019年12月2日

本公司及主要附屬公司的重大股權變更

本公司重大股權變更

本公司於2023年2月3日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，成為本集團的最終控股公司。本公司在註冊成立時的法定股本為50,000美元，分為5,000,000股每股面值0.01美元的股份。2023年3月15日，本公司的法定資本增至200,801美元，分為20,080,100股每股面值0.01美元的股份。

有關本公司各股東於註冊成立時的股權詳情，請參閱「— 重組 — (a)本公司註冊成立及Carote CM成立」。

歷史、重組及公司架構

有關本公司就重組進行的後續股權變動及股本變動，請參閱下文「— 重組」。

浙江卡羅特的重大股權變動

浙江卡羅特於2007年4月28日在中國成立，初始註冊股本為人民幣5,000,000元。李惠平女士及章之慧先生(分別為呂女士的母親及章先生的父親)為浙江卡羅特的初始股東，分別持有55%及45%股權。此後，浙江卡羅特於重組前進行了多次重大股權架構變動。

2013年10月及2019年4月的股份轉讓

2013年10月14日，李惠平女士與呂女士訂立股份轉讓協議，據此李惠平女士同意向呂女士轉讓其所持有浙江卡羅特的全部權益(即浙江卡羅特已註冊股本的55%)，代價為人民幣2,750,000元。有關上述轉讓的登記手續已於2013年10月15日完成。

2019年4月8日，章之慧先生與章先生訂立股份轉讓協議，據此章之慧先生同意向章先生轉讓其所持有浙江卡羅特的全部權益(即浙江卡羅特已註冊股本的45%)，代價為人民幣2,250,000元。有關上述轉讓的登記手續已於2019年4月28日完成。

上述交易所有相關代價均由訂約方按所購入註冊股本的金額經公平磋商釐定。

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權架構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本	概約持股 百分比
	(人民幣)	
呂女士.....	2,750,000	55%
章先生.....	2,250,000	45%
總計.....	5,000,000	100%

歷史、重組及公司架構

章先生及呂女士於2019年6月的注資

2019年6月14日，浙江卡羅特的註冊資本由人民幣5,000,000元增至人民幣30,000,000元，是由於呂女士及章先生分別額外注資人民幣13,750,000元及人民幣11,250,000元所致。上述注資完成後，呂女士及章先生的持股比例保持不變。

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權架構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本 (人民幣)	概約持股百分比
呂女士	16,500,000	55%
章先生	13,500,000	45%
總計	30,000,000	100%

2021年11月的重組

為籌備[編纂]，2021年10月13日，呂女士、章先生、浙江昇恩、樂港科技及可昇科技訂立股份轉讓協議，據此(a)呂女士同意向浙江昇恩轉讓浙江卡羅特註冊股本的33%，代價為人民幣9,900,000元；(b)呂女士同意向樂港科技轉讓浙江卡羅特註冊資本的2.75%，代價為人民幣825,000元；(c)呂女士同意向可昇科技轉讓浙江卡羅特註冊資本的2.75%，代價為人民幣825,000元；(d)章先生同意向浙江昇恩轉讓浙江卡羅特註冊股本的27%，代價為人民幣8,100,000元；(e)章先生同意向樂港科技轉讓浙江卡羅特註冊資本的2.25%，代價為人民幣675,000元；及(f)章先生同意向可昇科技轉讓浙江卡羅特註冊資本的2.25%，代價為人民幣675,000元。上述代價乃基於各實體所收購的註冊資本。上述轉讓的登記手續已於2021年11月11日完成。

歷史、重組及公司架構

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權架構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本	概約持股 百分比
	(人民幣)	
章先生.....	4,050,000	13.50%
呂女士.....	4,950,000	16.50%
浙江昇恩 ⁽¹⁾	18,000,000	60.00%
可昇科技 ⁽²⁾	1,500,000	5.00%
樂港科技 ⁽³⁾	1,500,000	5.00%
總計	30,000,000	100%

附註：

(1) 浙江昇恩由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。

(2) 可昇科技由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。

(3) 樂港科技由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。

2023年2月完成浙江卡羅特的分立

隨著我們品牌業務的不斷擴大，為滿足不斷增長的產能及效率提升需求，我們進行了戰略轉型，從2022年2月起由依靠合資格製造合作夥伴的外包製造與內部生產相結合轉向完全外包及輕資產模式。為充分進行上述過渡，2022年12月12日，浙江卡羅特舉行股東會，會上議決浙江卡羅特可通過存續分立的方式進行公司分立，從而成立浙江樂昇恩，以持有浙江卡羅特的若干資產及負債，而浙江卡羅特將繼續存在。2022年12月15日，浙江卡羅特在國家企業信用信息公示系統發佈分立公告。

根據獨立稅務代理浙江佳信稅務師事務所有限公司永康分公司就浙江卡羅特公司分立出具的專項審計報告(基準日為2022年11月30日)，浙江卡羅特於2023年2月3日舉行股東會，批准浙江卡羅特與浙江樂昇恩之間的資產、負債及股權劃分。同日，浙江卡羅特與浙江樂昇恩訂立公司分立協議，據此雙方同意浙江樂昇恩將持有永康市地塊及其上所有建設項目及港樂廚具的全部股權。該物業建於浙江樂昇恩持有的永康市地塊上。在上述公司分立時，港樂廚具持有位於中國浙江省武義縣工業園區的地塊，該地塊有兩個建設項目，分別用於建設宿舍設施及倉庫設施。除開發及持有上述位於中國浙江省武義縣地塊上的物業資產的業務外，港樂廚具自註冊成立以來直至上述浙江卡羅特

歷史、重組及公司架構

公司分立完成日期並無從事其他業務活動。如上述專項審計報告所載，截至2022年11月30日，港樂廚具的全部股權價值為人民幣30百萬元，而與永康市地塊有關的無形資產及在建工程價值分別為約人民幣20.01百萬元及人民幣31.37百萬元。

中國法律顧問表示，基於業績紀錄期內有關政府部門發出的合規證明，浙江樂昇恩及港樂廚具的運營以及相關資產(浙江樂昇恩所持永康市地塊及港樂廚具所持位於武義縣一個工業園區內地塊的兩個建設項目)在所有重大方面均符合相關法律法規。

董事認為，在上述公司分立過程中，對浙江卡羅特(為籌備[編纂]將成為本集團的成員公司)的資產、負債及股權分配所採取的輕資產方式符合本集團所推行的業務模式及策略。

基於以上情況且經董事確認，與分配至浙江樂昇恩的資產相關的所有未來負債(包括或然負債)已明確分配予浙江樂昇恩，因此浙江樂昇恩對浙江卡羅特完成上述公司分立後的上述情況將獨自承擔全部責任。

2023年2月8日，浙江卡羅特已完成在中國永康市市場監督管理局的公司分立程序。該日完成浙江卡羅特的登記變更後，浙江卡羅特股東之間的股權比例保持不變。完成以上程序後，浙江卡羅特的公司分立視為已完成，而浙江樂昇恩則視為於該日成立。

緊接上述公司分立前，浙江卡羅特的註冊股本為人民幣30,000,000元。上述分立完成後，浙江卡羅特及浙江樂昇恩的註冊股本分別為人民幣20,000,000元及人民幣10,000,000元。

歷史、重組及公司架構

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權結構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本	概約持股 百分比
	(人民幣)	
章先生.....	2,700,000	13.50%
呂女士.....	3,300,000	16.50%
浙江昇恩.....	12,000,000	60.00%
可昇科技.....	1,000,000	5.00%
樂港科技.....	1,000,000	5.00%
總計.....	20,000,000	100%

下表載列於上述交易完成後浙江樂昇恩的股權結構：

浙江樂昇恩的股東	所持註冊股本	概約持股 百分比
	(人民幣)	
章先生.....	1,350,000	13.50%
呂女士.....	1,650,000	16.50%
浙江昇恩.....	6,000,000	60.00%
可昇科技.....	500,000	5.00%
樂港科技.....	500,000	5.00%
總計.....	10,000,000	100%

有關浙江卡羅特就重組進行的後續股權變動，請參閱下文「— 重組」。

截至最後實際可行日期，除浙江樂昇恩向本集團出租若干物業外，浙江樂昇恩及港樂廚具於上述公司分立完成後均無經營任何業務。有關浙江樂昇恩租賃的詳情，請參閱「關連交易 — 一次性關連交易」。

Carote Japan的重大股權變動

Carote Japan於2020年6月25日成立，章先生為其唯一創辦人股東並持有300股股份。於2021年8月31日，章先生向卡羅特環球轉讓Carote Japan 300股股份，代價為27,309美元。

歷史、重組及公司架構

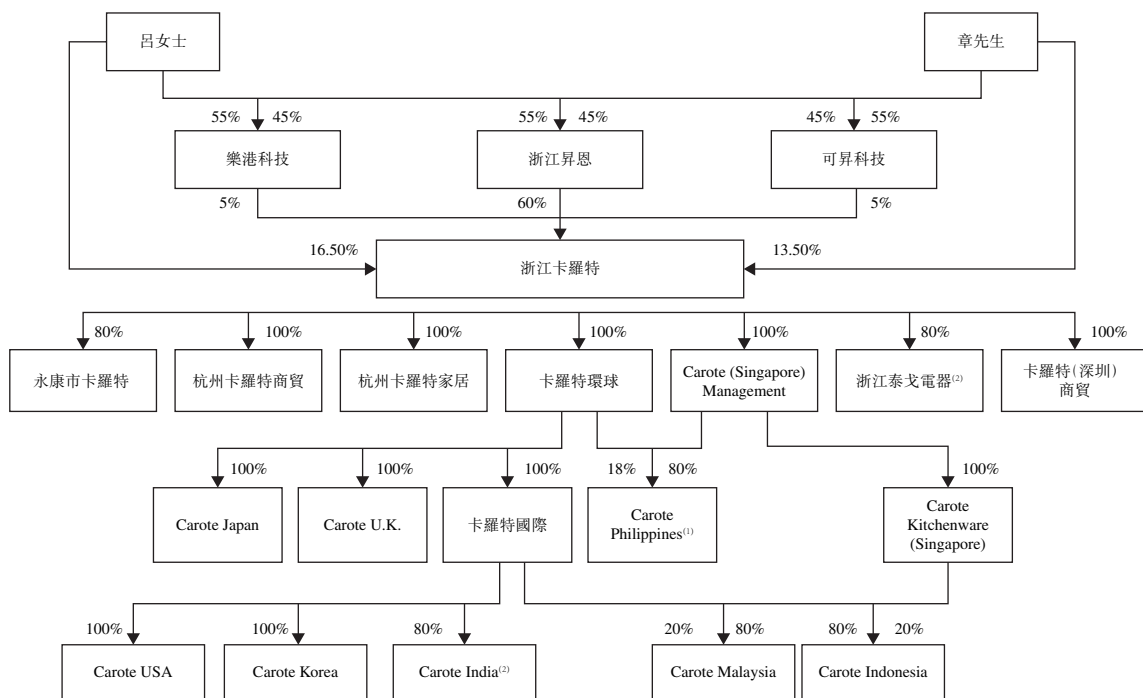
該代價乃經訂約方參考Carote Japan的註冊股本後公平磋商釐定。交易完成後，卡羅特環球成為Carote Japan唯一股東，持有其所有已發行股份。

除上文所述外，於業績紀錄期，自各自註冊成立日期起，為我們的經營業績作出重大貢獻的附屬公司並無其他主要股權變更。

有關我們附屬公司於緊接本文件日期前兩年內資本變動的詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關本集團的其他資料 — (e)我們附屬公司的資本變動」。有關附屬公司於重組過程的股權結構變動，請參閱下文「— 重組」。

重組

下表載列本集團於緊接開始重組前的公司及股權結構。



附註：

- (1) 重組前後，Carote Philippines由Carote (Singapore) Management、卡羅特環球、章先生以及呂女士分別持有80%、18%、1%及1%股權。

歷史、重組及公司架構

- (2) 重組前，Carote India由卡羅特國際及呂女士分別持有80%及20%股權。於重組期間，呂女士向卡羅特環球轉讓所持Carote India 20%股權。有關Carote India於重組期間的股權變動詳情，請參閱「重組—(g)呂女士向卡羅特環球轉讓Carote India 20%股權」。
- (3) 重組前，浙江泰戈電器由浙江卡羅特及李惠平女士分別持有80%及20%股權。於2024年2月23日，浙江卡羅特將其當時持有的浙江泰戈電器全部股權轉讓予獨立第三方，其後，浙江泰戈電器不再為本集團成員公司。於業績紀錄期，浙江泰戈電器並無進行任何業務營運，亦無持有任何資產。

我們為籌備[編纂]進行重組。重組的主要步驟載列如下。

(a) 本公司註冊成立及Carote CM成立

於2023年2月3日，本公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，而根據重組，本集團為最終控股公司。註冊成立後，本公司法定股本為50,000美元，分為每股面值0.01美元的5,000,000股股份，其中一股股份發行及配發予獨立第三方Vistra (Cayman) Limited。

於註冊成立同日，Vistra (Cayman) Limited向Carote CM轉讓一股股份，代價為0.01美元，而本公司按股份當時面值則分別向Carote CM及Yili Investment發行及配發499,999股股份及4,500,000股股份，代價分別為4,999.99美元及45,000美元。上述交易完成後，本公司股權架構如下：

股東	持股數目	持股百分比
Carote CM ⁽¹⁾	500,000	10%
Yili Investment ⁽²⁾	4,500,000	90%
總計	5,000,000	100%

附註：

- (1) Carote CM由普通合夥人Guodong Capital及有限合夥人Luo Qin Investment分別持有約0.12%及99.88%股權。Guodong Capital由章先生全資擁有。Luo Qin Investment由張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士分別持有約43.75%、25%、18.75%及12.50%股權。
- (2) Yili Investment由Yili Capital及Guodong Capital分別持有55%及45%股權。Yili Capital由呂女士全資擁有，而Guodong Capital則由章先生全資擁有。

歷史、重組及公司架構

Carote CM乃為僱員激勵計劃而成立的持股工具。自註冊成立以來直至最後實際可行日期，其由Guodong Capital(作為普通合夥人)及Luo Qin Investment(作為有限合夥人)分別持有0.12%及99.88%股權，而Luo Qin Investment則由我們的關鍵僱員持有。張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士的資本承擔分別佔Luo Qin Investment所有資本承擔約43.75%、25%、18.75%及12.50%。有關僱員激勵計劃的詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」。

(b) 發行及配發本公司股份以及其他股權變動

於2023年3月15日，Carote CM向Yili Investment轉讓419,900股股份，按股份當時面值計算代價為4,199美元。同日，本公司以面值向Yili Investment發行及配發15,080,100股股份。上述交易完成後，本公司的股權架構如下：

股東	持股數目	概約持股百分比
Carote CM ⁽¹⁾	80,100	0.40%
Yili Investment ⁽¹⁾⁽²⁾	20,000,000	99.6%
總計	20,080,100	100%

附註：請參閱「— 重組 — (a)本公司註冊成立及Carote CM成立」所載股權表下的附註。

(c) 註冊成立卡羅特集團

於2023年3月7日，卡羅特集團於香港特別行政區註冊成立為有限公司，向本公司發行及配發100,000股普通股。

(d) 就僱員激勵計劃成立前僱員持股平台

2023年2月28日，我們在中國成立羅勤企業，作為持有浙江卡羅特股權的公司，以激勵浙江卡羅特的關鍵僱員，並挽留彼等繼續為本集團的發展服務。根據章先生(作為普通合夥人)與張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士(作為有限合夥人)於2023年2月22

歷史、重組及公司架構

日訂立的合夥協議，各方同意張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士在羅勤企業的初始資本承擔分別為人民幣113,750元、人民幣65,000元、人民幣48,750元及人民幣32,500元，分別佔羅勤企業當時所有資本承擔約43.70%、24.97%、18.73%及12.48%，而章先生（作為普通合夥人）持有羅勤企業0.12%股權。

2023年4月14日，羅勤企業通過增資的方式收購浙江卡羅特人民幣80,100元的註冊股本並成為其股東，代價為人民幣272,340元。該代價乃根據截至2023年2月28日獨立估值師對浙江卡羅特的估值經公平磋商釐定。

根據重組，各關鍵僱員持有的羅勤企業權益各自轉換為Luo Qin Investment的相應權益，Luo Qin Investment乃為持有Carote CM權益而設立，而Carote CM則直接持有本公司股份。詳情請參閱下文「一重組」。

有關僱員激勵計劃的詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (e)僱員激勵計劃」。

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權結構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本	概約持股 百分比
	(人民幣)	
章先生.....	2,700,000	13.45%
呂女士.....	3,300,000	16.43%
浙江昇恩 ⁽¹⁾	12,000,000	59.76%
可昇科技 ⁽¹⁾	1,000,000	4.98%
樂港科技 ⁽¹⁾	1,000,000	4.98%
羅勤企業 ⁽²⁾	80,100	0.40%
總計	20,080,100	100%

附註：

- (1) 有關上述股東的詳情，請參閱「一本公司及主要附屬公司的重大股權變更 — 浙江卡羅特的重大股權變動 — 2021年11月的重組」所載股權表下的附註。
- (2) 張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士的資本承擔分別佔羅勤企業所有資本承擔約43.70%、24.97%、18.73%及12.48%。

歷史、重組及公司架構

(e) Denk Trade認購浙江卡羅特註冊資本

於2023年6月20日，根據於2023年5月4日訂立的增資協議，Denk Trade以增資方式收購浙江卡羅特註冊股本人民幣202,829.30元並成為其股東之一，代價約為人民幣686,868.70元。該代價乃根據獨立估值師於基準日2023年2月28日對浙江卡羅特出具的估值報告釐定。

緊隨Denk Trade認購後，浙江卡羅特由內資公司轉為外資企業。有關[編纂]前投資的詳情，請參閱本節「— [編纂]前投資」。

下表載列於上述交易完成後浙江卡羅特的股權結構：

浙江卡羅特的股東	所持註冊股本	概約持股百分比
	(人民幣)	
章先生.....	2,700,000	13.31%
呂女士.....	3,300,000	16.27%
浙江昇恩 ⁽¹⁾	12,000,000	59.16%
可昇科技 ⁽¹⁾	1,000,000	4.93%
樂港科技 ⁽¹⁾	1,000,000	4.93%
羅勤企業 ⁽²⁾	80,100	0.40%
Denk Trade ⁽³⁾	202,829.30	1.00%
總計.....	20,282,929.30	100%

附註：

- (1) 請參閱「— 本公司及主要附屬公司的重大股權變更 — 浙江卡羅特的重大股權變動 — 2021年11月的重組」所載股權表下的附註。
- (2) 張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士的資本承擔分別佔羅勤企業所有資本承擔約43.70%、24.97%、18.73%及12.48%。
- (3) Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。有關Hartinger先生的資料詳情，請參閱「— [編纂]前投資」。

歷史、重組及公司架構

(f) 卡羅特集團收購浙江卡羅特

於2023年8月29日，根據章先生、呂女士、浙江昇恩、可昇科技、樂港科技、羅勤企業及Denk Trade各自與卡羅特集團訂立的股份轉讓協議，卡羅特集團完成向上述股東收購所持浙江卡羅特全部股權的登記手續。緊接有關收購完成前上述股東各自持有的股權及相應代價金額載列如下：

浙江卡羅特股東	所持註冊股本 (人民幣)	概約持股 百分比	卡羅特集團 就收購支付 的代價 (人民幣)
章先生.....	2,700,000	13.31%	9,051,956
呂女士.....	3,300,000	16.27%	11,063,464
浙江昇恩 ⁽¹⁾	12,000,000	59.16%	40,230,840
可昇科技 ⁽²⁾	1,000,000	4.93%	3,352,604
樂港科技 ⁽³⁾	1,000,000	4.93%	3,352,604
羅勤企業 ⁽⁴⁾	80,100	0.40%	268,532
Denk Trade ⁽⁵⁾	202,829.30	1.00%	680,000
總計.....	<u>20,282,929.30</u>	<u>100%</u>	<u>68,000,000</u>

附註：

- (1) 浙江昇恩由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。
- (2) 可昇科技由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。
- (3) 樂港科技由章先生及呂女士分別持有45%及55%股權。
- (4) 張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士的資本承擔分別佔羅勤企業所有資本承擔的43.70%、24.97%、18.73%及12.48%。
- (5) Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。有關Hartinger先生的資料詳情，請參閱「[編纂]前投資」。

緊隨有關股份轉讓完成後，卡羅特集團成為浙江卡羅特唯一股東。該代價乃經訂約方參考獨立估值師於基準日2023年2月28日出具的估值報告中對浙江卡羅特的估值後公平磋商釐定。

歷史、重組及公司架構

(g) 呂女士向卡羅特環球轉讓Carote India 20%股權

於2023年9月13日，根據同日簽訂的購股協議，呂女士向卡羅特環球轉讓所持Carote India 2,000股股份，佔Carote India已發行股本20%及呂女士所持全部Carote India股份，代價為572,000盧比。該代價按獨立估值師截至2023年9月5日對Carote India編製的估值報告所載的Carote India的估值釐定。上述交易完成後，Carote India由卡羅特國際及卡羅特環球分別持有80%及20%股權。

(h) Denk Trade收購本公司股權

於2023年9月21日，根據同日簽訂的認購協議，本公司向Denk Trade配發及發行202,830股股份，代價為人民幣680,000元。該代價乃經訂約方參考(i) Denk Trade就認購浙江卡羅特1%股權向浙江卡羅特支付的代價（詳情載於「— 重組 — (e) Denk Trade認購浙江卡羅特註冊資本」）；及(ii)本公司就當時持有的浙江卡羅特1%股權向Denk Trade支付的代價（詳情載於上文「— 重組 — (f)卡羅特集團收購浙江卡羅特」）後公平磋商釐定。緊隨有關認購完成後，Denk Trade持有本公司全部已發行股本的1%。有關[編纂]前投資的資料詳情，請參閱本節「— [編纂]前投資」。

下表載列於上述交易完成後的本公司股權架構：

股東	持股數目	概約持股百分比
Carote CM ⁽¹⁾	80,100	0.40%
Yili Investment ⁽¹⁾	20,000,000	98.60%
Denk Trade ⁽²⁾	202,830	1.00%
總計	20,282,930	100%

附註：

- (1) 請參閱「— 重組 — (a)本公司註冊成立及Carote CM成立」所載股權表下的附註。
- (2) Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。有關Hartinger先生的資料詳情，請參閱「— [編纂]前投資— Hartinger先生及Denk Trade的背景」。

歷史、重組及公司架構

(i) 卡羅特集團收購Carote Japan

於2024年1月31日，根據2023年12月20日簽訂的股份轉讓協議，卡羅特集團向卡羅特環球收購Carote Japan全部已發行股本，代價為66,600,000日圓。該代價金額乃按Carote Japan截至2023年8月31日每股普通股的資產淨值（反映於其未經審核管理賬目）基準釐定。上述交易完成後，Carote Japan由卡羅特集團全資擁有。

(j) 卡羅特集團收購卡羅特環球

於2024年2月23日，卡羅特集團以100,000美元的代價自浙江卡羅特收購卡羅特環球全部已發行股本。代價金額基於浙江卡羅特所持卡羅特環球每股股份1.00美元的名義代價釐定。

(k) 本公司股份拆細

於2024年2月29日，根據股東於當日通過的書面決議案，將本公司已發行及未發行股本中每股面值或票面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值或票面值0.0005美元的股份，本公司的法定股本相應由250,000美元（分為25,000,000股每股面值或票面值0.01美元的股份），修訂為250,000美元（分為500,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份）。

下表載列於上述交易（即股份拆細）完成後的本公司股權架構：

股東	持股數目	概約持股百分比
Carote CM ⁽¹⁾	1,602,000	0.40%
Yili Investment ⁽¹⁾	400,000,000	98.60%
Denk Trade ⁽²⁾	4,056,600	1.00%
總計	405,658,600	100%

附註：

- (1) 請參閱「— 重組 — (a)本公司註冊成立及Carote CM成立」所載股權表下的附註。
- (2) Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。有關Hartinger先生的資料詳情，請參閱「— [編纂]前投資— Hartinger先生及Denk Trade的背景」。

歷史、重組及公司架構

[編纂]前投資

[編纂]前投資的條款

有關[編纂]前投資，Denk Trade隨後向卡羅特集團出售浙江卡羅特股權及Denk Trade認購股份的詳情，請參閱「一 重組」。Denk Trade收購浙江卡羅特及隨後收購本公司股權的代價已分別於2023年7月24日及2023年11月2日正式結清。Denk Trade為收購202,830股股份(其後根據股份拆細拆分為[編纂]股股份)所支付的代價為人民幣680,000元，即每股股份成本約為人民幣[編纂]元，較[編纂]折讓[編纂](假設[編纂]為每股股份[編纂]，即指示性[編纂][編纂]至[編纂]的中間價)。**[編纂]**前投資的所得款項用作本集團的一般營運資金，且截至最後實際可行日期已悉數動用。概無向Denk Trade或Hartinger先生授予有關[編纂]前投資的特別權利。

Hartinger先生及Denk Trade的背景

Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。就董事作出一切合理查詢後所知，Hartinger先生(透過其聯繫人)曾是本集團的OEM客戶。Hartinger先生的配偶Natja Denk女士曾為Carote Germany的董事，直至其於2024年3月辭任該職位，Carote Germany為本公司於2023年10月新成立的附屬公司。Natja Denk女士於2021年2月辭職之前一直為本公司附屬公司Carote U.K.的董事。

據董事所知，Hartinger先生擁有多年的廚具行業經驗，從投資者的角度而言，Hartinger先生的閱歷及經驗有望為本公司作出貢獻。據董事所知，考慮到我們的業務前景，Hartinger先生利用個人資源通過Denk Trade投資本集團。據董事所知，由於Hartinger先生看好本集團的前景及增長潛力，故其通過Denk Trade投資本集團。除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，Hartinger先生及Denk Trade過去或現時與本公司、附屬公司、股東、董事或高級管理人員或彼等各自的任何聯繫人概無任何關係(包括但不限於家族、信託、業務、僱傭關係)，亦無訂立任何協議、安排或諒解。

歷史、重組及公司架構

緊隨重組完成後但於[編纂]前，Denk Trade持有本公司全部已發行股本的1.00%。緊隨[編纂](未計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份)完成後，Denk Trade將持有本公司全部已發行股本約[編纂]。

就上市規則第8.24條而言，Denk Trade所持股份將會被視為[編纂]後[編纂]的一部分，是由於Denk Trade由Hartinger先生全資擁有，且彼等均不是本公司的核心關連人士。Hartinger先生的配偶Natja Denk女士於2024年3月不再為Carote Germany的董事，故其不再為本公司的核心關連人士，因此，作為Natja Denk女士的緊密聯繫人，Hartinger先生及Denk Trade亦不再為本公司的核心關連人士。

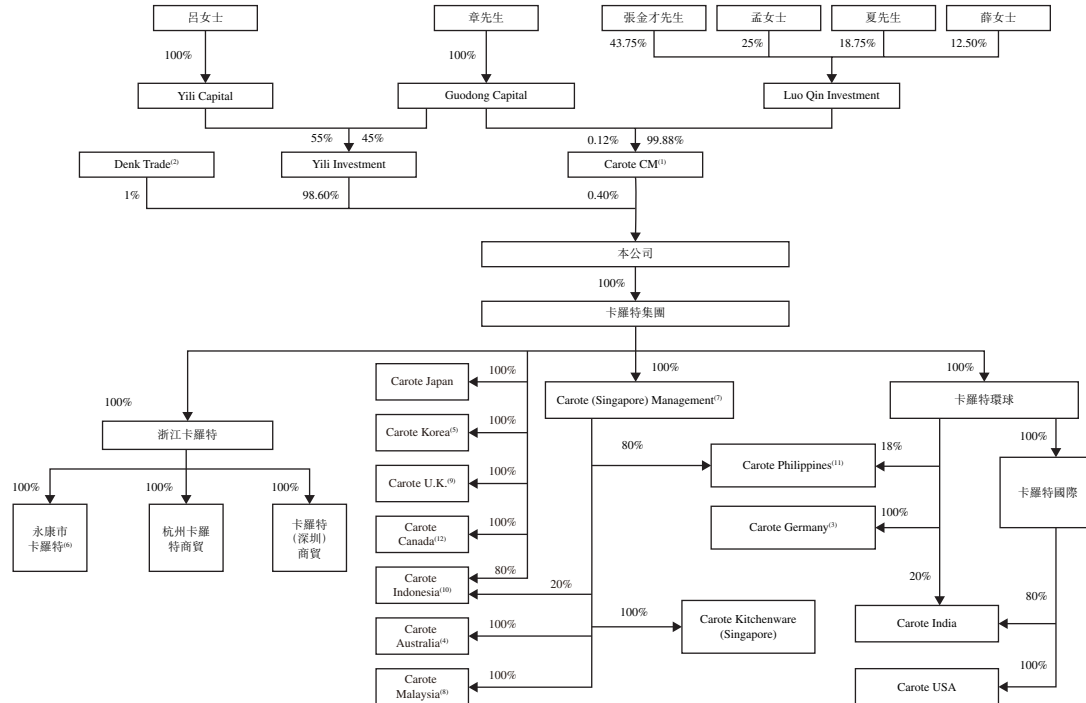
聯席保薦人的確認

基於(i)[編纂]前投資的代價已於首次向聯交所提交[編纂]的日期前超過28個完整日不可撤銷地結清；及(ii)概無向Denk Trade或Hartinger先生授予有關[編纂]前投資的特別權利，聯席保薦人確認[編纂]前投資符合《[編纂]前投資指引》(定義見聯交所發佈的《新上市申請人指南》第4.2章)。

歷史、重組及公司架構

緊接[編纂]前的架構

下圖載列本集團緊隨重組完成後但於[編纂]前的公司及股權架構：



附註：

- (1) 章先生全資擁有的公司Guodong Capital為Carote CM的普通合夥人，而Luo Qin Investment則為Carote CM的有限合夥人。
- (2) Denk Trade由Hartinger先生全資擁有。有關Hartinger先生的資料詳情，請參閱「— [編纂]前投資— Hartinger先生及Denk Trade的背景」。
- (3) Carote Germany於2023年10月24日根據德國法律成立，其創辦人股東為卡羅特環球。
- (4) 於2023年3月6日，卡羅特環球向章先生收購Carote Australia全部已發行股本，Carote Australia股份面值計算代價為100澳元。上述交易完成後，Carote Australia由卡羅特環球持有100%股權。於2024年1月31日，根據同日簽訂的股權轉讓協議，Carote (Singapore) Management向卡羅特環球收購Carote Australia全部已發行股本，Carote Australia股份面值計算代價為100澳元。在上述交易完成後，Carote Australia由Carote (Singapore) Management持有100%股權。
- (5) 於2023年12月27日，根據2023年12月18日簽訂的股份轉讓協議，卡羅特集團向卡羅特國際收購Carote Korea全部已發行股本，代價為1,000,000韓元。該代價金額乃根據Carote Korea的註冊資本釐定。在上述交易完成後，Carote Korea由卡羅特集團持有100%股權。

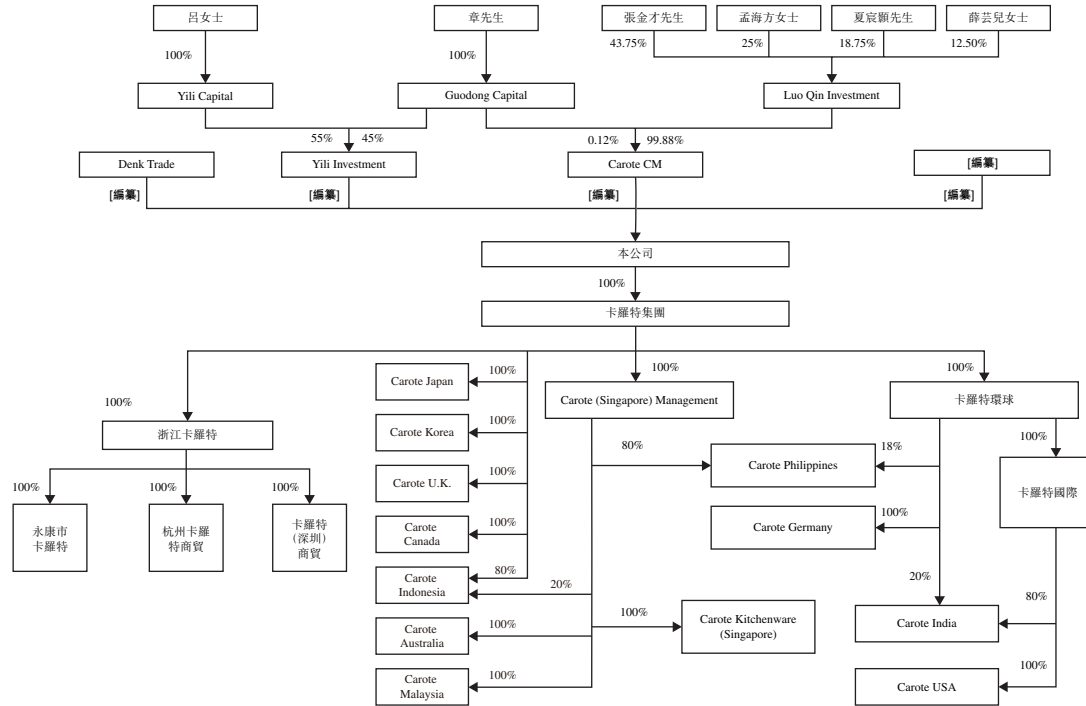
歷史、重組及公司架構

- (6) 於2023年12月28日，章先生根據2023年12月11日簽訂的購股協議，以零代價將其持有的永康市卡羅特20%權益轉讓予浙江卡羅特。在上述交易完成後，永康市卡羅特由浙江卡羅特持有100%股權。
- (7) 於2024年1月23日，根據2024年1月18日簽訂的股份轉讓協議，卡羅特集團向浙江卡羅特收購Carote (Singapore) Management全部已發行股本，代價為100,000美元。該代價金額乃按浙江卡羅特持有Carote (Singapore) Management每股股份1.00美元的名義代價基準釐定。在上述交易完成後，Carote (Singapore) Management由卡羅特集團持有100%股權。
- (8) 於2024年2月26日，(i) Carote Kitchenware (Singapore)將Carote Malaysia 80%已發行股本轉讓予Carote (Singapore) Management，名義代價為800馬來西亞林吉特，即每轉讓一股普通股為1馬來西亞林吉特，及(ii)卡羅特國際將Carote Malaysia 20%已發行股本轉讓予Carote (Singapore) Management，名義代價為200馬來西亞林吉特，即每轉讓一股普通股為1馬來西亞林吉特。在上述交易完成後，Carote Malaysia由Carote (Singapore) Management持有100%股權。
- (9) 於2024年1月12日，根據2024年1月2日簽訂的股份轉讓協議，卡羅特環球將Carote U.K.全部已發行股本轉讓予卡羅特集團，名義代價為100英鎊。在上述交易完成後，Carote U.K.由卡羅特集團持有100%股權。
- (10) 於2024年2月23日，根據2024年1月22日簽訂的股份轉讓協議，卡羅特國際將Carote Indonesia 80%已發行股本轉讓予卡羅特集團，代價為8,080百萬印尼盾。該代價金額乃按本次交易收購的註冊資本釐定。於2024年2月23日，根據於2024年1月22日簽訂的股份轉讓協議，Carote Kitchenware (Singapore)將Carote Indonesia 20%已發行股本轉讓予Carote (Singapore) Management，代價為2,020百萬印尼盾。該代價金額乃按本次交易收購的註冊資本釐定。在上述交易完成後，Carote Indonesia分別由卡羅特集團及Carote (Singapore) Management持有80%及20%股權。
- (11) 自註冊成立及截至最後實際可行日期，Carote Philippines由Carote (Singapore) Management、卡羅特環球、章先生及呂女士分別持有80%、18%、1%及1%股權。
- (12) Carote Canada於2024年4月24日根據《加拿大(英屬哥倫比亞)商業公司法》(Business Corporations Act (British Columbia) of Canada)成立，其註冊人為卡羅特集團。

歷史、重組及公司架構

緊隨[編纂]後的架構

下圖載列本集團緊隨[編纂]完成後(假設並未行使[編纂])的公司及股東架構。



附註：請參閱「緊接[編纂]前的架構」圖表下的附註。

[編纂]

由控股股東持有的股份(佔[編纂]完成後已發行股份總數約[編纂])(假設並無行使[編纂])不會計入[編纂]。

由於我們的[編纂]前投資者Denk Trade並非本公司的核心關連人士，因此Denk Trade所持股份(佔[編纂]完成後已發行股份總數約[編纂])(假設並無行使[編纂])將會計入[編纂]。

除上文所披露者外，概無其他股東屬於上市規則定義的本公司核心關連人士。因此，就上市規則第8.08條而言，由其他股東(包括參與[編纂]的股東)持有的股份將會計入[編纂]。

歷史、重組及公司架構

中國法律顧問

中國法律顧問確認(i)在中國成立附屬公司及其後的股權變動，在所有重大方面均已遵守相關中國法律及法規；及(ii)重組在重大方面均已遵守適用中國法律及法規。

國家外匯管理局登記

根據國家外匯管理局37號文，境外特殊目的公司指由中國居民向該企業注入其合法持有的資產或股權而設立的企業，而中國居民向境外特殊目的公司（「**境外特殊目的公司**」）注入資產或股權前，必須向國家外匯管理局地方分支機構就境外投資進行外匯登記。當發生如境內居民個人進行資本增加／減少、股權轉讓／置換、名稱變更、經營期限變更、或公司合併或分立等重大事件，應及時向國家外匯管理局地方分支機構辦理境外投資外匯修改登記程序。根據由國家外匯管理局發佈並於2015年6月1日生效的《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》（「**國家外匯管理局13號文**」），上述登記由合資格銀行而非國家外匯管理局地方分支機構根據相關法規直接審核及處理。

中國法律顧問確認，呂女士、章先生、張金才先生、孟女士、夏先生及薛女士均為中國居民，已於2023年5月23日根據國家外匯管理局37號文及國家外匯管理局13號文正式登記彼等於本集團的投資。

併購規定

根據由商務部及中國證監會等六個中國政府及監管機構聯合頒佈、於2006年9月8日生效並於2009年6月22日修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》（「**併購規定**」）第二條，當外國投資者購買境內非外資企業（「**境內公司**」）股東股權或認購境內公司增資，因而令境內公司轉為外商投資企業；或外國投資者在中國購買境內公司的資產並使用該等資產投資及成立外商投資企業，透過該外商投資企業協議經營境內公司的資產；

歷史、重組及公司架構

或外國投資者購買境內公司的資產，並以該等資產投資設立外商投資企業運營該等資產（「併購股權」），則須遵守併購規定以及其他適用中國法律及法規。根據併購規定，境內公司、企業或境內自然人通過其合法設立或控制的境外公司收購與其有關聯的境內公司，須經商務部批准。

根據商務部外資司頒佈的《外商投資准入管理指引手冊》（2008年），當已設立的外商投資企業的內資股東向外國投資者轉讓股權時，無論(i)境內公司的境內股東是否與外國投資者有關連，(ii)外國投資者是否屬於現有股東或新投資者，併購規定均不適用。

我們的中國法律顧問表示，(1)鑑於Hartinger先生為外國國籍的自然人，且於Denk Trade認購浙江卡羅特1.00%股權時，Hartinger先生及Denk Trade與本集團並無關連關係，Denk Trade認購浙江卡羅特的股權無須經商務部批准，乃由於該認購不受併購規定相關條款約束，且浙江卡羅特於Denk Trade認購後立即由一家境內公司轉變為一家外商投資企業；及(2)卡羅特集團收購浙江卡羅特的股權不受併購規定約束，乃由於浙江卡羅特在被收購時為一家外商投資企業。因此，根據併購規定，卡羅特集團收購浙江卡羅特無須事先獲得商務部批准，而上述股權認購亦不受併購規定相關條文規限。

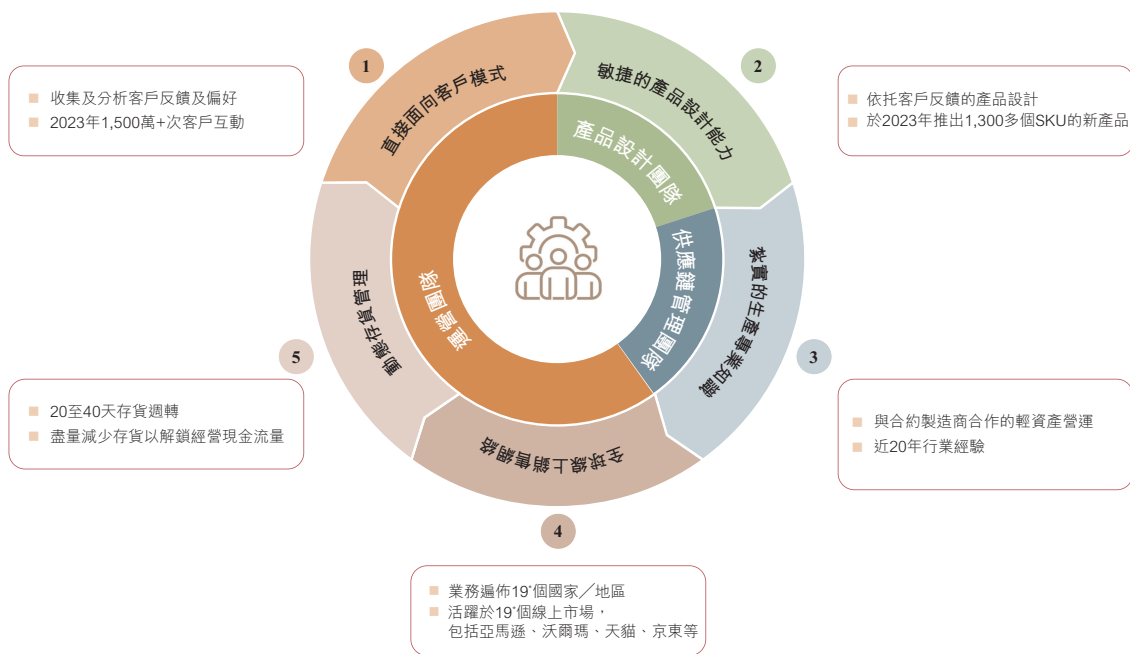
業 務

概覽

我們是全球廚具品牌。自我們於2016年推出「卡羅特(CAROTE)」品牌以來的八年內，我們已在中國、美國、西歐、東南亞及日本等主要市場的線上廚具細分領域建立顯著地位，並成為全球增長最快的廚具品牌之一。我們的產品強調「物盡其用」及「物超所值」，旨在為客戶提供實用、設計精良且價格合理的產品，推廣現代烹飪生活方式。

我們的業務模式

如下圖所示，我們的業務模式由以下五大元素組成，該等元素使我們有別於市場上的其他參與者，並繼續推動我們未來的增長。



* 截至最後實際可行日期

業 務

1. 直接面向消費者銷售模式

我們戰略性地決定通過直接面向消費者(DTC)銷售模式推出我們的品牌，專注透過線上銷售渠道觸達全球零售客戶。透過該模式，我們可直接與終端客戶溝通，獲取不同市場消費者的偏好和反饋，進行多維度的市場分析和研究。這種直接溝通的模式有助我們快速應對客戶需求，並推出最適合各個市場的產品，及有助於設計量身定製的產品以「物盡其用」並與客戶群產生共鳴。

2. 敏捷的產品設計及開發能力

我們能夠快速設計及提供滿足消費者需求的廚具產品，並對此引以為傲。通過整合產品開發、運營和供應鏈管理，我們能夠根據市場趨勢及消費者反饋對產品進行創新迭代升級，確保及時應對市場變化。這種敏捷性確保我們的核心炊具系列從概念到上市的平均產品開發週期為50天，根據灼識諮詢報告，該時間超過行業平均水平60天。此外，持續的銷售監控及產品改良同時進一步提升了我們在產品開發過程中適應市場變化的能力，並成功推出新產品。

3. 紮實的行業專業知識及高效的供應鏈

我們在近二十年的廚具產品生產中，特別是通過我們作為國際品牌及零售商的ODM合作夥伴的角色，積累了寶貴的經驗及行業專業知識。這種獨特的經驗使我們能夠通過輕資產模式有效管理供應鏈，我們依靠合資格的合約製造商進行外包生產，從而提高運營效率。我們優先與該等合作夥伴保持互惠互利的關係，從而提高供應鏈效率並降低存貨風險。我們與合約製造商合作亦為我們提供了靈活性，可讓我們在全面推出新產品之前以較低的最低訂購量採購新產品試銷。這是我們以設計為核心的品牌的一個關鍵優勢，使我們能夠推出更多新產品，測試市場反饋，從而在下大量訂單之前確保其盈利能力。

業 務

4. 全球銷售網絡，佈局關鍵線上市場

我們已建立快速擴張的全球銷售網絡，策略重點為電商業務。我們的策略包括與中國、美國、西歐、東南亞及日本等主要國際市場的領先線上平台合作，確保產品在全球供應。例如，在中國，我們與天貓及京東等線上平台合作，而國際上，我們與亞馬遜、沃爾瑪、樂天、Qoo10、Shopee、Lazada等合作。我們數字化銷售渠道的可擴展性有助於我們迅速滲透至多個地區市場。自我們的品牌產品於2017年首次進入國際市場以來，截至最後實際可行日期，我們的線上業務已擴展至涵蓋在19個地區市場的19個線上市場共開設的48家自營網店。此次擴張不僅擴大了我們的市場覆蓋範圍，亦為我們提供了在不同的電商環境中管理線上運營的可複製經驗，為未來發展奠定基礎。

5. 動態存貨管理

我們的存貨管理慣例包含戰略採購及庫存監控及計劃，使我們能夠通過需求預測及對庫存的實時監控，確保存貨與運營需求一致。因此，於業績紀錄期，我們已實現20至40天的存貨週轉，且並無任何存貨撇減，顯著增強了營運資金及現金流管理。此外，靈活的存貨管理有助於根據銷售數據於地區之間實時進行調整，確保能快速應對需求波動及市場變化。

我們的表現

受益於我們在多個國家及地區的線上廚具市場的快速增長，於業績紀錄期，我們的收益及淨利潤均大幅增長。我們的收益由2021年的人民幣675.3百萬元增至2023年的人民幣1,583.1百萬元，複合年增長率為53.1%，其中品牌業務收益由2021年的人民幣283.3百萬元增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，複合年增長率為120.7%。我們的淨利潤由2021年的人民幣31.7百萬元增至2023年的人民幣236.5百萬元，複合年增長率為173.1%。截至2024年3月31日止三個月，我們的收益為人民幣502.9百萬元，較2023年同期的人民幣291.8百萬元增加72.3%。此外，我們的淨利潤由截至2023年3月31日止三個月的人民幣55.9百萬元增加58.4%至2024年同期的人民幣88.5百萬元。

業 務

下表載列所示期間按業務分部及地理位置劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	283.3	41.9	530.7	69.1	1,379.9	87.2	246.5	84.5	450.0	89.5
中國內地.....	163.4	24.2	273.5	35.6	322.7	20.4	78.6	26.9	83.1	16.5
美國	46.6	6.9	122.2	15.9	740.1	46.8	100.3	34.4	269.8	53.6
西歐	5.8	0.9	14.9	1.9	96.8	6.1	13.9	4.8	34.1	6.8
日本	6.0	0.9	35.2	4.6	82.8	5.2	22.1	7.6	28.5	5.7
東南亞	47.0	7.0	47.8	6.2	76.5	4.8	18.1	6.2	15.4	3.1
其他	14.5	2.0	37.1	4.9	61.0	3.9	13.5	4.6	19.1	3.8
ODM業務	392.0	58.1	237.8	30.9	203.2	12.8	45.3	15.5	52.9	10.5
總計.....	<u>675.3</u>	<u>100.0</u>	<u>768.5</u>	<u>100.0</u>	<u>1,583.1</u>	<u>100.0</u>	<u>291.8</u>	<u>100.0</u>	<u>502.9</u>	<u>100.0</u>

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢為我們的成功作出了貢獻，使我們從競爭對手中脫穎而出：

在廚具市場佔據顯著地位的全球品牌

我們是「卡羅特(CAROTE)」，一個已在全球廚具市場佔據顯著地位的全球品牌。自2016年品牌成立以來，我們以實惠的價格提供高品質、創新及時尚的廚具產品，致力於提升消費者的烹飪體驗。我們的品牌廚具產品經過精心策劃，在滿足消費者需求與偏好的同時，兼顧質量、功能創新及顏值等核心價值。我們的目標是通過持續創新並向市場推出「物盡其用」及「物超所值」的產品，創造一種精緻的生活方式。

業 務

我們採取獨特的商業模式，將在廚具行業多年所得的豐富行業專業知識與為快速全球擴張而設計的動態線上零售策略相結合，使我們的品牌在全球主要市場線上炊具行業佔據顯著地位，根據灼識諮詢報告，按2023年的零售額計，我們在中國排名第四，在美國排名第二，在西歐排名第三，在東南亞排名第二，在日本排名第三。此外，我們的炊具產品在國內外市場的各個子類別中均取得了顯著的成功。我們的炊具套裝亦經常名列亞馬遜的暢銷產品排行榜。

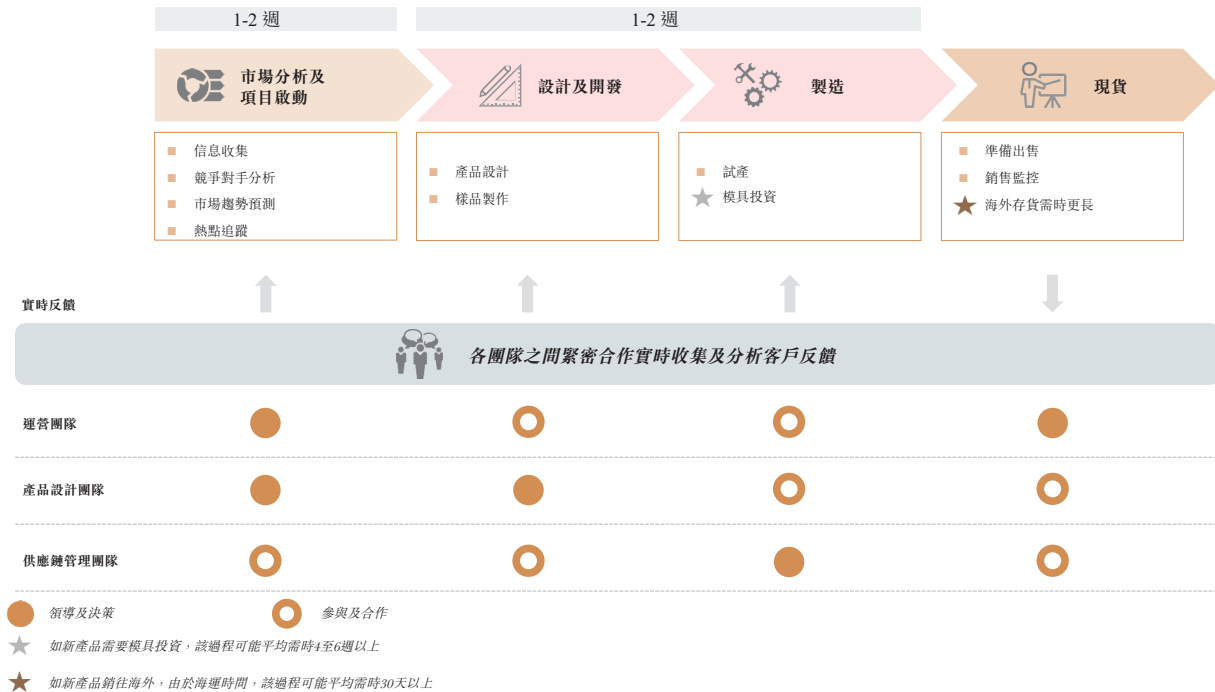
我們實現大幅市場增長的能力轉化為收益及盈利能力的快速擴張。我們的收益由2021年的人民幣675.3百萬元增至2023年的人民幣1,583.1百萬元，複合年增長率為53.1%，其中品牌業務收益由2021年的人民幣283.3百萬元增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，複合年增長率為120.7%。我們的淨利潤由2021年的人民幣31.7百萬元增至2023年的人民幣236.5百萬元，複合年增長率為173.1%。截至2024年3月31日止三個月，我們的收益為人民幣502.9百萬元，較2023年同期的人民幣291.8百萬元增加72.3%。此外，我們的淨利潤由截至2023年3月31日止三個月的人民幣55.9百萬元增加58.4%至2024年同期的人民幣88.5百萬元。

產品開發能力，提供滿足消費者需求的產品

我們致力於預測及捕捉全球多樣化的消費趨勢，尤其是年輕一代的消費趨勢，彼等優先考慮悅己屬性，傾向於能提升生活方式而非實用功能的廚具。為使我們從廚具行業中脫穎而出，我們承諾提供創新、優質、美觀且方便使用的產品，以迎合不斷變化的趨勢。

近二十年的廚具行業經驗造就了我們的產品開發能力，可提供與消費者共鳴的產品。具體而言，如下圖所示，我們的設計團隊與運營及供應鏈管理團隊齊心協力，合作開發產品。

業 務



於開發過程的各個階段，由一至兩個團隊擔當領導角色，其餘團隊則利用其一手經驗及對行業的觀察，提供積極的支持和建議。各個團隊成員參與其中，齊心協力。這種協作過程促進了高效的內部溝通及靈活決策，使我們能夠跟上瞬息萬變的行業形勢。

此外，為使我們從諸多傳統廚具品牌中脫穎而出，我們的線上DTC運營模式通過線上渠道深入了解客戶偏好及新興市場趨勢為我們提供見解，讓我們能及時滿足消費者對實用及創新廚具不斷變化的需求。我們的核心炊具系列從概念到上市的平均產品開發週期為50天，根據灼識諮詢報告，該時間超過行業平均水平60天。這種靈活性使我們能夠快速應對市場變化並建立先發優勢。

憑藉我們強大的產品開發流程及從我們獨特的線上DTC模式獲得的靈感，快速的產品迭代一直是我們業務的核心，我們致力於為客戶提供多種選擇並推進產品創新。我們於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的新產品，包括6、7、9及3個炊具系列，該等產品於線上廚具市場橫跨多個主要子類別。除主要炊具產品外，我們豐富多樣的產品亦包括飲具、廚房器具、餐具及廚房電器，旨在為餐飲、烹飪及日常生活需求提供全面解決方案。

業 務

我們的產品快速更新上市，且其創新功能廣受市場歡迎。例如，我們是中國首批推出麥飯石不粘鍋的品牌，麥飯石不粘鍋結合了自然岩石的美觀及壓鑄鋁的功能優勢，如出色的導熱性及最小限度的變形。該創新功能為消費者同時提供視覺享受及實用功能。根據灼識諮詢報告，自2021年起，按零售額計，我們的麥飯石不粘鍋系列已成為中國天貓市場最暢銷的炊具之一。此外，我們的可拆卸手柄系列的創新性體現在便於操作及單手拆卸，大幅提高了產品的實用性，且滿足了客戶對易於儲存的需求。該系列於日本首次推出，其後引入多個市場，一直廣受客戶青睞。

全球線上DTC零售模式，具備與消費者直接互動及於主要國際電商平台的可擴展性

自2016年推出我們的品牌以來，我們專注於維持強勁線上業務及與消費者直接互動，以迎合年輕一代的喜好。透過與全球主要市場的領先線上平台合作，包括中國的天貓及京東、美國及歐洲的亞馬遜、日本的樂天及Qoo10以及東南亞的Shopee及Lazada，我們確保全球廣大消費者能透過我們在上述平台的自營店舖輕易獲得我們的產品。直達性加上對年輕線上購物者的關注推動我們快速增長及在多個線上廚具市場取得成功。

我們可擴展的線上DTC零售模式使我們以較低的成本在全球快速擴張。自我們的品牌產品於2017年首次進入國際市場以來，截至最後實際可行日期，我們的線上業務已擴展至涵蓋19個地區市場的19個線上市場合共48家自營網店。此外，我們在擴張過程中積累了在多元化的商業環境中管理電商業務的寶貴專業知識，且我們預計不斷擴大的全球銷售網絡將會繼續加強這一專業知識，以促進未來發展。

我們由DTC模式驅動的線上零售品牌定位獨特，且能使我們有效地將客戶見解直接融入產品改進及迭代。我們的自有客戶服務團隊積極通過社交媒體、電子郵件及直播聊天等線上渠道收集反饋，這使我們有別於許多依賴外包支持的競爭對手。例如，於

業 務

2023年，我們在天貓上的自有客戶服務團隊參與逾1,500萬次此類客戶互動，包括回覆諮詢及評論、處理售後請求及解決與物流相關的投訴。這種與客戶的直接溝通有助於我們確定客戶對產品參數、設計及功能的關注，為我們提供對彼等偏好更深入的見解。

此外，我們的線上營運模式提升我們的營銷工作，亦有助提高品牌知名度。通過監測複購率、購買模式及產品頁面瀏覽量等主要營運指標，我們可制定可靠的營銷策略，例如，突出更有可能引起消費者共鳴的功能，令我們能夠有效推廣產品。

靈活的輕資產供應鏈模式，確保產品開發並實現高效成本管控

我們已於廚具行業擁有近二十年經驗，已獲得重要行業專業知識及對供應鏈管理的深刻理解。憑藉這一經驗，加上中國作為全球廚具製造中心的地位，我們已建立高效供應鏈，對發展我們自有品牌至關重要。尤其是，我們的供應鏈令我們可始終如一地提供具有先進功能的優質產品，同時透過向合資格合約製造商外包生產降低整體營運成本。

我們的輕資產模式減少了對生產工廠及機器的資本投資。這使我們能夠專注於品牌開發及產品研究，同時保持健康的流動資金水平。例如，隨著於業績紀錄期我們的業務持續快速增長，我們得以提高流動性比率(按流動資產除以流動負債計算)，由截至2021年12月31日的71.3%增至截至2023年12月31日的129.2%，截至2024年3月31日為101.5%。於業績紀錄期，隨著我們銷售額擴大及與供應商的關係加深，我們的成本控制能力繼續提高。2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們品牌業務的毛利率分別為37.6%、45.9%、39.2%及45.1%。

我們與合約製造商保持互惠互利的關係，通常為彼等的最大客戶。我們與彼等在產品開發及生產方面合作，這有助於我們的生產穩定性，且令我們了解行業趨勢。在生產過程中，我們與合約製造商分享我們的行業專業知識及產品模具，與彼等緊密合作，

業 務

以提升彼等的生產精度及效率。此合作過程增強了彼等的技術能力，同時亦使我們能夠向客戶提供始終如一的質量。此外，我們與合約製造商的戰略合作關係使我們能夠在全面推出前下達較小的最低採購訂單，有效降低存貨風險及提高營運靈活性。

此外，我們的供應鏈亦善於採用先進生產技術，有助於我們有效控制成本，使我們的產品具備先進功能。例如，我們的合約製造商在使用壓鑄技術生產不粘鍋方面經驗豐富，與採用傳統拉伸工藝生產的炊具相比，此技術具有導熱性更好、更輕便、更耐用等明顯優勢。通過利用彼等的專長及與彼等密切合作改進壓鑄工藝，我們能夠專業生產不粘鍋並顯著降低瑕疵率，實現了成本控制效益。根據灼識諮詢報告，截至2023年年底，我們不粘平底鍋的定價分別低於亞馬遜美國及天貓同類產品其他前五名參與者24.0%及50.9%，具有顯著的價格優勢。

此外，作為供應鏈不可分割的一部分，我們已建立高效的物流及存貨管理系統。詳情請參閱「— 我們的供應鏈 — 存貨管理」。我們與可靠的交付服務提供者合作，例如利用亞馬遜的「亞馬遜物流(FBA)」服務，確保在全球範圍內迅速交付產品。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們在向客戶交付產品方面並未經歷任何重大延誤。此外，我們與倉儲服務提供者的合作使我們能夠減少對自有倉庫及相關人員的投資，特別是針對海外市場，有效提升了我們的營運效率及成本控制。於業績紀錄期，我們的品牌業務已實現20至40天的平均存貨週轉期。

具有全球視野和經驗豐富的管理團隊及充滿活力的企業文化

我們的創始團隊深耕廚具行業，擁有豐富的行業經驗及遠見。彼等了解消費者，尤其是年輕一代消費者的細微需求，並提供了獨特的全球視角。尤其是，我們的執行董事章先生對國際市場廚具及家居用品的需求有著深入了解，令其能夠預測及應對新興全球趨勢。此外，章先生出身於廚具世家，在生產及供應鏈管理方面擁有豐富經驗。彼等將全球視野與行業經驗有效地結合，我們的創始團隊成功地引導我們向具備以線上為中心運營模式的業務轉型。彼等的遠見卓識及領導能力對於我們制定及實施拓展多個海外市場的策略至關重要。

業 務

我們形成了充滿活力的企業文化，能反映我們的核心價值觀。我們的管理層及員工團隊年輕且充滿活力，來自製造業、消費品及互聯網等不同領域。我們的產品開發及營運團隊由年輕人組成，其在推動產品開發及策略執行方面發揮了重要作用。此外，通過採用扁平化管理結構，我們鼓勵開放式溝通，在本集團內營造積極的工作環境。我們亦實施培訓項目，鼓勵敬業的僱員於不同工作領域晉升管理職務。截至最後實際可行日期，我們員工的平均年齡約為32歲，而我們管理團隊擁有平均八年的相關行業經驗。富有經驗的領導與新穎的觀點相結合，使我們在適應行業變動中處於有利地位。

我們的策略

我們的目標是通過實施以下策略進一步發展我們的業務：

不斷進行產品迭代、功能及設計創新並向家居用品領域拓展

我們致力於通過持續迭代、創新及進軍新類別以擴展我們的產品範圍，適應全球消費者的動態需求。我們旨在為廚房及餐飲需求提供基於場景的綜合解決方案，將我們的產品擴展至更廣闊的家居及生活領域，與競爭對手形成明顯的品牌差異。

在核心炊具類別中，我們的目標是通過推出更多圍繞「專用鍋」概念的專用炊具選擇以滿足特定的烹飪需求。我們亦計劃推出更多多功能的產品，例如多功能鍋，以滿足消費者對方便、易儲藏及多功能的需求。此外，我們意識到設計偏好的重要性，尤其是年輕消費者的設計偏好，我們致力於不斷創造出高顏值的炊具產品。為此，我們將推出各類具有統一、時尚設計的產品系列，旨在提升廚房體驗，激發人們對烹飪及家居生活的熱情。

此外，我們計劃進一步豐富我們的產品類別。通過對不同的消費人群及年齡段進行市場調研，我們旨在更好地了解彼等的生活方式及消費模式。我們擬利用對消費者需求的洞察力，豐富廚具系列，尤其是國際市場。這將包括擴大我們的刀具及飲具系列，並推出各種小型廚具。

業 務

為實現我們的產品策略，我們將實施分類管理方法，為每個主要類別(炊具、廚房器具、飲具及其他)建立專門的供應鏈管理團隊，以確保對每個類別的重點專注。此外，我們將加大產品開發投資力度，並由具備必要專業知識的專業研究和產品開發團隊提供支持，其中包括旨在增強產品實用功能的研發投資，以及支持我們在材料創新及提高產品ESG性能方面的ESG投資。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。

不斷擴大全球影響力及提高品牌全球知名度

我們的策略願景是成為一家全球性企業，我們致力於在全球範圍內持續推廣我們的品牌。截至最後實際可行日期，我們的品牌業務遍及全球19個地理市場，包括中國、美國、東南亞、日本、印度及西歐(主要為德國、法國、西班牙及意大利)。為實現我們擴大全球影響力並覆蓋所有主要市場的目標，我們旨在利用既定營銷地位進一步增強於該等主要市場的影響力，尤其是在西歐及東南亞。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。此外，我們計劃在東歐、南美及澳大利亞等其他市場探索機遇。我們尋求通過與戰略線上渠道及當地實體合作，提高於該等市場的品牌知名度。

為進一步擴大全球足跡，我們將主要專注於鞏固現有的線上銷售渠道，尤其是通過與更多線上平台合作，接觸新的客戶群體，以提高我們在中國、美國、西歐及東南亞等主要市場的線上市場份額。此外，我們計劃對我們的專用品牌網站進行進一步投資，並在國際社交媒體平台上開展有針對性的營銷活動。相關線上措施預計將提高我們在全球的品牌知名度，使我們能夠通過有吸引力的內容來傳播價值主張。

同時，我們尋求選擇性滲透線下銷售渠道，以補充我們的線上業務。未來，我們擬透過探索與其他著名的國際分銷商或零售商合作，擴大線下足跡，彼等能夠提供當地見解及資源，促進我們接觸多元化的線下客戶群。

我們相信，我們多管齊下的方法將極有助於覆蓋更廣泛的全球受眾，並提高品牌的國際知名度。

業 務

改善組織結構及供應鏈，促進全球擴張

隨著全球戰略的推進，我們致力於完善組織結構，以更好地保持不同市場之間的聯繫和滿足不斷增長的業務需求。我們的總部將作為產品開發及戰略監督的中心樞紐，重點負責與產品線發展、全球營運及銷售渠道拓展相關的管理工作。為更有效地管理國際業務，我們打算在主要海外市場引入區域管理系統。該系統將授予我們的區域團隊在供應鏈管理、業務發展及客戶服務等專業職能方面的決策權。該營運自主權旨在確保營運決策與當地市場狀況密切相關，從而增強我們及時應對市場趨勢並做出更好的針對特定地區決策的能力。

為支持該結構演變，我們將加強培訓計劃及優化內部溝通流程。該等措施旨在使各個市場的一線團隊能夠快速識別、分享及利用重要的市場見解，在產品開發及迭代等方面與總部合作並形成協同效應。該合作方式對全球擴張至關重要。我們相信，隨著我們不斷發展，完善組織結構將使我們更有效地利用管理資源，並幫助降低成本。

此外，我們擬採取綜合方法，以確保建立穩健、有彈性的供應鏈網絡。該策略的核心是供應鏈的多元化。我們打算在全球範圍內與更多供應商合作，尤其是在印度及越南等地區，該等地區以其新興及穩定的供應鏈能力著稱。該多元化旨在降低我們的運營意外中斷的風險。此外，我們將擴大供應鏈管理團隊，為業務增長及成本控制提供支持，並招聘具有管理廚房電器等新產品類別供應鏈專業知識的經驗豐富的專業人員，以進一步提高我們的供應鏈管理能力。我們相信，隨著我們進行全球擴張，該等措施將降低供應鏈相關風險，確保我們擁有彈性運營以實現戰略目標。

賦能全球人才招聘及發展

我們最寶貴的資產是具有卓越專業技能及全球視野的人才。該等人才乃我們向客戶提供創新產品的動力。為實現我們成為全球領先的廚具及家居用品行業品牌零售商的目標，我們致力於不斷完善企業文化，吸引與我們全球願景相吻合的人才。我們將加大對培訓及人才發展體系的投入。我們的培訓計劃將包括入職培訓、企業文化培訓、

業 務

技術能力培訓及外部機構培訓，均旨在提升僱員能力。此外，我們將通過輪崗計劃及師徒制等舉措為僱員提供一線崗位的機會。該等舉措有望使僱員能夠更深入了解重要的業務功能，如生產、研發、運營、營銷、策略及客戶開發。我們的計劃亦包括建立系統性的全球管理培訓生計劃，旨在為我們培養未來管理人才及全面發展的未來領導者。

通過投資及收購建立多品牌組合

我們致力於通過戰略投資及收購，建立多元化的廚具及家居用品品牌組合。我們相信由此可有效拓展我們的產品類別，在我們的供應鏈及銷售渠道中創造協同效應，同時發揮我們既定業務模式的優勢。為實現這一願景，我們計劃對國內外廚具及家居用品品牌進行選擇性投資或收購。我們將著重於確定符合整體業務策略且滿足特定標準的目標，包括品牌歷史、產品供應、銷售渠道、創新能力及進一步發展的潛力。具體而言，我們的目標是在國際市場享有盛譽的高端炊具品牌。此外，我們將著重於提供炊具以外的產品以及在廚具及餐飲類別中展現強大發展及創新潛力的廚具及家居用品品牌。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。通過豐富我們的產品及品牌組合，我們旨在為消費者提供全面的一站式解決方案，滿足其所有的廚具及家居用品需求。

我們的業務

我們業務的發展反映與市場需求相一致的策略變化，以及致力於提供更好產品的承諾。

我們的總部位於中國杭州，發展歷程始於2007年，即我們的主要附屬公司之一浙江卡羅特成立之時。最初，我們主要為海外品牌提供OEM服務。於2013年，我們意識到市場需求，轉而專注於發展ODM業務，為國際品牌所有者及零售商設計、開發及製造定製化廚具產品。

業 務

憑藉ODM業務獲得的專業知識及對消費者偏好的重要見解，我們於2016年戰略性地進軍線上零售領域，推出自有廚具產品品牌「卡羅特(CAROTE)」。該舉措是一個重要的里程碑，以著重通過在線銷售渠道直接接觸客戶的業務模式為支撐，使我們能夠直接提供產品以反映我們對市場需求的理解。這一戰略舉措使我們迅速成為發展迅猛的廚具產品品牌。

隨著我們品牌業務的不斷擴大，我們對生產進行了另一次戰略轉型。儘管此前我們在此方面依靠合資格合約製造商的外包製造以及內部生產相結合，但從2022年2月起我們轉向了完全外包及輕資產模式，以滿足不斷增長的產能及效率需求。

於業績紀錄期直至最後實際可行日期，我們經營著ODM業務及品牌業務，後者是我們未來增長及發展的策略重點。由於我們的擴張努力，我們的品牌業務於業績紀錄期實現快速增長，該分部收益由2021年的人民幣283.3百萬元大幅增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，複合年增長率為120.7%。截至2024年3月31日止三個月，我們的品牌業務收益達人民幣450.0百萬元，較2023年同期的人民幣246.5百萬元增加82.6%。

下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的總收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	283.3	41.9	530.7	69.1	1,379.9	87.2	246.5	84.5	450.0	89.5
ODM業務	392.0	58.1	237.8	30.9	203.2	12.8	45.3	15.5	52.9	10.5
總計	675.3	100.0	768.5	100.0	1,583.1	100.0	291.8	100.0	502.9	100.0

業 務

下表載列所示期間按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)	
	(%)		(%)		(%)		(%)		(%)	
	(未經審核)									
品牌業務	106.5	37.6	243.7	45.9	541.1	39.2	105.2	42.7	203.2	45.1
ODM業務	20.0	5.1	31.6	13.3	24.0	11.8	5.5	12.0	6.2	11.8
總計	126.5	18.7	275.3	35.8	565.1	35.7	110.7	37.9	209.4	41.6

品牌業務

我們提供選擇多樣的自有品牌「卡羅特(CAROTE)」廚具產品，旨在滿足全球客戶的各種需求。憑藉我們在廚具行業的豐富經驗及消費者洞察，我們定期推出新產品，以滿足不斷變化的客戶需求。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品。截至最後實際可行日期，我們通過領先的線上平台，向全球零售消費者廣泛提供超過2,200個SKU的多種品牌產品組合。

我們的品牌業務主要專注於線上銷售。我們戰略性地在全球各個地區市場的知名線上市場建立銷售渠道，包括中國的天貓、京東及抖音，以及國外的亞馬遜、樂天、Qoo10、Shopee、Lazada等。我們於該等市場經營自有網店，方便客戶隨時隨地了解及購買我們的產品。自我們品牌推出以來，該策略極大地加速了我們國際業務的發展及客戶群的增長。請參閱「— 銷售及營銷 — 線上銷售網絡」。此外，通過該等市場與客戶直接接觸是我們商業模式的關鍵方面，使我們能夠快速響應客戶需求及偏好，依靠寶貴的客戶洞察促進產品改進及創新成果。

我們已將我們的品牌打造成為中國線上廚具市場的關鍵參與者。於業績紀錄期，我們中國內地國內市場的收益持續增長，由2021年的人民幣163.4百萬元增加67.4%至2022年的人民幣273.5百萬元，進一步增加18.0%至2023年的人民幣322.7百萬元。

業 務

此外，截至最後實際可行日期，我們的品牌業務於國際市場取得重大拓展，於全球19個地區市場的線上市場運營。來自中國內地以外市場的收益由2021年的人民幣119.8百萬元增加至2023年的人民幣1,057.2百萬元。海外市場的強勁增長對推動我們的整體收益增長至關重要，於2021年、2022年及2023年海外市場的收益分別佔我們品牌業務總收益的42.3%、48.5%及76.6%。

下表載列我們於所示期間按地理區域劃分的品牌業務收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
中國內地	163.4	57.7	273.5	51.5	322.7	23.4	78.6	31.9	83.1	18.5
美國	46.6	16.5	122.2	23.0	740.1	53.6	100.3	40.7	269.8	60.0
西歐	5.8	2.0	14.9	2.8	96.8	7.0	13.9	5.6	34.1	7.6
日本	6.0	2.1	35.2	6.6	82.8	6.0	22.1	9.0	28.5	6.3
東南亞	47.0	16.6	47.8	9.0	76.5	5.5	18.1	7.3	15.4	3.4
其他	14.5	5.1	37.1	7.1	61.0	4.5	13.5	5.5	19.1	4.2
總計	283.3	100.0	530.7	100.0	1,379.9	100.0	246.5	100.0	450.0	100.0

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

ODM業務

我們的ODM業務專注於根據ODM客戶的要求及規格供應定製化炊具產品。該等客戶將自我們採購的產品以其自有品牌名稱且在其分銷網絡中營銷及銷售。

我們向ODM客戶提供定製化產品設計、開發及製造的一站式解決方案。我們與ODM客戶密切合作，了解其對最終產品的願景及要求，然後將客戶要求轉化為有形的

業 務

產品設計及原型。在產品設計及原型獲得ODM客戶的認可後，我們委聘合資格供應商製造所設計的產品。製造過程完成後，我們負責管理物流，將製成品運至約定港口進行裝運以交付客戶。

我們的主要客戶包括歐洲及東南亞的國際廚具品牌。多年來，我們與主要ODM客戶建立長期業務合作關係，於業績紀錄期各期間與五大ODM客戶中的大多數有六年以上的合作。

於業績紀錄期各期間，我們五大ODM客戶貢獻的收益佔相關期間ODM業務總收益超90%。具體而言，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，來自我們五大ODM客戶的收益分別為人民幣374.1百萬元、人民幣224.2百萬元、人民幣186.5百萬元及人民幣49.7百萬元，佔同期ODM業務總收益的95.4%、94.3%、91.8%及94.0%。此外，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，來自ODM最大客戶的收益分別為人民幣165.0百萬元、人民幣106.8百萬元、人民幣102.3百萬元及人民幣27.3百萬元，分別佔同期ODM業務總收益的42.1%、44.9%、50.4%及51.7%。未來，我們計劃維持ODM業務的現狀及維繫與主要ODM客戶現有的關係，以配合專注於品牌業務的總體戰略。

我們的產品

我們向消費者提供多種廚具產品。從基本的鍋碗瓢盆到設計精良的餐具及飲料容器，我們的產品組合旨在滿足不同廚房場景的不同需求，提升客戶烹飪及用餐體驗。

我們定期更新產品陣容，推出新產品及改善產品，以保持客戶黏性。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品，不斷擴大我們的產品系列，以滿足客戶不斷變化的喜好。截至最後實際可行日期，我們的產品組合包括超過2,200個涵蓋不同廚具類別的SKU，包括炊具、廚房器具、飲具等。

- **炊具**。此類包括的產品範圍廣泛，如不粘鍋具、鑄鐵鍋及精選炊具套件，均為滿足各種烹飪需求而設計。

業 務

- **廚房器具**。我們的廚房器具系列種類繁多，包括廚房收納盒、容器、刀具、砧板、鍋鏟、長柄勺等，為高效備料提供必備工具。
- **飲具**。我們的飲具系列產品多樣，包括飲水容器、玻璃杯及馬克杯，為補充水分及享用飲料提供多種選擇。
- **其他**。我們亦提供一系列餐具及廚房小家電，如空氣炸鍋及電煮鍋，為進一步豐富烹飪體驗而設計。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的品牌業務總收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具.....	244.7	86.4	444.6	83.8	1,237.7	89.7	220.7	89.5	397.4	88.3
廚房器具.....	30.6	10.8	64.9	12.2	90.4	6.6	20.6	8.4	38.1	8.5
飲具.....	0.5	0.2	12.5	2.4	47.4	3.4	5.1	2.1	12.1	2.7
其他 ⁽¹⁾	7.5	2.6	8.7	1.6	4.4	0.3	0.1	—	2.4	0.5
總計.....	283.3	100.0	530.7	100.0	1,379.9	100.0	246.5	100.0	450.0	100.0

附註：

(1) 主要包括餐具及廚房小家電的銷售收益。

業 務

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)		(人民幣 百萬元)	
	(%)		(%)		(%)		(%)		(%)	
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具.....	92.8	37.9	203.3	45.7	481.0	38.9	93.0	42.1	178.7	45.0
廚房器具.....	12.2	39.7	34.1	52.6	42.3	46.8	10.3	49.9	19.5	51.2
飲具.....	0.2	47.0	4.8	38.5	16.8	35.3	1.9	38.1	4.5	36.8
其他 ⁽¹⁾	1.4	17.8	1.5	16.0	1.0	23.3	—	17.3	0.5	21.7

附註：

(1) 主要包括餐具及廚房小家電。

炊具



炊具是我們產品陣容的核心產品，可滿足全球客戶多樣化的烹飪需求及喜好。從創新不粘煎鍋到多功能炖鍋及湯鍋，我們炊具系列中的各項產品均為提升客戶的烹飪體驗而作，其實用、美觀及物超所值。例如，根據灼識諮詢報告，自2021年起，按零售額計，我們的麥飯石不粘鍋系列已成為中國天貓市場最暢銷的炊具之一。

此外，我們的炊具融入技術功能，提高性能及烹飪體驗。我們的核心不粘鍋系列突出了我們塗層的優勢。該等塗層使烹飪更健康，而且易於保養，經久耐用。此外，我們利用壓鑄技術的優勢生產高性能炊具。我們的壓鑄工藝確保炊具具有厚實、均勻及流暢的主體。該工藝不僅防止變形，長期保持其形狀及完整，亦具有良好的導熱性及保溫性，有助於高效節能地烹飪。此外，我們的不粘鍋主要使用壓鑄鋁生產，而鋁以其卓越的導熱性及保溫性著稱。鋁輕巧的特性加上其對不粘塗層卓越的粘合性能，提高了性能及烹飪體驗。

業 務

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出193個、172個、444個及130個SKU的炊具。炊具收益由2021年的人民幣244.7百萬元增至2023年的人民幣1,237.7百萬元，複合年增長率為124.9%。

下表載列我們的精選炊具系列，包括各類產品系列以及其樣品圖片及獨特功能，以及彼等可得的市場：

推出年份	產品系列	產品特點	價格區間*	主要市場
2016年11月.....	Essential Woody	 <ul style="list-style-type: none"> • 意大利風格設計 • 塗層中的彩色麥飯石與木紋元素相結合 • 強調自然及有機概念 • 創新及非傳統形狀 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 699至1,039 元 / 59.99 至89.99美 元 / 89.99 至129.99歐 元	中國、 西歐、 北美
2021年7月.....	Cosy	 <ul style="list-style-type: none"> • 正宗經典日式設計 • 獨創圓柱形手柄，觸感獨特 • 設計簡潔，為日常生活帶來愉悅感 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 168至208 元 / 64.99 至129.99美 元 / 99.99 至129.99歐 元 / 3,680 至7,980日 圓	中國、 亞洲、 西歐、 北美

業 務

推出年份	產品系列	產品特點	價格區間*	主要市場
2021年7月.....	Ice Cream 	<ul style="list-style-type: none"> • 結合Essential Woody系列的經典設計與創新升級 • 淺色不粘鍋的精緻美學 • 無與倫比的炊具設計視覺效果 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 129至429 元 / 79.99 至149.99美 元 / 89.99 至129.99歐 元	中國、 亞洲、 西歐、 北美
2022年2月.....	Eight Mile Place 	<ul style="list-style-type: none"> • 可拆卸手柄便於儲存，節省廚房組織空間 • 輕巧設計，便於操作 • 光滑時尚的外觀為廚房增添優雅氣息 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 139至289 元 / 39.99 至129.99美 元 / 59.99 至119.99歐 元 / 5,380 至13,980日 圓	中國、 亞洲、 西歐、 北美
2022年10月.....	Little Bean 	<ul style="list-style-type: none"> • 加厚手柄，抓握舒適 • 可視化鋼化玻璃蓋 • 多用途設計：可用作湯鍋及適用於烤箱烹飪 • 加厚加深容量，更易於翻炒 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 149至379元	中國

業 務

推出年份	產品系列	產品特點	價格區間*	主要市場
2023年11月.....	Paris	 <ul style="list-style-type: none"> • 採用全噴塗工藝的陶瓷塗層底座 • 一體式鍋體結構 • 高位鍋設計，防止沸溢 • 輕巧，易於單手操作 • 耐用及高性能塗層 	每套人民幣 119至469 元／99.99 至119.99美 元／99.99 至129.99歐 元	中國、 亞洲、 西歐、 北美

* 由於市場條件不同，我們的炊具套裝於不同市場的組成有所不同，因此價格範圍亦不相同。

廚房器具

作為對我們炊具的補充，我們提供各類廚房器具，以滿足各種烹飪及食物備制需求。我們的產品包括廚房收納盒、容器、刀具、砧板、鍋鏟、長柄勺等，為高效備制食物提供必要工具。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出275個、801個、529個及161個SKU的廚房器具。廚房器具收益由2021年的人民幣30.6百萬元增至2023年的人民幣90.4百萬元，複合年增長率為71.9%。

業 務

下列為我們廚房器具的樣品圖：



飲具

作為我們產品線的重要補充，我們的飲具系列提供了多種選擇，從實用的水容器（如保溫瓶）到時尚的玻璃杯及咖啡杯。所有該等產品以時尚的設計為特點，向客戶傳達美學吸引力。該全面的產品系列滿足各種偏好及場合，確保客戶有適合彼等需求的飲具選擇。自我們於2021年9月推出飲具系列以來，其發展顯著，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月分別推出41個、322個、342個及68個SKU的飲具。截至最後實際可行日期，我們的產品組合包括21個飲具產品，已取得累計銷售額超過人民幣1百萬元。2022年，即飲具推出後的首個完整財政年度，我們的飲具收益為人民幣12.5百萬元，於2023年增至人民幣47.4百萬元，複合年增長率為94.7%。

業 務

下列為我們飲具產品的樣品圖：



產品設計及開發

設計及開發能力

我們擁有近二十年的營運歷史，已發展和完善我們的產品設計及開發能力。我們於廚具行業的豐富經驗（包括與關鍵ODM客戶合作）為我們了解客戶需求及將其轉化為創新產品設計提供了寶貴的見解。該等專業知識有助於我們創造出與客戶共鳴的產品。

為支持我們的產品設計工作，我們已成立專門的內部設計團隊。我們的產品設計團隊由嫻熟且經驗豐富的設計師組成，在實現產品願景方面發揮關鍵作用。截至最後實際可行日期，我們的產品設計團隊由八名員工組成，彼等擁有多多年廚具設計及開發經驗。

業 務

我們致力於不斷提高產品設計及開發實力。為此，我們於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月的研發開支分別為人民幣18.1百萬元、人民幣20.8百萬元、人民幣35.9百萬元及人民幣9.7百萬元。

美學與本土化設計

我們致力於創造不僅具有功能性而且以高顏值的設計取悅客戶的產品。我們認為，對美學的重視是我們產品廣泛流行的關鍵因素。

除美學設計外，我們優先了解及滿足當地客戶的獨特需求以及我們營運所在市場流行的烹飪文化。我們的產品設計師深入研究世界各地消費者的飲食習慣及產品偏好。這種以客戶為中心的方法使我們能夠不斷改進我們的現有設計或創造與客戶產生共鳴的新設計，從而使我們的產品受到歡迎。例如，在日本市場，我們已考慮各種因素及針對日本消費者的實際考慮，並開發了一套可拆卸手柄不粘鍋，因其易於儲存、設計輕巧及時尚的外觀而受日本客戶好評。同樣，在美國、歐洲及東南亞市場，我們考慮該等地區獨特的生活方式、使用習慣及烹飪文化，對我們的煎鍋作出改進並推出創新炒鍋。我們炒鍋的設計採用鍋體較深的特點，滿足不同歐美菜餚的流行炒製方式，同時適應東南亞國家的炒製習慣。

產品開發流程

品牌業務

為應對行業的快速變化及多樣化需求，我們已建立合作式產品開發模式，由我們的產品設計、運營及供應鏈管理團隊相互配合。彼等的合作從產品提案到設計及開發再到產品迭代，涵蓋多個階段，各階段由一或兩個團隊領導作出決策，其他團隊積極參與並提供支持。例如，運營團隊通過市場調研、監控及分析客戶數據收集有價值的客戶反饋及提供產品設計見解，而產品設計團隊通過產品提案及詳盡的設計工作將該

業 務

等資料轉化為可執行的設計。同時，供應鏈管理團隊確保產品願景可通過製造流程於成品展現。這種共同努力使我們能夠及時應對市場發展，推出滿足不斷變化的客戶需求及偏好的產品設計。

我們品牌業務的產品開發流程通常涵括以下階段。

市場分析。我們的產品開發流程始於市場調研及觀察，包括研究銷售數據、開展競爭對手分析、通過客戶偏好預測市場趨勢及獲得線上渠道的直接反饋。該等活動有助於我們評估市場需求及發掘潛在機會。

項目啟動。我們利用市場調查結果制定全面的產品配置計劃，其中包括為滿足目標客戶需求及偏好而量身定製的包裝解決方案。我們亦進行成本估算，以確保我們產品的可行性及競爭力，同時考慮材料、製造及包裝等因素。這使我們能夠做出明智的決策，平衡成本效益與產品質量。

產品設計。一旦項目啟動階段完成，我們的設計團隊則將產品想法轉化為有形的設計。設計團隊會繪製詳細的設計圖紙，綜合考慮功能規格、美學元素及用戶體驗，然後生產樣品，並對樣品進行檢查，以確保最終產品符合我們的質量及性能標準。如有必要，將進一步調整，以增強產品的設計。同時，我們的包裝團隊致力於設計高顏值的包裝，有效傳達我們產品的價值及特點。

製造。產品設計完成且獲得內部批准後，我們進入製造階段。該階段由我們的製造商合作夥伴負責，彼等根據我們的規格及要求生產產品。對於部分新產品的開發，我們投資開發專有模具，並將其提供予合約製造商，確保可更好地控制生產流程。產品全面推出之前，我們通常會進行試產，與國內市場的試銷並行，以衡量產品的市場反應。

市場引進。一旦上述所有階段(在無需開發新模具的情況下通常為30天內)完成，我們開始將產品推向市場。對於國內市場，我們通常確保產品在生產後24小時內有現貨。

業 務

我們於產品上市初期密切監控銷售業績，並採取適當措施解決發現的任何問題，相關措施可能包括調整市場策略。

ODM業務

我們的產品開發流程始於與ODM客戶積極接觸，以了解彼等對製成品的具體需求、要求及期望結果。通過合作討論及對彼等意見(例如產品創意、概念及首選原材料)的分析，我們致力將彼等的願景轉化為有形的設計及原型。然後，我們向客戶展示擬定設計及定價，徵求彼等的反饋及批准。根據彼等意見，我們繼續繪製詳細的設計圖紙，並與客戶分享，以便進一步確認及於必要時進行調整。一旦產品設計獲得批准，下一階段將涉及創建原型。該等原型經過評估及質量檢查，包括樣品審查過程，即我們將樣品送予ODM客戶進行評估及反饋。如有需要，我們會根據客戶的要求進行必要的優化及調整，並將彼等的建議納入最終設計。在設計及原型經過ODM客戶改進及批准後，我們透過合約製造商推進製造過程。

我們的供應鏈

我們已建立健全的供應鏈，確保持續地高效交付優質產品。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們與逾500名供應商合作以採購我們的產品，所有供應商均位於中國。這使我們能夠利用中國以規模及效益著稱的高效及強大的供應鏈能力。

我們的供應商

我們的供應商主要由位於中國的合約製造商組成，這反映我們將生產完全外包予第三方的策略選擇。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們向超過500名合約製造商採購以生產產品。

除合約製造商外，我們的供應商亦包括(i)為我們的網店運營及管理提供產品上架及其他輔助服務的線上電商平台，(ii)塗料及包裝材料製造商，及(iii)提供倉儲、物流及其他服務的第三方服務提供者。

業 務

篩選產品供應商

於篩選產品供應商的過程中，我們會仔細評估各項關鍵因素，包括彼等於合約製造方面的經驗、設備及生產能力、產品質量、聲譽以及相對於其他潛在供應商的競爭優勢。憑藉我們的行業經驗及專業知識，我們已實施一套嚴格的選擇及篩選供應商的流程。除要求及審查所有必需牌照及許可外，現場檢查也是該流程必不可少的一部分。我們的代表進行全面的廠房檢查，以核實供應商保持我們要求的質量標準。只有通過我們現場檢查的供應商才會被考慮聘用。此外，於若干情況下，我們向潛在供應商下試訂單，以在最終決定聘用前進一步測試其工作質量及全面評估其能力。

採購管理

我們的採購慣例靈活高效。我們並無簽訂定期供應合約，而是就我們開發的各項產品向合約製造商下單獨的採購訂單，無論是為ODM客戶亦或作為我們自有品牌產品線的一部分。此方法使我們能夠根據即時需求定製採購，有效地降低存貨風險。

我們並無與合約製造商簽訂任何主要協議或長期合約，是由於我們可以靈活利用我們業務所在地浙江永康的當地製造能力。據灼識諮詢確認，該地區是全球最大的鋁制炊具生產中心之一，擁有集中的鋁制炊具產業鏈，為我們在眾多合約製造商的選擇上提供靈活性。選擇合約製造商時，我們會考慮質量、交貨時間及成本等多種因素，並靈活分配訂單，以滿足個別訂單的特定需求。對於我們的主要產品系列，我們通常會與兩到三家合約製造商進行長期合作，同時亦會根據需要靈活選擇其他供應商，確保持續供應及維持質量。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們的合約製造商並無嚴重違犯協議。

我們的採購實踐以銷售預測為支撐。我們定期與合約製造商進行溝通，使彼等及時知悉我們的銷售預測。這種密切合作確保彼等能夠滿足我們的即時銷售需求。反之，

業 務

彼等於出現任何潛在的產能限制時立即通知我們，讓我們能提前調整採購計劃。這種主動溝通令我們能保持高效採購，有效地避免生產短缺。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無出現任何材料短缺或合約製造商供應嚴重延遲的情況。

與合約製造商的一般條款

我們與合約製造商簽訂標準一次性採購協議，包含以下主要條款：

- **產品規格**：我們與合約製造商的採購協議概述了詳細的規格，例如產品重量、數量、單價、底座設計、手柄設計及包裝方法。
- **材料要求**：我們與合約製造商的採購協議規定用於提供所設計性能的材料及塗料。我們直接採購塗料並將其運送至我們的供應商。
- **產品交付**：我們與合約製造商的採購協議包括確保合約製造商遵守我們交付指示的條款，該等指示包括指定的時間及地點。
- **質量控制**：我們要求合約製造商提供產前樣品以供批准，並允許我們於產品最終包裝前進行檢查。倘任何產品於檢查中不合格，合約製造商將承擔重新測試的相關成本。
- **支付條款**：我們通常於發貨日期起30至60天內通過銀行匯款向合約製造商付款。合約製造商必須於發貨後15天內開具增值稅發票。倘未按時收到發票，我們的付款期限將相應延長。
- **違約**：我們與合約製造商的採購協議包括違約條款。倘合約製造商因自身原因導致交貨延遲，則對延遲多達七天的合約製造商處以每日應付合約金額0.3%的罰款。倘延遲超過10天，則我們有權終止合約。

業 務

- **保密性：**合約製造商必須遵守保密要求及規定的義務，以維護我們專有權利的完整性，包括與我們的商標、模具、產品及包裝設計相關的專有權利。
- **續約及終止：**我們與合約製造商的採購協議不包括任何續訂或終止條款。
- **保修：**對於非炊具產品，我們的合約製造商通常提供自我們驗收之日起計12個月的保修。該保修涵蓋質量問題，合約製造商有義務根據需要進行維修、退貨或更換。對於炊具產品，我們與合約製造商的採購協議不包括指定合約製造商的保修範圍及期限的條款。相反，該協議規定，如果因材料品質、塗層性能、產品表面污漬等導致質量不符合要求，則由合約製造商承擔責任。根據灼識諮詢的資料，此做法符合行業慣例。

於業績紀錄期，我們並無出現任何由合約製造商造成的重大產品缺陷。在生產階段出現的質量問題，如噴塗問題及污漬，通常在我們驗收前通過質量檢查發現，而在該等情況下，我們要求合約製造商解決該等問題後方會驗收。在極少數情況下，我們會遇到在檢查及驗收時不易發現的質量問題，如使用後塗層起泡。當客戶發現有關問題並退回產品時，我們評估該等問題是否確實是因質量缺陷造成。若確定為質量問題，則將產品退回至合約製造商進行返工（即維修或糾正），並由其承擔相關成本。於業績紀錄期，極少出現在檢查及驗收時不易察覺的質量問題，如使用後塗層起泡，且我們能夠通過與合約製造商協商解決有關問題。

於業績紀錄期，本集團概無因合約製造商過失導致的問題而承擔任何重大責任或任何待決重大責任。

業 務

生產管理

業績紀錄期，尤其是截至2022年2月，我們主要依賴第三方合約製造商進行生產，剩餘的生產需求則由位於中國永康的內部生產設施來滿足。該等設施配備各種機械以及生產及裝配線，主要用於生產我們的炊具。該等設施的實際月產能達320,000件炊具。於2021年及2022年（截至2月），我們的生產設施利用率分別為92.4%及84.7%。

於業績紀錄期，我們的快速發展導致對產能的需求顯著增加。為應對這一挑戰，我們自2022年2月戰略性地過渡到完全外包及輕資產商業模式，將所有生產責任委託予合資格獨立第三方合約製造商。我們相信該輕資產方式能使我們利用彼等的專業知識及能力，以有效地滿足我們不斷擴大的生產需求。作為該策略的一部分，我們於2022年2月將生產設備轉讓予我們的一家供應商（為獨立第三方）。

外包安排

根據該外包模式，我們的合約製造商主要按OEM基準為我們生產產品。我們所有的炊具產品均通過該等OEM服務生產。其次，我們的合約製造商亦會按ODM基準生產少部分精選廚房器具及飲具。除炊具塗料外，彼等直接採購生產所需的所有其他原材料，無須我們事先批准。一旦生產過程完成，彼等將按我們的指示將製成品直接交付予客戶或運送至我們的倉庫。我們進行質量控制檢查，以確保產品提供予客戶前符合我們的標準。請參閱「—質量管理」。

我們直接向中國製造商採購炊具塗料，以便在談判價格時利用採購量的規模優勢。該等製造商根據我們的指示將塗料分發給我們的合約製造商。就本集團作出合理查詢後所知，於業績紀錄期，主要合約製造商就生產我們產品所採購的原材料均來自中國。

業 務

業務理念

我們向完全外包業務模式轉型的策略旨在專注於發展我們的品牌業務，並將自身打造成為能夠快速進行產品迭代的品牌廚具產品的多功能供應商。為實現這一目標，該模式釋放了原本用於內部生產的資源，從而提高了我們的營運效率。因此，我們的管理層及供應鏈團隊能夠更加專注於管理及改善供應鏈營運，包括完善採購慣例、加強質量控制、確保對合約製造商的生產流程進行全面監督，以支持我們的產品發佈及更新。此外，這種模式使我們能夠根據市場需求靈活擴大運營規模，並迅速適應新的產品趨勢。另外，我們在2016年就ODM業務啟動與外包合約製造商合作。過往的經驗使我們能夠在現有關係的基礎上，利用我們在供應鏈管理方面的專業知識，為我們向完全外包業務過渡奠定了有利的基礎，從而滿足我們品牌業務不斷發展的需求。

與合約製造商的關係

我們重視與合約製造商建立及維持互惠互利的關係，確保持續的高質量生產及可靠的營運。我們的合約製造商主要位於中國永康市，此地以其金屬製品的製造能力而聞名。自我們自己生產產品以來，我們就將供應鏈設在此地，並已深入了解當地製造環境。這一了解使我們能夠有效地選擇符合我們標準的合約製造商。我們對永康市製造能力的深入理解對於與我們的合約製造商建立強大的互利關係亦至關重要。我們與彼等分享我們的生產專業知識及產品模具，這不僅能通過改善生產效率提升彼等的技術能力以及降低瑕疵率，亦能使我們實現成本效益，進一步增強我們的合夥關係。

為確保我們的合約製造商遵守相關法律法規，我們對主要供應商實施了供應商准入程序。該程序包括允許供應商進入我們的供應鏈之前，核實其商業登記信息是否存在任何非法活動。此外，在接納供應商後，我們會對年採購額超過人民幣5.0百萬元的供應商進行年度評估。該等評估旨在確保供應商持續遵守我們的標準及法律。另外，

業 務

我們與合約製造商的購買協議包含一項保密條款。該條款規定，未經我們事先批准，合約製造商不得將我們的商標、產品設計或與彼等共享的產品模具用於為我們生產以外的任何目的。我們亦與模具供應商及合約製造商簽訂三方協議。根據該等協議，與我們共享模具的供應商及合約製造商均有義務保護我們的專有技術及知識產權。

委聘合約製造商

我們的策略通常包括就每個主要產品類別與多個合約製造商合作。例如，就炊具產品而言，我們通常就每個產品系列同時委聘兩至三個不同的合約製造商。此方法確保我們維持充足的產能，同時減輕與單一供應商的潛在表現問題有關的風險。此外，我們與若干合約製造商建立穩定的合作關係，該等製造商始終符合我們的表現標準，但我們亦能於必要時靈活地考慮替代供應商，以降低我們與合約製造商的關係發生任何重大不利變化的風險。例如，對於每個系列的炊具產品，我們通常會委聘四到五個規模較小的替代合約製造商，彼等均為我們過往合作過的製造商。此外，倘我們與現有合約製造商的關係可能出現中斷，或與任何合約製造商的特定系列炊具出現性能問題，我們亦可以委聘已經生產其他系列炊具產品的合約製造商。這種適應能力對我們有效地應對市場變化及確保可靠的產品供應至關重要。

下表載列於業績紀錄期及直至最後實際可行日期各年按產品類別劃分的合約製造商數目變動：

	截至12月31日止年度											
	2021年			2022年			2023年			2024年1月1日至最後實際可行日期期間		
	較2020年			較2021年			較2022年			較2023年		
進行的交易	較2020年	進行的交易	進行的交易	較2021年	進行的交易	進行的交易	較2022年	進行的交易	進行的交易	較2023年	進行的交易	
新增的合約	停止交易的	合約製造商	新增的合約	停止交易的	合約製造商	新增的合約	停止交易的	合約製造商	新增的合約	停止交易的	合約製造商	
製造商	合約製造商	總數	製造商	合約製造商	總數	製造商	合約製造商	總數	製造商	合約製造商	總數	
炊具.....	10	2	19	19	8	30	23	11	42	15	7	50
廚房器具.....	99	15	101	121	53	169	88	93	164	36	61	139
飲具.....	6	0	7	40	3	44	38	33	49	10	26	33
其他.....	10	0	11	10	5	16	10	9	17	4	8	13
總計.....	<u>125</u>	<u>17</u>	<u>138</u>	<u>190</u>	<u>69</u>	<u>259</u>	<u>159</u>	<u>146</u>	<u>272</u>	<u>65</u>	<u>102</u>	<u>235</u>

業 務

附註：

(1) 「CM」指合約製造商。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，由於我們的廚房器具SKU種類最多，包括各種小型廚房用品，因此我們採購廚房器具的合約製造商數量佔我們各年或期間合作的所有合約製造商總數的大部分。這類合約製造商的數量呈上升趨勢，主要是由於我們不斷推出新的廚房器具產品。

於2022年我們採購炊具的合約製造商數量較2021年有所增加，主要是由於我們在2023年推出新系列不銹鋼及鑄鐵炊具，並於2023年進一步增加，主要是由於銷量增長導致產能需求上升。

於2022年我們採購飲具的合約製造商數量較2021年大幅增加，是由於自2021年9月推出該產品系列以來，我們不斷推出新產品。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們視我們新增的合約製造商及終止與先前採購的部分合約製造商的關係為外包業務模式不可或缺的一部分，特別是考慮到我們在此期間的快速產品迭代以及新產品系列及類別的推出。在所有情況下，由於我們與任何合約製造商並無簽訂固定期限合約，因此我們僅根據自身需要決定是否向任何個人合約製造商分配採購訂單。上述決定會考慮過往合作情況，包括合約製造商是否達到我們對交貨時間及質量的預期、潛在合約製造商目前的產能，以及是否有替代來源可提供較我們先前採購的合約製造商更具競爭力的價格等多種因素。例如，我們可能會選擇委聘其他的合約製造商，以提高產能，滿足對我們產品不斷增長的需求。或者，倘我們物色到價格更具競爭力的替代供應商，假設在所有其他因素相同的情況下，我們或會決定不再繼續向先前的合約製造商採購，尤其是我們的非炊具系列產品。

業 務

存貨管理

高效的存貨管理是我們運營策略的基石。靈活的採購實踐是達致高效的關鍵。我們沒有致力於一次性批量採購，而是採取頻繁採購及持續監控存貨水平的策略，以確保及時補貨。這樣的靈活性使我們能夠保持與生產週期相一致的庫存水平，對避免過度存貨積累、減輕存貨相關風險及優化營運資金至關重要。我們於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月的平均存貨週轉天數分別為17.5天、26.9天、27.0天及32.3天。我們於業績紀錄期並無錄得任何存貨撇減。

此外，高效的存貨管理使我們能夠根據銷售表現靈活調整各個市場的存貨分配。這種動態方法確保我們能夠快速應對需求波動並即時優化庫存水平。例如，倘我們發現產品在推出初期的銷售表現未達預期，我們可及時進行調整，可能包括將產品重新分配至可能有更好表現的其他市場。

我們高效的存貨管理慣例以有效的需求預測及持續監測為中心。我們的採購計劃主要基於我們的需求預測作出，而需求預測則通過對歷史銷售數據、客戶趨勢及任何相關市場數據的分析得出。於該過程，我們尋找過去可能影響需求的任何模式、季節性變化及重大事件。我們的銷售團隊通過提供有關市場狀況及客戶行為的寶貴見解及知識，於預測過程發揮重要作用。根據需求預測及考慮採購的交付週期，我們的銷售團隊提出一個經過內部評估批准的採購計劃。一旦我們與供應商採購，我們將密切監控實時存貨水平，並於後續採購計劃迅速做出調整，從而提高我們未來需求預測的準確性。

質量管理

確保我們的產品達到最高質量水平是我們的首要任務。為達成該目標，我們於合約製造商的整個生產過程實施有力的質量控制措施。該等措施與我們合約製造商的質量控制系統相結合，確保我們的產品始終符合既定標準。

業 務

產前檢查。於開始生產前，我們對產品樣品進行生產前測試。我們保留該等樣品作為生產運行的基準。通過仔細檢查關鍵性能參數，我們能夠主動識別任何潛在問題，確保於整個製造過程保持我們的質量標準。

生產檢查。於生產階段，我們定期進行隨機抽樣測試，以評估關鍵性能指標及物理特性。該等測試包括不粘性能、耐用性、耐磨性、產品結構、包裝及跌落測試。發現的任何偏差或違規行為均會立即得到解決，以確保產品符合我們要求的質量標準。

產後檢查。製造過程完成後，我們專門的質檢團隊監督產後驗收工作。對最終產品進行全面檢查，以確保符合我們的質量規格。該等檢查包括詳細的視覺評估及功能測試，以驗證產品整體質量及性能。主要檢查包括檢查包裝細節，例如標籤信息和測量值、評估塗層厚度以及與樣品顏色是否一致，以及檢查是否有任何缺陷。性能測試包括評估塗層附著力的橫切測試、塗層不粘質量測試以及跌落測試。我們通過進行該等產後檢查，確保只有符合我們產品質量及安全要求的產品才能納入存貨。

此外，我們要求塗料供應商按要求提供質量檢測報告。我們亦積極監察我們產品銷售所在的各個國家和地區對產品質量和安全的監管要求，要求指定部門定期更新此信息，以確保我們的產品符合質量和安全標準方可分銷。倘某個國家對其市場內銷售的商品有特定的質量和安全標準規定，我們會提供第三方檢測報告以滿足該等規定。此外，作為我們持續質量保證工作的一部分，我們每個季度會從庫存中隨機選擇商品，並將其送往經認可的當地機構進行測試。我們還對新產品線進行隨機質量測試。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們的產品並無重大質量問題。

業 務

倉庫及物流

於中國，我們經營自用租賃倉庫，供應商將我們訂購的產品運送至此，從而形成我們國內市場的存貨。截至最後實際可行日期，我們租賃位於中國永康的一個倉庫。該倉庫總建築面積約為14,000平方米，租賃自我們的控股股東章先生及呂女士控制的公司浙江樂昇恩。詳情請參閱「關連交易」。對於終端客戶通過中國線上市場向我們下達的訂單，我們與第三方物流服務提供者合作，將產品直接送達該等客戶，但對於在業績紀錄期通過京東下達的若干訂單，產品獲運送至京東的倉庫，京東則負責向終端客戶提供後續配送服務，這使我們能夠利用其高效的配送服務。應付京東的配送費用乃根據其自有的收費表以及每次配送的重量、大小及距離計算得出。該等費用的評估不受訂單價值或所配送貨品價值的影響。於選擇物流服務提供者時，我們考慮服務質量、交付速度及定價等因素。

於海外市場，對於終端客戶通過亞馬遜等線上市場下達的訂單，我們主要將產品運送至該等市場的倉庫，然後由其向客戶提供最後一英里的配送。其次，我們亦與中國境外的第三方倉庫提供者合作，儲備國際市場的存貨。根據我們與彼等簽訂的服務協議，該等倉庫提供者根據我們的要求為我們的存貨提供倉儲空間，並根據我們的指示管理我們的存貨。截至最後實際可行日期，我們於美國、日本、馬來西亞、新加坡、菲律賓、印度尼西亞、英國、西班牙、德國、印度及加拿大有13家此類倉庫提供者。為完成客戶訂單，我們聘請第三方物流服務提供者，負責產品從我們服務提供者所提供的倉庫出貨。於選擇物流服務提供者時，我們優先考慮於亞馬遜服務及跨境運營方面有經驗的物流服務提供者。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，運費及倉儲費分別為人民幣68.7百萬元、人民幣93.7百萬元、人民幣268.5百萬元及人民幣90.3百萬元。

我們的五大供應商

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，向五大供應商的採購分別佔總採購額的39.8%、50.3%、45.1%及37.4%，而向最大供應商的採購佔同期總採購額的18.0%、16.9%、18.0%及17.4%。於業績紀錄期各期間，我們的五大供應商均為獨立第三方。

業 務

下表載列於業績紀錄期各期間五大供應商的若干詳情。

截至2024年3月31日止三個月

排名	供應商	業務性質	購買的 產品／服務	概約交易額	佔總採購額 百分比	信貸期及 支付方式	建立關係 的年份
				(人民幣千元)	(%)		
1.	供應商A ⁽¹⁾	線上市場運營商	平台及運營服務	86,762	17.4	不適用**	2017年
2.	供應商B ⁽²⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	41,280	8.3	60天，電匯	2022年
3.	供應商D ⁽⁴⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	20,863	4.2	60天，電匯	2022年
4.	供應商K ⁽¹¹⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	20,502	4.1	60天，電匯	2022年
5.	供應商G ⁽⁷⁾	線上市場運營商	平台及運營服務	17,076	3.4	不適用**	2016年

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	業務性質	購買的 產品／服務	概約交易額	佔總採購額 百分比	信貸期及 支付方式	建立關係 的年份
				(人民幣千元)	(%)		
1.	供應商A ⁽¹⁾	線上市場運營商	平台及運營服務	252,035	18.0	不適用**	2017年
2.	供應商B ⁽²⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	131,861	9.4	60天，電匯	2022年
3.	供應商C ⁽³⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	99,253	7.1	60天，電匯	2021年
4.	供應商D ⁽⁴⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	76,128	5.4	60天，電匯	2022年
5.	供應商E ⁽⁵⁾	製造	通過OEM服務購買炊具	71,572	5.1	60天，電匯	2016年

業 務

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	業務性質	購買的 產品/服務	概約交易額 <i>(人民幣千元)</i>	佔總採購額 百分比 <i>(%)</i>	信貸期及 支付方式	建立關係 的年份
1.	供應商F ⁽⁶⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	110,792	16.9	60天，電匯	2016年
2.	供應商A ^{*(1)}	線上市場運營商	平台及運營服務	62,951	9.6	不適用**	2017年
3.	供應商G ^{*(7)}	線上市場運營商	平台及運營服務	59,306	9.1	不適用**	2016年
4.	供應商C ⁽³⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	50,103	7.6	60天，電匯	2021年
5.	供應商D ⁽⁴⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	46,501	7.1	60天，電匯	2022年

截至2021年12月31日止年度

排名	供應商	業務性質	購買的 產品/服務	概約交易額 <i>(人民幣千元)</i>	佔總採購額 百分比 <i>(%)</i>	信貸期及 支付方式	建立關係 的年份
1.	供應商F ⁽⁶⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	116,800	18.0	60天，電匯	2016年
2.	供應商H ⁽⁸⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	44,089	6.8	60天，電匯	2019年
3.	供應商I ⁽⁹⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	39,182	6.0	60天，電匯	2021年
4.	供應商A ^{*(1)}	線上市場運營商	平台及運營服務	31,577	4.9	不適用**	2017年
5.	供應商J ⁽¹⁰⁾	製造	通過OEM服務 購買炊具	26,868	4.1	60天，電匯	2016年

業 務

附註：

* 於業績紀錄期，供應商A亦是本集團的客戶。供應商A向我們採購廚具產品，並根據B2B銷售模式通過其線上商城轉售給歐洲市場終端用戶。我們於2022年簽訂銷售安排，作為DTC銷售的補充。2022年及2023年，我們在此安排下的銷售收益分別為人民幣2.4百萬元及人民幣6.9百萬元。有關不同模式下銷售安排的詳情，請參閱「— 銷售及營銷 — 線上銷售網絡 — 與線上市場的銷售安排」。

於業績紀錄期，供應商G亦是本集團的客戶。除了在供應商G運營的市場上進行DTC銷售外，我們將廚具產品發送給供應商G，由其通過線上商城以寄售模式銷售給終端用戶。在此模式下，供應商G於我們的會計紀錄中被確認為客戶。我們於2018年簽訂寄售安排，以擴大我們的銷售網絡，並於2022年合約屆滿後終止透過供應商G開展寄售銷售，專注於DTC銷售。2021年和2022年，我們在寄售安排下的銷售收益分別為人民幣6.0百萬元及人民幣1.1百萬元。有關不同模式下銷售安排的詳情，請參閱「— 銷售及營銷 — 線上銷售網絡 — 與線上市場的銷售安排」。

** 服務費用及佣金由平台自我們收取零售客戶的款項中扣除。

- (1) 供應商A是總部位於華盛頓的美國線上市場運營商，其股份於納斯達克上市。
- (2) 供應商B是位於中國永康市的私人公司，主要從事廚具製造。
- (3) 供應商C是位於中國永康市的私人公司，主要從事廚具製造。
- (4) 供應商D是位於中國永康市兩家私人公司組成的集團，主要從事廚具製造。
- (5) 供應商E是位於中國永康市的私人公司，主要從事廚具製造。
- (6) 供應商F是位於中國武義的私人公司，主要從事廚具製造。
- (7) 供應商G是總部位於杭州的中國企業集團，主要從事線上市場運營及第三方支付及云計算服務，其股份於聯交所及紐約證券交易所上市。
- (8) 供應商H是位於中國寧波的私人公司，主要從事廚具製造。
- (9) 供應商I是位於中國武義的私人公司，主要從事廚具製造。
- (10) 供應商J是位於中國武義的私人公司，主要從事廚具製造。
- (11) 供應商K是位於中國浙江省常山縣的私人公司，主要從事廚具及烘焙工具的製造及銷售。

業 務

成本控制

我們致力於提供高質量產品，同時不斷努力降低消費者成本。為實現這一目標，我們於業務關鍵方面採取多項成本控制措施：

- **產品**。通過利用我們不斷擴大的產量帶來的規模經濟，我們能通過談判使供應商更快地履行我們的採購訂單。該改善有助於降低我們的存貨倉儲成本及減少運營開支。此外，我們不斷努力改進壓鑄工藝，特別是引入內部開發的模具，提高了生產效率並降低了模具成本，確保高水平的運營效率及成本效益。
- **營運**。由於我們的業務持續快速增長，我們利用規模優勢來取得採購時的成本優勢。我們亦為各產品類別組建專門的供應鏈管理團隊。這一專責團隊於支持業務增長目標及降低成本方面扮演重要角色。此外，通過確定推廣及營銷目標，我們能夠大幅降低相關費用。此方法不但能夠保證我們的信息傳達給最相關客戶，亦能節約營運成本。
- **倉庫及物流**。於海外業務中，我們重視產品快速週轉，從而降低倉儲費。隨著銷量增加，我們的倉儲費有所降低，於協商更有利的物流費時更佔優勢。此外，我們主要銷售炊具套裝，而非單個產品，力求進一步降低向終端客戶交付的成本。於國內業務中，我們致力完善倉庫流程以提高員工工作效率及維持高週轉率，實現倉庫利用率最大化。國內銷量持續增加，加上我們不斷擴張規模，使我們能夠獲得更有利的物流條款。

業 務

我們的客戶

品牌業務客戶

我們的客戶群主要包括零售客戶，彼等直接從我們於第三方平台的網店或自有購物網站上購買產品。於較少情況下，我們的客戶群亦包括線上平台運營商，我們向彼等提供產品以供平台用戶購買。詳情請參閱「—銷售及營銷—線上銷售網絡」。

ODM客戶

我們的ODM客戶主要包括於國際市場運營的品牌所有者，其次是零售商、進口商及貿易公司。我們根據彼等的特定要求為其提供量身定製的產品，彼等再以自有品牌進行推廣及銷售。於業績紀錄期各期間，我們與五大ODM客戶中的大多數有六年以上的合作。

截至最後實際可行日期，我們已向28個地區市場的53名ODM客戶供應產品。詳情請參閱「—銷售及營銷」。

與ODM客戶的一般條款

我們與ODM客戶的合約通常包含以下主要條款：

- **產品規格：**與ODM客戶的合約載明了將供應產品的具體詳情，包括規格、包裝、數量及單價。
- **支付條款：**ODM客戶通常以信用證或電匯付款。支付條款通常包括一筆預付款作為定金。一旦貨物運出且運輸單據備妥後，ODM客戶將支付餘下款項。
- **交付：**通常而言，我們的產品通過海運運往ODM客戶。合約上載明產品的裝貨港及交貨目的地。我們的交貨義務乃遵守「離岸價」模式，即我們負責將貨物交

業 務

付並裝上ODM客戶於協定港口安排的船隻。貨物一旦上船，運輸中損壞或丟失的風險則轉嫁予客戶，客戶承擔到達目的地的剩餘路程費用，包括支付任何運輸、保險及清關費用。

- 保險：ODM客戶安排及承擔貨物運輸過程中的保險費用。
- 違約：合約中包括應對任何違反協定條款之後果的規定。
- 保密性：訂約雙方均有保密義務，以保護於合約期間共享的敏感信息。

我們的五大客戶

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，來自我們五大客戶的收益分別佔總收益55.4%、29.2%、11.8%及11.0%。於同期，來自我們最大客戶的收益佔總收益24.4%、13.9%、6.5%及5.4%。於業績紀錄期各期間，我們的五大客戶均為獨立第三方。

業 務

下表載列於業績紀錄期各期間我們五大客戶的若干詳情。該等客戶主要是我們的ODM客戶。我們主要通過產品及貿易展覽與該等ODM客戶建立了初步合作關係。

截至2024年3月31日止三個月

排名	客戶	業務性質	業務分部	提供的產品	概約交易額	估總收益	信貸期及支付方式	建立關係
						百分比		的年份
					(人民幣千元)	(%)		
1.	客戶A ⁽¹⁾	貿易業務	ODM業務	炊具	27,340	5.4	45天，電匯	2016年
2.	客戶B ⁽²⁾	家居品牌及零售商	ODM業務	炊具	11,744	2.3	30天，信用證或電匯	2013年
3.	客戶G ⁽⁷⁾	零售業務	品牌業務	炊具	7,662	1.5	50或90天，電匯	2023年
4.	客戶H ⁽⁸⁾	貨物及技術進出口	ODM業務	炊具	5,256	1.0	35天，電匯	2022年
5.	客戶C ⁽³⁾	家居用品零售商及 分銷商	ODM業務	炊具	4,139	0.8	30天，信用證或電匯	2016年

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	業務性質	業務分部	提供的產品	概約交易額	估總收益 百分比	信貸期及 支付方式	建立關係的 年份
					(人民幣千元)	(%)		
1.	客戶A ⁽¹⁾	貿易業務	ODM業務	炊具	102,345	6.5	45天，電匯	2016年
2.	客戶B ⁽²⁾	家居品牌及零售商	ODM業務	炊具	58,795	3.7	30天，信用證或電匯	2013年
3.	客戶D ⁽⁴⁾	零售業務	ODM業務	炊具	9,696	0.6	30天，信用證或電匯	2015年
4.	客戶C ⁽³⁾	家居用品零售商及 分銷商	ODM業務	炊具	8,291	0.5	30天，信用證或電匯	2016年
5.	客戶E ⁽⁵⁾	零售業務	品牌業務	炊具	7,365	0.5	30天，電匯	2020年

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	業務性質	業務分部	提供的產品	概約交易額	估總收益 百分比	信貸期及 支付方式	建立關係的 年份
					(人民幣千元)	(%)		
1.	客戶A ⁽¹⁾	貿易業務	ODM業務	炊具	106,764	13.9	45天，電匯	2016年
2.	客戶B ⁽²⁾	家居品牌及零售商	ODM業務	炊具	48,908	6.4	30天，信用證或電匯	2013年
3.	客戶C ⁽³⁾	家居用品零售商及 分銷商	ODM業務	炊具	43,237	5.6	30天，信用證或電匯	2016年
4.	客戶F ⁽⁶⁾	線上零售市場運營商	品牌業務	炊具	14,944	1.9	60天，電匯	2017年
5.	客戶D ⁽⁴⁾	零售業務	ODM業務	炊具	10,363	1.4	30天，信用證或電匯	2015年

業 務

截至2021年12月31日止年度

排名	客戶	業務性質	業務分部	提供的產品	概約交易額	估總收益 百分比	信貸期及 支付方式	建立關係的 年份
					(人民幣千元)	(%)		
1.	客戶B ⁽²⁾	家居品牌及零售商	ODM業務	炊具	164,998	24.4	30天，信用證或電匯	2013年
2.	客戶A ⁽¹⁾	貿易業務	ODM業務	炊具	129,086	19.1	45天，電匯	2016年
3.	客戶C ⁽³⁾	家居用品零售商及 分銷商	ODM業務	炊具	54,576	8.1	30天，信用證或電匯	2016年
4.	客戶F ⁽⁶⁾	線上零售市場運營商	品牌業務	炊具	16,708	2.5	60天，電匯	2017年
5.	客戶D ⁽⁴⁾	零售業務	ODM業務	炊具	8,692	1.3	30天，信用證或電匯	2015年

附註：

- * 就我們所知，上述客戶過去或現在均與本公司或其附屬公司、其董事、股東或高級管理層或其各自聯繫人概無任何關係（業務、僱傭、融資、家庭、信託或其他關係），惟在日常業務過程中涉及的人士及本文件披露的客戶B除外。客戶B為佛山柯莫貿易有限公司（「佛山柯莫」）的最終主要股東，而佛山柯莫亦為於業績紀錄期向本集團提供採購服務的供應商。於業績紀錄期，佛山柯莫為我們採購非炊具產品的採購代理。我們於2021年開始與佛山柯莫合作，乃由於我們開始擴大產品範圍，包括鍋鏟及其他廚房用具等產品。該等產品當時被視為非核心產品，採購量相對較小。由於相關供應商距離我們於永康的主要供應鏈基地較遠，與佛山柯莫合作能使我們高效尋找合適的供應商。根據此安排，佛山柯莫為我們尋找供應商，協助質量控制與交貨計劃，並向我們收取服務費。截至2023年12月31日止三個年度，我們向佛山柯莫支付的服務費分別為人民幣300,000元、零及約人民幣579,000元，其中於2023年支付的金額為2022年及2023年到期應付予佛山柯莫的服務費總額，根據合約規定服務費需每半年支付一次。

於2020年3月至2023年10月期間，佛山柯莫由一家在香港註冊成立的中介公司COMOK LIMITED持有100%股權，而COMOK LIMITED由客戶B持有60%股權、章先生持有20%股權及本集團獨立第三方持有20%股權。章先生於2023年10月將其於COMOK LIMITED的權益出售予獨立第三方。自2023年10月起，佛山柯莫不再是本集團的供應商。

截至2023年10月，我們已建立自有的內部供應鏈採購團隊，負責之前通過佛山柯莫採購的產品，以應對該等產品銷量的大幅增長。有了這支內部的供應鏈採購團隊，我們不再通過佛山柯莫而是直接向供應商採購，從而降低了成本，提升了運營效率。因此，章先生於2023年10月出售了其於COMOK LIMITED的權益，佛山柯莫亦因此不再是我們的供應商。

業 務

章先生於2018年5月至2023年10月擔任COMOK LIMITED董事，於2020年3月至2024年3月擔任佛山柯莫董事。章先生自2023年10月出售其於COMOK LIMITED的權益至2024年3月辭任佛山柯莫董事職務期間，並無參與佛山柯莫的業務管理。在章先生於2023年10月出售其於COMOK LIMITED的權益之前，COMOK LIMITED及佛山柯莫均無任何法律訴訟、糾紛或其他或然負債。

- (1) 客戶A是台灣公司，從事貿易業務。據我們所知，客戶A是美國一家著名折扣連鎖百貨公司的採購代理。
- (2) 客戶B是位於意大利的家居及生活用品零售商。客戶B是我們的主要ODM客戶之一，其收益由2021年的人民幣165.0百萬元降至2022年的人民幣48.9百萬元。就我們所知，該下降主要是由於COVID-19對歐洲整體經濟與消費活動造成影響，客戶B需要出售其現有庫存。尤其是於2021年，由於預計COVID-19大流行會進一步擾亂全球供應鏈，客戶B大幅增加了對我們的採購量。2023年客戶B的收益恢復到人民幣58.8百萬元，接近其一般水平。

就收益貢獻而言，客戶B是我們2021年最大的ODM客戶，是2022年及2023年的第二大客戶。與我們及其他主要ODM客戶的交易一樣，我們以ODM方式向客戶B提供定製炊具產品，定價反映了我們的成本加合理利潤。每份訂單的供應價格須與相關ODM客戶協商確定，並根據客戶而有所不同。於業績紀錄期，向客戶B銷售的毛利率符合相關公平交易並屬於向其他主要ODM客戶銷售的毛利率範圍。

我們通常為ODM客戶提供30至60天的信貸期，具體取決於雙方的協商。對於客戶B，由於我們自2013年以來與其保持長期合作關係，我們為其延長了30天的信貸期，處於該範圍的下限。

- (3) 客戶C是意大利公司，從事零售及分銷家居用品。
- (4) 客戶D是馬來西亞公司，從事廚具及家居用品進口及分銷。
- (5) 客戶E是台灣公司，從事零售業務。客戶E是我們在台灣的分銷商，通過台灣市場的線上市場銷售我們的產品。
- (6) 客戶F是總部位於北京的中國線上市場運營商，其母公司的股票於聯交所及納斯達克上市，根據其於聯交所網站上公佈的2023年年報，2023年可呈報總淨收益及淨收入分別為人民幣1,084,662百萬元及人民幣23,257百萬元。
- (7) 客戶G是美國跨國公司，經營美國最大的零售連鎖店之一，實體店網絡遍佈全美，線上業務也佔據重要地位。
- (8) 客戶H是位於中國永康市的私人公司，主要從事貨物進出口，是一家當地國有集團的附屬公司。

業 務

銷售及營銷

線上銷售網絡

我們的品牌業務利用線上平台建立了全球銷售網絡，使我們能夠接觸到世界各地的客戶，並向彼等銷售產品。通過與國內的天貓、京東，以及國外的亞馬遜、沃爾瑪、樂天、Shopee、Lazada等知名線上市場合作，我們在該等平台上建立了面向國內及國際市場的自營網店。我們的網店為零售客戶便捷下單及購買我們產品的直接渠道。截至最後實際可行日期，我們於世界各地19個地區市場的19個線上市場共運營48家自營網店。此外，我們亦於美國市場通過網站www.mycarote.com經營自有的專門網店。

下表載列所示期間按平台劃分的品牌業務收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
亞馬遜.....	63.7	22.5	162.2	30.6	673.2	48.8	108.8	44.1	235.0	52.2
天貓.....	121.4	42.9	207.2	39.1	285.4	20.7	63.9	25.9	76.4	17.0
沃爾瑪.....	—	—	9.6	1.8	245.1	17.8	25.7	10.4	77.2	17.2
Shopee.....	9.3	3.3	18.7	3.5	41.6	3.0	8.4	3.4	10.1	2.2
Lazada.....	34.5	12.2	27.2	5.1	33.2	2.4	9.2	3.7	4.0	0.9
抖音.....	2.0	0.7	15.9	3.0	18.8	1.4	5.7	2.3	4.9	1.1
京東.....	29.1	10.3	37.8	7.1	18.4	1.3	9.0	3.6	1.7	0.4
其他 ⁽¹⁾	23.3	8.1	52.1	9.8	64.2	4.6	15.8	6.6	40.7	9.0
總計.....	283.3	100.0	530.7	100.0	1,379.9	100.0	246.5	100.0	450.0	100.0

附註：

- (1) 主要為來自Shopify (2021年)，樂天及Shopify (2022年)，樂天 (2023年)，樂天及TikTok (截至2024年3月31日止三個月)的銷售收益。

業 務

與線上市場的銷售安排

我們於線上市場的銷售業務主要通過直接面向消費者銷售模式（「**DTC銷售模式**」），其次是企業對企業銷售模式（「**B2B銷售模式**」）運作。

DTC銷售模式

於業績紀錄期，我們絕大多數的線上銷售都是通過DTC模式進行，分別佔各年線上銷售總收益的91.5%、97.1%及99.3%。在此模式下，我們直接向通過我們在市場的自營店舖下單的零售客戶銷售產品，該等人士確認為我們的客戶。市場提供對網店運營至關重要的產品上架及其他支持服務。作為回報，我們一般須支付佣金或類似費用，其費率通常根據我們透過該等平台上的線上商店產生的銷售收益的若干百分比計算。於業績紀錄期，我們的主要線上市場*的佣金費率介乎5%至15.3%，視乎我們經營所在的市場及地區而定。對於部分市場，例如亞馬遜，我們亦會產生履行服務開支，包括存儲、交付及客戶服務。該等市場或會提供額外的增值服務，例如我們可以自行選擇的推廣服務。於業績紀錄期，我們向市場支付的費用包括佣金或履行服務及其他運營支持服務等類似性質的費用。

B2B銷售模式

相比之下，在B2B銷售模式下，我們以協定的價格向線上市場供應產品，並直接運送至彼等的倉庫。然後該等市場通過其自有網店或渠道將產品轉售給終端客戶。在此模式下，購買市場確認為我們的客戶，我們無需向市場支付任何佣金或類似費用。

於業績紀錄期，除在DTC模式下向零售客戶直接銷售外，我們在B2B銷售模式下向天貓超市（於2022年停止該業務）、京東及亞馬遜（根據其供應商中心計劃）供應產品。截至最後實際可行日期，相關B2B銷售在京東及亞馬遜（根據供應商中心計劃）進行。

* 亞馬遜、天貓、沃爾瑪、Shopee、Lazada、抖音及京東

業 務

下表載列所示期間按銷售模式劃分的線上銷售收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
線上銷售										
DTC銷售模式.....	251.4	91.5	503.2	97.1	1,362.5	99.3	240.3	98.1	435.7	99.7
B2B銷售模式.....	23.3	8.5	14.9	2.9	10.0	0.7	4.7	1.9	1.1	0.3
總計.....	274.7	100.0	518.1	100.0	1,372.5	100.0	245.0	100.0	436.8	100.0

通過亞馬遜銷售

得益於亞馬遜廣泛的全球影響力、強大的基礎設施及作為值得信賴的線上市場的良好聲譽，我們利用亞馬遜的服務與全球各主要市場的客戶建立聯繫，包括美國、加拿大、日本、印度、英國、德國、瑞典、荷蘭、沙特阿拉伯及阿拉伯聯合酋長國(阿聯酋)。此外，亞馬遜提供的簡化銷售流程及高效服務有效促進了我們於多個地區市場的快速增長，使我們能夠以更高的效率開展運營，這對我們運營而言至關重要。

我們主要通過亞馬遜提供的一項綜合賣家服務計劃賣家中心計劃於亞馬遜上銷售產品，該計劃允許我們以DTC銷售模式進行線上銷售。通過專門的亞馬遜賣家中心門戶網站，我們有效管理亞馬遜銷售的多個方面，包括庫存管理、價格更新、買家溝通及添加新產品。為了簡化訂單履行，我們使用亞馬遜的「亞馬遜物流(FBA)」服務，即我們將產品送往亞馬遜倉庫，亞馬遜代表我們負責運輸及向客戶完成最後一英里投遞。產品控制權一旦轉移至客戶手中，我們的銷售收益即獲確認。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們通過亞馬遜賣家中心計劃錄得的收益分別為約人民幣63.7百萬元、人民幣159.8百萬元、人民幣666.3百萬元及人民幣234.5百萬元，分別佔品牌業務總收益約22.5%、30.1%、48.3%及52.1%。

除了賣家中心計劃，我們自2022年起亦參與了亞馬遜的供應商中心計劃，該計劃只在歐洲市場實施，參與力度低於賣家中心計劃。該計劃以B2B銷售模式運作，由亞馬遜向我們批量採購訂單，其後通過轉售向我們採購的產品來完成其客戶訂單。2022年、

業 務

2023年及截至2024年3月31日止三個月通過供應商中心計劃錄得的收益分別為約人民幣2.4百萬元、人民幣6.9百萬元及人民幣0.5百萬元，分別佔相應期間我們品牌業務總收益的約0.5%、0.5%及0.1%。

下表載列所示期間按地理位置劃分的通過亞馬遜銷售的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
亞馬遜美國	40.9	64.2	99.0	61.0	483.6	71.8	73.7	67.7	171.1	72.8
亞馬遜日本	6.0	9.4	16.4	10.1	43.8	6.5	9.5	8.7	14.3	6.1
亞馬遜印度	6.5	10.2	20.4	12.6	30.3	4.5	6.9	6.3	8.8	3.7
亞馬遜德國	1.7	2.7	1.0	0.6	19.5	2.9	1.7	1.5	6.8	2.9
亞馬遜西班牙 ⁽¹⁾	—	—	—	—	10.8	1.6	0.7	0.6	4.4	1.9
亞馬遜其他 ⁽²⁾	8.6	13.5	25.4	15.7	85.2	12.7	16.3	15.2	29.6	12.6
總計	63.7	100.0	162.2	100.0	673.2	100.0	108.8	100.0	235.0	100.0

附註：

- (1) 通過亞馬遜西班牙的銷售始於2022年。
- (2) 指通過亞馬遜線上市場於英國、意大利(自2022年以來)、法國(自2022年以來)、加拿大、阿聯酋(自2022年以來)、荷蘭(自2022年以來)、澳大利亞(僅限於2021年、2022年及2023年)、比利時(自2023年以來)、瑞典(自2022年以來)、沙特阿拉伯(僅限於2022年及2023年)、波蘭(自2022年以來)及土爾其(僅限於2023年)的銷售額。

通過天貓銷售

我們於國內知名線上市場之一天貓上建立了強大的市場地位，使我們能夠發掘國內龐大的客戶群。我們於2016年開始在天貓平台主要以DTC銷售模式進行線上銷售。於業績紀錄期，我們於天貓上的收益錄得持續增長。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，於天貓的銷售總收益分別為人民幣121.4百萬元、人民幣207.2百萬元、人民幣285.4百萬元及人民幣76.4百萬元，分別佔品牌業務總收益約42.9%、39.1%、20.7%及17.0%。

除主要DTC銷售外，於業績紀錄期，我們通過天貓超市(天貓上的一個線上雜貨市場，以寄售模式運營)於天貓錄得相對較小的銷售額。於該安排下，我們以協定價格向天貓超市供應商品，其後銷售給在天貓超市購買我們產品的終端用戶消費者。終端消

業 務

費者於天貓超市購買並確認收貨後，天貓超市在扣除若干開支及自選服務(例如推廣服務(如適用))費用後，向我們付款並完成交易。於2021年及2022年，通過天貓超市的銷售收益分別為人民幣6.0百萬元及人民幣1.1百萬元，分別佔天貓總銷售收益的4.9%及5.3%。我們於2022年3月合約到期後不再通過天貓超市銷售，而是優先以DTC模式銷售。

通過沃爾瑪銷售

我們通過沃爾瑪的線上市場沃爾瑪，以DTC模式向美國市場客戶銷售我們的品牌產品。我們於2022年3月開始於沃爾瑪進行銷售。於2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，通過沃爾瑪銷售貢獻的總收益分別為人民幣9.6百萬元、人民幣245.1百萬元及人民幣69.6百萬元，分別佔相應年度品牌業務總收益約1.8%、17.8%及15.5%。

通過京東銷售

京東是中國知名線上市場。我們於2017年開始通過京東以下列模式銷售：(i)通過平台自營商店以DTC銷售模式銷售；及(ii)我們以向京東供應產品再由京東轉售給終端用戶消費者的B2B銷售模式銷售。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，通過京東銷售貢獻的總收益分別為人民幣29.1百萬元、人民幣37.8百萬元、人民幣18.4百萬元及人民幣1.7百萬元，佔我們品牌業務總收益約10.3%、7.1%、1.3%及0.4%。

通過其他平台銷售

我們亦通過多個地區的其他知名線上平台接觸更廣泛的客戶群。例如，我們在中國的抖音及小紅書等熱門社交媒體平台上運營，而在日本，我們業務遍及樂天及Qoo10等主要線上市場。在東南亞，我們於Lazada及Shopee等領先的市場站穩了腳跟。我們主要以DTC銷售模式在該等平台進行銷售。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們與我們經營所在的主要線上市場維持穩定的業務關係，且我們預期與該等市場的關係不會出現任何重大不利發展。

業 務

下表載列於業績紀錄期我們與主要線上市場簽訂的銷售安排概要：

銷售安排的主要條款	
業務關係的持續時間	DTC銷售模式
市場A ⁽¹⁾ ... 美國、歐洲、日本	<ul style="list-style-type: none"> • 物流／履行：我們使用市場的履行服務，包括處理產品的倉儲、包裝及向客戶發貨。我們負責將產品運往履行中心。 • 付款：市場通過其平台處理所有客戶付款、管理退款及調整。我們負責支付交易的任何適用稅費。根據標準服務合約，對於來自市場的每筆匯款，我們的可用餘額計算如下：等於截至適用匯款計算日期前未匯給我們的銷售所得款項，減去介紹費、適用的可變成交費（對未支付月度訂閱費的賣家銷售的特定類型產品按項目收取的費用）、任何訂閱費（在市場上銷售的固定月費）、其他適用費、市場規定的任何準備金，以及市場根據適用法律自動計算、收取及匯出的任何稅款。 • 稅務事宜：(i) 客戶應繳納的銷售稅包含在其付款中，由市場預扣。(ii) 市場不會預扣我們應繳納的稅款。我們負責就市場上的交易向主管當局報稅。
	<ul style="list-style-type: none"> • 產品退貨：市場的退款政策適用於通過其銷售及履行的產品。我們須根據該等政策處理退貨退款。 • 終止：於2017年6月開始採用此銷售模式。於市場或我們終止相關協議前，相關協議並無固定期限且一直有效。我們可隨時通過市場的用户門戶或其他指定方式終止賬戶，而市場可在提前通知的情況下終止賬戶，或在某些情況下（如違反條款或非法活動）立即終止賬戶。
	<ul style="list-style-type: none"> • 佣金／費用及收費：我們向市場支付各種費用，包括介紹費、在市場上銷售的固定月度訂閱費、訂單履行服務費用及增值服務（如廣告）費等其他適用費用。介紹費屬佣金性質，我們視其為佣金，乃根據我們通過市場交易的銷售所得款項計算，具體數額於交易時的收費表內註明。訂單履行服務費用主要包括：(i) 存儲存貨的費用，其計算計及貨物大小及數量以及我們向市場運送存貨的時間（購物旺季或淡季）；(ii) 代表我們向客戶交付貨物的費用，其乃根據貨物類型（不同類別適用不同費率）、貨物尺寸以及重量／體積重量計算。該等費用由市場標準收費表釐定，並不取決於訂單價值或所存儲或交付貨物的價值。
	<ul style="list-style-type: none"> • 稅務事宜：我們負責就市場銷售向主管當局報稅。 • 期限／續約：相關協議於簽署的曆年持續有效，且每年將根據相同的條款自動續約，除非簽訂新協議或任何一方於任何時候提前60日提供書面通知終止協議。自2022年7月開始採用此銷售模式以來，我們能夠於協議屆滿後不間斷地續簽。
	<ul style="list-style-type: none"> • 產品退貨：倘產品損壞、有缺陷、不符合規格、被召回或未訂購，市場可以退貨並全額退款，費用由我們承擔。我們必須檢查退回的產品，並及時向市場報告任何問題。自退貨發貨之日起，我們有六個月的時間對退貨提出異議。退貨產品的所有權於承運商配送時轉移予我們。 • 運輸：雙方將協定由哪方負責將產品運至市場。市場收到產品後，所有權即從我們轉移至市場。對於退貨，所有權於承運商配送時轉回給我們。
	<ul style="list-style-type: none"> • 物流／履行：對於自我們採購的產品的後續轉售，訂單履行由市場自行處理。
	<ul style="list-style-type: none"> • B2B銷售模式

業 務

銷售安排的主要條款

業務關係的 持續時間	覆蓋市場	DTC銷售模式	B2B銷售模式
自2016年起	中國 市場 ⁽¹⁾ ...	<ul style="list-style-type: none"> 付款：市場從客戶付款中扣除實時費用後，將銷售所得款項淨額支付予我們。 物流／履行：我們直接向客戶交付產品，並承擔所有相關費用。 產品退貨：退貨退款按照市場政策進行管理，其中包括15天的「無理由」退貨期。 信用控制：我們已向市場繳納保證金。倘我們違反任何法律、法規或協議，給市場造成損失，或倘我們拖欠任何逾期付款、違約金或賠償金，我們同意市場可以從我們的保證金內扣除必要金額。 稅務事宜：客戶應繳納的增值稅包含在市場處理的付款中，並匯給我們，我們負責定期向主管當局報告增值稅。 期限／續約：協議期限將於2024年12月31日屆滿。倘市場無需另行訂立協議，且市場宣佈的下一年度服務激活條件獲滿足，則協議屆滿後將自動續約直至下一年度的12月31日。自2016年11月開始採用此銷售模式以來，我們能夠於協議屆滿後不斷地續簽。 終止：任何一方均可提前30日以書面通知形式終止協議。 	<ul style="list-style-type: none"> 所有權及風險轉移：於消費者成功付款並確認收貨後，產品的所有權會從我們轉移至市場，其後立即從市場轉移至消費者。於消費者確認收到訂單前，我們承擔損壞或丟失等法律風險。 產品退貨：市場根據適用法律及自身規則處理退貨退款。符合重新上架標準的退貨產品將重新上架，而不符合該等標準的產品將退還予我們。 定價：給予消費者的售價由市場獨立決定。倘於市場購買產品後，產品供應價格降低，我們須根據尚未售出的庫存數量，向市場補償差價。市場有權從拖欠我們的貨款內扣除該等款項。 付款：付款結算基於售予消費者的實際產品數量(扣除退貨)及商定的供應價格。市場有權從結算中扣除任何適用的費用、罰款、債務、退款及損失。 稅務事宜：我們負責就市場銷售向主管當局報稅。 期限：相關協議期限為一年。於2018年11月開始採用此銷售模式，一直持續至2022年，於最後一次續約屆滿後停止。 終止：市場可提前30日以書面通知形式終止協議。
		<ul style="list-style-type: none"> 佣金／費用及收費：我們須為市場提供的服務支付軟件服務費，如搜索、創建訂單、管理交易、完成付款及其他服務。該等費用由兩部分組成：年費及實時扣款費。年費一次性預付。實時扣款費按市場上每筆訂單交易額的一定百分比計算。 	

業 務

銷售安排的主要條款

市場 ⁽⁶⁾ ... 美國	業務關係的 持續時間	覆蓋市場	DTC銷售模式
市場W ⁽⁶⁾ ... 美國	自2022年起		<ul style="list-style-type: none"> 付款：市場代表我們向客戶收款，並於扣除應付市場的費用後，將銷售我們產品的所得款項淨額匯予我們。 物流／履行：我們使用市場提供的履行服務。我們提供庫存以供存儲及處理，而市場則管理所有物流，包括接收、儲存及處理我們的庫存。作為回報，我們需支付此類履行服務的費用。 產品退貨：我們負責客戶的取消、退貨及退款，除非與市場另有約定。市場於其設施內評估退貨商品的狀況，根據退貨原因，對可銷售的商品重新上架，對不可銷售的商品收取費用。 稅務事宜：(i)客戶應繳納的銷售稅包含在其付款中，由市場預扣。(ii)市場不會預扣我們應繳納的稅款。我們負責就市場上的交易向主管當局報稅。 期限：相關協議並無固定期限，於終止前一直有效。 終止：任何一方均可提前30日以書面通知形式終止協議，於若干情況下(如我方嚴重違約)可立即終止協議。 佣金／費用及收費：市場收取的介紹費相當於銷售產品總銷售所得款項的一定比例；(i)包括所有運輸及處理、禮品包裝及其他費用；及(ii)不包括單獨列明及收取的稅費。
市場S ⁽⁴⁾ ... 東南亞	自2020年起		<ul style="list-style-type: none"> 物流／履行：我們直接向客戶交付產品，並承擔所有相關費用。 付款：市場從客戶付款中扣除佣金、交易費及其他適用服務費，並將所得款項淨額支付予我們。 稅務事宜：(i)由客戶負責的增值稅及其他適用稅項，列入應付款項總額；(ii)應付市場的費用包括服務稅／增值稅及其他適用稅項。除非另有協定，否則該等稅項由我們承擔。 產品退貨：客戶將產品退回到我們指定的地址，我們會處理相關退回產品。 信用控制：我們須繳納保證金，以保證我們遵守市場政策。 佣金／費用及收費：我們須支付與在市場銷售相關的佣金及交易費。佣金的計算方法為淨價(售價加市場補貼減我們的折扣，不包括運費)乘以佣金率。交易費的計算方法為客戶就每筆訂單支付的淨總額(包括運費)乘以交易費率。此外，我們需向市場支付物流服務費，並可能因參加市場組織的推廣活動而產生費用。 期限：相關協議並無固定期限，於終止前一直有效。 終止：倘我們違反協議、違反市場政策或市場認為我們不再具備參與資格，市場可隨時單方面終止我們參與市場活動，而無需徵得我們同意，或者，亦可通過雙方協議安排終止。

業 務

銷售安排的主要條款

市場 ⁽⁶⁾ ...	覆蓋市場	業務關係的持續時間	DTC銷售模式
市場A	東南亞	自2018年起	<ul style="list-style-type: none"> 付款：我們授權市場代表我們收取銷售所得款項，計算並處理客戶付款、退款及調整。所得款項淨額(即銷售所得款項減去拖欠市場的任何款項，包括佣金、付款手續費及其他適用扣款)將匯予我們。 物流/履行：我們負責將產品運至市場管理的指定地點。一旦交付，市場將處理從倉儲到最終交付予客戶的物流過程。 產品退貨：退貨及送貨失敗按照市場政策進行管理。我們負責與退貨相關的費用，包括運費及支付費用。若不可行，市場可能不會退貨，並可能自行處理無法退貨的產品。 信用控制：市場可對其擁有的任何產品行使留置權，以收取未付費用。倘費用仍未支付，市場有權出售該等產品以收回欠款。我們對超出此類銷售所得款項的任何未付費用負責。 稅務事宜：(i)市場負責從支付予我們的款項中預扣法律規定的任何稅款。(ii)我們負責支付適用於市場提供服務的任何稅款，包括消費稅。 期限：相關協議並無固定期限，於終止前一直有效。 終止：(i)任何一方均可提前14日發出書面通知無故終止協議。(ii)存在可觸發終止的特殊原因。付款延遲等情況可賦予我們終止權。此外，未能遵守法律或市場政策或停止業務等情況亦可能導致市場終止。 佣金/費用及收費：佣金按市場銷售的每件產品的上市價的百分比計算。此外，我們負責支付手續費及市場提供履行服務的費用，包括運輸、存儲及處理以及其他適用費用。 付款：市場從客戶付款中扣除適用的服務費，並將所得款項淨額匯給我們。 物流/履行：我們直接向客戶交付產品，並承擔所有相關費用。 產品退貨：根據市場政策，我們須提供7天無理由退貨政策，除非法律法規另有規定。 信用控制：我們已向市場繳納保證金，以確保我們遵守法律、合約及平台規定，並支付任何可能的費用或罰款。 費用：我們支付技術服務費，該費用按照市場列出的交易金額的一定比例計算，市場可能會不時調整費用、付款方式及日期。我們亦可能產生其他適用費用及收費，例如參加市場組織的推廣活動所產生的推廣費。 稅務事宜：客戶應繳納的增值稅包含在市場處理的付款中，並匯給我們，我們負責定期向主管當局報告增值稅。 期限：相關協議並無固定期限，於終止前一直有效。 終止：我們或市場可無故或按協議中列出的特定原因向另一方發出十五日的書面通知，終止該協議。
市場D ⁽⁶⁾ ...	中國	自2020年起	

業 務

銷售安排的主要條款

業務關係的 持續時間	DTC銷售模式	B2B銷售模式
<p>市場⁽¹⁾…… 中國</p>	<p>自2017年起</p>	
	<p>平台服務：市場為我們提供必要的線上空間、技術支持及系統維護，以及輔助及增值服務，使我們能夠獨立管理線上商店及處理交易。</p>	<p>所有權及風險轉移：產品一經接受，其所有權即轉移至市場。我們負責產品在交付及進入市場庫存前的所有相關費用及風險。</p>
	<p>付款：市場在每個曆日自動生成已完成訂單的結算單。市場委託的付款機構在滿足結算條件並收到我們的結算請求後，會將款項轉入我們賬戶。從我們賬戶扣除的款項包括技術服務費及其他適用費用。</p>	<p>產品退貨：我們向市場提供產品的售後服務，標準不低於市場向其客戶提供的標準，包括七天無理由退貨。</p>
	<p>物流／履行：我們直接向客戶交付產品，並承擔所有相關費用，或向市場交付產品，其後由市場將產品交付給客戶。</p>	<p>續約及終止：於2017年7月開始採用此銷售模式。相關協議期限為一年。倘協議期滿後雙方均未提出異議，協議將自動延長90天。倘任何一方希望以另一方違約以外的原因終止協議，則須至少提前30日以書面形式通知另一方。截至本文件日期，我們已終止根據B2B銷售模式向市場作出銷售，主要是出於成本考慮。</p>
	<p>產品退貨：我們須遵守國家法規及市場政策，提供維修、更換或退貨服務。我們提供7天無理由退貨政策。</p>	<p>付款：市場在銷售完成60天後進行結算。結算金額是市場在結算期內從我們購買的所有產品中扣除商業折扣、退貨付款、瑕疵品及降價補償後的餘額。</p>
	<p>信用控制：我們繳存一定數額的保證金，作為我們履行義務的擔保，倘我們違反協議，市場可以扣除該筆保證金作為罰款或賠償。</p>	<p>稅務事宜：我們負責就市場銷售向主管當局報稅。</p>
	<p>佣金／費用及收費：我們獲授權在市場上開設網店後，市場會向我們收取固定的平台服務費。此外，每完成一筆交易，均會按照交易額的一定比例收取技術服務費。在使用市場提供的增值服務時，我們亦可能需要支付相關費用。</p>	<p>折扣：我們提供的商業折扣按市場向我們實際購買的金額乘以協定的商業折扣率計算。</p>
	<p>稅務事宜：我們自行承擔納稅義務，市場不會代扣代繳任何稅款。</p>	
	<p>期限：於2017年6月開始採用此銷售模式。相關協議並無固定期限，於終止前一直有效。</p>	
	<p>終止：市場可提前15日發出通知終止協議。我們可以通過申請停止網店運營要求終止協議。</p>	

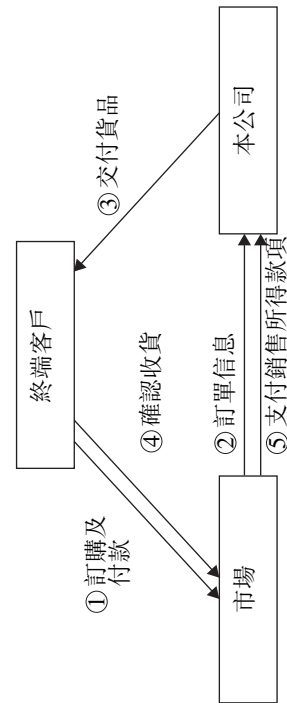
業 務

附註：

- (1) 市場A為位於美國的主要全球線上市場運營商，以其豐富的产品選擇及服務而聞名。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們在DTC銷售模式下透過市場A向零售客戶直接銷售，亦在B2B銷售模式下向市場A供應產品。
- (2) 市場T為中國著名的線上零售電商平台，由總部位於杭州的一家企業集團運營，主要面向中國消費者。於業績紀錄期，我們在DTC銷售模式下透過市場T向零售客戶直接銷售，亦在B2B銷售模式下向市場T供應產品。銷售協議屆滿後，我們於2022年停止B2B銷售模式下的銷售。截至最後實際可行日期，我們僅在市場T上以DTC銷售模式向零售客戶直接銷售。
- (3) 市場W為美國大型零售連鎖的線上零售部門，以其廣泛的線下門店網絡而聞名。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們僅在DTC銷售模式下於市場W向零售客戶直接銷售。
- (4) 市場S為東南亞及台灣領先的電商平台，提供多樣化產品。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們僅在DTC銷售模式下於市場S向零售客戶直接銷售。
- (5) 市場L為總部位於杭州，由企業集團擁有的東南亞領先電商平台，為印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國及越南等多個國家的消費者提供多種產品。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們僅在DTC銷售模式下於市場L向零售客戶直接銷售。
- (6) 市場D為中國社交媒體平台，以電商與其熱門短視頻服務直接整合為特色的市場。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們僅在DTC銷售模式下於市場D向零售客戶直接銷售。
- (7) 市場J為中國著名的電商平台，提供多種產品，以快速物流著稱，主要服務於中國消費者。於業績紀錄期，我們在DTC銷售模式下透過市場J向零售客戶直接銷售，亦在B2B銷售模式下向市場J供應產品。

下圖說明在DTC銷售模式下通過主要線上市場向終端用戶進行銷售的交易流程：

透過中國主要市場銷售*



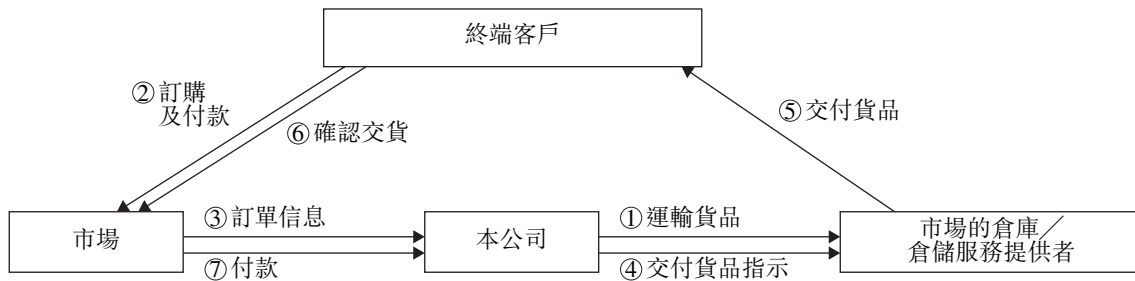
業 務

附註：

* 天貓、京東及抖音

- ① 客戶於市場下單並向市場付款。
- ② 我們自市場獲得訂單信息。
- ③ 我們通常於下單後24至48小時內安排向客戶交付貨品。
- ④ 客戶於市場確認收貨，屆時訂單視為完成。我方發貨後，收到客戶確認收貨的過程一般需兩至四天。
- ⑤ 訂單完成後，市場會將銷售所得款項淨額匯給我們。我們在收到市場的付款後確認銷售收益。

透過主要海外市場銷售*



附註：

* 亞馬遜、沃爾瑪、Shopee及Lazada

- ① 我們將貨物運送到市場或我們的倉儲服務提供者的倉庫作為庫存，以履行訂單。
- ② 客戶於市場下單並向市場付款。
- ③ 我們自市場獲得訂單信息。
- ④ 我們透過市場服務或倉儲服務提供者安排向客戶交付貨品。
- ⑤ 市場或倉儲服務提供者通常於下單後24至48小時內安排向客戶發貨。
- ⑥ 客戶於市場確認收貨後，訂單即視為完成。我們在客戶收到貨物後確認銷售收益。從我方到客戶的交貨過程一般需三至七天。
- ⑦ 市場會在確認向客戶發貨後的一至七天內將銷售所得款項淨額匯給我們。就透過亞馬遜銷售而言，結算週期為每兩週一次。

線下銷售

於業績紀錄期，我們品牌業務的絕大部分銷售額乃通過線上完成，分別佔我們於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月品牌業務總銷售額的97.0%、97.6%、99.5%及97.1%。於業績紀錄期，我們的線下銷售規模相對較小，主要包括向台灣分銷商（「分銷商」）銷售產品，在台灣推廣我們的產品。2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，我們對分銷商的銷售額分別為人民幣3.4百萬元、人民幣5.0百萬元、人民幣7.4百萬元及人民幣1.9百萬元。

業 務

於業績紀錄期，除分銷商外，我們並無通過任何其他分銷商進行銷售。

我們與分銷商的分銷協議具有以下主要條款：

- **授權：**我們作為品牌所有者，授權分銷商為我們於台灣的分銷商，銷售我們的自有品牌產品。未經我們批准，分銷商不得授權子分銷商，亦不得分銷或出售與獲授權產品相似的產品。
- **售價：**我們提供建議零售價。分銷商可以根據市況及其經營狀況自主設置實際售價，但不得低於我們所設的最低價格。低於最低價格的銷售須獲得我們的批准。
- **跨地區銷售：**於指定地區之外銷售我們的產品被視為跨地區銷售。通常而言，不允許分銷商進行跨地區銷售。
- **分銷商管理：**我們有權要求分銷商提供庫存水平、產品流向、訂單銷售、數量及售價，以備記錄之用。倘分銷商的行為導致我們的品牌受損或阻礙我們在指定地區的業務發展，我們可取消其分銷商資格。
- **付款條款：**分銷商須於產品發貨後30天內將貨款轉入我們指定的賬戶。倘分銷商表現不佳，則付款條款改為分銷商在產品發貨前預付貨款。
- **期限：**分銷協議自2021年1月1日起至2026年1月1日止為期五年。
- **終止：**分銷協議終止後一年內，分銷商不得銷售類似產品。此外，在終止協議後的五年內，分銷商不得生產類似產品。

線下銷售渠道的選擇性擴張

為補充我們的線上業務，我們選擇性地尋求擴展線下銷售渠道，旨在進一步擴大我們的全球足跡。區域方面，我們將優先在中國、美國和日本等已取得公認市場地位的主要市場進行擴張，以確保我們的線下渠道銷售集中於能夠產生最大影響的地方。

業 務

渠道或合作夥伴方面，我們將優先與大型線下零售商及超市合作。倘若與分銷商合作，我們亦要求彼等的終端銷售渠道包括大型線下零售店，以與龐大的線下消費者群體建立直接聯繫。

於2023年6月，我們獲得美國一家大型零售連鎖店（「美國零售商」）的品牌供應商資格，該零售商在美國擁有廣泛的線下百貨及倉儲店網絡。我們於2023年12月開始向美國零售商運送產品，並於2024年2月完成與美國零售商的首批銷售。截至2024年3月31日止三個月，向美國零售商的銷售收益為人民幣7.7百萬元。

此外，於2023年12月，我們與日本一家知名的廚房和餐飲用品批發商（「日本批發商」）建立合作，於日本市場分銷我們的炊具產品。日本批發商已承諾自2024年3月1日至2025年3月31日購買至少價值2.0百萬美元的炊具產品。我們於2024年3月開始向日本批發商銷售產品。截至2024年3月31日止三個月，向日本零售商的銷售收益為人民幣3.7百萬元。

我們認為，線上及線下銷售渠道之間的競爭或蠶食風險極小，主要是由於：(i)由於我們的核心線上運營模式，線下銷售渠道主要作為線上業務的補充，自我們推出自有品牌以來，我們一直投入大部分資源與管理精力用於擴展我們的線上業務；及(ii)我們就各渠道部署不同的銷售策略——我們主要於線下渠道銷售單品，而線上渠道則提供單品及大量炊具套裝。此外，就線下銷售的若干單品而言，我們已推出具有差異化設計特色的產品。例如，Bon Appétit Ceramic炊具系列是廣受歡迎的Cosy系列的迭代，專為線下銷售而設計，具有升高的鍋體及扁平的圓形手柄。

與日本批發商的主要條款

2023年12月與日本批發商簽訂的銷售協議的主要條款概述如下：

- **獨家銷售權**：我們授予日本批發商及其聯屬人士有關選定炊具產品（即煎鍋、湯鍋及可拆卸手柄炊具）於日本境內的獨家銷售權。

業 務

- **銷售渠道：**我們的產品須通過線下零售店進行銷售，其線上銷售或銷往日本境外需要日本批發商與我們共同協定。
- **零售價：**日本批發商客戶的建議零售價範圍將由我們與日本批發商協商確定。
- **最低購買金額：**根據日本批發商與我們訂立的獨立銷售備忘錄（於2024年3月1日至2025年3月31日生效），日本批發商承諾於該備忘錄生效期間至少購買價值2.0百萬美元的炊具產品。
- **擁有權及風險轉移：**產品在指定港口裝船時其擁有權轉移至日本批發商，日本批發商承擔船舶離港後的所有損失風險。
- **產品退貨：**僅於有限情況下才允許產品退貨：倘出現質量問題或與協定的規格不符，而日本批發商檢查時未發現，才允許退貨。
- **付款條款：**款項將通過信用證或電匯支付，具體條款由雙方協定。經雙方同意，日本批發商可以等值抵銷對我們的任何金錢債權。實際上，我們對日本批發商的銷售按離岸價基準安排，一旦貨物運出且運輸單據備妥，日本批發商通常會以信用證向我們付款。
- **期限：**協議有效期為2024年1月1日至2024年12月31日。
- **終止：**於協議期限內終止須發出三個月的書面通知及取得另一方同意。倘任何一方均未於屆滿前三個月發出終止通知，協議將按相同條款自動續簽一年。

業 務

與美國零售商的主要條款

2023年6月與美國零售商簽訂的供應中的主要條款概述如下：

- **下單及運輸：**作為供應商，我們負責以離岸價運送所有產品至出口港，辦理所有出口許可證、海關手續並承擔費用，直到產品在指定的裝運港通過船舷。
- **交付：**按訂單指定的時間發貨至關重要。並非由美國零售商造成的延遲發貨視為重大違約，美國零售商有權取消訂單或拒絕延遲交付。
- **付款條款：**於我們收到貨品開具發票後50天（根據我們提供1%現金折扣的規定）或90天付款。
- **價格保護：**倘我們在交付前或美國零售商有產品存貨時降價，我們須向美國零售商退還差價或作出抵扣。此外，倘法律機關認為我們收取的價格超出法律限額，則該價格將自動調整以符合法律規定，我們須立即向美國零售商退回任何多繳費用。此外，倘我們向競爭對手提供更低價格或更優惠條款，該等條件將自動提供予美國零售商，包括就過往較高付款作出任何必要退款。倘若價格上漲，我們亦須至少提前60天通知美國零售商。
- **產品退貨：**當產品因瑕疵或不合格、客戶退貨、召回或因其不可售而被退貨時，我們負責所有相關費用。這包括美國零售商就處理或銷毀而收取的處理費及／或將產品運回給我們所產生的運費。
- **期限：**協議自簽署之日起生效直至終止。協議僅在美國零售商書面批准我們作為其供應商後方會生效。
- **終止：**美國零售商可於向我們下單之前隨時終止協議，且無須支付罰金。任何一方均可提前30天通知終止協議，且無須支付罰金。該等條款適用於終止前下的任何訂單，即使產品的交付或驗收發生在終止之後。

業 務

ODM銷售

我們主要通過參加大型展會(如中國進出口商品交易會)來接觸及開發ODM客戶。我們的重點是與現有客戶建立持久的合作關係，將彼等的滿意度和忠誠度放在首位。於業績紀錄期各期間，我們與五大ODM客戶中的大多數有六年以上的合作。特別是，我們與意大利一家專門從事家居及生活用品的零售商已持續合作十多年。在接觸潛在客戶時，我們會謹慎選擇與我們現有業務和擴張計劃相一致的客戶，以確保有效分配資源，促進互惠互利的合作夥伴關係。

COVID-19的影響

自2020年初以來，冠狀病毒(COVID-19)的全球爆發已擾亂各行業的全球供應鏈，包括我們運營所處的廚具領域。於COVID-19初期至2020年6月期間，由於我們所倚賴的物流服務中斷，以及我們的中國合約製造商延遲交貨，我們向中國及國際客戶交付我們的產品時均遭遇偶然性延遲。我們通過若干措施緩解該等暫時性中斷，包括增加庫存、增加個別訂單的採購數量及在出現延遲時及時尋找替代供應商。由於該等措施，我們於產品交付方面並未遭受任何重大延誤。此外，自COVID-19爆發起，將我們的產品運送至海外客戶的海運費一直居高不下，直至2022年9月才開始逐步下降。於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，海運總成本佔品牌業務收益的比例分別為9.2%、4.4%、3.7%及4.1%。

COVID-19亦暫時影響意大利一名主要ODM客戶(客戶B)的需求，其為我們於業績紀錄期各期間的五大ODM客戶之一，於2021年、2022年及2023年分別佔我們ODM業務總收益的42.1%、20.6%及28.9%。於COVID-19在歐洲爆發初期，客戶B因對全球供應將在疫情期間進一步中斷的預計而進行囤積，致使來自其的採購訂單激增，2021年的年採購額達至人民幣165.0百萬元的峰值。2022年，由於COVID-19對全球經濟及客戶活動的持續影響，來自客戶B的採購減少至人民幣48.9百萬元，是由於其意在出售其現有存貨，尤其是於2021年增加的採購量。2023年，其採購額恢復至人民幣58.8百萬元。

業 務

另一方面，疫情刺激中國及全球電商平台的快速發展，使我們主要通過市場線上運營的品牌業務受益。此外，根據灼識諮詢的資料，COVID-19的爆發極大改變了消費者的行為模式，證明了各行各業遠程工作的可行性，並提高了僱主及消費者的接受度。根據灼識諮詢的資料，這種轉變導致家庭烹飪及對廚具產品的需求持續上升，且由於COVID-19帶來的消費者生活方式的變化，預計該趨勢將持續存在。因此，儘管COVID-19對一般公眾帶來挑戰，但於業績紀錄期我們品牌業務的收益及營利能力大幅增長。

整體而言，儘管COVID-19於其早期階段帶來了運營挑戰，尤其是與物流及客戶需求波動相關的挑戰，但我們通過作出調整成功緩解了該等挑戰，並自向電商的加速轉變而獲益。因此，我們認為，COVID-19對本集團的業務並無重大不利影響。

未來增長

受遠程辦公及家庭烹飪生活方式轉變的影響，COVID-19爆發期間人們對使用方便、易於儲存的炊具的需求有所增加，我們的產品亦具備上述特點。儘管目前無法確定該等趨勢是會繼續上升或最終會下降，但我們計劃利用我們的線上營運模式及產品服務維持我們未來的增長，這一點在過去表現良好，日後仍將是我們的重點。我們的增長策略將以對市場發展及客戶需求的了解為導向，專注於持續的產品迭代及改進。這種方法將借鑑我們從直接面向消費者的線上業務中收集的見解。正如我們於業績紀錄期所做，我們旨在通過這一積極主動的過程，繼續識別、捕捉及迎合客戶需求的變化及更廣泛的生活方式的改變。此外，我們計劃通過擴大線上及線下銷售渠道，拓展新的市場和客戶群，從而推動未來增長。其他詳情請參閱「— 我們的策略 — 不斷擴大全球影響力及提高品牌全球知名度」。

向美國銷售

我們於業績紀錄期產生的大部分收益來自於美國出售的品牌產品。美國市場的品牌業務收益由2021年的人民幣46.6百萬元大幅增至2023年的人民幣740.1百萬元，截至2024年3月31日止三個月達到人民幣269.8百萬元。

業 務

我們將這一強勁的增長歸因於若干主要驅動因素。可擴展的業務模式利用我們豐富的線上運營經驗，促進了我們在多個線上平台的快速擴張。例如，我們於2022年成功進軍沃爾瑪的線上市場，大幅提高我們於美國市場的收益。此外，我們對美國消費者偏好的深入理解使我們能夠有效滿足彼等不斷變化的需求。為應對美國經濟增長放緩，消費者的眼光亦越來越挑剔，彼等更青睞物美價廉的炊具。我們的產品以「物盡其用」及「物超所值」為設計重點，通過提供優質、價格合理的選擇滿足上述需求。我們的策略是銷售更多套裝，而非單品，這與消費者的期望完美相符，使我們能夠佔領美國線上炊具市場的重要份額。其他詳情請參閱「行業概覽—美國炊具行業」。

此外，我們在美國市場的快速擴張及增長亦歸因於我們相較其他中國市場參與者所具有的競爭優勢。最重要的是，該等優勢包括與亞馬遜及沃爾瑪等美國領先的線上市場建立合作關係，使我們能夠接觸到彼等在美國及其他地區的廣泛客戶群。這種優勢亦能帶來更好的市場洞察力及客戶反饋，幫助我們改進產品設計及供應，促進未來增長。根據灼識諮詢的資料，我們早在2017年開始在美國與亞馬遜合作，與眾多中國炊具品牌相比，具有先發優勢，多年來我們逐步擴大在其平台的營運，維持穩定的合作關係。我們的炊具產品經常列於亞馬遜的暢銷榜。此外，作為我們在美國線上業務的重要補充，我們於2022年開始與沃爾瑪合作。我們的產品在沃爾瑪深受客戶歡迎，從2022年首次推出至2023年，我們在該平台的收益大幅增加。此外，我們相信，我們在美國線上炊具市場的巨大市場份額使我們的品牌知名度高於其他中國市場參與者，確保我們在消費者中的知名度及偏好度。

營 銷

我們主要側重於平台內營銷，重點是線上渠道。我們通過視覺效果和視頻展示產品的創新功能及性能，確保產品的獨特賣點能引起目標受眾的共鳴。與此同時，我們利用社交媒體平台開展營銷及推廣活動，使我們能夠接觸到更多受眾並與潛在客戶互動。例如，我們在直播中介紹我們的員工，以提升品牌形象及推廣產品。我們亦積極參與我們經營自營網店的線上市場組織的節日銷售及促銷活動。這有助於我們促進銷售，擴大客戶群。

業 務

客戶參與是我們營銷工作的關鍵，我們利用各種渠道與客戶互動。我們重視客戶反饋，並利用訂單後的服務互動、客戶評價和諮詢來了解其偏好。通過分析其評價和具體功能偏好，我們獲得寶貴的見解為產品開發過程提供參考，使我們能夠提供更有針對性和以客戶為中心的產品。

定價

我們採取以市場為導向的定價策略，密切關注經營所在市場的變化。我們的定價策略旨在通過考慮一系列因素(包括當地客戶的需求和偏好、成本因素、利潤因素、業務發展目標、市場成熟度、經濟發展水平、競爭對手的定價以及匯率)，為客戶提供具有競爭力的價格。

雖然我們的目標是繼續以具競爭力的價格提供產品，但我們的定價策略靈活且基於市場狀況，而非單純地通過降價方式保持競爭力。我們定期預測主要市場的未來支出情況，並預測產品成本或銷售開支的潛在增加或減少。倘預見該等成本或開支增加或減少，我們將根據目標利潤率調整銷售策略，逆向工作，確保定價和其他銷售策略與我們的利潤目標保持一致。在此過程中，我們亦會考慮競爭對手的產品定價，以確保我們的利潤目標切實可行，並能適應市場變化。憑藉此方法，我們可動態定價，不僅可應對市場狀況，亦可主動管理及確保盈利能力。

根據灼識諮詢的資料，炊具市場高度分散，以市場為導向的定價模式能讓我們這樣的公司有效應對競爭壓力，平衡盈利能力與市場競爭力。我們採用以市場為導向的定價策略，優先考慮客戶需求並根據市場觀察和預測及時調整定價，確保與消費者的預期一致，幫助我們這樣的廚具品牌在獲得豐厚利潤的同時保持客戶吸引力。因此，根據灼識諮詢的資料，我們的定價模式與競爭對手基本相似。

我們在不同地區市場的定價模式主要遵循兩個因素：我們自身的成本分析及競爭產品的現行市場價格。特別是，在與我們合作的平台舉辦大型促銷活動期間，我們會確保我們的定價符合平台的參與要求。在滿足這一前提條件後，我們會積極監察競爭對手的定價策略，及時調整我們的價格，同時平衡我們的利潤及銷量目標。此舉既能確保遵守平台規則，又能確保我們在市場上的競爭力。

業 務

售後服務

截至最後實際可行日期，我們成立了一個由20多名成員組成的專門的內部客戶服務團隊，以滿足客戶的售後需求。我們的團隊致力於提供全面支持，包括處理客戶反饋、評價、諮詢、投訴，根據客戶要求提供產品使用指導，以及處理購買後或產品使用過程中可能出現的任何其他問題。此外，我們的客戶服務團隊還負責管理產品退貨和退款。我們客戶服務團隊的主要目標乃提供可靠的支持，並收集客戶的寶貴反饋意見。無論是通過電子郵件通信還是與客戶服務代表實時聊天，我們均會積極與客戶互動，解決其疑問和擔憂。通過這種互動，我們可以深入了解產品質量、客戶偏好、需要改進的地方以及市場需求。相關信息由我們的客戶服務團隊處理，並與我們的產品設計及開發部門共享。這種合作方式使我們能夠改進現有產品，開發新產品以滿足客戶的需求和期望。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何有關產品或售後服務的重大客戶投訴。

保修及產品退貨政策

我們為銷售的所有產品提供有限保修。默認情況下，我們為最終消費者提供自購買之日起為期一年的產品保修。保修範圍包括因製造缺陷造成的任何瑕疵，我們將通過維修、更換故障部件或退款的方式及時處理。我們的保修不可轉讓，且不包括因濫用、事故、改動、誤用、篡改或人為破壞造成的損壞。

在中國市場，我們提供為期7或15天的「無理由」退貨政策，允許客戶在不提供具體理由的情況下更換產品或退貨。在海外市場，我們的產品退貨政策與我們運營所處線上平台的退貨政策一致，例如，亞馬遜一般允許在收貨後30天內退貨，但也有一些例外情況。根據收到產品時的情況，退貨產品會被重新使用以供進一步銷售，或被負責任地丟棄。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2024年3月31日止三個月的合併財務報表中，收益按扣除退回產品的銷售額呈報。我們根據過往退貨率估算銷售退回，並於後續期間根據實際退回進行調整。因此，估計銷售退回與實際銷售退回之間並無重大差異。

業 務

於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，來自DTC銷售退回給我們的產品價值(已自我們的收益中撇除)分別為人民幣6.0百萬元、人民幣15.7百萬元、人民幣46.5百萬元及人民幣18.0百萬元，分別佔同期DTC收益的2.4%、3.1%、3.4%及4.1%。此外，於業績紀錄期，我們並無錄得或產生任何B2B銷售退回。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，概無發生過對我們的業務有重大不利影響的產品召回、產品退貨、產品責任索賠或客戶投訴。

季節性

我們的產品銷售全年需求相對穩定。除在我們經營網店的線上市場組織的定向銷售「節日」及促銷活動期間(例如亞馬遜的「Prime會員日」及「黑色星期五」促銷)，我們確實會遇到暫時的銷售高峰外，我們的總體銷售額不受其他明顯的季節性模式或週期的影響。業績穩定使我們能夠保持可靠的收益來源，確保一年中無論何時客戶都能持續獲得我們的產品。

獎項及認可

下表重點介紹截至最後實際可行日期，我們從多個知名線上市場獲得的重要獎項及認可：

獎項／認可	頒獎平台	年份
品牌影響力獎(Brand Influence Award)	沃爾瑪	2023年
亞馬遜全球佈局品牌獎(Amazon Global Layout Brand Award)	亞馬遜	2022年
廚具及餐飲用具行業發展卓越獎(Kitchenware and Dining Tools Industry Growth Excellence Award)	天貓	2022年
年度品牌獎(Brand of the Year)	Lazada	2022年

業 務

信息技術

我們的運營依賴一系列第三方信息技術系統，該等系統有效支持及簡化了我們的流程，提供訂單管理、供應商管理、庫存控制、物流跟蹤以及銷售和售後跟蹤等全面功能。

在國內市場，我們使用天貓所提供專門針對天貓平台的專用企業資源規劃（「ERP」）系統。該平台專用系統通過自動退貨和退款功能，促進了無縫交易及客戶退貨的高效處理。此外，我們還與天貓上的第三方服務提供者合作，加強銷售訂單管理，改善整體客戶體驗。該等提供者協助我們進行訂單管理，並為客戶查詢提供定製關鍵詞搜索等功能。彼等的系統還會自動與客戶共享物流跟蹤號碼，讓客戶隨時了解發貨狀態。在國內市場的其他平台上，我們實施了ERP系統，以實現對業務的有效管理。該多功能系統整合一系列功能，包括訂單管理、供應商管理、庫存控制、物流跟蹤及自動報告生成，通過提供強大的工具來簡化及優化業務流程的各個方面，從而提高我們的運營效率。

就針對海外市場的線上業務而言，我們使用由一家專門從事跨境電商運營及管理的服務提供者提供的專用ERP系統。作為訂單管理及售後服務的中心樞紐，該系統有助於我們高效處理客戶訂單，並即時提供支持及回復諮詢。

數據隱私及安全

我們於日常業務過程中間收集若干特定個人及交易相關數據，包括去標識化的客戶資料，例如被部分刪除或模糊的姓名、地址及電話號碼。我們透過我們營運所在的線上市場取得該等資料，有關線上市場為達成訂單向我們分享該等資料，而客戶在該等市場下達訂單時同意分享該等資料以獲取我們的服務。

我們致力於保護消費者個人信息的隱私和安全。為確保這一點，我們實施了一系列政策來規範數據的收集、處理和使用。該等政策包括（其中包括）概述保護我們在營

業 務

運中收集及處理的個人信息的準則及措施的數據保護政策，以及為解決數據安全問題提供全面方法的數據安全政策。

遵守有關數據隱私及安全的適用法律法規是我們的首要任務。有關我們遵守中國個人信息保護相關法律的更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們可能無法遵守個人信息及數據安全法律及法規」。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無(i)因任何嚴重不遵守或違反有關侵犯網絡安全、私隱及個人資料保護的適用中國法律及法規而遭任何重大索賠、調查或法律程序(已解決、待決或面臨)；及已(ii)在所有重大方面遵守有關數據安全及私隱的適用法律及法規(包括但不限於將於中國境內收集的所有消費者個人數據存儲於中國)。

個人數據保護政策

我們的個人數據保護政策包括一整套措施，旨在保護我們日常運營中接觸到的客戶、供應商及僱員的個人信息。該等措施圍繞以下主要原則及慣例展開：

- **最小必要原則**：我們遵守最小必要原則，即僅在提供產品或服務所必需的範圍內收集個人信息。
- **禁止誤導性收集**：我們承諾不會通過欺騙性做法誤導或脅迫個人提供個人信息。此外，我們確保所收集的任何個人信息的來源均可追溯，且不會從非法來源收集信息。
- **安全措施**：我們有責任採取一切必要措施，確保我們處理的個人信息的安全，包括建立訪問控制，限制僅有經授權專門處理及履行訂單的僱員才能訪問，從而防止第三方未經授權訪問。

業 務

- **同意及通知：**在處理任何個人信息之前，我們會徵得個人的明確同意或委託我們的商業夥伴徵得其同意，並向該等人士提供清晰易懂的信息，說明我們的身份、聯繫方式、處理目的和方法、所處理個人信息的類型、保留期限以及彼等如何行使自己的權利。倘該等事項有任何變更，我們亦會及時通知個人。
- **敏感信息：**雖然我們並無於業務過程中直接收集個人信息(請參閱「— 數據實踐」)，但若日後有需要直接收集此類信息，我們致力於盡量降低敏感個人信息的相關風險。倘發生這種情況，我們承諾於收集及存儲過程中通過部分刪除或模糊姓名、地址及電話號碼等標識或加密該等資料，以對相關信息進行去標識化。除非去標識化或加密證實對維持服務質量而言不切實際，否則將採用這種方法。
- **存儲及銷毀：**我們根據業務目的所需的最短時間確定個人信息的存儲期，並在存儲期結束後對信息進行銷毀或匿名處理，惟法律法規或具體協議另有規定則除外。
- **在同意範圍內使用：**我們嚴格在同意的範圍內使用個人信息，重點是去除敏感信息的身份標識，以確保在沒有額外信息的情況下無法追溯到特定個人。
- **提供信息的限制：**一般情況下，我們不會向第三方提供個人信息。然而，在業務運營需要且確保安全的情況下，我們會在共享個人信息前告知個人接收方的詳細信息，並徵得彼等的明確同意。我們亦要求接收方嚴格按照約定的目的和方法處理信息。

數據實踐

具體而言，我們不會在業務過程中直接收集個人數據。相反，我們自線上市場接收去標識化的客戶信息(包括部分移除或遮蓋姓名、地址及電話號碼)，以便履行客戶訂單。我們通過聚水潭(一家提供軟件服務的業務解決方案提供者)提供的IT系統共享上述信息。當我們通過聚水潭系統安排產品交付時，聚水潭會與第三方物流公司共享必要的信息，以供交付之用。我們認為，在線上市場、我們、聚水潭及第三方物流公司之間共享個人信息的做法對於完成與客戶的交易在商業上屬必要，並且在於中國領先市場運營的

業 務

供應商中屬常見。除數據保護政策外，我們客戶個人信息的處理根據聚水潭的隱私政策管理，該政策規管有關數據的收集、處理、存儲及刪除。據我們所知，聚水潭不僅遵守本身隱私政策，亦取得ISO 27001認證(公認的最佳信息安全管理系統實踐框架)。

此外，為在與服務提供者互動時維護信息安全和數據保護，我們遵循第三方信息安全指引，包括我們經營網店所處線上平台的信息安全協議。該等指引概述了我們在與相關實體打交道或使用其服務時管理信息安全和數據隱私的責任、程序和要求。我們還確保員工簽署保密協議，防止未經授權披露個人數據。

數據安全政策

我們已制定一套健全的數據安全政策，其中包括一個全面的管理框架，由信息部門和其他相關部門共同監督及執行整個運營過程中的數據安全。這項政策包括制定詳細的數據安全準則、根據敏感性對數據進行分類以及實施嚴格的訪問控制。根據該項政策，我們通過定期審計、符合國家和國際標準的風險評估以及採用最佳數據處理方法(包括優先使用匿名數據)，優先保證數據的機密性和完整性。此外，該政策還指定信息部門的專職人員負責監督合規情況，並確保數據的安全處理、使用、傳輸、存儲和銷毀。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何數據洩漏或違規事件。

網絡安全相關事宜

2021年12月28日，網信辦與其他監管機構聯合頒佈《網絡安全審查辦法》(「《網絡安全審查辦法》」)，於2022年2月15日生效。《網絡安全審查辦法》規定關鍵信息基礎設施運

業 務

營者採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。此外，擁有超過一百萬用戶個人信息的網絡平台運營者在申請「赴國外上市」前，亦須申請網絡安全審查。

2021年11月14日，網信辦頒佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(《**條例草案**》))，當中涵蓋廣泛的網絡數據安全事宜，適用於在中國利用網絡開展數據處理活動以及網絡數據安全的監督管理。截至最後實際可行日期，《條例草案》僅為徵求公眾意見而發佈。

根據中國數據合規顧問金杜律師事務所(「**中國數據合規顧問**」)的建議，且獲聯席保薦人認同，我們有以下觀點：

- (a) 根據中國數據合規顧問於2024年2月向中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心(已獲網信辦委託提供公眾諮詢並接收有關網絡安全審查的呈交文件)作出的諮詢(「**諮詢**」)，於香港**[編纂]**並不構成「赴國外上市」，因此，我們不受《網絡安全審查辦法》規定的網絡安全審查約束；
- (b) 我們已制定符合《條例草案》(假設以當前形式實施)的內部控制政策及程序，當中要求在中國境內開展數據處理活動的數據處理者建立數據安全保護制度及措施；及
- (c) 《網絡安全審查辦法》及《條例草案》(假設以當前形式實施)不會對本集團的業務運營或**[編纂]**產生重大不利影響。

知識產權

我們認為，我們的商標、域名、專有技術、商業秘密及類似知識產權對我們的整體成功至關重要，我們依靠商標法和版權法以及與僱員和其他方簽訂的保密和非競爭協議來保護我們的專有權利。我們已註冊多個商標、專利、版權和一個域名(www.mycarote.com)。更多信息，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料 — 有關我們業務的其他資料 — (b)本集團的知識產權」。

業 務

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們概無遭遇任何重大知識產權侵權索賠。

競爭

中國廚具市場競爭激烈，領先及其他市場參與者竞相爭奪當地市場份額。我們在廚具領域面臨著來自成熟參與者和新興品牌的競爭。此外，我們在國際市場亦面臨競爭，其中若干競爭對手（尤其是成熟的國際品牌）可能在規模及財務資源方面具有優勢。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們運營所在的各個地區市場面臨激烈競爭，倘我們無法成功競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響」。

儘管面臨該等挑戰，我們認為我們維持有利的競爭地位。我們的優勢體現在將功能、風格及實惠價格相結合的品牌價值主張。有關主張由有效的客戶參與度、持續擴大的全球銷售網絡、吸引廣大客戶群的多樣化和頻繁更新的產品系列、高效的供應鏈以及以豐富的行業知識和專業技能為基礎的強大產品開發及創新能力所支持。我們的創始和管理團隊的專業知識和創業見解進一步為我們的競爭優勢作出貢獻。該等因素共同構成了我們價值主張的基礎，使我們的品牌能夠不斷吸引全球客戶。

此外，在技術進步及消費者偏好轉變的推動下，全球線上廚具行業不斷發展。近年來，隨著家庭烹飪日益流行，全球線上廚具行業表現出強勁的抗經濟波動能力，且預期將穩步增長。根據灼識諮詢報告，預計截至2028年全球線上廚具市場規模將達致226億美元，2023年至2028年的複合年增長率為7.5%。我們相信，我們專為加快全球擴張而建立的線上營運模式加上專為迎合年輕一代偏好而設計且頻繁更新的產品，使我們能夠充分利用滲透率不足市場的增長機會，進一步推進我們的增長目標。

業 務

僱員

截至2024年3月31日，我們僱備180名全職僱員，均位於中國。下表載列截至該日按職能劃分的僱員人數：

職能	僱員人數	佔總數百分比
營運.....	67	37.2
產品設計及開發.....	9	5.0
供應鏈管理.....	70	38.9
一般及管理.....	34	18.9
總計.....	180	100.0

我們吸引、激勵及挽留合資格人員的能力對我們的成功至關重要。我們認識到為僱員提供有競爭力的薪酬待遇的重要性。為激勵僱員，我們提供年終獎，並設立一套制度，獎勵年度表現優異的優秀僱員。此外，我們通過送上貼心禮物為僱員慶祝工作週年紀念等重要里程碑，以及在節日期間提供假期福利來表達我們對僱員奉獻精神的感謝。

我們認識到持續學習及專業發展的重要性，因此制定了一項培訓計劃，以提高僱員的專業技能，其中包括採購、規劃、質量檢驗及操作技能等方面的專業培訓。為支持僱員的成長和發展，我們為彼等參加外部培訓計劃分配了專項資金。此外，我們亦在人力資源部門的協助下，提供職業道德、入職培訓及企業文化培訓。

確保僱員的工作場所安全及福祉是我們的首要任務。我們開展消防安全培訓，降低潛在風險，提高防火意識。此外，我們開展反欺詐活動，邀請當地執法人員舉辦預防犯罪講座。該等活動均有助於維持安全的工作環境，保障僱員的福利。

我們與僱員簽訂標準勞動合約，其中概述了僱傭條款及條件。此外，我們要求所有僱員簽署標準保密協議。該等協議禁止在未經我們事先同意的情況下披露與本公司、聯屬公司、業務及客戶有關的保密資料。該等資料亦包括有關僱員在受僱於我們期間

業 務

的不競爭責任以及在受僱期間及之後的不招攬責任之條款。我們相信，我們與僱員保持良好的工作關係。我們的僱員並無工會代表。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們未發生任何重大勞動糾紛。

根據適用中國法律，我們參加了法定僱員福利計劃，包括涵蓋醫療保險、生育保險、工傷保險、失業保險及養老金福利的社會保障保險計劃，以及住房公積金計劃。根據適用中國法律，我們須按僱員薪金的特定百分比向法定僱員福利計劃繳款，最高不超過地方政府不時規定的上限。於業績紀錄期，我們的若干中國附屬公司未根據相關中國法律法規為若干僱員繳付或足額繳付社會保險及住房公積金。2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，社會保障保險供款少繳金額分別為人民幣1.6百萬元、人民幣2.3百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣1.0百萬元。2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月，住房公積金供款少繳金額分別為人民幣1.5百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣2.4百萬元及人民幣0.6百萬元。

據中國法律顧問告知，根據相關中國法律法規，相關政府部門可能要求我們於規定期限內繳付不足金額，並從到期日起每日按不足金額的0.05%繳付滯納金。未於規定期限內繳付的，有關部門可處以欠款總額一倍至三倍的罰款。根據相關中國法律法規，倘若未按規定全額繳納住房公積金，住房公積金管理中心可要求在規定期限內繳付不足金額。未於規定期限內繳付的，可向中國法院申請強制執行。

我們承諾，一旦政府主管部門提出要求，我們將及時繳付不足金額。此外，我們已獲得控股股東的承諾，監督我們遵守主管部門可能對我們施加的任何要求，以履行與社會保障保險及住房公積金供款有關的責任，並彌補因我們未能支付任何歷史欠款而產生的任何虧空或該事件產生的其他處罰或罰金。

截至最後實際可行日期，有關監管部門並無就我們的社會保障保險及住房公積金供款處以任何行政訴訟或處罰，我們亦無收到任何法令清繳欠繳金額。此外，截至最後實際可行日期，就我們所知，並無任何員工就我們的社會保障保險及住房公積金政

業 務

策提出任何重大投訴。就社會保障保險而言，根據2018年9月21日頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，嚴禁行政執法機關自行組織對企業歷史社會保障保險欠費進行集中清繳。

據中國法律顧問告知，根據相關監管政策、上述實際背景及相關部門確認，我們因未能為僱員繳納全額社會保障保險和住房公積金供款而受到歷史欠款或重大行政處罰的可能性較小。因此，於業績紀錄期，我們並無於合併財務報表中為社會保障保險及住房公積金少繳金額計提撥備。我們計劃在未來五年內逐步實現全面遵守社會保障保險和住房公積金相關法律法規。

保險

我們認為，我們擁有涵蓋商業一般責任險及車險的經濟上合理且符合行業標準的保險。我們向高評級保險人投保。董事認為，投保範圍充分，符合行業規範。

根據適用法律、法規及行業的商業慣例，我們購買了所有強制保險。我們認為投保範圍充分，為營運提供了必要的保障。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無提出任何重大保險申索，亦無在續保時遇到任何重大困難。

環境、社會及管治

我們致力於促進企業社會責任及可持續發展，並將該等原則融入我們業務營運的所有方面。我們視其為發展的基本方面，使我們能夠為股東創造可持續的價值，同時兼顧多樣性及公眾利益。

業 務

根據中國法律顧問的意見，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們一直於所有重大方面遵守健康、工作安全、社會及環境法規，並無產生任何罰款、處罰或法律責任。

為遵守[編纂]後聯交所於ESG方面的呈報規定，我們已採納了一套全面的ESG政策，該政策乃根據上市規則而制定，並按年度基準進行審查。我們的ESG政策將包括(i)適當的管治監察；(ii)應對ESG相關風險的方法與策略；(iii)識別、評估及降低該等風險的機制；及(iv)設立目標及關鍵績效指標(KPI)。

管治及監察ESG事宜

我們的董事會共同承擔制定、採納及審查ESG願景、政策及目標的責任。彼等至少每年評估、確定及解決ESG相關風險，並在必要時聘請獨立第三方評估風險、檢討策略、目標及內部控制，並根據需要採取改進措施，以降低風險並提高ESG表現。

根據我們的ESG政策，董事會已成立一個專門的ESG委員會，以對ESG策略及舉措進行策略監察。該委員會由一個專門的ESG工作小組提供支援。

ESG委員會

ESG委員會主席由董事會主席擔任，承擔多項重要職責：

- *監管監測*：追蹤最新ESG監管政策動向，並因應任何法規變動調整ESG策略計劃；
- *持份者參與*：識別與我們業務營運有關的主要持份者，確保我們的ESG策略與彼等的利益及期望相一致；
- *風險及機遇評估*：評估與ESG因素相關的風險及機遇，同時亦考慮該等因素更廣泛的社會影響；
- *目標及KPI設定*：制定具體的ESG目標及KPI，作為衡量我們於該等領域的表現及進展的基準；

業 務

- **管治監察**：監督ESG管治的發展，以保證ESG政策得以有效實施，確保該等策略融入我們的企業文化和日常運營中；及
- **ESG報告**：編製年度ESG報告，以評估及回顧我們既定目標的達成情況，為我們ESG方面所作努力提供透明度。ESG委員會每季度向董事會通報情況，全面回顧過去三個月與ESG相關的發展。此外，委員會還向董事會提供具體項目的最新情況，與本公司ESG方案的進展保持一致，確保信息流與戰略監督的一致性。

ESG工作小組

ESG工作小組由來自不同業務部門的代表組成，可確保我們的ESG工作具有廣泛的視角。ESG工作小組旨在促進ESG相關措施在我們的不同業務領域執行及實施，並定期評估及報告達成ESG目標的進展情況。為進一步鞏固我們對穩健ESG管治的承諾，我們聘請獨立ESG諮詢公司為董事會及管理團隊提供專家指導。此舉確保了我們遵守最新監管ESG要求，並履行ESG相關責任。我們委任的ESG顧問在該領域擁有豐富經驗，曾就ESG事宜向眾多上市公司提供諮詢。

ESG相關風險的潛在影響

我們認識到ESG相關風險可能對我們營運產生潛在影響，包括以下主要類別：

- **環境影響**：我們意識到產品採購相關的環境影響。生產過程屬於能源及資源密集型，對環境保護工作造成極大壓力。我們的合約製造商可能不會遵循可持續發展的環保慣例，導致污染加劇，用水過度及碳足跡增加等問題，這也是一種風險。該等環保問題或會導致監管處罰及運營成本增加，最終擾亂我們的營運，並損害我們的聲譽。

業 務

- **社會影響**：我們的業務營運存在社會風險，尤其是與第三方供應商勞工慣例相關的風險。供應鏈可能存在不公平或不道德的現象，這意味著我們可能遭受嚴重的聲譽損害及法律挑戰風險。該等行為或會損害我們的誠信，並削弱持份者對我們的信任。
- **管治與合規**：ESG相關風險的管治方面於我們的運營操守而言至關重要。於管理我們與供應商及客戶的關係時，倘企業管治措施不力，或會導致缺乏具有透明度、問責制及合乎道德的商業行為。考慮到我們於不同國家及地區運營的監管環境各不相同，這一點尤為重要。未能遵守不同司法管轄區有關勞動、安全及環保的不同法規，或會導致罰款、法律訴訟及業務運營限制。
- **負面宣傳**：我們認識到任何ESG失誤均可能導致負面宣傳的風險。該等負面曝光會嚴重損害我們的聲譽，導致消費者信任度大幅下降，銷量減少以及難以吸引及留住人才。

我們認識到，應對ESG相關風險需要持續監控、合作及不斷改進，以及大力投資於可持續發展慣例、合規及供應鏈管理。未能管理任何該等風險均會因罰款、彌償措施及失去業務機會而導致成本增加。

ESG機遇

隨著全球政策日益重視環境保護及消費者對ESG問題的認識不斷提高，我們預計市場動態將向環保產品轉變。預計這種不斷變化的格局將增加對綠色產品的需求，為我們帶來巨大商機。我們長期致力於廚具的研究及設計，使我們處於有利地位，可通過開發滿足對環保產品日益增長的需求把握該等機遇。為應對預期的市場轉變，我們專注於以下方面設計及開發綠色產品：

- **擴大綠色產品供應**：於過去五年內，西歐對塑料材料使用的環境問題日益關注，導致聚碳酸酯、聚苯乙烯及聚酰胺等材料面臨市場准入壁壘。受嚴格的環境標

業 務

準所推動，不銹鋼保溫杯等替代品的需求亦隨之增加。憑藉我們在產品設計及開發方面的專業知識，我們計劃擴大飲具系列，納入更多的不銹鋼產品以符合該市場趨勢。

- **加強綠色產品包裝設計：**我們致力於設計輕巧且材料高效的包裝，以減少包裝尺寸及材料使用。此舉旨在吸引有環境足跡意識的消費者，並符合客戶日益增長的優先考慮對環境影響最小的偏好。
- **推廣綠色製造過程：**我們的目標是專注創新的製造過程，例如一體化壓鑄及高效的表面處理。我們旨在為我們的炊具使用專門的陶瓷塗層，與傳統的陶瓷塗層相比，該塗層在製造過程中需要的溫度大幅降低，從而實現節能。

我們應對ESG相關風險的策略

我們致力於與供應商及其他持份者合作，以降低ESG相關風險，促進可持續發展實踐，並堅持負責任的商業行為。通過將ESG因素納入我們的決策過程和供應鏈管理，我們旨在最大限度地降低潛在風險，並在營運過程中對環境、社會及管治方面產生積極影響。我們應對ESG相關風險的策略包括：

- **加強盡職調查及供應商篩選：**對潛在供應商進行全面的ESG評估，以確保彼等的慣例符合我們的價值觀與標準；評估彼等的環境紀錄、社會實踐與管治架構，挑選具有良好ESG資歷的供應商，或致力於加強其慣例以符合我們標準的供應商。
- **供應商參與及產能建設：**與供應商協同合作，以提升彼等的ESG表現，提供培訓、資源或營運支持以實施可持續發展慣例；實行供應商行為準則，明確概述我們對環保、勞工慣例及商業道德行為方面的期望。

業 務

- **定期監察及審核：**由內部團隊或第三方審核人員對供應商進行定期審核，以確保其遵守我們的ESG標準；利用技術加強供應鏈的透明度與可溯性，監控材料來源，確保道德採購。
- **持份者參與及溝通：**與持份者(包括客戶、僱員及當地社區)接觸，以了解彼等對ESG事宜的關注與期望；通過可持續發展報告、社交媒體及其他平台透明溝通我們的ESG工作、進展及挑戰。
- **風險管理及持續改善：**建立一套全面的ESG風險管理框架，以識別、評估及降低整個供應鏈的ESG相關風險；採納持續改善措施以提高ESG表現，定期審查慣例，並於必要時調整策略。

識別、評估及降低ESG相關風險

與我們專門的ESG策略相一致，識別、評估及降低ESG相關風險為我們實現可持續發展慣例之綜合方法的基本要素。

識別

我們通過一套全面的方法來識別潛在的ESG相關風險，包括內部評估、持份者參與、行業分析及案例研究，確保以廣泛且知情的視角來看待我們營運及供應鏈所特有的ESG挑戰。

該過程中的關鍵一步為供應鏈佈局，包括對參與到供應鏈的各方進行仔細檢查，從原材料供應商到最後的物流服務提供者。該過程幫助我們識別可能最為相關的風險。此外，我們積極與包括供應商、客戶、僱員及當地社區在內的各類持份者接觸，以收集對潛在ESG相關風險的各類見解。再者，基準及行業分析於該過程中亦發揮了關鍵作用。通過檢驗廚具行業的ESG慣例相關報告與研究，我們能夠將我們的慣例與行業標準相比較，從而識別出行業內普遍的ESG相關風險。

業 務

評估

於識別出潛在的ESG相關風險後，我們會進行嚴格的評估，以評價每種風險的重要性與可能性。我們採取定量及定性分析相結合的方法，根據風險對我們業務與持份者的潛在影響來確定風險的優先次序。重要性評估是我們評估工作的一個重要部分，我們於評估中優先考慮有可能嚴重影響我們的業務、損害我們的聲譽或持份者最為關注的風險。這種優先排序使我們能夠有效地分配資源，並針對大多數重大風險制定緩解策略。

此外，合規審查亦是風險評估的重要一環。於該過程中，我們會根據地方及國際法律法規(覆蓋環保、勞工權利及企業管治等領域)的合規情況對已識別風險進行評估。合規審查有助於確保我們的緩解策略得以有效實行，並符合法律及法規標準，保護我們免於承擔潛在的法律責任。

風險緩解

我們的緩解策略為多面性，重點為採取合作措施來提升供應商的ESG表現及實施強健的監察及審核流程。

- **減少環境影響：**我們認識到解決環境問題的重要性，因此實施了具體的指標與目標來引導我們的業務實現可持續發展，包括節約用電、減少水資源浪費及向無紙化業務營運過渡。此外，我們將與供應商緊密合作，探索節能措施，並使用環保材料，確保減少整個供應鏈的環境足跡。
- **確保公平的商業道德行為：**我們將對供應商進行定期審核，以確保彼等符合我們的供應商準則及完善的ESG準則，尤其關注供應鏈內的公平勞工慣例、商業道德行為及支持安全的工作條件。我們致力於維護道德標準，並保護我們供應鏈所涉全部個人的福祉。
- **監察與呈報：**為確保風險緩解工作的有效性，我們建立了持續監控ESG相關風險的機制。我們致力於在內外部透明呈報ESG表現。該透明度確保了問責制，

業 務

並促進了持份者之間的信任環境。此外，我們定期審查及更新我們的指標、目標及整體措施，以應對新信息、不斷變化的商業環境以及我們ESG舉措的進展，確保ESG風險管理工作既有效又符合不斷發展的挑戰與機遇。

為更有效地實施緩解策略，我們計劃根據風險類型、緊迫性及潛在影響制定具體措施。

時間範圍	風險類型	相關風險	潛在影響	緩解措施
短期.....	急性 風險	極端天氣狀況	氣候變化對全球所有地區均有影響。我們的業務營運遍及全球，我們依賴第三方物流供應商在全球運送貨物。極端天氣事件可能擾亂該等供應商的運輸能力，延長交貨時間，導致我們無法保持最佳庫存水平，繼而無法滿足客戶需求。此外，極端天氣可能導致運費波動，繼而增加我們的營運開支。	建立並不斷完善極端天氣狀況下的應急計劃，加強庫存管理，以更有效地應對該等情況。
中期.....	過渡 風險	消費者對環保產品的偏好	客戶需求的轉變可能導致銷售收益減少。	<ul style="list-style-type: none"> • 通過豐富我們的產品線，促進綠色開發、生產及包裝，適應消費者偏好的變化。 • 傳播綠色消費理念。計劃對ESG相關指標進行一次年度披露，以向客戶保證我們對實施可持續發展原則的承諾。

業 務

時間範圍	風險類型	相關風險	潛在影響	緩解措施
中期.....	過渡 風險	促進可持續發展的監管對策	我們須遵守相關的環境法律法規。監管機構可能會對我們實施更嚴格的標準。隨著我們向可持續發展模式過渡，我們可能需要減少使用非環保包裝材料，這可能會導致運營成本增加。	密切關注環境政策及法規，為僱員提供環境教育及培訓。
中期.....	市場 風險	供應商能力	供應商的供貨延遲、中斷、價格波動及產品質量不穩定可能導致我們的採購成本增加。	加強供應鏈管理，改進原材料採購及跟蹤。
長期.....	管治 風險	供應鏈管理	供應鏈中不公平或不道德的行為會使我們面臨重大的聲譽損失及法律問題。有關行為可損壞我們的誠信，降低持份者對我們的信任。	<ul style="list-style-type: none"> • 對潛在供應商進行全面的ESG評估，確保其符合我們的價值觀及標準。 • 實施供應商行為準則，明確規定我們對環境保護、勞工實踐及道德操守的期望。 • 定期監督及審核：安排內部團隊或外部審核人員對供應商進行定期審核，以確認其符合我們的ESG標準。 • 利用技術提高供應鏈的透明度及可追溯性，監控材料來源，保證採購行為符合道德規範。

業 務

時間範圍	風險類型	相關風險	潛在影響	緩解措施
長期.....	管治 風險	企業管治常規	在管理我們與供應商和客戶的關係時，不適當的企業管治常規可能會導致缺乏透明度、問責制及道德商業行為。此外，不遵守不同司法管轄區有關勞工、安全及環境保護的不同法規可能會導致罰款、法律訴訟及營運限制。	<ul style="list-style-type: none"> 根據我們的具體情況，制定並實施全面的企業管治常規。 定期審查該等常規，並根據需要調整我們的策略，以確保合規並維護我們的道德標準。
長期.....	物理 風險	產品採購對環境的影響	我們的生產合作夥伴可能無法堅持可持續的環保實踐，導致污染、用水及碳足跡增加。	與供應商合作，通過提供培訓、資源或營運支持實施可持續發展實踐，從而提高彼等的ESG表現。

排放

我們嚴格遵守環境保護部頒佈的《排污許可管理辦法(試行)》以及其他相關法律法規。詳情請參閱本文件「監管概覽 — 環境保護法規」一節。我們致力於將業務運營對環境的影響降至最低。我們實施健全的環境安全監測機制，並採取節水節能等措施減少溫室氣體排放。例如，ESG工作小組定期審核用水情況，並嚴格執行辦公室照明時間表，有效地節約了水和電。此外，我們在辦公室發起了促進能源及資源節約的運動，組織「地球一小時」等活動。該等措施提高了員工的節能節水意識，從而減少辦公環境中的電力及水資源浪費。此外，我們與供應商積極合作，打造節能環保的供應鏈。下表概述於業績紀錄期的排放相關指標。

	截至12月31日止年度			截至3月31日
				止三個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
溫室氣體排放總量 ¹噸二氧化碳當量	1,140.63	233.06	118.66	28.10
溫室氣體排放量 (範圍1) ²噸二氧化碳當量	319.91	166.19	31.79	4.40
溫室氣體排放量 (範圍2) ³噸二氧化碳當量	820.72	66.87	86.87	23.70

業 務

附註：

- (1) 本集團的溫室氣體排放乃根據聯交所頒佈的《環境關鍵績效指標匯報指引》進行分類。排放數據已由灼識諮詢ESG諮詢顧問審核。
- (2) 範圍1排放指本集團擁有或控制的業務的直接排放。
- (3) 範圍2排放指本集團內部所消耗外購或取得的電力、供暖、製冷和蒸汽所產生的能源間接排放。

於業績紀錄期，本集團溫室氣體排放大幅減少主要是由於該期間策略性地將生產轉變為完全外包模式並縮減餐廳有關營運。自2022年2月以來，我們已終止內部生產設施的營運，轉而採用與合約製造商合作的模式生產產品。因此，於2022年，與生產營運相關的電力及天然氣消耗(包括範圍1及範圍2排放)大幅降低。此外，自2022年至2023年底，我們的餐廳營運終止，與餐廳有關的營運縮減，致使電力及天然氣的消耗減少。此兩項措施使我們的溫室氣體排放量自2021年至2022年及2022年至2023年期間減少80%以上。

原材料

我們仔細評估主要原材料對環境的影響，並制定了相應的管理規程。我們製造過程採用的核心材料包括鋁合金、紙、玻璃、電木及不鏽鋼。2023年，鋁合金、紙、玻璃、電木及不鏽鋼原材料各自的消耗量分別為9,450.2噸、5,973.3噸、5,292.0噸、2,388.0噸及1,538.4噸。

一般而言，上述原材料的製造可能導致廢水及溫室氣體等排放。此外，處置不當可能對生態系統造成持久損害。為應對該等影響，我們要求合約製造商從符合國家環境標準的機構採購原材料，並提倡使用可回收原材料。

就與原材料相關的环境影響而言，倘我們的合約製造商在生產過程中未能合理處理及處置該等材料，可能會導致環境污染事件。此類事件使我們面臨潛在的環境責任及聲譽風險。為降低相關風險，我們要求所有合約製造商在整個生產運營過程中嚴格遵守環境法規及監管要求。於業績紀錄期，我們十大供應商均保持無可挑剔的合規紀錄，概無任何環境違規處罰。

業 務

同時，我們致力減少生產流程各個方面的原材料浪費。通過與合約製造商建立合作關係，我們旨在提高原材料利用效率。我們不斷努力改進產品配方和設計，這有助減少原材料的使用。此外，我們要求合約製造商加強其質量控制規程，盡量減少瑕疵及後續返工，從而減少原材料浪費。此外，我們將與合約製造商密切合作，研發創新工藝，以提高原材料利用效率。

指標及目標

我們充分認識到環境保護及可持續發展在我們業務中的關鍵作用。為有效實施ESG相關政策，我們已制定與我們整體業務策略目標相一致的環境目標。我們將定期檢討及完善該等目標，不斷優化實現目標的途徑。此舉確保我們持續改進並實施ESG舉措，從而盡可能減少我們的環境足跡。

為衡量我們在該等方面的進展，我們已確定若干KPI以評估我們的ESG表現，幫助我們採取相應措施來降低ESG相關風險及加強ESG舉措。考慮到我們的業務性質，我們將耗電量及耗水量作為評估ESG表現的主要KPI。我們已設立以下ESG相關目標：

關鍵KPI	我們的目標
耗電量密度	以2023年為基準年，我們的目標是在未來五年內將整體耗電量密度降低5%。
耗水量密度	以2023年為基準年，我們的目標是在未來五年內將整體耗水量密度降低5%。

附註：

耗電量密度指每人民幣1百萬元的收益所消耗的電力量。

耗水量密度指每人民幣1百萬元的收益所消耗的水量。

業 務

由於我們不斷擴大業務及產品組合，我們意識到有關擴張可能會對我們實現ESG相關表現的進展有影響。因此，我們計劃通過全面方法實現ESG相關目標及相關KPI，其中包括以下方面：

綠色辦公室措施

- 舉辦線上會議以盡量減少不必要出行；
- 非必要時避免使用車輛，並鼓勵使用公共交通環保通勤；
- 通過鼓勵雙面列印文件，促進無紙化辦公環境；
- 鼓勵僱員關閉不需要的電器及照明以節約能源；
- 防止在拍攝過程中浪費食品及飲料；
- 購買高能效等級的辦公室電器，確保在不使用時將其關閉或設置為睡眠模式，以減少耗電量；
- 實施智能電力管理系統，監測及控制用電情況；及
- 安裝節水型清潔設備，儘量減少辦公室清潔過程中的水資源浪費，支持節水工作。

綠色合作夥伴目標

- 要求我們的合約製造商組織生產流程及工作時間表，防止設備空轉及不必要的重新啟動，減少能源消耗；
- 鼓勵我們的合約製造商安裝雨水收集系統，用於生產及清潔過程，從而促進可持續用水；

業 務

- 鼓勵我們的合約製造商採用廢水處理技術，對生產過程中產生的水進行回收及再利用，加強水源保護工作；
- 於未來五年內，將具有再循環聲明標準證書的供應商比例增至20%；
- 要求供應商採用更節能、節省電力及天然氣的新塗層技術；
- 持續監控生產流程及倉庫的能源使用情況；及
- 與供應商密切合作，以挖掘節能措施及使用環保材料。

綠色包裝工作

- 重點關注美國、印度及歐洲市場的可降解材料，實施減少、再利用、再循環及降解包裝材料的策略，並盡量減少使用不可降解包裝材料；
- 旨在於未來五年內，我們約20%的供應商使用環保包裝材料；及
- 確保於未來五年內，我們約80%的產品使用可回收利用的包裝材料。

綠色交通實踐

- 於倉庫中推廣使用新能源汽車；及
- 確保所有新購買的叉車及托盤搬運車均為電動型，以減少倉儲作業過程中的空氣污染。

業 務

我們供應鏈的ESG目標

在我們的供應鏈運營中，電力有兩個關鍵功能：1)為高溫爐提供動力，這對壓鑄工藝至關重要；2)為生產機械的運行提供必要能源，從而確保製造工序不間斷且高效。供應鏈用電方面，我們實施多項節能措施，包括但不限於：

- 安裝太陽能電池以增加使用清潔能源。
- 優先使用變頻電機，降低用電量。
- 定期進行電路檢查並修復故障線路，以減少因洩漏及不恰當的接觸發熱而導致的電力損失。

運營效率及成本效益方面，為提高我們供應鏈的用電效率，我們的目標是到2028年，從我們合約製造商新購置的所有生產設備的耗電量將低於所有同類市場設備。

在我們的生產過程中，水主要用於不粘鍋的噴塗。目前，在塗覆不粘塗層之前，鍋具會按照程序要求用水進行清潔。該清潔程序可清除表面污染物，如油、灰塵、雜質或殘留物，從而增強不粘塗層的附著力及均勻度，提升產品品質。此步驟的耗水量通常佔不粘鍋生產過程耗水總量約70%至90%。目前，我們正在通過升級噴塗設備、優化噴塗生產線及增強噴塗操作員的專業知識等舉措，提高合約製造工廠噴塗過程中的用水效率。上述努力不但會提升我們的ESG表現，還會降低不粘鍋的生產成本，使我們能夠為消費者提供更有價格優勢的產品。

展望未來，我們將堅持投資於噴塗技術的研究及優化。我們的目標是到2028年，超過80%的炊具產品在塗覆不粘塗層之前無需用水清潔。

業 務

我們計劃採取以下措施實現供應鏈的ESG相關目標：

為我們的合約製造商提供ESG管理及生產相關指導：

- 購置軟件、物聯網硬件等設備，實現生產過程的自動化監控，確保公司可實時監控生產供應鏈。
- 指派公司人員到現場監督合約製造工廠的生產運作，提供ESG管理相關指導和培訓，並為合約製造工廠提供生產相關事宜的協助。

改進我們的生產流程：

- 設立ESG研發中心，通過與上游供應商的獨立合作研究改良炊具生產流程，從而提高生產效率，降低單位產品的耗電量及耗水量。
- 為合約製造工廠提供技術指導，以提高其生產效率及質量控制，從而降低我們的產品採購開支並提高我們產品的整體質量。

ESG政策

我們致力於盡量減少營運的潛在環境風險及資源消耗，並通過實施各項政策來推廣綠色實踐，以減少我們對環境的影響。我們已制定ESG政策，以指導環境、社會及氣候相關事宜的管理，董事會則致力於不斷更新政策，以應對與環境、社會及氣候相關的變化。

環境政策

於生產及營運過程中，我們優先考慮節能及減少使用自然資源。我們認為，我們的業務不涉及任何重大直接排放、廢水排放、噪音或廢物產生，因此我們並非直接環境污染的主要源頭。然而，我們的業務營運可能會間接對環境產生影響，例如產品生產

業 務

過程中供應鏈產生的廢物及產品交付過程中物流服務提供者產生的溫室氣體排放。我們密切關注產品生產、包裝、交付及銷售過程可能直接或間接發生的ESG事宜。為節約能源及減少溫室氣體排放，我們已採取以下措施：

資源使用

- 設計並實施有關辦公室及公共事業管理的內部政策，該等政策概述了我們測量、監控及優化能源消耗的方法，有效地將可持續發展融入我們的日常營運；
- 加強對ESG相關政策及措施的內部培訓，提高僱員的ESG意識；及
- 鼓勵供應鏈增加使用可回收利用的材料，並優先考慮使用可回收利用的材料進行生產的供應商。我們已與持有再循環聲明標準證書的工廠合作，以在產品中使用可回收利用的材料，減少資源浪費並提高資源效率。

排放管理與節能

- 優先考慮採取環保措施及管理的供應商；
- 鼓勵供應商在採購過程中使用節能的機械、系統及設備；
- 選擇與具有環保意識的物流服務提供者合作，該等物流服務提供者優先考慮將其運輸車隊對環境的影響降至最低；
- 增加使用「整箱」運輸而非「拼箱」運輸，以減少包裝材料浪費；及
- 不斷探索減少能源消耗及碳足跡的有效方法，包括但不限於採用LED照明及高效節能設備。

業 務

社會及僱員政策

我們提倡僱員多元化並遵守當地勞動法規定，以防止基於性別、年齡、國籍、宗教信仰或社會地位的任何形式的歧視。下表載列截至2024年3月31日按性別及年齡組劃分的僱員數據：

	僱員人數	佔總數百分比
按性別		
男性.....	112	62.2%
女性.....	68	37.8%
按年齡組		
25歲或以下.....	42	23.3%
26歲至34歲.....	94	52.2%
35歲至50歲.....	36	20.0%
50歲以上.....	8	4.4%
總計.....	180	100.0%

我們致力於為僱員打造平等、多元化及支持的工作環境，專注於彼等的個人成長及職業發展。該舉措建立了可持續發展的人才基礎，為我們未來業務擴張提供支持。

- **平等及多元化：**工作場所的平等及多元化對我們而言至關重要。我們努力確保所有僱員享有平等機會，不論其性別、年齡、種族、國籍、婚姻狀況、殘疾、宗教信仰、性取向或任何其他受法律保護的特徵。我們相信，多元化勞動力對我們的成功而言不可或缺，增強我們創新及適應不斷變化之市況的能力。尤其是，我們的女性僱員人數超過男性僱員。我們在招聘及薪酬方面維持非歧視性做法，為所有僱員及候選人提供平等的晉陞及就業機會。
- **綜合福利：**我們為僱員提供的綜合福利待遇包括醫療、退休福利、工人補償及其他雜項福利，旨在加強彼等的歸屬感及團隊凝聚力。

業 務

- **對僱員貢獻的致謝**：我們就重要里程碑(例如工作週年紀念日)送出特別禮物，以及在節日期間提供節日福利，以此表達我們對僱員貢獻的感謝。
- **激勵及保留**：吸引、激勵及保留人才對我們的成功而言至關重要。我們深知具有競爭力之薪酬福利的重要性。為激勵我們的員工，我們提供年終獎，並已就年度出色表現設立獎勵制度。
- **人才發展**：人才發展及規劃是我們關注的重點。我們提倡根據僱員的特點及目標制定個性化的人才發展規劃。我們鼓勵僱員參加內外部培訓課程，以增強個人技能。我們提供相關培訓及發展機會，以幫助僱員增強其個人技能。
- **僱員參與**：我們重視僱員的反饋，並鼓勵其參與決策過程。我們不斷完善決策邏輯，並在營運過程中分享予僱員。這使員工能夠做出更有效的決策，培養主人翁精神，並建立更具凝聚力且更高效的團隊。

職業安全與健康

確保僱員的工作場所安全及福祉是我們的首要任務。我們開展消防安全培訓及反欺詐活動，降低潛在風險，提高風險防範意識。該等活動均有助於維持安全的工作環境，保障僱員的福利。此外，我們提供有關工作安全法規的內部指引及培訓，包括辦公室安全及應急程序，以及感染與疾病報告標準，以提高僱員對安全政策及風險預防的意識。我們致力於盡一切可能實施預防措施，以大幅降低僱員受傷的風險。

據我們所知，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，概無本集團僱員或合約製造商因日常業務過程中發生的工業意外而遭受重大人身傷害或死亡。

業 務

企業社會責任

在本公司，企業社會責任是我們的營運核心。我們堅信回饋社會的重要意義，因為這一直是我們業務的基礎。例如，我們積極向阿里巴巴公益基金會定期捐款。我們的捐款惠及各種各樣肩負不同使命的基金會及公益組織，包括環境保護、兒童關愛、農村發展、慈善、女性發展、扶貧等不同領域。上述貢獻反映了我們支持對社會產生積極影響的事業之承諾。從採購材料到生產流程及客戶參與，我們通過實施ESG政策，努力將社會責任融入營運的各個方面。通過承擔企業社會責任和積極參與慈善活動，我們旨在為我們的社區創造更美好的未來，並為整個社會的福祉作出貢獻。

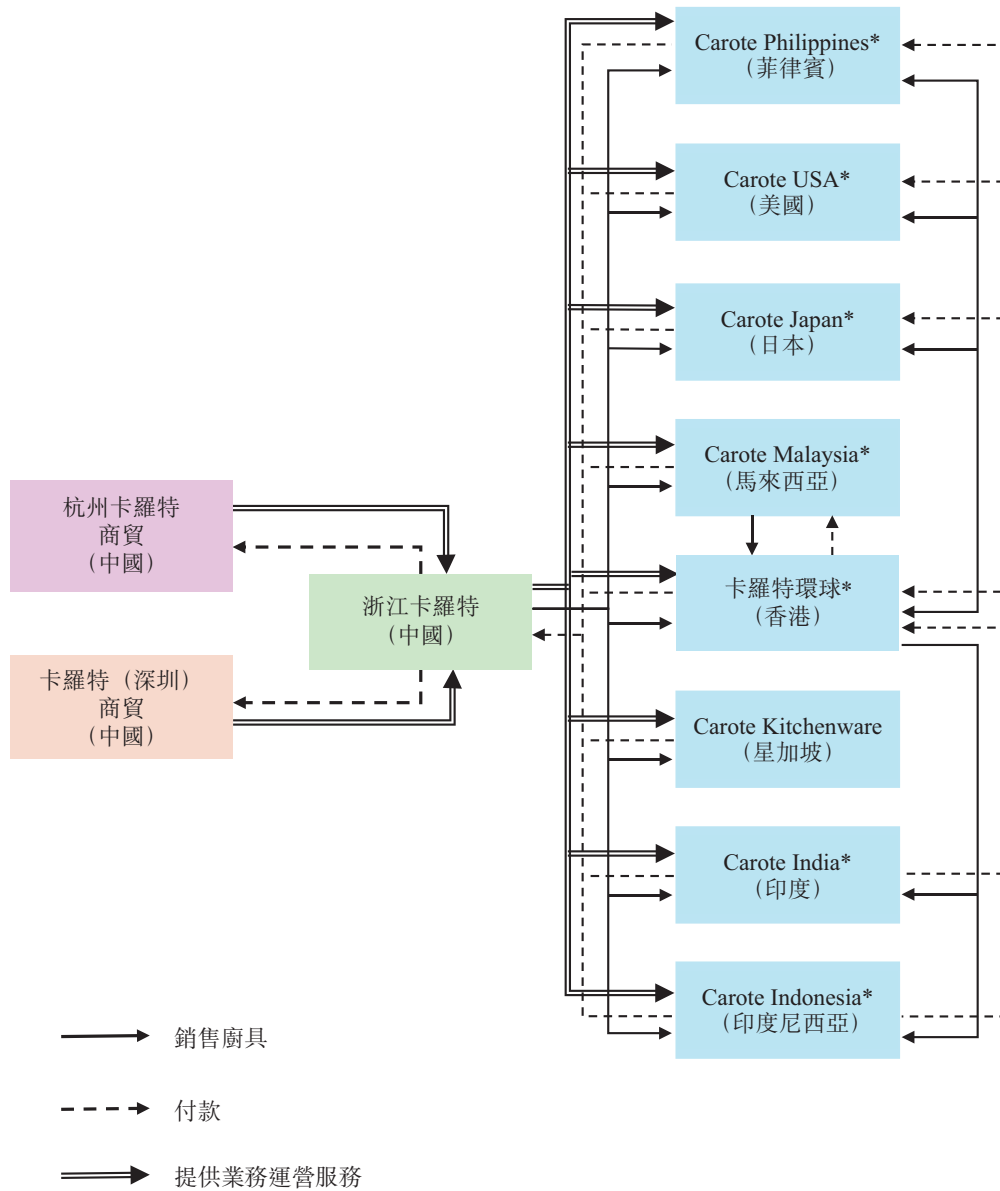
2021年、2022年及2023年，企業社會責任捐款金額分別為人民幣83.7千元、人民幣249.2千元及人民幣241.9千元。

轉讓定價安排

我們的全球業務透過位於不同司法管轄區的附屬公司進行管理。我們的中國附屬公司主要負責產品開發、供應鏈管理、生產、國內銷售及營銷，而我們的海外附屬公司則主要專注於當地市場的銷售活動及電商營運。於業績紀錄期，本集團的集團內交易涉及香港、中國、日本、美國、印度尼西亞、印度、菲律賓、新加坡及馬來西亞的附屬公司，包括有形商品買賣及營運支持服務交易，於2021年、2022年、2023年及截至2024年3月31日止三個月的總價值分別為人民幣61.1百萬元、人民幣163.9百萬元、人民幣697.0百萬元及人民幣182.3百萬元(統稱「**相關交易**」)。

業 務

下圖載列相關交易的交易流程：



業 務

本集團各相關附屬公司在轉讓定價安排方面的角色及職能：

浙江卡羅特

- 作為(a)本集團廚具產品採購中心，以便後續銷售予本集團附屬公司；(b)中國市場不同線上市場店舖的運營商；及(c)為本集團進行ODM銷售的實體。

杭州卡羅特商貿

- 主要由浙江卡羅特委聘向Carote Japan、卡羅特環球、Carote USA、Carote Indonesia、Carote India、Carote Philippines、Carote Kitchenware (Singapore)、Carote Malaysia及浙江卡羅特提供業務運營服務，以運營及管理我們多個地區市場的線上商店。其亦向浙江卡羅特提供產品設計及開發服務、供應鏈管理服務及一般行政服務。
- 業務運營服務包括維護及管理多家線上商店的內容，例如產品說明、產品規格及發貨狀態更新。

卡羅特（深圳）商貿

- 主要由浙江卡羅特委聘向卡羅特環球提供業務運營服務，以運營及管理我們多個地區市場的線上商店。
- 業務運營服務包括維護及管理多家線上商店的內容，例如產品說明、產品規格及發貨狀態更新。

Carote Japan、 卡羅特環球、Carote USA、Carote Indonesia 、Carote India、Carote Philippines、Carote Kitchenware (Singapore) 及Carote Malaysia

- 我們多個海外市場不同線上市場店舖的運營商。
- 主要自浙江卡羅特*採購廚具產品，以完成多個海外市場的線上或線下訂單。

* (a)卡羅特環球與(i) Carote Japan；(ii) Carote USA；及(iii) Carote Philippines之間有若干雙向廚具買賣；(b)卡羅特環球自Carote Malaysia購買廚具；及(c) Carote India及Carote Indonesia自卡羅特環球購買廚具，主要目的是管理存貨水平及滿足銷售需求。

業 務

轉讓定價評估

經濟合作與發展組織（「經合組織」）已為跨國企業及稅務部門頒佈轉讓定價指南（「經合組織轉讓定價指南」），集團內部交易涉及的相關稅務司法管轄區（包括香港、中國、日本、美國、印度尼西亞、印度、菲律賓、新加坡及馬來西亞）一般遵循該指南，或其稅法與該指南一致。根據經合組織轉讓定價指南，集團內部交易應按公平交易原則進行，以避免不同司法管轄區的應課稅收入失真。

我們已委聘獨立轉讓定價顧問凱晉稅務諮詢有限公司（「轉讓定價顧問」）根據經合組織轉讓定價指南就相關交易進行基準研究（「基準研究」）。我們的轉讓定價顧問認為，交易淨利率法為最合適的轉讓定價方法，用以評估相關交易的轉讓定價安排是否符合公平交易原則。合理利潤水平範圍乃參照可比公司的利潤水平（「可比利潤水平範圍」）釐定。

轉讓定價顧問已選擇不受控第三方可比公司的完全成本加成及營業利潤率作為利潤水平指標（「利潤水平指標」），為分別分析提供業務運營服務及銷售廚具的受控集團內部交易提供基礎。

根據經合組織轉讓定價指南，倘實體的利潤水平並非基於公平交易價格，則需要考慮是否需要對被測試實體的利潤進行任何調整以實現利潤與公平交易原則下的水平相若。根據基準研究，卡羅特環球、杭州卡羅特商貿、卡羅特（深圳）商貿於業績紀錄期的利潤水平高於或低於（倘適用）相關可比利潤水平範圍。考慮基準研究的結果及轉讓定價顧問的建議後，我們進行若干自願轉讓定價調整，以確保我們的集團內部交易符合公平交易原則（「轉讓定價調整」）。

轉讓定價調整

下文載列轉讓定價調整的詳情，包括該等調整按收益性質及所涉成本／開支劃分的明細。

業 務

將浙江卡羅特的利潤重新分配至杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿

於業績紀錄期，杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿以成本價提供業務運營服務。為使該等交易符合公平交易原則，我們應用下列調整，對杭州卡羅特商貿及卡羅特(深圳)商貿提供服務產生的成本加入適當的加成百分比：

轉讓定價調整	截至12月31日止年度			截至2024年
	2021年	2022年	2023年	3月31日止 三個月
	(人民幣)	(人民幣)	(人民幣)	(人民幣)
杭州卡羅特商貿將向 浙江卡羅特收取的 額外服務費.....	1,836,594	5,070,749	零 ⁽¹⁾	1,304,629
卡羅特(深圳)商貿將向 浙江卡羅特收取的 額外服務費.....	不適用 ⁽²⁾	不適用 ⁽²⁾	367,698	330,700
浙江卡羅特將向杭州卡羅特 商貿／卡羅特(深圳)商貿 (支付)的額外服務費....	(1,836,594)	(5,070,749)	(367,698)	(1,635,329)

附註：

⁽¹⁾ 由於杭州卡羅特商貿於2023年的利潤水平在可比利潤水平範圍內，因此毋須進行轉讓定價調整。

⁽²⁾ 卡羅特(深圳)商貿於2022年成立，於2023年開始營運。

業 務

將卡羅特環球的利潤重新分配至浙江卡羅特

卡羅特環球是我們的香港營運附屬公司，僅承擔極少的職能和有限風險，而浙江卡羅特則通過直接聘用資源或外包安排承擔了大部分職能和相關風險。從轉讓定價的角度來看，卡羅特環球應保留極低的利潤水平。因此，我們作出下列調整，將利潤從卡羅特環球重新分配至浙江卡羅特：

轉讓定價調整以將卡羅特環球的 利潤重新分配至浙江卡羅特	截至12月31日止年度			截至2024年 3月31日止
	2021年	2022年	2023年	三個月
	(人民幣)	(人民幣)	(人民幣)	(人民幣)
浙江卡羅特	10,960,840 ⁽¹⁾	26,645,479 ⁽²⁾	82,104,806 ⁽³⁾	23,756,131 ⁽⁴⁾
卡羅特環球	(10,960,840) ⁽¹⁾	(26,645,479) ⁽²⁾	(82,104,806) ⁽³⁾	(23,756,131) ⁽⁴⁾

附註：

- (1) 2021年的轉讓定價調整人民幣10,960,840元包括(i)服務費調整人民幣2,810,789元；及(ii)利潤調整人民幣8,150,051元。
- (2) 2022年的轉讓定價調整人民幣26,645,479元包括(i)服務費調整人民幣5,603,954元；及(ii)利潤調整人民幣21,041,525元。
- (3) 2023年的轉讓定價調整人民幣82,104,806元包括(i)服務費調整人民幣9,433,804元；及(ii)利潤調整人民幣72,671,002元。
- (4) 2024年1月1日至2024年3月31日期間的轉讓定價調整人民幣23,756,131元包括(i)服務費調整人民幣2,965,554元；及(ii)利潤調整人民幣20,790,577元。

我們的轉讓定價顧問認為，作出轉讓定價調整後，相關附屬公司的利潤水平屬合理及符合其各自的職能及風險，而我們的轉讓定價安排根據經合組織轉讓定價指南符合公平交易原則。

稅務影響及合規

由於轉讓定價調整，於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們就中國企業所得稅分別計提人民幣1.4百萬元、人民幣3.2百萬元、人民幣12.6百萬元及人民幣3.7百萬元的稅項撥備。然而，我們無法保證中國相關機構不會質疑我們的轉讓定價安排或轉讓定價調整。此外，相關機構可能會認為我們因轉讓定價調整而產生的稅項撥備不足，從而可能要求我們繳付額外稅款。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們因轉讓定價調整而產生的稅項撥備未必充足，我們可能會面臨額外的稅務風險」。

業 務

我們已就截至2023年12月31日止年度向中國相關稅務機關提交納稅申報表，反映截至2023年12月31日止三個年度轉讓定價調整的影響。此外，我們已繳足截至2023年12月31日止年度的中國企業所得稅，包括因截至2023年12月31日止三個年度的轉讓定價調整而產生的附加中國企業所得稅。

雖然所有涉及相關交易的稅務司法管轄區一般均遵循根據經合組織轉讓定價指南進行的基準研究，但若出現轉讓定價爭議，則對任何地方稅務機關並無約束力。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們的國際業務或會受限於主管機關的轉讓定價調整」。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，並無任何司法管轄區相關機構要求我們繳納額外稅項或就此質疑。

董事確認，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並不知悉香港、中國、美國、日本、印尼、印度、菲律賓、新加坡及馬來西亞任何相關稅務機關就相關交易作出任何查詢、審計、調查或質疑。

轉讓定價文件

參與我們集團內部交易的附屬公司需遵守該等附屬公司營運所在相關司法管轄區（「**相關司法管轄區**」）的適用法律及法規對轉讓定價文件的規定。於業績紀錄期，相關司法管轄區包括香港、中國、日本、美國、印度尼西亞、印度、菲律賓、新加坡及馬來西亞。

根據轉讓定價顧問的建議，相關司法管轄區對轉讓定價的規定一般遵循或被認為符合經合組織轉讓定價指南，惟須遵守當地對編製轉讓定價文件的具體要求。

根據經濟合作與發展組織頒佈的轉讓定價指南（「**經合組織轉讓定價指南**」），已就轉讓定價文件引入三層法，包括(i)主體文檔；(ii)本地文檔；及(iii)國別報告。

業 務

主體文檔

主體文檔所需的信息提供跨國企業（「**跨國企業**」）集團的「藍圖」，包含的相關信息可分為五類：(a)跨國企業集團的組織結構；(b)對跨國企業業務的描述；(c)跨國企業的無形資產；(d)跨國企業的公司間財務活動；及(e)跨國企業的財務及稅務狀況。

本地文檔

本地文檔所需的信息是對主體文檔的補充，有助於實現確保納稅人在影響特定司法管轄區的重大轉讓定價狀況中遵守公平交易原則的目標。本地文檔注重與本國聯屬公司及不同國家的關聯企業之間的交易有關的轉讓定價分析信息，在本國的稅制背景下具有重要意義。有關信息包括與該等具體交易有關的財務信息、可比性分析以及最合適的轉讓定價方法的選擇和應用。

國別報告

國別報告要求提供整個稅務司法管轄區的綜合信息，包括收入的全球分配、已繳稅款及跨國企業集團營運所在各稅務司法管轄區之間經濟活動地點的若干指標。報告亦要求列出呈報財務信息的所有跨國企業集團相關實體，包括註冊成立所在稅務司法管轄區（如與居住地稅務司法管轄區不同），以及跨國企業集團相關實體開展的主要業務活動的性質。

遵守轉讓定價文件要求

於業績紀錄期，在本集團附屬公司須遵守相關轉讓定價文件要求的所有稅務司法管轄區內，該等附屬公司一直完全遵守有關要求。轉讓定價顧問表示，該等轉讓定價文件要求並不構成相關稅務機關的任何調查或查詢。截至本文件日期，相關稅務機關並未要求本集團附屬公司就轉讓定價調整前後的轉讓定價編製及／或提交任何轉讓定價文件。

業 務

風險管理及內部控制

風險管理

有效的風險管理對我們的營運至關重要。我們已採取全面的風險管理框架以有效地應對與營運相關的多種風險，包括降低營運風險，例如目標市場的經濟變化、競爭、增長管理及監管合規。此外，我們積極管理市場、戰略、財務、人力資源及法律風險。通過實施該框架，我們確保在不斷變化的環境中保持業務韌性。

風險管理架構

在風險管理架構中，總經理就系統的有效性向董事會負責。總經理或指定的高級經理負責監督風險管理的日常運作。

風險管理整合針對不同風險類別的集中及專業管理：高級管理團隊作為中央風險管理單位，而各個部門及附屬公司則管理各自的具體風險。審計部作為本集團層面的主要風險管理部門，承擔以下主要職責(其中包括)：

- 編製及呈列風險管理報告；
- 評估重大跨部門風險及制訂管理策略；
- 評估風險管理慣例的成效及提出改進意見；及
- 指引及監督各部門及附屬公司的風險管理措施。

其他部門及業務單位在風險管理活動中遵循審計部門的指導及監督。此舉確保風險管理原則在整個組織內的統一應用，並促進管理跨職能風險方面的有效溝通及協調。

業 務

風險評估

為有效實施全面風險管理，各部門收集與風險有關的信息，包括歷史數據及未來預測。數據收集涵蓋策略、市場、營運及金融風險。其後，對收集風險管理信息及業務管理的所有方面進行風險評估。該過程的主要方面包括：

- 各部門根據其具體業務風險性質進行風險評估，並在整個評估過程中保持全面的文件紀錄。
- 各部門都將其評估記錄在案，詳細說明假設、方法、資料來源及結果，以提供對風險過程的透明及透徹的理解，並促進風險識別、分析及評估。
- 審計部門在維護企業風險紀錄方面至關重要。其區分各種風險來源及類別，並綜合運用定性、定量及半定量措施評估風險及制定解決方案。

風險管控措施

根據風險評估結果，我們針對各已確定重大風險實施具體的風險管控計劃及措施。相關計劃通常包括減輕風險的明確目標、所需組織領導、相關管理及業務流程，以及必要的條件、手段及其他資源。我們的方法包括在風險事件發生之前、期間及之後採取具體的管控措施。管控措施的主要內容包括在審計部門內部建立檢查機制，創建內部控制評估及評價系統，以及開發重大風險預警系統。

內部控制

董事會負責建立及評估內部控制系統的有效性，其中包括實施專為維持營運的完整性及效率而制定的各種政策及措施。此外，我們致力於定期為董事、高級管理人員及僱員提供合規培訓，使彼等能夠主動識別及解決任何潛在合規問題。

我們已制定全面的內部控制政策，涵蓋我們業務營運的所有主要方面，其中包括財務報告及控制、資產管理、採購及存貨流程以及風險管理。該等政策旨在：

- 通過明確界定財務及會計管理以及其他部門的角色以確保職責分離，防止利益衝突及欺詐等合規問題；

業 務

- 在我們的資金和票據管理、融資、投資及報銷政策中實施授權和審批機制，要求對重大交易及開支進行管理監察；
- 實施實際控制以保護我們的固定資產及存貨，並輔以倉庫及封條管理的具體控制政策；
- 執行文件及紀錄保存控制，以確保合規性及可追溯性，特別是我們的合約及資產管理方面；
- 通過反腐敗、反賄賂及反欺詐政策及措施推廣道德合規文化；
- 在我們的保險、申索及風險管理政策中嵌入內部控制程序，以主動識別及減輕潛在威脅；及
- 根據合規管理制度，開展定期審閱及內部審核，以持續評估我們內部控制的有效性。

物業

截至最後實際可行日期，我們持有中國永康市一座總建築面積為1,193.34平方米的辦公樓當中一層的所有權，尚未使用。

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃總建築面積為16,206.96平方米的若干物業，包括(i)位於杭州總建築面積為1,473.5平方米的物業，作為我們的公司總部；(ii)位於永康市總建築面積為14,000平方米的倉庫；及(iii)我們中國附屬公司租賃用於辦公的若干其他物業。

截至2024年3月31日，我們並無賬面值佔總資產15%或以上的單一物業，因此，根據上市規則第5.01A條，我們無需在本文件加入任何估值報告。根據《公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定，無需就我們所有的土地和樓宇權益提交估值報告。

牌照、許可及證書

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們已自相關政府部門取得所有對業務營運而言屬重要的必要牌照、許可、批准及證書。

業 務

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們重續重要牌照、許可或證書時並無遇到任何重大困難，且只要我們遵守相關法律規定，並根據中國適用法律法規的規定及時間表，採取一切必要步驟提交相關申請，預計該等牌照、許可或證書到期後重續亦不會有任何重大困難(如適用)。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因不遵守有關重要牌照、許可或證書的規定受到任何政府機構的處罰。有關我們須遵守的法律法規的更多詳情，請參閱「監管概覽」。

法律訴訟與合規

我們在日常業務過程中可能會不時涉及法律訴訟或爭議。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何我們認為會對業務、經營業績或財務狀況有重大不利影響的實際或待決法律、仲裁或行政訴訟。有關法律或行政訴訟對我們的潛在影響，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們於日常業務過程中或會受到監管行動、法律訴訟、糾紛及其他責任的約束」。

於業績紀錄期直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面已遵守與業務相關的適用法律法規，我們並無任何董事認為可能個別或共同對我們的整體業務產生重大不利影響的任何不合規事件。於業績紀錄期直至最後實際可行日期，我們並無受到任何與我們的業務營運有關的重大處罰或調查，且據董事所知，截至最後實際可行日期，本集團並無收到任何有關本集團開展業務所在司法管轄區的任何主管政府部門可能或即將對本集團違反法律或法規的行為進行調查的通知。

與控股股東的關係

控股股東

截至最後實際可行日期，章先生及呂女士透過多家中間實體（即Yili Capital、Guodong Capital、Yili Investment及Carote CM，統稱「中間股東」）持有及控制本公司合共99%已發行股本。

於[編纂]完成後（假設[編纂]並未行使），章先生及呂女士將透過中間股東間接持有及控制本公司合共[編纂]已發行股本。

因此，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]並未行使），章先生、呂女士及中間股東將為一組控股股東，將持有及控制本公司[編纂]已發行股本。有關章先生及呂女士的背景資料，請參閱「董事及高級管理層」。

獨立於控股股東

經考慮以下因素，董事信納我們在[編纂]後可獨立於控股股東經營業務。

管理獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理及開展。[編纂]後，董事會將由六(6)名董事組成，包括三(3)名執行董事及三(3)名獨立非執行董事。有關其他資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

董事認為董事會及高級管理層將獨立於控股股東運作，是由於：

- (a) Yili Capital、Guodong Capital、Yili Investment及Carote CM均為投資控股公司，並無任何業務運營；
- (b) 各董事知悉作為董事的受信職責，該等責任要求（其中包括）彼為本公司的裨益及利益行事，且不容許其董事職責與個人利益之間出現任何衝突；

與控股股東的關係

- (c) 我們的日常管理及營運由高級管理層團隊執行，彼等在本公司從事的行業均擁有豐富經驗，故能作出符合本集團最佳利益的業務決策；
- (d) 我們有三(3)名獨立非執行董事，而本公司若干事務必須交由獨立非執行董事審議；
- (e) 倘本集團與董事或彼等各自的聯繫人將訂立的任何交易存在任何潛在利益衝突，則有利害關係的董事須於本公司相關董事會會議就有關交易投票前聲明相關利益性質。此外，有利害關係的董事不得就董事會批准其本身或任何緊密聯繫人(定義見細則)有重大利益的任何合約或安排或任何其他建議的決議案投票(亦不得計入法定人數)，惟細則訂明的若干情況除外。有關詳情，請參閱「附錄三—本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要」。
- (f) 我們已採納一系列企業管治措施管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)，以支持我們的獨立管理。有關其他資料，請參閱「—企業管治措施」。

基於上文所述，董事信納董事會整體連同高級管理層團隊可獨立行使本集團的管理職責。

營運獨立

我們獨立於控股股東營運。本公司(通過附屬公司)持有經營業務所需的所有相關許可證，並擁有所有相關知識產權及研發設施。我們擁有充足的資本、設施、設備及僱員以獨立於控股股東開展業務。我們亦可獨立聯絡客戶，並有獨立管理團隊開展業務。

與控股股東的關係

向浙江樂昇恩租賃物業

於業績紀錄期，我們一直向章先生及呂女士控制的公司浙江樂昇恩租賃若干物業，用作存放我們產品的倉庫，並期望於[編纂]完成後繼續租賃該等物業，以避免不必要的搬遷成本、物色新物業及與第三方物業擁有人長時間商討租賃協議的相關成本。該租約（即浙江樂昇恩租約）於我們的財務狀況報表確認為《香港財務報告準則》第16號（租賃）項下的使用權資產。因此，該租賃交易構成本公司於[編纂]後的一次性關連交易。有關浙江樂昇恩租約的進一步詳情，請參閱「關連交易 — 一次性關連交易」。

本公司認為，浙江樂昇恩租約將不會影響我們的營運獨立，基於以下原因：

- (a) 鑑於浙江樂昇恩租約乃雙方經公平磋商後，參考在中國面積相若、位於一般地點並作類似用途的物業的當時市價，以正常商業條款訂立，因此，正在進行的租約將予終止以及我們被迫搬遷的風險極低，因此，浙江樂昇恩並無魯莽終止租約的動機；及
- (b) 倘浙江樂昇恩終止與我們簽訂的浙江樂昇恩租約，而我們被要求租賃替代物業作倉庫用途，預計我們於當地尋找租金相若的替代物業將不會有任何重大障礙。

基於上文所述，董事信納我們可獨立於控股股東營運。

財政獨立

本集團有獨立財務報告制度，會根據本集團自身的業務需要作出財務決策。我們設有內部控制及會計制度，並有獨立財務部門負責庫務職能。更重要的是，我們過往及目前均一直能夠自第三方獲得股權及債務融資。

截至最後實際可行日期，控股股東或彼等各自的聯繫人並無提供或獲授任何未償還貸款或擔保。

與控股股東的關係

基於上文所述，董事認為在[編纂]後，董事及高級管理層能獨立於控股股東開展業務，且不會過度依賴控股股東。

根據上市規則第8.10條的競爭事宜

除控股股東於本公司及其附屬公司的權益外，控股股東及董事確認，截至最後實際可行日期，彼等並無於與我們業務直接或間接競爭或可能競爭的業務擁有任何權益而須根據上市規則第8.10條披露。

企業管治措施

本公司將會遵守載於上市規則附錄C1的《企業管治守則》(「《企業管治守則》」)條文，當中載有良好企業管治的原則。

董事深明良好的企業管治對保障股東權益的重要性。我們將採取以下措施，以確保良好企業管治水平，並避免本集團與控股股東之間發生潛在利益衝突：

- (a) 倘舉行股東會以審議控股股東或其任何聯繫人擁有重大權益的擬定交易，則控股股東不得就決議案投票，且不得計入投票的法定人數；
- (b) 本公司已設立識別關連交易的內部控制機制。[編纂]後，倘本公司與控股股東或其任何聯繫人訂立關連交易，本公司將會遵守適用的上市規則；
- (c) 獨立非執行董事將會每年審閱本集團與控股股東之間是否存在利益衝突(「年度審閱」)，並提供公正的專業意見以保障少數股東權益；

與控股股東的關係

- (d) 控股股東承諾將提供進行年度審閱的所有必要資料，包括所有相關財務、營運及市場資料以及獨立非執行董事要求的其他必要資料；
- (e) 本公司將會於年報或以公告方式披露獨立非執行董事對所審閱事宜的決定及其理據；
- (f) 倘董事合理要求獲得財務顧問等獨立專業人士的意見，聘用相關獨立專業人士的費用由本公司承擔；及
- (g) 我們已委任財通國際融資有限公司為合規顧問，以就上市規則(包括與企業管治有關的多項規定)的合規情況向我們提供意見及指導。

基於上文所述，董事信納已採取充分的企業管治措施，以於[編纂]後管理本集團與控股股東之間的利益衝突，並保障少數股東的權益。

關連交易

一次性關連交易

背景資料

截至最後實際可行日期，浙江樂昇恩由我們的控股股東章先生及呂女士控制，彼等共同直接及透過浙江昇恩、可昇科技及樂港科技持有浙江樂昇恩註冊股本100%。因此，浙江樂昇恩為章先生及呂女士的聯繫人，故根據上市規則為本公司的關連人士。

我們已與浙江樂昇恩訂立租賃協議，自2023年10月1日生效（「浙江樂昇恩租約」），構成本公司的一次性關連交易。

主要條款

根據浙江樂昇恩租約，浙江卡羅特（作為承租人）同意向浙江樂昇恩（作為業主）租賃若干物業，用作存放我們產品的倉庫，固定租期由2023年10月1日至2026年9月30日（包括首尾兩天），年租為人民幣2.1百萬元，按年支付。租金由浙江樂昇恩與浙江卡羅特經公平磋商，並參考在中國面積相若、位於一般地點並作類似用途的物業的當時市價而定。浙江樂昇恩租約可由浙江卡羅特在上述租約到期日最少一個月前向浙江樂昇恩發出書面通知而續訂。根據浙江樂昇恩租約租用的物業位於中國浙江省永康市江南街道上把趙廠房2號樓1-2層，總建築面積為14,000平方米（「物業」）。物業建於浙江樂昇恩持有的永康市地塊上。

訂立交易的理由及裨益

鑑於我們的渠道舉行若干銷售活動前，需要額外倉庫存放產品，浙江卡羅特自2023年10月1日起至最後實際可行日期租用物業。租用物業可節省我們另覓新場地以及與第三方物業擁有人長時間商討租賃協議的相關成本。此外，搬遷可能導致我們的業務營運受到不必要干擾並產生不必要費用。基於上文所述，董事認為浙江樂昇恩租約已於本公司日常及一般業務過程中按正常或更優惠的商業條款訂立，公平合理，符合股東

關連交易

整體的利益。即使訂立上述交易，浙江樂昇恩租約並無影響我們的營運獨立。更多詳情請參閱「與控股股東的關係 — 獨立於控股股東 — 營運獨立」。

會計處理及上市規則規定

根據適用於本集團的《香港財務報告準則》第16號及聯交所發出的指引，當發行人以承租人身份訂立租賃交易，而租賃涉及有固定期限的協議，會視作一次性交易（即收購資本資產）。因此，浙江樂昇恩租約下的交易將確認為收購使用權資產，構成本公司於[編纂]前的一次性交易，不會分類為上市規則第14A章所界定的持續關連交易。因此，上市規則第14A章有關持續關連交易的申報、年度審閱、公告、通函及獨立股東批准規定不適用於浙江樂昇恩租約。

截至2024年3月31日，我們於資產負債表確認來自租賃物業的使用權資產價值為人民幣5,182,000元。

股本

法定及已發行股本

下表列示本公司於緊接[編纂]完成前及緊隨[編纂]完成後(未計及可能因[編纂]獲行使而發行的任何股份)已發行及將予發行的繳足或入賬列作繳足的法定及已發行股本：

法定股本：	美元
[500,000,000]股 每股面值[0.0005]美元的股份(待[編纂]前擴大)	[250,000.0]
已發行及將予發行的繳足或入賬列作繳足股份：	
[405,658,600]股 截至本文件日期的已發行股份	[202,829.3]
<u>[編纂]股 根據[編纂]將予發行的股份</u>	<u>[編纂]</u>
<u>[編纂]股 股份總數</u>	<u>[編纂]</u>

下表列示本公司於緊接[編纂]完成前及緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]獲悉數行使)已發行及將予發行的繳足或入賬列作繳足的法定及已發行股本：

法定股本：	美元
[500,000,000]股 每股面值[0.0005]美元的股份(待[編纂]前擴大)	[250,000.0]
已發行及將予發行的繳足或入賬列作繳足股份：	
[405,658,600]股 截至本文件日期的已發行股份	[202,829.3]
<u>[編纂]股 根據[編纂]將予發行的股份</u>	<u>[編纂]</u>
<u>[編纂]股 因[編纂]獲悉數行使而將予發行的股份</u>	<u>[編纂]</u>
<u>[編纂]股 股份總數</u>	<u>[編纂]</u>

股 本

地位

[編纂]將在所有方面與本文件所述當前已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，並將符合資格享有就於本文件日期後紀錄日期的股份所宣派、作出或派付的所有股利或其他分派並就此享有同等權益。

股本的潛在變動

須召開股東會的情況

於[編纂]完成後，本公司僅有一類股份(即普通股)且每股股份均與其他股份享有同等地位。

根據《開曼公司法》以及組織章程大綱及組織章程細則的條款，本公司可不時通過股東普通決議案(i)增加其股本；(ii)將其股本合併及分為面值較高的股份；(iii)將其股份拆細為面值較低的股份；(iv)註銷任何未被認購的股份；(v)將其未發行股份分拆成多類股份，並分別附帶任何優先、遞延、有條件或特別權利、特權或條件；(vi)就配發及發行不附帶任何投票權的股份作出規定；(vii)更改其股本面值貨幣單位；及／或(viii)以法律許可的任何方式及在其訂明的任何條件規限下，減少其股份溢價賬。此外，本公司可在遵守《開曼公司法》條文的情況下藉其股東通過特別決議案削減其股本或資本贖回儲備。請參閱「附錄三—本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要」。

發行股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，董事獲授一般無條件授權，以配發、發行及處置總數不超過以下各項總和的股份：

- 緊隨[編纂]完成後已發行股份數目的20%；及
- 我們根據「一購回股份的一般授權」一段所述的授權而購回的股份總數。

股 本

該項發行股份的一般授權將於以下日期中最早者到期：

- 本公司下屆股東週年大會結束時(除非股東在股東會上通過普通決議案另有更新，不論無條件或有條件)；及
- 股東於股東會通過普通決議案修訂或撤銷該項授權當日。

有關該項配發、發行及處置股份的一般授權的進一步詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關本集團的其他資料 — (c)股東決議案」。

購回股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，董事獲授一般無條件授權，以行使本公司一切權力購回總數不超過緊隨[編纂]完成後已發行股份總數10%的本身證券。

購回授權僅涉及在聯交所或股份[編纂](並就此獲證監會及聯交所認可)的任何其他證券交易所進行的購回，而有關購回乃按照上市規則進行。相關上市規則概要請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關本集團的其他資料 — (f)購回本身證券」。

該項購回股份的一般授權將於以下日期中最早者到期：

- 本公司下屆股東週年大會結束時(除非股東在股東會上通過普通決議案另有更新，不論無條件或有條件)；及
- 股東於股東會通過普通決議案修訂或撤銷該項授權當日。

有關購回股份的一般授權的進一步詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關本集團的其他資料 — (c)股東決議案」。

主要股東

據董事所知，緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，下列人士將於股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向我們披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可在所有情況下於本公司股東會投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

股東姓名／名稱	身份／權益性質	截至最後實際 可行日期的 股份數目	[編纂]完成後的股 份數目	[編纂]完成後於本	[編纂]完成後於本
				公司的 概約持股 百分比(假設 [編纂] 未獲行使)	公司的 概約持股 百分比(假設 [編纂] 獲悉數行使)
章先生 ^{2、3}	受控法團權益	[401,602,000]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
呂女士 ²	受控法團權益	[400,000,000]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Yili Investment	實益權益	[400,000,000]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Yili Capital ²	受控法團權益	[400,000,000]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Guodong Capital ^{2、3}	受控法團權益	[401,602,000]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 上述權益均為好倉。
- (2) 包括Yili Investment所持[400,000,000]股股份。Yili Investment由Yili Capital及Guodong Capital分別持有55%及45%股權，而Yili Capital由呂女士全資擁有，Guodong Capital則由章先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，章先生、呂女士、Guodong Capital及Yili Capital均視為於Yili Investment所持相同數目股份中擁有權益。
- (3) 包括Carote CM所持[1,602,000]股股份，其普通合夥人Guodong Capital為章先生全資擁有的公司。根據《證券及期貨條例》，Guodong Capital及章先生均視為於Carote CM所持相同數目股份中擁有權益。

主要股東

除上文所披露者外，董事並不知悉任何其他人士將於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，於本公司的股份或相關股份中擁有任何根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文須向我們披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可在所有情況下於本公司股東會投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。董事並不知悉可能於隨後日期導致本公司控制權發生變動的任何安排。

董事及高級管理層

概覽

董事會由六(6)名董事組成，包括三(3)名執行董事及三(3)名獨立非執行董事。董事會負責本公司業務管理及營運並對此擁有整體權力，包括制訂業務策略及投資計劃、實行股東會通過的決議案，以及行使組織章程細則賦予的其他權力、職能與職責。董事會亦須負責制訂並審閱本公司有關內部控制及遵守法律及法規規定的政策及慣例。執行董事及獨立非執行董事須根據細則的規定在本公司股東週年大會上輪席退任及膺選連任。

高級管理層目前共有三(3)名執行董事及兩(2)名其他成員，負責本公司日常管理及營運。

董事

下表載列本公司董事的資料：

姓名	年齡	職位	角色及職責	加入本集團 日期	獲委任為董事 日期
章國棟先生	36	執行董事、董事會主席 兼首席執行官	制訂整體公司與業務策略及監督本集團日常營運	2011年7月	2023年2月
呂伊俐女士	36	執行董事兼首席產品官	監督本集團日常營運及產品開發	2011年4月	2023年2月
夏宸顯先生	29	執行董事兼中國首席運營官	監督本集團於中國的業務發展及營運	2018年10月	2024年3月
楊雪芬女士	50	獨立非執行董事	監察董事會並向董事會提供獨立判斷	本文件日期	本文件日期

董事及高級管理層

姓名	年齡	職位	角色及職責	加入本集團 日期	獲委任為董事 日期
陳天衛博士	59	獨立非執行董事	監察董事會並向董事會 提供獨立判斷	本文件日期	本文件日期
施周峰先生	42	獨立非執行董事	監察董事會並向董事會 提供獨立判斷	本文件日期	本文件日期

執行董事

章國棟先生

章國棟先生，36歲，董事會主席、執行董事兼首席執行官。章先生於任職本集團期間累積逾12年行業經驗。章先生於2011年7月加入本集團，先後在我們的中國主要營運附屬公司浙江卡羅特擔任多個職務，包括於2011年7月至2014年6月、2014年7月至2016年6月、2016年7月至2019年4月及自2019年4月至今分別擔任銷售經理、生產經理、炊具產品經理及董事兼首席執行官。彼於2023年2月獲委任為董事，於2024年3月調任為執行董事兼董事會主席並於2024年3月獲委任為本公司首席執行官。章先生負責制訂整體公司與業務策略及監督本集團日常營運。

章先生於2010年3月取得澳洲格里菲斯大學市場學學士學位。章先生為執行董事呂女士的丈夫。

呂伊俐女士

呂伊俐女士，36歲，執行董事兼首席產品官。呂女士於任職本集團期間累積逾10年行業經驗。呂女士於2011年4月加入本集團，先後在我們的中國主要營運附屬公司浙江卡羅特擔任多個職務，包括產品經理(負責監督產品總體設計和生產)。自2021年起，呂

董事及高級管理層

女士開始專注及監督飲具設計和開發。彼於2023年2月獲委任為董事，於2024年3月調任為執行董事。彼亦於2024年3月獲委任為首席產品官。呂女士負責監督本集團日常營運及產品開發。

呂女士於2010年7月取得澳洲格里菲斯大學會計學學士學位。呂女士為執行董事章先生的妻子。

夏宸顯先生

夏宸顯先生，29歲，執行董事及中國首席運營官。夏先生於任職本集團期間累積逾五年行業經驗。夏先生於2018年10月加入浙江卡羅特，擔任天貓經理，於2024年3月獲委任為執行董事及中國首席運營官。夏先生負責監督本集團於中國的業務發展及營運。

於加入本集團前，於2018年4月至2018年10月，夏先生任職於點晶網絡股份有限公司(一家主要從事提供品牌零售、渠道分銷及品牌營運等綜合電子商務服務的公司)。

夏先生於2017年6月取得中國浙江萬里學院電子商務學士學位，現正修讀由同濟大學及得克薩斯大學阿靈頓分校合辦的同濟大學—得克薩斯大學阿靈頓分校高級管理人員工商管理碩士學位，已於2023年10月開始學習。

獨立非執行董事

楊雪芬女士

楊雪芬女士，50歲，獨立非執行董事。彼負責監察董事會並向董事會提供獨立判斷。

楊女士為資本市場及結構性產品專家，在投資銀行方面擁有逾15年經驗。楊女士的職業生涯始於資本市場投資銀行，於2021年加入裕承科金集團擔任企業融資主管前，曾於多家領先國際投資銀行擔任多個相關職務。自2017年6月至2021年5月，楊女士擔任巴克萊亞洲有限公司董事總經理。自2014年至2015年，楊女士擔任渣打銀行(香港)有限

董事及高級管理層

公司的董事總經理兼股票掛鈎解決方案全球主管。自2007年6月至2014年4月，楊女士擔任花旗環球金融亞洲有限公司香港部亞太區資本市場總監。

楊女士亦有任職於香港上市公司董事會的豐富經驗。楊女士於2021年11月至2023年9月擔任裕承科金有限公司(一家於聯交所上市的公司(股份代號：279))執行董事，並自2022年11月至2023年9月擔任其首席財務官。

楊女士於1996年12月取得美國南加州大學工商管理學士學位。

陳天衛博士

陳天衛博士，59歲，獨立非執行董事。彼負責監察董事會並向董事會提供獨立判斷。

陳博士在監督企業融資、併購活動、會計、公司秘書、行政、人力資源職能及法律事宜方面擁有逾30年經驗。根據上市規則第3.10(2)條，彼具有適當的會計及相關的財務管理專業知識。彼曾任職於多個跨國及香港藍籌股公司，自1994年12月至2000年5月期間，陳博士任職於中信泰富有限公司(現稱中國中信股份有限公司，一家於聯交所上市的公司(股份代號：267))，於離職前擔任財務控制部副總經理。於2001年7月至2005年10月，彼擔任星獅地產(中國)有限公司(現稱金地商置集團有限公司，一家於聯交所上市的公司(股份代號：535))的首席財務官兼公司秘書。自2006年6月至2019年8月，陳博士擔任中信國際電訊集團有限公司(一家於聯交所上市的公司(股份代號：1883))，主要從事互聯網化的電訊綜合服務的執行董事兼首席財務官。自2023年3月起至今，陳博士一直擔任盈健醫療集團有限公司(一家於聯交所上市的公司(股份代號：1419))的首席財務官，負責監督財務、合規、風險及人力資源管理事宜。

陳博士分別於1999年8月及2001年11月取得英國倫敦大學的法學學士學位及法學碩士學位。彼亦於1997年7月取得澳大利亞科廷大學的會計學碩士學位及於2007年5月取得澳大利亞紐卡斯爾大學的工商管理博士學位。彼分別於2019年8月、1995年11月、1999年3月、2004年8月、2004年8月及1999年7月獲准成為英格蘭及威爾斯特許會計師公會資

董事及高級管理層

深會員、特許公認會計師公會資深會員、香港會計師公會資深會員、特許公司治理公會(前稱特許秘書及行政人員公會)資深會員、香港公司治理公會(前稱香港特許秘書公會)資深會員及香港稅務學會資深會員。

施周峰先生

施周峰先生，[42]歲，獨立非執行董事。彼負責監察董事會並向董事會提供獨立判斷。

施先生在財務管理、審計及公司秘書事務方面擁有逾15年經驗。根據上市規則第3.10(2)條，彼具有適當的會計及相關的財務管理專業知識。自2008年10月至2015年5月，施先生擔任華普天健會計師事務所(特殊普通合夥)(現稱容誠會計師事務所(特殊普通合夥))項目經理及項目總監，從事審計工作。自2015年6月至2019年10月，施先生擔任國元證券股份有限公司投資銀行部高級項目經理，從事首次公開招股項目。自2019年11月至2021年3月，施先生擔任合肥新匯成微電子有限公司(現稱為合肥新匯成微電子股份有限公司，一家於上海證券交易所中國科創板上市的公司(證券代碼：688403))(**新匯成微電子**)財務負責人。自2021年3月至2022年11月，彼擔任新匯成微電子董事會秘書兼財務總監，負責該公司財務管理及內部控制系統建設。自2022年12月至2023年7月及自2024年2月起至今，施先生擔任武漢芯動控股集團有限公司(主要從事半導體IP授權及芯片定製服務的公司)的首席財務官。

施先生於2006年7月獲得河南理工大學管理學(會計專業)學士學位。彼於2014年3月在安徽省註冊會計師協會取得註冊會計師證書，並於2021年12月在安徽省人力資源和社會保障廳取得安徽省專業技術資格證書(高級會計師)。施先生於2022年8月在上海證券交易所取得董事會秘書資格。

董事及高級管理層

除上文所披露者外，概無董事於緊接本文件日期前三年內於證券在香港特區或海外任何證券市場上市的上市公司擔任其他董事職務。有關董事的進一步資料，包括服務合約及酬金詳情，以及董事於股份的權益(定義見《證券及期貨條例》第XV部)詳情，請參閱「附錄四—法定及一般資料—有關董事及主要股東的其他資料」。

截至最後實際可行日期，概無董事於任何與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何權益。

截至最後實際可行日期，除上文所披露者外，董事與本公司任何董事、高級管理層、主要股東或控股股東概無其他關係。

除上文所披露者外，就董事作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，截至最後實際可行日期，概無其他與各董事委任有關的事項須根據上市規則第13.51(2)條予以披露，亦無其他與董事有關的重大事宜須敦請股東垂注。

高級管理層

高級管理層負責業務的日常管理。下表載列本公司高級管理層(執行董事除外)的若干資料：

姓名	年齡	職位	角色及職責	加入本集團日期
孟海方女士.....	36	財務總監	負責監督本集團財務、投資及資本市場活動	2020年7月
薛芸兒女士.....	30	北美首席運營官	負責監督本集團於北美的運營	2019年3月

我們的高級管理層團隊包括三(3)名執行董事及兩名其他高級管理層成員，即孟女士及薛女士。有關執行董事的履歷，請參閱「—董事—執行董事」。

董事及高級管理層

孟海方女士

孟海方女士，36歲，本集團財務總監。孟女士於2020年7月首次加入本集團擔任浙江卡羅特財務經理並任職至今。彼於2024年3月獲委任為本集團財務總監。

於加入本集團前，孟女士於2011年7月至2013年3月任職於紹興柯橋亞美生物化工有限公司(一家主要從事製造行業的公司)。自2013年7月至2016年8月，孟女士任職於浙江越王珠寶有限公司(一家主要從事珠寶零售業務的公司)。自2018年11月至2020年2月，孟女士任職於深圳金一文化發展有限公司(一家主要從事珠寶及黃金產品供應鏈服務業務的公司)。

孟女士於2011年6月取得中國南京財經大學會計學士學位。彼於2018年9月取得中華人民共和國人力資源和社會保障部及財政部頒發的中級會計證書。

薛芸兒女士

薛芸兒女士，30歲，本集團北美首席運營官。彼於電商行業累積逾六年經驗。薛女士於2019年3月加入本集團，擔任本集團馬來西亞業務經理直至2020年5月。於2020年5月至2020年12月，彼擔任本集團東南亞業務經理，於2021年1月至2021年12月擔任本集團亞太地區(中國除外)業務經理，及於2021年12月至2022年12月擔任本集團北美業務經理。彼於該等職務的職責包括本集團於相關國家或司法管轄區在線業務的推廣，以及電商平台運營及監督產品發佈。於2023年1月，彼成為本集團北美業務首席運營官並擔任至今。

於加入本集團前，自2017年9月至2018年6月，薛女士任職於杭州迪爾西時尚科技有限公司(一家主要從事時尚電商業務的公司)品牌運營部。

薛女士於2015年6月取得中國計量大學現代科技學院英語學士學位。彼於2023年3月完成了浙江大學工商管理高級培訓課程。

董事及高級管理層

公司秘書

陳婉梅女士，於2024年3月獲委任為公司秘書，自[編纂]起生效。陳女士為香港中央證券登記有限公司管治服務部主管。彼於公司秘書及商業管理領域擁有逾15年經驗。彼取得香港浸會大學工商管理榮譽學士學位及香港理工大學企業管治碩士學位。陳女士為香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員。彼具備上市規則第3.28條所規定公司秘書的學術及專業資格。

董事會轄下委員會

我們已成立下列董事會委員會：審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。該等委員會根據董事會訂立的各權責範圍運作。

審核委員會

我們已遵照上市規則第3.21條及《企業管治守則》成立審核委員會。審核委員會的主要職責為審閱及監督本集團的財務報告程序及內部監控制度，審閱及批准關連交易並向董事會提供意見。審核委員會由三名獨立非執行董事(即楊雪芬女士、陳天衛博士及施周峰先生)組成。施周峰先生為委員會主席，其具備上市規則第3.10(2)及3.21條規定的適當資格。

薪酬委員會

我們已遵照上市規則第3.25條及《企業管治守則》成立薪酬委員會。薪酬委員會的主要職責為審閱應付予董事及高級管理層的薪酬組合、花紅及其他報酬的條款並就此向董事會作出建議。薪酬委員會由一名執行董事(即章先生)及兩名獨立非執行董事(即楊雪芬女士及陳天衛博士)組成。陳天衛博士為委員會主席。

董事及高級管理層

提名委員會

我們已遵照《企業管治守則》成立提名委員會。提名委員會的主要職責為就委任董事及董事會繼任向董事會作出推薦。提名委員會由一名執行董事(即呂女士)及兩名獨立非執行董事(即楊雪芬女士及施周峰先生)組成。楊雪芬女士為委員會主席。

企業管治

本公司將遵守《企業管治守則》的條文，當中訂明良好企業管治的原則。有關本公司企業管治措施的其他資料，請參閱「與控股股東的關係 — 企業管治措施」。

董事會主席及首席執行官

我們致力實現對我們發展及保障股東利益至關重要的高標準企業管治。為此，除下文外，我們預期會於[編纂]後遵守上市規則附錄C1所載《企業管治守則》。

上市規則附錄C1所載《企業管治守則》第二部分守則條文第C.2.1條建議但不要求，主席與行政總裁的職責應有區分且不應由同一人兼任。本公司偏離該條文，是由於章先生兼任本公司董事會主席及首席執行官。由於章先生自2011年7月起任職於本集團並於業績紀錄期提供戰略指引及領導，董事會認為，由章先生兼任主席與首席執行官可確保本集團內部的一致領導，並使整體戰略規劃更為有效及高效。這一結構將使本公司迅速有效作出及實施決策。董事會認為該安排並不會損害權力及權責的平衡。此外，所有重大決定均在與董事會成員(包括相關董事委員會及三名獨立非執行董事)協商後作出。經考慮本集團的整體情況，董事會將不時重新評估主席及首席執行官的角色劃分，並可能於未來建議區分這兩個角色。

董事及高級管理層

董事會多元化政策

董事會已採納董事會多元化政策（「**董事會多元化政策**」），以提升董事會效率並維持高標準企業管治。董事會多元化政策載列挑選董事會人選的條件，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務年期，而最終人選將基於候選人可為董事會帶來的裨益及貢獻而決定。

提名委員會負責審查董事會的多元性。**[編纂]**後，提名委員會將不時監察並評估董事會多元化政策的實施狀況，確保持續有效。提名委員會亦會在往後的年度報告中加入董事會多元化政策概要，包括任何為實行董事會多元化政策而制訂的可計量目標以及實現相關目標的進度。

就董事會性別多元化而言，我們認同性別多元化尤其重要。目前，我們有兩名董事為女性。本公司招聘中級至高級員工時也擬提升性別多元化，因此，本公司將有女性高級管理人員及董事會潛在繼任者的渠道。我們相信，經參考我們多元化政策及業務性質的擇優遴選過程符合本公司及股東整體最佳利益。

董事薪酬

董事及高級管理層收取薪酬，當中主要包括基本薪金、社會保險及住房公積金供款、酌情花紅及以股份為基礎的薪酬，符合現行市場標準。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，董事的薪酬總額（包括基本薪金、住房津貼、其他津貼及實物福利、社會保險及住房公積金供款以及酌情花紅等）分別約為人民幣74,000元、人民幣209,000元、人民幣351,000元、人民幣66,000元及人民幣278,000元。於上述期間，概無董事放棄收取任何薪酬。董事認為，薪酬金額不會對本集團的財務表現造成重大不利影響。

董事及高級管理層

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年與截至2023年3月31日止三個月，本集團五名最高薪酬人士不包括任何董事，而截至2024年3月31日止三個月，本集團五名最高薪酬人士包括一名董事。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，分別授予五名、五名、五名、五名及四名並非我們董事的最高薪酬人士的袍金、薪金、津貼、酌情花紅、已付退休金計劃供款以及實物福利總額約為人民幣2.4百萬元、人民幣3百萬元、人民幣4.6百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣0.8百萬元。有關於業績紀錄期五名最高薪酬人士的薪酬的進一步詳情，請參閱「附錄一—會計師報告附註9」。

概無向董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為加入本集團的誘因或加入本集團後的獎勵。於業績紀錄期，董事或前任董事概無因離任本集團任何成員公司的董事職位或有關管理本集團任何成員公司事務的任何其他職位而獲付或應收賠償。於同期，概無董事放棄收取任何酬金。

於[編纂]後，執行董事的薪酬將包括一筆每年人民幣240,000元的固定金額，以及與若干關鍵績效指標掛鈎的績效薪酬。關鍵績效指標的具體條款將由董事會每年參照本集團的發展戰略釐定。獨立非執行董事的薪酬將為一筆每年240,000港元的固定金額。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任財通國際融資有限公司為我們的合規顧問。合規顧問將向我們提供遵守上市規則及適用香港法例規定方面的指引及意見。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將在以下情形向本公司提供意見，其中包括：

- (a) 刊發任何監管公告、通函或財務報告前；
- (b) 擬進行交易(可能為須予公佈的交易或關連交易)，包括發行股份及購回股份；
- (c) 我們擬動用[編纂][編纂]的方式與本文件所詳述者不同，或我們的業務活動、發展或業績偏離本文件所載的任何預測、估計或其他數據；及

董事及高級管理層

(d) 聯交所根據上市規則第13.10條向我們作出問詢。

合規顧問的任期由[編纂]起至我們就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績遵守上市規則第13.46條之日為止。

[編 纂]

[編 纂]

財務資料

閣下閱讀以下討論與分析時，應一併閱讀本文件附錄一會計師報告所載的合併財務報表(包括其附註)，以及本文件內其他部分所載的節選歷史財務資料。我們的合併財務報表乃根據《香港財務報告準則》編製。

本財務狀況及經營業績討論包含前瞻性陳述，儘管該等陳述基於我們認為合理的假設，但仍受風險及不確定因素影響。我們的實際表現及業績乃基於對我們業務的假設，由於「前瞻性陳述」、「風險因素」及本文件其他章節所載等若干因素，可能與前瞻性陳述中所預期者存在重大差異。此外，按「行業概覽」所述，若干行業問題亦影響我們的財務狀況及經營業績。

概覽

我們是全球廚具產品品牌。我們的品牌「卡羅特(CAROTE)」成立於2016年，致力於提供自主設計的廚具及餐飲產品，該等產品兼具品質、創新功能及時尚設計，且價格相當實惠。通過將我們在廚具行業多年所得的豐富行業專業知識與為快速全球擴張而設計的動態線上零售模式相結合，我們已在中國、美國、西歐、東南亞及日本等多個主要市場的線上廚具細分領域建立顯著地位。卡羅特(CAROTE)已成為全球廚具市場增長最快的品牌之一。

我們快速的國際擴張得益於我們有效且可擴展線上運營的戰略支持。通過與不同國家及地區主要電商平台合作，我們有效挖掘全球主要市場的龐大消費者群體，以相對較低的成本促進我們產品的全球供應。自我們的品牌產品於2017年首次進入國際市場以來，截至最後實際可行日期，我們的線上業務已擴展至涵蓋19個地區市場的19個線上市場合共48家自營網店。憑藉中國作為重要廚具製造中心的地位，我們利用供應鏈的專業知識及效率，通過戰略性生產外包實行輕資產運營。這一優勢使我們能夠不斷提供流行及創新的產品，同時保持成本效益，推動我們的財務成功。

財務資料

受益於我們在各個國家及地區的線上廚具市場的快速增長，於業績紀錄期，我們的收益及淨利潤大幅增長。我們的收益由2021年的人民幣675.3百萬元增至2023年的人民幣1,583.1百萬元，複合年增長率為53.1%，其中品牌業務收益由2021年的人民幣283.3百萬元增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，複合年增長率為120.7%。我們的淨利潤由2021年的人民幣31.7百萬元增至2023年的人民幣236.5百萬元，複合年增長率為173.1%。截至2024年3月31日止三個月，我們的收益為人民幣502.9百萬元，較2023年同期的人民幣291.8百萬元增加72.3%。此外，我們的淨利潤由截至2023年3月31日止三個月的人民幣55.9百萬元增加58.4%至2024年同期的人民幣88.5百萬元。

近期發展

自業績紀錄期結束以來，我們通過與其他線上市場建立合作關係，繼續發展業務。例如，我們分別於2024年4月及2024年6月開始在美國線上市場Target及Macy's銷售產品。

於2024年3月31日後，我們的業務繼續擴大。尤其是，我們於美國的銷售額較2023年同期快速增長，主要是由於客戶需求增加及品牌知名度提升。我們亦繼續開發新產品，並於2024年4月及5月推出超過320個新SKU。

2024年3月4日，我們向當時股東宣派股利人民幣100.0百萬元。其後，我們於2024年4月19日支付上述股利10.0百萬美元，並於2024年5月17日前支付剩餘金額。

董事確認，截至本文件日期，我們的財務及交易狀況或前景自2024年3月31日（即本文件附錄一所載會計師報告所報告期間的結算日）以來並無任何重大不利變動。

呈列基準

我們的歷史財務資料乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的《香港財務報告準則》編製。我們的歷史財務資料乃按歷史成本基礎編製，惟(i)若干按公平值計量的金融資產及負債、若干按公平值計量的物業、廠房及設備類別以及按公平值計量的投資物業；(ii)按公平值減銷售成本計量的持作出售資產；及(iii)按公平值計量的計劃資

財務資料

產的界定福利養老金計劃除外。在編製歷史財務資料時，我們於整個業績紀錄期始終採用所有於業績紀錄期有效的新訂會計準則、會計準則修訂及詮釋。

我們並無提前採納於業績紀錄期已頒佈但毋須強制應用的若干新訂會計準則、會計準則修訂及詮釋。我們已開始評估該等會計準則修訂對我們的經營業績及財務狀況的影響。然而，預計上述經修訂準則及準則修訂不會對我們的財務報表產生重大影響。請參閱本文件附錄一所載會計師報告歷史財務資料附註2.1。

影響我們經營業績的主要因素

我們認為以下為已經影響並將繼續影響我們的業務、經營業績及財務狀況的主要因素：

我們的產品及定價

我們以「卡羅特(CAROTE)」品牌在全球範圍內銷售多種自主設計的炊具、廚房器具、飲具及其他產品。我們的產品以質量、功能、美觀及價格實惠為特色。由於創新及時尚設計是我們最突出的兩大特點，我們能否及時準確地識別及預測市場趨勢及消費者偏好，並相應調整我們的產品，對我們的業務表現具有重要意義。為了保持增長勢頭，我們須不斷創新及開發迎合最新趨勢及消費者品味的優質、設計精良的產品。未能及時響應市場趨勢及消費者偏好的變化可能導致產品無法達到預期的銷售水平、存貨過時及品牌知名度下降，或會導致我們的盈利能力下降，繼而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況有重大不利影響。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎程度、新產品的成功推出以及我們及時預測及應對消費者偏好變化的能力」。

我們採取以市場為導向的定價策略，以有競爭力的價格向客戶提供產品。在釐定我們產品的售價時，我們考慮多項因素，包括我們的目標客戶資料、類似產品的價格、我們產品的競爭格局及第三方電商平台的定價政策。然而，市場及經濟狀況與技術進

財務資料

步等諸多外部因素可影響我們的定價策略。因此，我們未必能一直保持有競爭力的價格。我們定價政策的任何重大變動（無論是因自身原因或由我們無法控制的外部因素所造成）均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況有重大影響。

我們與第三方電商平台的關係

作為線上運營為主的品牌，我們主要通過亞馬遜及天貓等主要第三方電商平台向零售客戶銷售我們的品牌產品。於2021年、2022年、2023年及截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們通過第三方電商平台銷售所得收益分別為人民幣251.3百萬元、人民幣503.2百萬元、人民幣1,362.5百萬元、人民幣240.3百萬元及人民幣435.7百萬元，分別佔同期我們總收益的37.2%、65.5%、86.1%、82.4%及86.6%。於業績紀錄期，在該等第三方電商平台中，亞馬遜及天貓是我們的前兩大平台。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們通過亞馬遜及天貓銷售所得收益佔我們總收益的27.4%、48.1%、60.5%、59.2%及61.9%。儘管我們正尋求選擇性擴大我們線下銷售渠道的足跡，以補充我們的線上運營並獲得更廣泛的客戶群，但我們預期，在可預見的未來，我們通過第三方電商平台進行的銷售會繼續佔我們總收益的大部分。因此，我們的業務、經營業績及財務狀況相當依賴於（其中包括）我們與該等第三方電商平台之間強大而穩定的業務關係。

消費者對炊具產品的需求

我們的業務增長及財務表現取決於消費者對優質炊具產品的需求。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們品牌業務的炊具銷售收益分別為人民幣244.7百萬元、人民幣444.6百萬元、人民幣1,237.7百萬元、人民幣220.7百萬元及人民幣397.4百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的86.4%、83.8%、89.7%、89.5%及88.3%。我們預期，在可預見的未來，炊具銷售會繼續佔我們總收益的大部分。根據灼識諮詢報告，全球炊具行業在過去五年持續增長，由2019年的278億美元增至2023年的309億美元。受可支配收入水平的提高、對健康飲食習慣的重視、消費者對家庭烹飪的偏好增加以及對炊具的美觀性、功能性及時尚性的日益關注等多項因素的推動，根據灼識諮詢的資料，預計到2028年，全球炊具行業的市場規模將達到363億美元。此外，

財務資料

消費者對線上購物的偏好增加，加上電商平台及配套物流基礎設施的發展，加速了全球線上炊具銷售的增長。具體而言，由於其龐大的互聯網用戶群及完善的線上銷售渠道，中國已成為世界上最大的線上炊具市場。我們相信，在產品升級及銷售渠道轉型的推動下，我們的業務增長將繼續與不斷擴大的炊具市場保持一致。由於我們通過與天貓、亞馬遜及Shopee等多家知名電商平台合作，已經在各個地區市場建立了強大的線上業務，相信我們有能力把握線上炊具市場的增長機會。憑藉我們不斷擴大的銷售網絡、多樣化的產品組合、成熟的客戶基礎及強大的產品開發能力，相信我們將會繼續受益於消費者對兼具美觀及功能的時尚、高性價比炊具產品不斷增長的需求。

我們的供應相關成本管理

於業績紀錄期，存貨成本是我們銷售成本的最大組成部分。過往，我們將內部製造與外包生產相結合。於2022年，業務增長導致我們對產能的需求增加，我們轉向完全外包的生產模式，將我們的全部生產外包予第三方合約製造商。除了我們直接採購的產品塗料外，生產所需的所有其他原材料及耗材均由我們的合約製造商採購。儘管我們與生產及交付管理一向良好的若干合約製造商建立了穩定的合作夥伴關係，但我們對合約製造商的運營控制有限，因此對其成本管理及生產效率的控制有限。存貨成本(包括已售存貨成本及向合約製造商採購製成品的原材料及耗材成本)受市場力量影響。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，存貨成本分別為人民幣463.7百萬元、人民幣392.8百萬元、人民幣741.9百萬元、人民幣134.3百萬元及人民幣200.9百萬元，分別佔同期銷售成本總額的84.5%、79.7%、72.9%、74.1%及68.5%。我們預計，存貨成本將繼續是我們未來銷售成本中最大的組成部分，特別是考慮到我們線上及線下業務持續擴張及提升。我們控制該等成本的能力可能會對我們的盈利能力有重大影響。

我們於國際市場的擴張及滲透

我們的經營業績受我們在國際市場繼續擴張及滲透的能力所影響。我們已在多個地區市場建立了業務，並在海外銷售方面取得了大幅增長。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，中國內地以外市場銷售收益分別為人民幣

財務資料

503.7百萬元、人民幣491.5百萬元、人民幣1,255.6百萬元、人民幣212.9百萬元及人民幣413.2百萬元，分別佔同期總收益的74.6%、64.0%、79.3%、73.0%及82.2%。詳情請參閱「—合併全面收益表主要項目—收益—品牌業務收益—按地理位置劃分」。我們認為，我們在國際市場的增長潛力巨大。我們計劃通過加強銷售及營銷工作，深化與電商平台的合作，以及尋求與精選線下分銷商的戰略合作夥伴關係，繼續擴大我們的全球足跡。此外，我們計劃利用我們強大的產品開發能力，將我們的產品擴展至更多類別，以接觸到更廣泛的全球客戶群。我們預計在不久的將來，我們在國際市場的銷售將繼續對我們的總收益作出重大貢獻。我們在海外市場繼續擴大現有市場份額的能力，以及在新的海外市場建立業務的能力，可能會對我們的業務及經營業績有重大影響。亦請參閱「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—我們運營所在的各個地區市場面臨激烈競爭，倘我們無法成功競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響」及「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—我們的國際業務可能會受到成本、法律、法規、政治及經濟等多種風險的影響」。

外匯匯率波動

我們的海外銷售均以我們經營所在國家及地區的當地貨幣進行。我們以人民幣編製合併財務報表以作報告用途。美元、歐元及日圓等外幣按交易日期有效的匯率兌換成人民幣。此外，以外幣計價的資產及負債按報告期末有效的匯率換算成人民幣金額。因此，我們面臨人民幣兌外幣匯率波動產生的風險，並可能錄得該等貨幣兌換交易及換算的收益或虧損。於業績紀錄期，我們於2021年錄得外匯收益淨額人民幣0.1百萬元，於2022年錄得外匯虧損淨額人民幣1.4百萬元，於2023年錄得外匯收益淨額人民幣15.2百萬元，截至2023年3月31日止三個月錄得外匯收益淨額人民幣2.0百萬元，及截至2024年3月31日止三個月錄得外匯收益淨額人民幣4.8百萬元。貨幣兌換及換算產生的損益於我們的損益中確認。因此，人民幣與外幣之間的匯率變動可能嚴重影響我們的經營業績。人民幣兌外幣的價值可能由於多項因素(均非我們所能控制)而發生波動。外幣兌人民幣貶值，可能對我們的淨利潤產生負面影響，而外幣升值可能對我們的淨利潤產生積極影響。我們或會需要使用對沖安排以減輕外匯匯率波動的影響。然而，我們未必能

財務資料

通過該等安排完全或具有成本效益地減輕外匯虧損的風險。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 匯率波動或會導致我們經營業績出現波動」。

所得稅水平及稅收優惠待遇

我們的淨利潤受到我們所支付的所得稅水平及我們運營所在司法管轄區享有的稅收優惠待遇所影響。有關於業績紀錄期我們於不同司法管轄區享有的所得稅稅率詳情，請參閱「— 合併全面收益表主要項目 — 所得稅開支」。於業績紀錄期，我們的若干附屬公司享有稅收優惠待遇及稅項減免。我們的中國附屬公司浙江卡羅特作為高新技術企業，於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月根據《企業所得稅法》下的稅收優惠享有15%的優惠企業所得稅稅率，而標準企業所得稅稅率為25%。被評定為高新技術企業的公司自評定首年起計三年內可減按15%的企業所得稅稅率繳稅。根據《企業所得稅法》，我們的中國附屬公司亦可自應課稅收入中額外扣除100%的合資格研發開支。此外，於業績紀錄期，由於我們的香港附屬公司卡羅特環球於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月並無產生任何應課稅利潤，因此我們無需繳納香港利得稅。由於上述原因，我們於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月的實際所得稅稅率(按所得稅開支除以除所得稅前利潤乘以100.0%計算)分別為12.2%、14.2%、15.0%及16.2%。同期，我們的所得稅開支分別為人民幣4.4百萬元、人民幣18.0百萬元、人民幣41.8百萬元及人民幣17.1百萬元。

於2022年，浙江卡羅特的高新技術企業資格獲批准續期三年，預期於2025年屆滿。概不保證我們能夠持續長期享有稅收優惠待遇及減免。若我們所享有的所得稅及稅收優惠待遇發生任何變化，均可能導致所得稅開支增加，並對我們的經營業績與財務狀況產生重大不利影響。

重大會計政策資料及估計

我們的部分會計政策要求我們採用估計及假設，以及有關會計項目的複雜判斷。我們使用的估計及假設以及我們在採用會計政策時作出的判斷對我們的財務狀況及經

財務資料

營業績產生重大影響。我們的管理層根據過往經驗及其他因素(包括我們認為在若干情況下屬合理的未來事件預期)對有關估計、假設及判斷進行持續評估。我們管理層的估計或假設與實際結果之間並無任何重大偏差，且於業績紀錄期，我們並無對該等估計或假設作出任何重大變更。我們預期在可預見的未來，該等估計及假設不會發生任何重大變更。

下文討論我們認為對我們至關重要，或涉及編製財務報表時使用的最重要的估計、假設及判斷的會計政策。其他重大會計政策資料、估計、假設及判斷對理解我們的財務狀況及經營業績至關重要，詳情載於本文件附錄一會計師報告中的歷史財務資料附註。

收益確認

客戶合約收益在產品的控制權轉移給客戶時確認，其金額反映我們預期就換取該等產品而有權收取的代價。

以下為我們主要收益來源的會計政策描述：

銷售產品

我們通過第三方電商平台或直接向客戶銷售產品。客戶合約收益在產品的控制權轉移給客戶時確認，其金額反映我們預期就換取該等產品及向客戶交付而有權收取的代價。

銷售產品的收益在資產的控制權轉移給客戶的時間點上確認，一般在客戶收到產品時確認。

倘銷售貨品的合約為客戶提供退貨權，退貨權會產生可變代價。就為客戶提供於指定期間內退貨的權利的合約而言，預期估值法用於估計將不會退回的貨品，因為該方法最能預測我們將有權取得的可變代價金額。我們已應用《香港財務報告準則》第15號有關限制可變代價估計的規定，以釐定可計入交易價格的可變代價金額。

財務資料

應收款項於我們具無條件權利收取代價時予以確認。倘代價僅隨時間流逝即會成為到期應付，則收取代價的權利為無條件。

外幣換算

功能及呈列貨幣

我們各實體的財務報表所載項目均以該實體營運所在的主要經濟環境的貨幣（「功能貨幣」）計量。由於我們的所有資產均位於中國境內，故合併財務報表以本公司的功能及呈列貨幣人民幣呈列。

交易及結餘

外幣交易按交易日期的匯率換算為功能貨幣。結算有關交易及以外幣計值的貨幣資產及負債按年末匯率換算所導致的外匯收益及虧損一般於損益確認。倘其與合資格現金流量對沖及合資格投資淨額對沖有關或歸屬於海外業務投資淨額的一部分，則於權益內遞延。

與借款有關的外匯收益及虧損於損益表中的財務成本內呈列。所有其他外匯收益及虧損按淨額基準於合併損益表中的「其他收益／(虧損)淨額」內呈列。

按公平值計量並以外幣計值的非貨幣性項目採用公平值確定日的匯率換算。按公平值列賬的資產及負債的換算差額乃作為公平值收益或虧損的一部分列報。

我們的公司

倘我們所有實體（概無採用惡性通脹經濟體系的貨幣）的功能貨幣有別於呈列貨幣，則其業績及財務狀況會按下列方式換算為呈列貨幣：

- 每份財務狀況報表內呈列的資產及負債均按該財務狀況報表日期的收市匯率換算；

財務資料

- 每份損益及其他全面收益表內的收入及開支均按平均匯率換算，惟倘該平均匯率並非各交易日期當日匯率的累計影響合理約數，則收入及開支按交易日期的匯率換算；及
- 所有由此產生之匯兌差額均於其他全面收益確認。

合併賬目時，換算境外實體任何投資淨額產生的匯兌差額均於其他全面收益確認。

投資及其他金融資產

分類

我們將金融資產劃分為以下計量類別：

- 其後按公平值計量(並計入其他全面收益或損益)的金融資產；及
- 按攤銷成本計量的金融資產。

分類視乎我們管理金融資產的業務模式及現金流的合約條款而定。

就按公平值計量的資產而言，收益及虧損將獲計入損益或其他全面收益。就債務工具投資而言，此將視乎所持投資的業務模式而定。就並非為持作買賣的權益工具投資而言，此將視乎我們是否於初步確認時不可撤銷地選擇將按公平值計入其他全面收益的權益投資入賬而定。

我們於且僅於管理該等資產的業務模式改變時，方會對債務投資進行重新分類。

確認及終止確認

常規購買及出售的金融資產於交易日確認，交易日指我們承諾購買或出售資產當日。當從金融資產收取現金流的權利已屆滿或已轉讓，且我們已將所有權的絕大部分風險及回報轉讓時，有關金融資產予以終止確認。

財務資料

計量

於初始確認時，我們按公平值加（若為並非按公平值計入損益的金融資產）收購金融資產直接應佔的交易成本計量金融資產。按公平值計入損益的金融資產的交易成本於損益內支銷。

於確定具有嵌入式衍生工具之金融資產的現金流是否僅為支付本金及利息時，應整體考慮有關金融資產。

債務工具

- 攤銷成本：為收取合約現金流量而持有，且其現金流量僅支付本金及利息的資產以攤銷成本計量。該等金融資產的利息收入採用實際利率法計入財務收入。由於終止確認產生的任何收益或虧損，均直接在損益中確認並連同外匯收益及虧損於「其他收益／（虧損）淨額」中呈列。減值虧損則於合併損益及其他全面收益表作為獨立項目呈列。
- 按公平值計入損益：不符合以攤銷成本計量或按公平值計入其他全面收益的資產乃以按公平值計入損益之方式計量。後續以按公平值計入損益之方式計量的債務投資收益或虧損乃於損益中確認，且在其產生期間列示於「其他收益／（虧損）淨額」。

減值

對於按攤銷成本計量的債務工具，我們以前瞻性基準評估相關預期信貸虧損。所使用的減值方法視乎信貸風險有否顯著增加而定。

對於現金及現金等價物、受限制現金以及長期銀行定期存款，預期信貸虧損風險並不重大。

對於貿易應收款項，我們應用《香港財務報告準則》第9號許可的簡易法，須自資產初始確認起確認預期全期虧損。

財務資料

其他應收款項減值計量為12個月預期信貸虧損或全期預期信貸虧損，視乎信貸風險自初步確認後有否顯著增加而定。倘應收款項的信貸風險自初始確認後顯著增加，則減值計量為全期預期信貸虧損。

撥備

當我們因過往事件承擔現時法定責任或推定責任，且履行責任很可能導致資源流出，而金額能可靠估計時，我們便會就法律申索、服務保證及履行責任確認撥備。不會就日後經營虧損確認撥備。

倘有多項類似責任，則履行責任時引致流出的可能性通過考慮整體責任的類別釐定。即使相同責任類別中任何一個項目引致流出的可能性不大，仍會確認撥備。

撥備以管理層於報告期末對結清現有責任需要產生的支出的最佳估計現值計量。用以釐定現值的貼現率為能夠反映當前市場對貨幣時間價值及該負債特有風險的評估的稅前貼現率。隨時間流逝而增加的撥備確認為利息開支。

即期及遞延所得稅

期內所得稅開支或抵免指當期應課稅收入按各司法管轄區適用所得稅率計算的應付稅款，並透過暫時性差額及未動用稅項虧損所引起的遞延所得稅資產及負債的變動予以調整。

即期所得稅

即期所得稅支出按本公司及其附屬公司以及聯營公司經營所在及產生應課稅收入的國家於報告期末已頒佈或實際上已頒佈的稅務法律計算。管理層就適用稅務法規受詮釋所規限的情況定期評估報稅狀況，並考慮稅務機關有否可能接受不確定的稅務處理。我們根據最有可能的金額或預期價值(視乎何種方法能更準確預測不確定因素的解決方案而定)計量稅項餘額。

財務資料

遞延所得稅

遞延所得稅乃使用負債法對資產及負債的稅基與其於合併財務資料中的賬面值所產生的暫時性差額悉數計提撥備。然而，倘遞延所得稅負債因初步確認商譽而產生，則不予確認。倘遞延所得稅因初步確認交易(業務合併除外)的資產或負債而產生，且進行有關交易時並無影響會計或應課稅利潤或虧損，亦無產生相等應課稅及可扣稅暫時性差額，則亦不予列賬。遞延所得稅按報告期末前已頒佈或實際上已頒佈，並預期將於相關遞延所得稅資產變現或遞延所得稅負債清償時適用的稅率(及法律)計算。

遞延所得稅資產僅在未來很可能有可動用暫時性差額及虧損的應課稅金額時確認。

倘我們能控制暫時性差額的撥回時間且該等差額不大可能於可預見將來撥回，則不會就境外業務投資賬面值與稅基之間的暫時性差額確認遞延所得稅負債及資產。

倘有可依法執行權利抵銷即期所得稅資產與負債，且遞延所得稅結餘與同一稅務機關有關，則遞延所得稅資產與負債互相抵銷。倘實體有可依法執行的抵銷權利，且有意按淨值基準結算或同時變現資產及清償負債，則即期稅項資產與稅項負債互相抵銷。

即期及遞延所得稅於損益中確認，惟有關於其他全面收益或直接於權益中確認的項目除外。在此情況下，稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益中確認。

財務資料

合併損益表

下表載列我們於所示期間的合併損益及其他全面收益表概要。下文呈列的歷史業績未必能反映任何未來期間的預計業績。

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			(未經審核)	
收益.....	675.3	768.5	1,583.1	291.8	502.9
銷售成本.....	(548.8)	(493.2)	(1,018.0)	(181.1)	(293.5)
毛利.....	126.5	275.3	565.1	110.7	209.4
銷售開支.....	(56.7)	(108.8)	(245.4)	(37.2)	(84.7)
行政開支.....	(20.3)	(20.7)	(31.6)	(5.7)	(16.2)
研發開支.....	(18.1)	(20.8)	(35.9)	(6.6)	(9.7)
金融資產(減值虧損)/ 減值回撥淨額.....	(0.1)	(0.1)	0.3	0.1	—
其他收入.....	0.5	1.6	3.2	—	0.9
其他收益/(虧損)淨額...	0.9	(2.4)	15.5	2.0	5.2
經營利潤.....	32.7	124.1	271.2	63.3	104.9
財務收入.....	4.9	5.5	7.4	1.2	0.8
財務成本.....	(1.6)	(3.1)	(0.3)	0.1	(0.1)
財務收入淨額.....	3.3	2.4	7.1	1.3	0.7
除所得稅前利潤.....	36.0	126.5	278.3	64.6	105.6
所得稅開支.....	(4.3)	(18.0)	(41.8)	(8.7)	(17.1)
年/期內利潤.....	31.7	108.5	236.5	55.9	88.5
以下人士應佔利潤：					
本公司擁有人.....	31.7	108.8	237.1	55.9	88.5
非控股權益.....	—	(0.3)	(0.6)	—	—
	31.7	108.5	236.5	55.9	88.5

非《香港財務報告準則》計量

為了補充我們按照《香港財務報告準則》呈列的合併財務報表，我們使用經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)作為額外的財務計量指標，這並非《香港財務報告準則》所規定，亦非按照《香港財務報告準則》所呈列。我們認為，該等非《香港財務報告準則》計量通過與其幫助我們管理層的相同方式，為投資者在了解及評估我們的合併經營業績時提供有用資料。然而，該等呈列的非《香港財務報告準則》計量未必可與其他公司呈列的名稱類似計量相比較。採

財務資料

用該等非《香港財務報告準則》計量作為分析工具具有局限性，投資者不應將其單獨考慮，或作為分析我們根據《香港財務報告準則》呈報的經營業績或財務狀況的替代。

我們(i)將經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)定義為加回相同年度／期間產生的[編纂]開支的年／期內利潤；及(ii)將經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)定義為經調整淨利潤佔相同年度／期間收益的百分比。經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)排除[編纂]開支的影響。

下表載列於所示年度／期間我們的經調整淨利潤(非《香港財務報告準則》計量)及經調整淨利潤率(非《香港財務報告準則》計量)與根據《香港財務報告準則》編製的最接近計量的對賬：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元，百分比除外)				
	(未經審核)				
年／期內利潤	<u>31.7</u>	<u>108.5</u>	<u>236.5</u>	<u>55.9</u>	<u>88.5</u>
加回：					
[編纂]開支	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6.0</u>	<u>0.1</u>	<u>8.5</u>
經調整淨利潤(非《香港 財務報告準則》計量) ...	<u>31.7</u>	<u>108.5</u>	<u>242.5</u>	<u>56.0</u>	<u>97.0</u>
經調整淨利潤率(非《香港 財務報告準則》計量) ...	<u>4.7%</u>	<u>14.1%</u>	<u>15.3%</u>	<u>19.2%</u>	<u>19.3%</u>

合併全面收益表主要項目

收益

我們於業績紀錄期的收益指來自兩個主要業務分部(品牌業務及ODM業務)的收益。品牌業務收益來源於我們銷售自有品牌「卡羅特(CAROTE)」產品。ODM業務收益來源於我們向國際品牌所有者及零售商銷售定製化炊具及其他廚具產品。

於我們進行銷售的各個司法管轄區，我們銷售商品須繳納增值稅、銷售稅或類似性質的稅項。我們透過第三方線上市場銷售產品時，其營運商會從我們客戶支付的款

財務資料

項中代扣代繳有關稅款後方會將餘額轉賬予我們。我們直接向客戶銷售時，我們負責繳納有關稅款，因此我們就該等銷售確認的收益均已扣除增值稅或銷售稅。

例如，我們在中國銷售商品須繳納增值稅，稅率一般為13%。於美國市場，我們銷售商品須繳納州級銷售稅或銷售及使用稅。各州的稅率不盡相同，於業績紀錄期，我們的商品銷售所在州份的銷售稅率介乎4.00%至8.84%。適用稅率取決於客戶所在州份。於日本市場，我們銷售商品須繳納日本消費稅，稅率為10%。

按業務分部劃分的收益

下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收益的絕對金額及佔總收益百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	283.3	41.9%	530.7	69.1%	1,379.9	87.2%	246.5	84.5%	450.0	89.5%
ODM業務	392.0	58.1%	237.8	30.9%	203.2	12.8%	45.3	15.5%	52.9	10.5%
總計	675.3	100.0%	768.5	100.0%	1,583.1	100.0%	291.8	100.0%	502.9	100.0%

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，品牌業務收益分別為人民幣283.3百萬元、人民幣530.7百萬元、人民幣1,379.9百萬元、人民幣246.5百萬元及人民幣450.0百萬元，分別佔同期總收益的41.9%、69.1%、87.2%、84.5%及89.5%。於業績紀錄期，品牌業務收益增加主要是由於我們的業務增長所致，這反映了我們通過擴大銷售渠道及拓寬產品供應有策略地專注發展該業務分部。於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們分別推出520個、1,305個、1,374個及361個SKU的自有品牌產品。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，ODM業務收益分別為人民幣392.0百萬元、人民幣237.8百萬元、人民幣203.2百萬元、人民幣45.3百萬元及人民幣52.9百萬元，分別佔同期總收益的58.1%、30.9%、12.8%、15.5%及10.5%。於業

財務資料

續紀錄期，ODM業務收益整體減少主要是由於我們售出的ODM產品數量由2021年的約7.5百萬減至2022年的約4.4百萬，進一步減至2023年的約3.7百萬，再進一步減至截至2024年3月31日止三個月的約0.9百萬，減少主要是由於：(i)品牌業務的毛利率通常較高，我們有策略地將重點從ODM業務分部轉移；及(ii)我們於西歐的ODM客戶需求減少。

品牌業務收益

按產品劃分

下表載列我們於所示期間按產品劃分的品牌業務收益的明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具.....	244.7	86.4%	444.6	83.8%	1,237.7	89.7%	220.7	89.5%	397.4	88.3%
廚房器具.....	30.6	10.8%	64.9	12.2%	90.4	6.6%	20.6	8.4%	38.1	8.5%
飲具.....	0.5	0.2%	12.5	2.4%	47.4	3.4%	5.1	2.1%	12.1	2.7%
其他 ⁽¹⁾	7.5	2.6%	8.7	1.6%	4.4	0.3%	0.1	0.0%	2.4	0.5%
總計.....	283.3	100.0%	530.7	100.0%	1,379.9	100.0%	246.5	100.0%	450.0	100.0%

附註：

(1) 主要指廚房電器及餐具的銷售收益。

於業績紀錄期，我們品牌業務的各主要產品類別（即炊具、廚房器具及飲具）均實現收益增長。2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的炊具銷售收益分別為人民幣244.7百萬元、人民幣444.6百萬元、人民幣1,237.7百萬元、人民幣220.7百萬元及人民幣397.4百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的86.4%、83.8%、89.7%、89.5%及88.3%。該增加主要是由於：(i)我們推出深受客戶青睞的新產品系列，包括於2021年7月推出的淺色Cosy系列及Ice Cream系列，滿足了消費者對淺色炊具日益增長的需求，以及於2022年推出的Eight Mile Place系列，其獨特之處在於可拆卸手柄設

財務資料

計，拆除手柄後，平底鍋可用作餐盤，從而節省了存儲空間，並最大限度減少了清潔工作；及(ii)擴大線上銷售渠道，包括2022年在西歐新增多個亞馬遜店舖及沃爾瑪。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的廚房器具銷售收益分別為人民幣30.6百萬元、人民幣64.9百萬元、人民幣90.4百萬元、人民幣20.6百萬元及人民幣38.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的10.8%、12.2%、6.6%、8.4%及8.5%。該增加主要是由於售出的產品數量增加，主要歸因於：(i)我們推出按功能搭配妥當的由炊具及廚房器具(例如不粘鍋及硅膠鍋鏟)組成的炊具套裝。由於炊具套裝物美價廉，是我們最受歡迎的產品之一，因此炊具套裝銷售額的增長帶動了廚房器具銷售額的相應增長；及(ii)我們推出深受客戶青睞的新產品及升級產品，例如我們帶護套的彩色不粘陶瓷鍍層刀具套裝。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的飲具銷售收益分別為人民幣0.5百萬元、人民幣12.5百萬元、人民幣47.4百萬元、人民幣5.1百萬元及人民幣12.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的0.2%、2.4%、3.4%、2.1%及2.7%。該大幅增長主要是由於：(i)我們的飲具產品設計時尚且性價比高，導致客戶需求強勁；(ii)我們推出飲具產品，鼓勵現有客戶購買新產品及吸引新客戶，例如經典卡通設計咖啡旅行杯及保溫杯，該等產品因其精美設計符合眾多消費者品味、物美價廉以及可重複使用的杯子越來越受歡迎，在推出後銷售量立即激增；及(iii)我們自2022年以來加強了飲具的供應鏈及營銷業務，使我們能夠快速應對消費者偏好及市場趨勢的變化，例如，為應對消費者環保意識的提高，以及2021年年底中國政府加大力度控制塑料污染後，各咖啡館推出鼓勵顧客自帶可重複使用杯子的可持續發展舉措，我們於2022年推出上述咖啡旅行杯。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，其他產品銷售收益分別為人民幣7.5百萬元、人民幣8.7百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣2.4百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的2.6%、1.6%、0.3%、0.0%及0.5%。2021年至2022年其他產品銷售收益增加主要是由於我們推出新的廚房電器產品，主要為深受

財務資料

客戶青睞的料理鍋及電飯鍋。2022年至2023年其他產品銷售收益減少主要是由於我們的戰略重點轉向優先發展主要品類。

按平台劃分

下表載列所示期間按平台劃分的品牌業務收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
亞馬遜.....	63.7	22.5%	162.2	30.6%	673.2	48.8%	108.8	44.1%	235.0	52.2%
沃爾瑪.....	—	—	9.6	1.8%	245.1	17.8%	25.7	10.4%	77.2	17.2%
天貓.....	121.4	42.9%	207.2	39.1%	285.4	20.7%	63.9	25.9%	76.4	17.0%
Shopee.....	9.3	3.3%	18.7	3.5%	41.6	3.0%	8.4	3.4%	10.1	2.2%
抖音.....	2.0	0.7%	15.9	3.0%	18.8	1.4%	5.7	2.3%	4.9	1.1%
Lazada.....	34.5	12.2%	27.2	5.1%	33.2	2.4%	9.2	3.7%	4.0	0.9%
京東.....	29.1	10.3%	37.8	7.1%	18.4	1.3%	9.0	3.6%	1.7	0.4%
其他.....	23.3	8.1%	52.1	9.8%	64.2	4.6%	15.8	6.6%	40.7	9.0%
總計.....	283.3	100.0%	530.7	100.0%	1,379.9	100.0%	246.5	100.0%	450.0	100.0%

於業績紀錄期，我們的品牌業務在我們經營的大多數電商平台上錄得收益增長。尤其是，我們在亞馬遜、天貓、沃爾瑪、Shopee及抖音的銷售額大幅增長，分別佔2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月品牌業務總收益的69.4%、78.0%、91.7%、86.2%及89.7%。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的亞馬遜銷售收益分別為人民幣63.7百萬元、人民幣162.2百萬元、人民幣673.2百萬元、人民幣108.8百萬元及人民幣235.0百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的22.5%、30.6%、48.8%、44.1%及52.2%。該增加主要是由於：(i)我們在多個西歐國家開設亞馬遜店舖，例如法國、意大利、西班牙及英國；(ii)隨著炊具套裝以高性價比吸引消費者並能鼓勵增加單次購買量，我們以銷售炊具套裝而非單品作為銷售策略。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們炊具套裝於亞馬遜銷售的收益分

財務資料

別為人民幣13.5百萬元、人民幣80.7百萬元、人民幣529.8百萬元、人民幣77.8百萬元及人民幣193.4百萬元，分別佔同期亞馬遜總收益的21.3%、49.8%、78.7%、71.5%及82.3%；及(iii)我們在不同地區的亞馬遜店舖開發並推出符合當地消費者品味的特定地區產品，例如為美國及西歐消費者推出包含10件或以上物品的大型炊具套裝，該等地區的消費者往往偏好包含專為特定用途設計的各種炊具的大型套裝，且彼等家中一般有更多的儲存空間容納大套炊具套裝。於2021年、2022年、2023年及截至2023年及2024年3月31日止三個月，於美國及西歐亞馬遜銷售含10件或以上物品的炊具套裝的收益分別為人民幣9.5百萬元、人民幣99.2百萬元、人民幣491.1百萬元、人民幣73.2百萬元及人民幣162.4百萬元，分別佔同期亞馬遜總收益的14.8%、61.2%、73.0%、67.2%及69.1%。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的天貓銷售收益分別為人民幣121.4百萬元、人民幣207.2百萬元、人民幣285.4百萬元、人民幣63.9百萬元及人民幣76.4百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的42.9%、39.1%、20.7%、25.9%及17.0%。該增加主要是由於：(i)我們提供的產品在主要產品類別中均深受消費者青睞；及(ii)隨著業務擴張，我們的品牌知名度提高。我們在天貓上最受歡迎的產品包括迎合中國消費者烹飪偏好及新消費趨勢的炊具，例如(i)我們Cosy系列及Ice Cream系列的煎鍋及炒鍋，其淺色設計迎合了消費者對淺色炊具的審美喜好，(ii)我們花崗岩色Essential Woody系列的煎鍋吸引了越來越多喜歡用天然材料製成的炊具的消費者；及(iii)琺瑯鑄鐵砂鍋在中國市場很受歡迎，由於其在紅燒和燉煮等慢煮過程中能有效保持水分，而這兩種烹飪方法是中國常用的家庭烹飪方法。在廚房器具方面，我們最受歡迎的產品包括各種硅膠鍋鏟，與我們的不粘鍋和琺瑯鑄鐵炊具產品妥當搭配，這可鼓勵客戶追加購買以及購買不粘鍋和硅膠鍋鏟搭配的炊具套裝。飲具方面，我們在天貓上最受歡迎的產品包括咖啡旅行杯以及經典卡通設計的保溫杯，由於中國政府推動減少塑料的使用，提高了消費者的環保意識，因此可重複使用的杯子越來越受歡迎。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的沃爾瑪線上平台銷售收益分別為零、人民幣9.6百萬元、人民幣245.1百萬元、人民幣25.7百萬元及人民幣69.6百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的零、1.8%、17.8%、10.4%及15.5%。

財務資料

我們於2022年開始與沃爾瑪合作後，收益大幅增加，主要是由於我們提供的產品（主要為我們的炊具套裝）迎合了美國消費者的喜好，深受美國客戶的青睞，彼等一般喜歡專為特定烹飪用途設計的炊具，且彼等家中有更多的儲存空間容納大套鍋碗瓢盆。於2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們在沃爾瑪銷售炊具套裝的收益分別為人民幣9.5百萬元、人民幣244.1百萬元、人民幣25.7百萬元及人民幣69.1百萬元，分別佔同期沃爾瑪總收益的98.5%、99.6%、100.0%及89.4%。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的Shopee銷售收益分別為人民幣9.3百萬元、人民幣18.7百萬元、人民幣41.6百萬元、人民幣8.4百萬元及人民幣10.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的3.3%、3.5%、3.0%、3.4%及2.2%。該大幅增加主要是由於我們在菲律賓及印度尼西亞的銷售增長，而Shopee是菲律賓及印度尼西亞最受歡迎的電商平台之一。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的抖音銷售收益分別為人民幣2.0百萬元、人民幣15.9百萬元、人民幣18.8百萬元、人民幣5.7百萬元及人民幣4.9百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的0.7%、3.0%、1.4%、2.3%及1.1%。該大幅增加主要是由於：(i)我們與抖音網紅合作，推廣我們的產品；(ii)我們於2022年成立營銷運營團隊經營抖音店舖；及(iii)我們的戰略重心為銷售高性價比及特點鮮明的小件單品，例如Cosy系列的四孔煎蛋鍋、Ice Cream系列的早餐鍋以及彩色印花設計菜刀，這與抖音用戶的購買偏好相吻合，當用戶瀏覽短視頻及直播時更易吸引彼等的興趣。我們與若干多渠道網絡公司簽訂合作協議，以使用其網紅的推廣服務，例如有點東西，並與東方甄選及交個朋友等網紅合作，該兩家公司於業績紀錄期內在抖音上擁有數百萬粉絲。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，通過抖音網紅推廣銷售所得收益分別為人民幣1.5百萬元、人民幣13.2百萬元、人民幣13.0百萬元、人民幣4.2百萬元及人民幣2.9百萬元。我們於2024年第一季度抖音網紅推廣銷售所得收益較2023年同期有所減少，主要是由於我們目前計劃重點於天貓擴大份額，故策略上

財務資料

將資源轉移到天貓。我們支付給抖音網紅的佣金佔其推廣收益的1%至30%不等，根據產品類型及網紅達成的銷量確定。銷售所得款項轉入我們的賬戶之前，抖音平台會直接扣除佣金。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的其他平台(主要包括在我們經營所處地區市場擁有較大用戶群的其他平台)銷售收益分別為人民幣23.3百萬元、人民幣52.1百萬元、人民幣64.2百萬元、人民幣15.8百萬元及人民幣40.7百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的8.1%、9.8%、4.6%、6.6%及9.0%。我們的其他平台銷售收益大幅增加主要是由於隨著我們的業務擴張，我們與其他平台合作所致。

上述增加部分被我們來自京東的收益整體下降所抵銷，於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的京東銷售收益分別為人民幣29.1百萬元、人民幣37.8百萬元、人民幣18.4百萬元、人民幣9.0百萬元及人民幣1.7百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的10.3%、7.1%、1.3%、3.6%及0.4%。收益減少是由於是我們將重點轉移至DTC銷售佣金費率較低的其他平台。

按地理位置劃分

下表載列我們於所示期間按地理位置劃分的品牌業務收益明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
中國內地	163.4	57.7%	273.5	51.5%	322.7	23.4%	78.6	31.9%	83.1	18.5%
美國.....	46.6	16.5%	122.2	23.0%	740.1	53.6%	100.3	40.7%	269.8	60.0%
西歐.....	5.8	2.0%	14.9	2.8%	96.8	7.0%	13.9	5.6%	34.1	7.6%
日本.....	6.0	2.1%	35.2	6.6%	82.8	6.0%	22.1	9.0%	28.5	6.3%
東南亞.....	47.0	16.6%	47.8	9.0%	76.5	5.5%	18.1	7.3%	15.4	3.4%
其他.....	14.5	5.1%	37.1	7.1%	61.0	4.5%	13.5	5.5%	19.1	4.2%
總計.....	283.3	100.0%	530.7	100.0%	1,379.9	100.0%	246.5	100.0%	450.0	100.0%

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

財務資料

於業績紀錄期，隨著我們的業務擴張，我們於所有地區市場的品牌業務均已實現收益增長。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的中國內地收益分別為人民幣163.4百萬元、人民幣273.5百萬元、人民幣322.7百萬元、人民幣78.6百萬元及人民幣83.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的57.7%、51.5%、23.4%、31.9%及18.5%。中國內地收益增加主要是由於我們於天貓及抖音的銷售增加，而天貓及抖音銷售增加主要歸因於：(i)我們經典系列的產品多年來一直受消費者青睞，例如淺色Cosy系列及Ice Cream系列，迎合了消費者對淺色炊具日益增長的喜好，自2021年推出以來一直是我們最受歡迎的產品系列之一；及(ii)為應對消費者環保意識的提高及可重複使用的杯子日益普及，我們快速開發及推出新產品，例如用環保材料製成的咖啡旅行杯及保溫杯。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的美國收益分別為人民幣46.6百萬元、人民幣122.2百萬元、人民幣740.1百萬元、人民幣100.3百萬元及人民幣269.8百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的16.5%、23.0%、53.6%、40.7%及60.0%。美國收益增加主要是由於：(i)我們於亞馬遜的銷售增加，而亞馬遜銷售增加主要歸因於(a)我們於2022年成立了以美國為中心的營銷運營團隊及供應鏈管理團隊，使我們能夠迅速調整產品以適應當地市場趨勢及客戶需求，例如在收到客戶要求更新顏色的電子郵件後三個月內即推出新顏色的炊具套裝，及(b)我們的策略是銷售成套炊具而非單品，特別是包含10件或以上不同功能的大型炊具套裝，因為美國客戶傾向於選擇專為特定烹飪用途設計的炊具，且彼等廚房空間更大，可以容納大套炊具套裝；及(ii)我們於2022年上半年開始在沃爾瑪線上平台銷售，其中我們大部分收益亦來自炊具套裝銷售。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的美國炊具套裝所得收益分別為人民幣17.5百萬元、人民幣87.3百萬元、人民幣671.4百萬元、人民幣87.1百萬元及人民幣241.8百萬元，分別佔同期美國總收益的37.6%、71.4%、90.7%、86.8%及89.6%。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的西歐收益分別為人民幣5.8百萬元、人民幣14.9百萬元、人民幣96.8百萬元、人民幣13.9百萬元及人民幣34.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的2.0%、2.8%、7.0%、5.6%及7.6%。西歐收益大幅增加主要是由於我們於亞馬遜英國及亞馬遜德國的銷售快速增長，主要

財務資料

是由於憑藉在美國擴張中積累的經驗及洞察力，我們於2022年建立了以西歐為中心的營銷運營和供應鏈管理團隊，使我們能夠快速識別並推出迎合當地消費者偏好的產品，該等產品與美國消費者的偏好產品相似。尤其是，Essential Woody及Ice Cream等經典產品系列的大型炊具套裝，在亞馬遜英國及亞馬遜德國錄得大幅增長。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的西歐炊具套裝所得收益分別為人民幣0.3百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣75.2百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣26.7百萬元，分別佔同期西歐總收益的4.6%、29.7%、77.7%、68.3%及78.3%。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的日本收益分別為人民幣6.0百萬元、人民幣35.2百萬元、人民幣82.8百萬元、人民幣22.1百萬元及人民幣28.5百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的2.1%、6.6%、6.0%、9.0%及6.3%。日本收益增加主要是由於：(i)我們的炊具套裝銷售增加，這主要歸因於其較高的性價比。於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們於日本銷售炊具套裝的收益分別為人民幣0.1百萬元、人民幣14.0百萬元、人民幣42.1百萬元、人民幣10.5百萬元及人民幣18.2百萬元，分別佔同期日本總收益的2.0%、39.7%、50.8%、47.5%及63.9%；及(ii)針對日本消費者的特定地區產品銷量增加，例如帶可拆卸手柄的平底鍋（滿足了日本家庭節省空間的需求）及玉子燒鍋。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的東南亞收益分別為人民幣47.0百萬元、人民幣47.8百萬元、人民幣76.5百萬元、人民幣18.1百萬元及人民幣15.4百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的16.6%、9.0%、5.5%、7.3%及3.4%。2021年至2023年東南亞收益增長主要是由於：(i)炊具套裝的銷售增加，尤其是包含三至四件產品的套裝；及(ii)我們與當地主流電商平台的合作，尤其是Shopee及Lazada。我們的東南亞收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣18.1百萬元減少14.8%至人民幣15.4百萬元，主要是由於我們將資源集中用於不斷擴張快速增長的美國市場。

於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的其他國家收益分別為人民幣14.5百萬元、人民幣37.1百萬元、人民幣61.0百萬元、人民幣13.5百萬元及人民幣19.1百萬元，分別佔同期品牌業務總收益的5.1%、7.1%、4.5%、5.5%及

財務資料

4.2%。其他國家收益增加主要是由於印度及加拿大的銷售增加，主要是由於：(i)我們與亞馬遜印度及亞馬遜加拿大合作，彼等均為當地熱門的電商平台；及(ii)我們提供的產品迎合了當地消費者的喜好，例如針對印度消費者的印度煎餅(Roti)用鍋及印度香飯(Biryani)用鍋，以及針對加拿大消費者的大型炊具套裝，彼等的喜好與美國消費者相似。

銷售成本

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的銷售成本分別為人民幣548.8百萬元、人民幣493.2百萬元、人民幣1,018.0百萬元、人民幣181.1百萬元及人民幣293.5百萬元。

按性質劃分的銷售成本

我們的銷售成本主要包括已售存貨成本，即：(i)我們向合約製造商採購製成品產生的成本；及(ii)我們於2021年及2022年透過自有生產線生產製成品所產生的成本，主要包括原材料及耗材成本及生產過程中產生的其他費用。已售存貨成本分別佔2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月銷售成本的68.5%、77.0%、72.9%、74.1%及68.5%。

我們的銷售成本亦包括：(i)運費及倉儲費，即將我們的產品運送予客戶所產生的運費，主要包括快遞費及支付予第三方電商平台的配送服務費，以及向電商平台支付的倉儲服務費；(ii)與倉庫員工有關的僱員福利開支(包括薪金、獎金、社會保障成本及其他僱員福利)；(iii)其他，主要指產品測試費及認證費，以及於2021年及2022年有關我們自有生產的物業、廠房及設備折舊與對我們銷往海外市場的產品徵收的關稅。

我們的銷售成本由2021年的人民幣548.8百萬元減至2022年的人民幣493.2百萬元，主要是由於我們停運自有生產線並過渡至完全外包的輕資產模式，導致所用原材料及耗材減少人民幣74.2百萬元。2023年，我們的銷售成本大幅增至人民幣1,018.0百萬元，與品牌業務快速增長相符。

財務資料

下表載列所示期間按性質劃分的銷售成本的絕對金額及佔總銷售成本的百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
已售存貨成本	376.2	68.5%	379.6	77.0%	741.9	72.9%	134.3	74.1%	200.9	68.5%
運費及倉儲費	68.7	12.5%	93.7	19.0%	268.5	26.4%	43.5	24.0%	90.3	30.8%
僱員福利開支	11.7	2.1%	6.0	1.2%	6.5	0.6%	2.7	1.5%	0.4	0.1%
所用原材料及耗材	87.5	15.9%	13.3	2.7%	—	—	—	—	—	—
其他	4.7	0.9%	0.6	0.1%	1.1	0.1%	0.6	0.4%	1.9	0.6%
總計	<u>548.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>493.2</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,018.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>181.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>293.5</u>	<u>100.0%</u>

按業務分部劃分的銷售成本

下表載列所示期間按業務分部劃分的銷售成本的絕對金額及佔總銷售成本的百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	176.8	32.2%	287.0	58.2%	838.8	82.4%	141.3	78.0%	246.9	84.1%
ODM業務	372.0	67.8%	206.2	41.8%	179.2	17.6%	39.8	22.0%	46.6	15.9%
總計	<u>548.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>493.2</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,018.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>181.1</u>	<u>100.0%</u>	<u>293.5</u>	<u>100.0%</u>

於業績紀錄期，我們的品牌業務於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月的銷售成本分別為人民幣176.8百萬元、人民幣287.0百萬元、人民幣838.8百萬元、人民幣141.3百萬元及人民幣246.9百萬元，分別佔同期總銷售成本的32.2%、58.2%、82.4%、78.0%及84.1%。品牌業務銷售成本的增加與該業務分部的增長相符。

財務資料

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，ODM業務的銷售成本分別為人民幣372.0百萬元、人民幣206.2百萬元、人民幣179.2百萬元、人民幣39.8百萬元及人民幣46.6百萬元，分別佔同期總銷售成本的67.8%、41.8%、17.6%、22.0%及15.9%。ODM業務銷售成本整體下降與該業務分部的規模縮小相符。

毛利及毛利率

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的毛利分別為人民幣126.5百萬元、人民幣275.3百萬元、人民幣565.1百萬元、人民幣110.7百萬元及人民幣209.4百萬元，而同期，我們的毛利率分別為18.7%、35.8%、35.7%、37.9%及41.6%。

按業務分部劃分的毛利及毛利率

下表載列所示期間按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務	106.5	37.6%	243.7	45.9%	541.1	39.2%	105.2	42.7%	203.2	45.1%
ODM業務	20.0	5.1%	31.6	13.3%	24.0	11.8%	5.5	12.0%	6.2	11.8%
總計	<u>126.5</u>	18.7%	<u>275.3</u>	35.8%	<u>565.1</u>	35.7%	<u>110.7</u>	37.9%	<u>209.4</u>	41.6%

財務資料

於業績紀錄期，我們的品牌業務於2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月的毛利分別為人民幣106.5百萬元、人民幣243.7百萬元、人民幣541.1百萬元、人民幣105.2百萬元及人民幣203.2百萬元。我們品牌業務的毛利增加主要是由於自有品牌產品的國內外零售額均大幅增長。2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們品牌業務的毛利率分別為37.6%、45.9%、39.2%、42.7%及45.1%。2021年至2022年品牌業務毛利率增加主要是由於炊具的平均銷售成本下降，這主要歸因於隨著我們購買量的增加，我們對供應商的議價能力提升。2022年至2023年品牌業務毛利率下降主要是由於我們調整定價策略，側重於高性價比，以吸引更多客戶及佔領更多市場份額。截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們品牌業務的毛利率維持相對穩定，分別為42.7%及45.1%。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的ODM業務的毛利分別為人民幣20.0百萬元、人民幣31.6百萬元、人民幣24.0百萬元、人民幣5.5百萬元及人民幣6.2百萬元。2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，ODM業務的毛利率分別為5.1%、13.3%、11.8%、12.0%及11.8%。2021年至2022年，ODM業務的毛利及毛利率增加主要是由於：(i)銷售成本下降，這主要歸因於隨著我們的業務持續增長，我們對供應商的議價能力提升。我們ODM產品的平均銷售成本由2021年的每個SKU人民幣48.3元下降至2022年的每個SKU人民幣44.3元；及(ii)部分更具競爭力(如功能改進)的新產品定價上升，從而增強了我們與客戶商議價格時的議價能力。具體而言，我們提供了更新的炊具，例如新的淺色方案和更耐用的塗層，價格比同類舊產品高出3.8%至19.2%。我們ODM產品的平均價格由2021年的每個SKU人民幣50.9元上升至2022年的每個SKU人民幣51.1元。2022年至2023年，ODM業務的毛利及毛利率下降主要是由於(i)我們降低若干產品(主要是現有炊具產品)的價格以維持競爭力。2023年，我們ODM產品的平均價格下降至每個SKU人民幣49.1元；及(ii)由於我們基於策略將資源從ODM業務撤出，我們開發的新產品減少導致我們對客戶的議價能力下降。截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們ODM業務的毛利率維持相對穩定，分別為12.0%及11.8%。

財務資料

品牌業務的毛利及毛利率

按產品劃分

下表載列所示期間按產品劃分的品牌業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
炊具.....	92.8	37.9%	203.3	45.7%	481.0	38.9%	93.0	42.1%	178.7	45.0%
廚房器具.....	12.2	39.7%	34.1	52.6%	42.3	46.8%	10.3	49.9%	19.5	51.2%
飲具.....	0.2	47.0%	4.8	38.5%	16.8	35.3%	1.9	38.1%	4.5	36.8%
其他 ⁽¹⁾	1.3	17.8%	1.5	16.0%	1.0	23.3%	—	17.3%	0.5	21.7%
總計.....	<u>106.5</u>	37.6%	<u>243.7</u>	45.9%	<u>541.1</u>	39.2%	<u>105.2</u>	42.7%	<u>203.2</u>	45.1%

附註：

(1) 指廚房電器及餐具銷售毛利／毛利率。

於業績紀錄期，我們的品牌業務在所有主要產品類別（即炊具、廚房器具及飲具）的毛利均有所增長。2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的炊具銷售毛利分別為人民幣92.8百萬元、人民幣203.3百萬元、人民幣481.0百萬元、人民幣93.0百萬元及人民幣178.7百萬元。炊具銷售毛利增加與該產品類別收益增長相符。我們的炊具銷售毛利率由2021年的37.9%增至2022年的45.7%，主要是由於炊具的平均銷售成本下降，這主要歸因於隨著我們購買量的增加，我們對供應商的議價能力提升。我們的炊具銷售毛利率減至2023年的38.9%，主要是由於我們若干產品降價以吸引更多客戶及佔領更多市場份額，尤其是我們在美國及西歐銷售的炊具套裝。我們在美國及西歐銷售的炊具套裝的平均售價由2022年的每個SKU人民幣622.9元及每個SKU人民幣412.4元分別下降至2023年的每個SKU人民幣570.8元及每個SKU人民幣319.1元。炊具

財務資料

銷售的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的42.1%增至2024年同期的45.0%，主要是由於我們售出更多毛利率更高的炊具產品所致。儘管售出的炊具單品及套裝的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的每個SKU人民幣101.6元及每個SKU人民幣465.1元分別下降至2024年同期的每個SKU人民幣90.8元及每個SKU人民幣433.0元，我們炊具的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的人民幣183.7元增至2024年同期的人民幣242.2元，主要是由於炊具套裝的售出比例大幅增加所致。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的廚房器具銷售毛利分別為人民幣12.2百萬元、人民幣34.1百萬元、人民幣42.3百萬元、人民幣10.3百萬元及人民幣19.5百萬元。廚房器具銷售毛利增加與該產品類別收益增長相符。廚房器具銷售毛利率由2021年的39.7%上升至2022年的52.6%，主要是由於我們戰略性地將廚房器具重新定位為毛利率較高的附加產品，並迅速停產毛利率較低的產品。廚房器具銷售毛利率降至2023年的46.8%，主要是由於(i)我們降價以吸引更多客戶、保持有競爭力的價格及佔領更多市場份額，尤其是在中國內地，於2021年、2022年及2023年，中國內地分別貢獻我們廚房器具總收益的88.2%、91.2%及75.9%。中國內地銷售的廚房器具的平均售價由2022年的每個SKU人民幣16.2元分別下降14.2%至2023年的每個SKU人民幣13.8元；及(ii)我們的平均銷售成本增加，是由於海外市場的廚房器具銷售佔我們廚房器具收益的比例更高，加上我們在海外銷售的產品所產生的運費普遍高於在中國內地銷售的產品。廚房器具銷售的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的49.9%增至2024年同期的51.2%，主要是由於我們銷售毛利率較高的高端產品(如若干刀具套裝)所佔收益比例增加，尤其是在海外市場。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的飲具銷售毛利分別為人民幣0.2百萬元、人民幣4.8百萬元、人民幣16.8百萬元、人民幣1.9百萬元及人民幣4.5百萬元。飲具銷售毛利大幅增加與該產品類別收益增長相符。2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的飲具銷售毛利率分別為47.0%、38.5%、35.3%、38.1%及36.8%。飲具銷售毛利率整體下降主要是由於：(i)我們的目標市場主要為普遍注重高性價比的年輕消費者，因此我們戰略性地將飲具產品定位為高性價比產品；及(ii)我們參與電商平台折扣銷售活動以推廣我們的產品。我們將「高

財務資料

性價比產品」定義為質量相當但價格低於競爭對手的產品。例如，我們在天貓推出容量為400毫升的316不銹鋼便攜式咖啡杯，價格介於人民幣40.0元至人民幣50.0元，而根據灼識諮詢的資料，2023年天貓銷量前五的品牌亦推出材質、設計及容量相似的便攜式咖啡杯，價格主要介於人民幣55.0元至人民幣220.0元。儘管自2022年以來，我們的定價策略導致我們的飲具毛利率普遍低於炊具及廚房器具，但由於該定價策略的成功，飲具銷售增長迅速，就飲具產生的利潤而言彌補了毛利率較低的不足。此外，該定價策略幫助我們迅速擴大客戶群並建立品牌忠誠度，我們認為此乃利於我們在初期創建該產品類別市場份額的權衡之法。

我們的行業顧問灼識諮詢認為，由於經濟條件的限制及理性消費觀念的日益盛行，年輕消費者通常會優先選擇高性價比產品。由於年輕消費者通常處於事業的起步階段，收入相對有限，故傾向於選擇具成本效益的產品以減輕經濟壓力。此外，隨著市場的發展、消費者教育水平的提高以及獲取信息更加便利，年輕消費者越來越強調理性消費，會根據產品的實際價值及個人需求作出購買決定。本集團產品的定價較提供類似功能的行業領先品牌極具競爭力，因此被視為具有「高性價比」。與類似規格的產品相比，截至2023年底，卡羅特不粘平底鍋的定價分別低於亞馬遜美國及天貓同類產品其他前五名參與者24.0%及50.9%，其飲具的售價低於天貓前五名飲具賣家約65.0%。

財務資料

按地理位置劃分

下表載列所示期間按地理位置劃分的品牌業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
品牌業務										
中國內地	61.7	37.7%	114.0	41.7%	114.4	35.4%	29.3	37.3%	32.4	39.0%
美國.....	19.8	42.6%	65.3	53.4%	291.4	39.4%	45.8	45.7%	124.9	46.3%
西歐.....	2.6	44.7%	8.0	53.8%	46.0	47.5%	7.0	50.2%	17.9	52.4%
日本.....	2.1	35.1%	19.9	56.4%	40.0	48.3%	11.0	49.7%	12.9	45.3%
東南亞.....	16.6	35.3%	20.0	41.8%	27.2	35.5%	6.7	37.2%	6.2	40.3%
其他.....	3.7	25.8%	16.5	44.7%	22.1	36.3%	5.4	40.0%	8.9	46.4%
總計.....	<u>106.5</u>	37.6%	<u>243.7</u>	45.9%	<u>541.1</u>	39.2%	<u>105.2</u>	42.7%	<u>203.2</u>	45.1%

附註：

* 對線上零售而言，地理市場乃根據銷售平台所在國家或地區而確定。

於業績紀錄期，除截至2023年及2024年3月31日止三個月的東南亞毛利同比減少外，我們的品牌業務於所有地理市場的毛利均錄得增長，這與收益增長及業務擴張相符。我們的品牌業務於所有地理市場的毛利率於2021年至2022年有所增加，於2023年有所減少。截至2024年3月31日止三個月，我們大部分地區市場（日本除外）的毛利率較2024年同期均有所增加。

我們於中國內地的毛利率由2021年的37.7%增至2022年的41.7%，主要是由於：(i)炊具產品（尤其是最暢銷的Cosy系列）的平均銷售成本下降，這主要歸因於我們購買量的增加使我們對供應商的議價能力提升；及(ii)廚房器具銷售所貢獻收益的佔比上升，其毛利率因我們戰略性停產毛利率較低的產品而於2021年至2022年有所增加。廚房器具於中國內地的銷售增加主要是由於我們推出新產品及與我們炊具配套的產品，例如與我

財務資料

們的Cosy系列炊具的色彩方案相匹配的白色木柄鍋鏟。2023年，我們於中國內地的毛利率減至35.4%，主要是由於：(i)我們增加所參與的折扣銷售活動，以擴大我們的客戶群及市場份額；及(ii)我們戰略性降低廚房器具及飲具的價格以增加競爭力，廚房器具及飲具於2023年中國內地總收益中所佔比例較高。我們於中國內地的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的37.3%略增至2024年同期的39.0%，主要是由於我們毛利率相對較低的炊具產品(如我們較早期的炊具產品系列之一的Essential Woody系列)所佔收益比例下降。

我們於美國的毛利率由2021年的42.6%增至2022年的53.4%，主要是由於炊具產品的平均銷售成本下降，這主要歸因於我們購買量的增加使我們對供應商的議價能力提升。2023年，我們於美國的毛利率減至39.4%，主要是由於我們降低炊具套裝的價格，以擴大我們的客戶群及市場份額，而我們於2023年錄得的美國收益大部分來自炊具套裝。我們於美國銷售的炊具套裝平均售價由2022年的每個SKU人民幣622.9元減至2023年的每個SKU人民幣570.8元。上述減幅部分被我們於美國銷售的炊具單品平均售價由2022年的每個SKU人民幣154.5元增至2023年的每個SKU人民幣176.0元所抵銷。截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們於美國的毛利率保持相對穩定，分別為45.7%及46.3%。

我們於西歐的毛利率由2021年的44.7%增至2022年的53.8%，於2023年減至47.5%，主要原因與美國類似。我們於2023年錄得的西歐收益亦大部分來自炊具套裝，這與美國情況一致。我們於西歐銷售的炊具套裝平均售價由2022年的每個SKU人民幣412.4元減至2023年的每個SKU人民幣319.1元。我們於西歐銷售的炊具單品平均售價亦由2022年的每個SKU人民幣232.5元減至2023年的每個SKU人民幣132.2元。我們於西歐的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的50.2%增至2024年同期的52.4%，主要是由於我們提高於西歐銷售的若干炊具及廚房器具產品的售價。具體而言，我們於西歐銷售的炊具單品及套裝平均售價分別由截至2023年3月31日止三個月的每個SKU人民幣125.5元及每個SKU人民幣396.5元分別增加至2024年同期的每個SKU人民幣155.0元及每個SKU人民幣499.2元。我們於西歐銷售的廚房器具的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的人民幣155.6元增至2024年同期的人民幣238.9元。

財務資料

我們於日本的毛利率由2021年的35.1%增至2022年的56.4%，主要是由於：(i)平均銷售成本下降(尤其是最暢銷的Cosy系列)，這主要歸因於我們購買量的增加使我們對供應商的議價能力提升；及(ii)我們的整體定價能力提升，這主要歸因於我們推出具獨特吸引力的炊具，例如我們的Eight Mile Place系列，其獨特之處在於可拆卸手柄設計，迎合日本家庭節省空間的需求，市場上類似的競爭對手相對較少。2023年，我們於日本的毛利率減至48.3%，主要是由於我們戰略性降低炊具的價格，以吸引更多客戶及擴大市場份額，而炊具佔2023年我們日本收益的93.7%。2023年，我們降低炊具產品的價格，炊具產品佔我們日本總收益的半數以上。我們於日本的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的49.7%減至2024年同期的45.3%，主要是由於：(i)日圓兌人民幣貶值導致我們產品於日本的售價(以人民幣計算)下降；及(ii)我們採購存貨以人民幣結算，故佔銷售成本大部分的已售存貨成本未受到日圓貶值的影響。

我們於東南亞的毛利率由2021年的35.3%增至2022年的41.8%，主要是由於：(i)平均銷售成本下降，這主要歸因於我們購買量的增加使我們對供應商的議價能力提升；及(ii)我們的整體定價能力提升，這主要歸因於我們推出獨特且有競爭力的新產品，例如我們配備可拆卸手柄的Eight Mile Place系列。2023年，我們於東南亞的毛利率減至35.5%，主要是由於我們戰略性降低炊具套裝的價格，以吸引更多客戶及擴大市場份額。2022年及2023年，我們的炊具套裝於東南亞的銷售收益分別為人民幣21.2百萬元及人民幣57.1百萬元，分別佔同期東南亞總收益的44.4%及74.6%。我們於東南亞銷售的炊具套裝平均售價由2022年的每個SKU人民幣343.9元減至2023年的每個SKU人民幣325.0元。我們於東南亞銷售的炊具單品平均售價亦由2022年的每個SKU人民幣105.1元減至2023年的每個SKU人民幣95.3元。我們於東南亞的毛利由截至2023年3月31日止三個月的人民幣6.7百萬元減少7.8%至2024年同期的人民幣6.2百萬元，主要是由於我們於東南亞的收益減少。我們於東南亞的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的37.2%增至2024年同期的40.3%，主要是由於我們提高於東南亞銷售的若干炊具及廚房器具產品的售價。於東南亞銷售的炊具及廚房器具的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的人民幣179.9元及人民幣52.2元分別增至2024年同期的人民幣202.7元及人民幣64.9元。

財務資料

我們於其他國家的毛利率由2021年的25.8%增至2022年的44.7%，主要是由於炊具產品的平均銷售成本下降，這主要歸因於我們購買量的增加使我們對供應商的議價能力提升。2023年，我們於其他國家的毛利率減至36.3%，主要是由於我們戰略性降低若干炊具產品的價格，以吸引更多客戶及擴大市場份額，尤其是在印度和加拿大。我們於其他國家的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的40.0%增至2024年同期的46.4%，主要是由於我們提高於其他國家銷售的若干炊具套裝及廚房器具產品的售價。於其他國家銷售的炊具套裝及廚房器具的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的人民幣346.4元及人民幣20.5元分別增至2024年同期的人民幣423.8元及人民幣26.3元。上述增幅部分被我們於其他國家銷售的炊具單品平均售價由截至2023年3月31日止三個月的每個SKU人民幣114.5元減少至2024年同期的每個SKU人民幣97.8元所抵銷。

銷售開支

我們的銷售開支主要包括：(i)電商平台佣金，即我們就線上零售向電商平台支付的佣金；及(ii)營銷及廣告開支，即我們的營銷及促銷活動(主要透過線上渠道)產生的開支。

財務資料

下表載列所示期間銷售開支的絕對金額及佔總銷售開支的百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
電商平台佣金.....	29.6	52.1%	47.5	43.7%	167.2	68.1%	24.7	66.2%	61.5	72.7%
營銷及廣告開支....	23.1	40.8%	53.1	48.8%	67.6	27.5%	10.0	26.8%	15.6	18.4%
僱員福利開支.....	2.8	5.0%	5.7	5.2%	7.1	2.9%	1.7	4.6%	5.2	6.1%
股份支付開支.....	—	—	—	—	1.2	0.5%	—	—	0.4	0.5%
辦公開支.....	0.6	1.1%	0.3	0.3%	0.7	0.3%	0.3	0.8%	—	—
其他.....	0.6	1.0%	2.2	2.0%	1.6	0.7%	0.5	1.6%	2.0	2.3%
總計.....	56.7	100.0%	108.8	100.0%	245.4	100.0%	37.2	100.0%	84.7	100.0%

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們支付予電商平台的佣金分別為人民幣29.6百萬元、人民幣47.5百萬元、人民幣167.2百萬元、人民幣24.7百萬元及人民幣61.5百萬元。我們支付予電商平台的佣金顯著增加與在線銷售收益大幅增長一致。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的營銷及廣告開支分別為人民幣23.1百萬元、人民幣53.1百萬元、人民幣67.6百萬元、人民幣10.0百萬元及人民幣15.6百萬元。我們的營銷及廣告開支增加主要是由於我們加大營銷及推廣活動力度(主要於我們營運所在電商平台)，以推廣我們的產品及擴大客戶群。

財務資料

行政開支

我們的行政開支主要包括：(i)與行政人員有關的僱員福利開支(包括薪金、獎金、社會保障成本及其他僱員福利)；(ii)法律及專業費用，即就法律服務、諮詢服務及其他專業服務支付的費用；(iii)2023年與[編纂]籌備有關的[編纂][編纂]；及(iv)其他，主要為其他稅項開支及附加費。

下表載列所示期間行政開支的絕對金額及佔總行政開支的百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
僱員福利開支.....	9.0	44.2%	8.2	39.7%	9.2	29.2%	2.6	45.6%	3.0	18.5%
物業、廠房及 設備折舊.....	0.8	4.1%	1.7	7.9%	2.9	9.0%	0.6	10.5%	0.9	5.6%
使用權資產折舊....	1.5	7.3%	2.6	12.6%	1.4	4.3%	0.3	5.3%	0.3	1.9%
[編纂].....	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
法律及專業費用....	1.9	9.2%	1.1	5.4%	4.4	13.9%	0.7	12.3%	1.0	6.2%
辦公開支.....	1.8	8.9%	0.7	3.5%	0.6	1.7%	0.1	1.8%	0.3	1.9%
股份支付開支.....	—	—	—	—	0.4	1.3%	—	—	0.1	0.6%
其他 ⁽¹⁾	5.3	26.3%	6.4	30.9%	6.7	21.5%	1.3	22.7%	2.1	12.8%
總計.....	20.3	100.0%	20.7	100.0%	31.6	100.0%	5.7	100.0%	16.2	100.0%

附註：

(1) 主要為其他稅項開支及附加費。

我們2022年至2023年的行政開支增加，主要是由於我們就籌備[編纂]而產生[編纂][編纂]。同樣，我們截至2024年3月31日止三個月的行政開支較2023年同期有所增加，主要是由於我們就籌備[編纂]而產生[編纂][編纂]。

財務資料

研發開支

我們的研發開支主要包括所用原材料，即我們的研發活動所用存貨的成本。

下表載列所示期間研發開支的絕對金額及佔總研發開支的百分比明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
	(未經審核)									
所用原材料及耗材..	14.5	80.1%	19.1	91.6%	32.6	90.8%	5.9	89.4%	9.1	93.8%
僱員福利開支.....	1.7	9.3%	1.5	7.4%	2.9	7.9%	0.4	6.1%	0.6	6.2%
物業、廠房及設備										
折舊.....	1.7	9.4%	—	—	—	—	—	—	—	—
其他.....	0.2	1.2%	0.2	1.0%	0.4	1.3%	0.3	4.5%	—	—
總計.....	18.1	100.0%	20.8	100.0%	35.9	100.0%	6.6	100.0%	9.7	100.0%

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們使用的原材料及耗材分別為人民幣14.5百萬元、人民幣19.1百萬元、人民幣32.6百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣9.1百萬元。2021年至2023年我們使用的原材料及耗材增加主要是由於我們持續開發新產品導致研發活動增加。

金融資產減值虧損／減值回撥淨額

2021年及2022年，我們錄得金融資產減值虧損淨額人民幣0.1百萬元，主要指賬齡超過一年的貿易應收款項所產生的預期信貸虧損。我們於2023年錄得金融資產減值回撥淨額人民幣0.3百萬元，主要是由於賬齡超過一年的貿易應收款項減少及賬齡少於三個月的貿易應收款項增加。我們截至2024年3月31日止三個月錄得金融資產減值回撥淨額人民幣5,000元，主要是由於我們對賬齡超過一年的若干貿易應收款項計提減值撥備。

財務資料

其他收入

我們的其他收入主要包括政府補助，主要指因我們為當地經濟及外貿活動作出的貢獻而自永康市地方政府獲得的無條件財務補貼，該等補貼為一次性且非經常發生。

下表載列所示期間我們的其他收入明細：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)				
	(未經審核)				
政府補助	0.4	1.5	3.1	—	0.8
其他 ⁽¹⁾	0.1	0.2	0.1	—	0.1
總計	0.5	1.7	3.2	—	0.9

附註：

(1) 主要指銷售再生材料所得收入及一次性非重複其他雜項收入。

於2021年，我們獲得政府補助人民幣0.4百萬元，主要包括於2020年達到若干出口表現目標而獲永康市地方政府發放的外貿補貼。

於2022年，我們獲得政府補助人民幣1.5百萬元，主要包括於2021年達成若干出口表現目標及為促進地方電商行業發展而獲永康市地方政府發放的補貼。

於2023年，我們獲得政府補助人民幣3.1百萬元，主要包括永康市地方政府就我們對當地經濟的貢獻及達成出口表現(包括達成若干出口增長目標及海外市場份額擴張目標)而發放的補貼及獎勵。

截至2024年3月31日止三個月，我們獲得政府補助人民幣0.8百萬元，包括永康市地方政府就我們對當地經濟的貢獻及達成若干表現目標而發放的獎勵。

財務資料

所得稅開支

我們的所得稅開支包括年內利潤即期稅項及遞延所得稅。我們須就居住及經營所在稅務管轄區產生或源自該處的應課稅利潤按實體基準繳納所得稅，並在不同司法管轄區按不同的所得稅稅率繳稅。

下表載列我們於所示期間的所得稅開支明細：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)				
	(未經審核)				
年內利潤即期稅項.....	5.2	19.8	45.5	9.9	15.1
遞延所得稅.....	(0.8)	(1.8)	(3.7)	(1.2)	2.0
總計.....	4.4	18.0	41.8	8.7	17.1

於業績紀錄期，由於我們根據《開曼群島公司法》於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，根據開曼群島稅務法律及法規，我們無需繳納開曼群島任何所得稅。

根據香港利得稅兩級制，我們的合資格實體須就不超過2.0百萬港元的應課稅利潤按8.25%的香港利得稅稅率繳稅及就超過2.0百萬港元的應課稅利潤按16.5%的香港利得稅稅率繳稅。不符合利得稅兩級制的實體之利潤須按統一稅率16.5%繳稅。於業績紀錄期，由於我們的香港附屬公司卡羅特環球於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月在香港並無產生任何應課稅利潤，因此我們無需繳納香港利得稅。

於業績紀錄期，我們的加利福尼亞州附屬公司Carote USA於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月須按聯邦所得稅率21%及加利福尼亞州所得稅率8.84%繳稅。

於業績紀錄期，我們的日本附屬公司於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月須按所得稅國稅稅率23.2%繳稅。

財務資料

於業績紀錄期，我們的新加坡附屬公司於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月須就應課稅利潤按新加坡企業所得稅稅率17%繳稅。

於業績紀錄期，我們的中國附屬公司須按企業所得稅稅率25%繳稅，惟附屬公司浙江卡羅特作為高新技術企業，於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月根據《企業所得稅法》的稅收優惠享有15%的優惠企業所得稅稅率。被評定為高新技術企業的公司自評定首年起計三年內可減按15%的企業所得稅稅率繳稅。浙江卡羅特於2019年被評定為高新技術企業。浙江卡羅特的高新技術企業資格獲批准續期三年，自2022年起生效。

2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們的實際所得稅稅率（按所得稅開支除以除所得稅前利潤乘以100.0%計算）分別為12.2%、14.2%、15.0%及16.2%。2021年及2022年，我們的實際所得稅稅率低於15%，主要是由於：(i)浙江卡羅特享有上述15%的優惠企業所得稅稅率，於業績紀錄期內每年可自應課稅收入額外扣除100%的合資格研發開支；及(ii)我們的香港附屬公司卡羅特環球於業績紀錄期並無產生任何應課稅利潤。

於業績紀錄期，截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們的即期所得稅負債分別為人民幣4.7百萬元、人民幣18.4百萬元、人民幣33.5百萬元及人民幣32.9百萬元。

2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們的所得稅付款分別為人民幣2.4百萬元、人民幣6.1百萬元、人民幣30.3百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣15.8百萬元，而同期即期所得稅開支分別為人民幣4.4百萬元、人民幣18.0百萬元、人民幣41.8百萬元、人民幣8.7百萬元及人民幣17.1百萬元。所得稅付款與即期所得稅開支的差異主要是由於相關年度中國的所得稅開支記錄時間與所得稅開支付款時間不同所致。

財務資料

下表載列我們的實際所得稅開支與就除所得稅前利潤應用已頒佈稅率所得出的金額之間的差額對賬情況：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)				
	(未經審核)				
除稅前利潤	36.0	126.5	278.3	64.6	105.6
按各集團實體適用的法定 稅率計算的稅項.....	7.9	30.6	66.3	13.1	23.6
優惠稅率	(3.2)	(12.0)	(23.8)	(4.3)	(4.3)
不可扣稅開支.....	0.2	0.4	0.2	—	0.1
研發開支之超額抵扣	(1.3)	(1.8)	(2.7)	(0.5)	(0.7)
未確認遞延所得稅資產之 稅項虧損	0.8	0.8	2.0	0.5	0.4
先前未確認稅項虧損抵減 即期稅項開支.....	—	—	(0.2)	(0.1)	(0.6)
確認先前未確認的 可扣減虧損	—	—	—	—	(1.4)
所得稅開支	<u>4.4</u>	<u>18.0</u>	<u>41.8</u>	<u>8.7</u>	<u>17.1</u>

經營業績逐期對比

以下討論乃比較2021年、2022年及2023年與截至2023年及2024年3月31日止三個月經營業績的主要組成部分。

截至2023年3月31日止三個月與截至2024年3月31日止三個月的比較

收益

我們的收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣291.8百萬元增加72.3%至2024年同期的人民幣502.9百萬元，是由於：(i)我們品牌業務的收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣246.5百萬元增至2024年同期的人民幣450.0百萬元，主要歸因於我們於亞馬遜、沃爾瑪及其他平台的銷售收益增加；及(ii)我們ODM業務的收益由截至2023年3月

財務資料

31日止三個月的人民幣45.3百萬元增至2024年同期的人民幣52.9百萬元，主要歸功於我們五大客戶中客戶A的購買量增加。

具體而言，就品牌業務而言，我們於亞馬遜的銷售收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣108.8百萬元大幅增至2024年同期的人民幣235.0百萬元，主要是由於我們於美國及西歐最暢銷的大型炊具套裝(包含10件或以上物品)的銷售增加。我們於沃爾瑪的銷售收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣25.7百萬元大幅增至2024年同期的人民幣77.2百萬元，主要是由於我們包含10件或以上物品的大型炊具套裝的線上及線下銷售增加。我們於其他平台的銷售收益由截至2023年3月31日止三個月的人民幣15.8百萬元大幅增至2024年同期的人民幣40.7百萬元，主要是由於(i)我們於美國TikTok的銷售增加，主要歸因於我們包含10件或以上物品的大型炊具套裝的銷售增加；及(ii)我們於樂天的銷售增加，主要歸因於我們帶可拆卸手柄且包含8件或以上物品的炊具套裝的銷售增加。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2023年3月31日止三個月的人民幣181.1百萬元增加62.0%至2024年同期的人民幣293.5百萬元，主要是由於隨著銷售額的增長，我們所銷售產品的數量亦有所增加。

毛利及毛利率

基於以上原因，我們的毛利由截至2023年3月31日止三個月的人民幣110.7百萬元增加89.2%至2024年同期的人民幣209.4百萬元。我們的毛利率由截至2023年3月31日止三個月的37.9%增至2024年同期的41.6%，是由於品牌業務的毛利率增加，主要歸因於炊具及廚房器具各自的平均售價上漲致使各自的銷售毛利率有所增加。具體而言，炊具及廚房器具的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的人民幣183.7元及人民幣17.8元分別增至2024年同期的人民幣242.2元及人民幣27.9元。儘管售出的炊具單品及套裝的平均售價由截至2023年3月31日止三個月的每個SKU人民幣101.6元及每個SKU人民幣465.1元分別下降至2024年同期的每個SKU人民幣90.8元及每個SKU人民幣433.0元，我們炊具的平

財務資料

均售價有所增加，主要是由於炊具套裝的售出比例由截至2023年3月31日止三個月佔售出炊具產品總數約23.8%大幅增加至2024年同期佔售出炊具產品總數約45.4%。

銷售開支

我們的銷售開支由截至2023年3月31日止三個月的人民幣37.2百萬元大幅增至2024年同期的人民幣84.7百萬元，主要是由於：(i)電商平台的佣金增加人民幣36.8百萬元，主要歸因於線上銷售增加，尤其是在收取佣金率較高的亞馬遜；及(ii)營銷及廣告開支增加人民幣5.6百萬元，主要歸因於我們增加線上營銷及推廣活動，以提高品牌知名度及擴大客戶群(尤其是在美國)。

行政開支

我們的行政開支由截至2023年3月31日止三個月的人民幣5.7百萬元大幅增至2024年同期的人民幣16.2百萬元，主要是由於我們就籌備[編纂]而產生[編纂][編纂]。

研發開支

我們的研發開支由截至2023年3月31日止三個月的人民幣6.6百萬元增加47.2%至2024年同期的人民幣9.7百萬元，主要是由於隨着我們不斷擴大產品類別，正在進行的研發項目有所增加。

金融資產減值回撥淨額

截至2023年及2024年3月31日止三個月，我們錄得的金融資產減值回撥淨額分別為人民幣88,000元及人民幣5,000元。金融資產減值回撥淨額減少主要是由於我們對賬齡超過一年的若干貿易應收款項計提減值撥備。

其他收入

我們的其他收入由截至2023年3月31日止三個月的零增至2024年同期的人民幣0.9百萬元，主要是由於我們獲得政府補助，以獎勵我們對地方經濟的貢獻以及若干績效目標的實現。

財務資料

其他收益或虧損淨額

我們的其他收益淨額由截至2023年3月31日止三個月的人民幣2.0百萬元大幅增至2024年同期的人民幣5.2百萬元，主要是由於匯兌收益淨額增加人民幣2.9百萬元，主要歸因於美元對人民幣升值以及以美元結算的海外銷售收益增加。

財務收入淨額

我們的財務收入淨額由截至2023年3月31日止三個月的人民幣1.3百萬元減少44.8%至2024年同期的人民幣0.7百萬元，主要是由於我們的大部分定期存款乃於2024年第一季度新購買，導致該等存款產生的利息收入總額較少。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2023年3月31日止三個月的人民幣8.7百萬元大幅增至2024年同期的人民幣17.1百萬元，主要是由於我們的應課稅收入增加。

期內利潤及淨利潤率

基於以上原因，我們的期內利潤由截至2023年3月31日止三個月的人民幣55.9百萬元增加58.4%至2024年同期的人民幣88.5百萬元，淨利潤率由截至2023年3月31日止三個月的19.1%略減至2024年同期的17.6%。

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度的比較

收益

由於我們品牌業務的收益由2022年的人民幣530.7百萬元大幅增至2023年的人民幣1,379.9百萬元，我們的收益由2022年的人民幣768.5百萬元大幅增至2023年的人民幣1,583.1百萬元，主要是由於我們繼續集中資源發展該業務分部，並通過開發及推出符合最新市場趨勢的新產品、與其他電商平台(如沃爾瑪)合作以及建立針對特定地區的營銷運營團隊和供應鏈管理團隊以更有效地識別消費者偏好、吸引潛在客戶及提高市場份額，從而繼續擴大市場份額。

財務資料

具體而言，我們於亞馬遜的銷售收益由2022年的人民幣162.2百萬元大幅增至2023年的人民幣673.2百萬元，主要是由於：(i)我們在美國的銷售增長，主要歸功於：(a)我們成功地提供了迎合當地消費者偏好的產品，例如包含10件或以上不同功能物品的大型炊具套裝，這迎合了美國消費者對專為特定工作設計的炊具的普遍偏好，並獲得更大的存儲空間；及(b)由於我們建立了美國特定的營銷運營團隊和供應鏈管理團隊，故我們能夠快速開發及推出新產品，以應對客戶反饋及市場趨勢變化，例如在收到客戶要求更新顏色的電子郵件後三個月內提供新顏色的炊具套裝。我們高效的供應鏈管理亦使我們能夠有效控制成本，使我們能夠提供更具競爭力的價格；(ii)我們在西歐(尤其是英國和德國)的銷售增長，歸功於我們建立了西歐特定的營銷運營團隊和供應鏈管理團隊，這使我們能夠快速識別西歐客戶的偏好並相應調整我們所提供的產品，例如提供大型炊具套裝，這是由於西歐消費者對此類套裝的偏好與美國消費者相似；及(iii)我們在日本及東南亞的銷售增長，主要歸功於我們改善了營銷和供應鏈管理。我們的天貓銷售收益從2022年的人民幣207.2百萬元增加37.7%至2023年的人民幣285.4百萬元，主要是由於：(i)符合傳統中式烹飪需求的經典系列產品(例如Cosy系列的煎鍋、炒鍋及炖鍋)銷售持續強勁；及(ii)我們推出了深受天貓用戶青睞的具有改進功能及時尚設計的新產品，例如卡通設計的保溫杯。我們的沃爾瑪線上收益亦由2022年的人民幣9.6百萬元大幅增至2023年的人民幣245.1百萬元，主要是由於我們成功地提供了迎合美國消費者偏好的產品，主要為大型炊具套裝。

上述增加部分被ODM業務收益減少人民幣34.6百萬元所抵銷，主要是由於自2021年以來，我們繼續從該業務分部向利潤率更高的品牌業務進行戰略資源轉移，導致我們所售產品的數量由2022年的4.4百萬件減至2023年的3.7百萬件。

銷售成本

我們的銷售成本由2022年的人民幣493.2百萬元大幅增至2023年的人民幣1,018.0百萬元，主要是由於隨著銷售額的增長，我們所售產品的數量也有所增加。

財務資料

毛利及毛利率

基於以上原因，我們的毛利由2022年的人民幣275.3百萬元大幅增至2023年的人民幣565.1百萬元。我們的毛利率於2022年及2023年維持相對穩定，分別為35.8%及35.7%。

我們品牌業務的毛利率由2022年的45.9%下降至2023年的39.2%，主要是由於：(i)我們更加注重提供高性價比的產品，以吸引更多客戶及搶佔更多市場份額。具體而言，我們降低美國、西歐及東南亞炊具套裝的平均價格，我們於該等地區的2023年收益大部分來自炊具套裝。詳情請參閱「— 合併全面收益表主要項目 — 毛利及毛利率 — 品牌業務的毛利及毛利率 — 按地理位置劃分」；及(ii)我們參與更多的折扣銷售活動。我們ODM業務的毛利率由2022年的13.3%略微降至2023年的11.8%，主要是由於：(i)我們降低若干產品(主要是現有炊具產品)的價格以維持競爭力。我們ODM產品的平均價格由2022年的每個SKU人民幣51.1元減至2023年的每個SKU人民幣49.1元；及(ii)由於我們戰略性地將資源從ODM業務撤出，我們開發的新產品減少，導致定價能力下降。

銷售開支

我們的銷售開支由2022年的人民幣108.8百萬元大幅增至2023年的人民幣245.4百萬元，主要是由於我們支付予第三方電商平台的佣金增加人民幣119.6百萬元，與線上零售銷售額顯著增長及我們新增與其他電商平台合作一致。

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣20.7百萬元增加52.6%至2023年的人民幣31.6百萬元，主要是由於產生[編纂]開支[編纂]。

研發開支

我們的研發開支由2022年的人民幣20.8百萬元增加72.3%至2023年的人民幣35.9百萬元，主要是由於我們擴大產品種類，開發更多迎合不同地區市場不同客戶偏好的產品，導致所用原材料隨研發活動增加而增加人民幣13.5百萬元。

財務資料

金融資產減值虧損／減值回撥淨額

我們於2022年錄得金融資產減值虧損淨額人民幣0.1百萬元，主要為賬齡一年以上之貿易應收款項產生的預期信貸虧損。我們於2023年則錄得金融資產減值回撥淨額人民幣0.3百萬元，主要是由於賬齡三個月以下的貿易應收款項增加，這與我們的線上零售額增長相一致，而賬齡一年以上的貿易應收款項因信貸期通常較長的ODM客戶數量減少而減少。

其他收入

我們的其他收入由2022年的人民幣1.7百萬元增加83.0%至2023年的人民幣3.2百萬元，主要是由於我們獲得更多的政府獎勵及補助，以獎勵我們實現若干出口表現目標，從而使政府補助增加人民幣1.6百萬元。

其他收益或虧損淨額

我們於2022年及2023年分別錄得其他虧損淨額人民幣2.4百萬元及其他收益淨額人民幣15.5百萬元，主要是由於美元兌人民幣升值而導致2023年產生外匯收益人民幣15.2百萬元。

財務收入淨額

我們的財務收入淨額由2022年的人民幣2.3百萬元大幅增至2023年的人民幣7.1百萬元，主要是由於：(i)財務收入增加人民幣2.0百萬元，主要是由於銀行存款增加，導致銀行存款利息收入增加；及(ii)財務成本減人民幣2.9百萬元，主要是由於：(a)我們償還流動借款導致借款利息開支減少人民幣1.7百萬元。請參閱「—債務」；及(b)我們的外幣借款匯兌虧損淨額減少人民幣0.7百萬元，主要原因是美元兌人民幣貶值對我們於2021年為購買永康市地塊及位於浙江省武義縣的地塊提供資金的2.0百萬美元浮動利率貸款的影響所致，我們已於2023年7月還清該筆貸款。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣18.0百萬元大幅增至2023年的人民幣41.8百萬元，主要是由於我們的應課稅收入大幅增加。

財務資料

年內利潤及淨利潤率

基於以上原因，我們的年內利潤由2022年的人民幣108.5百萬元大幅增至2023年的人民幣236.5百萬元。淨利潤率於2022年及2023年保持相對穩定，分別為14.1%及14.9%。

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度的比較

收益

我們的收益由2021年的人民幣675.3百萬元增長13.8%至2022年的人民幣768.5百萬元，主要是由於我們不斷擴張業務並有策略地專注發展品牌業務分部以推廣自主品牌，從而使品牌業務收益由2021年的人民幣283.3百萬元增長87.3%至2022年的人民幣530.7百萬元。尤其是，我們於亞馬遜的銷售收益亦由2021年的人民幣63.7百萬元大幅增至2022年的人民幣162.2百萬元，主要是由於：(i)我們在法國及瑞典等多個西歐國家開設亞馬遜店舖；(ii)我們在不同國家的亞馬遜店舖推出符合當地消費者偏好的特定地區產品，例如亞馬遜美國及西歐亞馬遜店舖的包含10件或以上物品的大型炊具套裝、亞馬遜日本的帶可拆卸手柄且節省空間的炊具及玉子燒鍋以及亞馬遜印度的烤餅用鍋；及(iii)我們採取有效的銷售策略，將我們的產品作為炊具套裝而非單品進行銷售，由於該等套裝每件商品平均價格通常低於單獨購買商品的成本，故鼓勵了消費者大量單件購買。於美國及西歐，此類炊具套裝對收益貢獻相對較高，消費者普遍傾向提供多樣炊具的大型炊具套裝，且具有更大的存儲空間容納大型套裝。我們於天貓的銷售收益由2021年的人民幣121.4百萬元增加70.7%至2022年的人民幣207.2百萬元，主要是由於我們的Cosy系列炊具及咖啡旅行杯的銷售強勁所致。

上述增長部分被ODM業務收益減少人民幣154.3百萬元所抵銷，有關減少主要是：(i)由於我們專注於發展品牌業務，故我們戰略性地將該業務分部的資源轉移至品牌業務；及(ii)來自我們海外市場(尤其是西歐)的ODM客戶的採購量下降導致銷量下降所致。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本由2021年的人民幣548.8百萬元減少10.1%至2022年的人民幣493.2百萬元，主要是由於：(i)我們停運自有生產線並過渡至完全外包及輕資產模式，導致所用原材料及耗材減少人民幣74.2百萬元；及(ii)隨著業務規模擴大，我們與供應商的議價能力提高。

毛利及毛利率

基於以上原因，我們的毛利由2021年的人民幣126.5百萬元大幅增至2022年的人民幣275.3百萬元。我們的毛利率由2021年的18.7%增至2022年的35.8%，主要是由於品牌業務貢獻的收益比例上升，而該業務的毛利率通常高於ODM業務。

我們品牌業務的毛利率由2021年的37.6%增至2022年的45.9%，主要是由於：(i)銷售成本下降(尤其是炊具)，這主要歸因於隨着我們購買量的增加，我們對供應商的議價能力提升；及(ii)我們的定價能力提升，這主要歸因於我們推出獨特的新產品，例如我們配備可拆卸手柄的Eight Mile Place系列。具體而言，由於我們推出及銷售10件套或以上大炊具套裝的比例上升，我們炊具套裝的平均售價由2021年的每個SKU人民幣389.9元增至2022年的每個SKU人民幣429.0元。我們ODM業務的毛利率由2021年的5.1%大幅增至2022年的13.3%，主要是由於該業務分部銷售成本的減幅超過了收益的減幅，主要是由於：(i)隨著業務規模擴大，我們對供應商的議價能力提升，正如ODM產品的平均成本所反映，由2021年的每個SKU人民幣48.3元減至2022年的每個SKU人民幣44.3元；及(ii)每個產品的平均售價增加，主要是由於我們開發了更具競爭力的新產品，例如具備新的淺色方案和更耐用塗層的炊具，使我們能夠以更高的價格與客戶進行協商。我們ODM產品的平均價格由2021年的每個SKU人民幣50.9元增至2022年的每個SKU人民幣51.1元。

銷售開支

我們的銷售開支由2021年的人民幣56.7百萬元增加91.9%至2022年的人民幣108.8百萬元，主要是由於：(i)營銷及廣告開支增加人民幣30.0百萬元，主要是由於我們線上營銷

財務資料

及推廣活動增加(主要是天貓和亞馬遜)，以持續提高品牌知名度及吸引新客戶；(ii)電商平台佣金增加人民幣18.0百萬元，主要是由於我們的線上銷量增加以及我們合作的平台數量增加。

行政開支

我們的行政開支於2021年及2022年保持相對穩定，分別為人民幣20.3百萬元及人民幣20.7百萬元。

研發開支

我們的研發開支由2021年的人民幣18.1百萬元增加14.9%至2022年的人民幣20.8百萬元，主要是由於我們開發了更多新產品，進而導致研發活動所用原材料增加人民幣4.6百萬元所致。上述增加部分被物業、廠房及設備折舊減少人民幣1.7百萬元所抵銷。

金融資產減值虧損淨額

我們分別於2021年及2022年錄得金融資產減值虧損淨額人民幣0.1百萬元，主要為賬齡一年以上之貿易應收款項產生的預期信貸虧損。

其他收入

我們的其他收入由2021年的人民幣0.5百萬元大幅增至2022年的人民幣1.7百萬元，主要是由於政府補助增加人民幣1.2百萬元，有關增加主要是由於：(i)出口業務所獲補助人民幣1.1百萬元；及(ii)電商業務所獲補助人民幣0.2百萬元。

其他收益或虧損淨額

我們於2021年錄得其他收益淨額人民幣0.9百萬元，2022年則錄得其他虧損淨額人民幣2.4百萬元，主要是由於：(i)處置物業、廠房及設備和使用權資產的虧損淨額人民幣2.0百萬元；及(ii)美元兌人民幣貶值，導致錄得外匯虧損淨額人民幣1.4百萬元，部分被按公平值計入損益的金融資產的公平值收益淨額人民幣1.0百萬元所抵銷，該項增加與我們於2022年購買的金融資產收益人民幣50.0百萬元有關。

財務資料

財務收入淨額

我們的財務收入淨額由2021年的人民幣3.3百萬元減少31.0%至2022年的人民幣2.3百萬元，主要是由於：(i)美元兌人民幣升值對外幣借款的影響2.0百萬元導致錄得外幣借款的匯兌虧損淨額人民幣0.7百萬元；(ii)借款利息開支增加人民幣0.6百萬元，主要是由於我們額外作出非流動有擔保銀行借款，以撥付我們當時的附屬公司港樂廚具持有的兩個建設項目的資本開支；及(iii)提前支付長期應付款項的虧損人民幣0.3百萬元與我們於2022年提前結清長期應付款項人民幣10.5百萬元有關。見「— 若干主要合併資產負債表項目討論 — 非流動資產及流動負債 — 長期應付款項」。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2021年的人民幣4.4百萬元大幅增至2022年的人民幣18.0百萬元，主要是由於我們的應課稅收入大幅增加。

年內利潤及淨利潤率

基於以上原因，我們年內利潤由2021年的人民幣31.7百萬元大幅增至2022年的人民幣108.5百萬元，淨利潤率由2021年的4.7%增至2022年的14.1%。

財務資料

若干主要合併資產負債表項目討論

流動資產及流動負債

下表載列我們截至所示日期的流動資產及負債：

	截至12月31日			截至3月31日	截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年
	(人民幣百萬元)				(未經審核)
流動資產					
存貨.....	30.5	42.2	108.3	153.0	157.6
貿易應收款項.....	63.6	55.3	73.9	71.8	75.3
預付款項、其他應收款項 及其他流動資產.....	14.8	26.5	23.9	24.6	26.9
短期銀行定期存款.....	—	77.4	89.0	75.8	75.9
按公平值計入損益的 金融資產.....	40.0	50.1	—	—	—
受限制現金.....	9.5	1.1	—	—	—
現金及現金等價物.....	97.7	42.5	236.1	264.2	235.3
流動資產總值.....	256.1	295.1	531.2	589.4	571.0
流動負債					
貿易應付款項及應付票據.....	282.0	276.2	358.6	425.4	447.8
其他應付款項及應計費用.....	31.8	62.5	11.3	114.7	43.9
即期所得稅負債.....	4.7	18.4	33.5	32.9	35.7
流動借款.....	39.2	19.2	5.0	5.0	5.0
流動租賃負債.....	1.2	1.4	2.7	2.7	2.8
流動負債總額.....	358.9	377.7	411.1	580.7	535.2
流動資產／(負債)淨額 ...	(102.8)	(82.6)	120.1	8.7	35.8

財務資料

我們截至2021年12月31日的流動負債淨額為人民幣102.8百萬元，主要是由於：(i)我們自呂女士借入一筆免息貸款人民幣18.5百萬元(已於2022年悉數償還)，導致我們的其他應付款項及應計費用相對較高；(ii)流動借款相對較高，為人民幣39.2百萬元，主要包括我們就為購買永康市地塊及浙江省武義縣地塊提供資金而於2021年借入的貸款，我們購買的目的是為建造宿舍設施及倉庫設施。請參閱「歷史、重組及公司架構—本公司及主要附屬公司的重大股權變更—浙江卡羅特的重大股權變動—2023年2月完成浙江卡羅特的分立」；及(iii)購買大量長期銀行定期存款及上述兩項地塊，導致現金及現金等價物相對較低。

我們截至2022年12月31日的流動負債淨額為人民幣82.6百萬元，主要是由於：(i)我們2022年股利宣派相關的應付股利人民幣50.0百萬元，導致我們的其他應付款項及應計費用相對較高；及(ii)現金及現金等價物相對較低。有關我們流動負債淨額的風險，請參閱「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—我們截至2021年及2022年12月31日錄得流動負債淨額，我們於日後亦可能錄得流動負債淨額」。

我們的流動負債淨額由截至2021年12月31日的人民幣102.8百萬元減少19.6%至截至2022年12月31日的人民幣82.6百萬元，主要是由於因若干長期銀行定期存款接近到期日而重新分類為短期銀行定期存款，導致短期銀行定期存款增加。

我們截至2023年12月31日的流動資產淨值為人民幣120.1百萬元。我們的淨流動狀況改善是由於我們的流動資產總值增速超過了流動負債總額的增速，這主要是由於：(i)現金及現金等價物因銷售增長而大幅增加；(ii)存貨隨著銷量增長而大幅增加；及(iii)我們的貿易應收款項隨收益增長而增加。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣120.1百萬元減少92.8%至截至2024年3月31日的人民幣8.7百萬元，主要是由於：(i)我們於2024年3月4日向當時股東宣派股利導致應付股利增加人民幣100.0百萬元，進而導致其他應付款項及應計費用增加人民幣103.5百萬元；及(ii)隨著業務增長我們向供應商增加採購，導致貿易應付款項及應付票據增加人民幣66.7百萬元。

財務資料

存貨

我們的存貨包括原材料及零部件、半成品及製成品。下表載列截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
製成品.....	25.0	42.1	107.4	152.3
原材料及零部件.....	2.5	0.1	0.9	0.7
半成品.....	3.0	—	—	—
總計.....	30.5	42.2	108.3	153.0

我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣30.5百萬元增加38.3%至截至2022年12月31日的人民幣42.2百萬元，主要是製成品增加人民幣17.1百萬元所致，是由於業務增長導致庫存商品增加，特別是在海外市場，我們為應對相對較長的運輸時間而儲備更多存貨。截至2022年12月31日，我們的大部分存貨為炊具套裝，是我們在美國、西歐及日本最暢銷的產品之一。上述增加部分被以下因素抵銷：(i)半成品減少人民幣3.0百萬元，其中主要包括未完工的炊具，主要原因是我們於2022年3月停運自有生產線並過渡至完全外包及輕資產模式；及(ii)原材料及零部件減少人民幣2.4百萬元，主要原因是我們於上述過渡後減少採購原材料及零部件。

我們的存貨進一步大幅增至截至2023年12月31日的人民幣108.3百萬元，主要是由於我們儲備更多製成品以滿足快速增長的品牌業務的需求，特別是我們最受歡迎的Cosy、Ice Cream及Essential Woody等炊具產品系列。

我們的存貨進一步增加41.3%至截至2024年3月31日的人民幣153.0百萬元，主要是由於我們儲備更多製成品以滿足不斷增長的品牌業務的需求，特別是在我們銷售增長強勁的海外市場，包括美國、西歐及日本。

財務資料

下表載列我們截至所示日期的存貨賬齡分析：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
三個月內				
製成品.....	21.7	38.7	101.7	132.6
原材料及零部件.....	2.5	0.1	0.9	0.6
半成品.....	3.0	—	—	—
	27.2	38.8	102.6	133.2
三個月至六個月.....	2.4	1.9	4.6	17.0
六個月至九個月.....	0.3	0.9	0.7	2.3
九個月至一年.....	0.6	0.5	0.3	0.5
	30.5	42.2	108.3	153.0
一年以上.....	—	—	—	—
總計.....	30.5	42.2	108.3	153.0

下表載列我們於所示期間的平均存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	止三個月
平均存貨週轉天數 ⁽¹⁾	17.5	26.9	27.0	32.3

附註：

- (1) 平均存貨週轉天數相當於所示期間的期初及期末存貨結餘平均數除以該期間的銷售成本，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。

我們的平均存貨週轉天數由2021年的17.5天增至2022年的26.9天，主要是由於海外市場銷量增加，我們為應對相對較長的國際運輸時間而儲備更多製成品。平均存貨週轉天數於2023年保持穩定，為27.0天。截至2024年3月31日止三個月，我們的平均存貨週轉天數增至32.3天，主要是由於相對較長的國際運輸時間，我們在海外市場儲備更多製成品，以滿足品牌業務快速增長的需求。

截至2024年5月31日，已售出或使用截至2024年3月31日的存貨人民幣126.2百萬元(即82.5%)。

財務資料

貿易應收款項

貿易應收款項指就購買我們於日常業務過程中所銷售的商品而應收客戶及關聯方的未清償款項減減值撥備。下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
貿易應收款項.....	63.7	55.5	74.0	71.9
減：減值撥備.....	(0.1)	(0.2)	(0.1)	(0.1)
總計.....	<u>63.6</u>	<u>55.3</u>	<u>73.9</u>	<u>71.8</u>

我們的貿易應收款項(經扣除減值撥備)由截至2021年12月31日的人民幣63.6百萬元減少13.1%至截至2022年12月31日的人民幣55.3百萬元，主要是由於我們戰略性地轉移ODM業務資源，導致ODM客戶貢獻的貿易應收款項減少，而ODM客戶的信貸期及週轉天數通常較我們的品牌業務客戶長。我們的貿易應收款項(經扣除減值撥備)增加33.5%至截至2023年12月31日的人民幣73.9百萬元，主要是由於品牌業務收益增加。截至2024年3月31日，我們的貿易應收款項(經扣除減值撥備)保持相對穩定，為人民幣71.8百萬元。

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
三個月內.....	63.6	55.3	73.9	71.8
三個月至六個月.....	—	—	—	—
六個月至九個月.....	—	—	—	—
九個月至一年.....	0.1	—	—	—
一年以上.....	—	0.2	0.1	0.1
總計.....	<u>63.7</u>	<u>55.5</u>	<u>74.0</u>	<u>71.9</u>

財務資料

截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們的絕大部分貿易應收款項賬齡為三個月內。賬齡為九個月及以上的貿易應收款項包括ODM業務的貿易應收款項，已計入我們的減值撥備。

下表載列我們於所示期間的貿易應收款項週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	止三個月 2024年
貿易應收款項平均週轉天數 ⁽¹⁾ ..	33.6	28.3	14.9	13.1
貿易應收款項平均週轉天數				
— 品牌業務 ⁽²⁾	7.8	8.3	8.1	9.4
貿易應收款項平均週轉天數				
— ODM業務 ⁽³⁾	52.3	73.0	61.5	44.2

附註：

- (1) 貿易應收款項平均週轉天數相當於所示期間的期初及期末貿易應收款項總賬面值結餘平均數除以該期間的收益，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。
- (2) 貿易應收款項平均週轉天數 — 品牌業務相當於所示期間的期初及期末品牌業務貿易應收款項總賬面值結餘平均數除以該期間品牌業務的收益，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。
- (3) 貿易應收款項平均週轉天數 — ODM業務相當於所示期間的期初及期末ODM業務貿易應收款項總賬面值結餘平均數除以該期間ODM業務的收益，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。

貿易應收款項平均週轉天數由2021年的33.6天減至2022年的28.3天，再減至2023年的14.9天，主要是由於週轉天數較短的品牌業務貿易應收款項比例上升。截至2024年3月31日止三個月，貿易應收款項平均週轉天數維持相對穩定，為13.1天。

於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，品牌業務貿易應收款項平均週轉天數維持相對穩定，分別為7.8天、8.3天、8.1天及9.4天。

財務資料

ODM業務貿易應收款項週轉天數由2021年的52.3天增至2022年的73.0天，主要是由於Covid-19疫情導致海外ODM客戶的運輸時間增加。由於我們的ODM客戶於收到貨物後才付款，運輸時間延長導致我們的貿易應收款項週轉天數增加。隨著疫情措施取消，貨運服務逐漸恢復正常，有關週轉天數減少至2023年的61.5天。ODM業務的貿易應收款項平均週轉天數進一步減至截至2024年3月31日止三個月的44.2天，主要是由於客戶A(信貸期為45天)的銷售額佔ODM業務收益的比例較高。

截至2024年5月31日，已結清截至2024年3月31日的貿易應收款項人民幣71.5百萬元(即99.5%)。

預付款項、其他應收款項及其他流動資金

我們的預付款項、其他應收款項及其他流動資產主要包括：(i)其他應收款項，主要包括(a)支付予第三方電商平台或由第三方電商平台預扣的可退還按金，(b)可退還出口稅項，包括我們就我們於中國生產並隨後出口的貨物所支付的增值稅在特定月份可收取的退稅金額，及(c)應收關聯方永康市時集美貿易有限公司(「時集美」)、呂女士、浙江信傑工貿有限公司(「信傑」)及浙江樂昇恩的款項。詳情請參閱「—關聯方交易」；(ii)與我們籌備[編纂]相關的預付[編纂]開支；及(iii)將予扣減的進項增值稅。

財務資料

下表載列我們截至所示日期的預付款項、其他應收款項及其他流動資產明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
其他應收款項				
可退還按金	2.0	8.3	9.5	14.9
可退還出口稅項	6.4	1.8	11.9	4.8
應收關聯方款項	6.3	6.9	0.4	0.4
其他	0.1	0.8	0.2	0.2
	14.8	17.9	22.1	20.2
減：減值撥備	(0.2)	(0.2)	—	—
	14.6	17.7	22.0	20.2
預付[編纂]	—	—	[編纂]	[編纂]
將予扣減的進項增值稅	0.1	8.9	—	—
總計	14.7	26.5	24.0	24.6

我們的預付款項、其他應收款項及其他流動資產由截至2021年12月31日的人民幣14.7百萬元增加80.3%至截至2022年12月31日的人民幣26.5百萬元，主要是由於：(i)我們將予扣減的進項增值稅增加人民幣8.8百萬元，主要是由於隨著業務增長，我們向供應商的採購增加；及(ii)可退還按金增加人民幣6.3百萬元，主要是由於隨著我們在亞馬遜的銷量增長，亞馬遜預扣我們的可退還按金增加，用於潛在的客戶退款及信用卡交易失敗。上述部分被可退還出口稅項減少人民幣4.6百萬元所抵銷，主要是由於2022年12月的出口貨物總值低於2021年12月。截至12月31日的可退還出口稅項主要指我們就我們於中國生產並隨後出口的貨物所支付的增值稅在12月份可收取的退稅金額，並不代表我們在該年度收到的退稅總額。

我們的預付款項、其他應收款項及其他流動資產減少9.4%至截至2023年12月31日的人民幣24.0百萬元，主要是由於：(i)應收關聯方款項減少人民幣6.5百萬元，是由於清償貸款及應收時集美、呂女士及信傑的款項。詳情請參閱「— 關聯方交易」；及(ii)將予扣減的進項增值稅減少人民幣8.9百萬元，主要是由於我們的銷項增值稅超過了進項增值稅。上述部分被可退還出口稅項增加人民幣10.1百萬元所抵銷，主要是由於2023年12月的出口貨物總值高於2022年12月。

財務資料

我們的財務部門負責管理理財產品投資。我們與理財產品相關的投資策略旨在通過合理、謹慎地匹配投資組合的到期日與預期營運現金需求，盡量減低金融風險。我們主要投資於風險相對較低的理財產品，以盡量降低風險。我們會充分考慮多種因素，包括但不限於宏觀經濟環境、整體市況及投資的預期利潤或潛在虧損，根據具體個例作出與理財產品相關的投資決策。

貿易應付款項及應付票據

貿易應付款項指我們在正常業務過程中自供應商購買貨品或服務而須付款的責任。我們應付票據的到期日介乎六至十二個月。

下表載列截至所示日期貿易應付款項及應付票據明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
貿易應付款項	144.8	138.7	195.4	182.2
應付票據	137.2	137.5	163.2	243.2
總計	282.0	276.2	358.6	425.4

截至2021年及2022年12月31日，我們的貿易應付款項及應付票據保持相對穩定，分別為人民幣282.0百萬元及人民幣276.2百萬元。我們的貿易應付款項及應付票據增加29.8%至截至2023年12月31日的人民幣358.6百萬元，主要是由於自合約製造商購買的存貨隨著品牌業務的增長而增加。我們的貿易應付款項及應付票據增加18.6%至截至2024年3月31日的人民幣425.4百萬元，主要是由於應付票據增加人民幣80.0百萬元，主要歸因於我們增加炊具製成品的採購以滿足不斷增長的品牌業務的需求。

財務資料

下表載列截至所示日期根據發票日期貿易應付款項及應付票據的賬齡分析：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
三個月內	141.3	140.8	357.6	420.5
三個月至一年	136.6	132.7	0.6	4.5
超過一年	4.1	2.8	0.4	0.4
總計	<u>282.0</u>	<u>276.2</u>	<u>358.6</u>	<u>425.4</u>

截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，賬齡為三個月內的貿易應付款項及應付票據分別為人民幣141.3百萬元、人民幣140.8百萬元、人民幣357.6百萬元及人民幣420.5百萬元，分別佔截至同日貿易應付款項及應付票據總額的50.1%、51.0%、99.7%及98.9%。賬齡為三個月內的貿易應付款項及應付票據的絕對金額及佔比增加主要是由於我們向供應商的採購增加，與品牌業務的增長相符。截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們賬齡為三個月至一年的貿易應付款項及應付票據分別為人民幣136.6百萬元、人民幣132.7百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣4.5百萬元。截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們賬齡超過一年的貿易應付款項及應付票據分別為人民幣4.1百萬元、人民幣2.8百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣0.4百萬元。2023年，賬齡為三個月及以上的貿易應付款項及應付票據大幅減少主要是由於我們於2022年停運自有生產線並過渡至完全外包及輕資產模式後減少向供應商採購原材料及耗材，而該等款項獲授的信貸期通常較長。賬齡為三個月至一年的貿易應付款項及應付票據由截至2023年12月31日的人民幣0.6百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣4.5百萬元，主要是由於我們向為我們提供相對較長信貸期的供應商購買塗層材料。

財務資料

下表載列所示期間貿易應付款項及應付票據週轉天數：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
				止三個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
貿易應付款項及應付票據				
平均週轉天數 ⁽¹⁾	148.0	206.6	113.8	120.2
貿易應付款項平均週轉天數 ⁽²⁾ ..	86.8	104.9	59.9	57.9

附註：

- (1) 貿易應付款項及應付票據平均週轉天數等於所示期間的期初及期末貿易應付款項及應付票據結餘平均數除以該期間的銷售成本，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。
- (2) 貿易應付款項平均週轉天數等於所示期間的期初及期末貿易應付款項結餘平均數除以該期間的銷售成本，再乘以365天(完整年度期間)或90天(三個月期間)。

我們的貿易應付款項及應付票據平均週轉天數由2021年的148.0天增至2022年的206.6天，而我們的貿易應付款項平均週轉天數亦由2021年的86.8天增至2022年的104.9天，主要是由於我們增加採購炊具存貨，這是由於炊具供應商通常授予我們較長的信貸期，而我們向該等供應商開具更多的應付票據。

我們的貿易應付款項及應付票據平均週轉天數減至2023年的113.8天，而我們的貿易應付款項平均週轉天數亦減至2023年的59.9天，主要是由於該等產品的供應商一般給予我們較短的信貸期，導致採購非炊具存貨的貿易應付款項的比例增加。

截至2024年3月31日止三個月，我們的貿易應付款項及應付票據平均週轉天數及貿易應付款項平均週轉天數維持相對穩定，分別為120.2天及57.9天。

截至2024年5月31日，已結清截至2024年3月31日的貿易應付款項及應付票據人民幣181.8百萬元(即99.8%)。

財務資料

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應付關聯方的其他應付款項及應付稅項。下表載列截至所示日期其他應付款項及應計費用明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
其他應付稅項.....	4.2	6.3	4.7	7.2
應計運費.....	1.9	2.6	3.5	2.5
應付工資及福利.....	2.9	0.7	2.6	1.0
應付股利.....	—	50.0	—	100.0
應付關聯方款項.....	20.7	2.2	—	—
應計營銷及廣告開支.....	0.4	0.2	—	0.2
長期應付款項的即期部分.....	1.6	—	—	—
應付[編纂].....	—	—	—	[編纂]
其他 ⁽¹⁾	0.1	0.5	0.4	0.6
總計.....	31.8	62.5	11.2	114.7

附註：

(1) 指維修開支、辦公開支、手續費及測試開支。

其他應付款項及應計費用由截至2021年12月31日的人民幣31.8百萬元增加96.5%至截至2022年12月31日的人民幣62.5百萬元，主要是由於應付股利增加人民幣50.0百萬元，即我們於2022年宣派股利，隨後於2023年分派所致。上述增幅部分被應付關聯方款項因償還自呂女士借入的免息貸款而減少人民幣18.5百萬元所抵銷。請參閱「關聯方交易」。

其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣62.5百萬元進一步減少82.1%至截至2023年12月31日的人民幣11.2百萬元，主要是由於我們於2023年並無宣佈分派任何股利導致應付股利減至零。

其他應付款項及應計費用大幅增至截至2024年3月31日的人民幣114.7百萬元，主要是由於：(i)我們就於2024年3月4日向當時股東宣派股利應付股利人民幣100.0百萬元；及(ii)我們就[編纂]的[編纂]應付[編纂][編纂]。

財務資料

非流動資產及負債

下表載列截至所示日期非流動資產及負債：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
非流動資產				
物業、廠房及設備.....	17.4	115.4	11.0	10.1
使用權資產.....	61.0	58.4	6.9	6.1
長期銀行定期存款.....	104.5	81.1	80.1	184.8
遞延稅項資產.....	1.1	3.1	6.9	4.8
非流動資產總值.....	184.0	258.0	104.9	205.8
非流動負債				
非流動借款.....	—	37.3	—	—
長期租賃負債.....	2.2	0.8	2.0	2.1
遞延稅項負債.....	—	—	0.3	0.2
長期應付款項.....	8.5	—	—	—
非流動負債總額.....	10.7	38.1	2.3	2.3
資產淨值.....	70.3	137.3	222.6	212.2

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備由截至2021年12月31日的人民幣17.4百萬元大幅增至截至2022年12月31日的人民幣115.4百萬元，主要是由於：(i)我們當時的附屬公司港樂廚具建設宿舍設施及倉庫設施，其中一個項目截至2022年12月31日的賬面值為人民幣64.0百萬元，另一個項目截至2022年12月31日的賬面值為人民幣41.4百萬元；及(ii)我們增購運輸設備。

截至2023年12月31日，我們的物業、廠房及設備減少90.5%至人民幣11.0百萬元，主要是由於根據浙江卡羅特與浙江樂昇恩於2023年2月3日訂立的公司分立協議，港樂廚具自浙江卡羅特完成存續分立。根據該協議，浙江樂昇恩持有永康市地塊和其上所有建設項目及港樂廚具的全部股權，而港樂廚具持有位於浙江省武義縣的地塊和其上的兩個建設項目。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—本公司及主要附屬公司的重大股權變更—浙江卡羅特的重大股權變動—2023年2月完成浙江卡羅特的分立」。

財務資料

截至2024年3月31日，我們的物業、廠房及設備保持相對穩定，為人民幣10.1百萬元。

使用權資產

我們的使用權資產包括我們位於杭州的辦公室及部分廠房的土地使用權及租賃樓宇。使用權資產由截至2021年12月31日的人民幣61.0百萬元減少4.2%至截至2022年12月31日的人民幣58.4百萬元，主要是由於(i)租賃樓宇攤銷人民幣1.4百萬元，及(ii)土地使用權攤銷人民幣1.2百萬元。使用權資產再減少88.2%至截至2023年12月31日的人民幣6.9百萬元，主要是由於港樂廚具完成存續分立後，我們的土地使用權減少。我們的使用權資產進一步減少11.7%至截至2024年3月31日的人民幣6.1百萬元，主要是由於土地使用權攤銷。

長期應付款項

下表載列我們截至所示日期的長期應付款項明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
長期應付款項.....	10.1	—	—	—
減：長期應付款項的即期部分..	(1.6)	—	—	—
總計.....	8.5	—	—	—

我們的關聯方李志飛先生（「李先生」，呂女士的表兄弟）及浙江信傑工貿有限公司（「信傑」，由呂女士家族成員控制）於2016年自浙江泰隆商業銀行借入貸款人民幣7.4百萬元及於2018年3月自浙江稠州商業銀行借入人民幣12.0百萬元（統稱「相關貸款」），以解決信傑日常營運產生的流動資金需求。

就相關貸款而言，我們的主要附屬公司之一浙江卡羅特分別為李先生及信傑在相關貸款下的義務提供擔保（「相關擔保」）。於提供相關擔保的相關時間，浙江卡羅特（作為相關擔保的擔保人）由呂女士及章先生的父親章之慧先生分別擁有55%及45%的股權，其唯一董事為章先生的母親盧竹眉女士（「前任董事」）。

財務資料

於決定提供相關擔保時，前任董事及浙江卡羅特當時的股東已評估信傑的財務狀況，認為信傑處於正常運營狀態，在財務上有能力履行對銀行的還款責任。有鑑於此，並考慮到(i)並無損害任何其他股東(呂女士及章之慧先生除外)或債權人的權利，及(ii)向家族成員提供合理的財務資助(包括擔保)對私營企業而言無可厚非，尤其是信傑曾於2010年作為擔保人為浙江卡羅特自上海浦東發展銀行借入的貸款提供人民幣10.0百萬元的擔保，故我們的董事認為，前任董事及浙江卡羅特當時的股東對於提供相關擔保的決定於作出該決定的相關時間屬合理商業判斷。

2018年5月，李先生及信傑由於財務困難未能向銀行履行其還款責任。作為彼等的擔保人，我們承擔償還未償還貸款餘額的責任，隨後分別於2018年5月及9月與銀行簽訂還款協議，據此我們同意自2018年至2027年每年支付人民幣1.9百萬元。我們對銀行的總還款責任的原值約為人民幣19.4百萬元。於2018年，我們確認長期應付款項約人民幣16.0百萬元，即本次還款責任的現值。原值與現值之間人民幣3.4百萬元的差額為貼現影響，將在2018年至2027年確認為財務成本並解除。於2018年，我們確認其他應收款項人民幣16.0百萬元，即應收信傑款項，以及基於預期信貸虧損的信貸虧損撥備約人民幣13.0百萬元。截至2018年12月31日，應收信傑的其他款項(扣除信貸虧損撥備後)為人民幣3.0百萬元。

自2018年至2020年，我們根據還款協議每年向銀行支付人民幣1.94百萬元，於損益的財務成本合共計入約人民幣1.4百萬元。於2021年，我們向銀行支付人民幣1.94百萬元，確認財務成本約人民幣0.5百萬元。於2022年，我們根據還款協議提前悉數結清剩餘未償還款項人民幣10.5百萬元，於財務成本合共計入約人民幣0.4百萬元。

我們分別對李先生及信傑提起訴訟，追討我們作為其擔保人支付的款項，並分別於2021年8月及9月獲得了對我們有利的判決。於2021年10月，李先生及信傑與我們訂立了還款協議(「**還款協議**」)，據此，彼等同意向我們償還總額人民幣19.4百萬元，相當於我們作為擔保人代其向銀行支付的全部款項。還款計劃分為自2021年至2038年每年支付人民幣1.0百萬元，於2039年支付最後一筆款項人民幣1.4百萬元。董事認為，鑑於李先

財務資料

生及信傑的財務狀況不斷惡化，實際上最有可能履行上述在較長期間內分期付款的還款協議，符合我們的最佳利益。根據還款協議，李先生及信傑於2021年、2022年及2023年每年向我們償還人民幣1.0百萬元。截至2023年12月31日，應收信傑的其他款項(扣除信貸虧損撥備後)為零。

除上述外，於業績紀錄期前及期間直至最後實際可行日期，李先生、信傑或彼等各自的聯繫人與我們並無任何其他交易、融資或資金流動。

此後，我們加強企業管治及內部控制措施，禁止向外部方提供擔保及向關聯方提供貸款。具體而言，我們已修訂外部貸款管理政策，對擬向外部各方提供貸款實行更嚴格的逐步審查程序。我們的財務部門首先編寫貸款建議書，然後由財務經理審核，最後由總經理審核。僅當以下條件滿足方能獲得貸款：(i)借款方須為經營性商業企業或個人，有足夠的資金來源在貸款到期日之前償還本金及利息；及(ii)貸款合約規定的利率須為中國人民銀行規定的同期貸款利率的兩倍。我們的外部貸款管理政策明確禁止關聯方貸款及對外提供擔保。董事認為，該等措施足以防止未來再次發生類似事件。

流動資金及資本資源

概述

於業績紀錄期直至最後實際可行日期，我們主要以營運及銀行借款所得現金滿足現金需求。截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣97.7百萬元、人民幣42.5百萬元、人民幣236.1百萬元及人民幣264.2百萬元。我們的現金及現金等價物包括手頭現金、金融機構活期存款以及其他原始期限不超過三個月的短期高流動性投資(可輕鬆轉換為已知金額的現金，且價值變動風險較低)。

展望未來，相信我們的流動資金需求可通過經營活動所得現金、不時從資本市場籌集的其他資金以及[編纂][編纂]滿足。預計未來為我們的運營提供資金的融資可用性不會有任何變化。

財務資料

營運資金充足性

考慮到我們可動用的財務資源(包括手頭現金及現金等價物、內部所得資金及[編纂]估計[編纂])，董事認為，我們有足夠的營運資金可滿足目前及自本文件日期起計未來12個月的需求。

現金流

下表載列所示期間的節選現金流報表資料：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			(未經審核)	
經營活動所得現金流淨額	122.0	128.7	243.9	(29.4)	122.1
投資活動(所用)／所得					
現金流淨額	(95.5)	(184.0)	48.1	73.5	(92.2)
融資活動所得／(所用)					
現金流淨額	34.9	0.6	(98.2)	(0.6)	(1.7)
現金及現金等價物					
增加／(減少)淨額	61.4	(54.7)	193.8	43.5	28.2
年初現金及現金等價物	36.3	97.7	42.5	42.5	236.1
匯率變動對現金及					
現金等價物的影響	—	(0.5)	(0.2)	(0.2)	(0.1)
年末現金及現金等價物	97.7	42.5	236.1	85.8	264.2

經營活動所得／(所用)現金流

我們的經營活動所得現金流包括品牌業務及ODM的收益。經營活動所得現金流反映：
 (i)除稅前利潤，已就非現金及非營運項目(例如財務成本、物業、廠房及設備與使用權資產折舊及匯兌差異淨額)作出調整；及(ii)營運資金變動的影響。

財務資料

截至2024年3月31日止三個月，我們經營活動所得現金為人民幣122.1百萬元。該金額代表我們的除稅前利潤人民幣105.6百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)物業、廠房及設備以及使用權資產折舊人民幣1.2百萬元；及(ii)財務成本人民幣0.7百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣66.7百萬元，主要歸因於我們向供應商採購更多製成品(特別是炊具)以滿足不斷增長的品牌業務的需求；及(ii)隨着我們的業務增長，我們的存貨亦增加人民幣44.7百萬元。

截至2023年3月31日止三個月，我們經營活動所用現金為人民幣29.4百萬元。該金額代表我們的除稅前利潤人民幣64.6百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)財務成本人民幣1.3百萬元；(ii)匯兌差異淨額人民幣1.1百萬元；及(iii)物業、廠房及設備以及使用權資產折舊人民幣0.9百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣45.3百萬元，主要歸因於我們於2023年第一季度結算應付供應商的款項；(ii)其他營運資產增加人民幣28.0百萬元，主要歸因於其他應收款項增加，其他應收款項涉及(a)海外銷售增加產生的出口退稅，及(b)支付予平台的按金，主要包括我們因於亞馬遜的銷量增長而為亞馬遜退款預留的款項；及(iii)隨着我們的業務增長，我們的存貨增加人民幣15.5百萬元。

2023年，我們經營活動所得現金為人民幣274.3百萬元。該金額代表我們的除稅前利潤人民幣278.3百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)財務成本人民幣7.1百萬元；(ii)物業、廠房及設備與使用權資產折舊人民幣4.5百萬元；及(iii)股份支付開支人民幣1.6百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣82.4百萬元，主要是由於隨著業務擴張我們向供應商增加採購；(ii)存貨增加人民幣66.1百萬元，主要是由於我們為滿足品牌業務快速增長的需求而增加製成品存貨；及(iii)貿易應收款項隨收益增長而增加人民幣18.7百萬元。

2022年，我們經營活動所得現金為人民幣134.8百萬元。該金額代表我們的除稅前利潤人民幣126.5百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)物業、廠房及設備與使用權資產折舊人民幣4.4百萬元；(ii)財務成本人民幣2.3

財務資料

百萬元；(iii)出售物業、廠房及設備虧損人民幣2.0百萬元；及(iv)匯兌差異淨額人民幣1.7百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為(i)其他營運負債增加人民幣14.3百萬元，主要是由於我們增加薪資普遍較高的銷售人員，導致僱員平均薪金增加，從而導致工資金額增加所致；及(ii)存貨隨著銷量增長而增加人民幣11.7百萬元。

2021年，我們經營活動所得現金為人民幣124.4百萬元。該金額代表我們的除稅前利潤人民幣36.0百萬元，已就非現金及非營運項目作出調整。該等非現金及非營運項目主要為(i)物業、廠房及設備與使用權資產折舊人民幣5.7百萬元及(ii)財務成本人民幣3.3百萬元。該金額亦已進一步就若干營運資金賬目變動作出調整。該等賬目變動主要為：(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣118.9百萬元，主要是由於隨著業務增長，我們增加向供應商的採購；(ii)其他營運負債增加人民幣18.8百萬元，主要是由於僱員平均薪金增加導致工資金額增加所致；(iii)其他營運資產增加人民幣18.4百萬元，主要是由於隨著我們亞馬遜的銷量增長，我們增加為該平台退款預留的款項；及(iv)貿易應收款項隨收益增長而增加人民幣15.1百萬元。

投資活動所得／(所用)現金流

我們的投資活動現金流出主要包括按公平值計入損益的金融資產所付款項、短期銀行定期存款、長期銀行定期存款、物業、廠房及設備及使用權資產。投資活動現金流入主要包括出售按公平值計入損益的金融資產所得款項、短期銀行定期存款及長期銀行定期存款。

截至2024年3月31日止三個月，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣92.2百萬元，主要是由於長期銀行定期存款所付款項人民幣104.0百萬元，惟部分被短期銀行定期存款所得款項人民幣8.3百萬元(經扣除短期銀行定期存款所付款項)所抵銷。

截至2023年3月31日止三個月，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣73.5百萬元，主要是由於(i)出售按公平值計入損益的金融資產所得款項人民幣40.2百萬元，主要與銷售低風險非保本短期理財產品有關，惟部分被按公平值計入損益的金融資產所付款項人民幣10.1百萬元所抵銷，主要與購買同類理財產品有關；及(ii)短期銀行定期存款所得款項為人民幣43.7百萬元。

財務資料

2023年，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣48.1百萬元，主要是由於出售按公平值計入損益的金融資產所得款項人民幣260.3百萬元，主要與銷售低風險非保本短期理財產品有關，惟部分被按公平值計入損益的金融資產所付款項人民幣210.1百萬元所抵銷，主要與購買同類理財產品有關。

2022年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣184.0百萬元，主要是由於：(i)物業、廠房及設備付款人民幣117.4百萬元，主要與港樂廚具持有的建設項目有關；及(ii)短期銀行定期存款所付款項人民幣77.4百萬元。

2021年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣95.5百萬元，主要是由於：(i)土地使用權付款人民幣57.0百萬元，主要是由於我們收購永康市地塊及浙江省武義縣地塊；(ii)按公平值計入損益的金融資產付款人民幣562.9百萬元，主要與購買低風險非保本短期理財產品有關，惟部分被出售按公平值計入損益的金融資產所得款項人民幣544.4百萬元所抵銷，主要與銷售同類理財產品有關；(iii)長期銀行定期存款所付款項人民幣29.0百萬元，惟部分被長期銀行存款所得款項人民幣16.3百萬元所抵銷；及(iv)物業、廠房及設備付款人民幣13.7百萬元，主要是由於為自有生產線購買生產設備，惟部分被出售物業、廠房及設備及使用權資產所得款項人民幣3.0百萬元所抵銷。

融資活動所得／(所用)現金流

我們的融資活動現金流入包括吸納投資收到的金額及借款所得款項。融資活動現金流出包括償還借款、向股東派發股利及支付租賃負債與[編纂]開支。

截至2024年3月31日止三個月，我們的融資活動所用現金淨額為[編纂]，主要是由於我們就籌備[編纂]作出[編纂]付款。

截至2023年3月31日止三個月，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣0.6百萬元，主要是由於根據重組視作根據資產處置向股東分派人民幣0.5百萬元。

財務資料

2023年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣98.2百萬元，主要是由於(i)視作根據重組向股東分派人民幣67.7百萬元；(ii)向當時股東支付股利人民幣50.0百萬元；及(iii)償還借款人民幣19.2百萬元。上述情況部分被我們根據視作向股東分派收取的所得款項淨額人民幣38.2百萬元所抵銷。

2022年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣0.6百萬元，主要是由於：(i)借款所得款項人民幣50.7百萬元，惟部分被借款還款人民幣34.4百萬元所抵銷；及(ii)自股東收到的現金注資人民幣5.9百萬元。上述情況部分被向關聯方償還貸款人民幣18.5百萬元(與我們償還呂女士的一筆免息貸款有關)所抵銷。請參閱「—關聯方交易」。

2021年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣34.9百萬元，主要是由於：(i)借款所得款項人民幣47.6百萬元，惟部分被借款還款人民幣16.5百萬元所抵銷；及(ii)自股東收到的現金注資人民幣19.1百萬元。上述情況部分被向關聯方償還貸款人民幣12.5百萬元(與我們償還呂女士的一筆免息貸款有關)所抵銷。請參閱「—關聯方交易」。

債務

於業績紀錄期，我們的債務包括流動借款、非流動借款、流動租賃負債及長期租賃負債。截至2024年4月30日(即就債務報表而言的債務日期)，我們的債務總額為人民幣9.9百萬元。截至2024年4月30日，我們並無尚未動用的銀行融資。

財務資料

下表載列我們截至所示日期的債務結餘及明細：

	截至12月31日			截至3月31日	截至4月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年
	(人民幣百萬元)				
	(未經審核)				
流動借款	39.2	19.2	5.0	5.0	5.0
非流動借款	—	37.3	—	—	—
流動租賃負債	1.2	1.4	2.7	2.7	2.8
非流動租賃負債	2.2	0.8	2.0	2.1	2.1
應付關聯方其他款項	18.5	—	—	—	—
總計	61.1	58.7	9.7	9.8	9.9

我們的流動借款由有擔保短期銀行貸款組成。流動借款由截至2021年12月31日的人民幣39.2百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣19.2百萬元，再減少至截至2023年12月31日的人民幣5.0百萬元，是由於我們償還為購買永康市地塊及浙江省武義縣地塊提供資金而於2021年借入的貸款所致。

截至2022年12月31日，我們的非流動借款為人民幣37.3百萬元，包括我們就為港樂廚具持有的建設項目提供資金而借入的有擔保銀行貸款。港樂廚具於2023年初分拆後，截至2023年12月31日，我們的非流動借款為零，是由於上述貸款在港樂廚具名下。截至2021年12月31日，屬非貿易性質的應付關聯方其他款項為人民幣18.5百萬元(包括呂女士提供的一筆免息貸款)，我們已於2022年悉數償還。請參閱「關聯方交易」。

董事確認，截至最後實際可行日期，本公司未償還債務概無重大契諾，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期亦無違反任何契諾。董事進一步確認，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們在取得銀行貸款及其他借款方面並無遇到任何困難，亦無拖欠銀行貸款及其他借款或違反契諾。

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，我們並無任何重大按揭、質押、債權證、已發行但未償還或同意發行的借貸資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他債務、融資租賃或租購承擔、承兌負債(一般貿易票據除外)、承兌信貸(不論是否有擔保、無

財務資料

擔保、有抵押或無抵押)或擔保。董事確認於2024年4月30日直至本文件日期，債務並無任何重大變動。

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

我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備與土地使用權。下表載列我們於所示期間的資本開支：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	止三個月
				2024年
	(人民幣百萬元)			
就物業、廠房及設備所付現金.....	13.7	117.4	5.9	—
就土地使用權所付現金.....	57.0	—	—	—
總計.....	70.7	117.4	5.9	—

於業績紀錄期，我們的資本開支主要用於購買地塊，即永康市地塊及位於浙江省武義縣的地塊，以及港樂廚具於2021年及2022年持有的建設項目的物業、廠房及設備。請參閱「歷史、重組及公司架構 — 本公司及主要附屬公司的重大股權變更 — 浙江卡羅特的重大股權變動 — 2023年2月完成浙江卡羅特的分立」。於2021年、2022年及2023年與截至2024年3月31日止三個月，我們的資本開支總額分別為人民幣70.7百萬元、人民幣117.4百萬元、人民幣5.9百萬元及零。

資本承擔

截至2021年及2022年12月31日，我們的資本承擔分別為人民幣113.5百萬元及人民幣57.4百萬元，主要有關我們當時的附屬公司港樂廚具持有的建設項目。截至2023年12月31日，於港樂廚具分立後，我們並無重大資本承擔。截至2024年3月31日，我們並無重大資本承擔。有關資本承擔的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告歷史財務資料附註31。

財務資料

關鍵財務比率

下表載列我們於所示期間的關鍵財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至2024年 3月31日／截至 2024年3月31日 止三個月
	2021年	2022年	2023年	
	負債權益比率 ⁽¹⁾	60.5%	42.8%	4.4%
資產負債比率 ⁽²⁾	9.7%	10.6%	1.5%	1.2%
流動比率 ⁽³⁾	0.7	0.8	1.3	1.0
股本回報率 ⁽⁴⁾	44.9%	79.0%	106.2%	166.8%
資產回報率 ⁽⁵⁾	7.2%	19.6%	37.2%	44.5%

附註：

- (1) 負債權益比率相當於截至所示期末的負債總額（包括流動及非流動借款及租賃負債）除以權益總額。
- (2) 資產負債比率相當於截至所示期末的負債總額（包括流動及非流動借款及租賃負債）除以資產總值。
- (3) 流動比率相當於截至所示期末的流動資產總值除以流動負債總額。
- (4) 股本回報率相當於所示期間的淨利潤除以截至該期末的權益總額。截至2024年3月31日止三個月的股本回報率已乘以四進行年化。因此，年化股本回報率未必能反映截至2024年12月31日止年度全年的股本回報率。投資者不應過度依賴該數據。
- (5) 資產回報率相當於所示期間的淨利潤除以截至該期末的資產總值。截至2024年3月31日止三個月的資產回報率已乘以四進行年化。因此，年化資產回報率未必能反映截至2024年12月31日止年度全年的資產回報率。投資者不應過度依賴該數據。

負債權益比率

我們的負債權益比率由截至2021年12月31日的60.5%減少至截至2022年12月31日的42.8%，主要是由於我們權益總額的增幅超過負債總額的增幅。權益總額增加主要是由於：(i)年內利潤增加導致保留盈利增加人民幣48.6百萬元；及(ii)將外幣轉換成人民幣導致其他儲備增加人民幣18.5百萬元。

2023年，我們的負債權益比率進一步大幅下降至4.4%，原因是：(i)我們的債務總額減少人民幣48.9百萬元，主要是由於非流動借款減少人民幣37.3百萬元及流動借款減少

財務資料

人民幣14.2百萬元；及(ii)權益總額增加人民幣85.4百萬元，主要是由於(a)本年度利潤增加致使保留盈利增加人民幣237.1百萬元，及(b)股份溢價增加人民幣137.2百萬元，是由於新投資者注資，惟部分被儲備減少人民幣290.8百萬元所抵銷，主要是由於港樂廚具完成存續分立。請參閱「歷史、重組及公司架構—本公司及主要附屬公司的重大股權變更—浙江卡羅特的重大股權變動—2023年2月完成浙江卡羅特的分立」。

截至2024年3月31日止三個月，我們的負債權益比率保持相對穩定，為4.6%。

資產負債比率

我們的資產負債比率截至2021年及2022年12月31日分別為9.7%及10.6%，相對穩定。我們的資產負債比率截至2023年12月31日減至1.5%，主要是由於「—負債權益比率」所討論的債務總額減少及權益總額增加。截至2024年3月31日，我們的資產負債比率保持相對穩定，為1.2%。

流動比率

我們的流動比率截至2021年及2022年12月31日分別為0.7及0.8，相對穩定。我們的流動比率截至2023年12月31日增至1.3，主要是由於流動資產的增幅超過流動負債的增幅。流動資產增加主要是由於：(i)現金及現金等價物增加人民幣193.6百萬元；及(ii)存貨增加人民幣66.1百萬元。截至2024年3月31日，我們的流動比率保持相對穩定，為1.0。

股本回報率

我們的股本回報率由2021年的44.9%增至2022年的79.0%，進一步增至2023年的106.2%，並增至截至2024年3月31日止三個月的166.8%(年化)，主要是由於年內利潤大幅增加。

資產回報率

我們的資產回報率由2021年的7.2%增加至2022年的19.6%，進一步增至2023年的37.2%，並增至截至2024年3月31日止三個月的44.5%(年化)，主要是由於年內利潤大幅增加。

財務資料

關聯方交易

下表載列截至所示日期我們與關聯方的結餘明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣百萬元)			
貿易性質				
應收時集美貿易款項	2.3	—	—	—
應收浙江樂昇恩其他款項	—	—	0.4	0.4
應付楊溪款項	(4.5)	—	—	—
應付時集美其他款項	(2.2)	(2.2)	—	—
應付浙江樂昇恩的租賃負債	—	—	(4.0)	(4.0)
	<u>(4.4)</u>	<u>(2.2)</u>	<u>(3.6)</u>	<u>(3.6)</u>
非貿易性質				
應收關聯方其他款項	6.3	6.9	—	—
應付關聯方其他款項	<u>(18.5)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
總計	<u>(16.6)</u>	<u>4.7</u>	<u>(3.6)</u>	<u>(3.6)</u>

於業績紀錄期，我們與關聯方訂立屬貿易性質的交易，主要包括：(i)永康市時集美貿易有限公司（「時集美」），一家主要從事家居用品銷售的公司，由呂女士的近親控制；(ii)永康市楊溪彩印包裝廠（「楊溪」），一家由呂女士控制的包裝材料供應商；及(iii)浙江樂昇恩，由章先生及呂女士控制。有關該等交易的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告歷史財務資料附註34。

屬非貿易性質的應收關聯方其他款項主要包括：(i)於2021年向時集美提供的免息貸款人民幣4.0百萬元，已於2023年悉數償還予我們；(ii)截至2021年12月31日應收信傑款項人民幣2.0百萬元，信傑根據與我們訂立的協議已於2022年及2023年分別向我們支付人民幣1.0百萬元及人民幣1.0百萬元；及(iii) 2022年向呂女士提供的免息貸款人民幣1.9百萬元，已於2023年悉數償還予我們。

屬非貿易性質的應付關聯方其他款項包括呂女士提供的免息貸款人民幣18.5百萬元，我們已於2022年悉數償還。截至2024年3月31日，應付關聯方款項均已結清。

財務資料

截至最後實際可行日期，我們已結清所有應收及應付關聯方的非貿易款項。**[編纂]**後任何關聯方交易均將按照適用上市規則進行。

董事認為，本文件附錄一會計師報告附註34所載各項關聯方交易(i)均按正常商業條款基於公平原則進行，公平合理，符合股東整體利益；及(ii)並無歪曲我們於業績紀錄期的財務業績，或致使我們的歷史業績不能反映未來表現。

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外安排。

金融風險披露

我們的活動使我們面對多種金融風險：外匯風險、現金流及公平值利率風險、信貸風險及流動資金風險。我們的整體風險管理計劃側重於金融市場的不可預測性，並力求將對我們財務業績的潛在不利影響降至最低。於業績紀錄期，我們並無使用任何衍生金融工具對沖若干風險。

有關我們金融風險因素的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告歷史財務資料附註3.1。

股利及股利政策

向股東分派的股利於股利獲股東或董事(視情況而定)批准的期間確認為負債。於業績紀錄期，我們於2022年宣派股利人民幣50.0百萬元，其後於2023年分派。於2024年3月4日，我們已向當時股東宣派股利人民幣100.0百萬元。其後，我們於2024年4月19日支付上述股利10.0百萬美元，並於2024年5月17日前支付剩餘金額。請參閱「— 近期發展」。

我們計劃於**[編纂]**前採納一般年度股利政策，即在扣除任何併購的重大資本開支成本及併購成本後，每年宣派及派付不少於未來可分派淨利潤[20.0]%的股利。日後的任何股利宣派及派付將會根據經營業績、現金流、財務狀況、股東權益、一般業務狀況

財務資料

及策略、資本要求、未來業務前景、我們派付股利的法定及監管限制以及董事會可能認為相關的其他因素決定。

我們為根據開曼群島法例註冊成立的控股公司。因此，任何未來股利的派付及其金額亦將取決於我們可否自附屬公司收取股利。根據開曼群島法例，有累計虧損的財務狀況不一定會限制我們向股東宣派及派付股利，原因是不論我們有否盈利，我們仍可以股份溢價賬宣派及派付股利，前提是緊隨派付相關股利後，本公司仍能夠於一般業務過程中償還到期負債。

中國法律亦規定外商投資企業須劃撥至少10%的除稅後利潤至法定公積金，直至法定公積金的累計金額達致該企業註冊資本(如有)的50%或以上，而法定公積金不得作為現金股利分派。

可供分派儲備

截至2024年3月31日，我們有人民幣416.1百萬元可供分派儲備，可用作向股東進行分派。

上市規則規定的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，並無出現會導致根據上市規則第13.13至13.19條的規定須作出披露的任何情況。

[編纂]

[編纂]開支包括就[編纂]及[編纂]而產生的專業費用、[編纂]及其他費用。假設[編纂]為每股[編纂][編纂](指示性[編纂]的中間價)，且並無行使[編纂]，我們估計[編纂]將約為[編纂]，相當於[編纂]約[編纂]，包括(i)[編纂]費用約[編纂]；及(ii)非[編纂]相關[編纂]約[編纂]，包括(a)[編纂]約[編纂]；(b)法律顧問及申報會計師[編纂]約[編纂]；及(c)其他[編纂]約[編纂]。於業績紀錄期，我們產生[編纂]開支約[編纂]，已於合併損益表扣除。我們預計於[編纂]完成後將進一步產生[編纂]約[編纂]，其中約[編纂]預計將於合併損益表扣除，約

財務資料

[編纂]預計將自權益中扣除。上述[編纂]為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考，實際金額可能與該估計不同。

未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表

以下本集團未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29條編製，以說明假設[編纂]未獲行使，[編纂]對截至2024年3月31日本公司擁有人應佔本集團有形資產淨值的影響（猶如[編纂]已於該日進行）。

編製未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表僅供說明之用，由於其假設性質，故未必能真實反映倘[編纂]截至2024年3月31日或任何未來日期完成時本公司擁有人應佔有形資產淨值的情況。

	截至2024年 3月31日本公司 擁有人應佔 本集團經審核 合併有形 資產淨值		截至2024年 3月31日本公司 擁有人應佔 未經審核[編纂] 經調整有形 資產淨值		每股[編纂] 未經審核[編纂] 經調整有形資產淨值	
		[編纂] 估計[編纂] ⁽²⁾			人民幣元	港元 ⁽¹⁾
		(人民幣百萬元)				
按[編纂]每股股份						
[編纂]計算.....	212.3	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股股份						
[編纂]計算.....	212.3	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 截至2024年3月31日本公司擁有人應佔經審核合併有形資產淨值摘錄自本文件附錄一所載會計師報告，乃根據截至2024年3月31日本公司擁有人應佔本集團經審核合併資產淨值約人民幣212,255,000元計算。
- (2) [編纂]估計[編纂]分別按指示性[編纂]每股[編纂][編纂]及[編纂]（即所列[編纂]的下限至上限）及根據[編纂]預期將發行的[編纂]計算得出，經扣除本公司應付的[編纂]及其他相關[編纂]（不包括於2024

財務資料

年3月31日前已計入本集團合併損益表的[編纂][編纂])，且並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份或本公司根據一般授權而可能發行或回購的任何股份。

- (3) 假設[編纂]已於2024年3月31日完成，每股[編纂]未經審核[編纂]經調整有形資產淨值乃經作出上述調整後，按照[編纂]股已發行股份計算得出，惟並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份或本公司根據一般授權而可能發行或回購的任何股份。
- (4) 就未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表而言，以人民幣列賬的金額按1.00港元兌人民幣[0.9065]元的匯率換算為港元。概不表示人民幣金額已經、應已或可以按該匯率換算為港元，反之亦然。
- (5) 除上文所披露者外，並無作出任何調整以反映本集團於2024年3月31日後的任何經營業績或訂立的其他交易。

未來計劃及[編纂]

未來計劃

關於我們未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的策略」。

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]（即[編纂]每股[編纂][編纂]至[編纂]的中間價），且假設[編纂]未獲行使，扣除[編纂]及我們就[編纂]已付及應付的其他估計費用後，估計我們將自[編纂]收到[編纂]約[編纂]。

我們計劃將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 約[編纂]（或[編纂]）預期將用於尋求收購及投資機遇。
- 約[編纂]預期將用於收購老牌知名炊具品牌的大部分股權或與彼等成立合營企業，通過打造高端炊具產品線以增強我們的品牌定位。我們的主要目標包括補充我們現有產品的不粘鍋品牌，以及提供鑄鐵及不鏽鋼材料製成的高端產品的品牌。為建立高端炊具產品線，我們根據目標公司於當地的市場地位優先考慮收購或組建合營企業。對於主要通過線上銷售的目標公司，我們要求其在其所屬線上類別中排名前十。對於主要在線下運營的目標公司，我們於當地市場尋求至少5%的市場份額。財務方面，目標公司必須證明現金流為正，存貨週轉天數不超過70天，平均應收賬款週轉天數在兩個月內。根據灼識諮詢的資料，2023年，中國境內及境外分別有100多家及200多家目標公司符合我們的上述選擇標準。截至最後實際可行日期，我們並未發現任何收購或成立合營企業的目標。

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]預期將用於收購新興炊具及家居用品品牌的大部分股權或與彼等成立合營企業，以擴大我們的產品組合。具體而言，我們將在全球範圍內尋找專門開發及生產廚房電器及其他家居用品等炊具以外產品的成長期品牌。理想的候選者為規模比我們小但具有巨大發展及創新潛力的品牌，即使彼等的銷售渠道及供應鏈尚未完全發展成熟。另外，該等品牌的管理團隊應具備敏銳的市場洞察力，致力於產品創新，且有能力發展動態品牌。對於該等潛在收購及投資，我們將高度重視產品開發能力。我們將根據候選人推出新產品的速度及市場對新產品的反饋評估候選人。我們優先考慮每年推出新產品300餘項、具備自主研發能力、研發支出佔年收入5%以上且年收入超過人民幣200百萬元的企業。根據灼識諮詢的資料，2023年，中國境內及境外分別有100多家及200多家目標公司符合我們的上述選擇標準。截至最後實際可行日期，我們並未發現任何收購或投資目標。
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於產品研發。該投資將(i)支持研發工作，藉以提升我們不粘鍋的實用功能；(ii)為新產品研發提供資金，以擴大我們的產品範圍，包括擴大刀具系列及推出其他飲具及廚房小家電，尤其是針對國際市場；及(iii)為建立新研發實驗室及招聘專業技術人員提供資金。

未來計劃及[編纂]

下表載列我們截至本文件日期的研發計劃、具體目標及實施計劃。

研發目標	研發方法	實施計劃
<p>1. 開發與各種爐灶兼容的炊具：目前，我們的炊具與燃氣灶及其他自熱爐兼容，部分型號適用於電磁爐。考慮到電磁爐在我們的目標市場越來越受歡迎，我們的主要研發目標是提高炊具與電磁爐的兼容性。我們發現的挑戰之一涉及較小的炊具，例如16厘米的牛奶鍋，它們的底座面積有限，在部分電磁爐上表現不佳。為解決該問題，我們計劃開發一種改進磁性的底座，確保小型炊具功能亦能與電磁爐一起以最佳方式運行。</p>	<p>1. 與第三方合作：我們的方法包括與第三方合作夥伴合作研發，重點關注已與我們建立牢固關係並以創新能力聞名的供應商。</p> <p>2. 內部研發：此外，我們還計劃建立一個專門的實驗室，並招聘技術工程師和管理人員。我們正在組建一支由20至30名專業人員組成的技術團隊，其中包括兩名具有豐富的重大研發項目領導經驗的技術經理及具有相關技術領域碩士學位及三年行業經驗的工程師。該實驗室將配備先進的測試及製造設備，以滿足我們的開發需求。</p>	<p>研發目標1及2：我們初期將專注於開發炊具底座，為此項任務組建一個20人的團隊(預期年薪介於人民幣100,000元至人民幣500,000元)，並於中國永康建立必要的實驗室設施。我們預計於2025年啟動該研發階段，並計劃在實驗室設置、設備採購及原材料方面進行大量投資。我們的目標是於2026年年底完成底座的材料選擇及工藝開發，並於2027年年初開始小規模生產。我們計劃於今年年底將新底座完全納入產品線，並將其推向市場。</p> <p>研發目標3及4：我們將組建一個由5至10名研發人員組成的團隊(預期年薪介於人民幣200,000元至人民幣500,000元)，與一至兩個選定供應商合作，專注於開發及測試新的塗層材料。我們計劃於2025年上半年選定供應商，並在不久後開始合作。我們計劃於2026年年中完成開發及測試階段，然後收集市場反饋，準備於2027年更廣泛地推出新塗層。我們預計至2028年該等新塗層將用於我們90%以上的炊具系列。</p>

未來計劃及[編纂]

研發目標	研發方法	實施計劃
<p>2. 用於電磁爐的節能不粘鍋： 我們的目標是創造一種不僅能增強磁感應，而且能更有效地集中熱量的底座，從而實現更快、更節能的烹飪。</p>		
<p>3. 不粘鍋：我們的市場研究表明，與傳統的鐵炊具相比，客戶認為不粘鍋的主要缺點是使用壽命有限，大約只有一年。為解決該問題，我們計劃開發一種更耐用的塗層，以顯著延長不粘鍋的使用壽命。我們的目標是與塗料供應商合作，將塗料的耐久性提高一倍。</p>		
<p>4. 開發耐高溫衝擊的塗料：鑑於中國市場的重要性，而在中國，炒菜等快速、高溫的烹飪方法很常見，我們計劃開發新材料並優化現有塗料，以承受快速溫度變化。</p>		
<ul style="list-style-type: none">• 約[編纂] (或[編纂]) 預期將用於擴張銷售渠道，包括(i)與更多線上平台合作以增加我們在主要市場的市場份額；(ii)投資於有針對性的營銷舉措以提高品牌知名度；及(iii)組建及擴充本地運營團隊，以支持市場整合和擴張。		

具體而言，我們的目標是通過提高品牌知名度及市場滲透率，大幅提高我們在西歐及東南亞的市場佔有率。

未來計劃及[編纂]

- (i) **西歐市場：**我們的品牌目前在德國、英國、法國、西班牙及意大利等主要國家的市場滲透率不斷提高，為擴張提供了巨大機會。根據灼識諮詢報告，西歐的炊具行業明顯分散。提高我們的品牌知名度將有助於從競爭對手手中奪取市場份額。此外，由於全球公認的炊具品牌通常來自歐洲，因此增加我們在歐洲的市場份額具有重要的戰略意義。我們的目標是於未來幾年內大幅增加我們在主要線上市場的市場份額，在主要平台排名炊具品類之首。

為提高我們在西歐市場的知名度，我們計劃推出有針對性的線上廣告，增加我們在當地線上市場的足跡，同時也會參加更多線下貿易展覽。我們致力於壯大西歐運營團隊，並組建專門的產品設計及開發部門。該等團隊將與當地線上市場積極合作，確保市場更好整合。該等計劃的資金將主要用於加強我們的線上推廣工作，包括平台廣告、與YouTube網紅合作以及社交媒體活動。此外，有關資金將用於參加當地貿易展覽，以更深入地了解市場偏好，以及增強運營團隊，以有效滿足不斷變化的市場需求。

- (ii) **東南亞市場：**根據灼識諮詢報告，我們的品牌在東南亞已經受到一定程度的認可，按零售額計算，我們於2023年在東南亞線上炊具市場的市場份額為8.6%。我們的目標是在五年內成為炊具類別的市場領導者，策略重點是將泰國和越南作為主要擴張市場。我們進入該等市場的方法包括在TikTok、Lazada及Shopee等流行線上平台建立主導地位，同時與當地關鍵意見領袖合作推廣。與我們在西歐的努力類似，我們的計劃包括壯大東南亞運營團隊，並組建專門的產品設計及開發團隊。由於勞工成本較低，我們將優先在東南亞組建當地運營團隊。該等計劃的資金將主要用於我們的線上推廣活動，以提高我們在該地區的知名度，亦會用於在越南及泰國組建當地團隊管理招聘及行政事務。此外，考慮到不同市場的消費者具有不同的偏好和期望，有關資金將用於研究當地對炊具的偏好。我們將分配資源，通過市場調研了解目標市場的有關偏好及期望，包括收集市場反饋，確保我們的產品開發及推出能有效滿足消費者需求。

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂](或[編纂])預期將用於ESG相關投資。
 - (i) 我們計劃建立一個ESG研發中心，專注於開發更加節能、環保、可持續的材料及模具。該計劃將涉及內部研究及與上游供應商合作開發，以優化炊具的製造工藝及提高生產效率，從而提高設備能源利用率。對該研發中心的投資預計將於未來三至五年內分階段進行，包括投資實驗研發設備、招聘熟練的研發人員專注研究可持續、可回收及可生物降解的材料；該團隊將由5至10名成員組成，包括2名研發經理及3至8名研發團隊成員。研發經理須有精細化工、高分子材料或相關領域的碩士學位，具有10年以上行業經驗，預計年薪為人民幣500,000元。研發團隊成員須有相關領域的學士學位，預計年薪為人民幣200,000元至人民幣300,000元。

此外，我們將建立ESG相關實驗室，配備基礎噴塗生產線及高分子化學材料分析設備。該實驗室的主要目標是開發更高效的壓鑄模具，以實現節能減排以及提高產品品質。其中一個具體目標是將噴塗塗料所需溫度從300攝氏度降至200攝氏度，從而進一步實現節能減排及成本優化；
 - (ii) 我們計劃聘請專業的ESG顧問，協助我們密切監測ESG相關政策的發展，以及我們品牌業務的主要地區(包括美國、中國、西歐、日本及東南亞)消費者偏好的變化。我們預計該等ESG顧問能夠提供戰略建議及培訓，協助我們適應不斷變化的ESG動態情況。此外，我們將倚賴經驗豐富的ESG顧問的專業知識，幫助我們編製年度ESG報告。彼等將在ESG管理實踐方面提供指導和培訓，確保本公司符合上市規則中有關負責任的企業治理及可持續發展的標準。聘請ESG顧問及專家的估計年度成本約為人民幣1百萬元；
 - (iii) 我們的目標是通過購買軟件及物聯網硬件以增強我們的供應鏈，實現生產監控自動化，確保在生產過程及ESG表現中對供應鏈進行實時監督；具體而言，我們計劃為供應鏈開發ESG風險管理系統。該系統將定期收集有關

未來計劃及[編纂]

供應商的數據，包括行政處罰、嚴重違法行為、公告、員工投訴及負面媒體報道。我們亦將為主要供應商配備監測設備，以便持續向我們的管理系統提供有關其碳排放、水和電消耗量的反饋。我們將儲存和分析所有上述資料，以監測供應商的環境可持續性及社會責任實踐。該系統的開發將與外部供應商合作進行，預計在三至五年內完成，估計投資總額為人民幣30百萬元；及

(iv) 我們將配合其他ESG工作，為本集團購買節能及節水設備。我們計劃將公共區域的照明設備升級為聲控節能模式，在辦公室洗手間安裝紅外線溫度感應水龍頭以防浪費水，並將我們的車輛轉型為新能源車型。預計每年在該等設備上的投資為人民幣800,000元至人民幣900,000元。

- 約[編纂](或[編纂])預期將用作營運資金及其他一般公司用途。

倘若[編纂]定為指示性[編纂]的[編纂]或[編纂]，則[編纂][編纂]將分別增加或減少約[編纂]。

倘[編纂]獲全數行使，我們可收取的[編纂]為(i) [編纂](假設[編纂]為每股[編纂]，即[編纂])、(ii) [編纂](假設[編纂]為每股[編纂]，即[編纂]的中間價)及(iii) [編纂](假設[編纂]為每股[編纂]，即[編纂])。

倘若[編纂][編纂](包括行使[編纂][編纂])高於或低於預期，我們將按比例調整分配作上述用途的[編纂]。

倘若[編纂][編纂]不必立即用於上述用途，或我們無法按預期實施計劃的任何部分，我們僅會將該筆資金存入持牌商業銀行及／或其他認可財務機構(定義見《證券及期貨條例》或其他司法管轄區適用的法律法規)的短期計息賬戶。在此情況下，我們將遵守上市規則的適當披露規定。

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

以下第I-[1]至I-[3]頁為本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供收錄於本文件。此報告乃按照香港會計師公會頒佈的《香港投資通函呈報準則》第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」的要求擬備，並以本公司董事及聯席保薦人為收件人。

[羅兵咸永道會計師事務所信頭]

[草擬稿]

致Carote Ltd董事及法國巴黎證券(亞洲)有限公司及招銀國際融資有限公司有關歷史財務資料的會計師報告

緒言

本所(以下簡稱「我們」)謹此就Carote Ltd(「貴公司」)及其附屬公司(統稱為「貴集團」)的歷史財務資料(載於第I-[5]至I-[94]頁)作出報告，此等歷史財務資料包括於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日的合併財務狀況報表、貴公司於2023年12月31日及2024年3月31日的財務狀況報表、以及截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年與截至2024年3月31日止三個月(「業績紀錄期」)的合併損益表、合併全面收益表、合併權益變動表和合併現金流量表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第I-[5]至I-[94]所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供收錄於貴公司日期為[日期]有關貴公司股份在香港聯合交易所有限公司主板首次[編纂]的文件(「文件」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及擬備基準擬備真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見，並向閣下報告。我們已按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的《香港投資通函呈報準則》第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

我們的工作涉及執程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與該實體根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及擬備基準擬備真實而中肯的歷史財務資料相關的內部控制，以設計適當的程序，但目的並非對該實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們獲取的證據能充分及適當地為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就本會計師報告而言，該等歷史財務資料已根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及擬備基準，真實而中肯地反映了貴公司於2023年12月31日及2024年3月31日的財務狀況及貴集團於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日的合併財務狀況，及貴集團於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月的合併財務表現及合併現金流量。

審閱追加期間的比較財務資料

我們已審閱貴集團追加期間的比較財務資料，此等財務資料包括截至2023年3月31日止三個月的合併損益表、合併全面收益表、合併權益變動表和合併現金流量表，以及其他解釋資料（「**追加期間的比較財務資料**」）。貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及擬備基準，呈列及擬備追加期間的比較財務資料。我們的責任是根據我們的審閱，對追加期間的比較財務資料作出結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「**由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱**」進行審閱。審閱包括主要向負責財務和會計事務的人員作出查詢，及應用分析性和其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行審計的範圍為小，故不能令我們可保證我們將知悉在審計中可能被發現的所有重大事項。因此，我們不會發表審計意見。按照我們的審閱，我們並無發現任何事項令我們相信，就本會計師報告而言，追加期間的比較財務資料在各重大方面未有根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及擬備基準擬備。

關於香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）及公司（清盤及雜項條文）條例項下事項的報告

調整

在擬備歷史財務資料時，並無對第I-[4]頁所界定的相關財務報表作出調整。

股利

我們提述歷史財務資料附註[13]，當中載有Carote Ltd支付截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月股利的相關資料。

貴公司並無法定財務報表

貴公司自註冊成立日期以來並無擬備任何法定財務報表。

[羅兵咸永道會計師事務所]

執業會計師

香港

[日期]

I. 貴集團歷史財務資料

擬備歷史財務資料

下文所載的歷史財務資料為本會計師報告的組成部分。

歷史財務資料所依據的 貴集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月的合併財務報表(「**相關財務報表**」)已由羅兵咸永道會計師事務所根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港審計準則審核。

本歷史財務資料以人民幣(「**人民幣**」)列報，除另有說明外，所有數值已約整至最接近的千位數(人民幣千元)。

附錄一

會計師報告

合併損益表

附註	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月		
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
				(未經審核)		
收益.....	5	675,345	768,482	1,583,082	291,829	502,917
銷售成本.....	8	(548,822)	(493,192)	(1,017,941)	(181,131)	(293,500)
毛利.....		126,523	275,290	565,141	110,698	209,417
銷售開支.....	8	(56,686)	(108,758)	(245,400)	(37,241)	(84,729)
行政開支.....	8	(20,325)	(20,727)	(31,636)	(5,738)	(16,179)
研發開支.....	8	(18,124)	(20,822)	(35,885)	(6,556)	(9,652)
金融資產(減值虧損)/減值回撥						
淨額.....	3.1	(121)	(143)	274	88	5
其他收入.....	6	519	1,745	3,194	1	860
其他收益/(虧損)淨額.....	7	913	(2,443)	15,500	1,967	5,166
經營利潤.....		32,699	124,142	271,188	63,219	104,888
財務收入.....	10	4,862	5,453	7,447	1,265	835
財務成本.....	10	(1,518)	(3,145)	(322)	74	(96)
財務收入淨額.....		3,344	2,308	7,125	1,339	739
除所得稅前利潤.....		36,043	126,450	278,313	64,558	105,627
所得稅開支.....	11	(4,388)	(17,962)	(41,839)	(8,674)	(17,113)
年/期內利潤.....		31,655	108,488	236,474	55,884	88,514
以下人士應佔利潤：						
貴公司擁有人.....		31,718	108,770	237,132	55,869	88,520
非控股權益.....		(63)	(282)	(658)	15	(6)
		31,655	108,488	236,474	55,884	88,514
貴公司權益持有人應佔每股盈利						
(人民幣元)						
基本及攤薄.....	12	0.08	0.27	0.59	0.14	0.22

附錄一

會計師報告

合併全面收益表

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月		
	附註	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年／期內利潤		31,655	108,488	236,474	55,884	88,514
其他全面(虧損)／收益：						
可能重新分類至損益的項目					(未經審核)	
換算海外業務的貨幣換算差額		(405)	2,456	3,062	(188)	500
不會重新分類至損益的項目						
貴公司貨幣換算差額		—	—	(42)	—	(23)
年／期內其他全面(虧損)／收益 (扣除稅項)		(405)	2,456	3,020	(188)	477
年／期內全面收益總額		<u>31,250</u>	<u>110,944</u>	<u>239,494</u>	<u>55,696</u>	<u>88,991</u>
以下人士應佔全面收益總額：						
貴公司擁有人		31,311	111,222	240,149	55,670	88,997
非控股權益		(61)	(278)	(655)	26	(6)
		<u>31,250</u>	<u>110,944</u>	<u>239,494</u>	<u>55,696</u>	<u>88,991</u>

附錄一

會計師報告

合併財務狀況報表

	附註	於12月31日			於3月31日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產					
非流動資產					
物業、廠房及設備.....	14	17,337	115,305	10,955	10,081
使用權資產.....	15	60,984	58,447	6,905	6,098
長期銀行定期存款.....	20	104,515	81,147	80,146	184,804
遞延稅項資產.....	29	1,136	3,103	6,865	4,780
按權益法入賬的投資.....	33	—	—	*	—
		<u>183,972</u>	<u>258,002</u>	<u>104,871</u>	<u>205,763</u>
流動資產					
存貨.....	16	30,493	42,171	108,282	152,963
貿易應收款項.....	17	63,628	55,307	73,854	71,798
預付款項、其他應收款項及其 他流動資產.....	18	14,679	26,536	24,034	24,639
短期銀行定期存款.....	20	—	77,392	88,952	75,841
按公平值計入損益的金融資產	19	40,000	50,062	—	—
受限制現金.....	20	9,530	1,140	—	—
現金及現金等價物.....	20	97,738	42,480	236,064	264,169
		<u>256,068</u>	<u>295,088</u>	<u>531,186</u>	<u>589,410</u>
資產總值.....		<u>440,040</u>	<u>553,090</u>	<u>636,057</u>	<u>795,173</u>
權益					
股本.....	21	—	—	1,460	1,460
股份溢價.....	21	—	—	137,208	37,208
就股份獎勵計劃持有的股份...	21	—	—	(6)	(6)
儲備.....	22	28,179	46,636	(244,115)	(243,044)
保留盈利.....		<u>42,345</u>	<u>90,985</u>	<u>328,117</u>	<u>416,637</u>
		70,524	137,621	222,664	212,255
非控股權益.....		(90)	(368)	(43)	(49)
權益總額.....		<u>70,434</u>	<u>137,253</u>	<u>222,621</u>	<u>212,206</u>

* 指金額少於人民幣1,000元。

附錄一

會計師報告

	附註	於12月31日			於3月31日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
負債					
非流動負債					
借款.....	27	—	37,323	—	—
租賃負債.....	15	2,189	803	2,028	2,052
遞延稅項負債.....	29	25	—	303	175
長期應付款項.....	28	8,474	—	—	—
		<u>10,688</u>	<u>38,126</u>	<u>2,331</u>	<u>2,227</u>
流動負債					
貿易應付款項及應付票據.....	25	281,968	276,232	358,634	425,383
其他應付款項及應計費用.....	26、28	31,824	62,535	11,206	114,717
即期所得稅負債.....		4,693	18,352	33,522	32,865
借款.....	27	39,207	19,206	5,004	5,004
租賃負債.....	15	1,226	1,386	2,739	2,771
		<u>358,918</u>	<u>377,711</u>	<u>411,105</u>	<u>580,740</u>
負債總額.....		<u>369,606</u>	<u>415,837</u>	<u>413,436</u>	<u>582,967</u>
權益及負債總額.....		<u>440,040</u>	<u>553,090</u>	<u>636,057</u>	<u>795,173</u>
流動(負債)/資產淨值.....		<u>(102,850)</u>	<u>(82,623)</u>	<u>120,081</u>	<u>8,670</u>

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況報表

	附註	於12月31日	於3月31日
		2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
於附屬公司的投資.....	1.2(b)	139,580	140,174
流動資產			
預付款項、其他應收款項及其他流動資產....	18	1,987	4,405
現金及現金等價物.....	20	75	1,588
		<u>2,062</u>	<u>5,993</u>
資產總值		<u><u>141,642</u></u>	<u><u>146,167</u></u>
權益			
股本.....	21	1,460	1,460
股份溢價	21	137,208	37,208
就股份獎勵計劃持有的股份.....	21	(6)	(6)
儲備.....	22	1,556	2,127
累計虧損		<u>(1,283)</u>	<u>(6,869)</u>
權益總額		<u><u>138,935</u></u>	<u><u>33,920</u></u>
負債			
流動負債			
其他應付款項及應計費用.....	26	<u>2,707</u>	<u>112,247</u>
負債總額		<u><u>2,707</u></u>	<u><u>112,247</u></u>
權益及負債總額		<u><u>141,642</u></u>	<u><u>146,167</u></u>
流動負債淨值		<u><u>645</u></u>	<u><u>106,254</u></u>

附錄一

會計師報告

合併權益變動表

附註	貴公司擁有人應佔					非控股權益	權益總額
	股本	股份溢價	儲備	保留盈利	總計		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元		
於2021年1月1日	—	—	6,858	13,230	20,088	(29)	20,059
全面收益/(虧損)							
年內利潤/(虧損)	—	—	—	31,718	31,718	(63)	31,655
換算海外業務的貨幣換算差額	—	—	(407)	—	(407)	2	(405)
全面收益/(虧損)總額	—	—	(407)	31,718	31,311	(61)	31,250
與擁有人(以其擁有人身份)的交易							
來自當時股東的現金注資	22	—	19,125	—	19,125	—	19,125
轉撥至法定儲備	22	—	2,603	(2,603)	—	—	—
與擁有人(以其擁有人身份)的交易 ..		—	21,728	(2,603)	19,125	—	19,125
於2021年12月31日		—	28,179	42,345	70,524	(90)	70,434

附錄一

會計師報告

	附註	貴公司擁有人應佔						權益總額
		股本	股份溢價	儲備	保留盈利	總計	非控股權益	
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2022年1月1日		—	—	28,179	42,345	70,524	(90)	70,434
全面收益/(虧損)								
年內利潤/(虧損)		—	—	—	108,770	108,770	(282)	108,488
換算海外業務的貨幣換算差額		—	—	2,452	—	2,452	4	2,456
全面收益/(虧損)總額		—	—	2,452	108,770	111,222	(278)	110,944
與擁有人(以其擁有人身份)的交易								
來自當時股東的現金注資	22	—	—	5,875	—	5,875	—	5,875
轉撥至法定儲備	22	—	—	10,130	(10,130)	—	—	—
向當時股東分配股利	13	—	—	—	(50,000)	(50,000)	—	(50,000)
與擁有人(以其擁有人身份)的交易 ..		—	—	16,005	(60,130)	(44,125)	—	(44,125)
於2022年12月31日		—	—	46,636	90,985	137,621	(368)	137,253

附錄一

會計師報告

附註	貴公司擁有人應佔							
	就股份獎勵計					總計	非控股權益	權益總額
	股本	股份溢價	劃持有的股份	儲備	保留盈利			
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2023年1月1日	—	—	—	46,636	90,985	137,621	(368)	137,253
全面收益/(虧損)								
年內利潤/(虧損)	—	—	—	—	237,132	237,132	(658)	236,474
換算海外業務的貨幣換算差額	—	—	—	3,059	—	3,059	3	3,062
貴公司貨幣換算差額	—	—	—	(42)	—	(42)	—	(42)
全面收益/(虧損)總額	—	—	—	3,017	237,132	240,149	(655)	239,494
與擁有人(以其擁有人身份)的交易								
來自當時股東的現金注資	22	—	—	687	—	687	—	687
視作根據資產處置向股東分派	22	—	—	(89,360)	—	(89,360)	—	(89,360)
視作根據重組向股東分派	21	—	—	(67,731)	—	(67,731)	—	(67,731)
就重組發行普通股	21	1,460	137,208	(6)	(137,982)	680	—	680
收購非控股股東權益		—	—	(980)	—	(980)	980	—
股份支付	23	—	—	1,598	—	1,598	—	1,598
與擁有人(以其擁有人身份)的交易		1,460	137,208	(6)	(293,768)	—	980	(154,126)
於2023年12月31日		<u>1,460</u>	<u>137,208</u>	<u>(6)</u>	<u>(244,115)</u>	<u>328,117</u>	<u>(43)</u>	<u>222,621</u>

附錄一

會計師報告

	貴公司擁有人應佔								
	就股份獎勵計							非控股權益	權益總額
	附註	股本	股份溢價	劃持有的股份	儲備	保留盈利	總計		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元		
於2024年1月1日		1,460	137,208	(6)	(244,115)	328,117	222,664	(43)	222,621
全面收益/(虧損)									
期內利潤/(虧損)		—	—	—	—	88,520	88,520	(6)	88,514
換算海外業務的貨幣換算差額		—	—	—	500	—	500	—	500
貴公司貨幣換算差額		—	—	—	(23)	—	(23)	—	(23)
全面收益/(虧損)總額		—	—	—	477	88,520	88,997	(6)	88,991
與擁有人(以其擁有人身份)的交易									
向股東分配股利	13	—	(100,000)	—	—	—	(100,000)	—	(100,000)
股份支付	23	—	—	—	594	—	594	—	594
與擁有人(以其擁有人身份)的交易		—	(100,000)	—	594	—	(99,406)	—	(99,406)
於2024年3月31日		<u>1,460</u>	<u>37,208</u>	<u>(6)</u>	<u>(243,044)</u>	<u>416,637</u>	<u>212,255</u>	<u>(49)</u>	<u>212,206</u>

附錄一

會計師報告

附註	貴公司擁有人應佔							
	就股份獎勵計					總計	非控股權益	權益總額
	股本	股份溢價	劃持有的股份	儲備	保留盈利			
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
<i>(未經審核)</i>								
於2023年1月1日	—	—	—	46,636	90,985	137,621	(368)	137,253
全面收益/(虧損)								
期內利潤	—	—	—	—	55,869	55,869	15	55,884
換算海外業務的貨幣換算差額.....	—	—	—	(199)	—	(199)	11	(188)
全面收益/(虧損)總額	—	—	—	(199)	55,869	55,670	26	55,696
與擁有人(以其擁有人身份)的交易								
視作根據資產處置向股東分派..... 22	—	—	—	(89,360)	—	(89,360)	—	(89,360)
與擁有人(以其擁有人身份)的交易	—	—	—	(89,360)	—	(89,360)	—	(89,360)
於2023年3月31日	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(42,923)</u>	<u>146,854</u>	<u>103,931</u>	<u>(342)</u>	<u>103,589</u>

附錄一

會計師報告

合併現金流量表

	附註	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
		2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)						
經營活動所得現金流						
經營所得／(所用)現金	30	124,352	134,761	274,256	(19,904)	137,930
已付所得稅		(2,382)	(6,112)	(30,305)	(9,515)	(15,813)
經營活動所得／(所用)現金淨額..		121,970	128,649	243,951	(29,419)	122,117
投資活動所得現金流						
物業、廠房及設備付款		(13,714)	(117,396)	(5,863)	(1,541)	—
土地使用權付款		(57,046)	—	—	—	—
長期銀行定期存款所得款項		16,254	45,976	55,501	—	—
短期銀行定期存款所得款項		—	—	77,392	43,736	29,000
長期銀行定期存款所付款項		(29,000)	(22,608)	(54,500)	—	(104,000)
短期銀行定期存款所付款項		—	(77,392)	(88,952)	—	(20,700)
已收定期存款利息		4,863	5,453	7,447	1,265	3,469
出售按公平值計入損益的金融資 產所得款項	3.3	544,420	645,912	260,264	40,188	—
按公平值計入損益的金融資產 所付款項	3.3	(562,940)	(655,000)	(210,101)	(10,101)	—
償還長期應付款項	28、34	(1,940)	(10,520)	—	—	—
關聯方所得款項	34	982	1,000	1,000	—	—
向關聯方提供貸款	34	(319)	(1,909)	—	—	—
關聯方償還貸款	34	—	319	5,909	—	7
出售物業、廠房及設備和使用權 資產所得款項	30	3,001	2,192	—	—	—
投資活動(所用)／所得現金淨額..		(95,439)	(183,973)	48,097	73,547	(92,224)

附錄一

會計師報告

	附註	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
		2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)						
融資活動所得現金流						
來自股東的現金注資	22	19,125	5,875	687	—	—
發行普通股	21	—	—	680	—	—
借款所得款項		47,623	50,687	5,000	—	—
償還借款		(16,500)	(34,429)	(19,231)	—	—
借款已付利息		(1,198)	(1,557)	(164)	(47)	(40)
[編纂]付款		—	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]
租賃負債本金及利息付款		(1,628)	(1,449)	(3,698)	(23)	(30)
貴集團根據視作向股東分派收取 的所得款項淨額	22(e)	—	—	38,214	(528)	—
向關聯方償還貸款	34	(12,494)	(18,521)	—	—	—
視作根據重組向股東分派	21	—	—	(67,731)	—	—
已付當時股東股利	13	—	—	(50,000)	—	—
融資活動所得／(所用)現金淨額..		34,928	606	(98,230)	(645)	(1,694)
現金及現金等價物增加／(減少)						
淨額		61,459	(54,718)	193,818	43,483	28,199
年／期初現金及現金等價物	20	36,268	97,738	42,480	42,480	236,064
匯率變動對現金及現金等價物的 影響		11	(540)	(234)	(212)	(94)
年／期末現金及現金等價物	20	97,738	42,480	236,064	85,751	264,169

II 歷史財務資料附註

1 一般資料、重組及呈列基準

1.1 一般資料

Carote Ltd (「卡羅特」或「貴公司」) 於2023年2月3日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。貴公司的註冊辦事處地址為4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。

浙江卡羅特工貿有限公司(「浙江卡羅特」)於2007年4月在中華人民共和國(「中國」)註冊成立。如附註1.2(a)所述於2023年8月完成重組(「重組」)後，浙江卡羅特成為貴公司的間接全資附屬公司。貴公司及其附屬公司統稱「貴集團」。

貴公司為投資控股公司，其附屬公司(統稱「貴集團」)主要從事炊具(如不粘鍋具、鑄鐵鍋及精選炊具套件)、廚房器具、飲具及其他產品銷售。貴集團的產品採購自中華人民共和國(「中國」)，並通過第三方電商平台銷售予中國內地、美國(「美國」)、馬來西亞、新加坡、日本及其他國家的客戶(「**[編纂]**業務」)。

貴公司的最終控股公司為Yili Investment Holdings Ltd (「**Yili Investment**」)，一家於英屬維京群島註冊成立的公司，由章國棟先生(「**章先生**」)及呂伊俐女士(「**呂女士**」)(「**控股股東**」)控制。

除非另有說明，否則該等合併財務報表均以人民幣千元(「**人民幣千元**」)呈列。

1.2 重組

(a) 重組

於貴公司註冊成立及完成下述重組前，**[編纂]**業務主要由浙江卡羅特及其附屬公司(統稱「**營運公司**」)進行。緊接重組前，浙江卡羅特由控股股東及Denk Trade Investment Ltd (「**Denk Trade**」)分別擁有99%及1%股權。

附錄一

會計師報告

為籌備 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板[編纂]（「[編纂]」）， 貴集團已進行重組，據此，營運公司及[編纂]業務已轉移至 貴公司。重組主要涉及以下步驟：

- (i) 於2023年2月， 貴公司根據開曼群島法律成立為獲豁免有限公司，法定股本為5,000,000股每股面值0.01美元（「美元」）的股份，其中4,500,000股普通股由 貴公司發行予Yili Investment，500,000股則發行予控股股東全資擁有的Carote CM Limited Partnership。於2023年3月，Carote CM Limited Partnership向Yili Investment轉讓419,900股股份，隨後於同日， 貴公司再向Yili Investment發行15,080,100股普通股。
- (ii) 於2023年3月，卡羅特集團有限公司（「卡羅特集團」）於香港註冊成立為有限公司，為 貴公司的直接全資附屬公司。
- (iii) 於2023年8月，卡羅特集團自控股股東、控股股東控制的公司及Denk Trade購買浙江卡羅特的全部股權，代價為人民幣67,731,000元，已於2023年10月由卡羅特集團以現金向股東支付。因此，浙江卡羅特成為 貴公司的間接全資附屬公司。

於2023年9月， 貴公司向Denk Trade發行202,830股普通股，代價為人民幣680,000元。

於2023年10月完成重組後， 貴公司成為 貴集團現時旗下公司的控股公司。

於本報告日期， 貴公司擁有以下附屬公司的直接或間接權益：

實體名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	主營業務及 營運地點	註冊資本	貴集團持有的實際權益					附註
				於12月31日			於2024年 3月31日	於報告 日期	
				2021年	2022年	2023年			
直接持有：									
卡羅特集團有限公司	香港/	投資控股、香港	100,000美元	不適用	不適用	100%	100%	100%	(i)
	（「卡羅特集團」）.....	2023年3月7日							

附錄一

會計師報告

實體名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	主營業務及 營運地點	註冊資本	貴集團持有的實際權益					附註
				於12月31日			於2024年 3月31日	於報告 日期	
				2021年	2022年	2023年			
間接持有：									
浙江卡羅特工贸有限公司 (「浙江卡羅特」).....	中國/ 2007年4月28日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣20,282,929元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
永康市卡羅特進出口 有限公司.....	中國/ 2014年9月1日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣2,000,000元	80%	80%	100%	100%	100%	(i)
杭州卡羅特商貿 有限公司.....	中國/ 2019年1月30日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣5,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
杭州卡羅特家居用品 有限公司.....	中國/ 2019年12月18日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	不適用	(i)/(v)
浙江泰戈電器有限公司 (「浙江泰戈電器」，前稱浙江 卡羅特炊具有限公司).....	中國/ 2020年5月12日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣10,000,000元	80%	80%	40%	0%	0%	(i)/(iii)
浙江港樂廚具有限公司 (「港樂廚具」).....	中國/ 2021年5月11日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣3,000,000元	100%	100%	不適用	不適用	不適用	(i)/(iv)
卡羅特(深圳)商貿 有限公司.....	中國/ 2022年11月23日	採購及銷售廚具、 中國	人民幣5,000,000元	不適用	100%	100%	100%	100%	(i)
卡羅特環球有限公司 (「卡羅特環球」).....	香港/ 2020年11月30日	採購及銷售廚具、 香港	100,000美元	100%	100%	100%	100%	100%	(ii)

附錄一

會計師報告

實體名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	主營業務及 營運地點	註冊資本	貴集團持有的實際權益					附註
				於12月31日			於2024年 3月31日	於報告 日期	
				2021年	2022年	2023年			
Carote (Singapore) Management Pte. Ltd	新加坡/ 2021年3月12日	採購及銷售廚具、 新加坡	100,000美元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
カローテ株式会社	日本/ 2020年6月25日	採購及銷售廚具、 日本	3,000,000日圓	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote International Limited (UK)	英國/ 1996年7月22日	採購及銷售廚具、 英國	—	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
卡羅特國際有限公司	香港/ 2015年3月25日	採購及銷售廚具、 香港	10,000港元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote (Philippines) Kitchenware Ltd Corp	菲律賓/ 2021年8月16日	採購及銷售廚具、 菲律賓	10,000,000 菲律賓比索	98%	98%	98%	98%	98%	(i)
Carote Kitchenware (Singapore) Pte. Ltd	新加坡/ 2018年9月22日	採購及銷售廚具、 新加坡	490,000新加坡元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote USA LLC (「Carote USA」)	美國/ 2019年12月2日	採購及銷售廚具、 美國	—	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote Korea Co., Ltd	韓國/ 2019年12月6日	採購及銷售廚具、 韓國	1,000,000韓元	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote Kitchenware India Private Limited	印度/ 2019年8月21日	採購及銷售廚具、 印度	1,000,000盧比	80%	80%	100%	100%	100%	(i)

附錄一

會計師報告

實體名稱	註冊成立/ 成立地點及日期	主營業務及 營運地點	註冊資本	貴集團持有的實際權益				於報告 日期	附註
				於12月31日			於2024年 3月31日		
				2021年	2022年	2023年			
PT Carote Kitchenware Indonesia ...	印度尼西亞/ 2019年11月14日	採購及銷售廚具、 印度尼西亞	6,000,000,000印尼盾	100%	100%	100%	100%	100%	(i)
Carote (Malaysia) Sdn. Bhd.	馬來西亞/ 2019年11月11日	採購及銷售廚具、 馬來西亞	1,000 馬來西亞林吉特	100%	100%	100%	100%	100%	(ii)
Carote Kitchenware (Australia) PTY Ltd (「Carote Australia」)	澳大利亞/ 2018年5月22日	採購及銷售廚具、 澳大利亞	100澳元	80%	80%	100%	100%	100%	(i)
Carote Deutschland AG	德國/ 2023年10月24日	採購及銷售廚具、 德國	50,000歐元	不適用	不適用	100%	100%	100%	(i)
Carote (Canada) Kitchenware Ltd. ...	加拿大/ 2024年4月24日	採購及銷售廚具、 加拿大	10,000加元	不適用	不適用	不適用	不適用	100%	(i)(vi)

- (i) 由於該等附屬公司新註冊成立，或根據彼等各自註冊成立地點的當地法定要求毋須刊發經審核財務報表，故並無對其進行法定財務報表的審核。
- (ii) 卡羅特環球截至2021年12月31日止年度及截至2022年12月31日止年度的法定財務報表由Shine Wise & Co. CPA審核。截至本報告日期，該附屬公司截至2023年12月31日止年度的財務報表尚未發佈。
Carote (Malaysia) Sdn. Bhd.截至2021年12月31日止年度及截至2022年12月31日止年度的法定財務報表由SH Yeoh & Co PLT審核。截至本報告日期，該附屬公司截至2023年12月31日止年度的財務報表尚未發佈。
- (iii) 於2023年9月，浙江泰戈電器將40%股份轉讓予第三方。交易完成後，浙江泰戈電器不再為貴公司附屬公司，而成為貴公司聯營公司。
於2024年2月，浙江泰戈電器將剩餘40%股份轉讓予第三方。交易完成後，浙江泰戈電器不再為貴公司聯營公司。進一步詳情載於附註33。
- (iv) 港樂廚具自2023年2月起不再為貴公司附屬公司，進一步詳情載於附註22。
- (v) 杭州卡羅特家居用品有限公司已於2024年4月註銷。
- (vi) Carote (Canada) Kitchenware Ltd.已於2024年4月註冊。

附錄一

會計師報告

(b) 於附屬公司的投資—貴公司

	於12月31日	於3月31日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
於附屬公司的投資—股東注資以取得營運公司 100%股權(附註21).....	137,982	137,982
於附屬公司的投資—視作股份支付產生的投資 (附註22).....	1,598	2,192
	<u>139,580</u>	<u>140,174</u>

1.3 呈列基準

於緊接重組前及緊隨重組後，[編纂]業務已由並將繼續由浙江卡羅特及其附屬公司經營。根據重組，浙江卡羅特轉讓予 貴公司並由 貴公司持有。貴公司在重組前並無涉及任何業務，因而不符合業務的定義。重組只是對[編纂]業務進行資本重組，有關業務的管理未有變化，且最終控股股東保持不變。因此，重組產生的 貴集團被視為[編纂]業務的延續，貴集團的資產及負債在所有呈列期間均按[編纂]業務的賬面值確認及計量。

2 重大會計政策概要

編製歷史財務資料所用主要會計政策載列如下。除另有說明外，該等政策已於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月貫徹應用。

2.1 編製基準

(i) 遵守《香港財務報告準則》會計準則

貴集團歷史財務資料乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的《香港財務報告準則》編製。

(ii) 歷史成本法

除按公平值計量的金融資產及負債外，歷史財務資料已按歷史成本法編製。

根據《香港財務報告準則》編製歷史財務資料時須使用若干重要會計估計，亦須管理層於應用 貴集團會計政策時行使其判斷。涉及高度判斷或複雜性的範疇或對歷史財務資料而言屬重大的假設及估計的範疇於附註4披露。

(iii) 貴集團採納之新訂及經修訂準則及詮釋

於編製歷史財務資料時，貴集團已於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月一貫採用於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月有效的所有新訂準則、準則之修訂及詮釋。

(iv) 尚未採納之新訂及經修訂準則及詮釋

以下經修訂準則已頒佈，但 貴集團尚未提早採納：

		於以下日期或之後開始的 年度期間生效
《香港會計準則》第21號修訂本	缺乏可兌換性	2025年1月1日
《香港財務報告準則》第9號及 《香港財務報告準則》第7號 修訂本	財務指示分類及計量之 修訂	2026年1月1日
《香港財務報告準則》第18號	財務報表列報與披露	2027年1月1日
《香港財務報告準則》第19號	非公共受託責任子公司： 披露	2027年1月1日
《香港財務報告準則》第10號及 《香港會計準則》第28號修訂 本	投資者與其聯營公司或合 營企業之間的資產出售 或注資	待定

貴集團已開始評估該等新訂及經修訂準則、改進、詮釋及會計指引的影響。根據管理層作出的初步評估，預期其生效後不會對 貴集團的財務表現及財務狀況產生重大影響。

3 金融風險管理

3.1 金融風險因素

貴集團的業務使其面臨多種金融風險：市場風險（包括外匯風險、現金流量及公平值利率風險）、信貸風險及流動資金風險。貴集團的整體風險管理計劃著重於金融市場的不可預測性，並力求盡量降低對貴集團財務表現的潛在不利影響。於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，貴集團並無使用任何衍生金融工具對沖若干風險敞口。

(a) 市場風險

(i) 外匯風險

貴集團在全球經營，故此承受因不同貨幣而產生的外匯風險。貴集團實體以其各自的功能貨幣收取大部分收益及產生大部分開支。不同貨幣產生的外匯風險主要因自客戶及股東收取的所得款項及向供應商支付以貴集團實體的功能貨幣以外的貨幣計值的款項而產生。由於貴集團的大部分銷售及若干採購乃以美元計值，故產生此風險的貨幣主要為美元。由於貴集團實體的大部分功能貨幣與交易貨幣相同，故貴集團管理層認為貴集團面臨的外匯風險並不重大。

貴集團現時並無外匯對沖政策。然而，貴集團管理層監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外匯風險。

於2021年、2022年及2023年12月31日與2023年及2024年3月31日，倘人民幣兌美元升值／貶值5%，而所有其他變量保持不變，則年／期內除所得稅前利潤將分別減少／增加人民幣2,545,000元、人民幣2,490,000元、人民幣6,408,000元、人民幣2,150,000元及人民幣11,351,000元，主要原因為換算以美元計值的現金及現金等價物、貿易應收款項及借款的匯兌虧損／收益淨額。

(ii) 現金流及公平值利率風險

貴集團的利率風險主要源於現金及現金等價物及浮息銀行借款。貴集團現金及現金等價物及銀行借款詳情已分別於歷史財務資料附註20及27披露。

除現金及現金等價物及銀行借款外，貴集團並無重大計息資產或負債。

於2021年、2022年及2023年12月31日與2023年及2024年3月31日，倘現金及現金等價物及銀行借款的利率上調／下調50個基點，而所有變量保持不變，則年內除所得稅前利潤將分別為約人民幣零元、減少／增加約人民幣1,000元及約人民幣零元、約人民幣零元、約人民幣零元，主要是由於現金及現金等價物的利息收入增加／減少及銀行借款的利息開支增加／減少。

(iii) 價格風險

貴集團並無面臨股本證券價格風險。

(b) 信貸風險

信貸風險來自現金及現金等價物、受限制現金、短期銀行定期存款、長期銀行定期存款、貿易應收款項及其他應收款項。上述各類金融資產的賬面值為貴集團就相應類別金融資產面臨的最大信貸風險。

(i) 風險管理

為管理現金及現金等價物、受限制現金、短期銀行定期存款及長期銀行定期存款產生的風險，貴集團僅與國有或聲譽良好的金融機構交易。該等金融機構均為全球信用品質較高的金融機構，近期均無違約紀錄。

為管理貿易應收款項及其他應收款項產生的風險，貴集團已訂立政策，確保向有合適信貸紀錄的交易對手提供信貸期，而管理層會持續對交易對手進行信貸評估。貿易應收款項已根據共同信貸風險特徵及賬齡進行分組，以計量預期信貸虧損。倘無合理預期可收回款項，貿易應收款項會被撇銷。貿易應收款項減值虧損會於經營利潤呈列為減值虧損淨額。其後收回先前已撇銷的款項會記入同一項目。

對於其他應收款項，管理層會根據歷史結算紀錄及結合前瞻性資料的過往經驗對其他應收款項的可收回程度定期進行共同評估及個別評估。

(ii) 金融資產減值

預期信貸虧損模型適用於 貴集團以下三類金融資產：

- 現金及現金等價物、受限制現金、短期銀行定期存款、長期銀行定期存款；
- 貿易應收款項；及
- 其他應收款項。

現金及銀行結餘

現金及現金等價物、受限制現金及長期銀行定期存款被視為具有較低的信貸風險，因為其違約風險較低，且交易對手實力雄厚，可在短期內履行其合約現金流量義務。現金及現金等價物、受限制現金、長期銀行定期存款及短期銀行定期存款亦須遵循《香港財務報告準則》第9號的減值規定，但已確認減值虧損並不重大。

貿易應收款項

貴集團應用《香港財務報告準則》第9號的簡易方法計量預期信貸虧損，其對所有貿易應收款項使用全期預期虧損撥備。

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已按信貸風險特徵分組以進行整體評估。

預期虧損率乃根據資產負債表日期前至少36個月期間內的銷售付款情況及於該期間內經歷的有關歷史信貸虧損而定。歷史虧損率會予以調整，以反映影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素之當前及前瞻性資料。貴集團已確定國內生產總值及消費者價格指數為最相關的因素，因此，會根據該等因素的預期變動相應調整歷史虧損率。

附錄一

會計師報告

據此，於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日的貿易應收款項的虧損撥備釐定如下：

<u>2021年12月31日</u>	<u>3個月內</u>	<u>3至6個月</u>	<u>6至9個月</u>	<u>9至12個月</u>	<u>一年以上</u>	<u>總計</u>
預期虧損率	0.03%	—	—	100.00%	—	不適用
賬面總值—貿易應收款項						
(人民幣千元)	63,644	—	—	79	—	63,723
虧損撥備(人民幣千元)	<u>(16)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(79)</u>	<u>—</u>	<u>(95)</u>
<u>2022年12月31日</u>	<u>3個月內</u>	<u>3至6個月</u>	<u>6至9個月</u>	<u>9至12個月</u>	<u>一年以上</u>	<u>總計</u>
預期虧損率	0.03%	—	—	100.00%	100.00%	不適用
賬面總值—貿易應收款項						
(人民幣千元)	55,324	—	—	3	167	55,494
虧損撥備(人民幣千元)	<u>(17)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(3)</u>	<u>(167)</u>	<u>(187)</u>
<u>2023年12月31日</u>	<u>3個月內</u>	<u>3至6個月</u>	<u>6至9個月</u>	<u>9至12個月</u>	<u>一年以上</u>	<u>總計</u>
預期虧損率	0.01%	—	—	—	100.00%	不適用
賬面總值—貿易應收款項						
(人民幣千元)	73,863	—	—	—	91	73,954
虧損撥備(人民幣千元)	<u>(9)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(91)</u>	<u>(100)</u>
<u>2024年3月31日</u>	<u>3個月內</u>	<u>3至6個月</u>	<u>6至9個月</u>	<u>9至12個月</u>	<u>一年以上</u>	<u>總計</u>
預期虧損率	0.01%	—	—	—	100.00%	不適用
賬面總值—貿易應收款項						
(人民幣千元)	71,806	—	—	—	91	71,897
虧損撥備(人民幣千元)	<u>(8)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(91)</u>	<u>(99)</u>

附錄一

會計師報告

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貿易應收款項虧損撥備與期初虧損撥備之對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	止三個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2024年
於1月1日之期初虧損撥備	14	95	187	100
確認／(撥回)信貸虧損撥備淨額.....	81	92	(87)	(1)
於12月／3月31日之期末虧損撥備	<u>95</u>	<u>187</u>	<u>100</u>	<u>99</u>

其他應收款項

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，其他應收款項虧損撥備與期初虧損撥備之對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	止三個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2024年
於1月1日之期初虧損撥備	110	150	201	14
確認／(撥回)信貸虧損撥備淨額.....	40	51	(187)	(4)
於12月／3月31日之期末虧損撥備	<u>150</u>	<u>201</u>	<u>14</u>	<u>10</u>

(c) 流動資金風險

貴集團的目標是維持充足的現金及現金等價物。由於相關業務的動態性質，貴集團的政策是定期監控貴集團流動資金風險，並維持充足的現金及現金等價物以滿足貴集團的流動資金需求。

附錄一

會計師報告

下表根據各報告期末至合約到期日的餘下期限將 貴集團的金融負債分為相關到期組別進行分析。表格所披露金額為合約未貼現現金流量。12個月內到期的結餘等於其賬面結餘，因為其貼現影響並不重大。

	一年以內	一至兩年	兩至五年	總計	負債賬面值
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年12月31日					
借款(包括應付利息)					
(附註27).....	39,779	—	—	39,779	39,207
貿易應付款項及					
應付票據(附註25).....	281,968	—	—	281,968	281,968
其他應付款項及應計費用					
(不包括應付工資及福利					
及其他應付稅項)					
(附註26).....	23,138	—	—	23,138	23,138
租賃負債(附註15).....	1,365	1,469	819	3,653	3,415
長期應付款項.....	1,940	8,580	—	10,520	10,091
	348,190	10,049	819	359,058	357,819
	一年以內	一至兩年	兩至五年	總計	負債賬面值
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年12月31日					
借款(包括應付利息)					
(附註27).....	21,089	16,295	24,382	61,766	56,529
貿易應付款項及					
應付票據(附註25).....	276,232	—	—	276,232	276,232
其他應付款項及應計費用					
(不包括應付工資及福利					
及其他應付稅項)					
(附註26).....	55,563	—	—	55,563	55,563
租賃負債(附註15).....	1,469	819	—	2,288	2,189
	354,353	17,114	24,382	395,849	390,513

附錄一

會計師報告

	一年以內 人民幣千元	一至兩年 人民幣千元	兩至五年 人民幣千元	總計 人民幣千元	負債賬面值 人民幣千元
於2023年12月31日					
借款(包括應付利息)					
(附註27).....	5,111	—	—	5,111	5,004
貿易應付款項及					
應付票據(附註25).....	358,634	—	—	358,634	358,634
其他應付款項及應計費用					
(不包括應付工資及福利 及其他應付稅項)					
(附註26).....	3,939	—	—	3,939	3,939
租賃負債(附註15).....	2,919	2,100	—	5,019	4,767
	370,603	2,100	—	372,703	372,344
	一年以內 人民幣千元	一至兩年 人民幣千元	兩至五年 人民幣千元	總計 人民幣千元	負債賬面值 人民幣千元
於2024年3月31日					
借款(包括應付利息)					
(附註27).....	5,069	—	—	5,069	5,004
貿易應付款項及應付票據					
(附註25).....	425,383	—	—	425,383	425,383
其他應付款項及應計費用					
(不包括應付工資及福利 及其他應付稅項)					
(附註26).....	106,452	—	—	106,452	106,452
租賃負債(附註15).....	2,919	2,100	—	5,019	4,823
	539,823	2,100	—	541,923	541,662

3.2 資本管理

貴集團管理資本的目標是保障貴集團持續經營的能力，從而為股東持續提供回報、為其他持份者帶來利益及保持最優資本結構以減少資本成本。

貴集團通過定期審閱資本結構來監察資本。作為該審閱的一部分，貴公司管理層考慮資本成本及與已發行股本相關的風險。貴集團或會調整支付予股權持有人的股利數額、歸還資本予股權持有人、發行新股份或購回貴公司股份。貴公司管理層認為，貴集團的資本風險較低。因此，貴集團的資本風險並不重大，資本管理的計量並非現時用於貴集團內部管理報告程序的工具。

3.3 公平值估計

(a) 公平值層級

本節闡述釐定於財務狀況報表確認及按公平值計量之金融工具的公平值所作出的判斷及估計。為指示釐定公平值所用輸入數據的可信程度，貴集團根據會計準則規定將其金融工具分為三個層級。

第一層級：於活躍市場買賣的金融工具(例如公開買賣衍生工具及交易及可供出售證券)的公平值乃根據各報告期末的市場報價計算。就貴集團所持金融資產而採用的市場報價為現行買入價。該等工具納入第一層級。

第二層級：未於活躍市場交易的金融工具(例如場外衍生工具)的公平值採用估值技術釐定，該等估值技術盡量利用可觀察市場數據而極少依賴實體特定估計。倘計算工具的公平值所需的全部重大輸入數據均為可觀察數據，則該工具納入第二層級。

第三層級：倘一項或多項重大輸入數據並非根據可觀察市場數據得出，則該工具納入第三層級。

附錄一

會計師報告

下表呈列於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日 貴集團採用公平值估計的資產及負債：

	第一層級	第二層級	第三層級	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年12月31日				
按公平值計入損益的金融資產..	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>40,000</u>	<u>40,000</u>
於2022年12月31日				
按公平值計入損益的金融資產..	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>50,062</u>	<u>50,062</u>
於2023年12月31日				
按公平值計入損益的金融資產..	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
於2024年3月31日				
按公平值計入損益的金融資產..	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

(b) 釐定公平值所用估值程序及技術

用於對金融工具進行估值的具體估值技術包括：

- 對同類工具使用市場報價或交易商報價；及
- 貼現現金流量模型及不可觀察輸入數據主要包括對預期未來現金流量及貼現率的假設。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，估值技術並無變更。

貿易應收款項、按金及其他應收款項、受限制現金及現金及現金等價物的公平值與其賬面值相若。

貿易應付款項、其他應付款項及應計費用(不包括應付稅項、應付工資及福利)、借款、長期應付款項及租賃負債的公平值與其賬面值相若。

附錄一

會計師報告

(c) 使用重大不可觀察輸入數據的公平值計量(第三層級)

	按公平值計入損益 的金融資產
	人民幣千元
於2021年1月1日	20,714
添置.....	562,940
結算.....	(544,420)
按公平值計入損益的金融資產的公平值收益(附註7).....	766
於2021年12月31日	<u>40,000</u>
包括於2021年報告期末所持結餘應佔於損益確認的未變現收益	<u>—</u>
於2022年1月1日	40,000
添置.....	655,000
結算.....	(645,912)
按公平值計入損益的金融資產的公平值收益(附註7).....	974
於2022年12月31日	<u>50,062</u>
包括於2022年報告期末所持結餘應佔於損益確認的未變現收益	<u>—</u>
於2023年1月1日	50,062
添置.....	210,101
結算.....	(260,264)
按公平值計入損益的金融資產的公平值收益(附註7).....	101
於2023年12月31日	<u>—</u>
包括於2023年報告期末所持結餘應佔於損益確認的未變現收益	<u>—</u>

自2023年12月31日以來，並無按公平值計入損益的金融資產。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2024年3月31日止三個月，按公平值計入損益的金融資產的進一步詳情於附註19呈列。

(d) 估值輸入數據及與公平值的關係

下表概述有關第三層級公平值計量所用重大不可觀察輸入數據的定量資料。

附錄一

會計師報告

於2021年12月31日

描述	公平值	不可觀察輸入數據	輸入數據範圍	不可觀察輸入數據與公平值的關係
	人民幣千元			
理財產品	40,000	預期回報率	0.25%-0.30%	預期回報率越高，公平值越高

於2022年12月31日

描述	公平值	不可觀察輸入數據	輸入數據範圍	不可觀察輸入數據與公平值的關係
	人民幣千元			
理財產品	50,062	預期回報率	0.25%-0.30%	預期回報率越高，公平值越高

於2021年及2022年12月31日，若預期回報率上升／下降0.05%，則按公平值計入損益的金融資產的公平值將分別增加／減少約人民幣20,000元及人民幣25,000元。

4 重要會計估計及判斷

編製歷史財務資料須使用會計估計，根據定義，該等估計很少與實際結果相等。管理層亦需於應用 貴集團會計政策時作出判斷。

估計及判斷乃基於過往經驗及其他因素(包括於有關情況下可能對該實體造成財務影響及被認為合理的對未來事件的預期)進行持續評估。

(a) 貿易及其他應收款項減值

貴集團根據對違約風險及預期信貸虧損率的假設對貿易及其他應收款項計提撥備。 貴集團於作出該等假設及選擇減值計算的輸入數據時會基於 貴集團之過往收款歷史、現有市況及於各報告期末之前瞻性估計作出判斷。有關減值評估所採用的主要假設及輸入數據的詳情，請參閱附註3.1。

(b) 按公平值計入損益的金融資產的公平值

未於活躍市場交易的金融工具的公平值採用估值技術釐定。貴集團使用其判斷選擇多種方法，並主要基於各報告期末的當時市況作出假設。有關所採用的主要假設及該等假設變動的影響的詳情，請參閱附註3.3。

(c) 確認股份支付開支

如附註23所披露，貴集團向貴集團僱員授出股份，實質被視為股份支付交易。該等交易導致確認股份支付開支。貴公司董事已採用貼現現金流量法釐定所授出權益工具的公平值。對假設的重大估計(如收益增長率、除稅後貼現率及永久增長率)乃基於管理層最佳估計作出。

根據以股權結算的股份支付計劃授出的獎勵以[編纂]為條件。貴集團在計算各報告期末的股份支付開支時，會估計[編纂]的可能性及[編纂]日期。由於[編纂]條件被視為歸屬條件，因此實體亦需考慮可能進行[編纂]的時間。倘若服務條件下的服務期於[編纂]前結束，則歸屬期將於[編纂]之日屆滿；倘若服務條件下的服務期於[編纂]後結束，則歸屬期將根據服務條件屆滿。於2024年3月31日，貴集團評估表現條件(即[編纂])日後很可能達成。

(d) 所得稅

貴集團須於少數司法管轄區繳納所得稅。於釐定所得稅撥備時須作出判斷。倘該等事宜的最終稅務結果與最初記錄的金額不同，該等差額將會影響作出有關決定期間的即期所得稅及遞延所得稅撥備。

倘管理層認為可能有未來應課稅利潤可用作抵銷暫時差額或稅項虧損，則會確認有關若干暫時差額及稅項虧損的遞延所得稅資產。倘預期與初始估計不同，則相關差額將影響估計變動期間對遞延所得稅資產及稅項的確認。

5 分部資料

(a) 分部及主要業務的說明

就管理而言，貴集團並無根據其產品設立業務單位，而是只有一個可報告經營分部。貴公司執行董事被認定為主要營運決策者，對貴集團經營分部的經營業績進行整體監控，以作出資源分配及表現評估的決策。

收益的區域資料

下表列示按客戶位置劃分的來自外部客戶的貴集團收益金額明細：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
美國.....	163,570	224,671	833,906	119,347	294,896
中國內地.....	171,600	277,019	327,510	78,900	89,740
西歐.....	234,433	112,296	168,420	34,558	50,318
日本.....	6,047	35,216	82,802	22,115	28,479
東南亞.....	57,878	62,453	88,919	20,480	15,664
其他.....	41,817	56,827	81,525	16,429	23,820
	675,345	768,482	1,583,082	291,829	502,917

附錄一

會計師報告

(b) 客戶合約收益

於《香港財務報告準則》第15號範圍內於某個時間點確認的所有客戶合約收益如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
— 通過第三方電商平台面向個人的線上銷售業務.....	251,337	503,181	1,362,531	240,327	435,679
— 初始設計製造商業務.....	392,054	237,769	203,209	45,320	52,897
— 其他.....	31,954	27,532	17,342	6,182	14,341
	675,345	768,482	1,583,082	291,829	502,917

(c) 主要客戶收益

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，來自主要客戶(各自佔 貴集團總收益超過10%)的收益載列如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
客戶A.....	129,087	106,764	*	*	*
客戶B.....	164,998	*	*	*	*

* 該客戶於相應年度總收益的佔比低於10%。

(d) 收益確認

客戶合約收益在產品的控制權轉移給客戶時確認，其金額反映 貴集團預期就換取該等產品而有權收取的代價。

以下為 貴集團主要收益來源的會計政策描述。

產品銷售

貴集團通過第三方電商平台或直接向客戶銷售產品。客戶合約收益在產品的控制權轉移給客戶時確認，其金額反映 貴集團預期就換取該等產品及向客戶交付而有權收取的代價。

銷售產品的收益在資產的控制權轉移給客戶的時間點上確認，一般在客戶收到產品時確認。

如商品銷售合約為客戶提供退貨的權利，則導致可變代價。對於為客戶提供在指定期限內退貨的權利的合約，預期價值法用於估計不會退回的貨物，以便對 貴集團將有權獲得的可變代價金額作出最佳預測。《香港財務報告準則》第15號關於約束可變代價估計的規定予以採用，以確定可計入交易價格的可變代價金額。

應收款項於 貴集團擁有無條件收款權利時入賬。只有在合約代價到期前僅僅隨著時間的流逝即可收款的權利，才是無條件的收款權。

6 其他收入

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	359	1,539	3,115	—	800
其他	160	206	79	1	60
	519	1,745	3,194	1	860

貴集團獲提供的政府補助主要涉及從中國地方政府收到的財政補貼。該等補助並無未達成的條件或其他或然事項。

7 其他收益／(虧損)淨額

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按公平值計入損益的金融資產					
公平值收益淨額	766	974	101	25	—
出售物業、廠房及設備虧損淨額..	(135)	(2,002)	—	—	—
出售非全資附屬公司收益淨額....	—	—	1	—	—
匯兌收益／(虧損)淨額	117	(1,376)	15,213	1,950	4,808
其他.....	165	(39)	185	(8)	358
	913	(2,443)	15,500	1,967	5,166

8 按性質劃分的開支

銷售成本、銷售開支、行政開支及研發開支詳細分析如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
已售存貨成本	376,191	379,569	741,915	134,278	200,942
所用原材料及耗材	102,036	32,337	32,593	5,935	9,089
運費及倉儲費	68,736	93,726	268,494	43,536	90,326
電商平台佣金	29,554	47,540	167,160	24,668	61,543
營銷及廣告開支	23,144	53,119	67,559	9,970	15,598
僱員福利開支(附註9)	25,184	21,502	27,323	7,415	9,722
[編纂]	—	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]
法律及專業費用	1,862	1,122	4,393	733	1,033
物業、廠房及設備折舊(附註14) ..	4,211	1,766	2,859	615	874
使用權資產折舊(附註15)	1,487	2,621	1,684	305	807
辦公開支	2,440	1,018	1,281	441	301
短期租賃開支(附註15)	335	84	129	23	30
核數師薪酬					
審計服務	19	40	40	10	10
其他	8,758	9,055	9,383	2,595	5,268
	643,957	643,499	1,330,862	230,666	404,060

9 僱員福利開支

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
工資、薪金及花紅.....	18,262	15,676	18,555	6,186	7,798
退休金責任、住房公積金、 醫療保險及其他社會保險.....	6,278	5,350	6,511	1,039	1,084
股份支付開支(附註23).....	—	—	1,598	—	594
其他僱員福利.....	644	476	659	190	246
	25,184	21,502	27,323	7,415	9,722

(i) 退休金責任、住房公積金、醫療保險及其他社會保險

貴集團的中國全職僱員為由中國政府營運的國家管理退休福利計劃的成員。貴集團須按地方政府部門確定的工資成本特定百分比(不超過一定上限)向退休金責任、住房公積金、醫療保險及其他社會保險供款以資助福利。貴集團在福利計劃方面的責任僅限於每年作出供款。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，並無動用任何沒收供款以抵銷貴集團對上述退休福利計劃的供款。

(ii) 其他僱員福利

其他僱員福利主要包括餐飲、差旅及其他津貼。

附錄一

會計師報告

(iii) 五名最高薪酬人士

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，貴集團的五名最高薪酬人士分別包括0名、0名、0名、0名及1名董事，彼等薪酬披露於附註35。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，餘下5名、5名、5名、5名及4名最高薪酬人士的薪酬總額分別載列如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
工資、薪金及花紅.....	2,342	2,998	2,978	427	262
退休金責任、住房公積金、 醫療保險及其他社會保險.....	64	74	72	11	12
股份支付開支.....	—	—	1,598	—	482
	2,406	3,072	4,648	438	756

上述人士的薪酬位於以下範圍：

薪酬範圍(港元)	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
				(未經審核)	
零—1,000,000.....	5	4	2	5	4
1,000,001—1,500,000.....	—	1	3	—	—
	5	5	5	5	4

附錄一

會計師報告

10 財務收入淨額

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
財務收入：					
銀行存款利息收入.....	4,862	5,453	7,447	1,265	835
財務成本：					
借款利息開支.....	(1,254)	(1,877)	(168)	(86)	(40)
解除長期應付款項貼現.....	(455)	(130)	—	—	—
租賃負債的利息開支(附註15)....	(31)	(139)	(129)	(26)	(56)
支付長期應付款項的虧損.....	—	(299)	—	—	—
外幣借款的匯兌收益／(虧損)					
淨額.....	222	(744)	(25)	186	—
	(1,518)	(3,189)	(322)	74	(96)
減：物業、廠房及設備被資本化 之借款成本.....	—	44	—	—	—
財務收入淨額.....	3,344	2,308	7,125	1,339	739

11 所得稅開支

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
年／期內利潤即期稅項.....	5,207	19,771	45,475	9,914	15,156
遞延所得稅(附註29).....	(819)	(1,809)	(3,636)	(1,240)	1,957
	4,388	17,962	41,839	8,674	17,113

應課稅利潤的稅項乃按實體經營所在的司法管轄區的現行稅率計算。

(a) 開曼群島所得稅

貴公司為根據《開曼群島公司法》於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，根據開曼群島現行法律，我們無需繳納開曼群島所得稅。

(b) 香港利得稅

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，貴公司在香港註冊成立的附屬公司須就不超過2,000,000港元的應課稅利潤按8.25%的稅率繳納香港利得稅及就超過2,000,000港元的應課稅利潤按16.5%的稅率繳納香港利得稅。

(c) 美國所得稅

Carote USA在美國加利福尼亞州成立。Carote USA的企業所得稅率受聯邦所得稅率及加利福尼亞州所得稅率的雙重影響，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月的稅率分別為21%及8.84%。

(d) 日本所得稅

在日本註冊成立的企業於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月須按23.2%的法人稅稅率繳納所得稅。

(e) 新加坡企業所得稅(「新加坡企業所得稅」)

貴集團在新加坡的附屬公司須繳納新加坡企業所得稅，乃根據新加坡稅務法律及法規就附屬公司在截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月的應課稅利潤按17%的適用稅率計算。

(f) 中國企業所得稅(「企業所得稅」)

貴公司在中國的附屬公司須繳納中國企業所得稅，乃根據中國稅收法律及法規就附屬公司的應課稅利潤按25%適用稅率計算，惟下文所披露者除外。

貴公司附屬公司浙江卡羅特於2019年12月被認定為高新技術企業。根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)對高新技術企業的稅收優惠，浙江卡羅特自被認定為高新技術企業的第一年起三年內可減按15%稅率繳納企業所得稅。浙江卡羅特獲批准自2022年起續期該資質三年。因此，浙江卡羅特於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月享有15%的所得稅優惠稅率。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，根據中國內地所得稅法及其相關規定，符合條件的研發開支可從應課稅收入中額外扣除100%。

(g) 中國預扣所得稅

根據《企業所得稅法》，自2008年1月1日起，當在中國境外成立的直接控股公司的中國附屬公司從其2008年1月1日之後獲得的利潤中宣派股利時，將對直接控股公司徵收10%的預扣稅。倘中國與外國直接控股公司(包括在香港註冊成立的公司)的司法管轄區簽訂稅收協定安排，則可能適用5%的較低預扣稅稅率。

於截至2023年12月31日止年度與截至2024年3月31日止三個月，董事已確認 貴集團預期中國附屬公司不會在可預見的未來分配於2023年12月31日及2024年3月31日的保留盈利，故並無就中國公司計提股利預扣稅。於2023年12月31日及2024年3月31日，與未匯出盈利有關的遞延所得稅負債總計人民幣161,086,000元及人民幣194,170,000元未確認。

附錄一

會計師報告

(h) 於合併損益表中扣除的實際所得稅開支與就除所得稅前利潤應用已頒佈稅率所得出的金額之間的差額對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
除稅前利潤	36,043	126,450	278,313	64,558	105,627
按各集團實體適用的法定稅率					
計算的稅項	7,874	30,638	66,300	13,053	23,559
優惠稅率	(3,182)	(12,012)	(23,839)	(4,229)	(4,297)
不可扣稅開支	243	365	172	13	141
研發開支之超額抵扣	(1,277)	(1,777)	(2,691)	(492)	(724)
未確認遞延所得稅資產之					
稅項虧損	730	826	1,996	478	397
先前未確認稅項虧損抵減即期					
稅項開支	—	(78)	(99)	(149)	(583)
確認先前未確認的可扣稅虧損	—	—	—	—	(1,380)
所得稅開支	4,388	17,962	41,839	8,674	17,113

12 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月之每股基本盈利按 貴公司擁有人應佔利潤除以截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月已發行普通股的加權平均數計算。

附錄一

會計師報告

於計算截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月發行在外普通股的加權平均數時，於重組期間發行予貴公司擁有人之20,282,930股股份(就股份獎勵計劃持有之80,000股股份除外)(附註1.2(a)(i))已作追溯調整，猶如該等股份已自2021年1月1日起發行。

於2024年2月29日，根據貴公司股東通過的決議案，貴公司股本中每股面值或票面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值或票面值0.0005美元的股份。貴公司的法定股本為250,000美元，分為500,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份(「拆細」)。緊隨拆細後，貴公司已發行普通股數目為404,058,600股(不包括就股份獎勵計劃持有之1,600,000股股份(已考慮拆細))。於釐定已發行普通股的加權平均數時，拆細已作追溯調整，猶如拆細已自截至2021年12月31日止年度開始生效。

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
貴公司普通股權益持有人					
應佔利潤(人民幣千元).....	31,718	108,770	237,132	55,869	88,520
已發行普通股的加權平均數.....	404,058,600	404,058,600	404,058,600	404,058,600	404,058,600
每股基本盈利(以每股人民幣元 呈列).....	<u>0.08</u>	<u>0.27</u>	<u>0.59</u>	<u>0.14</u>	<u>0.22</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃通過調整發行在外普通股的加權平均數以假設所有具潛在攤薄影響的普通股獲轉換計算。

由於截至2021年及2022年12月31日止年度並無發行在外潛在已攤薄股份，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

於截至2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，貴公司具潛在攤薄影響的普通股包括向僱員授出之股份獎勵。由於股份獎勵須達致特定表現條件後始能發行，而有關條件於截至2023年12月31日及2024年3月31日尚未達致，因此，該等可能發行股份未有計入報告年度／期間的每股攤薄盈利計算內。因此，截至2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

13 股利

根據浙江卡羅特於2022年12月3日舉行之股東會決議案，批准向浙江卡羅特當時股東派發股利人民幣50,000,000元。股利於2023年4月以現金支付。

根據貴公司於2024年3月3日舉行的股東會的決議案，批准從貴公司的股份溢價賬中向貴公司股東派付股利人民幣100,000,000元。股利10,000,000美元（相當於約人民幣72,300,000元）及3,836,371美元（相當於約人民幣27,700,000元）分別於2024年4月及5月以現金支付。

附錄一

會計師報告

14 物業、廠房及設備

於業績紀錄期，物業、廠房及設備之詳情如下：

	電子設備及					總計
	樓宇	機器及模具	汽車	其他	在建工程	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日						
成本.....	6,130	32,864	3,860	465	—	43,319
累計折舊.....	(1,287)	(25,992)	(2,640)	(300)	—	(30,219)
賬面淨值.....	<u>4,843</u>	<u>6,872</u>	<u>1,220</u>	<u>165</u>	<u>—</u>	<u>13,100</u>
截至2021年12月31日止年度						
年初賬面淨值.....	4,843	6,872	1,220	165	—	13,100
添置.....	—	1,373	5,258	—	4,953	11,584
出售.....	—	(761)	(2,366)	(9)	—	(3,136)
折舊費用(附註8).....	(303)	(3,142)	(758)	(8)	—	(4,211)
年末賬面淨值.....	<u>4,540</u>	<u>4,342</u>	<u>3,354</u>	<u>148</u>	<u>4,953</u>	<u>17,337</u>
於2021年12月31日						
成本.....	6,130	8,289	4,003	293	4,953	23,668
累計折舊.....	(1,590)	(3,947)	(649)	(145)	—	(6,331)
賬面淨值.....	<u>4,540</u>	<u>4,342</u>	<u>3,354</u>	<u>148</u>	<u>4,953</u>	<u>17,337</u>
截至2022年12月31日止年度						
年初賬面淨值.....	4,540	4,342	3,354	148	4,953	17,337
添置.....	—	49	3,422	13	100,444	103,928
出售.....	—	(4,134)	(60)	—	—	(4,194)
折舊費用(附註8).....	(303)	(240)	(1,200)	(23)	—	(1,766)
年末賬面淨值.....	<u>4,237</u>	<u>17</u>	<u>5,516</u>	<u>138</u>	<u>105,397</u>	<u>115,305</u>
於2022年12月31日						
成本.....	6,130	143	7,288	306	105,397	119,264
累計折舊.....	(1,893)	(126)	(1,772)	(168)	—	(3,959)
賬面淨值.....	<u>4,237</u>	<u>17</u>	<u>5,516</u>	<u>138</u>	<u>105,397</u>	<u>115,305</u>

附錄一

會計師報告

	電子設備及					總計
	樓宇	機器及模具	汽車	其他	在建工程	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
截至2023年12月31日止年度						
年初賬面淨值	4,237	17	5,516	138	105,397	115,305
添置	—	109	3,733	64	—	3,906
出售 (附註22(e))	—	—	—	—	(105,397)	(105,397)
折舊費用 (附註8)	(302)	(15)	(2,505)	(37)	—	(2,859)
年末賬面淨值	<u>3,935</u>	<u>111</u>	<u>6,744</u>	<u>165</u>	<u>—</u>	<u>10,955</u>
於2023年12月31日						
成本	6,130	252	11,021	370	—	17,773
累計折舊	(2,195)	(141)	(4,277)	(205)	—	(6,818)
賬面淨值	<u>3,935</u>	<u>111</u>	<u>6,744</u>	<u>165</u>	<u>—</u>	<u>10,955</u>
截至2024年3月31日止三個月						
期初賬面淨值	3,935	111	6,744	165	—	10,955
折舊費用 (附註8)	(73)	(6)	(785)	(10)	—	(874)
期末賬面淨值	<u>3,862</u>	<u>105</u>	<u>5,959</u>	<u>155</u>	<u>—</u>	<u>10,081</u>
於2024年3月31日						
成本	6,130	252	11,021	370	—	17,773
累計折舊	(2,268)	(147)	(5,062)	(215)	—	(7,692)
賬面淨值	<u>3,862</u>	<u>105</u>	<u>5,959</u>	<u>155</u>	<u>—</u>	<u>10,081</u>

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貴集團已就貴集團之銀行借款分別抵押賬面值約人民幣4,540,000元、人民幣4,237,000元、人民幣3,935,000元及人民幣3,862,000元之樓宇(附註27)。

附錄一

會計師報告

自合併損益表扣除之折舊開支如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
行政開支	824	1,640	2,844	612	872
銷售成本	1,678	116	—	—	—
研發開支	1,709	10	15	3	2
	4,211	1,766	2,859	615	874

折舊按直線法計算，以於其估計可使用年期內分配其成本(扣除其剩餘價值)：

— 樓宇	20年
— 機器及模具	3至10年
— 汽車	3至5年
— 電子設備及其他	3至5年

在建工程指未完工工程及在建或待安裝設備，按成本減減值虧損列賬。成本包括直接建設成本(包含建設期間建設應佔借款成本)。相關資產完工並可用作擬定用途時方會就在建工程計提折舊撥備。

15 租賃

(i) 於合併財務狀況報表確認之金額

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
使用權資產				
土地使用權	57,159	56,005	—	—
倉庫.....	—	—	5,684	5,182
辦公室.....	3,825	2,442	1,221	916
	<u>60,984</u>	<u>58,447</u>	<u>6,905</u>	<u>6,098</u>
租賃負債				
流動.....	1,226	1,386	2,739	2,771
非流動.....	2,189	803	2,028	2,052
	<u>3,415</u>	<u>2,189</u>	<u>4,767</u>	<u>4,823</u>

於2022年12月31日，賬面值約人民幣36,526,000元(2021年：無)之土地使用權已作抵押，作為 貴集團之銀行借款的擔保(附註27)。

截至2023年12月31日止年度之土地使用權減少約人民幣56,005,000元，是由於因視作向股東分派而出售土地使用權(附註22(e))。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月之使用權資產分別增加約人民幣3,997,000元、人民幣84,000元、人民幣6,147,000元、零及零。

附錄一

會計師報告

(ii) 於合併全面收益表確認之金額

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
使用權資產折舊費用(附註8)					
辦公室.....	977	1,467	1,321	305	305
倉庫.....	—	—	363	—	502
土地使用權.....	510	1,154	—	—	—
	<u>1,487</u>	<u>2,621</u>	<u>1,684</u>	<u>305</u>	<u>807</u>
租賃負債之利息開支(附註10)....	31	139	129	26	56
與短期租賃有關的開支(計入銷售 成本及行政開支)(附註8).....	335	84	129	23	30
	<u>1,853</u>	<u>2,844</u>	<u>1,942</u>	<u>354</u>	<u>893</u>

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月之租賃現金流出總額分別為人民幣1,628,000元、人民幣1,449,000元、人民幣3,698,000元、人民幣23,000元及人民幣30,000元。

(iii) 貴集團之租賃活動及其入賬方式

使用權資產指 貴集團根據租賃安排在2至3年的租期內使用相關租賃場地及在50年租期內使用土地使用權的權利。該等資產按成本減累計折舊及累計減值虧損列賬。

於租賃資產供 貴集團使用之日，租賃會初步確認為使用權資產及相應負債。各項租賃付款於本金及融資成本間分配。融資成本於租期內在損益中扣除，以制定出各期間負債剩餘結餘的固定週期利率。使用權資產於資產估計可用年期與租期(以較短者為準)內按直線法計提折舊。

租賃付款採用租賃所隱含的利率予以貼現，倘無法釐定該利率（貴集團的租賃一般屬此類情況），則使用承租人增量借款利率，即個別承租人在類似經濟環境中按類似條款、抵押及條件借入獲得與使用權資產價值類似的資產所需資金必須支付的利率。

為釐定增量借款利率，貴集團：

- 使用個別承租人最近獲得的第三方融資為出發點作出調整以反映自獲得第三方融資以來融資條件的變動；及
- 針對租賃做出特定調整，如租期、國家、貨幣及抵押。

使用權資產一般在資產的可用年期與租期（以較短者為準）內按直線法計提折舊。如貴集團合理確定會行使購買權，則在標的資產的可用年期內對使用權資產計提折舊。

與短期租賃和低價值資產租賃相關的付款按直線法確認為開支。短期租賃是指租期為12個月或以內的租賃。

租賃產生的資產和負債按現值進行初始計量。租賃負債包括以下租賃付款的淨現值：

- 固定付款（包括實質固定付款），扣除任何應收的租賃激勵；
- 基於指數或比率確定的可變租賃付款，採用開始日的指數或比率進行初始計量；
- 承租人根據餘值擔保預計應付的金額；
- 承租人合理確定將行使的購買選擇權的行權價格；及
- 在租期反映出承租人將行使選擇權的情況下終止租賃的罰款金額。

根據可合理確定延期選擇權而作出之租賃付款亦計入負債之計量中。

租賃付款於本金及融資成本間分配。融資成本於租期內在損益中扣除，以制定出各期間負債剩餘結餘的固定週期利率。

使用權資產按成本計量，包括以下各項：

- 租賃負債的初始計量金額；
- 在租期開始日或之前支付的租賃付款扣除收到的租賃激勵；
- 初始直接費用；及
- 復原成本。

(iv) 延期及終止選擇權

貴集團多個辦公室及倉庫之租賃具有延期及終止選擇權，以就管理 貴集團業務營運所用資產上盡可能提升經營的靈活性。大部分所持延期及終止選擇權僅可由 貴集團行使，並非由其出租人行使。

16 存貨

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
製成品.....	24,976	42,059	107,335	152,320
原材料及零部件.....	2,554	112	947	643
半成品.....	2,963	—	—	—
減：存貨撥備.....	—	—	—	—
	30,493	42,171	108,282	152,963

存貨按成本與可變現淨值之較低者入賬。成本乃使用個別認定法釐定。購入的存貨成本扣除折扣及返利後確認。可變現淨值乃日常業務過程中的估計售價減預計銷售所需的成本。

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，確認為開支之存貨分別為人民幣478,227,000元、人民幣411,906,000元、人民幣774,508,000元、人民幣140,213,000元及人民幣210,031,000元，計入銷售成本。

17 貿易應收款項

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	63,723	55,494	73,954	71,897
減：減值撥備.....	(95)	(187)	(100)	(99)
總計.....	63,628	55,307	73,854	71,798

(i) 截至業績紀錄期資產負債表日期，貿易應收款項之賬面值與其公平值相若。

(ii) 貿易應收款項賬齡分析

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貿易應收款項基於發票日期之賬齡分析如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
三個月內.....	63,644	55,324	73,863	71,806
三個月至六個月.....	—	—	—	—
六個月至九個月.....	—	—	—	—
九個月至12個月.....	79	3	—	—
超過一年.....	—	167	91	91
	63,723	55,494	73,954	71,897

(iii) 貿易應收款項之分類及減值

貿易應收款項為在日常業務過程中就所銷售貨品或所提供服務而應收客戶的款項。貿易應收款項一般於3個月或一般經營週期內到期結算，因此均分類為流動資產。

附錄一

會計師報告

貿易應收款項初始以無條件的代價金額確認，惟倘其包含重大融資成份則除外，在此情況下則按公平值確認。貴集團持有目的為收取合約現金流量的貿易應收款項，因此其後使用實際利率法以攤銷成本計量。有關貿易應收款項的詳情載於附註3.1。

18 預付款項、其他應收款項及其他流動資產

貴集團

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應收款項(a)				
— 可退還按金.....	2,011	8,306	9,529	14,882
— 可退還出口稅項.....	6,363	1,842	11,939	4,823
— 應收關聯方款項(附註34)...	6,319	6,909	357	350
— 其他.....	65	806	236	189
	14,758	17,863	22,061	20,244
減：減值撥備(附註3.1).....	(150)	(201)	(14)	(10)
	14,608	17,662	22,047	20,234
預付[編纂].....	—	—	[編纂]	[編纂]
將予扣減的進項增值稅.....	71	8,874	—	—
總額.....	<u>14,679</u>	<u>26,536</u>	<u>24,034</u>	<u>24,639</u>

(i) 於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貴集團其他應收款項之賬面值與其公平值相若。

(ii) 其他應收款項之減值及風險敞口

對於其他應收款項，管理層會根據歷史結算紀錄及過往經驗(包含前瞻性資料)對其他應收款項的可收回程度定期進行共同評估及個別評估。其他應收款項減值計量為

附錄一

會計師報告

12個月預期信貸虧損或全期預期信貸虧損，視乎信貸風險自初步確認後有否顯著增加而定。倘應收款項的信貸風險自初始確認後顯著增加，則減值計量為全期預期信貸虧損。

其他應收款項的預期信貸虧損（「**預期信貸虧損**」）模式概述如下：

- 於初始確認時並無信貸減值的其他應收款項分類為「第一階段」，且 貴集團持續監控其信貸風險。預期信貸虧損按12個月基準計量；
- 倘信貸風險自初始確認後顯著增加（定義見下文），則金融工具移至「第二階段」，惟尚未被視為信貸減值。預期信貸虧損按全期基準計量；
- 倘金融工具出現信貸減值（定義見下文），則金融工具移至「第三階段」。預期信貸虧損按全期基準計量；及
- 根據第一階段及第二階段，利息收入按賬面總值計算（並無扣除虧損撥備）。倘金融資產後續出現信貸減值（第三階段）， 貴集團須通過在後續報告期對金融資產攤銷成本應用實際利率法計算利息收入（賬面總值減虧損撥備），而並非賬面總值。

年內確認的虧損撥備受多種因素影響，如下所述：

- 由於其他應收款項於期間信貸風險顯著增加（或減少），且後續12個月及全期預期信貸虧損「逐步增加」（或「**逐步減少**」），於第一階段、第二階段或第三階段發生轉移；
- 已確認新金融工具的額外撥備，以及釋放期間終止確認的其他應收款項；及
- 終止確認的其他應收款項及與年內撇銷資產相關的撥備撇銷。

貴公司

	於12月31日	於3月31日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
預付 [編纂]	[編纂]	[編纂]

附錄一

會計師報告

貴集團認為交易對手如下：

- 「第一階段」交易對手違約風險較低，滿足合約現金流量的能力較強；
- 「第二階段」交易對手還款已逾期，但能合理預期收回；及
- 「第三階段」交易對手還款已逾期，且合理預期收回概率較低。

下表概述按不同階段分析的其他應收款項的虧損撥備：

	第一階段 12個月預期 信貸虧損	第二階段 全期預期 信貸虧損	第三階段 全期預期 信貸虧損	總計
於2021年12月31日的賬面總值 (人民幣千元)	14,758	—	—	14,758
於2021年12月31日的虧損撥備 (人民幣千元)	(150)	—	—	(150)
預期信貸虧損率	1.02%	—	—	不適用
於2022年12月31日的賬面總值 (人民幣千元)	17,863	—	—	17,863
於2022年12月31日的虧損撥備 (人民幣千元)	(201)	—	—	(201)
預期信貸虧損率	1.13%	—	—	不適用
於2023年12月31日的賬面總值 (人民幣千元)	22,061	—	—	22,061
於2023年12月31日的虧損撥備 (人民幣千元)	(14)	—	—	(14)
預期信貸虧損率	0.06%	—	—	不適用
於2024年3月31日的賬面總值 (人民幣千元)	20,244	—	—	20,244
於2024年3月31日的虧損撥備 (人民幣千元)	(10)	—	—	(10)
預期信貸虧損率	0.05%	—	—	不適用

19 按公平值計入損益的金融資產

(a) 按公平值計入損益的金融資產分類

貴集團將下列各項分類為按公平值計入損益的金融資產：

- 不合資格按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益計量的債務投資；
- 持作交易的股本投資；及
- 貴集團並未選擇透過其他全面收益確認公平值收益及虧損的股本投資。

貴集團按公平值計入損益的金融資產包括下列項目：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
對銀行所發行理財產品的投資..	<u>40,000</u>	<u>50,062</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

於2021年12月31日，對銀行所發行理財產品的投資人民幣10,000,000元作為發行銀行承兌匯票的抵押(附註25)。

理財產品的本金及回報並無保證，故其合約現金流量並不符合僅用於本金及利息付款的條件。因此，銀行所發行的理財產品按公平值計入損益計量。

貴集團所承受金融風險的資料以及釐定該等按公平值計入損益的金融資產的公平值所用方法及假設的資料，載於附註3.3。

附錄一

會計師報告

(b) 於損益確認的金額

年內，於合併損益表確認以下收益：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於其他收益確認之按公平值計入 損益的金融資產的公平值收益 (附註7)	<u>766</u>	<u>974</u>	<u>101</u>	<u>25</u>	<u>—</u>

20 現金及現金等價物、受限制現金、長期銀行定期存款及短期銀行定期存款

貴集團

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘.....	211,783	202,159	405,162	524,814
減：受限制現金(ii)	(9,530)	(1,140)	—	—
減：受限制短期銀行 定期存款(iii).....	—	(77,392)	(88,952)	(75,841)
減：受限制長期銀行 定期存款(iii)	(104,515)	(51,147)	(80,146)	(184,804)
減：非受限制長期銀行定期存款	—	(30,000)	—	—
現金及現金等價物.....	<u>97,738</u>	<u>42,480</u>	<u>236,064</u>	<u>264,169</u>

附錄一

會計師報告

(i) 銀行現金以下列貨幣計值：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
— 人民幣	191,383	180,104	273,093	353,720
— 美元	14,920	14,861	124,804	162,320
— 日圓	1,372	2,456	2,955	1,812
— 印尼盾	1,103	1,256	1,277	2,564
— 印度盧比	2,273	1,602	1,182	2,608
— 菲律賓比索	34	531	1,229	574
— 馬來西亞林吉特	464	903	386	—
— 新加坡元	174	292	53	45
— 其他	60	154	183	1,171
	211,783	202,159	405,162	524,814

(ii) 貴集團受限制現金包括：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行存款				
— 作為訴訟的抵押	—	1,140	—	—
— 作為發行銀行承兌匯票的 抵押(附註25)	9,530	—	—	—
	9,530	1,140	—	—

(iii) 於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，受限制短期及長期銀行定期存款均作為發行銀行承兌匯票的抵押(附註25)。

(iv) 分類為現金及現金等價物

現金及現金等價物包括手頭現金、金融機構活期存款以及其他原始期限不超過三個月的短期銀行定期存款(可輕鬆轉換為已知金額的現金，且價值變動風險較低)。

附錄一

會計師報告

貴公司

	於12月31日	於3月31日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
現金及現金等價物.....	75	1,588

現金及現金等價物以下列貨幣計值：

	於12月31日	於3月31日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
— 港元	68	50
— 美元	7	1,538
	75	1,588

21 股本、就股份獎勵計劃持有的股份及股份溢價

貴集團及 貴公司

	股份數目	股份面值
		千美元
法定		
於2023年2月3日(註冊成立之日)(a).....	5,000,000	50,000
增加(b)	20,000,000	200,000
於2023年12月31日	25,000,000	250,000
股份拆細(d)	475,000,000	—
於2024年3月31日	500,000,000	250,000

附錄一

會計師報告

	股份數目	股本 千美元	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	就股份獎勵計 劃持有的股份 人民幣千元
已發行					
於2023年2月3日 (註冊成立之日)	—	—	—	—	—
就 貴集團重組發行					
普通股(c).....	20,282,930	203	1,460	137,208	(6)
於2023年12月31日.....	20,282,930	203	1,460	137,208	(6)
股份拆細(d).....	385,375,670	—	—	—	—
向股東分配股利(e).....	—	—	—	(100,000)	—
於2024年3月31日.....	405,658,600	203	1,460	37,208	(6)

(a) 貴公司於2023年2月3日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為5,000,000股面值0.01美元的股份。註冊成立時並無發行及分配任何股份。

(b) 於2023年3月15日，根據 貴公司股東通過的決議案， 貴公司法定股份數目由5,000,000股增加15,080,100股至20,080,100股(面值0.01美元)。

於2023年9月21日，根據 貴公司股東通過的決議案， 貴公司法定股份數目由20,080,100股增加4,919,900股至25,000,000股(面值0.01美元)。

- (c) 作為重組的一部分，貴公司於2023年8月前向控股股東及控股股東控制的公司配發及發行合共20,080,100股股份，及於2023年9月向Denk Trade發行202,830股普通股，現金代價為人民幣680,000元，已於2023年11月收取（附註1.2(a)(iii)）。

根據卡羅特集團、Denk Trade、控股股東及控股股東控制的公司於2023年8月18日訂立的股權轉讓協議，控股股東及其公司以及Denk Trade將其於浙江卡羅特的100%股權轉讓予卡羅特集團，代價為人民幣67,731,000元，已於2023年10月由卡羅特集團以現金向股東支付（附註1.2(a)(iii)）。已付股東代價視為視作向股東分派並計入貴集團的資本儲備（附註22）。

截至交易日期，浙江卡羅特的合併資產淨值為人民幣205,713,000元。於2023年11月，浙江卡羅特的合併資產淨值與已收Denk Trade代價之差額，以及卡羅特集團向股東支付的代價及上述貴公司已發行股份之面值約為人民幣137,208,000元，視為貴公司股份溢價。

- (d) 於2024年2月29日，根據貴公司股東通過的決議案，貴公司股本中每股面值或票面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值或票面值0.0005美元的股份。貴公司的法定股本為250,000美元，分為500,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份。緊隨拆細後，已發行普通股數目為405,658,600股（包括就股份獎勵計劃持有之1,600,000股股份（已考慮拆細））。
- (e) 於2024年3月3日，根據貴公司股東會的決議案，批准向貴公司股東派發股利人民幣100,000,000元。股利10,000,000美元（相當於約人民幣72,300,000元）及3,836,371美元（相當於約人民幣27,700,000元）分別於2024年4月及5月以現金支付。

附錄一

會計師報告

22 儲備

貴集團

	附註	資本儲備	股份支付儲備	法定盈餘儲備	外幣換算儲備	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日(a)		5,000	—	2,267	(409)	6,858
來自當時股東的現金注資(b)...		19,125	—	—	—	19,125
轉撥至法定儲備.....		—	—	2,603	—	2,603
其他貨幣換算差額.....		—	—	—	(407)	(407)
於2021年12月31日		24,125	—	4,870	(816)	28,179
於2022年1月1日		24,125	—	4,870	(816)	28,179
來自當時股東的現金注資(c)...		5,875	—	—	—	5,875
轉撥至法定儲備.....		—	—	10,130	—	10,130
其他貨幣換算差額.....		—	—	—	2,452	2,452
於2022年12月31日		30,000	—	15,000	1,636	46,636
於2023年1月1日		30,000	—	15,000	1,636	46,636
來自股東的現金注資(d)		687	—	—	—	687
收購非控股股東權益		(980)	—	—	—	(980)
視作根據資產處置						
向股東分派(e)		(89,360)	—	—	—	(89,360)
視作根據重組向股東分派	21	(67,731)	—	—	—	(67,731)
就 貴集團重組發行普通股 ...	21	(137,982)	—	—	—	(137,982)
股份支付	23	—	1,598	—	—	1,598
其他貨幣換算差額.....		—	—	—	3,017	3,017
於2023年12月31日		(265,366)	1,598	15,000	4,653	(244,115)

附錄一

會計師報告

貴集團

	附註	資本儲備	股份支付儲備	法定盈餘儲備	外幣換算儲備	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日		(265,366)	1,598	15,000	4,653	(244,115)
股份支付	23	—	594	—	—	594
其他貨幣換算差額		—	—	—	477	477
於2024年3月31日		265,366	2,192	15,000	5,130	(243,044)

	附註	資本儲備	股份支付儲備	法定盈餘儲備	外幣換算儲備	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<i>(未經審核)</i>						
於2023年1月1日		30,000	—	15,000	1,636	46,636
視作根據資產處置向						
股東分派(e)		(89,360)	—	—	—	(89,360)
其他貨幣換算差額		—	—	—	(199)	(199)
於2023年3月31日		(59,360)	—	15,000	1,437	(42,923)

- (a) 於2021年1月1日，資本儲備包括浙江卡羅特的實繳資本人民幣5,000,000元。
- (b) 截至2021年12月31日止年度，呂女士及浙江昇恩日用品有限公司分別向浙江卡羅特註冊資本注入現金人民幣4,125,000元及人民幣15,000,000元。
- (c) 截至2022年12月31日止年度，章先生、永康樂港科技發展合夥企業(有限合夥)及永康可昇科技發展合夥企業(有限合夥)分別向浙江卡羅特註冊資本注入現金人民幣3,375,000元、人民幣1,250,000元及人民幣1,250,000元。
- (d) 根據Denk Trade與控股股東於2023年5月4日訂立的投資協議，Denk Trade以人民幣687,000元的代價認購浙江卡羅特1%股權。該資本認購金額人民幣687,000元已於2023年8月支付。

附錄一

會計師報告

- (e) 於2022年12月12日，根據浙江卡羅特的股東決議案，浙江卡羅特分拆為兩間公司，保留了浙江卡羅特，另外增設浙江樂昇恩商貿有限公司（「浙江樂昇恩」）（兩間公司均由控股股東直接全資擁有）。

根據浙江卡羅特與浙江樂昇恩於2023年2月3日訂立的協議，浙江卡羅特將其當時的附屬公司港樂廚具100%股權以及若干資產及負債轉讓予浙江樂昇恩。所轉讓的資產淨值合共約為人民幣89,360,000元，包括在建工程約人民幣105,397,000元、土地使用權人民幣56,005,000元、其他流動資產約人民幣3,495,000元以及現金及現金等價物人民幣528,000元，不包括借款人民幣37,323,000元及應付 貴集團實體款項人民幣38,742,000元。所轉讓的資產淨值被視為視作於交易日期向股東分派。截至2023年12月31日止年度，浙江卡羅特從本次交易收取約人民幣38,214,000元的淨現金。

貴公司

	附註	資本儲備	股份支付儲備	外幣換算儲備	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年2月3日(註冊成立之日).....		—	—	—	—
股份支付.....	23	—	1,598	—	1,598
其他貨幣換算差額.....		—	—	(42)	(42)
於2023年12月31日.....		<u>—</u>	<u>1,598</u>	<u>(42)</u>	<u>1,556</u>
於2024年1月1日.....		—	1,598	(42)	1,556
股份支付.....	23	—	594	—	594
其他貨幣換算差額.....		—	—	(23)	(23)
於2024年3月31日.....		<u>—</u>	<u>2,192</u>	<u>(65)</u>	<u>2,127</u>

23 股份支付

截至2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月於損益確認的股份支付開支如下：

	截至12月31日		截至3月31日止三個月	
	止年度			
	2023年	2023年	2024年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
		(未經審核)		
銷售開支	1,198	—	445	
行政開支	400	—	149	
	1,598	—	594	

於2023年4月10日，浙江卡羅特採納股份激勵計劃（「中國計劃」），據此，貴集團若干合資格僱員（「激勵對象」）獲授永康市羅勤企業管理合夥企業（有限合夥）（「羅勤企業」）的股份，作為對其服務的獎勵以及換取其為貴集團提供全職服務及專業才能。羅勤企業持有浙江卡羅特若干股份。此外，貴公司於[日期]採納經修訂及重述的股份激勵計劃（「遺留計劃」），年內設立Carote CM Limited Partnership乃旨在代表激勵對象持有貴公司股份。作為重組（附註1.2(a)）的一部分，中國計劃於2023年被遺留計劃所取代，於2023年10月完成。羅勤企業及Carote CM LP由貴公司自行酌情控制及管理，因此併入貴集團財務報表中。遺留計劃的條款與中國計劃的條款基本相同。遺留計劃取代中國計劃及撤銷原中國計劃被視為不影響會計處理，原因是中國計劃的條款始終有效，內容基本不變，僅就重組改變了計劃的形式。

根據中國計劃，激勵對象於2023年4月獲授浙江卡羅特股份，授予價格為每單位股本人民幣3.4元。於重組期間，上述股份授予轉換為向Carote CM Limited Partnership發行80,000股貴公司股份。所有授出股份自達成遺留計劃所訂明的服務及表現條件之日（即貴公司[編纂]後12個月、24個月或36個月）起歸屬。倘若僱員於此期間不再受僱

附錄一

會計師報告

於 貴集團，獎勵的股份將被沒收，而沒收的股份將由章先生或 貴公司指定的其他人士(包括 貴公司)按遺留計劃訂明的價格回購。

向激勵對象授出的股份獎勵被視為以權益結算的股份支付，獎勵以成功完成[編纂]為條件。由於[編纂]條件被視為歸屬條件，故 貴集團在授出股份之日(經參考對[編纂]成功的可能性及時間的估計)釐定股份支付開支。於授出股份之日直至2023年12月31日及2024年3月31日， 貴集團評估表現條件(即[編纂])在可預見的將來很可能達成，因此確認股份支付開支。股份支付開支的估計金額在授出股份的歸屬期內攤銷。

下文載列根據股份激勵計劃授出的受限制股份數目變動情況：

	受限制股份數目	加權平均授出 日期公平值 人民幣
於2023年1月1日	—	不適用
已授出.....	80,000	103.15
於2023年12月31日及2024年3月31日.....	80,000	103.15

已授出股份的公平值及就授出日期之估值所作主要假設概述如下：

	於2023年4月10日
已授出股份的公平值(每股人民幣元)	103.15
年增長率	5.2%-75.5%
除稅後貼現率.....	14.0%
永久增長率	2.2%

附錄一

會計師報告

24 按類別劃分的金融工具

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
金融資產				
按攤銷成本計量的金融資產：				
— 貿易應收款項(附註17)	63,628	55,307	73,854	71,798
— 其他應收款項(附註18)	14,608	17,662	22,047	20,234
— 現金及現金等價物 (附註20)	97,738	42,480	236,064	264,169
— 受限制現金(附註20)	9,530	1,140	—	—
— 短期銀行定期存款 (附註20)	—	77,392	88,952	75,841
— 長期銀行定期存款 (附註20)	104,515	81,147	80,146	184,804
按公平值計入損益的 金融資產(附註19)	40,000	50,062	—	—
	330,019	325,190	501,063	616,846
金融負債				
按攤銷成本計量的負債：				
— 貿易應付款項及應付票據 (附註25)	281,968	276,232	358,634	425,383
— 其他應付款項及應計費用 (不包括應付工資及福利、 其他應付稅項)(附註26)	24,755	55,563	3,939	106,452
— 借款(附註27)	39,207	56,529	5,004	5,004
— 租賃負債(附註15)	3,415	2,189	4,767	4,823
— 長期應付款項(附註28)	8,474	—	—	—
	357,819	390,513	372,344	541,662

貿易應付款項及應付票據、借款、租賃負債、長期應付款項以及其他應付款項及應計費用按攤銷成本列賬。

貴集團面臨的與金融工具相關的各項風險載於附註3.1。報告期末的最高信貸風險敞口為上述各類金融資產的賬面值。

25 貿易應付款項及應付票據

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	144,748	138,752	195,464	182,193
應付票據.....	137,220	137,480	163,170	243,190
	281,968	276,232	358,634	425,383

應付票據的到期期限介於6至12個月。該等應付票據的發行由貴集團若干長期銀行定期存款及短期銀行定期存款(附註20)以及按公平值計入損益的金融資產(附註19)作抵押。

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貿易應付款項及應付票據按發票日期的賬齡分析如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
三個月內.....	141,266	140,800	357,648	420,497
三個月至一年.....	136,608	132,651	621	4,523
一年以上.....	4,094	2,781	365	363
	281,968	276,232	358,634	425,383

由於短期性質，貿易應付款項及應付票據賬面值與其公平值相若。

附錄一

會計師報告

26 其他應付款項及應計費用

貴集團

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應計運費	1,890	2,589	3,470	2,541
應付工資及福利.....	2,910	716	2,576	1,039
應付股利	—	50,000	—	100,000
應付關聯方款項(附註34)	20,704	2,183	—	—
應計廣告及宣傳開支	404	196	—	194
長期應付款項的即期部分 (附註28).....	1,617	—	—	—
其他應付稅項.....	4,159	6,256	4,691	7,226
應付[編纂]	—	—	—	[編纂]
其他.....	140	595	469	561
	31,824	62,535	11,206	114,717

由於短期性質，其他應付款項及應計費用賬面值與其公平值相若。

貴公司

	於12月31日	於3月31日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
應付股利	—	100,000
應付附屬公司款項.....	2,707	9,091
應付[編纂]	—	[編纂]
	2,707	112,247

附錄一

會計師報告

27 借款

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計入非流動負債：				
— 長期銀行借款，有抵押.....	—	37,323	—	—
計入流動負債：				
— 短期銀行借款，有抵押.....	17,786	19,206	5,004	5,004
— 短期銀行借款，有擔保.....	21,421	—	—	—
	39,207	19,206	5,004	5,004
	39,207	56,529	5,004	5,004

截至2023年12月31日止年度的借款減少，是由於因視作向股東分派而從 貴集團土地使用權及其他資產連同相關銀行借款的轉出(附註22(e))。

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日， 貴集團應償還的借款如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內.....	39,207	19,206	5,004	5,004
一至兩年.....	—	15,000	—	—
兩至五年.....	—	22,323	—	—
	39,207	56,529	5,004	5,004

附錄一

會計師報告

貴集團按貨幣劃分之借款的賬面值分析如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
人民幣.....	26,427	42,329	5,004	5,004
美元.....	12,780	14,200	—	—
	39,207	56,529	5,004	5,004

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與2024年3月31日的加權平均實際年利率如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
人民幣.....	4.0%	4.1%	3.1%	3.1%
美元.....	0.5%	2.3%	不適用	不適用

借款的質押及擔保如下：

- (i) 於2021年12月31日，借款人民幣21,421,000元由章先生及呂女士作擔保。

借款人民幣12,780,000元以呂女士所擁有的樓宇作質押，其賬面值為人民幣20,140,000元。

借款人民幣5,006,000元以貴集團賬面值為人民幣4,540,000元的樓宇作質押(附註14)。

- (ii) 於2022年12月31日，長期借款人民幣37,323,000元以貴集團賬面值為人民幣36,526,000元的土地使用權作質押(附註15)。

借款人民幣14,200,000元以呂女士所擁有的樓宇作質押，其賬面值為人民幣20,140,000元。

附錄一

會計師報告

借款人民幣5,006,000元以 貴集團賬面值為人民幣4,237,000元的樓宇作質押(附註14)。

(iii) 於2023年12月31日，借款人民幣5,004,000元以 貴集團賬面值為人民幣3,935,000元的樓宇作質押(附註14)。

(iv) 於2024年3月31日，借款人民幣5,004,000元以 貴集團賬面值為人民幣3,862,000元的樓宇作質押(附註14)。

28 長期應付款項

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
長期應付款項	10,091	—	—	—
減：長期應付款項的即期部分..	(1,617)	—	—	—
	<u>8,474</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

貴公司關聯方李志飛先生(「李先生」)及浙江信傑工貿有限公司(「信傑」)於2016年10月31日向浙江泰隆商業銀行股份有限公司借入貸款人民幣7,390,000元並於2018年3月30日向浙江稠州商業銀行借入另一筆貸款人民幣12,000,000元。上述貸款由浙江卡羅特作擔保。李先生及信傑因財務危機未能償還貸款。

根據浙江卡羅特與各銀行於2018年5月及9月簽訂的還款協議，浙江卡羅特同意自2018年至2026年每年向上述銀行支付人民幣1,940,000元，於2027年支付人民幣1,930,000元。於2018年，貴集團確認長期應付款項約人民幣15,958,000元(即根據還款協議年度付款的現值)。截至2022年12月31日止年度，貴集團根據還款協議償還貸款並悉數結清貸款。

截至2021年及2022年12月31日止年度，貴集團將約人民幣455,000元及人民幣429,000元計入損益之財務成本。

29 遞延所得稅

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延所得稅資產：				
— 於12個月內收回	1,096	3,348	7,295	5,212
— 於超過12個月後收回	589	121	303	308
遞延稅項資產總值.....	1,685	3,469	7,598	5,520
與遞延稅項負債抵銷	(549)	(366)	(733)	(740)
遞延所得稅資產淨值	<u>1,136</u>	<u>3,103</u>	<u>6,865</u>	<u>4,780</u>
遞延所得稅負債：				
— 於12個月內收回	208	183	484	183
— 於超過12個月後收回	366	183	552	732
遞延稅項負債總額.....	574	366	1,036	915
與遞延稅項資產抵銷	(549)	(366)	(733)	(740)
遞延所得稅負債淨額	<u>25</u>	<u>—</u>	<u>303</u>	<u>175</u>

附錄一

會計師報告

遞延所得稅資產及負債的年內變化(不計及抵銷相同稅務司法管轄區內的結餘)如下：

遞延所得稅資產：

	減值撥備	租賃負債	稅項虧損	未變現內部 交易收益	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	19	152	—	292	463
計入損益	18	361	588	255	1,222
於2021年12月31日	37	513	588	547	1,685
計入/(扣自)損益.....	22	(184)	418	1,345	1,601
貨幣換算差額.....	—	—	183	—	183
於2022年12月31日	59	329	1,189	1,892	3,469
(扣自)/計入損益.....	(41)	386	(1,012)	4,973	4,306
貨幣換算差額.....	—	—	(177)	—	(177)
於2023年12月31日	18	715	—	6,865	7,598
(扣自)/計入損益.....	(1)	8	1,380	(3,465)	(2,078)
於2024年3月31日	17	723	1,380	3,400	5,520

附錄一

會計師報告

遞延所得稅負債：

	使用權資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	171	171
計入損益	403	403
於2021年12月31日	574	574
扣自損益	(208)	(208)
於2022年12月31日	366	366
計入損益	670	670
於2023年12月31日	1,036	1,036
計入損益	(121)	(121)
於2024年3月31日	915	915

已結轉稅項虧損(未確認遞延所得稅資產)的到期情況如下：

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於兩至三年內到期的稅項虧損..	—	—	2,503	2,503
於三至四年內到期的稅項虧損..	31	2,881	812	812
超過四年到期的稅項虧損	4,050	4,715	11,484	5,911
	4,081	7,596	14,799	9,226

附錄一

會計師報告

30 現金流資料

(a) 除所得稅前利潤與經營所得現金的對賬

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前利潤	36,043	126,450	278,313	64,558	105,627
就下列各項作出調整：					
物業、廠房及設備和					
使用權資產折舊	5,698	4,387	4,543	920	1,681
出售物業、廠房及設備虧損					
(附註7)	135	2,002	—	—	—
出售非全資附屬公司的					
收益淨額(附註7)	—	—	(1)	—	—
按公平值計入損益的金融資產的					
公平值收益(附註7)	(766)	(974)	(101)	(25)	—
財務成本(附註10)	(3,344)	(2,308)	(7,125)	(1,339)	(739)
金融資產減值虧損/(減值回撥)					
淨額	121	143	(274)	(88)	(5)
股份支付開支(附註23)	—	—	1,598	—	594
匯兌差異淨額	19	1,740	637	1,071	185
營運資金變動前的經營利潤	37,906	131,440	277,590	65,097	107,343
營運資金變動：					
存貨增加	(8,287)	(11,678)	(66,111)	(15,512)	(44,681)
貿易應收款項(增加)/減少	(15,072)	6,846	(18,688)	2,629	1,966
其他營運資產(增加)/減少	(18,419)	(8,770)	651	(27,974)	6,441
貿易應付款項及應付票據					
增加/(減少)	118,931	(5,736)	82,402	(45,312)	66,749
其他營運負債增加/(減少)	18,823	14,269	(2,728)	28	112
受限制現金(增加)/減少	(9,530)	8,390	1,140	1,140	—
經營所得/(所用)現金	124,352	134,761	274,256	(19,904)	137,930

附錄一

會計師報告

於合併現金流量表，出售物業、廠房及設備和使用權資產所得款項包括：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
賬面淨值	3,136	4,194	161,402	161,402	—
視作根據資產處置向股東分派...	—	—	(161,402)	(161,402)	—
出售物業、廠房及設備虧損	(135)	(2,002)	—	—	—
出售物業、廠房及設備和使用權 資產所得款項	<u>3,001</u>	<u>2,192</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

附錄一

會計師報告

(b) 融資活動所產生負債的對賬

	借款	關聯方貸款	租賃負債	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日的債務淨額	(8,250)	(31,015)	(1,015)	(40,280)
融資活動所得現金流	(29,925)	12,494	1,628	(15,803)
收購	—	—	(3,997)	(3,997)
應計利息	(1,254)	—	(31)	(1,285)
外匯調整	222	—	—	222
於2021年12月31日的債務淨額	<u>(39,207)</u>	<u>(18,521)</u>	<u>(3,415)</u>	<u>(61,143)</u>
融資活動所得現金流	(14,701)	18,521	1,449	5,269
投資活動所得現金流	(44)	—	—	(44)
收購	—	—	(84)	(84)
應計利息	(1,833)	—	(139)	(1,972)
外匯調整	(744)	—	—	(744)
於2022年12月31日的債務淨額	<u>(56,529)</u>	<u>—</u>	<u>(2,189)</u>	<u>(58,718)</u>
融資活動所得現金流	14,395	—	3,698	18,093
收購	—	—	(6,147)	(6,147)
視作根據資產處置向股東分派	37,323	—	—	37,323
應計利息	(168)	—	(129)	(297)
外匯調整	(25)	—	—	(25)
於2023年12月31日的債務淨額	<u>(5,004)</u>	<u>—</u>	<u>(4,767)</u>	<u>(9,771)</u>
融資活動所得現金流	40	—	30	70
收購	—	—	(30)	(30)
應計利息	(40)	—	(56)	(96)
於2024年3月31日的債務淨額	<u>(5,004)</u>	<u>—</u>	<u>(4,823)</u>	<u>(9,827)</u>
<i>(未經審核)</i>				
融資活動所得現金流	47	—	23	70
收購	—	—	(23)	(23)
視作根據資產處置向股東分派	37,323	—	—	37,323
應計利息	(86)	—	(26)	(112)
外匯調整	186	—	—	186
於2023年3月31日的債務淨額	<u>(19,059)</u>	<u>—</u>	<u>(2,215)</u>	<u>(21,274)</u>

(c) 主要非現金投資及融資活動

其他附註披露的主要非現金投資及融資活動包括：

- 截至2023年12月31日止年度物業、廠房及設備、土地使用權及借款分別減少約人民幣105,397,000元、人民幣56,005,000元及人民幣37,323,000元，視為視作向股東分派 — 附註14、附註15及附註27。
- 倉庫及辦公室使用權資產增加 — 附註15。

31 承擔

資本承擔

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已訂約但未撥備 — 收購物業、 廠房及設備	113,502	57,434	—	—

32 或然事項

於2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，貴集團並無重大或然負債。

33 使用權益法入賬的投資

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資聯營公司	—	—	*	—

* 表示金額低於人民幣1,000元。

附錄一

會計師報告

- (i) 如附註1.2(iii)所述，於2023年9月，浙江泰戈電器（貴集團持有80%股權的附屬公司）以零代價將40%股份轉讓予第三方。交易完成後，浙江泰戈電器成為貴公司聯營公司。於交易日期及2023年12月31日，於聯營公司的投資之公平值低於人民幣1,000元。

於2024年2月，浙江泰戈電器以零代價將剩餘40%股份轉讓予第三方，而浙江泰戈電器不再為貴公司聯營公司。

- (ii) 貴集團聯營公司於2023年12月31日及2024年3月31日之詳情載列如下。

實體名稱	營業地點/ 註冊成立國家	佔所有權權益百分比		主要活動
		於2023年 12月31日	於2024年 3月31日	
浙江泰戈電器有限公司.....	中國	40%	零	採購及銷售廚具

34 關聯方交易

倘一方有能力直接或間接控制另一方或共同控制該方，或在財務及營運決策方面對另一方行使重大影響力，則雙方被視為關聯方，反之亦然。關聯方可以是個別人士（主要管理人員、主要股東及／或彼等之近親）或其他實體，並包括受貴集團關聯方（身為個別人士）重大影響之實體。倘彼等受同一控制，則雙方亦被視為關聯方。

貴集團於報告期間與其關聯方進行如下重大交易。貴公司董事認為，關聯方交易乃於日常業務過程中按貴集團與各關聯方所商定的條款進行。

(a) 關聯方名稱及與其關係

貴公司董事認為，下列人士為於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月與 貴集團曾有交易或結餘的關聯方：

關聯方名稱	與 貴公司的關係
永康市時集美貿易有限公司(「時集美」)	由呂女士的近親控制
李先生	呂女士的近親
信傑	由李先生控制
永康市楊溪彩印包裝廠(「楊溪」)	由呂女士控制
浙江泰戈電器	聯屬公司
浙江樂昇恩	由 貴公司控股股東控制
COMOK LIMITED (i)	章先生具有重大影響力
佛山柯莫貿易有限公司(i)(「佛山柯莫」)	章先生具有重大影響力

(i) 由於轉讓章先生的股權，COMOK LIMITED自2023年10月起不再是 貴集團的關聯方。佛山柯莫自2023年10月起不再是 貴集團的關聯方，佛山柯莫由COMOK LIMITED控制。

(b) 視作根據重組向股東分派

根據卡羅特集團、Denk Trade、控股股東及控股股東控制的公司於2023年8月18日訂立的股權轉讓協議，控股股東及其公司以及Denk Trade將其於浙江卡羅特的100%股權轉讓予卡羅特集團，代價為人民幣67,731,000元，卡羅特集團於2023年10月以現金向股東支付(附註1.2(a)(iii))。應付股東代價視為視作向股東分派並錄為 貴集團的資本儲備(附註21(c))。

(c) 視作根據資產處置向股東分派

於2022年12月12日，根據浙江卡羅特股東決議案，浙江卡羅特分拆為兩間公司，保留了浙江卡羅特，另外增設浙江樂昇恩。兩間公司均由控股股東直接全資擁有。

根據浙江卡羅特與浙江樂昇恩於2023年2月3日訂立的協議，浙江卡羅特將當時附屬公司港樂廚具100%股權及若干資產及負債轉讓予浙樂江昇恩(附註22(e))。

(d) 收購附屬公司非控股權益

於2023年3月，卡羅特環球向Carote Australia非控股股東章先生收購Carote Australia 20%股權，現金代價為100澳元。於該交易後，Carote Australia成為 貴公司全資附屬公司。

於2023年9月，貴公司向永康市卡羅特進出口有限公司非控股股東章先生收購永康市卡羅特進出口有限公司20%股權，代價為零。於該交易後，永康市卡羅特進出口有限公司成為 貴公司全資附屬公司。

於2023年12月，貴公司向Carote Kitchenware India Private Limited非控股股東呂女士收購Carote Kitchenware India Private Limited 20%股權，代價為零。於該交易後，Carote Kitchenware India Private Limited成為 貴公司全資附屬公司。

(e) 主要管理層薪酬

主要管理層包括 貴集團執行董事及高級管理層。

貴集團主要管理人員薪酬，包括附註35所披露的董事薪酬，載列如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
工資、薪金及花紅.....	1,208	1,772	2,138	240	302
其他社會保障成本、住房福利及 其他僱員福利.....	59	74	82	11	17
股份支付開支.....	—	—	899	—	594
	1,267	1,846	3,119	251	913

附錄一

會計師報告

(f) 關聯方交易

貴集團關聯方交易載列如下：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
銷售商品					
時集美.....	<u>2,045</u>	<u>339</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
購買原材料					
楊溪.....	<u>10,713</u>	<u>1,369</u>	<u>1,033</u>	<u>31</u>	<u>—</u>
購買服務					
佛山柯莫.....	<u>300</u>	<u>—</u>	<u>579</u>	<u>579</u>	<u>—</u>
租賃倉庫所產生的使用權資產 添置					
浙江樂昇恩.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6,019</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
租賃負債付款					
浙江樂昇恩.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>2,100</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
租賃負債的利息開支					
浙江樂昇恩.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>46</u>	<u>—</u>	<u>46</u>
向關聯方提供貸款					
呂女士.....	<u>—</u>	<u>1,909</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
COMOK LIMITED.....	<u>319</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>319</u>	<u>1,909</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
向關聯方償還貸款					
呂女士.....	<u>12,494</u>	<u>18,521</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
關聯方償還貸款					
浙江泰戈電器.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>7</u>
時集美.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>4,000</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
呂女士.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,909</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
COMOK LIMITED.....	<u>—</u>	<u>319</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>—</u>	<u>319</u>	<u>5,909</u>	<u>—</u>	<u>7</u>

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
關聯方所得款項					
李先生及信傑	<u>982</u>	<u>1,000</u>	<u>1,000</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
代關聯方償還長期應付款項 (附註28)					
李先生及信傑	<u>1,940</u>	<u>10,520</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

(g) 關聯方結餘

	於12月31日			於3月31日	
	2021年	2022年	2023年	2024年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項(貿易性質)					
時集美	2,311	—	—	—	—
減：信貸虧損撥備	(1)	—	—	—	—
	<u>2,310</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	於12月31日			於3月31日	
	2021年	2022年	2023年	2024年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應收款項(貿易性質)					
浙江樂昇恩	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>350</u>	<u>350</u>	

附錄一

會計師報告

於2023年12月31日及2024年3月31日，其他應收款項為租賃倉庫的保證金。

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應收款項(非貿易性質)				
浙江泰戈電器.....	—	—	7	—
時集美.....	4,000	4,000	—	—
呂女士.....	—	1,909	—	—
信傑.....	2,000	1,000	—	—
COMOK LIMITED.....	319	—	—	—
	6,319	6,909	7	—
減：信貸虧損撥備.....	—	(56)	(1)	(1)
	6,319	6,853	356	349

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應付款項(貿易性質)				
時集美.....	2,183	2,183	—	—
其他應付款項(非貿易性質)				
呂女士.....	18,521	—	—	—
	20,704	2,183	—	—

於2021年及2022年12月31日，其他應付時集美的款項為銷售產品的按金。

	於12月31日			於3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項(貿易性質)				
楊溪.....	4,456	—	—	—
租賃負債(貿易性質)				
浙江樂昇恩.....	—	—	3,964	4,010

附錄一

會計師報告

截至2021年、2022年及2023年12月31日與2024年3月31日，關聯方應收款項及應付款項為免息、無擔保、按要求付款。

35 董事福利及利益

(a) 董事酬金

董事薪酬載列如下：

姓名	袍金	工資、薪金及 花紅	股份 獎勵計劃	退休金成本— 定額供款計劃	其他社會	總計
					保障成本、 住房福利及 其他僱員福利	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2021年12月31日						
止年度：						
執行董事：						
章先生.....	—	60	—	7	7	74
呂女士.....	—	—	—	—	—	—
總計：.....	<u>—</u>	<u>60</u>	<u>—</u>	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>74</u>
截至2022年12月31日						
止年度：						
執行董事：						
章先生.....	—	120	—	6	8	134
呂女士.....	—	60	—	7	8	75
總計：.....	<u>—</u>	<u>180</u>	<u>—</u>	<u>13</u>	<u>16</u>	<u>209</u>
截至2023年12月31日						
止年度：						
執行董事：						
章先生.....	—	200	—	7	8	215
呂女士.....	—	120	—	7	9	136
總計：.....	<u>—</u>	<u>320</u>	<u>—</u>	<u>14</u>	<u>17</u>	<u>351</u>

附錄一

會計師報告

姓名	袍金	工資、薪金及 花紅	股份 獎勵計劃	退休金成本— 定額供款計劃	其他社會	總計
					保障成本、 住房福利及 其他僱員福利	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2024年3月31日止						
三個月：						
執行董事：						
章先生.....	—	60	—	1	1	62
呂女士.....	—	30	—	1	1	32
夏先生*.....	—	70	111	1	2	184
	<u>—</u>	<u>160</u>	<u>111</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>278</u>
(未經審核)						
截至2023年3月31日止						
三個月：						
執行董事：						
章先生.....	—	31	—	1	1	33
呂女士.....	—	31	—	1	1	33
	<u>—</u>	<u>62</u>	<u>—</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>66</u>

* 夏先生於2024年3月4日獲委任為執行董事。

章先生及呂女士於2023年2月獲委任為 貴公司董事，於2024年3月調任為 貴公司執行董事。彼等於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月亦擔任 貴公司若干附屬公司的董事或監事，而 貴集團在彼等獲委任為 貴公司執行董事前，已向彼等支付作為董事或監事的酬金。

(b) 董事退休及離職福利

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，概無向 貴公司董事支付退休或離職福利。

(c) 就提供董事服務而支付予第三方的代價

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，概無就提供董事服務向第三方支付代價。

(d) 以董事、董事所控制法人團體及關連實體為受益人的貸款、准貸款或其他交易的相關資料

於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，概無以董事、董事所控制法人團體及關連實體為受益人之貸款、准貸款及其他交易。

(e) 董事於交易、安排或合約的重大權益

除附註34所披露者外，於年末或截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月的任何時間，貴公司概無訂立任何與貴集團業務有關而貴公司董事直接或間接持有重大權益的重大交易、安排及合約。

36 期後事項

[於2024年3月31日後及直至本報告日期，貴公司或貴集團概無發生重大期後事項或受其影響。]

37 其他會計政策概要

37.1 合併原則

(i) 附屬公司

附屬公司指貴集團對其具有控制權的所有實體(包括結構性實體)。當貴集團承受或享有參與實體所得之可變回報，且有能力透過其對實體活動之主導權影響該等回報時，則貴集團控制該實體。附屬公司在控制權轉移至貴集團之日起全面合併入賬。附屬公司在控制權終止之日起停止合併入賬。

貴集團採用收購會計法將業務合併入賬。

集團內公司間交易、結餘及公司間交易的未變現收益予以對銷。未變現虧損亦予以對銷，除非交易有證據顯示所轉讓資產出現減值。附屬公司的會計政策已按需要作出改變，以確保與 貴集團所採納的政策一致。

附屬公司業績及權益中的非控股權益分別於合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併財務狀況報表單獨呈列。

(ii) 變更附屬公司擁有權權益而不變更控制權

不會導致失去控制權的非控股權益交易按權益交易列賬，即與附屬公司擁有人(以其擁有人身份)的交易。任何已付代價公平值與所收購相關應佔附屬公司資產淨值賬面值的差額列作權益。向非控股權益出售的收益或虧損亦計入權益。

(iii) 出售附屬公司

當 貴集團失去控制權或重大影響力時，於實體的任何保留權益按其公平值重新計量，有關賬面值的變動在損益確認。就其後入賬列作聯營公司或金融資產的保留權益而言，其公平值為初始賬面值。此外，先前於其他全面收益確認與該實體有關的任何金額按猶如 貴集團已直接出售有關資產或負債的方式入賬。這可能意味著先前於其他全面收益確認的金額重新分類至損益，或轉撥至適用香港會計師公會所指明／許可的另一權益類別內。

倘聯營公司的擁有權權益被削減但仍保留共同控制權或重大影響力，僅按比例將先前於其他全面收益確認的金額重新分類至損益(如適用)。

(iv) 獨立財務報表

於附屬公司的投資乃按成本扣除減值列賬。成本包括投資直接應佔成本。附屬公司業績由 貴公司按已收及應收股利入賬。倘於附屬公司的投資產生的股利超過附屬公司於宣派股利期間的全面收益總額或倘該投資於獨立財務報表內的賬面值超過投資

對象資產淨值(包括商譽)於合併財務報表內的賬面值，則於收到股利時須對該等投資進行減值測試。

37.2 外幣換算

(a) 功能及呈列貨幣

貴集團各實體的財務資料所列項目使用實體營運所在主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)計量。貴公司及其若干海外附屬公司的功能貨幣為美元(「美元」)。貴集團中國附屬公司的功能貨幣為人民幣。歷史財務資料以貴集團的呈列貨幣人民幣呈列。

(b) 交易及結餘

外幣交易按交易日期的匯率換算為功能貨幣。結算有關交易及以外幣計值的貨幣資產及負債按年末匯率換算所導致的外匯收益及虧損一般於損益確認。倘其與合資格現金流量對沖及合資格投資淨額對沖有關或歸屬於海外業務投資淨額的一部分，則於權益內遞延。

與借款有關的外匯收益及虧損於損益表中的財務成本內呈列。所有其他外匯收益及虧損按淨額基準於合併損益表中的「其他收益／(虧損)淨額」內呈列。

按公平值計量並以外幣計值的非貨幣性項目採用公平值確定日的匯率換算。按公平值列賬的資產及負債的換算差額乃作為公平值收益或虧損的一部分列報。

(c) 集團公司

倘所有集團實體(概無採用惡性通脹經濟體系的貨幣)的功能貨幣有別於呈列貨幣，則其業績及財務狀況會按下列方式換算為呈列貨幣：

- 每份財務狀況報表內呈列的資產及負債均按該財務狀況報表日期的收市匯率換算；

- 每份損益及其他全面收益表內的收入及開支均按平均匯率換算，惟倘該平均匯率並非各交易日期當日匯率的累計影響合理約數，則收入及開支按交易日期的匯率換算；及
- 所有由此產生之匯兌差額均於其他全面收益確認。

合併賬目時，換算境外實體任何投資淨額產生的匯兌差額均於其他全面收益確認。

37.3 非金融資產的減值

當出現事件或情況改變顯示賬面值可能無法收回時，物業、廠房及設備及使用權資產會進行減值測試。減值虧損按資產的賬面值超過可收回金額的差額確認。可收回金額以資產的公平值減出售成本或使用價值兩者中的較高者為準。

於評估減值時，資產按具有獨立可識別現金流入的最低層級分組，其基本上獨立於其他資產或資產組別(現金產生單位)的現金流入。除商譽外，已蒙受減值的非金融資產於各報告期末就減值是否可以轉回進行覆核。

37.4 投資及其他金融資產

(a) 分類

貴集團將金融資產劃分為以下計量類別：

- 其後按公平值計量(並計入其他全面收益或損益)的金融資產；及
- 按攤銷成本計量的金融資產。

分類視乎 貴集團管理金融資產的業務模式及現金流的合約條款而定。

就按公平值計量的資產而言，收益及虧損將獲計入損益或其他全面收益。就債務工具投資而言，此將視乎所持投資的業務模式而定。就並非為持作買賣的權益工具投資而言，此將視乎 貴集團是否於初步確認時不可撤銷地選擇將按公平值計入其他全面收益的權益投資入賬而定。

貴集團於且僅於管理該等資產的業務模式改變時，方會對債務投資進行重新分類。

(b) 確認及終止確認

常規購買及出售的金融資產於交易日確認，交易日指 貴集團承諾購買或出售資產當日。當從金融資產收取現金流的權利已屆滿或已轉讓，且 貴集團已將所有權的絕大部分風險及回報轉讓時，有關金融資產予以終止確認。

(c) 計量

於初始確認時， 貴集團按公平值加(若為並非按公平值計入損益的金融資產)收購金融資產直接應佔的交易成本計量金融資產。按公平值計入損益的金融資產的交易成本於損益內支銷。

於確定具有嵌入式衍生工具之金融資產的現金流是否僅為支付本金及利息時，應整體考慮有關金融資產。

債務工具

- 攤銷成本：為收取合約現金流量而持有，且其現金流量僅支付本金及利息的資產以攤銷成本計量。該等金融資產的利息收入採用實際利率法計入財務收入。由於終止確認產生的任何收益或虧損，均直接在損益中確認並連同外匯收益及虧損於「其他虧損淨額」中呈列。減值虧損則於合併損益及其他全面收益表作為獨立項目呈列。

- 按公平值計入損益：不符合以攤銷成本計量或按公平值計入其他全面收益的資產乃以按公平值計入損益之方式計量。後續以按公平值計入損益之方式計量的債務投資收益或虧損乃於損益中確認，且在其產生期間按淨額列示於「其他收益／(虧損)淨額」。

(d) 減值

對於按攤銷成本計量的債務工具，貴集團以前瞻性基準評估相關預期信貸虧損。所使用的減值方法視乎信貸風險有否顯著增加而定。

對於現金及現金等價物、受限制現金以及長期銀行定期存款，預期信貸虧損風險並不重大。

對於貿易應收款項，貴集團應用《香港財務報告準則》第9號許可的簡易法，須自資產初始確認起確認預期全期虧損。

其他應收款項減值計量為12個月預期信貸虧損或全期預期信貸虧損，視乎信貸風險自初步確認後有否顯著增加而定。倘應收款項的信貸風險自初始確認後顯著增加，則減值計量為全期預期信貸虧損。

37.5 抵銷金融工具

倘實體目前有合法可強制執行權利抵銷已確認金額，且有意按其淨額作結算或同時變現資產和結算負債時，有關金融資產及負債可予抵銷，並在資產負債表呈報其淨額。

37.6 存貨

原材料及製成品按成本與可變現淨值兩者的較低者列賬。成本包括直接材料、直接勞工以及可變及固定開銷的適當部分(後者根據正常營運能力分配)。成本乃按加權平均成本基準撥至個別存貨項目。採購存貨成本經扣除回扣及折扣後釐定。可變現淨值按於日常業務過程中的估計售價減估計完成成本及估計必要銷售成本計算。

37.7 股本

普通股分類為權益。

直接歸屬於發行新股份或購股權的增量成本在權益內作為所得款項的扣減項目(除稅後)列示。

倘 貴公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，則相等於股本溢價價值總額的款項將分類為股份溢價。

37.8 借款

借款初步按公平值扣除所產生交易成本確認。借款其後按攤銷成本計量。所得款項(扣除交易成本)與贖回金額之間的任何差額於借款期間使用實際利率法在損益中確認。倘部分或全部融資可能將會被提取，則設立貸款融資時支付的費用確認為貸款的交易成本。在此情況下，費用遞延至提取為止。倘並無證據證明部分或全部融資可能將會被提取，則該費用資本化作為流動資金服務的預付款，並按有關的融資期間攤銷。

借款分類為流動負債，除非 貴集團有無條件的權利將負債結算時間推遲到報告期後至少12個月。

當義務獲履行、取消或到期時，借款被終止確認。賬面值與已付代價之間的差額(包括已轉讓的任何非現金資產或承擔的負債)在損益中確認。

以外幣計值的借款所產生的匯兌收益及虧損在合併全面收益表的「財務收入淨額」中按淨值確認。

37.9 借款成本

直接歸屬於收購、建造或生產合資格資產的一般和特定借款成本，在完成及準備該資產達致預定用途或銷售所需的期間內予以資本化。合資格資產是指必然需要相當長時間達致預定用途或銷售的資產。

在特定借款撥作合資格資產支出前之暫時投資所賺取之投資收入，須自合資格資本化之借款成本中扣除。

所有其他借款成本於產生期間支銷。

37.10 撥備

當貴集團因過往事件承擔現時法定責任或推定責任，且履行責任很可能導致資源流出，而金額能可靠估計時，我們便會就法律申索、服務保證及履行責任確認撥備。不會就日後經營虧損確認撥備。

倘有多項類似責任，則履行責任時引致流出的可能性通過考慮整體責任的類別釐定。即使相同責任類別中任何一個項目引致流出的可能性不大，仍會確認撥備。

撥備以管理層於報告期末結清現有責任需要產生的支出的最佳估計現值計量。用以釐定現值的貼現率為能夠反映當前市場對貨幣時間價值及該負債特有的風險的評估的稅前貼現率。隨時間流逝而產生的撥備增加確認為利息開支。

37.11 貿易及其他應付款項

貿易及其他應付款項為在日常業務過程中向供應商購買商品或服務而應支付的義務。倘付款期限為一年或以內(或屬較長時間，則以一般營運業務週期為準)，貿易及其他應付款項分類為流動負債，否則呈列為非流動負債。

貿易及其他應付款項最初乃按公平值確認，其後以實際利率法按攤銷成本計量。

37.12 即期及遞延所得稅

期內所得稅開支或抵免指當期應課稅收入按各司法管轄區適用所得稅率計算的應付稅款，並透過暫時性差額及未動用稅項虧損所引起的遞延所得稅資產及負債的變動予以調整。

(a) 即期所得稅

即期所得稅支出按 貴公司及其附屬公司以及聯營公司經營所在及產生應課稅收入的國家於報告期末已頒佈或實際上已頒佈的稅務法律計算。管理層就適用稅務法規受詮釋所規限的情況定期評估報稅狀況，並考慮稅務機關有否可能接受不確定的稅務處理。 貴集團根據最有可能的金額或預期價值(視乎何種方法能更準確預測不確定因素的解決方案而定)計量稅項餘額。

(b) 遞延所得稅

遞延所得稅乃使用負債法對資產及負債的稅基與其於歷史財務資料賬面值所產生的暫時性差額悉數計提撥備。然而，倘遞延所得稅負債因初步確認商譽而產生，則不予確認。倘遞延所得稅因初步確認交易(業務合併除外)的資產或負債而產生，且進行有關交易時並無影響會計或應課稅利潤或虧損，亦無產生相等應課稅及可扣稅暫時性差額，則亦不予列賬。遞延所得稅按報告期末前已頒佈或實際上已頒佈，並預期將於相關遞延所得稅資產變現或遞延所得稅負債清償時適用的稅率(及法律)計算。

遞延所得稅資產僅在未來很可能有可供動用暫時性差額及虧損的應課稅金額時確認。

倘 貴集團能控制暫時性差額的撥回時間且該等差額不大可能於可預見將來撥回，則不會就境外業務投資賬面值與稅基之間的暫時性差額確認遞延所得稅負債及資產。

倘有可依法強制執行權利抵銷即期所得稅資產與負債，且遞延所得稅結餘與同一稅務機關有關，則遞延所得稅資產與負債互相抵銷。倘實體有可依法強制執行的抵銷權利，且有意按淨值基準結算或同時變現資產及清償負債，則即期稅項資產與稅項負債互相抵銷。

即期及遞延所得稅於損益確認，惟有關於其他全面收益或直接於權益確認的項目除外。在此情況下，稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益中確認。

37.13 僱員福利

(a) 短期責任

工資及薪金(包括預期於僱員提供相關服務的期間結束後12個月內悉數結算的非貨幣福利及累計病假)負債乃就直至報告期末的僱員服務確認，並按結算負債時預期支付的金額計量。負債於合併資產負債表呈列為即期僱員福利責任。

(b) 退休金責任

中國全職僱員參與多項政府發起的定額供款退休金計劃，據此，僱員有權享有根據若干公式計算的每月退休金。相關政府機構承擔向此等退休僱員支付退休金的責任。貴集團每月向此等退休金計劃供款。根據該等計劃，除所作供款外，貴集團無須承擔其他退休後福利的供款責任。該等計劃供款於產生時支銷，且為一名員工向該等定額供款退休金計劃作出的供款不可用作削減貴集團於日後對該等定額供款退休金計劃的責任(即使該名員工離職)。

(c) 住房公積金、醫療保險及其他社會保險

貴集團的中國僱員有權參與政府承辦的多項住房公積金、醫療保險及其他社會保險計劃。貴集團每月按該等僱員薪金的若干百分比向該等基金作出供款(惟設有若干上限)。貴集團就該等基金的責任僅限於每年的應付供款。對住房公積金、醫療保險及其他社會保險的供款於產生時支銷。

37.14 以股份為基礎的付款

貴集團管理以權益結算以股份為基礎的付款計劃，據此 貴集團從合資格僱員獲得服務，作為 貴公司權益工具的代價。為換取授出權益工具所接受僱員服務的公平值在歷史財務資料確認為開支。支銷的總金額參考所授出權益工具的公平值釐定：

- 包括任何市場表現條件；
- 不包括任何服務及非市場表現歸屬條件的影響；及
- 包括任何非歸屬條件的影響。

總支出於歸屬期(即所有特定歸屬條件達成的期間)確認。於各報告期末， 貴集團修訂對根據非市場表現及服務條件預期將歸屬的股份數目的估計，並於損益確認修訂原有估計的影響(如有)，同時對權益作出相應調整。

倘條款及條件的任何修訂致使已授出權益工具公平值增加， 貴集團會將已授出的公平值增幅計入就餘下歸屬期內所獲取服務確認金額的計量中。公平值增幅為經修訂權益工具公平值與原有權益工具公平值(均於修訂日期進行估計)的差額。公平值增幅的開支於修訂日期至經修訂權益工具歸屬之日止期間確認，惟有關原有工具的任何金額則將繼續於原有歸屬期的餘下期間確認。

37.15 政府補助

倘可合理地保證將會收到補助且 貴集團將符合所有附帶條件，則政府補助按其公平值確認。

與成本有關的政府補助將會遞延，並在與擬補償的成本匹配所需期間於損益確認。

與購買物業、廠房及設備有關的政府補助列入非流動負債作為遞延收入，並按相關資產的預計年期以直線法於損益確認。

37.16 股利分派

向股東分派的股利在股利獲實體股東或董事(如適用)批准的年內在歷史財務資料確認為負債。

37.17 利息收入

按公平值計入損益的金融資產之利息收入計入該等資產的公平值收益／(虧損)淨額，請參閱附註7。

當利息收入來自因現金管理用途而持有的金融資產時，利息收入列示為財務收入。請參閱附註10。任何其他利息收入均計入其他收入中。

利息收入乃應用實際利率乘以金融資產賬面總額計算得出，惟後續發生信貸減值的金融資產除外。就信貸減值的金融資產而言，其利息收入乃應用實際利率乘以金融資產賬面淨值(經扣除虧損撥備後)得出。

III 期後財務報表

貴公司或貴集團現時旗下的任何公司概無就2024年3月31日後及截至本報告日期的任何期間編製經審核財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

下文載列本公司的組織章程若干條文及《開曼群島公司法》若干方面的概要。

本公司於2023年2月3日根據《公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司組織章程文件包括組織章程大綱及組織章程細則。

1. 組織章程大綱

大綱規定(其中包括)本公司股東僅須承擔有限責任，本公司的成立宗旨並無限制(故此包括作為一家投資控股公司行事)，且本公司應有可執行《公司法》或開曼群島任何其他法律並無禁止的任何宗旨的全部權力及權限。

2. 組織章程細則

細則於[•]獲有條件採納，並將自[編纂]起生效。細則若干條文概要載於下文。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司股本包括單一類別普通股。

(b) 變更現有股份或股份類別的權利

如本公司股本於任何時間分拆為不同股份類別，則任何股份類別於發行時所附帶的全部或任何權利(除非該類股份的發行條款另有規定)，可(無論本公司是否正在清盤)經由該類已發行股份至少四分之三的持有人書面批准，或在該類股份的持有人另行召開的會議上經由親身或受委代表出席的該等持有人以至少四分之三票數通過的決議案批准，予以變更。細則中有關股東會的條文於作出必要修訂後均適用於各另行召開的會議，惟所需法定人數須為兩名合共持有或其受委代表持有該類已發行股份至少三分

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

之一的人士(若股東為公司，則為其正式授權代表)。該類股份的各持有人有權在投票表決時就其所持每股股份投一票，而任何親身或受委代表出席的該類股份持有人有權要求以投票方式表決。

就另行召開類別股東會議而言，倘董事會認為待審議的提案將以相同方式影響有關類別股份，則董事會可將兩個或以上類別的股份視為一個類別的股份，但在任何其他情況下，應將其視為不同類別的股份。

除非該類股份的發行條款所附權利另有明確規定，否則賦予任何類別股份持有人的任何權利，均不會因設立或發行與該等股份享有同等權益的額外股份而被視為已變更。

(c) 變更股本

本公司可通過普通決議案：

- (i) 藉增設其可能釐定的數目的新股份增加其股本，並賦予該等股份其可能釐定的權利、優先權及特權；
- (ii) 將其所有或任何股本合併及分拆為面值大於現有股份的股份。在任何合併繳足股份及分拆為較大面值股份時，董事會可以其認為權宜的方式解決任何可能出現的困難，尤其是(在不損害前述一般性原則的前提下)待合併股份的不同持有人之間決定將何種股份合併為合併股份，倘任何人士因而獲得零碎合併股份或股份，則有關零碎股份可由董事會就此委任的人士出售，該獲委任人士可將如此出售的股份轉讓予買方，而該項轉讓的有效性不應受質疑，上述出售所得款項淨額(經扣除有關出售費用後)可按原應有權獲得零碎合併股份或股份的人士的權利及權益的比例分派予該等人士，或為本公司的利益而支付予本公司；
- (iii) 將其股份或其中任何股份拆細為面值小於大綱所規定的股份；及

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

- (iv) 註銷任何截至通過決議案之日尚未獲任何人士認購或同意認購的股份，並按所註銷股份數額削減其股本金額。

本公司可通過特別決議案削減其股本或任何不可分派儲備，惟須遵守《公司法》的規定。

(d) 轉讓股份

根據細則條款，本公司任何股東可通過轉讓文據轉讓其全部或任何股份。倘所轉讓股份乃連同按照彼此不可分開轉讓的條款根據細則發行的權利、期權、認股權證或單位而發行，董事會在並無證據令其信納有關權利、期權、認股權證或單位亦進行有關轉讓的情況下應拒絕登記任何有關股份的轉讓。

根據細則及聯交所的規定，所有股份轉讓均須以一般或通用格式或董事會可能批准的其他格式的轉讓文據進行，且須親筆簽署，倘轉讓人或承讓人為認可結算所或其代名人，則須以親筆或機印簽署，或以董事會可能不時批准的其他方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人雙方或其代表簽署，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽署轉讓文據或接受機印簽署之轉讓。在有關股份以承讓人姓名列入本公司的股東名冊前，轉讓人仍被視為股份持有人。

根據《公司法》的規定，倘董事會認為必要或恰當，本公司可在董事會認為適當的開曼群島境內或境外的一個或多個地點設立或存置一份或多份股東名冊分冊。董事會可全權酌情決定於任何時間自股東名冊總冊轉讓任何股份至任何股東名冊分冊，或自任何股東名冊分冊轉讓任何股份至股東名冊總冊或其他股東名冊分冊。

董事會可全權決定拒絕轉讓任何股份(並非已繳足股份)予其不批准的人士或拒絕轉讓本公司擁有留置權的任何股份(並非已繳足股份)，或轉讓任何根據任何購股權計

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

劃發行且對其轉讓的限制仍屬有效的任何股份，或向超過四名聯名持有人轉讓任何股份。倘建議轉讓不符合細則或上市規則的任何規定，董事會亦可拒絕承認任何轉讓文據。

除非已就所提交的轉讓文據向本公司繳交費用(應付最高金額由聯交所釐定)、轉讓文據已妥為加蓋印鑒(如適用)，且轉讓文據僅涉及一類股份，並連同相關股票及董事會可能合理要求足以證明轉讓人的轉讓權的其他證明文件(倘轉讓文據由其他人士代為簽署，則為授權該名人士如此行事的授權書)，送達有關股份登記處或存置股東名冊總冊的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

在上市規則及《公司條例》有關章節的規限下，股東可於董事會釐定的時間或期間暫停辦理股份過戶登記手續，惟於每一年度的時間或期間合計不得超過30日(或本公司股東通過普通決議案釐定的較長期間，惟該期間在任何年度均不得超過60日)。

繳足股份並無任何轉讓限制(惟獲聯交所准許的限制除外)，亦不附帶任何留置權。

(e) 贖回股份

在《公司法》條文、上市規則及賦予任何股份持有人或任何類別股份所附帶的任何權利的規限下，本公司可發行可贖回或可由股東或本公司選擇贖回的股份。該等股份應按本公司在發行該等股份之前通過特別決議案釐定的方式及其他條款贖回。

(f) 本公司購回本身股份的權力

根據《公司法》或任何其他法律或在未被任何法律禁止的情況下及受任何類別股份持有人獲賦予的任何權利所限，本公司有權購回或以其他方式取得其本身全部或任何股份(包括可贖回股份)，惟購回方式及條款須首先通過普通決議案授權，且任何購回僅可根據聯交所及／或香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈生效的相關守則、規則或條例進行。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

(g) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份的規定。

(h) 催繳股款及沒收股份

根據任何股份的配發及發行條款(如有)，董事會可不時按其認為適當的方式向股東催繳有關彼等所持股份的未繳股款(不論按面值或以股份溢價計算)。被催繳股款的股東須(在已接獲最少14個完整日通知列明付款時間的前提下)按通知規定的時間向本公司支付其股份的催繳股款。催繳股款可一次付清或分期繳付，並被視作於董事會授權作出催繳的決議案通過當日支付。股份的聯名持有人須個別及共同負責支付所有該等股份的催繳款項及分期款項。

倘催繳股款於到期應付後仍未支付，則欠款股東須按董事會釐定的利率就未繳款項支付利息(連同本公司因有關欠款而產生的任何開支)，利息由到期應付日期起計至繳款為止，惟董事會可豁免繳付全部或部分有關利息或開支。

倘股東於任何催繳股款或分期催繳股款到期應付後仍未繳付，董事會可在仍有任一部分催繳股款或分期催繳股款尚未繳付的情況下，向股東發出不少於14個完整日的通知，要求支付仍未支付的股款，連同任何已累計及截至付款日將累計的利息(連同本公司因有關欠款而產生的任何開支)。該通知須訂明另一個指定付款日期，有關股東須於付款日期或之前繳付通知規定的款項。該通知亦須聲明，若在指定時間或之前仍未付款，則有關催繳股款的股份將遭沒收。

若股東不依有關通知辦理，則董事會可通過決議案，於股東仍未支付通知所規定的款項前沒收發出通知涉及的股份。有關沒收將包括就被沒收股份的所有應付但於沒收前仍未支付的股利、其他分派或其他款項。

被沒收股份的人士將不再為有關被沒收股份的股東，並須將被沒收股份的股票交回本公司以作註銷，惟仍有責任向本公司支付截至沒收日期就該等股份應付本公司的全部款項，連同(倘董事會酌情決定要求)由沒收日期起至付款日期止期間的有關利息(利率由董事會釐定)，以及本公司因有關欠款而產生的任何開支。

2.2 董事

(a) 委任、退任及免職

本公司可通過股東普通決議案選舉任何人士擔任董事。董事會亦可隨時委任任何人士為董事，以填補臨時空缺或增加董事人數，惟受限於股東於股東會上或細則釐定的任何董事人數上限。任何獲委任的董事任期僅至其獲委任後本公司首屆股東週年大會為止，並有資格於該大會上膺選連任。釐定於股東週年大會上輪值退任的董事或董事數目時不會計入董事會如此委任的任何董事。

毋須以持有股份作為出任董事的資格，出任董事亦無任何具體年齡限制。

股東可通過普通決議案在任何董事(包括董事總經理或執行董事)任期屆滿前罷免其職務，而不論細則或本公司與該董事之間訂立的任何協議有何規定，並可通過普通決議案選舉其他人士填補其職位。對任何董事的罷免均不得被視為剝奪該董事因其遭終止董事委任或因終止董事委任而失去任何其他委任或職位而應支付予該董事的任何補償或損害賠償。

在下列情況下董事須離職：

- (i) 董事書面通知本公司其辭去董事職務；

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

- (ii) 未經董事會特別批准，董事連續12個月缺席（並未由其委任的代表或替任董事代表出席），且董事會議決該董事因有關缺席而被撤職；
- (iii) 董事破產或接獲接管令或暫停還債或與其債權人全面達成債務重整協議；
- (iv) 董事逝世，或任何相關法院或官員根據董事屬或可能屬神志紊亂或董事因其他原因未能處理事務而發出命令，且董事會議決將其撤職；
- (v) 董事遭法律禁止或終止出任董事一職；
- (vi) 董事應聯交所要求停任董事一職或不再符合上市規則有關擔任董事的條件；
或
- (vii) 由當時在任董事（包括該董事）人數不少於四分之三（倘非整數，則以最接近的較低整數為準）的董事簽署書面通知將其罷免。

在每屆股東週年大會上，當時三分之一董事須輪值退任。若董事人數並非三的倍數，則以最接近但不少於三分之一為退任董事人數，惟每名董事須至少每三年輪值退任一次。每屆股東週年大會上退任的董事應為自上次獲選連任或獲委任後任期最長的董事，若多名董事於同日成為或上次乃於同一日獲連任為董事，則以抽籤決定須告退的董事，除非彼等之間另行協議。

(b) 配發及發行股份以及其他證券的權力

在《公司法》、大綱及細則條文與（在適用情況下）上市規則的規限下，以及在無損任何股份當時所附帶之任何權利或限制的情況下，董事會可全權酌情決定按其認為合適的時間、代價、條款及條件，向其認為適當的人士配發、發行、授予購股權或以其他方式處置股份（無論是否附帶有關股利、投票權、歸還資本或其他方面的優先權、遞延權或有其他權利或限制），惟不得按其面值折讓發行股份。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

本公司可按董事會可能不時釐定的條款發行權利、購股權、認股權證或可換股證券或類似性質的證券，賦予其持有人認購、購買或收取本公司任何類別股份或其他證券的權利。

在配發、提呈發售股份、授出購股權或處置股份時，倘董事會認為在任何個別地區或多個地區如不辦理註冊聲明或其他特別手續而於當地配發、提呈發售股份、授出購股權或處置股份即屬違法或不切實際，則本公司及董事會均無責任向登記地址位於該等地區之股東或其他人士進行上述活動。然而，因上述規定受影響之股東在任何情況下均不會成為或被視為另一類別股東。

(c) 處置本公司或其任何附屬公司資產的權力

在《公司法》、大綱及細則條文以及本公司特別決議案發出的任何指示的規限下，董事會可行使及採取本公司可行使或採取的一切權力、措施與行動，以處置本公司或其任何附屬公司資產。大綱或細則的更改以及本公司特別決議案發出的任何指示不得使董事會此前原應有效的行動在作出更改或發出指示後失效。

(d) 借款權利

董事會可行使本公司一切權力，以籌集款項或借款，為本公司安排支付任何款項，將本公司全部或任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或抵押，並在《公司法》規限下發行債權證、債權股證、債券及其他證券，無論其為直接進行，或作為本公司或任何第三方的債項、負債或責任的附屬抵押品。

(e) 酬金

董事有權收取由董事會或本公司於股東會上不時釐定的酬金。董事亦有權獲發其因出席董事會或董事委員會會議或本公司股東會或本公司任何類別股份或債權證持有人另行召開的會議，或因處理本公司業務及履行其董事職責而合理產生的所有開支，及／或就此收取董事會可能釐定的固定津貼。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

董事會或本公司於股東會上亦可批准向任何董事就董事會或本公司於股東會上認為其超出作為董事的日常工作的任何服務支付額外酬金。

(f) 對離職的補償或付款

細則中並無有關離職補償或付款的條文。

(g) 向董事提供貸款

細則中並無有關向董事提供貸款的條文。

(h) 披露與本公司或其任何附屬公司所訂立合約的權益

董事可於任職董事期間兼任本公司的任何其他職位或獲利崗位(本公司核數師一職除外)，任期及條款由董事會決定，除按照細則規定的任何酬金外，董事亦可以任何形式獲發所兼任其他職位或獲利崗位的額外酬金。董事可擔任或出任本公司可能擁有權益之任何其他公司的董事、高級職員或股東，該董事毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事、高級職員或股東而收取的酬金或其他利益。

任何人士不會因擔任董事或替任董事而失去資格或被阻止以該等身份與本公司訂立合約，且任何該等合約或由本公司或本公司的代表訂立而任何董事或替任董事以任何方式擁有權益或承擔責任的任何其他合約或交易亦不得因此撤銷。參與訂約或在其中擁有權益的任何董事或替任董事無須因其董事或替任董事職務或由此而建立的受託關係，而向本公司交代其由任何此等合約或交易所獲得或產生的任何利潤，惟任何董事或替任董事須在任何此等合約或交易獲審議或投票時或之前，披露於其中的權益的性質。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

董事不得就有關其或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約或安排或其他建議的任何董事會決議案投票(亦不得就此列入法定人數內)，倘該董事作出表決，則其票數不得計算在內，其亦不得被列入該決議案的法定人數內。此項限制不適用於下列任何情況：

- (i) 董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司要求，或為本公司或其任何附屬公司的利益而借出款項或招致或承擔債務，本公司因而向該董事或其緊密聯繫人提供任何抵押或彌償保證；
- (ii) 董事或其緊密聯繫人就本公司或其任何附屬公司的債務或責任透過擔保或彌償保證或提供抵押，個別或共同地承擔全部或部分責任，本公司因而向第三方提供任何抵押或彌償保證；
- (iii) 有關提呈發售本公司或本公司可能創立或擁有權益的任何其他公司的股份、債權證或其他證券以供認購或購買，而董事或其緊密聯繫人因參與發售之包銷或分包銷而擁有或將擁有利益關係的任何建議；
- (iv) 有關為本公司或其任何附屬公司僱員利益的任何建議或安排，包括採納、修訂或執行：(A)董事或其緊密聯繫人可能得益之任何僱員股份計劃或任何股份獎勵計劃或購股權計劃，或(B)養老金或退休、身故或傷殘福利計劃，當中涉及董事、其緊密聯繫人及本公司或其任何附屬公司的僱員，且並無就任何董事或其緊密聯繫人提供並非根據與該計劃或基金有關的類別人士通常賦予的特權或利益；及
- (v) 董事或其緊密聯繫人僅因持有本公司股份、債權證或其他證券的權益而與其他持有本公司股份、債權證或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

2.3 董事會之議事程序

董事會可於世界任何地區舉行會議以處理事務，亦可休會及以其認為適當的方式規管會議。除非另行釐定，否則兩名董事即構成法定人數。任何會議提出的事項均須由大多數投票表決。如出現相同票數，則會議主席可投第二票或決定票。

2.4 修訂組織章程文件及本公司名稱

本公司僅能透過特別決議案更改或修訂大綱及細則，以及更改本公司名稱。

2.5 股東會

(a) 特別及普通決議案

特別決議案須經親身出席並有權投票的股東或其受委代表或(若股東為公司)其正式授權代表或其受委代表在股東會上以所持不少於四分之三投票權之大多數票通過，且表明擬提呈該決議案為特別決議案之通知已妥為發出。特別決議案亦可由有權在股東會上投票的全體股東以一份或多份文據的形式書面批准，每份文據由一名或多名有關股東簽署。

相反，普通決議案乃指經親身出席並有權投票的股東或其受委代表或(若股東為公司)其正式授權代表或其受委代表在股東會上以所持投票權的過半數票通過的決議案。普通決議案亦可由有權在股東會上投票的全體股東以一份或多份文據的形式書面批准，每份文據由一名或多名有關股東簽署。

特別決議案及普通決議案的條文在作出必要修訂後適用於任何類別股份持有人通過的任何決議案。

(b) 表決權及要求投票表決的權利

在任何類別股份於任何股東會時所附的任何投票權利、限制或特權的規限下，(a) 以投票方式表決時，每名親身出席(或若股東為公司，則其正式授權代表)或其受委代表出席的股東每持有一股股份即可投一票；及(b)舉手表決時，每名親身(或若股東為公司，則其正式授權代表)或其受委代表出席的股東均可投一票。

如為聯名持有人，親自或其受委代表投票的優先持有人的表決須被接受，而不接受其他聯名持有人表決，優先次序以本公司股東名冊內持有人排名次序先後釐定。

任何人士不得被計入法定人數或無權在任何股東會上投票，除非其於股東會的紀錄日期登記為股東，或除非已支付其當時就相關股份應付的所有催繳或其他款項。

於任何股東會上，任何提呈大會表決的決議案須以投票方式表決，惟大會主席可根據上市規則准許純粹與程序或行政事宜有關的決議案以舉手方式表決。

作為本公司股東的任何法團或其他非自然人可根據其組織章程文件，或在其組織章程文件並無規定時通過其董事或其他監管部門的決議案或以授權書，授權其認為合適的人士在本公司或任何類別股東的任何會議上擔任其代表，且獲授權的人士有權行使法團或其他非自然人可行使的相同權力，猶如其為本公司自然人股東。

倘獲認可結算所或其代名人為本公司股東，則可委任或授權其認為合適的人士在本公司任何會議(包括但不限於股東會及債權人會議)或本公司任何類別股東的任何會議上擔任其代表，有關代表享有與其他股東同等的權利，惟倘超過一名人士獲授權，則授權文件須列明獲授權人士所代表的股份數目及類別。獲授權人士有權行使其代表的獲認可結算所或其代名人可行使的相同權利及權力(包括個別地發言及以舉手或投票方式表決的權利)，猶如該人士為本公司自然人股東。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

本公司所有股東(包括身為獲認可結算所(或其代名人)的股東)有權(i)於股東會上發言；及(ii)於股東會上表決，惟根據上市規則須就正在審議的事宜放棄投票的股東除外。倘上市規則規定任何股東須就任何個別決議案放棄投票，或受限制僅可就任何個別決議案投票贊成或反對時，則該名股東或其代表違反該項規定或限制所投的任何票數不予點算。

(c) 股東週年大會及股東特別大會

本公司須於每個財政年度舉行一次股東週年大會，並須在召開大會的通知中指明其為股東週年大會。該大會須於本公司財政年度結束後的六個月內舉行。股東會議或任何類別股東會議可通過電話、電話會議或其他電子方式召開，惟所有參與者可同時相互交流，且通過上述方式參加會議即構成出席有關會議。

董事會可適時召開股東特別大會。此外，一名或多名股東(截至提呈要求當日合共持有不少於本公司股本中投票權(按每股一票基準)的十分之一)可要求召開股東特別大會並／或在會議議程內新增決議案。該項請求必須說明將新增到會議議程的目的及決議案並必須由請求人簽署，且應存放在本公司的香港主要營業地點或(倘本公司不再擁有此主要營業地點)本公司的註冊辦事處。倘董事會未於提呈該項請求之日起21日內妥為召開須於其後21日內舉行之會議，請求人自身或其中(持有全部請求人所持全部投票權的一半以上)的任何人士可自行召開股東會，但就此召開的會議不得晚於上述21日期限屆滿後三個月召開。由請求人召開的股東會須按盡可能接近於董事會召開股東會採取的相同的方式召開，且請求人產生的所有合理開支須由本公司償付。

(d) 會議通知及會上處理的事務

凡召開本公司的股東週年大會須發出最少21日的書面通知，而本公司任何其他股東會須發出最少14日的書面通知。發出通知所需的日數不包括發出或視作發出之日及送達通告當日，並須註明舉行大會的日期、時間、地點及議程，會上將予審議的決議案詳情，以及會上將予審議的事務的一般性質。

除另有指明外，任何根據細則發出或刊發的通知或文件(包括股票證書)均須以書面形式作出，並由本公司親自送達各股東，或以郵寄方式送達股東的登記地址，或(於上市規則及所有適用法律法規准許的情況下)以電子方式或(如為通告)以上市規則及所有適用法律法規所指定的方式刊登廣告送達，或於上市規則及所有適用法律法規准許的情況下根據上市規則及所有適用法律法規，以其他方式(不論以電子或其他方式)向有關人士發送或以其他方式提供。

儘管本公司舉行大會的通知時間不足上述規定者，但倘上市規則允許，該大會在以下股東同意情況下，將視作已正式召開：

- (i) 如為召開股東週年大會，經有權出席及投票的本公司全體股東同意；及
- (ii) 如為召開股東特別大會，經大多數有權出席大會及投票的股東(即其持有有關股東所持總投票權不少於95%)同意。

倘在發出股東會通知後但在股東會召開前，或在押後股東會後但在延會召開前(不論是否需要發出延會通知)，董事會全權酌情認為按會議通知所指定之日期、時間及地點召開股東會並不可行或並不合理(不論基於任何原因)，其可以更改或押後會議至另一日期、時間及地點進行。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

董事會亦有權在召開股東會的每一份通知中規定，倘股東會當天任何時間發出烈風警告或黑色暴雨警告或出現極端情況（除非有關警告在董事會可能於相關通知中指明之股東會前最短時間內撤銷），會議須押後至較遲日期重新召開，而無須另行通知。

當股東會押後時：

- (A) 本公司須在切實可行的情況下盡快在本公司網站及聯交所網站刊登有關延期的通知並須根據上市規則載明延期的理由，惟由於股東會當天發出烈風警告或黑色暴雨警告或出現極端情況，未有發出或刊登該通知不會對股東會自動延期有所影響；
- (B) 董事會須釐定重新召開大會之日期、時間及地點，並提前最少7個整日發出重新召開大會通知。有關通知須指明延會重新召開之日期、時間及地點，以及代表委任書在重新召開大會上被視作有效的提交日期及時間（惟就原始會議提交之任何代表委任書在重新召開大會上仍繼續有效，除非經撤銷或已替換新代表委任書）；及
- (C) 重新召開大會上僅審議原定大會通知所載的事務，就重新召開大會發出的通知無須訂明重新召開大會上將審議的事務，亦無須重新刊發任何隨附文件。倘重新召開大會上有須審議的新事務，本公司須根據細則就有關重新召開大會發出新通知。

(e) 大會及另行召開類別股東會議的法定人數

除非在股東會開始討論要務時，出席股東已達到法定人數（並直至會議結束時一直維持法定人數），否則不得於任何股東會上審議要務。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

股東會的法定人數為兩名親身出席(或若股東為公司，則其正式授權代表)或其受委代表出席並有權投票的股東。有關為批准變更股份類別權利而另行召開的類別股東會議(續會除外)，所需的法定人數為兩名持有或以受委代表身份代表該類別已發行股份不少於三分之一的人士。

(f) 受委代表

凡有權出席本公司大會及在會上投票的本公司任何股東(包括身為獲認可結算所(或其代名人)的股東)均有權委任另一名人士(自然人)作為其受委代表，代其出席並投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上受委代表作為其代表並於本公司的股東會或類別會議代其投票。受委代表毋須為本公司股東，並且有權代表身為自然人的股東行使其所能行使的相同權力。此外，受委代表亦有權行使其代表的公司股東所能行使的相同權力，猶如其為一名親身出席任何股東會的自然人股東。當以投票表決或舉手表決時，親身出席(或若股東為公司，則其正式授權代表)或其受委代表出席的股東皆可投票。

代表委任文據須以書面作出，並由委任人或其獲書面正式授權代表親筆簽署，或倘委任人為公司或其他非自然人，則須加蓋公司印鑒或由正式授權代表親筆簽署。

董事會應在召開任何會議或續會的通知或本公司發出的代表委任文據中，列明代表委任文據交回的方式以及代表委任文據交回的地點及時間(不遲於舉行代表委任文據相關的會議或續會開始的時間)。

各代表委任文據(不論供特定大會或其他大會之用)的格式須為符合上市規則且經董事會不時批准的格式。任何發予股東用作委任受委代表出席將於會上審議任何事項的股東會並於會上投票的表格，須讓股東按其意願指示受委代表就處理任何有關事項的各項決議案投贊成票或反對票(或在並無作出指示的情況下，由受委代表行使其有關酌情權)。

2.6 賬目及審核

董事會須根據《公司法》安排存置必要會計賬簿，以真實公平地反映本公司業務狀況，並解釋其交易。

本公司的會計賬簿須存置於本公司的香港主要營業地點或（根據《公司法》條文）董事會認為合適的其他一個或多個地點，並可經常供任何董事查閱。任何股東（董事除外）或其他人士概無權查閱本公司任何賬目、賬簿或文件，惟《公司法》賦予權利或具司法管轄權的法院命令或由董事會或本公司在股東會上授權者除外。

董事會須安排編製自上一份賬目起的該期間的損益賬連同截至損益賬編製日期的資產負債表、董事就損益賬涵蓋期間的本公司利潤或虧損及本公司截至該期間止的業務狀況的報告、核數師就該賬目編製的報告以及法律及上市規則可能規定的其他報告及賬目，並在每屆股東週年大會上提呈本公司。

股東須在每屆股東週年大會上按董事會可能同意的條款及職責通過股東普通決議案委任核數師，任期直至下屆股東週年大會結束為止。核數師的酬金須於其獲委任的股東週年大會上由股東通過股東普通決議案或按此普通決議案列明的任何其他方式釐定。股東可在任何根據細則召開及舉行的股東會上，藉普通決議案於核數師任期屆滿前任何時間罷免該核數師，並在該會議上藉普通決議案委任新核數師代替其履行餘下任期。

本公司賬目須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可能認可的其他準則編製及審核。

2.7 股利及其他分派方式

在《公司法》及細則的規限下，本公司可通過普通決議案議決就已發行股份以任何貨幣宣派股利及其他分派，以及授權從本公司可合法作此用途的資金中，撥付股利或分派，惟(i)股利不得超過董事會建議的金額，及(ii)從本公司已變現或未變現的利潤、股份溢價賬或法律允許的其他方面撥付除外，不得派付任何股利或分派。

董事會認為本公司財務狀況及利潤足以派付時，董事會可不時向本公司股東派付中期股利。此外，董事會可不時按其認為合適的款額及日期宣派及派付特別股利。

除任何股份所附帶的權利另有規定外，所有股利及其他分派須根據股東就於派付股利及分派期間持有的股份所繳付的股款派付。凡在催繳前方才就股份所繳付的股款將不會視為股份的實繳股款。

董事會可自本公司任何股東應獲派的任何股利或其他分派扣減其當時應付本公司的催繳股款或其他應付款項的總數(如有)。董事會可保留就本公司擁有留置權的股份應付的任何股利或分派，並可將該等股利或分派用於清償存在留置權的債務、負債或協議。

本公司毋須承擔應付或有關任何股份的股利或其他分派的利息。

當董事會或本公司已於股東會議決派付或宣派股利，董事會可進一步議決：

- (a) 以配發入賬列作繳足的股份方式償付全部或部分股利，而所配發的股份須與承配人已持有的類別屬於相同類別，惟有權獲派股利的股東有權選擇收取現金作為全部股利(或部分股利)以代替配發；或

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

- (b) 有權獲派股利的股東有權選擇收取配發入賬列作繳足的股份以代替董事會可能認為合適的全部或部分股利，而所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別。

在董事會作出推薦意見後，本公司可就本公司任何一項特定股利通過普通決議案方式議決，(即使上文有所規定)以配發入賬列作繳足的股份方式派付全部股利，而不給予股東選擇收取現金股利以代替配發的任何權利。

就股份應以現金支付的任何股利、分派或其他款項，可通過電匯方式支付予股份持有人，或以支票或股利單支付並通過郵寄方式寄送至持有人的登記地址，或如屬聯名持有人，則寄送至在本公司股東名冊中排名首位的持有人的登記地址，或寄送至該名持有人或該等聯名持有人可能書面指示的人士及地址。每兩名或多名聯名持有人中的任一人均可就其以聯名持有人身份持有的股份應付的任何股利、分派或其他款項出具有效收據。

如董事會或本公司已於股東會議決派付或宣派股利，董事會可進一步議決透過分派任何類別的指定資產支付全部或部分股利。

任何於股利或分派應付日期起計六年內仍未領取的有關股利或其他分派須被沒收，並撥歸本公司所有。

2.8 查閱公司紀錄

只要本公司的任何部分股本於聯交所[編纂]，任何股東均可免費查閱本公司保存於香港的任何股東名冊(惟根據《公司條例》暫停辦理股東名冊登記時除外)，且可要求其股東名冊各方面副本或摘要，猶如本公司乃根據《公司條例》註冊成立且受其規限。

2.9 少數股東遭受欺詐或壓制時的權利

細則並無關於少數股東遭欺詐或壓制時的權利的相關條文。然而，開曼群島法律載有保障本公司股東的若干規定，其概要見下文第3.6段。

2.10 清盤程序

在遵守《公司法》的前提下，本公司股東可通過特別決議案決議自願或由法院下令將本公司清盤。

在任何類別股份當時附有關於分派清盤後剩餘資產的權利、特權或限制的規限下：

- (a) 倘可供分配予本公司股東的資產超過足以償還清盤開始時的本公司全部繳足股本，則超額資產將根據該等股東於開始清盤時分別所持已繳股份的數額按比例同等分派；及
- (b) 倘可供分配予本公司股東的資產不足以償還本公司全部已繳股本，則該等資產的分派方式為將其損失盡可能根據股東於開始清盤時分別持有已繳付或應繳付股本按比例由股東承擔。

倘本公司清盤(不論為自動清盤或遭法院強制清盤)，清盤人可在獲得特別決議案的批准及按《公司法》的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物分發予股東，而不論該等資產為一類或多類不同的財產，且清盤人可為前述分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定在股東或不同類別股東及同類股東之間的分派方式。清盤人可在獲得同樣批准的情況下，將任何部分資產交予清盤人認為適當而為股東利益設立之信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何涉及債務的股份或其他財產。

3. 《開曼群島公司法》

本公司於2023年2月3日根據《公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。以下為《開曼群島公司法》若干條文，惟本節並不表示已包括所有適用制約及例外情況，亦不應視為《開曼群島公司法》的所有事宜的總覽（該等條文可能與權益方較熟悉的司法管轄區的相應條文有所不同）。

3.1 公司業務

本公司作為獲豁免公司，必須在開曼群島以外地區主營其業務。獲豁免公司每年亦須向開曼群島公司註冊處處長提交年度報稅表，並根據其法定股本支付年費。

3.2 股本

根據《公司法》，開曼群島公司可發行普通、優先或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份，不論以現金或其他代價，應將相等於該等股份溢價總額或總值的款項撥入一個名為股份溢價賬的賬項。視乎公司的選擇，倘公司配發並以溢價發行股份作為收購或註銷任何其他公司股份之代價的任何安排，則該等條文可能不適用於有關溢價。股份溢價賬可由公司根據其組織章程大綱及細則的條文（如有），以公司不時釐定的方式動用，包括但不限於以下情況：

- (a) 向股東支付分派或股利；
- (b) 繳足公司將以已繳足紅股的形式發行予股東的未發行股份；
- (c) 《公司法》第37條規定的任何方式；
- (d) 撤銷公司的開辦費用；及

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

(e) 撤銷公司因發行任何股份或債權證而產生的費用或佣金或折讓。

除上述者外，除非緊隨建議支付分派或股利之日後，公司能如期清償在日常業務過程中產生的債項，否則不得從股份溢價賬中撥款向股東支付分派或股利。

在法院確認下，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司如獲其組織章程細則許可，可透過特別決議案以任何方式削減其股本。

3.3 資助購買公司或其控股公司的股份

開曼群島在法律上並無禁止公司就購買或認購其本身、其控股公司或附屬公司的股份向他人提供財務資助。因此，倘公司董事在建議提供該等財務資助時審慎履行職責及誠信行事、為適當目的及對公司有利，則公司可提供該項資助。該項資助必須按公平原則提供。

3.4 公司及其附屬公司購回股份及認股權證

倘組織章程細則許可，則股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可發行公司或股東可選擇將予贖回或有責任贖回的股份，而為免生疑，在公司組織章程細則條文的規限下，任何股份所附權利的變更屬合法，從而訂明該等股份將被或有責任被贖回。此外，倘其組織章程細則許可，則公司可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘組織章程細則並無批准購回的方式及條款，則將須獲公司以普通決議案批准購回的方式及條款。除非有關股份已全數繳足，否則公司不得贖回或購回任何本身股份。此外，倘公司贖回或購回任何股份後再無任何公司已發行股份（作為庫存股份持有的股份除外），則不得贖回或購回本身股份。再者，除非在緊隨建議付款日後公司仍有能力償還在日常業務過程中到期的債項，否則公司以其股本支付贖回或購回本身股份的款項屬違法。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

倘根據《公司法》第37A(1)條的規定持有股份，則由公司購買或贖回或向公司交回之股份不得視為已註銷，而須列作庫存股份。任何該等股份須繼續分類為庫存股份，直至該等股份根據《公司法》註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可根據有關認股權證文據或證書的條款及條件及其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司組織章程大綱或細則須載有許可該項購買的具體條文。公司董事可依據其組織章程大綱載列的一般權力買賣各項個人財產及進行各項個人財產的交易。

附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購該等股份。

3.5 股利及分派

如《公司法》所規定，在償付能力測試及公司組織章程大綱及細則之條文(如有)之規限下，公司可從其股份溢價賬支付股利及作出分派。此外，根據在開曼群島具有相當說服力的英國案例法，股利可從利潤中撥付。

只要公司持有庫存股份，將不會就該等庫存股份宣派或派付股利，且概不會就該等庫存股份作出有關公司資產(包括於清盤時向股東進行的任何資產分派)的其他分配(無論以現金或其他方式)。

3.6 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般會依循英國案例法的先例(特別是*Foss vs. Harbottle*案例的規則及該規則的例外情況)，允許少數股東展開代表訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以就以下事項提出異議：對少數股東構成超越權限、違法、欺詐(且由控制本公司的人士作出)，或須以認可(或特別)大票數通過的決議案以違規方式通過(該大票數並未獲得)。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

倘公司(並非銀行)的股本分為若干數目的股份，法院可在持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出申請時，委任一位調查員調查該公司的業務，並按該法院指定的方式就此作出申報。此外，公司的任何股東均可向法院申請將公司清盤，倘該法院認為公司清盤屬公平及公正，便會發出清盤令。

一般而言，公司股東對公司所提出的索償必須根據開曼群島適用的一般合約法或侵權法，或根據公司的組織章程大綱及細則賦予彼等作為股東所享有的個別權利遭受潛在侵犯而提出。

3.7 出售資產

並無就董事出售公司資產的權力施加明確限制，然而，除受信責任真誠行事外，董事預期會以合理審慎的人士在類似情況下應有的謹慎、盡職及技巧履行責任，就恰當目的以及符合開曼群島法院一般所依循的英國普通法項下的規定為公司謀求最佳利益。

3.8 會計及核數規定

公司必須將賬簿紀錄保存妥當，賬目內容須包括：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨與購貨紀錄；及(iii)公司的資產與負債。

若未能按需要保存以能夠真實及公正地反映公司事務及闡釋所進行的各項交易的賬冊，則公司不應被視為已妥善保存賬冊。

倘公司於其註冊辦事處以外任何地方或於開曼群島內任何其他地方存置其賬冊，其須於接收稅務信息局(Tax Information Authority)根據開曼群島的稅務信息局法(2021年修訂本)(Tax Information Authority Act (2021 Revision))發出法令或通知後，按該法令或通知所規定，以電子形式或任何其他媒體，於其註冊辦事處提供其賬冊副本或其任何一個或多個部分。

3.9 外匯管制

開曼群島並無任何生效的外匯管制規例或貨幣限制。

3.10 稅項

開曼群島現時概無向任何人士或公司徵收利得稅、所得稅、收益稅或增值稅，亦無屬於繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文據支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

3.11 有關轉讓股份的印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司股份徵收印花稅，惟在開曼群島持有土地權益的開曼群島公司除外。

3.12 向董事提供貸款

並無明文規定禁止公司向其任何董事提供貸款。然而，公司組織章程細則可能規定在特定情況下禁止提供該等貸款。

3.13 查閱公司紀錄

公司股東一般無權查閱公司股東名冊或公司紀錄或索取副本。然而，彼等可享有公司組織章程細則內可能載有的該等權利。

3.14 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可在公司不時釐定的情況下於任何國家或地區（不論位於開曼群島境內或境外）存置其股東名冊總冊及任何分冊。並無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交股東報表。因此，股東名稱及地址並不作為公開紀錄，不供公眾人士查閱。然而，獲豁免公司須以電子形式或任何其他媒體，於其註冊辦事處提供有

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

關股東名冊(包括任何股東名冊分冊)，遵守其於接收稅務信息局根據開曼群島的稅務信息局法(2021年修訂本)發出的法令或通知後的有關規定。

3.15 董事及高級職員名冊

根據《公司法》，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級職員名冊。公司註冊處處長應在任何人士支付一筆費用後向該人士提供本公司現任董事(及(倘適用)本公司現任替補董事)的名單供其查閱。本公司須將董事及高級職員名冊副本送呈開曼群島公司註冊處處長存案，而該等董事或高級職員的任何變動(包括該等董事或高級職員的姓名變動)須於30日內通知公司註冊處處長。

3.16 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院頒令；(ii)由股東自願；或(iii)在法院的監督下清盤。

法院有權在若干特定情況下頒令清盤，包括在法院認為將公司清盤屬公平公正的情況下。

倘公司以特別決議案議決公司自動清盤，或公司因其無法支付到期債務而於股東會上議決自動清盤，則公司可自動清盤(特定規則所適用的有限存續公司除外)。倘公司自動清盤，則公司須由清盤開始時起停止營業，除非相關營業有利於其清盤。於委任自動清盤人後，董事的所有權力即告終止，除非公司在股東會或清盤人批准該等權利繼續生效。

如果公司股東提出自動清盤，須委任一名或多名清盤人清算公司業務及分配資產。

待公司業務被完全清算後，清盤人即須擬備有關清盤的報告及賬目，顯示清盤及售出公司資產的過程，並在其後召開公司股東會以便向公司提呈賬目及加以闡釋。

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

倘公司已通過決議案以進行自動清盤，且(i)公司已經或極有可能會無力償債；或(ii)法院的監督將令公司就出資人及債權人的利益而言能夠更有效、更經濟或更快捷地進行清盤，清盤人或任何出資人或債權人可向法院申請法令，要求在法院的監督下繼續清盤。倘監督令生效，則其就各方面而言猶如一項由法院進行公司清盤的指令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人之前的行動均屬有效，並對公司及其正式清盤人具有約束力。

為進行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或多名人士為正式清盤人。法院可臨時或以其他方式委任其認為適當的該名或該等人士履行職務。倘超過一人獲委任，法院須聲明規定或授權正式清盤人履行的事項應否由所有或任何一名或任何多名該等人士進行。法院亦可決定正式清盤人獲委任是否需要提供任何保證及何等保證，倘法院並無委任正式清盤人，或該職位出現空缺，公司的所有資產概由法院保管。

3.17 併購及合併

《公司法》允許開曼群島公司之間及開曼群島公司與非開曼群島公司之間進行併購及合併。就此而言，(a)「併購」指兩間或以上組成公司合併，並將其業務、財產及負債歸屬至其中一家存續公司內；及(b)「合併」指兩間或以上的組成公司整合為一家合併公司，並將該等公司的業務、財產及負債歸屬至該合併公司。為進行併購或合併，併購或合併計劃書須獲各組成公司的董事批准，隨後該計劃書必須獲(a)各組成公司以特別決議案授權及(b)組成公司的組織章程細則可能列明的其他授權(如有)。該併購或合併計劃書必須向開曼群島公司註冊處處長存檔，連同有關合併或存續公司償債能力的聲明、各組成公司的資產及負債清單以及承諾將有關併購或合併證書的副本送交各組成公司股東及債權人，並將在開曼群島憲報刊登併購或合併的通知。除若干特殊情況外，異議股東有權於作出所需程序後獲支付其股份的公允價值，惟倘各方未能就此達成共識，則將由開曼群島法院釐定。遵守此等法定程序進行的併購或合併無須經法院批准。

3.18 涉及外國公司的合併或整合

倘合併或整合涉及外國公司，則程序相若，惟就外國公司而言，開曼群島獲豁免公司的董事須作出聲明，表明經作出適當查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)外國公司的組織章程文件及外國公司註冊成立所在司法管轄區的法律允許或不禁止合併或整合，及已經或將會遵守該等法律及該等組織章程文件的任何規定；(ii)任何司法管轄區都並無提出及留有未決的呈請或其他類似法律程序，或已作出命令或通過決議案以將外國公司清盤或清算；(iii)概無接管人、受託人、管理人或其他類似人士於任何司法管轄區獲委任，及就該外國公司、其事務或其財產或其任何部分行事；(iv)概無在任何司法管轄區訂立或作出計劃、命令、和解或其他類似安排，從而致使該外國公司的債權人的權利遭受及繼續遭受暫停或限制。

倘存續公司為開曼群島獲豁免公司，則開曼群島獲豁免公司的董事須進一步作出聲明，表明經作出適當查詢後，彼等認為已符合下列規定：(i)該外國公司有償還到期債務，且該合併或整合屬真誠行為，並無意欺詐該外國公司的無抵押債權人；(ii)就將外國公司授予的任何抵押權益轉讓給存續公司或合併公司的而言，(a)已取得、解除或豁免對轉讓的同意或批准；(b)轉讓得到外國公司的章程文件許可並已獲得批准；及(c)已經或將要遵守外國公司司法管轄區的有關轉讓的法律；(iii)外國公司將在合併或整合生效後，根據相關外國司法管轄區的法律不再成立、註冊或存在；及(iv)並無其他理由表明允許合併或整合可能有損公眾利益。

3.19 重組及兼併

重組及合併須在為批准進行重組及合併而召開的大會上獲(i)所持股份價值達75%的股東或類別股東或(ii)所持股份價值達75%之大多數的債權人或類別債權人(於各情況下均視情況而定)贊成，並於其後獲得開曼群島大法院批准。儘管持反對意見的股東有權

附錄三

本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要

向法院表達其意見，即有待批准的交易不會為股東名下股份提供公平值，但倘法院信納以下各項，則預期將批准交易：(i)公司並無擬作非法或超出公司權限範圍的行為，且已遵守有關多數表決的法定條文；(ii)股東在有關會議上有公平代表性；(iii)該交易可獲得商戶合理批准；及(iv)該交易並非根據《公司法》的若干其他條文予以制裁或構成「對少數股東的欺詐。」

倘交易獲批，則任何持異議股東將不會擁有與評估權(授予按司法確定的股份價值收取現金付款的權利)相若的權利，而公司位於其他司法管轄區的持異議股東亦將享有此項權利。

3.20 收購

倘一家公司提出建議收購另一家公司的股份，而於提出收購建議後四個月內持有收購建議涉及不少於90%股份的持有人接納收購建議，則收購人可於該四個月期間屆滿後兩個月內隨時發出通知，要求對收購建議持反對意見的股東按照收購建議的條款轉讓其股份。持反對意見的股東可於該通知發出後一個月內向開曼群島法院提出申請，表示反對轉讓股份，而該名持反對意見的股東負有證明法院應行使其酌情權的舉證責任，惟除非有證據證明收購人與接納收購建議的股份持有人有欺詐或失信的行為，或兩者串通，藉此以不公平手段排擠少數股東，否則法院行使其酌情權的可能性不大。

3.21 彌償保證

開曼群島法律對於公司組織章程細則內關於由高級職員及董事作出彌償保證的限度並無限制，除非法院認為所提供的彌償保證有違公眾政策(例如，意圖就犯罪的後果作出彌償保證的條文)。

3.22 經濟實質

開曼群島通過《國際稅務合作(經濟實質)法(2021年修訂本)》及開曼群島稅務信息局不時發佈的指南。本公司須自2019年7月1日起遵守經濟實質規定並在開曼群島就其是否進行任何相關活動作出年度報告，及倘其從事任何相關活動，則須滿足經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問Harney Westwood & Riegels已向本公司發出一份意見函件，概述上文第3節《公司法》的若干方面。誠如附錄五「展示文件」一段所述，該意見函件連同《公司法》的副本、大綱及細則於聯交所及本公司網站展示。任何人士如欲查閱《公司法》的詳細概要，或欲了解該法律與其較熟悉的任何司法管轄區法律之間的差異，應尋求獨立法律意見。

附錄四

法定及一般資料

有關本集團的其他資料

(a) 本公司註冊成立

本公司於2023年2月3日根據《公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。我們的註冊辦事處設於Harneys Fiduciary (Cayman) Limited的辦事處，地址為4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。因此，本公司的公司架構及組織章程大綱及細則須符合開曼群島有關法律的規定。細則概要載於「附錄三 — 本公司組織章程及《開曼群島公司法》概要 — 2.組織章程細則」。

我們的香港主要營業地點位於香港灣仔皇后大道東183號合和中心46樓。我們於2024年2月23日根據《公司條例》第16部向香港公司註冊處處長登記為非香港公司。陳女士已獲委任為本公司在香港接收送達法律程序文件的授權代表。送達法律程序文件的地址與本公司的香港主要營業地點相同。

本公司的總辦事處位於中國浙江省杭州市蕭山區山水時代大廈2幢21樓。

(b) 股本變動

截至本公司註冊成立日期，我們的法定股本為50,000美元，分為5,000,000股每股面值或票面值0.01美元的股份。

於2023年3月15日，根據股東於同日通過的書面決議案，我們的法定股本增至200,801美元，分為20,080,100股每股面值或票面值0.01美元的股份。

於2023年9月21日，根據股東於同日通過的書面決議案，我們的法定股本進一步增至250,000美元，分為25,000,000股每股面值或票面值0.01美元的股份。

附錄四

法定及一般資料

於2024年2月29日，根據股東於同日通過的書面決議案，本公司已發行及未發行股本中每股面值或票面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值或票面值0.0005美元的股份，本公司的法定股本相應由250,000美元（分為25,000,000股每股面值或票面值0.01美元的股份）修訂為250,000美元（分為500,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份）。

於2024年[•]，根據股東於同日通過的書面決議案，我們的法定股本進一步增至1,000,000美元，分為2,000,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份。

自本公司註冊成立以來，對本公司已發行股本作出的變動如下：

- (i) 於2023年2月3日，本公司按以下方式發行每股面值0.01美元的股份：
 - (A) 發行1股普通股予Vistra (Cayman) Limited，於同日轉讓予Carote CM；
 - (B) 發行499,999股普通股予Carote CM；及
 - (C) 發行4,500,000股普通股予Yili Investment；
- (ii) 於2023年3月15日，Carote CM向Yili Investment轉讓419,900股每股面值0.01美元的股份；
- (iii) 於2023年3月15日，本公司向Yili Investment發行15,080,100股每股面值0.01美元的股份；
- (iv) 於2023年9月21日，本公司向Denk Trade發行202,830股每股面值0.01美元的股份；及
- (v) 於2024年2月29日，根據股東於同日通過的書面決議案，本公司已發行及未發行股本中每股面值或票面值0.01美元的股份拆細為20股每股面值或票面值0.0005美元的股份。

除本文件所披露者外，自我們註冊成立以來，我們的股本並無任何變動，亦無贖回、購回或出售任何股本。

附錄四

法定及一般資料

(c) 股東決議案

本公司於2024年[•]召開的股東特別大會上通過股東決議案，據此(其中包括)：

- (i) 本公司法定股本增至1,000,000美元，分為2,000,000,000股每股面值或票面值0.0005美元的股份，即時生效；
- (ii) 組織章程大綱及細則於[編纂]後獲有條件批准及採納；
- (iii) 待本文件「[編纂]的架構—[編纂]的條件」所載全部條件達成後：
 - (A) 批准[編纂]，並授權董事會(或董事會根據細則成立的任何轄下委員會)於其認為適宜的情況下進行或實施有關事宜；
 - (B) 授權董事會(或董事會根據細則成立的任何轄下委員會)就[編纂]配發、發行及批准轉讓有關數目的股份；及
 - (C) 授權董事會(或董事會根據細則成立的任何轄下委員會)與[編纂]協定每股[編纂]的價格；
- (iv) 授予董事一般無條件授權，以行使本公司一切權力，配發、發行及處置股份或可轉換為股份的證券，及作出或授出可能要求配發、發行或處置不超過緊隨[編纂]完成後已發行股份數目20%的股份的任何要約或協議或購股權(包括賦予任何權利可認購或以其他方式收取股份的任何認股權證、債券、票據及債權證)(因[編纂]或供股或行使本公司根據股東於股東會上授出的特別授權可能不時配發及發行的任何認股權證所附任何認購權或任何購股權計劃或類似安排，或因根據細則配發及發行股份以代替全部或部分股份股利除外)，有關授權將一直

附錄四

法定及一般資料

有效，直至本公司下屆股東週年大會結束，或按細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿，或直至股東於股東會以普通決議案撤回或修訂為止，以最早者為準；

- (v) 授予董事一般無條件授權，以授權彼等行使本公司一切權力，於聯交所或本公司證券有可能[編纂]並獲證監會及聯交所就此認可的其他已認可證券交易所購回其自身股份，有關股份數目將最多相當於緊隨[編纂]完成後已發行股份數目的10%，有關授權將一直有效，直至本公司下屆股東週年大會結束，或按細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿，或直至股東於股東會以普通決議案撤回或修訂為止，以最早發生者為準；及
- (vi) 擴大上文第(iv)段所述一般授權，方式為在董事根據該項一般授權可配發或有條件或無條件同意配發及發行的股份數目中，加入相當於本公司根據上文第(v)段所述購回股份的授權所購回股份數目的數額。

(d) 公司重組

本集團旗下若干公司進行了重組，以籌備股份於聯交所[編纂]。有關重組的資料，請參閱「歷史、重組及公司架構」。

(e) 我們附屬公司的資本變動

我們於業績紀錄期的附屬公司載於「附錄一 — 會計師報告」。

除「歷史、重組及公司架構」和下文所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，我們附屬公司之股份或註冊資本並無變動。

附錄四

法定及一般資料

(i) 浙江卡羅特

2023年2月8日，浙江卡羅特通過存續分立的方式完成公司分立後，註冊股本由人民幣30,000,000元減至人民幣20,000,000元。有關浙江卡羅特公司分立的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構」。

2023年4月14日，浙江卡羅特的註冊股本由人民幣20,000,000元增至人民幣20,080,100元，是由於羅勤企業通過增資方式以人民幣272,340元的代價收購人民幣80,100元註冊股本所致。增加註冊股本完成後，浙江卡羅特由羅勤企業持有0.40%股權。

2023年6月20日，浙江卡羅特的註冊股本由人民幣20,080,100元增至人民幣20,282,929.30元，是由於Denk Trade以約人民幣686,868.70元的代價收購人民幣202,829.30元註冊股本所致。增加註冊股本完成後，浙江卡羅特由Denk Trade持有1%股權。

(ii) Carote Germany

2023年10月24日，Carote Germany根據德國法律成立，初始註冊股本為50,000歐元（已悉數繳納），由卡羅特環球全資擁有。

(iii) Carote Canada

2024年4月24日，Carote Canada根據加拿大法律成立，初始註冊股本為10,000加元，由卡羅特集團全資擁有。

附錄四

法定及一般資料

(f) 購回本身證券

(i) 上市規則的規定

上市規則准許以聯交所作為第一上市地的公司在聯交所購回其證券，惟須受若干限制所規限，其中較重要的限制概述如下：

(A) 股東批准

以聯交所作為第一上市地的公司的所有建議股份(須已繳足)購回，須事先經股東在股東會通過普通決議案以一般授權或就特定交易作出特別批准的方式批准。

根據本公司於2024年[•]舉行的本公司股東特別大會上通過的一項決議案，董事獲授一般無條件授權(「購回授權」)，授權本公司於聯交所或證券可能[編纂]且獲證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回股份，惟不得超過緊隨[編纂]完成後已發行股份數目的10%，直至下屆股東週年大會結束時或細則或任何適用法律規定我們須舉行下屆股東週年大會的日期或股東通過普通決議案撤回或修訂授予董事之授權時(以最早發生者為準)。

(B) 資金來源

購回須以細則及開曼群島適用法律規定可合法撥作此用途的資金撥付。上市公司不得在聯交所以非現金代價或非聯交所交易規則規定的結算方式購回本身證券。

(C) 交易限制

本公司可購回的股份總數最多為緊隨[編纂]完成後已發行股份總數的10%。未經聯交所事先批准，本公司不得於緊隨購回股份後30日內發行或宣佈擬發行股份。倘購回

附錄四

法定及一般資料

會導致[編纂]所持[編纂]股份數目降至低於聯交所規定的相關指定最低百分比，則本公司亦不得在聯交所購回股份。根據現行上市規則規定，倘購買價高於股份於聯交所進行買賣前五個交易日平均收市價的5%或以上，則發行人不得於聯交所購買其股份。

(D) 購回股份的地位

我們或會考慮註銷據購回授權購回的股份或將其持作庫存股份，但須待董事會審議後方可作實，其中包括考慮購回時的持續市況及本身的資本管理需要。

(E) 暫停購回

根據上市規則，上市發行人於知悉內幕消息後，不得購回任何股份，直至有關消息公開為止。特別是，根據截至本文件日期已生效的上市規則規定，於緊接以下日期(以較早者為準)前30日內：

- (1) 批准上市發行人任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論上市規則有否規定)的董事會會議日期(指根據上市規則首次知會聯交所的日期)；及
- (2) 上市發行人根據上市規則刊發上市發行人任何年度或半年度或季度或任何其他中期業績公告(無論上市規則有否規定)的最後期限，上市發行人在截至業績公告之日的任何情況下均不得在聯交所購回股份，惟特殊情況除外。

此外，未經聯交所事先批准，上市發行人在聯交所出售或轉讓任何庫存股份後30日內不得在聯交所購回本身的任何股份。

(F) 程序及報告規定

上市規則規定，在聯交所或其他證券交易所進行的股份購回須不遲於上市發行人作出股份購回的任何日期下一個聯交所營業日早市開始或任何開市前時段(以較早者為

附錄四

法定及一般資料

準)前30分鐘向聯交所報告。報告須述明前一日所購回的股份總數、就該等購買所付每股購買價或最高價及最低價。此外，上市發行人年報須披露在年內購回股份的詳情，包括購回股份數目、每股股份的購買價或就全部購買所付最高價及最低價(如相關)與所付總價格的每月分析。

(G) 關連方

公司不得在知情的情況下於聯交所自核心關連人士(定義見上市規則)購回證券，核心關連人士亦不得在知情的情況下於聯交所向公司出售證券。

(ii) 購回原因

董事相信，股東授予董事一般授權，讓董事可在市場購回股份符合本公司及股東最佳利益。視乎當時市況及資金安排而定，有關購回可提高每股資產淨值及／或每股盈利，並將僅於董事相信該等購回對本公司及股東有利時方會進行。

(iii) 購回資金

於購回證券時，根據細則、上市規則以及開曼群島適用法律及法規，本公司僅可以合法撥作此用途的資金撥付。

基於本文件披露的現時財務狀況及考慮現時的營運資金狀況後，董事認為，全面行使購回授權或會對本公司營運資金及／或資產負債狀況有重大不利影響(與本文件所披露的狀況比較)。然而，倘行使購回授權會對董事認為不時適合本公司的營運資金需求或資產負債水平造成重大不利影響，則董事不擬行使購回授權。

附錄四

法定及一般資料

(iv) 一般事項

董事或(就彼等作出一切合理查詢後所深知)其任何緊密聯繫人現時無意向本公司出售任何股份。

董事向聯交所承諾，彼等將於相同適用情況下根據上市規則及香港特別行政區適用法律及法規行使購回授權。本公司自註冊成立以來，並無購回任何股份。

倘任何購回股份導致股東佔本公司投票權權益比例增加，則根據《收購守則》，該增加將視為收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東可能取得或鞏固對本公司的控制權，並須按照《收購守則》第26條提出強制收購要約。除上述者外，董事並不知悉根據購回授權進行任何購回會導致《收購守則》所載任何後果。倘購回股份引致[編纂]所持股份數目減至低於當時已發行股份的[編纂]，則須獲聯交所批准豁免遵守上市規則有關上述[編纂]的規定後方可進行。除特殊情況外，相信聯交所一般不會授出豁免該條文。

概無核心關連人士知會本公司，表示彼現時有意於購回授權獲行使時向本公司出售股份或承諾不會如此行事。

有關我們業務的其他資料

(a) 重大合約概要

我們已於本文件日期前兩年內訂立以下屬或可能屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)：

- (i) [編纂]。
















附錄四

法定及一般資料

(b) 本集團的知識產權




















(i) 商標

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對本集團業務而言屬重大的商標：

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
1		中國	21	71501316	2023年12月7日	2033年12月6日	浙江卡羅特
		中國	27	72203452	2023年12月7日	2033年12月6日	浙江卡羅特
		中國	27	72694867	2024年2月7日	2034年2月6日	浙江卡羅特
		中國	21	61498041	2022年6月7日	2032年6月6日	浙江卡羅特
		中國	7	61662255	2022年8月28日	2032年8月27日	浙江卡羅特
		中國	24	60281006	2022年4月28日	2032年4月27日	浙江卡羅特
		中國	24	60016415	2022年4月14日	2032年4月13日	浙江卡羅特
		中國	11	59760682	2022年6月7日	2032年6月6日	浙江卡羅特
		中國	21	59260992A	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
		中國	31	59260992A	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
		中國	21	59101734	2022年3月7日	2032年3月6日	浙江卡羅特
		中國	20	59101699	2022年5月14日	2032年5月13日	浙江卡羅特
		中國	18	59087362	2022年5月14日	2032年5月13日	浙江卡羅特
		中國	30	57878778	2022年1月21日	2032年1月20日	浙江卡羅特
		中國	11	57008047	2021年12月21日	2031年12月20日	浙江卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
		中國	4	46142485	2021年2月14日	2031年2月13日	浙江卡羅特
		中國	35	30339092	2019年10月7日	2029年10月6日	浙江卡羅特
		中國	11	30098727	2019年12月14日	2029年12月13日	浙江卡羅特
		中國	21	28216411	2018年11月28日	2028年11月27日	浙江卡羅特
		中國	10	28213623	2018年12月7日	2028年12月6日	浙江卡羅特
		中國	12	28211782	2018年12月14日	2028年12月13日	浙江卡羅特
		中國	28	28205515	2019年2月28日	2029年2月27日	浙江卡羅特
		中國	20	28199353	2019年3月28日	2029年3月27日	浙江卡羅特
		中國	21	26797905	2018年9月21日	2028年9月20日	浙江卡羅特
		中國	21	23562121	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
		中國	7	23562112	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
		中國	8	23561619	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
		中國	21	8211572	2011年4月21日	2031年4月20日	浙江卡羅特
		中國	24	73690835	2024年2月21日	2034年2月20日	浙江卡羅特
		中國	11	73566594	2024年2月14日	2034年2月13日	浙江卡羅特
		中國	21	72917274	2024年2月14日	2034年2月13日	浙江卡羅特
		中國	11	71528570	2024年2月21日	2034年2月20日	浙江卡羅特
		中國	28	72201234	2024年3月14日	2034年3月13日	浙江卡羅特
		中國	9	72184603	2024年2月28日	2034年2月27日	浙江卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
	carote	香港	21	306482647	2024年2月26日	2034年2月25日	卡羅特國際
	CAROTE	香港	21	304185739	2017年6月26日	2027年6月25日	卡羅特國際
	CAROTE	印尼	21	IDM000724042	2020年5月15日	2028年9月27日	浙江卡羅特
	CAROTE	馬來西亞	11	1617324 (根據《馬德里議定書》指定)	2021年7月30日	2031年7月30日	浙江卡羅特
	CAROTE	馬來西亞	21	2018072062	2020年1月14日	2028年10月21日	浙江卡羅特
	CAROTE	沙特阿拉伯	21	1442015351	2021年4月21日	2030年9月12日	浙江卡羅特
	CAROTE	越南	21	4-0397622-000	2021年9月15日	2029年4月12日	浙江卡羅特
	CAROTE	泰國	21	201108196	2018年11月2日	2028年11月1日	浙江卡羅特
	CAROTE	日本	21	6183360	2019年9月27日	2029年9月26日	浙江卡羅特
	CAROTE	新加坡	11	1617324 (根據《馬德里議定書》指定)	2021年7月30日	2031年7月30日	浙江卡羅特
	CAROTE	菲律賓	21	4/2018/00019751	2019年4月21日	2029年4月21日	浙江卡羅特
	CAROTE	菲律賓	11	1617324 (根據《馬德里議定書》指定)	2021年7月30日	2031年7月30日	浙江卡羅特
	CAROTE	印度	21	3644350	2017年9月26日	2027年9月26日	浙江卡羅特
	CAROTE	台灣	21	01898334	2018年2月16日	2028年2月15日	浙江卡羅特
	CAROTE	瑞士	8/11/21	727564	2019年2月22日	2028年9月26日	浙江卡羅特
	CAROTE	瑞典	21	612527	2021年1月21日	2030年11月27日	浙江卡羅特
	CAROTE	波蘭	21	1516606 (根據《馬德里議定書》指定)	2020年1月14日	2030年1月14日	浙江卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
	CAROTE	冰島	21	1516606 (根據《馬德里議定書》指定)	2020年1月14日	2030年1月14日	浙江卡羅特
	CAROTE	冰島	21	V0116466	2021年2月15日	2030年1月14日	浙江卡羅特
	CAROTE	德國	8/11/21	302019116042	2020年11月24日	2029年12月9日	浙江卡羅特
	CAROTE	德國	11	1617324 (根據《馬德里議定書》指定)	2021年7月30日	2031年7月30日	浙江卡羅特
	CAROTE	西班牙	21	M3684062	2018年3月1日	2028年3月1日	浙江卡羅特
	CAROTE	俄羅斯	21	710645	2019年5月8日	2028年9月26日	浙江卡羅特
	CAROTE	意大利	21	302017000108485	2018年8月14日	2028年8月14日	浙江卡羅特
	CAROTE	法國	7/11/21	174392049	2018年1月19日	2027年9月28日	浙江卡羅特
	CAROTE	英國	21	UK00003258941	2017年12月22日	2027年9月25日	浙江卡羅特
	CAROTE	比荷盧	7/11/21	1022093	2017年9月26日	2027年9月26日	浙江卡羅特
	CAROTE	葡萄牙	21	588906	2018年1月12日	2028年1月12日	浙江卡羅特
	CAROTE	巴西	21	916172961	2019年8月27日	2029年8月27日	浙江卡羅特
	CAROTE	墨西哥	21	1835654	2017年12月14日	2027年9月25日	浙江卡羅特
	CAROTE	美國	21	5698198	2019年3月12日	2029年3月12日	浙江卡羅特
	CAROTE	美國	11	6908447	2022年11月22日	2032年11月22日	浙江卡羅特
	CAROTE	美國	21	5228032	2017年6月20日	2027年6月20日	浙江卡羅特
	CAROTE	美國	21	87516212	2018年6月19日	2028年6月19日	浙江卡羅特
	CAROTE	澳大利亞	21	1957780	2018年9月26日	2028年9月26日	浙江卡羅特









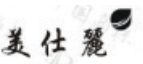


附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
	CAROTE	阿拉伯聯合酋長國	21	401017	2023年7月3日	2033年7月3日	浙江卡羅特
2	卡罗特	中國	7	61692059	2022年9月21日	2032年9月20日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	21	61474032	2022年8月7日	2032年8月6日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	24	60296041	2022年7月7日	2032年7月6日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	11	59748650	2022年6月7日	2032年6月6日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	20	59254245A	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	21	59254245A	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	31	59254245A	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	21	59098239	2022年5月21日	2032年5月20日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	20	59098203	2022年5月21日	2032年5月20日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	18	59095210	2022年3月7日	2032年3月6日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	30	57863271	2022年3月28日	2032年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	21	23562107	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	8	23561724	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	11	23561701	2018年6月28日	2028年6月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	7	23561468	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
	卡罗特	中國	21	8164703	2011年6月21日	2031年6月20日	浙江卡羅特
	卡罗特	香港	21	305083056	2019年10月15日	2029年10月14日	卡羅特國際
3	卡羅特	香港	21	305083065	2019年10月15日	2029年10月14日	卡羅特國際

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
4	有嘍廚房	中國	8	23562517	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
		中國	21	23561847	2018年3月28日	2028年3月27日	浙江卡羅特
		中國	21	21534026	2017年11月28日	2027年11月27日	浙江卡羅特
5		中國	10	28203021	2019年2月28日	2029年2月27日	浙江卡羅特
		中國	8	28208779	2019年2月28日	2029年2月27日	浙江卡羅特
6		中國	11	30329815	2019年2月7日	2029年2月6日	浙江卡羅特
		中國	21	30336919	2019年2月7日	2029年2月6日	浙江卡羅特
7		中國	21	30338759	2019年4月21日	2029年4月20日	浙江卡羅特
8	有嘍	中國	21	21533831	2017年11月28日	2027年11月27日	浙江卡羅特
9		中國	21	22880386	2018年2月28日	2028年2月27日	浙江卡羅特
10		美國	21	5698199	2019年3月12日	2029年3月12日	浙江卡羅特
11		美國	21	87516286	2018年6月19日	2028年6月19日	浙江卡羅特
12		新加坡	21	40201819338Y	2018年9月26日	2018年9月25日	浙江卡羅特
13		澳大利亞	21	1957778	2018年9月26日	2028年9月26日	浙江卡羅特
14		中國	21	8645344	2011年9月21日	2031年9月20日	浙江卡羅特
15		中國	7、8	71768701	2024年2月7日	2034年2月6日	浙江卡羅特
16		中國	21	70921228	2024年3月7日	2034年3月6日	浙江卡羅特

截至最後實際可行日期，本集團已申請註冊以下我們認為對本集團業務而言屬重大的商標：

編號	商標	申請地點	類別	申請日期	申請人
1		日本	21	2023年4月5日	浙江卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	商標	申請地點	類別	申請日期	申請人
2	CAROTE	加拿大	21	2023年7月5日	浙江卡羅特
3	CAROTE	埃及	21	2023年6月21日	浙江卡羅特

(ii) 專利

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對本集團業務而言屬重大的專利：

編號	專利	註冊地點	類別	專利編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
1	一種液壓機保護結構及其使用方法.....	中國	發明	ZL202010198580.5	2020年 3月20日	2040年 3月19日	浙江卡羅特
2	一種移動式自動清洗設備.....	中國	實用新型	ZL201820239496.1	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
3	一種噴砂機的驅動結構.....	中國	實用新型	ZL201820239492.3	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
4	一種鍋體內凹面漆料塗刷設備.....	中國	實用新型	ZL201820239494.2	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
5	一種物料裝箱設備.....	中國	實用新型	ZL201820239490.4	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
6	一種流水線用局部噴漆裝置.....	中國	實用新型	ZL201820239501.9	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
7	一種流水線用自動拋光機.....	中國	實用新型	ZL201820239493.8	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
8	一種拉伸機的自動取料結構.....	中國	實用新型	ZL201820239500.4	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特
9	一種噴砂機的物料放置結構.....	中國	實用新型	ZL201820239499.5	2018年 2月10日	2028年 2月9日	浙江卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	註冊地點	類別	專利編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
10	一種噴料快速均勻的自動噴塗槍.....	中國	實用新型	ZL202121729690.6	2021年 7月28日	2031年 7月27日	浙江卡羅特
11	防燙傷鍋蓋.....	中國	實用新型	ZL202122080602.0	2021年 8月31日	2031年 8月30日	浙江卡羅特
12	一種便於使用的攻絲設備.....	中國	實用新型	ZL202122698809.4	2021年 11月5日	2031年 11月4日	浙江卡羅特
13	一種數控加工用廢料收集裝置.....	中國	實用新型	ZL202123228609.9	2021年 12月21日	2031年 12月20日	浙江卡羅特
14	一種瀝水架.....	中國	實用新型	ZL202123323756.4	2021年 12月27日	2031年 12月26日	浙江卡羅特
15	琺瑯奶鍋.....	中國	外觀設計	ZL202130478186.2	2021年 7月27日	2036年 7月26日	永康市卡羅特
16	琺瑯淺湯鍋.....	中國	外觀設計	ZL202130478170.1	2021年 7月27日	2036年 7月26日	永康市卡羅特
17	琺瑯湯鍋.....	中國	外觀設計	ZL202130478181.X	2021年 7月27日	2036年 7月26日	永康市卡羅特
18	煎鍋(OP系列).....	中國	外觀設計	ZL202130722052.0	2021年 11月3日	2036年 11月2日	永康市卡羅特
19	奶鍋(OP系列).....	中國	外觀設計	ZL202130722056.9	2021年 11月3日	2036年 11月2日	永康市卡羅特
20	瀝水架.....	中國	外觀設計	ZL202130765669.0	2021年 11月19日	2036年 11月18日	永康市卡羅特
21	煎鍋(哈哈鍋系列).....	中國	外觀設計	ZL202230287427.X	2022年 5月16日	2037年 5月15日	永康市卡羅特
22	湯鍋(哈哈鍋系列).....	中國	外觀設計	ZL202230287428.4	2022年 5月16日	2037年 5月15日	永康市卡羅特

附錄四

法定及一般資料

編號	專利	註冊地點	類別	專利編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
23	奶鍋(哈哈鍋系列).....	中國	外觀設計	ZL202230288089.1	2022年 5月16日	2037年 5月15日	永康市卡羅特
24	煎鍋(奶鍋ins系列).....	中國	外觀設計	ZL202230532378.1	2022年 8月15日	2037年 8月14日	永康市卡羅特
25	湯鍋(Paris系列).....	中國	外觀設計	ZL202230532374.3	2022年 8月15日	2037年 8月14日	永康市卡羅特
26	煎盤(Paris系列).....	中國	外觀設計	ZL202230532375.8	2022年 8月15日	2037年 8月14日	永康市卡羅特
27	奶鍋(Paris系列).....	中國	外觀設計	ZL202230532377.7	2022年 8月15日	2037年 8月14日	永康市卡羅特
28	煎炒鍋(奶鍋、 煎鍋ins系列).....	中國	外觀設計	ZL202230648750.5	2022年 9月29日	2037年 9月28日	永康市卡羅特
29	料理鍋(多功能).....	中國	外觀設計	ZL202230723611.4	2022年 10月31 日	2037年 10月30 日	永康市卡羅特
30	手柄(可拆卸).....	中國	外觀設計	ZL202330167890.5	2023年 3月31日	2038年 3月30日	永康市卡羅特
31	手柄.....	中國	外觀設計	ZL202330197557.9	2023年 4月12日	2038年 4月11日	永康市卡羅特
32	煎盤.....	中國	外觀設計	ZL202330197564.9	2023年 4月12日	2038年 4月11日	永康市卡羅特
33	煎盤(可拆卸).....	中國	外觀設計	ZL202330197561.5	2023年 4月12日	2038年 4月11日	永康市卡羅特

附錄四

法定及一般資料

(iii) 版權

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對本集團業務而言屬重大的版權：

編號	版權	註冊地點	類別	註冊編號	註冊日期	到期日	註冊擁有人
1	怪獸小夥伴 ..	中國	美術	浙作登字- 2023-F- 00021566	2023年7月31日	首次發表日期後 第50年的 12月31日	浙江卡羅特
2	卡通小人 系列畫	中國	美術	浙作登字- 2022-F- 00022024	2022年6月28日	首次發表日期後 第50年的 12月31日	浙江卡羅特
3	卡卡龍組圖 ..	中國	美術	浙作登字- 2021-F- 00036149	2021年11月10日	首次發表日期後 第50年的 12月31日	浙江卡羅特

(iv) 域名

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對本集團業務而言屬重大的域名：

域名	註冊擁有人	到期日
www.mycarote.com.	浙江卡羅特	2030年5月26日

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，概無其他對我們業務屬重大或可能屬重大的商標、服務標誌、專利、知識產權或個人產權。

附錄四

法定及一般資料

有關董事及主要股東的其他資料

(a) 權益披露

(i) [編纂]完成後董事於本公司及其相聯法團股本中的權益及淡倉

緊隨[編纂]完成後(不計及因[編纂]獲行使而將配發及發行的股份)，本公司董事或主要行政人員於本公司或其相聯法團(定義見《證券及期貨條例》第XV部)股份、相關股份及債權證中擁有於股份[編纂]後須根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉(倘適用)(包括根據《證券及期貨條例》有關條文被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據《證券及期貨條例》第352條須登記於該條所指登記冊的權益及／或淡倉(倘適用)，或根據上市規則附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「《標準守則》」)須[知會本公司及聯交所]的權益及／或淡倉(倘適用)如下：

(A) 於股份的權益

董事姓名	權益性質 ⁽¹⁾	[編纂]時擁有權益 的股份數目	[編纂]時概約持股 百分比
章先生 ^{(2)、(3)}	受控法團權益	[401,602,000]	[編纂]
呂女士 ⁽²⁾	受控法團權益	[400,000,000]	[編纂]

附註：

- (1) 上述權益均為好倉。
- (2) 包括Yili Investment所持400,000,000股股份。Yili Investment由Yili Capital及Guodong Capital分別持有55%及45%股權，而Yili Capital由呂女士全資擁有，Guodong Capital則由章先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，章先生、呂女士、Guodong Capital及Yili Capital均視為於Yili Investment所持相同數目股份中擁有權益。
- (3) 包括Carote CM所持1,602,000股股份，其普通合夥人Guodong Capital為章先生全資擁有的公司。根據《證券及期貨條例》，Guodong Capital及章先生均視為於Carote CM所持相同數目股份中擁有權益。

附錄四

法定及一般資料

(B) 於本公司相聯法團的權益

董事姓名	相聯法團名稱	權益性質	所持股份數目	權益概約百分比
章先生.....	Carote Philippines	實益擁有人	100,000 ⁽²⁾	1%
呂女士.....	Carote Philippines	實益擁有人	100,000 ⁽²⁾	1%

附註：

- (1) 上述權益均為好倉。
- (2) 我們的非全資附屬公司Carote Philippines由Carote (Singapore) Management、卡羅特環球、章先生及呂女士分別擁有80%、18%、1%及1%股權。

(ii) 主要股東於本公司股份及相關股份中的權益及淡倉

除「主要股東」所披露者外，就董事及主要行政人員所知，並無任何其他人士（非本公司董事或主要行政人員）於本公司股份及相關股份中擁有於股份[編纂]後須根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3分部條文向本公司披露的任何權益或淡倉，或直接或間接於本公司的10%或以上已發行有表決權股份中擁有權益。

(iii) 本集團任何成員公司(本公司除外)主要股東的權益

除上文所載者外，截至最後實際可行日期，就董事所知並無任何人士（非本公司董事或主要行政人員）將於緊隨[編纂]完成後（未計及[編纂]的行使）直接或間接於本集團任何成員公司(本公司除外)的10%或以上已發行有表決權股份中擁有權益。

(b) 服務合約及委任函詳情

(i) 執行董事

各執行董事均已與本公司訂立服務合約，據此，彼等已同意擔任執行董事，自[編纂]起計初步為期三年，相關服務合約可由執行董事或本公司發出不少於三個月的書面通

附錄四

法定及一般資料

知予以終止。執行董事的薪酬將包括一筆每年約人民幣240,000元的固定金額，以及與若干關鍵績效指標掛鈎的績效薪酬。關鍵績效指標的具體條款將由董事會每年參照本集團的發展戰略釐定。

執行董事的委任須遵守細則的董事輪席退任規定。

(ii) 獨立非執行董事

各獨立非執行董事均已與本公司簽訂委任函，自[編纂]起計為期三年。根據彼等各自的委任函，各獨立非執行董事有權收取固定董事袍金。相關委任須遵守細則的董事輪席退任規定。獨立非執行董事的薪酬將為一筆每年約240,000港元的固定金額。

(iii) 其他

- (A) 除上文所披露者外，概無董事與本集團任何成員公司訂立任何服務合約（不包括於一年內屆滿或僱主可於一年內終止而毋須支付賠償（法定賠償除外）的合約）；
- (B) 截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2023年及2024年3月31日止三個月，已付董事薪酬總額（包括基本薪金、住房津貼、其他津貼及實物福利、社會保險及住房公積金供款以及酌情花紅等）分別約為人民幣74,000元、人民幣209,000元、人民幣351,000元、人民幣66,000元及人民幣278,000元。有關董事薪酬的詳情，請參閱「附錄一—會計師報告附註35」；
- (C) 根據現行安排，截至2024年12月31日止年度，應付董事薪酬及實物福利合共估計約為人民幣1.7百萬元；

附錄四

法定及一般資料

- (D) 本公司於業績紀錄期並無向董事或本集團任何成員公司的任何前任董事支付任何款項(i)作為加入本公司或加入本公司後的獎勵或(ii)作為辭任本集團任何成員公司董事或有關本集團任何成員公司管理事務的任何其他職務的補償；
- (E) 於業績紀錄期，概無任何董事放棄或同意放棄薪酬或實物福利的安排；
- (F) 董事過去或現時概無於本公司發起或本公司擬收購的物業中擁有權益，亦無任何人士向彼等支付或同意支付現金或股份或其他，藉以誘使其出任或使其合資格擔任董事，或作為其就發起或成立本公司而提供服務的回報。

(c) 收取袍金或佣金

除「歷史、重組及公司架構」及本節所披露者外，於緊接本文件日期前兩年，概無董事或名列「— 其他資料 — (j) 專家資格」的任何人士就發行或出售本集團任何成員公司的任何股本而獲得任何佣金、折扣、代理費、經紀佣金或其他特別條款。

(d) 其他事項

除「歷史、重組及公司架構」、「主要股東」及本節所披露者外：

- (i) 概無本公司董事或主要行政人員於本公司或任何相聯法團(定義見《證券及期貨條例》第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有於股份在聯交所[編纂]後須根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部知會我們及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據《證券及期貨條例》的有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉)，或根據《證券及期貨條例》第352條須登記於該條所指登記冊的權益或淡倉，或根據《標準守則》須知會我們及聯交所的權益或淡倉；

附錄四

法定及一般資料

- (ii) 概無董事或「— 其他資料 — (k) 專家同意書」所列任何人士在本公司發起過程中，或於緊接本文件日期前兩年內在本集團任何成員公司收購或出售或租用，或本集團任何成員公司擬收購或出售或租用的任何資產中擁有任何直接或間接權益；
- (iii) 概無董事或「— 其他資料 — (j) 專家資格」所列任何人士於在本文件日期存續且對本集團整體業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益；
- (iv) 除根據[編纂]外，「— 其他資料 — (j) 專家資格」所列人士概無：
 - (A) 於我們的股份或我們任何附屬公司的股份中擁有法定或實益權益；或
 - (B) 擁有認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的任何權利或選擇權（不論是否可依法執行）；及
- (v) 概無董事或其各自緊密聯繫人（定義見上市規則）或任何股東（據董事所知擁有我們已發行股份5%以上者）於我們的五大供應商或五大客戶中擁有任何權益。

(e) 僱員激勵計劃

我們於2023年2月28日成立僱員持股平台前身羅勤企業，並通過簽訂僱員投資協議的方式採納僱員激勵計劃（「僱員激勵計劃」）。通過重組，關鍵僱員於羅勤企業所持權益變為彼等於我們現有僱員持股平台所持權益。根據有限合夥協議，僱員激勵計劃的條款（經修訂及重列，以反映僱員持股平台由羅勤企業到Luo Qin Investment及Carote CM的轉變）適用於直接持有本公司權益的有限合夥企業Carote CM。僱員激勵計劃的主要條款摘要進一步載列如下。

附錄四

法定及一般資料

鑑於關鍵僱員根據僱員激勵計劃持有的本公司權益目前乃通過彼等於Luo Qin Investment及Carote CM的現有權益持有，而Carote CM持有的股份已經發行，故根據僱員激勵計劃進行權益歸屬（採取解除若干禁售限制的形式）時，不會對已發行股份產生任何攤薄影響。

(i) 僱員激勵計劃的目標

僱員激勵計劃的目的是激勵本集團的若干關鍵僱員，留住彼等為本集團的發展繼續服務。除關鍵僱員外，截至最後實際可行日期，僱員激勵計劃並無其他參與者。

(ii) 合夥權益

僱員激勵計劃的參與者為關鍵僱員。根據僱員激勵計劃，關鍵僱員認購Luo Qin Investment的權益（「合夥權益」），而Luo Qin Investment則持有Carote CM的有限合夥權益，Carote CM持有本公司股份。通過持有相關合夥權益，關鍵僱員根據僱員激勵計劃間接獲得本公司相關股份的權益（「相關ESOP股份」）。根據有限合夥協議，Guodong Capital（作為普通合夥人）全權負責Carote CM的管理、運營及行政以及其業務和事務，就有限合夥協議而言，關鍵僱員被視為Carote CM的有限合夥人，其行使的任何權利必須按照Guodong Capital的指示行使（除非僱員激勵計劃或有限合夥協議的條款另有明確規定）。

(iii) 資格

截至最後實際可行日期，除關鍵僱員外，概無其他僱員參與僱員激勵計劃。關鍵僱員乃因其工作表現、工作年資及服務年限等多方面因素被選為僱員激勵計劃的參與者。

附錄四

法定及一般資料

(iv) 解鎖安排

各關鍵僱員持有的合夥權益及相關ESOP股份受若干鎖定限制(「ESOP鎖定」)的約束。該等限制包括對向任何第三方轉讓彼等所持相關合夥權益(除非事先獲得Luo Qin Investment普通合夥人(即Guodong Capital，由章先生單獨持有及控制)的同意)、就相關合夥權益設立產權負擔、利用相關合夥權益償還債務的限制以及其他慣常限制。該等鎖定限制將不再適用於各關鍵僱員所持合夥權益的相關部分及相應的相關ESOP股份的日期(各為「解鎖日期」)如下：

	解鎖日期	所解鎖合夥權益比例
首個解鎖日期.....	緊隨[編纂]後滿一年當日	20%
第二個解鎖日期.....	緊隨[編纂]後滿兩年當日	額外30%
第三個解鎖日期.....	緊隨[編纂]後滿三年當日	額外50%

(v) 終止參與僱員激勵計劃

倘出現以下任何情況，關鍵僱員有義務將其持有的全部合夥權益轉讓予Guodong Capital(或其作為Carote CM普通合夥人的繼承人)或Guodong Capital指定的其他第三方，或以回購方式轉讓予Luo Qin Investment：

- (1) 該關鍵僱員違反其與本集團的僱傭條款中規定的競業禁止義務；
- (2) 該關鍵僱員從事任何可能使其承擔行政或刑事責任的非法活動；

附錄四

法定及一般資料

- (3) 發生以下任何情況：
- 該關鍵僱員嚴重違反本公司內部政策；
 - 該關鍵僱員未遵守職業道德標準；
 - 該關鍵僱員洩露有關本集團的機密信息；或
 - 因疏忽或失職而損害本公司的利益、聲譽及形象或違反社會公德、職業道德及職業操守；
- (4) 進行任何未經授權的合夥權益轉讓或處置；
- (5) 中國證監會或有關證券監管機構或其他適用司法部門或有關證券交易所向該關鍵僱員發出公開譴責或宣佈其於三年內不適合參與僱員激勵計劃的聲明；
- (6) 於緊接最後實際可行日期前最後三(3)個曆年內任何時間，該關鍵僱員就重大違法違規受到中國證監會或有關證券監管機構或其他適用司法部門或有關證券交易所的行政處罰；
- (7) 該關鍵僱員喪失工作能力或身故；
- (8) 該關鍵僱員違反僱員激勵計劃或有限合夥協議的條文；或
- (9) 該關鍵僱員與本集團終止僱傭關係(包括**[編纂]**一週年前的自願辭職或非自願辭職)。

倘關鍵僱員因上文第(1)至(8)分段所述的任何情況而須轉讓其所有合夥權益，則該等合夥權益的轉讓價或回購價應為於相關時間持有的該等合夥權益所對應的出資額，減去該關鍵僱員自其開始參與僱員激勵計劃起持有該等合夥權益所獲得的所有所得款項(包括但不限於股利及出售任何合夥權益的所得款項(如有))。

附錄四

法定及一般資料

倘關鍵僱員因上文第(9)分段所述的情況而須轉讓其所有合夥權益，則轉讓價或回購價應為於相關時間持有的該等合夥權益所對應的出資額乘以相關係數，減去該關鍵僱員自其開始參與僱員激勵計劃起持有該等合夥權益所獲得的所有所得款項(包括但不限於股利及出售任何合夥權益的所得款項(如有))。就此而言，「相關係數」計算方式如下：

$$1 + 5\% \text{ 乘以 } T/360$$

其中「T」指自該關鍵僱員開始參與僱員激勵計劃以來已過去的實際天數。

為避免疑義，一旦該關鍵僱員在上述情況下轉讓所有該等合夥權益，該關鍵僱員亦應停止持有與該等合夥權益相關的任何相關ESOP股份的任何權益，無論歸屬與否。

(vi) 關鍵僱員退出僱員激勵計劃的權利

對於未歸屬的合夥權益及未歸屬的相關ESOP股份

[編纂]後，仍受僱於本集團的關鍵僱員可隨時要求Guodong Capital(作為普通合夥人)安排出售尚未歸屬的任何合夥權益及相應的相關ESOP股份。在此情況下，該項出售代價的計算方式應與上文「終止參與僱員激勵計劃」一段項下第(9)分段所載情況相同。

對於已歸屬的合夥權益及已歸屬的相關ESOP股份

一旦合夥權益不再受ESOP鎖定限制，該等權益將被視為已歸屬(「已解鎖合夥權益」)，而相應的相關ESOP股份亦將被視為已歸屬(「已解鎖ESOP股份」)。

任何關鍵僱員可選擇通過向Guodong Capital發出指示，出售有關金額的已解鎖合夥權益及相應的已解鎖ESOP股份。於收到有關指示後，Guodong Capital將根據於相關時間在市場上進行證券交易的所有適用規則及法規，按現行市價出售相關數目的已解

附錄四

法定及一般資料

鎖ESOP股份，並將所得款項匯給相關關鍵僱員。對於相關已解鎖合夥權益，Guodong Capital (作為普通合夥人)應安排出售有關合夥權益(應轉讓予普通合夥人或其指定的其他第三方，或由Luo Qin Investment另行回購)，轉讓價或回購價基於相關時間持有的該等合夥權益所對應的出資額乘以相關係數，減去該關鍵僱員自其開始參與僱員激勵計劃起持有該等合夥權益所獲得的所有所得款項(包括但不限於股利及出售任何合夥權益的所得款項(如有))得出。

在關鍵僱員遵守僱員激勵計劃條款的情況下，倘關鍵僱員於[編纂]一週年後任何時間辭去其於本集團的職務，則該關鍵僱員的退出計劃應遵循上述安排。

(vii) 關鍵僱員持有的合夥權益及相關ESOP股份的詳情

截至最後實際可行日期，根據僱員激勵計劃，授予關鍵僱員的合夥權益所涉及的相關ESOP股份總數為1,600,000股，約佔本公司緊接[編纂]前(假設[編纂]並未行使)已發行股本總額的0.30%。為避免疑義，截至最後實際可行日期，概無相關ESOP股份歸屬於關鍵僱員。

截至最後實際可行日期，關鍵僱員根據僱員激勵計劃持有的合夥權益及相關ESOP股份的詳情載列如下：

關鍵僱員姓名	本公司職務	於Luo Qin Investment持有的合夥權益(概約)	與所持合夥權益相關的相關ESOP股份數目(概約)
張金才先生	我們供應鏈管理部門的高級項目經理	43.75%	700,000
夏先生	執行董事兼中國首席運營官	18.75%	300,000
孟女士	財務總監	25%	400,000
薛女士	北美首席運營官	12.50%	200,000
總計		100%	1,600,000

附錄四

法定及一般資料

由於上文所載安排，除發生上文「(v)終止參與僱員激勵計劃」所述任何事件(在此情況下，關鍵僱員有義務將其持有的全部合夥權益轉讓予Guodong Capital(或其作為Carote CM普通合夥人的繼承人)或Guodong Capital指定的其他第三方，或以回購方式轉讓予Luo Qin Investment)外，我們預期於緊隨[編纂]後滿一年當日前，關鍵僱員於Luo Qin Investment持有的合夥權益不會有任何變動。即使發生該等事件，Carote CM所持股份數目自[編纂]起第一年內亦不會受到影響。截至最後實際可行日期，概無發生上述「(v)終止參與僱員激勵計劃」所述任何事件。

董事會目前無意於緊隨[編纂]後滿一年當日前批准本公司或其附屬公司的任何其他核心僱員根據僱員激勵計劃享有相關ESOP股份。除上文所披露的僱員激勵計劃外，本公司目前無意於截至2024年12月31日止年度採納任何其他僱員激勵計劃或股份獎勵計劃。此外，本公司承諾遵守上市規則第10.08條，詳情載於「[編纂]」。

其他資料

(a) 遺產稅

董事獲告知，本公司或我們的任何附屬公司須承擔重大遺產稅責任的可能性不大。

(b) 訴訟

截至最後實際可行日期，就我們所知我們或任何董事並無牽涉任何待決或面臨威脅的可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大訴訟或仲裁程序。

(c) [編纂]申請

聯席保薦人已代表本公司向聯交所申請批准本文件所述已發行及將發行或出售的股份[編纂]及[編纂]。本公司已作出一切必要安排以使該等股份獲納入中央結算系統。

附錄四

法定及一般資料

(d) 無重大不利變動

董事確認，自2024年3月31日(即編製本集團最近期經審核合併財務報表的日期)起直至本文件日期，本集團的財務或交易狀況或前景並無發生重大變動。

(e) 已收代理費及佣金

[編纂]將收取「[編纂]」一節所述[編纂]。

(f) 聯席保薦人費用

根據上市規則第3A.07條，各聯席保薦人獨立於本公司。本公司就[編纂]應向擔任本公司保薦人的聯席保薦人支付的費用為1百萬美元。

(g) 籌備費用

我們並無產生任何重大籌備費用。

(h) 發起人

就上市規則而言，本公司並無發起人。於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述相關交易向任何發起人支付、配發或提供或建議支付、配發或提供任何現金、證券或其他利益。

(i) 股份持有人的稅項

(A) 香港

出售、購買及轉讓於[編纂]登記的股份將須繳納香港印花稅。現時向買方及賣方各自收取的稅率為所出售或轉讓的股份代價或價值(以較高者為準)的0.10%。於香港產生或源自香港的買賣股份利潤亦可能須繳納香港利得稅。

附錄四

法定及一般資料

(B) 開曼群島

根據現行開曼群島法律，只要我們並無持有開曼群島土地的任何權益，轉讓本公司股份毋須繳付任何開曼群島印花稅，惟倘原始文件於開曼群島法院簽署、提交或出示，則可能須繳納開曼群島印花稅。

(C) 中華人民共和國

就中國企業所得稅而言，我們可能被視為中國居民企業。在此情況下，向股東所作分派可能須繳納中國預扣稅，而出售股份所得收益可能須繳納中國稅項。請參閱「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—我們可能會就中國企業所得稅而言被歸類為「中國居民企業」，該分類可能導致不利於我們及股東的稅務結果，對經營業績及閣下的投資價值有重大不利影響」。

(D) 諮詢專業顧問

[編纂]的潛在[編纂]對[編纂](或[編纂]股份所附[編纂])所產生的稅務影響如有任何疑問，務請諮詢其專業稅務顧問。本公司、董事或參與[編纂]的其他各方概不對任何人士因[編纂]而引致的任何稅務影響或負債承擔責任。

附錄四

法定及一般資料

(j) 專家資格

以下為本文件所載提供意見或建議的專家資格：

名稱	資格
法國巴黎證券(亞洲)有限公司	根據《證券及期貨條例》持牌從事第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動
招銀國際融資有限公司	根據《證券及期貨條例》持牌從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動
羅兵咸永道會計師事務所	香港法例第50章《專業會計師條例》所指執業會計師 香港法例第588章《會計及財務匯報局條例》所指註冊公眾利益實體核數師
金杜律師事務所	本公司中國法律顧問及中國數據合規顧問
Harney Westwood & Riegels	本公司開曼群島法律顧問
灼識行業諮詢有限公司	獨立行業顧問
凱晉稅務諮詢有限公司	轉讓定價顧問及香港稅務顧問

(k) 專家同意書

「— 其他資料 — (j)專家資格」所述專家各自已就本文件的刊發發出同意書，表示同意以本文件所載形式及內容轉載其報告及／或函件及／或意見及／或引述其名稱，且並無撤回同意書。

附錄四

法定及一般資料

(l) 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，令全部有關人士均受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有適用條文(罰則除外)約束。

(m) 雙語文件

根據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免規定，本文件分別以英文及中文刊發。

其他事項

(a) 除「歷史、重組及公司架構」所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內：

- (i) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行或建議繳足或部分繳足股份或借貸資本，以換取現金或現金以外的代價；
- (ii) 本公司或其任何附屬公司的股份或借貸資本概無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權；
- (iii) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行創始人或管理層或遞延股份；
- (iv) 本公司或其任何附屬公司概無就發行或出售任何股份或借貸資本而授出或同意授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；及
- (v) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或其任何附屬公司任何股份而已付或應付佣金。

(b) 本集團並無發行任何債權證，亦無任何發行在外的債權證或可換股債務證券。

附錄四

法定及一般資料

- (c) 董事確認：
- (i) 自2024年3月31日（即附錄一所載會計師報告所報告期間的結算日）起直至本文件日期，本集團的財務或交易狀況或前景並無發生重大不利變動；
 - (ii) 並無放棄或同意放棄未來股利的安排；及
 - (iii) 於本文件日期前12個月內，本集團的業務並無遭受任何中斷而可能或已經對本集團財政狀況構成重大影響。
- (d) 我們的[編纂]會將本公司的[編纂]存置於開曼群島。除董事另行同意外，所有股份過戶及其他股份所有權文件必須提交[編纂]註冊並登記。
- (e) 本公司已作出一切必要安排以使股份獲准納入中央結算系統進行結算及交收。
- (f) 本集團旗下公司目前概無在任何證券交易所上市或在任何交易系統交易。

附錄五

送呈公司註冊處處長及展示文件

送呈公司註冊處處長的文件

連同本文件送呈香港公司註冊處處長登記的文件包括：

- (a) 「附錄四 — 法定及一般資料 — 其他資料 — (k)專家同意書」所述同意書；及
- (b) 「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關我們業務的其他資料 — (a)重大合約概要」所述重大合約副本。

展示文件

自本文件日期起14天內，以下文件的副本將在聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.mycarote.com展示：

- (a) 組織章程大綱及細則；
- (b) 羅兵咸永道會計師事務所發出的會計師報告，其正文載於附錄一；
- (c) 羅兵咸永道會計師事務所發出的未經審核[編纂]財務資料報告，其正文載於附錄二；
- (d) 本集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度與截至2024年3月31日止三個月的經審核合併財務報表；
- (e) 我們的中國法律顧問就本集團若干一般公司事務及本集團物業權益的中國法律事宜出具的中國法律意見書；
- (f) 我們的開曼群島法律顧問開曼法律顧問編製的意見函，當中概述附錄三所述《開曼公司法》的若干方面；
- (g) 灼識行業諮詢有限公司出具的報告，「行業概覽」所載資料即從中摘錄；

附錄五

送呈公司註冊處處長及展示文件

- (h) 凱晉稅務諮詢有限公司就轉讓定價評估出具的報告；
- (i) 《開曼公司法》；
- (j) 「附錄四 — 法定及一般資料 — 其他資料 — (k)專家同意書」所述同意書；
- (k) 「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關我們業務的其他資料 — (a)重大合約概要」所述重大合約；及
- (l) 「附錄四 — 法定及一般資料 — 有關董事及主要股東的其他資料 — (b)服務合約及委任函詳情」所述服務合約及董事委任函。