

香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本申請版本的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何意見，並明確表示概不就因本申請版本全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Xiamen Jihong Co., Ltd 廈門吉宏科技股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(「本公司」)

之申請版本

警告

本申請版本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，僅用作提供資料予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資料並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向本公司、其保薦人、整體協調人、顧問及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中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的任何責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《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) 本文件並不構成向任何司法權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、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使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公司、顧問或包銷團成員概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的刊發或本文件所載任何資訊的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並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。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，準投資者務請僅依據與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；招股章程的文本將於發售期內向公眾人士刊發。

重要提示

重要提示：閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應徵詢獨立專業意見。

Xiamen Jihong Co., Ltd 廈門吉宏科技股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目：[編纂](視乎[編纂]獲行使與否而定)

[編纂]數目：[編纂](可予重新分配)

[編纂]數目：[編纂](可予重新分配及視乎[編纂]獲行使與否而定)

[編纂]：每股[編纂][編纂](另加1%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，須於申請時以港元繳足且多繳股款可予退還)

面值：每股[編纂]人民幣1.00元

[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)



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，並明確表示概不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「附錄七－送呈公司註冊處處長及展示文件」所訂明之文件已根據香港法例第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。證券及期貨事務監察委員會與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。

預期[編纂]將由[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司於[編纂]或[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司協定的有關較後日期以協議方式釐定，惟無論如何不得遲於[編纂]。[編纂]將不高於每股[編纂]，且現時預期不會低於每股[編纂]。[編纂]的申請人須於申請時支付[編纂]每股[編纂]，另加1%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。倘[編纂]低於每股[編纂]，多繳股款可予退還。倘[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司因任何理由未能於[編纂]或之前協定[編纂]，則[編纂](包括[編纂])將不會進行並將告失效。

[編纂](為其本身及代表[編纂])可在我們同意的情況下，於遞交[編纂]申請截止日期上午或之前隨時將[編纂]項下[編纂]的[編纂]數目及／或指示性[編纂]下調至低於本文件所述者。在此情況下，我們將不遲於遞交[編纂]申請截止日期上午於本公司網站www.jihong.cn及聯交所網站www.hkexnews.hk刊登公告。屆時我們將於實際可行情況下盡快公佈安排詳情。有關進一步資料，請參閱本文件[編纂]及[編纂]章節。

在作出投資決定前，有意投資者應謹慎考慮本文件所載全部資料，包括「風險因素」一節所載的風險。

倘於[編纂][編纂]之前發生若干理由，則[編纂](為其本身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。有關情況的進一步詳情載於「[編纂]」。

[編纂]並無亦不會根據《美國證券法》或美國任何州證券法登記，亦不得在美國境內或向美籍人士(定義見S規例)或為美籍人士或其利益[編纂]、質押或轉讓，惟根據《美國證券法》及適用的美國州證券法獲豁免登記規定或並非受該等登記規定規限的交易除外。[編纂]按照S規例在美國境外於離岸交易中向非美籍人士[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

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

目 錄

本文件由本公司僅就[編纂]及[編纂]而刊發，除本文件所述根據[編纂]的[編纂]外，並不構成任何證券的[編纂]或游說[編纂]任何證券的[編纂]。本文件不得用於營銷，亦不構成於任何其他司法權區或任何其他情況下的要約或邀請。我們並無採取任何行動以獲准在香港以外的任何司法權區[編纂]，亦無採取任何行動以獲准在香港以外的任何司法權區派發本文件。在其他司法權區派發本文件及[編纂]和[編纂]須受到限制，且可能無法進行，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管機構登記或獲其授權或就此獲其豁免而獲准進行。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出投資決定。我們並無授權任何人士向閣下提供與本文件所載不同的資料。閣下不應將任何並非載於本文件的資料或聲明視作已獲我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。

	頁次
預期時間表.....	i
目錄	iv
概要	1
釋義	25
技術詞彙表.....	39
前瞻性陳述.....	42
風險因素.....	44
豁免嚴格遵守上市規則	89
有關本文件及[編纂]的資料	92
董事、監事及參與[編纂]的各方	98
公司資料.....	106
行業概覽.....	108

目 錄

	頁次
監管概覽.....	134
歷史及公司架構.....	170
業務.....	188
與我們單一最大股東團體的關係.....	303
董事、監事及高級管理層.....	309
主要股東.....	328
股本.....	333
財務資料.....	336
未來計劃及[編纂].....	416
[編纂].....	423
[編纂]的架構.....	435
如何申請[編纂].....	445
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 – 稅項及外匯.....	III-1
附錄四 – 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要.....	IV-1
附錄五 – 本公司組織章程細則概要.....	V-1
附錄六 – 法定及一般資料.....	VI-1
附錄七 – 送呈公司註冊處處長及展示文件.....	VII-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，務請連同本文件全文閱讀。本節內容僅為概要，並未包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前務請閱讀本文件全文。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前務請細閱該節。本節使用的各種詞彙在本文件「釋義」和「技術詞彙表」中定義或解釋。

概覽

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的雙輪驅動企業。我們成立於2003年，致力於為快消品企業客戶提供一站式紙製包裝產品及服務，專注於提供營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流。由於我們的紙製包裝業務的核心是以產品設計和營銷為基礎，最終以解決終端消費者的需求及激發其購買慾為中心，我們積累了對產品營銷和識別消費者需求方面深刻的理解和經驗。在長達數十年的紙製包裝業務之外，我們尋求拓展業務，於2017年通過打造跨境社交電商業務抓住了移動互聯網發展帶來的新興跨境電商商機，並成為我們主要的收入來源。

我們於2016年在深交所上市後，憑藉我們管理團隊的帶領及行業經驗，已成功轉型並擴大業務範圍，同時在業務及財務方面均取得不俗成果。根據灼識諮詢的資料，按於2024年在亞洲從事社交媒體電商業務產生的收入計，我們作為一家以亞洲市場為戰略重點的領先跨境社交電商公司，在中國B2C出口電商公司中排名第二，市場份額為1.3%。另外根據灼識諮詢的資料，我們作為中國內地領先的紙製快消品包裝公司，按收入計，於2024年在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中排名第一，市場份額為1.2%。於2022年、2023年及2024年，我們的總收入分別為人民幣5,375.9百萬元、人民幣6,694.7百萬元及人民幣5,529.3百萬元。於同一時期，我們的利潤分別達到人民幣171.6百萬元、人民幣332.1百萬元及人民幣184.5百萬元。

概 要

下表載列於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	收入	%	收入	%	收入	%
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
跨境社交電商	3,106,601	57.8	4,256,637	63.6	3,365,903	60.9
紙製包裝	1,982,591	36.9	2,096,606	31.3	2,099,461	38.0
其他 ⁽¹⁾	286,692	5.3	341,438	5.1	63,895	1.1
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括營銷及廣告業務以及附帶貿易業務。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的其他業務」。

我們的跨境社交電商業務

在數據洞察和技術的賦能下，順應移動互聯網跨境電商的新時代發展趨勢，我們採用「貨找人」模式。於該模式下借助我們的動態數據分析能力，實現精準的選品和推送，在線投放定向廣告，從社交媒體流量中吸引消費者訪問我們的落地頁(即因用戶點擊社交媒體平台上顯示的鏈接或廣告而彈出的交易網頁)，並最終將物美價優的中國內地商品推廣及銷售至全球海外消費者。我們主要在社交媒體平台上投放廣告以吸引客戶，但並無經營自身的平台或移動應用程式。我們提供種類繁多的產品，包括家居用品、服飾產品、電子產品、鞋類產品、箱包製品、美妝個護用品、保健品、母嬰用品、鐘錶配飾等。於2022年、2023年及2024年，(i)家居用品銷售產生的收入分別為人民幣834.0百萬元、人民幣1,111.4百萬元及人民幣932.0百萬元，分別佔我們跨境社交電商業務總收入的26.8%、26.1%及27.7%；(ii)電子產品銷售產生的收入分別為人民幣381.7百萬元、人民幣766.3百萬元及人民幣790.5百萬元，分別佔我們跨境社交電商業務總收入的12.3%、18.0%及23.5%；(iii)服飾產品銷售產生的收入分別為人民幣549.2百萬元、人民幣1,033.1百萬元及人民幣615.3百萬元，分別佔我們跨境社交電商業務總收入的17.7%、24.3%及18.3%；及(iv)美妝個護用品銷售產生的收入分別為人民幣356.7百萬元、人民幣334.9百萬元及人民幣328.2百萬元，分別佔我們跨境社交電商業務總收入的11.5%、7.9%及9.8%。

概 要

我們亦於我們的指定品牌網站及電商平台銷售自有品牌(包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa及PETTENA)產品，包括電助力自行車、內衣、遮陽傘及寵物用品。我們的跨境社交電商業務有助於中國內地供應商與亞洲、歐洲及北美洲的消費者實現對接。於2022年、2023年及2024年，我們的跨境社交電商業務收入分別佔我們總收入的57.8%、63.6%及60.9%，其毛利率分別為59.1%、63.1%及60.5%。儘管2023年至2024年收入有所下降，但我們繼續致力於在歐洲低滲透率地區發展跨境社交電商業務，且跨境社交電商業務收入仍大幅增長43.2%，由2024年上半年的人民幣1,384.1百萬元增長至同年下半年的人民幣1,981.8百萬元。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們跨境社交電商業務的高毛利率已經成為我們總體毛利率的關鍵驅動因素並分別達到40.5%、46.4%及43.8%。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的跨境社交電商業務所得收入的明細。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
家居用品	834,008	26.8%	1,111,352	26.1%	932,038	27.7%
電子產品	381,699	12.3%	766,283	18.0%	790,468	23.5%
服飾產品	549,151	17.7%	1,033,065	24.3%	615,316	18.3%
美妝個護用品	356,667	11.5%	334,930	7.9%	328,192	9.8%
保健品	174,979	5.6%	302,523	7.1%	336,999	10.0%
鞋類產品	491,022	15.8%	423,233	9.9%	156,734	4.7%
箱包製品	181,931	5.9%	126,251	3.0%	71,699	2.1%
鐘錶配飾	118,708	3.8%	131,623	3.1%	75,627	2.2%
母嬰用品	18,436	0.6%	27,377	0.6%	58,830	1.7%
總計	<u>3,106,601</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,256,637</u>	<u>100.0%</u>	<u>3,365,903</u>	<u>100.0%</u>

概 要

藉助AI算法及模型，我們為我們的跨境社交電商業務專門自主開發了Giikin系統。借助已整合到我們Giikin系統中的AI應用程序，我們可以在最少的人工參與下無縫連接我們業務流程的各個階段，從選品、廣告投放、產品採購到運輸及物流。於往績記錄期間，我們已為約17.0百萬名消費者簽收超過41百萬份訂單，且有逾611,000個SKU。於2024年，我們的ROI為191.1%，根據灼識諮詢的資料，高於行業平均水平。於往績記錄期間各期間，我們的訂單簽收率介乎84.9%至88.4%。我們與知名企業緊密合作，進行電商AI應用研發。截至2025年3月31日，我們已擁有4項專利及140項軟件版權，涉及我們跨境社交電商業務算法、軟件系統及其他技術的開發。根據灼識諮詢的資料，我們是首批在中國內地以AI技術賦能業務的公司之一。我們在2023年因自身業務獲TikTok授予全球領航獎，足以證明業界給予我們的認可。

我們跨境社交電商業務擁有優秀的運營能力及存貨管理能力。根據灼識諮詢的資料，於2022年、2023年及2024年，我們跨境社交電商業務的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%，低於行業平均。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
銷售國家／地區	36	41	47
消費者數目 ⁽¹⁾	6,537,096	7,331,841	6,545,100
SKU數量 ⁽²⁾	265,696	304,494	256,645
存銷比 ⁽³⁾ (%)	3.7	3.2	4.0
簽收訂單總數 ⁽⁴⁾	11,654,192	16,404,431	13,834,281
簽收率 ⁽⁵⁾ (%)	86.3	88.4	84.9
每單平均售價 ⁽⁶⁾	266.6	259.5	243.3
ROI ⁽⁷⁾ (%)	208.3	189.8	191.1

附註：

- (1) 消費者數目指於指定年度內下達訂單並簽收我們產品的消費者數目，不包括電商平台的消費者。
- (2) SKU指於指定年度已訂購產品的存貨單位。
- (3) 存銷比按年初及年末的跨境社交電商業務存貨平均結餘除以該年度內跨境社交電商業務收入計算。
- (4) 簽收訂單數指於指定年度內由消費者簽收且未有退還訂單的總數目。
- (5) 簽收率乃按於指定年度內簽收訂單數目除以新訂單數目計算。為免生疑問，簽收訂單不包括下單後取消或退回的訂單。

概 要

- (6) 每單平均售價乃按指定年度內我們跨境社交電商業務的收入除以簽收訂單總數計算。
- (7) ROI為我們跨境社交電商業務廣告投放的投資回報，按指定年度跨境社交電商業務收入除以廣告成本計算。根據灼識諮詢的資料，ROI為數字廣告行業及社交媒體電商行業的常見績效指標，原因為該兩個市場的銷售直接源自市場參與者的廣告活動。社交媒體電商業務ROI的計算反映社交媒體廣告的效率(按轉化為銷售的轉化率展示)，因此更高的ROI表明公司在相等廣告開支下獲取更多收入。
- (8) 於2024年，我們的跨境社交電商業務的存銷比較往績記錄期間的過往年度有所上升，主要是由於2024年跨境社交電商業務的收入減少所致。有關進一步詳情，請參閱「財務資料 – 過往經營業績回顧 – 截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較」。

我們的紙製包裝業務

我們是為數不多的有能力提供涵蓋完整生產過程的一站式紙製包裝產品及服務的中國內地紙製快消品包裝的公司之一。以工藝設計及技術策劃為核心能力，我們將市場營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流融入我們的全方位紙製包裝產品及服務，並通過於材料、設計及產品方面的創新，不斷率先應對消費者需求。為體現我們對環境保護以及ESG原則的承諾，隨著全球對塑料使用限制的普及，我們積極投資開發及佈局環保型包裝。例如，於2013年，我們積極開展綠色紙製包裝業務，策略性地迅速使我們在2020年中國國家塑料污染治理法律頒佈前率先成為眾多知名企業客戶的首選綠色紙製包裝提供商。多年來，我們已與快消品龍頭公司建立並保持長期的合作關係，為透過我們紙製包裝業務產生穩健的收入及現金流奠定扎實的基礎。

憑藉優質及專業的服務，我們的紙製包裝業務於往績記錄期間持續穩步增長。我們已與伊利及瑞幸咖啡等知名快消品企業以及多家於中國內地經營業務的世界領先QSR公司建立密切合作關係。於往績記錄期間，我們的紙製包裝業務產量呈持續增長趨勢，由2022年的846.7百萬平方米增至2023年的925.3百萬平方米，並進一步增至2024年的1,026.1百萬平方米。於往績記錄期間各期間，我們的包裝產品的生產利用率分別約為63.2%、55.7%及56.2%。我們亦能夠以高效方式管理包裝存貨。根據灼識諮詢的資料，於2022年、2023年及2024年，我們紙製包裝業務的存貨週轉天數分別為58.7天、57.4天及54.5天，低於行業平均。截至2025年3月31日，我們擁有362項專利及17項軟件版權，涉及我們紙製包裝業務包裝的設計與製造。我們於2022年獲《印刷經理人》雜誌評為「中國印刷包裝企業100強」第5名，足以證明業界給予我們的認可。

概 要

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
產量(百萬平方米)	846.7	925.3	1,026.1
存貨週轉天數 ^(附註)	58.7	57.4	54.5

附註：存貨週轉天數乃按我們的紙製包裝業務於有關年度的年初及年末平均存貨結餘除以同年我們紙製包裝業務的相應銷售成本，再乘以365天計算。

下表載列我們按紙製包裝產品類型劃分的紙製包裝業務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
彩色包裝箱／盒	1,382,807	69.7	1,346,220	64.2	1,198,392	57.1
環保紙袋	203,308	10.3	325,787	15.6	387,593	18.5
食品包裝	292,062	14.7	323,437	15.4	423,067	20.2
其他 ^(附註)	104,414	5.3	101,162	4.8	90,409	4.2
總計	1,982,591	100.0	2,096,606	100.0	2,099,461	100.0

附註：其他主要包括銷售物料及廢紙所產生之收入。

下表載列我們按紙製包裝產品類型劃分的紙製包裝業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
彩色包裝箱／盒	164,365	11.9	210,389	15.6	175,938	14.7
環保紙袋	55,464	27.3	98,321	30.2	110,700	28.6
食品包裝	28,443	9.7	44,681	13.8	50,291	11.9
其他 ^(附註)	52,255	50.0	39,765	39.3	38,252	42.3
總計	300,527	15.2	393,156	18.8	375,181	17.9

附註：其他主要包括銷售物料及廢紙所產生之毛利。

概 要

我們的競爭優勢

我們致力於求變，發掘和開發受歡迎的產品與服務，以數智化手段赋能中國品牌走向世界，我們相信，以下競爭優勢促進了我們的成功：

- 我們是於亞洲銷售產品的B2C出口社交媒體電商公司的行業領導者；
- 我們的集成AI技術貫穿我們全面、高效且可擴展的運營系統；
- 動態數據分析能力為我們「貨找人」模式奠定了堅實基礎；
- 我們的跨境社交電商業務擁有高效且精細化的供應鏈管理能力，兼顧消費者滿意度和成本控制；
- 我們以營銷設計和技術研發突破，以紙製包裝產品與快消品龍頭企業客戶維持長期業務關係；及
- 我們富有韌性的組織結構由富有遠見的高級管理團隊領導。

有關更多詳情，請參閱本文件「業務 – 我們的競爭優勢」。

我們的策略

憑藉我們的競爭優勢以及於[編纂]後獲得更多國際資源，我們擬追求以下策略：

- 持續深化現有市場覆蓋，並逐步擴大全球版圖；
- 持續投入研發，升級迭代AI應用；
- 打造自有品牌以建立品牌價值及利用我們久經考驗的數據分析能力；
- 持續打造我們專有的SaaS平台吉喵雲，助力本土中小企業出海；
- 優化我們的跨境社交電商業務供應鏈管理；及
- 繼續投資綠色紙製包裝。

有關更多詳情，請參閱本文件「業務 – 我們的策略」。

概 要

主要客戶及供應商

主要客戶

我們的客戶主要包括企業客戶(即紙製包裝業務下的快消品公司)及跨境社交電商業務下的個人消費者。由於我們的跨境社交電商業務的性質，該業務的客戶基礎由購買我們產品的不同個人消費者群體組成，與往績記錄期間的總收入相比，各客戶貢獻的收入比例較小。

於2022年、2023年及2024年，於往績記錄期間各期間向我們的五大客戶作出的銷售分別佔我們同期總收入的28.7%、24.3%及27.2%，而向我們的最大客戶作出的銷售分別佔我們同期總收入的23.8%、18.6%及18.8%。

有關詳情，請參閱「業務 – 我們的客戶 – 主要客戶」。

主要供應商

於2022年、2023年及2024年，我們的主要供應商包括跨境社交電商業務的營銷服務提供商、社交媒體平台、物流公司及支付服務供應商以及紙製包裝業務的產品供應商及原材料供應商。

於2022年、2023年及2024年，於往績記錄期間各期間來自五大供應商的採購量分別佔同期採購總額的34.6%、39.6%及38.1%，我們最大供應商的採購量分別佔我們同期採購總額的14.5%、14.5%及13.8%。於往績記錄期間各期間，來自五大供應商的跨境社交電商業務採購量分別佔我們跨境社交電商業務採購總額的49.5%、54.6%及55.7%。於往績記錄期間各期間，來自五大供應商的紙製包裝業務採購量分別佔我們紙製包裝業務採購總額的40.5%、36.2%及28.8%。

有關更多詳情，請參閱「業務 – 供應商及供應鏈管理 – 主要供應商」。

概 要

我們的行業及競爭格局

跨境社交電商業務

我們在以亞洲市場為戰略重點的B2C出口社交媒體電商市場經營業務。根據灼識諮詢的資料，中國B2C出口電商市場的規模按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計約為291億美元。按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，該市場的前五名參與者的總市場份額約為6.5%。根據灼識諮詢的資料，按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，我們在中國B2C出口電商參與者中排名第二，市場份額為1.3%。根據同一來源資料，按收入計，2024年中國B2C出口社交媒體電商市場佔中國B2C跨境電商市場的12.7%，且佔境外B2C電商市場的2.1%。我們在該市場主要透過下列各項因素展開競爭：(i)數智化與AI應用能力；(ii)精準定位能力；(iii)選品能力；(iv)本地化能力；(v)多平台管理能力；及(vi)供應鏈管理能力。我們認為，憑藉領先的市場地位及廣泛的市場知識，我們具備充分的條件把握未來的行業增長。

紙製包裝業務

我們在中國內地的紙製快消品銷售包裝市場開展業務。2024年中國內地紙製快消品銷售包裝市場的市場規模按收入計約為人民幣1,703億元。2024年中國紙製快消品銷售包裝行業的前五名參與者的總市場份額約為4.5%。這意味着市場集中度呈上升趨勢。根據灼識諮詢的資料，2024年我們在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中按收入計排名第一，且2024年我們在中國內地紙製快消品銷售包裝市場的市場份額為1.2%。根據同一來源資料，按收入計，2024年中國內地紙製快消品銷售包裝市場佔中國內地紙製銷售包裝市場的68.6%，而後者佔中國內地包裝市場的10.6%。我們在該市場中主要透過下列各項因素展開競爭：(i)一站式服務能力；(ii)頂尖客戶覆蓋能力；(iii)工藝設計及技術策劃能力；(iv)政策環境適應能力及對ESG的重視；及(v)技術能力。我們認為，憑藉先進的技術、豐富的市場經驗及與領先快消品企業的長期關係，我們能夠有效競爭。

歷史財務資料概要

下表列示我們往績記錄期間的綜合財務資料概要。此概要乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告載列的財務資料。下文所載財務數據概要應與我們的綜合財務報表及相關附註，以及「財務資料」一節一併閱讀。

概 要

綜合全面收益表概要

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0
銷售成本	(3,197,031)	(59.5)	(3,590,378)	(53.6)	(3,109,944)	(56.2)
毛利	2,178,853	40.5	3,104,303	46.4	2,419,315	43.8
其他收入及收益	36,214	0.7	53,381	0.8	61,114	1.1
銷售及營銷開支	(1,575,180)	(29.3)	(2,342,146)	(35.0)	(1,849,611)	(33.5)
行政開支	(170,652)	(3.2)	(240,642)	(3.6)	(264,591)	(4.8)
研發開支	(148,512)	(2.8)	(141,980)	(2.1)	(124,429)	(2.3)
金融資產減值虧損	(76,680)	(1.4)	(25,367)	(0.4)	(9,037)	(0.2)
分佔聯營公司 (虧損)/溢利	(4,865)	(0.1)	1,854	0.0	3,584	0.1
匯兌收益/(虧損) 淨額	10,736	0.2	975	0.0	(3,512)	(0.1)
財務成本	(21,627)	(0.4)	(13,412)	(0.2)	(12,250)	(0.2)
其他開支及虧損	(14,397)	(0.2)	(10,500)	(0.2)	(2,443)	(0.0)
除稅前溢利	213,890	4.0	386,466	5.8	218,140	3.9
所得稅開支	(42,311)	(0.8)	(54,344)	(0.8)	(33,690)	(0.6)
年內溢利	171,579	3.2	332,122	5.0	184,450	3.3
以下人士應佔：						
母公司擁有人	183,980		345,099		181,931	
非控股權益	(12,401)		(12,977)		2,519	
	171,579		332,122		184,450	
每股盈利						
基本及攤薄 (人民幣元)	0.48		0.92		0.49	

概 要

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的經調整溢利(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們認為，該非國際財務報告準則衡量有利於通過去除潛在影響，比較不同期間及不同公司的經營表現。

我們認為，經調整溢利(非國際財務報告準則計量)為投資者及其他人士提供有用的資料，以與彼等協助我們的管理層一致的方式了解及評估我們的綜合全面收益表。然而，我們呈列的經調整溢利(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司所呈列類似計量相比。經調整溢利(非國際財務報告準則計量)用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報綜合全面收益表或財務狀況的分析。

我們將經調整溢利(非國際財務報告準則計量)定義為通過加回以權益結算以股份為基礎的付款開支作出調整的年內溢利。

下表載列年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)與根據國際財務報告準則呈列的年內溢利的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
溢利與經調整溢利(非國際財務報告準則計量)對賬：			
年內溢利	171,579	332,122	184,450
加回：			
以權益結算以股份為基礎的付款開支 ^(附註)	3,126	26,379	17,332
年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)	<u>174,705</u>	<u>358,501</u>	<u>201,782</u>

附註：以權益結算以股份為基礎的付款開支主要指我們自僱員獲得服務作為我們權益工具代價的安排，屬非現金性質。

我們的年內溢利由2022年的人民幣171.6百萬元增加人民幣160.5百萬元或93.5%至2023年的人民幣332.1百萬元，與我們2023年的收入增長一致。我們的年內溢利由2023年的人民幣332.1百萬元減少人民幣147.6百萬元或44.5%至2024年的人民幣184.5百萬元，主要是由於我們跨境社交電商業務的收入減少。請參閱「財務資料－過往經營業績回顧－截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較－收入」。

概 要

按地區市場劃分的收入

下表載列於所示期間按地區市場劃分的總收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入						
東北亞 ⁽¹⁾	1,794,364	33.4	2,541,774	38.0	1,738,742	31.4
中國內地 ⁽²⁾	2,190,291	40.7	2,309,038	34.5	2,037,028	36.8
東南亞 ⁽³⁾	677,902	12.6	846,808	12.6	661,433	12.0
中東 ⁽⁴⁾	409,467	7.6	385,919	5.8	341,777	6.2
歐洲 ⁽⁵⁾ 及北美洲 ⁽⁶⁾	255,699	4.8	509,541	7.6	647,834	11.7
其他 ⁽⁷⁾	48,161	0.9	101,601	1.5	102,445	1.9
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 東北亞包括日本、韓國、香港特別行政區及中國台灣。
- (2) 僅包括我們於中國內地的紙製包裝業務及其他業務。詳情請參閱「業務 – 我們的紙製包裝業務」及「業務 – 我們的其他業務」。
- (3) 東南亞包括泰國、馬來西亞、新加坡及菲律賓。
- (4) 中東包括沙特阿拉伯及阿拉伯聯合酋長國。
- (5) 歐洲包括意大利、德國及波蘭。
- (6) 北美洲包括加拿大及美國。
- (7) 包括主要來自我們於其他國家或地區(如澳大利亞及新西蘭)的紙製包裝業務產生的收入。

概 要

下表載列於所示期間按業務分部劃分的銷售成本詳情，按實際成本及佔總銷售成本百分比表示：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售成本						
跨境社交電商	1,269,838	39.7	1,571,742	43.8	1,329,134	42.8
紙製包裝	1,682,064	52.6	1,703,450	47.4	1,724,280	55.4
其他	245,129	7.7	315,186	8.8	56,530	1.8
總計	3,197,031	100.0	3,590,378	100.0	3,109,944	100.0

下表載列於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					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
跨境社交電商	1,836,763	59.1	2,684,895	63.1	2,036,769	60.5
紙製包裝	300,527	15.2	393,156	18.8	375,181	17.9
其他	41,563	14.5	26,252	7.7	7,365	11.5
總計	2,178,853	40.5	3,104,303	46.4	2,419,315	43.8

概 要

我們的總收入從2022年的人民幣5,375.9百萬元增加人民幣1,318.8百萬元或24.5%至2023年的人民幣6,694.7百萬元，主要是由於跨境社交電商業務產生的收入增加。我們的總收入由2023年的人民幣6,694.7百萬元減少人民幣1,165.4百萬元或17.4%至2024年的人民幣5,529.3百萬元，主要原因為於2024年，我們調整人員及資源，開始向歐洲其他滲透率較低的地區進行銷售擴張，並在跨境社交電商業務下開發及推廣自有品牌。由於該等滲透率較低的地區的開發尚處於早期階段，我們尚未得益於有關調整產生可觀的收入。此外，我們加大力度吸引自有品牌的目的是為未來的收入增長奠定更堅實的基礎，儘管導致本期間收入出現暫時下降。此外，若干主要市場的匯率波動對我們的收入產生不利影響。請參閱「財務資料－過往經營業績回顧－截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較－收入」。

我們的總毛利由2022年的人民幣2,178.9百萬元增加人民幣925.5百萬元或42.5%至2023年的人民幣3,104.3百萬元。我們的整體毛利率由2022年的40.5%增加至2023年的46.4%，主要是由於跨境社交電商業務收入貢獻增加，較我們紙製包裝業務具有更高毛利率。我們的總毛利由2023年的人民幣3,104.3百萬元減少人民幣685.0百萬元或22.1%至2024年的人民幣2,419.3百萬元。我們的整體毛利率由2023年的46.4%減少至2024年的43.8%，主要是由於相較我們的紙製包裝業務具有較高毛利率的跨境社交電商業務收入貢獻減少所致。請參閱「財務資料－過往經營業績回顧－截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較－毛利及毛利率」。

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列我們截至所示日期的綜合資產負債表選定資料：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總值	1,135,997	1,330,874	1,529,001
流動資產總值	2,106,389	2,255,702	1,974,093
總資產	3,242,386	3,586,576	3,503,094
流動負債總額	995,361	1,017,004	1,084,387
非流動負債總額	109,860	256,718	210,192
負債總額	1,105,221	1,273,722	1,294,579
本公司擁有人應佔權益	2,095,216	2,280,398	2,202,024
非控股權益	41,949	32,456	6,491
總權益	2,137,165	2,312,854	2,208,515
權益及負債總額	3,242,386	3,586,576	3,503,094
流動資產淨值	1,111,028	1,238,698	889,706

截至2023年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣1,238.7百萬元，而截至2022年12月31日則為人民幣1,111.0百萬元，主要由於計息銀行借款減少以及現金及現金等價物及貿易應收款項及應收票據增加，部分被貿易應付款項及應付票據以及其他應付款項及應計費用增加所抵銷所致。

截至2024年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣889.7百萬元，而截至2023年12月31日的流動資產淨值為人民幣1,238.7百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據增加；(ii)現金及現金等價物減少，及(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少，部分被貿易應收款項及應收票據增加所抵銷。

概 要

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的資產淨值分別約為人民幣2,137.2百萬元、人民幣2,312.9百萬元及人民幣2,208.5百萬元。我們的資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣2,137.2百萬元增加人民幣175.7百萬元或8.2%至截至2023年12月31日的人民幣2,312.9百萬元，乃主要由於年內溢利人民幣332.1百萬元及以權益結算以股份為基礎的付款開支人民幣26.4百萬元，部分被宣派的股息人民幣177.2百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣2,312.9百萬元減少人民幣104.3百萬元或4.5%至截至2024年12月31日的人民幣2,208.5百萬元，主要是由於(i)貿易應付款項及應付票據增加；(ii)現金及現金等價物減少，(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少，部分被貿易應收款項及應收票據增加所抵銷。

綜合現金流量表概要

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們主要透過經營活動產生的現金及銀行借款為我們的現金需求撥付資金。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣852.1百萬元、人民幣1,062.1百萬元及人民幣711.1百萬元。下表為我們於所示期間的綜合現金流量表中的現金流量數據摘要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動產生的現金流量淨額	390,955	725,599	386,678
投資活動(所用)現金流量淨額	(183,604)	(282,387)	(337,097)
融資活動(所用)現金流量淨額	(31,968)	(237,329)	(394,574)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	175,383	205,883	(344,993)
年初現金及現金等價物	666,852	852,071	1,062,110
匯率差額的影響，淨額	9,836	4,156	(6,055)
年末現金及現金等價物	<u>852,071</u>	<u>1,062,110</u>	<u>711,062</u>

概 要

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
盈利能力比率：			
毛利率 ⁽¹⁾	40.5%	46.4%	43.8%
淨利潤率 ⁽²⁾	3.2%	5.0%	3.3%
經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量) ⁽³⁾	3.2%	5.4%	3.6%
股本回報率 ⁽⁴⁾	8.5%	14.9%	8.2%
總資產回報率 ⁽⁵⁾	5.5%	9.7%	5.2%
	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
流動資金比率：			
流動比率 ⁽⁶⁾	2.1	2.2	1.8
速動比率 ⁽⁷⁾	1.6	1.8	1.4
存貨週轉天數 ⁽⁸⁾	52.5	49.1	54.9
– 跨境社交電商業務的存貨週轉天數 ⁽⁹⁾	33.4	31.2	36.9
– 紙製包裝業務的存貨週轉天數 ⁽¹⁰⁾	58.7	57.4	54.5
資本充足率：			
債務與股權比率 ⁽¹¹⁾	14.6%	11.2%	11.2%

附註：

- (1) 毛利率按毛利除以收入再乘以100%計算。
- (2) 淨利潤率按年內溢利除以收入再乘以100%計算。
- (3) 經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)使用年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)除以收入再乘以100%計算。有關年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)的詳情，務請參閱「非國際財務報告準則計量」。
- (4) 股本回報率使用年內溢利佔年初及年末權益總額結餘平均數的百分比再乘以100%計算。
- (5) 總資產回報率指年內溢利佔年初及年末總資產結餘平均數的百分比再乘以100%。
- (6) 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。

概 要

- (7) 速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。
- (8) 存貨週轉天數乃按於有關年度的年初及年末的總存貨結餘的平均數除以同年相應的總銷售成本，再乘以365天計算。
- (9) 我們採用於有關年度的年初及年末的跨境社交電商業務的存貨結餘的平均數除以於同年我們的跨境社交電商業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們跨境社交電商業務的存貨週轉天數。
- (10) 我們採用於有關年度的年初及年末的紙製包裝業務的存貨結餘的平均數除以於同期我們的紙製包裝業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們紙製包裝業務的存貨週轉天數。
- (11) 債務與股權比率採用債務總額(即計息銀行借款賬面結餘)除以股權總額再乘以100%計算。

詳情請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

[編纂]統計數據⁽¹⁾

下表數據乃基於以下假設：(i)[編纂]已完成及於[編纂]中[編纂]及[編纂]；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後，已發行及發行在外[編纂]。

	基於[編纂]	基於[編纂]
於[編纂]完成後的[編纂] ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]
於[編纂]完成後的股份[編纂] ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]
每股股份未經審核[編纂]經調整有形資產淨值 ⁽⁴⁾	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 本表內所有統計數據乃基於假設[編纂]未獲行使而列示。
- (2) [編纂]乃基於[編纂]完成後預計發行及發行在外[編纂]計算，假設相關[編纂]的[編纂]為表中所示的[編纂]。
- (3) [編纂]乃基於[編纂]完成後預計發行及發行在外[編纂]計算，假設[編纂]已於2024年12月31日完成及[編纂]的價格為表中所示的[編纂]。

概 要

- (4) 母公司擁有人應佔每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃透過將未經審核[編纂]經調整有形資產淨值除以[編纂](即假設[編纂]已於2024年12月31日完成及不計及後續事件影響的情況下的已發行股份數目)而得出。後續事件的影響：(i)本公司於2025年1月1日至2025年4月8日以代價人民幣9.6百萬元購回744,200股A股及(ii)董事會於2025年4月1日批准2024年度的建議利潤分配，共分派現金股息人民幣59,757,000元。若計及後續事件的影響，按[編纂]每股[編纂]及[編纂]計算，截至2024年12月31日的[編纂]未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值將分別為[編纂]及[編纂]。

我們的單一最大股東團體

根據收購守則，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅被視為一致行動人士。於2024年2月5日，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅簽立一致行動人士協議，據此，彼等構成單一最大股東團體，有權分別控制於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)及緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)合共約32.1%[#]及約[編纂][#]的股份。

根據一致行動人士協議，單一最大股東團體的所有成員同意彼等將就本集團各成員公司採取一致行動。根據一致行動人士協議，經確認，莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅各自歷來均按照莊浩女士的指示行事。此外，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、西藏永悅及陸它山先生承諾透過彼等控制的公司直接或間接一致行動。彼等亦同意(其中包括)(i)在本集團各成員公司的所有股東大會上一致投票，(ii)提呈該等會議前彼此討論及達成共識，且就本集團的業務營運、管治及其他關鍵事宜(須由本集團各成員公司股東決定)一致行動。倘無法達成一致意見，則將以莊浩女士的意見為準及單一最大股東團體須相應於有關大會上反映莊女士的意見入其決定中。此外，誠如我們的中國法律顧問所告知，根據中國法律及法規及一致行動人士協議，單一最大股東團體的成員為一致行動人士，以及一致行動人士協議屬有效並符合中國法律及法規。

於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、西藏永悅(莊振海先生持有71.4%的權益)及陸它山先生分別持有我們股份的18.1%、9.0%、1.7%、1.6%、1.4%及0.2%[#]。

[#] 包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸它山先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六 – 法定及一般資料 – E. 2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的規限)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所規限。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱「歷史及公司架構 – 一致行動股東」一節。

概 要

有關單一最大股東團體一致行動安排的進一步詳情，務請參閱「與我們單一最大股東團體的關係」。

股息

於往績記錄期間，我們(i)於2023年1月宣派2022年首三個季度中期股息人民幣99.5百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.63元(含稅)；(ii)於2023年9月宣派2023年半年中期股息人民幣75.7百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.00元(含稅)；(iii)於2024年3月宣派2023年年度股息人民幣136.8百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣3.60元(含稅)；及(iv)於2024年11月宣派2024年首三個季度中期股息人民幣68.2百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣1.80元(含稅)。所有該等股息已悉數結算。此外，我們於2025年4月宣派2024年年度股息總額人民幣59.8百萬元，即每10股本公司A股股息人民幣1.58元(含稅)(以董事會截至批准股息宣派日期之A股數量為基準，不包括已購回及作為庫存股持有之A股)。

截至最後可行日期，我們並無制定任何固定股息派付政策。根據我們的組織章程細則規定，我們通常每年派付現金股息，而董事會經考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及其當時可能認為相關的其他因素後，亦可以股份或現金及股份的組合方式宣派股息。任何股息的宣派及派付均受組織章程文件及適用法律所規限。根據組織章程細則，本公司應優先派發現金股息，原則上每年宣派一次現金股息(以宣派中期股息為準)，金額至少為當年產生的可供分派溢利的20%，前提是(i)本公司本年度或半年期間產生的可供分派溢利及累計可供分派溢利為正數，(ii)本公司有充足現金且派付股息不會影響營運的可持續性，(iii)本公司的核數師已就該年度的財務報表出具無保留意見，及(iv)本公司並無任何重大投資計劃或重大現金開支。我們的股東必須在股東大會上批准宣派任何股息，股息不得超過董事會建議的金額。此外，董事可根據我們的溢利及整體財務要求，不時派發董事會認為合理的中期股息。除可依法分派的溢利及儲備外，不得宣派或派付股息。我們未來宣派的股息未必反映我們過往宣派的股息，並將由董事會全權酌情決定。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，有關風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定[編纂]前務請細閱該章節全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們與跨境社交電商業務的第三方業務合作夥伴的關係中斷及安排條款的不利變動可能會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。
- 我們可能無法及時識別及應對消費趨勢及消費者喜好以及市場需求的變化。
- 我們的供應商出現任何材料短缺或供應延遲或其產品質量不穩定，於採購消費者所需產品方面遭遇任何困難，於維持我們與供應商的現有關係或及時找到替代供應商方面遭遇任何困難，均可能會對我們的業務造成重大不利影響。
- 我們經營競爭激烈的中國B2C出口社交媒體電商市場及於中國內地紙製快消品銷售包裝行業開展業務。倘我們不能有效及成功地參與競爭，我們的客戶群、市場份額及盈利能力可能會受到重大不利影響。
- 我們可能無法透過擴大銷售及分銷渠道成功提升市場滲透率。
- 倘我們未能就包裝產品維持現有的生產利用率水平，或生產設備的任何意外中斷均可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。
- 我們可能未能維持有效的業務質量控制系統，而質量控制系統的任何失效或退化會對我們的經營及財務狀況產生重大不利影響。
- 我們的跨境社交電商業務營運可能會受與第三方提供的物流服務相關的風險影響。

COVID-19疫情的歷史影響

自2019年12月底以來，新型冠狀病毒(COVID-19)疫情已對全球經濟產生影響。儘管我們因COVID-19的影響而遇到各種挑戰，但於往績記錄期間，我們的營運及財務表現均未受到重大不利影響。有關進一步詳情，請參閱「財務資料 – COVID-19疫情的歷史影響」。

概 要

監管發展

關於數據隱私及保護的監管變動

近年來，隱私及數據保護日益成為世界各國政府部門的監管重點。過去數年，中國政府已出台一系列法律法規及政府政策以保護個人數據、網絡安全及數據安全。2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）採納經更新的《網絡安全審查辦法》，於2022年2月15日起生效。《網絡安全審查辦法》規定了強制性要求，對持有百萬級以上用戶個人資料的公司申請國外[編纂]進行網絡安全審查。然而，我們的中國數據法律顧問認為我們無須根據《網絡安全審查辦法》第七條的規定申請網絡安全審查，原因為根據我們的中國數據法律顧問與網信辦委託受理網絡安全審查諮詢及申請的部門中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心進行口頭諮詢，在香港特別行政區[編纂]不視為《網絡安全審查辦法》所界定的國外[編纂]。

此外，於2024年9月24日，國務院公佈《網絡數據安全管理條例》（「《網絡數據安全管理條例》」），於2025年1月1日起生效。《網絡數據安全管理條例》提供的實施規則涵蓋多個方面，包括個人信息、數據安全及網絡安全。該等詳細規定建立在《網絡安全法》、《數據安全法》及《個人信息保護法》等現有法律的基礎上。要求網絡數據處理者在日常運作中遵守該等規定以確保網絡數據的安全性。據我們的中國數據法律顧問所告知，我們在所有重大方面遵守《網絡數據安全管理條例》的要求（如適用），依據是：(1)我們已建立有效的網絡安全及數據保護內部系統；(2)本集團中國成員公司於營運期間自中國個人收集及生成的所有個人信息及其他類別網絡數據目前均儲存於中國境內，且我們並無獲任何政府機關告知我們處理的數據構成重要數據或核心數據；及(3)截至最後可行日期，我們並無受到中國當局發出的任何有關網絡安全或個人信息保護的行政處罰。請參閱「業務 — 數據合規及數據安全 — 數據合規」。

概 要

近期發展及無重大不利變動

股份回購計劃進展

於2024年11月6日，我們在深交所發佈公告，宣佈經考慮我們的未來前景、財務狀況及股東利益後，董事會議決自二級市場購回A股，預算總額為人民幣60百萬元至人民幣100百萬元。截至2025年4月8日，本公司已自二級市場購回合共744,200股A股，交易金額約為人民幣9.6百萬元(不包括相關交易費用)。

無重大不利變動

經進行董事認為適當的充分盡職審查工作及經適當及審慎考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年12月31日(即本文件附錄一所載會計師報告所呈報期間的結束日期)以來並未發生重大不利變動，且自2024年12月31日以來及直至本文件日期，並無任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響。

[編纂]證券交易所上市

我們的A股已自2016年7月12日起於深交所主板上市及買賣(股份代號：002803)。

[編纂]

概 要

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂](即本文件的指示性[編纂]每股[編纂]至[編纂]的中位數)，我們估計我們將自[編纂]收取的[編纂]約為[編纂](經扣除我們於[編纂]應付的[編纂])。我們擬將[編纂]按下列金額用於以下用途，惟可根據我們不斷變化的業務需要及不斷改變的市場狀況而作出變更：

- 約[編纂]%，或[編纂]將用於海外市場拓展；
- 約[編纂]%，或[編纂]將用於我們在以下各項的技術開發：(1)我們的研發能力；(2)數據分析能力，提升我們的業務效率；及(3)吉喵雲，拓寬我們的收入來源；
- 約[編纂]%，或[編纂]將用於擴大我們的品牌組合及發展我們現有的自主開發品牌；
- 約[編纂]%，或[編纂]，將用於我們的營運資金及其他一般企業用途。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙應具有以下涵義。若干技術詞彙的詮釋載於本文件「技術詞彙表」一節。

「A股股東」	指	A股持有人
「A股」	指	本公司發行的每股面值人民幣1.00元的普通股，已於深交所上市並以人民幣進行買賣
「會計師報告」	指	申報會計師出具之日期為[•]的報告，其全文載於本文件附錄一
「聯屬人士」	指	就任何特定人士而言，直接或間接控制該特定人士或受該特定人士控制或與該特定人士受直接或間接共同控制的任何其他人士
「會財局」或「會計及財務匯報局」	指	香港會計及財務匯報局
「阿里雲」	指	阿里雲計算有限公司，由阿里巴巴集團控股有限公司控制的雲計算服務提供商，其股份於聯交所(股份代號：9988)及紐約證券交易所(股份代號：BABA)上市
「安徽吉宏」	指	安徽吉宏環保紙品有限公司，一家於2009年8月7日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「細則」或「組織章程細則」	指	本公司將於[編纂]生效的經修訂組織章程細則，其概要載於本文件「附錄五 – 本公司組織章程細則概要」
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予該詞之涵義
「董事會」	指	本公司董事會
「監事會」	指	本公司監事會
「營業日」	指	香港特別行政區銀行一般開門正常經營銀行業務的任何日子(星期六、星期日或香港特別行政區公眾假期除外)

釋 義

「年複合增速」	指	年複合增速
		[編纂]
「中國」或「中國內地」或「中國境內」	指	中華人民共和國，僅就本文件而言，除文義另有所指外，不包括香港特別行政區、澳門特別行政區及中國台灣
「灼識諮詢」	指	灼識企業管理諮詢有限公司，行業顧問，為獨立第三方
「灼識諮詢報告」	指	灼識諮詢就本次[編纂]編製及發佈的獨立報告
「公司條例」	指	公司條例(香港法例第622章)(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	公司(清盤及雜項條文)條例(香港法例第32章)(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「本公司」	指	廈門吉宏科技股份有限公司(前稱為廈門吉宏包裝科技股份有限公司及廈門市吉宏印刷有限公司)，一家於2003年12月24日在中國成立的有限公司，並於2010年12月3日改制為股份有限公司
「公司法」	指	中華人民共和國公司法(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「一致行動人士協議」	指	單一最大股東團體於2024年2月5日訂立的一致行動人士協議
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予該詞之涵義
「關連交易」	指	具有上市規則所賦予該詞之涵義
「中國結算」	指	中國證券登記結算有限責任公司
「中國結算香港」	指	中國證券登記結算(香港)有限公司

釋 義

「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅
「企業所得稅法」	指	中華人民共和國企業所得稅法
「ESG」	指	環境、社會及管治
「歐盟」	指	歐盟
「極端情況」	指	香港特別行政區政府宣佈的任何由超級颱風造成的極端情況
「外商投資法」	指	國務院於2020年1月頒佈之中華人民共和國外商投資法

[編纂]

「簽收訂單」	指	於指定年度已由消費者簽收且未有退回的訂單

[編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司，或如文義所指，就本公司成為其現有附屬公司的控股公司前的期間而言，指有關附屬公司(猶如彼等於相關時間為本公司的附屬公司)

[編纂]

釋 義

[編纂]

「呼和浩特吉宏」	指	呼和浩特市吉宏印刷包裝有限公司，一家於2009年9月1日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「香港特別行政區」	指	中華人民共和國香港特別行政區
「香港公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》(經不時修訂、補充或另行修改)
「港元」	指	香港特別行政區的法定貨幣港元
「香港麥吉客」	指	香港麥吉客數字科技有限公司

釋 義

[編纂]

「香港時澤」	指	香港時澤數字科技有限公司，一家於2021年10月8日在香港註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「黃岡吉宏」	指	黃岡市吉宏包裝有限公司，一家於2019年4月1日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「華為雲」	指	西安元耀信息技術有限公司，一家雲計算服務提供商
「國際財務報告準則」	指	國際會計準則理事會不時發佈的國際財務報告準則會計準則
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士(具有上市規則所賦予該詞之涵義)的任何實體或人士

釋 義

[編纂]

「存銷比」	指	按年初及年末的跨境社交電商業務存貨平均結餘除以該年度內跨境社交電商業務收入計算。
「江西吉宏」	指	江西吉宏供應鏈管理有限公司，一家於2019年9月9日在中國註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「濟南吉聯」	指	濟南吉聯包裝有限公司，一家於2008年7月24日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「金潤悅」	指	霍爾果斯金潤悅網絡科技合夥企業(有限合夥)(前稱為廈門金潤悅投資有限公司)，一家於2010年6月28日在中國成立之有限合夥企業

釋 義

[編纂]

「聯席保薦人」	指	中國國際金融香港證券有限公司及招銀國際融資有限公司(按英文字母順序排列)
「金印客電子商務」	指	香港金印客電子商務有限公司，一家於2017年9月27日在香港特別行政區註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「廊坊吉宏」	指	廊坊市吉宏包裝有限公司，一家於2013年1月8日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「最後可行日期」	指	2025年4月6日，即在刊發本文件前確定當中所載若干資料的最後可行日期

[編纂]

「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、補充或以其他方式修改)
「灤州吉宏」	指	灤州吉宏包裝有限公司，一家於2014年1月22日在中國註冊成立的有限公司，為本公司的附屬公司
「吉客印電子商務」	指	香港吉客印電子商務有限公司，一家於2017年9月1日在香港特別行政區註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「澳門特別行政區」	指	中華人民共和國澳門特別行政區
「主板」	指	由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並與聯交所GEM並行運作

釋 義

[編纂]

「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會
「寧夏吉宏」	指	寧夏吉宏環保包裝科技有限公司，一家於2018年12月28日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「東北亞」	指	僅就本文件而言，包括日本、韓國、香港特別行政區及中國台灣的地理區域

[編纂]

「簽收率」	指	簽收訂單與新訂單的比率，乃使用指定年度內簽收訂單的數量除以新訂單的數量計算得出。為免生疑問，簽收訂單不包括下單後取消或退回的訂單

釋 義

「跨境社交電商業務」指 業務涵蓋(1)利用社交媒體平台進行產品推廣及流量獲取，以吸引海外消費者在落地頁購買產品，戰略重點為東北亞、東南亞及中東等亞洲地區。進一步詳情，請參閱「業務 – 我們的跨境社交電商業務 – 我們的業務輻射範圍」；及(2)其次在第三方電商平台及我們指定品牌網站向消費者銷售我們自有品牌產品，且截至最後可行日期，透過吉喙雲免費提供SaaS服務

[編纂]

「海外法律顧問」指 SyCip Salazar Hernandez & Gatmaitan、Weerawong，Chinnavat & Partners Ltd.、理律法律事務所、Shin & Kim LLC、安德森•毛利•友常律師事務所、Al Tamimi & Company、Christopher & Lee Ong、Dentons Rodyk & Davidson LLP及羅拔臣律師事務所的統稱，本公司在本集團以跨境社交電商業務下進行大量海外銷售的司法權區的法律顧問

「中國人民銀行」指 中國中央銀行中國人民銀行

「中國公認會計原則」指 中國普遍採納的會計原則

「中國數據法律顧問」指 北京市君合律師事務所，本公司有關中國數據合規事宜的法律顧問

「中國法律顧問」指 康達律師事務所，我們有關中國法律的法律顧問

釋 義

「中國證券法」 指 《中華人民共和國證券法》(經不時修訂、補充或另行修改)

[編纂]

「QSR」 指 快餐廳，一種特定類型的餐廳，供應速食菜餚以及提供極少的餐桌服務

「S規例」 指 美國《證券法》S規例

「申報會計師」 指 安永會計師事務所

「人民幣」 指 中國的法定貨幣人民幣

「ROI」 指 用於評估我們廣告工作有效性的指標。我們透過將年度跨境社交電商業務的收入除以有關年度的廣告費用計算ROI

「研發」 指 研究及開發

「國家外匯管理局」 指 中華人民共和國國家外匯管理局

釋 義

「國家市場監督管理總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「全國人大常委會」	指	全國人民代表大會常務委員會
「美國證券交易委員會」	指	美國證券交易委員會
「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)
「陝西吉宏」	指	陝西吉宏包裝有限公司，一家於2021年10月8日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包括我們的A股及[編纂]
「股東」	指	股份持有人
「單一最大股東團體」	指	莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅，有關詳情載於本文件「與我們單一最大股東團體的關係」一節
「中小企業」	指	中小型企業
「東南亞」	指	僅就本文件而言，包括泰國、馬來西亞、菲律賓及新加坡等地區

[編纂]

「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

釋 義

「附屬公司」	指	具有公司條例第15條賦予該詞的涵義
「主要股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「監事」	指	本公司的監事
「深交所」	指	深圳證券交易所
「收購守則」	指	證監會頒佈的《公司收購及合併守則》(經不時修訂、補充或以其他方式更改)
「稅務顧問」	指	安永(中國)企業諮詢有限公司，我們的海外稅務合規顧問
「西藏永悅」	指	西藏永悅詩超企業管理有限公司(前稱為廈門市永悅投資諮詢有限公司)，一間於2010年6月30日在中國註冊成立的有限公司
「往績記錄期間」	指	包括截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度的期間
「試行辦法」	指	中國證監會於2023年2月17日頒佈的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(經不時修訂、補充或另行修改)
「美元」	指	美國的法定貨幣美元
「美籍人士」	指	S規例所界定的美籍人士
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)及據此頒佈的規則及法規

[編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國，其國土、屬地及受其司法管轄的所有地區

釋 義

「增值稅」	指	增值稅
「孝感市吉聯食品包裝」	指	孝感市吉聯食品包裝有限公司，一家於2019年8月9日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有

[編纂]

「廈門吉宏包裝」	指	廈門吉宏包裝工業有限公司，一家於2020年3月25日在中國註冊成立的有限公司，由本公司全資擁有
「西安吉客印」	指	吉客印(西安)數字科技有限公司(前稱為西安吉客印電子商務有限公司)，一家於2017年8月3日在中國註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「永悅投資」	指	廈門市永悅投資諮詢有限公司，西藏永悅的前身
「鄭州吉客印」	指	吉客印(鄭州)數字科技有限公司(前稱為鄭州吉客印電子商務有限公司)，一家於2017年8月23日在中國註冊成立的有限公司，由本公司間接全資擁有
「易賽諾信息技術」	指	鄭州易賽諾信息技術有限公司
「1688.com」	指	由阿里巴巴集團控股有限公司運營的綜合批發市場
「2021年限制性股份激勵計劃」	指	本公司於2021年6月11日採納的限制性股份激勵計劃，旨在激勵本集團的合資格管理層及僱員，該計劃隨後於2022年4月取消

釋 義

「2022年員工持股計劃」	指	本公司於2022年10月25日採納的一項員工持股計劃，以促進本公司長遠發展、留住人才及激勵員工，有關詳情請參閱本文件「附錄六 – 法定及一般資料」一節
「2023年限制性股份激勵計劃」	指	本公司於2023年8月30日採納的限制性股份激勵計劃，旨在激勵本集團的合資格管理層及僱員，其主要條款載於本文件「附錄六 – 法定及一般資料」
「%」	指	百分比

除另有規定或文義另有所指外：

1. 本文件所載陳述均假設並無行使[編纂]；
2. 所有時間均指香港時間；及
3. 本文件對年、月及日的提述分別指曆年、曆月及曆日。

於本文件內，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」及「主要股東」等詞彙具有上市規則所賦予的涵義。

本文件所載若干金額及百分比數字已經約至整數。因此，若干圖表總計一欄所示的數字未必為上列數字算術上的總和。任何表格或圖表中所示總數與所列金額總和之間的任何差異均是由於約整所致。

於本文件，「*」符號表示某些自然人、法人、企業、政府機關、機構、實體、組織、部門、設施、法律及法規等的名稱已翻譯為中文或英文(視情況而定)，或翻譯為本文件中包含的其他語言，僅供識別之用。如有任何不一致之處，應以中文名稱或其原始語言名稱為準。

於本文件，跨境社交電商業務銷售的國家／地區數量僅計及我們於特定年度錄得來自相關國家／地區超過300份有效訂單的代表性市場。

技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用有關本公司及其業務的若干詞彙的釋義。部分釋義可能與該等詞彙的業內標準定義或使用並不一致。

「AI」	指	人工智能
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「API」	指	應用程序界面，一種使不同應用程序能夠相互交互的方式
「應用程序」	指	旨在於移動設備上運行的應用軟件
「AWS」	指	亞馬遜網絡服務
「B2C」	指	企業對客戶
「大數據分析」	指	對大量多樣化的信息集採用先進的分析技術，以發現隱藏模式、相關性及有助於組織作出更明智決策的其他有用信息，在數據收集及分析方面遠超傳統數據庫軟件工具的能力
「BRCGS」	指	品牌聲譽合規全球標準
「ChatGiiKin-6B」	指	本公司一種自主開發的人工智能內容生成工具
「中國B2C出口跨境電商」	指	中國企業通過面向中國內地以外的國家及地區的線上銷售渠道創造收入的市場
「基於雲」	指	通過互聯網向用戶提供的應用程序、服務或資源，由雲計算供應商的服務器按需提供，可訪問共享的可配置資源池
「CPA」	指	每次行為成本
「CPC」	指	每次點擊成本
「CPM」	指	千次展示成本

技術詞彙表

「深度學習」	指	AI和機器學習的一個子集，其模仿人腦等生物神經系統的工作原理，並使用多層神經網絡直接從原始數據中學習，實現對象檢測和識別、語音識別和自然語言處理等任務的準確性並可於獲得若干數據時提高其預測準確性
「數智化」	指	運用數字技術改變商業模式並提供新的創收和增值機會
「電商」	指	電子商務，指使用互聯網購買及銷售商品或服務，並轉移資金及數據以執行該等交易
「ERP」	指	企業資源規劃，一款使機構能夠利用綜合應用程序系統管理業務，並將技術、服務及人力資源相關的後台職能數字化的業務流程管理軟件
「ETL」	指	提取、轉換、加載，即指處理數據的流程
「ETRS」	指	道德貿易和責任採購
「快消品」	指	快速消費品
「FSC」	指	森林管理委員會
「G-king」	指	本公司一款自主開發的人工智能廣告投放助手
「GiiAI」	指	本公司一款自主開發的人工智能內容生成工具
「Giikin」	指	本公司一款自主開發的人工智能綜合系統
「吉喵雲」	指	本公司一款自主開發的SaaS平台
「GMP」	指	良好生產規範，世界衛生組織發佈的一項生產標準
「線上流量」	指	線上傳輸及接收的數據包流量，涵蓋社交媒體流量、自然流量及平台流量

技術詞彙表

「KOL」	指	關鍵意見領袖
「落地頁」	指	潛在客戶點擊廣告或搜索引擎結果鏈接時彈出的唯一用途交易網頁
「機器學習」	指	使用算法及統計模型以在無明確編程的情況下有效執行指定任務
「REACH」	指	歐盟頒佈的化學品註冊、評估、許可及限制
「RoHS」	指	歐盟頒佈的危險物質限制指令
「SaaS」	指	軟件即服務，一種軟件許可及交付模式，在該模式中訂購後方可獲許使用軟件，而軟件受集中式託管
「SKU」	指	存貨單位，於指定年度按已訂購產品的款式、尺寸及顏色劃分的各款單品的唯一標識
「平方米」	指	平方米
「超級買家」	指	1688.com授予的用戶身份
「Transformer」	指	一種基於多頭注意力機制的深度學習架構

前瞻性陳述

本文件的若干陳述為前瞻性陳述及資料，而基於其性質，該等陳述會受重大風險及不確定因素的影響。任何表達或涉及討論預期、信念、計劃、目標、假設或未來事件或表現的陳述(通常但並非總是通過使用「將」、「預期」、「預計」、「估計」、「相信」、「日後」、「應當」、「可能」、「尋求」、「應」、「擬」、「計劃」、「預測」、「或會」、「願景」、「目標」、「宗旨」、「目的」、「時間表」、「預測」、「旨在」、「有意」、「認為」、「將會」、「繼續」及「展望」等詞彙)均並非歷史事實，而是具有前瞻性的，且可能涉及估計及假設，並受風險(包括本文件所詳述的風險因素)、不確定因素及其他因素影響，而其中若干因素超出我們的控制範圍且難以預測。因此，該等因素或會導致實際業績或結果與前瞻性陳述所表達的大相徑庭。

我們的前瞻性陳述乃基於有關未來事件的假設及因素，該等假設和因素可能被證實為不準確的。該等假設及因素乃基於我們目前可得的有關我們經營業務的資料。可能會影響實際業績的風險、不確定因素及其他因素(其中大部分超出我們的控制範圍)包括但不限於：

- 我們目前經營或計劃經營所在行業及市場的未來發展、趨勢及條件(包括經濟、政治及營商條件)；
- 有關我們業務各方面的中國及其他相關司法權區中央及地方政府部門法律、規則及法規及有關政府部門規則、法規及政策的任何變更；
- 我們的規劃項目與目標；
- 我們控制或降低成本的能力；
- 我們的風控能力；
- 我們與業務合作夥伴維持良好關係的能力；
- 我們的業務前景和擴展計劃；
- 我們成功實施業務計劃及策略的能力；
- 我們的財務狀況及表現、負債水平及資金需求；
- 我們的股息政策；
- 我們的資本開支計劃；
- 我們可爭取的各類商機；
- 我們競爭對手的行動及發展；
- 我們的業務策略、目標及計劃以及我們實現該等策略的能力；

前瞻性陳述

- 資本市場發展;
- 利率、匯率、股價或其他費率或價格的變動或波動，包括與中國內地及我們運營所在行業及市場有關的變動或波動；及
- 本文件「風險因素」一節所述的所有其他風險及不確定因素。

由於實際業績或結果可能與任何前瞻性陳述所表示者大相徑庭，我們強烈建議投資者不應過分依賴任何該等前瞻性陳述。任何前瞻性陳述僅截至作出該陳述之日為止，而除上市規則所規定者外，我們並無責任更新任何前瞻性陳述以反映作出該陳述之日後的事件或情況或反映意外事件的發生。有關我們或任何董事的意向的陳述或提述乃於截至本文件日期作出。任何該等意向可能因未來發展而出現變動。

本警示性聲明適用於本文件內的所有前瞻性陳述。

風險因素

[編纂]於我們的[編纂]前，閣下應審慎考慮本文件的所有資料，包括下文所述的風險及不確定因素。我們的業務、財務狀況、經營業績或前景可能受到任何該等風險的重大不利影響，因此我們[編纂]的[編纂]或會下跌。閣下可能會損失所有或部分投資。

該等因素為可能會或可能不會發生的或然事件，且我們無法就任何有關或然事件發生的可能性發表任何意見。除非另有指明，否則已提供的資料均為截至最後可行日期的資料，不會於本文件日期後更新，並受限於本文件「前瞻性陳述」的警示聲明。

我們相信我們的營運涉及若干風險及不明朗因素，當中部分風險非我們所能控制。我們將該等風險及不明朗因素分類為：(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與我們主要業務所在地的業務及行業有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。或會存在目前我們尚不知悉或下文並未明示或暗示或我們目前視為並不重大的額外風險及不明朗因素，該等風險及不明朗因素亦可能會損害我們的業務、財務狀況及經營業績。閣下在考慮我們的業務及前景時，應一併考慮我們面臨的挑戰，包括本節內所討論者。

與我們的業務及行業有關的風險

我們與跨境社交電商業務的第三方業務合作夥伴的關係中斷及安排條款的不利變動可能會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。

我們的跨境社交電商業務營運取決於我們與不同第三方業務合作夥伴的安排，包括數字營銷服務提供商及社交媒體平台(如Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter))。社交媒體平台在不事先通知情況下不時更新其政策屬常見。其政策的變動(如提高廣告投放的價格)或會導致我們的成本及開支增加。此外，社交媒體平台亦有權詮釋如何執行其政策。我們無法向閣下保證社交媒體平台不會採用可能對我們造成重大影響的新政策、更改現有政策或改變對現有政策的詮釋。例如，我們無法向閣下保證，彼等日後不會行使酌情權無意或有意刪除我們的廣告或我們落地頁的鏈接，甚至暫停或終止我們的廣告投放，從而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未遭遇任何社交媒體平台暫停或終止廣告投放的情況。此外，無法保證社交媒體平台始終能夠以具競爭力的定價條款為我們提供足夠的廣告空間。倘我們與現有社交媒體平台及／或數字營銷服務提供商的關係造成任何損失或出現惡化，或倘我們未能與新社交媒體平台及數字營銷服務提供商發展關係以擴大我們的合作範圍，我們可能無法以及時且具有成本效益的方式從其他社交媒體平台找到廣告投放的替代品，或根本無法找到替代品，這可能會對我們的跨境社交電商業務及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

作為我們跨境社交電商業務的一部分，我們通過數字營銷服務提供商在社交媒體平台上投放廣告，以宣傳我們的產品。於2022年、2023年及2024年，我們分別錄得廣告成本(即銷售及營銷開支)人民幣1,491.4百萬元、人民幣2,242.2百萬元及人民幣1,761.1百萬元，分別佔同期銷售及營銷開支總額的94.7%、95.7%及95.2%。此外，於往績記錄期間，我們的廣告開支集中於數量有限的社交媒體平台。我們預計，於可預見的未來，社交媒體平台仍將是我們營銷及推廣的主要方式。因此，我們的盈利能力、財務表現及財務狀況依賴於(其中包括)社交媒體平台及數字營銷服務提供商與我們之間持續穩固的業務關係。更多詳情請參閱「業務－跨境社交電商業務」。我們無法向閣下保證，我們將能夠與數字營銷服務提供商及社交媒體平台等業務合作夥伴保持穩固的業務關係，亦無法保證我們的現有安排不會發生不利變動。根據我們與數字營銷服務提供商的協議，任何一方均可提前發出書面通知終止協議。概不保證數字營銷服務提供商不會終止與我們的協議，亦不保證我們的現有安排不會發生任何不利變動，例如社交媒體平台大幅提高服務費，可能會轉嫁至廣告商(如我們)。倘數字營銷服務提供商修改協議條款，使其對我們不利，我們產品的盈利能力或會受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的產品通過於阿里巴巴營運的批發市場1688.com上註冊的供應商採購。1688.com業務中斷或會影響我們從大量產品供應商採購產品的能力，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們可能無法及時識別及應對消費趨勢及消費者喜好以及市場需求的變化。

我們的業務表現對消費趨勢及消費者喜好以及不時變化的市場需求極其敏感。

我們跨境社交電商業務的消費者分佈在不同的地理位置，彼等的需求以及網購品味及模式各不相同。我們跨境社交電商業務的成功與否很大程度上取決於我們對消費趨勢、消費者喜好以及市場需求的瞭解及預測能力，從而發掘符合目標消費者口味的產品，準確地向潛在消費者推薦產品，並滿足不斷變化的需求及喜好。消費趨勢及消費者喜好在不同國家及地區、不同消費者群體之間存在差異，因此會受到消費者品味、地區歷史及文化等因素影響。儘管我們在選品及廣告投放中應用AI算法，但我們可能無法發掘迎合消費者不斷變化的喜好的產品，亦無法向對此感興趣的消費者推薦相關產品。倘未能準確預測趨勢並及時對當下消費者的喜好作出反應，可能會對我們的銷售業績產生不利影響，造成存貨過時並導致我們的業務盈利能力下降，從而可能對我們的跨境社交電商業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

我們紙製包裝業務的業績取決於我們對大眾消費者喜好及市場需求變化的持續預測、適應或回應，並對現有產品設計及開發進行改良的能力。憑藉在中國內地紙製快消品銷售包裝市場的多年營運，我們已積累對普通消費者喜好及需求方面的知識並對其有深入了解。然而，由於普通消費者的喜好及需求不斷變化，概不能保證我們總能夠預測及適應該轉變，並設計、生產及提供滿足普通消費者需求的產品。倘我們不能預測、適應或及時回應紙製快消品銷售方案市場中普通消費者喜好及需求的變化，我們紙製包裝產品的需求或會減少，或倘企業客戶對我們的紙製包裝產品失去信心，企業客戶或會流失，從而可能會對我們的紙製包裝業務造成重大不利影響。

我們的供應商出現任何材料短缺或供應延遲或其產品質量不穩定，於採購消費者所需產品方面遭遇任何困難，於維持我們與供應商的現有關係或及時找到替代供應商方面遭遇任何困難，均可能會對我們的業務造成重大不利影響。

就我們的紙製包裝業務而言，我們依賴與原材料供應商的穩定關係，以維持我們的生產計劃及對客戶的承諾。於2022年、2023年及2024年，我們紙製包裝業務相關原材料成本分別佔我們同期紙製包裝業務總銷售成本的約77.9%、77.9%及76.1%。我們就跨境社交電商業務向中國內地的多家產品供應商採購產品，並就紙製包裝業務向原紙供應商採購原紙。於2022年、2023年及2024年，跨境社交電商業務相關銷售成本分別佔本集團於同期的銷售成本總額的約39.7%、43.8%及42.8%。我們供應商的營運容易受到因自然災害、傳染病或其他災難性事件(例如風暴、火災、洪水、地震、颱風、電力短缺及故障、缺水、硬件故障、COVID-19疫情爆發、恐怖襲擊、戰爭或其他未必能預見或不在其控制範圍的理由)導致的業務中斷的影響。倘我們未能及時根據嚴格的甄選標準以合資格供應商替換受影響的供應商，發生任何此類自然災害或災難性事件均可能導致我們供應商的原材料或產品供應出現嚴重短缺或延誤。

此外，我們可能無法直接有效地監控供應商的生產質量。倘我們的供應商未能按照我們的質量標準或產品規格供應產品，可能會導致相應產品的交付遭延遲，從而可能會損害我們的聲譽及營運。

此外，我們在採購消費者所需的產品時可能會遇到困難。倘我們無法及時自產品供應商採購消費者所需的產品或足夠數量的產品，我們的跨境社交電商業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。此外，當我們的產品需求顯著增加或倘我們需要更換供應商時，我們可能無法物色到足夠多的合適供應商或可能需要大量時間尋找新供應商。倘我們無法留住現有的主要供應商，或無法及時以我們可接納的條款與新供應商簽約，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們在競爭激烈的中國B2C出口社交媒體電商市場經營業務及於中國內地紙製快消品銷售包裝行業開展業務。倘我們不能有效及成功地參與競爭，我們的客戶群、市場份額及盈利能力可能會受到重大不利影響。

我們在中國B2C出口社交媒體電商市場經營業務。我們主要根據下列各項主要因素展開競爭：(i)數智化與AI應用能力；(ii)精準定位能力；(iii)選品能力；(iv)本地化能力；(v)多平台管理能力；(vi)供應鏈管理能力。請參閱「行業概覽－中國B2C出口社交媒體電商市場概覽」。我們無法保證我們將能夠應對該等挑戰並成功地與目前及未來的競爭對手展開競爭，而有關競爭壓力可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們亦面臨中國內地的紙製快消品銷售包裝市場的競爭。我們在此市場上進行競爭主要面臨下列若干項因素：(i)一站式服務能力；(ii)頂尖客戶覆蓋能力；(iii)工藝設計及技術策劃能力；(iv)政策環境適應能力及對ESG的重視；(v)技術能力。倘我們未能控制成本或預測並應對企業客戶不斷改變的需求，我們未必能成功競爭，繼而對包裝產品銷售及業務營運業績造成不利影響。

我們可能無法透過擴大銷售及分銷渠道成功提升市場滲透率。

我們的分銷渠道已成為推動我們跨境社交電商業務發展及取得強勁經營業績的關鍵因素。我們已制定廣泛的廣告投放策略(涵蓋不同的社交媒體平台)，以銷售及營銷我們的產品。於往績記錄期間，我們有逾611,000個SKU。請參閱「業務－我們的跨境社交電商業務」。於2022年、2023年及2024年，我們跨境社交電商業務產生的收入分別為人民幣3,106.6百萬元、人民幣4,256.6百萬元及人民幣3,365.9百萬元，分別佔同期收入總額的57.8%、63.6%及60.9%。

就我們的紙製包裝業務而言，我們設有一組銷售及營銷人員，專注於維護及發展與現有企業客戶的關係。我們的銷售及營銷人員將不時向企業客戶提供有關我們的服務、樣品設計、運輸路線、運輸時間表及費用報價的最新資料，供彼等根據需求進行選擇。

為了進一步提高我們的市場份額，我們計劃投入更多廣告開支以進一步提高市場滲透率。我們的銷售及分銷渠道的擴張短期內或對我們的管理、財務、營運及其他資源造成壓力並對我們的盈利能力產生影響。倘我們無法通過擴張銷售及分銷渠道不斷提升市場滲透率及覆蓋率，我們的銷量、增長潛力及盈利能力可能會受到重大不利影響。

風險因素

倘我們未能就包裝產品維持現有的生產利用率水平，或生產設備的任何意外中斷均可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的包裝產品的生產利用率分別約為63.2%、55.7%及56.2%。有關生產利用率的詳情，請參閱本文件「業務 – 我們的紙製包裝業務 – 我們的生產設施」一節。生產廠房的利用率主要取決於對我們產品的需求。利用率亦可能受多項其他因素影響，例如僱員技能、不利的天氣狀況、自然災害及生產設備故障。我們無法保證生產廠房未來可維持相若水平的產量及利用率。倘我們的任何或所有生產廠房未能維持現有的利用率水平，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，生產設備的日常運作順暢穩定對我們的紙製包裝業務至關重要。我們的生產部為生產設備安排定期維修及保養。我們無法向閣下保證，生產設備不會於日常營運中突發故障或停頓，倘機械發生任何中斷或故障，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

我們的生產需要大量及持續的水電供應。倘我們在任何時候因停電及水電供應短缺而無足夠的水電供應維持正常生產，我們可能需要限制、延遲或停止生產，而任何該等供應中斷或會對我們的生產流程造成不利影響，防礙我們滿足企業客戶訂單及／或增加我們的生產成本，從而可能會對我們的業務及財務表現造成不利影響。

我們可能未能維持有效的業務質量控制系統，而質量控制系統的任何失效或退化會對我們的經營及財務狀況產生重大不利影響。

產品質量對我們業務的成功至關重要。我們產品的質量主要取決於質量控制系統的有效性。為確保產品根據企業客戶的要求製造，我們將根據其規格為各類產品設定具體的質量控制標準及規定。

我們的包裝及印刷生產設施已通過ISO9000質量管理體系、ISO14001環境體系及BRCGS ETRS社會責任證書等專業認證資格。有關我們質量控制系統的進一步詳情，請參閱本文件「業務 – 我們的紙製包裝業務 – 我們的業務流程 – 質量控制」一節。就我們的跨境電商業務而言，我們在產品到達我們的租賃倉庫後會進行質量檢查。

風險因素

倘我們的質量控制系統失效或質量控制系統項下的措施未獲遵循，可能會導致產出缺陷品或未達標產品，進而可能損害我們的聲譽，造成產品交付延遲，並需替換缺陷品或未達標產品，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。除對產品進行外部檢查外，我們無法直接有效監控供應商的生產質量。倘我們的供應商未能按照質量標準或產品規格提供產品，可能延遲交付合適的產品，從而可能損害我們的聲譽及營運。

我們的跨境社交電商業務營運可能會受與第三方提供的物流服務相關的風險影響。

我們與物流服務提供商合作，管理產品的運輸、配送及整體流程。對於跨境社交電商業務，我們通常安排第三方物流服務提供商將產品由國內倉庫運往海外消費者，第三方物流服務提供商亦負責清關及支付進出口稅項。當消費者已選擇貨到付款時，物流服務提供商負責向消費者收款。對於紙製包裝業務，我們透過第三方物流公司將成品運送至消費者指定的地點(或採購訂單規定的地點)。與一家或多家物流服務提供商發生糾紛或終止合約關係，可能導致產品延遲交付或成本增加。倘不能與物流服務提供商保持或發展良好關係，可能會影響我們及時提供足量產品或以消費者可接受的價格提供產品的能力。

此外，由於我們對物流服務提供商並無任何直接控制權，我們無法保證其服務質量。延遲交貨、產品損壞或其他問題可能會導致我們失去消費者，銷售額亦可能受損。我們與首選物流服務提供商之間一旦關係破裂、物流服務費上漲或其提供的服務存在缺陷，均可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大影響。

如果我們及／或社交媒體平台的數據分析能力失效，我們可能會受到負面影響。

作為社交電商業務的一部分，我們利用數據分析，結合我們專有的AI算法及模型，根據消費者需求及偏好選擇產品，並最大限度提高廣告投放效果。在遵守數據保護法律法規的前提下，我們通過分析數據，將產品與消費者需求相匹配，精準投放廣告，將消費者吸引至方便購買產品的落地頁。

風險因素

此外，隨著我們透過社交媒體平台投放廣告，我們社交媒體平台的數據分析能力亦可能影響我們「貨找人」模式的效果。於2021年4月，蘋果改變其政策，允許iPhone用戶選擇是否同意在不同的應用程序上被跟蹤，灼識諮詢表示，這對業內社交媒體平台精準營銷的轉化率影響有限。為應付有關政策變動，許多社交媒體平台，包括我們投放廣告的平台，轉向基於SKAdNetwork(「基於SKAN」)的廣告歸因技術，該技術提供無用戶水平數據情況下計量所投放廣告的有效性的綜合見解，讓廣告主能夠對其營銷策略作出明智的調整，而無需追蹤用戶活動，從而減輕蘋果政策變更的影響，且根據灼識諮詢的資料，該技術自蘋果的政策變更後廣泛地獲社交媒體平台採納。我們並未觀察到因蘋果2021年政策變更而導致我們跨境社交電商業務下的訂單數量或銷售額下滑的情況。我們在與社交媒體平台訂立的協議中就其表現納入一項關於遵守所有適用法律、法律義務以及合約及其他法律義務的條款，以最大限度地減少違反第三方政策的潛在風險，潛在風險會限制其接觸消費者，從而對我們的業務產生不利影響。此外，倘社交媒體平台必須修改其政策、應用程式及／或營運系統，則我們的數字營銷服務提供商同意協助我們尋求解決方案以適應社交媒體平台的變化。我們無法向閣下保證我們的業務不會受到與我們營運相關的各個第三方的政策變化的影響。請參閱「業務－我們的跨境社交電商業務－廣告投放－社交媒體平台」及「業務－我們的跨境社交電商業務－廣告投放－數字營銷服務提供商」。此外，我們無法向閣下保證上述政策變化日後不會發生，而這可能間接影響我們自身及我們所合作或投放廣告的社交媒體平台的算法及模型的有效性，進而影響我們廣告投放工作的效率。

此外，隨著數據量的增加，我們的算法及系統須進行愈加複雜的處理及分析任務。如果我們的算法及系統不能準確分析有關數據及信息，或出現重大錯誤或缺陷，我們可能無法有效將產品與消費者進行匹配，這可能會影響我們的銷售及盈利能力，導致我們的市場份額下降，並對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大影響。

風險因素

我們依賴我們的技術及IT系統以及互聯網基礎設施及電信網絡的正常運作。

我們的成功與吸引及留住消費者及企業客戶的能力取決於高效的營運、適當穩定的性能、便捷的訪問以及我們的技術、算法及平台的持續升級。我們亦倚賴自主開發的一體化運營管理系統Giikin，對業務進行營運。我們的系統可能容易受到電腦病毒、物理或電子入侵以及類似的干擾，這可能導致系統中斷、網站速度減慢或不可用、交易處理延遲或錯誤、數據遺失或無法接受及執行消費者的訂單。於往績記錄期間，我們並未遭受對我們的業務運營造成重大不利影響的有關攻擊。然而，概不保證我們將來不會遭受此類攻擊，且可能需要我們花費大量金錢及資源恢復運作。發生任何此類未來事件均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

隨著我們業務的擴展，我們預計將繼續投資於我們的IT系統，並可能增加我們的投資，尤其是AI算法及我們專有的Giikin系統。我們可能較該等投資的若干預期收益更早確認與之相關的成本，且該等投資的回報可能會低於我們的預期，或可能進展更慢。我們可能無法部分或全部收回我們的資本支出或投資(或根本無法收回)，或收回該等資本支出或投資的時間可能較我們預期要長。因此，相關資產的賬面值或須扣除減值，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

此外，我們的業務營運亦倚賴中國內地互聯網基礎設施的性能及可靠性。倘互聯網基礎設施中斷、故障或其他問題，我們可能無法訪問替代網絡。網絡故障或中斷會干擾我們基於通訊的解決方案的速度和可用性。此外，我們無法控制電信營運商提供服務的成本。倘我們支付的電信及網絡服務價格大幅上漲，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

風險因素

我們的運營可能受到我們無法控制的事件干擾，包括流行病、傳染病、操作危險或自然災害及其他突發事件。

我們的業務可能會受到SARS、H5N1禽流感、人類豬型流感及COVID-19等傳染性疾病爆發或其他疫情或突發事件的影響。

該等疫情的爆發可能會以多種方式影響我們，比如導致延遲或中斷我們或我們業務夥伴的業務運營。此外，政府當局可能會採取若干衛生措施，包括關閉我們的辦公室、旅行及運輸限制以及進出口限制。此外，我們亦因實施緩解措施以減輕疫情的影響而產生額外成本，包括為僱員提供食宿、向僱員分發個人防護用品以及為保護僱員免受疫情感染的其他舉措。該等情況中的任何一種均可能嚴重減緩我們經營地區的區域或全球經濟發展，並可能對我們的業務運營產生重大不利影響。

公共衛生突發事件及其相關行動限制亦可能導致供應鏈中斷。倘我們日後面臨流行病、傳染病及其他疫情時不能最大限度地減少供應鏈中斷的影響，供應商及時生產足夠數量產品的能力將受到影響，我們可能無法及時完成消費者及企業客戶訂單，從而對我們的業務、聲譽及財務狀況產生負面影響。

倘日後爆發其他流行病，我們可能無法為我們的運營做出充分及成功的安排，以滿足消費者及企業客戶的需求。倘爆發其他流行病，我們可能會遭遇更多的干擾，從而可能對我們的業務運營、財務狀況及經營業績造成重大不利影響，包括但不限於：

- 由於流行病的迅速蔓延，普通消費者需求及／或客戶支出減少，從而對我們的收入及盈利能力產生負面影響；
- 我們的營運中斷；及
- 無法實施我們的增長計劃，包括延遲營銷活動，或對我們成功執行進入新市場計劃的整體能力造成不利影響。

風險因素

此外，包裝產品原材料，以及我們存放在中國內地倉庫的包裝產品成品，特別容易受到火災風險的影響。我們生產的產品存放在位於中國內地及海外的倉庫以備交付，亦存在火災風險。任何重大事故都可能中斷我們的營運，同時產生法律及監管責任。我們對因規範或不當使用該等設備而造成的事故所投購的保險，可能不足以抵銷因事故提出索賠而造成的損失。此外，倘發生事故、故障或火災，工廠的任何設備可能會損壞或毀壞，我們可能需要投入時間及資源進行修復或恢復，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。因此，我們的營運可能會因為我們無法控制的原因而中斷，包括公共衛生突發事件或任何其他傳染病的爆發、自然災害、工業事故、火災、縱火、恐怖襲擊、技術故障及勞資糾紛。

我們的業務營運可能會受到我們營運或銷售產品的各個司法權區的法律法規的影響及須遵守有關法律法規的許可及其他規定。

我們在中國內地開展業務，並根據跨境社交電商業務向日本、韓國、泰國及沙特阿拉伯等國家及地區的消費者銷售產品。隨著我們繼續進行全球擴張，我們將與已在當地創建版圖或更熟悉當地監管及商業慣例的公司展開競爭，而該等公司可能因此相對於我們更具競爭優勢。

我們同時須遵守不同司法權區的法律法規。如果我們不能確保遵守該等法律法規，我們業務的多個方面都將受到不利影響，該等法律法規主要包括與我們的產品銷售相關的許可、法規及標準、隱私法律法規及進出口規定。由於需要遵守適用的法律法規、牌照及許可，我們亦可能面臨成本增加、交貨及其他計劃延誤的風險。除監管合規成本高昂、耗時長的風險外，我們無法向閣下保證我們能夠獲得所有批准或所須的執照及許可。

此外，概不保證我們的內部控制政策將始終充足及／或有效。任何不合規行為均可能導致強制措施，包括監管機關或司法機關頒佈命令終止營運，以及可能包括需要資本支出的糾正措施或補救行動。我們可能會被要求賠償因我們的活動而遭受損失或損害的人士，並可能因違反適用法律或法規而被處以民事或刑事罰款或處罰。任何影響我們或我們業務的法律法規或政策或對該等法律法規及政策的詮釋的變動，均可能對我們的業務產生重大不利影響，或增加我們的合規費用，從而對我們的業務產生重大不利影響，為此可能會耗費大量成本及時間。

風險因素

此外，我們的產品出口國實施的任何貿易限制，如制裁、反傾銷稅、關稅或配額費，或涉及我們產品的貿易戰，都可能大幅提高我們的產品價格，增加我們的合規成本，甚至限制我們的產品在該等國家的銷售，最終損害我們的銷售。

例如，於2024年5月17日，美國商務部宣佈對中國內地的若干紙製購物袋（「**相關紙製購物袋**」）的反傾銷調查作出最終肯定的裁決（「**最終裁決**」）。根據最終裁決，相關紙製購物袋將被暫停清算，美國海關及邊境保護局要求自首次下令暫停清算的日期前90天起，相關紙製購物袋進入美國需繳納現金保證金。因此，自2023年10月起，在美國銷售的相關紙製購物袋需繳納約62.07%的反傾銷現金保證金。雖然反傾銷稅法規適用於我們向美國的銷售，但董事認為該法規不會對我們的紙製包裝業務產生重大不利影響，因為我們並無且預期不會因在美國銷售紙袋而產生反傾銷稅成本，原因為(i)因為我們的紙製包裝業務採用船上交貨運輸模式，根據國際商會公佈的國際商事條款，買方負責進口關稅及海關，例如反傾銷稅及由此產生的現金保證金，故根據最終裁決我們向美國銷售相關紙製購物袋並無產生任何應付現金保證金；及(ii)截至2023年12月31日止年度，我們向美國銷售相關紙製購物袋的銷售額為人民幣6.0百萬元，佔我們紙製包裝業務收入約0.3%及佔我們總收入約0.1%，且我們自2023年12月29日起已停止所有相關紙製購物袋銷售，並無意在不久的將來向美國出售此類相關紙製購物袋。此外，我們不能向閣下保證日後我們將不會受到更嚴格的反傾銷限制，而如果我们受到任何其他反傾銷指控或調查，我們可能需要承擔大量的法律費用，並耗費我們管理層的精力為相關指控或調查進行抗辯，如果我們在該等訴訟中敗訴，我們的產品在相關國家的銷售可能會受到不利影響。於往績記錄期間，據我們作出仔細周詳查詢後深知，我們並無向違反制裁相關法律或法規的海外消費者進行銷售。然而，制裁法律及法規在不斷演變，不同國家維持的受制裁人員名單會定期新增人員及實體。此外，新的要求或限制可能會生效，這可能會增加對我們業務的審查，或導致我們的一項或多項業務活動被視為違反制裁。我們無法保證我們未來的業務將不會面臨任何制裁風險，或我們的業務將符合維持制裁計劃的司法權區當局的期望及要求。倘有關司法權區的當局認定我們未來的任何活動違反彼等施加的制裁，或為本集團的制裁指定提供了依據，則我們的業務及聲譽可能會受到不利影響。

風險因素

此外，美國政府於2025年初頒佈多項行政命令，對來自多個司法權區的進口產品實施額外關稅，包括對來自中國的進口產品徵收104%的額外關稅，於2025年4月9日生效，以及廢除1930年美國關稅法案從中國進口至美國的總公平零售價值每日每人800美元以下產品的免稅待遇（「最低豁免」），將於2025年5月2日生效。美國的關稅與貿易政策會受到不斷演變的地緣政治動態、經濟優先事項及法規議程的影響而持續變更，且此類政策可能會在幾乎並無或根本無預先通知的情況下被修訂、擴大或取代。我們無法預測關稅與貿易政策潛在變化的時間、範圍或嚴重性，這些政策在未來可能會持續演變。於往績記錄期間各期間，我們出口至美國的收入分別佔相應期間總收入的3.2%、1.8%及2.3%，美國市場並不被視為我們的主要重點。因此，我們的董事預期美國政府近期實施的關稅變動不會對我們的業務及財務狀況造成重大不利影響。然而，我們無法保證我們未來不會受到更嚴格的關稅規定或貿易限制。未來美國對中國的關稅政策若有任何惡化的變動，可能會產生額外的成本、影響我們的可盈利水平，以及妨礙美國市場對我們產品的需求，我們可能會面臨收入減少而成本增加的情況。此外，倘任何變化的實施速度及／或嚴格程度超過預期，我們可能無法有效及時回應並降低相關風險。上述任何情況均可能對我們的表現、財務業績及業務營運造成負面影響。

個人信息或其他數據被盜、丟失或濫用，可能會增加我們的開支，損害我們的聲譽，或導致法律或監管程序。

在我們的跨境社交電商業務營運過程中，我們所收集的個人信息主要為我們海外消費者使用的郵寄地址、電子郵件、電話號碼及收件人姓名。我們面臨處理及獲取該等數據的多項風險，包括：(i)用於未經授權訪問數據和系統、禁用或降級服務或破壞系統的技術不斷發展，而我們可能無法預測、阻止或防止此類技術或採取適當的預防措施，避免未經授權訪問我們收集的數據；及(ii)我們的服務可能容易受到網絡安全漏洞及攻擊的損害，這可能導致系統中斷、延遲或關閉，造成我們海外消費者數據的丟失或洩露。

我們須遵守中國及其他國家和地區有關採集、使用、保存、保護及傳送客戶、僱員及業務合作夥伴的個人信息的法律法規。例如，《個人信息保護法》對中國個人信息的保護及處理作出詳細規定。該等法律在各司法權區之間可能有所不同。

風險因素

特別是，近年來，隱私及數據保護日益成為世界各國政府部門的監管重點。過去數年，中國政府已出台一系列法律法規及政府政策以保護個人數據、網絡安全及數據安全。2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）採納經更新的《網絡安全審查辦法》，於2022年2月15日起生效。《網絡安全審查辦法》規定了強制性要求，對持有百萬級以上用戶個人數據的公司申請國外上市進行網絡安全審查。有關詳情，請參閱「監管概覽－中國法律及法規－有關信息安全的法規」及「監管概覽－中國法律及法規－有關個人信息保護的法規」。我們的中國數據法律顧問認為，如「業務－數據合規及數據安全－數據合規」所進一步詳述，《網絡安全審查辦法》並無並且將不會對我們產生任何重大不利影響。我們無法向閣下保證，倘任何新法律、法規或規則對我們施加任何合規要求，我們未來不會受網絡安全審查的約束。

此外，於2024年9月24日，國務院公佈《網絡數據安全管理條例》（「《網絡數據安全管理條例》」），於2025年1月1日生效。《網絡數據安全條例》提供了詳細的實施規則，涵蓋個人信息、數據安全、網絡安全等多個方面，主要沿用了《網絡安全法》、《數據安全法》及《個人信息保護法》等現行法律設定的路徑。然而，由於《網絡數據安全管理條例》於2025年初才生效，我們無法保證我們的業務營運將一直被視為全面遵守相關規則及規定。

風險因素

此外，新的法律及監管發展可能會影響我們設計IT系統及經營業務的方式。例如，2023年7月10日，經國家發改委、教育部、科技部、工信部、公安部、國家廣播電視總局同意，網信辦頒佈生成式人工智能服務管理暫行辦法(「**生成式人工智能服務管理辦法**」)，自2023年8月15日起生效。生成式人工智能服務管理辦法對中國向公眾提供生成式AI服務的提供商提出合規要求。生成式人工智能服務管理辦法規定(其中包括)向公眾提供文本、圖像、音頻或視頻的生成式人工智能服務的提供商須(i)承擔有關服務的AI生成內容製作者責任；及(ii)任何具有輿論屬性或社會動員能力的生成人工智能服務提供商須依照相關規定進行安全評估，並根據互聯網信息服務算法推薦管理規定完成算法備案、變更或註銷手續。然而，生成式人工智能服務管理辦法並無訂明何為「公眾」。雖然我們並無向中國內地的用戶提供任何AIGC產品、技術或服務，但由於AIGC是一項相對新穎的技術，我們無法向閣下保證，我們對AIGC技術的應用不會在未來受新的法規的影響。於我們的業務營運過程中，我們僅向我們在中國內地的員工提供使用AIGC技術及服務的工具及產品，以產生廣告文案、翻譯、圖像內容設計、視頻生成及提供客戶服務。本公司的中國數據法律顧問認為，由於我們將生成式人工智能產品及技術的應用嚴格限制在內部使用，且不向中國內地的用戶提供任何AIGC產品、技術或服務，因此本公司不受生成式人工智能服務管理辦法的約束。本公司董事認為，根據本公司中國數據法律顧問的觀點，生成式人工智能服務管理辦法不適用於本公司。此外，由於我們將AIGC產品及技術的應用嚴格限制在僅供內部使用，且不會在中國利用AIGC技術向用戶提供任何以互聯網為基礎的信息服務，我們的中國數據法律顧問認為，本公司毋須向工信部備案其算法且不受限於互聯網信息服務深度合成管理規定項下的要求。此外，誠如我們的海外法律顧問所告知，於我們以跨境社交電商業務下進行大量海外銷售的司法權區，一般並無監管本集團使用上述AIGC技術的任何法律或法規。此外，我們無法向閣下保證，我們的生成式人工智能技術生成的內容不會被視為與已有作品相同或類似，從而使我們面臨侵犯知識產權的訴訟。

風險因素

我們已採納內部政策、程序及指引保護客戶的個人資料，並確保我們遵守有關個人資料保護的法律及法規。然而，我們為保護客戶的個人資料所作努力並非一直足夠或有效。任何不遵守有關網絡安全、數據安全或個人信息保護法律法規的行為，均可能導致行政處罰，包括罰款、關閉我們的業務、暫停我們的解決方案及服務、吊銷必要牌照，以及聲譽受損或針對我們的法律訴訟或行動，而這可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們可能面臨有關ESG問題的風險。

我們的業務及營運活動(如包裝產品的生產及銷售、原材料儲存、包裝產品的運輸及出口以及若干其他活動)均受法律及法規所影響，特別是中國政府所頒佈的有關環境、健康及安全方面的法律及法規以及嚴格標準。我們須就包裝產品的生產及銷售獲取並維持有關環境、健康及安全方面的牌照及證書。為遵守中國內地有關空氣、水源及土壤質量、廢棄物管理以及公共健康及安全方面的眾多環境法律及法規，我們必須編製環境影響評估報告，並須就營運中的生產設施取得排污許可證、備案及相關批准。在中國內地，我們亦須通過有關部門對生產設施的定期及隨機檢查，以確保我們的設備及設施安全。倘我們未能取得相關環保批准、備案或通過檢查，相關部門或會暫停我們生產設施的生產，並對我們處以罰款。此外，近年來，中國政府對ESG問題的關注與日俱增，我們的包裝產品的製造過程受到多項環境保護法律法規的約束，如《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》及《中華人民共和國噪聲污染防治法》，該等法律法規規管我們製造過程中環境廢物及其他污染物的排放、排出、釋放及處理。倘我們未能遵守適用法律及法規，或未能維持、續訂或取得必要的牌照或證書，我們開展各項業務的資質可能會受到不利影響，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

風險因素

此外，公眾、第三方社交媒體平台及政府機構對鞋服類產品銷售相關的ESG問題的社會關注度亦日益遞增，如鼓勵回收再利用服裝及包裝材料、抵制使用可能涉及某些國家榨取廉價勞動力的部分原材料、減少製衣及包裝材料浪費、降低物流服務提供商交付過程中海運、空運或陸運產生的溫室氣體排放。極端天氣狀況也引起人們對從事鞋服產品銷售企業的環境保護及社會責任的關注。我們亦注意到近期有Meta等社交媒體平台的ESG問題的負面新聞，指出在生產、包裝及交付該等平台上所售的產品過程中產生相對較高的溫室氣體排放、有害廢棄物排放及材料浪費。我們海外市場(包括亞洲)的政府機構已頒佈政策鼓勵服飾產品及相關製衣材料、包裝及包裹材料的回收再利用，以降低有害物的排放。可以預見的是，隨著旨在減少材料浪費和溫室氣體排放的立法和法規愈加嚴格，我們的運營可能會因對供應商或物流服務提供商提出的合規要求而受到直接或間接的潛在影響，並可能會使我們承受額外的成本和限制，這可能會對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。任何相關法律法規的實施也可能會分散管理層的注意力，增加我們的合規成本。請參閱「業務 – 環境、社會及企業管治 – 環境管理」。

主要原材料價格及我們產品的銷售價格均可能對我們的業務產生影響。

我們紙製包裝業務的業務營運受包裝產品主要原材料價格影響。我們的包裝營運取決於我們能否始終如一地以可接受的價格及品質及時自供應商獲得充足主要原材料的能力。原紙，包括掛面黑紙板、掛面白紙板及食品級紙板為我們紙製包裝業務生產鏈中最重要的原材料。於2022年、2023年及2024年，有關我們紙製包裝業務的原材料成本分別佔同期我們紙製包裝業務銷售成本總額的約77.9%、77.9%及76.1%。

由於原紙的採購額佔我們紙製包裝業務採購總額的主要部分，一旦原紙成本上漲或會對我們的經營業績及前景造成負面影響。此外，該等主要原材料的價格不時受整體經濟狀況、市場供需情況等多項因素影響，且波動可能不時超出我們的預期及控制範圍。我們可能無法立即或根本無法將主要原材料成本的任何增幅轉嫁予企業客戶。倘我們未能將主要原材料成本的增加轉嫁予企業客戶，我們的盈利能力可能受到影響。

此外，我們並無運用任何金融工具以對沖主要原材料的價格風險。因此，概不保證我們能夠以具競爭力的價格採購充足的主要原材料。倘該等主要原材料價格在非尋常及／或供應不足的情況下出現波動，可能干擾我們的生產進度並可能對我們的盈利能力造成負面影響。

風險因素

我們因接受向我們進行購買的消費者的各種支付方式而面臨風險。

我們的跨境社交電商消費者通常可以選擇(1)貨到付款物流公司，及(2)透過第三方支付平台線上付款。於往績記錄期間，貨到付款產生的收入於2022年、2023年及2024年分別為人民幣2,152.5百萬元、人民幣2,336.6百萬元及人民幣1,797.1百萬元，分別佔跨境社交電商業務收入的69.3%、54.9%及53.4%。在線支付產生的收入於2022年、2023年及2024年分別為人民幣954.1百萬元、人民幣1,920.0百萬元及人民幣1,568.8百萬元，分別佔跨境社交電商業務收入的30.7%、45.1%及46.6%。支付服務提供商幫助我們處理電子付款，確保在遵守最高安全標準的同時，我們的消費者能夠順暢購物。對於若干付款方式而言，我們可能須支付換算費用及其他管理費，有關費用可能會隨著時間的推移而增加，從而增加我們的營運成本並降低我們的利潤率。就我們提供的多種付款選項(尤其是線上付款及貨到付款選項)而言，我們可能會成為詐騙及其他非法活動的目標。倘社交媒體平台或物流服務提供商未能及時將收取的資金轉賬予我們，或甚至未能轉賬，或彼等因任何原因未能向我們提供該等服務，我們的營運或會受到干擾，我們的聲譽或會受到嚴重損害。我們亦遵守規管電子資金轉賬的各項規則、規例及規定，該等規則、規例及規定可能有所變更或經重新詮釋，使我們難以遵守或不可能遵守。倘我們未能遵守該等規則或規定，我們或會被處以罰款及需付出更高的交易費用，以及失去接受消費者使用信用卡及借記卡付款、處理電子資金轉賬或為其他類型線上支付提供便利的能力，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

我們面臨與貨到付款選項相關的其他風險。於該選項下，物流服務提供商代表我們於交付產品時收取款項。倘我們的消費者拒絕接受我們的產品交付或要求退回產品，彼等可拒絕為產品付款。於此情況下無需收取產品購買價，我們將就交付及退回產品與我們的物流服務提供商承擔所產生的運輸成本。此外，儘管我們要求第三方物流服務提供商實施一系列內部控制政策，以防止以現金結算的訂單出現現金盜用及挪用的情況，我們可能無法預防、察覺或阻止所有不當行為。任何有損我們利益的不當行為(可能包括過往未被發現的事件或未來事件)，均可能使我們蒙受財務損失，損害我們的聲譽，並可能對我們的業務及經營業績構成重大不利影響。

風險因素

我們倚賴若干主要供應商。

於往績記錄期間，我們的主要供應商包括產品供應商、營銷服務供應商、社交媒體平台、物流公司及支付服務供應商。我們採購總額大部分倚賴的供應商數量有限。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們五大供應商的採購總額分別佔採購總額約34.6%、39.6%及38.1%。我們一般與供應商訂立短期合約。倘基於任何原因，任何主要供應商無法按我們可接受的價格向我們供應足量的主要原材料，我們的採購成本總額可能上升或我們的生產可能面臨主要原材料短缺。同樣，倘基於任何原因，彼等無法向我們提供服務以支持我們的營運，我們經營跨境社交電商業務的能力或會受損。在任何此等情況下，我們的業績或會受到不利影響。我們供應商的營運可能會因自然災害、傳染病或其他未必能預測或於其控制範圍內的災難事件而導致業務中斷。倘我們未能及時更換供應商，發生任何此類業務中斷或會導致材料短缺或供應商的產品供應遭延遲。

此外，當我們對產品的需求大幅增加時，我們可能無法識別出足量且合適的供應商。倘我們無法及時挽留現有的主要供應商或以我們可接受的條款與新供應商訂約，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

於往績記錄期間我們的紙製包裝業務的企業客戶集中，我們並無與主要客戶訂立長期銷售框架協議。於往績記錄期間各期間在該業務下失去任何一名五大企業客戶將會影響我們的收入，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期間我們的紙製包裝業務的客戶集中。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，向我們的五大客戶作出的銷售分別約人民幣1,545.0百萬元、人民幣1,623.7百萬元及人民幣1,501.5百萬元，分別佔我們總收入的約28.7%、24.3%及27.2%，其中客戶集團A(請參閱「業務－我們的客戶－主要客戶」)，即於2022年、2023年及2024年的最大客戶，分別佔同期我們總收益的約23.8%、18.6%及18.8%。因此，倘我們的主要企業客戶向我們下達的採購訂單減少，且我們無法及時自其他企業客戶招攬類似數額的採購訂單，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

風險因素

我們紙製包裝業務的企業客戶一般與我們訂立一年期框架銷售協議，並於每次採購時向我們下達訂單，而不是與我們訂立長期銷售協議，乃由於我們包裝產品的銷售價可能會隨著我們主要原材料價格而變動。由於往績記錄期間我們通常並無與我們的主要企業客戶訂立任何長期銷售協議，而且彼等與我們之間亦無訂立任何排他性條款或安排，因此概不保證我們將能夠及時從該等客戶獲得經常性訂單。因此，我們的未來銷售額並無合約保證。我們無法向閣下保證我們的主要企業客戶會繼續以現有的數量或定價水準或根本不會向我們下達採購訂單。因此，倘出現任何涉及我們主要企業客戶營運的不利發展，或由於任何其他原因導致我們與一名或多名主要企業客戶的業務關係惡化或終止，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景均可能受到重大不利影響。倘我們無法利用自身的競爭優勢、營銷專長及產品開發能力迅速有效地應對市場趨勢，我們的盈利能力及銷量可能會受到不利影響。倘我們提供對我們主要企業客戶更有利的協議條款，我們的盈利能力可能會下降。失去主要企業客戶或對主要企業客戶的銷售大幅減少，均可能會對我們的產品銷售、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

無法保持最佳的存貨水平可能會影響我們的業務、財務狀況、經營業績及前景。

最佳存貨水平對我們業務的成功至關重要。我們通過對特定產品保持一定水平的庫存，並在收到客戶訂單後從供應商處購買產品(倘訂購的產品缺貨)來管理我們跨境社交電商業務的供應鏈。根據灼識諮詢的資料，我們通過該「滾動庫存」模式實現高效管理庫存，使我們得以維持較業界平均值更低的存銷比。於往績記錄期間，我們跨境社交電商業務各期間的存銷比介乎3.2%至4.0%。在紙製包裝業務方面，我們通過以下方式控制存貨水平：(i)實時跟蹤存貨變動情況；及(ii)企業客戶的每月採購計劃。於2022年、2023年及2024年，我們紙製包裝業務的存貨週轉天數分別為58.7天、57.4天及54.5天。我們的存貨水平容易受各種我們無法控制的因素影響，包括不斷變化的時尚趨勢、客戶需求及市場需求、季節性因素及意外天氣變化。此外，如果我們低估產品需求，我們可能會出現存貨短缺，進而導致企業客戶需求無法滿足，從而對企業客戶體驗及我們的聲譽造成負面影響。

倘我們未能準確預測客戶需求，我們的存貨中可能會出現過時產品，進而可能導致存貨減值。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們分別錄得存貨減值人民幣8.5百萬元、人民幣19.5百萬元及人民幣9.5百萬元，已於銷售成本確認。有關進一步詳情，請參閱「財務資料－綜合資產負債表選定項目－存貨」。概不保證我們將能夠維持最佳的存貨水平，而未能如此可能影響我們的業務、財務狀況、經營業績及前景。

風險因素

倘我們未能成功管理我們的擴張，我們的增長潛力、經營業績及業務或會受到重大不利影響。

我們擬於日後通過收購已在領先的電商平台的若干品類中處於領先地位，擁有獨特的品牌認知度、完善的現有供應鏈及高客戶回購率的品牌以進一步擴張我們的跨境社交電商業務。請參閱「業務－我們的策略」。實施我們的擴張計劃將產生額外成本及開支，並對我們的管理、財務、營運及其他資源施加壓力。請參閱「未來計劃及[編纂]」。我們無法向閣下保證我們將能按照我們的擴張計劃進行擴張，或招募合資格員工以支持我們的擴張計劃。若我們未能成功管理我們的擴張或未能有效控制擴張相關開支，我們的業務、前景、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。此外，投資及收購交易涉及重大挑戰及風險，包括

- 難以將人員、營運、產品或服務與我們的營運整合；
- 我們收購的公司在技術、內部控制及財務申報方面的穩健性；
- 擾亂我們正在進行的業務、分散我們管理層及僱員的精力及增加我們的開支；
- 對於我們並無獲得管理及運營控制權的投資，我們可能缺乏對控股合夥人或股東的影響力，此可能會阻礙我們實現於該投資中的戰略目標；
- 由於在新行業或其他方面的收購，我們將面臨新的監管要求及合規風險；
- 我們收購或投資的任何公司(或其聯屬人士)於我們收購或投資之前發生的實際或指稱的失當或違規行為，可能導致針對該公司或我們的負面宣傳、政府查詢或調查；
- 無法預見或潛藏的責任或成本於我們收購該等目標後可能對我們構成不利影響；
- 包括有關任何建議投資及收購的中國及其他國家反壟斷及競爭法律、規則及法規的監管；
- 我們任何未決或其他未來建議收購事項未能完成的風險；
- 甄別及完成投資及收購產生的成本；

風險因素

- 大量使用現金及潛在攤薄發行股本證券；
- 按公平值計入損益的投資價值大幅下降；及
- 於實現與該等收購及投資有關的協同效應及增長機會的預期收益方面所遇到挑戰。

上述任何因素均可能擾亂我們的業務發展策略。

我們可能會面臨與轉讓定價安排相關的風險。

於往績記錄期間，我們的跨境社交電商業務涉及公司間安排。請參閱「財務資料－轉讓定價安排」。雖然我們的轉讓定價顧問得出結論，認為我們的轉讓定價安排於往績記錄期間符合中國方面的公平原則及香港特別行政區轉讓定價法規，但集團公司間交易安排的利潤分配及稅務狀況存在不確定性。概不能保證稅務機關隨後不會質疑我們轉讓定價安排的適當性。倘中國或香港特別行政區任何主管稅務機關其後認為我們的轉讓定價安排不符合相關轉讓定價法律及法規，我們可能會面臨不利的稅務後果，包括額外的稅收、利息或罰款，這可能會導致整體稅務負債增加，並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們可能於不同司法權區面臨稅務風險。

我們的跨境社交電商業務主要專注於為日本、韓國、泰國及沙特阿拉伯等多個國家或地區的消費者精心甄選的具有特色的中國產品組合。隨着線上銷售相關的全球及地方政策(包括法律、法規及規則)繼續演變，我們可能須按消費者所處的司法權區規定代收代繳潛在直接及／或間接稅項。

各國及地區的適用政策在不斷演變，尤其是在跨境稅務交易方面。我們產品銷售地的稅務政策的詮釋及實施存在固有的不確定性，及該等稅務政策的詮釋及實施方式可能對我們的業務、財務狀況及表現產生影響。稅務機關對交易人士之間收入分配的審查越來越嚴格。根據不同情況，我們可能會被視為於我們產品銷售地開展業務，並於該等司法權區直接納稅。

風險因素

此外，久而久之愈發常見的是，稅務及海關機構對在進口司法權區並無實際營業場所的海外銷售商施加各種稅項(如間接稅項)扣代繳責任。概不保證我們日後將不會因尚未經我們的稅務顧問檢討的其他潛在行為，或因缺乏對不斷變化的稅務及海關政策的了解而引起的任何其他行為而受相關政府部門施加間接稅賦風險、處罰或罰款。根據跨境社交電商業務的交易安排，物流服務提供商或當地消費者的當地代理機構於進口至所涉及司法權區時擔任登記進口商角色，而當地代理機構負責提交進口申報及結算適用的進口稅。我們無法向閣下保證，倘該等第三方未能履行其義務，我們將完全遵守相關稅務及海關政策。倘我們未能完全遵守進口司法權區的稅務及海關政策，我們將面臨若干稅賦風險及處罰或責任，此將對我們的業務、表現及財務狀況產生重大不利影響。

我們已與第三方專業稅務顧問及法律律師溝通相關海外稅務及海關事務，以確保遵守適用法律及法規。據我們的稅務顧問告知，(i)就直接稅而言，考慮到本集團根據相關適用法律及條約在跨境社交電商業務下銷售產品所在海外司法權區開展活動及建立據點，我們受海外直接稅法律及法規約束的可能性別普遍較低，及(ii)就間接稅而言，根據交易安排及我們在跨境社交電商業務下銷售產品所在海外司法權區的相關適用海關法律法規，相關海關機構對我們施加稅務責任或處罰的風險普遍較低。根據我們稅務顧問進行的稅務審查，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們大體上遵守有關直接稅及間接稅的適用海外法律法規。由於不同國家或地區的稅收及海關環境不同，各種間接稅及直接稅的相關稅務政策亦比較複雜，我們的海外業務可能會面臨海外稅收及海關政策變化帶來的風險。我們可能需要做出相應的判斷，以應對若干經營活動稅務處理方面的不確定性。例如，於我們銷售產品的若干司法權區，即使於相關司法權區並無實體營業地點的電商賣家是否需繳納企業所得稅或間接稅，當地政策及法律體系並無明確解釋。此外，可能適用於我們的海外稅務及海關政策變更或會對我們的業務、財務狀況及表現產生不利影響。

風險因素

我們的銷售受季節性因素影響，可能會導致我們的經營業績及財務狀況出現波動。

對於我們的跨境社交電商業務而言，我們通常在海外節日之前及期間開展更多的銷售及營銷活動。因此，與一年中其他時間相比，我們的跨境社交電商業務可能保持較高的收入並擁有更高的庫存水平，以滿足節日和相關購物活動之前及期間的市場需求。另一方面，我們的業務很容易受到極端或異常天氣狀況的影響。例如，冬季持續的溫暖天氣可能導致我們的部分服飾產品與有關反季節情況不兼容，從而可能會影響我們的銷售及庫存。

對於我們的紙製包裝業務而言，我們通常會在中國節日之前及期間看到更大的包裝需求。我們通常會在節日之前與客戶接洽，設計適合節日的包裝。因此，我們的紙製包裝業務有時會實現更高的收入並擁有更高的庫存水平，以滿足節日之前及期間的市場需求。我們可能會面臨與該等季節性因素及產品需求波動相關的風險。倘旺季期間市場條件出現任何不利變動，我們的盈利能力或會受到不利影響。

稅收優惠待遇的變更均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

於往績記錄期間，我們及我們的部分附屬公司享受稅收優惠待遇。本公司於2020年10月21日被認定為高新技術企業（「**高新技術企業**」）並於截至2022年12月31日止年度享有15%的優惠稅率。於往績記錄期間，我們的若干中國附屬公司被認定為高新技術企業，並享有15%的優惠稅率。若干中國附屬公司受惠於其他優惠稅收政策，包括《關於新疆喀什霍爾果斯兩個特殊經濟開發區企業所得稅優惠政策的通知》及中國內地西部政策鼓勵產業政策，於往績記錄期間享有15%的優惠企業所得稅率或免繳企業所得稅。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的實際所得稅率分別為19.8%、14.1%及15.4%。請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註11。無法保證我們將繼續按過往稅率享受該等稅收優惠待遇，或根本無法享受稅收優惠待遇。該等稅收優惠待遇的任何變更、暫停或中止都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

風險因素

我們可能無法於日後維持我們的利潤率。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們跨境社交電商業務的毛利率分別約為59.1%、63.1%及60.5%，及我們紙製包裝業務的毛利率分別為15.2%、18.8%及17.9%。同期，我們的純利率分別約為3.2%、5.0%及3.3%。我們的盈利能力取決於原材料價格、廣告費用、採購成本、物流服務成本、勞工及其他生產成本、市場競爭、市場需求及通脹壓力等多項因素，且部分因素非我們所能控制。特別是，我們的跨境社交電商業務的盈利能力對我們的廣告費用敏感，同時我們的紙製包裝業務的盈利能力對原材料成本敏感。我們可能無法立即或根本無法將有關成本的任何增加轉嫁予我們的消費者及／或企業客戶。倘我們未能將有關成本的增加轉嫁予我們的消費者及／或企業客戶，我們的盈利能力或會受到不利影響。

因此，概不保證我們將能於日後維持往績記錄期間的毛利率或純利率。任何價格及成本波動對我們的利潤率均會造成重大不利影響。因此，我們的財務狀況或會受到不利影響。

我們可能無法收回我們的所有應收款項，從而面臨信貸風險，且可能產生我們的應收款項減值虧損。

我們的貿易應收款項主要來自於(i)向我們提供信貸期限的包裝業務企業客戶進行的銷售；及(ii)我們的跨境社交電商業務的銷售，其中我們的支付服務提供商或物流服務提供商已從消費者收取款項，但尚未與我們結算。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的貿易應收款項淨額分別為人民幣472.0百萬元、人民幣479.1百萬元及人民幣548.9百萬元。我們力求嚴格控制未償還應收款項並設有信貸控制部門，以盡量降低信貸風險。高級管理層定期審查逾期結餘，而企業客戶信貸限額則每年進行審查。儘管我們對貿易應收款項進行信貸評估，但我們無法向閣下保證我們日後能全部收回該等貿易應收款項，或根本無法收回有關款項。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們分別錄得流動預付款項、其他應收款項及其他資產人民幣199.9百萬元、人民幣162.8百萬元及人民幣141.9百萬元。於往績記錄期間，截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們分別錄得按金及其他應收我們股權收購方的款項（「**相關應收款項**」）減值分別為人民幣62.4百萬元、人民幣17.8百萬元及零。請參閱「財務資料－綜合損益表主要組成部分－金融資產減值虧損」。倘應收款項的信貸風險自初始確認以來顯著增加，則減值計量為全期預期信貸虧損。減值虧損評估需要管理層於釐定主要假設時作出重大判斷及估計。因此，無法確定我們的應收款項減值變動的預測情況。應收款項的重大減值虧損可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

我們不確定遞延稅項資產的可收回性，此可能對我們日後的財務狀況造成不利影響。

我們須對遞延稅項資產的賬面值作出判斷、估計及假設。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的遞延稅項資產淨值分別為人民幣13.5百萬元、人民幣12.2百萬元及人民幣11.1百萬元。有關我們於往績記錄期間的遞延稅項資產變動的詳情，請參閱本文件附錄一附註32。倘可能有應課稅溢利可用以抵銷可動用虧損及可扣稅暫時性差額，則就未動用的稅項虧損及可扣稅暫時性差額確認遞延稅項資產。此需要對若干交易的稅務處理進行判斷，並對可用於收回遞延稅項的未來應課稅利潤的可能性、時間及充足性進行評估。該等判斷及評估主要以歷史經驗及其他相關因素為依據。因此，實際結果可能有別於該等會計估計。

遞延稅項資產能否變現主要取決於我們對日後是否能產生充足利潤的估計。倘預期日後不能產生充足的應課稅利潤或應課稅利潤低於預期水平，我們可能無法收回我們的遞延稅項資產，此可能對我們的財務狀況造成重大不利影響。

我們面臨與知識產權被侵犯或盜用有關的風險，此可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

我們的知識產權及商業機密對我們的成功及競爭地位極為重要。除已註冊於我們名下的知識產權以外，我們已在中國內地申請註冊若干知識產權。有關我們的知識產權的詳情載於本文件附錄六「法定及一般資料－有關我們業務的其他資料－2.本集團的知識產權」一節。我們無法向閣下保證該等申請將成功獲批。倘任何有關申請遭質疑、駁回或因任何其他原因未成功，我們可能無法使用該等知識產權，且我們可能很難就此提出任何知識產權侵權索償。

我們品牌的品牌名稱或類似於我們自有品牌的名稱，可能已被第三方在我們有意進入的市場內註冊或使用。因此，我們可能須耗費巨額開支以在該等市場中獲得我們品牌名稱的使用權。倘我們無法取得上述使用權，則可能會妨礙我們進入該等市場或只可使用不同品牌名稱進入該等市場。

此外，我們可能不時牽涉第三方聲稱我們的產品侵犯其知識產權的知識產權糾紛。請參閱「業務－知識產權」。我們力求於我們的兩項業務開發及運用新技術及生產工藝，以緊跟市場發展步伐。在此過程中，我們未必知悉其他第三方知識產權，因此我們可能難以評估第三方知識產權的範圍和有效性。此外，技術環境迅速演變，待批准的專利申請眾多，眾多同類技術在申請時均為保密，故產品開發本身涉及固有不確定因素。新開發專利或技術的合法所有權亦可能存在不確定性。因此，我們或會因侵犯知識產權而面臨訴訟。

風險因素

因此，我們亦可能不時面臨涉及業務營運的專利侵權或侵犯第三方其他知識產權的訴訟。如果在任何我們為當事人的訴訟或程序出現不利的裁決，可能會使我們須對第三方承擔重大責任，要求我們向第三方尋求許可或重新設計我們的產品，或使我們受到禁止開發及銷售我們的產品的禁令。歷時較長的訴訟亦可能導致我們的消費者及／或企業客戶或潛在消費者及／或企業客戶推遲、減少或取消購買我們的產品。此外，我們可能會因此類索賠而導致我們的業務營運中斷以及聲譽受損，且我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。我們無法向閣下保證未來不會發生此類情況。我們的潛在損失可能包括但不限於收入損失、市場份額下降及聲譽受損，從而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

未能履行合約負債責任可能對我們的經營業績、流動資金及財務狀況造成重大不利影響。

我們的合約負債指產品交付予客戶前客戶的預付款。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的合約負債分別約為人民幣12.9百萬元、人民幣14.8百萬元及人民幣17.9百萬元。請參閱「財務資料－綜合資產負債表選定項目－合約負債」。

由於企業客戶的現有及日後訂單的完成受我們原材料供應商及物流服務提供商、我們業務的正常運營等多項因素的影響，故無法保證我們將能夠履行合約負債責任。倘我們無法履行合約負債責任，合約負債金額將不會確認為收入，且我們可能須退還企業客戶支付的預付款或向企業客戶提供到期遞延收入的替代賠償。因此，我們的經營業績、流動資金及財務狀況可能受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們錄得來自投資活動及融資活動的負現金流，可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們分別錄得投資活動所用現金淨額人民幣183.6百萬元、人民幣282.4百萬元及人民幣337.1百萬元，主要由於(i)購買及提取於收購時原到期日超過三個月的存款，(ii)購買物業、廠房及設備項目及(iii)購買按公平值計入損益的金融資產所致。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們分別錄得融資活動所用現金淨額人民幣32.0百萬元、人民幣237.3百萬元及人民幣394.6百萬元，主要由於(i)償還銀行貸款，(ii)已付股息及(iii)股份回購所致。更多詳情請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」。投資及融資現金淨流出可能會削弱我們進行必要資本支出的能力，限制我們的靈活性，並對我們滿足流動性要求的能力產生不利影響。

風險因素

儘管我們認為我們擁有足夠的營運資金為當前的營運撥付資金，但我們未來可能會出現經營活動的淨現金流出。倘我們無法維持充足的營運資金，我們可能會無法履行付款義務，亦可能無法滿足資本支出要求或實施增長策略，從而可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們使用開源技術或會對我們的業務營運帶來限制。

我們使用開源代碼以及預計未來將繼續使用開源代碼。儘管我們監督開源代碼的使用，以避免我們的軟件在我們並未計劃的情況下使用，我們可能會面臨其他各方的指控，該等各方聲稱擁有開源軟件許可或尋求強制執行開源軟件許可的條款，包括要求發佈開源代碼、衍生作品或我們使用該代碼開發的算法及模型。該等指控亦可能引發訴訟。許多開源軟件許可的條款尚未經法院詮釋。存在該等許可可能以對我們商業化軟件的能力施加無法預料的條件或限制的方式詮釋的風險。於此情況下，我們可能須尋求第三方許可以繼續商業化使用我們的專有算法或模型並繼續基於開源代碼開發算法或模型，這可能對我們的業務及收入造成不利影響。

由於任何人均可對開源代碼進一步開發及修改，使用開源代碼可能會使我們面臨風險，如降低自身AI模型精確度，以及來自同樣使用開源代碼作為其營運一部分的競爭對手的競爭加劇。

我們可能會因業務經營而捲入法律或其他訴訟。

我們面臨日常業務過程中產生的法律或其他訴訟程序，包括但不限於與業務運營中涉及的各方、我們的消費者及／或企業客戶、原材料供應商、數字營銷服務提供商、社交媒體平台、物流服務提供商及員工的糾紛。該等糾紛可能會導致法律訴訟、仲裁或其他程序，有關程序可能昂貴且耗時，進而可能嚴重分散我們管理層及員工的精力及資源。

此外，我們在業務營運過程中可能會遇到合規問題，此可能會導致行政訴訟，進而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們無法向閣下保證我們未來不會捲入法律或其他訴訟程序，該等訴訟程序的任何負面結果均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

倘我們未能遵守適用的反腐敗及反賄賂法律，我們的聲譽可能會受損，且我們或會受到處罰並支付巨額費用，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們受我們開展業務的各司法權區的反腐敗、反賄賂、反洗錢、金融及經濟制裁及類似法律法規規管。本公司、我們的高級職員、董事、監事、僱員及代表我們的業務夥伴(包括代理)，禁止為影響官方決策或獲得或保留業務或以其他方式獲得有利待遇而向「海外官員」以貪腐的方式供給、承諾、授權或提供任何有價值的事物。我們亦要求製作及保存準確反映交易及資產處置的賬簿、紀錄及賬目，以及維持一個適當的內部會計控制體系。違反該等法律或法規可能使我們的業務、聲譽、財務狀況及經營業績受到不利影響。

我們無法向閣下保證我們每名僱員均能夠嚴格遵從我們對遵守反貪污及反賄賂法律法規的指引，或在指引並無涵蓋的情況下嚴格遵守法律法規。我們的僱員未遵守反腐敗、反賄賂規定，甚至被指控不遵守規定可能使我們面臨舉報投訴、負面媒體報導、調查以及嚴重的行政、民事及刑事制裁、附帶後果、補救措施及法律費用，所有該等結果均可能對我們的業務、聲譽、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們可能需要額外資金為我們的營運提供資金，而我們未必能按有利條款獲得有關資金或根本無法獲得任何資金以滿足我們的資金需求。

我們目前主要通過營運所產生的現金流量以及借款為我們的營運提供資金。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的計息銀行借款分別為人民幣312.2百萬元、人民幣258.6百萬元及人民幣248.2百萬元。我們日後可能需要從外部來源獲取足夠的外部債務融資及股權融資，以補充我們日後的內部流動資金，以便為我們的持續營運、提升供應鏈管理能力、研發投資、當前及日後資本支出需求、其他投資計劃及資金需求提供資金。

我們日後獲取外部融資的能力存在各種不確定性，包括(其中包括)在國內或國際市場獲取融資的監管批准、我們的財務狀況、經營業績、現金流量及信用記錄、全球及國內金融市場的狀況及中國內地貨幣和財政政策的變化、以及由此對銀行利率及貸款實踐和條件的影響。

風險因素

此外，根據我們其中一份貸款協議的條款，我們須遵守一項財務契諾，規定我們的負債資產比率不得高於70%。截至最後可行日期，我們遵守相關信貸協議項下的契諾。請參閱「財務資料 – 債務 – 借款」。我們未必能及時或按我們可接受的金額或條款獲得融資，或根本無法獲得任何融資。大額銀行借款及其他債務可能導致利息開支大幅增加，同時令我們面臨更多利率風險，亦可能影響我們為營運和計劃的發展提供資金的能力。倘我們須進行股權融資，則可能導致股東受到攤薄，且在日後融資中發行的證券附帶的權利、優先權及特權可能優於我們的股份所附帶者。倘未能按有利條款或及時或根本無法募集額外資金，則可能嚴重限制我們的流動資金，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

未能按照中國法規就各項僱員福利計劃作出充分的供款可能使我們面臨處罰。

中國法律法規要求我們參加政府發起的各項僱員福利計劃。該等福利計劃包括社會保險、住房公積金及其他福利付款責任。根據適用的中國法律法規，僱主必須為僱員開立社會保險登記賬戶和住房公積金賬戶，並為其繳納社會保險費和住房公積金。中國法律規定我們按一定比例的僱員薪金(包括獎金和津貼)向該計劃供款，最高上限由我們開展業務所在地的地方政府規定。中國內地各地的地方政府並無統一的僱員福利計劃執行規定。此外，根據2018年9月21日頒佈的《人力資源和社會保障部辦公廳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》，所有負責收取社會保險費的地方機關嚴禁自行向企業收取過往未繳納的社會保險供款。

風險因素

於往績記錄期間，本集團的若干中國經營實體並未為我們的僱員足額繳納社會保險及住房公積金。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，社會保險的預計短缺金額分別為人民幣7.3百萬元、人民幣9.7百萬元及人民幣6.4百萬元，而同期住房公積金的預計短缺金額分別為人民幣0.7百萬元、人民幣1.4百萬元及人民幣1.3百萬元。根據適用的中國法律法規及據中國法律顧問所告知，倘我們未能在規定期限內足額繳納社會保險費，相關監管部門可能會要求在規定期限前補繳未繳款項並可能需要按日另行繳付欠款額0.05%的滯納金，若未在規定期限內及時付款，則可能會被處以未繳供款款項一至三倍的罰款。就未在規定期限內足額繳納的住房公積金而言，相關政府部門可要求限期繳納住房公積金。如果未能在截止日期前繳納，則可能被中國相關法院要求強制執行。據我們的中國法律顧問表示，根據相關法律法規，有關社會保險及住房公積金機構因我們未能全額繳納社會保險及住房公積金而主動向我們追繳過往未繳納的社會保險及住房公積金及／或對我們施加行政處罰的可能性極微，依據為：(1)我們並無收到有關部門要求我們補足差額的通知；及(2)我們未曾因現任及前任員工繳費不足而受到任何行政處罰。一旦我們接獲相關部門要求我們補足差額的通知，我們將依照有關部門的要求在規定期限內全額補繳。因此，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無就社會保險及住房公積金供款作出任何撥備。

儘管我們於往績記錄期間並無因社會保險計劃及住房公積金供款而受到任何行政處罰，惟概不保證我們在社會保險計劃及住房公積金供款方面的過往及當前做法將始終被中國政府機關認為完全符合中國相關法律法規。倘出現任何有關違規行為，我們可能會被要求在規定的期限內繳納社會保險及住房公積金供款的任何缺口，倘我們未能如此行事，則須繳納罰款。

然而，倘我們仍須就有關社會保險及住房公積金供款繳納額外款項，我們的營運開支將會增加，繼而對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

風險因素

我們可能會因我們存儲產品的倉庫受到任何重大干擾而受到不利影響。

我們的產品主要存放在中國內地的租賃及自有倉庫以及海外物流服務提供商經營的倉庫。截至最後可行日期，就我們的跨境社交電商業務而言，我們於中國內地租賃兩個倉庫；就我們的紙製包裝業務而言，我們在各生產設施附近設有倉庫，此外，我們亦於中國內地租用一個倉庫作為過渡中心，為若干主要客戶儲存我們的紙製包裝產品。有關我們倉庫的詳情，請參閱「業務－我們的業務模式」。任何該等倉庫的重大及意外維修或檢修導致重大停工，對我們的營運造成重大干擾，均可能導致我們無法長時間存儲我們的產品，使我們須作出重大的意外資本支出及／或延遲我們的產品交付。如果上述任何一種或種風險發生，我們的財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。我們儲存產品的倉庫亦面臨若干風險，如火災、洪水、爆炸、自然災害、第三方干擾、電力供應中斷或停電、戰爭、恐怖活動及社區動亂等，可能導致我們的營運受到重大干擾，或導致我們的倉庫或存貨遭受嚴重損害。該等危險情況亦可能導致人身傷害或過失致死索賠以及對我們倉庫造成其他損害。該等干擾可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們可能會因產品責任索賠或產品召回產生損失。

我們銷售的產品可能面臨產品責任索賠。如果任何有關產品被認為或證明為不安全、有缺陷或受污染或無意中銷售假冒產品，則可能會產生此類索賠。

倘我們出售的任何產品被指稱為不安全，有缺陷或受污染，我們相關產品的銷售可能會減少，並可能須從市場上召回該等產品。例如，於往績記錄期間，根據我們的泛品類策略，我們於跨境社交電商業務中銷售各種產品，包括保健品。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，保健品銷售所得收入分別佔相關期間跨境社交電商業務總收入的5.6%、7.1%及10.0%。然而，由於醫療保健行業已受到廣泛關注，加上科學研究技術不斷進步，未來的學術結論、結果、報告或出版物可能會令保健品的品質、效率及安全性產生質疑，從而可能有損我們所銷售保健品以及整個醫療保健行業的聲譽。此外，中國內地以外地區的任何不利保健品銷售的監管變化均可能對我們的業務和營運造成更重的合規負擔及重大不利影響。

風險因素

儘管於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無遭受任何重大產品召回，亦無遭遇任何重大產品責任索賠，我們無法保證日後不會發生該等召回或不會對我們提出該等索賠。針對我們的重大索賠或大量索賠一旦成功，將對我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。任何產品召回或針對我們的任何索賠，無論是否有根據，均會使我們的財務資源受壓，並消耗我們管理層的時間及精力。如果針對我們的任何索賠成功，我們可能會承擔金錢責任，且我們的聲譽可能會受到嚴重損害。

我們的若干租賃物業存在法律缺陷。

我們會在中國內地租賃多項物業作多種用途。截至最後可行日期，就我們在中國內地的10處租賃物業而言，儘管我們之前積極主動提出要求，該等物業的出租人仍未向我們提供有效的產權證書或證明租賃物業建造合法性的相關證據。該等租賃物業主要用作辦公室，其次用作生產設施，合計樓面面積約為12,000平方米。於10處租賃物業中，三處物業用作我們的生產及倉儲設施，總建築面積約為6,000平方米。據我們的中國法律顧問告知，倘租賃物業被政府主管部門根據中國相關法律法規認定為違法建築，則相關租賃協議可能無效，因此我們可能會被要求搬離相關物業及搬遷。在此情況下，我們在有關物業中的經營可能會受到損害，並且房東可能無法就我們的相關損失向我們提供充足賠償。同時，我們在搬遷至其他合適地點期間將產生額外費用，從而影響我們的業務及財務狀況。此外，倘任何出租人的租賃權受到任何第三方利益方的質疑，或倘我們的部分租賃物業因實際用途與產權文件中規定的用途不一致而受到政府主管部門的質疑，或由於缺乏我們能夠使用竣工建築的證明，我們佔用或租賃該等物業或會受到不利影響。補救措施請參閱「業務—物業」。

此外，截至最後可行日期，在我們就租賃物業訂立的41份租賃協議中，有38份租賃協議尚未按適用中國法律及法規的規定向中國主管政府部門登記備案。我們的租賃物業主要用作辦公室，其次用作倉庫及生產設施，合計樓面面積超過139,000平方米。截至最後可行日期，用作生產設施，總建築面積約為137,000平方米的所有相關租賃未向中國政府主管部門登記備案。我們無法向閣下保證出租人將會配合併及時完成登記。儘管未能如此行事本身不會導致租約失效，但我們可能會遭中國有關政府部門責令糾正該不合規事宜且我們可能會遭中國政府部門罰款。根據《商品房屋租賃管理辦法》，未辦理相關租賃登記手續的，可對租賃協議當事人處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。因此，如果我們未能按房屋管理部門的要求完成或及時完成該等租賃登記，假設每份未登記的租賃協議被處以最高人民幣10,000元的罰款，我們可能會面臨總額最高達人民幣380,000元的罰款。補救措施請參閱「業務—物業」。

風險因素

我們的保險範圍可能不足以覆蓋因業務中斷、我們的財產損失或第三方責任而導致的潛在損失。

我們為若干潛在責任投購的保單有限。有關我們投購的保險詳情，請參閱「業務－保險」。按照行業慣例，我們選擇不購買若干類型的保險，如業務中斷保險。概不保證我們的保險範圍可以獲得或足以覆蓋我們的所有風險。我們現有的保險包含免責條款及承保範圍的限制條款。如果保險無相關保障或保障範圍不足以覆蓋任何有關風險，我們可能會產生巨大的成本及分散資源，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

任何高級管理人員的流失，以及無法吸引及留住合資格人才，均可能影響我們的經營及增長前景。

我們的高級管理團隊的才能、經驗及領導力對我們業務的成功至關重要。尤其是本公司董事長兼執行董事王亞朋先生、本集團創始人、本公司執行董事兼總經理莊浩女士及本公司副董事長、執行董事兼副總經理張和平先生對我們的成功起到至關重要的作用。我們高級管理團隊的其他成員亦在我們的業務方面擁有豐富經驗及專業知識，並為我們的發展及成功作出重大貢獻。

此外，我們未來的成功亦在很大程度上取決於我們招聘、培訓及留住合資格的管理層及其他合資格人員的能力。例如，我們的業務依賴於我們的技術人員進一步開發AI算法及將海量數據資源及數據洞察應用於我們的跨境社交電商業務中。任何該等人員的離職均可能對我們的業務及前景產生不利影響。我們未必能輕易或迅速地補充流失的人員，且我們可能會在招聘、培訓及留住新員工方面產生額外的費用。倘意外流失其中一名或多名人士，亦可能對我們造成重大不利影響。

風險因素

未能遵守職業健康及安全的相關法律、法規及規則可能會使我們受到調查及行政處罰，從而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

由於我們在日常業務運營中聘請大量僱員，我們對與職業健康及安全相關的法律及監管規定特別敏感，違反規定可能會導致我們受到行政處罰。於往績記錄期間，我們並無遇到任何因不遵守職業健康及安全法律法規而導致對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響的事件。然而，我們無法向閣下保證我們將不會受到監管行動或行政處罰。為確保遵守職業健康及安全的相關法律法規，我們已採納若干內部規則，以加強我們對職業健康及安全的法律、法規及規則的遵守。請參閱「業務－環境、社會及企業管治」。然而，我們無法向閣下保證我們或我們的僱員將來會完全遵守職業健康及安全的相關法律及法規。倘我們未遵守有關法律及法規，我們可能會受到紀律警告或行政處罰，從而可能會對我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

中國內地執行更嚴格的勞動法律法規以及勞動力成本增加可能對本集團的業務及經營業績產生不利影響。

中國法律法規要求我們為僱員的利益向指定政府機構支付不同的法定僱員福利，包括養老金、住房公積金、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險。相關政府部門可檢查僱主是否已向法定僱員福利支付足夠款項。我們預計，包括工資及僱員福利在內的勞動成本將繼續增加，這可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

與我們主要業務所在地的業務及行業有關的風險

影響全球宏觀經濟環境的經濟、政治及社會因素可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們經營所在市場的經濟狀況乃對全球經濟狀況、以及經濟和政治政策變動及我們經營所在市場預期或認為的整體經濟增長率敏感。經濟的嚴重或長期放緩可能對我們的業務、經營業績及財務狀況構成重大不利影響。全球宏觀經濟環境面臨諸多挑戰。部分世界主要經濟體的中央銀行和金融機關所採取的擴張性貨幣和財政政策的長期影響存在相當大的不確定性。

風險因素

此外，宏觀經濟增長伴隨著全球高通脹期的出現。作為應對措施，政府當局不時實施政策控制全球通脹，如實施更加嚴格的銀行貸款政策或較高的利率限制可用信貸。政府當局可能會不時採取類似措施以應對未來的全球通脹壓力。在沒有政府當局緩解政策的情況下，全球通脹肆虐可能會增加我們的成本，從而大大削弱我們的盈利能力。無法保證我們能將任何額外成本轉移至消費者及/或企業客戶。另一方面，該等控制措施亦可能導致全球經濟活動放緩，而我們的產品需求可能有所下降。

我們的日常業務運營及生產過程需消耗電力。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的用電及日常運營並無應當地政府部門要求而遭遇暫停或限制。我們無法向閣下保證，我們將來不會遭遇任何電力短缺或停電，從而可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

此外，政治狀況，例如國際貿易緊張局勢，可能會對我們的業務產生重大不利影響。例如，全球貿易慣例和外交政策不斷變化，例如貿易保護主義及持續的貿易爭端，可能會進一步影響全球經濟及市場，包括我們經營所在市場。此外，關稅、配額、禁運、保障措施及海關限制等貿易限制，可能會限制我們銷售產品及安排向其他市場進行跨境交付的能力，從而可能對我們的經營業績產生負面影響。

由於貿易爭端、制裁和可能禁止或阻礙跨境交易的法規等因素，地緣政治緊張局勢已升級，並可能繼續升級。政治緊張局勢加劇可能會降低全球貿易、投資、技術交流和其他經濟活動的水平。有關緊張局勢及緊張局勢升級均可能對貿易和營商環境產生負面影響，進而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

此外，社會動盪、恐怖主義威脅以及潛在和正在進行的戰爭等各種社會狀況，可能會增加全球市場的波動性，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

風險因素

我們面臨著與外匯匯率波動相關的風險。

人民幣兌其他貨幣的價值波動，受政府政策變動的影響，並在很大程度上取決於國際經濟及政治發展以及本地市場的供求情況。難以預測未來市場因素或政府政策會如何影響人民幣與其他貨幣之間的匯率。隨著外匯市場的發展、利率市場化及人民幣國際化的推進，中國政府未來或會進一步推進匯率制度改革。

我們在跨境社交電商業務中向消費者進行的銷售主要以外幣計值及結算，其餘主要以我們產品銷往的國家的貨幣計值及結算。我們主要以人民幣向國內供應商付款。於往績記錄期間，我們因外匯匯率波動而就以外幣(大部分以美元)計值的尚未收回貿易應收款項及其他應收款項錄得匯兌虧損淨額。因此，外幣(尤其是美元)與人民幣之間的匯率變動可能影響我們的經營業績及與境外賣家競爭的能力。於2024年，我們確認的匯兌虧損淨額分別為人民幣3.5百萬元，佔同期總收入的0.06%。於2022年及2023年，匯兌收益淨額為人民幣10.7百萬元及人民幣1.0百萬元，分別佔總收入0.20%及0.01%。

人民幣兌其他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。其他外幣兌人民幣大幅貶值，可能對我們的毛利產生負面影響，而其他外幣升值可能對我們的毛利產生積極影響。經考慮我們產品的競爭格局後，我們可能選擇通過提高我們的產品售價以減輕其他外幣貶值的影響。

為管理外匯風險，我們通常簽訂外匯對沖合約。該等合約具有在特定日期按固定匯率兌換我們外幣的作用，因此我們不會在特定時間內受到外匯匯率變動的影響。儘管我們設法管理我們的外匯匯率風險敞口，以盡量減少匯率波動的負面影響，但無法保證我們能夠成功做到這一點，特別是因為外國對沖工具以合理成本對沖人民幣的影響有限。然而，我們的財務狀況及業績可能會受到外匯匯率不利波動的不利影響。所有該等因素均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響，並可能導致我們股份以外幣計算的價值及以外幣派付的股息減少。

風險因素

此外，如果中國人民銀行的加息，或美國、歐盟及其他國家或地區的市場混亂，可能會增加我們的借款成本，或對我們獲得流動資金來源的能力產生不利影響，而我們可能依靠該等流動資金來源為我們的運營提供資金及履行我們的到期債務義務。我們擬繼續進行投資以支持我們的業務增長，並可能需要額外的資金以應對業務挑戰。任何未能以合理成本獲得流動資金來源為我們的運營提供資金或履行我們的義務的情況均可能對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

此外，[編纂]將以港元收取。因此，人民幣兌港元及美元的任何升值均可能導致我們的[編纂]價值下降。相反，人民幣的任何貶值可能會對以外幣計值股份的價值及應付股息造成不利影響。我們對沖外幣風險的可用工具有限。

外幣兌換政策可能會影響我們的外匯交易，包括向[編纂]持有人支付股息。

我們的部分收入以人民幣計值。目前，人民幣兌換外幣必須遵守相關法律法規，而外幣的兌換及匯出必須遵守中國外匯法規。根據中國現行的外匯監管制度，我們於經常賬戶下進行的外匯交易，包括[編纂]完成後的股息支付，毋需事先獲得國家外匯管理局的批准，但我們必須提交書面交易證明，並在中國內地擁有必要外匯業務許可證的指定外匯銀行進行此類交易。然而，我們在資本賬戶下進行的外匯交易必須事先獲得國家外匯管理局的批准或進行登記。

有關經常賬戶及資本賬戶項下外匯交易的政策今後不一定會繼續實行。此外，該等外匯政策可能會限制我們獲得足夠外匯的能力，從而可能會對我們的外匯交易及滿足其他外匯需求產生不利影響。倘有關以外幣向股東支付股息的政策發生變化，或其他外匯政策發生變化，導致外匯不足，我們以外幣支付股息可能會受到影響。

風險因素

閣下可能難以送達法律程序文件及強制執行針對我們及我們管理層的判決。

我們是一家根據中國法律註冊成立的公司，我們的大部分業務、資產及營運均位於中國內地。此外，我們的大多數董事、監事及高級職員居住在中國內地，且該等董事、監事及高級職員的絕大部分資產均位於中國內地。因此，閣下可能無法直接向我們或有關董事、監事或高級職員送達程序文件。根據於2024年1月29日生效的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》，任何指定中國內地人民法院或任何指定香港特別行政區法院在具有書面管轄協議的民商事案件中作出的須支付款項的具有執行力的終審判決，當事人可以向相關中國內地人民法院或者香港特別行政區法院申請認可和執行判決。此外，中國內地並未與美國、英國、日本及許多其他國家訂立相互認可和執行法院判決的條約。再者，香港特別行政區並未與美國訂立相互執行判決的安排。根據《中華人民共和國民事訴訟法》以及其他適用法律及法規，鑒於條約規定中國內地與判決作出國之間相互執行法院判決，在美國及上述任何其他司法權區獲得的法院判決可在中國內地或香港特別行政區得以認可及執行。

[編纂]持有人可能須繳納中國稅項。

作為一家於中國註冊成立的公司，根據適用的中國稅法，我們須就全球收入繳納高達25%的稅款。根據中國適用稅務法律、規則及法規，非中國居民個人及非中國居民企業須就向我們收取的股息或因出售或以其他方式處置**[編纂]**變現獲得的收益承擔不同的稅務責任。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施條例，非中國居民個人須就中國境內來源收取的股息收入繳納20%的中國個人所得稅，我們須從所支付的股息中預扣該稅項。若中國內地與該海外人士所居住的司法權區簽訂避免雙重徵稅和防止偷稅漏稅的適用稅收協定，則適用稅率將按相關稅收協定釐定。鑒於稅收協定或稅收協議規定的股息適用稅率通常為10%，而上市公司股東數目龐大，故為了簡化稅收管理，**[編纂]**於香港特別行政區**[編纂]**的中國境內非外商投資企業一般可按10%稅率預扣股息所得稅。仍不確定非中國居民個人處置**[編纂]**變現獲得的收益是否須繳納中國個人所得稅。

風險因素

根據企業所得稅法以及中國其他適用稅務規則及法規，對於在中國內地未設立機構、場所，或者雖然設立機構、場所但取得的所得與其所設機構或場所沒有聯繫的非中國居民企業，須就自中國公司獲得的股息收入以及因出售或以其他方式處置中國公司股權變現獲得的收益繳納10%的中國企業所得稅。10%的稅率須根據中國內地與非居民企業所屬司法權區簽訂的任何特別安排或適用協定作出調減。

非中國居民[編纂]股東出售或以其他方式處置其[編纂]所變現的收益是否以及如何繳納企業所得稅仍存在不確定性。此外，倘中國稅務機關目前規定的適用稅率發生不利變動，則閣下於我們[編纂]的[編纂]價值可能會受到重大影響。

根據企業所得稅法，於境外成立而其「實際管理機構」位於中國內地的企業被視為「居民企業」，這意味著其在中國企業所得稅方面可享受與中國企業類似的待遇。企業所得稅法實施條例將「實際管理機構」界定為對企業的「生產及經營、人員、會計及財產實施實質性全面管理和控制的管理機構」。此外，《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)規定，倘下列機構或人員位於或居於中國內地，則若干境外註冊中資控股企業(界定為根據境外國家或地區法律註冊成立的企業及中國企業或集團企業為其主要控股股東的企業)將分類為居民企業：(i)負責實施日常生產經營管理運作的高層管理人員及其高層管理部門；(ii)財務決策及人事決策機構；(iii)主要財產、會計賬簿、公司印章、董事會和股東會議紀要檔案；及(iv)1/2(含1/2)以上有投票權的高層管理人員或董事。中國國家稅務總局其後對82號文的實施提供進一步指引。

由於本公司大部分營運管理目前於中國內地進行，我們的境外附屬公司就企業所得稅法而言可能會被視為「中國居民企業」。倘我們的境外附屬公司被視作中國居民企業，則該等附屬公司可能須就我們的全球收入按25%的稅率繳納企業所得稅，惟倘若自中國附屬公司收取的股息收入屬於「中國居民企業自其亦為中國居民企業的直接投資實體收取的股息」，則有關股息可免徵企業所得稅。然而，何類企業會被視為此意義下的「中國居民企業」尚不明朗。附屬公司須就全球收入繳納的企業所得稅可能會大大加重我們的稅務負擔，並對我們的現金流量及盈利能力造成不利影響。

有關更多資料，請參閱本文件附錄三「稅項及外匯」。

風險因素

股息派付須受中國法律限制。

根據中國法律，股息只能從可分派利潤中派付。可分派利潤是我們根據中國公認會計原則或國際財務報告準則所釐定的利潤(以較低者為準)，扣除收回的任何累計虧損及我們必須提取法定及其他儲備的金額。因此，我們可能沒有充足或任何可分派利潤用於向我們的股東分派股息，在我們盈利的年度亦如此。任何特定年度未獲分派的可供分派利潤可予以保留且可供往後年度分派。

此外，在確定派息率時，我們須遵守中國監管機構訂明的股息分派規則，而我們不能向閣下保證，日後我們的股息分派數額及用於支持我們業務發展及增長的資金數額不會受到影響。

此外，由於根據中國公認會計原則計算的可分派利潤與根據國際財務報告準則所計算者在若干方面有所不同，故我們的附屬公司可能沒有根據中國公認會計原則釐定的可供分派利潤(即使其根據國際財務報告準則釐定錄得年內利潤)，反之亦然。因此，我們可能無法自附屬公司獲得足夠分派。倘我們的附屬公司未能向我們派付股息，可能會對我們的現金流量及日後向股東派付股息的能力產生負面影響，包括財務報表顯示我們的業務錄得盈利的期間。

與[編纂]有關的風險

A股市場及[編纂]市場的監管規定及特徵可能有所差異。

我們的A股現時在深交所上市及買賣。[編纂]後，我們的A股將會繼續在深交所買賣，而我們的[編纂]將會[編纂]。我們將須遵守該兩個司法權區的上市規則(倘適用)及其他監管機制，除非相關監管機構另有協定者則作別論。因此，我們或會在遵守兩個司法權區規定的過程中產生額外的成本及資源。

此外，A股市場及[編纂]市場具有不同特徵，包括不同的[編纂]。未經監管部門批准，我們的A股及[編纂]不能互相轉換或替代。由於存在該等差異，A股及[編纂]的成交價亦可能會有所不同。A股價格的波動可能對[編纂]價格帶來不利影響，反之亦然。由於A股市場及[編纂]市場的特徵有異，A股的歷史價格未必可預示[編纂]的表現。因此，閣下評估對[編纂]的投資時，不應依賴A股過往的成交記錄。

風險因素

[編纂]於進行[編纂]前並無過往公開市場，故此 閣下未必能按 閣下所支付的價格或更高的價格轉售[編纂]，甚至根本無法轉售[編纂]。

於[編纂]完成前，[編纂]並無[編纂]。我們無法保證[編纂]於[編纂]完成後將形成交投活躍的市場或有關市場(倘若形成)將得以維持。[編纂]由本公司與[編纂](為其本身及代表[編纂])磋商而釐定，並不反映[編纂]於[編纂]完成後的[編纂]。於[編纂]完成後任何時間，[編纂]的[編纂]可能跌至低於[編纂]。

[編纂]的[編纂]及[編纂]或會波動，可能使 閣下蒙受重大虧損。

此外，[編纂]的[編纂]及[編纂]或會因香港特別行政區、中國內地、美國及世界其他地區證券市場的整體市況等我們無法控制的因素而出現波動甚至大幅波動。具體而言，其他主要在中國內地經營業務而證券在香港特別行政區[編纂]的公司的表現及市價波動或會影響[編纂]的價格及成交量的波幅。多家總部位於中國內地的公司的證券已在香港特別行政區[編纂]，部分正籌備在香港特別行政區[編纂]。若干該等公司曾經出現大幅波動，包括[編纂]後價格大幅下跌。該等公司的證券於[編纂]當時或之後的成交表現或會影響投資者對在香港特別行政區[編纂]的中國內地公司的整體投資情緒(不論正面或負面)，故此可能會影響[編纂]的[編纂]表現。該等廣泛的市場及行業因素或會嚴重影響[編纂]的[編纂]及波幅(不論我們的實際經營表現如何)，並可能使 閣下對[編纂]的投資蒙受虧損。

[編纂]日後在公開市場的供應大量增加或預期大量增加，均可能導致[編纂]的市價大幅下跌，及／或攤薄[編纂]股東的持股比例。

[編纂]或與[編纂]相關的其他證券日後在[編纂]的大量出售，或[編纂]發行時，或預期發生上述出售或發行事宜，均可能導致[編纂]的[編纂]下跌。日後出現大量的證券出售或預期出售(包括任何未來發售)也會對我們在指定時間按有利於我們的條款籌集資本的能力造成重大不利影響。此外，如我們於未來發行更多證券，股東的持股量可能會被攤薄。[編纂]亦可能具有較[編纂]優先的權利和特權。

風險因素

單一最大股東團體對本公司具有重大影響力，且單一最大股東團體的利益未必與其他股東的利益一致。

單一最大股東團體對我們的業務及營運具有重大影響力，包括與管理及政策有關的事項、收購決策、擴張計劃、業務合併、出售我們全部或絕大部分資產、提名董事、派付股息或其他分派以及其他重要的企業行動。緊隨[編纂]完成後及假設[編纂]並無獲行使，單一最大股東團體將合共持有我們A股的約[編纂]。投票權集中及單一最大股東團體對本公司有重大影響力或會妨礙、延遲或阻止本公司控制權的變更，可能剝奪其他股東作為出售本公司一部分而獲得股份溢價的機會並使[編纂]價格下降。此外，單一最大股東團體的利益可能與其他股東的利益不同。根據上市規則、組織章程細則及其他適用法律法規，單一最大股東團體可繼續對我們有重大影響力，並促使我們進行交易或採取或不採取行動或作出與其他股東最佳利益衝突的決定。

[編纂]的買方將於[編纂]後即時受到大幅攤薄，日後或會進一步被攤薄。

由於[編纂]的[編纂]高於緊接[編纂]前我們[編纂]的[編纂]有形賬面淨值，故此[編纂]的[編纂]買家將即時受到攤薄。此外，我們日後可能發行[編纂]。倘我們日後以低於發行該等額外[編纂]前的每股有形淨值的價格發行額外[編纂]，[編纂]的買家在[編纂]的[編纂]有形淨值可能會被攤薄。

風險因素

我們以往的股息未必為我們未來股息政策的指標，及概不能保證我們未來是否及何時派付股息。

以往期間派付的股息未必為未來股息派付的指標。我們無法保證未來何時、是否以及以何種形式派發股息。於往績記錄期間，我們(i)於2023年1月宣派2022年首三個季度中期股息人民幣99.5百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.63元(含税)；(ii)於2023年9月宣派2023年半年度中期股息人民幣75.7百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.00元(含税)；(iii)於2024年3月宣派2023年年度股息人民幣136.8百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣3.60元(含税)；及(iv)於2024年11月宣派2024年首三個季度中期股息人民幣68.2百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣1.80元(含税)。此外，我們於2025年4月宣派2024年年度股息總額人民幣59.8百萬元，即每10股本公司A股股息人民幣1.58元(含税)(以董事會截至批准股息宣派日期之A股數量為基準，不包括已購回及作為庫存股持有之A股)。日後，董事會可能會在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及當時可能認為相關的其他因素後宣派股息。宣派及派付任何股息以及股息金額都將受公司章程文件及中國法律法規所規限，並須於股東大會上批准。除非從我們合法可供分派的利潤及儲備中撥款，否則不得宣派或派付股息。

此外，即使我們的財務報表顯示我們的業務一直盈利，我們亦可能無足夠的利潤或現金流使我們能夠在未來向股東分派股息。於任何情況下，過往分派記錄不應作為未來應付股息金額的參考。

因此，閣下對[編纂]的投資收益很可能完全取決於[編纂]未來[編纂]。概不保證[編纂]會升值，甚至無法保證維持閣下[編纂]時的[編纂]。閣下未必能自[編纂]中獲得回報，甚至可能面臨損失閣下[編纂]全部[編纂]的風險。

風險因素

閣下不應依賴我們發佈的與我們的A股在深交所上市有關的任何資料。

自我們的A股在深交所上市以來，我們一直遵守中國內地的定期報告及其他資料披露要求的規定。因此，我們不時在深交所或深交所指定的其他媒體上公開發佈與我們有關的資料。然而，我們公佈的與A股上市相關的資料是基於中國內地的監管要求及市場慣例，與[編纂]適用的監管要求及市場慣例不同。該等資料現在及將來均不會構成本文件的一部分。因此，[編纂]的潛在投資者請注意，在作出是否購買[編纂]的[編纂]時，應僅依賴本文件所載的財務、經營及其他資料。通過申請購買[編纂]的[編纂]，閣下將被視為已同意，除本文件所載資料以及我們在香港特別行政區發佈的與[編纂]相關的任何正式公告外，閣下將不會依賴其他任何資料。

概不保證本文件所載來自多份刊物的若干事實、預測及其他統計數字的準確性或完整性。

本文件中與中國B2C出口社交媒體電商行業整體及於亞洲市場的情況以及紙製快消品銷售包裝市場有關的事實、預測及統計數字乃自我們委託編製或可公開獲取的第三方報告以及其他公開可得的來源獲取。我們委託灼識諮詢就[編纂]編製灼識諮詢報告(一份獨立行業報告)。我們相信此資料的來源為有關資料的適當來源，且合理謹慎地摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信此資料屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何事實致使有關資料屬虛假或含誤導成分。來自官方政府來源的資料尚未經我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他方獨立核實，對其準確性亦不發表任何聲明。閣下於任何情況下均應仔細考慮對該等資料或統計數據的倚重性。

風險因素

閣下應細閱整份文件以作出投資決定，不應依賴報章報導或其他媒體有關我們及[編纂]的任何資料。

強烈建議 閣下切勿依賴報章報導或其他媒體有關我們及／或[編纂]的任何資料。於本文件刊發前，已有關於我們及／或[編纂]的報章及媒體報導。該等報章及媒體報導可能引用本文件所載者以外的若干資料，包括若干經營及財務資料及預測、估值及其他資料。我們並無授權在報章或媒體披露任何該等資料，且對任何上述報章或媒體報導或該等資料或刊物的準確性或完整性概不承擔任何責任。我們對任何該等資料或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性概不發表任何聲明。倘任何該等資料與本文件所載的資料不一致或衝突，則我們概不承擔任何責任，故此 閣下不應依賴該等資料。 閣下應僅依據本文件所載資料作出投資決定，強烈建議 閣下切勿依賴報章報導或其他媒體有關我們、[編纂]或[編纂]的任何資料。

本文件所載前瞻性陳述乃基於各種假設。存在若干可能導致我們的實際業績或成就與該等前瞻性陳述中明示或暗示的業績或成就大相徑庭的不確定因素、風險及其他不可預見的因素。有關該等陳述及相關風險的詳情請參閱「前瞻性陳述」。

載於本文件的前瞻性陳述乃基於若干假設及受風險及不確定因素影響。

本文件載有關於我們的若干前瞻性陳述及資料，該等陳述及資料乃基於我們所信、所作假設及目前所得資料而作出。本文件所用詞彙，如「相信」、「期望」、「估計」、「預測」、「旨在」、「有意」、「將」、「可能」、「計劃」、「認為」、「預期」、「謀求」、「應當」、「可能」、「或會」、「繼續」等詞彙及其他類似表述，如與本公司或董事有關，均擬用作識別前瞻性陳述。該等陳述反映我們對未來事件、業務經營、流動資金及資本資源的現時觀點，而以上所述可能不會實現或可能出現變動。該等陳述存在若干不明朗因素及假設(包括本文件所述的其他風險因素)。在上市規則持續披露責任或聯交所其他規定的規限下，我們並無打算公開任何因新資料、未來事件或其他方面而更新或以其他方式修訂本文件所載的前瞻性陳述。因此， 閣下不應過度倚賴該等前瞻性陳述及資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，本公司已申請豁免嚴格遵守下文所載上市規則的相關規定。

有關管理人員留駐香港特別行政區的豁免

根據上市規則第8.12及19A.15條，我們須有足夠管理人員留駐香港特別行政區，即通常須有最少兩名執行董事常居香港特別行政區。由於本集團絕大部分業務在香港特別行政區境外管理及營運，且我們除陸它山先生外其他執行董事均常居中國內地，我們現時並無且於可見將來亦不會有足夠的管理人員留駐香港特別行政區，以符合上市規則第8.12及19A.15條的規定。因此，我們已向聯交所申請，且聯交所已批准我們豁免嚴格遵守上市規則第8.12及19A.15條以及[編纂]第3.10章第10段的規定，惟須符合以下條件：

- (a) 我們已按上市規則第3.05條委任莊浩女士及陸先生為我們的授權代表，作為我們與聯交所的主要溝通渠道。我們已向聯交所提供彼等的聯絡方式，彼等可應聯交所要求在合理時間內與聯交所會面，且聯交所可隨時通過電話、傳真及電郵與彼等聯絡；
- (b) 倘聯交所欲就任何事宜聯絡我們的董事，各授權代表均有方法隨時從速聯絡我們所有董事。我們將實施以下措施：(i)各董事必須向我們的授權代表及聯交所提供其移動電話號碼、辦事處電話號碼、傳真號碼及電郵地址；及(ii)倘董事預期外出或基於其他原因而不在辦公室，須向我們的授權代表提供其住處的電話號碼。我們已向聯交所提供各董事的聯絡方式以方便與聯交所溝通；
- (c) 各非於香港特別行政區常居的董事均持有或可申請有效訪問香港特別行政區證件，且可在合理時間內與聯交所會面；
- (d) 我們已根據上市規則第3A.19條委任一名合規顧問復星恒利資本有限公司，作為與聯交所的額外及替代溝通渠道，合規顧問的代表完全可以回答聯交所的查詢。合規顧問將就[編纂]後的持續合規規定以及上市規則及香港特別行政區其他適用法例及法規所產生的其他事宜向本公司提供意見，並可於任何時間聯絡到我們的授權代表、董事及其他高級職員，以確保其能夠及時回應聯交所就本公司作出的任何詢問或要求；及

豁免嚴格遵守上市規則

- (e) 聯交所與董事之間的任何會面將於合理時間內透過我們的授權代表或合規顧問安排或直接與我們的董事安排。我們將及時通知聯交所有關授權代表及合規顧問的任何變更。

有關聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第3.28及8.17條，我們的公司秘書必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的個別人士。上市規則第3.28條附註1規定，聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：

- (a) 香港公司治理公會會員；
- (b) 香港法例第159章法律執業者條例所界定的律師或大律師；或
- (c) 香港法例第50章專業會計師條例所界定的執業會計師。

上市規則第3.28條附註2規定，於評估「相關經驗」時，聯交所會考慮下列各項：

- (a) 該名人士任職於上市發行人及其他發行人的年期及其所擔當的角色；
- (b) 該名人士對上市規則以及其他相關法例及法規(包括證券及期貨條例、公司條例、公司(清盤及雜項條文)條例及收購守則)的熟悉程度；
- (c) 除上市規則第3.29條的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓；及
- (d) 該名人士於其他司法權區的專業資格。

考慮到陸它山先生過去於本集團的工作經驗以及彼對我們的內部管理、業務運營及企業文化的透徹了解，我們已委任陸它山先生為聯席公司秘書之一。因此，儘管陸先生不具備上市規則第3.28條嚴格要求的特定資格，但我們的董事認為，陸先生有能力在李忠成先生的協助下履行聯席公司秘書的職能，而李忠成先生滿足上市規則第3.28條的規定並已獲委任以擔任另一名聯席公司秘書，並於[編纂]起首三年期間就[編纂]的合規事宜以及其他香港監管規定協助陸先生。於此期間，我們將實施以下措施協助陸先生符合上市規則第3.28及8.17條規定的必要資格：

豁免嚴格遵守上市規則

- (a) 李先生將向陸先生提供協助，以使陸先生能夠履行本公司聯席公司秘書的職務及職責。鑑於李先生擁有相關經驗，彼將能夠就上市規則及香港特別行政區其他適用法例及法規的相關規定向陸先生及我們提供意見；
- (b) 陸先生將自[編纂]起首三年期間獲得李先生協助，彼應足以取得上市規則第3.28條規定的必要知識及經驗；
- (c) 我們將確保陸先生獲得讓其熟悉上市規則及香港聯交所[編纂]的發行人公司秘書之職務的相關培訓及支持，而陸先生已承諾將會參加該等培訓；
- (d) 李先生將就企業管治、上市規則及與我們營運及事務相關的香港其他適用法例及法規的事宜定期與陸先生溝通。李先生將與陸先生緊密合作，並協助陸先生履行其作為公司秘書的職務及職責，包括但不限於組織董事會會議及股東大會；及
- (e) 根據上市規則第3.29條，李先生及陸先生亦將於每個財政年度參加相關專業培訓課程不少於15小時，藉以熟悉上市規則的規定及其他香港特別行政區法例及監管規定。在適當及需要的情況下，李先生及陸先生將會獲得我們有關香港特別行政區法例方面的法律顧問及合規顧問提供意見。

因此，我們已向聯交所申請且聯交所已批准我們自[編纂]起初始為期三年（「豁免期」）豁免嚴格遵守上市規則第3.28及8.17條的規定。[根據[編纂]第3.10章第13段，授予豁免的條件為：(1) 陸先生必須由李先生協助，而李先生具備第3.28條規定的資格或經驗並於整個豁免期內獲委任為聯席公司秘書；及(2)倘本公司嚴重違反上市規則，則該豁免可予撤回。]於該三年期間屆滿前，我們將會進一步評估陸先生的資格及經驗，以決定是否符合上市規則第3.28及8.17條所訂明的規定，且我們將聯絡聯交所以評估陸先生在該三年受惠於李先生的協助下，是否已取得上市規則第3.28條附註2所界定的相關經驗，而毋須進一步申請豁免。

有關李先生及陸先生履歷的更多詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」一節。

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]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事、監事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍

執行董事

王亞朋先生	中國 河南省 鄭州市 地潤路2-4號 綠城百合公寓 四期北苑	中國

莊浩女士	中國 廈門市 思明區 筭簪路2-34號	中國

張和平先生	中國 廈門市 思明區 筭簪路2-34號	中國

莊澍先生	中國 廈門市 思明區 體育路96號401室	中國

陸它山先生	香港特別行政區 北角 寶馬山道1號 寶馬山花園 12座17樓E室	中國

非執行董事

廖生興先生	中國 江西省 贛州市 章貢區 南康路 中海國際社區 凱旋門 35棟1501室	中國

董事、監事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
獨立非執行董事		
張國清博士	中國 廈門市 思明南路422號 廈門大學海濱 44號樓303	中國
楊晨暉博士	中國 廈門市 思明區 會展北里11號801室	中國
薛永恒教授	香港特別行政區 新界 沙田 富健街8-12號 瑞峰花園 1座7樓B室	中國
韓建書先生	中國 山西省 太原市 杏花嶺區 萬達天璽小區 A2區6-2-2501	中國
吳永蓓女士	香港特別行政區 九龍 長沙灣 青山道267號5樓	中國

董事、監事及參與[編纂]的各方

監事

姓名	地址	國籍
白雪婷女士	中國 廈門市 思明區 湖濱三里93號303室	中國
何卓鐸先生	中國 成都市 武侯區 中苑巷6號 3棟1單元5樓	中國
胡官宏先生	中國 陝西省 西安市雁塔區 金輝悅府7-1-1503	中國

有關我們董事及監事的履歷詳情及其他相關資料，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」。

參與[編纂]的各方

聯席保薦人及[編纂] <i>(按英文字母順序排列)</i>	中國國際金融香港證券有限公司 香港特別行政區 中環 港景街1號 國際金融中心一期29樓
	招銀國際融資有限公司 香港特別行政區 中環 花園道3號 冠君大廈45樓

董事、監事及參與[編纂]的各方

[編纂]

董事、監事及參與[編纂]的各方

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港特別行政區法律
德同國際有限法律責任合夥
香港特別行政區
中環
康樂廣場1號
怡和大廈
3201室

有關當地香港特別行政區法律
羅拔臣律師事務所
香港特別行政區
皇后大道中99號
中環中心57樓

有關中國法律
康達律師事務所
中國
北京市
朝陽區
建外大街丁12號
英皇集團中心8層

有關中國數據合規
北京市君合律師事務所
中國
北京市
建國門北大街8號
華潤大廈20層

董事、監事及參與[編纂]的各方

有關中國台灣法律

理律法律事務所

中國台灣

11072台北市

忠孝東路四段

555號8樓

有關新加坡法律

Dentons Rodyk & Davidson LLP

80 Raffles Place

#33-00 UOB Plaza 1

Singapore 048624

有關沙特阿拉伯王國法律

Al Tamimi & Company

Abdulhadi Al Hugayet Tower, 9th Floor,

Prince Turki Street, Al Shamaliah Area

PO Box 1227, Al Khobar 31952, Saudi Arabia

有關韓國法律

Shin & Kim LLC

23F, D-Tower (D2)

17 Jongno 3-gil, Jongno-gu

Seoul 03155, Korea

有關日本法律

Anderson Mori & Tomotsune

Otemachi Park Building

1-1-1 Otemachi, Chiyoda-Ku

Tokyo 100-8136

Japan

有關菲律賓法律

SyCip Salazar Hernandez & Gatmaitan

SyCipLaw Center

105 Paseo de Roxas

Makati City 1226

The Philippines

有關馬來西亞法律

Christopher & Lee Ong

Level 22, Axiata Tower

No.9, Jalan Stesen Sentral 5

Kuala Lumpur Sentral

50470 Kuala Lumpur, Malaysia

董事、監事及參與[編纂]的各方

	有關泰國法律 Weerawong, Chinnavat & Partners Ltd. No. 1 Park Silon Tower, 39th Floor Convent Road, Silom Bangrak, Bangkok 10500 Thailand
[編纂]及聯席保薦人法律顧問	有關香港法律 嘉源律師事務所 香港中環 康樂廣場8號 交易廣場1期 35樓3502-03室 有關香港法律 安理謝爾曼思特靈律師事務所 香港特別行政區 中環 交易廣場第三座九樓 有關中國法律 漢坤律師事務所 中國 北京市 東城區東長安街1號 東方廣場C1座9層
核數師及申報會計師	安永會計師事務所 執業會計師 香港特別行政區 鰂魚涌 英皇道979號 太古坊一座27樓
合規顧問	復星恒利資本有限公司 香港特別行政區 中環 花園道3號 冠君大廈21樓2101-2105室
行業顧問	灼識企業管理諮詢有限公司 中國 上海市 靜安區 普濟路88號 靜安國際中心B座10樓

董事、監事及參與[編纂]的各方

稅務顧問

安永(中國)企業顧問有限公司
中國
上海市
浦東新區
世紀大道100號
上海環球金融中心50樓

[編纂]

公司資料

註冊辦事處及中國總部

中國
福建省廈門市
海滄區
東孚工業區二期浦頭路9號

香港主要營業地點

香港特別行政區
告士打道56號
東亞銀行港灣中心
15樓5號辦公室

公司網站

www.jihong.cn
(網站所載資料並不構成本文件的一部分)

聯席公司秘書

陸它山先生
香港特別行政區
北角
寶馬山道1號
寶馬山花園
12座17樓E室

李忠成先生
(CPA (HKICPA), FCCA (ACCA))
香港特別行政區灣仔
皇后大道東183號
合和中心46樓

授權代表

莊浩女士
中國
廈門市
思明區
筓簪路2-34號

陸它山先生
香港特別行政區
北角
寶馬山道1號
寶馬山花園
12座17樓E室

戰略委員會

王亞朋先生(召集人)
莊浩女士
韓建書先生

審計委員會

張國清博士(召集人)
吳永蓓女士
楊晨暉博士

公司資料

薪酬與考核委員會

吳永蓓女士(召集人)
張國清博士
莊澍先生

提名委員會

楊晨暉博士(召集人)
薛永恒教授
張和平先生

[編纂]

主要往來銀行

招商銀行股份有限公司廈門分行
中國
福建省
廈門市
思明區
領事館路18號

中國農業銀行股份有限公司廈門海滄支行
中國
福建省
廈門市
海滄區
海富路254號

行業概覽

本章節及本文件其他章節所載的資料及統計數據乃摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告，以及摘錄自多份政府官方刊物和其他公開刊物。我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製一份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。我們並無理由相信有關資料屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何事實以使有關資料屬虛假或含誤導成分。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實政府官方來源資料，亦無就其準確性作出任何聲明。

中國B2C出口電商市場概覽

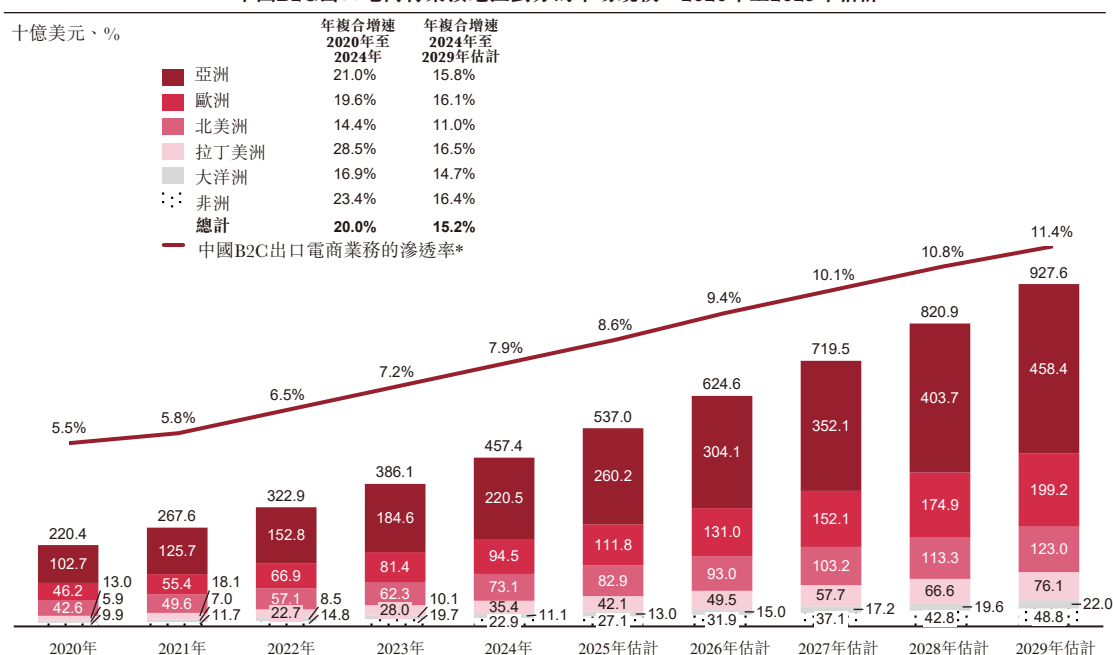
隨著互聯網用戶數量的不斷增長及移動技術的快速發展，電商行業超越了時空界限，賦予更大的靈活性及更高的效率，並提供廣泛的產品，從而徹底改變了消費者的購物體驗。數字支付系統與前沿物流技術無縫融合，進一步助推B2C電商行業增長。因此，全球電商市場蓬勃發展，2024年市場規模以收入計達到5.8萬億美元。

全球B2C跨境電商指跨越海關邊界的全球B2C電商交易。在蒸蒸日上的電商行業中，隨著全球貿易互聯互通日益加深，全球B2C跨境電商市場展現出非凡的韌性。憑藉數字技術、物流基礎設施及供應鏈優化的快速進步，全球跨境電商市場在全球B2C電商整體市場中的份額持續擴大。2024年，全球B2C跨境電商市場以收入計達到12,328億美元。

中國B2C出口跨境電商指中國企業利用線上渠道向海外消費者銷售產品的銷售模式。中國B2C出口跨境電商業務市場規模包括中國企業透過網絡銷售渠道向中國內地以外國家及地區產生的收入，不包括中國內地銷售所產生的電商收入。借助中國先進的生產能力及多元化的產業集群，電商企業透過互聯網有效地將廣泛優質產品推向全球市場，滿足了國際消費者的多樣化需求。隨著全球貿易不斷整合，中國B2C出口電商市場展現出不凡的市場活力。2024年，中國B2C出口電商市場規模以收入計為4,574億美元，佔全球B2C電商市場的7.9%。此外，預計2029年市場規模將達到9,276億美元，佔全球B2C電商市場的11.4%，自2024年起年複合增速為15.2%。

行業概覽

中國B2C出口電商行業按地區劃分的市場規模，2020年至2029年估計



附註：中國B2C出口電商業務滲透率是指中國 B2C出口電商收入佔全球B2C電商收入的百分比。

資料來源：灼識諮詢報告

中國B2C出口電商市場的主要驅動力

全球互聯網使用量持續增長：隨著網絡基礎設施不斷進步及先進互聯網技術更廣泛應用，使用者體驗到更快、更穩定的互聯網接入。全球資訊互聯及數字化趨勢進一步加速了互聯網在全球的廣泛應用，從而使全球互聯網普及率由2020年的55.4%提高至2024年的60.7%。隨著移動互聯網的普及及線上內容的不斷增加，人們將愈加依賴互聯網獲得資料、娛樂及社交互動。預計這一持續趨勢將推動全球互聯網滲透率的增長，至2029年估計將達67.3%。全球互聯網使用率不斷增長預計將擴大全球範圍內電商行業的消費群體，為企業開拓更大的市場及把握日益增長的網購需求帶來重要機遇。

行業概覽

海外消費者對電商的接受度不斷提高：由於便捷的網購體驗、全球物流網絡不斷完善以及網購在全球普及，海外消費者越來越接受網購的理念。網購之所以越來越受歡迎，乃因其具有一鍵下單、送貨上門及無縫數字支付流程等便利功能。此外，網購通過直播演示及短視頻產品展示提供更佳的購物體驗。其有效克服了消費者過去普遍擔心無法在線上渠道購買前試用產品的先前限制。因此，就收入而言，電商銷售在全球零售市場中的份額迅速飆升，由2020年的17.1%升至2024年的19.0%。隨著全球網購日益普及，這一比例預計將繼續呈上升趨勢，於2029年前估計將達到22.1%。

與此同時，隨著電商的日益普及，消費者普遍不再僅僅滿足於本地生產的商品。相反，消費者積極從海外尋求新穎便捷的購物體驗及多樣化產品，以滿足個人需求及喜好，進一步為B2C出口電商行業的發展作出貢獻。

對電商行業的政策支持：中國政府實施了一系列政策來促進中國電商企業的國際化對外擴張。《國務院辦公室關於做好跨週期調節進一步穩外貿的意見》等政策的實施著重專注財政支持，為退稅提供便利，促進新貿易形式，減輕物流壓力，以及支持主要行業及公司。《關於推動外貿穩規模優結構的意見》主張市場擴展、恢復國內展覽、增加財政支持以及優化外貿環境。另外，設立跨境電商企業綜合試驗區等舉措有力促進中國B2C出口電商行業的發展。此外，中國政府為跨境社交電商業務頒佈利好政策。例如，《「十四五」商業發展計劃》透過跨境電商措施、標準及海外倉儲升級等方式推動對外貿易，目標到2025年實現貿易份額的10%。《「十四五」電子商務發展規劃》加強供應鏈服務創新，支持新型快遞服務，並構建國際物流系統。此外，《「十四五」數字經濟發展規劃》旨在引導高質量的對外貿易，推廣新貿易方式，並支持包括海外倉儲在內的多樣化貿易服務。與此同時，出口目的地國家亦已實施一系列政策，包括簡化清關流程及提供稅收優惠的舉措，以通過跨境電商渠道吸引其他國家的商品。

行業概覽

中國的供應鏈優勢：憑藉中國內地強大的製造基礎設施和富有彈性的供應鏈，中國內地製造的產品為消費者提供多樣化選擇，迎合特定的消費者要求。該等產品在品質、定價、創新等方面極具吸引力，滿足了海外消費者多樣化的消費需求，促進行業持續增長。

全球物流基礎設施不斷完善：全球物流網絡不斷完善，大大降低了全球長途運輸相關成本，使跨境電商企業能夠更有效、更便捷地將產品運往世界各地，為開拓新市場奠定堅實基礎。全球物流網絡不斷完善，持續推動了中國B2C出口電商市場的擴張。

中國B2C出口社交媒體電商市場概覽

線上流量是跨境電商賣家獲取潛在消費者及搶佔銷售機會的基石。線上流量更大意味著受眾更廣及潛在消費者更多，從而提高銷售及潛在收入的可能性。流量獲取的大小直接影響產品的曝光度及訪問量，而流量獲取的精準度則影響銷售轉化率。線上流量按來源可分為三種：自然流量、平台流量及社交媒體流量。各流量源均有獨特的優點、缺點及特性。因此，電商公司採取不同的策略以發揮不同流量來源的優勢。

- **自然流量。**自然流量包括由用戶搜尋或訪問產生的數據流，無需透過其他中間渠道進行引導，例如直接流量及搜尋流量。自然流量通常來自三個途徑：(i)品牌知名度，吸引消費者訪問並最終購買；(ii)搜尋引擎優化或SEO，旨在透過優化網站內容、關鍵字及外部連結提高網站或產品的可見度以及在搜尋引擎結果中的排名；(iii)口碑營銷，滿意的客戶向他人推薦產品或服務，從而增加訪問量及轉換率。自然流量以吸引具有持久忠誠度的高品質消費者而聞名。然而，獲取自然流量是一個漸進的過程，需消耗大量的時間及精力。消費者透過直接輸入網站的URL或在搜尋引擎上搜尋網站或品牌名稱方式進入電商獨立網站，此乃自然流量的典型例子。例如，當消費者在瀏覽器網址列中輸入shein.com或在Google上搜尋小米並進入小米的電商獨立網站時，此類訪問被視為自然流量。

行業概覽

- **平台流量。**平台流量指電商平台等第三方平台的數據流。平台流量指通常(i)透過有效的搜索引擎優化策略提高產品或品牌知名度排名及(ii)利用電商平台上的付費廣告累積的數據流。對於平台流量，消費者通常會聯想特定類型的產品，並自行在平台上進行搜尋。企業在利用平台流量進行銷售轉換時，重點在於突顯自身的品牌優勢及產品優勢，說服消費者在同類產品中選擇其產品。平台流量為若干在第三方電商平台內經營線上店面並利用平台流量的電商公司提供機會。雖然利用平台流量可產生顯著的效益，但該等公司本質上依賴彼等所駐守的電商平台的政策及動態。以小米及亞馬遜為例，亞馬遜上展示的小米的產品所吸引的消費者稱為平台流量。小米可透過讓更多消費者免費瀏覽其產品來增加平台流量，或透過付費排名或推薦來增加曝光率。
- **社交媒體流量。**社交媒體流量指各種社交媒體平台(例如Facebook、Twitter、LinkedIn、Instagram、Pinterest)的數據流，特別是與付費廣告相關的數據流，電商公司可利用其有效的精準定位能力。社交媒體流量指通常源自(i)社交媒體上的付費廣告，及(ii)吸引關鍵意見領袖(KOL)及／或關鍵意見消費者(KOC)在社交媒體平台上推廣產品的數據流。然而，認識到付費廣告在競爭環境中運作且可能產生巨額成本，此乃至關重要。廣告商必須具備精細化的精準營銷技巧方能保持其競爭優勢。與自然流量及平台流量相比，透過社交媒體流量吸引的消費者往往缺乏特定的目標產品。因此，賣家必須主動激發消費者的購買意願，因為可能需要另行說服透過社交媒體流量吸引的個人完成購買。

「貨找人」模式與「人找貨」模式概述

電商營運一般可分為「人找貨」模式及「貨找人」模式。「人找貨」指消費者知悉產品或服務後，主動尋找滿足其需求的產品或服務的商業模式。另一方面，「貨找人」模式要求電商賣家根據消費者資料識別消費者的需求，並引導彼等進行最終購買。

行業概覽

隨著20世紀90年代末電商興起，最主要的銷售方式為「人找貨」，滿足消費者對購物多樣性及便利性的初步需求。然而，隨著電商規模的迅速擴大，產品種類及信息量激增，「人找貨」模式的有效性受到挑戰。與此同時，隨著大數據及人工智能技術的進步，各種社交媒體平台獲取了更廣泛的消費者偏好及行為數據，令「貨找人」模式變得可行。興趣驅動型電商及直播銷售渠道的普及進一步推動「貨找人」模式的發展。因此，「貨找人」模式已成為趨勢。此種模式善於幫助消費者發掘潛在需求，與「人找貨」模式形成有效互補，為企業及消費者帶來新機遇。

在這種充滿活力的環境下，各類電商企業均在積極探索實施「貨找人」模式。例如，亞馬遜等領先的電商平台正在加強基於用戶特徵的產品推薦功能。TikTok Shop等社交媒體平台正通過「貨找人」模式迅速擴大其在電商行業的市場份額。

與此同時，獨立電商網站亦在努力擴大廣告及營銷策略，探索「貨找人」模式的新應用。廣告投放的精確性及效率是獨立電商網站「找」潛在消費者的關鍵能力。獨立電商網站開始根據品牌定位及產品組合確定目標客戶細分。這涉及對目標客戶的偏好及行為的詳細分析。特別是，獨立電商網站需要在了解目標客戶角色的基礎上，通過精準廣告推送及／或與KOL或KOC合作，善於向可能感興趣的潛在客戶傳播引人入勝或資料豐富的內容，以挖掘消費者的潛在購買意向。

行業概覽

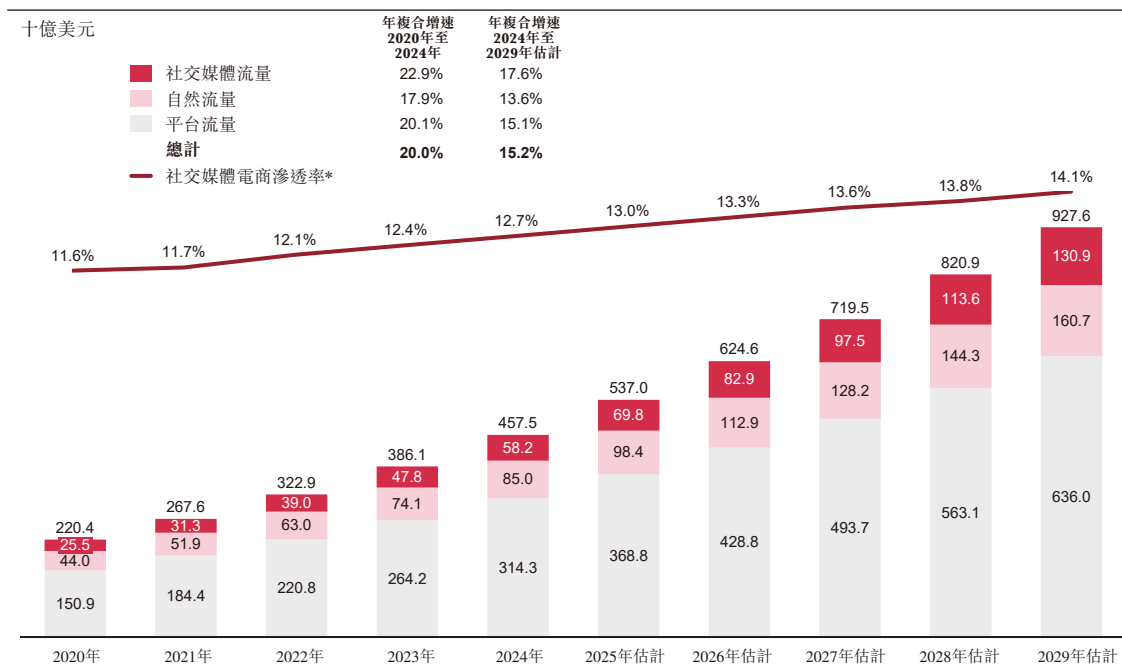
「貨找人」及「人找貨」兩種模式均為電商生態系統的重要組成部分。然而，於用戶主動性、銷售策略及用戶體驗方面，兩種模式表現出顯著差異。下圖載列「人找貨」模式及「貨找人」模式之間的差異：

	人找貨	貨找人
用戶主動性	消費者通常有明確的購物目標，因此會積極搜索及選擇產品。	消費者通常並無具體的購物目標，在獲得非購物相關資料的同時接收產品資料。
銷售策略	專注於搜尋引擎優化(SEO)及產品多樣性，在消費者搜索產品資料時強調其產品滿足消費者需求的有效性。	專注於用戶行為分析及有針對性的營銷策略，協助消費者發現彼等的需求並激發彼等的購買慾望，從而推動銷售轉化。
用戶體驗	當用戶有明確的目標時，電商提供商通常會專注於高效的購物體驗。消費者希望迅速找到滿足彼等需求的產品。	電商提供商通常旨在提供更加個性化的購物體驗，使消費者能夠發現彼等可能感興趣但之前並無尋求或認為不重要的產品。

近年來，在社交媒體平台快速發展、用戶群及參與度持續增長的推動下，該等平台已躍升成為跨境電商賣家產生流量及推動銷售轉化的關鍵渠道。社交媒體流量被認可為中國B2C出口電商市場增長最快的流量來源。隨著社交媒體平台繼續對互聯網用戶發揮越來越重要的作用，中國B2C出口社交媒體電商市場有望進一步發展。按收入計，2024年中國B2C出口社交媒體電商行業的市場規模達582億美元，佔中國B2C出口電商市場的12.7%。到2029年，預計市場規模將擴大至1,309億美元，自2024年的年複合增速為17.6%。預計到2029年，中國B2C出口社交媒體電商市場的市場規模將佔中國B2C出口電商市場的約14.1%。

行業概覽

中國B2C出口電商行業的市場規模，2020年至2029年估計



附註：社交媒體電商滲透率指中國 B2C 出口社交媒體電商收入佔中國B2C出口電商收入的百分比。

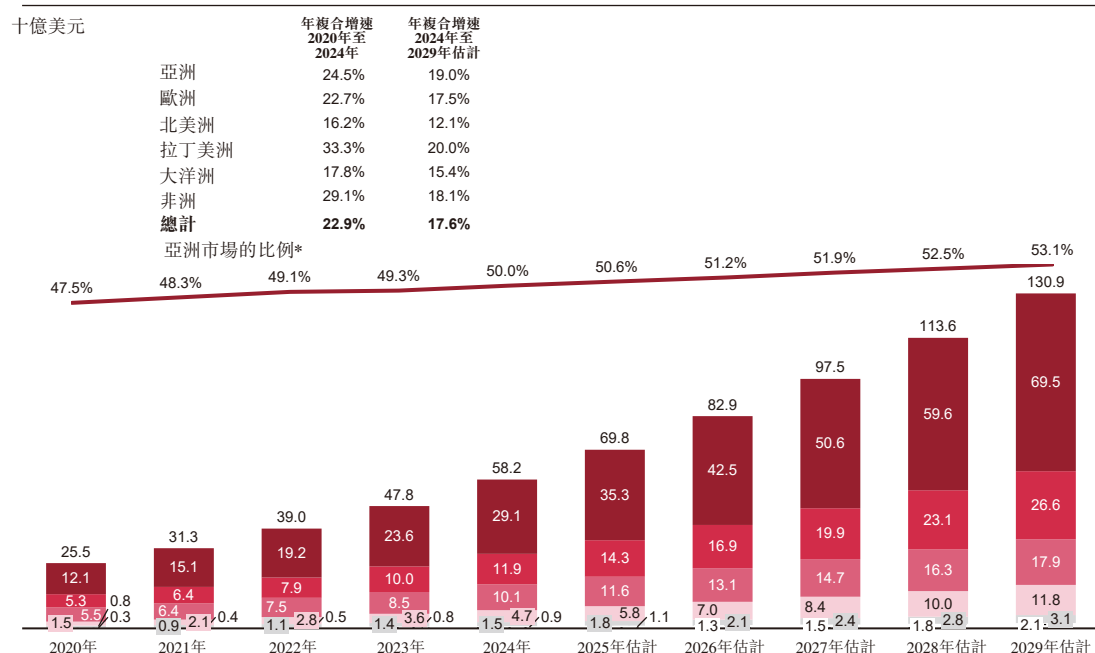
資料來源：灼識諮詢報告

中國B2C出口社交媒體電商指中國內地國內企業利用社交媒體平台進行產品推廣及流量獲取並通過於社交媒體平台外與海外消費者進行的交易將該流量轉化為銷售的商業模式。與其他兩種流量來源模式(消費者需根據彼等計劃需求主動搜索產品)中的銷售模式不同，跨境社交媒體電商企業通過於社交媒體平台上藉助廣告突出展示產品特色積極識別潛在消費者並刺激彼等需求，以鼓勵該等平台的消費者購買其產品。因此，中國B2C出口社交媒體電商模式有助於公司交付個性化產品推薦，了解消費者的興趣及喜好推動銷售。

B2C出口社交媒體電商企業能夠靈活地於各種社交媒體平台上進行資源戰略配置，以適應流量週期的波動及平台政策的調整。該靈活性使彼等能夠於不同市況下實現最佳的流量獲取結果。此外，該等企業可利用社交媒體平台的全球覆蓋範圍進入更多國家及地區，為跨區業務擴張創造大量機會並促進市場持續增長。同時，通過實施精準營銷，B2C出口電商企業可以精準識別產品的目標受眾，有效對接購買意願顯得較強的消費者。鑒於對產品的偏好及強勁需求，目標消費者對價格敏感度相對較低。中國B2C出口社交媒體電商企業透過策略性地接觸該等消費者可實施優化的定價策略。

行業概覽

按地區劃分中國B2C出口社交媒體電商行業的市場規模，2020年至2029年估計



附註：亞洲市場比例指就中國B2C出口社交媒體電商市場而言中國B2C出口社交媒體電商市場在亞洲市場的比例。

資料來源：灼識諮詢報告

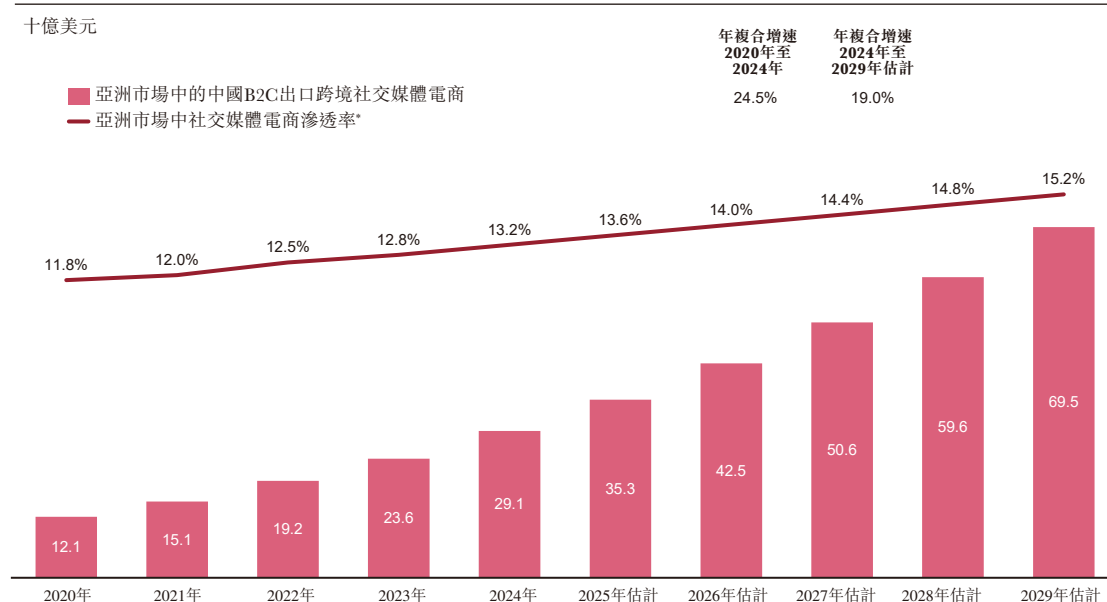
中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的概覽

由於龐大的人口基數、日益增長的互聯網普及率、不斷擴大的中產階級人口以及中國內地至亞洲其他地區相對較低的跨境物流成本，在亞洲(不包括中國內地)向消費者銷售產品的中國B2C出口社交媒體電商業務將實現強勁增長。與全球成熟的電商市場不同，中國內地以外的亞洲電商市場仍處於早期發展階段。與歐洲及美國消費者習慣於自平台式電商以及知名獨立線上店購買相比較，亞洲(中國內地以外)的消費者逐漸適應不斷變化的網上購物場景，對社交媒體電商的接受度相對較高。因此，高度結合社交媒體流量的電商模式正在中國內地以外的亞洲地區呈現飛速增長。

行業概覽

2024年，亞洲(不包括中國內地)社交媒體普及率約為50.7%，較2020年的約42.6%有顯著增長。隨著移動互聯網於亞洲地區的不斷普及，未來有望顯示出巨大增長潛力。預計到2029年亞洲(不包括中國內地)社交媒體普及率將提高至55.0%，為社交媒體電商開拓更多機遇。因此，亞洲對於中國B2C出口社交媒體電商行業具有巨大的戰略價值，並成為其重要的出口目的地之一。2024年，中國B2C出口社交媒體電商於亞洲市場的市場規模以收入計為291億美元。預計2029年市場規模將增至695億美元，自2024年起年複合增速為19.0%。此增長率超過中國B2C出口電商行業在亞洲的其他部分，凸顯行業的強勁表現與潛力。

中國B2C出口社交媒體電商於亞洲市場的市場規模，2020年至2029年估計



附註：亞洲市場社交媒體電商滲透率指中國B2C出口社交媒體電商收入中來自亞洲市場的收入佔中國B2C出口電商收入中來自亞洲市場的收入的百分比。

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的主要驅動力

擴大社交媒體平台流量：用戶群的不斷擴大及用戶在社交媒體平台上花費的時間不斷增加，促成社交媒體流量的持續增長。社交媒體平台上用戶活動的增加不僅提高潛在消費者的曝光率，亦鼓勵企業利用社交媒體進行銷售。

數據分析及廣告技術的持續進步：數據分析及廣告技術的持續發展以社交媒體平台上先進的大數據及大規模建模技術的利用為標誌。該等技術已增強平台精準理解消費者需求及識別潛在消費者的能力，從而增加消費者的購買動力，並提高轉化率。

增強消費者對社交媒體平台的信任：社交媒體平台在輕鬆的環境中展示多元化的內容，堅持顯著的內容可信度及透明度標準，此導致消費者對該等平台上傳播的內容的信任度上升。消費者對社交媒體平台的信心不斷增強，此令彼等傾向於通過該等渠道啟動購買流程，從而穩步加強社交媒體平台作為購物流量主要門戶的作用。

中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的主要趨勢

運營數字化及智能化：B2C出口社交媒體電商企業直接與終端消費者接觸，為每個產品生成大量銷售數據。人工智能、大數據分析及區塊鏈等技術的戰略應用促進海量數據集的有效分析。此因而促進產品甄選、營銷、供應鏈管理及在線客戶服務等各個領域的改進。因此，此提高了營運效率，並提供更智能的用戶體驗。同時，難以分析大量數據及錯綜複雜的供應鏈對尋求進入市場的小規模電商企業構成明顯的障礙。

多平台方法：在快速的技術進步及不斷變化的用戶需求的背景下，大量新穎的社交媒體平台不斷湧現。各個平台均擁有獨特的功能，並迎合特定的用戶集群，為電商企業提供一系列多元化的流量渠道。領先的中國B2C出口社交媒體電商企業能夠在不同社交媒體平台上為具有不同興趣和偏好的消費者提供個性化推薦。該等企業通過在各種社交媒體平台上戰略性地推廣其產品，有效地接觸到更廣泛的目標消費者受眾，令彼等能夠保持及擴大業務規模，並對消費者偏好的動態及變動作出適應性反應。

行業概覽

加強產品組合多元化：隨著全球物流技術的進步，跨境電商企業如今更擅長有效管理多元化的產品類別。中國B2C出口社交媒體電商市場，已經明顯出現了一個轉變，不再只專注於暢銷類別的產品。相反，各公司正在持續拓展產品供應的範圍和深度。產品組合的策略性多元化符合消費者不斷變化及多元化的消費需求，體現滿足市場更廣泛偏好的承諾。此外，各消費者都擁有獨特的個人偏好、興趣及價值觀，因此對產品及服務需求亦各不相同。多樣化的產品組合為消費者提供更多選擇，有利於滿足其個性化需求，亦為企業帶來更大的擴張機會。

以品牌發展為戰略重點：知名B2C出口社交媒體電商企業透過在各種社交媒體平台上齊心協力提升產品質量、優化客戶服務及多元化推廣渠道，戰略性地吸引及留住消費者。此系統化的方法令該等企業能夠獲得消費者的信任及認可，並逐步建立自己的品牌，提升其產品的競爭力，最終實現品牌溢價。

中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的競爭格局

按收入計，2024年中國B2C出口社交媒體電商市場佔中國B2C跨境電商市場的12.7%，且佔境外B2C電商市場的2.1%。以2024年於亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，中國前五大B2C出口電商參與者的總市場份額約為6.5%。市場中不同參與者在品類及銷售渠道上各有側重。整體而言，專注於泛品類的跨境電商公司具有的優勢在於迅速調整銷售策略以滿足不斷變化的消費者需求。此種靈活性加上多樣化的選品，令其能夠保持穩定的收入流。此外，與依賴電商平台的跨境電商公司相比，擁有獨立電商網站的公司面臨的限制較少，因此表現出更強的抗風險能力。此外，擁有先進數字智能能力的跨境電商企業將於營運效率及盈利能力方面獲得額外優勢。

行業概覽

按2024年於亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，本集團於中國B2C出口電商參與者中排名第二，佔市場份額的1.3%。下圖載列按收入計2024年於亞洲市場的中國B2C出口社交媒體電商業務前五大參與者：

排名	公司	2024年於 亞洲市場的 中國B2C出口 社交媒體 電商業務 產生的收入， 人民幣十億元	按2024年於 亞洲市場的 中國B2C出口 社交媒體 電商業務產生 的收入計的 市場份額，%
1	公司A ⁽¹⁾	~9.5	~4.6%
2	本集團	2.7	1.3%
3	公司B ⁽²⁾	~0.5	~0.3%
4	公司C ⁽³⁾	~0.4	~0.2%
5	公司D ⁽⁴⁾	~0.3	~0.2%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司A成立於2012年，創立於中國內地，為一家專營時尚產品的B2C出口電商賣家並於平台模式下運營。
- (2) 公司B成立於2011年，總部位於中國長沙，為充電技術及消費產品的參與者，支持高級音頻、家庭娛樂、家庭安全等。其為一家在深交所上市的公司。
- (3) 公司C成立於2009年，總部位於中國廣州，為一家B2C出口電商公司。
- (4) 公司D成立於2014年，創立於中國內地，主要從事專營童裝的B2C出口電商業務。

行業概覽

中國B2C出口社交媒體電商市場的進入壁壘

數智化與AI应用能力：企業透過增強其數智化與AI应用能力，可深入了解行業趨勢，適應不斷變化的市場需求，並提升其營運效率。此外，長期積累的各種數據為企業有效利用數智化與AI应用能力的重要資產。新進入市場的企業往往無法獲得可靠而精確的數據，因此，僅通過購買軟件系統建立數智化與AI应用能力的壁壘具有挑戰性。

精準定位能力：B2C出口跨境社交媒體電商採用的銷售模式為從不同社交媒體平台吸引消費者，並將此流量轉化為收入。因此，銷售鏈的初始及關鍵階段包括吸引消費者及無縫引導流量。為實現此目標，領先的B2C出口電商企業戰略性地實施個性化營銷策略，通過精準的廣告提供針對個人消費者需求的產品推薦。透過精準鎖定目標能力，中國B2C出口社交媒體電商企業可通過優化廣告轉換效率，降低廣告成本。缺乏精準鎖定目標能力的新進業者可能會在控制獲客成本及實現可觀利潤率方面面臨挑戰。

產品甄選能力：精準發現及推薦相關產品可吸引消費者，點燃彼等的購買興趣，從而提高落地頁的點擊率及銷售轉化率。此有助於獲得客戶並提高營銷投資的回報。此外，產品與消費者需求更精確的匹配提高產品的吸引力，加快存貨週轉，降低存貨風險，並減輕營運成本壓力。中層參與者在行業經驗及銷售數據方面的限制令彼等難以實現精準的產品甄選，從而阻礙彼等擴大生產的能力。

本地化能力：由於固有的歷史及文化差異，全球區域市場在語言、支付方式、物流、消費習慣及偏好方面存在很大差異。為巧妙應對區域市場的該等差異，B2C出口社交媒體電商企業必須根據區域市場特徵執行定制策略，並投資翻譯能力以及不同區域專屬團隊等屬地化技術。這種方法提高全球消費者的接受度並擴大彼等在區域市場的影響力。

多平台管理能力：社交媒體平台顯示出獨特的用戶特徵及流量模式，用戶流量的動態隨著時間的推移而變化。中國頂級B2C出口社交媒體電商企業需要正確掌握該等流量週期，密切注意各社交媒體平台的動向，不斷完善流量部署策略，合理配置不同社交媒體平台的資源。

行業概覽

供應鏈管理能力：企業需要強大的供應鏈管理能力以快速適應市場需求的變化。透過精準的需求預測和及時的信息溝通，該等企業可無縫整合全球資源並調整庫存，確保產品品質及可靠供應。此外，鑒於跨境電商物流鏈廣泛，主導企業必須建立有效的全球物流合作夥伴關係，以實現將產品快速安全地送達消費者手中。

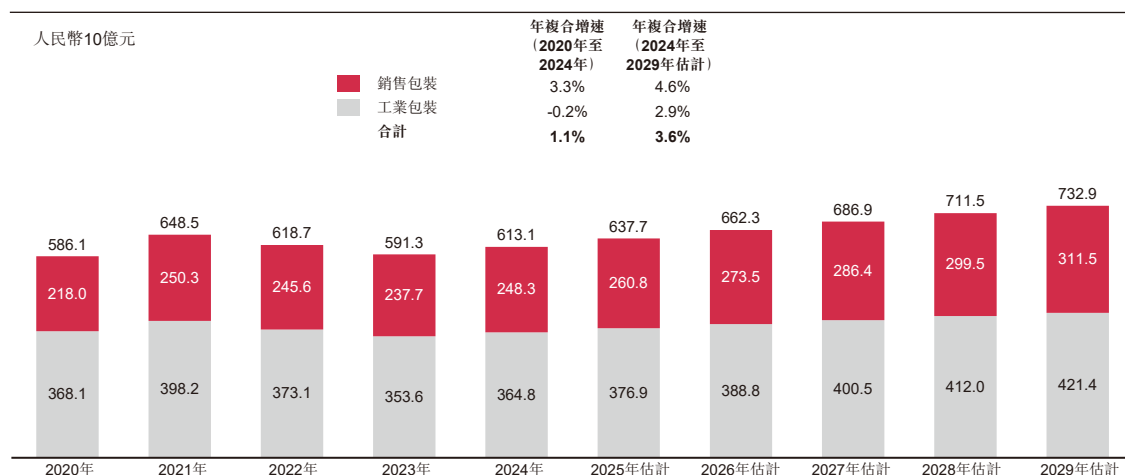
中國內地紙製銷售包裝市場概況

紙製包裝指紙質材料製成的包裝或保護產品，用於配送、存儲、銷售及使用。紙製包裝作為突出的包裝類型，具有輕盈、高柔韌、環保、易加工、印刷適應性好、物流便利等特性。紙製包裝廣泛應用於食品及飲料、餐飲、日用品、消費電子產品、工業、醫療保健、物流等行業，在滿足多樣化的包裝需求及增加包裝產品的價值方面發揮關鍵作用。隨著中國經濟的發展、環保措施的推動及紙製包裝技術的進步，中國紙製包裝行業穩步發展。於2024年，市場規模達到人民幣6,131億元(按收入計量)。

按功能分類，紙製包裝可分為工業包裝及銷售包裝。工業包裝是指用於保護、儲存、運輸和處理貨物的材料和容器。其優先考慮成本效益及儲存和運輸過程中的功能性，而對圖案及結構設計的要求則不太重視。銷售包裝指終端消費者直接接觸並用於終端銷售單位的包裝。此類別包括彩色紙製包裝紙箱／盒、環保紙袋、食品包裝、紙杯、集束包裝及印刷瓦楞紙箱等包裝產品。銷售包裝以其複雜的設計及多樣化的結構為特點，旨在激發消費者的購買行為並突出顯著的市場營銷及展示功能。因此，紙製銷售包裝特別重視市場營銷設計方面的卓越性。此外，該等包裝產品需要對其他業務流程中的因素進行嚴格監控，例如原材料品質、生產技術及後續階段包裝產品的及時運輸及物流。

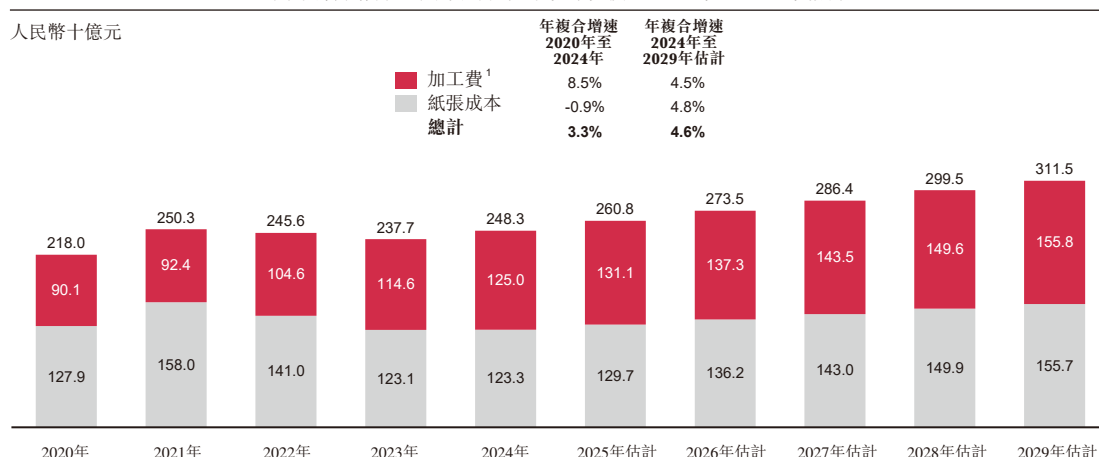
行業概覽

2020年至2029年估計中國紙製包裝解決方案市場規模（按功能劃分）



隨著消費市場日益激烈的競爭及轉型，紙製銷售包裝的市場營銷價值日益凸顯。紙製銷售包裝有助於提升產品體驗，快速建立品牌形象，並透過創新包裝積極參與差異化競爭。因此，下游產業不斷增加對紙製銷售包裝的投資。中國內地紙製銷售包裝的市場規模於2024年為人民幣2,483億元(按收入計量)。市場規模受到原材料價格波動的顯著影響，而與紙製銷售包裝相關的加工費呈現出相對穩定的增長模式。在包裝市場營銷概念的演變及投資增加的推動下，中國內地紙製銷售包裝的市場規模將持續擴大，預計到2029年將達至人民幣3,115元。

中國紙製銷售包裝解決方案的市場規模，2020年至2029年估計



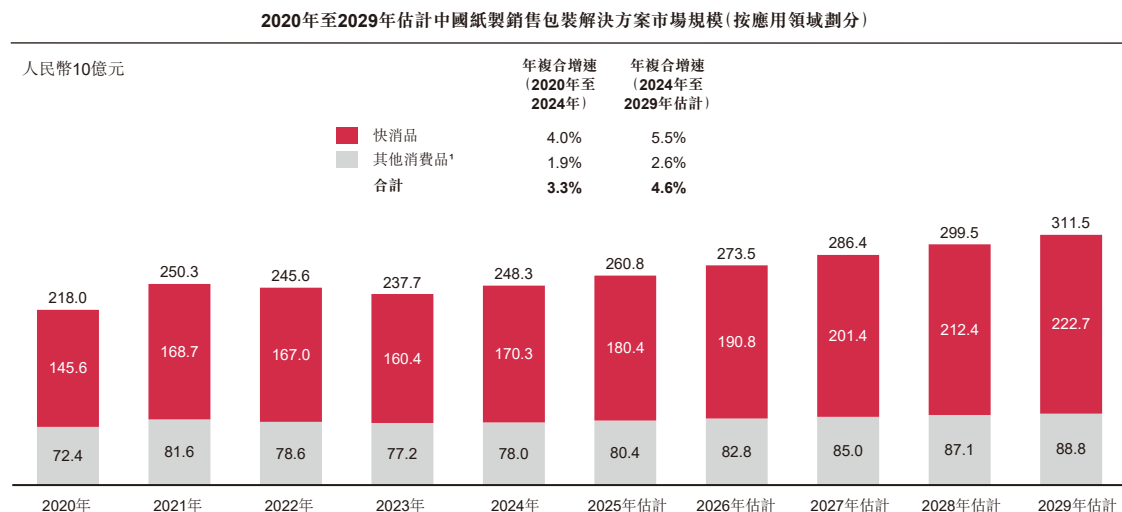
附註：加工費指除紙張成本以外的其他收入組成部分。

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

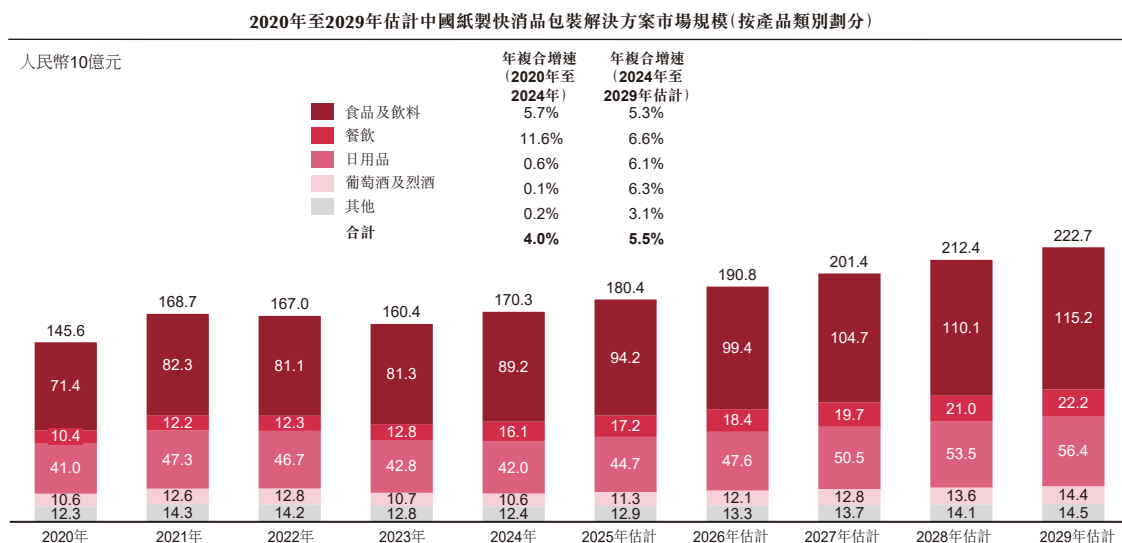
中國內地紙製快消品銷售包裝市場概覽

紙製銷售包裝主要可用於快消品和其他消費品(包括香煙、消費電子產品和藥品)。紙製快消品銷售包裝指一套專門為快消品行業量身打造的紙製銷售包裝產品。



附註1：其他消費品包括香煙、消費電子產品、藥品及其他。

快消品指壽命短、消費速度快的消耗品，涵蓋食品及飲料、餐飲、日用品、葡萄酒及烈酒以及其他。作為日常生活中高頻次的消費品，快消品具有巨大消耗量的特徵，因此帶來大量包裝產品需求。紙製包裝的輕便、環保和高顏值特點亦令快消品消費者深刻印象。在日益注重環境可持續性及消費者體驗背景下，消費者越發偏向選用紙製包裝。



行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的價值鏈

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的價值鏈包括原材料供應商、紙製快消品銷售包裝提供商以及銷售及附加服務。鑒於紙包裝的不同應用及使用環境，下游客戶對該等產品表現出不同的需求。為更好地滿足該等客戶的需求，領先的紙包裝企業將其產品範圍擴展至紙包裝產品的生產之外，並提供全面的服務，包括市場營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃以及運輸與物流，皆為提高客戶滿意度及產品效益而量身定製。下圖列示中國內地紙製快消品銷售包裝行業的價值鏈。



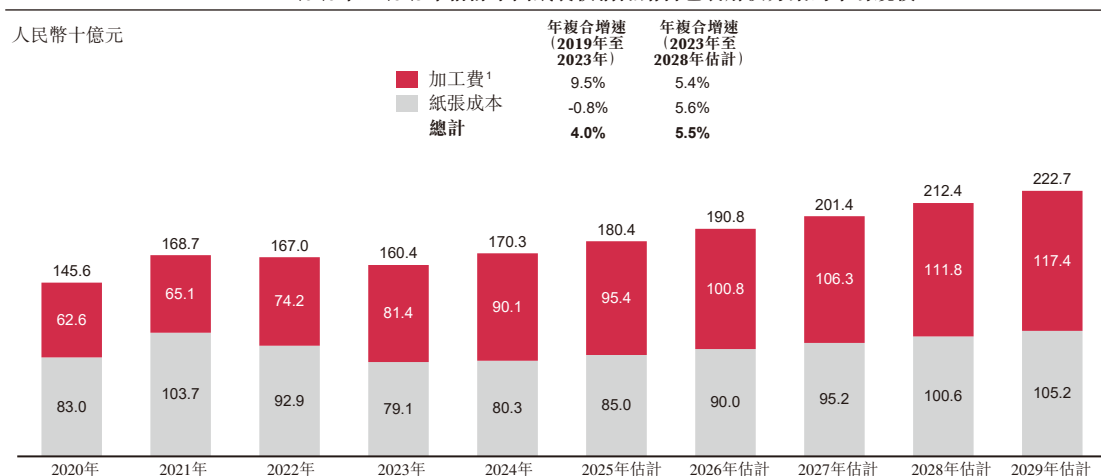
資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的市場規模

紙製快消品銷售包裝作為購買過程中消費者與快消品之間的主要接口，發揮著至關重要的作用。其為影響消費者購買決策的關鍵因素，亦為品牌傳達品牌理念及實施營銷策略的理想媒介。因此，快消品行業持續見證對紙製銷售包裝的投資持續成長。按收入計，中國內地紙製快消品銷售包裝的市場規模已由2020年的人民幣1,456億元增長至2024年的人民幣1,703億元。隨著快消品包裝的固有營銷價值不斷實現，紙製快消品銷售包裝的市場規模預計將持續擴大，預計到2029年將達到人民幣2,227億元。

2020年至2029年估計中國紙製快消品銷售包裝解決方案的市場規模



附註：加工費指除紙張成本以外的其他收入組成部分。

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝市場的主要驅動因素

加快推出新產品發佈：隨著消費者購買力的不斷增強，消費者對快消品的期望值越來越高。為滿足不斷變化的產品需求，快消品行業一直經歷創新快消品的激增，包括新品牌、新口味及新配方。此外，產品品類更新頻率快速提升。因此，快消品行業對紙製銷售包裝要求的不斷變化，產生對中國內地紙製快消品銷售包裝市場的額外需求。

環保政策擴大紙製包裝的使用範圍：隨著環保意識的不斷增強，中國內地於包裝領域不斷推出環保政策。該等實施中的舉措將繼續推動以紙張等可再生環保材料替代塑料包裝等化石產品。例如，《關於進一步加強塑料污染治理的意見》提倡購物中心、超市、藥房、書店以及同類場所廣泛採用環保替代品，包括布袋、紙袋和其他非塑料產品。此外，《「十四五」塑料污染治理行動方案》提倡科學謹慎推廣使用塑料替代產品。充分考慮竹木產品、紙製品、生物可降解塑料產品等在整個生命週期內的環境影響，並相應提高相關產品質量和食品安全標準。紙製包裝以其天然的可生物降解性、卓越的包裝性能及成本效益而著稱，成為塑料包裝的主要替代品。在環境因素的推動下，快消品行業的紙製包裝不斷取代塑料包裝，這將為紙製快消品銷售包裝創造一個不斷擴大的市場空間。

提升包裝的附加值：於快消品行業中，同類產品之間的競爭日益激烈。形成品牌理念對於建立產品差異化、滿足消費者不斷擴大的體驗及情感價值需求，及最終培養品牌忠誠度至關重要。為提高品牌知名度，快消品企業日益重視品牌理念的外在體現，突顯銷售包裝在營銷中日益重要的作用。因此，快消品銷售包裝的營銷設計日趨成熟，對銷售包裝的附加值需求亦隨之增加，從而導致紙製快消品銷售包裝行業投資持續上升。

行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的主要趨勢

市場整合：隨著環境意識的不斷增強及對環境保護要求的提高，紙製快消品銷售包裝中對環保技術的需求持續增加。該行業的領先企業展現出強大的環保生產能力，能夠更好地適應不斷變化的市場需求。相反，行業尾端的小規模參與者由於缺乏必要的生產環境及技術，可能被迫退出市場。與此同時，更嚴格的環保及衛生標準導致對優質原材料的需求增加，從而逐漸推高行業中原材料的成本。缺乏先進技術及有效成本控制能力的包裝企業可能會發現自身的競爭優勢在逐漸減弱。相反，擁有先進技術及對原材料有較強議價能力的領先企業將佔據主導地位，從而可能導致行業集中度及頭部效應更加明顯。

提升深度服務：隨著紙製銷售包裝在快消品行業中的地位日益突出，紙製快消品銷售包裝提供商越來越多地參與到包裝開發過程中。領先的企業能夠提供涵蓋營銷設計、工藝設計、技術策劃、生產，以及運輸及物流等一站式紙製包裝產品及服務，以此不斷提升服務深度。為提供針對包裝產品特性及客戶需求量身定製的營銷設計及生產管理，提供商需要對包裝材料、結構及工藝有深入瞭解。此外，提供深度服務對提供商在各個方面的技術能力提出更高的要求，包括營銷設計、工藝設計、技術策劃及生產。領先的包裝企業積極參與包裝開發過程的各個階段，提升各階段的協同效應及生產效率，從而為快消品企業提供重要支援。

品類覆蓋能力增強：隨著快消品行業的產品不斷創新，快消品企業對紙製銷售包裝品類更加多元化的需求預計將持續上升。為更好地服務快消品客戶，預計紙製快消品銷售包裝提供商將不斷擴大包裝產品類型的範圍。例如，快餐紙製包裝正在迅速取代塑料杯、塑料食品容器和其他塑料銷售包裝產品，因此蘊藏巨大市場增長機遇。公司需要擴大快餐店紙製包裝的生產能力，並增強其防水和防油脂性能，以實現業務擴張。與此同時，品類覆蓋能力較強的企業更有能力滿足現有客戶不斷變化的包裝需求。彼等亦有潛力吸引更多有類似需求的客戶，從而獲得額外的訂單及收入。因此，具有綜合品類生產能力的紙製快消品銷售包裝提供商勢必在市場上獲得顯著優勢。

行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的競爭格局

按收入計，2024年中國內地紙製快消品銷售包裝市場佔中國內地紙製銷售包裝市場的68.6%，而後者佔中國內地包裝市場的10.6%。2024年中國內地紙製快消品銷售包裝行業以收入計前五大參與者的總市場份額約為4.5%。隨著環保及自動化生產要求提高，龍頭企業已準備就緒，把握這一趨勢。預計未來市場集中度將持續上升。

下圖載列2024年中國紙製快消品銷售包裝行業按收入計前五大參與者。按2024年的收入計，本集團為中國內地最大的紙製快消品銷售包裝提供商。

排名	公司	2024年 紙製快消品 銷售包裝 產生的收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	本集團	2.0	1.2%
2	公司E ⁽¹⁾	~1.7	~1.0%
3	公司F ⁽²⁾	~1.4	~0.8%
4	公司G ⁽³⁾	~1.4	~0.8%
5	公司H ⁽⁴⁾	~1.2	~0.7%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 公司E成立於1988年，總部設於中國上海。其以包裝及印刷為主，並以快消品分銷、進出口貿易、房地產及風險投資為輔。其為一家於深交所上市的公司。
- (2) 公司F成立於1990年，總部設於中國廣東省。其主要提供折疊紙盒、硬盒、紙漿模塑、促銷工具等。其為一家於深交所上市的公司。
- (3) 公司G成立於1996年，總部設於中國廣東省。其產品主要包括精品盒、彩盒、紙盒、煙包、酒包裝、皮盒等。
- (4) 公司H成立於1996年，總部設於中國深圳。其為一家主要提供彩盒及禮品盒的包裝提供商。其為一家於深交所上市的公司。

行業概覽

中國內地紙製快消品銷售包裝行業的進入壁壘

一站式服務能力：紙製快消品銷售包裝提供商通過提供一站式服務的能力展示其整體實力，該服務包含營銷設計、生產、運輸和物流等多個環節，從而促進包裝開發不同階段的協調及效率。同時，一站式服務能力大大減少了參與包裝開發過程的各方數量，從而為原本需要與多個服務提供商簽訂合約的客戶節省了時間及成本。事實上，領先的提供商通過提供一站式服務可提高客戶滿意度水平，並為包裝生產增值。這一全面服務能力給其他市場參與者帶來了巨大挑戰，因為大多數該等參與者常常須應對提供該等服務的複雜性問題，從而影響彼等建立有利的客戶關係及制定具有競爭力的服務定價的能力。

頂尖客戶覆蓋能力：頂級快消品企業與眾多知名客戶建立合作關係，通過該等大型快消品企業對包裝的穩定需求，確保持續的收入流。同時，這些領先的快消品公司對紙製銷售包裝的技術及質量方面設定更高的要求，迫使具有一定規模的提供商不斷增強研發能力及技術專長。此外，服務於頂級客戶所積累的經驗不僅證明紙製快消品銷售包裝提供商的企業實力，亦吸引潛在客戶，從而促進其業務版圖的擴大。相反，相對較小的企業由於缺乏與頂級客戶相關的資源，在業務拓展方面會遇到巨大挑戰。

工藝設計及技術策劃能力：工藝設計在紙製快消品銷售包裝的市場營銷設計中發揮關鍵作用，對於實現紙製快消品銷售包裝的功能、結構及圖形設計目標具有重要意義。工藝設計涵蓋對包裝生產的材料及工藝的精確選擇、技術的針對性策劃以及精細的成本分配及管理。通過積極參與工藝設計，紙製快消品銷售包裝提供商須將營銷設計的理念及資訊無縫地融入到生產過程中。領先的紙製快消品銷售包裝提供商能夠熟練地為客戶提供工藝設計服務，更有效地滿足其品牌及市場營銷需求。這需要豐富的工藝設計經驗、精湛的工藝專業知識及強大的研發能力，對於相對較小型的企業而言構成了一道難以逾越的壁壘。

行業概覽

對政策環境的適應能力且重視ESG：作為快消品的重要組成部分，紙製快消品銷售包裝在日常生活體量龐大，其生產及後續處理對我們的社會及環境均會產生重大影響。不斷演變的環保意識及ESG政策的實施正在重塑紙製快消品銷售包裝的政策環境。行業普遍出現了「以紙代塑」的趨勢，導致對紙製快消品銷售包裝的環境標準越來越重視。具有前瞻性思維的行業領導者能夠主動預見政策變化，從而在不斷變化的市場格局中獲得競爭優勢。相反，相對較小型的企業往往缺乏在功能性紙製包裝的研發及塑膠替代品驗證方面積累的專業知識，使其難以適應政策環境的變化。

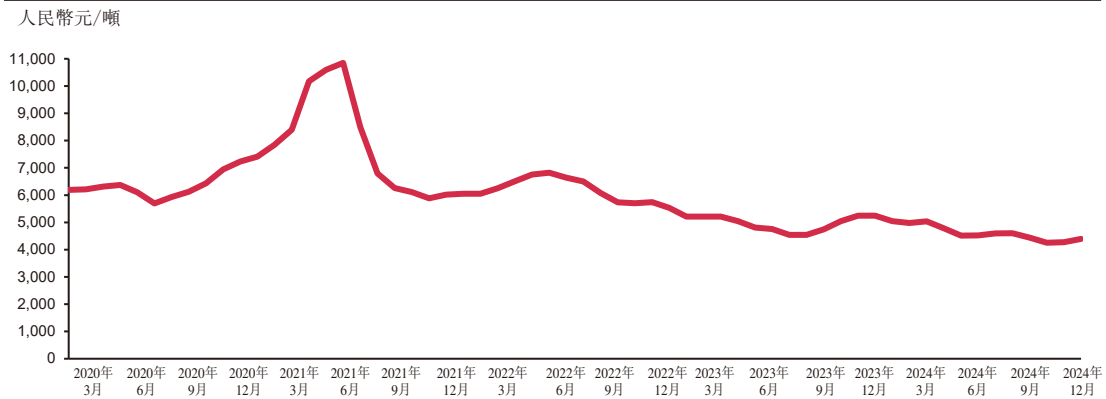
技術能力：快消品市場格局競爭激烈，差異化趨勢不斷增強，因此對先進技術能力的需求與日俱增，以持續開發優質的紙製包裝產品。此外，在勞動力成本穩步增長的環境下，通過數字化及智能化技術採用自動化生產已成為獲得成本優勢的基本要求。對於相對較小型的企業而言，這是一個艱巨的挑戰，特別是當與領先紙製快消品銷售包裝提供商競爭時，因為後者已經建立了精良的研發團隊並實施了先進的數字化生產流程。

中國內地紙製快消品銷售包裝行業主要原材料的價格歷史趨勢

目前，白卡紙已成為紙製快消品銷售包裝的主要原材料。由於宏觀經濟狀況、供需情況以及全球紙漿期貨市場的變化，白卡紙的價格於2020年至2024年間出現了大幅波動。特別是於2021年，受上游紙漿價格上行的推動，白卡紙的價格飆升至近五年來的最高水平，對紙製快消品銷售包裝行業的成本及定價動態均產生了明顯影響。受罷工、全球通脹和人民幣升值等多項社會及經濟因素影響，2021年紙漿價格上漲。例如，2020年下半年南非大規模罷工和南美洲爆發疫情導致白卡紙主要原材料(包括軟木漿和硬木漿)生產量減少。從需求方面來看，自2020年下半年以來，中國內地已領先全球主要經濟體開始進入復甦階段，刺激下游需求，推動紙漿價格上漲。下圖顯示所示期間中國內地250克白卡紙的歷史價格。

行業概覽

2020年至2024年中國白卡紙的歷史價格



資料來源：灼識諮詢報告

紙製快消品銷售包裝的定價主要由原材料成本以及加工程序產生的附加費用所決定。該等成本通常包括印刷製版費、紙板材料成本、印刷加工費及後期加工費。紙板材料的選擇、數量以及實現市場營銷設計目標所採用的技術，包括工藝數量及複雜性，均對最終產品的價格釐定起著作用。此外，紙製快消品銷售包裝企業能夠通過提供範圍廣泛的增值服務來實現收入來源多元化。於往績記錄期間，我們能夠將大部分原材料價格上漲轉嫁予客戶，且我們的毛利率於往績記錄期間並未受到原材料價格波動的重大不利影響。

資料來源

灼識諮詢獲委託對中國B2C出口社交媒體電商行業以及中國紙製快消品銷售包裝行業進行研究及分析並作出報告，費用約為人民幣890,000元。委託編製的報告已由灼識諮詢在不受本公司或其他利益相關方影響的情況下編製。灼識諮詢提供行業諮詢服務、商業盡職審查及戰略諮詢。在顧問團隊積極追蹤消費品及服務、農業、化工、營銷及廣告、文化及娛樂、能源及工業、金融及服務、醫療保健、TMT及交通運輸等各行業的最新市場趨勢下，灼識諮詢擁有該等行業高度相關及極具洞察力的市場情報。除另有說明外，本章節所載所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。我們亦已在「概要」、「風險因素」、「業務」及「財務資料」各章節中提述若干資料，以更全面地介紹我們經營所在的行業。

行業概覽

灼識諮詢利用各種資源採用一手及二手研究方法。一手研究包括與主要行業專家及領先參與者的訪談，而二手研究則涉及分析來自中國國家統計局及中國海關總署等公開來源的數據。灼識諮詢報告的市場預測基於預測期內的以下主要假設：(i)穩定的社會、經濟及政治環境，(ii)平穩的經濟及工業增長及城鎮化，(iii)影響中國B2C出口社交媒體電商行業以及中國紙製快消品銷售包裝行業的主要行業驅動因素，及(iv)不存在從根本上影響市場的極端不可抗力或不可預見的行業法規。

我們的董事經合理查詢後確認，就其所知，自灼識諮詢報告日期起，市場資料並無重大不利變動以致可能對本節所載資料有所保留、構成抵觸或造成影響。

監管概覽

中國法律及法規

概覽

下文載列中國法律及法規最重大方面的概要。

有關進出口貨物的法規

進出口管理

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)，國家實行統一的對外貿易制度，鼓勵發展對外貿易，維護公平、自由的對外貿易秩序。《中華人民共和國對外貿易法》於2022年12月30日的修訂刪除了關於對外貿易經營者備案登記的規定，自2022年12月30日起，各地商務主管部門停止辦理對外貿易經營者備案登記。

根據全國人大常委會於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)，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。

根據海關總署於2021年11月19日頒佈並自2022年1月1日起施行的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，進出口貨物收發貨人及海關報關單位應依法向相關海關管理部門辦理備案手續。

監管概覽

進出口商品檢驗

根據全國人大常委會於1989年2月21日頒佈並於1989年8月1日實施，後於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國進出口商品檢驗法》及國務院於2005年8月31日頒佈並於2005年12月1日實施，後於2022年3月29日最新修訂的《中華人民共和國進出口商品檢驗法實施條例》，海關總署主管全國進出口商品檢驗工作。出入境檢驗檢疫機構對列入目錄的進出口商品以及法律、行政法規規定須經出入境檢驗檢疫的其他進出口商品實施檢驗。出入境檢驗檢疫機構對前述檢驗以外的進出口商品，根據國家規定實施抽查檢驗。法定檢驗的進口商品未經檢驗的，不准銷售，不准使用。必須檢驗的出口商品未經檢驗或者經檢驗不合格的，不准出口。

有關包裝印刷相關的法規

印刷相關經營許可證

根據國務院於2024年12月6日修訂並於2025年1月20日生效的《印刷業管理條例》及國家新聞出版廣電總局於2017年12月11日修訂並於同日生效的《印刷業經營者資格條件暫行規定》，國家實行印刷經營許可制度，未取得印刷經營許可證的，任何單位或個人不得從事印刷經營活動。

根據國務院於2023年7月20日修訂並於同日生效的《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例》及國家質量監督檢驗檢疫總局(已撤銷)於2012年11月20日頒佈並於同日實施的《實行生產許可證制度管理的產品目錄(2012)》的規定，企業從事生產直接接觸食品材料的產品，需取得全國工業產品生產許可證。

監管概覽

環境保護相關法規

根據全國人大常委會於1989年12月26日頒佈並於同日實施，後於2014年4月24日修訂的《中華人民共和國環境保護法》，企業事業單位和其他生產經營者應當防止、減少環境污染和生態破壞，對所造成的損害依法承擔責任。國家實行排污許可管理制度。實行排污許可管理的企業事業單位和其他生產經營者應當按照排污許可證的要求排放污染物；未取得排污許可證的，不得排放污染物。

根據生態環境部於2019年12月20日發佈的《固定污染源排污許可分類管理名錄》規定，對於污染物產生量、排放量和對環境的影響程度很小的排污單位，試行排污登記管理。實行登記管理的排污單位，不需要申請取得排污許可證，應當在全國排污許可證管理信息平台填報排污登記表。

有關外商投資及境外投資的法律法規

外商投資

《中華人民共和國公司法》由全國人大常委會於1993年12月29日頒佈並於1994年7月1日實施，於2023年12月29日最後修訂並於2024年7月1日實施。根據中國《公司法》，公司一般分為兩類，即有限責任公司及股份有限公司。中國《公司法》亦適用於外商投資企業。根據中國《公司法》，有關外商投資的法律另有規定的，從其規定。

外國投資者在中國內地投資活動主要受中華人民共和國商務部及國家發改委頒佈及不時修訂的《鼓勵外商投資產業目錄》、《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》(「負面清單」)、《中華人民共和國外商投資法》(「外商投資法」)連同其實施規則及附屬規定所規管。

監管概覽

外商投資法由全國人大於2019年3月頒佈並於2020年1月1日生效，該法取代了《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》，成為外國在中國內地投資的法律基礎。外商投資法通過立法建立外商投資的進入、促進、保護及監管的基本框架，以保護投資及公平競爭。根據《外商投資法》，外商投資應享受准入前國民待遇，但屬於國務院頒佈或批准的負面清單中被視為「受限制」或「被禁止」經營行業除外。負面清單管理制度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。外國投資者不得投資負面清單列明的任何禁止投資領域，並須滿足負面清單列明的條件後方可投資任何限制投資領域。為確保外商投資法的有效實施，《中華人民共和國外商投資法實施條例》（「外商投資實施條例」）由國務院於2019年12月26日頒佈並於2020年1月1日生效，進一步明確國家鼓勵及促進外商投資，保護外商投資者的合法權益，規範外商投資管理，持續優化外商投資環境及推動更高水平的對外開放。

國家發改委及商務部於2024年11月1日聯合頒佈的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024年版）》（「2024年負面清單」），取代原有的鼓勵目錄及項下的負面清單。根據外商投資法、外商投資實施條例及2024年負面清單，外商投資者不得投資負面清單所列的受限制行業，同時，外商投資需滿足負面清單所列受限制行業投資的若干條件。負面清單以外的行業一般視為「許可」外商投資。

境外投資

根據商務部於2014年9月6日頒佈並於2014年10月6日實施的《境外投資管理辦法》，商務部和省級商務主管部門按照企業境外投資的不同情形，分別實行備案和核准管理，企業境外投資涉及敏感國家和地區、敏感行業的，實行核准管理。企業其他情形的境外投資，實行備案管理。

監管概覽

根據國家發改委於2017年12月26日發佈並於2018年3月1日實施的《企業境外投資管理辦法》，中國境內企業(「投資主體」)開展境外投資，應當履行境外投資項目(或項目)核准、備案等手續，報告有關信息，並配合監督檢查。實行核准管理的範圍是投資主體直接或者通過其控制的境外企業開展的敏感類項目。實行備案管理的範圍是投資主體直接開展的非敏感類項目，即涉及投資主體直接投入產業、權益或者提供融資、擔保的非敏感類項目。前述「敏感項目」是指涉及敏感國家或地區或敏感行業的項目。敏感行業目錄由國家發改委發佈。現行有效的敏感行業目錄為2018年3月1日生效的《境外投資敏感行業目錄(2018年版)》。

有關稅收的法律法規

所得稅

根據全國人大於2007年3月16日頒佈並由全國人大常委會於2008年1月1日實施，後於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》及國務院於2007年12月6日初步頒佈並於2008年1月1日生效，後於2024年12月6日修訂並於2025年1月20日生效的《企業所得稅法實施條例》，居民企業是指依法在中國內地成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國內地的企業。居民企業應當就其來源於中國內地、境外的所得，依照25%的稅率繳納企業所得稅。國家對重點扶持和鼓勵發展的產業和企業，給予所得稅優惠。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》，高新技術企業減按15%的稅率徵收企業所得稅。根據於2016年1月29日修訂並於2016年1月1日生效的《高新技術企業認定管理辦法》，依據該辦法認定的高新技術企業，可依照企業所得稅法及有關規定，申請享受稅收優惠政策。經認定的高新技術企業將獲發高新技術企業證書，高新技術企業資格自頒發證書之日起有效期為三年。

監管概覽

轉讓定價

根據《企業所得稅法》及其實施條例及全國人大常委會於2015年4月24日修訂並於同日起生效的《中華人民共和國稅收徵收管理法》以及國務院於2016年2月6日修訂並於同日起生效的《中華人民共和國稅收徵收管理法實施細則》，關聯企業間的業務往來，價格及費用的收付應遵循公平原則。倘價格及費用的收付不遵守公平原則，導致應納稅款減少的，稅務機關有權作出合理調整。

根據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》，發生關連方交易並符合相應條件的企業，應編製每個納稅年度的同期資料，並按要求提交給稅務機關。同期資料包括主體文檔、本地文檔及特殊事項文檔。

根據2017年3月17日頒佈並於2017年5月1日起生效及2018年6月15日修訂的《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》(部分代替了《特別納稅調整實施辦法(試行)》)，收到特別納稅調整風險警告或發現自身特別納稅調整風險的企業，可自行酌情調整及納稅，稅務機關亦可根據相關規定對自行調整納稅的企業開展特別納稅調查及調整。

監管概覽

增值稅

根據國務院於1993年12月13日頒佈並於2017年11月19日最新修訂的《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2011年10月28日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國內地銷售貨物或者加工、修理修配勞務，銷售服務、無形資產、不動產以及進口貨物的單位和個人，為增值稅的納稅人，應當依法繳納增值稅。納稅人銷售貨物、勞務、有形動產租賃服務或者進口貨物，除另有規定外，增值稅稅率為17%；納稅人銷售交通運輸、郵政、技術電信、建築、不動產租賃服務，銷售不動產，轉讓土地使用權，銷售或者進口特定貨物，增值稅稅率為11%；納稅人銷售服務、無形資產，除另有規定外，增值稅稅率為6%。

根據財政部與國家稅務總局於2018年4月4日發佈並於2018年5月1日生效的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率的，稅率分別調整為16%、10%。

根據財政部、國家稅務總局與海關總署於2019年3月20日聯合發佈並於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》，增值稅一般納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用16%稅率的，稅率調整為13%；原適用10%稅率的，稅率調整為9%。

根據中國財政部及國家稅務總局於2012年5月25日發佈的《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，企業出口貨物及勞務可享受免增值稅及退稅政策。除財政部及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。

監管概覽

勞動、社會保險及住房公積金

《勞動法》及《勞動合同法》

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈，於1995年1月1日生效並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國勞動法》及於2007年6月29日頒佈、於2012年12月28日修訂並於2013年7月1日生效的《中華人民共和國勞動合同法》，用人單位與勞動者建立勞動關係，應當訂立書面勞動合同。用人單位應當如實告知勞動者工作內容、工作條件、職業危害、勞動報酬以及勞動者要求了解的其他情況。用人單位應當按照勞動合同約定及中國法律法規，向勞動者及時支付足額勞動報酬。

社會保險

根據全國人大常委會於2010年10月28日發佈並於2011年7月1日施行，最近於2018年12月29日修改並於同日生效的《中華人民共和國社會保險法》，中國的社會保險包括五大類，即基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險，以保障公民在年老、疾病、工傷、失業、生育等情況下依法從國家和社會獲得物質幫助的權利。用人單位應當自用工之日起30日內為其職工向社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記。若用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金。逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據國務院辦公廳於2019年3月6日發佈並於同日施行《國務院辦公廳關於全面推進生育保險和職工基本醫療保險合併實施的意見》，國家推動生育保險基金併入職工基本醫療保險基金制度，進行統一徵繳。

根據人力資源社會保障部於2018年9月21日發佈並於同日施行的《人力資源社會保障部辦公廳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》，在社保徵收機構改革到位前，各地現行的社保繳費基數、費率等相關徵收政策應一律保持不變。嚴禁地方社保徵收部門自行組織對企業歷史欠費進行清繳。

監管概覽

住房公積金

根據由國務院於1999年4月3日發佈並於同日施行，最近於2019年3月24日修改並於同日施行的《住房公積金管理條例》，中國內地的用人單位應向住房公積金管理中心辦理繳存登記，並為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續，每個職工只能有一個住房公積金賬戶。用人單位錄用職工的，應當自錄用之日起30日內向住房公積金管理中心辦理繳存登記，並辦理職工住房公積金賬戶的設立或者轉移手續。職工住房公積金的月繳存額為職工本人上一年度月平均工資乘以單位住房公積金繳存比例，繳存不得低於5%。

用人單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款。用人單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

有關知識產權的法律及法規

專利

根據由全國人大常委會於1984年3月12日發佈並於1984年4月1日施行，最近於2020年10月17日修改並於2021年6月1日施行的《中華人民共和國專利法》及由國務院於2001年6月15日發佈並於2001年7月1日施行，於2023年12月11日最新修訂並於2024年1月20日施行的《中華人民共和國專利法實施細則》的規定，中國內地專利分為以下三類：發明專利、實用新型專利及外觀設計專利。發明專利權的期限為二十年，實用新型專利權的期限為十年，外觀設計專利權的期限為十五年，均自申請日期起計算。

監管概覽

商標

根據全國人大常委會於1982年8月23日發佈並於1983年3月1日施行，最近於2019年4月23日修改並於2019年11月1日施行的《中華人民共和國商標法》及由國務院於2014年4月29日修訂並於2014年5月1日施行的《中華人民共和國商標法實施條例》規定，註冊商標的有效期為十年，自核准註冊日期計算。註冊商標有效期屆滿後，有意繼續使用該商標之商標註冊人應於期限日期前十二個月內按照規定辦理續期手續。未能於前述期間內辦理者，可授予六個月的寬限期。每次續期註冊的有效期為十年，自該商標前次有效期屆滿次日起計算。

版權及軟件登記

版權受到《中華人民共和國著作權法》和《中華人民共和國著作權法實施條例》保護。《中華人民共和國著作權法》由全國人大常委會於1990年9月7日頒佈，於2020年11月11日最新修訂，自2021年6月1日起生效。國務院於2002年8月2日頒佈，於2013年1月30日最新修訂並於2013年3月1日生效的《中華人民共和國著作權法實施條例》，規定了作品的分類和著作權及相關權利的獲取和保護等條款。

由國務院於1991年6月4日頒佈，於2013年1月30日最新修訂並於2013年3月1日生效實施的《計算機軟件保護條例》，旨在保障計算機軟件版權著作權人的權益，規範開發、傳播及使用計算機軟件時產生的利益關係，鼓勵計算機軟件的開發和應用，促進軟件產業和國民經濟信息化的發展。根據《計算機軟件保護條例》，中國公民、法人或其他組織對其所開發的軟件（不論是否發表）均享有著作權。軟件著作權人可以向國務院著作權行政管理部門認定的軟件登記機構登記。軟件登記機構發放的登記證明文件為登記事項的初步證明。

根據《計算機軟件保護條例》及國家版權局於2002年2月20日頒佈並於同日生效實施的《計算機軟件著作權登記辦法》，國家版權局主管全國軟件著作權登記管理工作，而中國版權保護中心被認定為軟件登記機構。中國版權保護中心將向符合《計算機軟件著作權登記辦法》及《計算機軟件保護條例》的計算機軟件著作權申請人頒發登記證書。

監管概覽

域名

根據工業和信息化部於2017年8月24日頒佈並於2017年11月1日施行的《互聯網域名管理辦法》的規定，在中國內地從事互聯網域名服務及其運行維護以及監督管理等相關活動者，應當遵守上述辦法。工業和信息化部為負責中國內地互聯網用戶域名管理的主要監管機構，域名註冊服務依循「先申請先註冊」的原則，完成申請程序後，域名申請者即成為域名持有者。

有關信息安全的法規

根據全國人大常委會於2015年8月29日頒佈並於2015年11月1日施行的《中華人民共和國刑法修正案(九)》，網絡服務提供者不履行法律、行政法規規定的信息網絡安全管理義務，經監管部門責令採取改正措施而拒不改正的，在特定情況下將受到刑事處罰。

於2016年11月7日，全國人大常委會頒佈《網絡安全法》，自2017年6月1日起施行。《網絡安全法》規定網絡運營者開展經營和服務活動，必須遵守法律、行政法規，履行網絡安全保護義務。

根據《網絡安全法》，網絡運營者應當按照網絡安全等級保護制度的要求，履行其網絡安全義務，包括：(i)制定內部安全管理制度和操作規程，確定網絡安全負責人，落實網絡安全保護責任；(ii)採取防範計算機病毒和網絡攻擊、網絡侵入等危害網絡安全行為的技術措施；(iii)採取監測、記錄網絡運行狀態、網絡安全事件的技術措施，並按照規定留存相關的網絡日誌不少於六個月；(iv)採取數據分類、重要數據備份和加密等措施；(v)法律、行政法規規定的其他義務。此外，根據《網絡安全法》，關鍵信息基礎設施的運營者在中國運營中收集和產生的個人信息和重要數據應當在中國存儲。

於2021年6月10日，全國人大常委會通過《數據安全法》，自2021年9月1日起生效。《數據安全法》廣泛適用並將影響所有從事各類數據處理的運營者。《數據安全法》將「數據」界定為任何以電子或者其他方式對信息的記錄，「數據處理」包括數據的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開等。《數據安全法》適用於在中國開展數據處理活動及其安全監管，在境外開展數據處理活動，損害中華人民共和國國家安全、公共利益或者公民、組織合法權益的，依法追究法律責任。

監管概覽

《數據安全法》規定開展數據處理活動的組織、個人的數據安全保護義務，根據數據在經濟社會發展中的重要程度，以及一旦遭到篡改、破壞、泄露或者非法獲取、非法利用，對國家安全、公共利益或者個人、組織合法權益造成的危害程度，建立數據分類分級保護制度，對可能影響國家安全的數據活動進行國家安全審查。此外，《數據安全法》對從事數據活動的單位和個人規定了數據安全和隱私保護的義務。

2021年7月30日，國務院發佈了並於2021年9月1日實施了《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，其中「關鍵信息基礎設施」是指公共通信和信息服務、能源、交通、水利、金融、公共服務、電子政務、國防科技工業等重要行業和領域的，以及其他一旦遭到破壞、喪失功能或者數據泄露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要網絡設施、信息系統等。此外，各重要行業和領域的主管部門、監督管理部門(或保護工作部門)負責制定認定規則，並認定本重要行業或領域的關鍵信息基礎設施運營者。關鍵信息基礎設施運營者認定結果應向運營者通知，並通報國務院公安部門。

於2024年9月24日，國務院公佈《網絡數據安全管理條例》(「**《網絡數據安全管理條例》**」)，於2025年1月1日生效。《網絡數據安全管理條例》旨在完善、補充及強化《網絡安全法》、《數據安全法》及《個人信息保護法》等現行法律。《網絡數據安全管理條例》提供的實施規則包括但不限於個人信息處理規則的詳細要求、向第三方傳輸個人信息請求的處理程序、向其他網絡資料處理者提供或委託處理個人信息時需要與資料接收者簽訂合同，以及個人信息跨境傳輸的法律條件。

2021年12月28日，國家網信辦、國家發改委及其他相關政府部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，自2022年2月15日起生效。根據《網絡安全審查辦法》，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，影響或者可能影響國家安全的，應當按照《網絡安全審查辦法》進行網絡安全審查。此外，掌握超過1百萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴「國外上市」，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。

監管概覽

有關個人信息保護的法規

根據《網絡安全法》，「個人信息」是指以電子或者其他方式記錄的能夠單獨或者與其他信息結合識別自然人個人身份的各種信息，包括但不限於自然人的姓名、出生日期、身份證件號碼、個人生物識別信息、住址、電話號碼等。

《網絡安全法》規定：(i)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；(ii)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；(iii)網絡運營者不得泄露、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。

最高人民法院及最高人民檢察院於2017年5月8日頒佈並於2017年6月1日施行的《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》，規定依法保護公民個人信息。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。

2020年5月28日，全國人大常委會通過《民法典》，於2021年1月1日起實施。《民法典》規定自然人的個人信息受法律保護，並規定了隱私權和個人信息在中國民法項下的侵權索賠的主要的法律依據。

於2021年8月20日，全國人大常委會通過《個人信息保護法》（「**個人信息保護法**」），於2021年11月1日起施行。《個人信息保護法》界定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。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。《個人信息保護法》適用於在中國處理自然人個人信息的活動；在境外處理中國境內自然人個人信息的活動，有下列情形之一的，也適用《個人信息保護法》：(i)以向中國境內自然人提供產品或者服務為目的；(ii)分析、評估中國境內自然人的行為；及(iii)法律、行政法規規定的其他情形。

監管概覽

根據《個人信息保護法》，處理個人信息應當遵循合法、正當、必要和誠信原則，不得通過誤導、欺詐、脅迫等方式處理個人信息。收集個人信息，應當限於實現處理目的的最小範圍，不得過度收集個人信息。處理者應當採取必要措施保障所處理的個人信息的安全。《個人信息保護法》規定數據主體的權利，包括知情權、拒絕或限制處理的權利、查閱權、轉移權、更正權、刪除權、要求解釋處理規則的權利、身故人士近親屬的權利等。

2022年7月7日，國家網信辦發佈《數據出境安全評估辦法》，並於2022年9月1日生效。《數據出境安全評估辦法》適用於數據處理者向境外提供在中國運營中收集和產生的重要數據和個人信息的安全評估。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部門申報數據出境安全評估：(i)數據處理者向境外提供重要數據；(ii)關鍵信息基礎設施運營者和處理1百萬人以上個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；(iii)自上年1月1日起累計向境外提供100,000人個人信息或者10,000人敏感個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；(iv)國家網信部門規定的其他需要申報數據出境安全評估的情形。

證券及[編纂]監管法律及規定

證券法律法規

全國人大常委會於1998年12月29日頒佈，於2019年12月28日最新修訂及2020年3月1日生效的《中華人民共和國證券法》，全面規管於中國內地證券市場的交易活動，包括證券的發行及交易、上市公司的收購、證券交易所、證券公司及證券監管機構的職責等。證券法進一步規範中國境內企業在境外直接或間接發行證券或於境外上市證券，該行為應遵守國務院的相關條例及中國境內公司以外幣認購和買賣的股份，具體措施由國務院另行規定。中國證券監督管理委員會由國務院成立的證券監管機構，根據法律監管及管理證券市場，維持市場秩序及合法的方式確保市場的運營。目前，[編纂]股份的發行與買賣主要由國務院及中國證券監督管理委員會頒佈的法律法規監管。

監管概覽

境外上市

中國證券監督管理委員會於2023年2月17日就有關中國境內公司境外發行和上市備案管理的規定發佈了《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，連同數項配套指引(統稱《境外上市條例》)。根據境外上市條例，尋求以直接或間接方式發行及上市證券的中國內地企業，須於提交境外上市申請後三個工作日內向中國證券監督管理委員會提交備案所需文件。

《境外上市條例》規定，存在以下任何情形之一的，不得於境外發行及上市：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資的；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)中國境內企業或者其控股股東、實際控制人最近3年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)中國境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；或(v)控股股東或者受控股股東、實際控制人支配的股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。

根據中國證券監督管理委員會與三個其他相關政府部門於2023年2月24日聯合頒佈並於2023年3月31日生效實施《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》，中國境內企業向相關證券公司、證券服務機構、境外監管部門及其他實體以及個人提供或披露涉及國家秘密及國家機關工作秘密，應依法向相關部門報告及獲審批部門的批准，並向同級保密行政管理部門備案。為中國境內企業境外發行上市提供相應服務的證券公司、證券服務機構在中國內地形成的工作文件，應當在中國內地保存。跨境轉讓應當按照國家有關規定辦理審批手續。

監管概覽

香港特別行政區法律及法規

除根據《商業登記條例》(香港法例第310章)的規定須登記我們的業務外，並無任何特定法定規定要求本集團取得任何牌照以在香港特別行政區開展業務。以下為與本集團業務相關的香港特別行政區法律法規概要。

商業登記

就本集團在香港特別行政區的業務而言，我們須根據《商業登記條例》(香港法例第310章)，在我們的營業地點申請商業登記及出示有效的商業登記證。

我們於整個往績記錄期間及直至最後可行日期持有有效的商業登記證。

知識產權

《商標條例》

《商標條例》(香港法例第559章)就商標註冊及相關事宜訂定條文。

該條例規定，凡某商標已就某些貨品或服務而註冊，如任何人於營商過程或業務運作中：

- (a) 就與該等貨品或服務相同的貨品或服務而使用與該註冊商標相同的標誌，則該人即屬侵犯該註冊商標；
- (b) 就與該等貨品或服務相類似的其他貨品或服務而使用與該註冊商標相同的標誌，而使用該標誌相當可能會令公眾產生混淆，則該人即屬侵犯該註冊商標；
- (c) 就與該等貨品或服務相同或相類似的其他貨品或服務而使用與該註冊商標相類似的標誌，而使用該標誌相當可能會令公眾產生混淆，則該人即屬侵犯該註冊商標；或
- (d) 就與該等貨品或服務並不相同或相類似的貨品或服務而使用與該註冊商標相同或相類似的標誌，該商標有權根據《巴黎公約》獲得作為馳名商標的保護，該標誌的使用並無適當因由，且對該商標的顯著特性或聲譽構成不公平的利用或造成損害，則該人即屬侵犯該註冊商標。

根據《商標條例》，商標的擁有人可就損害賠償、強制令、交出所得利潤形式或法律提供的任何其他形式的濟助而對侵權者提起侵犯訴訟。

監管概覽

《版權條例》(香港法例第528章)

《版權條例》(香港法例第528章)就版權及相關權利以及相關用途制定條文。

其規定版權擁有人擁有獨有權利(其中包括)複製作品、發放、租賃及向公眾提供複製品。

倘任何人士未獲版權擁有人授權而進行該等行為，均構成直接侵犯版權。

倘未獲版權擁有人授權，以下行為(其中包括)均構成間接侵犯版權：

- (a) 將該作品的複製品輸入或輸出香港特別行政區(但並非供他私人和家居使用)，而該人士知悉或有理由相信其為侵犯版權複製品；及
- (b) 為任何貿易或業務目的或在任何貿易或業務過程中管有複製品、出售或出租或提議或參與出售或出租複製品，為任何貿易或業務目的或在任何貿易或業務過程中而公開展示或散佈複製品，或散佈(並非為任何貿易或業務目的，亦非在任何貿易或業務過程中)複製品並達到損害版權擁有人的程度，而該人士知悉或有理由相信其為侵權複製品。

有關侵犯版權的起訴可透過民事訴訟提出。

此外，根據《版權條例》第118(1)條，任何人如未經版權作品的版權擁有人的同意而(其中包括)製作該作品的侵犯版權複製品，以作出售或出租之用，或將該作品的侵犯版權複製品輸入或輸出香港特別行政區(但並非供他私人和家居使用)，或管有該作品的侵犯版權複製品，以期令(其中包括)某人可為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中，出售或出租該侵犯版權複製品，即屬犯罪。

倘任何人士違反《版權條例》第118(1)條，即屬犯罪，並須處以罰款50,000港元及監禁四年。

僱傭

《僱員補償條例》(香港法例第282章)

《僱員補償條例》(香港法例第282章)規定，凡僱員於受僱工作期間因工遭遇意外以致身體受傷，根據該條例，僱主須負法律責任。

其進一步規定，除非僱主就僱員持有由保險人發出的有效保單，而該保單就僱主的責任承保的款額須高於指定款額，否則僱主不得僱用該僱員從事任何工作。

監管概覽

倘僱員並無或並無足夠保險保障，僱主即屬犯罪。一經公訴程序定罪，最高可處罰款100,000港元及監禁兩年，而經簡易程序定罪，最高可處罰款100,000港元及監禁一年。

僱主亦須在其僱用僱員工作所在的各個場所的當眼處張貼保險通告。未有張貼保險通告者，即屬犯罪，最高可處罰款10,000港元。

《強制性公積金計劃條例》(香港法例第485章)

根據《強制性公積金計劃條例》(香港法例第485章)，僱主必須於僱傭首60日內採取所有實際行動，以確保其所有年滿18歲至65歲以下且受僱60日或以上的僱員成為經註冊計劃的成員(若干獲豁免人士除外)。

倘並無合理解釋而未能遵守有關條例，即屬犯罪，最高可處罰款350,000港元及監禁三年，並於批准期限後另處每日罰款500港元。

僱主亦須向《強制性公積金計劃條例》作出強制供款。受限於最高及最低入息水平，僱主須從僱員入息扣除5%作出強積金計劃供款。

《稅務條例》

根據《稅務條例》(香港法例第112章)，就於香港特別行政區經營某行業、專業或業務的公司而言，其於香港產生或來自香港特別行政區的應評稅利潤須繳納利得稅。

《稅務條例》亦訂明進行下列事項的責任：

- (a) 就公司入息及開支備存足夠記錄，以便確定最少七年的應課稅溢利；
- (b) 就其須納稅的責任知會稅務局；
- (c) 按要求提交報稅表；及
- (d) 就其開始及終止其僱員的僱傭關係知會稅務局。

轉讓定價

《稅務條例》第20A條賦予稅務局廣泛權力，向非居民徵收應繳稅款。稅務局亦可根據稅務條例第16(1)、17(1)(b)及17(1)(c)條不接納香港特別行政區居民產生的支出，根據《稅務條例》第60條作出額外評估及根據一般反避稅條文(例如《稅務條例》第61及61A條)對整項安排提出質疑，從而作出轉讓定價調整。

監管概覽

2009年12月，稅務局發佈《稅務條例釋義及執行指引第46號》(「**DIPN 46**」)。**DIPN 46**就稅務局對轉讓定價的觀點提供澄清及指導及其打算如何應用《稅務條例》現有條文以確定關聯方是否以公平價格進行交易。一般而言，稅務局遵循的做法是基於經合組織轉讓定價指南推薦的轉讓定價方法。

於2009年4月，稅務局發佈《稅務條例釋義及執行指引第45號》(「**DIPN 45**」)。**DIPN 45**規定，倘因另一國家稅務機關進行轉讓定價調整而產生雙重徵稅，香港特別行政區納稅人可根據香港特別行政區與該國家(與香港特別行政區簽訂稅務安排的國家(包括中國內地))之間的協定要求稅收減免。

香港政府於2018年7月13日刊登《2018年稅務(修訂)(第6號)條例》(「**第6號修訂條例**」)。**第6號修訂條例**訂定關於香港特別行政區法定轉讓定價制度及轉讓定價文件的條文。**第6號修訂條例**所涵蓋的主要事宜如下：

- 為關聯方交易制定獨立交易原則；
- 訂定香港特別行政區的轉讓定價文件，包括國別報告、總體檔案及分部檔案；
- 制定預先定價安排(「**預先定價安排**」)制度並將申請擴展至單邊預先定價安排；
- 訂定相互協商程序(包括仲裁)的法律框架。

第6號修訂條例的主要條文適用於自2018年4月1日起的課稅年度。

於2019年7月19日，香港稅務局發佈了《稅務條例釋義及執行指引第59號》(「**DIPN 59**」)–「相聯人士之間的轉讓定價」。**DIPN 59**解釋了**第6號修訂條例**第50AAF條中的規則1(即關於相聯人士之間的條款的獨立交易原則)及其應用；明確規則1規定的本地交易的豁免標準；提供有關過往交易(即**第6號修訂條例**生效日期之前的交易)的指引；解釋確定公平價格的關鍵方面，包括功能性分析、可比擬性分析、功能特徵、全球價目表、業務策略等；以及提供有關不遵守規則1的處罰及附加稅的指引。

監管概覽

菲律賓法律法規

以下為與本集團業務有關的菲律賓法律法規概要。

數據隱私條例

《2012年數據隱私法》(第10173號共和國法)(「《數據隱私法》」)對「個人信息」的收集、處理和共享進行了規範。根據法規的定義，「個人信息」一詞指的是「任何信息，無論是否以物質形式記錄，其中個人身份顯而易見，或可由持有信息的實體合理、直接地確定，或與其他信息放在一起時可直接、肯定地確定個人身份」。另一方面，「敏感個人信息」是個人信息的一個子集，指「個人信息：

- (1) 關於個人的種族、民族血統、婚姻狀況、年齡、膚色以及宗教、哲學或政治派別；
- (2) 有關個人的健康、教育、遺傳或性生活，或有關該人所犯或被指控所犯的任何罪行的任何訴訟、此類訴訟的處理或任何法院在此類訴訟中的判決；
- (3) 由政府機構簽發的個人專用信息，包括但不限於社會安全號碼、以前或當前的健康記錄、執照或其拒絕、暫停或撤銷，以及納稅申報單；及
- (4) 行政命令或國會法案明確規定應予保密。」

在下列情況下，《數據隱私法》具有域外適用性，適用於某一實體在菲律賓境內外所做的行為或所從事的做法：

- (a) 行為、做法或處理涉及菲律賓公民或居民的個人信息；
- (b) 該實體與菲律賓有聯繫，並且該實體在菲律賓處理個人信息，或者即使在菲律賓境外處理，只要是關於菲律賓公民或居民的信息，例如(但不限於)以下情況：
 - (i) 在菲律賓簽訂合同；
 - (ii) 未在菲律賓註冊，但在菲律賓擁有中央管理和控制權的法人實體；及
 - (iii) 在菲律賓設有分支機構、代理機構、辦事處或附屬公司的實體，且該菲律賓實體的母公司或附屬公司可以訪問個人信息；及

監管概覽

(c) 該實體在菲律賓還有其他聯繫，例如(但不限於)：

(i) 該實體在菲律賓開展業務；及

(ii) 個人信息由菲律賓的一家實體收集或持有。

根據《數據隱私法》的規定，只有在法律未另行禁止的情況下，並在某些條件下，包括征得數據主體的同意，或者處理個人信息是必要的，且與履行與數據主體的合同有關，或者是為了在簽訂合同前應數據主體的要求採取措施時，才允許處理個人信息。

根據《數據隱私法》的實施細則和條例，僱用少於250人的個人信息控制者或個人信息處理者無須向菲律賓國家隱私委員會登記其數據處理系統，除非其進行的數據處理可能會對數據主體的權利和自由構成風險，數據處理不是偶爾進行的，或者數據處理包括至少1,000人的敏感個人信息。

泰國法律法規

以下是與本集團業務相關的泰國法律法規概要。

消費者保護法

消費者保護

在泰國，《消費者保護法》B.E. 2522 (1979)(經修訂)(「**《消費者保護法》**」)是為消費者提供保護的主要立法。根據《消費者保護法》，除其他外，消費者有權獲得有關商品或服務質量的正確、充分的信息和說明，並有權根據有關此類事項的法律要求對受到的傷害進行考慮和賠償。此外，《消費者保護法》還對產品的廣告、安全和標籤等方面做出了規定。特別是，《消費者保護法》禁止對消費者不公平的廣告，其中包括但不限於含有虛假或誇大陳述或會對商品或服務的基本要素造成誤解的陳述的廣告。違反上述禁令的廣告將被處以不超過三個月的監禁或不超過六萬泰銖的罰款，或兩者並罰。

監管概覽

不公平的合同條款

在泰國，商家與消費者之間簽訂的協議(「**合同**」)受《不公平合同條款法》(B.E. 2540 (1997))(「**《不公平合同條款法》**」)的管轄。根據《不公平合同條款法》，只要在特定情況下屬公平合理，為商家提供對消費者有利的不合理優勢的合同可強制執行。《不公平合同條款法》提供了不可強制執行的不公平條款的例子，其中包括但不限於，就銷售合同而言，排除或限制商戶對缺陷的責任的條款，除非消費者在簽訂合同時已知曉該缺陷(在這種情況下，該條款只能在特定情況下公平合理的範圍內強制執行)。

產品責任

在泰國，《產品責任法》B.E.2551 (2008)(「**《產品責任法》**」)規定，企業主(指，除其他外，(i)製造商或租賃商，(ii)進口商，或(iii)銷售商)應對不安全產品造成的損害向受害人承擔連帶責任，無論損害是由企業主故意還是過失造成的；《產品責任法》規定，只有在無法確定製造商、租賃商或進口商的情況下，銷售商才應承擔責任。

在這方面，「不安全產品」是指由於製造缺陷或設計缺陷，或由於沒有保存說明、警告信息或有關產品的相關信息，或由於有關產品性質(包括其通常用途和保存方法)的信息不正確或不清楚而造成或可能造成損害的產品。

根據《產品責任法》，受害人只需證明其遭受的損害是由企業主的產品及其使用或保存性質造成的，而無需證明是哪個企業主造成了損害。

然而，如果企業主能夠證明以下情況，則不應對不安全產品造成的損害承擔責任：(i)這些產品並非不安全產品；(ii)受害人已經知道產品不安全；或(iii)損害是由於不正確的使用或保存造成的，而企業主已經在產品上標明了正確和明確的使用方法、保存方法、警告信息或相關信息。

個人數據保護法

泰國個人數據保護的主要法律是《個人數據保護法》(B.E. 2562)(「**泰國《個人數據保護法》**」)。

監管概覽

泰國《個人數據保護法》適用於位於海外並在海外運營的外國實體，當該實體出於向泰國境內的數據主體提供商品或服務的目的而收集、使用或披露泰國境內個人的個人數據時。由於我們向泰國境內的數據主體提供商品和服務，並出於上述目的收集、使用和披露泰國境內產品購買者的個人數據(例如姓名、地址和付款信息)，因此我們可能被視為「數據控制者」，須履行泰國《個人數據保護法》規定的若干義務，其中包括：

- i. 隱私通知：我們可能有責任向數據主體提供包含各種信息的隱私通知，例如收集目的、將收集的數據以及在收集數據之前或當時向其披露此類數據的第三方類別。通常情況下，通過在我們的網站等相關個人容易訪問的地方張貼隱私通知，即可滿足該隱私通知要求。
- ii. 法律依據和同意：除非有法律依據(如合同履行依據、法律義務依據或合法權益依據)，否則只能在征得個人同意的情況下收集、使用及／或披露個人數據，而且個人數據的使用必須符合隱私聲明中通知的目的，除非通知了新的目的，並已就此類數據的使用征得同意(或法律依據)。
- iii. 個人數據的跨境轉移：泰國境內數據主體的個人數據跨境轉移受到限制，除非(i)目的地國家具備適當的個人數據保護標準(有待泰國個人數據保護委員會(「泰國個人數據保護委員會」)確定，該委員會是負責監督泰國《個人數據保護法》的機構)；(ii)在獲告知有關標準不足之處後，已取得資料當事人的同意；(iii)我們採取適當的保護措施，包括有效的法律補救措施，以落實資料當事人的權利；(iv)我們根據獲批准的企業規則，把資料轉移給集團內的其他公司；或(v)有關轉移屬於個人數據保護委員會公佈的其他豁免情況。
- iv. 持續責任：我們可能被要求：(a)採取適當的安全措施；(b)將個人數據泄露情況通知個人數據保護委員會辦公室，包括相關個人(在某些情況下)；(c)採取行動防止非法或未經授權使用或披露個人數據；(d)根據泰國《個人數據保護法》準備和保存處理活動記錄；等等。

貨物進口

根據泰國法律，某些貨物的進口可能需要許可證、執照、關稅及／或增值稅。然而，獲得相關許可證及／或執照以及支付適用的關稅及／或增值稅的義務由此類貨物的進口商承擔(就本公司而言，向本公司訂購貨物的客戶被視為進口商)。

監管概覽

新加坡法律法規

以下為與本集團業務有關的新加坡法律法規概要。

進出口

1995年進出口管理法

根據新加坡1995年《進出口管理法》(「**RIEA**」)，貿工部長可制定條例，對進口到新加坡、從新加坡出口、在新加坡轉運或在新加坡過境的所有或任何類別的貨物進行登記、管理和控制。進出口管理條例(「**RIER**」)於1999年頒佈，目的是通過規定許可證來控制部分貨物的進口、出口或轉運。此外，進出口新加坡的特定產品可能需要遵守新加坡相關政府部門規定的若干登記要求。

根據**RIEA**，任何人進口、出口或轉運任何貨物，並在貨物上應用或導致應用不正確的商品說明，或管有任何具有不正確商品說明的貨物用於銷售或貿易，一經定罪，可處以罰款及／或監禁。商品說明是指以任何方式直接或間接提供的與貨物的原產地、製造地或生產地有關的任何說明、陳述或指示。此外，如果懷疑有人違反**RIEA**或**RIER**的規定，**RIEA**賦予指定人員以下具體權力：

- (a) 檢查、打開或搜查任何包裹、盒子、箱子或物品；
- (b) 將任何包裹、盒子、箱子或物品或任何貨物移至警察局或檢查站；或
- (c) 為行使(a)和(b)中的權力，在沒有手令的情況下，進入任何小島、登岸處、碼頭、船塢、鐵路或碼頭或持牌港口服務或設施提供者的處所。

消費者保護

2003年消費者保護(公平交易)法

新加坡2003年《消費者保護(公平交易)法》(「**CPFTA**」)由貿工部負責實施，旨在保護消費者免受不公平行為的侵害，並在商品與合同不符等方面賦予消費者更多權利。

監管概覽

CPFTA授予消費者針對不合格貨物賣方的額外權利和補救措施。如果買方作為消費者進行交易，而貨物自交付給買方之日起六(6)個月內的任何時間與適用合同不符，且合同是在2012年9月1日或之後訂立的，則CPFTA將適用於貨物銷售合同。如果出現以下情況，則貨物不符合貨物銷售合同：(a)違反合同的明示條款；(b)違反關於貨物與賣方向買方提供的描述或樣品相符的默示條件；或(c)違反關於貨物質量令人滿意或適用於供應貨物的目的的默示條件。

根據CPFTA，買方將擁有要求修理或更換不合格貨物的法定權利。賣方必須在合理期限內自費修理或更換不合格貨物，且不得給買方造成重大不便。如果賣方不這樣做，或者如果修理或更換不可能或費用過高，買方可以要求賣方降低已付貨款，或者可以完全拒收貨物並要求退款。

1975年《消費者保護(商品說明和安全要求)法

新加坡1975年《消費者保護(商品說明和安全要求)法》(「**《消費者保護(商品說明和安全要求)法》**」)禁止對任何商品使用虛假商品說明和供應有虛假商品說明的商品。根據《消費者保護(商品說明和安全要求)法》，虛假商品說明包括虛假或可能誤導消費者的商品說明，無論該說明是否包含任何內容。

根據《消費者保護(商品說明和安全要求)法》，貿易和工業部長可通過條例規定要求，以確保除其他外：

- (a) 若干貨物標有或附有任何信息或說明；
- (b) 若干貨物的廣告描述應包含或提及與貨物有關的任何信息，或說明如何獲得這些信息；及
- (c) 若干商品必須符合與成分、設計、構造、表面處理和包裝有關的安全要求，並標有或附有任何信息、警告或說明。

根據《消費者保護(安全要求)條例》(「**CPSRR**」)，任何人不得供應指定的受管制商品，除非這些商品已在新加坡企業局註冊，符合規定的安全要求，並貼有安全標識。如果出現不遵守規定的情況，新加坡企業局有權根據CPSRR要求任何人召回違反CPSRR出售的受管制商品，並採取措施告知受管制商品的使用者與使用這些商品有關的潛在危險。任何人違反這些規定即屬犯罪，一經定罪，可處以不超過2,000新元的罰款或不超過12個月的監禁，或兩項並罰。

監管概覽

數據保護

2012年個人數據保護法

新加坡《2012年個人數據保護法》(「新加坡《個人數據保護法》」)對個人的個人數據(即從數據或相關組織可獲取的其他信息中可識別個人的數據，無論真實與否)的收集、使用和披露進行了規範，並力求確保組織遵守個人的個人數據保護的基本標準。

根據新加坡《個人數據保護法》，組織必須遵守以下義務：

- (a) **問責義務** – 組織必須制定和實施必要的政策和做法，以履行新加坡《個人數據保護法》規定的義務，並應要求提供有關其政策和做法的信；
- (b) **通知義務** – 在收集、使用或披露個人數據之前，必須通知個人收集、使用或披露其個人數據的目的；
- (c) **同意義務** – 收集、使用或披露個人數據必須征得個人同意，例外情況除外。此外，組織必須允許撤銷已給予或被視為已給予的同意；
- (d) **目的限制義務** – 收集、使用或披露個人數據的目的必須僅限於一個合理的人會認為在當時的情況下是適當的，而且如果適用，必須已通知有關個人；
- (e) **準確性義務** – 如果個人數據可能被用於做出影響個人的決定，或如果這些數據將被披露給其他組織，則組織必須做出合理努力，確保由其或代表其收集的個人數據準確完整；
- (f) **保護義務** – 組織必須實施合理的安全安排，以保護其擁有或控制的個人數據；
- (g) **保留限制義務** – 組織保留個人數據的時間不得超過實現以下目的所需的時間：(i)收集數據的目的；或(ii)法律或商業目的；
- (h) **轉移限制義務** – 除非符合新加坡《個人數據保護法》規定的要求，否則不得將個人數據轉移出新加坡；

監管概覽

- (i) **查閱和更正義務** – 當個人提出要求時，除非例外情況適用，否則組織必須(i)讓該個人查閱由該組織持有或控制的其個人數據，並提供有關其個人數據在過去一年中可能被使用或披露的方式的信息；及／或(ii)更正由該組織持有或控制的其個人數據中的錯誤或遺漏；及
- (j) **資料外洩通報責任** – 機構必須採取步驟，確定資料外洩事件是否可能對個人造成重大傷害及／或嚴重規模，因而被視為須予通報的資料外洩事件，並須提請私隱專員及／或受影響的個人注意有關資料外洩事件。

如果發現有組織違反新加坡《個人數據保護法》，新加坡個人數據保護委員會可要求該組織：(i)停止收集、使用或披露違反新加坡《個人數據保護法》的個人數據；(ii)銷毀違反新加坡《個人數據保護法》收集的個人數據；(iii)提供查閱或更正個人數據的機會；及／或(iv)支付不超過100萬新元或該組織在新加坡年度營業額10%的罰款，以金額較高者為準。違反新加坡《個人數據保護法》還可能導致民事或刑事責任。

韓國法律法規

以下是與本集團業務相關的韓國法律法規概要。

電子商務交易消費者保護法

根據《電子商務交易消費者保護法》，企業經營者必須採取必要措施，維護與我們的電子結算服務相關的消費者信息的安全。企業經營者亦必須在進行電子支付時通知消費者，並賠償因第三方盜用消費者信息而造成的虧損。

個人信息保護法

《個人信息保護法》及相關立法、法規和命令(「**PIPA**」)對個人信息的收集、使用、傳播、存儲和銷毀進行了規定。**PIPA**規定了收集、使用或傳播個人信息必須征得同意的情況。**PIPA**對要求提供個人信息的情況和收集若干類型的個人信息(如法律授予的用於識別目的的標識符)做出了限制。**PIPA**賦予個人要求閱覽、更正或刪除其個人信息的權利，並規定了行使該等權利的方法。此外，**PIPA**還規定了信息銷毀的要求，例如，如果不再需要個人信息來實現收集信息的目的，則應將其銷毀。

監管概覽

根據PIPA，一旦發現個人信息泄露，個人信息的處理者必須立即通知受影響的人。PIPA要求在某些情況下通知當局並採取其他措施。

PIPA對違反其限制規定的行為規定了金錢補救、處罰和法定賠償。在某些情況下，可對泄漏個人數據的行為進行集體訴訟救濟，某些行為，如未經同意收集個人信息，可受到刑事處罰。

日本法律法規

以下是與本集團業務相關的日本法律法規概要。

數據保護

《個人資料保護法》(2003年第57號法案(經修訂))

《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，不得超出取得資料時指定的用途範圍。除於若干狹小例外情況外，持有個人資料的實體不可向第三方提供個人資料。該法案亦適用於日本境外就向在日本的人士提供商品或服務而取得個人資料的經營者。

消費者保障法規

《特定商業交易法》(1976年第57號法案(經修訂))

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包括產品的某些細節。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。

《特定商業交易法》禁止「與事實大相徑庭的表示」或「誤導人們相信比實際情況好得多或更有利的表示」，以防止誤導性廣告或與事實大相徑庭的廣告給消費者造成問題(第12條)。

監管概覽

《商標法》(1959年第127號法案(經修訂))

《商標法》旨在保護註冊商標。註冊商標權或其獨佔許可的持有人可以要求侵犯或可能侵犯商標權或獨佔許可的人停止或防止侵權行為。

《產品責任法》(1994年7月1日第85號法案)

《產品責任法》規定了製造商或進口商對產品缺陷造成的損害應承擔的責任。如果產品上標明了銷售商的名稱，且消費者誤認為銷售商就是製造商或進口商，則未參與產品製造或進口的銷售商仍可能根據本法承擔責任。即使製造商或進口商(以及上述銷售商)沒有疏忽，也可根據本法追究其責任。

中國台灣的法律法規

以下是與本集團業務相關的中國台灣法律法規概要。

海峽兩岸法規

《台灣地區與大陸地區人民關係條例》(「《海峽兩岸法》」)及其配套法規是中國台灣地區管理中國台灣人民與中國內地之間關係的主要法律。其主要目的是保障中國台灣人民的安全和福祉，規範中國台灣人民與中國內地人民之間的交往，並解決交往中可能產生的法律問題。

中國台灣與中國內地之間的貨物貿易受《海峽兩岸法》第35條和《台灣地區與大陸地區貿易許可辦法》(「《海峽兩岸貿易規則》」)的管轄。根據這些法規，台灣主管當局或中國台灣未禁止或限制的產品可進行貿易並進口到中國台灣，無需特別進口許可證。可能危害地區安全或對相關產業造成嚴重負面影響的商品將不允許進口到中國台灣。任何違反兩岸貿易規則的行為都可能受到中國台灣主管機關的處罰，包括暫停進出口貨物2個月至1年，或撤銷出口商或進口商註冊。

根據《海峽兩岸法》第34條和《大陸地區物品勞務服務在台灣地區從事廣告活動管理辦法》(「《海峽兩岸廣告規則》」)，按照《海峽兩岸貿易規則》被合法允許進口的產品可以在中國台灣發佈廣告或進行促銷。但是，此類廣告必須符合規定的要求，包括不得含有任何針對中國共產黨的政治宣傳、不得違反中國現行政策或中國台灣的任何法律或法規，以及不得違背中國台灣的公共秩序或良好風俗。任何違反《海峽兩岸廣告規則》的行為都可能被處以100,000新台幣至500,000新台幣的行政罰款。

監管概覽

公平交易法

企業經營者在中國台灣開展業務須遵守《公平交易法》。《公平交易法》由中國台灣公平交易委員會管理和執行。《公平交易法》規範可能涉及不公平競爭的商業活動，包括壟斷、兼併、聯合行動和不當限制競爭。

根據《公平交易法》，禁止企業經營者通過低價誘惑或其他不正當手段阻止競爭對手參與或從事競爭。企業經營者還不得在商品上或相關廣告中作出或使用與商品和服務有關的、可能影響消費者決定的虛假或誤導性陳述。經營者不得從事任何可能影響市場秩序的欺騙性或明顯不公平的行為。

如果經營者違反上述限制，公平貿易委員會可責令經營者停止或糾正其行為，或採取必要的糾正措施，及／或處以50,000新台幣至25百萬新台幣的罰款。對未按期改正的經營者，可進一步處以每次100,000新台幣至50百萬新台幣的連續罰款，直至改正為止。

個人資料保護法

中國台灣有關個人數據保護的主要法規是《個人資料保護法》（「台灣《個人資料保護法》」）。

根據台灣《個人資料保護法》，「個人資料」的範圍包括自然人的姓名、出生日期、身份證號碼、職業、聯繫信息以及任何其他可用於直接或間接識別自然人身份的信息。台灣《個人資料保護法》適用於在中國台灣進行的所有數據收集和處理活動，無論數據主體是否為中國台灣居民。台灣《個人資料保護法》允許國際數據傳輸，除非中央主管當局發佈命令禁止或限制國際數據傳輸。

在收集或處理個人資料時，非政府機構必須就台灣《個人資料保護法》規定的某些事項通知資料當事人，這些事項一般包括非政府機構的身份；收集資料的目的；收集資料的類型；使用的期限、地點和方法；以及資料當事人的權利和行使這些權利的方式。

個人數據的收集、處理和使用不得超出收集數據的必要目的範圍，並且必須與這些目的有合理和正當的聯繫。

非政府機構在沒有法律依據的情況下發送營銷信息，或者營銷活動不符合台灣《個人資料保護法》規定的收集資料的特定目的，可處以最高500,000元新台幣的行政罰款，並責令其採取改正措施；否則，可連續處以罰款，直至改正為止。

監管概覽

2013年6月5日，中國台灣法務部發文(編號：Fa-Lyu-Chih-10203503410)指出，若離岸公司在中國台灣收集、處理或使用個人資料，將適用中國台灣《個人資料保護法》。迄今為止，主管當局尚未就離岸公司通過互聯網(網頁和服務器位於海外)收集、處理或使用中國台灣居民的個人數據是否適用中國台灣《個人資料保護法》提供具體解釋。

產品責任

一般而言，中國台灣的消費者保護法規制度主要包括《民法》和《消費者保護法》，適用於中國台灣的消費者關係。

主要依據上述法律法規，消費者有權要求產品製造商／經銷商賠償因產品缺陷或瑕疵造成的人身傷害或財產損失。例如，(i)如果產品經銷商對產品質量做出保證，消費者可以要求因不履約而造成的損害賠償，而不是解除合同或降低價格(《民法》第360條)；或(ii)製造商應對其產品造成的任何損害負責，除非其能夠證明產品在投放市場前已達到並符合合理預期安全要求的當代技術和專業標準(《消費者保護法》第7條和第8條)。此外，對於有缺陷的產品，如果製造商／經銷商違反其法定義務，如欺詐，也可能要承擔刑事或民事責任。

對於境外消費糾紛(包括但不限於產品責任問題)，根據行政院消費者保護委員會的公告，考慮到可適用民間糾紛解決方式，消費者可通過企業所在地的消費糾紛主管機關尋求救濟。

監管概覽

沙特阿拉伯的法律法規

以下是沙特阿拉伯與本集團業務相關的法律法規概要。

個人數據保護

沙特《個人數據保護法》(「**PDPL**」)是沙特王國第一部全面的數據保護法。PDPL於2023年9月生效，目前，企業有一個「寬限期」來遵守該法，寬限期將於2024年9月結束。主管監督機構是沙特數據和人工智能管理局(SDAIA)。

PDPL具有域外效力，因為它適用於王國境內對與個人有關的「個人數據」(以任何方式)的處理，包括王國境外當事方對居住在王國境內的個人的個人數據的處理。

PDPL以及根據PDPL對個人數據的處理均基於以下一般原則：

- 收集個人數據的目的必須與控制實體的目的直接相關，且不得與任何法律規定相抵觸。
- 收集個人數據的方法和手段不得與任何法律規定相抵觸，並應適合其所有者的情況，而且應直接、明確、安全，不使用欺騙、誤導或勒索手段。
- 個人數據的內容必須適當，並僅限於實現收集目的所需的最低限度，同時只要能實現收集目的，就應避免包含任何可具體識別其所有人的內容。
- 如果所收集的個人數據顯然不再需要用於實現收集目的，控制實體必須停止收集，並立即銷毀之前收集的數據。

這些原則旨在確保個人數據的收集是合法、公平、相關和適度的，並確保數據主體的權利和利益得到尊重。

根據PDPL，同意是處理個人數據的主要法律依據。不過，在以下例外情況下，個人數據可在未經數據當事人同意的情況下進行處理：

- 如果處理符合數據當事人的實際利益，但與數據當事人溝通是不可能或困難的
- 如果處理是根據其他法律進行的，或者是為了執行數據主體作為一方的先前協議

監管概覽

- 如果控制者是公共實體，並且出於安全目的或滿足司法要求需要進行處理
- 出於控制者的合法利益目的(在不損害數據當事人的權利和利益的情況下)，在不處理敏感數據的前提下，有必要進行處理。

根據PDPL，數據主體對其個人數據享有以下權利：

- 知情權
- 查閱權以及以可讀和清晰的格式獲取個人數據的權利
- 要求更正、補充或更新個人資料的權利，以及要求銷毀／刪除個人數據的權利
- 限制處理的權利和反對處理的權利
- 提出申訴的權利
- 撤銷同意的權利(如果同意是處理的唯一適用法律依據)

違反PDPL的行為將受到嚴厲處罰，最高可被罰款5百萬里亞爾(約合1.3百萬美元)。不過，在寬限期內，採取執法行動的可能性很低。

電子商務條例

為規範在線銷售和保護消費者而頒佈的《沙特電子商務法》規定，電子商務平台和賣家必須提供有關服務條款、退換貨政策和準確產品描述的詳細信息。此外，該法還強調數據保護和隱私，要求企業保護消費者數據並告知客戶數據使用情況。

《電子商務法》管理在線商業活動，強調消費者保護、數據隱私和交易安全：

- 數據保護：要求企業保護個人數據並告知客戶其使用情況。
- 網絡安全措施：要求實施強有力的網絡安全協議，以保護在線交易和客戶信息。
- 遵守法規：在線企業必須確保遵守許可、稅收和進出口法規。

監管概覽

《電子商務法》具有域外效力，適用於向王國客戶提供商品的外國電子商務服務提供商。根據《電子商務法》及其實施條例，電子商務服務提供商在進行在線銷售時必須履行以下義務：

- 在其電子商店中披露其姓名或任何識別特徵、聯繫信息以及《條例》規定的任何其他數據，除非他們已在電子商店認證實體註冊(只有在沙特阿拉伯成立的電子商務運營商才有此註冊要求)。
- 向消費者提供一份聲明，其中包括合同條款和條件、與服務提供商有關的信息、產品或服務的基本特徵、總價、付款、處理和交付安排、保修信息以及《條例》規定的任何其他信息。
- 按照《條例》的規定，向消費者提供明細發票，註明總價(包括所有費用和稅費)、送貨費(如有)以及送貨日期和地點。
- 不得出於未經授權或不允許的目的保留、使用或披露消費者的個人數據或電子通信，除非消費者同意或法律要求，並且必須採取必要措施保護和維護此類數據的機密性。
- 遵守有關電子廣告的規定，其中不得包含虛假或誤導性聲明、主張或陳述，也不得包含假冒或未經授權的徽標或商標，並且必須包含廣告產品或服務的名稱、服務提供商的名稱和任何識別特徵、服務提供商的聯繫信息以及《條例》規定的任何其他信息。
- 尊重消費者自收到產品或服務合同之日起七日內解除合同的權利，除非該產品或服務屬法律或條例規定的例外情況，或者消費者已經使用該產品或服務或從中受益。
- 違反《電子商務法》可導致以下一項或多項處罰：警告、不超過1,000,000里亞爾(約合266,000美元)的罰款、暫時或永久中止電子商務活動，以及與主管當局協調，暫時或永久地部分或完全封鎖電子商店。

監管概覽

沙特阿拉伯管轄範圍內的產品責任

產品責任是一個關鍵的重點領域，它確保企業對其產品的安全性和完整性負責。這一責任以消費者保護法、沙特標準、計量和質量組織(SASO)頒佈的具體法規以及伊斯蘭教法的原則為基礎，共同保障消費者利益，堅持預防傷害的原則。

消費者保護法

沙特阿拉伯的消費者保護框架旨在保障消費者的權利，確保商業交易的透明度、質量和公平性。在商業部的支持下，消費者保護協會負責執行以下工作：

該法是產品責任的基石，規定了消費者的權利和企業的義務。它規定，所有產品都必須符合既定的安全標準，不存在缺陷。企業必須提供清晰、真實的產品信息，並就任何潛在風險向消費者發出警告。

沙特消費者保護協會(SCPA)和商務部在執行消費者保護法律方面發揮著關鍵作用。這些機構確保企業遵守保護消費者免受不公平行為侵害的做法，其法規日益與國際標準接軌，以支持沙特王國的2030年願景經濟改革。

企業必須向消費者提供清晰的產品或服務信息，包括質量、價格、保修和退貨政策。根據《沙特商務法》的規定，這些信息必須是透明的，並可在任何銷售結束前獲取，以確保消費者對在線交易的信任和信心。

- 合同前信息：企業必須在任何交易之前提供有關產品或服務的明確信息，包括價格、質量、保修和退貨政策。
- 電子商務：網上賣家必須遵守《商務法》，該法規定必須披露有關商家身份、產品規格和消費者權利的全部細節。
- 消費者權利：法規保護消費者免受誤導性廣告和有缺陷商品的侵害，並強制執行在規定期限內退貨或換貨的權利。

在產品存在缺陷或造成傷害的情況下，公司須遵守《消費者保護法》的規定，其中可能涉及賠償措施、罰款和強制性產品召回。責任評估依據的是過失、違反保證或嚴格責任原則，具體取決於產品問題的相關情況。

監管概覽

沙特標準、計量和質量組織(SASO)

沙特標準、計量和質量組織(SASO)是沙特商業部下屬的一個政府機構。成立該組織的目的是維護和執行沙特王國所有產品和服務的質量和安全標準，其主要目標包括：

- 保護消費者：確保市場上的產品和服務符合安全和質量標準，以保護消費者的健康和安全。
- 提高產品質量：提高製造和服務質量，增強沙特產品在國內和國際上的競爭力。
- 促進貿易：通過採取和執行國際標準簡化貿易程序，從而消除貿易的技術壁壘。

SASO的技術法規和標準在確定產品安全和質量要求方面發揮著關鍵作用。遵守SASO標準並非可有可無，而是沙特阿拉伯市場上所有產品的法律要求。這些標準涵蓋了從電器到玩具等各種產品，確保它們符合特定的安全和環境標準：

- 缺陷產品責任：如果企業的產品因設計、製造缺陷或說明／警告不足而造成傷害，企業可能面臨索賠。法律規定了消費者的各種補救措施，包括修理、更換或賠償。
- 召回和處罰：在發現產品不安全的情況下，公司可能會被要求啓動召回，將這些產品從市場上撤下。不遵守安全法規或不解決有害產品問題會導致嚴重的處罰，包括罰款、吊銷營業執照和法律訴訟。

對於在沙特阿拉伯經營或向沙特阿拉伯出口的企業來說，積極監控SASO的技術法規和標準更新至關重要。參與定期合規性審核、獲得必要的認證以及根據SASO的指導方針調整產品開發流程，都是確保合規性和最大限度降低產品責任風險的積極步驟。

歷史及公司架構

概覽

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的領先的雙輪驅動企業。本集團的歷史可追溯至2003年12月，當時莊浩女士(執行董事兼總經理)創立本公司。

莊浩女士擁有超過25年的包裝及廣告行業經驗。莊浩女士於本公司成立時擔任經理，隨後於2003年獲委任為董事，此後彼一直擔任董事，並於2022年獲委任為本公司總經理。有關莊浩女士背景及經驗的更多詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」一節。

我們成立於2003年，致力於為快消品企業客戶提供一站式紙製包裝產品及服務，專注於提供營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流。由於我們的包裝業務的核心是以產品設計和營銷為基礎，最終以終端消費者的需求及意願為中心，我們積累了對產品營銷和發現消費者需求方面深刻的理解和經驗。在長達數十年的包裝業務之外，我們尋求拓展業務，於2017年通過打造以數據為軸、用技術驅動的跨境社交電商業務抓住了移動互聯網發展帶來的新興跨境電商商機。

業務里程碑

下表載列本集團的業務里程碑：

年份	里程碑
2003年	本集團成立並開始從事包裝業務
2006年	我們成立廈門市吉宏印刷有限公司廊坊分公司
2009年	我們成立呼和浩特市吉宏印刷包裝有限公司
2010年	本公司改制為股份有限公司
2016年	我們在深交所上市(股票代碼：002803)
2017年	我們成立廈門市吉客印電子商務有限公司，開始我們的跨境社交電商業務
2018年	我們被評為中國印刷包裝企業100強第31名

歷史及公司架構

年份	里程碑
2019年	我們被評為中國中小板上市公司價值50強 我們榮獲「金智獎」傑出成長性上市公司
2020年	我們的A股獲納入深港通證券名單
2021年	我們獲納入富時全球股票指數系列 我們榮獲中國新經濟最具投資價值上市公司獎
2022年	我們被評為廈門市民營企業100強 我們榮獲亞洲首個BRCGS道德貿易和責任採購認證 我們被評為中國印刷包裝企業100強第5名
2023年	我們被評為福建省民營企業100強之一、福建省服務業民營企業100強之一及廈門市民營企業100強第31名 我們的吉喙雲平台榮獲全球數字貿易博覽會先鋒獎(DT獎)

歷史及公司架構

我們的公司歷史

本公司成立

本公司原名廈門市吉宏印刷有限公司(「吉宏有限公司」)，乃於2003年12月24日在中國成立，註冊股本為人民幣1,518,000元。於成立時，本公司由莊浩女士、莊澍先生(莊浩女士的胞弟)及馬冬英女士(莊浩女士及莊澍先生之母親)分別擁有65.0%、25.0%及10.0%。

2010年股權轉讓

經過一系列增資後，吉宏有限公司於2010年5月26日擁有註冊股本人民幣70,000,000元，由莊浩女士、莊澍先生及馬冬英女士分別擁有65.0%、25.0%及10.0%。

根據莊浩女士與永悅投資及莊澍先生與永悅投資之間日期為2010年7月1日的股權轉讓協議，莊浩女士及莊澍先生分別向永悅投資轉讓於吉宏有限公司的8.1%股權及3.1%股權。根據(1)馬冬英女士與永悅投資；(2)馬冬英女士與張和平先生；及(3)馬冬英女士與賀靜穎女士之間的股權轉讓協議，馬冬英女士同意分別向永悅投資、張和平先生及賀靜穎女士轉讓其於吉宏有限公司的約1.3%股權、4.4%股權及4.4%股權。截至最後可行日期，永悅投資為單一最大股東團體成員西藏永悅的前身及由莊浩女士及莊澍先生的父親莊振海先生擁有約71.4%。有關進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。張和平先生為本公司執行董事及莊浩女士的配偶。賀靜穎女士為本公司執行董事莊澍先生的配偶。

歷史及公司架構

上述股權轉讓於2010年7月19日獲批准，股權轉讓完成後吉宏有限公司股權架構如下：

股東姓名／名稱	於本公司 的概約股權 (%)
莊浩女士 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾	56.9
莊澍先生 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾	21.9
永悅投資 ⁽³⁾	12.4
張和平先生 ⁽¹⁾	4.4
賀靜穎女士 ⁽²⁾	4.4
總計	100.0

附註：

1. 執行董事莊浩女士為張和平先生的配偶及莊澍先生的胞姊，張和平先生及莊澍先生均為本公司的執行董事。
2. 執行董事莊澍先生為莊浩女士的胞弟，而賀靜穎女士為莊澍先生的配偶。
3. 永悅投資為西藏永悅的前身，於最後可行日期，其分別由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.7%。莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親，莊浩女士及莊澍先生均為執行董事。龔紅鷹女士為本公司三家附屬公司的董事及本公司六家附屬公司的監事。截至最後可行日期，李加東先生及徐萍女士為獨立第三方。

於2010年增加註冊股本並改制為股份有限公司

於2010年7月20日，我們當時的股東通過議決，同意金潤悅通過注資人民幣36,900,000元(人民幣15,000,000元作為實繳註冊資本及人民幣21,900,000元作為資本公積金)將本公司註冊股本從人民幣70,000,000元增加至人民幣85,000,000元。注資於2010年7月23日以現金悉數結算。緊隨上述注資後，本公司擁有註冊股本人民幣85,000,000元。

根據日期為2010年10月28日的股東決議案，我們當時的股東決定：(1)將吉宏有限公司改制為股份有限公司；(2)將吉宏有限公司的淨資產按股東原持股比例轉為85,000,000股股東應佔每股面值人民幣1.0元的已發行股份，餘下淨資產計入資本公積；及(3)將吉宏有限公司更名為廈門吉宏包裝科技股份有限公司。

歷史及公司架構

於2010年12月3日，本公司改制為股份有限公司，註冊股本為人民幣85,000,000元，本公司股權架構如下：

股東姓名／名稱	股份數目	於本公司 的概約股權 (%)
莊浩女士 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	39,812,500	46.8
莊澍先生 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	15,312,500	18.0
金潤悅 ⁽³⁾	15,000,000	17.7
永悅投資 ⁽⁴⁾	8,750,000	10.3
張和平先生 ⁽¹⁾	3,062,500	3.6
賀靜穎女士 ⁽²⁾	3,062,500	3.6
總計	85,000,000	100.0

附註：

1. 執行董事莊浩女士為張和平先生的配偶及莊澍先生的胞姊，張和平先生及莊澍先生均為本公司的執行董事。
2. 執行董事莊澍先生為莊浩女士的胞弟，而賀靜穎女士為莊澍先生的配偶。
3. 金潤悅為一家於中國成立之有限合夥企業。據本公司所知，金潤悅及其有限合夥人以及普通合夥人均為獨立第三方。
4. 永悅投資為西藏永悅的前身，緊隨上述股權轉讓完成後，永悅投資由林巧紅女士、王錦藏先生及王景福先生分別擁有60.0%、20.0%及20%，彼等於關鍵時間均為獨立第三方。

歷史及公司架構

於2012年增加註冊股本

於2012年12月12日，我們當時的股東決議增加本公司註冊股本，根據本公司、海銀創投及我們當時股東日期為2012年12月12日的注資及股份認購協議，海銀創投以每股股份人民幣5.0元的代價認購2,000,000股股份。該代價乃經相關各方參照本公司市值公平磋商釐定，並於2012年12月14日合法且不可撤銷地以現金結算。緊隨認購事項完成後，本公司股權架構如下：

股東姓名／名稱	股份數目	於本公司 的概約股權 (%)
莊浩女士 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	39,812,500	45.8
莊澍先生 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	15,312,500	17.6
金潤悅 ⁽³⁾	15,000,000	17.2
永悅投資 ⁽⁴⁾	8,750,000	10.1
張和平先生 ⁽¹⁾	3,062,500	3.5
賀靜穎女士 ⁽²⁾	3,062,500	3.5
海銀創投 ⁽⁵⁾	2,000,000	2.3
總計	87,000,000	100.0

附註1至3：請參閱本節「我們的公司歷史－於2010年增加註冊股本並改制為股份有限公司」一段項下的表格。

附註4：永悅投資為西藏永悅的前身，於緊隨上述認購事項完成後，其分別由莊振海先生、龔紅鷹女士、周紅先生、王錦藏先生及徐萍女士擁有約60.0%、15.4%、11.4%、11.4%及1.7%。莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親，莊浩女士及莊澍先生均為執行董事。龔紅鷹女士為本公司三家附屬公司的董事及本公司六家附屬公司的監事。於關鍵時間，周紅先生、王錦藏先生及徐萍女士為獨立第三方。

附註5：廈門海銀生物醫藥產業創業投資合夥企業(有限合夥)(「海銀創投」)為一家於2011年5月在中國成立的有限合夥企業，隨後於2022年8月註銷。據本公司所知，於關鍵時間，海銀創投及其各有限合夥人及普通合夥人均為獨立第三方。

歷史及公司架構

於2016年A股於深交所上市

於2016年7月12日，我們完成首次公開發售A股並在深交所主板上市(股票代碼：002803)，涉及發行29,000,000股新A股。緊隨A股上市之後，本公司的股權架構如下：

股東姓名／名稱	股份數目	於本公司 的概約股權 (%)
莊浩女士 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	39,812,500	34.3
莊澍先生 ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	15,312,500	13.2
金潤悅 ⁽³⁾	15,000,000	12.9
永悅投資 ⁽⁴⁾	8,750,000	7.5
張和平先生 ⁽¹⁾	3,062,500	2.7
賀靜穎女士 ⁽²⁾	3,062,500	2.7
海銀創投 ⁽⁵⁾	2,000,000	1.7
其他A股股東	29,000,000	25.0
總計	116,000,000	100.0

附註1至3、5：請參閱本節「– 我們的公司歷史 – 於2012年增加註冊股本」一段項下的表格。

附註4：永悅投資為西藏永悅的前身，於上述上市後並於最後可行日期，分別由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.7%。莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親，莊浩女士及莊澍先生均為執行董事。龔紅鷹女士為本公司三家附屬公司的董事及本公司六家附屬公司的監事。截至最後可行日期，李加東先生及徐萍女士為獨立第三方。

歷史及公司架構

於2021年12月及2022年1月，本公司分別從中國證監會廈門監管局收到一份警示函及深交所上市公司管理部收到一份監管函(合稱「**監管函件**」)，內容均有關違反中國信息披露相關規定，即(i)因本集團負責人員的無心之失，未在法定期限內披露關聯方交易；及(2)由於本集團相關負責人員的無心之失，以及本集團財務部門人員對相關規章制度瞭解不夠，導致其公告中關於向2021年限制性股份激勵計劃若干承授人提供財務資助的信息披露不準確。據中國法律顧問告知，監管函件不被視為一種行政處罰，且本公司已在規定的時間內完成監管函件中列出的所有整改事項並向中國證監會廈門監管局提交整改報告。除監管函件外，自A股於深交所上市起並直至最後可行日期，我們並無接獲深交所或中國證監會任何通知，表示我們涉及任何不合規事宜。同期，我們董事確認，我們在所有重大方面未曾有違反深交所規則或規例或中國相關法律法規的情況，且就董事經作出一切合理查詢後所知，概無有關我們於深交所的合規記錄事宜須敦請投資者垂注。

此外，據中國法律顧問告知，根據深交所網站上的備案及公開領域可得資訊，除監管函件中列明的事項外，本公司(包括我們的附屬公司)或我們的董事(就其履行本公司(包括我們的附屬公司)的董事職責而言)於我們在深交所上市直至最後可行日期期間未受到深交所、中國證監會或其他證券監管主管部門的行政處罰、行政監督措施或自律監管措施。

根據聯席保薦人進行的獨立盡職調查以及上文所述我們中國法律顧問的意見，據聯席保薦人所知，概無有關我們於深交所上市的任何重大事項需提請投資者垂注。

於2018年增加註冊股本

於2018年10月24日，我們當時的股東議決以資本公積金轉增本公司註冊股本，據此，每10股股份轉增7股股份(合共81,200,000股股份)以資本公積金方式按比例發行予所有現有股東。鑒於上述情況，於2019年1月3日，我們當時的股東議決修訂我們的細則並將本公司的註冊股本由人民幣116,000,000元增加至人民幣197,200,000元。

歷史及公司架構

於2019年私人配售及更改公司名稱

根據本公司分別與兩家機構投資者(即湖北高投產控投資股份有限公司及贛州發展融資租賃有限責任公司)訂立之日期為2019年4月10日的股份認購協議，本公司從前述兩家機構投資者(均為獨立第三方)收到以私人配售方式認購本公司總計25,393,699股股份的代價。湖北高投產控投資股份有限公司為一間於中國註冊成立的有限公司，註冊資本為人民幣500百萬元，主要從事資產管理及投資業務。贛州發展融資租賃有限責任公司為一間於中國註冊成立的有限公司，註冊資本為人民幣2,000百萬元，主要從事資產管理及投資業務。該代價乃經相關方參考本公司A股於2019年4月11日(即發行新股份日期)前的二十個交易日的平均價格公平磋商釐定，並合法且不可撤銷地以現金結算。下表載列私人配售的詳情。

投資者名稱	所認購的 股份數目	每股價格	代價	於緊隨 [編纂]完成 後佔本公司 已發行股本 總額的概約 股權百分比 ⁽¹⁾
湖北高投產控投資股份 有限公司	3,690,944	人民幣20.32元	人民幣74,999,982.08元	[編纂]
贛州發展融資租賃 有限責任公司	21,702,755	人民幣20.32元	人民幣440,999,981.60元	[編纂]
總計	<u>25,393,699</u>	<u>-</u>	<u>人民幣515,999,963.68元</u>	<u>[編纂]</u>

附註(1)： 此乃基於緊隨[編纂]完成後[編纂]已發行股份總數(假設[編纂]未獲行使)計算。

歷史及公司架構

鑒於上述情況，於2019年6月5日，我們當時的股東議決修訂我們的細則並將本公司的註冊股本由人民幣197,200,000元增加至人民幣222,593,699元。同日，我們當時的股東亦議決將本公司更名為「廈門吉宏科技股份有限公司」。

2020年增加註冊股本

於2020年5月6日，我們當時的股東議決以資本公積金轉增本公司註冊股本，據此，每10股股份轉增7股股份(合共155,815,589股股份)以資本公積金方式按比例發行予所有股東。鑒於上述情況，於2020年7月6日，我們當時的股東議決修訂我們的細則並將本公司的註冊股本由人民幣222,593,699元增加至人民幣378,409,288元。

採納及註銷2021年限制性股份激勵計劃

為正式確定我們向本集團合資格管理層及僱員授出股份激勵的建議，我們當時的股東於2021年6月11日議決採納2021年限制性股份激勵計劃，向若干承授人授出9,070,800股限制性A股，及本公司註冊股本增加相同金額。由於預計2021年限制性股份激勵計劃項下的業績目標可能無法實現，2021年限制性股份激勵計劃於2022年4月註銷且全部已授出但仍受禁售期限限制的9,070,800股限制性A股已回購並註銷。本公司的註冊股本於2021年限制性股份激勵計劃註銷後為人民幣378,409,288元。

採納2023年限制性股份激勵計劃

為正式確定我們向本集團合資格管理層及僱員授出股份激勵的建議，我們當時的股東於2023年8月30日議決採納2023年限制性股份激勵計劃，以向本集團當時的203名董事及／或僱員授出6,600,000股限制性A股，佔本公司的當時股本總額約1.74%。向執行董事陸它山先生、董事長兼執行董事王亞朋先生、財務總監吳明貴先生及200名其他管理層成員及僱員分別授出875,000股、400,000股、50,000股及5,275,000股限制性A股。每股限制性A股的授出價格為人民幣9.51元。於2023年12月21日，我們當時的股東議決修訂我們的細則並將本公司的註冊股本由人民幣378,409,288元增加至人民幣385,009,288元。

6,600,000股限制性A股須受不同的禁售期規限，自2023年10月23日(即限制性A股的授出登記完成日期)起計，分別為12個月、24個月或36個月。因此，限制性A股可在該三個解除禁售期內解除禁售並可供出售，惟須受本集團及各承授人的業績目標所規限。有關詳情，請參閱「附錄六－法定及一般資料－E.2023年限制性股份激勵計劃」。

歷史及公司架構

截至最後可行日期，根據2023年限制性股份激勵計劃，已向承授人發行合共6,600,000股限制性A股。截至最後可行日期，2023年限制性股份激勵計劃項下的所有限制性A股均已授出，且於[編纂]後將不會向任何承授人授出2023年限制性股份激勵計劃項下的限制性A股。

截至最後可行日期，我們所有已發行股份均為A股，並於深交所買賣。

中國法律顧問確認

經我們的中國法律顧問確認，上文所討論的本集團股權變動(包括增加註冊股本及股份發行及轉讓)符合所有適用的中國法律及法規。

重大收購、出售及合併

截至最後可行日期，本集團並無任何重大收購、出售或合併。

[編纂]理由

本公司現正尋求[編纂]於聯交所[編纂]，以為本公司業務發展及擴充提供更多資金、增強本公司的營運資金及進一步鞏固我們的業務分佈及全球佈局。請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

歷史及公司架構

一致行動股東

根據收購守則，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅被視為一致行動人士。於2024年2月5日，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅簽立協議(「**一致行動人士協議**」)，據此，彼等構成單一最大股東團體，於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)及緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)分別持有合共約32.1%[#]及約[編纂][#]的股份。

根據一致行動人士協議，單一最大股東團體的所有成員同意彼等將就本集團各成員公司採取一致行動。根據一致行動人士協議，經確認，莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅各自歷來均按照莊浩女士的指示行事。此外，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、西藏永悅及陸它山先生承諾透過彼等控制的公司直接或間接一致行動。彼等亦同意(其中包括)(i)在本集團各成員公司的所有股東大會上一致投票(為免生疑問，倘若一致行動人士協議的訂約方因其缺席而完全未能在股東大會上投票，其將不會違反一致行動人士協議)，(ii)提呈該等會議前彼此討論及達成共識，且就本集團的業務營運、管治及其他關鍵事宜(須由本集團各成員公司股東決定)一致行動。倘無法達成一致意見，則將以莊浩女士的意見為準及單一最大股東團體須相應於有關大會的決定中反映莊浩女士的意見。此外，誠如我們的中國法律顧問所告知，根據中國法律及法規及一致行動人士協議，單一最大股東團體的成員為一致行動人士，以及一致行動人士協議屬有效並符合中國法律及法規。

[#] 包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸它山先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六 – 法定及一般資料 – E.2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的規限)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所規限。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。

歷史及公司架構

於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、西藏永悅(由莊振海先生持有71.4%)及陸它山先生分別持有我們股份的18.1%、9.0%、1.7%、1.6%、1.4%及0.2%[#]。

莊浩女士、莊澍先生、張和平先生及陸它山先生均為本公司董事。莊浩女士為張和平先生的配偶及莊澍先生的胞姊。賀靜穎女士為莊澍先生的配偶。莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親。

西藏永悅為一家於2010年6月30日在中國成立的有限公司，主要從事提供業務管理及諮詢服務。於最後可行日期，西藏永悅分別由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.71%。龔紅鷹女士為本公司三家附屬公司的董事及本公司六家附屬公司的監事。截至最後可行日期，李加東先生及徐萍女士為獨立第三方。

我們的主要附屬公司

截至最後可行日期，我們擁有78家附屬公司。下表載列於往績記錄期間及直至最後可行日期對我們的經營業績作出重大貢獻的本集團附屬公司：

名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	開業日期	法定股本／ 註冊資本	
				註冊資本	主要業務活動
呼和浩特吉宏	中國	2009年9月1日	2010年10月	人民幣50,000,000元	包裝及印刷
江西吉宏	中國	2019年9月9日	2020年5月	人民幣50,000,000元	電子商務；進出口； 供應鏈管理

[#] 包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸它山先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六－法定及一般資料－E.2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的規限)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所規限。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。

歷史及公司架構

名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	開業日期	法定股本／ 註冊資本	主要業務活動
鄭州吉客印	中國	2017年8月23日	2017年8月	人民幣5,000,000元	進出口；技術開發、諮詢、交流、轉讓及推廣；軟件開發
西安吉客印	中國	2017年8月3日	2017年8月	人民幣10,000,000元	電子商務；貨物及技術進出口
吉客印電子商務	香港 特別行政區	2017年9月1日	2017年9月	1,000,000美元	電子商務；進出口；廣告及營銷
香港時澤	香港 特別行政區	2021年10月8日	2021年10月	1,000,000港元	電子商務；廣告及營銷；軟件開發
金印客電子商務	香港 特別行政區	2017年9月27日	2017年11月	50,000美元	電子商務；進出口；廣告及營銷

歷史及公司架構

往績記錄期間的主要撤銷註冊一間附屬公司

於往績記錄期間，本集團撤銷註冊一間造成減值或投資虧損的附屬公司的詳情如下：

廈門鑫瀧悅環保紙袋有限公司(「鑫瀧悅」)撤銷註冊

鑫瀧悅於2022年7月29日撤銷註冊。鑫瀧悅先前主要從事印刷包裝業務，於緊接撤銷註冊前，由本公司、廈門靖晨工貿有限公司及潘紫琴女士分別擁有51%、39%及10%。廈門靖晨工貿有限公司、其最終實益擁有人及潘紫琴女士均為獨立第三方。由於鑫瀧悅並無重大業務活動，本公司決定關閉該公司。鑫瀧悅在撤銷註冊時有償債能力，而撤銷註冊在往績記錄期間產生投資虧損。據我們的中國法律顧問告知，鑫瀧悅的撤銷註冊已妥為完成，完全符合中國的適用法律法規。據我們的中國法律顧問確認，鑫瀧悅在撤銷註冊時並無不合規行為，亦無涉及任何未決或面臨威脅的訴訟、仲裁或行政訴訟。

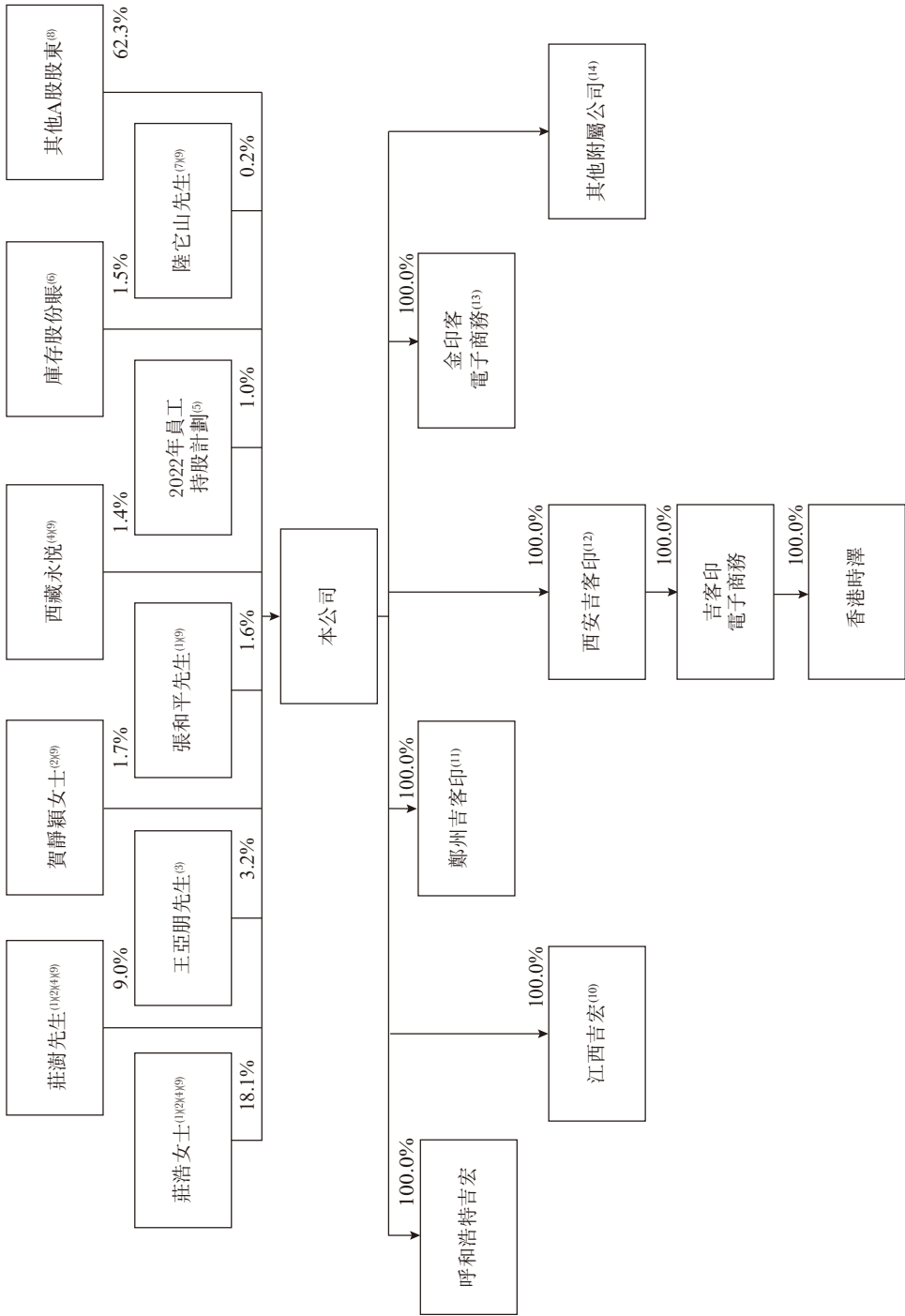
公眾持股量

於最後可行日期，王亞朋先生、莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、陸它山先生以及西藏永悅所持A股於[編纂]後將不會被視為公眾持股量的一部分，此乃由於彼等將被視為本公司的核心關連人士(定義見上市規則)。考慮到根據[編纂]將[編纂]的[編纂](約佔經根據[編纂]將發行的[編纂]擴大後已發行股份總數的[編纂]%)及公眾所持A股，預計[編纂]後本公司將能夠滿足[編纂]。

歷史及公司架構

我們緊接[編纂]前的股權架構

下圖列示本集團緊接[編纂]完成前的公司及股權架構：



備註：上圖的股權乃基於2025年3月31日的數字。

歷史及公司架構

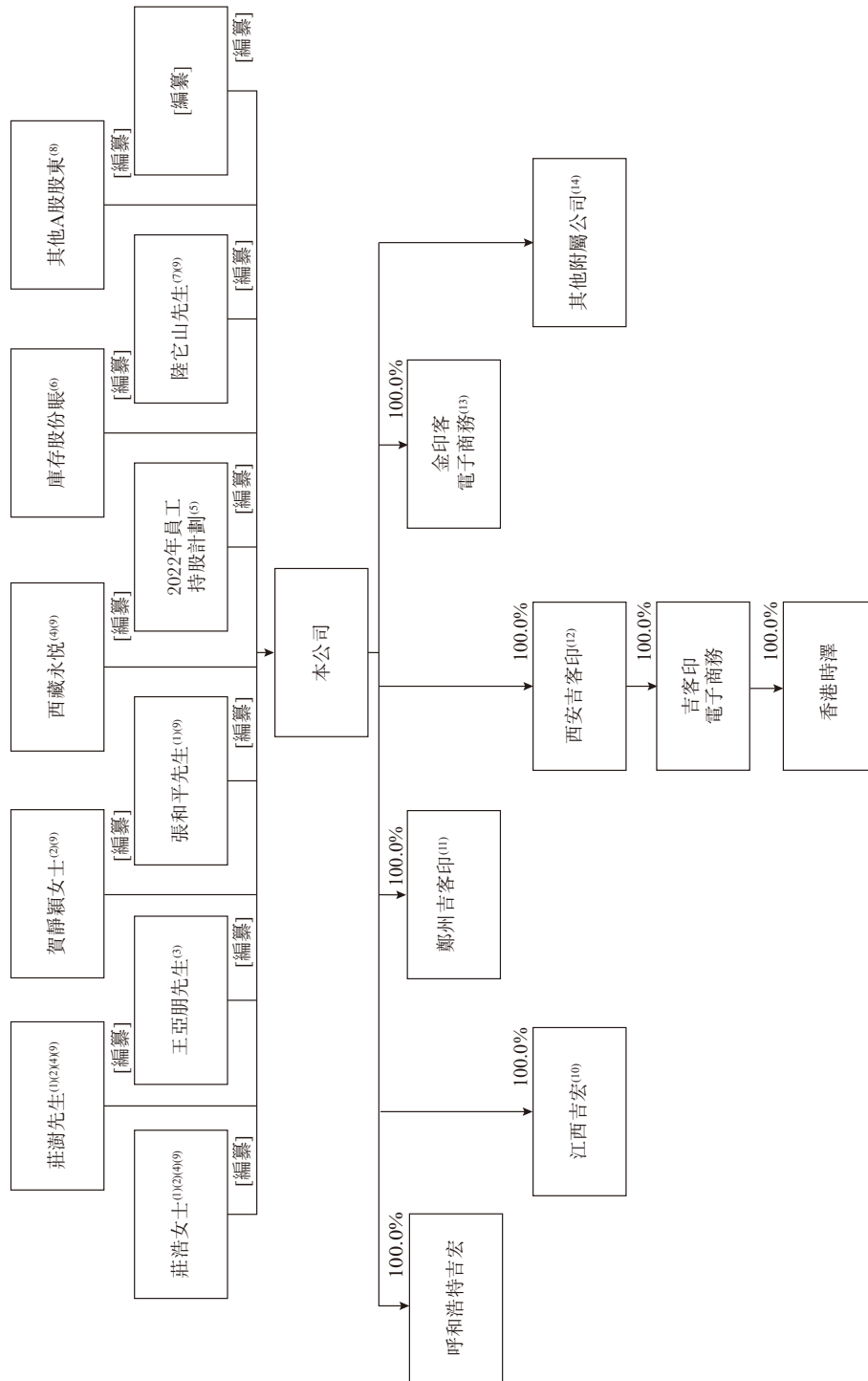
附註：

- (1) 莊浩女士(本公司執行董事)為張和平先生的配偶及莊澍先生的胞姊，張和平先生及莊澍先生均為本公司執行董事。莊浩女士亦為莊振海先生之女兒。
- (2) 莊澍先生(本公司執行董事)為賀靜穎女士的配偶、莊浩女士的胞弟(本公司執行董事)及莊振海先生之兒子。
- (3) 王亞朋先生為本公司董事長兼執行董事。王先生的股權包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的260,000股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及王先生的業績目標後方可出售。
- (4) 西藏永悅為一間於中國成立的有限公司，截至最後可行日期其由莊振海擁有71.4%權益，莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親。
- (5) 單一證券賬戶為2022年員工持股計劃而開立。有關進一步詳情，請參閱本文件「附錄六－法定及一般資料」一節。
- (6) 單一證券賬戶為持有本公司根據2023年股份回購計劃購回的庫存股份而開立。有關進一步詳情，請參閱本文件「附錄六－法定及一般資料」一節。
- (7) 陸它山先生為本公司執行董事。陸先生的股權包括(i)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的306,250股A股，該等股份已於2024年10月23日根據2023年解除禁售機制解除禁售；及(ii)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六－法定及一般資料－E.2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的限制)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所限制。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。
- (8) 於2024年12月31日，約有35,056名其他A股股東。概無其他A股股東為本公司的核心關連人士(定義見上市規則)且應計入公眾持股量。
- (9) 截至最後可行日期，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅為一致行動人士，並構成單一最大股東團體。有關更多詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。
- (10) 江西吉宏由深圳吉鏈區塊鏈技術有限公司全資擁有，而深圳吉鏈區塊鏈技術有限公司由本公司直接全資擁有。
- (11) 鄭州吉客印由廈門市吉客印電子商務有限公司全資擁有，而廈門市吉客印電子商務有限公司由本公司直接全資擁有。
- (12) 西安吉客印由廈門市吉客印電子商務有限公司全資擁有，而廈門市吉客印電子商務有限公司由本公司直接全資擁有。
- (13) 金印客電子商務由西安金印客電子商務有限公司全資擁有，而西安金印客電子商務有限公司由我們直接全資附屬公司廈門市吉客印電子商務有限公司全資擁有。
- (14) 該等公司為我們的附屬公司，於往績記錄期間及直至最後可行日期並無對本集團的財務業績作出重大貢獻。

歷史及公司架構

我們緊隨[編纂]後的股權架構

下圖列示本集團緊隨[編纂]完成後的公司及股權架構(假設[編纂]未獲行使)：



備註：上圖的股權乃基於2025年3月31日的數字。

附註(1)至(14)：請參閱本節「我們緊接[編纂]前的股權架構」所載的圖表。

業 務

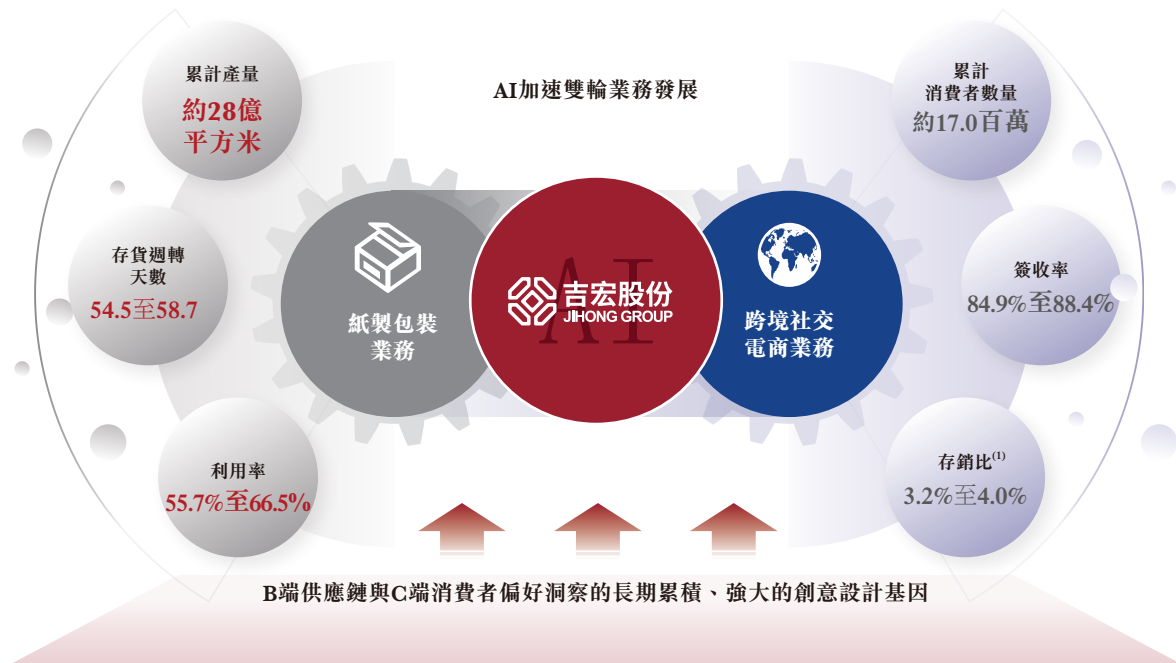
概覽

關於我們

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的領先的雙輪驅動企業。我們於2016年在深交所上市後，憑藉我們管理團隊的帶領及行業經驗，已成功轉型並擴大業務範圍，同時在業務及財務方面均取得不俗成果。根據灼識諮詢的資料，按於2024年在亞洲從事社交媒體電商業務產生的收入計，我們作為一家以亞洲市場為戰略重點的領先跨境社交電商公司，在中國B2C出口電商公司中排名第二，市場份額為1.3%。另外，根據灼識諮詢的資料，我們作為中國內地領先的紙製快消品包裝公司，按收入計，於2024年在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中排名第一，市場份額為1.2%。於2022年、2023年及2024年，我們的總收入分別為人民幣5,375.9百萬元、人民幣6,694.7百萬元及人民幣5,529.3百萬元。於同一時期，我們的利潤分別達到人民幣171.6百萬元、人民幣332.1百萬元及人民幣184.5百萬元。

我們成立於2003年，致力於為快消品企業客戶提供一站式紙製包裝產品及服務，專注於提供營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流。由於我們的紙製包裝業務的核心是以產品設計和營銷為基礎，最終以解決終端消費者的需求及激發其購買慾為中心，我們積累了對產品營銷和識別消費者需求方面深刻的理解和經驗。在長達數十年的紙製包裝業務之外，我們尋求拓展業務，於2017年通過打造跨境社交電商業務抓住了移動互聯網發展帶來的新興跨境電商商機，並成為我們主要的收入來源。在數據洞察和技術的賦能下，順應移動互聯網跨境電商的新時代發展趨勢，我們通過在社交媒體平台上投放定向廣告，吸引消費者購買通過我們的數據分析精準推薦予彼等的產品。根據灼識諮詢的資料，我們的業務模式使我們能夠有效地利用社交媒體上的流量，此乃被公認為中國B2C出口電商市場中增長最快的線上流量來源。

業 務



附註： 所提供的相關數據為往績記錄期間數據。

有關上述圖表所用詞彙的詳情，請參閱本節「－我們的跨境社交電商業務－關鍵營運指標」及「－我們的紙製包裝業務－關鍵營運指標」。

於我們的跨境社交電商業務中，我們採用「貨找人」模式，借助我們的動態數據分析能力，實現精準的選品和推送，在線投放定向廣告，從社交媒體流量中吸引消費者訪問我們的落地頁(即因用戶點擊社交媒體平台上顯示的鏈接或廣告而彈出的交易網頁)，並最終將物美價優的中國內地商品推廣及銷售至全球海外消費者。我們的跨境社交電商業務有助於中國內地供應商與亞洲、歐洲及北美洲的消費者實現對接。於2022年、2023年及2024年，我們的跨境社交電商業務收入分別佔我們總收入的57.8%、63.6%及60.9%，其毛利率分別為59.1%、63.1%及60.5%。儘管2023年至2024年收入有所下降，但我們繼續致力於在歐洲低滲透率地區發展跨境社交電商業務，且跨境社交電商業務收入仍大幅增長43.2%，由2024年上半年的人民幣1,384.1百萬元增長至同年下半年的人民幣1,981.8百萬元。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們跨境社交電商業務的高毛利率已經成為我們總體毛利率的關鍵驅動因素並分別達到40.5%、46.4%及43.8%。

業 務

我們是為數不多的有能力提供涵蓋完整生產過程的一站式紙製包裝產品及服務的中國內地紙製快消品包裝公司之一。以工藝設計及技術策劃為核心能力，我們將市場營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流融入我們的全方位紙製包裝產品及服務，並通過於材料、設計及產品方面的創新，不斷率先應對消費者需求。為體現我們對環境保護以及ESG原則的承諾，隨著全球對塑料使用限制的普及，我們積極投資開發及佈局環保型包裝。多年來，我們已與眾多快消品龍頭公司建立並保持長期的合作關係，為我們紙製包裝業務產生穩健的收入及現金流奠定扎實的基礎。於往績記錄期間，我們的現金流表現穩健。於2022年、2023年及2024年，我們的整體營運所得現金分別為人民幣391.0百萬元、人民幣725.6百萬元及人民幣386.7百萬元。

我們的管理團隊成員推動我們的雙輪驅動業務持續發展，以前瞻性的決策能力為我們引領方向，將行業經驗以及對行業動向的洞悉貫穿到每一次重要決策中，以創新開拓精神面對每一次機遇。我們的執行董事兼總經理莊浩女士先是從事廣告及包裝行業，其後從事社交電商行業，前後共累積逾25年經驗。在其領導下，我們將收入規模從營銷設計業務擴大到一站式紙製包裝業務，同時收入亦大幅增加。多年以來，莊女士精準把握最新商業脈搏，積極拓展收入流並在關鍵節點作出符合業務發展需求的重要決策。正是因為其領導和果斷決策，我們在2017年把握住了跨境電商業務機會，成功開拓了另一收入流。董事長兼執行董事王亞朋先生擁有超過20年的互聯網營銷及跨境商務業務經驗，長期專注於為中國出口企業提供海外整合營銷解決方案及技術服務。王先生帶領跨境社交電商業務實現了大幅增長。

我們的研發成就及歷程

自2017年以來，如採用中國公認會計準則所編製者並在深交所備案年報中呈報者，我們累計投入了超過人民幣740.0百萬元研發費用。截至2024年12月31日，我們在廈門及鄭州設立2個研發中心，研發團隊超過500人。截至2025年3月31日，我們已擁有4項專利及140項軟件版權，涉及我們跨境社交電商業務的算法、軟件系統及其他技術開發，同時擁有362項專利及17項軟件版權，涉及我們紙製包裝業務的包裝設計及製造。憑藉我們在研發方面的不懈努力及持續投入，我們竭盡所能推動我們經營所在行業的變革並引領其發展。

業 務

自我們於2003年開始經營紙製包裝業務以來，我們不斷優化包裝設計流程及技術，保證產品質量的同時減少資源浪費和環境污染。2013年，我們積極開展綠色紙製包裝業務，策略性地迅速使我們在2020年中國國家塑料污染治理法律令頒佈前率先成為眾多知名企業客戶的首選綠色紙製包裝提供商。我們的數智化能力亦賦能紙製包裝業務的設計、生產製造等各环节，優化整體紙製包裝產品，並有助於我們能夠實現更高、更穩定的產品品質。隨著我們不斷發展及投入，根據社會趨勢和廣大消費者需求調整發展方向，我們成功躋身為中國內地紙製快消品包裝行業的領軍者，並最終於2016年在深交所掛牌上市。

憑藉亞洲移動互聯網和中國強大的產業鏈發展帶來的新機遇，我們於2017年開始切入跨境社交電商業務。我們採用「貨找人」模式，大舉投資以AI賦能的技術基礎設施。藉助AI算法及模型，我們為我們的跨境社交電商業務專門自主開發了Giikin系統。借助已整合到我們Giikin系統中的AI應用程序，我們可以在最少的人工參與下無縫連接我們業務流程的各個階段，從選品、廣告投放、產品採購到運輸及物流。我們亦與知名企業合作進行電商AI應用研發。根據灼識諮詢的資料，我們是首批在中國內地以AI技術賦能業務的公司之一。於2021年，我們與華為達成戰略合作，進一步開發跨境社交電商在雲計算、影像處理、大數據及AI方面的數智化應用。

2021年，通過累積的經驗及通過「貨找人」模式所累積的對消費者偏好及需求的了解，我們利用通過我們對不同地區消費者的深刻了解所賦能的數據分析能力開始發展自有品牌。截至最後可行日期，我們已有六個品牌(包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa及PETTENA)。我們透過該等品牌於我們的指定品牌網站及電商平台銷售的產品涵蓋電助力自行車、內衣、遮陽傘及寵物用品。

2021年，我們意識到許多中國品牌和中小企業缺乏通過電商將產品銷往海外的工具和資源。通過我們在跨境電商行業的經驗，我們深刻理解市場參與者在跨境社交電商業務各环节所面臨的挑戰和困難，包括產品推銷、支付體系建設、物流安排等等。2022年，我們將所積累的跨境電商行業經驗和專業知識進行綜合標準化處理，成功研發出了一款專為供應商量身定製的數字賦能吉喙雲SaaS系統，用於跨境電商交易。吉喙雲SaaS系統通過作為Giikin系統一部分而開發的技術，將流程、體系和應用程序模塊化，有效地提升跨境電商的運營效率和消費者體驗，幫助供應商在競爭激烈的市場中脫穎而出。於2023年，我們進一步加強與華為的合作，利用華為在AIGC、應用現代化、數據抓取及數據管理方面的龐大數據模型，深化開發我們跨境社交電商業務的AI應用，旨在提升我們跨境社交電商業務各個階段的數智化能力。

業 務

由於取得上述成就及進展，我們的業務範圍和規模穩健提升。根據我們向深交所提交的備案資料，過去10年來，儘管存在宏觀環境壓力、供應鏈挑戰等不利因素，我們的業務及財務表現仍然出色，並憑藉我們的雙輪驅動業務持續在中國內地及海外市場上取得長足發展。

我們的跨境社交電商業務

我們的跨境社交電商業務採用「貨找人」模式，以亞洲為戰略重點向海外消費者提供多樣化的中國消費品，包括我們的自有品牌。我們運用AI算法，深度分析海外市場資訊並了解我們的消費者。根據我們的分析，我們選品並在Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter)等國外主流社交媒體平台上推送產品廣告，進行海外銷售。消費者只需點擊廣告即可跳轉至我們的自主生成的交易落地頁完成線上購物。我們向主要位於亞洲的海外消費者銷售產品。

我們自主開發的運營管理系統「Giikin」是我們跨境社交電商業務的中樞。我們的Giikin系統具有數智化能力，有助於我們靈活駕馭鏈路過長且結構複雜的跨境社交電商產業鏈。憑藉AI賦能技術，我們已成功開發了適用於從前端的選品、圖像素材設計、視頻素材生成、廣告文案與翻譯、廣告投放，再到後端的客服等業務各流程的多項AIGC技術(均已融合入Giikin)，以賦能我們跨境社交電商業務數字化、可視化及智能化。我們憑藉全鏈路的數智化能力實現了高效供應鏈管理，採用消費者下達訂單後再向供應商採購產品的獨特運營模式。該供應鏈模式使我們能夠在有效保持低庫存水平的同時，保障良好的現金流狀況，從而令現金管理更具靈活性，運營效益得以提升。Giikin賦能我們的供應鏈管理系統，提升我們的物流時效，使我們通常能夠於7天內向消費者交付產品，讓消費者享受到從下單到收貨暢通無阻的購物體驗。

與賣家依賴於電商平台及平台流量的傳統模式不同，我們的跨境社交電商業務主要利用社交媒體流量開展，確保了我們的經營自主權。具體而言，我們在選品、流量管理、產品銷售等主要業務環節不依賴任何單一品類或任何電商平台。我們採用泛品類策略，涵蓋家居用品、服飾用品、電子產品、鞋類產品、箱包製品、美妝個護用品、保健品、母嬰用品以及鐘錶配飾。此策略有助於我們不受限於單一產品品類，同時受惠於中國內地產品及供應商多元化，實現根據各地區市場趨勢和需求選取合適產品。該策略亦使我們得以不斷發現和銷售受歡迎的產品。我們在不同社交媒體平台投放廣告，導入不同流量，消除我們對於任何單一社交媒體平台的依賴。

業 務

我們「貨找人」業務模式有別於第三方電商平台業務模式，使我們確保了業務運營的獨立性。於跨境社交電商業務早期，不受第三方電商平台限制，我們的業務模式使我們降低了維持龐大存貨量的需要，令我們快速實現盈利，並進一步降低依賴平台流量的風險。在利潤的保證和大量數據分析能力的積累下，我們足以克服第三方電商平台的弊端，並開始在我們的指定品牌網站以及第三方電商平台上銷售自有品牌產品，使我們的產品接觸到更廣的受眾。同時，我們不斷在與電商消費者的互動中積累數據洞察，使我們能夠在我們「貨找人」模式迭代的正向循環中獲益，我們不斷利用我們的數據洞察提升我們的動態數據分析能力和訓練AI模型，得以不間斷地優化選品及廣告投放流程，實現對於消費者更為精準的了解，從而提升產品簽收率預測和定價模型準確度，帶來了最佳的銷售業績、更高的ROI及簽收率，最終轉化為更好的財務表現。得益於我們的行業經驗，我們亦已針對中國跨境電商供應商開發一個一站式服務SaaS平台(即吉喵雲)。

我們的紙製包裝業務

我們為快消品企業提供一站式紙製包裝產品及服務，並通過提供獨特的營銷設計和綠色紙製包裝產品脫穎而出。早在2020年中國國家塑料污染防治法頒佈之前，我們於2013年已積極開展綠色紙製包裝業務，根據灼識諮詢的資料，我們是中國內地首批綠色紙製包裝提供商之一。我們的一站式紙製包裝產品及服務涵蓋營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流。我們的主要產品為彩色包裝箱／盒、環保紙袋、食品級包裝等，可滿足企業客戶的紙製包裝要求。我們的企業客戶涵蓋食品、飲料、餐飲、家居日化等快消品細分賽道的眾多龍頭公司。截至2024年12月31日，我們經營10個包裝及印刷生產基地，分佈在中國內地華北、西北、中部地區，策略性佈局鄰近現有企業客戶所處地域，使我們可及時響應企業客戶需求。我們廣泛的業務輻射範圍亦為我們提供與新企業客戶合作的機會。我們的生產基地通過了多個專業認證資格，包括ISO9000質量管理體系、ISO14001環境體系、亞洲首個BRCGS ETRS社會責任認證，證明了我們的質量標準。

業 務

我們致力於為快消品企業客戶提供紙製包裝「從劇本到電影」的全流程創意轉化。我們基於企業客戶的需求及要求、目標受眾及預算提供產品設計、工藝設計和技術策劃，致力於同時滿足客戶對設計、材料、成本控制的多元化需求。我們力求將企業客戶的品牌理念通過獨具匠心的設計展現予消費者，使其產品脫穎而出，吸引關注並刺激需求。我們積極提倡ESG理念，響應企業客戶的環保低碳需求，戰略性開發和拓展綠色紙製包裝業務，包括採用環保可降解材料等方式提高我們紙製包裝業務的可持續發展。此外，我們已策略性地提升綠色包裝的產能，以滿足我們企業客戶的需要。我們一站式服務方式使我們能夠增加企業客戶對我們的信賴和粘性，保證了紙製包裝業務的穩健發展。

我們的市場機遇

根據灼識諮詢的資料，按亞洲社交媒體電商業務產生的收入計，中國B2C出口電商市場的規模預計將由2024年的291億美元增長至2029年的695億美元，年複合增速達到19.0%。預計該增長受到多項因素驅動。社交媒體的興起將繼續催生出更多個性化的消費者需求並通過電商帶動產品銷售，這已成為當前全球最熱門的商業趨勢之一。根據灼識諮詢的資料，亞洲用戶更喜歡通過社交媒體平台在網絡上購物。然而，近年來，亞洲(不包括中國內地)的社交媒體電商滲透率日益高於全球平均水平，未來增長潛力巨大。因此，亞洲已成為B2C出口社交電商公司的主要出口目的地之一。此外，受中國消費品供應鏈(1)更為完整及高效等特點；及(2)可以滿足消費者廣闊需求的充足產能等因素驅動，中國消費品供應鏈在價格、質量、設計及其他屬性持續呈現顯著競爭優勢。伴隨全球物流體系的不斷完善及消費習慣的轉變，跨境電商交易成本大幅下降，更多海外消費者能享受到來自中國內地製造的優質產品。隨跨境電商行業政策支持力度持續增強、「一帶一路」持續推進、行業生態持續改善，預計中國B2C出口社交媒體電商業務具備廣闊的增長空間。

憑藉數字驅動的管理系統、廣泛的供應鏈佈局以及動態數字分析能力，我們打造了「貨找人」模式，使我們能夠把握中國供應商將其產品銷往海外所帶來的巨大增長機遇以及全球消費者對優質中國消費品的增長需求。大量中國內地上游消費品中小企業沒有能力將其產品銷往海外，其中明顯的難點不僅包括跨境物流涉及的運輸、海關、稅收等，還包括使用不同的貨幣和支付體系及語言溝通障礙等複雜性與不確定性。除上述難點外，企業亦必須深入了解消費者的當地習俗並因地制宜制定廣告營銷策略。通過我們專門針對解決該等挑戰所設計的Giikin系統賦能，我們處於有利地位，可受惠於中國B2C出口社交媒體電商行業的增長。

業 務

中國內地紙製快消品銷售包裝行業規模龐大。根據灼識諮詢的資料，按收入計，中國內地紙製快消品銷售包裝行業市場規模預計將由2024年的人民幣1,703億元增長至2029年的人民幣2,227億元。紙製快消品銷售包裝市場有望繼續在環保包裝政策支持及紙製包裝企業的技術能力提升等因素的驅動下開展迭代。同時，由於僅有大型紙製銷售包裝提供商可滿足頂級快消品企業的需求，很多紙製包裝中小企業將被淘汰，頭部企業將通過併購獲得更大的市場份額。我們作為領先的一站式紙製快消品包裝公司，將充分受益於該等增長機遇。

我們的業務成就

我們的業務於往績記錄期間持續增長。根據灼識諮詢的數據，2024年，按在亞洲從事社交媒體電商業務產生的收入計，我們在中國B2C出口電商公司中排名第二，市場份額為1.3%。於往績記錄期間，我們已為約17.0百萬名消費者簽收超過48百萬份訂單，且有逾611,000個SKU。根據灼識諮詢的數據，我們於2024年的ROI為191.1%，均高於行業平均水平。於往績記錄期間各期間，我們的簽收率介乎84.9%至88.4。我們跨境社交電商業務擁有優秀的運營能力及存貨管理能力。根據灼識諮詢的數據，於2022年、2023年及2024年，我們跨境社交電商業務的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%，低於行業平均水平。我們在2023年因業務獲TikTok授予全球領航獎，足以證明業界給予我們的認可。

在紙製包裝業務方面，我們依靠高品質和專業的服務與快消品頭部企業維持長期業務關係。我們已與伊利及瑞幸咖啡等知名快消品企業以及多家於中國內地經營業務的世界領先QSR公司建立密切合作關係。於往績記錄期間，我們的紙製包裝業務產量呈持續增長趨勢，由2022年的846.7百萬平方米增至2023年的925.3百萬平方米，並進一步增至2024年的1,026.1百萬平方米。於往績記錄期間各期間，我們的包裝產品的生產利用率分別約為63.2%、55.7%及56.2%。我們亦能夠以高效方式管理包裝存貨。根據灼識諮詢的數據，於2022年、2023年及2024年，我們紙製包裝業務的存貨週轉天數分別為58.7天、57.4天及54.5天，低於行業平均水平。我們於2022年獲《印刷經理人》雜誌評為「中國印刷包裝企業100強」第5名，足以證明業界給予我們的認可。

業 務

我們的競爭優勢

我們致力於求變，發掘和開發受歡迎的產品與服務，以數智化手段賦能中國品牌走向世界，我們相信，以下競爭優勢促進了我們的成功：

我們是於亞洲銷售產品的B2C出口社交媒體電商公司的行業領導者。

我們是首批B2C出口社交媒體電商公司之一，策略性地專注於亞洲市場。藉助亞洲零售電商行業的快速增長及社交媒體的蓬勃發展，我們於2017年啟動跨境社交電商業務。根據灼識諮詢的數據，2024年，按在亞洲從事社交媒體電商業務帶來的收入計，我們在中國B2C出口電商公司中排名第二。

我們的跨境社交電商業務採用「貨找人」模式，與於第三方電商平台銷售的商業模式在多個方面有所不同，包括獲取用戶流量、對賣家的特定要求及資金開支。儘管「貨找人」模式具有較高入門壁壘，但其於減少維持龐大存貨量的前期費用的同時，為我們提供更大的靈活性並使我們更能適應市場趨勢。該模式亦使我們更靈活地積累數據洞察以更好地了解消費者需求及偏好，從而提升我們的選品、產品投放、供應鏈管理及物流管理能力的有效性。此外，我們不依賴任何單一第三方平台的線上流量或必須在電商平台上維持網店，可以靈活地於社交媒體平台上投放廣告，最大限度地實現精準營銷及盈利能力。根據灼識諮詢的資料，我們的業務模式使我們能夠有效地利用社交媒體流量，此乃被公認為中國B2C出口電商市場中增長最快的線上流量來源。與電商平台銷售產品的公司不同，我們的獨特模式亦為我們提供經營自主權，原因為我們不受第三方電商平台對於賣家的掣肘。我們採用泛品類戰略，不依賴任何單一品牌或品類，為我們提供迅速適應時下潮流進行選品的自由。

我們的跨境社交電商業務將中國內地的供應商與亞洲、歐洲及北美洲的消費者聯繫起來。我們在全球主流社交媒體平台(包括Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前身為Twitter))上投放廣告。我們緊跟市場趨勢，迭代發掘質美價優的中國消費品並銷售予全球消費者，於往績記錄期間累計銷售予約17.0百萬名消費者。於往績記錄期間，我們提供產品類別廣泛的產品組合，且有超過611,000個SKU。於2022年、2023年及2024年，我們的簽收訂單數量分別為11.7百萬、16.4百萬及13.8百萬份，實現規模經濟。

業 務

於2022年、2023年及2024年，跨境社交電商業務的收入分別為人民幣3,106.6百萬元、人民幣4,256.6百萬元及人民幣3,365.9百萬元。我們的成就及領先地位已經於行業內獲得廣泛認可。特別是，我們已於2023年因業務獲得TikTok頒發的全球領航獎。

憑藉跨平台、跨區域交易數據洞察積累及我們堅持不懈的科技創新，我們相信我們將把握B2C出口社交媒體電商市場於亞洲的巨大增長商機。

我們的集成AI技術貫穿我們全面、高效且可擴展的運營系統。

我們的跨境社交電商業務高效且靈活，使我們能夠駕馭複雜的跨境社交電商業務環境並滿足多樣化的消費者需求。自2017年成立跨境社交電商業務以來，我們持續訓練及強化數據分析能力及AI技術，包括AI垂類模型、機器學習及大數據分析。

我們將AI技術貫穿整個業務流程，不斷推動我們的業務從數字化向數智化轉型。針對跨境社交電商的關鍵流程，我們已成功開發涵蓋選品、圖像素材設計、視頻素材生成、廣告文案與翻譯、精準產品推薦、廣告投放及客服等AI技術，實現數智化水平升級。

選品方面。我們的GiiKin系統可協助我們的選品團隊因地制宜制定選品策略，確保所選產品符合當地消費者的需求及偏好。我們將選品工具嵌入GiiKin系統，分析歷史及目前市場趨勢數據，幫助我們按消費者需求及喜好確定所銷售的產品及進行銷售的地理位置。此工具根據不同特徵將候選產品按若干順序進行排名，將預期爆款程度和盈利能力變成直觀可視，有助於我們的選品團隊高效作出決策。

落地頁生成及廣告開發方面。利用自主研發的AI技術，我們克服亞洲地區具有不同的文化、語言、種族及表達的複雜電商環境。例如，我們自行開發的ChatGiiKin-6B為一款電商文本垂類模型，用於實時豐富產品標籤數據及通過不同的提示詞自動生成不同語言的產品標題、關鍵詞及描述，協助選品團隊快速梳理產品賣點並自動化生成廣告內容。我們亦迎合不同國家及地區的審美標準，並尋求通過調整各個模特吸引目標消費者，以最大限度地吸引目標消費者受眾。通過GiiAI，我們的選品團隊方便地替換背景音樂及翻譯字幕，能快速生成多條高質量廣告視頻。該等圖像、文本及視頻進一步豐富我們的廣告素材庫，提升我們選品團隊的素材製作效率。有關我們的落地頁的詳情，請參閱「我們的跨境社交電商業務－落地頁生成」。

業 務

廣告投放方面。根據產品特性，我們的Giikin系統可選擇目標消費者受眾及廣告風格，提升廣告投放的精準度，並實現盈利最大化。我們以技術驅動的廣告投放助手G-king已嵌入至我們的Giikin系統，通過API連接到Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok及Google(包括YouTube)等社交媒體平台的廣告系統。G-king分析廣告數據，為廣告優化師推薦更有效的廣告建議，協助彼等作出具成本效益的廣告預算決策。

採購及售後服務方面。我們利用AI機器人賦能及促進跨境社交電商業務拓展。AI機器人協助翻譯不同語言並生成自動回覆，使我們能夠為不同國家及地區的消費者提供購買及售後服務，無需聘請當地客服人員。

我們的數智化水平顯著提升了我們的經營能力，有效將我們的人工處理流程轉化成標準化及可複製的系統。於2024年，我們的ROI達到191.1%。於往績記錄期間各期間，我們的簽收率介乎84.9%至88.4。我們亦成功部署AI技術，使我們能夠將我們的數據分析能力及經驗擴展至更多國家及地區，協助我們快速擴張。我們利用Giikin系統搜索受歡迎的產品，且我們於新的地理位置複用我們的數據分析能力，以便於新的國家及地區通過社交媒體平台完成精準的本地化廣告投放及提供售後服務。得益於此，我們利用由選品、廣告投放及內容生成人員組成的小團隊將業務拓展及複製至新地區。

動態數據分析能力為我們「貨找人」模式奠定了堅實基礎。

我們擁有先發優勢所積累的來自跨境社交電商業務的海量消費者行為數據洞察，此乃我們進行數據分析及建立算法能力的基礎。通過業務運營，我們已於廣泛渠道上積累對廣告投放ROI的深入了解。不同於傳統的電商平台，我們從數字營銷服務提供商及社交媒體平台中獲得社交媒體平台用戶數據分析，此使我們能夠於投放廣告時精準地為產品分配標籤並高效地對其他有相同或類似需求的消費者進行再營銷。數據分析為我們提供了按照用戶類型的點擊數以及按時間及／或按地點的點擊轉化率等資料。此外，截至2024年12月31日，我們的Giikin系統已經積累超過611,000個SKU的數據，包括定價及受歡迎程度。於往績記錄期間，我們的數據庫及廣告素材庫已經存儲逾5.8百萬份廣告素材。我們利用產品標籤、平台用戶標籤及交易信息構建了專有的產品關係矩陣，準確描繪不同地區的用戶畫像特點與相關產品之間的關係。該矩陣為我們進一步提升AI模型能力提供了堅實的基礎。

業 務

我們的數據分析能力是我們的核心競爭力之一。我們一直持續投入研發，擁有前沿的技術能力，例如AI、機器學習及大數據分析。我們一直秉持獨立開發我們的底層技術，包括開發大數據模型及算法。我們的數據分析能力是我們「貨找人」模式的基礎並使我們能夠保持盈利。通過數據分析能力，我們專注於向選定消費者精準推薦一至兩款最匹配的產品，從而實現更高ROI。我們的AI模型能實時分析大量的交易數據，包括簽收率、商品成本及物流成本，並精準測算每款產品的定價，使我們能刷選出高利潤率的產品。根據灼識諮詢的資料，於2022年、2023年及2024年，我們的ROI分別為208.3%、189.8%及191.1%，高於行業平均水平。

我們的跨境社交電商業務擁有高效且精細化的供應鏈管理能力，兼顧消費者滿意度和成本控制。

我們通過對特定產品保持一定水平的庫存，並在收到消費者訂單後從供應商處購買產品(倘我們的倉庫並無已訂購的產品)來管理我們跨境社交電商業務的供應鏈。此模式使我們得以維持較業界其他公司更低的存銷比。於2022年、2023年及2024年，我們的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%。該供應鏈管理模式通過我們的自動化採購和物流管理系統予以支持。我們通過Giikin系統將與產品供應商及物流服務提供商的數據洞察進行融合，實現對商品運輸、派送、簽收等各物流節點的自動化管理。通過該環節，我們預估商品採購時間和物流運送時間，以確保在不影響消費者購物體驗的情況下最小化成本和庫存囤積。我們通過AI模型能預估我們產品的需求，使我們能夠精準規劃採購策略。此外，為處理每天來自我們消費者的大量訂單，我們開發嵌入我們Giikin系統的自動訂單系統，據此，我們與供應商在線協商產品定價並在有限的人為干預下自動下達訂單。

我們已經建立了完善的供應商管理體系，使我們得以對供應鏈網絡進行管理。基於我們和供應商的數據流轉，我們可以在短時間內實現大量訂單的快速交付。我們(1)從已納入我們供應商管理系統的供應商直接採購產品或(2)向在1688.com(阿里巴巴集團控股有限公司經營的綜合批發市場)註冊的供應商採購產品。截至2024年12月31日，我們全面的供應商管理系統擁有逾1,000家供應商。基於規模及與供應商的密切合作關係，我們的供應商通常願意以合理的價格快速交付產品予我們。我們亦能預測供應商將產品運往我們租賃倉庫的時效。對於一些現有供應商未供應的選品，以及一些零散的訂單，我們通過第三方採購平台持續培育與優質供應商的關係，並逐漸將其納入我們的供應商管理系統中。基於豐富的供應商資源和有效的管理，我們有更大的靈活性來發現受歡迎的產品，為海外消費者提供中國內地生產的高質量、高性價比、多功能性及美觀的產品。

業 務

我們與物流服務提供商建立了穩健關係，使我們能夠為消費者提供靈活的交貨選擇與更高效的物流服務。截至最後可行日期，我們在廣東省東莞市及福建省晉江租用了兩個倉庫，並利用物流服務提供商營運的第三方倉庫作為彼等向我們提供的服務的一部分。我們的Giikin系統使我們能根據產品特點和交貨地區在我們的物流服務提供商名單中選取價格最低、派送速度最快、最符合產品運送要求的物流服務提供商，以實現大多數貨物的當天出庫，確保通常能實現產品於7天內送達，讓消費者享受到從下單到收貨暢通無阻的購物體驗。

通過API，我們的Giikin系統與我們的租賃倉庫及物流服務提供商的倉庫管理系統連接，實現對商品運輸、派送、簽收等各物流節點的自動化管理。我們的Giikin系統能實時跟蹤產品的位置及狀態。我們的客服團隊與物流服務提供商緊密配合，了解最新物流動態，令我們得以及時響應客戶詢問。

我們以營銷設計和技術研發突破，以紙製包裝產品與快消品龍頭企業客戶維持長期業務關係。

我們是為數不多的能滿足從營銷策略、產品設計、工藝設計及技術策劃、生產到運輸及物流的一站式服務的中國內地紙製快消品包裝的公司之一。基於我們深厚的創意力、憑藉我們對企業客戶的深入理解以及對最新ESG趨勢的準確把握，我們能夠為企業客戶提供泛品類的紙製包裝產品，滿足企業客戶對各類產品全方位的包裝需求。

作為工藝設計和技術策劃的基礎，我們關注包裝設計上的創意，也潛心研究包裝的功能需求。我們致力於為快消品企業客戶提供紙製包裝「從劇本到電影」的全流程創意轉化。我們堅持從客戶需求出發，提供兼具美觀性、實用性、環保和具性價比的紙製包裝產品。經過逾二十年的包裝行業深耕，我們已在中國內地紙製快消品銷售包裝行業中佔據領先地位，具有巨大的競爭優勢。根據灼識諮詢的資料，按2024年收入計，我們在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中排名第一。在2022年《印刷經理人》雜誌發佈的「中國印刷包裝企業100強」中，我們位列第五。我們在中國內地經營10個大型包裝印刷生產基地，滿足企業客戶從包裝設計到運輸及物流的全包裝價值鏈的業務需求。

我們與伊利及瑞幸咖啡等快消品多個細分賽道行業龍頭企業以及多家於中國內地經營業務的世界領先QSR公司建立了穩定的合作關係。同時，我們不斷發展與新企業客戶的關係。於往績記錄期間，我們成為澳大利亞第一連鎖超市Woolworths、全球領先的西式連鎖快餐店麥當勞等全球快消品龍頭的紙製包裝產品供應商，並成為我們企業客戶的重要供應商。

業 務

我們於多個領域不斷精進技術，以提升包裝效率與服務品質：

創意設計。我們的包裝創意融合了企業文化、美學、原材料、工藝流程等多種元素。我們觀察及研究市場，並通過廣泛的合作及與企業客戶的積極對話積累經驗，我們瞭解企業客戶的需求，幫助彼等設計及改進彼等的包裝，並提供解決問題的建議。在生產及銷售過程中，繼續通過信息反饋了解彼等的需求變化，持續改進紙製包裝產品，使企業客戶的包裝能夠在其競品中脫穎而出。

研發和技術。我們的技術創新能力使我們始終走在行業前列。我們掌握了先進印刷技術，並且工藝設計及技術策劃等印前加工技術競爭優勢明顯。截至2025年3月31日，我們擁有包裝設計及製造相關的362項專利以及17項軟件著作權。

質量。我們的產品廣泛用於快消品的外包裝，這要求我們的產品保持高質量。我們在甄選生產材料上嚴格把關，在各重要的生產工序均配備先進的檢測設備。我們已建立企業內部技術標準以及質量管理制度，在整個生產過程中強化我們的產品質量控制權，以確保產品品質達到企業客戶需求。我們已獲得各類專業認證，包括ISO9000質量管理體系、ISO14001環境體系、BRCGS ETRS社會責任及FSC國際組織認證標準。

環保。我們在ESG和可持續發展上始終走在行業前沿。為支持中國的減塑政策，我們是中國內地第一批開始設計環保類包裝(如輕質化紙製包裝)的公司之一，並策略性提升綠色包裝的生產能力。我們繼續響應企業客戶的環保低碳需求，並加強綠色包裝的研發。我們已擁有環保可降解材料、環保噴墨等行業內領先的技術和工藝。

數智化。我們不斷將數智化水平提升至包裝生產全流程。在設計環節，通過使用設計軟件、虛擬現實和增強現實技術，我們能夠更快速、準確地設計和落實紙製包裝產品。此外，我們通過分析企業客戶歷史設計要求及反饋情況，優化設計，使其更具吸引力和功能性。在生產製造環節，我們通過使用視覺技術，自動檢測和識別產品的問題，以提高產品質量及減少次品率。

業 務

我們富有韌性的組織結構由富有遠見的高級管理團隊領導。

我們的高級管理團隊在快消品包裝、跨境電商及互聯網數字營銷領域擁有豐富的行業經驗，對我們的業務發展及策略具有深刻理解。我們的創始人、執行董事兼總經理莊浩女士，先是從事廣告及包裝行業，其後從事社交電商行業，前後共累積逾25年經驗。在其領導下，我們將營銷設計業務收入擴大到一站式紙製包裝業務收入，同時收入亦大幅增加。正是因其領導和決策力，我們在2017年把握住了跨境電商業務機會，成功開拓了另一收入增長渠道。董事長兼執行董事王亞朋先生，擁有超過20年的互聯網營銷及跨境商務行業經驗，長期專注於為中國內地出口企業提供海外整合營銷方案及技術服務。自2017年加入我們以來，彼帶領團隊在跨境電商、精準營銷、廣告投放及技術研發等多個領域積累豐富的經驗，成功發展我們在亞洲、歐洲及北美洲的跨境社交電商業務，並指導跨地區擴張。在紙製包裝業務方面，我們的核心團隊長期從事印刷及包裝行業，擁有豐富的行業技術專長和管理經驗。副董事長兼副總經理張和平先生深耕印刷及包裝行業近30年。我們的管理團隊與快消品龍頭企業建立長期緊密的合作關係，理解企業客戶需求，把握行業最新趨勢，勇於為發展壯大我們的業務作出決策。

我們相信高效的組織結構是我們健康發展的關鍵。我們的跨境社交電商業務採用獨特的扁平式組織結構，由中央控制功能支持小型前端團隊。我們建立若干支我們自稱「家族」的前端團隊，每個「家族」負責包括選品、廣告投放及廣告素材生成在內的業務流程。對這些「家族」的評估標準以利潤優先，同時兼顧戰略貢獻。這一標準結合「賽馬」機制，促進「家族」之間的良性競爭及協同效應，增強我們的市場開拓能力及行業競爭力。我們的中高層管理團隊為「家族」守護者，支持、協調並向彼等提供包括供應鏈、IT系統及客戶服務等中後端業務流程，為彼等提供工具，以實現利潤最大化。

我們的僱員充滿活力，秉持勤勉的態度、善於應變、勇於創新，為我們的增長奠定堅實的基礎。我們亦不斷營造「鼓勵創新、允許試錯」的工作氛圍，讓我們的僱員敢想敢幹，勇於突破。我們亦非常重視員工激勵。我們於2024年自二級市場回購A股人民幣86.0百萬元，以補充員工的股本激勵計劃。截至2024年12月31日，我們的2022年員工持股計劃及2023年限制性股份激勵計劃包括本集團合共228名僱員。

業 務

我們的策略

憑藉我們的競爭優勢及[編纂]後獲得更多國際資源，我們擬追求以下策略：

持續深化現有市場覆蓋，並逐步擴大全球版圖

自開展跨境社交電商業務以來，我們一直策略性地專注於亞洲，並已在日本、韓國、泰國及沙特阿拉伯等地區實現卓越營運。我們計劃充分利用中國內地豐富多樣且質美價優的消費品優勢以及中國內地在亞洲優越的地理位置，進一步在亞洲其他地區(例如於2022年東南亞人口最多的國家印度尼西亞及越南)擴大我們的版圖。根據灼識諮詢的資料，於2024年，按收入計，中國B2C出口社交媒體電商於亞洲市場的市場規模達291億美元。預計2029年市場規模將增至695億美元，自2024年起年複合增速為19.0%。隨著移動互聯網於亞洲地區的不斷普及，中國B2C出口社交媒體電商於亞洲市場日後將展現出巨大的增長潛力。預計到2029年，除中國內地外的亞洲社交媒體滲透率將增至55.0%

此外，憑藉我們已於亞洲成功驗證的多語種能力，我們計劃於歐洲複製我們的成功，以實現更大的規模經濟。我們計劃穩步拓展至歐洲，同時繼續向拉丁美洲等跨境社交電商增長潛力高的地區拓展。根據灼識諮詢的資料，按收入計，B2C出口社交媒體電商市場的規模(i)在歐洲預計將由2024年的119億美元增長至2029年的266億美元，年複合增速為17.5%；及(ii)在拉丁美洲預計將由2024年的47億美元增長至2029年的118億美元，年複合增速為20.0%。應用我們在數據分析方面的經驗及經過驗證的能力，我們計劃快速深入了解該等地區的消費者特徵，利用我們本地化的能力打造本地化廣告及落地頁，並將廣告精準投放於當地受歡迎的社交媒體平台。

為擴大版圖，我們計劃在中國內地增聘銷售及營銷人員，以促進我們於歐洲及拉丁美洲以及在亞洲尚未建立業務版圖的地區的擴張。我們擬於該等新市場迅速建立版圖，使我們得以迅速獲得市場份額。

我們擬分配[編纂][編纂]的[編纂]用於海外市場擴張。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

業 務

持續投入研發，升級迭代AI應用

我們力圖通過持續投入AI算法及我們專有的Giikin系統來提升我們的業務效率及數據分析能力。我們採用AI算法來選品、生成廣告內容、投放廣告並為消費者提供採購及售後服務。我們擬通過深化與主要的AI模型開發商及類似技術公司的合作來優化我們的技術基礎設施，以開發先進的機器學習及深度學習技術，將其應用到我們的業務，並不斷更新和擴展我們的AI模型庫。我們經營跨境社交電商業務所累積的數據，可以進一步訓練該等AI算法，以提高其效率，從而助力我們在市場上保持領先。

此外，我們計劃通過為Giikin系統配備統計分析、機器學習及數據挖掘等AI賦能的先進數據分析工具來增強我們的數據分析能力，這使我們得以獲得更深入及更準確的見解，提高算法的準確性及提升廣告投放的效率。我們亦將不斷優化現有預測模型，以獲得更精準的產品受歡迎程度及銷售潛力預測，從而提高我們甄選受歡迎及盈利產品的能力。同時，我們將繼續提升AI算法，用於分析不同地區消費者在不同社交媒體平台上的行為及偏好，以生成更加個性化的廣告及落地頁設計，並提供更加無縫的用戶體驗。我們亦計劃運用先進的數字化渠道管理及內容分發技術，實現選品能力及落地頁設計跨不同社交媒體平台的協同及優化。具體而言，我們計劃投資各種硬件基礎設施以提升我們Giikin平台的功能及安全性並招募研發專業人員支持我們的研發工作。

此外，我們計劃在各業務環節中進一步深度融合AI應用，以進一步提高我們的營運效率及降低物流成本。例如，我們將進一步提升跨境社交電商業務的訂單管理、倉庫管理及客戶服務能力。通過有關功能升級，我們力求增強及時識別並解決消費者與訂單問題的能力，確保訂單在全球範圍內順利交付並提高客戶滿意度，以獲得較高的簽收率。在紙製包裝業務方面，我們計劃利用AI技術開發包裝設計應用，從而提高新包裝設計的效率以及生成多樣化及個性化的包裝設計，以進一步提高競爭力。

我們擬分配[編纂][編纂]的[編纂]用於提升我們的AI及數據技術。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

業 務

打造自有品牌以建立品牌價值及利用我們久經考驗的數據分析能力

我們計劃建立多品牌產品矩陣，以增強我們滿足消費者需求的能力，並持續提高我們在全球跨境社交電商市場的市場份額及創收能力。截至最後可行日期，我們已有六個品牌(包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa及PETTENA)。我們透過該等品牌於我們的指定品牌網站以及電商平台銷售的產品涵蓋電助力自行車、內衣、遮陽傘及寵物用品。我們計劃持續提升現有品牌的知名度與消費者粘性，並利用我們的數據分析能力及精準營銷能力，這將讓我們可套用從跨境社交電商業務累積的經驗及洞察力。同時，我們計劃與電商平台合作，提升我們品牌在所屬品類中的知名度。此外，我們計劃加強我們在各個社交媒體平台的營銷工作，並與名人及KOL合作推廣我們的自有品牌。

我們計劃通過內部孵化及外部收購結合，逐漸形成自有品牌組合。通過跨境社交電商業務，我們對不同地區的消費者需求及偏好累積了深刻了解。隨著我們的數據分析能力持續提升及優化，我們能夠開發產品並制定差異化的品牌策略，以更加貼合若干地區消費者的需求及偏好，同時打造一個於中國內地具有生產及設計優勢的品牌。此外，我們計劃根據區域及市場特性，針對不同消費者群體塑造定制化、高品質的產品品牌以及差異化的品牌，以滿足廣泛消費者群體的需求及偏好。我們已建立了內部品牌孵化機制，並成立創業團隊，鼓勵員工提出創新項目。我們嚴格篩選團隊並定期對團隊進行考核，以評估建議項目的質量和可行性，並繼續予以優化。此外，我們計劃設立一個營銷中心，並招募一支營銷專業團隊，以為內部創業團隊開發的自有品牌的推廣及營銷提供支持。我們計劃不斷完善內部孵化機制，為員工提供創新機會及為本公司提供茁壯成長的機會。

我們亦尋求收購任何符合下列特徵現有品牌，包括在領先電商平台上若干品類具有領先地位、品牌認知度明確、現有供應鏈穩健以及客戶回購率高。通過於資源、營運及研發方面的合作，我們力圖實現與收購品牌的協同效應及優勢互補。通過整合供應鏈資源、技術及人才，我們相信我們能夠增強我們的全球競爭力，並為消費者提供更優質的產品。

我們擬分配[編纂][編纂]的[編纂]用於擴展我們的品牌組合。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

業 務

持續打造我們專有的SaaS平台吉喺雲，助力本土中小企業出海

得益於我們的行業經驗，我們已開發一站式服務SaaS平台吉喺雲，賦能總部位於中國內地的電商中小企業將其產品銷往海外。我們專門針對製造優質產品但缺乏跨境電商公司將產品銷往海外的高效經營能力的中小企業。我們複製自身經驗，為供應商提供整個價值鏈的全套服務，涵蓋供應鏈、落地頁生成、廣告投放、跨境物流及跨境支付，以及自動化翻譯服務。通過吉喺雲，我們幫助供應商應對跨境社交電商業務面臨的挑戰，例如語言障礙、不同的貨幣體系與支付方式、市場營銷難以實現本土化及與若干地區跨境物流有關的複雜性與不確定性。

我們計劃通過為吉喺雲配備先進技術及更多模塊進一步提升SaaS平台的技術能力及功能，以滿足供應商不斷變化的需求，同時確保平台的穩定性及安全性。具體而言，我們計劃在吉喺雲上打造更多智能廣告等應用，增加現有應用，如AI翻譯、自動化客戶服務以及自動化圖像視頻處理等。通過吉喺雲的持續創新、迭代開發，我們計劃構建一個更強大的SaaS生態系統，提供豐富的共享許可數據及資源的功能，以促進不同參與者之間的協同效應。

我們計劃將SaaS服務推廣予供應鏈成熟、產品具有本地特色的供應商以及擁有豐富跨境業務經驗並位於本地跨境電商產業園的成熟供應商。於此基礎上，我們尋求進一步將SaaS服務擴展至希冀將其產品銷往海外消費者的所有中小企業。通過該策略，我們尋求於SaaS平台連接以上三類公司，形成一個成熟的生態系統。此外，我們計劃通過各種銷售及營銷渠道推廣吉喺雲SaaS業務，以對接更多供應商，包括由地面推廣團隊對接特定地區的供應商、採用各種線上營銷方法及參加行業展會。我們亦考慮與行業其他成熟企業開展戰略合作，共享資源，並利用其市場成熟地位以及平台優勢，通過彼等的平台推廣SaaS服務及品牌，從而推動我們的SaaS服務成為中國內地中小企業促進海外銷售的首選。

我們擬分配[編纂][編纂]的[編纂]用於提升吉喺雲。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

業 務

優化我們的跨境社交電商業務供應鏈管理

我們將通過加強與符合我們質量標準及交貨要求並具性價比的供應商的合作進一步優化供應鏈管理，支持我們泛品類產品組合的擴張。我們計劃與優質供應商達成戰略或獨家合作，將其納入我們的專有選品及供應鏈管理系統。我們將持續加強數智化工作及提升供應鏈管理能力，優化供應商管理體系，改善與重點供應商的物流流程以更好地管理資源。我們認為此將降低採購成本、提升物流及運營效率，從而增強我們的創收能力以及市場競爭力。

同時，為了更好地服務全球不同地區的消費者，我們計劃基於不同市場及地區的不同特點構建差異化的物流管理體系，優化倉儲及物流管理。通過實現更高效及更具性價比的配送流程，我們認為我們可以提高消費者滿意度及忠誠度，並提高我們的營運效率。我們亦計劃優化及豐富我們的支付渠道，以降低交易費率、提高簽收率，最終轉化為更有效率的現金管理。

繼續投資綠色紙製包裝產品

作為中國內地綠色紙製包裝產品領域的先行企業，我們已為Woolworths、百勝集團、麥當勞等知名快消品公司提供綠色包裝。作為日常生活中的高頻使用消費品的銷售商，快消品行業的公司需要在消費者中建立環保及可持續運營及品牌形象。根據全球多國的監管政策及全球採用綠色包裝的趨勢，我們將繼續投資綠色包裝，並為企業客戶開發具創新性及可持續性的快消品產品的綠色包裝，以滿足其ESG的要求。我們預期繼續動用營運所得現金以投資於綠色紙製包裝產品。

此外，我們計劃不斷拓展我們的綠色紙製包裝產品，以進一步提升市場份額。具體而言，我們擬加強AI技術在我們包裝產品的設計及質量檢驗中的應用。我們亦計劃與科研機構合作，引進先進的生產工藝及材料以降低生產過程中的污染及提高包裝的可持續性，並有針對性地開發適合企業客戶具體市場需求的創新包裝產品及服務。

業 務

我們的業務模式

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的領先的雙輪驅動企業。創新是我們的核心價值。自成立以來，我們一直是一家專注於通過不斷適應消費趨勢及消費者需求來宣傳及推廣產品的企業。我們利用自身的營銷能力及洞察力對商業模式進行創新及擴大業務範圍，該模式由兩大業務組成：(i)跨境社交電商業務，及(ii)紙製包裝業務。我們亦從事其他業務，包括提供精準營銷服務。

我們於20多年前創立，以紙製包裝業務起家，為中國內地的食品飲料、餐飲及日用品等廣泛行業企業提供創新的產品設計及製造服務。我們的包裝不僅力求兼備產品的攜帶及保護功能，亦力求通過精巧的設計展示產品的最佳效果以吸引消費者購買產品。根據灼識諮詢的資料，2024年，我們按收入計在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中排名第一。我們提供一站式紙製包裝產品及服務，滿足企業客戶從營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃到運輸及物流的紙製包裝需求。借助我們的紙製包裝業務，我們與中國內地蓬勃發展的各行各業合作，不斷積累經驗，適應並率先應對消費者需求及偏好的變化，並管理廣泛的供應鏈。此外，順應中國國家政策長期提倡綠色低碳經濟的趨勢，我們積極開發並應用環保材料及技術生產我們的產品，包括彩色包裝箱／盒、環保紙袋及食品包裝。

業 務

藉助設計包裝的經驗進行推廣並吸引消費者，我們收集了關於如何進一步推廣產品的見解，並發掘到機會可通過擴展至選品、廣告投放、採購以及向消費者交付，將電商融入我們的業務模式。基於有關見解，並觀察到東南亞社交媒體及移動互聯網使用呈快速增長趨勢，我們於2017年開展跨境社交電商業務，以利用東南亞電商市場的增長潛力。於往績記錄期間，我們採用「貨找人」模式，憑借我們的數據分析能力精心甄選我們的產品，並擁有超過611,000個SKU，並透過為產品分配標籤識別其精準目標消費者受眾在Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter)等社交媒體平台向消費者精準推薦。基於我們對消費者行為的深入了解，以及通過算法及模型部署的卓越數據分析能力，我們將產品與消費者需求相匹配，並精準投放廣告，吸引消費者訪問落地頁，以促進購買我們銷售的第三方產品。我們亦於我們的指定品牌網站及電商平台銷售自有品牌(包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa及PETTENA)產品，產品覆蓋電助力自行車、內衣、遮陽傘及寵物用品。我們的跨境社交電商業務擁有廣闊的地理版圖。於往績記錄期間，我們向亞洲、歐洲及北美洲的消費者銷售產品。

下表載列於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	收入	%	收入	%	收入	%
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
跨境社交電商	3,106,601	57.8	4,256,637	63.6	3,365,903	60.9
紙製包裝	1,982,591	36.9	2,096,606	31.3	2,099,461	38.0
其他 ⁽¹⁾	286,692	5.3	341,438	5.1	63,895	1.1
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括營銷及廣告業務以及附帶貿易業務。有關進一步詳情，請參閱本節「—我們的其他業務」。

業 務

按地區市場劃分的收入明細

下表載列於所示期間按地區市場劃分的總收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入						
東北亞 ⁽¹⁾	1,794,364	33.4	2,541,774	38.0	1,738,742	31.4
中國內地 ⁽²⁾	2,190,291	40.7	2,309,038	34.5	2,037,028	36.8
東南亞 ⁽³⁾	677,902	12.6	846,808	12.6	661,433	12.0
中東 ⁽⁴⁾	409,467	7.6	385,919	5.8	341,777	6.2
歐洲 ⁽⁵⁾ 及北美洲 ⁽⁶⁾	255,699	4.8	509,541	7.6	647,834	11.7
其他 ⁽⁷⁾	48,161	0.9	101,601	1.5	102,445	1.9
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 東北亞包括日本、韓國、香港特別行政區及中國台灣。
- (2) 僅包括我們於中國內地的紙製包裝業務及其他業務。詳情請參閱「業務 – 我們的紙製包裝業務」及「業務 – 我們的其他業務」。
- (3) 東南亞包括泰國、馬來西亞、新加坡及菲律賓。
- (4) 中東包括沙特阿拉伯及阿拉伯聯合酋長國。
- (5) 歐洲包括意大利、德國及波蘭。
- (6) 北美洲包括加拿大及美國。
- (7) 包括主要來自我們於其他國家或地區(如澳大利亞及新西蘭)的紙製包裝業務產生的收入。

業 務

下表載列於所示期間按業務分部劃分的銷售成本詳情，按實際成本及佔總銷售成本百分比表示：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售成本						
跨境社交電商	1,269,838	39.7	1,571,742	43.8	1,329,134	42.8
紙製包裝	1,682,064	52.6	1,703,450	47.4	1,724,280	55.4
其他	245,129	7.7	315,186	8.8	56,530	1.8
總計	3,197,031	100.0	3,590,378	100.0	3,109,944	100.0

下表載列於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					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
跨境社交電商	1,836,763	59.1	2,684,895	63.1	2,036,769	60.5
紙製包裝	300,527	15.2	393,156	18.8	375,181	17.9
其他	41,563	14.5	26,252	7.7	7,365	11.5
總計	2,178,853	40.5	3,104,303	46.4	2,419,315	43.8

我們的跨境社交電商業務

自2017年推出跨境社交電商業務以來，我們一直為亞洲、歐洲及北美洲的多個國家或地區的消費者銷售精心甄選的產品組合。於往績記錄期間，我們向約17.0百萬名消費者銷售產品。根據灼識諮詢的資料，2024年，按在亞洲從事社交媒體電商業務產生的收入計，我們在中國B2C出口社交媒體電商公司中排名第二，市場份額為1.3%。於2022年、2023年及2024年，跨境社交電商業務所得收入分別為人民幣3,106.6百萬元、人民幣4,256.6百萬元及人民幣3,365.9百萬元，分別佔同期收入總額的57.8%、63.6%及60.9%。

業 務

與「人找貨」的傳統電商模式的被動方式不同，我們採用「貨找人」的主動社交電商模式。我們根據該模式通過為產品分配標籤匹配其精準目標消費者受眾在社交媒體平台向社交媒體用戶精準推薦精選產品，將社交媒體平台的用戶轉化為我們的消費者，同時善用該等社交媒體平台（該等平台已成為用戶日常生活中不可或缺的一部分）用戶黏性。憑藉我們的數據分析能力，我們尋求吸引消費者訪問我們的落地頁以購買我們的產品。

我們可廣泛接觸我們利用數據分析能力甄選的海量產品。於往績記錄期間，我們有超過611,000個SKU。我們主要通過(i)從已納入我們供應商管理系統的供應商直接採購或(ii)向在1688.com(阿里巴巴集團控股有限公司經營的綜合批發市場)註冊的供應商採購製品。我們提供泛品類產品，包括家居產品、服飾產品、電子產品、鞋類產品、箱包製品、美妝個護用品、保健品、母嬰產品以及鐘錶配飾。2021年，憑藉我們累積的經驗及通過「貨找人」模式對消費者偏好及需求的了解，我們看到海外消費者日益重視解決特定需求的品牌，並開始發展自有品牌。截至最後可行日期，我們擁有六個品牌(包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa及PETTENA)。我們透過該等品牌於我們的指定品牌網站及電商平台銷售產品，如電助力自行車、內衣、遮陽傘及寵物用品。得益於我們的行業經驗，我們亦已針對中國內地跨境電商供應商開發一個一站式服務SaaS平台(即吉喵雲)。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的跨境社交電商業務收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
家居用品	834,008	26.8%	1,111,352	26.1%	932,038	27.7%
電子產品	381,699	12.3%	766,283	18.0%	790,468	23.5%
服飾產品	549,151	17.7%	1,033,065	24.3%	615,316	18.3%
美妝個護用品	356,667	11.5%	334,930	7.9%	328,192	9.8%
保健品	174,979	5.6%	302,523	7.1%	336,999	10.0%
鞋類產品	491,022	15.8%	423,233	9.9%	156,734	4.7%
箱包製品	181,931	5.9%	126,251	3.0%	71,699	2.1%
鐘錶配飾	118,708	3.8%	131,623	3.1%	75,627	2.2%
母嬰用品	18,436	0.6%	27,377	0.6%	58,830	1.7%
總計	<u>3,106,601</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,256,637</u>	<u>100.0%</u>	<u>3,365,903</u>	<u>100.0%</u>

業 務

關鍵營運指標

下表載列於往績記錄期間我們於所示期間跨境社交電商業務的關鍵營運指標。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
銷售國家／地區	36	41	47
消費者數目 ⁽¹⁾	6,537,096	7,331,841	6,545,100
SKU數量 ⁽²⁾	265,696	304,494	256,645
存銷比 ⁽³⁾ (%)	3.7	3.2	4.0
簽收訂單總數 ⁽⁴⁾	11,654,192	16,404,431	13,834,281
簽收率 ⁽⁵⁾ (%)	86.3	88.4	84.9
每單平均售價 ⁽⁶⁾	266.6	259.5	243.3
ROI ⁽⁷⁾ (%)	208.3	189.8	191.1

附註：

- (1) 消費者數目指於指定年度內下達訂單並簽收我們產品的消費者數目，不包括電商平台的消費者。
- (2) SKU指於指定年度已訂購產品的存貨單位。
- (3) 存銷比按年初及年末的跨境社交電商業務存貨平均結餘除以該年度內跨境社交電商業務收入。
- (4) 簽收訂單數指於指定年度內由消費者簽收且未有退回的簽收訂單總數。
- (5) 簽收率乃按於指定年度內簽收訂單數目除以新訂單數目計算。為免生疑問，簽收訂單不包括下單後取消或退回的訂單。
- (6) 每單平均售價乃按指定年度內我們跨境社交電商業務的收入除以簽收訂單總數計算。
- (7) ROI為我們跨境社交電商業務廣告投放的投資回報，按指定年度跨境社交電商業務收入除以廣告成本計算。根據灼識諮詢的資料，ROI為數字廣告行業及社交媒體電商行業的常見績效指標，原因為該兩個市場的銷售直接源自市場參與者的廣告活動。社交媒體電商業務ROI的計算反映社交媒體廣告的效率(按轉化為銷售的轉化率展示)，因此更高的ROI表明公司在相等廣告開支下獲取更多收入。
- (8) 於2024年，我們的跨境社交電商業務的存銷比較往績記錄期間的過往期間有所上升，主要是由於2024年跨境社交電商業務的收入減少所致。有關進一步詳情，請參閱「財務資料－過往經營業績回顧－截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度月比較」。

業 務

我們的業務輻射範圍

於往績記錄期間，我們向亞洲、歐洲及北美洲等全球40多個國家及地區的消費者銷售產品。於2022年、2023年及2024年，亞洲(包括東北亞、東南亞及中東)分別應佔我們跨境社交電商業務收入的92.8%、88.3%及80.9%。

下表載列於往績記錄期間我們跨境社交電商業務按地理市場劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入						
東北亞 ⁽¹⁾	1,794,364	57.8	2,527,377	59.4	1,720,230	51.1
東南亞 ⁽²⁾	677,902	21.8	846,452	19.9	661,202	19.6
中東 ⁽³⁾	409,467	13.2	385,919	9.1	340,289	10.1
歐洲 ⁽⁴⁾ 及北美洲 ⁽⁵⁾	223,499	7.2	493,536	11.6	638,943	19.0
其他	1,369	0.0	3,353	0.1	5,239	0.2
總計	<u>3,106,601</u>	<u>100.0</u>	<u>4,256,637</u>	<u>100.0</u>	<u>3,365,903</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 東北亞包括日本、韓國、香港特別行政區及中國台灣。
- (2) 東南亞包括泰國、馬來西亞、新加坡及菲律賓。
- (3) 中東包括沙特阿拉伯及阿拉伯聯合酋長國。
- (4) 歐洲包括意大利、德國及波蘭。
- (5) 北美洲包括加拿大及美國。

業 務

我們的「貨找人」模式

與通過個人電商、網站或應用程序「人找貨」的傳統電商模式的被動方式不同，我們採用「貨找人」的主動社交電商模式。我們認為，該主動模式比「人找貨」模式更有效，原因為我們主動收集並分析消費者行為，以根據消費者的需求及偏好提出建議，使我們能夠更高效、更主動地將產品與人聯繫起來。「貨找人」模式本質上是在開始銷售過程時，並無固定的產品等待出售給已知或固定的客戶群 – 相反，該模式需要主動收集及分析消費者行為來發現向目標客戶提供根據消費者需求及偏好量身定製的最適合該等目標客戶的產品建議。相比之下，採取被動方式在個人網站或應用程序上銷售產品的公司通常僅能獲取有限的消費者數據，這將使其無法準確識別目標消費者受眾。根據灼識諮詢的資料，本公司為唯一躋身中國B2C出口社交媒體電商公司前十名的公司，其在亞洲市場透過此「貨找人」模式產生超過30%的收入。根據灼識諮詢的資料，我們是中國內地為數不多的採用「貨找人」模式的上市公司之一。

此貨找人模式利用我們的數據分析及技術能力，使我們能夠於兩個方面均有出色表現：於選品階段，我們不斷識別大量的熱銷SKU，而於選人階段，通過將Giikin系統生成的產品標籤與社交媒體平台維護的消費者資料及標籤進行匹配，我們始終如一地為消費者提供精確的建議。此外，於此過程中產生及收集的數據反過來將優化我們的廣告投放。根據灼識諮詢的資料，於2024年，我們實現了191.1%的ROI，超過行業平均水平180.0%。於往績記錄期間各期間，我們的簽收率介乎84.9%至88.4%。此外，利用該模型，我們可透過主動發現感興趣的客戶並預測我們推出的產品的受歡迎程度保持較低的庫存水平。我們的模型可估計我們是否應該「滾動」地維持特定產品的一定庫存水平，以便更有效、更及時地滿足訂單需求。於2022年、2023年及2024年，我們的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%，均低於行業均值。

業 務

下圖載列我們的「貨找人」模式的圖形展示：



我們通過我們利用「貨」、「找」及「人」三個維度上的我們專有的Giikin系統運用大數據分析及算法，幫助我們分析數據、發掘銷售產品、生成廣告內容、投放廣告及銷售產品。

於找「貨」過程中，利用歷史消費者行為及市場趨勢數據的結合，我們的Giikin系統中嵌入的選品工具可根據消費者需求和偏好推薦所銷售商品以及銷售商品的地理地點。該工具透過將候選產品根據不同特点按若干次序排名後顯示出其預期爆款及盈利程度，因此我們的選品團隊可有效作出決定。我們不斷試水，以提煉及發現能夠實現高毛利率的最佳產品。於選品時，我們的Giikin系統估計候選產品的毛利率。我們的Giikin系統賦予我們自動生成產品描述、標題、圖形、圖像及宣傳視頻、廣告文案及翻譯等能力。其可自動生成最適合目標消費者受眾的內容。通過選擇暢銷商品、生成具吸引力的廣告內容以及積極管理供應商採購流程，我們實現較低的存銷比，根據灼識諮詢的資料，於2022年、2023年及2024年，我們的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%，低於業內平均水平。我們利用中國內地豐富的工程師資源，以聘請人才，並積極參與中國內地的創新氛圍，有利於推動面向中國內地及海外市場的最新商業模式及技術的進步，促進我們應用大數據分析及AI技術選品的能力。此外，中國內地龐大而完整的供應鏈體系為我們提供了獲取多種優質產品的渠道，使我們能夠輕鬆採購滿足多樣化消費者需求的產品。

於「找」的過程中，我們的Giikin系統使我們所甄選的產品透過標籤分配識別其目標消費者受眾。通過根據瀏覽時長、點擊率及與我們落地頁的其他互動以及以互聯網信息為基礎的消費趨勢等數據分析消費者行為，我們的Giikin系統可為我們的精選產品創建及分配標籤，有針對性地表明需要及需求該產品的消費者的特徵。此過程有效地幫助我們解決傳統「人找貨」模式的弊端。

業 務

在傳統模式下，產品賣家將產品放置在網站及應用程序，必須被動地依賴消費者找到彼等的產品，此舉耗時且低效。消費者亦需要在平台、網站及應用程序上花費大量時間及精力篩選海量的資料及產品，以搜尋其冀望得到的產品。倘客戶無法找到彼等冀望得到的產品，其可能不會下單。同時，彼等亦必須依賴網站及應用程序的運營商推廣其產品。另一方面，利用「貨找人」的模式，我們可就社交媒體平台的目標消費者受眾關聯的產品創建及分配標籤，藉此主動物色目標消費者。我們深入了解消費者的需要，為產品分配精確標籤，使我們每次均能向其推薦一到兩款最匹配的產品。這模式同時提高我們及消費者的效率。其減少我們需要與潛在消費者聯繫的時間，亦減少消費者尋找其冀望得到的產品所需的時間，從而鼓勵消費者進行購買。消費者不需要滾動瀏覽海量的產品以尋找其冀望得到的產品，且可在相對較短的時間內作出是否購買產品的決定。此外，我們能夠刺激消費者對特定產品的壓抑需求。此外，根據消費者的反饋，我們亦可透過放棄或添加產品來靈活調整產品組合及廣告策略，確保廣告投放及銷售工作始終保持最佳效率並最大限度地提高我們的盈利能力。鑒於對我們所甄選產品的偏好及強勁需求，我們的目標消費者受眾表現出相對較低的價格敏感度，較高的毛利率就是明證。

在觸達「人」的過程中，我們與數字營銷服務提供商合作，在Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter)等社交媒體平台上投放廣告。大數據分析及推薦算法在「找」的過程中創建的產品標籤，充當了我們的產品與社交媒體平台用戶連接的橋樑。使用專有的算法，我們為特定產品分配與社交媒體平台用於識別其用戶相同或相似的標籤。這些標籤可向社交媒體平台指示此類產品的目標消費者受眾或預定廣告策略。借助該等標籤，我們可以在社交媒體平台上準確地投放產品廣告，並向目標消費者受眾推薦我們的產品。透過此過程，可向潛在消費者展示高度精準的個性化推薦，實現「千人千面」模式。

通過使用與產品相關的標籤，我們的Giikin系統預測我們廣告的效果，並估計產品的盈利能力，同時計及運輸成本、廣告成本及預估接受率。根據此模式，我們主動了解及探索消費者的需要及需求，包括激發消費者對自身可能並不知曉的產品的興趣。

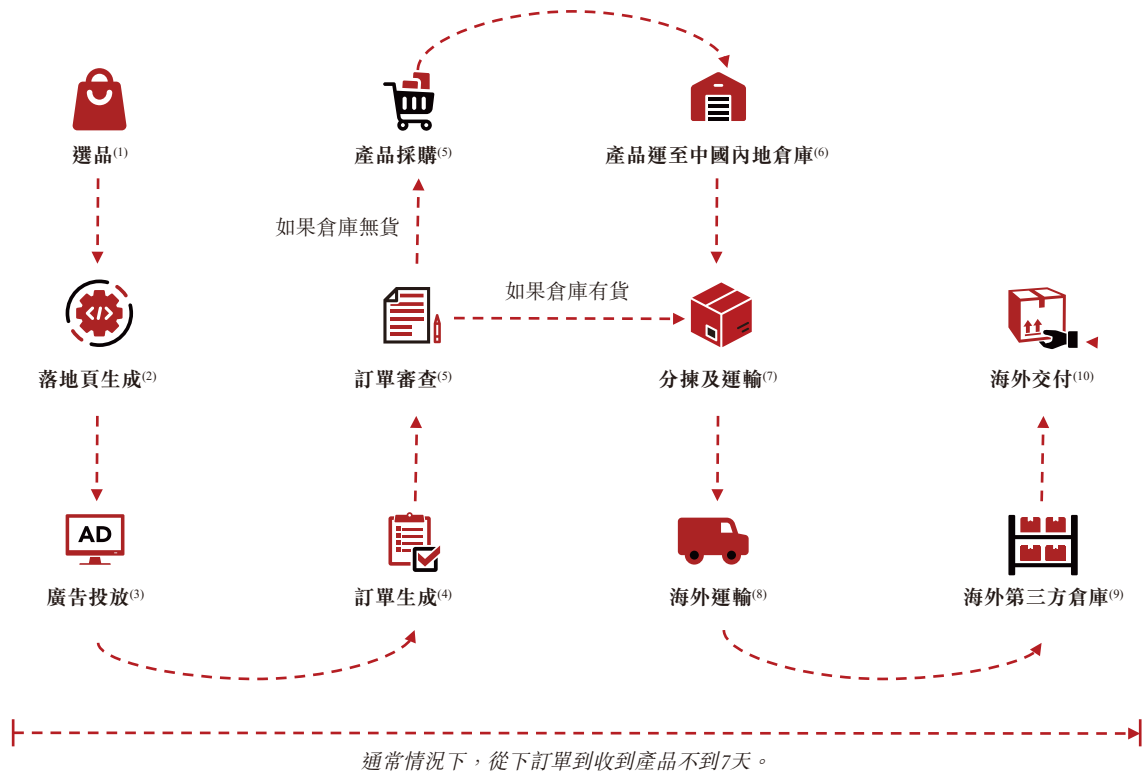
消費者購買後，我們透過消費者的購買行為捕獲消費者相關信息，使我們能夠進一步優化我們的產品推薦能力。借助該等數據，一個專門團隊持續訓練我們的模型，確保我們的系統適應消費者資料及需求的最新變化，從而提高消費者接受及購買我們所推薦產品的可能性，我們就此視為數據洞察。例如，根據消費者的特徵，我們可能會將相同產品推薦予可能與該消費者具有相似特徵的其他潛在消費者。此舉使我們能夠不斷訓練算法及模型，以提高其為我們的產品精準找「人」的準確性及效率，從而創建連接貨與人的良性循環。

業 務

我們的業務流程

我們的跨境社交電商業務流程包括選品、落地頁生成、廣告投放、供應鏈管理、跨境物流及跨境支付。整個業務流程可通過我們專有的Giikin系統進行管理，此乃我們內部開發允許我們於整個業務流程中全面跟蹤產品開發的統一業務操作系統。有關進一步詳情，請參閱本節「我們的跨境社交電商業務－我們的技術能力－我們的Giikin系統」。

下圖描繪我們的「貨找人」業務流程：

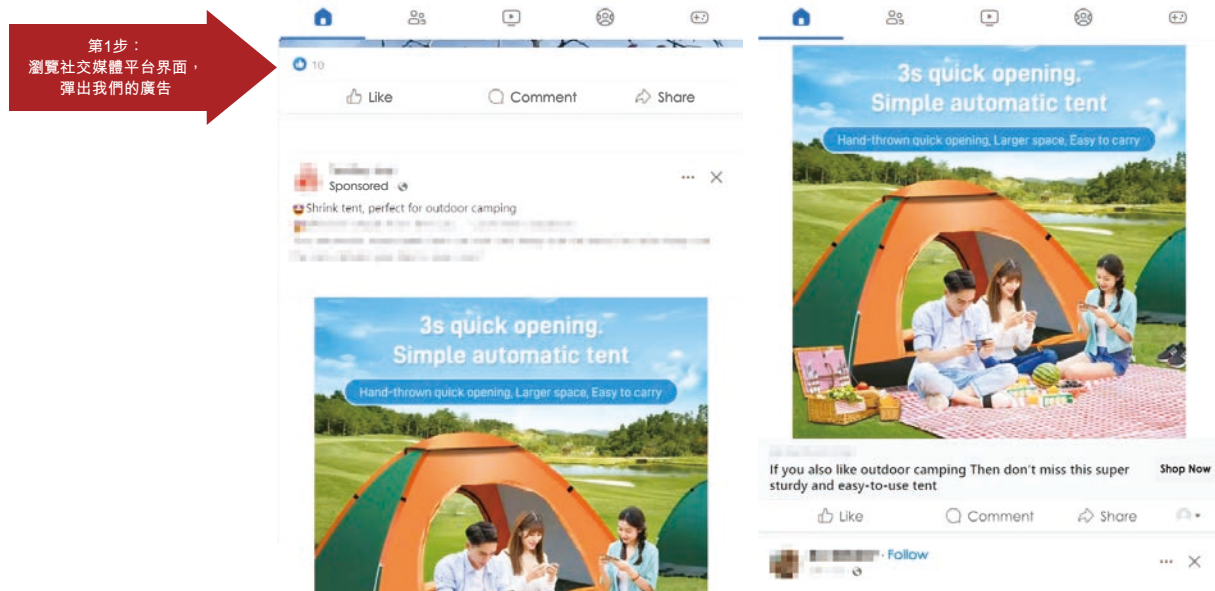


- (1) 我們的選品團隊利用應用於從內部數據及經授權的外部數據中收集的歷史及當前市場趨勢數據洞察並由我們專有的Giikin系統授權的數據分析工具，選擇符合消費者偏好及需求的產品。有關更多詳情，請參閱「選品」。
- (2) 於找尋我們希望向消費者推薦的產品後，我們的Giikin系統生成目標消費者可以購買我們產品的落地頁，利用我們的技術能力生成吸引人的內容。有關更多詳情，請參閱「落地頁生成」。
- (3) 我們部署個性化推薦算法，通過在社交媒體平台上投放廣告，吸引用戶點擊廣告，將彼等帶到我們的落地頁並購買我們的產品，從而向彼等的目標消費者受眾精確推薦產品。有關更多詳情，請參閱「廣告投放」。
- (4) 當消費者在我們的落地頁上下訂單後，我們的倉庫管理系統會自動生成訂單。有關更多詳情，請參閱「跨境物流－倉庫管理」。

業 務

- (5) 利用自動訂單配對功能，我們的系統將會檢查該產品是否有庫存，並將訂單與庫存產品配對，如無，我們會向供應商管理系統中的供應商或在1688.com註冊的供應商採購產品。有關更多詳情，請參閱「- 供應鏈管理」及「- 跨境物流 - 倉庫管理」。
- (6) 從供應商採購的產品首先送到我們在中國內地的倉庫進行記錄及外部檢查。
- (7) 海外消費者訂購的產品已分類，以備裝運至我們物流服務提供商的海外第三方倉庫。
- (8) 我們與第三方物流服務提供商合作，該等提供商通常負責從中國內地至指定地點的物流服務，以及在交付時收取款項(如適用)。有關詳情，請參閱「- 跨境物流 - 物流管理」。
- (9) 產品交付至我們物流服務提供商的海外第三方倉庫，以便進一步配送及交付予我們的海外消費者。
- (10) 產品由我們的物流服務提供商交付予我們的海外消費者。

以下為消費者從觀看社交媒體平台上的廣告到付款的整個交易過程：

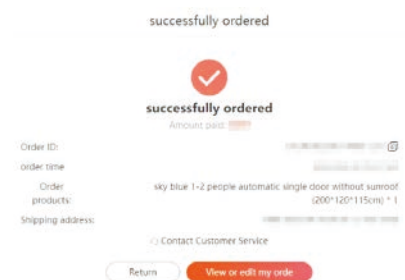
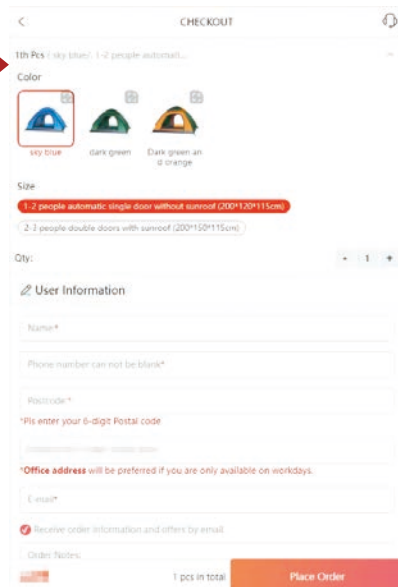


業 務

第2步：
點擊廣告
並查看產品規格

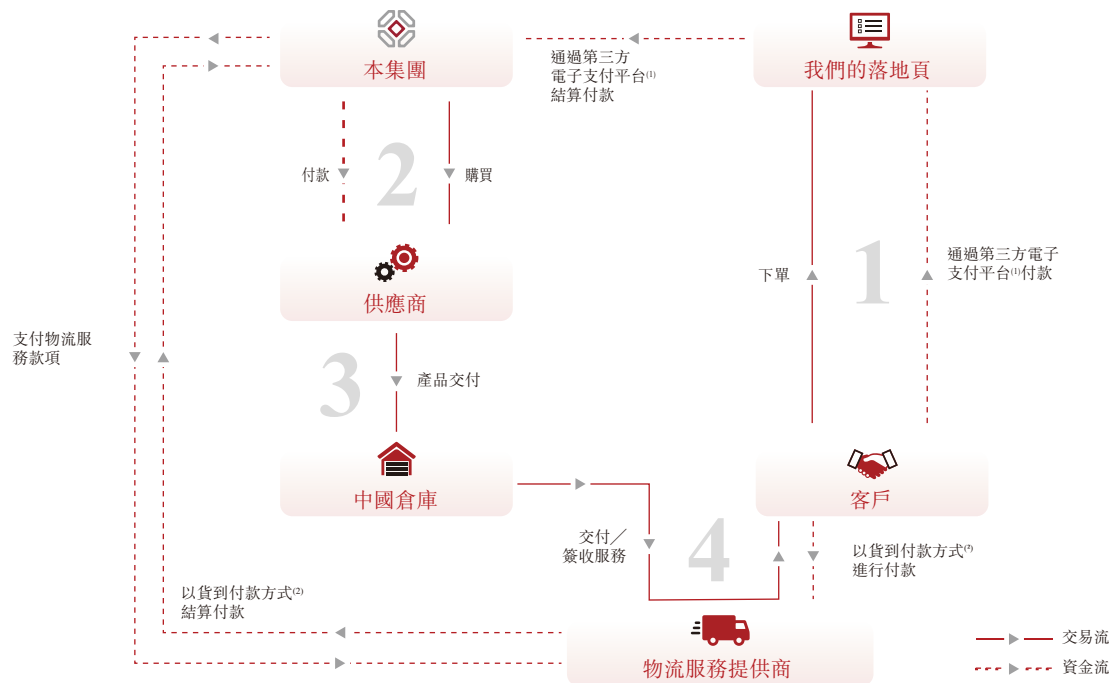


第3步：
結賬並付款



業 務

於消費者就產品下達訂單時，我們的Giikin系統通常會生成交易。倘所訂購產品倉庫無貨，我們將向供應商採購該產品並運輸至我們的中國內地倉庫，其後將通過物流服務提供商分發並交付予我們的消費者。我們為消費者提供兩種付款方式，即通過第三方電子支付平台或貨到付款方式。第三方付款平台及物流服務提供商負責收取消費者付款，此款項將於扣除相關服務費後向我們支付。下圖列示上述業務流程所涉及的交易及資金流：



附註：

- (1) 指消費者通過第三方電子支付平台進行付款時的資金流。
- (2) 指消費者以貨到付款方式進行付款時的資金流。

業 務

選品

選品是我們業務流程的第一階段及根基。我們結合內部數據及經授權的外部數據進行市場趨勢分析，使我們能夠甄選出更有可能吸引消費者並產生利潤的產品。我們自1688.com及第三方社交媒體及電商平台蒐集熱銷產品資訊以分析當前市場趨勢。此外，我們利用來自落地頁關於消費者行為、產品特性和過往銷售信息的內部數據。我們的Giikin系統進行數據分析並生成圖表，協助我們直觀了解相關內部數據，有效識別最暢銷的產品類別、最受歡迎的顏色及尺寸。透過此等來自內部數據分析的洞察，我們總結歷史市場資料。基於內部數據和經授權的外部數據，我們的Giikin系統提供精確的預測和建議，有助於我們的選品團隊挑選與消費者喜好和需求匹配的產品。憑藉我們技術能力，我們能夠推廣及銷售超出手頭庫存的产品，進一步詳述於「- 供應鏈管理」。

根據我們在業務運營中積累的客戶行為數據洞察，再加上我們對市場趨勢及資料的分析，如當地趨勢及市場狀況，我們的選品團隊能夠在我們的Giikin系統上應用我們的數據分析能力，以選出最符合消費者需求及意願的產品，並刺激消費者可能自身無法發現被壓抑的產品需求。我們的選品能力增強了我們轉化消費者的能力及我們的簽收率，最終轉化為更高的盈利能力。我們的選品團隊持續試水，以提煉及發現能夠實現高毛利率的最佳產品。於選品時，我們的Giikin系統根據數據洞察估計候選產品的毛利率。具體而言，Giikin能夠於估計我們通過投放廣告為實現盈利所需達致的候選產品毛利率時計及一系列因素(包括產品成本、基於產品重量的估計運輸成本、接受率及同類產品性能)。藉助該資料，我們可同時高效規劃我們的選品及廣告投放，以確保我們選出消費者所需的產品，同時平衡成本，以使我们選出及銷售產品的盈利能力最大化。

業 務

我們集成於Giikin系統嵌入的選品工具，以分析歷史及目前市場趨勢數據及其他數據洞察，有助於我們根據消費者需求及偏好確定所銷售產品及銷售產品的地理位置。該工具利用聚類算法及推薦模型根據互聯網趨勢及歷史交易資料計算候選產品的推薦指數。該工具透過按一定順序對候選產品進行排名及每次向我們的選品團隊推薦100多款產品，從而可視化候選產品的預期受歡迎程度及盈利能力，這使我們的選品團隊得以高效地甄選出消費者需要及冀望得到的產品。

搜索欄過濾產品並於特定類別中遴選最佳匹配產品。

我們的Giikin系統根據推薦指數對產品進行排名，幫助我們的選品團隊確定所售產品。

欄中的該等按鈕提供選品工具的不同功能，包括關鍵詞搜索、產品關係矩陣及產品管理。

該指數根據互聯網趨勢及歷史交易資料將預期產出及盈利能力可視化。

業 務

除我們選出並向供應商採購且轉售予我們的消費者的產品外，憑藉我們了解消費者需求及偏好的能力，我們亦開始開發及探索專門針對我們所確定需求的自有品牌產品。截至最後可行日期，我們擁有六個品牌，包括SENADA BIKES、Veimia、Konciwa、PETTENA、Orivin及Lanfo。該等品牌下的產品涵蓋了廣泛的精心設計及製造的產品，滿足了我們消費者的不同需求。我們透過內部孵化或外部收購擁有該等品牌，並主要透過指定品牌網站及(較少程度上)Lazada、亞馬遜及Shopee等第三方電商平台進行銷售。就指定品牌網站而言，類似於我們在落地頁上推廣產品的方式，我們在社交媒體平台投放自有品牌產品的廣告，透過消費者的點擊將流量轉移至指定品牌網站，促進購買。我們相信，我們的指定品牌網站及電商平台的結合作為我們品牌產品的銷售渠道將有效鞏固我們的品牌形象並提高品牌認知度，這是我們自有品牌經營成功的關鍵。我們不斷尋求通過我們的社交媒體平台廣告投放能力識別我們相信具有潛力的任何現有品牌以獲得更多受眾。我們可能會於分析消費者及供應鏈數據後考慮收購此類現有品牌，以進一步將我們的品牌組合多元化。當我們收購現有品牌時，我們通常會致力於挽留最熟悉品牌的現有管理層，原因為我們尋求透過以先進的廣告投放能力及豐富的電商經驗為彼等賦能的方式實現品牌的潛力。我們通常透過允許現有管理層保留擁有該品牌的公司的少數權益來實現這一目標，以令彼等的激勵機制與我們一致，從而令彼等可享有我們收購品牌後業務增長帶來的公司任何未來增值的獎勵。

下文載列我們擁有的六個品牌的若干資料：

- **Veimia**，為我們開發的功能內衣品牌，於2021年推出。Veimia專注於日本消費者，旨在打造讓消費者充滿信心的內衣。為推出Veimia，我們與一家內衣製造商簽訂獨家合作協議，將我們的設計轉化為產品。
- **SENADA BIKES**，為我們所收購的電助力自行車品牌，於2022年推出。電助力自行車滿足北美洲高端客戶群的需求。我們收購SENADA BIKES的資產，包括產品庫存、商標、指定品牌網站及社交媒體賬戶，並在收購後與電助力自行車製造商合作生產電助力自行車。

業 務

- **Konciwa**，自動防紫外線雨傘品牌，成立於2021年，主要面向日本市場。我們於2023年收購Konciwa。此收購乃透過與原品牌營運商成立有限責任公司的方式促成，原品牌營運商貢獻重要資產，包括商標、專用品牌網站、網店經營權及產品庫存。我們透過大多數股權維持對該公司的控制。我們與中國內地的一家雨傘製造商合作生產Konciwa雨傘。於2024年12月31日，以銷量計，Konciwa雨傘為於日本亞馬遜上排名最暢銷的折疊雨傘。
- **PETTENA**，為我們開發的寵物用品品牌，於2023年推出。我們透過與中國內地的一家製造商合作開始運營該品牌，以日本消費者為目標受眾。我們透過該品牌設計、開發及銷售類別廣泛的產品，包括狗繩、寵物提包、寵物自動餵食器及遠端監視器。
- **Orivin**，由我們開發並於2023年推出的發型工具及美容設備品牌。面向日本市場的產品包括卷發器、牙齒污漬擦除器、LED面膜儀及眼霜導入儀。我們與一家製造商訂立合作生產此類設備的框架協議。
- **Lanfo**，為我們開發的化妝品品牌，於2023年推出。我們透過與中國內地製造商合作，以自主研發的眉筆面向日本消費者開拓化妝品市場。我們提供一系列多種顏色的眉筆，以滿足亞洲女性的不同偏好。

落地頁生成

於選出我們想推薦給消費者的產品後，我們的Giikin系統生成了目標消費者可以購買我們產品的簡單落地頁。落地頁是響應用戶點擊社交媒體平台上顯示的鏈接或廣告而彈出的網頁。落地頁的唯一目的是促進客戶購買產品。我們的落地頁向要求有限個人資料(包括姓名、地址、聯絡資料及付款詳情(如適用))的消費者提供簡化頁面，從而提升消費者的購物體驗，同時節省彼等完成購買的時間。

由於我們在向目標消費者展示的每一則廣告中均專注於向彼等推薦一至兩款最匹配產品，落地頁的內容須具有足夠吸引力，以便我們能夠充分利用該營銷機會。我們能夠利用技術能力及經驗快速生成集成至Giikin系統的落地頁。我們透過使用技術設計落地頁，利用我們龐大的廣告素材模板庫，快速生成能夠吸引消費者購買的內容及文本。

業 務

通過結合各種AIGC技術，我們已成功開發出一系列算法及模型，使我們能夠生成產品植入內容，包括產品描述設計、視頻素材生成以及廣告文案及翻譯。通過使用該等技術，我們生成更專程為目標消費者量身定製的內容，同時亦將對人力干預的需求降至最低，這有助於降低我們的成本。此外，該等技術使我們不僅可針對特定消費者生成內容，而且可刺激特定產品的需求，並創造消費者自身可能始料未及的產品需求。我們通過API將聊天生成預訓練轉換器集成至我們的系統中，使我們能夠進一步提高AIGC工具的效率。

廣告投放

作為一家跨境社交電商公司，我們專注於通過在Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter)等社交媒體平台投放廣告來營銷我們的產品。

我們已建立一套全面的產品及消費者特徵標籤系統，將產品與其目標消費者受眾相匹配。通過在社交媒體平台投放廣告，我們吸引用戶點擊廣告，該等廣告將彼等帶入我們的落地頁，彼等可以在落地頁購買我們的產品。我們使用個性化的推薦算法，以確保我們的產品推薦更具針對性及效率。我們亦利用AIGC技術生成廣告內容，吸引目標消費者注意力，進一步刺激消費者的購買慾望。

我們的廣告策略屬動態。我們於任何特定時間向目標客戶推薦一到兩款最匹配產品，讓消費者更容易利用碎片化時間高效了解我們的產品，並於幾秒鐘內作出購買決定。通過該模式，我們大大減少了消費者購買的時間及精力。此外，由於我們在向目標消費者展示的每一則廣告中均專注於向彼等推薦一至兩款最匹配產品，我們展示符合消費者偏好及需求的產品的機會有限。充分發揮我們敏銳的市場洞察及先進的Giikin系統，我們不斷迭代及優化產品組合，以精確迎合及刺激消費者的需求，充分利用每一個營銷機會。有時，我們亦可能在落地頁中加入廣告語，標明限時特價，以鼓勵客戶快速做出購買決定。宣傳一至兩款最匹配產品有效降低客戶的發現成本，使我們能夠實現更高的ROI。根據灼識諮詢的資料，於2024年，我們的ROI為191.1%，高於行業平均水平。

業 務

我們通過消費者與我們的互動在全球範圍內積累消費者數據洞察，包括瀏覽歷史、購買歷史及互動資料(如瀏覽時長及點擊率)。我們的Giikin系統可通過分析消費者互動以及消費趨勢推薦一個廣告策略，精準投放廣告，向可能需要及冀望得到產品的消費者推薦產品，並與該等消費者精準匹配產品。一旦制定策略，我們的廣告優化團隊將為即將要推出的產品分配社交媒體平台所使用的標籤，以向社交媒體平台指示目標消費者受眾及預期的廣告策略。我們不斷通過算法提供更新的數據洞察，以確保我們的系統適應消費者行為的最新變化，並需要增加消費者接受及購買我們所推薦產品的可能性。

我們的Giikin系統通過API與社交媒體平台的廣告系統連接，這使得幾乎可以在有限的人工干預下實現自動廣告投放過程。此外，我們的Giikin系統能夠估計我們針對特定產品的廣告策略的效果，並在推出後繼續評估其效果，以確定其是否滿足特定產品及廣告策略的毛利率，從而實現盈利。

截至2024年12月31日，我們僱用由超過400名廣告優化師組成的團隊，該團隊與選品團隊等的其他團隊成員密切合作，以提供最佳廣告。通過我們的Giikin系統，彼等可有效地將產品與目標消費者受眾相匹配，而無需太多人工投入。彼等亦繼續根據通過我們的Giikin系統收集的反饋來監控及調整廣告策略。通過分析歷史及實時數據，Giikin系統進行自主機器學習並生成廣告分發建議，這使我們的廣告優化師能夠以更有效的方式開展工作。我們的Giikin系統持續監控我們廣告的表現，並會向我們的廣告優化師建議調整廣告策略，以確保快速調整或終止任何不盈利的廣告，並強化任何盈利的廣告。此外，我們的Giikin系統亦能夠向成功的廣告優化師學習，複製其成功的廣告策略並不斷提升我們的營銷策略。通過此方式，我們力求實現廣告投放過程的日益自動化。

業 務

我們的廣告投放過程包括以下步驟：

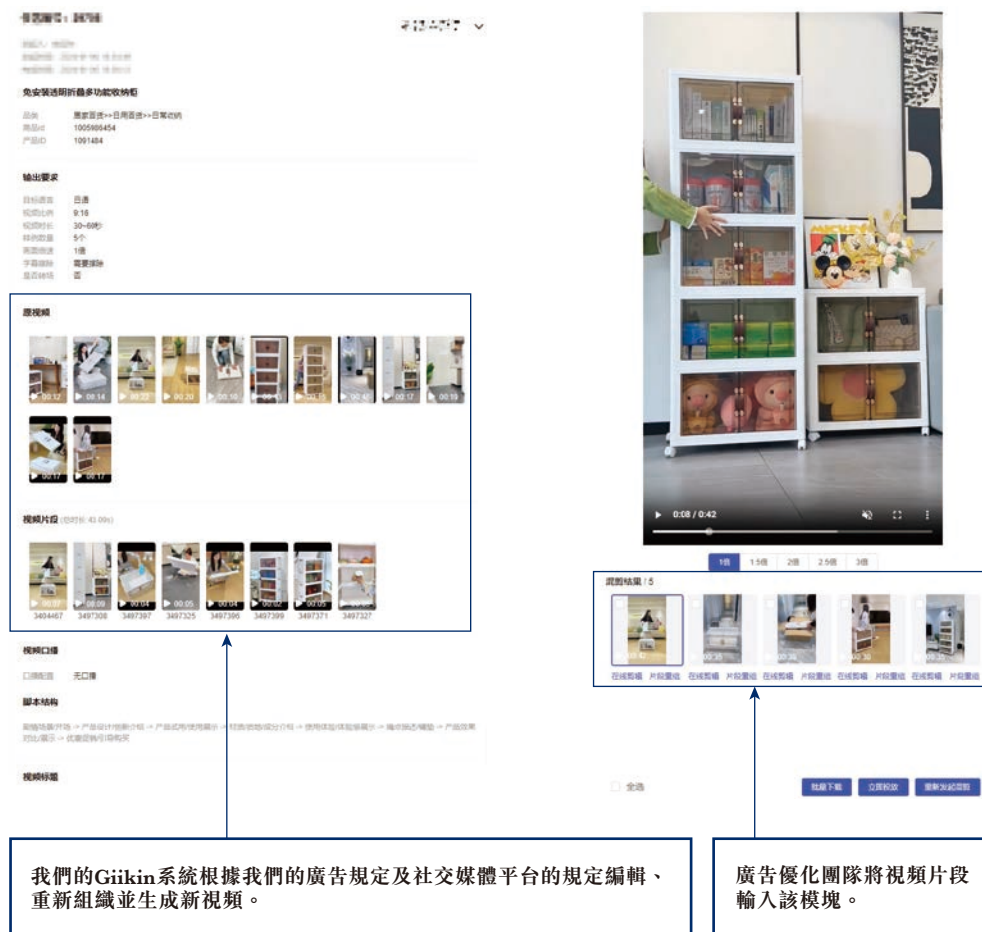
- 廣告生成。選品後，廣告投放過程從廣告素材的生成開始。在我們的AIGC技術協助下，我們能夠生成基於圖像以及基於視頻的廣告素材，以便在社交媒體平台上進一步投放。依靠我們開發的不同用戶及產品標籤以及產品關係矩陣，我們的Giikin系統根據選品自動生成廣告以及廣告語，並專門為目標消費者受眾量身定製，以最大限度地提高曝光率及營銷影響力。有關更多詳情，請參閱「我們的跨境社交電商業務－選品」。

我們的Giikin系統生成廣告語



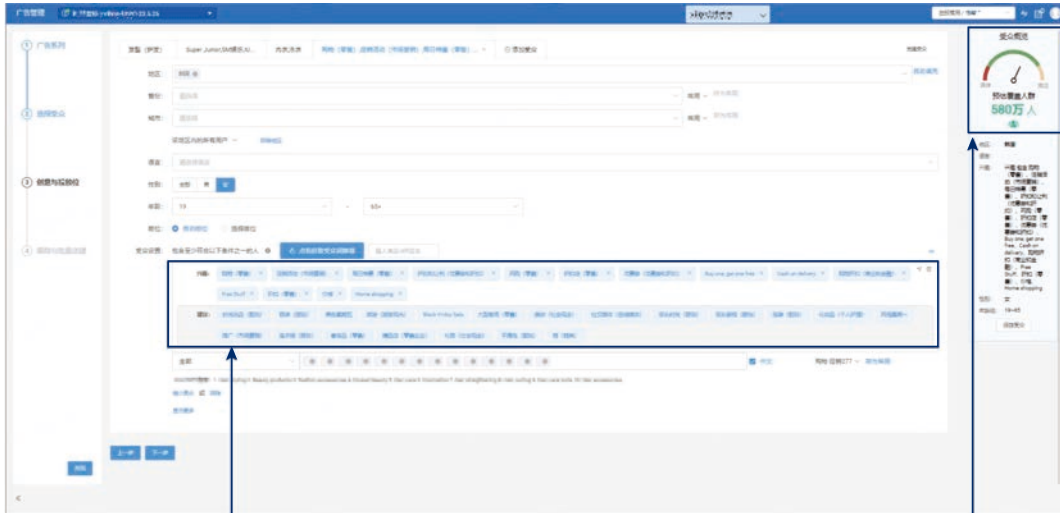
業 務

我們的Giikin系統生成視頻



- **投放決策。**廣告素材生成後，我們的廣告優化團隊將對素材進行審查。我們將會考慮設計、長度、用戶偏好等一系列因素，對廣告素材進行審核及定製。例如，我們可能會選擇為彼等截取特定的視頻廣告，以符合特定社交媒體平台的時長要求。根據Giikin系統(可通過分析數據及檢查我們選品團隊所放置的標籤來評估特定廣告策略在社交媒體平台上的效果)的輸入信息，我們的廣告優化團隊將決定廣告策略。一旦制定策略，在推薦算法的幫助下，我們的廣告優化團隊將為即將要推出的產品分配社交媒體平台所使用的標籤，以向社交媒體平台指示目標消費者受眾及／或預期的廣告策略。

業 務

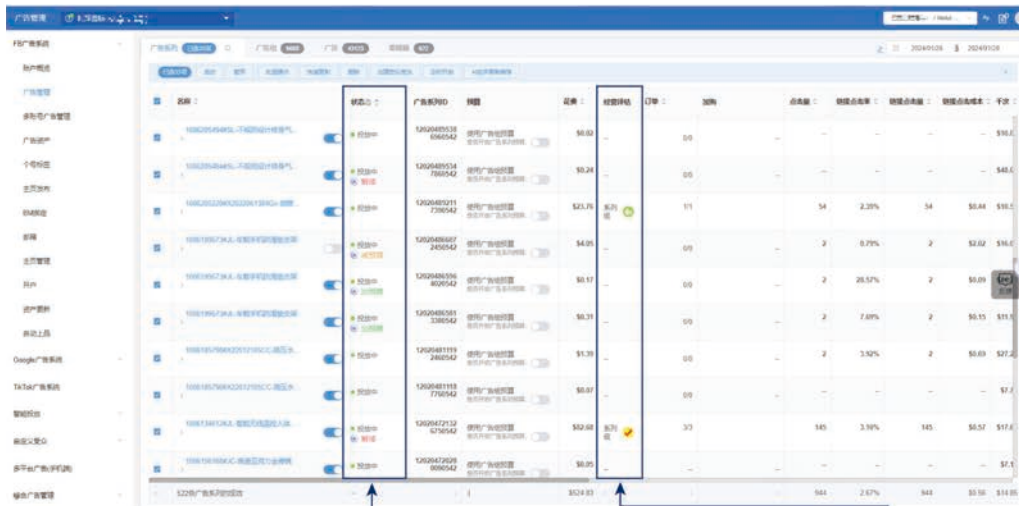


The screenshot shows the Giikin system interface. On the left, there's a sidebar with a gauge chart showing '預計觸達人數' (Estimated Reach) at 580万人. The main area displays campaign settings for 'Super Junior 韓國版'. A red box highlights the '標籤' (Tags) section, which includes various demographic and interest-based tags. Below the tags, there's a table of selected tags with columns for '標籤' (Tag), '狀態' (Status), and '刪除' (Delete).

我們的Giikin系統推薦標籤，以識別目標消費者受眾。

此模塊根據我們已選擇的標籤估計我們的廣告將觸及的消費者數目。

- 於社交媒體平台上投放。我們的Giikin系統通過API與社交媒體平台的廣告系統相連接，相對容易跨多個平台執行廣告策略，從而減少了常規及重複性廣告操作的時間。



The screenshot shows a table of campaign performance metrics. The table has columns for '廣告ID' (Ad ID), '標題' (Title), '成本' (Cost), '點擊率' (CTR), '转化率' (Conversion Rate), '點擊量' (Clicks), '成交量' (Sales), 'ROI', and '評論' (Comments). A red box highlights the 'ROI' column, which shows the return on investment for each campaign. Below the table, there's a summary row with totals for each metric.

我們的Giikin系統評估廣告效果並對是否繼續投放或終止廣告提供建議。

我們的Giikin系統估算產品的盈利能力。

- 再營銷。當消費者購買我們的產品時，我們會收集與彼等向我們購買有關的消費者資料，例如彼等的地址、聯繫資料及瀏覽歷史，屆時我們使用該等資料來進一步完善我們的營銷策略，向其他類似消費者投放廣告推薦類似產品。透過我們的Giikin系統，我們根據消費者的標籤屬性、區域及類別特徵進行精準再營銷，以更低的成本最大限度地發揮我們的營銷力度。

業 務

社交媒體平台上的廣告投放

根據行業規範，我們於社交媒體平台上投放廣告，主要方式為與數字營銷服務提供商訂立合約以便根據我們的需求在該等社交媒體平台上投放廣告，亦有少數直接與一家社交媒體平台訂立合約的情況。有關我們與社交媒體平台直接合作的更多詳情，請參閱本節「廣告投放－社交媒體平台」。

根據灼識諮詢的資料，廣告商(包括但不限於電商公司)尋求數字營銷服務提供商的服務在社交媒體平台上投放廣告是一種常見的行業做法。廣告商利用數字營銷服務提供商提供的服務享受更高的運營效率，彼等通常能夠促進在多個社交媒體平台上投放廣告，並利用彼等經驗及彼等在相關社交媒體平台上管理的廣告投放業務，提供有關各個平台政策更新的最新見解。

我們的營運並不倚賴於任何單一社交媒體平台，且我們的營銷工作屬平台中立，即我們專注於最大化ROI，並不偏好我們使用的任何特定的社交媒體平台。於分析營銷數據時，我們會考慮整體廣告效果、目標人群及有效性，而非僅關注個別平台。在生成廣告內容方面，根據灼識諮詢的資料，儘管廣告商委聘第三方廣告製作人以促進廣告內容創建的情況並不罕見，但我們利用我們的技術能力生成廣告內容，並無委聘第三方廣告製作人。

截至最後可行日期，我們主要在Meta(包括Facebook及Instagram)、TikTok、Google(包括YouTube)、Line、Snapchat及X(前稱Twitter)投放廣告。根據灼識諮詢的數據，Meta(包括Facebook及Instagram)、Google(包括YouTube)及TikTok為全球主要的社交媒體平台。

我們與數字營銷服務提供商的關係

我們與數字營銷服務提供商合作，為我們在社交媒體平台投放自製廣告的後勤工作提供便利，以吸引消費者購買我們的產品。於2022年、2023年及2024年，我們分別與31名、30名及37名數字營銷服務提供商合作。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們與數字營銷服務提供商之間未發生任何重大糾紛，亦未發生任何嚴重違反協議的情況。

於往績記錄期間，易賽諾信息技術及其聯屬實體為我們五大數字營銷服務提供商之一。自2003年6月至2017年8月，董事長兼執行董事王亞朋先生曾擔任易賽諾信息技術多間聯屬實體的執行董事、總經理及／或監事。有關易賽諾信息技術與王亞朋先生之間過往關係的更多詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層－執行董事」。

業 務

自2019年1月起，我們通過一家全資附屬公司與香港麥吉客(作為我們的數字營銷服務提供商)合作，在社交媒體平台上投放廣告。我們的合作於2021年逐漸減弱，且我們於2021年7月終止與香港麥吉客合作，故我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度與香港麥吉客的交易額為零。王亞朋先生之弟弟王昆朋先生全資擁有香港麥吉客並於2020年12月10日前為香港麥吉客的董事，當時彼將其持有的香港麥吉客全部股份轉讓予一名獨立第三方，而該名獨立第三方亦於同日獲委任為香港麥吉客董事(「承讓人」)。此後及直至最後可行日期，承讓人一直為香港麥吉客的唯一股東及董事。除本文所披露者外，截至最後可行日期，承讓人亦為易賽諾信息技術的董事及股東，據董事所知，承讓人與王昆朋先生、本公司或我們的附屬公司、各自的主要股東、董事或高級管理層或任何各自的聯繫人概無任何過往或現時關係(包括但不限於家族、業務、融資、信託或其他關係)。

於2023年4月，為進一步多元化我們的數字營銷服務提供商庫並建立長期關係，我們開始就投放廣告與一名提供商合作。截至2023年12月31日止年度及截至2024年12月31日止年度，我們向該提供商的採購金額分別為人民幣86.9百萬元及人民幣9.1百萬元且該提供商並非我們各自期間跨境社交電商業務的五大供應商之一。截至最後可行日期，該提供商由劉玉鵬先生持有大多數股權，彼擔任董事、經理，並透過其控制的實體成為我們附屬公司之一的少數股東。該提供商與我們之間的定價條款乃透過公平磋商釐定，並與其他數字營銷服務提供商的安排相當。

除上文所披露者外，據董事所知，我們的數字營銷服務提供商與本公司或附屬公司、我們或我們附屬公司各自的主要股東、董事或高級管理層或彼等各自的任何聯繫人過往或現時概無任何關係(包括但不限於家族、企業、融資、信託或其他關係)。

業 務

下表載列我們與數字營銷服務提供商的典型合作協議的主要條款。

服務範圍	數字營銷服務提供商在若干社交媒體平台上向我們提供線上營銷服務，包括賬戶建立、賬戶充值服務、廣告投放及廣告信用分收集。 於社交媒體平台上投放廣告，我們需在各平台上開設廣告賬戶。數字營銷服務提供商將會在相關社交媒體平台為我們開設廣告賬戶，由於我們在平台上投放廣告，社交媒體平台會從廣告賬戶內存款扣除相應的廣告費(亦稱為廣告支出)。 社交媒體平台以廣告信用分的形式向廣告商提供獎勵。廣告信用分充當回扣，與廣告支出金額成正比，可以全額兌現並電匯到我們的指定銀行賬戶或用於抵銷我們未來的廣告支出。數字營銷服務提供商為我們收集有關廣告信用分，作為其服務的一部分。
定價	服務的價格根據社交媒體平台系統制訂，計算方法可能包括CPC、CPA及CPM。
支付	任何費用，包括廣告支出及服務費(如適用)，通常應在應計日期的下個月支付。費用一般透過國際電匯按月支付。 社交媒體平台負責根據我們的廣告支出及若干比率按季度計算我們的廣告信用分。數字營銷服務提供商負責為我們收集廣告信用分，作為其服務的一部分。收集的廣告信用分可以透過國際電匯轉賬至我們的廣告賬戶中，或用於抵銷我們應付數字營銷服務提供商的費用。
滯納金	倘我們逾期支付任何服務費，我們一般負責向數字營銷服務提供商支付按每天未付金額的0.01%至0.5%計算的違約金以及由此產生的任何相關費用。

業 務

平台政策變動

倘社交媒體平台須修改其政策、應用程序及／或操作系統，我們的數字營銷服務提供商同意協助我們尋求解決方案，以適應社交媒體平台的變動。

期限及重續

有關協議的固定期限通常為一年，到期後可續新，惟須經雙方同意(如適用)後方可作實。

一般情況下，各方均有權透過提前書面通知或於對方嚴重違反協議時終止協議。

爭議解決

協議通常受中國法律規管，並就中國法院或指定仲裁機構的排他性爭議解決條款作出規定。

社交媒體平台生成的數據包括廣告費及一系列關鍵指標，例如點擊次數、操作次數及印象數，該等指標可作為績效指標並構成計算向廣告商收取的費用的基礎。我們維持可直接訪問該等平台生成的數據。

業 務

我們與社交媒體平台的關係

我們直接在其中一個熱門社交媒體平台上投放廣告。我們最初通過數字營銷服務提供商於該社交媒體平台投放廣告，根據灼識諮詢的資料，此舉符合行業規範。然而，考慮到我們於該平台上的龐大廣告量，且旨在提供更高品質的服務，該社交媒體平台決定自2023年起與我們直接合作。自我們於2023年與該社交媒體平台建立直接合作關係以來，我們於該社交媒體平台上投放大量廣告，且於截至2023年及2024年12月31日止年度，該社交媒體平台亦成為五大供應商之一。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們與社交媒體平台之間未發生任何重大糾紛，亦未發生任何嚴重違反協議的情況。下表載列社交媒體平台服務條款中的主要條款。

服務範圍	社交媒體平台負責向我們提供進入其業務系統的權限，以便我們創建、提交及／或投放廣告。
定價	我們就廣告投放向社交媒體平台支付費用。費用根據我們於社交媒體平台上註冊的適用廣告投放計劃的計費標準計算。費用通常按CPM及CPC計算。
付款	我們須支付我們於社交媒體平台上投放的每個廣告的所有費用，以及任何適用稅項。社交媒體平台負責計算我們所欠金額。 社交媒體平台可能會採取額外措施收取任何逾期款項。在此情況下，我們將支付與該收款相關的所有費用。此外，逾期款項將按每月1%或法定最高利息(以較低者為準)計息。
遵守法律及合約	雙方應遵守與履行協議相關的所有適用法律、法律責任以及合約及其他法律責任。
彌償保證	我們須於適用法律允許的最大範圍內，對社交媒體平台因我們違反服務條款而產生的任何及所有索償、責任、成本及費用作出彌償，並使其不受損害。

業 務

期限 服務期限自我們於社交媒體平台的業務系統上註冊為用戶起，至我們註銷賬戶時止。

倘我們違反使用限制，例如上傳或傳輸任何含有惡意病毒或對技術造成危害的文件，以侵犯任何專利、商標、版權或其他專有權利的方式使用社交媒體平台，以及以違反任何適用法律的方式使用社交媒體平台，社交媒體平台可能會註銷我們的賬戶。

爭議解決 安排受新加坡法律規管。因本安排而產生的任何爭議，應根據新加坡國際仲裁中心的仲裁規則於新加坡通過仲裁最終解決。

供應鏈管理

我們依靠有效的供應鏈管理以實現高效的商業模式。在選品階段，除產品信息外，我們透過自身Giikin系統同時獲取產品供應商的資料，令我們能夠在採購需求出現時及時與其聯繫。根據「滾動基準」模式，我們利用自身Giikin系統提供的精確預測，對預計將會受歡迎的產品保持一定水平的產品存貨，從而更高效及時地滿足消費者訂單。我們收到消費者訂單後，系統會檢查是否有該產品的庫存，(i)如在「滾動基準」模式下庫存中有該等產品，則該等產品將被運送到我們的物流服務提供商的海外第三方倉庫；(ii)如無庫存，我們將向供應商採購該等產品，而採購自供應商的產品將付運至我們於中國內地的倉庫，屆時在短時間內由我們的物流服務提供商運送，進而釋放庫存容量。於2022年、2023年及2024年，我們的存銷比分別為3.7%、3.2%及4.0%，這充分證明我們供應鏈管理能力的有效性。

憑藉我們在包裝及電商行業的豐富經驗，我們已建立並確保強大的供應鏈，可支持各種電商產品。我們的Giikin系統透過涵蓋採購、向供應商付款、訂單提醒及追蹤等自動化關鍵功能，融入供應鏈流程的每個環節及支持高效的供應鏈營運。透過該等關鍵功能，我們的供應鏈管理系統幫助我們實現高效的庫存控制，降低營運成本，提高消費者滿意度，並確保供應鏈的可靠性。下文概述我們的供應鏈管理系統的主要功能。

業 務

- *自動化採購*：我們採用自動化集中採購模式。我們的Giikin系統幫助我們預測我們推出的產品的需求，我們的模型可估計我們是否應在倉庫中維持特定產品的一定庫存水平，以便更有效地滿足訂單。對於倉庫無貨的產品，我們的Giikin系統自動記錄未發送的訂單並向我們的供應商下訂單。
- *自動付款*：我們的供應鏈管理包括自動付款流程，以確保我們點擊確認後按時向供應商付款，這有助於我們維持長期的供應商關係。
- *自動提醒*：我們的系統會自動執行提醒流程，以確保供應商準時交付訂單。這有助於提高供應鏈穩定性並降低交貨延遲的風險。
- *包裹追蹤自動警報*：我們的追蹤系統確保我們及時了解產品到達倉庫的最新資料。這提供了及時的可見性，使我們能夠優化庫存管理及分銷計劃。

我們通過各種渠道擁有廣泛的產品供應商網絡，為我們及我們的消費者提供更多的選擇，並最大限度地減少對任何特定供應商的依賴。我們主要通過以下途徑購買產品：(1)直接從已納入供應商管理系統的供應商；或(2)向在1688.com（由阿里巴巴集團控股有限公司運營的綜合批發市場）註冊的供應商。我們的Giikin系統直接連接至1688.com。我們通過1688.com進行大量採購，並獲得1688.com授予的超級買家身份，該身份為基於交易量及我們良好往績記錄作出的認可，對供應商可見並在向我們銷售產品時獲得保證。超級買家身份亦為我們透過1688.com向供應商付款提供有利的信貸期限。

對於我們直接採購產品的供應商，在供應商錄入我們系統之前，我們會核查供應商的背景資料，對供應商進行篩選。我們的Giikin系統收到我們消費者的訂單後，會自動根據緊急程度生成下單提示，以確保供應商按時交付訂單。利用我們與供應商之間的關聯數據，我們可在短時間內迅速交付大量訂單。

業 務

1688.com註冊供應商的採購條款受1688.com的服務條款管轄。下表載列服務條款的主要條款。

服務範圍	我們在1688.com向註冊供應商採購產品。1688.com為供應商及我們提供平台、支付系統及調解服務。
定價	產品價格一般由供應商釐定。當1688.com或供應商進行促銷活動時，我們可能會有特別優惠及折扣。 1688.com有權向供應商收取服務費，包括交易服務費及技術服務費。
付款	我們通常通過移動支付或電匯方式在平台下單時付款，在我們確認產品驗收後，平台再將付款轉移予供應商。 此外，根據供應商與我們之間的協議，我們亦可設立信貸條款，其中每筆訂單的付款通常在訂單日期後30日內到期，並通過電匯支付。
退貨	我們一般允許在七日內無理由退貨，並有資格退款。
期限	服務期限自我們在1688.com平台上註冊為用戶開始，並在我們註銷賬戶時終止。
爭議解決	1688.com在平台採購出現爭議時提供調解服務。倘任何一方對平台的調解方案不滿意，可向中國法院或對該爭議有管轄權的仲裁機構提起訴訟。

業 務

對於我們直接採購的供應商，我們單獨與彼等磋商採購協議。下表載列我們與直接採購的產品供應商簽訂的格式採購協議的主要條款。

服務範圍	根據協議，產品供應商負責在採購單規定的特定期限內向我們交付產品。
定價	產品的價格如採購單所述，一般由供應商與我們協商釐定。
付款	我們根據採購單中規定的信貸條款向供應商支付款項。
彌償保證	供應商有責任提供充足的產品，並對因我方庫存不足而造成的任何損失負責。此外，供應商應賠償我們因產品質量及侵權問題而承擔的任何責任。
期限及重續	協議的初始期限為一年，到期後可續新。各方均有權在提前書面通知並在雙方同意的情況下終止協議。
爭議解決	協議受中國法律規管，如有爭議，各方均可向有管轄權的中國法院提起訴訟。

跨境物流

物流管理

我們與物流服務提供商合作，對我們產品的運輸、配送、倉儲及整體流程進行管理，以確保按時高效地送達目的地。於2022年、2023年及2024年，我們分別與75家、93家及105家物流服務提供商合作。消費者下單後，倘我們的倉庫並無該產品，我們從供應商處購買產品，供應商安排將產品運往我們於中國內地租賃的其中一個倉庫。於我們對產品進行外觀檢查後，產品一般會運至物流服務提供商的海外第三方倉庫進行配送並交付至消費者。倘送貨被拒或產品被退回，產品將被運回海外第三方倉庫，當產品再次被購買時，物流服務提供商將進行第二次送貨。消費者支付的購買價將包括運輸開支、與運輸有關的適用稅費以及對我們的產品徵收的其他費用。

業 務

我們的物流系統配備訂單自動推送功能。消費者下訂單後，系統會自動將訂單信息發送至物流服務提供商，加快訂單處理速度。我們使用物流服務提供商向我們提供的信息為消費者提供實時跟蹤服務。我們的消費者可追蹤訂單的當前位置及交付狀態。物流狀態追蹤提高透明度，幫助消費者更好地規劃及管理其日程安排。通常情況下，訂單將於7天內交付，如果有重大延誤，我們將與消費者聯繫。

下表載列我們與物流服務提供商簽訂典型協議的主要條款。

服務範圍	物流服務提供商通常負責從中國內地送達指定地點的物流服務，包括中國內地的提貨服務、倉儲、清關、本地運輸及送貨、在中國內地及目的地繳納進出口稅費以及貨到付款。
定價	運輸服務的價格根據重量及距離公平磋商，可能包括倉儲費、進出口稅費及其他服務費(如適用)。
付款	運輸費通常每月透過國際電匯支付。 物流服務提供商一般負責每月定期將交貨時收取的所有款項向我們轉賬。應付的運輸費通常可從物流服務提供商於交貨時收取的所有當期付款中扣除，且物流服務提供商負責將餘額轉賬。
彌償保證	物流服務提供商對產品出庫後遺失及／或損壞的任何產品負責。 各方均應賠償因未履行協議而對另一方造成的損失。

業 務

期限及重續

該等協議的固定初始期限通常介乎一至三年，到期後經雙方同意可重續。

各方均有權透過發出事先書面通知或在另一方違反協議的情況下終止協議。

爭議解決

協議通常受中國法律規管，並就中國法院或指定仲裁機構的排他性爭議解決條款作出規定。

倉庫管理

在中國內地，我們於廣東省東莞租用一間倉庫及於福建省晉江租用一間倉庫。

對於境外的倉庫，我們通常使用透過物流服務提供商所營運的第三方倉庫，覆蓋亞洲、歐洲及北美洲等國家及地區。我們與物流服務提供商的協議包括與使用其倉庫有關的條款。有關詳情，請參閱本節「我們的跨境社交電商業務－跨境物流－物流管理」。

於我們在中國內地租賃的倉庫，我們已開發一套倉庫管理系統，透過一系列先進的技術及流程確保高效的倉庫運作。我們的倉庫營運設定為一旦產品從我們的供應商到達我們的倉庫，均會進行處理，然後運往我們的消費者，以最大限度地縮短產品在我們倉庫存放的時間。該設定透過加快交貨流程提高庫存管理效率。

我們的倉庫管理系統執行自動化倉儲訂單生成、自動庫存管理、異常訂單攔截及自動訂單匹配等關鍵功能：

- *自動倉儲訂單生成*：我們的倉庫管理系統能夠自動生成訂單，大大提高訂單處理的速度及準確性。這有助於加快訂單交付流程，並減少人工出錯的可能性。
- *自動庫存管理*：我們的倉庫管理系統能夠自動標記庫存中的產品以完成訂單。該功能可協助我們快速處理訂單，最大限度地縮短產品在倉庫的存放時間。

業 務

- **異常訂單攔截：**我們的倉庫管理系統具有異常訂單攔截功能，可偵測並識別與訂單相關的異常情況。這可包括不正確的地址或其他問題。一旦異常訂單被阻止，我們的Giikin系統或我們的團隊將迅速採取適當的行動，確保問題得到及時解決。
- **自動訂單匹配：**我們的倉庫管理系統配備自動訂單匹配功能。我們的系統匹配及分配產品，以便快速準備及交付訂單。藉此提高訂單處理效率並降低錯誤出貨的風險。

跨境支付

我們的跨境社交電商業務主要採用兩種支付結算方式：(1)物流公司代收貨到付款；及(2)消費者通過獨立第三方支付平台在線支付。鑒於東南亞等新興市場的移動及在線支付服務尚未發展成熟，我們提供貨到付款作為一種支付選項，包括現金支付及任何其他類型的支付方式，包括於客戶所在國家或地區可供消費者選擇的信用卡或移動支付。受當地監管規限，我們提供兩種付款選擇方式，消費者可根據個人偏好選擇其中一種方式。

倘物流服務提供商於交付時收取現金，則物流服務提供商負責每月定期將交付時收取的所有款項轉給我們。我們有選擇地與全球及本地知名的支付服務提供商合作，協助我們處理電子支付事務，確保我們的消費者可無縫進行採購，同時遵守最高的安全標準。我們透過綜合評估流程選擇支付服務提供商。選擇標準包括多項重要因素：擁有符合當地法律規定的必要支付許可；建立良好的記錄，包括提供多樣化的支付選項、處理支付的成功率高以及積極的客戶反饋史；具競爭力的費率及高效率的結算週期；處理多種貨幣的能力；開放API的可用性，方便在初始階段與我們自有的支付系統整合；對優質客戶服務和回應的承諾。

通過提供該等付款選項，我們可以方便我們的消費者進行付款，以提高我們的簽收率，同時消除消費者信貸風險。於2022年、2023年及2024年，我們的產品簽收率分別為86.3%、88.4%及84.9%。於同期，我們分別與13家、15家及7家支付服務供應商合作。據董事所知，我們的支付服務供應商與本公司或附屬公司、我們或我們附屬公司各自的主要股東、董事或高級管理人員、或彼等各自的任何聯繫人或彼等各自的任何聯繫人過往或現時概無任何關係(包括但不限於家族、企業、融資、信託或其他關係)。

業 務

第三方支付服務條款受我們與第三方支付平台訂立的協議及其服務條款管轄。下表載列典型協議的主要條款及服務條款。

服務範圍	支付服務提供商通常協助我們以多種貨幣向消費者收款或向彼等退款，並負責以我們需要的貨幣向我們付款。 支付服務提供商亦為我們提供匯兌服務(如適用)。
定價	服務費根據不同電子支付平台的政策定價，每筆交易金額通常介乎2.35%至3.70%，可能包括匯兌成本、支付費用及其他第三方平台的服務費(如適用)。
付款	服務費應在原有交易完成後立即支付。 服務費一般從自消費者收取的任何款項中扣除，其後向我們支付餘額。
彌償保證	只要支付服務提供商嚴格執行我們的指令，我們將對我們或任何第三方因支付服務提供商提供的服務而遭受的任何損失負責。
期限及重續	協議通常並無規定期限。於部分情況下，我們有權立即或通過發出事先通知終止協議。 倘我們提供虛假或誤導性資訊，或未能按要求提供任何重要資訊，支付服務提供商通常有權終止協議。
爭議解決	協議通常受我們開設賬戶所在國家或地區的法律規管，任何一方均可向同一司法權區的法院或仲裁機構提起訴訟。

業 務

採購及售後服務

客戶服務及反饋

於消費者通過彈出式客戶服務助手於我們落地頁作出採購時，我們提供客戶服務。

憑藉消費者通過落地頁提供的資料，我們亦能夠與客戶取得聯繫，並提供售後服務。為有效及高效地回應消費者，我們全天候回應詢問及反饋。我們的消費者通常會因以下原因聯絡我們：(i)修改其訂單，包括產品類型及數量、尺寸或顏色以及送貨地址；(ii)檢查其訂單的處理進度；(iii)檢查訂單的交付狀態；(iv)報告訂單中有缺陷、損壞或缺失的商品；及(v)發起訂單的退貨、換貨或退款。

我們亦利用AI機器人對消費者的詢問及投訴提供書面及口頭回應。AI機器人可以提供32種語言的回覆。AI機器人通常可於無人工干預的情況下解決反饋，從而提高我們的簽收率。倘消費者對AI機器人的回覆不滿意，在線客服代表將繼續處理投訴，並可以使用AI機器人將回覆翻譯成客戶的語言。因此，AI機器人幫助我們降低僱用當地客服人員的人力成本，促進我們跨境業務的擴張。

我們利用數字系統提高客戶服務的品質和效率。我們獨立開發及經營落地頁的電子郵件管理系統，提高回覆效率。電子郵件管理系統集回覆消費者問詢、及時接收評論及查看訂單資料及物流等功能於一體。透過一體化的電子郵件管理系統，我們及時有效地回應消費者的問詢。

我們亦提供多種渠道了解消費者的期望並收集消費者的意見。我們主要透過多種渠道收集消費者的反饋，包括但不限於在線客戶服務及我們鼓勵消費者填寫的意見收集調查。

客戶反饋管理

我們不時收到電商客戶的反饋。客戶反饋通常涉及：(i)一般售後問題；(ii)物流問題；(iii)不正確或有缺陷的產品；及(iv)退貨及退款要求。我們已採取標準的客戶服務政策，規定了我們的客戶服務人員應如何處理每種情況。

當出現一般售後問題時，如產品與客戶期望不符、客戶缺乏產品使用說明或客戶對我們的客戶服務不滿意等，我們會與消費者溝通解決他們的疑慮，我們也可能會提供禮品(如折扣券)以解決有關問題。

業 務

對於產品未成功交付的消費者，我們將核對其訂單的物流資訊。倘我們尚未從倉庫發貨，我們將立即發貨。倘因物流公司原因導致出貨不成功，我們將安排重新出貨，並要求物流公司對消費者進行金錢賠償。

倘消費者以我們發貨不正確或發貨的產品有缺陷為由要求換貨，經確認後，我們將直接補發，而不要求消費者退回收到的產品。倘換貨要求只是基於消費者認為產品不適合，我們將透過照片或視頻檢查產品，以確定該產品是否適合再次售予另一消費者。倘產品適合再次出售，我們將免費接受換貨要求，但我們會要求消費者自費將產品寄回給我們；否則，我們將拒絕換貨要求。

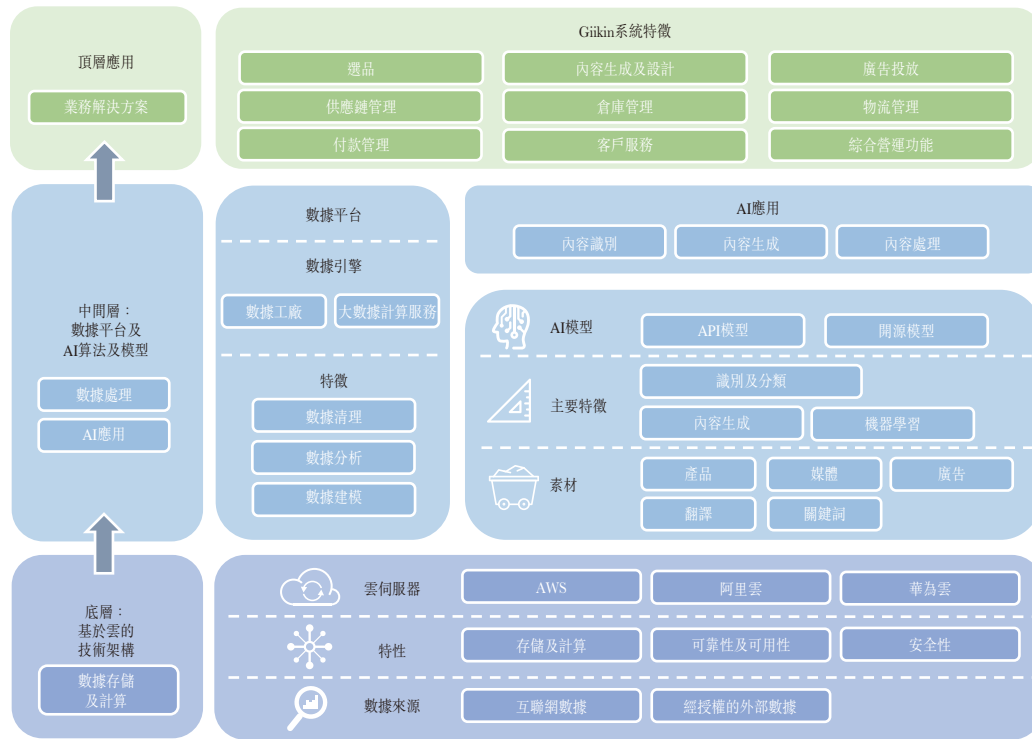
對於堅持以任何理由要求我們退貨並退款的消費者，我們將根據具體情況審核退貨或退款請求的理由，並視乎客戶的反饋和需求的合理性以及其他因素決定是否接受有關要求，例如我們在處理該事項時可能需要耗用的資源。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遇到消費者要求的任何重大產品退貨、換貨或退款的情況，亦無因產品退貨、換貨或退款而蒙受任何重大損失或損害。我們保持較高的簽收率，此為我們解決消費者問詢能力的再次證明。於2022年、2023年及2024年，我們的簽收率分別為86.3%、88.4%及84.9%。

我們的技術能力

我們的技術基礎設施

我們的技術基礎設施由三個不同的層次組成。技術基礎設施的底層為基於雲的技術架構，屬我們業務運營的基礎。中間層由我們的數據平台以及AI算法及模型組成。該技術基礎設施支援Giikin系統的頂層應用。下圖載列我們技術基礎設施的圖示。

業 務



我們的Giikin系統建立在高度可擴展及穩定的基於雲的技術架構上，使我們能夠及時處理和分析業務流程各階段的大量內部及經授權的外部數據，滿足消費者的需求。我們從業務營運中獲取內部數據，如消費者與落地頁互動產生的數據。我們從跨境社交電商業務以外的來源獲取經授權的外部數據，如消費趨勢。我們結合內部及經授權的外部數據進行數據分析，以支持我們的業務運營。我們有效利用公共領域中可用的數據及資料以深入了解最新趨勢及消費者喜好。例如，在選品過程中，我們積極自第三方平台收集熱銷產品的資訊，使我們能夠洞察當前的市場趨勢。同時，我們利用自落地頁取得的內部數據，評估消費者行為、產品特點及歷史銷售數據。我們的Giikin系統於此過程中發揮至關重要的作用，採用先進的數據分析並生成可視化圖表說明我們內部數據中的主要趨勢，使我們能夠有效地識別最暢銷的產品類別以及最受歡迎的顏色及尺寸。憑藉自內部數據及經授權的外部數據獲得的見解，我們的Giikin系統可提供精確的預測及量身定製的建議，使我們的選品團隊能夠策劃與消費者偏好及需求緊密結合的產品選擇。因此，相關數據用於通過機器學習為Giikin系統提供支持和訓練。

業 務

我們透過直接自阿里雲及華為雲以及透過認證合作夥伴從AWS採購雲端服務部署我們基於雲的技術架構。阿里雲、華為雲及AWS均為業界成熟的雲服務提供商。我們實施各種內部政策及程序，以確保我們於業務過程中收集、處理及儲存的資料的安全性。有關更多詳情，請參閱「- 數據合規及數據安全」。下表載列我們與阿里雲、華為雲及AWS認證合作夥伴簽訂協議的典型主要條款：

服務範圍	與我們簽訂服務協議的雲服務提供商直接為我們提供一系列按需雲服務，包括(視情況而定)數據儲存、雲伺服器、數據庫、備份、防火牆、數據安全管理、技術諮詢服務等。 AWS認證合作夥伴為我們提供各種AWS技術支援服務，包括AWS帳戶申請或創建，藉此我們可享受AWS上的雲服務，例如數據庫、防火牆、數據儲存、技術諮詢服務等。
定價	協議下的雲服務單價一般按照每千兆字節固定金額收費，服務費乃根據我們消耗的頻寬計算。
付款	根據我們訂購的雲服務，服務費通常透過電匯按月或預付款支付。倘我們於訂購服務後按月付款，則服務費一般會在每月賬單發出後35天內支付。
賠償	各方均應賠償因另一方違反協議保密條款或侵犯任何第三方與履行協議有關的權利而造成的損失。 對於因我們使用雲服務不當而造成的任何損害，我們將賠償雲服務提供商或AWS認證合作夥伴(視情況而定)。
期限及終止	該等協議的固定期限通常為一年。經雙方協商一致，各方均有權終止協議，倘我們違反其中任何條款，雲服務提供商有權終止協議。
爭議解決	協議受中國法律規管，因簽立或履行協議而發生的任何爭議均應提交中國法院解決。

業 務

基於雲的技術架構具有多雲結構，可降低系統崩潰及網絡安全攻擊的風險。基於雲的技術架構的主要特點如下：

- **龐大的實時數據存儲及先進的計算能力。**作為Giikin系統的基礎層，我們的雲伺服器接收由數據平台、AI算法及模型組成的中間層以及Giikin系統的頂層應用所產生的實時數據。我們同時利用多個雲伺服器擴大Giikin系統的總存儲量。我們的雲伺服器亦集成先進的計算工具，使我們能夠進行實時數據分析並為我們及時調整運營決策提供更大的靈活性。
- **可靠性及可用性。**我們採用多可用區和高可用性架構，將多個雲伺服器及數據庫部署在不同的可用區，由多個獨立的數據中心集群組成。一旦檢測到任何雲伺服器或數據庫出現節點故障，該伺服器或數據庫可在數秒內離線，以確保整個系統網絡的可用性。我們亦積極安排定期備份，以維持數據的可用性。
- **安全性。**雲伺服器配有內置防火牆，可及時攔截任何外部異常請求。內置防火牆加上我們建立的先進防火牆，以及雲服務提供商提供的全天候監控服務，保障Giikin系統的安全性，使其免受內部異常及外部威脅影響。

數據在我們的業務中發揮著至關重要的作用，原因為我們結合內部數據及經授權的外部數據進行市場趨勢分析。例如，我們收集來自第三方平台的暢銷產品資料，以及來自落地頁的內部數據，以便我們能夠更準確地分析當前的市場趨勢。為使我們的業務運營順利進行，我們必須高效精確地處理資料。為此，我們向阿里雲採購數據分析工具，建立一個數據平台。透過數據平台，我們進行數據清理、分析和建模，以支援Giikin系統的頂層應用，如選品及內容生成與設計工具。我們亦開發數據分析模型，以滿足業務的特定及高級要求。例如，我們獨立開發簽收率分析模型，用於處理及分析訂單數據，以估算特定產品的簽收率，從而使我們能夠估算各個產品的銷售業績及市場接受度。

業 務

我們致力於AI算法及模型的開發與應用。我們使用第三方開發者通過API提供的AI模型，亦基於開源的AI算法及模型進行二次開發，並利用我們的業務數據對其進行訓練，使我們能夠發掘更符合消費者需求及需要的產品。我們已成立一支研發團隊，專注於利用業務數據進行模型訓練。AI算法及模型的主要特點載列如下：

- **準確的識別及分類能力。**AI算法及模型高效地識別及分類從我們的業務或互聯網收集的大量數據，包括文本、圖像及視頻。該等算法及模型進一步處理數據，生成精確的產品標籤，並在我們的Giikin系統中建立高品質的素材庫。
- **高效的內容生成能力。**AI算法及模型可在我們業務流程的每個階段高效生成內容，例如產品的廣告內容，以及消費者服務中的書面及口頭回復。在Transformer (用於處理自然語言的大型語言模型)的協助下，我們可有效地根據各個產品的特點及屬性為其添加描述。我們亦建立並不斷更新AI算法及模型利用以高效地生成內容的數據庫及廣告素材庫。
- **持續學習能力。**AI算法及模型利用我們積累的業務資料不斷自我優化，形成良性循環，即AI算法及模型通過生成有吸引力的廣告內容及提出精準的推薦建議促進我們的業務運營；而我們可利用業務產生的數據進一步訓練該等算法及模型，提高其在業務運營中的速度及準確性。

我們的Giikin系統

我們的Giikin系統是一個自主開發的AI驅動一體化運營管理系統，我們將其用於整個社交電商業務流程，涵蓋選品、產品內容及落地頁生成、廣告投放、物流及支付管理以及消費者服務。有關更多詳情，請參閱本節「我們的跨境社交電商業務」。

業 務

我們的吉喙雲SaaS平台

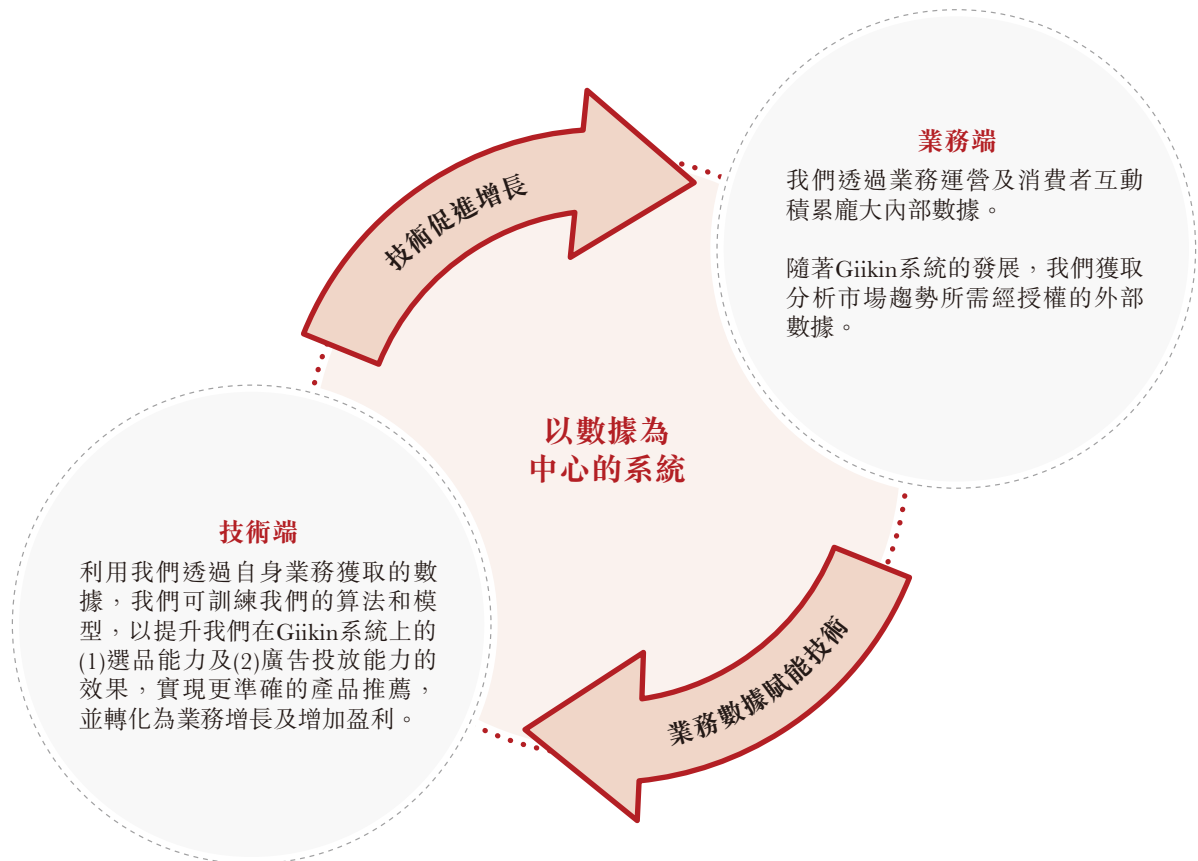
得益於我們的行業經驗，我們亦已針對中國內地跨境電商供應商開發一個一站式服務SaaS平台(即吉喙雲)。於2022年1月，我們開始向此類供應商免費提供吉喙雲以用於測試目的，以優化該平台。吉喙雲平台協助供應商搭建落地頁，並透過統一的簡化儀表板向境外的消費者銷售產品。我們復刻自身經驗，為供應商提供全流程服務，涵蓋供應鏈、落地頁生成、廣告投放、跨境物流及跨境支付服務。吉喙雲使供應商能夠輕鬆地透過多個社交媒體平台展示、管理、營銷及銷售彼等的產品。其亦提供一個單一一體化、易於使用的後端儀表板，供應商可在多個銷售渠道上使用後端儀表板管理其業務及買家。作為SaaS平台，吉喙雲在共享基礎設施上運行，不僅釋放供應商的硬件資源，亦整合買家與供應商之間的互動生成的數據。於往績記錄期間，我們並無自透過吉喙雲提供SaaS服務錄得任何收入。

研發

我們在跨境社交電商業務的研發上投入大量資金。截至2025年3月31日，我們擁有4項專利及140項軟件版權，涉及我們跨境社交電商業務使用的算法、軟件系統及其他技術的開發。我們的AIGC技術主要是開源技術，由於缺乏新穎性及創造性而無法申請專利。我們於河南省鄭州市成立跨境社交電商業務研發中心。於2022年、2023年及2024年，我們分別錄得跨境社交電商業務研發開支人民幣43.7百萬元、人民幣43.1百萬元及人民幣39.6百萬元。

業 務

我們的研發策略緊密契合我們的跨境社交電商業務模式。我們深知數據在社交媒體時代的核心作用，認為數據是技術和業務之間的紐帶。我們通過業務營運獲取數據，解決電子商務企業面臨的複雜技術問題，包括需求分析、數據建模、數據ETL(提取、轉換、加載)及數據可視化。反過來，技術的進度可以促進我們業務的增長。該等改進產生飛輪效應 – 隨著我們業務的增長，我們積累了更多的數據及產生數據洞察，並找到更多在業務流程中使用此數據的方式，進一步提升我們的技術能力，推動業務增長。下圖說明此概念。



遵循此方法，我們獨立開發Giikin，其為一個連接我們的業務及技術的綜合管理系統，涵蓋我們的所有業務流程。通過研發，我們致力於繼續實現各業務流程的標準化及自動化，以提高各業務流程的效率，減少對人工干預的需求及降低營運成本。為此，我們通過以下方式持續改進我們的算法及模型：(1)針對新的使用案例開發新的算法及模型；(2)利用我們通過業務獲取的數據訓練我們現有的算法及模型。例如，我們通過開發高級算法創建消費者檔案及產品標籤，從而通過生成與消費者需求及銷售產品相關的標籤，實現廣告投放標準化。我們利用業務數據，通過訓練及微調算法提高算法的有效性，我們相信可改進技術，從而促進業務的增長。例如，通過訓練，Giikin系統所用的算法能夠提供更準確的產品建議及進行更精準的廣告投放。

業 務

我們通過不同的方法開發及改進我們的算法及模型。在發現可通過進一步自動化或提高效率而受益的業務需求後，我們會檢索及審查相關的業務數據開始設計、構建及改進我們模型的過程。該等模型最終成為我們GiiKin系統所使用的算法的原型。通過ETL過程，我們亦持續處理及數字化業務數據，並將其存儲到數據輸出容器以供進一步使用。之後該數據可用於開發新的算法及模型來滿足新的業務需求，並訓練我們現有的算法及模型以提高其效率。此外，我們亦將應用程序整合到業務流程中，共享即時資料，以提供更精細數據可視化，這使得我們能夠在所有業務流程中作出更好的決策。於2021年，我們與華為達成戰略合作，進一步開發跨境社交電商在雲計算、影像處理、大數據及AI方面的數智化應用。於2023年6月，我們加強與華為的合作，此舉將可利用華為在AIGC、應用現代化、數據抓取及數據管理等領域的龐大數據模型深化我們在跨境社交電商業務的AI應用開發，旨在提升我們跨境社交電商業務各個階段的數智化能力。

截至2024年12月31日，我們的跨境社交電商業務擁有約200名研發人員。

我們利用大數據分析、AI及其他技術為我們的業務賦能，並不斷推出功能增強貨找人的能力。於往績記錄期間，我們推出並融合以下功能至我們的GiiKin系統，作為跨境社交電商業務的一部分：

- ChatGiiKin-6B為一種電商文本垂類模型。ChatGiiKin-6B能夠建立與產品專門關聯的標籤，稍後可用於我們的精準廣告策略。例如，我們可為我們的產品分配有關目標客戶群的年齡、性別、購物習慣及其他資料的標籤；
- G-king為以技術驅動的投放助手。我們於2023年7月推出G-king。G-king根據歷史廣告數據及成熟廣告優化師的經驗，向我們的廣告優化師提供準確有效的廣告策略供其參考，提高其廣告投放效率；及
- GiiAI為一種電商設計與素材生成模型。GiiAI乃於2023年8月推出，用於圖像識別、文本翻譯以及視頻剪輯，提高了我們生成廣告內容的效率。

業 務

定價

按照行業規範，我們採取市場定價方式。我們主要按有競爭力的價格提供產品。我們在可行的範圍內根據一系列因素對我們的產品定價，包括：(i)產品採購成本；(ii)經營成本；(iii)營銷或廣告成本及開支；(iv)運輸或物流成本；(v)預期毛利率；(vi)簽收率；及(vii)匯率。

使用Giikin，我們的選品團隊於考慮上述因素後就每種產品釐定定價方案。我們持續檢討我們的定價策略，並不時調整我們產品的價格。

我們的紙製包裝業務

我們從事紙製包裝業務已逾20年，截至2024年12月31日，我們於中國內地經營10家大型包裝及印刷生產設施公司。根據灼識諮詢的資料，按2024年的收入計，我們於中國內地紙製快消品銷售包裝提供商中排名第一，為企業客戶提供從營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃至運輸及物流的一站式綜合紙製包裝產品及服務。我們於《印刷經理人》雜誌於2022年發佈的「中國印刷包裝企業100強」中排名第五。我們的企業客戶主要為食品、餐飲、飲料、日用品及快消品行業其他板塊的龍頭企業。我們專注於為企業客戶提供全面的紙製包裝產品。我們不單為企業客戶提供紙製包裝，亦提供產品設計、工藝設計及技術策劃服務，為企業客戶增值，並在設計包裝時採購最佳及最具成本效益的原材料，幫助企業客戶管理包裝成本。在使用更環保的材料及減少塑料使用量的趨勢下，我們集中在開發環保材料及技術方面加大研發力度，以生產綠色包裝，迎合快消品消費變化趨勢。於2022年、2023年及2024年，我們分別有238名、278名及300名包裝客戶。同期，來自紙製包裝業務的收入分別為人民幣1,982.6百萬元、人民幣2,096.6百萬元及人民幣2,099.5百萬元，分別佔同期總收入的36.9%、31.3%及38.0%。

業 務

根據灼識諮詢的資料，典型的紙製包裝製造商主要提供包裝生產服務，根據客戶指定的設計生產標準化的包裝產品；而一站式紙製包裝產品及服務提供商可提供更為全面的服務，涵蓋營銷策略、產品設計、工藝設計、技術規劃、運輸及物流。我們與中國領先的乳製品生產商客戶集團A長達數十年的合作關係證明了我們提供一站式紙製包裝產品及服務的能力。我們自2006年開始與客戶集團A合作，並一直保持密切的業務關係，提供從營銷策略、產品設計、工藝設計、技術規劃到運輸及物流的紙製包裝產品。例如，我們主動向客戶集團A提出包裝設計，強調乳製品的品質。我們在包裝紙盒上結合草原、乳牛、陽光等元素，為終端客戶帶來自然、清新的印象，呼應客戶集團A的品牌定位策略，強化市場品牌形象。於往績記錄期間，我們向客戶集團A提出的八個包裝設計被接受並上市。我們在客戶集團A的產品包裝生產中採用了壓光等30多項印刷及包裝技術，以增強其產品的視覺表現力。我們亦提供技術規劃服務，與其研發團隊共同開發與其產品包裝相關的專利。我們作為客戶集團A的若干專利的發明人。於2023年，我們亦被客戶集團A授予標準供應商。與客戶集團A的交易更多詳情請參閱「我們的客戶 – 主要客戶」。

關鍵營運指標

下表載列我們紙製包裝業務的關鍵營運指標。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
產量(百萬平方米)	846.7	925.3	1,026.1
存貨週轉天數 ^(附註)	58.7	57.4	54.5

附註：存貨週轉天數乃按我們的紙製包裝業務於有關年度的年初及年末平均存貨結餘除以同年我們紙製包裝業務的相應銷售成本，再乘以365天計算。

業 務

我們的產品

我們為中國內地的包裝提供商，主要從事生產及銷售快消品包裝產品，包括彩色包裝箱／盒、環保紙袋及食品包裝。我們於生產紙製包裝產品時，精心選擇環保原材料，例如，我們使用經檢測符合歐盟頒佈的RoHS及REACH等環保標準的水性油墨，我們亦使用玉米澱粉及植物油墨，根據灼識諮詢的資料，其乃業內公認的環保材料。截至2025年3月31日，我們擁有32項與綠色包裝材料及產品相關的專利。以下為我們的主要包裝產品的簡要描述：

彩色包裝箱／盒為一種用於零售及促銷的包裝盒或消費紙箱，由白卡紙、白襯紙及瓦楞紙製成。彩色包裝箱／盒通常可承受一定的壓力，因此可用作保護商品。此外，彩色包裝箱／盒具有經濟性及環保性。彩色包裝箱／盒表面平整可印上產品的圖像及標識，以突出其品牌價值。我們的企業客戶通常將其用於食品和飲料、日用化工產品、電子消費品及個人護理產品。



環保紙袋使用再生紙及牛皮紙製成。環保紙袋使用水性油墨印刷並用水性膠水粘合，同樣具有環保特性。其重量輕、可折疊攜帶並可回收利用。廣泛用於電商商品、外賣食品及超市商品的包裝。我們的企業客戶主要在環保紙袋上印刷其標識及口號，用作市場營銷及促銷用途。



業 務

食品包裝由食品級紙板及牛皮紙製成。我們的食品包裝乃按照良好生產規範(GMP)標準生產，符合各種標準，以確保可安全地與食品直接接觸。我們主要按照企業客戶要求的形狀生產食品包裝，包括紙杯、紙碗、紙袋及紙盒，適用於各種食品和飲料、休閒食品及冰淇淋。



下表載列我們按紙製包裝產品類型劃分的紙製包裝業務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
彩色包裝箱／盒	1,382,807	69.7	1,346,220	64.2	1,198,392	57.1
環保紙袋	203,308	10.3	325,787	15.6	387,593	18.5
食品包裝	292,062	14.7	323,437	15.4	423,067	20.2
其他(附註)	104,414	5.3	101,162	4.8	90,409	4.2
總計	1,982,591	100.0	2,096,606	100.0	2,099,461	100.0

附註： 其他主要包括銷售物料及廢紙所產生之收入。

業 務

下表載列我們按紙製包裝產品類型劃分的紙製包裝業務毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
彩色包裝箱／盒	164,365	11.9	210,389	15.6	175,938	14.7
環保紙袋	55,464	27.3	98,321	30.2	110,700	28.6
食品包裝	28,443	9.7	44,681	13.8	50,291	11.9
其他 ^(附註)	52,255	50.0	39,765	39.3	38,252	42.3
總計	300,527	15.2	393,156	18.8	375,181	17.9

附註： 其他主要包括銷售物料及廢紙所產生之毛利。

下表載列於往績記錄期間按產品類型劃分的產量及平均售價：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	總產量	平均售價	總產量	平均售價	總產量	平均售價
	百萬 平方米	人民幣／ 平方米	百萬 平方米	人民幣／ 平方米	百萬 平方米	人民幣／ 平方米
彩色包裝箱／盒	438.7	3.2	430.6	3.1	423.7	2.8
環保紙袋	137.0	1.5	172.0	1.9	271.7	1.4
食品包裝	271.0	1.1	322.7	1.0	330.7	1.3
總計	846.7	2.2	925.3	2.2	1,026.1	2.0

附註：

(1) 平均售價乃按有關紙製包裝產品收入除以有關紙製包裝產品的總產量計算。

業 務

我們的業務流程

我們的紙製包裝業務流程概述如下：



評估客戶訂單

當新企業客戶或現有企業客戶提出新產品時，一旦我們識別到商機，我們將與企業客戶展開討論，並根據原材料的供應情況、產品設計及規格、技術要求及生產方式以及生產成本分析評估該客戶的訂單。根據上述評估結果，我們將為企業客戶提出業務方案以供確認。我們相信，在生產的早期階段與企業客戶進行有效溝通，能夠更好地了解企業客戶的需求，確保生產過程的順利進行。

產品設計、工藝設計及技術策劃

對於新產品的設計，就其初始規格與企業客戶展開討論後，我們會與企業客戶合作開發符合企業客戶提出的材料、結構、功能及平面設計規格的新產品。對於並無具體規格要求的企業客戶，我們會獨立設計並提供原型樣品供企業客戶選擇，並根據客戶的反饋修改設計，直至企業客戶滿意為止。

作為開發產品設計的一部分，我們亦將向企業客戶提出最佳工藝設計建議。包裝產品的工藝設計至關重要，會影響美學價值及硬度等產品屬性。倘我們不具備滿足企業客戶特殊或個性化需求所需的若干工藝，我們會為企業客戶提供技術策劃服務，亦有利於提高我們的生產能力。

業 務

除整體設計規格外，我們亦關注企業客戶的特殊需求及要求，例如營銷及ESG合規性。

產品設計及工藝設計一經定稿，我們會與企業客戶進行溝通，以敲定訂單，並安排採購原材料及生產所需的任何專用機器、設備或模具。

監督原材料供應情況及採購原材料

於選定生產所需的主要原材料後，我們將確定我們的生產廠房或倉庫是否有合適的原材料。若因旺季產品需求異常旺盛等原因導致所需主要原材料沒有備貨，我們將採購所需主要原材料。

我們採購主要原材料以(i)維持生產需要的充足水平，主要乃基於企業客戶的每月採購計劃釐定；及(ii)盡量減少價格大幅波動帶來的風險。為了確保有效及高效地消耗主要原材料，我們跟蹤(i)主要原材料的存貨水平；(ii)上月主要原材料的供應及消耗情況；(iii)主要原材料的現行價格；及(iv)來自企業客戶的採購訂單。

主要原材料根據我們的企業客戶對密度、顏色及物理強度的要求進行採購。本集團向主要位於中國內地的幾家信譽良好的大型供應商(為獨立第三方)採購主要原材料。

於2022年、2023年及2024年，原材料成本分別佔同期我們的紙製包裝業務所售貨物的總成本的約77.9%、77.9%及76.1%。目前，我們向多家供應商採購主要原材料。我們認為我們的主要原材料在市場上易於取得，故我們在採購主要原材料方面不會面臨重大問題。

下表載列我們與原材料供應商訂立的典型採購協議的主要條款。

產品規格	根據協議，原材料供應商有責任在協議規定的具體期限內按照我們的規格向我們交付原材料。
定價	各訂單的價格乃根據原材料的重量及單價計算。

業 務

付款	各紙張原材料訂單通常於訂單日期後30天內付款，並可透過電匯或以承兌票據支付。 對於其他原材料，通常於訂單日期後60天內付款，並可透過電匯支付。
責任	倘我們延遲付款，我們通常有義務每天向原材料供應商支付未付款額的0.05%至0.3%作為違約金。若因(1)原材料不符合我們的規格及要求，或(2)未能及時交付原材料而造成任何損失，原材料供應商應賠償我們。
期限及重續	協議的固定初始期限通常為一年，到期後經雙方同意可重續。 當另一方違反協議且未能在30個曆日內糾正違約行為時，雙方均有權終止協議。
爭議解決	協議受中國法律規管，並就中國法院或指定仲裁機構的排他性爭議解決條款作出規定。

生產規劃及監控

我們監測並控制原材料及製成品的庫存水平，以優化我們的營運，並將營運成本及風險控制在相對較低的水平。一般而言，我們僅於收到企業客戶的採購訂單時方才生產產品。我們採用ERP系統為不同企業客戶訂單進行生產規劃及監控，旨在優化我們的產能利用，從而最大化我們的生產效率並節省成本。整個生產過程由我們的ERP系統監控，通過該系統，我們能夠獲取有關原紙消耗情況及庫存水平、生產進度、成品的倉庫週轉率以及交付及物流信息的實時信息，從而確保準確及按時交付予企業客戶。

我們和管理原材料及製成品庫存時，會考慮企業客戶的採購訂單數量、生產計劃及原材料採購週期。我們採用嚴格的程序監控主要原材料、在製品及製成品的庫存水平。我們通過以下方式控制庫存水平：(i)實時跟蹤庫存變動情況；及(ii)通常將主要原材料的庫存維持在可供我們使用的充足水平，而製成品在各個廠房的儲存時間平均不會超過三天。

業 務

質量控制

我們的包裝及印刷生產設施已通過ISO9000質量管理體系、ISO14001環境體系及BRCGS ETRS社會責任認證等專業認證資格。

ISO9000是概述質量管理體系(QMS)標準的一套國際標準。其專注於透過體系化的流程及持續改進方法確保產品及服務符合嚴格的質量標準，從而提高企業客戶滿意度。另一方面，ISO14001屬於環境管理體系(EMS)。其為組織建立、實施、維護及改進有效的環境績效提供了一個框架。BRCGS道德貿易和責任採購(ETRS)標準著重於供應鏈內的社會責任。其解決了勞工實踐、人權及道德採購等問題，為公司提供了一個框架，以確保在整個營運過程中公平及道德地對待工人以及採取負責任的採購做法。該等標準中的每一項都在提高我們業務營運不同方面的卓越表現及責任感方面發揮著至關重要的作用。

為確保產品根據企業客戶的要求製造，我們將根據其規格為各類產品設定具體的質量控制標準及規定。我們將根據質量控制標準及規定對各批次產品進行抽樣，並對其強度、設計及外觀進行檢測。

成品交付

物流管理

成品將於通過我們的質量控制檢測後及交付予企業客戶前存放於相關生產廠房的倉庫中，並將主要由第三方物流公司運送至企業客戶指定(或於採購訂單中指定)的地點。我們將對不同的客戶訂單進行協調，並安排產品交付予我們的企業客戶，以期最大限度地提高成品的週轉率並降低運輸成本。交付當天，我們將產品裝載到由物流公司提供的卡車上進行交付。交付一經確認，我們將向企業客戶開具發票。

業 務

下表載列我們就紙製包裝業務與第三方物流公司訂立的典型合作協議的主要條款。

服務範圍	第三方物流公司負責將包裝產品由我們的生產設施運送至我們的企業客戶或我們代表企業客戶指定的其他地點。
定價	運輸服務的價格主要根據重量、距離、時間及車輛容量進行磋商。
付款	物流服務的付款通常在雙方確認服務費日期後30日或60日內支付，並通過電匯支付。
損害賠償	倘第三方物流公司延遲交貨，通常有義務向我們支付交貨費的10%或延遲交貨每天人民幣500元作為違約賠償金。此外，物流公司對任何損壞(包括我們因交付而遭受的間接損壞)負責。
期限及重續	協議通常有一年的固定初始期限，到期後可續期，但須經雙方同意。 各方通常有權通過(i)雙方同意；(ii)提前通知並支付協議中規定的提前終止違約賠償金；或(iii)在另一方未能履行協議時終止協議。
爭議解決	協議受中國法律規管，各訂約方可向具管轄權的中國法院提起訴訟。

倉庫管理

我們的倉庫通常距離每個生產設施較近，用於儲存原材料及成品包裝產品。此外，倘我們的客戶距離我們現有的倉庫及生產設施較遠，考慮成本後，我們會在客戶附近租賃倉庫以方便運輸。例如，截至最後可行日期，我們亦於廣東省惠州市租賃一個倉庫作為過渡中心，為若干主要客戶儲存我們的紙製包裝產品。

業 務

採購及售後服務

客戶服務及反饋

多年來，我們已建立龐大、穩定的企業客戶群，包括國內外知名的食品飲料、餐飲及日用品製造商。為了與企業客戶保持長期關係，我們採用完全互動及全面的客戶服務方式。

我們指派一組銷售代表為每位企業客戶提供服務，確保與企業客戶的無縫互動與溝通。我們積極與新企業客戶及現有企業客戶進行溝通，以評估彼等的需求。我們提供滿足其所需規格的定制化產品設計。於其確認建議的設計後，我們開始為企業客戶生產產品。在整個生產過程中，我們與企業客戶分享生產狀態的即時更新。倘訂單發生變更或任何意外延誤，我們將立即聯繫企業客戶。

生產完成後，我們安排物流公司交付產品。我們為企業客戶提供最新的交付狀態，並在必要時促進企業客戶與物流公司之間的溝通。產品交付後，我們亦與企業客戶保持持續溝通，以確保我們及時收到有關產品及服務的反饋。

此外，我們安排定期對企業客戶總部或生產設施進行現場考察，並定期進行客戶滿意度調查。我們透過這兩個溝通渠道收集寶貴的反饋，這有助於我們提高服務標準並改善我們的業務流程，例如簡化內部審批流程以及與更有效率的物流公司合作。

客戶反饋管理

我們的企業客戶主要提供有關產品質量、生產或交付延遲的反饋。

倘客戶反饋是由於生產或交付延遲而造成，我們將及時聯繫企業客戶，提供延遲的詳細解釋。倘延誤造成企業客戶產生任何損失，我們將根據與企業客戶的協定，積極提出可行的解決方案。

對於產品質量的反饋，我們的銷售及營銷團隊以及我們的質量控制團隊將共同了解反饋並重新測試產品的質量。倘我們的產品出現質量問題，我們將與企業客戶共同確定解決方案，包括按照我們的協議進行金錢補償，以及對未來訂單提供折扣。

業 務

倘企業客戶堅持退貨並要求退款，我們將啟動內部流程，安排物流公司將產品退回我們的生產設施。我們將對退回的產品進行抽樣並進行進一步的品質測試，我們的質量控制團隊將確定該等產品是否合資格重新加工成其他產品。倘再加工可行，產品將進行再加工並儲存在我們的倉庫中以備將來銷售。不適合再加工的產品將予以處置。

我們的生產流程

我們的生產流程高度自動化。我們使用高速設備及器械縮短生產時間。根據產品種類、所用材料及設計複雜程度，每份訂單的生產流程每個階段所需的時間各不相同。

以下流程圖概述生產流程的主要步驟：



印前工藝：

- 我們主要從中國內地造紙廠採購原材料。我們生產過程使用的主要原材料為原紙，包括掛面黑紙板、掛面白紙板及食品級紙板。我們亦從海外進口少量主要原材料。我們採購主要原材料，並存放於各生產設施的倉庫中。
- 原紙採購後須經過預處理方可進行印刷。我們根據產品規格，運用多項工藝對原紙進行預處理，包括聚乙烯(PE)塗層及分切。除預處理外，我們亦安排製作將於印刷過程中使用的製版。

業 務

印刷：

在包裝產品的生產過程中，我們主要採用四種印刷方法。

- 膠版印刷：膠版印刷是將油墨圖像轉印到單張紙的平整印刷面上。
- 單張紙印刷：除將圖像轉印到單個、獨立印刷的表面外，單張紙印刷透過使用印刷機按壓表面來增強印刷表面的平整度。
- 柔性版印刷：柔性版印刷利用柔性凸版在表面進行水墨印刷。
- 捲筒柔性版印刷：捲筒柔性版印刷是一種柔性版印刷方法。與單張紙印刷類似，捲筒柔性版印刷涉及通過按壓印刷表面進行印刷，不同之處在於印刷表面是一卷連續的紙張。

印後工藝：

我們一般通過將印刷品粘合、切割及組裝成所需產品對印刷品進行再加工。各產品在這一工序中涉及的具體工藝包括表面處理、燙印、模切、貼窗、糊盒、分切、製袋、貼面、提手製作及粘合，以及繩索製作及粘合。產品製成後，我們將其打包，最後主要通過物流服務提供商交付予企業客戶。

- 表面處理：表面處理是指在印刷品表面進行上光、覆膜及壓光以改進印刷品表面的耐磨、光澤及裝飾的工藝。此工藝用於生產彩色包裝箱／盒。
- 燙印：燙印是通過燙膜將燙印材料轉移在紙和紙板上的工藝。此工藝應用於彩色包裝箱及環保紙袋的生產。
- 模切：於此工藝中，印刷品被模切刀及壓線刀切製成所需的不規則形狀。兩種刀具組合在模切機的同一模板上，同時進行模切及壓痕。模切用於生產彩色包裝箱／盒及食品包裝。
- 貼窗：倘印刷品上有窗口圖案，經過模切工藝後，將薄膜貼在印刷品的窗口位置上。
- 糊盒：生產彩色包裝箱／盒，經過模切工藝後，將印刷紙及紙板粘合在一起。
- 分切：將印刷品按照所需的常規尺寸及形狀進行裁剪。此工藝用於生產環保紙袋及食品包裝。

業 務

- 製袋：生產食品包裝，印刷材料被粘合、縫製或合併成袋形。
- 貼面：於此工藝中，瓦楞紙與面紙粘合，以便進行再加工。
- 提手／繩索製作及粘合：於此工藝中製作提手或繩索，然後粘在印刷品上。

我們的生產設施

截至2024年12月31日，我們的生產活動在10個不同地點的生產設施進行。下圖說明我們於中國內地現有生產設施的業務輻射範圍：



僅為說明目的，列出該地圖(審圖號：GS(2019)1686號)以展示我們在中國內地的生產設施。

業 務

我們的主要生產流程高度自動化，無需對現有生產設施及設備進行重大改造，即可用於生產不同種類的包裝。因此，我們調整我們的生產，以滿足市場需求並根據市場需求調整銷售目標。我們從發達國家進口生產過程中使用的主要設備，乃由於我們相信使用該等先進設備可以更好地控制及保證品質並提高我們的生產效率。我們的生產設施充分配備了先進的自動化設備，如膠版印刷機、瓦楞紙生產線、柔性版印刷機、模切堆疊機及物流設備。我們的生產設施因在生產過程中採用環保技術而廣受認可。例如，於2021年5月，我們位於呼和浩特的生產設施憑藉其環保生產獲內蒙古自治區工業和信息化廳授予「綠色工廠」稱號，而於2023年4月，我們的產品獲上述政府部門認證為環保產品。此外，考慮到產品的回收率及效率以及能耗等多項指標，我們的紙製包裝產品亦獲中國工業和信息化部辦公室認可為2022年綠色設計產品之一。我們主要生產設備的機齡一般為零至10年。我們按照適用的GMP要求進行維護及維修工作以及我們在必要時將會更換或升級生產設備，以提高生產率。我們相信我們的生產設施及設備狀況良好。

下表載列截至最後可行日期我們的生產設施概要。

編號	地點	所有權	生產設施及 倉庫概約 建築面積 (平方米)
1	福建省廈門市	自有	37,000
		租賃	11,000
2	寧夏回族自治區青銅峽市	自有	46,000
3	河北省廊坊市	自有	57,000
4	河北省灤州市	租賃	25,000
5	內蒙古自治區呼和浩特市	自有	84,000
6	山東省濟南市	自有	30,000
7	安徽省蚌埠市	自有	45,000
8	湖北省黃岡市	租賃	16,000

業 務

編號	地點	所有權	生產設施及 倉庫概約 建築面積
			(平方米)
9	湖北省孝感市	租賃	36,000
10	陝西省咸陽市	租賃	20,000

於2022年、2023年及2024年，我們的設計產能分別為1,340.4百萬平方米、1,660.2百萬平方米及1,826.2百萬平方米。同期，我們的利用率分別為63.2%、55.7%及56.2%。

我們的機器及設備

我們的主要機器及設備主要採購自德國、日本及中國內地。我們已在大部分生產廠房安裝先進的全自動在線印刷機及自動包裝機械臂。我們相信，透過使用技術先進的機器及設備，我們不僅可以提高生產效率，降低人力成本，還可以提高我們的產品質量。於往績記錄期間，我們的資本支出主要有關添置物業、廠房及設備、土地使用權及其他無形資產。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的資本支出分別為人民幣175.3百萬元、人民幣228.9百萬元及人民幣124.6百萬元。

我們相信，本集團正在使用的所有主要機器及設備均正常運作。截至2024年12月31日，我們有約70名維護人員及技術人員，彼等負責生產機器及設備的日常檢查及維護，以保持其最佳性能。我們採用預防性維護制度，所有生產廠房均須遵循標準化檢查及維護程序，要求其每月檢查機器及設備的清潔及潤滑程度。我們的機器及設備一般均為模塊化，使我們的維護人員及技術人員可以通過更換部件高效地進行維修，而非進行整體維修。

此外，透過在線小程序收集、儲存、監控及分析維修及維護資料，以實現資料共享，使我們能夠提高生產效率，避免意外的機械故障。於往績記錄期間，我們並無遇到任何重大機械故障。

業 務

我們的技術能力

我們在紙製包裝業務的研發上投入大量資金。截至2025年3月31日，我們擁有362項專利及17項軟件版權，涉及我們紙製包裝業務包裝的設計與製造。於2022年、2023年及2024年，我們分別錄得紙製包裝業務的研發開支人民幣104.8百萬元、人民幣98.9百萬元及人民幣84.9百萬元。

我們認為研發對於維持及進一步提升我們紙製包裝業務的競爭力至關重要。在以創新為核心的驅動下，我們透過專業的研發團隊不斷鞏固我們的紙製包裝業務。我們就紙製包裝業務成立一個研發創新中心，其成員主要負責包裝印刷技術、材料、技術及產品以及印刷設備自動化技術的研發。截至2024年12月31日，我們的紙製包裝業務擁有約360名研發人員。

在我們包裝專業開發團隊的協調下，我們參與制定行業標準，其中包括評估包裝產品碳減排的技術要求、瓦楞紙箱生產工藝的評估要求，以及綠色設計包裝紙箱的評估要求。

透過我們與企業客戶的合作，我們不斷開發新型及創新紙製包裝產品，以解決具體的包裝問題。下表載列我們精選的紙製包裝業務中若干創新專利設計的研發成果詳情。

研發成果	描述	此項目的裨益
雙層紙杯	我們提出一項杯子生產工藝，其與傳統塗層工藝的工序相反。通過在給杯子塗層之前印刷圖像，我們可有效地將圖像粘貼在杯子上，並避免在生產過程中油墨從印刷部分轉移至未印刷部分。	雙層紙杯通過有效固定印刷圖像，避免其直接接觸食物及飲料，從而提高食品安全性。其亦節省紙張及油墨等原材料，降低生產及廢物處理成本並減少產品所涉及的碳足跡。

業 務

研發成果	描述	此項目的裨益
窗口結構炸雞包裝	我們在炸雞包裝盒上加入窗口設計，與醬料盒大小相同，用於固定醬料盒。窗口設計亦提高了炸雞盒的美觀價值。	具有窗口結構的炸雞包裝避免了醬料盒與食品的直接接觸，從而提高了食品安全性，並省去了醬料盒的額外包裝，降低了企業客戶的包裝成本。

順應國家政策推動綠色經濟及低碳轉型的長遠趨勢，我們積極開發並應用環保材料及技術製造產品。我們追求卓越的環保理念，並不斷加大綠色包裝的研發力度。我們積極將ESG原則融入到我們產品的整個生產過程中，從產品設計、工藝設計、生產到廢物處理。截至2025年3月31日，我們擁有32項與綠色包裝材料及產品相關的專利。

營銷及推廣

我們的銷售及營銷人員主要負責推廣我們的服務、與企業客戶溝通、處理企業客戶的問詢及訂單。我們絕大部分銷售及營銷人員均位於中國內地。我們的促銷工作重點是維護及發展與現有企業客戶的關係。我們致力於滿足企業客戶全面的紙製包裝需求。因此，隨著我們現有企業客戶的業務增長，其包裝需求亦不斷增加，我們優先考慮滿足該等日益增長的需求的能力。

我們的銷售及營銷人員不時提供有關我們的服務、樣品設計、運輸時間表及費用報價的最新資料，供企業客戶根據需要選擇。當企業客戶聯繫我們時，我們的銷售及營銷人員將與彼等討論其需求，如設計、包裝性質、預算、提貨地點、目的地、交付時間以及任何附加服務要求，並與彼等確認運輸計劃及費用的詳情。

我們亦制定多種計劃及營銷活動推廣我們的品牌及服務。我們的線下營銷活動包括參加專業包裝展銷會以及參與包裝行業協會舉行會議，以緊跟包裝行業的最新市場趨勢。我們亦將舉行會議，討論我們的營銷策略以及與企業客戶的關係維護等事宜。

業 務

定價

根據行業規範，我們在釐定向企業客戶收取的價格時一般採用成本加成法，並考慮以下因素：(i)已售包裝數量；(ii)服務成本；(iii)季節性；及(iv)合理的利潤率。

我們的其他業務

於往績記錄期間，我們亦錄得主要來自(1)精準營銷廣告業務；及(2)我們的附帶貿易業務的收入。於2022年、2023年及2024年，其他業務收入分別為人民幣286.7百萬元、人民幣341.4百萬元及人民幣63.9百萬元，分別佔我們同期總收入的5.3%、5.1%及1.1%。

憑藉我們在跨境社交電商方面的經驗，於往績記錄期間，我們亦為中國內地中小企業提供精準營銷廣告服務，以透過我們提供的創意廣告策略、搜尋引擎優化、內容創作及多渠道活動，幫助彼等提高品牌知名度並吸引潛在客戶。在該業務模式下，我們直接與中國內地若干主要社交媒體平台合作，並獲該等平台授權為第三方投放廣告提供便利。精準營銷廣告業務服務的客戶主要包括廣告商及廣告代理商(代表其廣告商客戶投放廣告，但並未獲得社交媒體平台的授權)。客戶通過預付款或按月結算向我們付款，我們進而充值彼等賬戶項下的廣告積分，以供彼等投放廣告。於往績記錄期間，我們的精準營銷廣告業務產生的收入佔我們各期間總收入的比例極低，且由於我們側重跨境社交電商業務及紙製包裝業務，我們於2024年3月終止營運精準營銷廣告業務。

根據我們的泛品類產品策略，我們不斷發掘受歡迎的產品並擴大我們的產品組合。我們觀察到酒類行業的機遇，曾於2021年嘗試收購一家酒類生產公司，但該計劃因同年宏觀經濟狀況而被終止，在此過程中我們採購一定數量的酒類作為我們的庫存。於往績記錄期間，我們透過中國內地的線上及線下渠道銷售酒類庫存，作為我們的附帶貿易業務。

業 務

我們的客戶

主要客戶

我們的客戶主要包括企業客戶(即紙製包裝業務下的快消品公司)及跨境社交電商業務下的個人消費者。由於我們的跨境社交電商業務的性質，該業務的客戶基礎由購買我們產品的不同個人消費者群體組成，與往績記錄期間的總收入相比，各客戶貢獻的收入比例極小。

於2022年、2023年及2024年，於往績記錄期間各期間向我們的五大客戶作出的銷售分別佔我們同期總收入的28.7%、24.3%及27.2%，而向我們的最大客戶客戶集團A作出的銷售分別佔我們同期總收入的23.8%、18.6%及18.8%。於往績記錄期間，來自客戶集團A的銷售額佔我們收入的相當大一部分，原因是我們自2006年起與客戶集團A保持密切合作，雙方致力於建立穩定的供應關係，此舉是中國內地紙製包裝行業的行業慣例，而客戶集團A是中國內地領先的乳製品生產商，只要其保持可觀的銷量，我們對其的銷量將繼續可觀，因為我們紙製包裝產品的銷售與客戶集團A使用我們的紙製包裝的乳製品的銷量呈正比。

據我們所知，我們於往績記錄期間各期間的所有五大客戶均為獨立第三方。我們的董事、彼等各自的聯繫人或據我們董事所知，截至最後可行日期擁有我們已發行股本5%以上的任何股東，於往績記錄期間各期間概無於我們任何五大客戶中擁有任何權益。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度我們五大客戶(包括其聯屬人士(倘適用))的若干資料：

客戶	我們銷售的主要產品 ／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	銷售額 人民幣千元	佔我們 總收入的 百分比 %
截至2024年12月31日止年度						
客戶集團A ⁽¹⁾	彩色包裝箱／盒	2006年	25至60天	電匯及 承兌票據	1,037,386.3	18.8
客戶B ⁽²⁾	環保紙袋	2018年	15天	電匯	209,043.0	3.8
客戶集團C ⁽³⁾	環保紙袋、食品包裝	2020年	30至60天	電匯	88,064.7	1.6
客戶集團D ⁽⁴⁾	環保紙袋、食品包裝、 彩色包裝箱／盒	2019年	15天	電匯	85,735.2	1.6
客戶集團E ⁽⁵⁾	環保紙袋	2019年	60天	電匯	81,316.7	1.4
總計					<u>1,501,545.9</u>	<u>27.2</u>

業 務

客戶	我們銷售的主要產品 ／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	銷售額	佔我們 總收入的 百分比
					人民幣千元	%
截至2023年12月31日止年度						
客戶集團A	彩色包裝箱／盒	2006年	25至90天	電匯及 承兌票據	1,248,397.1	18.6
客戶B	環保紙袋	2018年	15至30天	電匯	142,357.0	2.1
客戶集團E	環保紙袋	2019年	60天	電匯	87,411.2	1.3
客戶集團C	環保紙袋、食品包裝	2020年	90天	電匯	76,083.7	1.1
客戶集團F ⁽⁶⁾	環保紙袋、食品包裝	2020年	30天	電匯	69,495.7	1.0
總計					<u>1,623,744.7</u>	<u>24.3</u>

業 務

客戶	我們銷售的主要產品 ／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	銷售額 人民幣千元	估我們 總收入的 百分比 %
截至2022年12月31日止年度						
客戶集團A	彩色包裝箱／盒、 食品包裝	2006年	25至90天	電匯及 承兌票據	1,277,302.4	23.8
客戶B	環保紙袋	2018年	15至30天	電匯	85,777.4	1.6
客戶集團F	環保紙袋、食品包裝	2020年	30天	電匯	72,897.3	1.3
客戶集團C	環保紙袋、食品包裝	2020年	30天	電匯	65,243.2	1.2
客戶集團G ⁽⁷⁾	彩色包裝箱／盒、 食品包裝	2013年	15天	電匯	43,814.2	0.8
總計					1,545,034.5	28.7

附註：

- (1) 客戶集團A為一家領先的中國乳製品生產商，總部位於中國內蒙古自治區呼和浩特，於1996年連同其聯屬公司在上海證券交易所上市。
- (2) 客戶B為一家中國咖啡公司及咖啡館連鎖店。該公司於2017年成立。
- (3) 客戶集團C為一家跨國快餐連鎖店的主要授權經銷商，該跨國快餐連鎖店的股份於紐約證券交易所上市。
- (4) 客戶集團D為中國內地的一家餐飲公司，其一家聯屬公司的股份於聯交所及紐約證券交易所上市。
- (5) 客戶集團E為澳大利亞的最大超市及雜貨連鎖店之一，於1993年連同其聯屬公司在澳大利亞證券交易所(Australian Securities Exchange)上市。
- (6) 客戶集團F為中國內地一家主打炸雞漢堡的速食連鎖店，於2016年連同其聯屬公司在全國中小企業股份轉讓系統掛牌。
- (7) 客戶集團G為一家食品製造集團，主要從事休閒食品及飲料的製造及貿易，其一家聯屬公司於2008年在聯交所上市。

業 務

供應商及供應鏈管理

主要供應商

於往績記錄期間各年度我們的主要供應商包括產品供應商、數字營銷服務提供商、社交媒體平台、物流公司、支付服務供應商及原紙供應商。於2022年、2023年及2024年，於往績記錄期間各年度來自五大供應商的採購量分別佔同期採購總額的34.6%、39.6%及38.1%，於往績記錄期間各年度我們最大供應商的採購量分別佔我們同期採購總額的14.5%、14.5%及13.8%。於往績記錄期間，於往績記錄期間各年度我們的五大供應商主要為數字營銷服務提供商。我們主要透過與數字營銷服務提供商簽訂合同，於社交媒體平台上投放廣告。根據灼識諮詢的資料，該做法符合行業慣例。

下表載列我們於往績記錄期間各年度五大供應商(包括其聯屬人士(倘適用))的詳情：

供應商	我們採購的 主要產品／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	佔我們 採購總額的 百分比 %
截至2024年12月31日止年度						
供應商集團A ⁽¹⁾	數字營銷	2018年	30天	電匯	643,551.8	13.8
供應商集團B ⁽²⁾	數字營銷	2017年	30天	電匯	461,194.2	9.9
供應商C ⁽³⁾	數字營銷	2023年	45天	電匯	329,459.1	7.1
供應商集團D ⁽⁴⁾	原紙	2007年	15至30天	承兌票據	236,498.5	5.1
供應商集團E ⁽⁵⁾	物流	2022年	7天	電匯	101,033.0	2.2
總計					1,771,736.6	38.1

業 務

供應商	我們採購的 主要產品／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	佔我們 採購總額的 百分比 %
截至2023年12月31日止年度						
供應商集團A	數字營銷	2018年	30天	電匯	811,121.5	14.5
供應商集團B	數字營銷	2017年	30天	電匯	538,741.4	9.6
供應商C	數字營銷	2023年	45天	電匯	313,015.2	5.6
供應商集團D	原紙	2007年	15至30天	電匯	284,806.6	5.1
供應商F ⁽⁶⁾	數字營銷	2021年	不適用 ⁽⁸⁾	電匯	275,317.8	4.0
總計					2,223,002.5	39.6

供應商	我們採購的 主要產品／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	佔我們 採購總額的 百分比 %
截至2022年12月31日止年度						
供應商集團A	數字營銷	2018年	30天	電匯	644,435.7	14.5
供應商集團D	原紙	2007年	15至30天	電匯及 承兌票據	334,448.0	7.5
供應商G ⁽⁷⁾	數字營銷	2020年	30天	電匯	227,735.8	5.1
供應商集團B	數字營銷	2017年	30天	電匯	215,410.4	4.8
供應商集團E	物流	2022年	7天	電匯	120,986.9	2.7
總計					1,543,016.8	34.6

附註：

- (1) 供應商集團A為一家於1996年成立的中國數字營銷服務提供商集團，其一名聯屬人士於2010年在深交所上市。
- (2) 供應商集團B為一家專注於為跨境企業提供定制營銷策劃的中國數字營銷服務提供商集團。該公司於2003年成立，總部位於中國河南省鄭州市。
- (3) 供應商C為領先的熱門社交媒體平台。該公司於2017年成立，總部位於新加坡及美國，為企業提供營銷服務。

業 務

- (4) 供應商集團D為一家領先的中國造紙集團，於2006年在聯交所上市，總部位於中國廣東省東莞市。該公司於1995年成立。
- (5) 供應商集團E為一家總部位於香港特別行政區的跨境物流服務提供商。該公司於2019年成立。
- (6) 供應商F為一家中國內地的數字營銷服務提供商。該公司於福建省廈門市成立。
- (7) 供應商G為一家中國數字營銷服務提供商，為有意將產品銷往海外的中國企業提供一站式營銷服務。該公司於2006年成立，總部位於中國浙江省杭州市。
- (8) 根據供應商F與我們的協議，我們向供應商F預付款項，且並無有關信貸期的安排。

下表載列於往績記錄期間各年度我們跨境社交電商業務五大供應商(包括其聯屬人士(倘適用))的詳情：

供應商	我們採購的 主要產品／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	估我們 跨境社交電 商業務 採購總額的 百分比 %
截至2024年12月31日止年度						
供應商集團A	數字營銷	2018年	30天	電匯	643,551.8	22.0
供應商集團B	數字營銷	2017年	30天	電匯	461,194.2	15.8
供應商C	數字營銷	2023年	45天	電匯	329,459.1	11.3
供應商集團E	物流	2022年	7天	電匯	101,033.0	3.5
供應商集團H ⁽¹⁾	數字營銷	2021年	30天	電匯	90,731.1	3.1
總計					<u>1,625,969.2</u>	<u>55.7</u>

業 務

						估我們 跨境社交電 商業務 採購總額的 百分比
供應商	我們採購的 主要產品／服務	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	%
截至2023年12月31日止年度						
供應商集團A	數字營銷	2018年	30日	電匯	811,121.5	22.4
供應商集團B	數字營銷	2017年	30日	電匯	538,741.4	14.9
供應商C	數字營銷	2023年	45日	電匯	313,015.2	8.6
供應商G	數字營銷	2020年	30日	電匯	193,425.2	5.3
供應商集團E	物流	2022年	7日	電匯	123,881.7	3.4
總計					1,980,185.0	54.6
截至2022年12月31日止年度						
供應商集團A	數字營銷	2018年	30日	電匯	644,435.7	24.7
供應商G	數字營銷	2020年	30日	電匯	227,735.8	8.7
供應商集團B	數字營銷	2017年	30日	電匯	215,410.4	8.3
供應商集團E	物流	2022年	7日	電匯	120,986.9	4.6
供應商I ⁽²⁾	物流	2019年	月結	電匯	85,169.9	3.3
總計					1,293,738.7	49.5

附註：

- (1) 供應商集團H為一家總部位於廣東省廣州市的數字媒體SaaS管理服務提供商。其於2018年成立。
- (2) 供應商I為一家總部位於廣東省深圳市的跨境物流服務提供商。其於2019年成立。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度我們紙製包裝業務五大供應商(包括其聯屬人士(倘適用))的詳情：

供應商	我們採購的主要產品	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	採購額 人民幣千元	佔我們 紙製包裝 業務 採購總額的 百分比 %
截至2024年12月31日止年度						
供應商集團D	原紙	2007年	15至30日	承兌票據	236,498.5	14.1
供應商J ⁽¹⁾	原紙	2009年	月結	電匯	89,218.5	5.3
供應商K ⁽²⁾	原紙	2019年	30天	電匯	60,375.3	3.6
供應商L ⁽³⁾	原紙	2018年	30至45日	電匯	52,431.8	3.1
供應商M ⁽⁴⁾	原紙	2022年	不適用 ⁽⁹⁾	電匯	44,061.1	2.7
總計					482,585.2	28.8
截至2023年12月31日止年度						
供應商集團D	原紙	2007年	15至30日	電匯	284,806.6	19.7
供應商J	原紙	2009年	月結	電匯及 承兌票據	107,897.8	7.4
供應商K	原紙	2019年	30日	電匯	56,780.6	3.9
供應商N ⁽⁵⁾	原紙	2022年	不適用 ⁽⁹⁾	電匯	41,755.0	2.9
供應商O ⁽⁶⁾	原紙	2022年	不適用 ⁽⁹⁾	電匯及 承兌票據	33,503.2	2.3
總計					524,743.2	36.2

業 務

供應商	我們採購的 主要產品	業務關係開始年份	信貸期	結算資料	估我們 紙製包裝 業務 採購總額的	
					採購額	百分比
					人民幣千元	%
截至2022年12月31日止年度						
供應商集團D	原紙	2007年	15至30日	電匯及 承兌票據	334,448.0	23.0
供應商J	原紙	2009年	7日	電匯	99,686.6	6.9
供應商P ⁽⁷⁾	原紙	2020年	30日	電匯	59,892.6	4.1
供應商K	原紙	2019年	30日	電匯	59,334.7	4.1
供應商Q ⁽⁸⁾	原紙	2020年	30日	承兌票據	35,743.7	2.5
總計					589,105.6	40.5

附註：

- (1) 供應商J為中國紙業製造商。其於2000年成立，總部位於中國山東省濰坊。
- (2) 供應商K為中國紙業製造商。其於2014年成立，總部位於中國廣西省北海。
- (3) 供應商L為於2004年在上海證券交易所上市的中國紙業製造商。其於1994年成立。
- (4) 供應商M為中國紙業製造商。其於2009年成立，總部位於中國山西省晉中。
- (5) 供應商N為中國紙業製造商。其於2010年成立，總部位於中國福建省漳州。
- (6) 供應商O為中國紙業製造商。其於2015年成立，總部位於中國甘肅省蘭州。
- (7) 供應商P為中國紙業製造商。其於2006年成立，總部位於中國寧夏回族自治區銀川。
- (8) 供應商Q為中國紙業製造商。其於1992年成立，總部位於中國廣東省珠海。
- (9) 根據供應商M及供應商N與我們訂立的協議，我們向供應商M及供應商N預付款項，且並無有關信貸期的安排。

業 務

董事確認，我們於往績記錄期間各年度的五大供應商均為獨立第三方，且我們的董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東(據我們董事所知，於最後可行日期持有我們股本5%以上)於往績記錄期間各年度概無於我們任何五大供應商中直接或間接擁有任何權益。董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遇到與供應商供應有關的任何重大中斷、爭議或延誤。

季節性

對於我們的跨境社交電商業務而言，我們通常在海外節日之前及期間開展更多的銷售及營銷活動。因此，與一年中其他時間相比，我們的跨境社交電商業務可能會維持更高的庫存水平，以滿足節日和相關購物活動之前及期間的市場需求。另一方面，我們的業務很容易受到極端或異常天氣狀況的影響。例如，冬季持續的溫暖天氣可能導致我們的部分服飾產品與該反常氣候不合時宜，從而可能會影響我們的銷售及庫存。

對於我們的紙製包裝業務而言，在中國節日之前及期間通常有更大的包裝需求。我們通常會在節日之前與企業客戶接洽，設計適合節日的包裝。因此，我們的紙製包裝業務可能維持較高的庫存水平以滿足節日之前及期間的市場需求。

上述情況不會導致我們的財務狀況及經營業績出現重大季節性波動。

競爭

跨境社交電商業務

我們在以亞洲市場為戰略重點的B2C出口社交媒體電商市場經營業務。根據灼識諮詢的資料，中國B2C出口電商市場的規模按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計約為291億美元。按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，該市場的前五名參與者的總市場份額約為6.5%。

根據灼識諮詢的資料，按於2024年在亞洲透過社交媒體電商業務產生的收入計，我們在中國B2C出口電商參與者中排名第二，市場份額為1.3%。我們在該市場主要透過下列各項因素展開競爭：(i)數智化及AI應用能力；(ii)精準定位能力；(iii)選品能力；(iv)本地化能力；(v)多平台管理能力；(vi)供應鏈管理能力。我們認為，憑藉領先的市場地位及廣泛的市場知識，我們具備充分的條件把握未來的行業增長。

業 務

紙製包裝業務

我們在中國內地的紙製快消品銷售包裝市場開展業務。2024年中國內地紙製快消品銷售包裝市場的市場規模按收入計約為人民幣1,703億元。2024年中國紙製快消品銷售包裝行業的前五名參與者的總市場份額約為4.5%。這意味着市場集中度呈上升趨勢。

根據灼識諮詢的資料，2024年我們在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中按收入計排名第一，且2024年我們在中國內地紙製快消品銷售包裝市場的市場份額為1.2%。我們在該市場中主要透過下列各項因素展開競爭：(i)一站式服務能力；(ii)頂尖客戶覆蓋能力；(iii)工藝設計及技術策劃能力；(iv)政策環境適應能力及對ESG的重視；(v)技術能力。我們認為，憑藉先進的技術、豐富的市場經驗及與領先快消品企業的長期關係，我們能夠有效競爭。

獎項及認可

截至最後可行日期，我們的技術、產品及服務已獲得多項認可。除「歷史及公司架構－業務里程碑」所載列的獎項及認可外，我們亦獲得下列主要獎項及認可。

獲獎年份	獎項	頒獎機構	相關業務
2024年	中國企業出海服務機構50強	財聯社與中國產業海外發展協會	跨境社交電商業務
2023年	年度最具投資價值數字經濟企業	財聯社	跨境社交電商業務
2022年	年度最具投資價值數字化企業	財聯社	跨境社交電商業務
2022年	中國紙包裝企業百強(第五名)	中國包裝聯合會	紙製包裝業務

業 務

獲獎年份	獎項	頒獎機構	相關業務
2022年	優秀跨境電商技術服務商	深圳市跨境電子商務協會	跨境社交電商業務
2021年	國家級專精特新小巨人企業	中華人民共和國工業和信息化部	本集團

知識產權

知識產權對我們的業務至關重要。我們於開展業務期間開發及使用多項專有商標、專利、著作版權及軟件版權。截至最後可行日期，我們擁有各種中國內地註冊商標、商標申請、註冊專利、專利申請及軟件版權，以保護我們的知識產權。有關我們重大知識產權的進一步詳情，請參閱本文件附錄六中的「法定及一般資料－B.有關我們業務的其他資料－2.本集團的知識產權」。

為保護我們的知識產權，我們通常要求僱員訂立保密協議。該等協議通常規定我們的僱員於彼等就職期間開發的所有相關知識產權會成為我們的知識產權。除經本公司書面授權外，我們的僱員按協議規定不得向第三方披露保密信息。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的僱員概無在重大方面違反其僱傭合同項下的保密義務；我們並無遭受、亦無涉及任何知識產權侵權索賠或訴訟；及我們並不知悉有任何重大知識產權侵權對我們的業務產生或可能產生重大不利影響。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已在所有重大方面遵守所有適用知識產權法律及法規。此外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無在任何政府機構就侵犯任何第三方知識產權或銷售假冒藥品而進行的調查或審查中面臨會對我們的業務造成重大不利影響的任何不利結果。

業 務

物業

我們的總部位於中國福建省廈門市。截至最後可行日期，我們在中國內地擁有23處物業，建築面積約為300,000平方米，主要用於包裝生產。此外，截至最後可行日期，我們已就建築面積超過139,000平方米，用於包裝生產、辦公用途或研究的物業簽訂41份有效租賃及轉租協議。該等租賃及轉租協議具有標準條款，包括支付租金、支付保證金、維護及維修以及於提前通知及支付違約金的情況下提前終止。

截至最後可行日期，就我們在中國內地的10處租賃物業而言，儘管我們之前積極主動提出要求，該等物業的出租人仍未向我們提供有效的產權證書或證明租賃物業建造合法性的相關證據。此外，截至最後可行日期，我們租賃物業的38份租賃協議尚未按適用中國法律及法規的規定向中國主管政府部門登記備案。我們認為上述租賃物業的紕漏（無論是個別或合併考慮）將不會對我們的業務及經營業績產生重大影響，理由如下：(a)我們為我們的租賃物業保持大量候選地點，並相信我們能夠在短時間內相對容易地搬遷至其他地點，如我們需搬遷，亦不會產生大量額外費用；及(b)對於未登記租賃，(i)我們獲中國法律顧問告知，未能登記備案自身不會使租賃無效，政府機關對我們就此等租賃物業施加罰款的風險相對較低；及(ii)於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無因未登記備案及提交相關租賃協議面臨罰款。未來我們將繼續與出租人聯絡以獲得相關產權證書及租賃登記。我們亦加強內部控制措施及程序，以防止此類違規事件再次發生。我們將(i)繼續密切關注中國內地租賃登記及備案相關的監管動態，以確保遵守相關法律法規；(ii)盡合理努力尋求主管機關的保證，以確認我們未來選擇的新物業將符合適用的法律及法規；及(iii)督促出租人依據適用的法律及法規就我們未來新租賃物業完成租賃登記。務請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們的若干租賃物業存在法律缺陷。」

我們認為我們現有的設施足以應付我們的近期需求，且可按商業上合理的條款獲得額外的空間以應對我們的未來需求。我們預計於租期屆滿時在重續租約方面不會遇到過多的困難。

業 務

數據合規及數據安全

我們高度重視數據安全和個人信息保護。在業務營運過程中，我們嚴格執行各種內部政策和程序，確保我們所收集、處理和儲存數據的安全性。

我們採用多種技術，包括加密、存取驗證、日誌審核和安全事件監控，以預防和檢測數據安全風險及漏洞。我們的基於雲系統設立防火牆，旨在提升網絡安全性。我們進行定期數據備份及恢復測試，旨在最大程度上降低數據丟失的風險，並建立數據災難恢復程序。此外，我們嚴格控制及監察員工對我們系統的訪問，按需限制數據訪問權限。我們向員工授予不同層次的數據訪問權限，而該作法乃根據其職責進行釐定。此外，我們根據適用法律法規對存儲在系統中的數據進行分類。我們採取額外的技術措施，如對有關機密個人資料進行加密，確保數據的安全處理、儲存、傳輸和使用。我們亦指定人士專門負責數據安全及個人資料保護，作為內部治理的一部分。我們亦定期向相關員工提供數據安全及資料私隱培訓，提升其數據合規意識。

我們已制定《數據生命週期安全管理政策》(「**《數據管理政策》**」)，當中對數據收集、傳輸、處理、儲存、應用、共享、歸檔及銷毀等方面作出詳細要求。我們亦定期進行安全審計及風險評估，以確保政策的有效實施以及數據的機密性、完整性及可用性。此外，我們制定《個人資料保護政策》(「**《個人資料政策》**」)規管我們在提供服務過程中所獲得的個人資料的整個生命週期。我們僅收集與預期目的相關且不過度的個人資料。根據《個人資料政策》，對於直接收集個人資料，我們會主動告知消費者預期目的並確保獲得有效同意。對於透過第三方收集的個人資料，我們會不斷驗證資料來源，並於與第三方訂立的協議中納入嚴格的錯誤資料收集義務。我們實施分類及分層儲存管理系統，根據資料的類型及機密等級隔離資料。我們根據個人資料類型設定具體的資料保留期限，並確保在資料保留期限到期後對個人資料進行刪除或匿名化處理。為監督我們的資料保護流程，我們已設立由網絡安全行政人員監督的資訊部門。

業 務

我們利用Giikin系統與社交媒體平台的廣告系統之間的API連接投放廣告。更多詳情請參閱本節「我們的跨境社交電商業務—廣告投放」。鑒於對部分社交媒體平台施加的網絡審查，為確保遵守適用的法律法規並確保網路暢通，我們從中國內地一家國有合資格電信公司的授權代理商處購買企業虛擬專用網路(VPN)服務，使我們能夠在海外消費者可以訪問的社交媒體平台上查看及投放廣告。經中國法律顧問告知，我們於海外社交媒體平台的廣告投放符合適用的中國法律及法規，且根據灼識諮詢的資料，該慣例亦符合行業規範。於我們投放後，目標海外消費者可以在瀏覽相關社交媒體平台時查看彈出廣告，並在點擊相關鏈接後被引導至落地頁。請參閱「業務—我們的跨境社交電商業務—我們的業務流程。」我們的落地頁於位於海外的伺服器生成。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並不知悉海外消費者於訪問社交媒體平台上展示的落地頁時出現任何問題。

此外，我們已制定《資料備份管理政策》、《資料資產分類分級管理政策》、《網絡與數據安全事件管理及應急計劃》、《資料安全管理程序》、《數據安全與個人資料保護協議》等政策，確保適當的IT系統維護、網絡相關日誌管理、數據存取控制、數據備份及還原、IT設備利用及數據事件響應機制。具體而言，對於跨境社交電商業務的海外消費者有關的資料，我們已實施多項內部控制政策，包括(i)以極低程度、最少頻率、以收集最少量的個人資料的方式及在獲得必要的同意的情況下收集個人資料；(ii)利用我們的雲服務提供商提供的備份服務，每天進行完整備份，並根據資料的重要性指定存儲數量及期限；及(iii)制定數據分級管理制度，對關鍵敏感數據(如有關訂單及物流的資料)採用加密方式傳輸，並防止傳輸過程中的非法分發、丟失或損壞。

業 務

我們的內部營運並無涉及任何消費者個人資料的跨境傳輸，且我們並無將消費者數據或資料傳輸予任何第三方，惟我們需要透過加密傳輸向第三方物流服務提供商提供必要的訂單詳情，以進行物流配送及包裹遞送除外。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無面臨任何中國相關規管機構或我們銷售產品所在任何司法權區就違反網絡安全和數據保護法律法規而施加的任何重大罰款、行政處罰或其他懲罰。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在我們開展業務的所有司法權區均未遇到任何重大資料外洩或用戶資料遺失的情況。誠如我們的中國數據法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們於所有重大方面均遵守所有目前生效及適用的有關數據隱私及網絡安全(如適用)的法律及法規。此外，誠如我們的海外法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在所有重大方面均遵守於我們以跨境社交電商業務下進行大量海外銷售的司法權區有關數據隱私及網絡安全的適用法律法規。

數據合規

最近，中國內地的監管機構越發注重數據合規方面的法律法規。

特別是，近年來，隱私及數據保護日益成為世界各國政府部門的監管重點。過去數年，中國政府已出台一系列法律法規及政府政策以保護個人數據、網絡安全及數據安全。2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室(「**網信辦**」)採納經更新的《網絡安全審查辦法》，於2022年2月15日起生效。《網絡安全審查辦法》規定了強制性要求，對持有百萬級以上用戶個人資料的公司申請國外**[編纂]**進行網絡安全審查。

2021年9月1日起施行的《關鍵信息基礎設施安全保護條例》(「**《關鍵信息基礎設施條例》**」)第十條規定，保護工作部門根據認定規則負責組織認定本行業、本領域的關鍵信息基礎設施，及時將認定結果通知運營者，並通報國務院公安部門。《網絡安全審查辦法》第十六條規定，網絡安全審查辦公室如認為影響或者可能影響國家安全的網絡產品和服務以及數據處理活動，可發起網絡安全審查。詳情請參閱「監管概覽 – 中國法律及法規 – 有關信息安全的法規」。

業 務

我們的中國數據法律顧問認為，《網絡安全審查辦法》並無並將不會對我們產生任何重大不利影響，原因是(i)於2024年1月30日，我們的中國數據法律顧問與網信辦委託受理網絡安全審查諮詢及申請的部門中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心進行口頭諮詢(「口頭諮詢」)，獲悉在香港特別行政區[編纂]不視為《網絡安全審查辦法》所界定的國外[編纂]，故我們無須依《網絡安全審查辦法》第七條的規定申請網絡安全審查；(ii)截至最後可行日期，我們尚未收到任何識別或可能識別我們為關鍵信息基礎設施運營者的任何政府機構通知或其他文件，因此，根據上述《關鍵信息基礎設施安全保護條例》第十條，我們將被視為關鍵信息基礎設施運營者並須根據《網絡安全審查辦法》第五條進行網絡安全審查的風險極低；及(iii)儘管根據《網絡安全審查辦法》第十六條，不能排除如果網絡安全審查工作機制認為我們的產品、服務或數據處理活動影響國家安全，我們可能須進行網絡安全審查的可能性，截至最後可行日期，我們尚未收到相關政府機構發出的任何有關國家安全的通知或其他文件，包括但不限於政府機構發起的網絡安全審查。請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 個人信息或其他數據被盜、丟失或濫用，可能會增加我們的開支，損害我們的聲譽，或導致法律或監管程序。」

此外，於2024年9月24日，國務院公佈《網絡數據安全管理條例》(「《網絡數據安全管理條例》」)，於2025年1月1日起生效。《網絡數據安全管理條例》提供的實施規則涵蓋多個方面，包括個人信息、數據安全及網絡安全，大體上遵循現行數據保護法所設定的路徑。要求網絡數據處理者在日常運作中遵守該等規定以確保網絡數據的安全性。詳情請參閱「監管概覽 – 中國法律及法規 – 有關信息安全的法規」。

《網絡數據安全管理條例》並無且將不會對我們產生任何重大不利影響，原因是我們的中國數據法律顧問認為，我們在所有重大方面遵守《網絡數據安全管理條例》的規定(如適用)，依據是：(1)我們已建立有效的網絡安全及數據保護內部系統；(2)本集團中國內地的中國成員公司於營運期間自中國個人收集及生成的所有個人資料及其他類別網絡數據目前均儲存於中國內地，且我們並無獲任何政府機關告知我們處理的數據構成重要數據或核心數據；及(3)截至最後可行日期，我們並無受到中國當局發出的任何有關網絡安全或個人信息保護的行政處罰。儘管如此，由於《網絡數據安全管理條例》於2025年初才生效，本集團無法排除根據主管部門對《網絡數據安全管理條例》的詮釋，我們可能被要求加強我們當前的合規實踐的可能性；請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 個人信息或其他數據被盜、丟失或濫用，可能會增加我們的開支，損害我們的聲譽，或導致法律或監管程序。」。我們將繼續密切監察有關網絡安全及個人資料保護的立法及規管發展，以符合最新的規管要求。截至最後可行日期，我們並未參與網信辦的任何審查或調查。

業 務

為確保遵守該等法規，我們制定一套周全的數據合規政策，涵蓋包括數據安全、網絡安全及資料私隱保護等各個方面。我們要求員工嚴格遵守我們詳細的內部規則、政策及規程，確保我們的數據安全。我們關於個人資料保護的內部政策建立強健的管理系統及操作程序，涵蓋整個個人資料處理周期。此外，該等政策要求涉及處理個人資料而可能對個人權益產生重大風險的特定場景中作出影響評估。

為確保業務營運安全，我們的網絡安全及數據安全政策概述必須實施的技術及組織措施。該等文件涵蓋多個方面，包括人員及組織架構、網絡相關日誌管理、數據訪問控制權、數據備份和恢復、IT設備使用、數據事件應對機制以及教育培訓計劃。另外，我們亦建立嚴格的數據分類及分層保護系統，清楚指示不同類別數據蒐集的處理和儲存方式。為使我們的員工更好理解及遵守上述政策，我們定期為員工組織數據及網絡安全培訓。於往績記錄期間及直至最後可行日期，據我們經審慎周詳查詢後深知，我們在我們業務營運的所有司法權區內並無發生任何重大資料洩漏或用戶數據丟失事件。

牌照、批准及許可

我們需要為自身的運營取得各種牌照、許可及批准。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們獲得對我們業務運營至關重要的所有牌照及許可，且該等牌照及許可為有效且維持生效。我們通常會於重大許可及牌照各自的屆滿日期之前申請續期有關許可及牌照。據我們的中國法律顧問所告知，截至最後可行日期，只要我們遵守相關法律要求，我們於續期該等牌照、許可及證書方面不存在法律障礙。下表載列對我們業務運營至關重要的牌照、批准及許可。

牌照、批准及許可	持有人	授予日期	屆滿日期
印刷經營許可證	本公司	2024年10月16日	2025年12月31日
	吉宏包裝	2023年3月31日	2025年12月31日
	呼和浩特吉宏	2020年7月6日	2025年12月31日
	寧夏吉宏	2021年3月5日	2025年12月31日
	廊坊吉宏	2020年7月27日	2025年12月31日
	濟南吉聯	2021年3月25日	2025年12月31日

業 務

牌照、批准及許可	持有人	授予日期	屆滿日期
排污許可證	安徽吉宏	2022年3月25日	2025年12月31日
	陝西吉宏	2022年5月23日	2025年12月31日
	灤州吉宏	2020年8月10日	2025年12月31日
	黃岡吉宏	2025年4月1日	2028年3月31日
	孝感市吉聯食品包裝	2022年1月6日	2025年12月31日
	本公司	2023年2月22日	2028年2月21日
	吉宏包裝	2022年7月13日	2027年7月12日
	呼和浩特吉宏	2020年6月27日	2025年6月26日
	呼和浩特吉宏	2023年12月29日	2028年12月28日
	寧夏吉宏	2023年12月28日	2028年12月27日
全國工業產品生產許可證	安徽吉宏	2024年5月9日	2029年5月8日
	陝西吉宏	2024年7月9日	2029年7月8日
	灤州吉宏	2023年8月7日	2028年8月6日
	安徽吉宏	2022年11月4日	2026年2月15日
	廊坊吉宏	2021年9月28日	2026年9月27日
消毒產品生產企業衛生許可證	孝感市吉聯食品包裝	2025年1月27日	2030年4月9日
	安徽吉宏	2025年3月25日	2029年3月24日
	廊坊吉宏	2021年12月8日	2025年12月7日

業 務

僱員

截至2024年12月31日，我們擁有4,324名僱員。下表載列截至2024年12月31日的僱員數目：

職責	數目
生產 ⁽¹⁾	2,256
銷售及營銷	74
技術 ⁽¹⁾	534
會計及財務	108
一般行政	513
運營	839
總計	4,324

附註：

- ⁽¹⁾ 我們的研發人員由生產部門及技術部門管理。除研發人員外，技術部門的剩餘僱員主要包括跨境社交電商業務的設計團隊及資訊科技支援團隊。

根據中國法律法規的要求，我們通過中國政府強制福利繳款計劃參加市、省政府組織的各類員工社會保障計劃，包括養老保險、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險和住房公積金計劃。根據中國法律，我們須按員工薪金、獎金及若干津貼的特定百分比進行員工福利計劃繳款，不超過當地政府不時規定的最高限額。我們為海外僱員提供法定保險。此外，我們為我們若干海外附屬公司的僱員提供養老金及界定福利計劃，在國家監管的保險體系所提供的福利外提供補充退休福利。

我們的僱員通常與我們簽訂標準僱傭合同。我們非常重視招募、培訓及留任優秀僱員，並維持高標準在全球遴選、招聘英才，提供具有競爭力的薪酬待遇。僱員的薪酬待遇主要包括基本薪金及績效獎金。我們一般給予僱員年終獎金、項目獎金及其他雜項獎金，並根據僱員的資歷及當年的項目表現評估彼等獲得該等獎金的資格以及加薪及晉升。為維持及提高我們員工的質量、知識及技能水平以及其對行業質量標準和工作安全標準的熟悉程度，我們向僱員提供培訓，包括新僱員的入職培訓、技能培訓及專業與管理培訓。

業 務

我們的附屬公司根據中國相關勞動法在中國內地成立多家工會。工會代表相關僱員處理勞資糾紛及其他僱員事宜。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的僱員並無通過任何工會或集體談判協議方式協商僱傭條款，我們亦無遇到任何可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的任何重大勞資糾紛或短缺情況。

於往績記錄期間，本集團的若干中國經營實體並無為僱員作出全額社會保險及住房公積金供款。於往績記錄期間，我們並未受到任何與中國勞動法律及法規有關的行政處罰，包括有關僱員社會保險及住房公積金供款的法規。請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們的業務營運可能會受到我們營運或銷售產品的各個司法權區的法律法規的影響。」為糾正有關缺陷，我們已檢討及實施經加強的內部控制措施，以防止未來潛在的違規行為。我們根據中國法律法規制定並於內部分發有關社會保險及住房公積金供款的合規政策。此外，我們亦派專員定期監控社會保險費及住房公積金的繳納情況，以確保我們按照適用的法律法規或按照相關政府部門要求的方式按時為僱員繳納有關費用。指定團隊包括我們的人力資源人員，彼等須每月編製相關付款的書面記錄，並將其提交給我們的人力資源及財務部門負責人審閱。我們亦擬持續向負責的管理人員和員工提供有關相關法律法規更新的合規培訓。我們的董事相信，我們經加強的內部控制措施對我們目前的營運充分有效。

保險

我們認為自身備有充足的保險保障，並且符合我們經營所處行業的商業慣例。

我們為中國內地僱員提供社會保障保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險及醫療保險，並為海外僱員提供法定保險。此外，我們為若干海外附屬公司的僱員提供養老金及界定福利計劃，在國家監管的保險體系所提供的福利外提供補充退休福利。管理層不時評估我們的保險保障面是否足夠，並將根據需要購買額外的保險。

業 務

環境、社會及企業管治

我們ESG的治理

我們致力保護環境，並推動企業社會責任及最佳企業管治常規，為持份者締造可持續價值，承擔企業公民責任。我們定期接受客戶(特別是知名的快消品公司)的隨機ESG檢查。因此，我們秉持企業管治的最高標準，藉此確保可持續增長，保障所有持份者的利益，包括但不限於股東、僱員、供應商、顧客、其他業務夥伴及普羅大眾。我們已制定多項ESG政策，其中規定了我們的環保措施、社會責任原則及內部治理。

我們已採取全面的ESG政策。根據我們的ESG政策，董事會負責識別及評估ESG風險及機遇，制定ESG政策及目標，並根據該等目標審查年度表現。董事會每年審查ESG相關政策，並在發現與目標有重大偏差時做出必要調整。我們在戰略委員會下設立ESG部門。我們的ESG部門由王亞朋先生領導，由我們的高級管理團隊成員及來自各部門的員工組成，彼等對當前及新興的ESG趨勢有深入的了解。ESG部門負責：(i)評估及管理我們的ESG相關風險及機遇，並考慮制定我們的ESG戰略計劃、管理架構、系統、戰略及實施規則，以確保我們的ESG政策得到持續實施及執行；(ii)制定關鍵ESG事項的指引，並對已確定的關鍵事項進行審查及評級；(iii)識別關鍵的ESG問題；(iv)審查我們的ESG工作及內部控制系統，並就其適當性及有效性提出建議；(v)審查我們的ESG相關披露文件，包括但不限於年度ESG報告；(vi)監控ESG相關風險，針對影響我們ESG工作表現的重大問題，調查並制定適當的措施，並審查及監督該等問題的處理；及(vii)向董事會提供ESG相關培訓及資料。

此外，我們也制定了《董事會專門委員會實施細則》，從性別、年齡、文化、教育背景及專業經驗等多角度確保董事會多元化。

環境管理

我們盡力減少日常營運中潛在的環境及氣候相關風險及影響，並促進綠色營運。本集團嚴格遵守中國內地及香港特別行政區有關廢氣排放、廢水排放及廢棄物處理的環境相關法律法規。我們採用「三同時」管理政策，以控制建設項目的設施安全、污染物排放及職業病防治。

業 務

資源使用

在電力及能源使用方面，我們嚴格遵守中國能源相關法律法規，並已制定《節能降耗管理制度》及《節能管理作業指導書》等內部政策，致力於以最少的能源消耗實現最大的生產效益及經濟效益。我們已逐步淘汰高耗能設備，並採取改善工業鍋爐燃燒、我們的廠房配備天然氣、調度各鍋爐負載分配及採用供水泵、鼓風機、風機及水處理配套設備等措施減少能源消耗。此外，我們安裝儀錶對鍋爐的能耗水平進行監察、控制及維護。我們舉辦節能相關培訓及活動，以提升員工的節能意識，並制定考核制度，包括獎懲制度。於2023年，部分廠房採用節能設備，以正負壓集中供氣。

作為紙製包裝產品的供應商，我們亦採取多項措施，以透過在紙製包裝業務中採用輕量化設計來減少紙張的使用。例如，2023年，我們透過對部分產品使用低克重材料及進行技術改進的方式節省原紙約1,660噸及約400平方米。然而，由於我們未來的紙張消耗量與客戶的需求相關，因此我們無法為未來幾年設定明確的紙張使用目標，但我們會盡最大努力利用原紙並最大程度地回收生產過程中產生的廢紙，以實現紙張資源的高使用率和回收率。

在用水方面，我們所有工廠均採用再生水回用及處理設備，實現廢水循環利用。2023年，陝西工廠透過淨水設備回收利用實現每年節水約1,320噸，而寧夏工廠回收鍋爐房純水設備的廢水，每年節水約1,440噸。

此外，我們高度重視排放管理，並制定《廢水、廢氣、粉塵、固體廢棄物防治管理制度》。我們排放的生活廢水主要在生產經營過程中產生。我們用污水處理設備處理廢水。我們採用除塵過濾技術控制生產設施產生的廢氣及粉塵，並對生產產生的固體廢棄物採取統一收集及清除措施。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未受到任何與廢棄物管理有關的訴訟、違規或處罰。

我們已制定《環境保護應急預案》規範突發污染事件處置及最大限度地減少環境污染及生態破壞事件造成的損失。我們已成立應急救援領導小組，負責與相關部門合作分析事件原因及影響，並採取合理的應急反應措施。

業 務

下表載列所示各年度的能源及用水量以及廢棄物排放量：

能源使用

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
汽油(噸)	77	37	27
柴油(噸)	103	53	28
天然氣(立方米)	4,086,169	3,468,124	2,863,157
外購電量(千瓦時) ⁽¹⁾	38,437,591	49,512,481	51,384,764
外購熱能 ⁽²⁾ (吉焦) ⁽³⁾	—	95 ⁽⁴⁾	479

附註：

(1) 千瓦時為能源單位，代表一千瓦特小時。

(2) 熱能數據來自外部購買的蒸汽(以噸為單位)，計算係數為0.0336，轉換為吉焦。

(3) 吉焦為計量能源消耗的單位。

(4) 自2023年11月以來，我們一直使用外部供應的蒸汽，因此2023年的數據僅涵蓋2023年11月和12月的使用情況。

用水

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
購水(噸)	190,922	177,534	134,958

廢棄物排放

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
廢氣排放(噸)	122,978	213,000	86,697 ⁽¹⁾
生活污水(噸)	68,450	67,113	66,269

附註：

(1) 於2024年，由於我們對供氣設備進行升級以及部分生產設施使用清潔原材料，廢氣量大幅減少。

業 務

根據《國務院關於印發2030年前碳達峰行動方案的通知》及《中共中央國務院關於完整準確全面貫徹新發展理念做好碳達峰碳中和工作的意見》，我們積極編製《吉宏股份碳達峰、碳中和行動方案》，制定相應的碳減排行動方案。

下表載列所示各年度／期間的溫室氣體排放量：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
範圍1溫室氣體排放 (tCO_2e) ⁽¹⁾	9,490	7,860	6,362
範圍2溫室氣體排放 (tCO_2e) ⁽¹⁾	21,921	28,237	29,357

附註：

⁽¹⁾ tCO_2e 表示噸二氧化碳當量。

於減少能源消耗及排放方面，我們制定了以下目標：

- **能源使用**：我們的目標是於2026年前每單位收入的電力消耗較2022年減少5%。
- **用水量**：我們的目標是於2026年前每單位收入的用水量較2022年減少5%。
- **廢棄物排放**：我們的目標是於2025年前廢棄物達標處置率達到100%。
- **溫室氣體排放**：我們計劃在未來四年內(於2028年前)達到碳排放峰值水平，並從2029年開始每年減少約5%。

為減少跨境社交電商業務產生的附帶溫室氣體排放，我們嚴格規範海外銷售產品塑料包裝(如氣泡袋及氣泡墊)的使用及數量。此外，為減少退貨造成的浪費及排放，我們已制定海外倉操作流程，透過多輪產品檢驗和及時準確交付，力爭提高簽收率並減少退貨。

業 務

根據碳盤查結果，我們已制定碳減排計劃。為實現既定的減碳目標，我們已採取能源結構改革、耗能設備優化、可再生能源利用等措施。2023年，我們的四家工廠安裝分佈式光伏發電系統，預計年發電量為6,000,000千瓦時。從可持續發展的角度出發，我們將繼續透過監控資源消耗及污染物排放水平，儘量減少我們對環境的影響。我們擬於未來四年內達到碳排放峰值，並實現每年約5%的碳減排。此外，我們將於2030年之前將生產設施及倉庫中所有燃料叉車替換為電動叉車。

我們正在開發一個強大的數據收集系統，以有效收集我們範圍3溫室氣體排放的準確數量。我們致力於增進對範圍3溫室氣體排放的了解，並積極努力使數據收集工作與行業最佳實踐及新興報告標準保持一致。下表載列我們範圍3溫室氣體排放收集及披露的實施時間表：

2022年至2023年	– 完成部分生產設施範圍3溫室氣體排放核查。
	– 確定範圍3溫室氣體排放源。
2024年	– 開始對範圍3溫室氣體排放進行初步收集及統計分析，並解決任何相關問題。
	– 對相關人員進行專業培訓與教育。
2025年	– 建立碳排放清單制度。
	– 在本集團範圍內啟動範圍3溫室氣體排放數據收集工作，完善收集系統與框架，明確各類數據收集範圍，並對數據進行校正。
	– 定期對相關人員進行培訓。
2026年	– 在本集團範圍內全面收集並核實範圍3溫室氣體排放數據，並為有關數據披露作好準備。
2027年	– 開始每年披露範圍3溫室氣體排放數據。

業 務

社會責任

我們高度重視業務營運誠信。為進一步加強商業道德管理，我們對營運關鍵環節的關鍵人員實行防止商業賄賂承諾制度，並要求重要崗位人員簽訂《誠信經營合規管理承諾函》，對禮品及招待信息進行登記。此外，我們高度重視誠信文化建設。為了維護企業合規文化並進行商業道德培訓，我們於2023年對僱員開展八次反貪腐培訓。

勞工常規

人力資本對本集團實現長期持續發展具有重要價值。本集團相信人力資源管理對我們的業務至關重要，並明白完善的僱用程序有助於吸引及留住人才。我們已制定《社會責任管理手冊》及《薪酬福利管理制度》內部控制政策，促進職場公平及平等。本集團依據香港《僱用兒童規例》及中國《禁止使用童工規定》等相關法律法規，嚴格禁止僱用童工。我們已實施強調嚴格禁止僱用童工的措施及程序。

我們十分重視為僱員提供適當的培訓，以滿足不同職位的要求。同時，為了增強僱員的工作幸福感，我們為僱員提供勞動保障、節慶福利、生日禮物、各類補貼及職位福利等多種福利。

本集團在業務經營過程中將僱員的工作安全及人身安全放在首位。我們秉持「以人為本、安全第一、預防為主、綜合治理」的理念，制定《安全生產管理制度》等一系列內部政策，於生產過程中規範安全生產管理。為提升僱員應對突發事件的能力，我們進行了形式多元的安全演練與培訓。於2023年，我們獲得ISO 45001職業健康安全系統認證。

社會福祉

我們相信，履行企業社會責任的最佳方法是將社會責任元素融入我們的業務中。例如，我們積極組織慰問退役軍人、向慈善組織捐款及參與黨建公益活動等。於往績記錄期間，我們累計捐款約人民幣195,900元，共計投入慈善活動約891小時。

業 務

供應鏈管理

我們高度重視供應商管理，並已制定《供應商管理程序》、《採購管理程序》、《集中採購管理辦法》、《採購招標管理辦法》、《陽光誠信行動合作協議》等內部制度，嚴格規範供應商准入、合作及退出的管理。

我們基於各種因素選擇第三方物流供應商，包括良好的資質及路線選擇，以確保產品交付的效率並避免二次運輸造成的碳排放。此外，我們在選擇過程中亦會考慮物流供應商的數字化程度，原因是使用先進的算法及GPS技術可優化交付路線，減少燃料消耗及排放。

我們透過檢查供應商的營業執照、管理系統認證、生產設備清單等各種資料，確保供應商遵守相關政策。在合作過程中，我們會抽樣評估、試製測試及小批量試產，以確保供應商採購的產品或原材料的質量。此外，我們定期進行績效評估以評估我們的供應商。對於未達到考核標準的供應商，我們將提出糾正預防報告，要求其採取糾正措施。對於連續三個採購週期未能達到我們評估標準的供應商，我們將終止合作關係。

合規及法律訴訟

法律訴訟

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何重大法律、仲裁或行政訴訟，我們亦不知悉有任何針對我們或董事的待決或潛在法律、仲裁或行政訴訟，而可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

合規

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何導致罰金、強制行動或其他處罰的不合規情況，而可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

業 務

內部控制及風險管理

我們在業務運營中面臨各類風險，且我們認為風險管理對我們的成功至關重要。我們建立並維護穩健的風險管理及內部控制系統。我們已採用並持續改善內部控制機制，確保業務運營合規。特別是，鑒於本集團跨境電商業務的地域覆蓋範圍，我們為跨境社交電商業務制定一套廣泛的內部政策。為確保遵守不同司法權區的相關法律法規，我們的內部指引要求我們的僱員熟悉我們所銷售產品的司法權區有關銷售及分銷消費品的當地法律法規，且我們的僱員於選擇在某個司法權區銷售產品類別時，應始終遵守當地的法律及法規。我們的政策亦為當地物流服務提供商制定內部甄選程序(包括於必要時進行實地考察)，以確保彼等熟悉當地法律法規，並具有處理監管事務的適當能力及人力，以及將條款納入與物流服務提供商簽訂的協議，物流服務提供商將負責遵守我們所銷售及交付產品所在司法權區的有關當地法律及法規。我們一直致力於推動合規文化，並將採納各種合規事項政策和程序，包括聯交所對企業管治以及環境、社會及管治事項的規定。董事會將共同負責建立和運營有關企業管治以及環境、社會及管治的機制。董事參與制訂此等機制和相關政策。

我們在業務運營的各個方面採取及實施風險管理政策，以應對與運營、合規、信息安全 and 數據隱私、知識產權及投資等方面相關的各種潛在風險。

營運風險管理

營運風險指由於內部流程不完整或存在問題、人員錯誤、IT系統故障或外部事件而導致直接或間接財務損失的風險。我們已建立一系列管理此類風險的內部程序。我們維護一套風險管理系統，確保不同部門和委員會獨立履行風險管理職責。尤其作為一家科技公司，我們制定嚴苛信息安全政策。請參閱「- 數據合規及數據安全」。我們的信息技術、人力資源、財務和運營部門共同負責確保我們的業務運營符合內部程序。通過有效的營運風險管理，我們預期透過識別、衡量、監察和控制營運風險，將營運風險控制在合理範圍內，減少潛在損失。

業 務

合規風險管理

合規風險指我們因未能遵守相關法律、法規、規則和指南而可能面臨法律和監管制裁以及重大財務和聲譽損失的風險。合規管理是指我們有效識別和管理合規風險，主動預防風險事件發生的動態管理過程。合規風險管理乃我們風險管理活動的核心，有效內部控制的基石，亦是企業文化的重要方面。作為我們綜合風險管理系統的一部分，我們已制訂完善的合規風險管理框架，實現對合規風險的有效識別和管理，並確保我們的業務運營符合適用法律和法規。

信息安全及數據隱私風險管理

詳見「－數據合規及數據安全」。

反貪污風險管理

反貪污風險指以欺詐、賄賂或其他非法手段為手段，(i)以犧牲本公司的經濟利益追求不當個人利益；及(ii)以追求公司不當利益為目的的風險。我們已訂有反貪污風險管理政策，禁止員工進行任何貪腐活動，無論是為追求不當個人利益亦是本公司的不當利益。此外，我們維護舉報機制，鼓勵內部舉報可疑活動。我們定期進行內部培訓，要求所有供應商在合作前簽署反貪污承諾書。

審計委員會經驗及資質以及董事會監管

為監察我們是否持續實施風險管理政策，我們成立審計委員會，以持續審核和監督我們的財務報告流程和內部控制系統，確保內部控制系統能夠有效識別、管理和降低業務運營所涉風險。審計委員會由三名成員組成，分別是張國清先生、吳永蓓女士和楊晨暉博士。張國清先生是審計委員會召集人兼獨立非執行董事。請參閱本文件中的「董事、監事及高級管理層－董事會－獨立非執行董事」一節。

除內部控制部門外，我們亦設立內部審核部門，負責檢討內部控制的有效性，透過持續識別內部控制失效事件及薄弱環節方式報告所識別問題並改進我們的內部控制系統和程序。內部審核部門及時向審計委員會及董事會匯報任何重大問題。

與我們單一最大股東團體的關係

我們的單一最大股東團體

根據收購守則，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅被視為一致行動人士。於2024年2月5日，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅簽立一致行動人士協議，據此，彼等構成單一最大股東團體，分別持有於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)及緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)合共約32.1%[#]及約[編纂][#]的股份。

根據一致行動人士協議，單一最大股東團體的所有成員同意彼等將就本集團各成員公司採取一致行動。根據一致行動人士協議，經確認，莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生及西藏永悅各自歷來均按照莊浩女士的指示行事。此外，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、西藏永悅及陸它山先生承諾透過彼等控制的公司直接或間接一致行動。彼等亦同意(其中包括)(i)在本集團各成員公司的所有股東大會上一致投票，(ii)提呈該等會議前彼此討論及達成共識，及(iii)就本集團的業務營運、管治及其他關鍵事宜(須由本集團各成員公司股東決定)一致行動。倘無法達成一致意見，則將以莊浩女士的意見為準及單一最大股東團體須相應於有關大會上反映莊女士的意見入其決定中。於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)，莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、西藏永悅(由莊振海先生持有71.4%)及陸它山先生分別持有我們股份的18.1%、9.0%、1.7%、1.6%、1.4%及0.2%[#]。此外，誠如我們的中國法律顧問所告知，根據中國法律及法規及一致行動人士協議，單一最大股東團體的成員為一致行動人士，以及一致行動人士協議屬有效並符合中國法律及法規。

莊浩女士、莊澍先生、張和平先生及陸它山先生均為本公司董事。莊浩女士為張和平先生的配偶及莊澍先生的胞姊。賀靜穎女士為莊澍先生的配偶。莊振海先生為莊浩女士及莊澍先生的父親。

[#] 包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸它山先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六 – 法定及一般資料 – E.2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的規限)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所規限。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。

與我們單一最大股東團體的關係

西藏永悅為一家於2010年6月30日在中國成立的有限公司，主要從事提供業務管理及諮詢服務。於最後可行日期，西藏永悅分別由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.71%。龔紅鷹女士為本公司三家附屬公司的董事及本公司六家附屬公司的監事。截至最後可行日期，李加東先生及徐萍女士為獨立第三方。

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，我們的單一最大股東團體將持有本公司已發行股本合共約[編纂][#]。因此，我們的單一最大股東團體將不會被視為我們的控股股東，但於[編纂]完成後仍將是我們的單一最大股東團體。有關單一最大股東團體持股的詳情，請參閱本文件「主要股東」一節。

競爭利益

我們的單一最大股東團體及董事均確認，除本集團的業務外，其各自緊密聯繫人並無於與我們的業務直接或間接構成競爭或可能直接或間接構成競爭的業務中擁有任何權益。

於2013年3月，莊浩女士莊澍先生及廈門市永悅投資諮詢有限公司(西藏永悅的前身)各自以本集團為受益人訂立不競爭承諾，據此，莊浩女士、莊澍先生及廈門市永悅投資諮詢有限公司(西藏永悅的前身)各自分別承諾：(1)截至承諾之日，承諾方直接或間接投資的企業不存在從事與本公司及我們的控股附屬公司相同或類似的業務，且承諾方未代表其他人士經營與本公司及控股附屬公司相同或類似的業務；及(2)在承諾方身為本公司控股股東(定義見公司法及深圳證券交易所上市規則)期間，承諾方不會直接或間接從事與本公司及我們的控股附屬公司相同或類似的業務活動。

[#] 包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿(下一個屆滿期間為2023年10月23日起計24個月)及達成本集團及陸它山先生的業績目標後方可出售。有關2023年限制性股份激勵計劃及業績目標的詳情，請參閱「附錄六 – 法定及一般資料 – E.2023年限制性股份激勵計劃」。限制性A股附帶投票權(其行使不受任何條件或禁售期的規限)，惟投票權的行使將受一致行動人士協議的條款所規限。有關一致行動人士協議的進一步詳情，請參閱本節「一致行動股東」一段。

與我們單一最大股東團體的關係

於2018年4月，莊浩女士、張和平先生、賀靜穎女士、莊澍先生及廈門市永悅投資諮詢有限公司(西藏永悅的前身)(其中包括)以本集團為受益人訂立不競爭承諾，據此，莊浩女士、張和平先生賀靜穎女士、莊澍先生及廈門市永悅投資諮詢有限公司已承諾(其中包括)：(1)截至承諾之日，承諾方直接或間接投資的企業不存在從事與本公司及我們的控股附屬公司相同或類似的業務，且承諾方未代表其他人士經營與本公司及控股附屬公司相同或類似的業務；及(2)在身為本公司控股股東、實際控制人(定義見公司法及深圳證券交易所上市規則)期間，承諾方不會直接或間接從事與本公司及我們的控股附屬公司相同或類似的業務活動。

獨立於我們單一最大股東團體

經考慮以下因素後，我們的董事信納我們能夠在[編纂]後獨立於我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人開展業務。

營運獨立

儘管我們的單一最大股東團體將繼續持有本公司的重大權益，並將在[編纂]後成為我們的單一最大股東團體，但我們可獨立於我們的單一最大股東團體全權就開展我們自有的業務營運作出全部決策。我們已建立自身的組織架構，擁有獨立的部門，各部門均有特定的職責範圍。我們維持一套全面的內部控制程序，以促進我們業務的有效運作。我們擁有充足的資本、設施、場地及員工，可獨立於我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人經營我們的業務。我們可以獨立接觸供應商及客戶，且在我們業務運營的供應方面不依賴我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人。我們亦擁有開展及經營我們業務所需的所有相關許可證，且我們在資本及員工方面擁有充足的獨立營運能力。我們的聯席公司秘書、營運人員或行政人員均不受僱於我們的單一最大股東團體或其各自的緊密聯繫人。

儘管於往績記錄期間，我們與關聯方之間存在交易，詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註43，但我們的董事已確認，該等關聯方交易(若與貿易相關)均按正常商業條款或對我們較有利的條款進行。該等過往關聯方交易概不構成上市規則所定義的持續關連交易。

因此，我們的董事信納我們將能夠獨立於我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人運作及運營。

與我們單一最大股東團體的關係

管理獨立

截至最後可行日期，本集團業務的日常管理主要由董事會及高級管理層負責。董事會由五名執行董事、一名非執行董事和五名獨立非執行董事組成。除莊浩女士、張和平先生、莊澍先生及陸它山先生均為我們的執行董事，亦為我們的單一最大股東團體成員外，我們的所有其他七名董事及高級管理層的其他成員均獨立於我們的單一最大股東團體。高級管理層及董事會的運作確保權力及權限的平衡。有關我們董事及高級管理層的更多詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層－董事會」。

每位董事均知悉其作為董事的受信責任，其中要求其為本公司的利益及最佳利益行事，且不允許其作為董事的職責與其個人利益之間有任何衝突。此外，我們相信，我們的獨立非執行董事擁有豐富的經驗，使其能夠為董事會的決策過程帶來獨立判斷。我們的獨立非執行董事已根據上市規則的要求獲委任，以確保董事會的決策僅在充分考慮獨立及公正的意見後作出。根據本公司章程文件，倘因本公司與董事或彼等各自緊密聯繫人之間訂立的任何交易而引起潛在利益衝突，則權益董事須於相關董事會會議上就相關交易放棄投票，且不會計入法定人數。我們將遵守聯交所及證監會的所有相關要求。我們已建立內部控制機制以識別關連交易，確保在建議交易中存在利益衝突的股東或董事就相關決議案放棄投票。

基於上文所述，董事信納董事會(作為整體)連同我們高級管理層團隊可獨立執行本集團的管理職能。

財務獨立性

本集團已成立獨立財務部門，該部門擁有自己的內部控制、會計、資金、報告及財務系統及一支獨立財務員工團隊以及可靠而獨立的財務系統，並根據本集團本身的業務需要進行財務決策。本集團具備充足資本獨立營運業務，並擁有充足的內部資源支持我們的日常營運。

於往績記錄期間，本集團並無任何應付／應收我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人的貿易或非貿易相關款項。

與我們單一最大股東團體的關係

於往績記錄期間，概無銀行借款由單一最大股東團體及其任何緊密聯繫人提供擔保。

本集團具備足夠資金獨立經營業務，並擁有充足的內部資源及強大的信貸配置支持其日常營運。**[編纂]**後，單一最大股東團體或其緊密聯繫人將不會提供以本集團為受益人的任何財務資助、抵押及／或擔保，反之亦然。我們已委聘一名獨立內部控制顧問，協助我們制定有關與關連人士及彼等的聯繫人進行交易的控制措施，以確保向該等人士提供或取得的任何墊款符合上市規則。

考慮到我們未來的營運預期將不由單一最大股東團體或其緊密聯繫人提供資金，董事認為，本集團在財務方面獨立於我們的單一最大股東團體及其緊密聯繫人。

企業管治

單一最大股東團體的各成員均已確認，其完全理解其應符合股東及我們整體最佳利益行事的義務。我們的董事深明良好企業管治對保障股東權益的重要性。我們將採取以下企業管治措施，以管理本集團與單一最大股東團體及／或董事之間的潛在利益衝突：

- (i) 作為我們籌備**[編纂]**的一部分，我們已修訂組織章程細則以符合上市規則。具體而言，組織章程細則規定，除非另有規定，否則董事不得就批准該董事或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約或安排的決議案或任何其他提議表決，該董事亦不得計入出席相關會議的法定人數；
- (ii) 倘舉行股東大會以考慮提議的單一最大股東團體於當中擁有重大權益的交易，則單一最大股東團體須就決議案放棄投票，且不得計入投票的法定人數內；
- (iii) 本集團與關連人士之間進行的(或提議進行的)任何交易將須遵守上市規則第十四A章的規定，包括(如適用)公告、申報、年度審閱、通函(包括獨立財務意見)及獨立股東批准規定，以及聯交所就授予豁免嚴格遵守上市規則相關規定所施加的有關條件；

與我們單一最大股東團體的關係

- (iv) 我們承諾，董事會將由執行董事及非執行董事(包括獨立非執行董事)以均衡的比例組成。我們已委任五名獨立非執行董事，我們相信獨立非執行董事具有豐富經驗，且並無任何業務及／或其他關係可能對彼等行使獨立判斷造成任何重大干預，彼等亦將能夠提供公正的外部意見，以保障公眾股東的利益。有關獨立非執行董事的詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層－董事會－獨立非執行董事」；
- (v) 倘獨立非執行董事被要求審閱本集團與單一最大股東團體之間的任何利益衝突，單一最大股東團體須向獨立非執行董事提供所有必要資料，且根據上市規則本公司須於其年報內或以公告的方式披露獨立非執行董事的決定；及
- (vi) 本公司已委任復星恒利資本有限公司為合規顧問，其將就遵守適用法律及上市規則(包括關於董事職責及企業管治的多項規定)為本集團提供建議及指導。

基於以上所述，我們的董事信納，已採取充分的企業管治措施以管理本集團與我們的單一最大股東團體及／或董事之間的利益衝突，以於[編纂]後保障少數股東的權益。

董事、監事及高級管理層

概覽

我們的董事會由十一名董事組成，包括五名執行董事、一名非執行董事及五名獨立非執行董事。我們的董事會負責及擁有管理及經營本公司的一般權利。

我們的監事會由三名監事組成，包括兩名職工代表監事及一名股東代表監事。

我們的高級管理層負責本公司的日常運營。

董事會

於[編纂]後，董事會將由十一名董事組成，包括五名執行董事、一名非執行董事及五名獨立非執行董事。下表載列有關我們董事的若干資料：

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期	職務及職責	與其他董事、監事及／或高級管理層的關係
王亞朋先生	45歲	董事長兼執行董事	2017年8月	2020年9月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展以及側重跨境電商業務的全面管理	無
莊浩女士	55歲	執行董事兼總經理	2003年12月	2003年12月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展	張和平先生的配偶；莊澍先生的胞姊；單一最大股東團體的成員
張和平先生	55歲	執行董事、副董事長兼副總經理	2006年2月	2010年7月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展及包裝事業部的全面管理	莊浩女士的配偶；單一最大股東團體的成員

董事、監事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期	職務及職責	與其他董事、監事及／或高級管理層的關係
莊澍先生	53歲	執行董事兼副總經理	2003年12月	2013年11月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展及包裝事業部的管理	莊浩女士的胞弟；單一最大股東團體的成員
陸它山先生	27歲	執行董事	2023年4月	2024年2月	負責本集團的香港事務管理	單一最大股東團體的成員
廖生興先生	48歲	非執行董事	2019年11月	2019年11月	就本集團的業務策略提供指導及建議	無
張國清博士	48歲	獨立非執行董事	2021年5月	2021年5月	負責向董事會提供獨立意見及判斷	無
楊晨暉博士	57歲	獨立非執行董事	2020年9月	2020年9月	負責向董事會提供獨立意見及判斷	無
韓建書先生	63歲	獨立非執行董事	2022年11月	2022年11月	負責向董事會提供獨立意見及判斷	無
薛永恒教授， 金紫荊星章、太平紳士	63歲	獨立非執行董事	2024年2月	2024年2月	負責向董事會提供獨立意見及判斷	無
吳永蓓女士	53歲	獨立非執行董事	2024年2月	2024年2月	負責向董事會提供獨立意見及判斷	無

董事、監事及高級管理層

執行董事

王亞朋先生(曾用名：王亞鵬)，45歲，為本公司董事長兼執行董事。王先生於2017年8月加入本公司，擔任本集團跨境電商業務負責人，其後於2020年9月及2022年11月分別獲委任為本公司副董事長及董事長，主要負責本集團的整體管理、戰略及業務發展以及側重跨境電商業務的全面管理。王先生亦為本公司戰略委員會召集人。

王先生於互聯網營銷及跨境電商業務擁有逾20年經驗。於2003年6月至2015年12月，王先生於北京易賽諾科技有限公司擔任執行董事。於2013年1月至2014年11月，王先生於上海酷改信息技術有限公司擔任執行董事，該公司主要從事在線廣告業務。於2015年11月至2018年2月，王先生於廣州諾睿信息科技有限公司擔任執行董事兼總經理。於2016年5月至2017年2月，王先生於鄭州易賽諾廣告有限公司擔任執行董事兼總經理，該公司主要從事在線廣告業務。於2016年5月至2017年8月，王先生擔任鄭州易賽諾信息技術有限公司的執行董事兼總經理，該公司主要從事在線廣告業務。於2016年6月至2017年8月，王先生擔任易賽諾(青島)網絡技術有限公司的監事。王先生於2017年8月加入本集團時，停止其於鄭州易賽諾信息技術有限公司及易賽諾(青島)網絡技術有限公司的相關職務及義務，儘管該兩家公司延遲更新其企業備案，因而導致王先生於鄭州易賽諾信息技術有限公司的正式離職日期為2018年1月25日，及於易賽諾(青島)網絡技術有限公司的正式離職日期為2020年12月15日，即相關公司最終完成有關企業備案之時。王亞朋先生曾持有易賽諾信息技術的40%股份。於2018年1月23日，由於在關鍵時間易賽諾信息技術註冊成立後仍處於早期階段，註冊資本較低且盈利能力低，王先生以零代價向一名獨立第三方出售該公司的相關40%股份。

王先生於1998年7月畢業於中國長葛市第一高級中學。

董事、監事及高級管理層

莊浩女士，55歲，為本公司創始人、執行董事兼總經理，主要負責本集團的整體管理、戰略及業務發展。莊女士於本公司成立時擔任經理，隨後於2003年獲委任為董事，此後彼一直擔任董事，並於2022年獲委任為本公司總經理。莊女士亦為本公司戰略委員會成員。莊女士目前於我們的多家附屬公司擔任要職。彼於香港吉宏科技有限公司及福建省海峽版權運營有限公司擔任董事、於貴州吉宏品牌策劃管理有限公司、廈門海晟融創信息技術有限公司及江西維致供應鏈管理有限公司擔任董事。彼亦擔任思塔克紙業(上海)有限公司執行董事。彼亦為江西吉宏供應鏈管理有限公司及廈門市吉客印電子商務有限公司的執行董事兼總經理，以及杭州吉喙雲網絡科技有限公司的監事，所有上述公司均為我們的附屬公司。

莊女士於包裝及廣告行業擁有逾25年的經驗。於1996年12月至2021年2月，莊女士於本公司之前附屬公司廈門市正奇信息技術有限公司擔任執行董事兼總經理，該公司主要從事廣告設計及製版業務。

莊女士於1992年6月取得北京印刷學院印刷工程學士學位。

莊女士為執行董事張和平先生的配偶，亦為執行董事莊澍先生的胞姊。

張和平先生，55歲，為本公司副董事長、執行董事兼副總經理，主要負責本集團的整體管理、戰略及業務發展及包裝事業部的全面管理。張先生亦為本公司提名委員會成員。張先生於2010年7月至2016年11月擔任本公司董事。於2016年11月至2022年11月，彼擔任本公司董事兼總經理。張先生於2022年11月獲委任為本公司董事、副董事長兼副總經理。張先生目前於我們的附屬公司擔任多個職務。彼擔任廈門吉宏包裝工業有限公司、呼和浩特市吉宏印刷包裝有限公司、濟南吉聯包裝有限公司、孝感市吉聯食品包裝有限公司及陝西永鑫紙業包裝有限公司的執行董事兼總經理、灤州吉宏包裝有限公司的主席、廊坊市吉宏包裝有限公司、黃岡市吉宏包裝有限公司及陝西吉宏包裝有限公司的執行董事，彼亦擔任寧夏吉宏環保包裝科技有限公司的執行董事兼財務負責人。

董事、監事及高級管理層

張先生於印刷及包裝業務擁有逾24年經驗。於1996年12月至2006年2月，張先生於本公司之前附屬公司廈門市正奇信息技術有限公司擔任副總經理，該公司主要從事廣告設計及製版業務。

張先生於1992年6月取得北京印刷學院印刷工程學士學位。

張先生為執行董事莊浩女士的配偶。

莊澍先生，53歲，為本公司執行董事兼副總經理，負責本集團的整體管理、戰略及業務發展以及包裝事業部的管理。莊先生於2013年11月獲委任為本公司董事兼副總經理。莊先生亦為本公司薪酬與考核委員會成員。莊先生目前擔任廈門三零六零碳減科技有限公司的執行董事兼總經理、陝西永鑫紙業包裝有限公司及灤州吉宏包裝有限公司的董事，以及呼和浩特市吉宏印刷包裝有限公司、寧夏吉宏環保包裝科技有限公司及陝西吉宏包裝有限公司的監事，所有上述公司均為我們的附屬公司。

於1994年9月至2006年2月，莊先生任職於中國電信股份有限公司廈門分公司，該公司主要從事電信業務。於2006年2月至2013年10月，莊先生於廈門吉宏科技股份有限公司廊坊分公司擔任副總經理，該公司主要從事包裝業務，為本公司的附屬公司。

莊先生於1994年6月畢業於中國西南交通大學，獲機械工程學士學位。彼亦於2005年1月取得中國廈門大學工商管理碩士學位。

莊先生為執行董事莊浩女士的胞弟。

陸它山先生，27歲，於2024年2月2日獲委任為我們的執行董事及自2023年任本公司總經理助理，負責本集團的香港事務。自2023年4月起，陸先生一直擔任本公司總經理助理及我們的全資附屬公司香港吉宏科技有限公司董事。

董事、監事及高級管理層

於加入本集團前，陸先生於2021年5月至2022年3月在蘋果貿易(上海)有限公司(一家從事科技及零售業務的公司)擔任技術產品專家。陸先生繼而任職於寧波金磚貿易有限公司直至2022年11月。

陸先生於2021年3月畢業於日本立命館大學，獲得土木工程學士學位。

非執行董事

廖生興先生，48歲，自2019年11月起擔任董事，就本集團的業務策略提供指導及建議。

於加入本公司前，廖先生自2009年6月擔任贛州發展投資控股集團有限責任公司董事會秘書，並於2019年2月至2021年3月擔任贛州發展投資控股集團有限責任公司副總經理一職。於2019年6月至2021年4月，廖先生擔任贛州廣微發展實業有限公司董事。自2019年12月起，廖先生擔任深圳金信諾高新技術股份有限公司董事。於2020年12月至2022年3月，廖先生擔任贛州發展投資基金管理有限公司主席，負責投資策略及決策。

廖先生於2005年12月通過高等教育自學考試，畢業於中國江西財經大學學士學位課程，主修會計學並於2014年6月取得中國江西理工大學工商管理碩士學位。

獨立非執行董事

張國清博士，48歲，於2021年5月獲委任為我們的獨立董事。張博士為本公司審計委員會召集人及薪酬與考核委員會成員。彼負責監督對本集團而言屬重大及另外要求的事宜並就此向董事會提供獨立判斷及意見。

張博士於學術界、財務申報、管理及服務方面擁有逾15年經驗。張博士於2005年7月加入中國廈門大學，目前擔任該大學工商管理學院教授。自2019年10月起，張博士擔任科華數據股份有限公司獨立董事，該公司為一家於深交所上市的公司(股份代號：002335)，主要從事提供電力保護及節能綜合解決方案。自2023年2月起，張博士擔任廣州白雲電器設備股份有限公司的獨立董事，該公司於上海證券交易所上市(股份代號：603861)，主要從事成套開關控制設備的研發、製造、銷售及服務。

董事、監事及高級管理層

張博士於1998年7月畢業於中國南昌大學，獲市場營銷學士學位。彼亦於2002年7月獲得中國廈門大學會計學碩士學位，並於2005年7月獲得中國上海財經大學會計學博士學位。

楊晨暉博士，57歲，於2020年9月獲委任為我們的獨立董事。楊博士亦為本公司提名委員會召集人及審計委員會成員。彼負責監督對本集團而言屬重大及另外要求的事宜並就此向董事會提供獨立判斷及意見。

自1995年6月以來，楊博士於中國廈門大學擔任學術職務，目前為計算機科學與技術系教授。楊博士目前亦為廈門大學永泰人工智慧研究院執行院長。

楊博士於1989年7月畢業於中國國防科技大學，獲自動控制學士學位。彼亦於1992年2月取得中國國防科技大學碩士學位，並於1995年5月取得中國浙江大學機械製造及自動化博士學位。楊博士於2020年9月取得獨立董事資格證書。

韓建書先生，63歲，於2022年11月獲委任為我們的獨立董事。韓先生亦為本公司戰略委員會成員。彼負責監督對本集團而言屬重大及另外要求的事宜並就此向董事會提供獨立判斷及意見。

於加入本集團之前，於1983年10月至2019年1月，韓先生曾於山西杏花村汾酒廠股份有限公司（「山西杏花村」，其股份於上海證券交易所上市的公司，股份代號：600809）擔任多個職務，其最後職位為擔任董事一職。於2016年2月至2019年1月，韓先生擔任山西杏花村控股公司山西杏花村汾酒集團有限責任公司董事、黨委委員及總工程師。於2019年1月至2021年12月，韓先生擔任山西煤炭進出口集團有限公司董事。

韓先生於1983年8月完成中國山西大學四年學士學位課程，主修微生物學。彼隨後於2010年7月完成中國中共中央黨校三年碩士學位課程，主修經濟學。

董事、監事及高級管理層

薛永恒教授，金紫荊星章、太平紳士，63歲，於2024年2月2日獲委任為我們的獨立非執行董事。薛教授亦為本公司提名委員會成員。彼負責監督對本集團屬重大及另外要求的事宜並就此向董事會提供獨立判斷及意見。

薛教授於1984年加入機電工程署，其後於2017年晉升為署長。於2020年4月至2022年6月，薛教授擔任香港特區政府創新及科技局局長。自2023年7月起，薛教授擔任慕容家居控股有限公司(一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：1575)，主要從事於中國內地生產沙發及沙發套，集設計、生產、銷售及營銷運作於一體)的獨立非執行董事。自2023年10月起，薛教授擔任晉景新能控股有限公司(前稱金侖控股有限公司，一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：1783)，主要從事商住樓宇建築業務及環境保護業務)。自2024年1月起，薛教授擔任位元堂藥業控股有限公司(一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：897)，主要從事藥品製造及銷售)獨立非執行董事。

薛教授分別於1981年及1982年11月取得香港理工學院(現稱為香港理工大學)電機工程高等文憑及獲授予院士。薛教授於1992年10月取得香港中文大學工商管理碩士學位。薛教授為香港工程師學會資深會員，現任香港設施管理學會榮譽資深會員及香港理工大學電機及電子工程學系實務教授。薛教授亦為香港工程師學會秘書長、香港浸會大學校長資深顧問兼榮譽教授。

吳永蓓女士，53歲，於2024年2月2日獲委任為我們的獨立非執行董事。吳女士亦為本公司薪酬與考核委員會召集人及審計委員會成員。彼負責監督對本集團屬重大及另外要求的事宜並就此向董事會提供獨立判斷及意見。

董事、監事及高級管理層

吳女士於財務申報、管理及服務方面擁有逾25年經驗。吳女士於1997年8月至2001年9月任職於德勤•關黃陳方會計師行。於2001年9月至2003年5月，彼任職於香港永安旅遊有限公司。於2003年11月至2004年11月，彼任職於Hua Yang Printing Holdings Co., Ltd。自2004年11月至2006年5月，彼任職於北泰汽車工業控股有限公司。於2006年5月至2010年2月，彼擔任中國信息科技發展有限公司(一間於聯交所上市的公司(股份代號：8178))的財務總監、公司秘書兼授權代表。於2010年8月至2013年10月，彼擔任百宏實業控股有限公司(一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：2299))的財務總監，並於2011年2月至2013年10月，彼擔任公司秘書兼授權代表。於2014年5月至2015年12月，吳女士擔任西王特鋼有限公司(股份代號：1266)及西王置業控股有限公司(股份代號：2088)(兩間公司均於聯交所主板上市)的財務總監，並於2014年7月至2015年11月，彼擔任公司秘書兼授權代表。於2016年12月至2021年11月，吳女士先後擔任中國公共採購有限公司(現稱承輝國際有限公司)(一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：1094))的顧問、執行董事、財務總監、公司秘書及授權代表。

吳女士於1996年獲得香港理工大學會計學學士學位，於2010年獲得香港理工大學專業會計碩士學位，於2013年獲得香港理工大學企業金融學碩士學位。彼進一步於2015年獲得香港中文大學工商管理碩士學位(高級管理人員工商管理碩士課程)。彼現時亦為香港會計師公會、英國特許公認會計師公會及香港公司治理公會資深會員。

董事、監事及高級管理層

監事會

我們的監事會由三名成員組成。下表載列我們監事的履歷。

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為監事的日期	職務及職責	與其他董事、監事及／或高級管理層的關係
白雪婷女士	45歲	監事會召集人、監事	2003年12月	2011年11月	負責監事會的整體運作，以及監督董事會、本集團高級管理層及業務營運	無
何卓鎔先生	48歲	監事	2008年5月	2013年11月	負責監督董事會、高級管理層、本集團業務營運及策略管理	無
胡官宏先生	33歲	監事	2017年9月	2022年11月	負責監督董事會、高級管理層、本集團業務營運及財務管理	無

中國公司法規定股份有限公司設立監事會。根據我們的細則，監事會設有三名監事，由一名股東代表及兩名職工代表組成。職工代表由職工民主選舉產生和更換，股東代表由股東大會選舉產生和更換。監事的任期為三年，可於重選及重新委任後續任。

董事、監事及高級管理層

白雪婷女士，45歲，於2011年11月獲委任為監事會召集人，主要負責監事會的整體運作以及監督董事會、高級管理層及本集團業務營運。

自2003年12月起，白女士擔任本公司業務部主管，主要負責監督本集團業務營運。自2021年9月起，白女士擔任思塔克紙業(上海)有限公司監事，主要負責監督其董事會、高級管理層及業務運營。

白女士於1998年6月畢業於泉州農業工程學校。

何卓鐸先生，48歲，於2013年11月獲委任為本公司監事，主要負責監督董事會、高級管理層、本集團業務營運及策略管理。

自2008年5月至2022年9月，何先生擔任廊坊市吉宏包裝有限公司採購部主管。自2022年10月起，何先生擔任本公司採購部經理，主要負責採購管理。何先生目前擔任廊坊市吉宏包裝有限公司、灤州吉宏包裝有限公司及中港包裝製品江蘇有限公司的監事。

何先生於1997年6月獲得四川師範學院的中文學士學位。

胡官宏先生，33歲，於2022年11月獲委任為本公司監事，主要負責監督董事會、高級管理層、本集團業務營運及財務管理。

自2014年7月至2016年1月，胡先生擔任新疆九鼎金盛祥農產品開發有限公司的會計師。自2016年2月至2017年8月，胡先生擔任陝西鴻泰傢俱有限公司的財務經理，主要負責其內部審計及預算。自2017年9月起，胡先生擔任吉客印(西安)數字科技有限公司的財務經理，主要負責其內部審計及預算。

胡先生於2014年6月獲得商洛學院會計學士學位。

董事、監事及高級管理層

高級管理層

我們的高級管理層負責我們業務的日常管理及運營。下文載列我們高級管理層成員的履歷。

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為高級管理層的日期	角色及職責	與其他董事、監事及／或高級管理層的關係
莊浩女士	55歲	總經理	2003年12月	2003年12月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展	張和平先生的配偶、莊澍先生的胞姐、單一大股東團體成員
張和平先生	55歲	副總經理	2006年2月	2010年7月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展及包裝事業部全面管理	莊浩女士的配偶、單一大股東團體成員
莊澍先生	53歲	副總經理	2006年2月	2013年11月	負責本集團的整體管理、戰略及業務發展及包裝事業部管理	莊浩女士的胞弟、單一大股東團體成員
張路平先生	35歲	董事會秘書	2023年12月	2023年12月	負責本集團與證券監管機構的溝通、資料披露、委員會運作、投資者關係管理及對外投資	無

董事、監事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為高級管理層的日期	角色及職責	與其他董事、監事及／或高級管理層的關係
吳明貴先生	53歲	財務總監	2011年4月	2013年4月	負責本集團的財務管理	無

莊浩女士現任本公司執行董事兼總經理。有關其履歷詳情，請參閱本節「－ 董事會－ 執行董事」。

張和平先生現任本公司執行董事、副董事長兼副總經理。有關其履歷詳情，請參閱本節「－ 董事會－ 執行董事」。

莊澍先生現任本公司執行董事兼副總經理。有關其履歷詳情，請參閱本節「－ 董事會－ 非執行董事」。

張路平先生，35歲，自2023年12月起擔任本公司董事會秘書，主要負責本集團與證券監管機構的溝通、信息披露、委員會運作、投資者關係管理及對外投資。

於2013年7月至2015年5月，張先生任職於北京中民燃氣有限公司(一間主要從事燃氣生產及供應的公司)。於2015年7月至2017年4月，張先生任職於大連天神娛樂股份有限公司(現稱天娛數字科技(大連)集團股份有限公司)(該公司股份於深交所上市，股份代號：002354，一間主要從事電子遊戲及數據流量的數字科技公司)。於2017年4月至2023年1月，張先生任職於航天宏圖信息技術股份有限公司(該公司股份於上海證券交易所上市，股份代號：688066)，於2023年1月至2023年11月擔任該公司的董事。

張先生於2013年6月取得中國青島大學管理學士學位。彼於2016年8月取得深交所董事會秘書資格證書。

董事、監事及高級管理層

吳明貴先生，53歲，於2011年4月加入本公司擔任財務經理，自2013年4月起擔任本公司財務總監，主要負責本公司的財務管理。

於加入本公司前，吳先生任職於廈門微聯軟件開發有限公司，而自2008年1月至2011年4月，吳先生任職於廈門晉聯物流有限公司，擔任規劃及財務部門經理。

吳先生於2002年6月獲得中國廈門大學會計大專學歷。吳先生自2005年5月起為中國註冊中級會計師。

有關我們董事、監事及高級管理層的其他資料

有關董事各自於我們股份中的權益或淡倉(如有)、董事服務協議及董事薪酬的詳情，請參閱本文件「附錄六 – 法定及一般資料 – C.有關我們董事及主要股東的進一步資料」。

除本文件所披露者外，我們的每位董事及監事均確認，就其本身而言，據彼所深知、盡悉及確信，(1)截至最後可行日期，彼並無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、債權證中持有其他好倉或淡倉；(2)於最後可行日期，彼與本公司任何董事、監事、高級管理層或主要股東概無其他關係；(3)於最後可行日期前三年內，彼並無於證券在香港特別行政區及／或海外任何證券市場上市的任何上市公司中擔任任何其他董事職務；及(4)截至最後可行日期，概無任何其他有關董事委任的事宜需提請股東及聯交所垂注，或須根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條作出披露。

聯席公司秘書

陸它山先生為本公司執行董事兼聯席公司秘書。有關其履歷詳情，請參閱本節「董事會 – 執行董事」。

李忠成先生為我們的聯席公司秘書。李先生於為香港特別行政區上市公司提供審計、財務管理、公司秘書及投資者關係等服務方面擁有逾20年經驗。彼目前擔任香港中央證券登記有限公司管治服務助理副總裁及多間聯交所上市公司的聯席公司秘書及公司秘書。

董事、監事及高級管理層

李先生於1994年12月獲得香港城市大學會計學學士學位，並於2002年11月獲得香港理工大學工商管理(金融服務)碩士學位。李先生為香港會計師公會會員及英國特許公認會計師公會資深會員。

董事委員會

戰略委員會

本公司戰略委員會由三名董事組成，即王亞朋先生、莊浩女士及韓建書先生。戰略委員會召集人為王亞朋先生。本公司戰略委員會的主要職責包括(但不限於)：

- 根據經營情況及市場變化，研究我們的業務目標及中長期發展策略，並定期提出建議；
- 審查年度業務計劃及執行中的任何重大變化或調整，並向董事會提出相應建議；
- 定期評估及檢查上述事項經董事會批准後的執行情況，並向董事會報告；及
- 處理法律、法規、規則、規範性文件、本公司股份[編纂]所在司法權區的監管規則、組織章程細則要求或董事會授權的其他事項。

審計委員會

本公司已設立審計委員會，並按照上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則第C.3段規定訂明書面職權範圍。審計委員會由三名成員組成，即張國清博士、吳永蓓女士及楊晨暉博士。審計委員會召集人為獨立非執行董事張國清博士且吳永蓓女士為獨立非執行董事，彼等均具備適當的會計及相關財務管理專業知識。審計委員會的主要職責包括(其中包括)：

- 審核我們的合規情況、會計政策及財務報告程序；
- 監督內部審計系統的實施；
- 就委任或更換外部核數師提供意見；
- 與內部審計部門及外部核數師保持聯繫；及
- 董事會授權的其他職責。

董事、監事及高級管理層

薪酬與考核委員會

本公司已設立薪酬與考核委員會，並按照上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則第B.1段規定訂明書面職權範圍。薪酬與考核委員會由三名成員組成，即吳永蒨女士、張國清博士及莊澍先生。薪酬與考核委員會召集人為吳永蒨女士。薪酬與考核委員會的主要職責包括(其中包括)：

- 就董事及高級管理層成員薪酬的政策及架構向董事會提出推薦建議；
- 就各董事及高級管理層成員的具體薪酬待遇向董事會提出推薦建議；
- 審批就失去職位或終止職務或委任事宜應付執行董事及高級管理層成員的賠償，以確保有關賠償與合約條款一致，若未能與合約條款一致，有關賠償亦須公平及不致過多；
- 審批因董事行為失當而解僱或罷免有關董事所涉及的賠償安排，以確保該等安排與合約條款一致，若未能與合約條款一致，有關賠償亦須合理適當；及
- 董事會授權的其他職責。

提名委員會

本公司已設立提名委員會，並按照上市規則第3.27A條及上市規則附錄C1所載企業管治守則第A.5段規定訂明書面職權範圍。提名委員會由三名成員組成，即楊晨暉博士、薛永恒教授及張和平先生。提名委員會召集人為楊晨暉博士。提名委員會的主要職責包括(其中包括)：

- 每年檢討董事會的架構、規模及組成，並根據本公司策略對董事會擬作出的任何變動提出意見；
- 物色、挑選董事人選或向董事會提出關於甄選獲提名擔任董事人選的建議；
- 就董事委任及重新委任的相關事宜向董事會提出推薦建議；
- 評核獨立非執行董事的獨立性；及
- 董事會授權的其他職責。

董事、監事及高級管理層

企業管治

截至最後可行日期及據董事作出一切合理查詢後所深知、確信及全悉，董事並不知悉存在任何偏離上市規則附錄C1所載企業管治守則條文的情況。

董事會成員多元化

我們已採納董事會成員多元化政策，該政策載列達致及維持有關我們業務發展的董事會多元化方面適當平衡的方法。董事會將基於一系列多元化角度甄選候選人，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、職業經歷、技能、知識及服務年資。最終決定將根據選定候選人將為董事會帶來的功績及貢獻作出。

我們的董事具備均衡的知識及技能，包括整體管理及戰略發展、信息技術、會計和財務管理。我們亦已採取並將繼續採取措施，促進本公司各階層的性別多元化，包括但不限於董事會及高級管理層階層。具體而言，其中兩名董事及其中一名監事為女性。考慮到我們的現有業務模式及特定需要以及董事的不同背景，我們認為，董事會的成員組成符合董事會成員多元化政策。

提名委員會負責確保董事會的成員多元化。**[編纂]**後，提名委員會將不時檢討董事會成員多元化政策以確保其持續有效，且我們將每年於企業管治報告內披露董事會成員多元化政策的實施情況。

董事及高級管理層酬金

董事、監事及高級管理層成員以薪金、花紅及退休金計劃供款等其他實物福利的形式自本公司收取酬金。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，向董事及監事支付的薪酬總額(包括袍金、薪金、退休金計劃供款、住房津貼及其他津貼及實物福利以及酌情花紅)分別約為人民幣8.14百萬元、人民幣11.94百萬元及人民幣19.04百萬元。

董事、監事及高級管理層

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的五名最高薪酬人士分別包括零名、一名及一名董事，其薪酬計入上文所載的薪酬總額。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，餘下五名、四名及四名非本集團董事的最高薪酬人士的薪酬總額(包括袍金、薪金、退休金計劃供款、住房津貼及其他津貼及實物福利以及酌情花紅)分別約為人民幣12.80百萬元、人民幣16.30百萬元及人民幣25.74百萬元。

根據目前生效的安排，本公司於截至2025年12月31日止年度將向董事及監事支付的薪酬總額(包括實物福利但不包括任何酌情花紅)估計相當於約人民幣16.3百萬元。

於往績記錄期間，本公司概無付予董事或五名最高薪酬人士任何薪酬，作為加入或於加入本公司後的獎勵或離職補償。此外，於往績記錄期間，概無董事放棄或同意放棄任何薪酬。

董事確認

上市規則第8.10條

各董事確認，截至最後可行日期，彼概無在任何與本公司業務直接或間接競爭，或可能競爭的業務中擁有任何根據上市規則第8.10條項下須予披露的權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2024年1月取得上市規則第3.09D條所指的法律意見，及(ii)了解彼作為上市發行人董事於上市規則項下的責任。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事已確認(i)彼對上市規則第3.13(1)至(8)條所述的各項因素之獨立性，(ii)截至最後可行日期，彼過去或當時並無於本公司或其附屬公司業務中的財務或其他權益，亦無與本公司於上市規則項下的核心關連人士有任何關連，及(iii)於彼獲委任時概無任何其他因素可能影響彼之獨立性。

董事、監事及高級管理層

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任復星恒利資本有限公司為合規顧問，而合規顧問將就以下情況向本公司提供意見。

- 刊發任何監管公告、通函或財務報告前；
- 擬進行交易(可能屬上市規則項下須予公佈的交易或關連交易，包括股份發行及股份購回)時；
- 本公司建議以與本文件所詳述者不同的方式使用[編纂][編纂]或我們的業務活動、發展或業績偏離本文件中的任何預測、估計或其他資料時；及
- 於聯交所就股份的價格或成交量的異常變動或上市規則第13.10條項下股份可能出現虛假市場的任何其他事宜向本公司作出查詢時。

合規顧問的委任年期將於[編纂]開始，並預期於本公司就[編纂]後開始的首個完整財政年度的財務業績派發年報之日結束。

主要股東

截至最後可行日期的主要股東

於2025年3月31日(即確定本公司持股資料的最後可行日期)，我們的股本總額為人民幣384,769,288元，包括384,769,288股A股及以下人士直接或間接控制或有權行使控制我們A股的5%或以上：

股東姓名／名稱	權益性質	類別	直接或間接持有的股份數目	佔相關類別股份的概約持股百分比
莊浩女士	實益權益	A股	69,623,082	18.09
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	53,866,003	14.00
莊澍先生	實益權益	A股	34,671,025	9.01
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	88,818,060	23.08
賀靜穎女士	實益權益	A股	6,638,925	1.73
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	116,850,160	30.36
張和平先生	實益權益	A股	6,236,125	1.62
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	117,252,960	30.47
西藏永悦 ⁽²⁾	實益權益	A股	5,444,928	1.42
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	118,044,157	30.67
莊振海先生	受控制法團的權益 ⁽³⁾	A股	5,444,928	1.42
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	118,044,157	30.67
陸它山先生	實益權益	A股	875,000 ⁽⁴⁾	0.23
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	122,614,085	31.86

主要股東

附註：

- (1) 莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅為一致行動人士。有關更多詳情，請參閱「歷史及公司架構－一致行動股東」。
- (2) 截至最後可行日期，西藏永悅由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士分別擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.7%權益。
- (3) 截至最後可行日期，莊振海先生擁有西藏永悅股份的約71.4%。因此，根據證券及期貨條例，莊振海先生被視為於西藏永悅所持有的股份中擁有權益。
- (4) 陸它山先生持有的相關股份包括(i)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的306,250股A股，該等股份已於2024年10月23日根據2023年解除禁售機制解除禁售；及(ii)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股。有關進一步詳情，請參閱「歷史及公司架構－我們的公司歷史－採納2023年限制性股份激勵計劃」。

[編纂]後的主要股東

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，我們的股本將包括[編纂]及[編纂]，分別佔本公司已發行股本總額的約[編纂]及[編纂]。

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]獲行使)，我們的股本將包括[編纂]及[編纂]，分別佔本公司已發行股本總額的約[編纂]及[編纂]。

主要股東

據董事所知，緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，以下人士預期將於本公司的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分部條文須向本公司及聯交所披露的權益及／或淡倉(倘適用)或將直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

股東姓名／名稱	權益性質	類別	緊隨 [編纂]完成後 直接及間接持有的 股份數目	估緊隨 [編纂]完成後 相關類別股份的 概約持股百分比 ⁽¹⁾	估緊隨 [編纂]完成後 已發行股本總額 的概約持股 百分比 ⁽¹⁾
莊浩女士	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
莊澍先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
賀靜穎女士	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張和平先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
西藏永悅 ⁽³⁾	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽¹⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

主要股東

股東姓名／名稱	權益性質	類別	緊隨 [編纂]完成後 直接及間接持有 的股份數目	佔緊隨 [編纂]完成後 相關類別股份的 概約持股百分比 ⁽¹⁾	佔緊隨 [編纂]完成後 已發行股本總額 的概約持股 百分比 ⁽¹⁾
莊振海先生 ⁽⁴⁾	受控制法團的權益 ⁽⁴⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
陸它山先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 此乃基於緊隨[編纂]完成後[編纂]股A股及[編纂]股已發行股份總數(假設[編纂]未獲行使)計算。
- (2) 莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅為一致行動人士且為我們的單一最大股東團體。有關更多詳情，請參閱「歷史及公司架構－一致行動股東」。
- (3) 截至最後可行日期，西藏永悅由莊振海先生、龔紅鷹女士、李加東先生及徐萍女士分別擁有約71.4%、15.4%、11.4%及1.7%權益。
- (4) 截至最後可行日期，莊振海先生擁有西藏永悅股份的約71.43%。因此，根據證券及期貨條例，莊振海先生被視為於西藏永悅所持有的股份中擁有權益。
- (5) 陸它山先生持有的相關股份包括(i)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的306,250股A股，該等股份已於2024年10月23日根據2023年解除禁售機制解除禁售；及(ii)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750股限制性A股。有關進一步詳情，請參閱「歷史及公司架構－我們的公司歷史－採納2023年限制性股份激勵計劃」。

主要股東

除上文及本文件附錄六「法定及一般資料 – C.有關董事及主要股東的其他資料」所披露，董事並不知悉任何人士，於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，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分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉或將直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

於最後可行日期，我們並不知悉有任何安排可能導致本公司的控制權於其後任何日期出現任何變動。

股 本

本節呈列有關我們於[編纂]完成前後的股本的若干資料。

於[編纂]前

截至最後可行日期，我們的已註冊及已發行股本為人民幣384,769,288元，包括384,769,288股每股面值人民幣1.00元的A股，所有該等A股已於深交所上市。

	股份數目	已發行股本 (%)
已發行A股	384,769,288	100

於[編纂]完成後

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，我們已註冊及已發行股本將為如下：

	股份數目	佔已發行 股本的 概約百分比 (%)
已發行A股 [編纂]	384,769,288 [編纂]	[編纂] [編纂]
總計	[編纂]	100

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]獲悉數行使，我們已註冊及已發行股本將為如下：

	股份數目	佔已發行 股本的 概約百分比 (%)
已發行A股 [編纂]	384,769,288 [編纂]	[編纂] [編纂]
總計	[編纂]	100

股 本

股份類別

於[編纂]完成後，我們將擁有兩個類別的股份：(i)內資股，即A股(在中國境內已發行及以人民幣認購的中國上市股份)；及(ii)海外[編纂]，即[編纂]([編纂]的境外[編纂]外商投資股份)。A股及[編纂]均為本公司股本中的普通股。然而，除中國若干合資格國內機構投資者及深港通項下的合資格中國投資者外，[編纂]通常不得由中國法人或自然人[編纂]或[編纂]。另一方面，A股僅可由中國法人或自然人、中國證監會批准的合資格境外機構投資者或合資格境外策略投資者，或深港通項下的香港及海外投資者[編纂]及[編纂]，且須以人民幣認購及買賣。根據我們的組織章程細則，A股及[編纂]被視為不同類別的股份。除非股東批准股東大會特別決議案，否則不得變更或取消賦予任何類別股東的權利。被視為變更或取消一個股份類別權利的情況，載列於本文件附錄五「本公司組織章程細則概要」。

兩個類別股份的差異、類別權利規定、向股東寄發通告及財務報告、解決爭議、於不同股東名冊登記股份、股份過戶及委任收取股息代理的方法載於組織章程細則，並於本文件附錄五「本公司組織章程細則概要」概述。

除上述差異外，A股及[編纂]在所有其他方面均享有同等地位，特別是就所有於本文件日期後宣派、派付或作出的股息或分派均享有同等權益。[編纂]所有股息將以人民幣計算並由我們以港元派付，而A股所有股息將由我們以人民幣派付。除現金以外，股息可以股份形式分派。就[編纂]持有人而言，股份形式的股息將以額外[編纂]形式分派。就A股持有人而言，股份形式的股息將以額外A股形式分派。

A股持有人批准[編纂]

我們已獲A股持有人批准[編纂][編纂]並尋求[編纂]於聯交所[編纂]。我們於本公司在2024年2月2日舉行的股東大會上取得有關批准，其中包括下列主要條款：

(1) [編纂]規模

初步提呈發售的[編纂]建議數目不得超過[編纂]，約佔經根據[編纂]將予[編纂][編纂]擴大的已發行股份總數的[編纂]。根據[編纂]獲行使而將予發行的[編纂]數目不得超過根據[編纂]初步[編纂][編纂]總數的[編纂]。

股 本

(2) [編纂]方法

[編纂]方法須為在香港特別行政區進行[編纂]以及向[編纂]進行[編纂]。

(3) 目標[編纂]

[編纂]將[編纂]予專業組織、機構、個人投資者及公眾人士。

(4) [編纂]基準

[編纂][編纂]將於充分考慮現有股東權益、投資者接納程度及發行風險後按照國際慣例(透過[編纂]及[編纂])，在國內外[編纂]的規限下，參照可比公司在國內外市場的[編纂]。

(5) 有效期

[編纂]發行及[編纂]於[編纂]，應於股東大會於2024年2月2日召開當日起計18個月內完成。

除[編纂]外，我們的股份並無其他經批准的[編纂]。

2023年限制性股份激勵計劃

於2023年8月30日，我們採納2023年限制性股份激勵計劃。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄六「法定及一般資料 – E.2023年限制性股份激勵計劃」。

股東大會及類別股東大會

請參閱本文件附錄五「本公司組織章程細則概要」及本文件附錄四「中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要」，以了解有關須召開股東大會及類別股東大會情況的詳細情況。

財務資料

閣下應將以下討論及分析與本文件附錄一會計師報告所載我們截至2022年、2023年及2024年12月31日及截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個財政年度的綜合財務資料連同隨附附註一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則會計準則(「國際財務報告準則」)編製。

以下討論及分析包括反映我們目前對涉及風險及不確定因素的未來事件及財務表現的看法的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往事件、現況及預期未來發展的見解，以及我們認為於該等情況下屬恰當的其他因素而作出的假設及分析。於評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件所提供的資料，包括但不限於本文件「風險因素」及「業務」章節所載者。

概覽

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的領先的雙輪驅動企業。我們於2016年在深交所上市後，憑藉我們管理團隊的帶領及行業經驗，已成功轉型並擴大業務範圍，同時在業務及財務方面均取得不俗成果。根據灼識諮詢的資料，按於2024年在亞洲從事社交媒體電商業務產生的收入計，我們作為一家以亞洲市場為戰略重點的領先跨境社交電商公司，在中國B2C出口電商公司中排名第二，市場份額為1.3%。另外，根據灼識諮詢的資料，我們作為中國內地領先的紙製快消品包裝公司，按收入計，於2024年在中國內地紙製快消品銷售包裝公司中排名第一，市場份額為1.2%。

我們成立於2003年，致力於為快消品企業客戶提供一站式紙製包裝產品及服務，專注於提供營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸與物流。由於我們的紙製包裝業務的核心是以產品設計和營銷為基礎，最終以解決終端消費者的需求及激發其購買慾為中心，我們積累了對產品營銷和識別消費者需求方面深刻的理解和經驗。在長達數十年的紙製包裝業務之外，我們尋求拓展業務，於2017年通過打造跨境社交電商業務抓住了移動互聯網發展帶來的新興跨境電商商機，並成為我們主要的收入來源。於2022年、2023年及2024年，我們的總收入分別為人民幣5,375.9百萬元、人民幣6,694.7百萬元及人民幣5,529.3百萬元。於同一時期，我們的利潤分別達到人民幣171.6百萬元、人民幣332.1百萬元及人民幣184.5百萬元。

財務資料

呈列基準

歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製，其包括國際會計準則理事會批准的所有準則及詮釋。

為編製整個往績記錄期間的歷史財務資料，我們已貫徹應用自2024年1月1日開始的會計期間生效的所有國際財務報告準則連同相關過渡條文。

歷史財務資料乃按歷史成本慣例編製，惟按公平值計入其他全面收益的若干貿易應收款項及應收票據、按公平值計入損益的若干定期存款、按公平值計入損益的若干金融資產、按公平值計入其他全面收益的金融資產及指定為按公平值計入其他全面收益的股本投資(已按公平值計量)除外。

我們已按我們將持續經營的基準編製歷史財務資料。

有關所載財務資料的編製基準的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.1。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績一直並預計將繼續受多種因素的影響。以下為影響及我們預計將持續影響我們的業務、財務狀況、經營業績及前景的主要因素。

全球宏觀環境與消費者及企業開支

作為領先的雙輪驅動企業，我們經營跨境社交電商業務(當中向全球(以亞洲為戰略重點)的消費者銷售產品)及紙製快消品包裝業務(當中向中國內地及海外領先的快消品公司提供一站式紙製包裝產品及服務)。因此，我們的業務及經營業績受全球經濟狀況的影響，包括全球整體經濟增長及人均可支配收入水平、終端市場的增長、國際貿易政策及關稅等。全球經濟狀況以及消費者和企業開支的不利變化，均可能對我們的產品及服務的需求產生負面影響，並對我們的經營業績產生重大不利影響。

財務資料

我們的兩項業務亦特別受到影響其各自行業(即全球跨境社交電商行業及中國內地的包裝行業)的因素影響：

我們的跨境社交電商業務。我們是以亞洲市場為戰略重點的領先中國跨境社交電商公司。因此，我們跨境社交電商業務的業績會受到全球B2C跨境社交電商行業整體變化，特別是亞洲市場變化的影響。有關詳情，請參閱「行業概覽 – 中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的概覽」。

互聯網及移動滲透率的提高推動全球B2C跨境社交電商行業的發展，使得全球越來越多的消費者日益習慣於數字化購物體驗，包括通過社交媒體平台接收及回應廣告。基於上述趨勢，於2022年至2023年，我們的跨境社交電商業務收入錄得顯著增長，由2022年的人民幣3,106.6百萬元增加37.0%至2023年的人民幣4,256.6百萬元。我們的跨境社交電商業務收入由2023年的人民幣4,256.6百萬元減少20.9%至2024年的人民幣3,365.9百萬元，主要由於根據灼識諮詢的資料，若干地區市場競爭加劇及匯率波動所致。

我們預計B2C跨境社交電商行業於亞洲及全球的持續增長將繼續刺激我們未來的增長。根據灼識諮詢的資料，2024年至2029年，按收入計的中國B2C出口社交媒體電商業務於亞洲市場的規模預計將以19.0%的年複合增速增長。作為亞洲市場上領先的中國跨境社交電商公司，我們相信我們蓄勢待發把握這一顯著增長。

我們的紙製包裝業務。根據灼識諮詢的資料，於2024年按收入計我們為中國內地領先的紙製快消品銷售包裝公司。因此，我們紙製包裝業務的業績受到中國內地紙製快消品銷售包裝行業的影響。有關詳情，請參閱「行業概覽 – 中國內地紙製快消品銷售包裝市場概覽」。

中國內地紙製快消品銷售包裝行業受到新產品發佈的加速推出、環保政策擴大紙製包裝的使用及包裝附加值提高的推動。因此，近年來紙製包裝產品的使用量穩步增加，預計將持續增加。根據灼識諮詢的資料，中國內地紙製快消品銷售包裝業務的市場規模預計將持續擴張，到2029年將達到人民幣2,227億元。

財務資料

此外，預計中國內地紙製快消品銷售包裝的加工費將在未來的售價中佔據更大比例。由於我們專注於提供一站式紙製包裝產品及服務，涵蓋營銷策略、產品設計、工藝設計及技術策劃、生產，至運輸及物流，我們相信我們已蓄勢待發，能在中國內地紙製快消品銷售包裝的增長中獲益更大。

選品及定價

我們在全球銷售兩種業務下品類齊全的產品。在我們跨境社交電商業務下，憑藉AI技術賦能的數據分析能力，我們的選品團隊能夠不斷試水，以發現能夠實現較高毛利率的最佳匹配SKU。因此，我們及時發現並對受歡迎的產品進行定價、準確識別、預測消費者趨勢並適應任何變化的能力對我們的市場表現至關重要。有關我們如何將我們的數據分析能力應用於選品的更多詳情，請參閱「業務 – 我們的跨境社交電商業務 – 選品」。透過策略性地瞄準消費者，我們尋求實施優化的定價策略，從而實現更高的毛利率。於2022年、2023年及2024年，我們跨境社交電商業務的毛利率分別為59.1%、63.1%及60.5%。我們及時應對消費者偏好的能力可能會影響我們跨境社交電商業務廣告支出的成效，這可能會影響我們吸引及維護企業客戶的能力以及我們的業務盈利能力，進而可能會影響我們的業務、財務狀況及經營業績。請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們可能無法及時識別及應對消費趨勢及消費者喜好以及市場需求的變化」。

與我們的戰略快消品客戶的關係

自成立以來，我們從事紙製包裝業務已有逾20年。隨著我們紙製包裝業務的發展，我們與包裝企業客戶建立並保持長期關係。我們的歷史性增長主要是由我們深化與現有企業客戶的關係以及擴大我們的戰略企業客戶群的能力所推動。

我們紙製包裝業務的未來增長將取決於我們維持及深化與企業客戶關係的能力。我們的企業客戶主要包括中國內地及海外的快消品公司。於往績記錄期間各年度，我們的五大客戶基本上均為我們紙製包裝業務的客戶。因此，與我們的快消品企業客戶關係的變化可能會影響我們的經營業績及財務狀況。

財務資料

我們致力於擴大與企業客戶的合作。我們是為數不多的有能力提供涵蓋營銷策略、產品設計、工藝設計、技術策劃、運輸及物流的一站式紙製包裝產品及服務的紙製快消品包裝公司之一。我們通過對材料、設計、工藝及產品的創新，不斷預測企業客戶的需求。為體現我們對環境保護以及ESG的承諾，隨著全球對塑料使用限制的日益普及，我們積極投資開發環保型包裝，從而擴大我們的產品組合，以更好地滿足企業客戶的需求。我們預計將繼續創新及開發新的紙製包裝產品，以滿足及適應企業客戶的需求，同時亦考慮彼等的預算。我們繼續執行上述者的能力將影響我們與企業客戶的關係，進而影響我們的經營業績及財務表現。

控制成本及開支的能力

我們控制跨境社交電商業務及紙製包裝業務成本及開支的能力受到近期通脹趨勢的影響。根據灼識諮詢的資料，全球通脹率自2021年年中開始上升，諸多國家的通脹率達到幾十年來的最高水平。造成通貨膨脹的原因有很多，包括疫情相關的經濟失衡、供應鏈問題、世界各國政府及中央銀行為應對疫情而於2020年及2021年採取的財政及貨幣刺激措施以及哄抬物價。在除中國內地以外的亞洲國家及地區，受汽油、食品及住房價格上漲的推動，消費者價格指數於2021年至2022年期間上漲7.7%。該等整體通脹壓力可能影響我們業務的營運及採購成本。

我們的跨境社交電商業務。於往績記錄期間，我們產生與跨境社交電商業務相關的銷售成本以及作為銷售我們電商產品的一部分的廣告成本。我們控制有關成本及開支的能力可能會嚴重影響我們的盈利能力。

與跨境社交電商業務有關的銷售成本指就跨境社交電商業務向供應商採購產品的成本。於2022年、2023年及2024年，與跨境社交電商業務有關的銷售成本分別為人民幣1,269.8百萬元、人民幣1,571.7百萬元及人民幣1,329.1百萬元，分別佔我們總銷售成本的39.7%、43.8%及42.8%。我們通過對特定產品保持一定水平的庫存，並在收到客戶訂單後從供應商處購買產品(倘我們的倉庫並無訂購的產品)來管理我們跨境社交電商業務的供應鏈。作為我們供應鏈管理能力有效性的證明，於往績記錄期間，根據灼識諮詢的資料，對於我們的跨境社交電商業務，我們各期間的存銷比介乎3.2%至4.0%，低於行業平均水平。

財務資料

此外，我們的廣告成本(主要包括與在社交媒體平台上投放廣告有關的成本)由2022年的人民幣1,491.4百萬元增加50.3%至2023年的人民幣2,242.2百萬元，及由2023年的人民幣2,242.2百萬元減少21.5%至2024年的人民幣1,761.1百萬元。於2022年、2023年及2024年，廣告成本分別佔我們的銷售及營銷開支總額的94.7%、95.7%及95.2%，及分別佔我們跨境社交電商業務總收入的48.0%、52.7%及52.3%。我們預計，在可預見未來，廣告成本將繼續佔我們銷售及營銷成本的絕大部分。我們營銷活動的成效很大程度取決於我們為消費者選擇相關產品的分析能力，並準確錨定我們於社交媒體平台上的廣告。倘該等營銷活動被證明無效，或者社交媒體平台的政策發生不利變化，從而影響我們營銷活動的成效，均可能會影響我們有效接觸及吸引目標消費者的能力，並影響我們實施業務模式及策略的能力。我們的盈利能力、表現及財務業績將取決於(其中包括)我們與數字營銷服務提供商以及社交媒體平台之間的牢固穩定業務關係。

我們的紙製包裝業務。於2022年、2023年及2024年，與紙製包裝業務相關的原材料成本分別為人民幣1,309.9百萬元、人民幣1,326.4百萬元及人民幣1,312.5百萬元，佔我們的紙製包裝業務總銷售成本的77.9%、77.9%及76.1%。生產包裝產品需要使用原紙及其他輔助原材料，因此，我們的銷售成本或會被原紙的價格波動所影響。由於宏觀經濟狀況、供需情況以及全球紙漿期貨市場的變化，白卡紙的價格於2020年至2024年間出現了大幅波動。特別是於2021年，受上游紙漿價格上行的推動，白卡紙的價格飆升至近五年來的最高水平，對紙製快消品銷售包裝行業的成本及定價動態均產生了明顯影響。有關進一步詳情，請參閱「行業概覽－中國內地紙製快消品銷售包裝市場概覽－中國內地紙製快消品銷售包裝行業主要原材料的價格歷史趨勢」。於往績記錄期間，一般而言我們能夠將原紙價格的大部分變動轉嫁予企業客戶，而我們的毛利率並無因往績記錄期間原紙價格的波動而受到重大不利影響。

財務資料

以下載列我們於往績記錄期間計入銷售成本的原紙成本波動的敏感度分析，其說明原紙成本增加或減少5%、10%及15%對我們毛利的假設影響：

截至12月31日止年度						
2022年			2023年		2024年	
毛利 變動	毛利 變動 百分比		毛利 變動	毛利 變動 百分比	毛利 變動	毛利 變動 百分比
人民幣百萬元，百分比除外						
原紙成本變動百分比						
+15%	-196.5	-9.0%	-199.0	-6.4%	-196.7	-8.1%
+10%	-131.0	-6.0%	-132.7	-4.3%	-131.1	-5.4%
+5%	-65.5	-3.0%	-66.3	-2.1%	-65.6	-2.7%
-5%	65.5	3.0%	66.3	2.1%	65.6	2.7%
-10%	131.0	6.0%	132.7	4.3%	131.1	5.4%
-15%	196.5	9.0%	199.0	6.4%	196.7	8.1%

外匯匯率波動

我們向跨境社交電商業務消費者進行的銷售以我們產品銷往的國家(主要為日本、韓國、泰國及沙特阿拉伯)的貨幣計值及結算，且該等金額不時會兌換為美元。我們主要以人民幣向我們的跨境社交電商業務供應商付款。就我們的紙製包裝業務而言，我們進行的銷售以人民幣計值及結算，且我們以人民幣向供應商支付。因此，外幣(尤其是美元)與人民幣之間及美元與人民幣之間的匯率變動可能會影響我們的經營業績及與境外賣家競爭的能力。我們於2022年及2023年分別錄得匯兌收益人民幣10.7百萬元及人民幣1.0百萬元。我們於2024年錄得匯兌虧損人民幣3.5百萬元。

人民幣兌美元及其他外幣的價值可能由於並非我們所能控制的多項因素而發生波動。外幣兌人民幣貶值，可能對我們的毛利產生負面影響，而外幣升值可能對我們的毛利產生積極影響。經考慮我們產品的競爭格局後，我們可能選擇通過提高我們的產品售價以減輕外幣貶值的影響。為減輕外匯風險，我們已採納審慎的外匯對沖政策。請參閱「市場風險 – 外匯風險」。然而，我們可能無法有效減輕外匯匯率波動的影響，且即使我們能夠減輕相關影響，我們產品的價格競爭力可能受到影響。請參閱「風險因素 – 與我們主要業務所在地的業務及行業有關的風險 – 我們面臨著與外匯匯率波動相關的風險」。

財務資料

COVID-19疫情的歷史影響

自2019年12月底以來，新型冠狀病毒(COVID-19)疫情已對全球經濟產生影響。為應對COVID-19疫情，包括自2021年底起在全球範圍內再次出現的COVID-19奧密克戎變異株，各國政府已採取多項措施遏制病毒的傳播，包括強制隔離、關閉工作場所及設施、旅行禁令和限制以及居家令。

受COVID-19的影響，我們面臨各種挑戰。例如，就我們的跨境社交電商業務而言，我們的若干僱員須遵守特定地區的隔離規定，不得在現場工作。就紙製包裝業務而言，我們位於湖北的生產設施因疫情防控政策而於往績記錄期間間歇性關閉合共約一個月。此外，由於採取多項行動(例如向員工提供住宿及食物以及分發個人防護裝備)緩解COVID-19的影響，我們產生額外成本。

儘管存在上述影響，於往績記錄期間，我們的營運及財務表現均未受到COVID-19疫情的重大不利影響。我們的跨境社交電商業務收入由2022年的人民幣3,106.6百萬元增加37.0%至2023年的人民幣4,256.6百萬元。於2024年，我們的跨境社交電商業務收入為人民幣3,365.9百萬元。於2022年、2023年及2024年，我們的跨境社交電商業務分別錄得毛利人民幣1,836.8百萬元、人民幣2,684.9百萬元及人民幣2,036.8百萬元，同期毛利率分別為59.1%、63.1%及60.5%。

就我們的紙製包裝業務而言，我們的收入由2022年的人民幣1,982.6百萬元增加5.8%至2023年的人民幣2,096.6百萬元，2024年保持相對穩定在人民幣2,099.5百萬元。於2022年、2023年及2024年，我們的紙製包裝業務分別錄得毛利人民幣300.5百萬元、人民幣393.2百萬元及人民幣375.2百萬元，同期毛利率分別為15.2%、18.8%及17.9%。

此外，疫情爆發影響消費模式逐漸由線下轉移至線上，尤其是在2022年，即是疫情高峰期。這一趨勢推動了包括我們在內的電商企業的增長。用戶對網上購物的接受度不斷提高，這對我們跨境社交電商業務的簽收訂單數量產生積極影響。與此趨勢一致，我們的簽收訂單的數量由2022年的11.7百萬份增至2023年的16.4百萬份。此外，於2024年，我們的簽收訂單數量為13.8百萬份。我們的紙製包裝業務亦取得穩定的業務增長，從往績記錄期間的產量增長可見一斑。我們的紙製包裝業務的產量亦由2022年的846.7百萬平方米增至2023年的925.3百萬平方米，並於2024年進一步增至1,026.1百萬平方米。

財務資料

重大會計政策及估計

我們遵照國際財務報告準則編製我們的綜合財務資料，這需要我們作出判斷、估計及假設，有關判斷、估計及假設會影響於綜合財務資料日期的資產及負債的呈報金額及財務報告期內收入及開支的呈報金額。我們基於最新可得資料、我們本身以往的經驗及我們視情況認為合理的多種其他假設持續評估該等估計及假設，評估結果構成對無法容易從其他來源清楚顯現的資產及負債賬面值作出判斷的基礎。由於使用估計是財務申報流程不可或缺的一部分，後續財務申報中實際結果與估計不同可能會導致與先前財務申報存在偏差。我們認為，下文討論的政策及估計對理解我們的綜合財務資料至關重要，因為有關政策及估計的應用最需要我們的管理層作出判斷。有關我們重大會計政策資料及估計的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註2及3。

重大會計政策資料

收入確認

客戶合約收入

於向客戶轉移貨品或服務的控制權時確認客戶合約收入，轉讓金額應為能反映我們預期就交換該等貨品或服務有權獲得的代價。

根據過往經驗，我們採用預期價值法估計包括銷售退貨在內的可變代價金額。與無條件銷售退貨有關的金額對我們於往績記錄期間各期間的總收入微不足道。我們的收入主要來自跨境社交電商的營運以及包裝產品的生產及銷售。我們的收入確認政策的更多詳情如下：

(a) 跨境社交電商

來自跨境社交電商的收入於產品控制權轉移至客戶時確認，一般在交付及客戶接受產品時確認。

(b) 銷售包裝產品

銷售包裝產品的收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般在交付及客戶接受包裝產品時確認。

財務資料

(c) 服務

服務收入於向客戶提供並由客戶接受服務的時間點確認。

其他收入

利息收入乃以應計基準採用實際利率法(即採用於金融工具的預計年期或一段較短期間(如適用)內將估計未來現金收入準確貼現至金融資產賬面淨值的利率)確認。

股息收入在股東收取付款之權利確認，與股息相關之經濟利益將可能流入我們及能夠可靠地計量股息金額時確認。

物業、廠房及設備以及折舊

除在建工程以外，物業、廠房及設備按成本減累計折舊及任何減值虧損呈列。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及使有關資產達致其運作狀況及地點以作擬定用途所產生的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投產後所產生的支出(如維修及保養)通常於產生期間計入損益。在符合確認標準的情況下，大型檢查的支出會於資產賬面值資本化為重置。倘物業、廠房及設備的主要部分須分段重置，則我們會將有關部分確認為具有指定可使用年期的個別資產，並相應計提折舊。

折舊乃以直線法計算，以按其估計可使用年期撇銷各物業、廠房及設備項目的成本至其剩餘價值。作此用途的主要年度比率如下：

類別	主要年度比率(%)
樓宇	3.17至9.50
租賃物業裝修	8.33至50.00
機械	9.50至19.00
汽車	19.00
其他設備	19.00

倘物業、廠房及設備項目的各部分有不同可使用年期，則該項目的成本將按合理基礎分配至各部分，而每部分將單獨折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊法至少須於各財政年度結束時予以檢討，並作調整(如適用)。

財務資料

物業、廠房及設備項目(包括初始確認的任何重大部分)於出售或預期不會從其使用或出售獲取未來經濟利益時終止確認。於終止確認資產的年度在損益確認的任何出售或報廢損益，為有關資產出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程指在建樓宇，其按成本減任何減值虧損呈列且不計提折舊。成本包括在建期內的直接建設成本及相關借入資金的資本化借款成本。在建工程竣工且可供使用時，將重新分類至物業、廠房及設備的適當類別。

無形資產(商譽除外)

個別收購的無形資產於初始確認時按成本計量。業務合併時收購的無形資產的成本為收購日期的公平值。無形資產的可使用年期分為有限期或無限期。有限期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法至少於每個財政年度末檢討一次。

專利及許可證

購買的專利及許可證按成本減任何減值虧損列賬，並在其5至20年估計可使用年期內按直線法攤銷。

研發成本

所有研究成本均於產生時自損益表扣除。

僅於我們可以證明完成無形資產的技術可行性以供使用或銷售、其有意完成及其有能力使用或銷售該資產、該資產如何產生未來經濟利益、有資源完成項目以及有能力可靠計量開發過程中的支出時，方會就開發新產品項目產生的支出予以資本化並作遞延處理。不符合此等標準的產品開發開支在產生時支銷。

遞延開發成本按成本減任何減值虧損列賬並採用直線法在相關產品投入商業生產之日起計不超過五至七年的商業使用年限內攤銷。

財務資料

軟件

軟件以成本減去任何減值虧損列賬，並根據我們過往的經驗以及軟件使用的不同目的和授權使用期限，在5至10年的估計可使用年期內按直線法攤銷。

其他無形資產的估計可使用年期，乃計及我們的經濟利益期限或受相關法律保護的無形資產的有效期，並參考行業慣例釐定。

存貨

存貨以成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本按加權平均法釐定，就在製品及製成品而言，成本包括直接材料、直接人工及適當比例的間接費用。可變現淨值乃根據估計售價減完成及出售時將產生的任何估計成本計量。

租賃

我們在合約開始時評估合約是否為或包含租賃。倘合約為換取代價而轉移於一段時間內控制使用已識別資產的權利，則該合約為或包含租賃。

本集團為承租人

除短期租賃及低價值資產租賃外，我們對所有租賃採取單一確認及計量方法。我們確認用於作出租賃付款的租賃負債以及代表使用相關資產的權利的使用權資產。

(a) 使用權資產

使用權資產於租賃開始日期(即相關資產可供使用的日期)確認。使用權資產以成本減任何累計折舊及任何減值虧損計量，並就租賃負債的任何重新計量進行調整。使用權資產的成本包括已確認的租賃負債金額、已產生的初始直接成本以及在開始日期或之前支付的租賃付款減收到的任何租賃優惠。使用權資產使用直線法按租期與資產估計可使用年期之間之較短者計提折舊，具體如下：

物業	2至10年
土地使用權	44至50年

倘租賃資產的所有權在租期結束時轉讓予我們，或成本反映行使購買選擇權，則使用資產的估計可使用年期計算折舊。

財務資料

(b) 租賃負債

於租賃開始日期，租賃負債按租期內作出之租賃付款之現值予以確認。租賃付款包括固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠、取決於指數或利率的可變租賃付款及根據剩餘價值擔保預計支付的金額。租賃付款亦包括我們合理地確定行使之購買選擇權之行使價及在租期反映我們行使終止租賃之選擇權之情況下終止租賃而需支付之罰款。不取決於指數或利率的可變租賃付款在觸發付款的事件或條件發生期間確認為開支。

在計算租賃付款的現值時，由於租賃中所隱含的利率不易確定，故我們在租賃開始日期使用增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額之增加反映利息之增長，其減少則反映所作出之租賃付款。此外，如出現修改、租期變動、租賃付款變化(例如因指數或利率變動導致的未來租賃付款變動)或購買相關資產的選擇權的評估變化，則租賃負債的賬面值將重新計量。

(c) 短期租賃

我們將短期租賃確認豁免用於其物業及機械的短期租賃(即租期為自開始日期起計12個月或以下且不包含購買選擇權的租賃)。

短期租賃的租賃付款於租期內按直線法確認為開支。

於聯營公司的投資

聯營公司指我們擁有通常(但不必要)不低於20%股權表決權的長期權益，並可對其施加重大影響力的實體。重大影響指參與投資對象的財務及經營政策決策的權利，但不控制該等政策。

我們於聯營公司的投資於綜合財務狀況表中以我們按權益會計法應佔淨資產減去任何減值虧損入賬。

財務資料

我們應佔聯營公司的收購後業績及其他全面收益分別計入綜合損益表及綜合其他全面收益表。此外，當變動直接於該聯營公司的權益確認時，我們於綜合權益變動表確認我們應佔的任何變動(如適用)。我們與我們的聯營公司之間的交易產生的未變現收益及虧損以我們於聯營公司的投資為限進行抵銷，除非未變現虧損提供所轉讓資產減值的證據。收購聯營公司產生的商譽計入作為我們於聯營公司的投資的一部分。

倘於聯營公司的投資成為於合營企業的投資或出現相反情況，保留權益將不予重新計量。反之，該投資繼續根據權益法入賬。在所有其他情況下，於失去對聯營公司的重大影響力或失去對合營企業的共同控制權時，我們按其公平值計量及確認任何保留投資。聯營公司或合營企業於失去重大影響力或共同控制權時，賬面值與保留投資及出售所得款項的公平值之間的任何差額於損益中確認。

業務合併及商譽

業務合併採用收購法入賬。轉讓代價按收購日期的公平值計量，該公平值是在收購日期我們所轉讓資產的公平值、我們向被收購方前擁有人承擔的負債及我們為換取被收購方控制權而發行的股權的總和。就各業務合併而言，我們選擇是否以公平值或被收購方可識別資產淨值的應佔比例，計量於被收購方的非控股權益。非控股權益的所有其他組成部分按公平值計量。收購相關成本於產生時支銷。

當所收購的一組活動及資產包括共同對創造產出的能力作出重大貢獻的一項投入及一項實質性過程時，我們確定我們已收購一項業務。

當我們收購一項業務時，我們會根據合約條款、於收購日期的經濟環境及相關條件，評估所承擔的金融資產及負債，以作出合適的分類及標示。這包括分離被收購方主合約中的嵌入式衍生工具。

倘業務合併分階段進行，先前持有的股權按其收購日期的公平值重新計量，所產生任何收益或虧損於損益確認。

收購方將轉讓的任何或然代價按收購日期的公平值確認。分類為資產或負債的或然代價按公平值計量，公平值變動於損益確認。分類為權益的或然代價不予重新計量，其後結算於權益中入賬。

財務資料

商譽初步按成本計量，即已轉讓代價、已確認非控股權益金額及我們先前持有的被收購方股權的任何公平值的總和，超過所收購可識別資產及所承擔負債的差額。倘該代價及其他項目的總和低於所收購資產淨值的公平值，則差額於重新評估後在損益確認為議價收購收益。

於初步確認後，商譽按成本減任何累計減值虧損計量。商譽須每年作減值測試，或當有事件出現或情況改變顯示賬面值可能出現減值時，則會進行更頻密的測試。我們於12月31日對商譽進行年度減值測試。就減值測試而言，於業務合併中收購的商譽自收購日期起分配至預期可受惠於合併協同效益的我們各個現金產生單位(或現金產生單位組別)，不論本集團其他資產或負債是否分配至該等單位或單位組別。

減值通過評估與商譽有關的現金產生單位(現金產生單位組別)的可收回金額確定。倘現金產生單位(現金產生單位組別)的可收回金額低於賬面值，則確認減值虧損。就商譽確認的減值虧損不會於其後期間撥回。

倘商譽已分配至現金產生單位(或現金產生單位組別)，而該單位的部分業務已出售，則在釐定出售所得收益或虧損時，與所出售業務相關的商譽會計入該業務的賬面值。在該等情況下出售的商譽乃根據所出售業務的相關價值及現金產生單位的保留份額計量。

商譽減值測試

透過業務合併獲得的商譽就減值測試分配至下列現金產生單位(「現金產生單位」)：

- SENADA BIKES現金產生單位；及
- 濟南吉聯包裝產品現金產生單位。

分配至各現金產生單位的商譽賬面值如下：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
SENADA BIKES現金產生單位	7,920	7,920	7,920
濟南吉聯包裝產品現金產生單位	1,665	1,665	1,665
	<u>9,585</u>	<u>9,585</u>	<u>9,585</u>

財務資料

SENADA BIKES現金產生單位

我們的管理層委聘一名獨立外部估值師來評估商譽截至2022年、2023年及2024年12月31日的可收回金額。SENADA BIKES現金產生單位的可收回金額按管理層批准的五年期財政預算的現金流量預測根據使用價值計算法釐定。截至2022年、2023年及2024年12月31日，現金流量預測採用的貼現率分別為13.17%、13.92%及15.17%。據推斷，五年期後的現金流量將採用零增長率，並假設業務將永久營運。

下表載列管理層於減值評估中採用的主要假設：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
年收入增長率 – 預測期的平均值	14.25%	13.25%	11.37%
平均毛利率	22.97%	24.32%	26.40%
稅前貼現率	13.17%	13.92%	15.17%

截至2022年、2023年及2024年12月31日，按使用價值計算，可收回金額分別超出SENADA BIKES現金產生單位賬面值人民幣1,390,000元、人民幣12,010,000元及人民幣8,747,000元。

在計算使用價值時採用的關鍵假設

於計算往績記錄期間的現金產生單位使用價值時使用若干假設。在計算使用價值時採用的關鍵假設包括多項影響銷售額及毛利率預算及貼現率的內外因素。下文描述管理層就進行商譽減值測試所依據的現金流量預測的各項關鍵假設：

銷售額及毛利率預算 – 用於釐定分配至銷售額及毛利率預算的基礎為緊接預算年度前一年取得的平均業績，因預期的效率提高及預期市場發展而增加。

貼現率 – 截至2022年、2023年及2024年12月31日，現金流量預測分別使用貼現率13.17%、13.92%及15.17%貼現。貼現率反映金錢時間值的現時市場評估，並以估計資本成本為基準。

對SENADA BIKES市場發展的主要假設賦值及貼現率與外部資料來源一致。

財務資料

SENADA BIKES現金產生單位估值的敏感度分析

在所有其他關鍵假設保持不變的情況下，我們通過將銷售額預算減少0.3%、將毛利率減少0.3%或將貼現率增加0.3%進行敏感度測試。對SENADA BIKES現金產生單位可收回金額超出賬面值(「餘量」)的影響如下：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銷售額預算減少0.3%	(1,114)	(1,374)	(1,129)
毛利率減少0.3%	(1,351)	(1,650)	(1,215)
貼現率增加0.3%	(1,121)	(1,381)	(913)

與上述關鍵假設的影響相對應的餘量如下：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
餘量－銷售額預算減少0.3%	276	10,636	7,618
餘量－毛利率減少0.3%	39	10,360	7,532
餘量－貼現率增加0.3%	269	10,629	7,834

在銷售額預算、毛利率及貼現率發生合理可能變化後，截至2023年及2024年12月31日止年度現金產生單位的賬面值不會超過其可收回金額。由於SENADA BIKES現金產生單位的收購日期接近2022年12月31日，故SENADA BIKES現金產生單位於截至2022年12月31日的估值接近收購SENADA BIKES現金產生單位的代價，餘量較小。

根據我們及獨立外部估值師進行的上述評估結果，我們的董事得出結論，截至往績記錄期間各年度末，無須就上述商譽確認減值虧損。

財務資料

投資及其他金融資產

初步確認及計量

金融資產於初始確認時分類為後續按攤銷成本、按公平值計入其他全面收益及按公平值計入損益計量。

於初始確認時，金融資產分類取決於金融資產的合約現金流量特點和我們管理該等金融資產的業務模式。除了不包含重大融資成分或我們已應用可行權宜方法(不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項及應收票據之外，我們初步按公平值加上(倘若金融資產並非按公平值計入損益)交易成本計量金融資產。不包含重大融資成分或我們已應用可行權宜方法的貿易應收款項及應收票據按國際財務報告準則第15號釐定的交易價格根據收入確認所載的政策計量。

為使金融資產按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益進行分類及計量，需產生純粹為支付本金及未償還本金利息(「純粹為支付本金及利息」)的現金流量。現金流量並非純粹為支付本金及利息的金融資產，不論業務模式如何，均按公平值計入損益分類和計量。

我們管理金融資產的業務模式指我們如何管理我們的金融資產以產生現金流量。業務模式確定現金流量是否來自收集合約現金流量、出售金融資產，或兩者兼有。按攤銷成本分類和計量的金融資產於以持有金融資產為目標的業務模式內持有，旨在收取合約現金流量，而按公平值計入其他全面收益分類和計量的金融資產於旨在持有以收取合約現金流量和出售的業務模式內持有。並非按上述業務模式持有的金融資產會按公平值計入損益分類和計量。

所有以常規方式購買及銷售的金融資產於交易日(即承諾購買或出售資產當日)確認。常規買賣指規定於一般由市場規例或慣例確立的期間內交付資產的金融資產買賣。

後續計量

金融資產的後續計量取決於以下分類：

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)

按攤銷成本計量的金融資產後續使用實際利率法計量，並且須計提減值。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

財務資料

指定按公平值計入其他全面收益的金融資產(股本投資)

於初步確認時，我們可選擇於股本投資符合國際會計準則第32號金融工具：呈報項下的股本定義且並非持作買賣時，將其股本投資不可撤回地分類為指定按公平值計入其他全面收益的股本投資。分類乃按個別工具基準釐定。

該等金融資產的收益及虧損概不會被重新計入損益表。倘確立收款權，股息於損益表中確認為其他收入，惟當我們於作為收回金融資產一部分成本的所得款項中獲益時則除外，於此情況下，該等收益於其他全面收益入賬。指定按公平值計入其他全面收益的股本投資不受減值評估影響。

按公平值計入損益的金融資產

按公平值計入損益的金融資產按公平值於財務狀況表列賬，而公平值變動淨額則於損益表確認。

該類別包括我們並無不可撤銷地選擇按公平值計入其他全面收益進行分類的衍生工具及股本投資。倘收款權確立，股本投資的股息亦於損益表中確認為其他收入。

金融資產減值

我們對並非按公平值計入損益持有的所有債務工具預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)確認撥備。預期信貸虧損是基於根據合約到期的合約現金流量與我們預期收取的所有現金流量之間的差額而釐定，並且以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押的現金流量或組成合約條款的其他信貸提升措施的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段進行確認。對於自初始確認起並無顯著增加的信貸風險，就於未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提預期信貸虧損撥備。對於自初始確認起已顯著增加的信貸風險，不論何時發生違約，在剩餘風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

財務資料

於各報告日期，我們評估自初始確認起金融工具的信貸風險是否大幅增加。在進行有關評估時，我們會就金融工具於報告日期發生違約的風險與金融工具於初始確認當日發生違約的風險進行比較，並考慮合理可靠且毋須付出不必要的成本或努力即可獲得的資料，包括過往和前瞻性資料。倘合約款項逾期超過30日以上，則我們認為信貸風險大幅上升。

我們會在合約付款逾期90日時考慮金融資產違約。然而，在某些情況下，倘若內部或外部資料顯示，在計及我們持有的任何信貸提升措施前，我們不大可能全額收到未償還合約款項，則我們也可認為金融資產違約。

於無法合理預期收回合約現金流量時，則撇銷金融資產。

按攤銷成本計量的金融資產在一般方法下可能會出現減值，其按以下計量預期信貸虧損的階段分類，應用下文所詳述簡化方法的貿易應收款項及應收票據則除外。

第1階段 – 自初始確認以來信貸風險未顯著增加及其虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第2階段 – 自初始確認以來信貸風險顯著增加但並非信貸減值金融資產及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第3階段 – 於報告日期已信貸減值(但不是購買或原生信貸減值)及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融資產

簡化方法

對於不包含重大融資成分或我們已應用可行權宜方法(不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項及應收票據，我們於計算預期信貸虧損時應用簡化方法。根據簡化方法，我們不追溯信貸風險變動，而是根據各報告日期的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。我們已根據其過往信貸虧損經驗設立撥備矩陣，並按債務人的特定前瞻性因素和經濟環境作出調整。

財務資料

外幣

歷史財務資料以人民幣呈列，而人民幣為本公司功能貨幣。本集團的每個實體自行決定其功能貨幣，而計入每個實體的歷史財務資料的項目均採用該功能貨幣計量。本集團旗下實體入賬的外幣交易初步使用其各自的功能貨幣於交易當日的現行匯率入賬。以外幣計值的貨幣資產及負債按各往績記錄期間末的功能貨幣匯率換算。結算或換算貨幣項目所產生的差額於損益表確認。

以外幣歷史成本計量的非貨幣項目按初步交易當日的匯率換算。以外幣公平值計量的非貨幣項目則按計量公平值當日的匯率換算。換算按公平值計量的非貨幣項目產生的收益或虧損按與確認該項目公平值變動的收益或虧損一致的方式處理(即公平值收益或虧損於其他全面收益或損益確認的項目的換算差額亦分別於其他全面收益或損益確認)。

若干海外附屬公司的功能貨幣為人民幣以外的貨幣。於報告期間末，該等實體的資產及負債按報告期間末的現行匯率換算為人民幣，其損益表按交易當日的現行匯率相若的匯率換算為人民幣。

所產生的匯兌差額於其他全面收益確認，並在匯兌波動儲備中累積，惟差額歸屬於非控股權益則除外。當出售海外業務時，與該特定海外業務有關的儲備中的累計金額於損益表內確認。

重大會計判斷及估計

確認以股份為基礎的付款開支

我們根據股份獎勵計劃授予若干管理層及僱員限制性股份以進行激勵。限制性股份的歸屬須待特定歸屬條件達成，方可落實。有關條件包括服務期限及／或表現條件。在考慮歸屬條件以釐定以權益結算以股份為基礎的付款開支計量時將計入之限制性股份數目時，我們須作出判斷。於歸屬日期之前，於往績記錄期間各期間末就以股份為基礎的付款確認之累計開支反映歸屬期已屆滿部分以及我們對最終歸屬之限制性股份數目之最佳估計。期間內於綜合損益表扣除或計入之款額指於期初及期末確認之累計費用之變動。

財務資料

貿易應收款項及其他應收款項預期信貸虧損撥備

除若干貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損乃基於估計現金流量，並計及過往及前瞻性資料後個別評估外，我們使用撥備矩陣計算貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的不同對手方組別的逾期日數計算。

撥備率初步基於我們過往觀察所得違約率而釐定。我們將按前瞻性資料調整過往信貸虧損經驗。舉例而言，倘預測經濟狀況預期將於未來一年惡化，導致違約次數增加，則過往違約率將予以調整。於各報告日期，過往觀察所得違約率將予以更新，並會分析前瞻性估計變動。

過往觀察所得違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損之間關聯係數的評估為一項重大估計。預期信貸虧損的金額對環境及預測經濟狀況的變動敏感。我們的過往信貸虧損經驗及經濟狀況的預測亦未必反映未來的實際違約情況。有關我們貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損的資料披露於本文件附錄一所載會計師報告附註24及25。

遞延稅項資產

倘可能有應課稅溢利可用於抵銷虧損及可扣稅暫時性差額，則就未動用的稅項虧損及可扣稅暫時性差額確認遞延稅項資產。管理層須根據未來應課稅溢利的大致時間及數額以及未來稅務計劃策略作出重大判斷，以釐定可確認的遞延稅項資產金額。於2022年、2023年及2024年12月31日，有關已確認稅項虧損的遞延稅項資產的賬面值為零。於2022年、2023年及2024年12月31日，未確認稅項虧損的金額分別為人民幣308.8百萬元、人民幣394.8百萬元及人民幣466.3百萬元。有關進一步詳情載於本文件附錄一會計師報告附註32。

租賃 – 估計增量借款利率

我們無法輕易確定租賃中的內含利率，因此，我們使用增量借款利率（「**增量借款利率**」）計量租賃負債。增量借款利率為我們於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近的資產，而以類似抵押品於類似期限借入所需資金應支付的利率。因此，增量借款利率反映了我們「應支付」的利率，當無可觀察的利率時（如就並無訂立融資交易的附屬公司而言）或當須對利率進行調整以反映租賃的條款及條件時（如當租賃並非以附屬公司的功能貨幣訂立時），則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，我們使用可觀察輸入數據（如市場利率）估算增量借款利率並須作出若干實體特定的估計（如附屬公司的獨立信貸評級）。

財務資料

非金融資產(商譽除外)減值

我們於各往績記錄期間末評估所有非金融資產(包括使用權資產)有否減值跡象。具無限使用年期的無形資產每年均會及於有減值跡象出現的其他時間進行減值測試。其他非金融資產在有跡象顯示其賬面值可能無法收回時進行減值測試。當資產或現金產生單位之賬面值超過其可收回金額(即公平值減出售成本與其使用價值之較高者)，則存在減值。公平值減出售成本乃基於按公平原則所進行具約束力的同類資產銷售交易所得數據或可觀察市場價格扣除出售資產的增量成本計算。計算使用價值時，管理層須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

存貨撇減

我們的存貨以其成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。我們經參考存貨貨齡及狀況以及考慮影響有關存貨銷路的經濟情況後按所估計的可變現價值撇減存貨。存貨將每季度進行檢討，以於適當情況下予以撇減。

物業、廠房及設備項目的可使用年期及剩餘價值

釐定物業、廠房及設備項目的可使用年期及剩餘價值時，我們須考慮多項因素，例如因生產及提供服務變動或改進或市場對有關資產的產品或服務輸出的需求有所改變而導致的技術性或商業性過時、資產預期用途、預期自然損耗、資產保養及維修和使用資產所受到的法律或類似限制。資產的可使用年期乃根據我們使用具類似用途的類似資產的經驗而估計。倘物業、廠房及設備項目的估計可使用年期及／或剩餘價值與先前估計不同，則會作出額外折舊。可使用年期及剩餘價值於各年度末按情況變化進行檢討。有關物業、廠房及設備的進一步詳情載於本文件附錄一會計師報告附註14。

財務資料

經營業績

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要，當中呈列項目的實際數字及佔總收入的百分比，摘錄自本文件附錄一會計師報告所載綜合損益及全面收益表：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0
銷售成本	(3,197,031)	(59.5)	(3,590,378)	(53.6)	(3,109,944)	(56.2)
毛利	2,178,853	40.5	3,104,303	46.4	2,419,315	43.8
其他收入及收益	36,214	0.7	53,381	0.8	61,114	1.1
銷售及營銷開支	(1,575,180)	(29.3)	(2,342,146)	(35.0)	(1,849,611)	(33.5)
行政開支	(170,652)	(3.2)	(240,642)	(3.6)	(264,591)	(4.8)
研發開支	(148,512)	(2.8)	(141,980)	(2.1)	(124,429)	(2.3)
金融資產減值虧損	(76,680)	(1.4)	(25,367)	(0.4)	(9,037)	(0.2)
分佔聯營公司(虧損)/溢利	(4,865)	(0.1)	1,854	0.0	3,584	0.1
匯兌收益/(虧損)淨額	10,736	0.2	975	0.0	(3,512)	(0.1)
財務成本	(21,627)	(0.4)	(13,412)	(0.2)	(12,250)	(0.2)
其他開支及虧損	(14,397)	(0.2)	(10,500)	(0.2)	(2,443)	(0.0)
除稅前溢利	213,890	4.0	386,466	5.8	218,140	3.9
所得稅開支	(42,311)	(0.8)	(54,344)	(0.8)	(33,690)	(0.6)
年內溢利	171,579	3.2	332,122	5.0	184,450	3.3
以下人士應佔：						
母公司擁有人	183,980		345,099		181,931	
非控股權益	(12,401)		(12,977)		2,519	
	171,579		332,122		184,450	
每股盈利						
基本及攤薄(人民幣元)	0.48		0.92		0.49	

財務資料

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的經調整溢利(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們認為，該非國際財務報告準則計量有利於通過去除項目的潛在影響，比較不同期間及不同公司的經營表現。

我們認為，經調整溢利(非國際財務報告準則計量)為投資者及其他人士提供有用的資料，以與彼等協助我們的管理層一致的方式了解及評估我們的綜合全面收益表。然而，我們呈列的經調整溢利(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司所呈列類似計量相比。經調整溢利(非國際財務報告準則計量)用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報綜合全面收益表或財務狀況的分析。

我們將經調整溢利(非國際財務報告準則計量)定義為通過加回以權益結算以股份為基礎的付款開支作出調整的年內溢利。

下表載列年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)與根據國際財務報告準則呈列的年內溢利的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
溢利與經調整溢利(非國際財務報告準則計量)對賬：			
年內溢利	171,579	332,122	184,450
加回：			
以權益結算以股份為基礎的			
付款開支 ^(附註)	3,126	26,379	17,332
年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)	174,705	358,501	201,782

附註：以權益結算以股份為基礎的付款開支主要指我們自僱員獲得服務作為我們權益工具代價的安排，屬非現金性質。

財務資料

綜合損益表主要組成部分

收入

我們的收入來自(i)我們的跨境社交電商業務；(ii)紙製包裝業務及(iii)其他。

按業務分部劃分的收入明細

下表載列於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入						
跨境社交電商						
業務	3,106,601	57.8	4,256,637	63.6	3,365,903	60.9
紙製包裝業務	1,982,591	36.9	2,096,606	31.3	2,099,461	38.0
其他 ⁽¹⁾	286,692	5.3	341,438	5.1	63,895	1.1
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括營銷及廣告業務以及附帶貿易業務。有關更多詳情，請參閱「業務 – 我們的其他業務」。

財務資料

按地區市場劃分的收入明細

下表載列於所示期間按地區市場劃分的收入總額明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入						
東北亞 ⁽¹⁾	1,794,364	33.4	2,541,774	38.0	1,738,742	31.4
中國內地 ⁽²⁾	2,190,291	40.7	2,309,038	34.5	2,037,028	36.8
東南亞 ⁽³⁾	677,902	12.6	846,808	12.6	661,433	12.0
中東 ⁽⁴⁾	409,467	7.6	385,919	5.8	341,777	6.2
歐洲 ⁽⁵⁾ 及 北美洲 ⁽⁶⁾	255,699	4.8	509,541	7.6	647,834	11.7
其他 ⁽⁷⁾	48,161	0.9	101,601	1.5	102,445	1.9
總計	5,375,884	100.0	6,694,681	100.0	5,529,259	100.0

附註：

- (1) 東北亞包括日本、韓國、香港特別行政區及中國台灣。
- (2) 僅包括我們於中國內地的紙製包裝業務及其他業務。詳情請參閱「業務 – 我們的紙製包裝業務」及「業務 – 我們的其他業務」。
- (3) 東南亞包括泰國、馬來西亞、新加坡及菲律賓。
- (4) 中東包括沙特阿拉伯及阿拉伯聯合酋長國。
- (5) 歐洲包括意大利、德國及波蘭。
- (6) 北美洲包括加拿大及美國。
- (7) 包括主要來自我們於其他國家或地區(如澳大利亞及新西蘭)的紙製包裝業務產生的收入。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)原材料及商品成本；(ii)勞工成本；(iii)物流成本；及(iv)其他(主要包括與其他業務有關的銷售成本)。

下表載列於所示期間按業務分部劃分的銷售成本明細，按實際成本及佔總銷售成本百分比表示：

截至12月31日止年度						
2022年		2023年		2024年		
人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
銷售成本						
跨境社交電商業務						
業務	1,269,838	39.7	1,571,742	43.8	1,329,134	42.8
紙製包裝業務	1,682,064	52.6	1,703,450	47.4	1,724,280	55.4
其他	245,129	7.7	315,186	8.8	56,530	1.8
總計	3,197,031	100.0	3,590,378	100.0	3,109,944	100.0

下表載列於所示期間按性質劃分的銷售成本明細：

截至12月31日止年度						
2022年		2023年		2024年		
人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
銷售成本						
原材料及商品成本						
成本	1,796,722	56.2	1,953,046	54.4	1,769,816	56.9
勞工成本	307,045	9.6	347,104	9.6	381,572	12.3
物流成本	733,995	23.0	852,973	23.8	741,598	23.8
其他	359,269	11.2	437,255	12.2	216,958	7.0
總計	3,197,031	100.0	3,590,378	100.0	3,109,944	100.0

財務資料

毛利及毛利率

我們的毛利指我們的收入減銷售成本，而我們的毛利率則指我們的毛利佔收入的百分比。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的毛利分別為人民幣2,178.9百萬元、人民幣3,104.3百萬元及人民幣2,419.3百萬元，而我們的毛利率於相關期間則分別為40.5%、46.4%及43.8%。

下表載列於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					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
跨境社交電商業務	1,836,763	59.1	2,684,895	63.1	2,036,769	60.5
紙製包裝業務	300,527	15.2	393,156	18.8	375,181	17.9
其他	41,563	14.5	26,252	7.7	7,365	11.5
總計	<u>2,178,853</u>	<u>40.5</u>	<u>3,104,303</u>	<u>46.4</u>	<u>2,419,315</u>	<u>43.8</u>

財務資料

其他收入及收益

我們的其他收入及收益主要包括政府補助及銀行利息收入。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的其他收入及收益分別為人民幣36.2百萬元、人民幣53.4百萬元及人民幣61.1百萬元。

下表載列於所示期間其他收入及收益的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
其他收入						
政府補助 ⁽¹⁾	26,879	74.2	35,243	66.0	39,034	63.9
銀行利息收入	7,303	20.2	14,057	26.3	13,087	21.3
收益						
出售物業、廠房及設備項目的收益淨額	1,508	4.2	—	—	—	—
按公平值計入損益的金融資產收益	—	—	2,453	4.6	4,338	7.1
一間附屬公司撤銷註冊的收益	—	—	—	—	1,261	2.1
遠期外匯安排收益	—	—	—	—	221	0.4
按公平值計入損益的金融資產公平值收益	—	—	231	0.4	88	0.1
出售附屬公司的收益	56	0.2	515	1.0	—	—
出售一間聯營公司的收益	—	—	—	—	646	1.1
其他 ⁽²⁾	468	1.2	882	1.7	2,439	4.0
總計	36,214	100.0	53,381	100.0	61,114	100.0

附註：

(1) 政府補助指獲取中國內地當地政府的補貼及福利。

(2) 其他主要指若干應付貿易賬款的撇銷。

財務資料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支主要包括(i)與為跨境社交電商業務在社交媒體平台投放廣告有關的廣告開支；(ii)銷售及營銷人員的員工成本；及(iii)就我們跨境社交電商業務支付的服務費，主要與平台技術服務費有關。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣1,575.2百萬元、人民幣2,342.1百萬元及人民幣1,849.6百萬元，佔我們總收入的29.3%、35.0%及33.5%。

下表載列我們於所示期間的銷售及營銷開支明細(以實際數字及佔我們總銷售及營銷開支的百分比列示)：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售及營銷開支						
廣告開支	1,491,367	94.7	2,242,166	95.7	1,761,136	95.2
員工成本	25,519	1.6	33,280	1.4	26,167	1.4
服務費	20,665	1.3	19,302	0.8	17,700	1.0
其他 ⁽¹⁾	37,629	2.4	47,398	2.1	44,608	2.4
總計	1,575,180	100.0	2,342,146	100.0	1,849,611	100.0

附註：

(1) 其他主要指租金開支及辦公費用。

財務資料

行政開支

我們的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)辦公費用；(iii)租金開支；(iv)稅金及附加；及(v)專業費用。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的行政開支分別為人民幣170.7百萬元、人民幣240.6百萬元及人民幣264.6百萬元，佔我們總收入的3.2%、3.6%及4.8%。

下表載列我們於所示期間的行政開支明細(以實際數字及佔我們總行政開支的百分比列示)：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
行政開支						
員工成本	96,739	56.7	145,303	60.4	161,829	61.1
辦公費用	16,066	9.4	20,217	8.4	23,765	9.0
租金開支	8,444	4.9	13,120	5.5	13,765	5.2
專業費用 ⁽¹⁾	12,180	7.1	13,213	5.5	11,935	4.5
稅金及附加	13,608	8.0	14,325	6.0	16,063	6.1
折舊及攤銷	9,453	5.5	11,770	4.9	13,148	5.0
以股份為基礎的薪酬	3,126	1.8	7,323	3.0	7,193	2.7
其他 ⁽²⁾	11,036	6.6	15,371	6.3	16,893	6.4
總計	170,652	100.0	240,642	100.0	264,591	100.0

附註：

- (1) 專業費用主要指就我們日常業務過程中提供服務而支付予法律顧問、核數師、顧問、估值師及其他專業顧問的費用。
- (2) 其他主要指技術服務費。

財務資料

研發開支

我們的研發開支主要包括：(i)研發人員的員工成本；及(ii)紙製包裝業務的(產品研發及技術開發)材料成本(主要為原材料)。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的研發開支分別為人民幣148.5百萬元、人民幣142.0百萬元及人民幣124.4百萬元，佔我們總收入的2.8%、2.1%及2.3%。

下表載列我們於所示期間的研發開支明細(以實際數字及佔我們總研發開支的百分比列示)：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
研發開支						
員工成本	74,529	50.2	61,503	43.3	57,084	45.9
材料	61,465	41.3	58,247	41.0	48,985	39.4
折舊	5,285	3.6	6,210	4.4	5,455	4.4
水電費	3,587	2.4	5,245	3.7	4,920	4.0
其他 ⁽¹⁾	3,646	2.5	10,775	7.6	7,985	6.3
總計	148,512	100.0	141,980	100.0	124,429	100.0

附註：

- (1) 其他主要指我們與領先的雲計算科技公司的研發項目產生的開支以及根據2022年員工持股計劃及2023年限制性股份激勵計劃向我們的研發人員支付的股息。

財務資料

金融資產減值虧損

金融資產減值虧損涉及(i)貿易應收款項及應收票據減值及(ii)主要來自我們的股權收購方的按金及其他應收款項(「**相關應收款項**」)減值。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的金融資產減值虧損分別為人民幣76.7百萬元、人民幣25.4百萬元及人民幣9.0百萬元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們錄得相關應收款項減值虧損分別為人民幣62.4百萬元、人民幣17.8百萬元及零。相關應收款項與我們與收購方簽訂的股權購買協議項下最後一期付款人民幣89.1百萬元有關，且在2021年12月31日之前到期。於2023年2月，我們在廈門海滄區人民法院就該最後一期付款提起針對收購方的訴訟，並於2023年5月獲得有利於我們的判決。截至最後可行日期，我們與收購方並無任何業務關係及相關應收款項已悉數減值。有關進一步詳情，請參閱「歷史及公司架構—往績記錄期間的主要出售及撤銷註冊附屬公司。」

我們就所有並非按公平值計入損益持有的債務工具確認預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)撥備。預期信貸虧損基於根據合約到期的合約現金流量與我們預期收取的所有現金流量之間的差額而計算，並以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押的現金流量或組成合約條款的其他信貸提升措施的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段進行確認。對於自初始確認起並無顯著增加的信貸風險，就於未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提預期信貸虧損撥備。對於自初始確認起已顯著增加的信貸風險，不論何時發生違約，在剩餘風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

於往績記錄期間各年末，我們評估自初始確認起金融工具的信貸風險是否大幅增加。在進行有關評估時，我們會就金融工具於往績記錄期間各年末發生違約的風險與金融工具於初始確認當日發生違約的風險進行比較，並考慮合理可靠且毋須付出不必要的成本或努力即可獲得的資料，包括過往和前瞻性資料。倘合約款項逾期超過30日以上，則我們認為信貸風險大幅上升。

財務資料

我們會在合約付款逾期90日時考慮金融資產違約。然而，在某些情況下，倘若內部或外部資料顯示，在計及我們持有的任何信貸提升措施前，我們不大可能全額收到未償還合約款項，則我們亦可認為金融資產違約。

當無法合理預期收回合約現金流量時，則撇銷金融資產。

按攤銷成本計量的金融資產在一般方法下可能會出現減值，其按以下計量預期信貸虧損的階段分類，應用下文所詳述簡化方法的貿易應收款項及應收票據則除外。

第1階段 – 自初始確認以來信貸風險未顯著增加及其虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第2階段 – 自初始確認以來信貸風險顯著增加但並非信貸減值金融資產及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第3階段 – 於往績記錄期間各年末已信貸減值(但並非購買或原生信貸減值)及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融資產

簡化方法

對於不包含重大融資成分或我們已應用可行權宜方法(不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項及應收票據，我們於計算預期信貸虧損時應用簡化方法。根據簡化方法，我們不追溯信貸風險變動，而是根據往績記錄期間各年末的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。我們已根據其過往信貸虧損經驗設立撥備矩陣，並按債務人的特定前瞻性因素和經濟環境作出調整。

分佔聯營公司虧損／溢利

我們分佔聯營公司的虧損／溢利主要指我們分佔廈門海晟融創信息技術有限公司(「廈門海晟」)的虧損或溢利。截至2022年12月31日止年度，我們分佔聯營公司的虧損為人民幣4.9百萬元。截至2023年12月31日止年度，我們分佔聯營公司溢利為人民幣1.9百萬元。截至2024年12月31日止年度，我們分佔聯營公司溢利為人民幣3.6百萬元。

財務資料

財務成本

我們的財務成本包括(i)銀行借款利息；(ii)租賃負債利息及(iii)保理費用。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的財務成本分別為人民幣21.6百萬元、人民幣13.4百萬元及人民幣12.3百萬元。

下表載列我們於所示期間的財務成本明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行借款利息	13,534	5,756	6,083
租賃負債利息	4,562	4,514	4,850
保理費用	3,531	3,142	1,317
	<u>21,627</u>	<u>13,412</u>	<u>12,250</u>

保理安排

我們於2020年3月就應收客戶集團A的貿易應收款項與一間保理公司(為客戶集團A的一名聯屬人士)訂立一項保理安排。保理公司於2015年註冊成立於中國深圳，為獨立第三方並由客戶集團A在上海證券交易所的上市實體所控股。根據我們的中國法律顧問的意見，深圳並無明確的國家或地方法規規定特定的保理業務牌照或許可證。據本公司所知，保理公司的註冊業務範圍包括保理業務，截至最後可行日期，保理公司正常經營。截至2024年12月31日，所有已被保理的未償還貿易應收款項均為無追索權。我們對客戶集團A的銷售不以該安排為條件。我們訂立該安排，以透過縮短應收款項的收回時間及加快營運資金的可可用性來改善流動性。於2022年、2023年及2024年，根據該安排產生的保理費用分別為人民幣3.5百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣1.3百萬元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，向保理公司進行保理的客戶集團A之貿易應收款項的金額分別為人民幣21.0百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣2.4百萬元。截至2024年12月31日及最後可行日期，向保理公司進行保理的客戶集團A之貿易應收款項的未償還金額分別為人民幣2.4百萬元及人民幣3.9百萬元。

匯兌收益／(虧損)淨額

截至2022年及2023年12月31日止兩個年度，我們的匯兌收益淨額分別為人民幣10.7百萬元及人民幣1.0百萬元。截至2024年12月31日止年度，我們的匯兌虧損淨額為人民幣3.5百萬元。

財務資料

其他開支及虧損

我們的其他開支及虧損主要包括(i)物業、廠房及設備減值；(ii)遠期外匯安排收益／虧損；(iii)出售一間聯營公司虧損；及(iv)附屬公司撤銷註冊的投資虧損。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的其他開支及虧損分別為人民幣14.4百萬元、人民幣10.5百萬元及人民幣2.4百萬元。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
其他開支及虧損						
提前終止租賃的虧損	—	—	—	—	405	16.6
出售其他無形資產項目的虧損	—	—	—	—	1	0.0
出售物業、廠房及設備項目虧損淨額	—	—	3,551	33.8	301	12.3
物業、廠房及設備減值	2,291	15.9	—	—	—	—
遠期外匯安排的(收益)／虧損	3,743	26.0	1,984	18.9	—	—
分步收購一間聯營公司的重新計量虧損	—	—	—	—	—	—
出售一間聯營公司的虧損	—	—	1,968	18.7	27	1.1
附屬公司撤銷註冊的投資虧損 ⁽¹⁾	7,364	51.1	1,823	17.4	12	0.5
出售附屬公司的虧損	—	—	—	—	553	22.7
其他	999	7.0	1,174	11.2	1,144	46.8
總計	14,397	100.0	10,500	100.0	2,443	100.0

附註：

- (1) 2023年附屬公司撤銷註冊導致的投資虧損指與2022年7月29日鑫瀧悅撤銷註冊相關的投資虧損。有關是次撤銷註冊的詳情，請參閱「歷史及公司架構－往績記錄期間的主要出售及撤銷註冊附屬公司－廈門鑫瀧悅環保紙袋有限公司(「鑫瀧悅」)撤銷註冊」。

財務資料

所得稅開支

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們錄得所得稅開支分別為人民幣42.3百萬元、人民幣54.3百萬元及人民幣33.7百萬元。以下概述適用於我們在中國及香港特別行政區的若干稅務法律及法規。

中國內地

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「**《企業所得稅法》**」)及《企業所得稅法實施條例》，本集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，除非享有下文所載優惠稅率。

本公司於2020年10月21日合資格成為高新技術企業(「**高新技術企業**」)並有權於2021年及2022年享有15%的優惠稅率。該資格須經中國內地有關稅務部門每三年審查一次。本公司的適用稅率為25%，因本公司自2023年起不符合高新技術企業資格。

於往績記錄期間，本集團的若干中國附屬公司獲認證為高新技術企業，因此享有15%的優惠所得稅稅率。該資格須經中國內地有關稅務部門每三年審查一次。

若干附屬公司從事「西部地區鼓勵類產業」並合資格享有15%的優惠企業所得稅稅率。

於往績記錄期間，本集團的一間中國附屬公司合資格成為《企業所得稅法》項下的「雙軟企業」(「**雙軟企業**」)。根據相關稅務法規，倘每年符合雙軟企業的標準，自首個獲利年度2019年開始，合資格附屬公司兩年內獲豁免企業所得稅，其後三年適用稅率減半。

若干附屬公司符合《新疆喀什、霍爾果斯兩個特殊經濟開發區企業所得稅優惠政策的通知》內的政策。自取得第一筆生產經營收入所屬納稅年度起，五年內免徵企業所得稅。

若干附屬公司符合小微企業資格，並於2022年、2023年及2024年分別享有5%的企業所得稅優惠稅率。

財務資料

香港特別行政區

於往績記錄期間，香港特別行政區利得稅乃按估計應課稅溢利的16.5%的稅率計算。然而，本集團的一間附屬公司(為合資格企業)可選擇採用利得稅兩級制。根據利得稅兩級制，本集團於香港特別行政區成立的合資格實體的首2,000,000港元應課稅溢利按8.25%的稅率繳稅，餘下應課稅溢利按16.5%的稅率繳稅。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，據董事所知，稅務機關未就我們的稅務申報提出任何未決詢問、審計、調查、質疑或處罰。

年內溢利

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們分別錄得年內溢利人民幣171.6百萬元、人民幣332.1百萬元及人民幣184.5百萬元。

過往經營業績回顧

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度比較

收入

我們的收入總額由2023年的人民幣6,694.7百萬元減少人民幣1,165.4百萬元或17.4%至2024年的人民幣5,529.3百萬元，主要是由於我們跨境社交電商業務產生的收入減少。

我們源自跨境社交電商業務的收入由2023年的人民幣3,365.9百萬元減少人民幣890.7百萬元或20.9%至2024年的人民幣4,256.6百萬元，主要原因是(i)由於跨境社交電商業務的市場競爭加劇，我們於東北亞若干地區(尤其是日本及韓國)的每單平均售價下降；(ii)由於我們因應匯率波動的不可預測性而削減在日本及韓國等主要市場的廣告開支，因此在該等市場的簽收訂單總數及收入減少；及(iii)我們調整戰略資源分配，以實施銷售擴張以及開發及推廣我們的品牌。

特別是，於若干主要市場，特別是日本及韓國的匯率波動對我們的收益產生不利影響。於2024年，相關外幣對美元的貶值導致該等市場的競爭更加激烈，從而拉低了我們以人民幣確認的每單平均售價。此外，由於匯率波動的不可預測性，我們於2024年策略性地減少該等匯率波動較大的市場上的廣告開支，導致我們於該等市場的簽收訂單數量及收益減少。

財務資料

總體而言，與匯率波動相比，我們對資源配置的調整，包括在若干匯率波動較大的市場戰略性地減少廣告開支，對該等市場的收益下降產生了更大的影響。我們認為，近期跨境社交電商業務收益的下降反映了我們對戰略資源配置的短期調整，預計將不會對我們未來的發展前景產生任何不利或實質性的影響。

我們的紙製包裝業務所得收入於2024年保持相對穩定，為人民幣2,099.5百萬元，而2023年則為人民幣2,096.6百萬元。

2023年至2024年總收入下降亦部分歸因於來自其他業務的收入減少。我們來自其他業務的收入由2023年的人民幣341.4百萬元減少人民幣277.5百萬元或81.3%至2024年的人民幣63.9百萬元，主要是由於我們於2024年3月終止營運精準營銷廣告業務，以專注於跨境社交電商業務及紙製包裝業務。

銷售成本

我們的銷售成本由2023年的人民幣3,590.4百萬元減少至2024年的人民幣3,109.9百萬元，主要是由於我們於2024年3月終止營運精準營銷廣告業務，部分被勞工成本增加(乃由於經考慮在歐洲滲透率較低地區拓展跨境社交電商業務所取得的正面經營業績後發放獎金以激勵及獎勵業務營運團隊)所抵銷。

毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利總額由2023年的人民幣3,104.3百萬元減少22.1%至2024年的人民幣2,419.3百萬元。我們的整體毛利率由2023年的46.4%減少至2024年的43.8%，乃主要由於較我們的紙製包裝業務具有較高毛利率的跨境社交電商業務收入貢獻減少。

我們跨境社交電商業務的毛利從2023年的人民幣2,684.9百萬元減少人民幣648.1百萬元或24.1%至2024年的人民幣2,036.8百萬元。跨境社交電商業務的毛利率從2023年的63.1%減少至2024年的60.5%，主要是由於我們的跨境社交電商業務收入於2023年至2024年減少20.9%，而我們該業務的勞工成本增加，原因是經考慮在歐洲滲透率較低地區拓展跨境社交電商業務所取得的正面經營業績後發放獎金以激勵及獎勵業務營運團隊。

財務資料

我們紙製包裝業務的毛利從2023年的人民幣393.2百萬元減少至2024年的人民幣375.2百萬元。紙製包裝業務的毛利率於2024年保持相對穩定，為17.9%，而2023年則為18.8%。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2023年的人民幣53.4百萬元增加人民幣7.7百萬元或14.5%至2024年的人民幣61.1百萬元，主要是由於我們獲得更多政府補助、按公平值計入損益的金融資產產生的更多收益增加及註銷註冊中國一間從事紙製包裝業務的附屬公司產生收益。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2023年的人民幣2,342.1元減少人民幣492.5百萬元或21.0%至2024年的人民幣1,849.6百萬元，主要是由於我們因應匯率波動的不可預測性而減少於日本、韓國等若干市場的廣告活動，導致廣告開支減少。

行政開支

我們的行政開支由2023年的人民幣240.6百萬元增加人民幣23.9百萬元或10.0%至2024年的人民幣264.6百萬元，主要是由於僱員人數／平均薪金增加導致員工成本增加(乃由於經考慮在歐洲滲透率較低地區拓展跨境社交電商業務所取得的正面經營業績後發放獎金以激勵及獎勵我們的管理人員)，以及日常業務過程中辦公開支增加。

研發開支

我們的研發開支由2023年的人民幣142.0百萬元減少人民幣17.6百萬元或12.4%至2024年的人民幣124.4百萬元，主要是由於我們的若干研發項目已於2024年完成。

金融資產減值虧損

我們的金融資產減值虧損由2023年的人民幣25.4百萬元減少人民幣16.3百萬元或64.4%至2024年的人民幣9.0百萬元，主要是由於按金及其他應收款項減值減少所致。

分佔聯營公司溢利

我們於2023年及2024年分別錄得分佔聯營公司溢利人民幣1.9百萬元及人民幣3.6百萬元，主要與我們的聯營公司在各年度的經營及財務業績有關。

財務資料

匯兌收益／(虧損)淨額

我們於2023年的匯兌收益淨額為人民幣1.0百萬元，我們於2024年的匯兌虧損淨額為人民幣3.5百萬元，主要是由於該年度某些貨幣(如日圓)的匯率波動所致。

財務成本

我們的財務成本由2023年的人民幣13.4百萬元減少人民幣1.1百萬元或8.7%至2024年的人民幣12.3百萬元，主要是由於有關客戶集團A貿易應收款項的保理費用減少。請參閱「一綜合損益表主要組成部分－財務成本－保理安排」。

其他開支及虧損

我們的其他開支及虧損由2023年的人民幣10.5百萬元減少人民幣8.1百萬元至2024年的人民幣2.4百萬元，主要由於(i)出售物業、廠房及設備項目的淨虧損減少，(ii)外匯遠期安排虧損減少，(iii)出售聯營公司虧損減少，及(iv)註銷附屬公司的投資虧損減少所致。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2023年的人民幣54.3百萬元減少人民幣20.7百萬元或38.0%至2024年的人民幣33.7百萬元，主要是由於2024年除稅前溢利相對較低所致。

年內溢利及淨利潤率

由於以上所述，我們的年內溢利由2023年的人民幣332.1百萬元減少44.5%至2024年的人民幣184.5百萬元，而我們的淨利潤率由2023年的5.0%減少至2024年的3.3%。

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較

收入

我們的收入總額由2022年的人民幣5,375.9百萬元增加人民幣1,318.8百萬元或24.5%至2023年的人民幣6,694.7百萬元，主要由於跨境社交電商業務收入增加。

我們源自跨境社交電商業務的收入由2022年的人民幣3,106.6百萬元增加人民幣1,150.0百萬元或37.0%至2023年的人民幣4,256.6百萬元，主要由於已下達並簽收訂單的數量由約11.7百萬份增加至約16.4百萬份，得益於我們於東北亞、歐洲及北美洲的持續擴張。

財務資料

我們源自紙製包裝業務的收入由2022年的人民幣1,982.6百萬元增加人民幣114.0百萬元或5.8%至2023年的人民幣2,096.6百萬元，主要由於總銷量由2022年的846.7百萬平方米增加至2023年的925.3百萬平方米，部分主要由原紙價格減少令平均售價減少所抵銷。

銷售成本

我們的總銷售成本由2022年的人民幣3,197.0百萬元增加人民幣393.4百萬元或12.3%至2023年的人民幣3,590.4百萬元，主要由於我們跨境社交電商業務的銷售成本增加，與其收入增長一致。

我們跨境社交電商業務的銷售成本由2022年的人民幣1,269.8百萬元增加人民幣301.9百萬元或23.8%至2023年的人民幣1,571.7百萬元，乃由於我們跨境社交電商業務的持續擴張。

我們紙製包裝業務的銷售成本於2022年及2023年保持相對穩定，分別為人民幣1,682.1百萬元及人民幣1,703.5百萬元。

毛利及毛利率

由於上述原因，我們的總毛利由2022年的人民幣2,178.9百萬元增加人民幣925.4百萬元或42.5%至2023年同期的人民幣3,104.3百萬元。我們的整體毛利率由2022年的40.5%增加至2023年的46.4%，主要是由於我們的跨境社交電商業務較我們紙製包裝業務具有更高毛利率且其收入貢獻增加所致。

由於上文所述，我們跨境社交電商業務的毛利由2022年的人民幣1,836.8百萬元增加人民幣848.1百萬元或46.2%至2023年的人民幣2,684.9百萬元。根據灼識諮詢的資料，我們跨境社交電商業務的毛利率由2022年的59.1%增加至2023年的63.1%，主要是由於我們擴張至我們賺取更高利潤率的東北亞，此得益於(i)每單平均售價相對較高，與地區市場人口所表現出的購買力較強一致；及(ii)該地區的簽收率相對較高。

由於上文所述，我們紙製包裝業務的毛利由2022年的人民幣300.5百萬元增加人民幣92.7百萬元或30.8%至2023年的人民幣393.2百萬元。我們紙製包裝業務的毛利率由2022年的15.2%增加至2023年的18.8%，主要是由於原紙價格與我們包裝產品的平均售價相比跌幅較大。

財務資料

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2022年的人民幣36.2百萬元增加人民幣17.2百萬元或47.4%至2023年的人民幣53.4百萬元，主要是由於我們收到的政府補助增加人民幣8.4百萬元及定期存款增加導致銀行利息收入增加人民幣6.8百萬元。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2022年的人民幣1,575.2百萬元增加人民幣767.0百萬元或48.7%至2023年的人民幣2,342.1百萬元，主要是由於廣告支出增加人民幣750.8百萬元。2023年，社交媒體平台提供的廣告回扣佔廣告支出的比例有所下降，導致我們的廣告支出增加。

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣170.7百萬元增加人民幣70.0百萬元或41.0%至2023年的人民幣240.6百萬元，主要是由於2023年行政人員人數擴大導致員工福利開支增加。

研發開支

我們的研發開支維持相對穩定，於2022年為人民幣148.5百萬元，而於2023年為人民幣142.0百萬元。

金融資產減值虧損

我們的金融資產減值虧損由2022年的人民幣76.7百萬元減少人民幣51.3百萬元或66.9%至2023年的人民幣25.4百萬元，主要是由於我們於2023年錄得相關應收款項減值虧損人民幣17.8百萬元，遠低於2022年錄得的人民幣62.4百萬元。進一步詳情，務請參閱本文件「綜合損益表主要組成部分－金融資產減值虧損」。

分佔聯營公司(虧損)／溢利

我們於2023年錄得分佔聯營公司溢利人民幣1.9百萬元，而2022年我們分佔聯營公司虧損為人民幣4.9百萬元，主要由於2023年聯營公司的運營有所改善。

財務資料

匯兌收益／(虧損)淨額

我們的匯兌收益淨額由2022年的人民幣10.7百萬元減少至2023年的人民幣1.0百萬元，主要由於2022年人民幣兌美元貶值的百分比高於2023年所致。

財務成本

我們的財務成本由2022年的人民幣21.6百萬元減少人民幣8.2百萬元或38.0%至2023年的人民幣13.4百萬元，主要是由於銀行借款利息減少人民幣7.8百萬元，這與我們平均銀行借款水平的下降以及適用於銀行借款的整體利率較低一致。

其他開支及虧損

我們的其他開支及虧損由2022年的人民幣14.4百萬元減少人民幣3.9百萬元或27.1%至2023年的人民幣10.5百萬元，主要是由於2022年錄得撤銷註冊附屬公司的投資虧損人民幣7.4百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣42.3百萬元增加人民幣12.0百萬元至2023年的人民幣54.3百萬元，主要是由於2023年除稅前溢利較2022年相對較高。然而，我們的實際所得稅率由2022年的19.8%減少至2023年的14.1%，主要是由於儘管2023年的除稅前溢利高於2022年，未確認為遞延稅項開支的稅項虧損及可扣除暫時性差額減少。

年內溢利及淨利潤率

由於以上所述，我們的年內溢利由2022年的人民幣171.6百萬元增加人民幣160.5百萬元或93.6%至2023年的人民幣332.1百萬元。於2022年及2023年，我們的淨利潤率分別為3.2%及5.0%。

財務資料

綜合資產負債表選定項目

下表列出截至所示日期我們的財務狀況：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備	803,669	916,633	930,436
使用權資產	172,457	187,461	176,350
商譽	9,585	9,585	9,585
其他無形資產	14,451	23,377	19,910
於聯營公司的投資	67,815	82,439	107,477
指定按公平值計入其他全面收益的股本投資	18,500	19,500	8,254
按公平值計入損益的金融資產	—	—	130,863
遞延稅項資產	13,526	12,231	11,147
已抵押存款	35,000	15,000	—
定期存款	—	52,055	133,791
其他非流動資產	994	12,593	1,188
非流動資產總值	1,135,997	1,330,874	1,529,001
流動資產			
存貨	483,669	456,076	447,889
貿易應收款項及應收票據	474,731	488,624	553,885
預付款項、其他應收款項及其他資產	199,929	162,818	141,874
應收關聯方款項	—	1,453	1,243
已抵押存款	94,971	41,390	67,971
定期存款	1,018	43,231	50,169
現金及現金等價物	852,071	1,062,110	711,062
流動資產總值	2,106,389	2,255,702	1,974,093
總資產	3,242,386	3,586,576	3,503,094

財務資料

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
負債			
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	512,500	640,520	716,560
其他應付款項及應計費用	115,442	188,349	181,321
合約負債	12,949	14,829	17,858
計息銀行借款	295,644	103,042	121,126
租賃負債	23,948	25,012	34,678
應繳稅款	30,817	40,225	8,645
應付關聯方款項	3,117	1,364	972
其他流動負債	944	3,663	3,227
流動負債總額	995,361	1,017,004	1,084,387
非流動負債			
計息銀行借款	16,549	155,575	127,067
租賃負債	53,490	63,373	49,465
遞延收入	32,387	34,023	30,945
遞延稅項負債	7,434	3,747	2,715
非流動負債總額	109,860	256,718	210,192
負債總額	1,105,221	1,273,722	1,294,579
權益			
本公司擁有人應佔權益			
股本	378,409	385,009	384,769
儲備	1,716,807	1,895,389	1,817,255
母公司擁有人應佔權益	2,095,216	2,280,398	2,202,024
非控股權益	41,949	32,456	6,491
總權益	2,137,165	2,312,854	2,208,515
權益及負債總額	3,242,386	3,586,576	3,503,094

財務資料

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括(i)機器、(ii)樓宇、(iii)在建工程及(iv)其他設備。我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣803.7百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣916.6百萬元，主要是由於上述在建工程及在呼和浩特市添置機器，以及為我們的紙製包裝業務在若干其他工廠翻新及添置機器。我們的物業、廠房及設備增加至截至2024年12月31日的人民幣930.4百萬元，主要是由於我們購置新機器以提升紙製包裝業務的產能所致。

使用權資產

我們的使用權資產涉及(i)倉庫及辦公場所及(ii)土地使用權。我們的使用權資產由截至2022年12月31日的人民幣172.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣187.5百萬元，主要是由於添置倉庫及辦公場所。我們的使用權資產減少至截至2024年12月31日的人民幣176.4百萬元，主要是由於使用權資產於日常業務過程中的折舊所致。

商譽

我們的商譽於截至2022年、2023年及2024年12月31日維持穩定，為人民幣9.6百萬元。

其他無形資產

我們的其他無形資產主要包括(i)專利及(ii)軟件。我們的其他無形資產由截至2022年12月31日的人民幣14.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣23.4百萬元，主要是由於作為我們於2023年9月收購Konciwa自動遮陽傘業務一部分收購的其他無形資產所致。我們的其他無形資產由截至2023年12月31日的人民幣23.4百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣19.9百萬元，主要是由於日常及一般業務過程中錄得的其他無形資產攤銷所致。

於聯營公司的投資

我們於聯營公司的投資主要指我們分佔的廈門海晟、深圳加社網絡科技有限公司(「深圳加社」)、福建省海峽版權運營有限公司及天津長榮健康科技有限公司的淨資產。我們於聯營公司的投資由截至2022年12月31日的人民幣67.8百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣82.4百萬元，主要是由於2023年我們錄得的分佔聯營公司溢利人民幣1.9百萬元。我們於聯營公司的投資增加至截至2024年12月31日的人民幣107.5百萬元，主要由於我們於2024年投資深圳加社所致。

財務資料

指定按公平值計入其他全面收益的股本投資

我們指定按公平值計入其他全面收益的股本投資主要指我們的策略股本投資。我們指定按公平值計入其他全面收益的股本投資由截至2022年12月31日的人民幣18.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣19.5百萬元，主要是由於我們於浙江領見數智科技有限公司的投資，部分由因投資並無實現預期協同效應及回報而撤回對福建興晟通仙品牌運營有限公司的投資所抵銷。我們指定按公平值計入其他全面收益的股本投資由截至2023年12月31日的人民幣19.5百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣8.3百萬元，主要原因為投資未能實現我們預期的協同效益及回報，我們因而出售我們於重慶凡驕網絡科技有限公司的股權。

按公平值計入損益的金融資產

我們按公平值計入損益的金融資產指由香港股權基金發行的非上市投資。下表載列我們截至所示日期按公平值計入損益的金融資產的明細。

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他非上市投資，按公平值計量	—	—	130,863

截至2022年及2023年12月31日，我們按公平值計入損益的金融資產為零。截至2024年12月31日，本公司按公平值計入損益的金融資產為人民幣130.9百萬元，原因為本公司2024年認購一家投資基金的股份。

遞延稅項資產

我們的遞延稅項資產主要來自資產減值、遞延收入及應計費用，以及集團內公司間交易的未變現溢利所產生的暫時性差額。我們的遞延稅項資產由截至2022年12月31日的人民幣13.5百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣12.2百萬元，主要是由於資產減值及租賃負債導致的暫時性差額減少。我們的遞延稅項資產進一步減少至截至2024年12月31日的人民幣11.1百萬元，主要是由於資產減值以及遞延收入及應計費用產生的暫時性差額減少所致。

財務資料

存貨

我們的存貨主要包括原材料、在製品及製成品。我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣483.7百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣456.1百萬元，主要是由於紙製包裝業務日常過程中原材料以及製成品減少，主要是由於2023年跨境社交電商業務銷售額增加以及存貨減值增加所致。我們的存貨減少至截至2024年12月31日的人民幣447.9百萬元，主要是由於紙製包裝業務日常過程中原材料減少及跨境社交電商業務的商品銷售增加所致。

	截至12月31日					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
存貨						
跨境社交電商業務	136,718	28.3	132,014	29.0	136,423	30.5
紙製包裝業務	275,734	57.0	260,107	57.0	254,674	56.9
其他	80,296	16.6	82,073	18.0	69,694	15.5
存貨減值	(9,079)	(1.9)	(18,118)	(4.0)	(12,902)	(2.9)
總計	483,669	100.0	456,076	100.0	447,889	100.0

下表載列我們截至所示日期按性質劃分的存貨：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
存貨			
原材料	181,032	171,160	159,125
在製品	20,750	29,666	28,320
製成品	289,999	273,179	271,470
其他	967	189	1,876
	492,748	474,194	460,791
存貨減值	(9,079)	(18,118)	(12,902)
總計	483,669	456,076	447,889

財務資料

我們的存貨以成本與可變現淨值中的較低者列賬。成本乃按加權平均基準釐定，而對於在製品及製成品而言，包括直接材料、直接勞工及適當比例的間接費用。可變現淨值乃基於估計售價減直至完工及出售將產生的任何估計成本得出。我們根據可變現價值的估計並參考存貨的賬齡及狀況以及該等存貨適銷性的經濟狀況，對存貨進行撇銷。我們將按季度審查存貨以進行撇減(如適用)。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，於銷售成本中確認的存貨減值分別為人民幣8.5百萬元、人民幣19.5百萬元及人民幣9.5百萬元。

下表載列於所示日期的存貨賬齡分析摘要：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
六個月內	368,412	344,780	338,920
七至12個月	66,303	30,538	23,754
12個月以上	48,954	80,758	85,215
	483,669	456,076	447,889

下表載列我們於所示期間的存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
存貨週轉天數 ⁽¹⁾	52.5	49.1	54.9
– 跨境社交電商業務的存貨週轉天數 ⁽²⁾	33.4	31.2	36.9
– 紙製包裝業務的存貨週轉天數 ⁽³⁾	58.7	57.4	54.5

財務資料

附註：

- (1) 我們採用於有關年度的年初及年末的總存貨結餘的平均值除以同年的相應總銷售成本，再乘以365天計算存貨週轉天數。
- (2) 我們採用於有關年度的年初及年末的跨境社交電商業務的存貨結餘的平均值除以同年的跨境社交電商業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們跨境社交電商業務的存貨週轉天數。
- (3) 我們採用於有關年度的年初及年末的紙製包裝業務的存貨結餘的平均值除以同年紙製包裝業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們紙製包裝業務的存貨週轉天數。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的存貨週轉天數分別為52.5天、49.1天及54.9天。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們跨境社交電商業務的存貨週轉天數分別為33.4天、31.2天及36.9天。於2022年至2023年，跨境社交電商業務的存貨週轉天數維持相對穩定。2023年至2024年我們跨境社交電商業務的存貨週轉天數增加，主要是由於我們跨境社交電商業務的銷售成本下降。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們紙製包裝業務的存貨週轉天數分別為58.7天、57.4天及54.5天。於2022年至2023年，我們紙製包裝業務的存貨週轉天數保持相對穩定。2023年至2024年我們紙製包裝業務的存貨週轉天數減少，主要是由於我們紙製包裝業務日常業務過程中原材料減少。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的存貨中的人民幣286.2百萬元或63.9%已於其後出售或使用，其餘存貨主要與我們附帶貿易業務的製成品有關，以及在較小程度上與我們跨境社交電商業務的產品有關，所有存貨均於日常業務過程中出售。

就會計處理而言，賬齡逾12個月的存貨並無可收回性問題，乃因我們按成本與可變現淨值中較低者列賬存貨。

截至2024年12月31日，逾12個月賬齡的存貨淨值81.6%為酒類存貨，後者淨值為人民幣69.5百萬元。由於酒類存貨具有長保質期的特徵，適合長期儲存，因此其較長賬齡亦不會導致銷售價格下降。此外，鑒於酒類存貨銷售通常產生高於其成本的較高溢價，因此酒類存貨並無可收回性問題。

財務資料

另外，截至2024年12月31日，我們的紙製包裝業務項下的原紙、零配件及紙製包裝產品佔賬齡逾12個月存貨淨值的8.0%，其淨值為人民幣6.8百萬元。於可變現淨值測試後，我們就此等紙製包裝存貨計提撥備人民幣1.2百萬元，而其原始成本為人民幣8.0百萬元。截至2024年12月31日，我們跨境社交電商業務項下的製成品佔賬齡逾12個月的存貨淨值餘下10.4%，後者淨值為人民幣8.9百萬元。於可變現淨值測試後，我們就跨境社交電商業務計提撥備人民幣3.1百萬元，而其原始成本為人民幣12.0百萬元。

根據可變現淨值測試，我們截至2024年12月31日就賬齡少於12個月的存貨計提撥備人民幣8.7百萬元。

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據主要來自(i)向我們包裝業務企業客戶(我們向其提供信貸期)作出的銷售及(ii)我們跨境社交電商業務的銷售(其中，我們的付款服務提供商或物流服務提供商向消費者收取付款但未與我們結算)。我們持有的應收票據為應收我們紙製包裝業務企業客戶的銀行承兌票據，大部分由知名銀行發行且屬短期到期性質。我們力求維持對未償應收款項的嚴格控制，並設有信貸控制部門以盡量降低信貸風險。逾期結餘由高級管理層定期審核，並每年審查一次企業客戶的信貸額度。

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項及應收票據：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	502,125	516,854	591,571
減值	(30,149)	(37,691)	(42,681)
貿易應收款項淨額	471,976	479,163	548,890
應收票據	2,755	9,461	4,995
貿易應收款項及應收票據	474,731	488,624	553,885

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的貿易應收款項淨額分別為人民幣472.0百萬元、人民幣479.2百萬元及人民幣548.9百萬元。我們的貿易應收款項淨額由截至2022年12月31日的人民幣472.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣479.2百萬元，與我們跨境社交電商業務的銷售額增加一致。我們的貿易應收款項淨額由截至2023年12月31日的人民幣479.2百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣548.9百萬元，主要由於我們臨近2024年底的紙製包裝業務交易量較高所致。

我們的應收票據由截至2022年12月31日的人民幣2.8百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣9.5百萬元，原因是收取我們紙製包裝業務企業客戶的銀行承兌票據增加。我們的應收票據由截至2023年12月31日的人民幣9.5百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣5.0百萬元，主要是由於我們代其中一間附屬公司收取應收票據所致。

我們的信貸期限通常為30至90天。下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項基於發票日期的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內	485,201	496,322	569,614
一至兩年	12,821	7,875	5,595
兩至三年	828	11,028	4,038
三至四年	2,134	283	10,926
四至五年	160	1,190	206
五年以上	981	156	1,192
	502,125	516,854	591,571
減值撥備	(30,149)	(37,691)	(42,681)
總計	471,976	479,163	548,890

財務資料

於各報告日期採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的不同企業客戶分部組別的賬齡計算。該計算反映了概率加權結果、貨幣時間價值以及於報告日期可獲得的有關過去事件、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理且可靠資料。撥備矩陣最初乃基於我們過往觀察到的違約率。我們將通過調整矩陣，以前瞻性資料調整歷史信貸虧損經驗。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得貿易應收款項減值撥備分別為人民幣30.1百萬元、人民幣37.7百萬元及人民幣42.7百萬元。

下表載列我們於所示期間內的貿易應收款項及應收票據週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
貿易應收款項及應收票據週轉天數 ⁽¹⁾	32.5	28.1	37.1
跨境社交電商業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數 ⁽²⁾	10.7	10.7	15.9
紙製包裝業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數 ⁽³⁾	65.7	63.1	69.2

附註：

- (1) 我們採用有關年度的貿易應收款項及應收票據年初及年末結餘的平均值除以同年的相應收入，再乘以365天計算貿易應收款項及應收票據週轉天數。
- (2) 我們採用我們跨境社交電商業務於某一期間的貿易應收款項及應收票據的期初及期末結餘的平均值除以我們跨境社交電商業務於同年的相應收入，再乘以365天計算我們跨境社交電商業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數。
- (3) 我們採用紙製包裝業務於有關年度的貿易應收款項及應收票據的年初及年末結餘的平均值除以我們紙製包裝業務於同期的相應收入，再乘以365天計算我們紙製包裝業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數。

截至2022年12月31日止年度，我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數為32.5天。截至2023年12月31日止年度，我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數減少至28.1天，主要由於我們的跨境社交電商業務的收入貢獻增加，該業務的週轉期通常較我們的紙製包裝業務更短。我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數增加至截至2024年12月31日止年度的37.1天，主要是由於我們的跨境社交電商業務的貿易應收款項及應收票據增加及收入下降。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們跨境社交電商業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數分別為10.7天、10.7天及15.9天。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們紙製包裝業務的貿易應收款項及應收票據週轉天數分別為65.7天、63.1天及69.2天。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的貿易應收款項及應收票據中的人民幣517.2百萬元或93.4%已於其後結清。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們與企業客戶於貿易應收款項的時限、賬單金額或收款方面並無任何重大爭議或分歧。

預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)向供應商預付款項；(ii)主要與相關應收款項有關的按金及其他應收款項。我們錄得主要與就出售若干股權而應付我們的款項有關的減值。有關進一步詳情，請參閱本文件「—綜合損益表主要組成部分—金融資產減值虧損」。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資產的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項、其他應收款項及其他資產			
預付款項	127,225	81,305	21,080
按金及其他應收款項	133,740	135,499	150,088
可收回增值稅	15,094	30,277	17,527
預付所得稅	3,063	2,501	2,059
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	818	607	296
	279,940	258,882	236,920
減值撥備	(80,011)	(96,064)	(95,046)
總計	199,929	162,818	141,874

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的預付款項、其他應收款項及其他資產分別為人民幣199.9百萬元、人民幣162.8百萬元及人民幣141.9百萬元。截至2023年12月31日，我們的預付款項、其他應收款項及其他資產為人民幣162.8百萬元，而截至2022年12月31日為人民幣199.9百萬元，主要歸因於供應商較低水平的預付款項。我們的預付款項、其他應收款項及其他資產的減值撥備與相關應收款項的減值虧損有關。我們的預付款項、其他應收款項及其他資產於截至2024年12月31日為人民幣141.9百萬元，而於截至2023年12月31日為人民幣162.8百萬元，主要歸因於降低向酒類產品供應商預付的款項以及可收回增值稅減少，部分被[編纂]增加所抵銷。詳情請參閱「一綜合損益表主要組成部分—金融資產減值虧損」。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的預付款項、其他應收款項及其他資產中的人民幣36.1百萬元或25.5%已隨後使用。

已抵押存款

我們的已抵押存款主要指我們用於向紙製包裝業務的供應商付款的應付票據的保證金。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的已抵押存款分別為人民幣130.0百萬元、人民幣56.4百萬元及人民幣68.0百萬元。我們的已抵押存款由截至2022年12月31日的人民幣130.0百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣56.4百萬元，主要是由於結算我們的應付票據。截至2024年12月31日，我們的已抵押存款增加至人民幣68.0百萬元，主要是由於我們於日常業務過程中使用的紙製包裝業務應付票據的保證金減少。

定期存款

我們的定期存款由截至2022年12月31日的人民幣1.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣95.3百萬元，主要是由於本期存放的若干存款截至2023年年底尚未到期。我們的定期存款增加至截至2024年12月31日的人民幣184.0百萬元，主要是由於根據我們的現金管理策略，增加存置原到期日超過一年的定期存款所致。

貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據主要指就購買存貨應付供應商的結餘、應付第三方數字營銷服務提供者的廣告費用。我們的貿易應付款項及應付票據不計息，且通常於30天至60天內結清。我們的貿易應付款項及應付票據由截至2022年12月31日的人民幣512.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣640.5百萬元，主要是由於就跨境社交電商業務支付予第三方數字營銷服務提供商的廣告成本增加。我們的貿易應付款項及應付票據增加至截至2024年12月31日的人民幣716.6百萬元，主要是由於我們的紙製包裝業務更多地使用應付票據。

財務資料

下表載列我們於各報告期間末按發票日期計的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內	498,008	627,080	695,430
一至兩年	10,162	8,205	12,916
兩至三年	1,397	1,296	3,950
三年以上	2,933	3,939	4,264
總計	512,500	640,520	716,560

下表載列我們於所示期間的貿易應付款項及應付票據週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
貿易應付款項及應付票據週轉天數 ⁽¹⁾	55.5	58.6	79.6
跨境社交電商業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數 ⁽²⁾	47.0	54.0	72.0
紙製包裝業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數 ⁽³⁾	65.9	70.4	86.1

附註：

- (1) 我們採用有關年度的貿易應付款項及應付票據年初及年末結餘的平均值除以同年相應的銷售成本，再乘以365天計算貿易應付款項及應付票據週轉天數。
- (2) 我們採用跨境社交電商業務有關年度的貿易應付款項及應付票據年初及年末結餘的平均值除以同年跨境社交電商業務相應的銷售成本，再乘以365天計算跨境社交電商業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數。
- (3) 我們採用紙製包裝業務有關年度的貿易應付款項及應付票據年初及年末結餘的平均值除以同年相應的紙製包裝業務的銷售成本，再乘以365天計算紙製包裝業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數。

財務資料

我們的貿易應付款項及應付票據週轉天數由2022年的55.5天增加至2023年的58.6天，主要是由於就跨境社交電商業務應付予第三方數字營銷服務提供商的廣告成本增加導致貿易應付款項及應付票據增加。我們的貿易應付款項及應付票據週轉天數於2024年增至79.6天，主要是由於我們的紙製包裝業務更多地使用應付票據導致貿易應付款項及應付票據增加，以及2024年跨境社交電商業務訂單減少導致原材料、貨物及物流服務成本下降所致。

跨境社交電商業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數由2022年的47.0天增加至2023年的54.0天，主要是由於應付第三方數字營銷服務提供商的廣告成本增加，符合我們跨境社交電商業務的增長。跨境社交電商業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數由2023年的54.0天增加至2024年的72.0天，主要是由於2024年跨境社交電商業務訂單減少導致原材料、貨物及物流服務成本下降所致。

紙製包裝業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數由2022年的65.9天增加至2023年的70.4天，主要是由於與採購額外設備及在建工程相關的應付款項增加，以支持我們的業務增長。於2024年，紙製包裝業務的貿易應付款項及應付票據週轉天數增至86.1天，主要是由於使用應付票據增加，以及紙製包裝業務的銷售成本水平相對穩定所致。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的貿易應付款項及應付票據中的人民幣457.2百萬元或63.8%已於其後結清。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的貿易應付款項及應付票據並無重大違約的情況。

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(i)應付工資及福利以及(ii)按金及其他應付款項。我們的應付款項不計息。下表載列我們截至所示日期的其他應付款項及應計費用的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應付款項及應計費用			
應付工資及福利	61,230	74,738	94,319
限制性股份購回責任	—	62,766	47,101
按金及其他應付款項	35,909	43,592	31,336
其他	18,303	7,253	8,565
總計	115,442	188,349	181,321

附註：其他主要指其他應繳稅款。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的其他應付款項及應計費用分別為人民幣115.4百萬元、人民幣188.3百萬元及人民幣181.3百萬元。我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣115.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣188.3百萬元，主要是由於我們於2023年8月30日採納的2023年限制性股份激勵計劃項下的購回責任。我們的其他應付款項及應計費用於截至2024年12月31日維持相對穩定，為人民幣181.3百萬元。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的其他應付款項及應計費用中的人民幣101.0百萬元或55.7%已隨後使用。

財務資料

合約負債

於我們將相關服務轉讓前收到客戶付款或付款到期時(以較早者為準)，我們確認合約負債。合約負債於我們履行合約(即將相關服務的控制權轉讓至客戶)時確認為收益。我們的合約負債主要包括：(i)自我們紙製包裝業務中的快消品企業客戶收到的預付款及(ii)我們跨境社交電商業務中支付服務提供商預收的現金。我們的合約負債由截至2022年12月31日的人民幣12.9百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣14.8百萬元，主要是由於我們收到的與其他業務相關的墊款增加。截至2024年12月31日，我們的合約負債增加至人民幣17.9百萬元，主要是由於自我們紙製包裝業務中的快消品企業客戶收到的預付款增加。

截至2025年2月28日，我們截至2024年12月31日的合約負債中已有人民幣16.7百萬元或93.7%其後被使用並於收入中確認。

應繳稅款

我們的應繳稅款主要包括應付所得稅。我們截至2022年、2023年及2024年12月31日的應繳稅款分別為人民幣30.8百萬元、人民幣40.2百萬元及人民幣8.6百萬元。我們的應繳稅款由截至2022年12月31日的人民幣30.8百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣40.2百萬元，主要是由於應課稅溢利增加。我們截至2024年12月31日的應繳稅款減少至人民幣8.6百萬元，主要是由於2023年支付所得稅撥備所致。

遞延收入

我們的遞延收入是指與物業、廠房及設備所產生的資本開支有關的政府補助，將於有關資產的估計可用年期內遞延及攤銷。我們的遞延收入保持相對穩定，截至2022年12月31日為人民幣32.4百萬元，截至2023年12月31日為人民幣34.0百萬元及截至2024年12月31日為人民幣30.9百萬元。

遞延稅項負債

我們的遞延稅項負債主要來自因收購附屬公司、使用權資產及固定資產減少而產生的公平值調整。我們的遞延稅項負債由截至2022年12月31日的人民幣7.4百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣3.7百萬元，主要歸因於使用權資產應佔暫時性差額減少。截至2024年12月31日，我們的遞延稅項負債保持相對穩定，為人民幣2.7百萬元。

財務資料

流動資金及資本資源

流動資金及營運資金來源

下表載列我們截至所示日期的流動資金及營運資金概要：

	截至12月31日			截至2月28日
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
存貨	483,669	456,076	447,889	430,316
貿易應收款項及應收票據	474,731	488,624	553,885	516,839
預付款項、其他應收款項及 其他資產	199,929	162,818	141,874	156,668
應收關聯方款項	–	1,453	1,243	1,126
已抵押存款	94,971	41,390	67,971	85,383
定期存款	1,018	43,231	50,169	64,000
現金及現金等價物	852,071	1,062,110	711,062	729,259
流動資產總值	2,106,389	2,255,702	1,974,093	1,983,591
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	512,500	640,520	716,560	669,412
其他應付款項及應計費用	115,442	188,349	181,321	143,649
合約負債	12,949	14,829	17,858	4,451
計息銀行借款	295,644	103,042	121,126	173,470
租賃負債	23,948	25,012	34,678	34,111
應繳稅款	30,817	40,225	8,645	7,984
應付關聯方款項	3,117	1,364	972	1,056
其他流動負債	944	3,663	3,227	522
流動負債總額	995,361	1,017,004	1,084,387	1,034,655
流動資產淨值	1,111,028	1,238,698	889,706	948,936

財務資料

截至2024年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣889.7百萬元，而截至2023年12月31日的流動資產淨值為人民幣1,238.7百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據增加；(ii)現金及現金等價物減少，及(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少，部分被貿易應收款項及應收票據增加所抵銷。

截至2023年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣1,238.7百萬元，而截至2022年12月31日的流動資產淨值為人民幣1,111.0百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加及(ii)計息銀行借款減少，部分被(iii)貿易應付款項及應付票據增加以及已抵押存款減少所抵銷。

現金流量

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們主要透過經營活動產生的現金及銀行借款為我們的現金需求撥付資金。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣852.1百萬元、人民幣1,062.1百萬元及人民幣711.1百萬元。下表為我們於所示期間的綜合現金流量表中的現金流量數據摘要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動產生的現金流量淨額	390,955	725,599	386,678
投資活動(所用)現金流量淨額	(183,604)	(282,387)	(337,097)
融資活動(所用)現金流量淨額	(31,968)	(237,329)	(394,574)
現金及現金等價物增加／(減少)			
淨額	175,383	205,883	(344,993)
年初現金及現金等價物	666,852	852,071	1,062,110
匯率差額的影響，淨額	9,836	4,156	(6,055)
年末現金及現金等價物	<u>852,071</u>	<u>1,062,110</u>	<u>711,062</u>

財務資料

經營活動產生的現金流量淨額

我們經營活動產生的現金流量淨額包括就若干非現金或非經營活動相關項目及營運資金變動進行調整的除所得稅前溢利。

截至2024年12月31日止年度，我們錄得經營活動產生的現金淨額人民幣386.7百萬元，主要歸因於除稅前溢利人民幣218.1百萬元，(i)經加回非現金項目或非經營項目作出調整，其中主要包括(a)營運資金變動人民幣438.4百萬元，(b)物業、廠房及設備折舊人民幣105.7百萬元；(c)使用權資產折舊人民幣36.5百萬元及(d)以權益結算以股份為基礎的付款開支人民幣17.3百萬元。營運資金變動主要指貿易應付款項及應付票據增加人民幣80.9百萬元、預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣55.9百萬元以及其他應付款項及應計費用增加人民幣22.4百萬元，部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣81.5百萬元及已抵押存款增加人民幣31.1百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日止年度，我們經營活動產生的現金淨額為人民幣725.6百萬元，主要歸因於除稅前溢利人民幣386.5百萬元，惟(i)經加回非現金項目或非經營性項目，主要包括(a)物業、廠房及設備折舊人民幣94.6百萬元；(b)使用權資產折舊人民幣35.1百萬元；(c)以權益結算以股份為基礎的付款開支人民幣26.4百萬元；(d)存貨減值人民幣19.5百萬元及(e)按金及其他應收款項減值人民幣16.4百萬元進行調整，及(ii)就營運資金變動進行調整，調整金額為人民幣163.8百萬元。營運資金變動主要為貿易應付款項及應付票據增加人民幣82.2百萬元、其他應付款項及應計費用增加人民幣50.6百萬元及已抵押存款減少人民幣38.8百萬元，惟部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣34.1百萬元所抵銷。

截至2022年12月31日止年度，我們經營活動產生的現金淨額為人民幣391.0百萬元，主要歸因於除稅前溢利人民幣213.9百萬元，惟(i)經加回非現金項目或非經營性項目(主要包括(a)物業、廠房及設備折舊人民幣91.5百萬元，(b)按金及其他應收款項減值人民幣64.0百萬元，(c)財務成本人民幣21.6百萬元及(d)使用權資產折舊人民幣21.3百萬元)進行調整，及(ii)就營運資金變動進行負調整，調整金額為人民幣17.1百萬元。營運資金變動主要為貿易應收款項及應收票據增加人民幣70.2百萬元及存貨增加人民幣63.0百萬元，部分被預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣51.4百萬元以及貿易應付款項及應付票據增加人民幣49.4百萬元所抵銷。

財務資料

投資活動所用現金流量淨額

投資活動所用現金流量淨額主要包括(i)購買於收購時原到期日超過三個月的存款及(ii)購買物業、廠房及設備項目。

截至2024年12月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣337.1百萬元，主要歸因於(i)購買收購時原到期日超過三個月的存款人民幣701.1百萬元；(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣132.7百萬元；及(iii)購買按公平值計入損益的金融資產人民幣130.9百萬元，部分被收購時原到期日超過三個月的存款到期所得款項人民幣646.1百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣282.4百萬元，主要歸因於(i)購買收購時原到期日超過三個月的存款人民幣560.3百萬元及(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣198.2百萬元，主要與我們的紙製包裝業務添置設備及在建工程有關，部分被收購時原到期日超過三個月的存款到期所得款項人民幣504.5百萬元所抵銷。

截至2022年12月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣183.6百萬元，主要歸因於(i)購買於收購時原到期日超過三個月的存款人民幣125.1百萬元及(ii)購入物業、廠房及設備項目人民幣137.1百萬元，主要與為我們的紙製包裝業務添置設備及在建工程有關，部分被處置於收購時原到期日超過三個月的存款所得款項人民幣108.2百萬元所抵銷。

融資活動所用現金流量淨額

我們的融資活動所用現金流量淨額主要包括(i)償還計息銀行貸款及(ii)已付股息。

截至2024年12月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣394.6百萬元，主要歸因於(i)股息付款人民幣201.9百萬元，(ii)償還計息銀行借款人民幣196.2百萬元，及(iii)回購股份人民幣75.9百萬元，部分被計息銀行借款所得款項人民幣185.8百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣237.3百萬元，主要歸因於(i)償還計息銀行借款人民幣494.1百萬元；(ii)支付股息人民幣175.2百萬元及(iii)租賃付款的主要部分人民幣39.2百萬元，惟部分被計息銀行借款的已收所得款項人民幣440.6百萬元及根據股份激勵計劃授出限制性股份的所得款項人民幣62.8百萬元所抵銷。

財務資料

截至2022年12月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣32.0百萬元，主要歸因於(i)償還銀行貸款人民幣443.9百萬元及(ii)主要就於2022年註銷2021年限制性股份激勵計劃(詳情請參閱「歷史及公司架構 – 我們的公司歷史 – 採納及註銷2021年限制性股份激勵計劃」)回購尚未歸屬限制性股份人民幣117.6百萬元，部分被計息銀行貸款所得款項人民幣523.2百萬元所抵銷。

營運資金充足性

經計及我們可用的財務資源(包括[編纂]的估計[編纂]、經營活動產生的現金流量、我們可用的融資以及手頭上的現金及現金等價物)，董事認為，我們將有足夠的資金來滿足自本文件日期起至少未來12個月的營運資金需求及資本開支的融資需求。

資本開支

我們於往績記錄期間的資本開支主要用於添置物業、廠房及設備、使用權資產以及其他無形資產。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度，我們的資本開支分別為人民幣175.3百萬元、人民幣228.9百萬元及人民幣124.6百萬元。

我們主要透過經營活動產生的現金及銀行借款為我們的現金需求撥付資金。有關我們現有擴張計劃的進一步詳情請參閱本文件「業務 – 我們的策略」及「未來計劃及[編纂]」。我們目前為任何未來期間作出的資本開支計劃均可能變更，我們可能會根據我們未來的現金流量、經營業績及財務狀況、我們的業務計劃、市場狀況以及我們認為屬合適的其他各種因素來調整我們的資本開支。

債項

下表載列截至所示日期我們的債務明細：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025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)
借款	312,193	258,617	248,193	281,178
租賃負債	77,438	88,385	84,143	80,317
	<u>389,631</u>	<u>347,002</u>	<u>332,336</u>	<u>361,495</u>

財務資料

借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年2月28日，我們的借款分別為人民幣312.2百萬元、人民幣258.6百萬元、人民幣248.2百萬元及人民幣281.2百萬元。

下表載列我們截至所示日期的借款：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025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)
非即期				
銀行貸款－有抵押	8,349	147,575	127,067	81,634
銀行貸款－無抵押	8,200	8,000	—	26,073
即期				
銀行貸款－有抵押	234,348	55,919	29,522	72,918
銀行貸款－無抵押	61,087	40,035	79,054	85,036
長期銀行貸款的即期部 分－有抵押	—	6,879	4,543	5,633
長期銀行貸款的即期部 分－無抵押	209	209	8,007	9,883
總計	312,193	258,617	248,193	281,178

我們的借款總額由截至2022年12月31日的人民幣312.2百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣258.6百萬元，乃主要由於償還貸款，部分被期限超過一年的新借款用作營運資金所抵銷。截至2024年12月31日，我們的借款總額維持相對穩定，為人民幣248.2百萬元。

財務資料

下表載列我們截至所示日期基於合約未貼現付款的借款到期情況：

	截至12月31日			截至2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年以內	296,827	108,713	124,018	174,702
一年至五年	18,582	162,322	130,351	107,781
總計	315,409	271,035	254,369	282,483

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年2月28日，我們的即期銀行貸款合約利率分別介乎1.58%至4.00%、2.55%至4.00%、2.40%至4.00%及2.55%至4.00%。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年2月28日，我們的非即期銀行貸款實際利率分別介乎3.50%至4.00%、2.55%至4.00%、2.55%至3.50%及2.00%至4.00%。有關我們借款的抵押及擔保的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註30。截至2025年2月28日，我們的已承諾且無限制的可用信貸融資為人民幣477.4百萬元。我們計劃日後出現任何資本支出需求時支取該等信貸融資。

根據我們其中一份貸款協議的條款，我們須遵守一項財務契諾，該契諾規定我們的資產負債率不得高於70%。該比率應根據我們須按季度提供的最新財務報表計算。截至最後可行日期，我們已遵守有關信貸協議項下的契諾。

董事確認，截至最後可行日期，借款項下的協議並不包含可能會對我們未來作出額外借款或發行債務或股本證券的能力造成重大不利影響的任何契諾。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在銀行及其他借款方面並無重大拖欠，亦未違反任何契諾。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在取得信貸融資方面並無遇到任何重大困難，或被撤銷融資或要求提早還款。

財務資料

租賃負債

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年2月28日，我們的租賃負債分別為人民幣77.4百萬元、人民幣88.4百萬元、人民幣84.1百萬元及人民幣80.3百萬元。

下表載列我們截至所示日期的租賃負債：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025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)
即期部分	23,948	25,012	34,678	34,111
非即期部分	53,490	63,373	49,465	46,206
總計	77,438	88,385	84,143	80,317

我們的租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣77.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣88.4百萬元，主要由於添置倉庫及辦公場所所致。截至2024年12月31日，我們的租賃負債保持相對穩定，為人民幣84.1百萬元，而於截至2025年2月28日則為人民幣80.3百萬元。

下表根據未貼現付款將我們的租賃負債分類為相關到期組別：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025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)
一年以內	22,106	26,833	37,397	36,241
一至五年	47,754	61,513	53,627	50,369
五年後	9,638	6,957	—	—
總計	79,498	95,303	91,024	86,610

截至2025年2月28日，我們的租賃負債為人民幣80.3百萬元，其中部分由租金押金作抵押，且全部均為無擔保。

財務資料

或然負債

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無或然負債。

債項聲明

除上文所披露者外，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年2月28日，我們並無任何其他已發行及尚未償還或同意將予發行的貸款資本、銀行透支、借款及其他類似債項、承兌負債(一般商業票據除外)或承兌信貸、債權證、按揭、押記、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。我們的董事確認，自2025年2月28日起及直至最後可行日期，我們的債項並無任何重大變動。

資本承擔

下表載列我們截至所示日期的資本承擔，即我們與就業務擴充購置物業、廠房及設備有關的已訂約但未計提撥備的資本承擔：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2022年	2023年	2024年	2025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)
就購置物業、廠房及設備已訂約但未計提撥備	86,474	73,125	11,455	99,375

資產負債表外承諾及安排

截至最後可行日期，我們尚未訂立任何資產負債表外承諾或安排。

財務資料

重大關聯方交易

關聯方交易

於往績記錄期間，我們主要與我們所投資的公司進行多項關聯方交易，主要包括就向消費者出售而購買此類公司生產的個人防護裝備及口罩。有關我們於往績記錄期間的關聯方交易的進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註43。上述關聯方交易均不構成上市規則第14A章所指的關連交易或持續關連交易。

我們的董事認為，本文件附錄一會計師報告附註43所載的每項關聯方交易均按公平基準進行，不會扭曲我們的往績記錄業績或導致我們的歷史業績無法反映我們未來的表現。

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
盈利能力比率：			
毛利率 ⁽¹⁾	40.5%	46.4%	43.8%
淨利潤率 ⁽²⁾	3.2%	5.0%	3.3%
經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量) ⁽³⁾	3.2%	5.4%	3.6%
股本回報率 ⁽⁴⁾	8.5%	14.9%	8.2%
總資產回報率 ⁽⁵⁾	5.5%	9.7%	5.2%
	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
流動資金比率：			
流動比率 ⁽⁶⁾	2.1	2.2	1.8
速動比率 ⁽⁷⁾	1.6	1.8	1.4
存貨週轉天數 ⁽⁸⁾	52.5	49.1	54.9
– 跨境社交電商業務的存貨週轉天數 ⁽⁹⁾	33.4	31.2	36.9
– 紙製包裝業務的存貨週轉天數 ⁽¹⁰⁾	58.7	57.4	54.5
資本充足率：			
債務與股權比率 ⁽¹¹⁾	14.6%	11.2%	11.2%

財務資料

附註：

- (1) 毛利率按毛利除以收入再乘以100%計算。
- (2) 淨利潤率按年內溢利除以收入再乘以100%計算。
- (3) 經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)使用年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)除以收入再乘以100%計算。有關年內經調整溢利(非國際財務報告準則計量)的詳情，務請參閱「非國際財務報告準則計量」。
- (4) 股本回報率使用年內溢利佔年初及年末權益總額結餘平均數的百分比再乘以100%計算。
- (5) 總資產回報率指年內溢利佔年初及年末總資產結餘平均數的百分比再乘以100%。
- (6) 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。
- (7) 速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。
- (8) 存貨週轉天數乃按於有關年度的年初或年末的總存貨結餘的平均數除以同年相應的總銷售成本，再乘以365天計算。
- (9) 我們採用於有關年度的年初或年末的跨境社交電商業務的存貨結餘的平均數除以於同年我們的跨境社交電商業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們跨境社交電商業務的存貨週轉天數。
- (10) 我們採用於有關年度的年初或年末的紙製包裝業務的存貨結餘的平均數除以於同年我們的紙製包裝業務的相應銷售成本，再乘以365天計算我們紙製包裝業務的存貨週轉天數。
- (11) 債務與股權比率採用債務總額(即計息銀行借款賬面結餘)除以股權總額再乘以100%計算。

毛利率

於2022年、2023年及2024年，我們的毛利率分別為40.5%、46.4%及43.8%。有關影響我們各期間毛利率的因素，請參閱「過往經營業績回顧」。

淨利潤率

於2022年、2023年及2024年，我們的淨利潤率分別為3.2%、5.0%及3.3%。有關影響我們各期間淨利潤率的因素，請參閱「過往經營業績回顧」。

財務資料

經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)

於2022年、2023年及2024年，我們的經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)分別為3.2%、5.4%及3.6%。

股本回報率

我們的股本回報率由2022年的8.5%提高至2023年的14.9%，主要歸因於年內溢利大幅增加。於2024年，我們的股本回報率下降至8.2%，主要是由於我們截至2024年12月31日止年度溢利減少。

總資產回報率

我們的總資產回報率由2022年的5.5%提高至2023年的9.7%，主要歸因於年內溢利大幅增加。於2024年，我們的總資產回報率下降至5.2%，主要是由於我們截至2024年12月31日止年度溢利減少。

流動比率

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的流動比率維持相對穩定，分別為2.1、2.2及1.8。

速動比率

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的速動比率維持相對穩定，分別為1.6、1.8及1.4。

存貨週轉天數

我們於截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度的存貨週轉天數分別為52.5天、49.1天及54.9天。有關詳情，務請參閱「綜合資產負債表選定項目－存貨」。

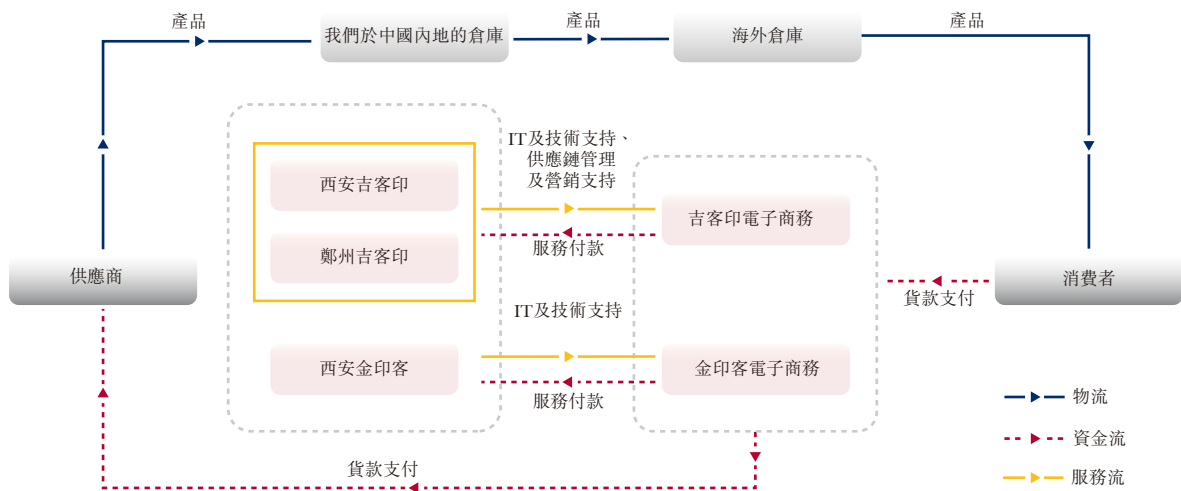
債務與股權比率

我們的債務與股權比率由截至2022年12月31日的14.6%減至截至2023年12月31日11.2%，主要乃因計息銀行借款減少。我們截至2024年12月31日的債務與股權比率維持相對穩定，為11.2%。

財務資料

轉讓定價安排

於往績記錄期間，我們主要透過我們在中國內地及香港特別行政區的附屬公司開展營運。我們主要透過我們在香港特別行政區的附屬公司吉客印電子商務及金印客電子商務開展跨境电商銷售活動。於此過程中，我們在中國內地的附屬公司(包括鄭州吉客印、西安吉客印及西安金印客)負責向吉客印電子商務及金印客電子商務提供與信息技術及技術支持有關的服務、供應鏈管理以及營銷支持(「**受規管交易**」)。隨後在我們於中國內地的附屬公司的幫助下，吉客印電子商務及金印客電子商務透過第三方電商平台的落地頁將產品售予海外客戶。下文載列中國內地與香港特別行政區之間的物流、資金及服務流：



我們已聘請國際專業會計師事務所作為獨立轉讓定價顧問(「**轉讓定價顧問**」)對往績記錄期間的受規管交易進行轉讓定價審查及基準研究，從中國內地與香港特別行政區轉讓定價法規的角度評估我們的轉讓定價安排是否符合公平原則。

財務資料

轉讓定價顧問選擇交易淨利潤法(「**交易淨利潤法**」)作為最合適的轉讓定價方法，以評估與受規管交易相關的轉讓定價安排是否符合公平原則。交易淨利潤法將受規管交易中涉及的測試方的營業利潤率與同類可比較獨立方進行比較。於一系列的獨立篩選及比較後，轉讓定價顧問推斷，吉客印電子商務及金印客電子商務於往績記錄期間的加權平均營業利潤率分別為0.56%及2.86%，屬於可比較公司營業利潤率的四分位數範圍內(即0.26%至6.28%)，及受規管交易於往績記錄期間的轉讓定價安排符合公平原則，依中國及香港特別行政區現行轉讓定價規定執行。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並不知悉香港特別行政區及中國內地任何稅務機關就集團公司間交易及轉讓定價安排提出任何未決查詢、審核、調查或質疑。

我們一直並將繼續密切監察轉讓定價安排，包括不時審查集團公司間交易的定價政策的合理性。然而，與其他稅務相關事項類似，我們無法保證我們的轉讓定價安排將來不會受到任何稅務機構的審查或面臨可能的質疑，儘管董事相信我們有合理理據就有關可能質疑作出抗辯。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們可能會面臨與轉讓定價安排相關的風險」一節。

市場風險

我們面臨各類金融及市場風險，包括外匯風險、信貸風險及流動性風險。董事審閱及同意管理各項該等風險的財務管理政策及慣例。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註46。

外匯風險

我們存在交易貨幣風險，該風險源於我們跨境社交電商業務中產品的海外銷售及我們的紙製包裝業務的紙製包裝產品，以及採購物流及廣告服務並向海外供應商付款。我們在多個國家及地區向客戶銷售產品，我們的大部分貨幣資產、負債及交易主要以人民幣、美元及日圓計值。我們面對人民幣、美元及我們銷售產品的其他貨幣間匯率波動產生的外匯風險。為減輕我們的外匯風險，我們已採取審慎的外匯對沖政策。根據該政策，我們僅為對沖目的而非投機目的訂立安排。我們已實施內部程序監察對沖交易，包括交易類型及交易價值的限制、根據所涉及的不同風險制定及檢討對沖策略，以及採取其他風險管理措施。我們亦透過外幣兌換減低外匯風險。

財務資料

於往績記錄期間，我們為對沖目的訂立外幣遠期合約。截至2024年12月31日，我們並無任何未結清的外幣遠期合約。我們於往績記錄期間訂立的外幣遠期合約的主要條款及各合約的已變現收益／虧損如下：

截至2022年12月31日止年度：

名義金額	遠期合約利率	合約日期	屆滿日期	已變現 收益／(虧損)
2,000,000美元	1美元兌人民幣6.3536元	2022年1月28日	2022年2月11日	人民幣15,200元
4,000,000美元	1美元兌人民幣6.3663元	2022年3月14日	2022年6月14日	人民幣(1,530,800)元
3,000,000美元	1美元兌人民幣6.3986元	2022年3月15日	2022年6月15日	人民幣(1,037,400)元
2,000,000美元	1美元兌人民幣6.444元	2022年4月21日	2022年7月21日	人民幣(607,000)元
2,000,000美元	1美元兌人民幣6.5636元	2022年4月27日	2022年7月27日	人民幣(345,400)元
2,000,000美元	1美元兌人民幣6.5958元	2022年4月29日	2022年7月29日	人民幣(237,800)元

截至2023年12月31日止年度：

名義金額	遠期合約利率	合約日期	屆滿日期	已變現 收益／(虧損)
4,000,000美元	1美元兌人民幣6.9101元	2023年5月11日	2023年6月11日	人民幣(822,000)元
3,000,000美元	1美元兌人民幣6.8771元	2023年3月29日	2023年6月29日	人民幣(1,161,900)元

截至2024年12月31日止年度：

名義金額	遠期合約利率	合約日期	屆滿日期	已變現收益／(虧損)
1,500,000美元	1美元兌人民幣7.2422元	2024年5月24日	2024年6月11日	人民幣193,000元
2,000,000美元	1美元兌人民幣7.2832元	2024年6月26日	2024年7月12日	人民幣303,000元
2,000,000美元	1美元兌人民幣7.0975元	2024年10月15日	2024年11月18日	人民幣(186,000)元
2,000,000美元	1美元兌人民幣7.1410元	2024年11月6日	2024年12月9日	人民幣(89,000)元

財務資料

信貸風險

信貸風險主要來自交易對手可能違反其協議條款的風險。信貸風險亦源於客戶集中。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們存在一定的信貸集中風險，於往績記錄期間各年度我們貿易應收款項的賬面餘額中分別51.4%、55.9%及50.5%來自我們的前五大客戶。

我們已制定政策，以於接受新業務時評估信貸風險並限制我們對個別客戶的信用風險。我們僅與獲認可且信譽良好的客戶及第三方進行交易。按照我們的政策，所有擬按信貸條款進行交易的客戶，必須經過信貸核實程序後，方可落實。此外，我們持續對應收款項結餘進行監控，而我們承受的壞賬風險並不重大，惟個別評估的項目除外。對於並非以有關營運單位的功能貨幣計值的交易，我們在未經副總經理特定批准的情況下不予提供信貸期。

流動性風險

我們的目標是維持充足的現金及信貸額度，以滿足我們的流動資金需求。我們透過監控流動比率(通過比較流動資產及流動負債來計算)的方式監控我們的流動性風險敞口。

我們的目標是透過使用計息貸款，保持資金的連續性及靈活性之間的平衡。我們的政策為所有借款均應由財務總監批准。

未經審核[編纂]經調整有形資產淨值

下表載列根據上市規則第4.29條編製的未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值，以說明假設[編纂]已於2024年12月31日進行會對我們截至該日的有形資產淨值構成的影響。本集團的未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值表僅為說明之用而編製，且因其假設性質使然，未必能真實反映倘[編纂]已於截至2024年12月31日或任何未來日期完成時我們的有形資產淨值。

財務資料

以下載列的未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃基於會計師報告(全文載於本文件附錄一)所示截至2024年12月31日本公司擁有人應佔經審核綜合資產淨值計算，且已作出下列調整：

	截至2024年 12月31日 本公司擁有人 應佔本集團 綜合有形 資產淨值 人民幣千元 (附註1)	[編纂]的 估計 [編纂]淨額 人民幣千元 (附註2)	截至2024年 12月31日 本公司擁有人 應佔本集團 未經審核 [編纂]經調整 綜合有形 資產淨值 人民幣千元 (附註3)	每股未經審核[編纂]經 調整綜合有形資產淨值 人民幣元 (等價港元) (附註4)
按[編纂] 計算	2,172,529	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂] 計算	2,172,529	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- 截至2024年12月31日的本公司擁有人應佔綜合有形資產淨值乃經從本文件附錄一會計師報告所載於2024年12月31日的本公司擁有人應佔綜合權益人民幣2,202,024,000元中扣除於2024年12月31日的其他無形資產人民幣19,910,000元及商譽人民幣9,585,000元後得出。
- [編纂]的估計[編纂]按估計[編纂]及[編纂](經扣除本集團應付的[編纂]以及其他相關開支)(不包括於往績記錄期間自損益扣除的[編纂])計算得出，且並無計及因[編纂]獲行使而可予發行的任何[編纂]。
- [編纂]未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃透過將未經審核[編纂]經調整有形資產淨值除以[編纂](即假設[編纂]已於2024年12月31日完成及不計及後續事件影響的情況下的[編纂]股份數目)而得出。後續事件的影響：(i)本公司於2025年1月1日至2025年4月8日以代價人民幣9.6百萬元購回744,200股A股及(ii)董事會於2025年4月1日批准2024年度的建議利潤分配，共分派現金股息人民幣59,757,000元。若計及後續事件的影響，按[編纂]每股[編纂]及[編纂]計算，截至2024年12月31日的[編纂]未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值將分別為[編纂]及[編纂]。
- [編纂]未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值按人民幣1.00元至1.0828港元的匯率換算為港元。
- 本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值概無作出調整，以反映於2024年12月31日後的任何交易結果或進行的其他交易。

財務資料

股息

於往績記錄期間，我們(i)於2023年1月宣派2022年首三個季度中期股息人民幣99.5百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.63元(含稅)；(ii)於2023年9月宣派2023年半年中期股息人民幣75.7百萬元，即每10股本公司A股派息人民幣2.00元(含稅)；(iii)於2024年3月宣派2023年年度股息人民幣136.8百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣3.60元(含稅)；及(iv)於2024年11月宣派2024年首三個季度中期股息人民幣68.2百萬元，即每10股本公司A股(以截至董事會批准股息宣派日期的A股數目計算，不包括回購並作為庫存股份持有的A股)派息人民幣1.80元(含稅)。所有該等股息已悉數結算。此外，我們於2025年4月宣派2024年年度股息總額人民幣59.8百萬元，即每10股本公司A股股息人民幣1.58元(含稅)(以董事會截至批准股息宣派日期之A股數量為基準，不包括已購回及作為庫存股持有之A股)。

截至最後可行日期，我們並無維持任何固定股息派付政策。董事會經考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及其當時可能認為相關的其他因素後，可以現金或股份或現金及股份的組合方式宣派股息。任何股息的宣派及派付均受組織章程文件及適用法律所規限。根據組織章程細則，本公司應優先派發現金股息，原則上每年宣派一次現金股息(以宣派中期股息為準)，金額至少為當年產生的可供分派溢利的20%，前提是(i)本公司本年度或半年期間產生的可供分派溢利及累計可供分派溢利為正數，(ii)本公司有充足現金且派付股息不會影響營運的可持續性，(iii)本公司的核數師已就該年度的財務報表出具無保留意見，及(iv)本公司並無任何重大投資計劃或重大現金開支。我們的股東必須在股東大會上批准宣派任何股息，股息不得超過董事會建議的金額。此外，董事可根據我們的溢利及整體財務要求，不時派發董事會認為合理的中期股息。除可依法分派的溢利及儲備外，不得宣派或派付股息。我們未來宣派的股息未必反映我們過往宣派的股息，並將由董事會全權酌情決定。

我們可不時於二級市場透過拍賣交易購買股份。股份回購須經董事會審議及批准。於2022年，因註銷2021年限制性股份激勵計劃，本公司以人民幣117.6百萬元購回9,070,800股限制性股份。截至2023年12月31日止年度，本公司已購回合計470,900股股份，總代價人民幣10.1百萬元，並確認為庫存股份。詳情請參閱「歷史及公司架構－我們的公司歷史－採納及註銷2021年限制性股份激勵計劃」。

財務資料

可供分派儲備

截至2024年12月31日，本公司可供分派予股東的可分派儲備為人民幣221.8百萬元。

[編纂]

我們的[編纂]主要包括(i)[編纂]，例如[編纂]，及(ii)非[編纂]相關開支，包括就法律顧問及申報會計師提供的[編纂]及[編纂]相關服務向其支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設[編纂]為[編纂](即本文件所述指示性[編纂]的[編纂])，[編纂]的估計[編纂]總額約為[編纂](相當於[編纂])，佔我們[編纂]約[編纂]。於該估計[編纂]總額中，我們預期支付[編纂]、法律顧問及申報會計師專業費用[編纂]元以及其他費用及開支[編纂]。我們[編纂]的估計金額[編纂]預期將通過損益表支銷，及估計金額[編纂]預期將於[編纂]後直接確認為權益扣減。

根據上市規則第13.13至13.19條所作披露

我們確認，截至最後可行日期，並無出現任何會導致須遵守上市規則第13.13至13.19條披露規定的情況。

近期發展

有關我們業務、營運、財務表現及財務狀況的近期發展的進一步詳情，請參閱本文件「概要－近期發展及無重大不利變動」。

無重大不利變動

經進行董事認為適當的充分盡職調查工作並經過審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年12月31日(即本文件附錄一所載會計師報告所呈報期間的結束日期)以來並無重大不利變動，且自2024年12月31日起及直至本文件日期，概無發生會對本文件附錄一所載會計師報告所載資料造成重大影響的事件。

未來計劃及[編纂]

未來計劃

我們是擁有跨境社交電商業務及紙製快消品包裝業務的領先的雙輪驅動企業。我們致力於創新求變，發掘和開發受歡迎的產品與服務，以數智化手段賦能中國品牌走向世界。我們擬通過我們的增長戰略實現這一目標。有關詳情請參閱「業務－我們的策略」一段。

[編纂]

我們估計，經扣除[編纂]、我們就[編纂]承擔的費用及估計開支後及按[編纂](即指示性[編纂]及[編纂]的中位數)，我們將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]。

我們目前擬將該等[編纂]用於下列用途：

- 約[編纂]或[編纂]，將用於海外市場拓展，包括：
 - (i) 約[編纂]或[編纂]，用於拓展我們尚未涉足的亞洲地區以及在歐洲及拉丁美洲的跨境社交電商業務。我們擬投資約(i)[編纂]，為我們在亞洲的擴張提供部分資金；及(ii)[編纂]，為我們在歐洲及拉丁美洲的擴張提供部分資金。我們擬在該等地區的社交媒體平台推廣產品並招聘約35至45名銷售及營銷人員，該等人員通常具備本科學歷，並在中國內地跨境社交電商方面積逾三年的工作經驗，以支持我們的海外擴張。
 - **亞洲**。我們計劃在越南及印尼等尚未涉足的東南亞地區擴展跨境社交電商業務。根據灼識諮詢的資料，於2024年，按收入計，中國B2C出口社交媒體電商在亞洲市場的市場規模達291億美元。預計2029年市場規模將增至695億美元，2024年起年複合增速為19.0%。隨著移動互聯網在亞洲地區的不斷普及，中國B2C出口社交媒體電商日後將在亞洲市場展現出巨大的增長潛力。預計到2029年，除中國內地外的亞洲地區社交媒體滲透率將增至55.0%，為社交媒體電商帶來更多機會。因此，我們相信亞洲市場有足夠的增長機會。

未來計劃及[編纂]

東南亞的社交媒體電商市場已經歷可觀的增長，並有望隨著移動互聯網的普及而蓬勃發展。根據灼識諮詢的資料，2024年中國B2C出口社交媒體電商業務於東南亞的市場規模達102億美元，較去年同比增長28.8%。受東南亞獨特的人口結構帶動，該地區的社交媒體電商市場有望在不久的將來大幅增長。與世界其他地區相比，東南亞人口更年輕、更有活力。根據灼識諮詢的資料，2024年東南亞人口年齡的中位數為約31.9歲，預計於2029年增加至約33.4歲。年輕人對互聯網及社交媒體的接受度普遍較高。此外，社交媒體平台的使用正在東南亞激增。東南亞的社交媒體滲透率由2020年的52.1%增至2024年的59.3%。隨着東南亞社交媒體不斷普及，預計2029年中國B2C出口社交媒體電商業務於東南亞的市場規模將增至247億美元，自2024年起年複合增速為19.4%，為我們拓展業務提供了充足的市場機會。

具體而言，越南及印尼的電商市場為我們的業務帶來重大機遇。根據灼識諮詢的資料，按收入計，越南及印尼的中國B2C出口社交媒體電商市場於2024年的市場規模分別為30億美元及11億美元。

憑藉我們在亞洲市場的經驗，我們相信我們能夠抓住上述地區的市場機會。通過於亞洲市場的數年投資，我們已經建立了廣泛的供應鏈網絡及結構完善的運營流程。我們與亞洲市場的跨境物流提供商及支付服務提供商有深入的合作，此可以協助我們在上述地區建立業務據點。

- **歐洲及拉丁美洲。**根據灼識諮詢的資料，按收入計，中國B2C出口社交媒體電商業務於(i)歐洲市場的規模預計將由2024年的119億美元增至2029年的266億美元，年複合增速為17.5%；及(ii)拉丁美洲市場的規模預計將由2024年的47億美元增至2029年的118億美元，年複合增速為20.0%。歐洲及拉丁美洲的社交媒體電商市場正處於早期階段，為增長及擴張提供了足夠的機會。根據灼識諮詢的資料，歐洲及拉丁美洲社交媒體電商滲透率分別由2020年的11.4%及11.5%上升至2024年的12.6%及13.3%。憑藉我們在亞洲市場的經驗，我們蓄勢待發把握該等地區的增長。

未來計劃及[編纂]

藉助我們數字驅動的管理系統及動態數據分析能力以及我們於跨境社交電商市場的多年經驗，我們已建立發掘優質的中國消費品以滿足目標消費者需求的能力。

- (ii) 約[編纂]或[編纂]，用於提升我們在中國內地倉庫的物流及倉儲系統。隨著我們致力提升產品的多樣性及服務的效率，我們位於廣東的現有倉庫因設備傳統及空間有限而變得不足。我們倉庫的狀況對我們跨境社交電商業務的增長造成壓力。為有效應對該等挑戰及提升供應鏈管理能力的效率，我們計劃投資約(i)[編纂]用於為翻新現有倉庫提供部分資金及(ii)[編纂]用於為購置智能設備提供部分資金，如智慧分揀機、叉車、皮帶輸送設備及稱重裝車設備，以創建自動化、智能化及高效的電商倉庫。通過對智能物流及倉儲系統的投資，我們可以實現更高效及更具成本效益的交付及配送流程，從而提高客戶滿意度及忠誠度，提高我們的運營效率並降低成本。
- 約[編纂]或[編纂]，將用於我們在以下各項的技術開發：(1)我們的研發能力；(2)數據分析能力，提升我們的業務效率；及(3)吉喺雲，拓寬我們的收入來源，包括：
 - (i) 約[編纂]或[編纂]，用於提升我們在AI技術方面的研發能力，其中約(i)[編纂]將用於為硬件基礎設施投資提供部分資金及(ii)[編纂]將用於為招聘更多研發專業人員提供部分資金，以支持我們的軟件開發。

為增強Giikin平台的功能性及安全性，我們計劃購置約40至60台硬件設備，如高性能計算服務器，以應對複雜的AI模型訓練挑戰，以及GPU加速卡，為AI模型訓練提供強大的加速支持。

未來計劃及[編纂]

為進一步提高研發能力，我們計劃就新建及現有研發中心將開展的研發活動招聘更多專業人員，例如開發用於紙製包裝業務設計及質量檢測的AI應用，以及供應鏈管理及客戶服務自動化。特別是，我們計劃招聘約20至40名具有碩士或以上學歷、擁有超過三年的AI及大數據分析經驗的研發專業人員，以促進Giikin平台的建設、維護及升級，並領導AI技術的深入研發。此外，我們亦將招聘一或兩名本科或以上學歷、經驗豐富的運維人員，確保硬件基礎設施的穩定運行且安全可靠。

- (ii) 約[編纂]或[編纂]用於提升我們在銷售預測、精準營銷、選品、採購及售後服務等領域的數據分析能力。具體而言，我們擬將研發開支用於開發數據分析工具，如時間序列分析、機器學習模型、推薦模型、相關規則學習及情感分析，以進一步增強我們的數據分析能力，從而提高我們在銷售預測、精準行銷、選品及售後服務方面的運營能力。我們認為，先進的數據分析工具將讓我們獲得更深入、更準確的洞見，提升我們算法的準確性，提高我們選品及廣告投放工作的效率，最終轉化為更高的盈利能力。
- (iii) 約[編纂]或[編纂]用作提升我們的吉喙雲SaaS業務。中國B2C出口電商市場已展現出非凡的市場活力，隨著更多海外消費者接受網購理念，預計將進一步增長。按收入計，2024年中國B2C出口電商市場規模為4,574億美元。此外，預計2029年市場規模將達到9,276億美元，佔全球B2C電商市場的11.4%，2024年起年複合增速為15.2%。根據灼識諮詢的資料，隨著中國B2C出口電商的增長，越來越多的消費品中小企業正在尋求將產品銷往海外的機會。然而，根據灼識諮詢的資料，中國內地大量上游消費品中小企業並無能力應對運輸、清關、納稅等跨境物流流程以及使用不同貨幣及支付系統所帶來的複雜性和不確定性，以及語言障礙。該等複雜性及不確定性為我們的一站式服務SaaS平台吉喙雲系統創造巨大的商機，幫助供應商建立落地頁並透過統一的簡化儀表板向中國內地以外的消費者銷售其產品。請參閱「業務－我們的跨境社交電商業務－我們的技術能力－我們的吉喙雲SaaS平台」。

未來計劃及[編纂]

於過去三年，我們一直免費向中國內地跨境電商供應商提供吉喺雲進行測試。透過過去三年從該等供應商收集的回饋，我們擬進一步完善及迭代我們的吉喺雲平台，以更好地服務該等供應商，並為我們未來基於訂閱費的定價模式鋪平道路。具體而言，我們計劃在吉喺雲上打造更多智能廣告等應用，增強現有應用，如AI翻譯、自動化客服以及自動化圖像視頻處理等，有效解決上游消費品中小企業的痛點，包括語言障礙、海外市場缺乏市場營銷經驗及知識以及技術能力不足。我們將繼續通過採用不同語言加強吉喺雲的本地化。此外，我們將繼續投資ERP系統。我們計劃將吉喺雲打造成一個促進數據及資源共享的開放平台，讓不同參與者之間產生協同效應。通過吉喺雲的不斷創新及迭代發展，我們可以為吉喺雲配備先進的技術及更多的模組，以滿足消費者不斷變化的需求，同時確保平台的穩定性及安全性。

我們日後擬對吉喺雲上若干使用頻率較高的應用程序收取服務費，例如訂單召回及自動折扣管理。該定價策略將幫助我們逐步實現吉喺雲的商業化，而不會對我們的客戶造成重大負擔。吉喺雲平台細化後，我們將全面採用基於訂閱費的定價模式。採用基於訂閱費的定價模式後，我們擬利用[編纂]所得款項淨額，透過各種銷售及營銷渠道進一步推廣我們的吉喺雲SaaS業務，以對接更多客戶，包括由地面推廣團隊對接特定地區的客戶、線上營銷法(如通過搜索引擎優化、社交及電子郵件進行營銷)、參加行業展會以及與行業內其他成熟企業建立戰略合作關係。

- 約[編纂]或[編纂]將用於擴大我們的品牌組合及發展我們現有的自主開發品牌，包括以下各項：
 - (i) 約[編纂]或[編纂]用於我們的品牌擴張，其中約(i)[編纂]將用於為對外收購現有品牌提供部分資金，及(ii)[編纂]將用於為內部培育新品牌提供部分資金。我們計劃透過收購或內部孵化擴張品牌組合以涵蓋約五至八個新品牌。

未來計劃及[編纂]

我們計劃透過購買由第三方於亞洲市場開發的日常消費品類(包括但不限於化妝品、珠寶及配飾以及運動服裝)的現有品牌的全部或大部分股權的方式收購全部業務，該等品牌已在領先的電商平台上被評為相關類別的30大供應商之一，擁有獨特的品牌認知度、完善的現有供應鏈及不低於15%的客戶回購率。我們計劃與第三方製造商合作，以期實現被收購品牌的財務回報最大化。根據灼識諮詢的資料，此類收購標的在市場上普遍存在。我們目前並無任何具體目標或正在談判的目標。通過收購現有品牌，我們亦可以在資源、運營及研發方面開展合作，實現協同效應及互補效益。我們計劃利用運營自主品牌的經驗，通過我們的AI技術及研發能力，繼續推廣及對收購的品牌進行營銷。

另外，我們計劃招聘專業人士及購置相關設備，以促進內部孵化進度。我們計劃設立一個營銷中心，並就內部開發的各品牌招募一支由20至30名本科及以上學歷、擁有品牌營運經驗的營銷專業人員組成的團隊，為內部創業團隊開發品牌的推廣及營銷提供支持。我們亦計劃購置相關設備，如專業拍攝設備以及照片及視頻素材編輯工具，以為我們的營銷團隊提供支持。我們的內部孵化流程為我們的僱員提供了創新機會，亦為本公司提供了擴大於全球跨境社交電商市場的市場份額以及提升創收能力的機會。

- (ii) 約[編纂]或[編纂]，用於通過於多個社交媒體平台持續開展營銷，以及與明星和KOL合作推廣我們的自有品牌，進一步提升我們現有品牌的品牌知名度。通過該等營銷策略，我們能夠不斷增強現有品牌的客戶粘性，提升旗下品牌於各自產品類別中的排名。

- 約[編纂]或[編纂]將用作營運資金及用於一般企業用途。

未來計劃及[編纂]

上述[編纂]的餘額將由我們的內部資源撥付。

下表載列我們的[編纂]擬定用途的預期實施時間表：

	截至12月31日止年度			總計
	2025年	2026年	2027年	
	(百萬港元)			
提升研發能力及完善技術				
基礎設施	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
海外市場拓展	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
發展我們的自主開發品牌	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及一般企業用途	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

倘[編纂]分別定為指示性[編纂]的上限或下限(即[編纂])，我們自[編纂]產生的[編纂](假設[編纂]未獲行使)將分別增加或減少約[編纂]。倘[編纂]權獲悉數行使，我們估計，於扣除我們估計應付的[編纂]及開支後，按指示性[編纂]的下限[編纂]及指示性[編纂]的上限[編纂]計算將分別獲得約[編纂]及[編纂]的總[編纂]。

倘我們發展計劃的任何部份由於政府政策變動導致任何項目開發不可行或發生不可抗力事件等原因而無法按計劃進行，我們將審慎評估有關情況並可能重新分配[編纂]。倘上述建議[編纂]有任何變動或倘[編纂]的任何金額將用作一般企業用途，我們將會作出適當公告。

倘[編纂]未即時用作上述用途，則在相關法律法規許可的情況下，我們將僅在視作符合本公司最佳利益的情況下將於證券及期貨條例或其他司法權區的適用法律法規所界定的持牌商業銀行及／或其他獲授權金融機構的短期計息賬戶中持有該等資金。

[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]

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]

附錄一

會計師報告

以下為本公司獨立申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)發出的為載入本文件而編製的報告全文，以供載入本文件。

[待插入公司信箋抬頭]

致廈門吉宏科技股份有限公司列位董事、中國國際金融香港證券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

我們就第I-4頁至第I-112頁所載的廈門吉宏科技股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料發出報告，該等財務資料包括 貴集團截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年(「相關期間」)的綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表，以及於2022年、2023年及2024年12月31日的 貴集團綜合財務狀況表及 貴公司財務狀況表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱「歷史財務資料」)。第I-4頁至第I-112頁所載的歷史財務資料構成本報告的一部分，乃就 貴公司[編纂]於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板[編纂]而編製，以供載入 貴公司日期為[•]的文件(「文件」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事負責根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準編製真實而公平的歷史財務資料，並負責採取董事認為屬必要的內部監控，以使歷史財務資料的編製不存在因欺詐或錯誤而引致的重大錯誤陳述。

申報會計師的責任

我們的責任為對歷史財務資料出具意見並向 閣下報告。我們根據香港會計師公會(「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開展工作。該準則要求我們遵循道德準則並規劃及執行工作，以就歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述作出合理保證。

附錄一

會計師報告

我們的工作涉及執执行程序來獲得歷史財務資料所載金額及所作披露的憑證。所選程序視乎申報會計師的判斷而定，包括評估由於欺詐或錯誤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，申報會計師考慮與實體根據歷史財務資料附註2.1所載編製基準編製真實而公平的歷史財務資料相關的內部控制，以設計於該等情況下適當的程序，惟目的並非對實體內部控制的成效發表意見。我們的工作亦包括評估董事所採用的會計政策是否適當、所作的會計估計是否合理，以及評估歷史財務資料的整體呈列方式。

我們認為，我們已取得充分而適當的憑證，作為我們出具意見的依據。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料按照歷史財務資料附註2.1所載的編製基準，真實而公平地反映了 貴集團及 貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日的財務狀況，以及 貴集團於各相關期間的財務表現及現金流量。

就聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例項下的事宜作出報告

調整

於編製歷史財務資料時，概無對相關財務報表(定義見第I-4頁)作出調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註12，其中載有關於 貴公司就相關期間宣派或派付股息的資料。

[•]

執業會計師

香港

2025年[•]

I. 歷史財務資料

編製歷史財務資料

以下載列構成本會計師報告組成部分的歷史財務資料。

貴集團於相關期間的財務報表(「**相關財務報表**」，亦為歷史財務資料的基礎)已由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審核。

歷史財務資料以人民幣(「**人民幣**」)呈列，除另有指明外，所有數值均四捨五入至最接近的千位(人民幣千元)。

附錄一

會計師報告

綜合損益表

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	5	5,375,884	6,694,681	5,529,259
銷售成本		(3,197,031)	(3,590,378)	(3,109,944)
毛利		2,178,853	3,104,303	2,419,315
其他收入及收益	6	36,214	53,381	61,114
銷售及營銷開支		(1,575,180)	(2,342,146)	(1,849,611)
行政開支		(170,652)	(240,642)	(264,591)
研發開支		(148,512)	(141,980)	(124,429)
金融資產減值虧損		(76,680)	(25,367)	(9,037)
分佔聯營公司(虧損)/溢利		(4,865)	1,854	3,584
匯兌收益/(虧損)，淨額		10,736	975	(3,512)
財務成本	8	(21,627)	(13,412)	(12,250)
其他開支及虧損	6	(14,397)	(10,500)	(2,443)
除稅前溢利	7	213,890	386,466	218,140
所得稅開支	11	(42,311)	(54,344)	(33,690)
年內溢利		171,579	332,122	184,450
以下人士應佔：				
母公司擁有人		183,980	345,099	181,931
非控股權益		(12,401)	(12,977)	2,519
		171,579	332,122	184,450
母公司普通權益持有人應佔每股盈利 基本(人民幣元)	13	0.48	0.92	0.49
攤薄(人民幣元)		0.48	0.92	0.49

附錄一

會計師報告

綜合全面收益表

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年內溢利	171,579	332,122	184,450
其他全面收益			
其後期間可能重新分類至損益的其他全面收益：			
換算海外業務之匯兌差額	2,515	670	510
應佔聯營公司之其他全面收益	—	—	69
其後期間可能重新分類至損益的 其他全面收益淨額	2,515	670	579
其後期間將不會重新分類至損益的 其他全面收益：			
指定按公平值計入其他全面收益的股本投資之 公平值變動，扣除稅項	—	—	(10,520)
其後期間將不會重新分類至損益的其他 全面收益淨額	—	—	(10,520)
年內其他全面收益，扣除稅項	2,515	670	(9,941)
年內全面收益總額	174,094	332,792	174,509
以下人士應佔：			
母公司擁有人	186,469	345,772	171,928
非控股權益	(12,375)	(12,980)	2,581
	174,094	332,792	174,509

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

	附註	於12月31日		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備	14	803,669	916,633	930,436
使用權資產	15	172,457	187,461	176,350
商譽	16	9,585	9,585	9,585
其他無形資產	17	14,451	23,377	19,910
於聯營公司的投資	18	67,815	82,439	107,477
指定按公平值計入其他全面收益的 股本投資	20	18,500	19,500	8,254
按公平值計入損益的金融資產	21	—	—	130,863
遞延稅項資產	32	13,526	12,231	11,147
已抵押存款	26	35,000	15,000	—
定期存款	26	—	52,055	133,791
其他非流動資產	22	994	12,593	1,188
非流動資產總值		1,135,997	1,330,874	1,529,001
流動資產				
存貨	23	483,669	456,076	447,889
貿易應收款項及應收票據	24	474,731	488,624	553,885
預付款項、其他應收款項及其他資產	25	199,929	162,818	141,874
應收關聯方款項	43	—	1,453	1,243
已抵押存款	26	94,971	41,390	67,971
定期存款	26	1,018	43,231	50,169
現金及現金等價物	26	852,071	1,062,110	711,062
流動資產總值		2,106,389	2,255,702	1,974,093

附錄一

會計師報告

	附註	於12月31日		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	27	512,500	640,520	716,560
其他應付款項及應計費用	28	115,442	188,349	181,321
合約負債	29	12,949	14,829	17,858
計息銀行借款	30	295,644	103,042	121,126
租賃負債	15	23,948	25,012	34,678
應繳稅款		30,817	40,225	8,645
應付關聯方款項	43	3,117	1,364	972
其他流動負債		944	3,663	3,227
流動負債總額		995,361	1,017,004	1,084,387
流動資產淨值		1,111,028	1,238,698	889,706
總資產減流動負債		2,247,025	2,569,572	2,418,707
非流動負債				
計息銀行借款	30	16,549	155,575	127,067
租賃負債	15	53,490	63,373	49,465
遞延收入	31	32,387	34,023	30,945
遞延稅項負債	32	7,434	3,747	2,715
非流動負債總額		109,860	256,718	210,192
資產淨值		2,137,165	2,312,854	2,208,515
權益				
母公司擁有人應佔權益				
股本	33	378,409	385,009	384,769
儲備	34	1,716,807	1,895,389	1,817,255
非控股權益		2,095,216	2,280,398	2,202,024
權益總額		2,137,165	2,312,854	2,208,515

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

母公司擁有人應佔

	股本	庫存股份*	股份溢價*	股份獎勵儲備*	法定儲備*	其他全面收益*	保留溢利*	總計	非控股權益	權益總額
	人民幣千元 (附註33)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	387,480	(279,076)	384,673	-	69,895	(17,282)	1,321,110	1,866,800	47,814	1,914,614
年內溢利	-	-	-	-	-	-	183,980	183,980	(12,401)	171,579
換算海外業務之匯兌差額	-	-	-	-	-	2,489	-	2,489	26	2,515
年內全面收益總額	-	-	-	-	-	2,489	183,980	186,469	(12,375)	174,094
清償限制性股份購回責任	-	117,558	-	-	-	-	-	117,558	-	117,558
註銷所購回股份	(9,071)	-	(108,487)	-	-	-	-	(117,558)	-	(117,558)
以權益結算以股份為基礎的付款開支	-	-	-	3,126	-	-	-	3,126	-	3,126
根據股份激勵計劃授出限制性股份	-	161,518	(122,029)	-	-	-	-	39,489	-	39,489
非控股權益注資	-	-	-	-	-	-	-	-	3,300	3,300
其他	-	-	(593)	-	-	-	(75)	(668)	3,210	2,542
於2022年12月31日	378,409	-	153,564	3,126	69,895	(14,793)	1,505,015	2,095,216	41,949	2,137,165

附錄一

會計師報告

母公司擁有人應佔

	股本	庫存股份*	股份溢價*	股份獎勵 儲備*	法定儲備*	其他全面 收益*	保留溢利*	總計	非控股權益	權益總額
	人民幣千元 (附註33)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元 (附註34)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	378,409	-	153,564	3,126	69,895	(14,793)	1,505,015	2,095,216	41,949	2,137,165
年內溢利	-	-	-	-	-	-	345,099	345,099	(12,977)	332,122
換算海外業務之匯兌差額	-	-	-	-	-	673	-	673	(3)	670
年內全面收益總額	-	-	-	-	-	673	345,099	345,772	(12,980)	332,792
以權益結算以股份為基礎的付款開支	-	-	-	26,379	-	-	-	26,379	-	26,379
根據股份激勵計劃授出限制性股份	6,600	-	56,166	-	-	-	-	62,766	-	62,766
限制性股份購回責任	-	(62,766)	-	-	-	-	-	(62,766)	-	(62,766)
已歸屬的限制性股份	-	-	10,504	(10,504)	-	-	-	-	-	-
就股份激勵計劃購回股份	-	(10,088)	-	-	-	-	-	(10,088)	-	(10,088)
已宣派股息	-	-	-	-	-	-	(175,204)	(175,204)	(2,000)	(177,204)
非控股權益注資	-	-	-	-	-	-	-	-	19	19
出售／註銷附屬公司	-	-	-	-	-	-	-	-	3,315	3,315
轉撥自保留溢利	-	-	-	-	8,849	-	(8,849)	-	-	-
收購非控股權益	-	-	(1,677)	-	-	-	-	(1,677)	1,677	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	476	476
於2023年12月31日	385,009	(72,854)	218,557	19,001	78,744	(14,120)	1,666,061	2,280,398	32,456	2,312,854

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金流量				
除稅前溢利：		213,890	386,466	218,140
就以下各項作出調整：				
財務成本	8	21,627	13,412	12,250
分佔聯營公司虧損／(溢利)		4,865	(1,854)	(3,584)
從指定按公平值計入其他全面收益的股 本投資收取的股息		—	—	(144)
銀行利息收入	6	(7,303)	(14,057)	(13,087)
按公平值計入損益的金融資產收益	6	—	(2,453)	(4,338)
出售物業、廠房及設備項目的 (收益)／虧損	6	(1,508)	3,551	301
提前終止租賃的虧損	15	427	—	405
出售附屬公司的(收益)／虧損	6	(56)	(515)	553
附屬公司撤銷註冊的投資虧損／(收益) 淨額	6	7,364	1,823	(1,249)
按公平值計入損益的金融資產 公平值收益	6	—	(231)	(88)
出售聯營公司虧損／(收益)淨額	6	—	1,968	(619)
出售其他無形資產項目之虧損	6	—	—	1
遠期外匯安排的虧損／(收益)	6	3,743	1,984	(221)
物業、廠房及設備折舊	14	91,483	94,633	105,736
使用權資產折舊	15	21,280	35,105	36,532
其他無形資產攤銷	17	1,521	1,866	3,893
貿易應收款項減值	24	12,658	8,991	7,229
按金及其他應收款項減值		64,022	16,376	1,808
物業、廠房及設備減值	6	2,291	—	—
存貨減值	23	8,501	19,464	9,539
以權益結算以股份為基礎的付款開支		3,126	26,379	17,332
匯兌差額淨額		(10,736)	(975)	3,512
		<u>437,195</u>	<u>591,933</u>	<u>393,901</u>

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
存貨(增加)/減少	(62,950)	8,129	(1,352)
貿易應收款項及應收票據增加	(70,243)	(31,687)	(81,539)
預付款項、其他應收款項及其他 資產減少	51,443	15,225	55,870
已抵押存款(增加)/減少	(23,354)	38,758	(31,079)
應收關聯方款項(增加)/減少	–	(1,453)	210
應付關聯方款項(增加)/減少	190	(1,753)	(392)
貿易應付款項及應付票據增加	49,406	82,169	80,850
其他應付款項及應計費用增加	30,844	50,633	22,383
合約負債增加	6,041	1,880	3,029
其他流動負債(減少)/增加	(4,324)	2,719	(436)
遞延收入增加/(減少)	5,878	1,636	(3,078)
經營所得現金	420,126	758,189	438,367
已付所得稅	(35,080)	(46,766)	(64,776)
已收利息	5,909	14,176	13,087
經營活動產生的現金流量淨額	<u>390,955</u>	<u>725,599</u>	<u>386,678</u>

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資活動所用現金流量			
購買物業、廠房及設備項目	(137,145)	(198,186)	(132,689)
出售物業、廠房及設備項目所得款項	3,205	5,276	5,055
購買其他無形資產	(1,282)	(4,286)	(3,483)
出售指定按公平值計入其他全面收益的股本投資所得款項	—	5,000	726
購買按公平值計入損益的金融資產	—	—	(130,863)
購買指定按公平值計入其他全面收益的股本投資	(7,000)	(6,000)	—
收購附屬公司(扣除所收購現金)	(22,349)	—	—
出售附屬公司(扣除所出售現金)	930	(5,222)	(230)
出售聯營公司所得款項	8,513	714	8,000
自一間聯營公司收取的股息	—	8,002	1,332
從指定按公平值計入其他全面收益的股本投資收取的股息	—	—	144
購買於收購時原到期日超過三個月的存款	(125,136)	(560,267)	(701,091)
於收購時原到期日超過三個月的存款到期時所得款項	108,210	504,486	646,099
向聯營公司注資的付款	(11,550)	(31,904)	(30,097)
投資活動所用現金流量淨額	(183,604)	(282,387)	(337,097)

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
融資活動所用現金流量			
非控股權益注資所得款項	3,300	19	7,350
就資本削減向非控股權益支付款項	—	—	(1,600)
撤銷註冊一間附屬公司(扣除所出售現金)	—	—	(21,447)
自根據股份激勵計劃授出的限制性股份所收取的所得款項	39,489	62,766	—
根據股份激勵計劃就歸屬限制性股份的出售所得款項淨額向承授人付款	(3,222)	—	—
購回未歸屬限制性股份	(117,558)	—	(2,196)
購回股份	—	(10,088)	(75,945)
計息銀行借款所得款項	523,165	440,569	185,757
償還計息銀行借款	(443,944)	(494,117)	(196,173)
就計息銀行借款支付的利息	(13,256)	(6,905)	(6,091)
租賃付款的本金部分	(15,380)	(39,162)	(30,068)
租賃付款的利息部分	(4,562)	(4,514)	(4,850)
收購非控股權益	—	—	(9,000)
[編纂]	—	[編纂]	[編纂]
已付股息	—	(175,204)	(201,882)
向非控股權益支付的股息	—	(2,000)	(1,316)
融資活動所用現金流量淨額	<u>(31,968)</u>	<u>(237,329)</u>	<u>(394,574)</u>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	<u>175,383</u>	<u>205,883</u>	<u>(344,993)</u>
年初現金及現金等價物	666,852	852,071	1,062,110
外匯匯率變動的影響，淨額	<u>9,836</u>	<u>4,156</u>	<u>(6,055)</u>
年末現金及現金等價物	<u>852,071</u>	<u>1,062,110</u>	<u>711,062</u>

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

有關 貴公司於相關期間末的財務狀況表的資料如下：

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備	14	101,400	89,642	79,132
使用權資產		24,629	25,112	22,903
其他無形資產		2,312	3,330	2,598
於附屬公司的投資	19	698,538	814,842	799,994
於聯營公司的投資		48,748	65,319	66,951
遞延稅項資產		23	—	—
已抵押存款	26	20,000	—	—
其他非流動資產		416	1,336	608
非流動資產總值		896,066	999,581	972,186
流動資產				
存貨		19,028	11,561	16,954
貿易應收款項及應收票據	24	32,654	38,847	37,110
預付款項、其他應收款項及 其他資產	25	20,905	10,393	50,437
應收關聯方款項		—	—	114
應收附屬公司款項		606,111	566,081	589,468
已抵押存款	26	69,844	20,000	12,191
現金及現金等價物	26	157,177	147,425	100,495
流動資產總值		905,719	794,307	806,769

附錄一

會計師報告

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	27	177,986	47,289	49,676
其他應付款項及應計費用	28	20,666	69,851	57,678
合約負債		4,531	695	520
計息銀行借款	30	126,357	40,619	87,311
租賃負債		–	51	6,069
應付關聯方款項		2,915	1,162	972
應付附屬公司款項		374,875	525,169	587,787
其他流動負債		98	58	68
流動負債總額		707,428	684,894	790,081
流動資產淨值		198,291	109,413	16,688
總資產減流動負債		1,094,357	1,108,994	988,874
非流動負債				
計息銀行借款	30	8,209	97,600	59,550
租賃負債		17,066	12,080	8,162
遞延收入		5,010	4,224	3,489
遞延稅項負債		–	1,440	412
非流動負債總額		30,285	115,344	71,613
資產淨值		1,064,072	993,650	917,261
權益				
股本	33	378,409	385,009	384,769
儲備	34	685,663	608,641	532,492
權益總額		1,064,072	993,650	917,261

附錄一

會計師報告

II 歷史財務資料附註

1. 公司資料

廈門吉宏科技股份有限公司(「貴公司」)於2003年12月24日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立為有限公司。貴公司辦事處註冊地址為中國廈門市海滄區東孚工業區二期浦頭路9號。經中國證券監督管理委員會批准後，貴公司完成其首次公開發售，並於2016年7月12日在深圳證券交易所上市(股份代號：002803.SZ)。貴公司最終由莊浩女士控制。

於相關期間，貴公司及其附屬公司(統稱「貴集團」)主要從事紙製包裝及跨境社交電商業務。

於相關期間末，貴公司於其附屬公司擁有直接及間接權益，且全部附屬公司均為私人有限公司。主要附屬公司詳情載列如下：

名稱	附註	註冊成立／註冊地點及日期以及營業地點	已發行普通／註冊股本	貴公司應佔股權百分比		主要業務
				直接	間接	
呼和浩特市吉宏印刷包裝有限公司(「呼和浩特吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2009年9月1日	人民幣50,000,000元	100%	—	紙製包裝
廊坊市吉宏包裝有限公司(「廊坊吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2013年1月8日	人民幣50,000,000元	100%	—	紙製包裝
吉客印(西安)數字科技有限公司(「西安吉客印」)	(i)	中國／中國內地 2017年8月3日	人民幣10,000,000元	—	100%	跨境社交電商
香港吉客印電子商務有限公司(「吉客印電子商務」)	(ii)	香港／香港 2017年9月1日	1,000,000美元	—	100%	跨境社交電商
吉客印(鄭州)數字科技有限公司(「鄭州吉客印」)	(i)	中國／中國內地 2017年8月23日	人民幣5,000,000元	—	100%	跨境社交電商
寧夏吉宏環保包裝科技有限公司(「寧夏吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2018年12月28日	人民幣50,000,000元	100%	—	紙製包裝
安徽吉宏環保紙品有限公司(「安徽吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2009年8月7日	人民幣50,000,000元	100%	—	紙製包裝
廈門吉宏包裝工業有限公司(「廈門吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2020年3月25日	人民幣50,000,000元	100%	—	紙製包裝

附錄一

會計師報告

名稱	附註	註冊成立／註冊地點及日期以及營業地點	已發行普通／註冊股本	貴公司應佔股權百分比		主要業務
				直接	間接	
海南吉客印數字科技有限公司(「海南吉客印」)	(i)	中國／中國內地 2022年3月22日	人民幣1,000,000元	—	100%	互聯網及相關服務
深圳吉客印供應鏈管理有限公司(「深圳吉客印」)		中國／中國內地 2022年9月21日	人民幣1,000,000元	—	100%	跨境社交電商
吉客拓(深圳)數字科技有限公司(「深圳吉客拓」)	(i)	中國／中國內地 2022年12月14日	人民幣10,000,000元	85%	—	跨境社交電商
廣東橫琴吉客印數字科技有限公司(「廣東橫琴吉客印」)		中國／中國內地 2024年10月15日	人民幣1,000,000元	—	70%	跨境社交電商
灤州吉宏包裝有限公司(「灤州吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2014年1月22日	人民幣20,000,000元	60%	—	紙製包裝
江西吉宏供應鏈管理有限公司(「江西吉宏」)	(i)	中國／中國內地 2019年9月9日	人民幣50,000,000元	—	100%	電商；進出口
陝西永鑫紙業包裝有限公司(「陝西永鑫」)	(i)	中國／中國內地 2004年9月21日	人民幣28,571,000元	51%	—	紙製包裝
廈門市吉客印電子商務有限公司(「廈門吉客印」)	(i)	中國／中國內地 2017年8月1日	人民幣50,000,000元	100%	—	投資控股
杭州吉喙雲網絡科技有限公司(「杭州吉喙雲」)	(i)	中國／中國內地 2020年9月22日	人民幣50,000,000元	55%	—	互聯網及相關服務

以上所列出者乃董事認為主要影響相關期間的業績或構成 貴集團大部分淨資產的 貴公司附屬公司。

附錄一

會計師報告

附註：

- (i) 該等公司(海南吉客印及深圳吉客拓除外)於截至2022年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國企業會計準則(「**中國公認會計原則**」)編製而成，並經信永中和會計師事務所(特殊普通合夥)西安分所審核，該等公司(除陝西永鑫)截至2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國企業會計準則編製，並經廈門中友會計師事務所有限公司審核。
- (iii) 該公司於截至2022年及2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據私營企業香港財務報告準則(「**私營企業香港財務報告準則**」)編製而成，並經何慧玲會計師事務所有限公司審核。

2.1 呈列基準

歷史財務資料乃根據國際財務報告準則會計準則(「**國際財務報告準則**」)編製，其包括國際會計準則理事會(「**國際會計準則理事會**」)批准的所有準則及詮釋。

為編製整個相關期間的歷史財務資料，貴集團已貫徹應用自2024年1月1日開始的會計期間生效的所有國際財務報告準則連同相關過渡條文。

歷史財務資料乃按歷史成本慣例編製，惟按公平值計入其他全面收益的若干貿易應收款項及應收票據、按公平值計入損益的若干定期存款、按公平值計入損益的金融資產及指定為按公平值計入其他全面收益的股本投資(已按公平值計量)除外。

貴集團已按其將持續經營的基準編製歷史財務資料。

綜合基準

綜合財務報表包括貴集團於相關期間的財務報表。附屬公司為貴公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當貴集團因其參與投資對象而就可變回報承擔風險或有權收取可變回報，並能通過其對投資對象的權力(即賦予貴集團目前主導投資對象相關活動的能力的現有權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般假定大多數表決權導致控制權。若貴公司於投資對象擁有的投票權或類似權利不足大多數，則貴集團在評估其對投資對象是否擁有權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人訂立的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 貴集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與貴公司就相同報告期間採用一致的會計政策編製財務報表。附屬公司業績由貴集團取得控制權之日起綜合入賬，並繼續綜合入賬直至該控制權終止當日為止。

即使導致非控股權益出現虧損結餘，損益及其他全面收入(「**其他全面收入**」)各組成部分歸屬於貴集團母公司擁有人及非控股權益。所有集團內公司間的資產及負債、權益、收入、開支及貴集團成員公司之間交易有關的現金流量於綜合入賬時全額抵銷。

附錄一

會計師報告

若有事實及情況顯示上述三項控制權要素的其中一項或多項出現變化，則 貴集團會重新評估其是否控制投資對象。附屬公司擁有權權益的變動(並無失去控制權)入賬列作股權交易。

若 貴集團失去對一家附屬公司的控制權，則會終止確認相關資產(包括商譽)、負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備；並確認任何留存投資的公平值及損益中任何因此產生的盈餘或虧絀。 貴集團先前於其他全面收益內確認的應佔組成部分重新分類至損益或留存溢利(視何者屬適當)，基準與在 貴集團直接出售相關資產或負債的情況下所規定者相同。

2.2 已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則會計準則

貴集團並未於歷史財務資料中採納以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。 貴集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則(如適用)生效時採納該等準則。

國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ³
國際財務報告準則第19號	不對公眾負責的附屬公司：披露 ³
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號修訂本	金融工具分類及計量之修訂本 ²
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本	投資者及其聯營公司或合營企業之間資產出售或投入 ⁴
國際會計準則第21號修訂本	缺乏可兌換性 ¹
國際財務報告會計準則的年度改進—第11冊	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號之修訂本 ²

¹ 於2025年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

³ 於2027年1月1日或之後開始之年度／報告期間生效

⁴ 尚未釐定強制生效日期，惟可供採納

國際財務報告準則第18號規定財務報表的呈列及披露要求，並將取代國際會計準則第1號財務報表的呈列。新國際財務報告準則會計準則引入新要求，在損益表中列報指定類別及界定小計；在財務報表附註中披露管理層定義的績效計量，以及改進財務報表中披露資料的匯總及分類。此外，對國際會計準則第7號現金流量表及國際會計準則第33號每股收益進行小幅修訂。國際財務報告準則第18號將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提前應用。新準則的應用預計不會對 貴集團的財務表現及財務狀況產生重大影響，但預計會影響未來財務報表的披露。 貴集團將繼續評估國際財務報告準則第18號對 貴集團綜合財務報表的影響。

2.3 重大會計政策

於聯營公司的投資

聯營公司指 貴集團擁有通常(但不必要)不低於20%股權表決權的長期權益，並可對其施加重大影響力的實體。重大影響指參與投資對象的財務及經營政策決策的權利，但不控制該等政策。

貴集團於聯營公司的投資於綜合財務狀況表中以 貴集團按權益會計法應佔淨資產減去任何減值虧損入賬。

附錄一

會計師報告

貴集團應佔聯營公司的收購後業績及其他全面收益分別計入綜合損益表及綜合其他全面收益表。此外，當變動直接於該聯營公司的權益確認時，貴集團於綜合權益變動表確認貴集團應佔的任何變動(如適用)。貴集團與其聯營公司之間的交易產生的未變現收益及虧損以貴集團於聯營公司的投資為限進行抵銷，除非未變現虧損提供所轉讓資產減值的證據。收購聯營公司產生的商譽計入作為貴集團於聯營公司的投資的一部分。

倘於聯營公司的投資成為於合營企業的投資或出現相反情況，保留權益將不予重新計量。反之，該投資繼續根據權益法入賬。在所有其他情況下，於失去對聯營公司的重大影響力或失去對合營企業的共同控制權時，貴集團按其公平值計量及確認任何保留投資。聯營公司或合營企業於失去重大影響力或共同控制權時，賬面值與保留投資及出售所得款項的公平值之間的任何差額於損益中確認。

業務合併及商譽

業務合併採用收購法入賬。轉讓代價按收購日期的公平值計量，該公平值是在收購日期貴集團所轉讓資產的公平值、貴集團向被收購方前擁有人承擔的負債及貴集團為換取被收購方控制權而發行的股權的總和。就各業務合併而言，貴集團選擇是否以公平值或被收購方可識別資產淨值的應佔比例，計量於被收購方的非控股權益。非控股權益的所有其他組成部分按公平值計量。收購相關成本於產生時支銷。

當所收購的一組活動及資產包括共同對創造產出的能力作出重大貢獻的一項投入及一項實質性過程時，貴集團確定其已收購一項業務。

當貴集團收購一項業務時，其會根據合約條款、於收購日期的經濟環境及相關條件，評估所承擔的金融資產及負債，以作出合適的分類及標示。這包括分離被收購方主合約中的嵌入式衍生工具。

倘業務合併分階段進行，先前持有的股權按其收購日期的公平值重新計量，所產生任何收益或虧損於損益確認。

收購方將轉讓的任何或然代價按收購日期的公平值確認。分類為資產或負債的或然代價按公平值計量，公平值變動於損益確認。分類為權益的或然代價不予重新計量，其後結算於權益中入賬。

商譽初步按成本計量，即已轉讓代價、已確認非控股權益金額及貴集團先前持有的被收購方股權的任何公平值的總和，超過所收購可識別資產及所承擔負債的差額。倘該代價及其他項目的總和低於所收購資產淨值的公平值，則差額於重新評估後在損益確認為議價收購收益。

於初步確認後，商譽按成本減任何累計減值虧損計量。商譽須每年作減值測試，或當有事件出現或情況改變顯示賬面值可能出現減值時，則會進行更頻密的測試。貴集團於12月31日對商譽進行年度減值測試。就減值測試而言，於業務合併中收購的商譽自收購日期起分配至預期可受惠於合併協同效益的貴集團各個現金產生單位(或現金產生單位組別)，不論貴集團其他資產或負債是否分配至該等單位或單位組別。

減值通過評估與商譽有關的現金產生單位(現金產生單位組別)的可收回金額確定。如果現金產生單位(現金產生單位組別)的可收回金額低於賬面值，則確認減值虧損。就商譽確認的減值虧損不會於其後期間撥回。

附錄一

會計師報告

倘商譽已分配至現金產生單位(或現金產生單位組別)，而該單位的部分業務已出售，則在釐定出售所得收益或虧損時，與所出售業務相關的商譽會計入該業務的賬面值。在該等情況下出售的商譽乃根據所出售業務的相關價值及現金產生單位的保留份額計量。

公平值計量

貴集團於各相關期間未按公平值計量其若干金融資產。公平值為市場參與者於計量日期進行的有序交易中因出售資產而收取或因轉讓負債而支付的價格。公平值計量乃假設出售資產或轉讓負債的交易於該資產或負債的主要市場進行，如並無主要市場則假設於該資產或負債的最有利市場進行。主要或最有利市場必須是貴集團可進入的市場。資產或負債的公平值乃按市場參與者為資產或負債定價時會採用的假設計量，並假設市場參與者的行動符合其最佳經濟利益。

非金融資產的公平值計量計及市場參與者通過最大程度使用該資產並達致其最佳用途，或通過將該資產售予將最大程度使用該資產並達致其最佳用途的另一名市場參與者而產生經濟利益的能力。

貴集團使用在有關情況下屬恰當且具備足夠可得數據以計量公平值的估值技術，並盡量使用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

於財務報表計量或披露公平值的所有資產及負債，均根據對整體公平值計量而言屬重大的最低層級輸入數據按下述公平值層級分類：

第1層級 – 基於相同資產或負債在活躍市場的報價(未經調整)

第2層級 – 基於可直接或間接觀察並對公平值計量而言屬重大的最低層級輸入數據的估值技術

第3層級 – 基於無法觀察對公平值計量而言屬重大的最低層級輸入數據的估值技術

就按經常性基準於財務報表確認的資產及負債而言，貴集團於各相關期間末(根據對整體公平值計量而言屬重大的最低層級輸入數據)重新評估分類，以釐定不同層級之間有否發生轉移。

非金融資產減值

如有跡象顯示出現減值，或須就非金融資產進行年度減值測試(存貨及遞延稅項資產除外)，則會估計該資產的可收回金額。資產的可收回金額為資產或現金產生單位的使用價值與其公平值減出售成本中的較高者，並就個別資產釐定，惟除非有關資產並無產生很大程度上獨立於其他資產或資產組別的現金流入，則會就該資產所屬現金產生單位釐定可收回金額。

減值虧損僅於資產賬面值超逾其可收回金額時確認。評估使用價值時，估計未來現金流量按反映當前市場對貨幣時間價值及資產特定風險的評估的稅前貼現率貼現至其現值。減值虧損於產生期間自損益內與減值資產功能一致的開支類別中扣除。

附錄一

會計師報告

各相關期間末均會評估是否有跡象顯示先前確認的減值虧損可能不復存在或已減少。若出現上述跡象，則會估計可收回金額。僅在用以釐定資產(商譽除外)可收回金額的估計有變時，先前就該資產確認的減值虧損方予撥回，但撥回金額不得高於在過往年度並無就資產確認減值虧損的情況下本應釐定的賬面值(扣除任何折舊／攤銷)。有關減值虧損的撥回於產生期間計入損益。

關聯方

某方若符合下列情況，則被視為與 貴集團有關聯：

(a) 該方屬一名人士或該名人士的近親，且該名人士

(i) 控制或共同控制 貴集團；

(ii) 對 貴集團有重大影響力；或

(iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理人員；

或

(b) 該方為符合下列任何條件的實體：

(i) 該實體與 貴集團為同一集團的成員公司；

(ii) 一家實體為另一家實體(或另一家實體的母公司、附屬公司或同系附屬公司)的聯營公司或合資企業；

(iii) 該實體與 貴集團為同一第三方的合資企業；

(iv) 一家實體為第三方實體的合資企業，而另一家實體為該第三方實體的聯營公司；

(v) 該實體是為 貴集團或與 貴集團有關聯的實體的僱員利益而設立的離職後福利計劃；

(vi) 該實體受第(a)項所指人士控制或共同控制；

(vii) 第(a)(i)項所指人士對該實體有重大影響力或為該實體(或該實體的母公司)的主要管理人員；及

(viii) 該實體或其所屬集團的任何成員公司向 貴集團或 貴集團母公司提供主要管理人員服務。

物業、廠房及設備與折舊

除在建工程以外，物業、廠房及設備按成本減累計折舊及任何減值虧損呈列。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及使有關資產達致其運作狀況及地點以作擬定用途所產生的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投產後所產生的支出(如維修及保養)通常於產生期間計入損益。在符合確認標準的情況下，大型檢查的支出會於資產賬面值資本化為重置。倘物業、廠房及設備的主要部分須分段重置，則 貴集團會將有關部分確認為具有指定可使用年期的個別資產，並相應計提折舊。

附錄一

會計師報告

折舊乃以直線法計算，以按其估計可使用年期撇銷各物業、廠房及設備項目的成本至其剩餘價值。作此用途的主要年度比率如下：

類別	主要年度比率
	(%)
樓宇	3.17至9.50
租賃物業裝修	8.33至50.00
機械	9.50至19.00
汽車	19.00
其他設備	19.00

倘物業、廠房及設備項目的各部分有不同可使用年期，則該項目的成本將按合理基礎分配至各部分，而每部分將單獨折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊法至少須於各財政年度結束時予以檢討，並作調整(如適用)。

物業、廠房及設備項目(包括初始確認的任何重大部分)於出售或預期不會從其使用或出售獲取未來經濟利益時終止確認。於終止確認資產的年度在損益確認的任何出售或報廢損益，為有關資產出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程指在建樓宇，其按成本減任何減值虧損呈列且不計提折舊。成本包括在建期內的直接建設成本及相關借入資金的資本化借款成本。在建工程竣工且可供使用時，將重新分類至物業、廠房及設備的適當類別。

無形資產(商譽除外)

個別收購的無形資產於初始確認時按成本計量。業務合併時收購的無形資產的成本為收購日期的公平值。無形資產的可使用年期分為有限期或無限期。有限期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法至少於每個財政年度末檢討一次。

專利及許可證

購買的專利及許可證按成本減任何減值虧損列賬，並在其5至20年估計可使用年期內按直線法攤銷。

研究及開發成本

所有研究成本均於產生時自損益表扣除。

僅於貴集團可以證明完成無形資產的技術可行性以供使用或銷售、其有意完成及其有能力使用或銷售該資產、該資產如何產生未來經濟利益、有資源完成項目以及有能力可靠計量開發過程中的支出時，方會就開發新產品項目產生的支出予以資本化並作遞延處理。不符合此等標準的產品開發開支在產生時支銷。

遞延開發成本按成本減任何減值虧損列賬並採用直線法在相關產品投入商業生產之日起計不超過五至七年的商業使用年限內攤銷。

附錄一

會計師報告

軟件

軟件以成本減去任何減值虧損列賬，並根據 貴集團過往的經驗以及軟件使用的不同目的和授權使用期限，在5至10年的估計可使用年內按直線法攤銷。

其他無形資產的估計可使用年期乃計及 貴集團的經濟利益期限或受相關法律保護的無形資產的有效期，並參考行業慣例釐定。

租賃

貴集團在合約開始時評估合約是否為或包含租賃。倘合約為換取代價而轉移於一段時間內控制使用已識別資產的權利，則該合約為或包含租賃。

貴集團為承租人

除短期租賃及低價值資產租賃外， 貴集團對所有租賃採取單一確認及計量方法。 貴集團確認用於作出租賃付款的租賃負債以及代表使用相關資產的權利的使用權資產。

(a) 使用權資產

使用權資產於租賃開始日期(即相關資產可供使用的日期)確認。使用權資產以成本減任何累計折舊及任何減值虧損計量，並就租賃負債的任何重新計量進行調整。使用權資產的成本包括已確認的租賃負債金額、已產生的初始直接成本以及在開始日期或之前支付的租賃付款減收到的任何租賃優惠。使用權資產使用直線法按租期與資產的估計可使用年期之間之較短者計提折舊，具體如下：

物業	2至10年
土地使用權	44至50年

倘租賃資產的所有權在租期結束時轉讓予 貴集團，或成本反映行使購買選擇權，則使用資產的估計可使用年期計算折舊。

(b) 租賃負債

於租賃開始日期，租賃負債按租期內作出之租賃付款之現值予以確認。租賃付款包括固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠、取決於指數或利率的可變租賃付款及根據剩餘價值擔保預計支付的金額。租賃付款亦包括 貴集團合理地確定行使之購買選擇權之行使價及在租期反映 貴集團行使終止租賃之選擇權之情況下終止租賃而需支付之罰款。不取決於指數或利率的可變租賃付款在觸發付款的事件或條件發生期間確認為開支。

在計算租賃付款的現值時，由於租賃中所隱含的利率不易確定，故 貴集團在租賃開始日期使用增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額之增加反映利息之增長，其減少則反映所作出之租賃付款。此外，如出現修改、租期變動、租賃付款變化(例如因指數或利率變動導致的未來租賃付款變動)或購買相關資產的選擇權的評估變化，則租賃負債的賬面值將重新計量。

附錄一

會計師報告

(c) 短期租賃

貴集團將短期租賃確認豁免用於其物業及機器的短期租賃(即租期為自開始日期起計12個月或以下且不包含購買選擇權的租賃)。

短期租賃的租賃付款於租期內按直線法確認為開支。

投資及其他金融資產

初步確認及計量

金融資產於初始確認時分類為後續按攤銷成本、按公平值計入其他全面收益及按公平值計入損益計量。

於初始確認時，金融資產分類取決於金融資產的合約現金流量特點和 貴集團管理該等金融資產的業務模式。除了不包含重大融資成分或 貴集團已應用可行權宜方法(不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項及應收票據之外， 貴集團初步按公平值加上(倘若金融資產並非按公平值計入損益)交易成本計量金融資產。不包含重大融資成分或 貴集團已應用可行權宜方法的貿易應收款項及應收票據按國際財務報告準則第15號釐定的交易價格根據下文「收入確認」所載的政策計量。

為使金融資產按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益進行分類及計量，需產生純粹為支付本金及未償還本金利息(「純粹為支付本金及利息」)的現金流量。現金流量並非純粹為支付本金及利息的金融資產，不論業務模式如何，均按公平值計入損益分類和計量。

貴集團管理金融資產的業務模式指 貴集團如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式確定現金流量是否來自收集合約現金流量、出售金融資產，或兩者兼有。按攤銷成本分類和計量的金融資產於以持有金融資產為目標的業務模式內持有，旨在收取合約現金流量，而按公平值計入其他全面收益分類和計量的金融資產於旨在持有以收取合約現金流量和出售的業務模式內持有。並非按上述業務模式持有的金融資產會按公平值計入損益分類和計量。

所有以常規方式購買及銷售的金融資產於交易日(即 貴集團承諾購買或出售資產當日)確認。常規買賣指規定於一般由市場規例或慣例確立的期間內交付資產的金融資產買賣。

後續計量

金融資產的後續計量取決於以下分類：

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)

按攤銷成本計量的金融資產後續使用實際利率法計量，並且須計提減值。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

按公平值計入其他全面收益的金融資產(債務工具)

就按公平值計入其他全面收益的債務工具而言，利息收入、外匯重估及減值虧損或撥回於損益表內確認並按與以攤銷成本計量的金融資產相同的方式估算。餘下公平值變動於其他全面收益確認。終止確認後，於其他全面收益內確認的累計公平值變動結轉至損益表。

附錄一

會計師報告

指定按公平值計入其他全面收益的金融資產(股本投資)

於初步確認時，貴集團可選擇於股本投資符合國際會計準則第32號金融工具：呈報項下的股本定義且並非持作買賣時，將其股本投資不可撤回地分類為指定按公平值計入其他全面收益的股本投資。分類乃按個別工具基準釐定。

該等金融資產的收益及虧損概不會被重新計入損益表。倘確立支付權，該股息於損益表中確認為其他收入，惟當貴集團於作為收回金融資產一部分成本的所得款項中獲益時則除外，於此情況下，該等收益於其他全面收益入賬。指定按公平值計入其他全面收益的股本投資不受減值評估影響。

按公平值計入損益的金融資產

按公平值計入損益的金融資產按公平值於財務狀況表列賬，而公平值變動淨額則於損益表確認。

該類別包括貴集團並無不可撤銷地選擇按公平值計入其他全面收益進行分類的衍生工具及股本投資。倘支付權確立，股本投資的股息亦於損益表中確認為其他收入。

終止確認金融資產

金融資產(或(如適用)金融資產的一部分或一組類似金融資產的一部分)主要會在下列情況下終止確認(即從貴集團的綜合財務狀況表中移除)：

- 從資產收取現金流量的權利已屆滿；或
- 貴集團已轉讓從資產收取現金流量的權利，或根據「轉手」安排已承擔在並無重大延誤下將已收取現金流量全額支付予第三方的責任；且(a) 貴集團已轉讓資產的絕大部分風險及回報，或(b) 貴集團既無轉讓亦無保留資產的絕大部分風險及回報，但已轉讓資產控制權。

若貴集團已轉讓其從資產收取現金流量的權利或已訂立轉手安排，貴集團會評估有否保留資產擁有權的風險及回報以及保留程度。如貴集團既無轉讓又無保留該資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓該資產的控制權，則貴集團繼續按其持續參與的程度確認已轉讓資產。在此情況下，貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債按反映貴集團所保留權利及責任的基準計量。

持續參與以就已轉讓資產作出擔保的形式進行，並按該資產的原有賬面值與貴集團可能須償還的最高代價金額中的較低者計量。

金融資產減值

貴集團對並非按公平值計入損益持有的所有債務工具預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)確認撥備。預期信貸虧損是基於根據合約到期的合約現金流量與貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額而釐定，並且以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押的現金流量或組成合約條款的其他信貸提升措施的現金流量。

附錄一

會計師報告

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段進行確認。對於自初始確認起並無顯著增加的信貸風險，就於未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提預期信貸虧損撥備。對於自初始確認起已顯著增加的信貸風險，不論何時發生違約，在剩餘風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

於各報告日期，貴集團評估自初始確認起金融工具的信貸風險是否大幅增加。在進行有關評估時，貴集團會就金融工具於報告日期發生違約的風險與金融工具於初始確認當日發生違約的風險進行比較，並考慮合理可靠且毋須付出不必要的成本或努力即可獲得的資料，包括過往和前瞻性資料。倘合約款項逾期超過30日以上，則貴集團認為信貸風險大幅上升。

貴集團會在合約付款逾期90日時考慮金融資產違約。然而，在某些情況下，倘若內部或外部資料顯示，在計及貴集團持有的任何信貸提升措施前，貴集團不大可能全額收到未償還合約款項，則貴集團亦可認為金融資產違約。

倘若無法合理預期收回合約現金流量，則撇銷金融資產。

按攤銷成本計量的金融資產在一般方法下可能會出現減值，其按以下計量預期信貸虧損的階段分類，應用下文所詳述簡化方法的貿易應收款項及應收票據則除外。

第1階段 – 自初始確認以來信貸風險未顯著增加及其虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第2階段 – 自初始確認以來信貸風險顯著增加但並非信貸減值金融資產及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融工具

第3階段 – 於報告日期已信貸減值(但不是購買或原生信貸減值)及虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量的金融資產

簡化方法

對於不包含重大融資成分或貴集團已應用可行權宜方法(不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項及應收票據，貴集團於計算預期信貸虧損時應用簡化方法。根據簡化方法，貴集團不追溯信貸風險變動，而是根據各報告日期的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。貴集團已根據其過往信貸虧損經驗設立撥備矩陣，並按債務人的特定前瞻性因素和經濟環境作出調整。

金融負債

初步確認與計量

金融負債於初步確認時分類為貸款及借款以及應付款項(如適用)。

所有金融負債初步按公平值確認，而如屬貸款及借款以及應付款項，則扣除直接應佔交易成本。

附錄一

會計師報告

貴集團的金融負債包括貿易應付款項及應付票據、其他應付款項、計息銀行借款及應付關聯方款項。

倘供應商融資安排產生的金融負債與貿易應付款項的性質及功能相似，則貴集團會將該等金融負債歸類為財務狀況表中的貿易應付款項及應付票據。倘供應商融資安排屬貴集團正常營運週期所用營運資金的一部分、所提供的抵押水平與貿易應付款項相若，以及屬供應鏈融資安排一部分的負債的條款與不屬該安排一部分的貿易應付款項的條款並無重大差異，則屬上述情況。與供應商融資安排產生的負債有關的現金流量，如在財務狀況表中分類為應付貿易款項及應付票據，則計入現金流量表中的經營活動。否則，金融負債歸類為財務狀況表中的計息銀行借款，而相關現金流量計入現金流量表中的融資活動。

其後計量

金融負債的其後計量視乎其以下分類：

按攤銷成本計量的金融負債(貿易及其他應付款項以及借款)

於初步確認後，貿易及其他應付款項以及計息銀行借款隨後以實際利率法按攤銷成本計量，除非貼現影響微乎其微，則按成本列賬。當終止確認負債時，收益及虧損會在實際利率攤銷過程中於損益內確認。

攤銷成本乃經計及收購的任何折讓或溢價及屬於實際利率不可分割部分的費用或成本計算得出。實際利率攤銷計入損益內的財務費用。

回購自身權益工具產生的金融負債

貴集團購買其自身權益工具以換取現金的責任初步按贖回金額的現值確認，並自權益重新分類。隨後，根據國際財務報告準則第9號計量金融負債且重新計量的收益或虧損於損益入賬。

終止確認金融負債

若金融負債項下的責任已履行、取消或屆滿，則終止確認該負債。

若現有金融負債被同一貸款人以條款大為不同的另一項金融負債取代，或現有負債的條款經大幅修改，則此類替換或修改會被視為終止確認原有負債及確認新負債，且各自賬面值之間的差額於損益表中確認。

抵銷金融工具

若擁有目前可強制執行的法定權利以抵銷已確認金額，且有意按淨額基準結算或同時變現資產及清償負債，則會抵銷金融資產及金融負債，並於綜合財務狀況表中呈報有關淨額。

存貨

存貨以成本與可變現淨值中的較低者列賬。成本乃按加權平均基準釐定，而對於在製品及製成品而言，包括直接材料、直接勞工及適當比例的間接費用。可變現淨值乃基於估計售價減直至完工及出售將產生的任何估計成本得出。

附錄一

會計師報告

現金及現金等價物

財務狀況表中的現金及現金等價物包括手頭及銀行現金，以及通常在三個月內到期、很容易轉換為已知金額現金、價值變化風險很小及為履約短期現金承諾而持有的短期高流動性存款。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭及銀行現金，以及上文界定的短期存款，減去須按要求償還並構成 貴集團現金管理組成部分的銀行透支。

撥備

因過往事件產生現時債務(法定或推定)，而未來可能須資源流出以償還債務，且該債務所涉金額能可靠估計時，則確認撥備。

倘貼現影響重大，則已確認的撥備金額為各報告期間末預期償還債務所需的未來支出現值。隨時間流逝而增加的貼現現值金額於綜合損益表內列為財務費用。

產品質量保證的期限及條款乃根據產品相關的法律及法規制定。 貴集團並無提供任何額外服務或產品質量保證，故產品質量保證並不構成單獨的履約責任。

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。與損益以外確認的項目有關的所得稅於損益以外確認，即於其他全面收益或直接於權益確認。

即期稅項資產及負債根據於各相關期間完結時已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)，並經考慮 貴集團營運所在國家的現行詮釋及慣例，按預期可從稅務機關收回或向其支付的金額計量。

遞延稅項就各相關期間完結時資產及負債稅基與其用作財務申報的賬面值之間的所有暫時差額按負債法計提撥備。

遞延稅項負債就所有應課稅暫時差額予以確認，惟以下情況除外：

- 當遞延稅項負債由初步確認並非業務合併的交易中的資產或負債產生，且在進行交易時對會計溢利或應課稅溢利或虧損均無影響及不會產生相等應課稅及可扣減暫時差額；及
- 就與附屬公司及聯營公司的投資相關的應課稅暫時差額而言，當撥回暫時差額的時間可以控制，且暫時差額可能不會於可見將來撥回。

遞延稅項資產就所有可扣減暫時差額、結轉未動用稅項抵免及任何未動用稅項虧損確認。在可能出現可用作抵銷可扣減暫時差額、結轉未動用稅項抵免及未動用稅項虧損的應課稅溢利的情況下，方會確認遞延稅項資產，惟以下情況除外：

- 有關可扣減暫時差額的遞延稅項資產由初步確認並非業務合併的交易中的資產或負債產生，且於進行交易時對會計溢利或應課稅溢利或虧損均無影響及不會產生相等應課稅及可扣減暫時差額；及

附錄一

會計師報告

- 就與附屬公司及聯營公司投資相關的可扣減暫時差額而言，在暫時差額有可能在可預見將來撥回，且有可能出現可用作抵銷暫時差額的應課稅溢利時，方會確認遞延稅項資產。

遞延稅項資產的賬面值在各相關期間完結時進行檢討，倘不再可能有充足應課稅溢利以動用全部或部分遞延稅項資產，則予以削減。倘可能有充足應課稅溢利以收回全部或部分遞延稅項資產，則會在各相關期間完結時重新評估未確認的遞延稅項資產，並予以確認。

遞延稅項資產及負債按變現資產或清償負債期間的預期適用稅率計量，並以各相關期間完結前已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)為基礎。

當且僅當 貴集團具有可強制執行的法定權利將即期稅項資產與即期稅項負債互相抵銷，而遞延稅項資產及遞延稅項負債涉及同一稅務機關對同一應課稅實體或擬於各預期清償或收回重大遞延稅項負債或資產的未來期間按淨額基準結算即期稅項負債與資產，或同時變現資產及清償負債的不同應課稅實體徵收的所得稅，則遞延稅項資產與遞延稅項負債互相抵銷。

庫存股份

貴公司或 貴集團回購及持有的自身權益工具(庫存股份)直接於權益內按成本確認。概不於損益表內確認有關購買、出售、發行或註銷 貴集團自身權益工具的收益或虧損。

政府補助

政府補助於合理保證將會收取補助及符合所有附帶條件時按公平值確認。如補助涉及開支項目，則會於擬補償成本的支銷期間按系統性基準確認為收入。

倘補貼與一項資產有關，則其公平值會計入遞延收入賬，並按均等年度分期，於有關資產的預期可使用年期調撥至損益表，或自該項資產的賬面值中扣除並透過減少折舊開支方式調撥至損益表。

收入確認

客戶合約收入

於向客戶轉移貨品或服務的控制權時確認客戶合約收入，轉讓金額應為能反映 貴集團預期就交換該等貨品或服務有權獲得的代價。

根據過往經驗， 貴集團採用預期價值法估計包括銷售退貨在內的可變代價金額。與無條件銷售退貨有關的金額對 貴集團於各呈列期間的總收入並不重大。

貴集團的收入主要來自跨境社交電商的營運以及包裝產品的生產及銷售。 貴集團的收入確認政策的更多詳情如下：

(a) 跨境社交電商

來自跨境社交電商的收入於產品控制權轉移至客戶時確認，一般在交付及客戶接受產品時確認。

附錄一

會計師報告

(b) 銷售包裝產品

銷售包裝產品的收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般在交付及客戶接受包裝產品時確認。

(c) 服務

服務收入於提供服務並獲客戶接納時按時間點確認。

其他收入

利息收入乃以應計基準採用實際利率法(即採用於金融工具的預計年期或一段較短期間(如適用)內將估計未來現金收入準確貼現至金融資產賬面淨值的利率)確認。

股息收入在股東收取付款之權利確認，與股息相關之經濟利益將可能流入 貴集團及能夠可靠地計量股息金額時確認。

合約負債

合約負債會在 貴集團轉移相關貨品或服務前客戶付款或付款到期時(以較早者為準)確認。合約負債於 貴集團根據合約履約時(即向客戶轉移相關服務的控制權)確認為收益。

以股份為基礎的付款

貴公司設有限制性股份計劃。 貴集團僱員(包括董事)按以股份為基礎付款的方式收取酬金，據此，僱員以提供服務換取股本工具(「**股權結算交易**」)。

與僱員之股權結算交易成本乃參照股份授出當日之公平值計量。

股權結算交易之成本會在達成表現及／或服務條件後之期間於僱員福利開支內確認，並相應增加權益。於各報告期間末直至獲歸屬日期就股權結算交易確認之累計支出反映出獲歸屬期間屆滿的程度及 貴集團對最終將會歸屬之股本工具數目之最佳估計。某一期間在損益表中扣除或計入之款項代表該期間開始及結束時確認之累計支出變動。

釐定獎勵的授出日期公平值並不考慮服務及非市場表現條件，惟能達成條件的可能性則被評定為 貴集團對最終將獲歸屬之股本工具數目的最佳估計之一部分。市場表現條件將反映在授出日期的公平值。附帶於獎勵中但並無相關聯服務要求的其他任何條件皆視為非歸屬條件。反映非歸屬條件於獎勵公平值中反映，除非當中包含服務及／或表現條件，否則即時予以支銷。

倘股權結算獎勵的條款經修訂而獎勵的原有條款已達成，所確認的開支最少須達到猶如條款並無任何變更的水平。此外，倘若按變更日期的計量，任何變更導致以股份為基礎的付款總公平值有所增加，或對僱員帶來其他利益，則應就該等變更確認開支。

附錄一

會計師報告

倘股權結算獎勵被註銷，於註銷日期，根據將予歸屬的獎勵數目的最佳估計，任何尚未就獎勵確認的開支應立即確認。此包括屬 貴集團或僱員控制範圍內的非歸屬條件並無達成的任何獎勵。然而，誠如前段所述，若授予新獎勵代替已註銷的獎勵，並於授出日期指定為替代獎勵，則已註銷的獎勵及新獎勵，均應被視為原獎勵的變更。

僱員福利

退休金計劃

貴集團於中國內地運營的附屬公司的僱員須參與由地方市政府營辦的中央退休金計劃。該等附屬公司須向中央退休金計劃供款，金額相當於工資成本的若干百分比。有關供款自損益扣除，原因是其根據中央退休金計劃規則須予支付。

住房公積金及其他社會保險

根據中國相關法律及法規， 貴集團為其僱員參與界定社會保險供款計劃。該等包括住房公積金、基本醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險。 貴集團每月向住房公積金及其他社會保險作出供款。該等供款按應計基準於損益扣除。 貴集團對該等基金的責任以每個期間的應付供款為限。

借款成本

與合資格資產(即需要頗長時間準備以作擬定用途或出售的資產)的收購、建設或製造直接相關的借款成本，會撥作該等資產成本的一部分。資產大致上可用作擬定用途或出售時，借款成本停止資本化。所有其他借款成本均於其產生期間列作開支。借款成本包括實體就借入資金所產生的利息及其他成本。

報告期後事項

倘 貴集團於報告期後但在獲授權刊發日期之前收到有關報告期結束時存在之情況的資料，將會評估該等資料是否影響其於財務報表中確認的金額。 貴集團將調整其於財務報表中確認的金額，以反映報告期後的任何調整事項，並根據新資料更新與該等情況相關的披露。至於報告期後的非調整事項， 貴集團不會更改其於財務報表中確認的金額，但會披露非調整事項的性質及對其財務影響作出的估計，或無法作出有關估計的聲明(如適用)。

股息

末期股息將於股東大會上獲股東批准後確認為負債。

外幣

該等歷史財務資料以人民幣呈列，而人民幣為 貴公司功能貨幣。 貴集團的每間實體自行決定其功能貨幣，而計入每間實體的歷史財務資料的項目均採用該功能貨幣計量。 貴集團旗下實體入賬的外幣交易初步使用其各自的功能貨幣於交易當日的現行匯率入賬。以外幣計值的貨幣資產及負債按各相關期間末的功能貨幣匯率換算。結算或換算貨幣項目所產生的差額於損益表確認。

附錄一

會計師報告

以外幣歷史成本計量的非貨幣項目按初步交易當日的匯率換算。以外幣公平值計量的非貨幣項目則按計量公平值當日的匯率換算。換算按公平值計量的非貨幣項目產生的收益或虧損按與確認該項目公平值變動的收益或虧損一致的方式處理(即公平值收益或虧損於其他全面收益或損益確認的項目的換算差額亦分別於其他全面收益或損益確認)。

若干海外附屬公司的功能貨幣為人民幣以外的貨幣。於報告期間末，該等實體的資產及負債按報告期間末的現行匯率換算為人民幣，其損益表按與交易當日的現行匯率相若的匯率換算為人民幣。

所產生的匯兌差額於其他全面收益確認，並在匯兌波動儲備中累積，惟差額歸屬於非控股權益則除外。當出售海外業務時，與該指定海外業務有關的儲備中的累計金額於損益表內確認。

3. 重大會計判斷及估計

編製 貴集團的歷史財務資料時，管理層需作出會影響收益、開支、資產及負債呈報金額(及其隨附披露)以及或然負債披露的判斷、估計及假設。有關該等假設及估計的不確定性或會導致可能須對未來受影響的資產或負債賬面值作出重大調整的結果。

判斷

於應用 貴集團的會計政策過程中，除涉及對歷史財務資料確認金額產生最大影響的估計部分外，管理層已作出如下判斷。

業務模式

金融資產於初步確認時分類取決於 貴集團管理金融資產的業務模式。於釐定業務模式時， 貴集團考慮如何評估業務模式表現及在該業務模式下持有的金融資產，並向實體主要管理人員報告、影響金融資產表現的風險及風險管理，以及相關管理人員收取薪酬方式。當評估目標是否為收取合約現金流量時， 貴集團須要分析及判斷在金融資產到期日前出售的原因、時間、頻率及價值。

合約現金流量特徵

金融資產於初始確認時分類取決於金融資產的合約現金流量特徵，以及對合約現金流量是否僅為支付本金額及未償還本金額利息作出的判斷，包括評估貨幣時間價值的修正、判斷與基準現金流量是否存在重大差異，以及預付特徵公平值對具有預付特徵的金融資產而言是否不重要等。

終止確認金融資產

倘 貴集團已轉讓收取資產所產生現金流量之權利，惟並無轉讓或保留與該資產相關之絕大部分風險及回報，或並無轉讓該資產之控制權，則僅要 貴集團持續涉及該資產，該資產須予確認及入賬。倘 貴集團並無轉讓或保留與該資產相關的絕大部分風險及回報，或並無轉讓該資產的控制權，則常常須作出重大判斷，並須估計 貴集團持續參與該資產的程度。

附錄一

會計師報告

估計不確定性

下文說明於各相關期間末關於未來的主要假設以及估計不確定性的其他主要來源，而該等假設及來源具有導致資產及負債賬面值於下個財政年度內作出大幅調整的重大風險。

貿易應收款項及其他應收款項的預期信貸虧損撥備

除若干貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損乃基於估計現金流量，並計及過往及前瞻性資料後個別評估外，貴集團使用撥備矩陣計算貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的不同對手方組別的賬齡計算。

撥備率初步基於貴集團過往觀察所得違約率而釐定。貴集團將按前瞻性資料調整過往信貸虧損經驗。舉例而言，倘預測經濟環境預期將於未來一年惡化，導致違約事件增加，則會調整過往違約率。於各報告日期，過往觀察所得違約率將予更新，並會分析前瞻性估計變動。

過往觀察所得違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損之間關聯係數的評估為一項重大估計。預期信貸虧損的金額對環境及預測經濟狀況的變動敏感。貴集團的過往信貸虧損經驗及經濟狀況的預測亦未必反映未來的實際違約情況。有關貴集團貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的預期信貸虧損的資料分別披露於歷史財務資料附註24及附註25。

非金融資產(商譽除外)減值

貴集團於各相關期間末評估所有非金融資產(包括使用權資產)有否減值跡象。具無限使用年期之無形資產每年及在有減值跡象時進行減值測試。其他非金融資產在有跡象顯示其賬面值可能無法收回時進行減值測試。當資產或現金產生單位之賬面值超過其可收回金額(即公平值減出售成本與其使用價值之較高者)，則存在減值。公平值減出售成本乃基於按公平原則所進行具約束力的同類資產銷售交易所得數據或可觀察市場價格扣除出售資產的增量成本計算。計算使用價值時，管理層須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

商譽減值

貴集團至少每年釐定商譽有否減值。該過程須對獲分配商譽之現金產生單位之使用價值作出估計。使用價值之估算要求貴集團估計預期產生自現金產生單位之未來現金流量以及選擇合適之貼現率以計算該等現金流量之現值。於2022年、2023年及2024年12月31日，商譽賬面值為9,585,000港元。進一步詳情載於附註16。

非上市股本投資的公平值

非上市股本投資已根據市場法或貼現現金流量法估值，詳情載於附註45。市場法要求貴集團釐定可比公眾公司(同業)並選擇價格倍數。此外，貴集團會就流動性不足及規模差異貼現作出估計。貼現現金流量法要求貴集團採用其他具有類似合約條款及風險狀況的金融工具得出的當前貼現率，貼現預期未來現金流量，從而釐定非上市股本投資的公平值。貴集團就預期未來現金流量、信貸風險、波幅及適用貼現率作出估計。貴集團將該等投資的公平值分類為第三級。於2022年、2023年及2024年12月31日，非上市股本投資的公平值分別為人民幣18,500,000元、人民幣19,500,000元及人民幣8,254,000元。進一步詳情載於財務報表附註20。

附錄一

會計師報告

遞延稅項資產

倘可能有應課稅溢利可用以抵銷虧損及可扣稅暫時性差額，則就未動用的稅項虧損及可扣稅暫時性差額確認遞延稅項資產。管理層須根據未來應課稅溢利的大致時間及數額以及未來稅務計劃策略作出重大判斷，以釐定可確認的遞延稅項資產金額。於2022年、2023年及2024年12月31日，有關已確認稅項虧損的遞延稅項資產的賬面值為零。於2022年、2023年及2024年12月31日，未確認稅項虧損的金額分別為人民幣308,798,000元、人民幣394,849,000元及人民幣466,257,000元。進一步詳情載於歷史財務資料附註32。

租賃-估計增量借款利率

貴集團無法輕易確定租賃中的內含利率，因此，貴集團使用增量借款利率（「**增量借款利率**」）計量租賃負債。增量借款利率為貴集團於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近的資產，而以類似抵押品與類似期限借入所需資金應支付的利率。因此，增量借款利率反映了貴集團「應支付」的利率，當無可觀察的利率時（如就並無訂立融資交易的附屬公司而言）或當須對利率進行調整以反映租賃的條款及條件時（如當租賃並非以附屬公司的功能貨幣訂立時），則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，貴集團使用可觀察輸入數據（如市場利率）估算增量借款利率並須作出若干實體特定的估計（如附屬公司的獨立信貸評級）。

確認以股份為基礎的付款開支

貴集團根據股份激勵計劃授予若干管理層及僱員限制性股份以進行激勵。限制性股份的歸屬須待特定歸屬條件達成，方可落實。有關條件包括服務期限及／或表現條件。在考慮歸屬條件以釐定以權益結算以股份為基礎的付款開支計量時將計入之限制性股份數目時，貴集團須作出判斷。

於歸屬日期之前，於相關期間末就以股份為基礎的付款確認之累計開支反映歸屬期已屆滿部分以及貴集團對最終歸屬之限制性股份數目之最佳估計。期間內於綜合損益表扣除或計入之款額指於期初及期末確認之累計費用之變動。

存貨撇減

貴集團的存貨以其成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。貴集團經參考存貨貨齡及狀況以及考慮影響有關存貨銷路的經濟情況後按所估計的可變現價值撇減存貨。存貨將每季度進行檢討，以於適當情況下予以撇減。

物業、廠房及設備項目的可使用年期及剩餘價值

釐定物業、廠房及設備項目的可使用年期及剩餘價值時，貴集團須考慮多項因素，例如因生產及提供服務變動或改進或市場對有關資產的產品或服務輸出的需求有所改變而導致的技術性或商業性過時、資產預期用途、預期自然損耗、資產保養及維修和使用資產所受到的法律或類似限制。資產的可使用年期乃根據貴集團使用具類似用途的類似資產的經驗而估計。倘物業、廠房及設備項目的估計可使用年期及／或剩餘價值與先前估計不同，則會作出額外折舊。可使用年期及剩餘價值於各年度末按情況變化進行檢討。有關物業、廠房及設備的進一步詳情載於歷史財務資料附註14。

附錄一

會計師報告

4. 經營分部資料

就管理目的而言，貴集團根據其產品及服務組織其業務單位，並擁有以下三個可呈報經營分部：

- (i) 跨境社交電商業務；
- (ii) 紙製包裝業務；及
- (iii) 其他業務。

管理層獨立監察貴集團經營分部之業績，以就資源分配及表現評估方面作出決策。分部表現按可呈報分部溢利／虧損作出評估，乃來自除稅前經調整溢利／虧損之計量。除稅前經調整溢利／虧損持續與貴集團的除稅前溢利作出計量，惟該計量並不包括其金融資產減值虧損。管理層亦視貴公司為紙製包裝分部一部分。

分部資產不包括現金及現金等價物、定期存款、已抵押存款、遞延稅項資產、指定按公平值計入其他全面收益的股本投資、按公平值計入損益的金融資產以及其他未分配的總部及公司資產，原因為該等資產乃以組為單位進行管理。

分部負債不包括計息銀行借款、應繳稅款、遞延稅項負債以及其他未分配的總部及公司負債，原因為該等負債乃以組為單位進行管理。

各分部間之銷售及轉讓乃經參考向第三方作出銷售時之售價，按當時現行之市價進行交易。

附錄一

會計師報告

截至2022年12月31日止年度

	跨境社交電商	紙製包裝	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分部收入				
向外部客戶銷售	3,106,601	1,982,591	286,692	5,375,884
分部間銷售	1,456	1,007	1,480	3,943
分部收入總額	3,108,057	1,983,598	288,172	5,379,827
<u>對賬：</u>				
分部間銷售對銷				(3,943)
客戶合約收入				5,375,884
分部業績	217,476	137,169	(20,953)	333,692
<u>對賬：</u>				
分部間業績對銷**				(43,122)
金融資產減值虧損				(76,680)
除稅前溢利				213,890
分部資產	545,999	1,893,779	267,090	2,706,868
<u>對賬：</u>				
分部間應收款項對銷				(479,568)
企業及其他未分配資產				1,015,086
資產總值				3,242,386
分部負債	371,046	687,135	206,981	1,265,162
<u>對賬：</u>				
分部間應付款項對銷				(479,568)
企業及其他未分配負債				319,627
負債總額				1,105,221
其他分部資料				
應佔聯營公司虧損	88	4,427	350	4,865
物業、廠房及設備減值	—	2,291	—	2,291
存貨減值	5,457	3,037	7	8,501
折舊及攤銷	10,492	102,703	1,089	114,284
於聯營公司之投資	—	63,478	4,337	67,815
資本開支*	9,269	165,492	510	175,271

附錄一

會計師報告

截至2023年12月31日止年度

	跨境社交電商	紙製包裝	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分部收入				
向外部客戶銷售	4,256,637	2,096,606	341,438	6,694,681
分部間銷售	1,578	5,741	2,259	9,578
分部收入總額	4,258,215	2,102,347	343,697	6,704,259
<u>對賬：</u>				
分部間銷售對銷				(9,578)
客戶合約收入				6,694,681
分部業績	259,393	286,842	(33,353)	512,882
<u>對賬：</u>				
分部間業績對銷**				(101,049)
金融資產減值虧損				(25,367)
除稅前溢利				386,466
分部資產	688,165	1,946,928	219,060	2,854,153
<u>對賬：</u>				
分部間應收款項對銷				(528,478)
企業及其他未分配資產				1,260,901
資產總值				3,586,576
分部負債	472,406	819,140	223,277	1,514,823
<u>對賬：</u>				
分部間應付款項對銷				(528,478)
企業及其他未分配負債				287,377
負債總額				1,273,722
其他分部資料：				
應佔聯營公司虧損／(溢利)	298	(2,729)	577	(1,854)
存貨減值	10,001	9,463	—	19,464
折舊及攤銷	25,166	104,367	2,071	131,604
於聯營公司之投資	7,702	72,659	2,078	82,439
資本開支	17,191	210,837	891	228,919

附錄一

會計師報告

截至2024年12月31日止年度

	跨境社交電商	紙製包裝	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分部收入				
向外部客戶銷售	3,365,903	2,099,461	63,895	5,529,259
分部間銷售	635	6	1,478	2,119
分部收入總額	3,366,538	2,099,467	65,373	5,531,378
<u>對賬：</u>				
分部間銷售對銷				(2,119)
客戶合約收入				5,529,259
分部業績	118,721	361,028	(10,309)	469,440
<u>對賬：</u>				
分部間業績對銷**				(242,263)
金融資產減值虧損				(9,037)
除稅前溢利				218,140
分部資產				
<u>對賬：</u>				
分部間應收款項對銷	847,373	2,077,636	120,606	3,045,615
企業及其他未分配資產				(591,880)
				1,049,360
資產總值				3,503,094
分部負債				
<u>對賬：</u>				
分部間應付款項對銷	504,672	971,640	159,309	1,635,551
企業及其他未分配負債				(591,880)
				250,908
負債總額				1,294,579
其他分部資料：				
應佔聯營公司溢利	(596)	(2,887)	(101)	(3,584)
存貨減值	9,553	(379)	365	9,539
折舊及攤銷	24,248	120,753	1,160	146,161
於聯營公司之投資	31,084	74,214	2,179	107,477
資本開支	4,849	119,734	22	124,605

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、其他無形資產及業務合併所得的資產。

** 紙製包裝分部的分部業績包括跨境社交電商分部分派的股息。於相關期間，已分派股息的金額分別人民幣50,000,000元、人民幣100,000,000元及人民幣200,000,000元跨境社交電商分部的分部業績包含其他分部分派的股息。於相關期間，分派股息的金額分別為零、零及人民幣50,000,000元。

附錄一

會計師報告

地區資料

(a) 來自外界客戶之收入

	截至12月31日止年度		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國內地	2,190,291	2,309,038	2,037,028
其他國家／地區	3,185,593	4,385,643	3,492,231
	<u>5,375,884</u>	<u>6,694,681</u>	<u>5,529,259</u>

以上收入資料乃以客戶所在地為基準。

(b) 非流動資產

除 貴集團於中國香港投資的私募股權基金(附註21)外，於各相關期間末， 貴集團幾乎所有的非流動資產均位於中國內地。

主要客戶之資料

於相關期間，收入約人民幣1,277,302,000元、人民幣1,248,397,000元及人民幣1,037,386,000元來自紙製包裝分部對單一客戶的銷售，包括向一組據知與該客戶受共同控制的實體之銷售。

5. 收入

客戶合約收入

(a) 收益資料劃分

截至2022年12月31日止年度

分部	跨境社交電商 人民幣千元	紙製包裝 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨品或服務類型				
跨境社交電商	3,106,601	—	—	3,106,601
紙製包裝	—	1,982,591	—	1,982,591
其他	—	—	286,692	286,692
總計	<u>3,106,601</u>	<u>1,982,591</u>	<u>286,692</u>	<u>5,375,884</u>
地區市場				
東北亞	1,794,364	—	—	1,794,364
東南亞	677,902	—	—	677,902
中東	409,467	—	—	409,467
中國內地	—	1,903,599	286,692	2,190,291
歐洲及北美洲	223,499	32,200	—	255,699
其他國家／地區	1,369	46,792	—	48,161
總計	<u>3,106,601</u>	<u>1,982,591</u>	<u>286,692</u>	<u>5,375,884</u>
確認收入的時間				
於某一時間點轉移	3,106,601	1,982,591	286,692	5,375,884
總計	<u>3,106,601</u>	<u>1,982,591</u>	<u>286,692</u>	<u>5,375,884</u>

附錄一

會計師報告

截至2023年12月31日止年度

分部	跨境社交電商 人民幣千元	紙製包裝 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨品或服務類型				
跨境社交電商	4,256,637	—	—	4,256,637
紙製包裝	—	2,096,606	—	2,096,606
其他	—	—	341,438	341,438
總計	4,256,637	2,096,606	341,438	6,694,681
地區市場				
東北亞	2,527,377	14,397	—	2,541,774
東南亞	846,452	356	—	846,808
中東	385,919	—	—	385,919
中國內地	—	1,967,600	341,438	2,309,038
歐洲及北美洲	493,536	16,005	—	509,541
其他國家／地區	3,353	98,248	—	101,601
總計	4,256,637	2,096,606	341,438	6,694,681
確認收入的時間				
於某一時間點轉移	4,256,637	2,096,606	341,438	6,694,681
總計	4,256,637	2,096,606	341,438	6,694,681

截至2024年12月31日止年度

分部	跨境社交電商 人民幣千元	紙製包裝 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
貨品或服務類型				
跨境社交電商	3,365,903	—	—	3,365,903
紙製包裝	—	2,099,461	—	2,099,461
其他	—	—	63,895	63,895
總計	3,365,903	2,099,461	63,895	5,529,259
地區市場				
東北亞	1,720,230	18,512	—	1,738,742
東南亞	661,202	231	—	661,433
中東	340,289	1,488	—	341,777
中國內地	—	1,973,133	63,895	2,037,028
歐洲及北美洲	638,943	8,891	—	647,834
其他國家／地區	5,239	97,206	—	102,445
總計	3,365,903	2,099,461	63,895	5,529,259
確認收入的時間				
於某一時間點轉移	3,365,903	2,099,461	63,895	5,529,259
總計	3,365,903	2,099,461	63,895	5,529,259

附錄一

會計師報告

下表列示於相關期間確認並於各期間初計入合約負債的收入金額：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年初計入合約負債結餘的			
已確認收入：			
跨境社交電商	570	3,815	659
紙製包裝	3,411	5,448	1,619
其他	2,998	3,686	12,551
	6,979	12,949	14,829

(b) 履約義務

有關 貴集團履約義務的資料概述如下：

銷售產品

於客戶接受產品時完成履約義務。就紙製包裝的客戶而言，合約價格通常在交貨後30至90天內結算。就跨境社交電商的客戶而言，合約價格通常通過在線平台預付或貨到付款支付，且 貴集團通常於3至15天內通過平台或物流服務提供商結算。

就跨境社交電商業務中部分自有品牌產品銷售而言，存在兩年履約義務期。於相關期間，分配至剩餘履約義務的交易價格總額分別為人民幣35,000元、人民幣226,000元及人民幣564,000元，以及 貴集團於兩年保修期結束時確認該等收入。

提供服務

根據所達致的里程碑，於服務完成並獲客戶接受後的時點完成履約義務。合約價格通常由客戶於30至90天內支付。

附錄一

會計師報告

6. 其他收入及收益、其他開支及虧損

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他收入			
政府補助	26,879	35,243	39,034
銀行利息收入	7,303	14,057	13,087
	<u>34,182</u>	<u>49,300</u>	<u>52,121</u>
收益			
出售物業、廠房及設備項目的收益淨額	1,508	—	—
按公平值計入損益的金融資產收益	—	2,453	4,338
外匯遠期安排收益	—	—	221
註銷一間附屬公司的收益	—	—	1,261
按公平值計入損益的金融資產公平值收益	—	231	88
出售附屬公司的收益	56	515	—
出售一間聯營公司的收益	—	—	646
其他	468	882	2,439
	<u>2,032</u>	<u>4,081</u>	<u>8,993</u>
其他收入及收益	<u><u>36,214</u></u>	<u><u>53,381</u></u>	<u><u>61,114</u></u>
其他開支及虧損			
提前終止租賃的虧損	—	—	405
出售無形資產項目的虧損	—	—	1
出售物業、廠房及設備項目虧損淨額	—	3,551	301
物業、廠房及設備減值	2,291	—	—
遠期外匯安排虧損	3,743	1,984	—
出售聯營公司的虧損	—	1,968	27
附屬公司撤銷註冊的投資虧損	7,364	1,823	12
出售附屬公司的虧損	—	—	553
其他	999	1,174	1,144
	<u>14,397</u>	<u>10,500</u>	<u>2,443</u>
其他開支及虧損	<u><u>14,397</u></u>	<u><u>10,500</u></u>	<u><u>2,443</u></u>

附錄一

會計師報告

7. 除稅前溢利

貴集團除稅前溢利乃扣除／(計入)下列各項後得出：

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
已售存貨及所提供服務的成本*		3,197,031	3,590,378	3,109,944
廣告開支		1,491,367	2,242,166	1,761,136
物業、廠房及設備折舊	14	91,483	94,633	105,736
使用權資產折舊	15(a)	21,280	35,105	36,532
其他無形資產攤銷	17	1,521	1,866	3,893
核數師酬金		1,934	2,452	2,737
僱員福利開支(包括附註9所載的董事、 最高行政人員及監事薪酬)：				
工資、薪金及津貼		452,950	522,169	564,816
退休金計劃供款		28,043	30,379	35,000
員工福利開支		19,231	18,588	18,615
以權益結算以股份為基礎的付款開支		3,126	26,379	17,332
銀行利息收入	6	(7,303)	(14,057)	(13,087)
財務成本	8	21,627	13,412	12,250
外匯(收益)／虧損淨額		(10,736)	(975)	3,512
出售物業、廠房及設備項目的 (收益)／虧損淨額	6	(1,508)	3,551	301
提前終止租賃的虧損		—	—	405
出售其他無形資產項目的虧損	6	—	—	1
來自遠期外匯安排的虧損／(收益)	6	3,743	1,984	(221)
應佔聯營公司虧損／(溢利)		4,865	(1,854)	(3,584)
計提貿易應收款項及 應收票據減值	24	12,658	8,915	7,229
政府補助	6	(26,879)	(35,243)	(39,034)
物業、廠房及設備減值	6	2,291	—	—
計提按金及其他應收款項減值		64,022	16,376	1,808
存貨減值	23	8,501	19,464	9,539

* 已售存貨及所提供服務的成本包括存貨減值、與物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊及員工成本相關的開支，其亦計入在上文單獨披露的各類開支總額中。

附錄一

會計師報告

8. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行借款利息	13,534	5,756	6,083
租賃負債利息	4,562	4,514	4,850
保理費用(a)	3,531	3,142	1,317
	<u>21,627</u>	<u>13,412</u>	<u>12,250</u>

- (a) 就客戶集團A的若干貿易應收款項而言，貴集團與一家保理公司(亦為客戶集團A的聯屬公司)訂立無追索權的保理安排並將相關保理費用計入損益。

9. 董事及最高行政人員薪酬

於相關期間錄得的董事及最高行政人員薪酬載列如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
袍金	346	400	798
其他酬金：			
薪金、津貼及實物福利	3,291	4,379	9,163
表現相關花紅	4,345	6,455	5,565
以權益結算以股份為基礎的付款開支	—	568	3,368
退休金計劃供款	153	134	143
	<u>8,135</u>	<u>11,936</u>	<u>19,037</u>

(a) 獨立非執行董事

於相關期間已付／應付獨立非執行董事的袍金如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
高晶(vii)	80	—	—
郭光(vi)	80	—	—
黃炳藝(xii)	—	—	—
楊晨暉(ix)	80	100	120
張國清(viii)	80	100	120
蔡慶輝(x)	13	100	20
韓建書(xi)	13	100	120
薛永恒(xviii)	—	—	251
吳永蒨(xix)	—	—	167
	<u>346</u>	<u>400</u>	<u>798</u>

附錄一

會計師報告

截至2022年12月31日止年度

最高行政人員：

莊浩(i)	-	480	-	-	-	480

董事：

張和平(iii)	-	613	-	-	19	632
莊澍(iv)	-	493	-	-	20	513
王亞朋(ii)	-	737	3,920	-	51	4,708
廖生興(v)	-	-	-	-	-	-

獨立董事：

蔡慶輝(x)	13	-	-	-	-	13
韓建書(xi)	13	-	-	-	-	13
楊晨暉(ix)	80	-	-	-	-	80
張國清(viii)	80	-	-	-	-	80
郭光(vi)	80	-	-	-	-	80
高晶(vii)	80	-	-	-	-	80

監事：

白雪婷(xiii)	-	214	-	-	6	220
何卓鎔(xiv)	-	134	-	-	6	140
胡官宏(xvi)	-	326	25	-	13	364
王海營(xv)	-	294	400	-	38	732

346	3,291	4,345	-	153	8,135

袍金	薪金、津貼及實物福利	表現相關花紅	限制性股份獎勵	退休金計劃供款	薪酬總額
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2023年12月31日止年度

最高行政人員：

莊浩(i)	-	1,436	-	-	-	1,436

董事：

張和平(iii)	-	701	-	-	19	720
莊澍(iv)	-	640	-	-	19	659
王亞朋(ii)	-	826	6,420	568	71	7,885
廖生興(v)	-	-	-	-	-	-

獨立董事：

蔡慶輝(x)	100	-	-	-	-	100
韓建書(xi)	100	-	-	-	-	100
楊晨暉(ix)	100	-	-	-	-	100
張國清(viii)	100	-	-	-	-	100

監事：

白雪婷(xiii)	-	230	-	-	6	236
何卓鎔(xiv)	-	191	-	-	5	196
胡官宏(xvi)	-	355	35	-	14	404

400	4,379	6,455	568	134	11,936

附錄一

會計師報告

	袍金	薪金、 津貼及 實物福利	表現 相關花紅	限制性股份 獎勵	退休金 計劃供款	薪酬總額
	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12月31日止年度						
最高行政人員：						
莊浩(i)	-	2,315	-	-	-	2,315
董事：						
張和平(iii)	-	1,649	-	-	19	1,668
莊澍(iv)	-	1,681	-	-	19	1,700
王亞朋(ii)	-	1,894	4,621	1,057	73	7,645
廖生興(v)	-	-	-	-	-	-
陸它山(xvii)	-	751	-	2,311	6	3,068
獨立董事：						
蔡慶輝(x)	20	-	-	-	-	20
韓建書(xi)	120	-	-	-	-	120
楊晨暉(ix)	120	-	-	-	-	120
張國清(viii)	120	-	-	-	-	120
薛永恒(xviii)	251	-	-	-	-	251
吳永備(xix)	167	-	-	-	-	167
監事：						
白雪婷(xiii)	-	233	-	-	6	239
何卓鎔(xiv)	-	194	-	-	6	200
胡官宏(xvi)	-	446	944	-	14	1,404
	798	9,163	5,565	3,368	143	19,037

- (i) 莊浩女士已於2010年12月獲委任為 貴公司董事兼董事長，並於2022年11月調任為董事兼總經理。
- (ii) 王亞朋先生已於2020年9月獲委任為董事兼副董事長，並於2022年11月調任為董事兼董事長。
- (iii) 張和平先生已於2016年11月獲委任為 貴公司董事兼總經理，並於2022年11月調任為董事、副總經理兼副董事長。
- (iv) 莊澍先生已於2010年12月獲委任為 貴公司董事。
- (v) 廖生興先生已於2019年11月獲委任為 貴公司董事。
- (vi) 郭光先生已於2016年2月獲委任為 貴公司獨立董事，並於2022年11月辭任。
- (vii) 高晶先生已於2016年2月獲委任為 貴公司獨立董事，並於2022年11月辭任。
- (viii) 張國清先生已於2021年5月獲委任為 貴公司獨立董事。
- (ix) 楊晨暉先生已於2020年9月獲委任為 貴公司獨立董事。
- (x) 蔡慶輝先生已於2022年11月獲委任為 貴公司獨立董事並於2024年2月退任。

附錄一

會計師報告

- (xi) 韓建書先生已於2022年11月獲委任為 貴公司獨立董事。
- (xii) 黃炳藝先生已於2016年11月獲委任為 貴公司獨立董事，並於2021年5月退任。
- (xiii) 白雪婷女士已於2011年11月獲委任為監事會召集人。
- (xiv) 何卓鎔先生已於2019年11月獲委任為 貴公司監事。
- (xv) 王海營先生已於2019年11月獲委任為 貴公司監事，並於2022年11月退任。
- (xvi) 胡官宏先生已於2022年11月獲委任為 貴公司監事。
- (xvii) 陸它山先生已於2024年2月獲委任為 貴公司董事。
- (xviii) 薛永恒先生已於2024年2月獲委任為 貴公司獨立董事。
- (xix) 吳永蓓女士已於2024年2月獲委任為 貴公司獨立董事。

於相關期間，概無董事或監事放棄或同意放棄任何酬金之安排。

10. 五名最高薪酬僱員

於相關期間， 貴集團的五名最高薪酬人士分別包括零名、一名及三名董事。該等董事的薪酬詳情載於上文附註9。最高薪酬僱員(並非 貴公司董事及最高行政人員)的酬金詳情如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
薪金、津貼及實物福利	1,592	1,412	1,697
表現相關花紅	10,625	12,140	22,835
以權益結算以股份為基礎的付款開支	510	2,668	1,130
退休金計劃供款	77	77	77
	<u>12,804</u>	<u>16,297</u>	<u>25,739</u>

薪酬介乎以下範圍的非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員人數如下：

	僱員人數		
	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
零至人民幣1,000,000元	—	—	—
人民幣1,000,001元至人民幣2,000,000元	2	—	—
人民幣2,000,001元至人民幣3,000,000元	2	—	—
人民幣3,000,000元以上	<u>1</u>	<u>4</u>	<u>4</u>

附錄一

會計師報告

11. 所得稅

貴集團須就來自或源自 貴集團成員公司所處及經營所在司法權區的溢利為各實體繳納所得稅。

中國企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》， 貴集團中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，除非享有下文所載優惠稅率。

貴公司於2020年10月21日合資格成為高新技術企業(「高新技術企業」)並有權於2022年享有15%的優惠稅率。該資格須經中國有關稅務部門每三年審查一次。自2023年起， 貴公司的適用稅率為25%，因 貴公司不符合高新技術企業資格。

於相關期間， 貴集團的若干中國附屬公司獲認證為高新技術企業，因此享有15%的優惠所得稅稅率。該資格須經中國有關稅務部門每三年審查一次。

若干附屬公司從事「西部地區鼓勵類產業」並合資格享有15%的優惠企業所得稅稅率。

於相關期間， 貴集團的一間中國附屬公司合資格成為《企業所得稅法》項下的「雙軟企業」(「雙軟企業」)。根據相關稅務法規，倘每年符合雙軟企業的標準，自首個獲利年度2019年開始，合資格附屬公司兩年內獲豁免企業所得稅，其後三年適用稅率減半。

若干附屬公司符合《新疆喀什、霍爾果斯兩個特殊經濟開發區企業所得稅優惠政策的通知》內的政策。自取得第一筆生產經營收入所屬納稅年度起，五年內免徵企業所得稅。

若干附屬公司符合小微企業資格，於2022年、2023年及2024年有資格分別按25%的減稅稅率計算應課稅所得額及按20%的稅率繳納企業所得稅。

香港利得稅

於相關期間，香港利得稅乃按估計應課稅溢利的16.5%的稅率計算。然而， 貴集團的一間附屬公司(為合資格企業)可選擇採用利得稅兩級制。根據利得稅兩級制， 貴集團於香港成立的合資格實體的首2,000,000港元應課稅溢利按8.25%的稅率繳稅，餘下應課稅溢利按16.5%的稅率繳稅。

其他地區應課稅溢利的稅項已按 貴集團經營所在各司法權區的現行稅率計算。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅			
– 中國內地	41,870	54,072	31,171
– 香港	810	2,664	2,468
遞延稅項(附註32)	(369)	(2,392)	51
	<u>42,311</u>	<u>54,344</u>	<u>33,690</u>

附錄一

會計師報告

除稅前溢利採用 貴公司所在司法權區的法定稅率計算的稅項開支，與按實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
除稅前溢利	213,890	386,466	218,140
按25%的中國企業所得稅稅率計算的稅項	53,473	96,616	54,535
不同稅率的影響	(34,737)	(42,115)	(26,276)
有關過往年度即期稅項的調整	1,446	347	1,508
毋須繳稅的投資虧損／(收入)	707	(362)	(960)
不可扣稅開支	2,300	6,316	4,780
動用過往未確認的稅項虧損	–	(3,261)	(3,072)
未確認的稅項虧損及可扣減暫時差額	43,153	17,041	18,738
研發開支及其他費用的額外可扣減撥備(a)	(24,031)	(20,238)	(15,563)
	42,311	54,344	33,690

- (a) 根據中國國家稅務總局頒佈的相關法律及法規，從事研發活動的企業有權要求額外扣除其研發成本。

12. 股息

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
向母公司擁有人宣派的股息	–	175,204	201,882

於2023年1月30日， 貴公司股東於股東特別大會上批准2022年第三季度利潤分配計劃，據此， 貴公司378,409,288股股份每股派息人民幣0.263元，合計人民幣99,522,000元，有關股息已於2023年3月派付予 貴公司股東。

於2023年9月15日， 貴公司股東於股東特別大會上批准2023年中期利潤分配計劃，據此， 貴公司378,409,288股股份每股派息人民幣0.2元，合計人民幣75,682,000元，有關股息已於2023年9月派付予 貴公司股東。

於2024年4月22日， 貴公司股東於股東週年大會批准2023年度利潤分配計劃，據此 貴公司380,067,788股股份每股派息人民幣0.36元，合共人民幣136,824,000元，有關股息已於2024年4月派付予 貴公司股東。

於2024年12月6日， 貴公司股東於股東週年大會批准2024年前三個季度利潤分配計劃，據此， 貴公司378,743,588股股份每股派息人民幣0.18元，合計人民幣68,174,000元，已於2024年12月派付予 貴公司股東。

附錄一

會計師報告

13. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

(a) 基本

於相關期間，每股基本盈利(「每股盈利」)乃分別按 貴公司擁有人應佔溢利除以已發行普通股加權平均數計算。

下文反映計算每股基本盈利所用的收入及股份數據：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
母公司擁有人應佔溢利	183,980	345,099	181,931
減：應付預計歸屬限制性股份的股息	—	2,813	1,030
計算每股基本盈利所用的 貴公司擁有人應佔溢利	<u>183,980</u>	<u>342,286</u>	<u>180,901</u>
計算每股基本盈利所用的年內已發行普通股加權平均數	<u>372,333,981</u>	<u>372,502,844</u>	<u>370,201,726</u>
每股基本盈利(每股人民幣元)	<u>0.48</u>	<u>0.92</u>	<u>0.49</u>

(b) 攤薄

貴公司根據股份激勵計劃授出的限制性股份對每股盈利具有潛在攤薄效應。每股攤薄盈利乃透過假設股份激勵計劃產生的所有潛在具攤薄作用的普通股(共同組成計算每股攤薄盈利的分母)已歸屬，調整發行在外普通股的加權平均數計算。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計算每股攤薄盈利所用的 貴公司擁有人應佔溢利	<u>183,980</u>	<u>345,099</u>	<u>181,931</u>
計算每股基本盈利所用的年內已發行普通股加權平均數	<u>372,333,981</u>	<u>372,502,844</u>	<u>370,201,726</u>
就股份激勵計劃產生的潛在股份進行的調整	<u>79,291</u>	<u>1,152,791</u>	<u>—</u>
計算每股攤薄盈利所用股份的加權平均數	<u>372,413,272</u>	<u>373,655,635</u>	<u>370,201,726</u>
每股攤薄盈利(每股人民幣元)	<u>0.48</u>	<u>0.92</u>	<u>0.49</u>

附錄一

會計師報告

14. 物業、廠房及設備

貴集團

	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2022年12月31日							
於2022年1月1日：							
成本	371,267	11,200	651,780	9,030	49,470	13,220	1,105,967
累計折舊及減值	(77,927)	(4,996)	(255,200)	(4,176)	(23,397)	–	(365,696)
賬面淨值	<u>293,340</u>	<u>6,204</u>	<u>396,580</u>	<u>4,854</u>	<u>26,073</u>	<u>13,220</u>	<u>740,271</u>
於2022年1月1日，扣除累計折舊及減值	293,340	6,204	396,580	4,854	26,073	13,220	740,271
添置	19,085	5,093	53,495	684	6,766	83,708	168,831
年內計提折舊	(17,465)	(2,770)	(62,285)	(1,543)	(7,420)	–	(91,483)
出售	–	–	(11,305)	(218)	(136)	–	(11,659)
轉移	1,915	–	36,144	28	3,410	(41,497)	–
減值	–	–	(980)	(21)	(7)	(1,283)	(2,291)
於2022年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>296,875</u>	<u>8,527</u>	<u>411,649</u>	<u>3,784</u>	<u>28,686</u>	<u>54,148</u>	<u>803,669</u>
於2022年12月31日：							
成本	392,267	16,293	724,567	9,045	58,020	55,431	1,255,623
累計折舊及減值	(95,392)	(7,766)	(312,918)	(5,261)	(29,334)	(1,283)	(451,954)
賬面淨值	<u>296,875</u>	<u>8,527</u>	<u>411,649</u>	<u>3,784</u>	<u>28,686</u>	<u>54,148</u>	<u>803,669</u>
	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2023年12月31日							
於2023年1月1日：							
成本	392,267	16,293	724,567	9,045	58,020	55,431	1,255,623
累計折舊及減值	(95,392)	(7,766)	(312,918)	(5,261)	(29,334)	(1,283)	(451,954)
賬面淨值	<u>296,875</u>	<u>8,527</u>	<u>411,649</u>	<u>3,784</u>	<u>28,686</u>	<u>54,148</u>	<u>803,669</u>
於2023年1月1日，扣除累計折舊及減值	296,875	8,527	411,649	3,784	28,686	54,148	803,669
添置	3,538	3,004	58,232	977	8,964	140,380	215,095
年內計提折舊	(20,002)	(3,601)	(60,284)	(1,033)	(9,713)	–	(94,633)
出售	(140)	–	(4,087)	(592)	(2,679)	–	(7,498)
轉移	88,328	–	89,938	–	1,963	(180,229)	–
2023年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>368,599</u>	<u>7,930</u>	<u>495,448</u>	<u>3,136</u>	<u>27,221</u>	<u>14,299</u>	<u>916,633</u>
2023年12月31日：							
成本	483,941	19,297	846,631	8,395	63,026	15,135	1,436,425
累計折舊及減值	(115,342)	(11,367)	(351,183)	(5,259)	(35,805)	(836)	(519,792)
賬面淨值	<u>368,599</u>	<u>7,930</u>	<u>495,448</u>	<u>3,136</u>	<u>27,221</u>	<u>14,299</u>	<u>916,633</u>

附錄一

會計師報告

	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2024年12月31日							
於2024年1月1日：							
成本	483,941	19,297	846,631	8,395	63,026	15,135	1,436,425
累計折舊及減值	(115,342)	(11,367)	(351,183)	(5,259)	(35,805)	(836)	(519,792)
賬面淨值	<u>368,599</u>	<u>7,930</u>	<u>495,448</u>	<u>3,136</u>	<u>27,221</u>	<u>14,299</u>	<u>916,633</u>
於2024年1月1日，扣除累計折舊及減值	368,599	7,930	495,448	3,136	27,221	14,299	916,633
添置	9,727	1,280	42,571	180	7,891	63,246	124,895
年內計提折舊	(21,363)	(3,075)	(70,516)	(1,082)	(9,700)	–	(105,736)
出售	(173)	–	(4,565)	(117)	(501)	–	(5,356)
轉移	–	–	60,526	1,019	339	(61,884)	–
2024年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>356,790</u>	<u>6,135</u>	<u>523,464</u>	<u>3,136</u>	<u>25,250</u>	<u>15,661</u>	<u>930,436</u>
2024年12月31日：							
成本	492,279	20,577	929,100	9,371	66,470	16,497	1,534,294
累計折舊及減值	(135,489)	(14,442)	(405,636)	(6,235)	(41,220)	(836)	(603,858)
賬面淨值	<u>356,790</u>	<u>6,135</u>	<u>523,464</u>	<u>3,136</u>	<u>25,250</u>	<u>15,661</u>	<u>930,436</u>
貴公司							
	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2022年12月31日							
於2022年1月1日：							
成本	57,387	349	156,836	2,812	10,881	4,071	232,336
累計折舊及減值	(16,760)	(326)	(87,833)	(1,837)	(8,910)	–	(115,666)
賬面淨值	<u>40,627</u>	<u>23</u>	<u>69,003</u>	<u>975</u>	<u>1,971</u>	<u>4,071</u>	<u>116,670</u>
於2022年1月1日，扣除累計折舊及減值	40,627	23	69,003	975	1,971	4,071	116,670
添置	–	–	907	–	94	1,373	2,374
年內計提折舊	(1,884)	(18)	(12,735)	(299)	(513)	–	(15,449)
出售	–	–	(803)	(104)	(5)	–	(912)
轉移	–	–	2,569	–	–	(2,569)	–
減值	–	–	–	–	–	(1,283)	(1,283)
於2022年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>38,743</u>	<u>5</u>	<u>58,941</u>	<u>572</u>	<u>1,547</u>	<u>1,592</u>	<u>101,400</u>
於2022年12月31日：							
成本	57,387	349	157,598	2,303	10,877	2,875	231,389
累計折舊及減值	(18,644)	(344)	(98,657)	(1,731)	(9,330)	(1,283)	(129,989)
賬面淨值	<u>38,743</u>	<u>5</u>	<u>58,941</u>	<u>572</u>	<u>1,547</u>	<u>1,592</u>	<u>101,400</u>

附錄一

會計師報告

	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2023年12月31日							
於2023年1月1日：							
成本	57,387	349	157,598	2,303	10,877	2,875	231,389
累計折舊及減值	(18,644)	(344)	(98,657)	(1,731)	(9,330)	(1,283)	(129,989)
賬面淨值	<u>38,743</u>	<u>5</u>	<u>58,941</u>	<u>572</u>	<u>1,547</u>	<u>1,592</u>	<u>101,400</u>
於2023年1月1日，扣除累計折舊及減值	38,743	5	58,941	572	1,547	1,592	101,400
添置	-	-	2,832	-	110	2,146	5,088
年內計提折舊	(1,884)	(5)	(10,735)	(265)	(499)	-	(13,388)
出售	-	-	(3,458)	-	-	-	(3,458)
轉移	-	-	3,633	-	46	(3,679)	-
2023年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>36,859</u>	<u>-</u>	<u>51,213</u>	<u>307</u>	<u>1,204</u>	<u>59</u>	<u>89,642</u>
於2023年12月31日：							
成本	57,387	349	157,882	2,303	11,033	895	229,849
累計折舊及減值	(20,528)	(349)	(106,669)	(1,996)	(9,829)	(836)	(140,207)
賬面淨值	<u>36,859</u>	<u>-</u>	<u>51,213</u>	<u>307</u>	<u>1,204</u>	<u>59</u>	<u>89,642</u>
	樓宇	租賃物業 裝修	機械	汽車	其他設備	在建工程	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
2024年12月31日							
於2024年1月1日：							
成本	57,387	349	157,882	2,303	11,033	895	229,849
累計折舊及減值	(20,528)	(349)	(106,669)	(1,996)	(9,829)	(836)	(140,207)
賬面淨值	<u>36,859</u>	<u>-</u>	<u>51,213</u>	<u>307</u>	<u>1,204</u>	<u>59</u>	<u>89,642</u>
於2024年1月1日，扣除累計折舊及減值	36,859	-	51,213	307	1,204	59	89,642
添置	2,056	-	-	-	277	1,071	3,404
年內計提折舊	(1,943)	-	(9,342)	(234)	(366)	-	(11,885)
出售	-	-	(2,027)	-	(2)	-	(2,029)
轉移	-	-	-	1,007	123	(1,130)	-
2024年12月31日，扣除累計折舊及減值	<u>36,972</u>	<u>-</u>	<u>39,844</u>	<u>1,080</u>	<u>1,236</u>	<u>-</u>	<u>79,132</u>
於2024年12月31日：							
成本	59,443	349	154,482	3,310	11,390	836	229,810
累計折舊及減值	(22,471)	(349)	(114,638)	(2,230)	(10,154)	(836)	(150,678)
賬面淨值	<u>36,972</u>	<u>-</u>	<u>39,844</u>	<u>1,080</u>	<u>1,236</u>	<u>-</u>	<u>79,132</u>

於相關期間末，貴集團若干樓宇已作抵押，作為貴集團就借款及應付票據獲授銀行融資的擔保(附註30)。

附錄一

會計師報告

15. 租賃

貴集團作為承租人

貴集團就營運使用的物業訂立租賃合約。就收購為其44年至50年的土地使用權預先支付一次性付款，其後毋需根據該等土地使用權的條款繼續付款。租賃物業的租期一般為2至10年。

(a) 使用權資產

貴集團

於相關期間，使用權資產的賬面值及變動如下：

	物業	土地使用權	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	71,871	98,406	170,277
添置	31,551	–	31,551
折舊費用	(19,034)	(2,246)	(21,280)
終止	(8,091)	–	(8,091)
於2022年12月31日及2023年1月1日	76,297	96,160	172,457
添置	50,109	–	50,109
折舊費用	(32,858)	(2,247)	(35,105)
於2023年12月31日及2024年1月1日	93,548	93,913	187,461
添置	34,440	–	34,440
折舊費用	(34,255)	(2,277)	(36,532)
終止	(9,019)	–	(9,019)
於2024年12月31日	84,714	91,636	176,350

於相關期間末，貴集團若干使用權資產已作抵押，作為貴集團就借款及應付票據獲授銀行融資的擔保(附註30)。

附錄一

會計師報告

(b) 租賃負債

貴集團

於相關期間租賃負債(未計入計息銀行借款項下)的眼面值及變動如下：

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年初	68,931	77,438	88,385
添置	31,551	50,109	34,440
年內確認的利息增加	4,562	4,514	4,850
付款	(19,942)	(43,676)	(34,918)
終止	(7,664)	—	(8,614)
年末	77,438	88,385	84,143
分析為：			
流動部分	23,948	25,012	34,678
非流動部分	53,490	63,373	49,465

(c) 於綜合損益表中確認的租賃相關款項如下：

貴集團

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
租賃負債利息	4,562	4,514	4,850
使用權資產折舊費用	21,280	35,105	36,532
提前終止租賃的虧損	427	—	405
與短期租賃有關的開支	2,633	4,237	4,110
於損益確認的總金額	28,902	43,856	45,897

附錄一

會計師報告

16. 商譽

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年初 成本	1,665	9,585	9,585
賬面淨值	1,665	9,585	9,585
年初成本，扣除累計減值 添置(附註37)	1,665 7,920	9,585 —	9,585 —
年末成本及賬面值	9,585	9,585	9,585
年末 成本	9,585	9,585	9,585
賬面淨值	9,585	9,585	9,585

商譽減值測試

透過業務合併獲得的商譽就減值測試分配至下列現金產生單位(「現金產生單位」)：

- SENADA BIKES現金產生單位；及
- 濟南吉聯包裝產品現金產生單位。

分配至各現金產生單位的商譽賬面值如下：

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
SENADA BIKES現金產生單位	7,920	7,920	7,920
濟南吉聯包裝產品現金產生單位	1,665	1,665	1,665
	9,585	9,585	9,585

附錄一

會計師報告

SENADA BIKES現金產生單位

管理層聘請獨立外部估值師評估商譽於各相關期間末的可收回金額。SENADA BIKES現金產生單位的可收回金額按高級管理層批准的五年期財政預算的現金流量預測根據使用價值計算法釐定。於各相關期間末，現金流量預測採用的貼現率為13.17%、13.92%及15.17%。據推斷，五年期後的現金流量將採用零增長率，並假設業務將永久營運。

下表載列管理層於減值評估中採用的關鍵假設：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
收入年增長率－預測期平均值	14.25%	13.25%	11.37%
平均毛利率	22.97%	24.32%	26.40%
稅前貼現率	13.17%	13.92%	15.17%

於2022年、2023年及2024年12月31日，根據使用價值計算法，可收回金額分別超出SENADA BIKES現金產生單位的賬面值人民幣1,390,000元、人民幣12,010,000元及人民幣8,747,000元。

在計算使用價值時採用的關鍵假設

於計算相關期間的現金產生單位使用價值時使用若干假設。在計算使用價值時採用的關鍵假設包括多項影響銷售額及毛利率預算及貼現率的內外因素。下文描述管理層就進行商譽減值測試所依據的現金流量預測的各項關鍵假設：

銷售額及毛利率預算－用於釐定分配至銷售額及毛利率預算的基礎為緊接預算年度前一年取得的平均業績，就預期效率提高及預期市場發展增加。

貼現率－於2022年、2023年及2024年12月31日，現金流量預測分別使用貼現率13.17%、13.92%及15.17%%貼現。貼現率反映金錢時間值的現時市場評估，並以估計資本成本為基準。

對SENADA BIKES市場發展的主要假設賦值及貼現率與外部資料來源一致。

附錄一

會計師報告

SENADA BIKES現金產生單位估值的敏感度分析

在所有其他關鍵假設保持不變的情況下，貴公司管理層通過將銷售額預算減少0.3%、將毛利率減少0.3%或將貼現率增加0.3%進行敏感度測試。對SENADA BIKES現金產生單位可收回金額超出賬面值的金額(「餘量」)的影響如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銷售額預算減少0.3%	(1,114)	(1,374)	(1,129)
毛利率減少0.3%	(1,351)	(1,650)	(1,215)
貼現率增加0.3%	(1,121)	(1,381)	(913)

與上述關鍵假設的影響相對應的餘量如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
餘量－銷售額預算減少0.3%	276	10,636	7,618
餘量－毛利率減少0.3%	39	10,360	7,532
餘量－貼現率增加0.3%	269	10,629	7,834

由於SENADA BIKES現金產生單位的收購日期接近2022年12月31日，故SENADA BIKES現金產生單位於2022年12月31日的估值接近收購SENADA BIKES現金產生單位的代價，餘量較小。根據相關期間減值評估的餘量，貴公司管理層認為任何關鍵假設的任何合理可能變動均不會導致計提商譽減值撥備。

該等敏感度分析乃基於只變更相關假設而其他假設保持不變。實際上，由於某些假設的變動可能會相互影響，因此這情況不太可能發生。

經考慮基於評估仍有足夠的餘量，管理層認為於各相關期間末，商譽並無減值。

根據管理層及獨立外部估值師進行的上述評估結果，貴公司董事得出結論，於各相關期間末，無須就上述商譽確認減值虧損。

附錄一

會計師報告

17. 其他無形資產

	非專利技術	專利	軟件	其他	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2022年1月1日：					
成本	377	6,547	6,631	—	13,555
累計攤銷	(91)	(1,128)	(2,804)	—	(4,023)
賬面淨值	<u>286</u>	<u>5,419</u>	<u>3,827</u>	<u>—</u>	<u>9,532</u>
於2022年1月1日的成本，					
扣除累計攤銷	286	5,419	3,827	—	9,532
添置	—	13	1,074	5,353	6,440
年內計提攤銷	(30)	(383)	(826)	(282)	(1,521)
於2022年12月31日，					
扣除累計攤銷	<u>256</u>	<u>5,049</u>	<u>4,075</u>	<u>5,071</u>	<u>14,451</u>
於2022年12月31日：					
成本	377	6,560	7,705	5,353	19,995
累計攤銷	(121)	(1,511)	(3,630)	(282)	(5,544)
賬面淨值	<u>256</u>	<u>5,049</u>	<u>4,075</u>	<u>5,071</u>	<u>14,451</u>
於2023年1月1日的成本，					
扣除累計攤銷	256	5,049	4,075	5,071	14,451
添置	51	116	1,534	9,091	10,792
年內計提攤銷	(40)	(499)	(749)	(578)	(1,866)
於2023年12月31日，					
扣除累計攤銷	<u>267</u>	<u>4,666</u>	<u>4,860</u>	<u>13,584</u>	<u>23,377</u>
於2023年12月31日：					
成本	428	6,676	9,239	14,444	30,787
累計攤銷	(161)	(2,010)	(4,379)	(860)	(7,410)
賬面淨值	<u>267</u>	<u>4,666</u>	<u>4,860</u>	<u>13,584</u>	<u>23,377</u>
於2024年1月1日的成本，					
扣除累計攤銷	267	4,666	4,860	13,584	23,377
添置	—	6	340	81	427
年內計提攤銷	(40)	(408)	(1,420)	(2,025)	(3,893)
出售	(1)	—	—	—	(1)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷	<u>226</u>	<u>4,264</u>	<u>3,780</u>	<u>11,640</u>	<u>19,910</u>
於2024年12月31日：					
成本	422	6,682	9,579	14,525	31,208
累計攤銷	(196)	(2,418)	(5,799)	(2,885)	(11,298)
賬面淨值	<u>226</u>	<u>4,264</u>	<u>3,780</u>	<u>11,640</u>	<u>19,910</u>

附錄一

會計師報告

18. 於聯營公司的投資

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應佔資產淨值	61,950	76,418	98,918
收購時的商譽	5,865	6,021	8,559
	67,815	82,439	107,477

貴集團與聯營公司的應付貿易結餘於歷史財務資料附註43披露。

貴集團主要聯營公司的詳情如下：

名稱	所持已發行 股份詳情	註冊及 營業地點	貴集團應佔所有權權益百分比			主要業務活動
			於12月31日			
			2022年	2023年	2024年	
廈門海晟融創信息技術有限公司 (「廈門海晟」)	普通股	中國／ 中國內地	37%	37%	37%	信息技術服務
天津長榮健康科技有限公司 (「天津長榮」)	普通股	中國／ 中國內地	40%	40%	40%	科研與技術 服務
福建省海峽版權運營有限公司 (「福建海峽」)	普通股	中國／ 中國內地	—	49%	49%	版權及知識 產權服務
Shenzhen Jiashe Network Technology Co., Ltd. (「Shenzhen Jiashe」)	普通股	中國／ 中國內地	—	—	20%	技術推廣與 應用服務

於廈門海晟及福建海峽的股權乃由 貴公司持有。天津長榮及Shenzhen Jiashe的股權由 貴公司的全資附屬公司持有。

廈門海晟、天津長榮、福建海峽及Shenzhen Jiashe被視為 貴集團的主要聯營公司，使用權益法入賬。

附錄一

會計師報告

下表載列就會計政策差異進行調整後的廈門海晟財務資料概要，已與綜合財務報表中的賬面值進行對賬：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	292,911	400,868	318,334
非流動資產	25,894	27,499	29,613
流動負債	(202,906)	(306,460)	(219,561)
資產淨值	115,899	121,907	128,386
與 貴集團於聯營公司權益對賬：			
貴集團所有權比例	37%	37%	37%
貴集團應佔聯營公司資產淨值	42,883	45,106	47,505
收購時的商譽	5,865	5,865	5,865
投資賬面值	48,748	50,971	53,370
收入	122,428	241,209	295,083
年內(虧損)/溢利	(20,395)	6,008	10,082
年內全面收入總額	(20,395)	6,008	10,082

下表載列就會計政策差異進行調整後的天津長榮財務資料概要，已與綜合財務報表中的賬面值進行對賬：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	41,017	24,504	19,956
非流動資產	14,181	11,974	14,133
流動負債	(7,341)	(8,506)	(10,733)
非流動負債	(11,150)	(9,739)	(5,318)
資產淨值	36,707	18,233	18,038
與 貴集團於聯營公司權益對賬：			
貴集團所有權比例	40%	40%	40%
貴集團應佔聯營公司資產淨值	14,683	7,293	7,215
投資賬面值	14,683	7,293	7,215
收入	28,287	22,442	21,392
年內溢利/(虧損)	4,230	1,531	(194)
年內全面收入總額	4,230	1,531	(194)

附錄一

會計師報告

下表載列就會計政策差異進行調整後的福建海峽財務資料概要，已與綜合財務報表中的賬面值進行對賬：

	於12月31日	
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	20,603	19,748
非流動資產	5,226	5,226
流動負債	(925)	(647)
資產淨值	24,904	24,327
與 貴集團於聯營公司權益對賬：		
貴集團所有權比例	49%	49%
貴集團應佔聯營公司資產淨值	12,203	11,920
收購時的商譽	156	156
投資賬面值	12,359	12,076
收入	2,293	3,918
年內溢利／(虧損)	10	(578)
年內全面收入總額	10	(578)

下表載列就會計政策差異進行調整後的[Shenzhen Jiashe]財務資料概要，已與綜合財務報表中的賬面值進行對賬：

	於12月31日	
	2024年	
	人民幣千元	
流動資產	79,429	
非流動資產	78,802	
流動負債	(15,504)	
資產淨值	142,727	
與 貴集團於聯營公司權益對賬：貴集團所有權比例	20%	
貴集團應佔聯營公司資產淨值	28,545	
收購時的商譽	2,538	
投資賬面值	31,083	
收入	97,226	
年內溢利	10,622	
其他全面收入	527	
年內全面收入總額	11,149	

附錄一

會計師報告

下表載列對 貴集團而言並非個別重大的 貴集團聯營公司之財務資料概要：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應佔聯營公司年內虧損	(438)	(986)	(730)
應佔聯營公司全面收益總額	(438)	(986)	(730)
貴集團於聯營公司投資賬面總值	4,384	11,816	3,733

19. 於附屬公司的投資

貴公司

於相關期間末， 貴公司於附屬公司的投資如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
廈門吉客印	166,500	166,500	166,500
安徽吉宏	80,637	80,637	80,637
呼和浩特吉宏	50,000	50,000	50,000
廊坊吉宏	50,000	120,000	120,000
寧夏吉宏	50,000	50,000	50,000
廈門吉宏	50,000	50,000	50,000
杭州吉喏雲	27,500	28,111	28,344
陝西永鑫	27,305	27,305	—
灤州吉宏	12,000	12,000	12,000
其他	184,596	230,289	242,513
	698,538	814,842	799,994

20. 指定按公平值計入其他全面收益的股本投資

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
指定按公平值計入其他全面收益的 股本投資			
非上市股本投資，按公平值計量	18,500	19,500	8,254

上述股本投資不可撤回地指定為按公平值計入其他全面收益，原因為 貴集團認為該等投資具策略性質。

附錄一

會計師報告

21. 按公平值計入損益的金融資產

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他非上市投資，按公平值計量	—	—	130,863

上述非上市投資為中國香港私募股權基金發行的投資。由於其合約現金流量並非僅為支付本金及利息，故被強制分類為按公平值計入損益的金融資產。

截至2024年12月31日，私募股權基金仍處於籌資階段，尚未進行外部投資。管理層認為其他非上市投資截至2024年12月31日的公平值與投資成本相近。

22. 其他非流動資產

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
物業、廠房及設備預付款項	994	12,593	1,188

23. 存貨

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料	181,032	171,160	160,553
在製品	20,750	29,666	28,320
製成品	289,999	273,179	271,470
其他	967	189	448
	492,748	474,194	460,791
減值撥備	(9,079)	(18,118)	(12,902)
	483,669	456,076	447,889

存貨減值變動如下：

	於2022年 1月1日	計提／(撥回)	匯兌虧損	撇銷	於2022年 12月31日
	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
原材料減值	—	1,932	—	—	1,932
製成品減值	4,074	6,569	25	(3,521)	7,147
	4,074	8,501	25	(3,521)	9,079

附錄一

會計師報告

	於2023年 1月1日	計提／(撥回)	匯兌虧損	撇銷	於2023年 12月31日
	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
原材料減值	1,932	5,084	—	(1,548)	5,468
在製品減值	—	324	—	—	324
製成品減值	7,147	14,056	141	(9,018)	12,326
	<u>9,079</u>	<u>19,464</u>	<u>141</u>	<u>(10,566)</u>	<u>18,118</u>
	於2024年 1月1日	計提／(撥回)	匯兌虧損	撇銷	於2024年 12月31日
	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
原材料減值	5,468	(1,640)	—	—	3,828
在製品減值	324	414	—	—	738
製成品減值	12,326	10,765	81	(14,836)	8,336
	<u>18,118</u>	<u>9,539</u>	<u>81</u>	<u>(14,836)</u>	<u>12,902</u>

24. 貿易應收款項及應收票據

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	502,125	516,854	591,571
減值	<u>(30,149)</u>	<u>(37,691)</u>	<u>(42,681)</u>
貿易應收款項淨額	<u>471,976</u>	<u>479,163</u>	<u>548,890</u>
應收票據	<u>2,755</u>	<u>9,461</u>	<u>4,995</u>
貿易應收款項及應收票據	<u>474,731</u>	<u>488,624</u>	<u>553,885</u>

貴集團持有的應收票據大部分乃由信譽良好的銀行發行且屬短期到期性質，因此，於相關期間末的已確認減值虧損微乎其微。

貴集團力求維持對未償應收款項的嚴格控制，並設有信貸控制部門以盡量降低信貸風險。逾期結餘由高級管理層定期審核，並每年審查客戶的信貸額度。於相關期間末，貴集團存在一定的信貸風險集中情況，原因是貴集團貿易應收款項中分別有51.4%、55.9%及50.5%為應收貴集團五大客戶款項。貴集團面臨若干信貸風險集中，乃因貴集團的貿易應收款項中40.8%、38.9%及37.0%均為應收貴集團最大客戶款項。

附錄一

會計師報告

貴集團於各相關期間末的貿易應收款項的賬齡分析(基於發票日期)如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	485,201	496,322	569,614
1至2年	12,821	7,875	5,595
2至3年	828	11,028	4,038
3至4年	2,134	283	10,926
4至5年	160	1,190	206
5年以上	981	156	1,192
	502,125	516,854	591,571
減值撥備	(30,149)	(37,691)	(42,681)
	471,976	479,163	548,890

貿易應收款項的減值虧損撥備變動如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年初	25,290	30,149	37,691
增加	12,658	8,915	7,229
撤銷	(7,799)	(1,373)	(2,239)
於年末	30,149	37,691	42,681

貴集團於各報告日期採用撥備矩陣進行減值分析以計量預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的多個客戶群組別的賬齡得出。該計算反映概率加權結果、貨幣時間價值及於各報告日期可獲得的關於過往事件、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理且可支持的資料。

貴集團採用簡化方法，根據其歷史信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並於計算貿易應收款項的預期信貸虧損時考慮前瞻性因素。於相關期間，整體預期信貸虧損率並無重大波動，貴集團就簡化目的採用了類似的預期信貸虧損率。

附錄一

會計師報告

下表載列 貴集團使用撥備矩陣計算的貿易應收款項的信貸風險資料：

於2022年12月31日

	預期信貸虧損率	賬面總值 (人民幣千元)	預期信貸虧損 (人民幣千元)
1年以內	5.00%	484,177	24,209
1至2年	10.00%	11,733	1,173
2至3年	20.00%	691	138
3至4年	40.00%	1,386	555
4至5年	60.00%	160	96
5年以上	100.00%	502	502
個別評估	100.00%	498,649 3,476	26,673 3,476
		502,125	30,149

於2023年12月31日

	預期信貸虧損率	賬面總值 (人民幣千元)	預期信貸虧損 (人民幣千元)
1年以內	4.76%	496,322	23,647
1至2年	10.00%	6,362	636
2至3年	20.00%	667	133
3至4年	40.00%	146	58
4至5年	60.00%	350	210
5年以上	100.00%	156	156
個別評估	100.00%	504,003 12,851	24,840 12,851
		516,854	37,691

於2024年12月31日

	預期信貸虧損率	賬面總值 (人民幣千元)	預期信貸虧損 (人民幣千元)
1年以內	4.96%	569,614	28,230
1至2年	10.00%	5,595	559
2至3年	20.00%	2,526	505
3至4年	40.00%	657	263
4至5年	60.00%	137	82
5年以上	100.00%	383	383
個別評估	100.00%	578,912 12,659	30,022 12,659
		591,571	42,681

附錄一

會計師報告

貴公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	35,571	42,023	40,353
減值撥備	(2,917)	(3,311)	(3,243)
貿易應收款項淨額	32,654	38,712	37,110
應收票據	—	135	—
貿易應收款項及應收票據	32,654	38,847	37,110

貿易應收款項的減值虧損撥備變動如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年初	4,303	2,917	3,311
(撥回)／增加	(890)	511	(62)
撤銷	(496)	(117)	(6)
於年末	2,917	3,311	3,243

25. 預付款項、其他應收款項及其他資產

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項	127,225	81,305	21,080
按金及其他應收款項	133,740	135,499	150,088
可收回增值稅	15,094	30,277	17,527
預付所得稅	3,063	2,501	2,059
[編纂]	—	[編纂]	[編纂]
其他	818	607	296
減值撥備	279,940	258,882	236,920
	(80,011)	(96,064)	(95,046)
	199,929	162,818	141,874

附錄一

會計師報告

貴公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項	549	2,481	815
按金及其他應收款項	92,270	90,804	90,807
[編纂]	–	[編纂]	[編纂]
其他	252	1,424	2,120
	93,071	99,882	139,612
減值撥備	(72,166)	(89,489)	(89,175)
	20,905	10,393	50,437

結餘並不以抵押品作擔保，且預期信貸虧損率微乎其微，惟與出售一間附屬公司有關的其他應收款項人民幣89,082,000元以該出售實體股權抵押（貴集團已個別評估該等應收款項的可收回性，並於相關期間末計提減值撥備人民幣71,266,000元、人民幣89,082,000元及人民幣89,082,000元）除外。

26. 現金及現金等價物、已抵押存款及定期存款

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動			
現金及現金等價物	852,071	1,062,110	711,062
原到期日為三個月至一年的定期存款	1,018	43,231	50,169
已抵押存款	94,971	41,390	67,971
	948,060	1,146,731	829,202
非流動			
原到期日超過一年的定期存款	–	52,055	133,791
已抵押存款	35,000	15,000	–
	35,000	67,055	133,791

附錄一

會計師報告

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及現金等價物、已抵押存款及定期存款			
以下列貨幣計值			
– 人民幣	574,832	771,105	682,440
– 美元	332,144	298,005	131,560
– 歐元	1,833	15,523	32,551
– 港元	13,176	12,729	6,883
– 日圓	53,459	100,198	86,084
– 其他	7,616	16,226	23,475
	<u>983,060</u>	<u>1,213,786</u>	<u>962,993</u>

貴公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動			
現金及現金等價物	157,177	147,425	100,495
已抵押存款	<u>69,844</u>	<u>20,000</u>	<u>12,191</u>
	<u>227,021</u>	<u>167,425</u>	<u>112,686</u>
非流動			
已抵押存款	<u>20,000</u>	<u>–</u>	<u>–</u>

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及現金等價物、已抵押存款及定期存款			
以下列貨幣計值			
– 人民幣	193,717	122,181	94,285
– 美元	50,330	44,900	18,293
– 其他	<u>2,974</u>	<u>344</u>	<u>108</u>
	<u>247,021</u>	<u>167,425</u>	<u>112,686</u>

人民幣不可自由兌換為其他貨幣，然而，根據中國內地《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，貴集團可透過獲授權進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行結餘存入無近期違約歷史的高信譽銀行。

附錄一

會計師報告

27. 貿易應付款項及應付票據

於各相關期間末貿易應付款項及應付票據按發票日期作出的賬齡分析如下：

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	498,008	627,080	695,430
1至2年	10,162	8,205	12,916
2至3年	1,397	1,296	3,950
3年以上	2,933	3,939	4,264
	<u>512,500</u>	<u>640,520</u>	<u>716,560</u>

貿易應付款項不計息，通常30天至60天內結算。

於2024年8月，貴集團與平安銀行股份有限公司(「平安銀行」)及中國農業銀行股份有限公司(「農業銀行」)(統稱「貼現銀行」)訂立供應商融資安排。根據該等安排，平安銀行為貴集團供應商的應收票據提供無信貸限額貼現。農業銀行為貴集團供應商的應收票據貼現提供最高人民幣50百萬元的總信貸限額。

根據該等供應商融資安排，貴集團的供應商可選擇由貼現銀行貼現貴集團的未到期應收票據。獲貴集團批准後，貼現銀行將直接向供應商支付貼現應收款項。貴集團隨後將向貼現銀行付款以結清貼現應收票據。上述供應商融資安排的期限通常不超過6個月。

從貴集團的角度來看，供應商融資安排產生了從應付供應商款項到應付貼現銀行款項的非現金變動。於2024年12月31日，平安銀行及農業銀行已分別支付貼現融資資金人民幣32,599,000元及人民幣49,903,000元。

貴公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	176,113	45,546	47,590
1至2年	392	64	483
2至3年	129	198	64
3年以上	1,352	1,481	1,539
	<u>177,986</u>	<u>47,289</u>	<u>49,676</u>

於相關期間末，貴集團若干已抵押存款、樓宇及使用權資產已予以質押，作為貴集團就借款及應付票據獲授銀行融資的擔保(附註30)。

附錄一

會計師報告

28. 其他應付款項及應計費用

貴集團

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付工資及福利	61,230	74,738	94,319
限制性股份購回責任(附註36)	–	62,766	47,101
按金及其他應付款項	35,909	43,592	31,336
其他	18,303	7,253	8,565
	<u>115,442</u>	<u>188,349</u>	<u>181,321</u>

其他應付款項不計息，且並無固定結付期限，惟限制性股份購回責任將根據歸屬時間表結算除外。

貴公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付工資及福利	7,340	6,066	6,021
限制性股份購回責任(附註36)	–	62,766	47,101
按金及其他應付款項	10,204	460	3,445
其他	3,122	559	1,111
	<u>20,666</u>	<u>69,851</u>	<u>57,678</u>

29. 合約負債

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
產品／服務銷售	<u>12,949</u>	<u>14,829</u>	<u>17,858</u>

合約負債包括為交付貨物及服務而收取的預付款。於相關期間的合約負債變動主要由於向客戶收取的預付款變動所致。

附錄一

會計師報告

30. 計息銀行借款

貴集團

	於12月31日								
	2022年			2023年			2024年		
	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元
即期									
銀行貸款－有抵押	1.58%至3.85%	2023年	234,348	2.85%至3.30%	2024年	55,919	2.55%至3.15%	2025年	29,522
銀行貸款－無抵押	2.80%至3.50%	2023年	61,087	2.85%至3.30%	2024年	40,035	2.40%至2.55%	2025年	79,054
長期銀行貸款的即期部分									
－有抵押	－	－	－	2.55%至3.00%	2024年	6,879	2.55%至3.50%	2025年	4,543
長期銀行貸款的即期部分									
－無抵押	4.00%	2023年	209	4.00%	2024年	209	4.00%	2025年	8,007
			295,644			103,042			121,126
非即期									
銀行貸款－有抵押	3.50%	2027年	8,349	2.55%至3.50%	2025年至2027年	147,575	2.55%至3.50%	2026年至2027年	127,067
銀行貸款－無抵押	4.00%	2025年	8,200	4.00%	2025年	8,000	－	－	－
			16,549			155,575			127,067

貴公司

	於12月31日								
	2022年			2023年			2024年		
	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元	實際利率(%)	到期年份	人民幣千元
即期									
銀行貸款－有抵押	3.50%	2023年	65,070	－	－	－	－	－	－
銀行貸款－無抵押	2.80%至3.50%	2023年	61,087	2.80%至2.85%	2024年	40,035	2.40%至2.55%	2025年	79,054
長期銀行貸款的即期部分									
－有抵押	4.00%	2023年	190	2.55%至3.00%	2024年	375	2.55%至2.60%	2025年	250
長期銀行貸款的即期部分									
－無抵押	4.00%	2023年	10	4.00%	2024年	209	4.00%	2025年	8,007
			126,357			40,619			87,311
非即期									
銀行貸款－有抵押					2025年至				
	－	－	－	2.55%至3.00%	2026年	89,600	2.55%至2.60%	2026年	59,550
銀行貸款－無抵押	4.00%	2025年	8,209	4.00%	2025年	8,000	－	－	－
			8,209			97,600			59,550

- 於相關期間末，貴集團賬面淨值分別約為人民幣35,657,000元、人民幣33,866,000元及人民幣32,076,000元的若干樓宇已予以質押，作為貴集團就借款及應付票據獲授銀行融資的擔保。

附錄一

會計師報告

- 於相關期間末，貴集團賬面淨值分別約為人民幣37,433,000元、人民幣30,581,000元及人民幣29,902,000元的若干土地使用權已予以質押，作為貴集團就借款及應付票據獲授銀行融資的擔保。
- 於相關期間末，貴集團數額分別為人民幣127,719,000元、人民幣180,348,000元及人民幣161,133,000元的計息銀行借款由貴公司及貴集團旗下附屬公司共同擔保。

31. 遞延收入

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	32,387	34,023	30,945

貴集團收取與物業、廠房及設備所產生的資本開支有關的政府補助。該等款項將於有關資產的估計可用年期內遞延及攤銷。

32. 遞延稅項

遞延稅項資產

	資產減值	遞延收入及 應計費用	集團內公司 間交易的 未變現溢利	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	人民幣千元
於2022年1月1日	7,308	2,682	—	14,976	24,966
年內(扣除自)/計入綜合損益表的 遞延稅項	(1,042)	570	991	2,572	3,091
於2022年12月31日的遞延稅項 資產總值	6,266	3,252	991	17,548	28,057
年內計入/(扣除自)綜合損益表的 遞延稅項	1,953	413	392	(2,837)	(79)
於2023年12月31日的遞延稅項資產 總值	8,219	3,665	1,383	14,711	27,978
年內計入綜合損益表的 遞延稅項	(398)	(66)	(740)	(2,218)	(3,422)
於2024年12月31日的遞延稅項資產 總值	7,821	3,599	643	12,493	24,556

附錄一

會計師報告

遞延稅項負債

	因收購 而產生的 公平值調整 人民幣千元	使用權資產 人民幣千元	固定資產 超額扣除 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2022年1月1日	3,907	15,336	–	19,243
年內(計入)／扣除自綜合損益表的遞延稅項	(235)	2,200	757	2,722
於2022年12月31日的遞延稅項負債總額	<u>3,672</u>	<u>17,536</u>	<u>757</u>	<u>21,965</u>
年內(計入)／扣除自綜合損益表的遞延稅項	(851)	(1,669)	50	(2,470)
於2023年12月31日的遞延稅項負債總額	<u>2,821</u>	<u>15,867</u>	<u>807</u>	<u>19,495</u>
年內計入綜合損益表的遞延稅項	(322)	(2,961)	(88)	(3,371)
於2024年12月31日的遞延稅項負債總額	<u>2,499</u>	<u>12,906</u>	<u>719</u>	<u>16,124</u>

就呈列目的而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表內抵銷。

貴集團用作財務申報的遞延稅項結餘的分析載列如下：

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
遞延稅項資產	13,526	12,231	11,147
遞延稅項負債	<u>7,434</u>	<u>3,747</u>	<u>2,715</u>

貴集團於相關期間在香港產生的稅項虧損分別為人民幣6,040,000元、人民幣17,047,000元及人民幣47,036,000元，可無限期用於抵銷錄得虧損之公司的未來應課稅溢利。

貴集團於相關期間亦在中國內地產生的稅項虧損分別為人民幣302,758,000元、人民幣377,802,000元及人民幣419,221,000元，將於一至十年內用於抵銷未來應課稅溢利。

附錄一

會計師報告

並無就以下項目確認遞延稅項資產：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
可扣稅暫時性差額	93,539	111,414	107,581
稅項虧損	308,798	394,849	466,257
	402,337	506,263	573,838

並未就該等虧損確認遞延稅項資產，原因為該等虧損在 貴公司及附屬公司中產生，而該等附屬公司虧損已有一段時間，且不認為將來可能有應課稅溢利可用於抵銷該等稅項虧損。

33. 股本

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已發行及繳足：			
普通股	378,409	385,009	384,769

貴公司的股本變動概要如下：

	股份數目	股本
		人民幣千元
於2022年1月1日	387,480,088	387,480
註銷根據股份激勵計劃授出的限制性股份	(9,070,800)	(9,071)
於2022年12月31日	378,409,288	378,409
發行根據股份激勵計劃授出的限制性股份	6,600,000	6,600
於2023年12月31日	385,009,288	385,009
註銷根據股份激勵計劃授出的限制性股份	(240,000)	(240)
於2024年12月31日	384,769,288	384,769

附錄一

會計師報告

34. 儲備

貴集團儲備及其變動金額於歷史財務資料的綜合權益變動表內呈列。

(a) 法定儲備

根據中國公司法，在中國註冊的公司須將法定除稅後溢利的10%撥至法定儲備，直至儲備的累計總額達到註冊資本的50%。經中國有關部門批准，法定儲備可用於抵銷任何累積虧損或增加公司的註冊資本。法定儲備不可用於向中國附屬公司的股權持有人進行股息分派。

(b) 股份獎勵儲備

股份獎勵儲備包括以權益結算以股份為基礎的付款開支的公平值，進一步詳情載於附註36。

(c) 資本儲備

資本儲備主要產生自(i)撤銷於附屬公司的投資後，貴集團附屬公司當時的股權持有人注資；及(ii)收購貴集團附屬公司的非控股權益。資本儲備變動詳情載於歷史財務資料的綜合權益變動表。

(d) 其他全面收入

其他全面儲備主要指匯兌波動儲備，用於記錄因換算功能貨幣並非人民幣的實體的財務資料而產生的匯兌差額。

(e) 庫存股份

	股份數目	庫存股份 人民幣千元
於2022年1月1日	15,146,107	279,076
結算所購回股份(i)	(9,070,800)	(117,558)
授出限制性股份(附註36)	(6,075,307)	(161,518)
於2022年12月31日	<u>—</u>	<u>—</u>
限制性股份購回責任(i)	6,600,000	62,766
購回股份(ii)	470,900	10,088
於2023年12月31日	<u>7,070,900</u>	<u>72,854</u>
購回股份(ii)	5,554,800	75,945
限制性股份購回責任(i)	(643,408)	(12,635)
於2024年12月31日	<u>11,982,292</u>	<u>136,164</u>

附錄一

會計師報告

- (i) 於2021年6月25日，貴公司根據股份激勵計劃按歸屬價每股人民幣12.96元向僱員授出9,070,800股限制性股份，代價為人民幣117,558,000元。根據股份激勵計劃，貴公司在履約條件未有達致時有責任購回該等限制性股份，因此，貴公司確認購回責任人民幣117,558,000元。

由於預期上述授出項下的業績目標將無法達成，於2022年1月27日，董事會批准註銷該等獎勵，而發行在外限制性股份於2022年3月購回並於2022年4月註銷。

於2023年9月25日，貴公司根據股份激勵計劃按歸屬價每股人民幣9.51元向僱員獎勵6,600,000股限制性股份，代價為人民幣62,766,000元。因此，貴公司以相同金額確認購回責任。

於2024年，部分購回責任因限制性股份激勵歸屬或取消而轉回。

- (ii) 貴公司以自有資金透過集中競價方式就未來股份激勵計劃購回股份，該等股份於相關期間末確認為庫存股份。

(f) 貴公司儲備變動

截至2022年12月31日止年度

	庫存股份	股份溢價	股份獎勵 儲備	法定儲備	保留溢利	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
於2022年1月1日	(279,076)	480,279	—	69,895	422,688	693,786
年內虧損	—	—	—	—	(59,809)	(59,809)
年內全面收益總額	—	—	—	—	(59,809)	(59,809)
已購回股份註銷	—	(108,487)	—	—	—	(108,487)
以權益結算以股份為基礎的付款 開支	—	—	3,126	—	—	3,126
清償限制性股份購回責任	117,558	—	—	—	—	117,558
根據股份激勵計劃授出的限制性 股份	161,518	(122,029)	—	—	—	39,489
於2022年12月31日	—	249,763	3,126	69,895	362,879	685,663

附錄一

會計師報告

截至2023年12月31日止年度

	庫存股份	股份溢價	股份獎勵 儲備	法定儲備	保留溢利	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
於2023年1月1日	—	249,763	3,126	69,895	362,879	685,663
年內溢利	—	—	—	—	88,491	88,491
年內全面收益總額	—	—	—	—	88,491	88,491
根據股份激勵計劃授出限制性 股份	—	56,166	—	—	—	56,166
以權益結算以股份為基礎的付款 開支	—	—	26,379	—	—	26,379
限制性股份購回責任	(62,766)	—	—	—	—	(62,766)
就股份激勵計劃購回股份	(10,088)	—	—	—	—	(10,088)
已歸屬的限制性股份	—	10,504	(10,504)	—	—	—
已宣派股息	—	—	—	—	(175,204)	(175,204)
轉撥自保留溢利	—	—	—	8,849	(8,849)	—
於2023年12月31日	(72,854)	316,433	19,001	78,744	267,317	608,641

截至2024年12月31日止年度

	庫存股份	股份溢價	股份獎勵 儲備	法定儲備	保留溢利	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
於2024年1月1日	(72,854)	316,433	19,001	78,744	267,317	608,641
年內溢利	—	—	—	—	173,753	173,753
年內全面收益總額	—	—	—	—	173,753	173,753
以權益結算以股份為基礎的付款 開支	—	—	17,332	—	—	17,332
已購回股份註銷	2,282	(2,042)	—	—	—	240
限制性股份購回責任	10,353	29,470	(29,470)	—	—	10,353
就股份激勵計劃購回股份	(75,945)	—	—	—	—	(75,945)
已宣派股息	—	—	—	—	(201,882)	(201,882)
轉撥自保留溢利	—	—	—	17,375	(17,375)	—
於2024年12月31日	(136,164)	343,861	6,863	96,119	221,813	532,492

附錄一

會計師報告

35. 擁有重大非控股權益的非全資附屬公司

擁有重大非控股權益的 貴集團附屬公司詳情載列如下：

2022年12月31日

	非控股權益 持有的股權 百分比	分配至非控股 權益的年內 溢利／(虧損)	支付予非控股 權益的股息	於2022年 12月31日末 非控股權益 累計結餘
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
灤州吉宏	40.00%	2,664	—	37,085
杭州吉喙雲	45.00%	(8,969)	—	(33,334)
陝西永鑫	49.00%	(4,357)	—	25,002
贛州古窖酒業發展有限公司(「贛州古窖」)	30.00%	(2,288)	—	12,111

下表載列上述附屬公司的財務資料概要。披露的金額未計集團內公司間對銷：

	灤州吉宏	杭州吉喙雲	陝西永鑫	贛州古窖
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	134,446	1,613	178,044	25,335
總開支	(127,653)	(21,544)	(186,936)	(32,963)
年內溢利／(虧損)	6,793	(19,931)	(8,892)	(7,628)
年內全面收益總額	6,793	(19,960)	(8,892)	(7,628)
流動資產	91,775	3,541	55,678	154,763
非流動資產	22,944	1,638	26,105	1,743
流動負債	18,534	51,755	30,195	116,136
非流動負債	3,638	—	1,129	—
經營活動所得／(所用)現金流量淨額	14,698	(61,343)	(1,128)	15,042
投資活動所用現金流量淨額	(868)	(295)	—	(2,043)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	(14,301)	58,050	(258)	(8,300)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(471)	(3,588)	(1,386)	4,699

附錄一

會計師報告

2023年12月31日

	非控股權益 持有的股權 百分比	分配至非控股 權益的年內 溢利／(虧損)	支付予非控股 權益的股息	於2023年 12月31日末 非控股權益 累計結餘
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
灤州吉宏	40%	4,207	—	41,292
杭州吉喏雲	45%	(7,603)	—	(40,937)
陝西永鑫	49%	(1,835)	—	23,167
贛州古窖	30%	(2,655)	—	9,456

下表載列上述附屬公司的財務資料概要。披露的金額未計集團內公司間對銷：

	灤州吉宏	杭州吉喏雲	陝西永鑫	贛州古窖
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	138,030	4,185	178	9,526
總開支	(127,513)	(21,081)	(3,923)	(18,377)
年內溢利／(虧損)	10,517	(16,896)	(3,745)	(8,851)
年內全面收益總額	<u>10,517</u>	<u>(16,896)</u>	<u>(3,745)</u>	<u>(8,851)</u>
流動資產	105,441	5,548	43,781	141,956
非流動資產	21,587	7,550	592	2,288
流動負債	22,949	70,402	37	111,731
非流動負債	<u>1,056</u>	<u>4,590</u>	<u>148</u>	<u>—</u>
經營活動所得／(所用)現金流量淨額	23,686	(10,706)	45,508	11,921
投資活動所用現金流量淨額	(3,794)	(431)	—	—
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	<u>(19,473)</u>	<u>11,850</u>	<u>(5,000)</u>	<u>(11,700)</u>
現金及現金等價物增加淨額	<u>419</u>	<u>713</u>	<u>40,508</u>	<u>221</u>

附錄一

會計師報告

2024年12月31日

	非控股權益 持有的股權 百分比	分配至非控股 權益的年內 溢利／(虧損)	支付予非控股 權益的股息	於2024年 12月31日末 非控股權益 累計結餘
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
灤州吉宏	40%	2,044	—	43,336
杭州吉喏雲	45%	(5,166)	—	(46,103)

下表載列上述附屬公司的財務資料概要。披露的金額未計集團內公司間對銷：

	灤州吉宏	杭州吉喏雲
	人民幣千元	人民幣千元
收入	93,349	22,373
總開支	(88,240)	(33,854)
年內溢利／(虧損)	5,109	(11,481)
年內全面收益總額	5,109	(11,481)
流動資產	106,904	3,363
非流動資產	19,299	255
流動負債	18,070	75,060
非流動負債	—	2
經營活動所得／(所用)現金流量淨額	3,599	(1,242)
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	(29,348)	497
融資活動所得現金流量淨額	69,588	4,237
現金及現金等價物減少淨額	43,839	3,492

附錄一

會計師報告

36. 以股份為基礎的付款

於相關期間，貴公司向貴集團合資格管理人員及僱員推出一系列限制性股份激勵計劃（「股份激勵計劃」）。根據股份激勵計劃，參與者在符合若干標準後可行使股份。

授出的限制性股份附有具體的禁售期及服務及／或表現條件，歸屬條件由董事會釐定。每個報告期均會進行評估，評定達到歸屬條件的可能性。其後對以股份為基礎的薪酬開支進行調整，以反映對最初估計的修訂。

於相關期間股份激勵計劃項下的下列以權益結算以股份為基礎的付款未清償：

	限制性 股份數目	每股限制性 股份加權平均 授出日期公平值 (人民幣)
於2022年1月1日	9,070,800	14.82
已授出	6,075,307	4.94
已註銷	(9,070,800)	14.82
於2022年12月31日	<u>6,075,307</u>	<u>4.94</u>
於2023年1月1日	6,075,307	4.94
已授出	6,600,000	8.52
已歸屬	(2,126,300)	4.94
於2023年12月31日	<u>10,549,007</u>	<u>7.18</u>
於2024年1月1日	10,549,007	7.18
已歸屬	(4,352,415)	6.77
已沒收	(4,288,592)	7.00
於2024年12月31日	<u>1,908,000</u>	<u>8.52</u>

於相關期間末，根據股份激勵計劃授出的發行在外限制性股份的加權平均餘下合約年期分別為1.77年、1.53年及1.73年。

獎勵股份的公平值根據貴公司股份於相關授出日期的市價計算。

於相關期間，根據所有股份計劃授予貴集團管理層及僱員的限制性股份於綜合損益表確認的開支總額分別為人民幣3,126,000元、人民幣26,379,000元及人民幣17,332,000元。

於相關期間末，貴集團確認與已授出限制性股份相關的購回責任分別為零、人民幣62,766,000元及人民幣47,101,000元。

附錄一

會計師報告

37. 業務合併

於相關期間， 貴集團持有下列重大業務合併：

收購SENADA BIKES

為在電商業務中樹立及擴大自有品牌產品， 貴集團於2022年7月1日通過其附屬公司收購一家企業(「SENADA BIKES」)，代價為人民幣22,349,000元。

SENADA BIKES於收購日期的可識別資產公平值如下：

	收購確認的公平值
	人民幣千元
非流動資產	5,159
其他流動資產	1,031
存貨	8,239
資產總值	14,429
按公平值計可識別資產淨值總額	14,429
商譽	7,920
	22,349
以下列方式支付：	
現金	22,349

有關收購SENADA BIKES的現金流分析如下：

	人民幣千元
年內已付現金代價	(22,349)
計入投資活動所得現金流的現金及現金等價物流出淨額	(22,349)

自收購以來，截至2022年12月31日止年度SENADA BIKES為 貴集團貢獻收入人民幣16,130,000元，為綜合溢利帶來虧損人民幣1,456,000元。倘合併於年初進行， 貴集團年內收入及溢利將分別為人民幣5,387,598,000元及人民幣173,111,000元。

附錄一

會計師報告

38. 出售附屬公司

(a) 出售附屬公司

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已出售資產淨值：			
現金及現金等價物	104	5,232	958
其他流動資產	3,282	3,341	15,038
其他非流動資產	46	1,142	87
其他流動負債	(1,421)	(9,567)	(13,020)
其他非流動負債	—	(653)	—
小計	2,011	(505)	3,063
非控股權益	—	—	(1,470)
已出售 貴集團應佔的資產淨值：	2,011	(505)	1,593
出售附屬公司的收益／(虧損)	56	515	(553)
總代價	<u>2,067</u>	<u>10</u>	<u>1,040</u>
由以下方式償付：			
現金	<u>1,034</u>	<u>10</u>	<u>1,040</u>

出售附屬公司的現金及現金等價物流入／(流出)淨額分析如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金代價	1,034	10	1,040
已出售現金及現金等價物	<u>(104)</u>	<u>(5,232)</u>	<u>(958)</u>
出售附屬公司的現金及現金等價物 流入／(流出)淨額	<u>930</u>	<u>(5,222)</u>	<u>82</u>

(b) 撤銷註冊附屬公司

於2024年5月14日，貴集團撤銷註冊陝西永鑫紙業包裝有限公司(「陝西永鑫」)。於撤銷註冊前，貴集團於陝西永鑫的直接股權為51%。有關撤銷註冊陝西永鑫的現金及現金等價物流出淨額為人民幣21,447,000元。

於截至2024年12月31日止年度，貴集團撤銷註冊其他六間附屬公司，而撤銷註冊並無產生現金流出。

附錄一

會計師報告

39. 綜合現金流量表附註

a) 融資活動產生的負債變動

於相關期間，貴集團有關物業租賃安排的使用權資產及租賃負債非現金增加分別為人民幣31,551,000元、人民幣50,109,000元及人民幣34,440,000元。

b) 融資活動產生的負債變動

截至2022年12月31日止年度

	計息銀行借款	租賃負債
	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	232,416	68,931
融資活動現金流量變動	65,965	(19,942)
新租賃	–	31,551
應計利息	13,812	4,562
終止租賃合約	–	(7,664)
於2022年12月31日	312,193	77,438

截至2023年12月31日止年度

	計息銀行借款	租賃負債
	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	312,193	77,438
融資活動現金流量變動	(60,453)	(43,676)
新租賃	–	50,109
應計利息	6,877	4,514
於2023年12月31日	258,617	88,385

截至2024年12月31日止年度

	計息銀行借款	租賃負債
	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日	258,617	88,385
融資活動現金流量變動	(16,507)	(34,918)
新租賃	–	34,440
終止租賃合約	–	(8,614)
應計利息	6,083	4,850
於2024年12月31日	248,193	84,143

附錄一

會計師報告

c) 租賃現金流出總額

計入綜合現金流量表的租賃現金流出總額如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動內	2,633	5,261	3,215
融資活動內	19,942	43,676	34,918
	<u>22,575</u>	<u>48,937</u>	<u>38,133</u>

40. 或然負債

於相關期間末，貴集團及貴公司概無任何重大或然負債。

41. 資產抵押

有關貴集團就貴集團銀行融資所抵押的資產的詳情載於歷史財務資料附註30。

42. 承擔

於相關期間末，貴集團有以下資本承擔：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
就購置物業、廠房及設備已訂約但未計提撥備	<u>86,474</u>	<u>73,125</u>	<u>11,455</u>

附錄一

會計師報告

43. 關聯方交易

貴集團於相關期間與關聯方進行以下交易：

a) 關聯方交易

	截至12月31日止年度		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銷售貨品 聯營公司	—	1,820	720
	—	1,820	720
購買產品 聯營公司	3,957	4,926	3,701
	3,957	4,926	3,701
購買服務 聯營公司	—	679	1,619
	—	679	1,619

向關聯方銷售及向關聯方採購乃根據已公佈價格及雙方協定的條件進行。

b) 與關聯方的未結算結餘

	於12月31日		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應付關聯方款項 聯營公司	3,117	1,364	972
應收關聯方款項 聯營公司	—	1,453	1,243

與關聯方的未結算結餘均屬貿易性質。

c) 貴集團主要管理人員的薪酬：

	截至12月31日止年度		
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
袍金	346	400	798
其他酬金：			
薪金、津貼及實物福利	4,292	5,403	10,393
表現相關花紅	4,345	6,455	5,565
以權益結算以股份為基礎的			
付款開支	102	934	3,511
退休金計劃供款	160	148	179
	9,245	13,340	20,446

附錄一

會計師報告

44. 按類別劃分的金融工具

於各相關期間末，各類金融工具的賬面值如下：

於2022年12月31日

金融資產

	按公平值計入 其他全面收益的金融資產		按公平值 計入損益的 金融資產	按攤銷成本 計量的 金融資產	總計
	債務投資	股本投資			
	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
指定按公平值計入其他 全面收益的股本投資	-	18,500	-	-	18,500
已抵押存款	-	-	-	129,971	129,971
定期存款	-	-	1,018	-	1,018
貿易應收款項及應收票據	23,755	-	-	450,976	474,731
計入預付款項、 其他應收款項及 其他資產的金融資產(附註25)	-	-	-	54,547	54,547
現金及現金等價物	-	-	-	852,071	852,071
	<u>23,755</u>	<u>18,500</u>	<u>1,018</u>	<u>1,487,565</u>	<u>1,530,838</u>

金融負債

	按攤銷成本計量 的金融負債 人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	512,500
計入其他應付款項及應計費用的金融負債(附註28)	35,909
計息銀行借款	312,193
應付關聯方款項	<u>3,117</u>
	<u>863,719</u>

附錄一

會計師報告

於2023年12月31日

金融資產

	按公平值計入其他 全面收益的金融資產		按公平值 計入損益的 金融資產	按攤銷成本 計量的 金融資產	總計
	債務投資	股本投資			
	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
指定按公平值計入其他全面收益的股本投資	—	19,500	—	—	19,500
已抵押存款	—	—	—	56,390	56,390
定期存款	—	—	43,231	52,055	95,286
貿易應收款項及應收票據	8,440	—	—	480,184	488,624
應收關聯方款項	—	—	—	1,453	1,453
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產(附註25)	—	—	—	39,435	39,435
現金及現金等價物	—	—	—	1,062,110	1,062,110
	<u>8,440</u>	<u>19,500</u>	<u>43,231</u>	<u>1,691,627</u>	<u>1,762,798</u>

金融負債

	按攤銷成本計量 的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	640,520
應付關聯方款項	1,364
計息銀行借款	258,617
計入其他應付款項及應計費用的金融負債(附註28)	<u>106,358</u>
	<u>1,006,859</u>

附錄一

會計師報告

於2024年12月31日

金融資產

	按公平值計入其他 全面收益的金融資產		按公平值計入 損益的 金融資產	按攤銷成本 計量的 金融資產	總計
	債務投資	股本投資			
	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
指定按公平值計入其他全面收益的					
股本投資	—	8,254	—	—	8,254
已抵押存款	—	—	—	67,971	67,971
定期存款	—	—	28,088	155,872	183,960
按公平值計入損益的金融資產	—	—	130,863	—	130,863
貿易應收款項及應收票據	4,204	—	—	549,681	553,885
應收關聯方款項	—	—	—	1,243	1,243
計入預付款項、其他應收款項及其他					
資產的金融資產(附註25)	—	—	—	54,498	54,498
現金及現金等價物	—	—	—	711,062	711,062
	<u>4,204</u>	<u>8,254</u>	<u>158,951</u>	<u>1,540,327</u>	<u>1,711,736</u>

金融負債

	按攤銷成本計量 的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	716,560
計入其他應付款項及應計費用的金融負債(附註28)	78,437
計息銀行借款	248,193
應付關聯方款項	<u>972</u>
	<u>1,044,162</u>

附錄一

會計師報告

45. 金融工具的公平值及公平值層級

經管理層評估，現金及現金等價物、定期存款、貿易應收款項及應收票據、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產、應收關聯方款項、應付關聯方款項、貿易應付款項及應付票據、計息銀行借款的即期部分以及計入其他應付款項及應計費用的金融負債的公平值與其賬面值相若，主要由於該等工具於短期內到期。管理層根據貼現現金流量法計量計息銀行借款的公平值。公平值與其賬面值相若。

已抵押存款的非即期部分及計息銀行借款的公平值乃通過使用具有類似條款、信貸風險及剩餘到期日的工具的當前可用利率貼現預期未來現金流量計算得出。公平值與其賬面值相若。

按公平值計入損益的金融資產非上市投資為香港私募基金發行的投資。於2024年12月31日，該私募基金處於籌集資金階段，尚未進行投資。公平值與其賬面值相若。

貴集團由財務經理領導的財務部負責制定金融工具公平值計量的政策及程序。貴集團財務經理直接向財務總監及審計委員會匯報。於各報告日期，財務部分析金融工具的價值變動，並確定估值所應用的主要輸入數據。估值由財務總監審閱及批准。每年與審計委員會就估值程序及結果進行兩次討論，以作出中期及年度財務報告。

金融資產及負債的公平值以該工具於自願交易方當前交易(強迫或清盤出售除外)下之可交易金額入賬。

公平值層級

下表闡述 貴集團金融工具之公平值計量層級：

按公平值計量之資產：

	於2022年 12月31日 人民幣千元	使用以下各項進行的公平值計量		
		於活躍市場 的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可 觀察輸入數據
		第1層級	第2層級	第3層級
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	23,755	—	23,755	—
按公平值計入損益的金融資產	1,018	1,018	—	—
指定按公平值計入其他全面收益的 股本投資	18,500	—	—	18,500
	43,273	1,018	23,755	18,500

附錄一

會計師報告

	於2023年 12月31日 人民幣千元	使用以下各項進行的公平值計量		
		於活躍市場 的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可 觀察輸入數據
		第1層級	第2層級	第3層級
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	8,440	—	8,440	—
按公平值計入損益的金融資產	43,231	43,231	—	—
指定按公平值計入其他全面收益的 股本投資	19,500	—	—	19,500
	<u>71,171</u>	<u>43,231</u>	<u>8,440</u>	<u>19,500</u>
	於2024年 12月31日 人民幣千元	使用以下各項進行的公平值計量		
		於活躍市場 的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可 觀察輸入數據
		第1層級	第2層級	第3層級
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	4,204	—	4,204	—
按公平值計入損益的金融資產	158,951	28,088	130,863	—
指定按公平值計入其他全面收益的 股本投資	8,254	—	—	8,254
	<u>171,409</u>	<u>28,088</u>	<u>135,067</u>	<u>8,254</u>

於相關期間，第1層級與第2層級公平值計量之間並無轉讓，亦無第3層級公平值計量轉入及轉出。

指定按公平值計入其他全面收益的股本投資的公平值採用市場方法或貼現現金流量法進行估計。就按公平值計入其他全面收益的貿易應收款項及應收票據及按公平值計入損益的定期存款(因利率與部分金融變量掛鉤)而言，貴集團採用貼現現金流量法估算其公平值。

附錄一

會計師報告

下列概述於相關期間末估計金融工具的重大不可觀察數據連同量化敏感度分析：

	估值法	重大不可觀察輸入值	範圍	公平值對輸入值的敏感度
投資A	市場法	季度企業價值(「企業價值」)／銷售(「銷售」)同行倍率	2022年12月31日：0.10-0.11	採用企業價值／銷售倍率增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣131,000元
			2023年12月31日：0.09-0.23	採用企業價值／銷售倍率增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣141,000元
		適銷性不足的貼現	2022年12月31日：19.00%-21.00%	貼現增加／減少5%將導致公平值減少／增加人民幣48,000元
			2023年12月31日：19.00%-21.00%	貼現增加／減少5%將導致公平值減少／增加人民幣49,000元
投資B	市場法	中位數企業價值(「企業價值」)／銷售(「銷售」)同行倍率	2023年12月31日：1.14-4.24	採用企業價值／銷售倍率增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣313,000元
			2024年12月31日：1.38-4.35	採用企業價值／銷售倍率增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣271,000元
		適銷性不足的貼現	2023年12月31日：19.00%-21.00%	貼現增加／減少5%將導致公平值減少／增加人民幣78,000元
			2024年6月30日：18.00%-20.00%	貼現增加／減少5%將導致公平值減少／增加人民幣62,000元
投資C	貼現現金流量法	加權平均資本成本(「加權平均資本成本」)	2022年12月31日：14.15%-17.05%	採用加權平均資本成本增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣386,000元
			2023年12月31日：16.21%-18.85%	採用加權平均資本成本增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣365,000元
		適銷性不足的貼現	2022年12月31日：21.38%-23.63%	採用貼現增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣101,000元
			2023年12月31日：20.43%-22.58%	採用貼現增加／減少5%，將產生公平值差額人民幣92,000元

附錄一

會計師報告

46. 財務風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括計息銀行借款、租賃負債、其他負債、現金及現金等價物以及定期存款。該等金融工具的主要目的在於為貴集團運營籌集資金。貴集團擁有多項其他金融資產及負債，例如直接來自其運營的貿易應收款項及應收票據以及貿易應付款項。

來自貴集團金融工具的主要風險為外匯風險、信貸風險及流動性風險。董事會審閱及同意管理該等各項風險的政策，其概述如下。

外匯風險

貴集團承受交易性貨幣風險。紙製包裝及跨境社交電商的产品海外銷售，以及採購物流及廣告服務向海外供應商付款產生相關風險。

下表顯示於報告期間末在所有其他變量維持不變的情況下，貴集團除稅前溢利(由按美元、日圓及歐元計值的金融工具產生)對美元、日圓及歐元匯率合理可能變化的敏感性。

	外幣／ 人民幣匯率 上升／(下降)	除稅前溢利 增加／(減少)
	%	人民幣千元
2022年12月31日		
倘人民幣兌美元貶值	5	3,156
倘人民幣兌美元升值	(5)	(3,156)
倘人民幣兌日圓貶值	5	6,801
倘人民幣兌日圓升值	(5)	(6,801)
2023年12月31日		
倘人民幣兌日圓貶值	5	9,004
倘人民幣兌日圓升值	(5)	(9,004)
倘人民幣兌歐元貶值	5	1,078
倘人民幣兌歐元升值	(5)	(1,078)
2024年12月31日		
倘人民幣兌日圓貶值	5	9,858
倘人民幣兌日圓升值	(5)	(9,858)
倘人民幣兌美元貶值	5	(4,153)
倘人民幣兌美元升值	(5)	4,153

信貸風險

貴集團僅與獲認可及信譽良好的第三方交易。根據貴集團的政策，所有有意按信貸期進行交易的客戶均須接受信貸審核程序。此外，除個別評估項目外，由於持續對應收款項結餘進行監控，故貴集團面臨的壞賬風險並不重大。對於並非以有關營運單位使用的功能貨幣計值的交易，貴集團在未經副總經理特定批准的情況下不予提供信貸期。

附錄一

會計師報告

最高風險及年終所處階段

下表列示根據 貴集團的信貸政策(主要基於報告日期可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟條件預測的合理及可靠資料)及於各相關期間末的年終所處階段分類呈列的信貸質素及最高信貸風險。所呈列的金額為金融資產的總值。

於2022年12月31日

	12個月預期 信貸虧損	全期預期信貸虧損			總計
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法	
	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
貿易應收款項及應收票據*	—	—	—	504,880	504,880
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產					
– 正常**	42,311	—	—	—	42,311
– 呆賬**	—	—	92,247	—	92,247
已抵押存款	129,971	—	—	—	129,971
現金及現金等價物	852,071	—	—	—	852,071
	<u>1,024,353</u>	<u>—</u>	<u>92,247</u>	<u>504,880</u>	<u>1,621,480</u>

於2023年12月31日

	12個月預期 信貸虧損	全期預期信貸虧損			總計
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法	
	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
貿易應收款項及應收票據*	—	—	—	526,315	526,315
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產					
– 正常**	43,859	—	—	—	43,859
– 呆賬**	—	—	92,247	—	92,247
已抵押存款	56,390	—	—	—	56,390
定期存款	52,055	—	—	—	52,055
現金及現金等價物	1,062,110	—	—	—	1,062,110
	<u>1,214,414</u>	<u>—</u>	<u>92,247</u>	<u>526,315</u>	<u>1,832,976</u>

附錄一

會計師報告

於2024年12月31日

	12個月預期 信貸虧損	全期預期信貸虧損			總計 人民幣千元
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
貿易應收款項及應收票據*	—	—	—	596,566	596,566
計入預付款項、其他應收款 項及其他資產的金融資產					
– 正常**	56,838	—	—	—	56,838
– 呆賬**	—	—	93,546	—	93,546
已抵押存款	67,971	—	—	—	67,971
定期存款	155,872	—	—	—	155,872
現金及現金等價物	711,062	—	—	—	711,062
	<u>991,743</u>	<u>—</u>	<u>93,546</u>	<u>596,566</u>	<u>1,681,855</u>

* 就 貴集團採用簡化方法釐定減值的貿易應收款項及應收票據而言，基於撥備矩陣的資料於歷史財務資料附註24披露。

** 當金融資產並未逾期及並無資料表明自初始確認起金融資產的信貸風險大幅增加時，計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產的信貸質素被視為「正常」。否則，金融資產的信貸質素被視為「呆賬」。

有關 貴集團因貿易應收款項及應收票據以及預付款項、其他應收款項及其他資產所產生信貸風險的進一步量化資料於歷史財務資料附註24及25披露。

信貸風險的集中度分客戶進行管理。信貸風險管理按客戶集中管理。於相關期間末，由於 貴集團貿易應收款項及應收票據賬面結餘的51.4%、55.9%及50.5%為分別應收 貴集團五大客戶款項，因此 貴集團存在若干信貸集中風險。

流動性風險

流動性風險乃 貴集團因資金短缺而難以履行金融責任的風險。 貴集團承受的流動性風險主要產生自金融資產與負債到期時間的錯配。 貴集團的目標為維持營運資金需求的持續資金撥付與資本支出的平衡。

貴集團的目標為透過使用計息借款維持資金持續性與靈活性間的平衡。 貴集團的政策為所有借款須經副總經理批准。

附錄一

會計師報告

下表概述 貴集團於各報告期間未按合約未貼現付款劃分的金融負債的到期情況：

2022年12月31日

	一年內	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	512,500	—	—	512,500
應付關聯方款項	3,117	—	—	3,117
計息銀行借款	296,827	18,582	—	315,409
租賃負債	22,106	47,754	9,638	79,498
其他應付款項及應計費用	35,909	—	—	35,909
	<u>870,459</u>	<u>66,336</u>	<u>9,638</u>	<u>946,433</u>

2023年12月31日

	一年內	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	640,520	—	—	640,520
應付關聯方款項	1,364	—	—	1,364
計息銀行借款	108,713	162,322	—	271,035
租賃負債	26,833	61,513	6,957	95,303
其他應付款項及應計費用	106,358	—	—	106,358
	<u>883,788</u>	<u>223,835</u>	<u>6,957</u>	<u>1,114,580</u>

2024年12月31日

	一年內	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據	716,560	—	—	716,560
應付關聯方款項	972	—	—	972
計息銀行借款	124,018	130,351	—	254,369
租賃負債	37,397	53,627	—	91,024
其他應付款項及應計費用	78,437	—	—	78,437
	<u>957,384</u>	<u>183,978</u>	<u>—</u>	<u>1,141,362</u>

資本管理

貴集團資本管理的主要目標為保障 貴集團的持續經營能力，並保持穩健的資本比例，以支持業務及盡量提高權益持有人價值。

貴集團根據經濟狀況變動及相關資產的風險特徵管理資本架構及作出調整。為保持或調整資本架構， 貴集團可能調整向權益持有人派付的股息、向權益持有人返還資本或發行新股。 貴集團毋須遵守任何外部施加的資本規定。於相關期間，概無就管理資本作出目標、政策或過程的變動。

附錄一

會計師報告

貴集團採用資產負債比率(按債項除以股本加債項計算)監察資金。債項包括計息銀行借款、貿易及應付票據、其他應付款項及應計費用、租賃負債及應付關聯方款項。資金包括母公司擁有人應佔股權。於2022年、2023年及2024年12月31日的資產負債比率如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行借款	312,193	258,617	248,193
貿易及應付票據	512,500	640,520	716,560
其他應付款項及應計費用	115,442	188,349	181,321
租賃負債	77,438	88,385	84,143
應付關聯方款項	3,117	1,364	972
減：現金及現金等價物	852,071	1,062,110	711,062
淨負債	168,619	115,125	520,127
母公司擁有人應佔股權	2,095,216	2,280,398	2,202,024
股權及淨債項	2,263,835	2,395,523	2,722,151
資產負債比率	7%	5%	19%

47. 相關期間後事件

股份回購計劃進展

自2025年1月1日至本報告日期，貴公司已回購合共744,200股A股，代價為人民幣9,562,000元。

溢利分配

於2025年4月1日，董事會批准2024年度建議溢利分配，以貴公司已發行384,769,288股A股扣除已回購6,559,900股A股後的股數378,209,388股為基數，按每10股派發現金股息人民幣1.58元(含稅)，合計將派發現金股息人民幣59,757,000元。上述事項須待股東大會審議批准後，方可作實。

III 後續財務報表

貴公司、貴集團或組成貴集團的任何公司概無就於2024年12月31日之後的任何期間編製經審核財務報表。

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄三

稅項及外匯

稅項

本附錄載有有關中國內地及香港特別行政區的稅項及外匯的法律法規概要。

本節並未涵蓋所得稅、資本稅、增值稅、印花稅及遺產稅以外的中國內地或香港特別行政區稅項的任何方面。務請有意投資者向其自身的稅務顧問查詢有關因投資[編纂]而產生的中國內地、香港特別行政區及其他稅務影響。

中國稅項

股息稅項

個人投資者

根據全國人大常委會於1980年9月10日頒佈、於2018年8月31日最新修訂並於2019年1月1日生效的《中華人民共和國個人所得稅法》(以下簡稱「《個人所得稅法》」)，及由國務院於2018年12月18日最新修訂並於2019年1月1日生效的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》(以下簡稱「《個人所得稅法實施條例》」)，中國公司向個人投資者支付的股息一般應按20%的稅率繳納預扣稅。同時，根據財政部於2015年9月7日發佈並於2019年7月1日部分失效(即通知不適用於全國中小企業股份轉讓系統掛牌公司股息紅利差別化個人所得稅政策)的《財政部、國家稅務總局、證監會關於上市公司股息紅利差別化個人所得稅政策問題的通知》(財政部[2015]101號)，個人從公司公開發行或股票市場取得的上市公司股票，持股限期超過一年的，股息所得暫免徵收個人所得稅。個人自公司公開發行或股票市場取得上市公司股票，持股限期在1個月以內(含1個月)的，其股息所得全額計入應納稅所得額；持股限期在1個月以上至1年(含1年)的，暫減按50%計入應納稅所得額。上述所得統一適用20%的稅率計徵個人所得稅。

對於非中國居民的外籍個人，除非獲國務院稅務機關特別豁免或獲適用稅收協定減免，否則其自中國公司收取的股息一般按20%繳納中國預扣稅。根據國家稅務總局於2011年6月28日頒佈的《國家稅務總局關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》(國家稅務總局[2011]348號)，在香港特別行政區發行股票的中國境內非外商投資企業派發股息時，一般可按10%稅率扣繳個人所得稅。

附錄三

稅項及外匯

對於身為協定國家稅務居民而收取股息的[編纂]個人持有人，倘其國家已與中國內地訂立稅率低於10%的稅收協定，則派付股息的香港特別行政區上市的非外商投資企業可代表該等持有人辦理享受較低稅收優惠待遇的申請，經稅務機關批准後，對多扣繳稅款予以退還。對於身為協定國家稅務居民而收取股息的[編纂]個人持有人，倘其國家已與中國內地訂立稅率高於10%但低於20%的稅收協定，則非外商投資企業須根據該等協定的適用稅率預扣稅款，而毋須向稅務機關辦理申請。對於身為並無與中國內地訂立任何稅收協定的國家的稅務居民而收取股息的[編纂]個人持有人，非外商投資企業須按20%的稅率預扣稅款。

根據於2006年8月21日簽署的《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》，中國政府可就中國公司向香港特別行政區居民(包括自然人和法律實體)支付的股息徵稅，但稅額不得超過應付股息總額的10%。若香港特別行政區居民直接持有中國公司25%或以上的股權，則該稅額不得超過該中國公司應付股息總額的5%。《國家稅務總局關於〈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〉第五議定書生效執行的公告》(國家稅務總局公告51[2019]號)自2019年12月31日起生效，當中訂明有關規定不適用於以取得上述稅收利益為主要目的而作出的安排。

企業投資者

根據於2007年3月16日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》(以下簡稱「《企業所得稅法》」)及於2008年1月1日生效，並於2024年12月6日最新修訂且於2025年1月20日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(以下簡稱「《企業所得稅法實施條例》」)，凡非居民企業在中國內地未設立機構、場所的，或者雖在中國內地設立機構、場所但其來源於中國的所得與其在中國內地所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其來源於中國境內的所得(包括在香港特別行政區發行及上市股票的中國居民企業派發的股息)一般按10%的稅率繳納企業所得稅。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，以收入支付人為扣繳義務人。該預扣稅可根據適用條約減免以避免雙重徵稅。

附錄三

稅項及外匯

國家稅務總局於2008年11月6日發佈並生效的《國家稅務總局關於中國居民企業向境外[編纂]非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》進一步明確，就自2008年1月1日後產生的利潤中分派的股息而言，中國居民企業須就派付予非中國居民企業[編纂]的股息按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。根據適用的稅收協定或安排享有優惠稅率的非中國居民企業[編纂]，可直接或透過其代理人向主管稅務機關申請退還多扣的稅款。國家稅務總局於2009年7月24日發佈的《國家稅務總局關於非居民企業取得B股等股票股息徵收企業所得稅問題的批覆》進一步規定，於境外證券交易所[編纂]的任何中國居民企業須就其向非中國居民企業股東分派的股息按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。

根據於2006年8月21日簽署的《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》，中國居民企業向香港股東分派的股息須根據中國法律繳納所得稅，但倘股息受益所有人是直接擁有上述企業(即支付股息公司)至少25%股權的香港特別行政區居民企業，則所徵稅款為不超過所分派股息的5%。倘受益所有人是直接擁有上述企業少於25%股權的香港特別行政區居民企業，則所徵稅款為不超過所分派股息的10%。

此外，根據於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息條款有關問題的通知》，凡稅收協定締約對方稅收居民取得的中國居民公司支付的股息可按稅收協定規定稅率徵稅，該對方稅收居民需要享受該稅收協定待遇的，應同時符合以下條件：(i)取得股息的該對方稅收居民根據稅收協定規定應限於公司；(ii)在該中國居民公司的全部所有者股本權益和有表決權股份中，該對方稅收居民直接擁有的比例均符合規定比例；及(iii)該對方稅收居民直接擁有該中國居民公司的股本權益比例，在取得股息前12個月以內任何時候均符合稅收協定規定的比例。

此外，根據於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》，非居民納稅人符合享受協定待遇條款及條件的，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，同時留存相關文件及資料備查，並接受稅務機關的後續管理。

附錄三

稅項及外匯

資本收益稅

個人投資者

根據《個人所得稅法》及《個人所得稅法實施條例》，個人出售中國居民企業股本權益所得按20%的稅率繳納個人所得稅。根據於1998年3月30日由財政部及國家稅務總局頒佈的《財政部、國家稅務總局關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》(財政部[1998]61號)，從1997年1月1日起，對個人轉讓上市公司股票取得的所得繼續暫免徵收個人所得稅。根據現行《個人所得稅法》及《個人所得稅法實施條例》，國家稅務總局並未明確表示是否繼續對個人轉讓上市股票取得的所得繼續免徵所得稅。然而，於2009年12月31日，財政部、國家稅務總局及中國證監會聯合發佈《財政部、國家稅務總局、證監會關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的通知》(財政部[2009]167號)，規定個人轉讓若干國內交易所上市股份所得將繼續免徵個人所得稅，但若干特定公司的股份(定義見財政部、國家稅務總局及中國證監會於2010年11月10日發佈的《財政部、國家稅務總局、證監會關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的補充通知》(財政部[2010]70號))除外。於最後可行日期，前述條文未明確規定是否就非中國居民個人出售中國居民企業於海外證券交易所如聯交所上市的股份徵收個人所得稅。實際操作中，中國稅務機構並未就非中國居民個人出售中國居民企業於海外證券交易所上市的股份所得徵收所得稅。

企業投資者

根據《企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》，凡非居民企業未有在中國內地設立機構或場所，或在中國內地雖設立機構或場所，但源於中國的所得與其在中國內地所設機構或場所沒有聯繫的，則其源於中國的所得，包括出售於中國居民企業的股本權益所得的收益，通常須繳納10%的預扣稅。於最後可行日期，並無條文明確規定將就非居民企業出售中國內地公司於海外證券交易所上市的股份取得的所得徵收預扣稅。然而，不完全排除稅務機構日後尋求就該等所得徵收預扣稅的可能性。

附錄三

稅項及外匯

滬港通稅收政策

於2014年10月31日，財政部、國家稅務總局及中國證監會聯合發佈《財政部、國家稅務總局、證監會關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(財政部[2014]81號)(以下簡稱「滬港通稅收政策」)。對內地企業投資者通過滬港通投資聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，計入其收入總額，依法徵收企業所得稅。

深港通稅收政策

於2016年11月5日，財政部、國家稅務總局及中國證監會聯合發佈《財政部、國家稅務總局、證監會關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》(以下簡稱「深港通稅收政策」)。根據「深港通稅收政策」，對內地個人投資者通過深港通投資聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，自2016年12月5日起至2019年12月4日止，暫免徵收個人所得稅。對內地企業投資者通過深港通投資聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，計入其收入總額，依法徵收企業所得稅。

根據於2019年12月5日生效的《財政部、稅務總局、證監會關於繼續執行滬港、深港股票市場交易互聯互通機制和內地與香港基金互認有關個人所得稅政策的公告》(財政部公告[2019]第93號)及於2023年8月21日頒佈並於同日實施的《關於延續實施滬港、深港股票市場交易互聯互通機制和內地與香港基金互認有關個人所得稅政策的公告》，對內地個人投資者通過滬港通投資聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，自2019年12月5日至2027年12月31日止，繼續暫免徵收個人所得稅。

對內地個人投資者通過深港通投資聯交所上市[編纂]取得的股息紅利所得，[編纂]應向中國結算提出申請，由中國結算向[編纂]提供內地個人投資者名冊，中國結算按照20%的稅率代扣個人所得稅。個人投資者在國外已繳納的預提稅，可持有效扣稅憑證到中國結算的主管稅務機關申請稅收抵免。對內地證券投資基金通過深港通投資聯交所上市股票取得的股息紅利所得，按照上述規定計徵個人所得稅。

附錄三

稅項及外匯

對內地企業投資者通過深港通投資聯交所上市股票取得的股息紅利所得，計入其收入總額，依法計徵企業所得稅。其中，內地居民企業連續持有[編纂]滿12個月取得的股息紅利所得，依法免徵企業所得稅。聯交所上市[編纂]應向中國結算提出申請，由中國結算向[編纂]提供內地企業投資者名冊，[編纂]對內地企業投資者不代扣股息紅利所得稅款。應納稅款由企業自行申報繳納。

印花稅

根據於2021年6月10日頒佈並於2022年7月1日生效的《中華人民共和國印花稅法》，中國印花稅適用於在中國境內書立應稅憑證或進行證券交易的單位和個人以及在中國境外書立在境內使用的應稅憑證的單位和個人。因此，非中國內地投資者在境外購買及處置[編纂]不適用於《中華人民共和國印花稅法》相關條例。

遺產稅

目前，中國內地並未徵收任何遺產稅。

本公司的主要中國稅項

企業所得稅

《企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》規定，所有企業，不論居民企業或非居民企業，一般適用25%的企業所得稅稅率。

增值稅

根據國務院修訂並於2017年11月19日生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及財政部於2011年10月28日修訂並於2011年11月1日生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國內地從事銷售貨物或者提供加工、修理修配勞務以及進口貨物的單位和個人均需繳納增值稅。納稅人銷售或者進口貨物，除上述規定另有規定外，一般稅率為17%。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日頒佈並截至2018年5月1日生效的《關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%增值稅稅率的，稅率分別調整為16%及10%。

附錄三

稅項及外匯

根據財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日頒佈並於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(財政部、國家稅務總局及海關總署[2019]39號)，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用16%增值稅稅率的，稅率調整為13%；原適用10%增值稅稅率的，稅率調整為9%。

中國外匯管理

中國法定貨幣為人民幣。經中國人民銀行授權，國家外匯管理局負責管理所有外匯相關事宜，包括執行外匯法規。

於1996年1月29日，國務院頒佈《中華人民共和國外匯管理條例》(以下簡稱《外匯管理條例》)，該條例於1996年4月1日生效。《外匯管理條例》將所有國際支付和轉賬劃分為經常項目和資本項目。大多數經常項目毋須再經國家外匯管理局批准，但資本項目仍需國家外匯管理局批准。《外匯管理條例》其後於1997年1月14日及2008年8月5日進行修訂。最新修訂的《外匯管理條例》明確國家對經常性國際支付和轉賬不予限制。

於1996年6月20日，中國人民銀行頒佈《中國人民銀行關於印發〈結匯、售匯及付匯管理規定〉的通知》(中國人民銀行[1996]210號)(以下簡稱《結匯規定》)，該通知於1996年7月1日生效。《結匯規定》取消對經常項目外匯兌換的其餘限制，但保留對資本項目外匯交易的現行限制。

根據中國相關法律法規，中國企業(包括外商投資企業)需要外匯進行有關經常項目的交易時，可無須經國家外匯管理局批准，通過指定外匯銀行的外匯賬戶付匯，但須提供有效的交易收據與證明。需要以外匯向其股東分配利潤的外商投資企業及根據規定需要以外匯支付固定股息的中國企業，可根據董事會利潤分配決議書，從其外匯賬戶中支付或者到外匯指定銀行兌付。

《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》(國務院[2014]50號)於2014年10月23日頒佈，取消國家外匯管理局及其分支局對境外上市外資股的[編纂]調回結匯至人民幣境內賬戶的審批要求。

附錄三

稅項及外匯

根據國家外匯管理局於2014年12月26日發佈的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》(國家外匯管理局[2014]54號)，中國境內發行人應在境外首次公開發行結束之日起15個營業日內，到其註冊所在地國家外匯管理局地方分支局辦理境外上市登記。中國境內發行人境外上市募集資金可調回中國境內賬戶或存放境外，資金用途應與有關文件及其他披露文件所列相關內容一致。

根據國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(國家外匯管理局[2016]16號)，可根據中國境內機構實際經營需要在銀行辦理資本項目外匯收入意願結匯。中國境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定為100%。國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

根據國家外匯管理局於2019年10月23日頒佈的《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》([2019]28號)，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施(負面清單)且中國內地所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行中國內地股本投資。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

中國法律及法規

中國的法律體系

中國的法律體系以《中華人民共和國憲法》(「**憲法**」)為基礎，由成文法律、行政法規、地方性法規、自治條例、單行條例、國務院部門規章、地方政府規章、特別行政區法律及中國政府為簽署方的國際條約和其他規範性文件構成。法院判例不構成具有法律約束力的先例，但可用作司法參照和指導作用。憲法為中國的基本法，由全國人民代表大會(「**全國人大**」)制定，具有最高法律效力。

全國人大及全國人大常務委員會(「**人大常委會**」)有權行使中國內地立法權。全國人大負責制定及修改民事、刑事、國家機構及其他的基本法律。人大常委會制定及修改應由全國人大制定法律以外的其他法律。在全國人大休會期間，人大常委會可部分補充及修改由全國人大制定的法律，但不得與此等法律的基本原則相抵觸。國務院是最高國家行政機關，根據憲法及法律制定行政法規。各省、自治區及直轄市的人民代表大會及其常委會可根據其各自行政區域的特定情況及實際需求制定地方性法規，惟此等地方性法規不得違反憲法、法律或行政法規的任何規定。民族自治區的人民代表大會可根據居住在該地區的當地民族的政治、經濟及文化特點，制定自治條例及單行條例，惟此自治條例及單行條例不得違背法律或者行政法規的基本原則，不得對憲法和民族區域自治法的規定以及其他有關法律、行政法規專門就民族自治地方所作的規定作出變通規定。設區的市的人民代表大會及其各自常務委員會可根據自身的具體情況和實際需要，制定城鄉建設管理、環境保護以及歷史與文化保護方面的地方性法規，但該等地方性法規不得抵觸憲法、法律、行政法規以及各省或自治區地方性法規之規定。若法律就設區市制定地方性法規的事宜另有規定，以該等規定為準。地方性法規須在向相關省或自治區人大常務委員會報告並經其批准後方具有效力。省或自治區的人大常務委員會審查報請批准的地方性法規的合法性，並在與憲法、法律、行政法規和有關省或自治區的地方性法規不抵觸的情況下，在四個月內發出批准。若省或自治區人大常務委員會在審查批准設區市的地方性法規時，發現與相關省或自治區人民政府的規定規則有衝突，則由該省或自治區的人大常務委員會決定解決。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

國務院各部委、中國人民銀行、國家審計署和具有行政管理職能的國務院直屬機構，可以根據法律和國務院的行政法規、決定和命令，在其各自部門的司法權限範圍內，制定部門規章。部門規章條文須管轄有關執行法律、行政法規以及國務院決定及命令的事宜。省、自治區、直轄市、設區市或自治州的人民政府，可以根據有關法律、行政法規和本省、自治區和直轄市的地方性法規，制定規章法規。

根據憲法，法律的解釋權屬於全國人大常委會。根據於1981年6月10日實施的《全國人民代表大會常務委員會關於加強法律解釋工作的決議》，有關庭審中法律適用的事宜由最高人民法院解釋，有關檢察院檢控過程中法律適用的事宜由最高人民檢察院解釋及除上述事宜外的其他法律問題，由國務院及具有管轄權的機關解釋。國務院及其各部、委也有權解釋其頒佈的行政法規和部門規章。在地方層面，解釋地方法律的權力屬於頒佈法律的地方立法與行政機關。

中國的司法體系

根據《憲法》以及《中華人民共和國人民法院組織法》，中國司法體系由最高人民法院、地方各級人民法院、軍事法院及其他專門人民法院組成。地方各級人民法院分為基層人民法院、中級人民法院及高級人民法院三級。基層人民法院可設立民事、刑事以及經濟法庭，以及基於地區、人口和案件情況，設立若干人民法庭。中級人民法院各庭與基層人民法院的結構類似，還包括其他專門法庭，例如知識產權庭(如需要)。該兩級人民法院受更高級別人民法院的監督。最高人民法院是中國的最高審判機構，其監督所有級別人民法院以及專門人民法院的司法活動。最高人民檢察院獲授權監督具有法律效力的所有級別人民法院的判決與裁決，而高級人民檢察院獲授權監督具有法律效力的低級人民法院的判決與裁決。

附錄四

中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

人民法院採取「兩審終審制」，即人民法院二次審理的判決或裁決是終局性的。當事方可對地方人民法院的一審判決或裁決提出上訴。人民檢察院可根據法律規定的程序，向上一級人民法院提出抗訴。若在上訴時限內當事方沒有提出上訴以及人民檢察院沒有提出抗訴，人民法院的初審判決或裁決將是終局性的。中級人民法院、高級人民法院以及最高人民法院的二審判決或裁決，以及最高人民法院的一審判決或裁決是終局性的。但是，若最高人民法院發現任何級別人民法院具有法律效力的判決、裁決或調解中存在明顯錯誤，或若高級人民法院發現低級人民法院具有法律效力的判決、裁決或調解中存在明顯錯誤，則其有權自行審核案件或指示低級人民法院重審。若各級人民法院的院長發現具有法律效力的判決、裁決或調解中存在明顯錯誤，並認為需要重審，相關案件可提交給同級人民法院審判委員會討論決定。死刑除依法由最高人民法院判決的以外，應當報請最高人民法院核准。

由全國人大常委會於1991年4月9日頒佈、於2023年9月1日最新修訂並於2024年1月1日實施的《中華人民共和國民事訴訟法》（「《中國民事訴訟法》」），規定了提起民事訴訟、人民法院司法管轄權、進行民事訴訟需要遵守的程序及民事判決或裁決執执行程序的条件。中國內地提起民事訴訟的各方當事人必須遵守《中國民事訴訟法》。民事案件一般由被告所在地的法院審理。合同或其他財產權益糾紛的當事人可以書面協議選擇被告住所地、合同履行地或簽訂地、原告住所地、標的物所在地或與爭議有實際聯繫的任何其他地點的人民法院管轄，但不得違反本法對級別管轄和專屬管轄的規定。

外籍人士、無國籍人士、外資企業或外國組織在中國法院提起或辯護訴訟時，其訴訟權利和義務與中國內地公民，法人或其他組織相同。若外國法院限制中國內地公民或企業的訴訟權利，中國法院也可對該國公民及企業施加相同限制。若外籍人士、無國籍人士、外資企業或外國組織在中國法院提起或辯護訴訟時需要聘請律師，則必須聘請中國內地律師。

民事訴訟當事人拒絕按照執行通知履行判決、裁定或其他法律文書規定的行為的，人民法院可以強制執行或委託有關單位或其他人代為執行，由此產生的費用由被執行人承擔。申請執行的期間為兩年。申請執行時效的中止、中斷，適用法律有關訴訟時效中止、中斷的規定。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

根據中國簽署或參與的國際條約或互惠原則，人民法院和外國法院可要求彼此代為送達文件、開展調查、收集證據以及開展其他行動。若會導致侵犯中國內地主權、安全或公共利益，中國法院不予配合外國法院提出的要求。人民法院作出的發生法律效力的判決、裁定，如果被執行人或者其財產不在中華人民共和國領域內，當事人請求執行的，可以由當事人直接向有管轄權的外國法院申請承認和執行，也可以由人民法院依照中華人民共和國締結或者參加的國際條約的規定，或者按照互惠原則，請求外國法院承認和執行，除非人民法院認為該判決或裁定的承認或執行會違反中國的基本法律原則、其主權或國家安全或公眾利益。

《中國公司法》、《試行辦法》及《公司章程指引》

《中華人民共和國公司法》(「《公司法》」)由全國人大常委會於1993年12月29日頒佈，於2023年12月29日最新修訂，並於2024年7月1日生效，規範公司，保護公司、股東及債權人的合法權益。

中國證監會於2023年2月17日頒佈的《試行辦法》及其五項解釋性指引於2023年3月31日起施行，適用於中國境內公司直接及間接的境外股份認購及上市。

根據《試行辦法》及其解釋性指引，中國境內公司直接在境外發行上市的，應當按照《上市公司章程指引》(或《公司章程指引》)制定公司章程，以取代自2023年3月31日起不再適用的《到境外上市公司章程必備條款》。《公司章程指引》由中國證監會於1997年12月16日頒佈，最近一次修訂於2025年3月28日。

下文載列適用於本公司的《公司法》、《試行辦法》及《公司章程指引》的主要條文的概要。

總則

「股份有限公司」(「公司」)指依照《中華人民共和國公司法》在中國內地註冊成立的企業法人，有獨立的法人財產並享有法人財產權。公司對其自身債務的責任以其擁有的全部財務為限，股東對公司的責任以其認購的股份為限。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

註冊成立

公司的註冊成立可以採取發起設立或者公開募集設立的方式。註冊成立公司應有一至二百名發起人，其中須有半數以上的發起人在中國內地有住所。以發起方式註冊成立的公司是指其註冊資本全部由發起人認購的公司。若公司以公開募集方式註冊成立，除另有規定外，發起人須認購的股份不得少於公司股份總額的35%，其餘股份可向社會公開募集或向特定人士募集。

公司採取發起設立方式設立的，註冊資本為在有關工商行政管理機關登記的全體發起人認購的股本總額。在註冊資本繳足前，不得向他人發行公司股份。

公司採取公開募集方式設立的，註冊資本為在有關工商行政管理機關登記的實收股本總額。發起人須認足公司章程規定其認購的股份，並繳納出資。倘以非貨幣資產出資，則須依法辦妥非貨幣資產所有權的轉移手續。

發起人應當自股款繳足之日起30日內主持召開公司成立大會。發起人應當在成立大會召開15日前將會議日期通知各認股人或者予以公告。成立大會應有代表公司已發行股份總數過半數的發起人及認股人出席，方可舉行。將於成立大會上處理的事項包括通過發起人提呈的公司章程草案及選舉公司董事會及監事會成員。大會作出決議必須經出席會議的認股人所持表決權過半數通過。

董事會應於成立大會結束後30日內，向相關登記機關申請登記公司的註冊成立。在相關登記機關核准登記並頒發營業執照後，公司即告正式成立，並取得法人資格。

公司發起人須對下列各項承擔責任：公司不能註冊成立時，對設立行為所產生的債務和費用負連帶責任；公司不能註冊成立時，對退還認購人已繳納的認購股款並加算銀行同期存款利息負連帶責任；賠償公司於設立過程中因發起人的過失而蒙受的損失。

註冊股份

根據《公司法》，股東可以用現金出資，或可以用實物、知識產權、土地使用權等可以用貨幣估價並可以依法轉讓的非貨幣財產作價出資。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

《試行辦法》規定，在境外上市的中國境內企業，可以外幣或人民幣募集資金並宣派股息。

根據《試行辦法》，中國境內公司在境外直接發行上市，其中國境內非上市股份的股東申請將該股份轉換為在境外交易場所上市交易的股份，應當符合中國證監會頒佈的相關規定，並授權中國境內公司代為向中國證監會備案。前段所述中國境內非上市股份，指中國境內企業已發行但尚未在國內交易所上市或上市交易的股份。中國境內非上市股票應當在中國境內證券登記結算機構集中登記存管。境外上市股票的登記及結算安排須遵守境外上市地的規定。

根據《公司法》，公司發行記名股票的，應當置備股東名冊，記載下列事項：(i)股東的姓名或者名稱及住所；(ii)各股東所持股份數；(iii)各股東所持股票的編號；及(iv)各股東取得股份的日期。

配發及發行股份

股份有限公司所有股份發行均依據公平及公正原則進行。同一類別的股份應享有同等權利。同次發行的同類別股份，發行條件及價格應相同。公司可以按面值或溢價發行股份，但股份發行價格不得低於面值。

在境外發行上市的境內企業應當按照《試行辦法》向中國證監會備案，提交備案報告、法律意見及其他相關材料，如實、準確、完整地說明股東資料及其他資料。中國境內企業直接在境外發行上市的，發行人應當向中國證監會備案。中國境內企業在境外間接上市的，發行人應當指定中國境內主要經營實體為中國境內負責人，並向中國證監會備案。

增加股本

根據《公司法》，如股份有限公司發行新股，股東大會應就新股種類及數額、新股發行價格、新股發行的起止日期及向現有股東擬發行新股的種類及數額通過決議。公司經國務院證券監督管理機構核准公開發行新股時，必須公告新股[編纂]和財務會計報告，並製作認股書。公司發行新股募足股款後，必須向公司登記機關辦理變更登記，並公告。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

減少股本

公司應依據《公司法》規定的下述程序減少其註冊資本：

- (i) 編製資產負債表及其財產清單；
- (ii) 公司作出減少其註冊資本的股東大會決議；
- (iii) 公司應當自作出減少註冊資本決議之日起10日內通知債權人，並於30日內在報紙上或者國家企業信用信息公示系統公告；
- (iv) 債權人自接到通知書之日起30日內或未接到通知書的債權人自公告之日起45日內，有權要求公司清償債務或者提供相應的擔保；
- (v) 公司減少註冊資本，應當依法向公司登記機關辦理變更登記。

股份回購

任何公司不得收購其自身股份，但有下列任何情形之一者除外：

- 1. 減少其註冊資本；
- 2. 與作為其現有股東之一的公司合併；
- 3. 為實施職工持股計劃或股權激勵計劃使用其股份；
- 4. 股東因對股東大會作出的公司合併或分立決議持異議，要求公司收購其股份；
- 5. 將股份用於轉換上市公司發行的可轉換公司債券；或
- 6. 上市公司為維護公司價值及保護股東權益所必需。

任何公司於前款第1項及第2項規定的任何情形下收購其自身股份，應當經股東大會決議；任何公司於前款第3項、第5項和第6項規定的任何情形下收購其自身股份，可根據公司章程或經股東大會授權，需要由超過三分之二的董事出席的董事會會議決議。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

任何公司依照本條第一款規定收購其自身股份後，屬於第1項情形的，應當自收購之日起十日內註銷相關股份；屬於第2項或第4項情形的，應當自收購之日起六個月內轉讓或註銷相關股份；屬於第3項、第5項或第6項情形的，公司合計持有的其自身股份數不得超過公司已發行股份總數的10%，並應當自收購之日起三年內轉讓或註銷相關股份。

任何收購其自身股份的公司，應當依照《中華人民共和國證券法》的規定履行信息披露義務。上市公司因本條第一款第3項、第5項或第6項規定的情形收購其自身股份的，應當通過公開的集中交易方式進行。

公司不得接受其自身股票的質押。

股份轉讓

股東持有的股份可以根據有關法律法規的規定轉讓。股東轉讓股份須於依法設立的證券交易所或國務院規定的其他方式進行。股東轉讓記名股份必須經過背書或法律或行政法規另行規定的方式進行。轉讓不記名股份需將股票交付給受讓人。

根據《公司法》，公司[編纂]股份前已發行的股份自公司股份在證券交易所[編纂]之日起一年內不得轉讓。公司董事、監事及高級管理層在任職期間轉讓所持有的公司股份不得超過25.0%，且自公司[編纂]起一年內不得轉讓其所持有的公司股份。

股東

公司章程細則載有其股東的權利及義務，對全體股東具有約束力。根據《公司法》及《必備條款》的規定，股東權利包括：

- 親身或委託代理人出席股東大會並就所持股份數量進行表決的權利；
- 根據適用的法律、法規及公司章程細則的規定，轉讓其股份的權利；
- 查閱公司章程細則、股東名冊、公司債券存根、股東大會會議記錄、董事會決議案、監事會會議決議案及財務會計報告，並提出建議或查詢公司的業務營運的權利；

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

- 倘於股東大會或董事會通過的決議案違反公司章程細則或侵犯股東合法權益，向人民法院提起訴訟，要求停止不法侵權行為的權利；
- 根據持有的股份數目收取股息的權利；及
- 公司章程細則規定的股東的任何其他權利；

股東的義務包括：遵守公司章程細則，繳納所認購股份的認繳款項；以就所認購的股份約定支付的認購款額為限對公司的債項及負債負責；不得濫用股東權利損害公司或其他股東的利益；不得濫用公司法人及股份有限公司獨立地位損害公司債權人的利益；以及公司章程細則規定的任何其他義務。

股東大會

股東大會是公司的權力機構，依照《公司法》的規定行使權力。股東大會可以行使下列權力：

- 選舉及解聘董事、監事(非職工代表)，並決定董事及監事的報酬有關事項；
- 審閱及批准董事會報告；
- 審閱及批准監事會的報告；
- 審閱及批准公司的利潤分配方案及彌補虧損方案；
- 決定公司註冊資本的任何增加或減少；
- 決定發行公司債券；
- 決定公司合併、分立、解散及清算或變更公司形式；
- 修訂公司章程細則；及
- 行使公司章程細則規定的任何其他權力。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

股東大會每年須召開一次。有下列情形之一的，應在兩個月內召開股東特別大會：

- 董事人數少於《公司法》規定的人數或少於公司章程細則規定人數的三分之二；
- 公司未清償虧損達到公司實收股本總額的三分之一；
- 單獨或合計持有公司10%以上股份的股東請求召開股東特別大會；
- 董事會認為有必要；
- 監事會提議舉行；或
- 公司章程細則規定的任何其他情形。

股東大會由董事會召開並由董事長主持。倘董事長不能履行職責或不履行職責，則由副董事長主持。倘副董事長不能履行職責或不履行職責，由半數以上董事推選一名董事主持。董事會不能履行職責或不履行股東大會召集職責，則監事會應及時召開及主持股東大會。倘監事會不召開及主持股東大會，連續90日以上單獨或合計持有公司股份10%以上的股東可以單方面召開及主持股東大會。

根據《公司法》的規定，召開股東週年大會應在大會召開20日前向全體股東發出通知。股東特別大會通知應於會議召開15日前通知全體股東。

根據《公司法》規定，單獨或合計持有公司股份1%以上的股東可以在股東大會召開十日前提出建議並書面提交董事會。董事會應在收到建議後2日內通知其他股東，屬於其職權範圍的臨時建議應提交股東大會審議。

根據《公司法》，出席股東大會的股東所持有的每一股均有一票表決權，惟公司持有的公司股份並無表決權。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

根據章程細則的條文或股東大會的決議案，股東大會選舉董事及監事可採用累計投票制。在累計投票制下，每一股股份享有與股東大會應選董事或監事人數相當的表決權，股東在投票時可以合併投票選舉一名或多名董事或監事。

根據《公司法》及《章程細則指引》的規定，股東會作出決議，須經出席股東大會的股東所代表表決權的過半數通過。公司合併、分立或解散，增加或削減註冊資本，變更公司形式或修改章程細則等事項，必須經出席大會的股東所持表決權的三分之二以上通過。

董事會

公司須設立董事會，成員為3人以上。董事任期由公司章程細則規定，但每屆任期不得超過三年。董事任期屆滿，可連選連任。董事任期屆滿未及時改選，或董事辭職導致董事會成員低於法定人數，在正式改選出的董事就任前，原董事仍須依照法律、行政法規和公司章程細則規定履行董事職務。

根據《公司法》，董事會可行使以下權力：

- 召集股東大會，並向股東大會報告工作；
- 執行股東大會的決議；
- 決定公司的經營計劃和投資方案；
- 制訂公司的利潤分配方案和虧損彌補方案；
- 制訂公司的註冊資本增減方案及公司債券的發行方案；
- 制訂公司合併、分立、解散或變更公司形式的方案；
- 決定公司內部管理機構的設立；
- 任免公司經理及決定其報酬，並根據經理的推薦，任免公司的副總經理、財務負責人並決定彼等的報酬；

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

- 制定公司的基本管理制度；及
- 行使公司章程細則規定的任何其他職權。

董事會每年須至少召開兩次會議。會議通告須於會議召開十日前向全體董事和監事發出。代表10%以上表決權的股東、三分之一以上董事或監事會，可以提議召開董事會臨時會議。董事長須自接到提議後十日內，召集和主持董事會會議。董事會可另定發出召集董事會臨時會議通告的方式和通知時限。董事會會議由過半數的董事出席方可舉行。董事會決議須經全體董事的過半數通過。每名董事就將由董事會審批的決議擁有一票表決權。董事須親身出席董事會會議。倘董事因故不能出席，可以書面授權另一董事代為出席，授權書須載明授權範圍。

倘董事會的決議違反任何法律、行政法規或公司章程細則、股東大會決議，並致使公司蒙受嚴重損失，參與該決議案的董事須對公司負賠償責任，惟經證明在就決議案表決時曾表明異議並記載於會議紀錄，該董事可以免除對該決議案的責任。

根據《公司法》，以下人士不得擔任公司的董事：

- 無民事行為能力或者限制民事行為能力；
- 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義經濟秩序，被判處刑罰，執行期滿未逾五年，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年，被宣告緩刑的，自緩刑考驗期滿之日起未逾二年；
- 擔任破產清算的公司、企業的前董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年；
- 擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照之日起未逾三年；及
- 個人所負數額較大的債務到期未清償被人民法院列為「失信被執行人」。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

公司違反前款規定選舉、委派董事的，該選舉、委派無效。董事在任職期間出現前款所列情形的，公司應當解除其職務。

根據《公司法》，董事會設董事長一名，並可設副董事長。董事長和副董事長須經全體董事的過半數批准選舉產生。董事長須召集和主持董事會會議，審查董事會決議的實施情況。副董事長須協助董事長履行職務。倘董事長不能履行職務或不履行職務，須由副董事長履行職務。倘副董事長不能履行職務或不履行職務，須由半數以上董事共同推舉一名董事履行其職務。

監事會

公司可設立監事會，由不少於三名成員組成。監事的任期每屆為三年。監事任期屆滿，可連選連任。監事任期屆滿未及時改選，或監事辭職導致監事會成員低於法定人數，在正式改選出的監事就任前，原監事仍須依照法律、行政法規和公司章程細則的規定，履行監事職務。

監事會須由股東代表和適當比例的公司職工代表組成，其中公司職工代表的比例不得低於三分之一，實際比例須由公司章程細則規定。監事會中公司的職工代表由公司的職工通過職工代表大會、職工大會或其他形式民主選舉產生。董事及高級管理人員不得同時出任監事。監事會須設一名召集人，並可設副召集人。監事會召集人和副召集人由全體監事過半數選舉產生。

監事會召集人須召集和主持監事會會議。倘監事會召集人不能履行職務或不履行職務，須由監事會副召集人召集和主持監事會會議。倘監事會副召集人不能履行職務或不履行職務，由半數以上監事推舉一名監事召集和主持監事會會議。

監事會可行使以下權力：

- 檢查公司財務狀況；
- 對董事及高級管理層履行其職務進行監督，對違反法律、法規、公司章程細則或股東大會決議的董事及高級管理層提出罷免的建議；

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

- 當董事或高級管理人員的行為損害公司的利益時，要求董事、高級管理層糾正相關行為；
- 提議召開股東特別大會，及在董事會不履行公司法規定的召集和主持股東大會職責時召集和主持股東大會；
- 向股東大會提出提案；
- 依照公司法相關規定，對董事及高級管理人員提起訴訟；及
- 行使公司章程細則規定的任何其他職權。

監事可列席董事會會議，並對董事會決議事項提出質詢或建議。監事會發現公司經營情況異常可以進行調查，及在必要時可以聘請會計師事務所協助其工作，費用由公司承擔。

經理及高級管理層

根據《公司法》，公司設經理，由董事會聘任或解聘。經理對董事會負責，根據公司章程的規定或者董事會的授權行使職權。經理作為無投票權成員列席董事會會議。

根據《公司法》，高級管理人員指經理、副經理、財務負責人、上市公司的董事會秘書和公司章程細則規定的其他人員。

董事、監事、總經理及其他高級管理層的職責

根據《公司法》，董事、監事及高級管理人員須遵守相關的法律、行政法規和公司章程細則，對公司負有忠實義務和勤勉義務。董事、監事及高級管理人員不得利用職權收受賄賂或其他非法收入，且不得侵佔公司的財產。董事及高級管理層不得：

- 侵佔公司財產、挪用公司資金；
- 將公司資金存入以其個人名義或以其他個人名義開立的賬戶存儲；
- 利用職權賄賂或者收受其他非法收入；

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

- 就第三方與公司的交易自行收取佣金；
- 擅自披露公司秘密；及
- 違反對公司忠實義務的其他行為。

董事、監事、高級管理人員，直接或者間接與公司訂立合同或者進行交易，應當就與訂立合同或者進行交易有關的事項向董事會或者股東大會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東大會決議通過。

董事、監事、高級管理人員的近親屬，董事、監事、高級管理人員或者其近親屬直接或者間接控制的企業，以及與董事、監事、高級管理人員有其他關聯關係的關聯人，與公司訂立合同或者進行交易，適用前款規定。

董事、監事、高級管理人員，不得利用職務便利為自己或者他人謀取屬公司的商業機會。但是，有下列情形之一的除外：

- (一) 向董事會或者股東大會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東大會決議通過；
- (二) 根據法律、行政法規或者公司章程的規定，公司不能利用該商業機會。

董事、監事或高級管理人員履行公司職務時違反法律、行政法規或公司章程細則對公司造成損失須對公司承擔賠償責任。

股東大會要求董事、監事或高級管理人員列席會議，董事、監事或高級管理人員須列席會議並接受股東的質詢。

財務及會計

公司須依照法律、行政法規和國務院財政主管部門的規定建立公司的財務及會計制度。公司須在每一會計年度結束時編製財務報告，並須依法經會計師事務所審計。財務會計報告須依照法律、行政法規和國務院財政部門的規定編製。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

公司的財務報告須在股東週年大會召開前20日置備於公司，供股東查閱。公開發行股票的股份有限公司必須公告其財務報告。

公司分配每年稅後利潤時，須提取其稅後利潤的10%撥入公司的法定公積金，但公司法定公積金累計額達公司註冊資本50%以上時，可不再提取。當公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損時，在提取法定公積金之前，須先用當年度利潤彌補虧損。公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東大會決議通過，可從稅後利潤中再提取任意公積金。公司彌補虧損和提取任意公積金後所餘稅後利潤，按照股東持有的股份比例分配，但公司章程細則規定不按持股比例分配的除外。

倘股東大會或董事會決議違反前述規定，在公司彌補虧損和提取法定公積金之前向股東分配利潤，則股東必須將違反規定分配的利潤退還公司。公司持有的本身股份無權獲分派任何利潤。

公司以超過發行時股票面值金額的發行價格發行股份所得的溢價及中國證監會規定列入資本公積金的其他收入，須列為資本公積金。公司的公積金須用於彌補公司的虧損、擴大公司業務經營或增加公司資本。公積金彌補公司虧損，應當先使用任意公積金和法定公積金；仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。法定公積金轉為資本時，所留存的該項公積金不得少於轉增前公司註冊資本的25%。

公司除法定的會計賬簿外，不得另立會計賬簿。公司資產不得存入以任何個人名義開立的賬戶。

會計師事務所的委任與卸任

根據《公司法》，公司聘用或解聘負責公司審計的會計師事務所，須由股東大會或董事會依照公司章程細則的規定決定。股東大會或董事會就解聘會計師事務所進行表決時，須允許會計師事務所陳述意見。公司須向聘用的會計師事務所提供真實及完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿及謊報資料。

《公司章程指引》規定，公司保證向受聘會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱瞞及謊報。會計師事務所的審計費用由股東大會決定。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

利潤分配

根據《公司法》，公司不得在彌補虧損及提取法定公積金之前分配利潤。

解散及清算

根據《公司法》，公司因以下原因須予解散：

- 公司章程細則規定的經營期限屆滿或公司章程細則規定的其他解散事由出現；
- 股東於股東大會決議解散公司；
- 公司因合併或分立需要解散；
- 依法被吊銷營業執照、責令關閉或被撤銷；或
- 公司經營管理發生不能通過其他途徑解決的嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，持有代表公司全部股東表決權10%以上股份的股東請求人民法院解散公司，人民法院依照情況予以解散公司。

公司出現前款規定的解散事由，應當在十日內將解散事由通過國家企業信用信息公示系統予以公示。

倘公司有上述第1項情形，可以通過修改公司章程細則而存續。依照前段所載規定修改公司章程細則，須經出席股東大會的股東所持表決權的三分之二以上通過。

倘公司因上述第1、2、4或5項情形解散，須在解散事由出現之日起15日內成立清算組。清算組成員須由董事或股東大會確定的人員組成。倘逾期不成立清算組，公司的債權人可向人民法院申請指定相關人員組成清算組進行清算。人民法院須受理該申請，並及時組織清算組進行清算。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

清算組在清算期間可行使以下職權：

- 清理公司資產，編製資產負債表和資產清單；
- 通知公司債權人或發佈公告；
- 處理與清算有關的任何未了結業務；
- 清繳任何逾期稅款以及清算過程中產生的稅款；
- 清理公司債權及債務；
- 處理公司清償債務後的剩餘資產；及
- 代表公司參與民事訴訟。

清算組須自其成立之日起10日內通知公司的債權人，並於60日內在報紙上或企業信用信息公示系統公告。

債權人須自接到通知書之日起30日內或未接到通知書的自公告之日起45日內，向清算組申報其債權。債權人須申報與其所作主張的債權相關的所有事項，並提供相關證明。清算組須登記相關債權人的債權。在申報債權期間，清算組不得對債權人進行清償。

清算組在清理公司財產、編製所需資產負債表和資產清單後，須制定清算方案，並提交股東大會或人民法院確認。公司資產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，清繳所欠稅款及清償公司債務後的剩餘資產，按照股東持有的股份比例分配。清算期間，公司存續，但不得開展與清算無關的經營活動。公司財產在未按前述規定清償前，不得分配給股東。

清算組在清算公司財產、編製所需資產負債表和資產清單後，倘發現公司資產不足以清償債務，須依法向人民法院申請宣告破產。人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

清算組成員履行清算職責，負有忠實義務和勤勉義務。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

清算組成員怠於履行清算職責，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任；因故意或者重大過失給債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請注銷公司登記。

境外上市

根據《試行辦法》，發行人在境外進行首次公開發行或上市的，應當在境外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。發行人在境外發行上市後，在同一境外市場發行證券的，應當在發行完成後3個工作日內向中國證監會備案。發行人在境外發行上市後，在其他境外市場發行上市的，應當依照本條第一款規定備案。此外，備案材料完備且符合規定的，中國證監會自收到備案材料之日起20個工作日內辦結備案，並通過網站公示備案信息。備案材料不完備或者不符合規定的，中國證監會在收到備案材料後5個工作日內告知發行人需要補充的材料。發行人應當在30個工作日內補充材料。

股票遺失

倘記名股票被盜、遺失或滅失，股東可依照《中國民事訴訟法》規定的公示催告程序，請求人民法院宣告該等股票失效。人民法院宣告該股票失效後，股東可向公司申請補發股票。

暫停及終止上市

《公司法》已刪除有關暫停及終止上市的規定。《中華人民共和國證券法(2019年修訂)》亦已刪除有關暫停上市的規定。倘上市證券屬證券交易所規定的退市情形，則證券交易所須按照業務規則終止其上市及交易。

根據《試行辦法》，主動終止上市或者強制終止上市的，發行人應當在相關事項發生和公告之日起3個工作日內向中國證監會報告具體情況。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

中國證券法律法規及監管體制

中國已頒佈一系列與公司股份發行與交易及信息披露有關的法規。1992年10月，國務院成立證券委員會及中國證監會。證券委員會負責協調草擬證券法規、制定證券相關政策、規劃證券市場發展、指引、協調及監督中國內地的所有證券相關機構及管理中國證監會。中國證監會是證券委員會的監管執行機構，負責草擬證券市場的監管條文、監督證券公司、規管中國公司證券在中國內地或海外的公開發售、規範證券買賣、編製證券相關統計資料及進行相關研究和分析。1998年4月，國務院合併證券委員會和中國證監會，並改組中國證監會。

1993年4月22日，國務院頒佈《股票發行與交易管理暫行條例》，規管公開發售股票的申請及批准手續、股票的發行與交易、上市公司的收購、股票的保管、清算及過戶、上市公司的信息披露、調查、處罰及爭議的解決。

1995年12月25日，國務院頒佈《國務院關於股份有限公司境內上市外資股的規定》。該等規定主要規管中國境內上市外資股的發行、認購、交易、股息宣派和其他分派事項，以及擁有中國境內上市外資股的股份有限公司的信息披露。

全國人大常務委員會於1998年12月29日頒佈於1999年7月1日生效並最新於2019年12月28日修訂《中華人民共和國證券法》(「**《中國證券法》**」)。此乃中國第一部全國性的證券法律，全面規範中國內地證券市場活動，其分為14章及226個條目，內容包括證券發行及買賣、上市公司收購、證券交易所、證券公司及國務院證券監督管理機構的職責等。《中國證券法》第224條規定，中國境內企業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，應當符合國務院的有關規定。目前，境外發行證券(包括股份)的發行及買賣主要由國務院及中國證監會頒佈的法規及規則管制。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

仲裁及仲裁裁決的執行

根據全國人大常務委員會於2017年9月1日修訂並於2018年1月1日生效的《中華人民共和國仲裁法》或《仲裁法》，《仲裁法》適用於涉及外方的經濟糾紛，且各方已訂立書面協議，明確將糾紛事項呈交根據《仲裁法》組成的仲裁委員會仲裁。仲裁委員會可於中華人民共和國仲裁協會頒佈仲裁規則前，根據《仲裁法》及《中國民事訴訟法》的相關規定制定仲裁暫行規則。若雙方同意以仲裁方式解決糾紛，人民法院將拒絕當事人一方在該人民法院提起的法律訴訟。

根據《仲裁法》，仲裁實行一裁終局的制度，對仲裁當事人各方均有約束力。若其中一方不履行仲裁裁決，則裁決另外一方可依照《中國民事訴訟法》向人民法院申請強制執行該仲裁決定。若仲裁程序違法(包括仲裁委員會的組成違反法定程序，或裁決事項不屬於仲裁協議的範圍或仲裁委員會無權仲裁)，則人民法院可拒絕強制執行仲裁委員會作出的仲裁決定。涉外仲裁委員會作出的發生法律效力的仲裁裁決，當事人請求執行的，如果被執行人或者其財產不在中國內地，應當由當事人直接向有管轄權的外國法院申請承認和執行。同樣，人民法院可根據互惠原則或中國內地已簽訂或參與的任何國際公約，確認及執行由海外仲裁機關作出的仲裁裁決。

根據最高人民法院於2000年1月24日發佈並於2000年2月1日生效的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的安排》以及最高人民法院於2020年11月26日發佈並於2020年11月27日生效的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的補充安排》，中國仲裁機構作出的裁決可以在香港特別行政區執行，香港特別行政區仲裁裁決也可在中國內地執行。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

中國與香港特別行政區公司法若干方面的重大差別

香港公司法主要載於《公司條例》及《公司(清盤及雜項條文)條例》，輔之以適用於香港特別行政區的普通法及衡平法規則。作為在中國註冊成立並尋求股份於聯交所[編纂]的股份有限公司，我們受《公司法》以及所有根據《公司法》頒佈的其他規則和法規的規管。下文概述香港公司法與《公司法》之間的若干重大差別。然而，本概要擬進行詳盡無遺的比較。

公司存續

根據香港公司法，一家擁有股本的公司將於香港公司註冊處處長發出註冊證書後註冊成立，並成為一家獨立存在的公司。一家公司可註冊成立為公眾公司或私人公司。根據《公司條例》，於香港特別行政區註冊成立之私人公司的組織章程細則須載有若干優先認購權條文。公眾公司的組織章程細則並無該等優先認購權條文。

根據《公司法》，股份有限公司可以發起設立或公開募集的方式註冊成立。

股本

公司法並無規定法定股本。於香港特別行政區註冊成立的公司的股本即其已發行股本。發行股份的全數收益會貸記入股本，成為公司的股本。根據香港特別行政區法例，香港特別行政區公司的董事可於事先獲得股東的批准(如有需要)後，發行公司新股。

《公司法》對法定股本未作規定。本公司的註冊資本為其已發行股本的金額。公司增加註冊資本必須獲得股東大會的批准，亦須獲得有關中國政府及監管部門的批准／向其備案(如適用)。

根據《公司法》，股份可以貨幣或非貨幣資產的形式認購(根據相關法律或行政法規無權用作出資的資產除外)。用作出資的非貨幣資產須進行評估作價，確保並無高估或低估資產價值。於香港特別行政區註冊成立的公司並無以上限制。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

持股及股份轉讓限制

根據中國法律，公司以人民幣計值及認購的A股可由中國投資者、合格境外機構投資者或合資格境外戰略投資者認購及買賣；公司A股亦為滬股通的合資格證券，可由香港特別行政區及其他境外投資者根據深港通的規則及限額認購及買賣。以人民幣計值但以人民幣以外的貨幣認購的境外上市股份，只能由香港特別行政區、澳門特別行政區及中國台灣或中國內地以外任何國家及地區的投資者或合格境內機構投資者認購及買賣，除《合格境內機構投資者境外證券投資管理試行辦法》所允許的情形外。倘若[編纂]為港股通的合資格證券，其亦可由中國投資者根據滬港通或深港通的規則及限額認購及買賣。

根據《公司法》，股份有限公司的發起人持有的股份，自公司成立之日起一年內不得轉讓。公司[編纂]股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所之[編纂]起一年內不得轉讓。股份有限公司的董事、監事及高級管理層所持的股份以及在其任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有公司股份總數的25%，所持公司股份自公司股票[編纂]起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的公司股份。組織章程細則可以對公司董事、監事及高級管理層轉讓其所持有的公司股份作出其他限制性規定。

除(i)限制公司於[編纂]後六個月內增發股份；及(ii)禁止控股股東於禁售後12個月內出售股份外，香港特別行政區法例對持股及股份轉讓並無限制。

股東大會通知

根據《公司法》，股東週年大會通知須於會議前不少於20日發出。而股東特別大會通知須於會議前不少於15日發出。

對於在香港特別行政區註冊成立的有限公司，股東週年大會的通知期為至少21日，而在其他情況下，至少14日。

股東大會法定人數

《公司法》對股東大會的法定人數並無任何要求。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

根據香港特別行政區法例，除非公司組織章程細則另有規定，否則股東大會的法定人數須為兩名股東，但若公司只有一名股東，則法定人數為一名股東。

股東大會投票權

根據《公司法》，通過任何決議案須親身或委派代表出席股東大會的股東以過半數贊成票通過，惟倘提議修改組織章程細則、增減註冊資本、合併、分立、解散或變更公司形式，則須親身或委派代表出席股東大會的股東以三分之二以上贊成票通過。

根據香港特別行政區法例，普通決議案由親自或委派代表出席股東大會的股東以簡單多數贊成票通過，特別決議案則由親自或委派代表出席股東大會的股東以不少於四分之三的贊成票通過。

類別股東權利變動

《公司法》並無對類別股東權利變動作出特別規定。然而，《公司法》規定，國務院可頒佈有關其他股份種類的規定。

根據《公司條例》，不得修改任何類別股份所附權利，除非(i)在獨立召開的會議上經有關類別股東通過特別決議案批准；(ii)代表有關類別股東總投票權至少四分之三的股東書面同意；或(iii)倘組織章程細則載有關於上述權利變動的條文，則從其規定。

少數股東的衍生訴訟

根據香港特別行政區公司法，倘董事控制股東大會多數表決權，從而有效阻止公司以本身名義對違規董事提出訴訟，經法院許可，少數股東可對違反公司誠信責任的有關董事提出衍生訴訟。

根據《公司法》，股份有限公司董事、高級管理層違反法律、行政法規或者組織章程細則的規定，給公司造成損失，連續180日以上單獨或合計持有公司1%以上股份的股東，可書面請求監事會向人民法院提起訴訟，而監事造成前述違反時，前述股東可書面請求董事會向人民法院提起訴訟。倘監事會或董事會收到上述股東書面請求後拒絕提起訴訟或自收到請求之日起30日內未有提起訴訟，或者情況緊急，不立即提起訴訟或會使公司遭受難以彌補的損害，則前述股東有權為公司利益以自身名義直接向法院提起訴訟。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

此外，《上市公司章程指引》規定董事、監事及高級管理層違反其對本公司的責任時，需對公司作出其他賠償。

少數股東之保障

根據《公司條例》，股東如果指稱於香港特別行政區註冊成立的公司的事務以不公平地損害其權益的方式辦理，則可向法庭呈請下達適當命令以就不公平損害行為給予補救。此外，在特定數目股東的申請下，香港特別行政區的財政司司長可委派檢查員，並給予其全面法定權力調查在香港特別行政區註冊成立或登記的公司的事務。

《公司法》規定，倘公司運營或管理面臨任何嚴重困難，且其繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，則持有公司全體股東10%或以上表決權的任何股東可請求人民法院解散公司。

董事

與香港特別行政區公司法不同，《公司法》並未規定董事須公佈其在重大合同中擁有的權益；未限制董事在作出重大處置時的權力；未限制公司向董事提供若干福利及董事法律責任方面的彌償以及未禁止在未經股東批准下作出離職補償。然而，《上市公司章程指引》載有有關重大處置的若干規定及限制並列明董事應承擔賠償責任的情況。

監事會

根據《公司法》，股份有限公司的董事及高級管理層須受監事會的監督。並無強制規定在香港特別行政區註冊成立的公司須設立監事會。

《上市公司章程指引》規定，監事應當遵守法律、行政法規及公司章程，對公司負有受信責任及盡職義務。監事不得濫用職權收受賄賂和其他非法所得，不得侵佔公司財產。

受信責任

在香港特別行政區，董事對公司負有受信責任，包括不與公司利益發生衝突的責任。此外，《公司條例》已將董事法定謹慎責任納入成文法。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

根據《公司法》，公司的董事、監事、經理和其他高級管理人員對公司負有忠誠和勤勉的義務。該人員應當遵守公司的組織章程細則，忠實履行職務，維護公司利益，不得利用其在公司的地位和職權為自己謀取私利。

財務披露

根據《公司法》，股份有限公司需要在股東週年大會前20日於公司備妥財務報告以供股東查閱。此外，公開發行股份的股份有限公司必須刊發其財務報告。

《公司條例》規定，在香港特別行政區註冊成立的公司須在舉行股東週年大會前不少於21日，向各股東寄發其將在股東週年大會向公司提呈的財務報表、核數師報告及董事會報告的副本。依據中國法律，公司須編製截至各會計年度末的財務會計報告，並依法提交予會計公司審計。

董事及股東資料

《公司法》賦予股東查閱公司的組織章程細則、股東名冊、股東大會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議及財務和會計報告之權利。根據組織章程細則，股東有權查閱並複印(須繳付合理的費用)有關股東及董事的若干資料，該等權利與根據《公司條例》賦予香港特別行政區公司之股東的權利類似。

公司重組

於香港特別行政區註冊成立的公司可以多種方式進行公司重組，如根據《公司(清盤及雜項條文)條例》第237條於自動清盤時將公司全部或部分業務或財產轉讓予另一家公司，或根據《公司條例》第673條及第13部分第2分部，由公司與其債權人或公司與其股東達成一項妥協或安排，惟須獲法院批准。此外，經股東批准後，集團內全資附屬公司亦可根據《公司條例》進行水平或垂直合併。

根據中國法律，公司合併、分立、解散或變更公司形式在股東大會上經代表三分之二以上表決權的股東通過。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

強制轉撥

根據《公司法》，公司須轉撥稅後利潤的若干規定百分比作為法定公積金。香港特別行政區法律則並無相應規定。

公司的補救措施

根據《公司法》，若董事、監事或高級管理層在履行其職責的過程中違反任何法律、行政法規或公司的組織章程細則，對公司造成損害，則該董事、監事或經理須就該等損害對公司負責。

上市規則規定上市公司的組織章程細則須載列類似於香港特別行政區法律提供的公司的補救措施(包括解除相關合約及向董事、監事或高級管理層追討利潤)。

股息

根據相關中國法律法規，在若干情況下，公司須就應付予股東的任何股息或其他分派預扣並向相關稅務機關支付任何應付的任何稅項。

根據公司法及香港特別行政區法律，股息一經宣派即成為應付股東的債務。根據香港特別行政區法律，追討債務(包括追討已宣派股息)的訴訟時效為六年，而根據中國法律，相關時效為三年。在適用時效期屆滿前，公司不得行使沒收任何未領取的股息的權利。

暫停辦理股東名冊登記

《公司條例》規定，公司股東名冊暫停登記股份轉讓的時間在一年內不得超過三十日(在若干情況下可延長至六十日)，而根據《中國法》的規定，不得在召開股東大會日期前20日內或分派股息的基準日期前五日內登記股份轉讓。

香港上市規則與深圳證券交易所上市規則之重要差異概要

由於我們的A股在深交所上市，我們亦須遵守深圳證券交易所上市規則。以下為香港上市規則與深圳證券交易所上市規則之重要差異之概要。

附錄四 中國及香港特別行政區主要法律及監管條文概要

定期財務報告

財務報告準則及實務在若干方面存在重大差異，例如，特定行業的財務報告要求、初步結果公告、定期財務報告的形式及內容以及定期財務報告的先發佈後審核等。

須予公佈交易的分類及披露要求

香港上市規則規定的須予公佈交易的分類方法以及與此類交易有關的披露要求，有別於深圳證券交易所上市規則所規定者。

關連交易

香港上市規則下關連人士的定義，與深圳證券交易所上市規則下關聯方的定義不同。此外，香港上市規則下的關連交易披露及股東批准要求，與深圳證券交易所上市規則下關聯交易披露及股東批准要求以及相應的豁免條款亦有所不同。

披露內幕消息

在披露內幕消息的範圍、時間及方法方面，香港上市規則與深圳證券交易所上市規則有所不同。

附錄五

本公司組織章程細則概要

本附錄主要為投資者提供組織章程細則的概覽。由於以下資料為概要，故其並未載有可能對投資者而言屬重要的所有資料。

股份及註冊資本

本公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同種類的每一股份應當具有同等權利。同次發行的同種類股份，每股的發行條件和價格應當相同；任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。

股份增減、回購及轉讓

股份增減

本公司根據經營和發展的需要，依照法律、法規的規定，經股東大會特別決議批准，可以採用下列方式增加資本：

- (i) 公開發行股份；
- (ii) 非公開發行股份；
- (iii) 向現有股東派送紅股；
- (iv) 以公積金轉增股本；
- (v) 法律、行政法規規定或中國證監會批准的其他方式。

本公司可以減少註冊股本，應當按照《中華人民共和國公司法》和組織章程細則規定的程序辦理。

股份回購

本公司不得回購其自身股份。但是，有下列情形之一的除外：

- (i) 減少本公司註冊資本；
- (ii) 與持有本公司股份的其他公司合併；
- (iii) 將股份用於員工持股計劃或者股權激勵計劃；
- (iv) 股東因對股東大會作出的本公司合併、分立決議持異議，要求本公司收購其股份的；
- (v) 將股份用於轉換本公司發行的可轉換公司債券；

附錄五

本公司組織章程細則概要

(vi) 本公司為維護公司價值及股東權益所必需。

本公司因上述第(i)項及第(ii)項規定的情形回購自身股份的，應當經股東大會決議。本公司因上述第(iii)項、第(v)項及第(vi)項規定的情形回購自身股份的，應經三分之二以上董事出席的董事會會議決議。本公司依照上述規定的情形回購自身股份後，屬於上述第(i)項情形的，應當自收購之日起十日內註銷；屬於上述第(ii)項及第(iv)項情形的，應當在六個月內轉讓或者註銷。本公司在上述第(iii)項、第(v)項及第(vi)項規定的情形下回購其股份的，本公司合計持有的股份數不得超過本公司已發行股份總額的10%，並應當在三年內轉讓或者註銷有關股份。

本公司因上述第(iii)項、第(v)項或第(vi)項規定的情形回購股份的，應當通過於證券交易所公開集中交易方式或以要約方式進行。

股份轉讓

發起人持有的本公司股份，自本公司註冊成立之日起一年內不得轉讓。本公司公開發行股份前已發行的股份，自本公司股份在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。

本公司董事、監事、高級管理層應當向本公司申報所持有的本公司的股份及其變動情況，在任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司股份總數的25%；所持本公司股份自本公司股份上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的本公司股份。本公司股份上市地上市規則對公司股份的轉讓限制另有規定的，從其規定。

本公司董事、監事、高級管理層成員、持有本公司股份5%或以上的股東，將其持有的本公司股份或者其他具有股權性質的證券在買入後六個月內賣出，或者在賣出後六個月內又買入，由此所得收益歸本公司所有，本公司董事會將收回其所得收益。但是，證券公司因包銷購入售後剩餘股份而持有本公司5%或以上股份的，賣出該股份不受上述六個月時間限制。

前段所稱董事、監事、高級管理人員、自然人股東持有的股份或者其他具有股權性質的證券，包括其配偶、父母、子女持有的及利用他人賬戶持有的股份或者其他具有股權性質的證券。

附錄五

本公司組織章程細則概要

本公司董事會不按照本條上文規定執行的，股東有權要求董事會在三十日內執行。本公司董事會未在上述期限內執行的，股東有權為了本公司的利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。董事會不按照本條所載規定執行的，負有責任的董事依法承擔連帶責任。

股東和股東大會

股東

本公司依據證券登記機構提供的憑證建立股東名冊，股東名冊是證明股東持有本公司股份的充分證據。[編纂]的股東名冊正本的存放地為香港特別行政區，供股東查閱，但本公司可根據適用法律法規及本公司股份上市地證券監管規則的規定暫停辦理股東登記手續。股東按其所持有股份的種類享有權利，承擔義務；持有同一種類股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

本公司股東享有下列權利：

- (i) 依照其所持有的股份份額獲得股息和其他形式的利益分配；
- (ii) 依法請求、召集、主持、參加或者委派股東代理人參加股東大會，並行使相應的表決權；
- (iii) 對本公司的經營活動進行監督，提出建議或者質詢；
- (iv) 依照法律、行政法規及組織章程細則的規定轉讓、贈與及質押其所持有的本公司股份；
- (v) 查閱組織章程細則、股東名冊、本公司債券存根、股東大會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議、財務會計報告；
- (vi) 本公司終止或者清算時，按其所持有的股份份額參加本公司剩餘資產的分配；
- (vii) 對股東大會作出的本公司合併、分立決議持異議的股東，要求本公司收購其股份；
- (viii) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市地監管規則或組織章程細則規定的其他權利。

附錄五

本公司組織章程細則概要

股東提出查閱前條所述有關信息或者索取資料的，應當向本公司提供證明其持有股份的種類以及持股數量的書面文件，本公司經核實股東身份後按照股東的要求予以提供有關信息或資料。

股東大會或董事會決議內容違反法律、行政法規的，股東有權請求人民法院認定無效。股東大會、董事會的會議召集程序、表決方式違反法律、行政法規或者組織章程細則，或者決議內容違反組織章程細則的，股東有權自決議作出之日起六十日內，請求人民法院撤銷決議。

股東承擔下列義務：

- (i) 遵守法律、行政法規和組織章程細則；
- (ii) 依其所認購的股份和入股方式繳納股本；
- (iii) 除法律、行政法規規定的情形外，不得退股；
- (iv) 不得濫用股東權利損害本公司或者其他股東的利益；不得濫用本公司法人獨立地位或股東有限責任損害本公司債權人的利益；

公司股東濫用股東權利給本公司或者其他股東造成損失的，應當依法承擔賠償責任。股東濫用本公司法人獨立地位或股東有限責任，逃避債務，嚴重損害本公司債權人利益的，應當對本公司債務承擔連帶責任。

本公司的控股股東、實際控制人員不得利用其關聯關係損害本公司的合法利益。違反組織章程細則的，給本公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

本公司控股股東及最終控制人對本公司和公眾股東負有義務。控股股東應當嚴格依法行使其投資者權利，不得利用利潤分配、資產重組、對外投資、資金佔用、借款擔保等方式損害本公司或公眾股東的合法權益，不得利用其控制地位損害本公司或公眾股東的權益。

附錄五

本公司組織章程細則概要

股東大會的一般規定

股東大會分為股東週年大會和股東特別大會。股東週年大會每年召開一次，應當於上一會計年度結束後的六個月內舉行。

股東大會是本公司的權力機構，依照《中華人民共和國公司法》行使下列職權：

- (i) 決定本公司的經營方針和投資計劃；
- (ii) 選舉或更換非由職工代表擔任的董事、監事，決定有關董事、監事的報酬事項；
- (iii) 審議批准董事會報告；
- (iv) 審議批准監事會報告；
- (v) 審議批准本公司的年度財務預算方案、決算方案；
- (vi) 審議批准本公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (vii) 對本公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- (viii) 對發行本公司的公司債券作出決議；
- (ix) 對本公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；
- (x) 修改組織章程細則；
- (xi) 對本公司聘用、解聘會計師事務所作出決議；
- (xii) 審議批准第四十二條規定的擔保事項；
- (xiii) 審議本公司在一年內購買、出售重大資產達到本公司最近一期經審核總資產30%以上的事項；
- (xiv) 審議批准變更所得款項用途事項；
- (xv) 審議批准股權激勵計劃和員工持股計劃；
- (xvi) 審議法律、行政法規、部門規章、本公司的組織章程細則或本公司股份上市地證券監管規則規定應當由股東大會決定的其他事項。

附錄五

本公司組織章程細則概要

本公司的對外擔保事項須提交董事會或股東大會審議。本公司下列對外擔保行為，須經股東大會審議通過：

- (i) 本公司及其控制的附屬公司的對外擔保總額，達到或超過本公司最近一期經審核淨資產的50%後將予提供的任何擔保；
- (ii) 本公司及其控制的附屬公司提供的對外擔保總額達到或超過本公司最近一期經審核資產總值的30%後將予提供的任何擔保；
- (iii) 本公司於一年內提供的擔保金額超過本公司最近一期經審核總資產的30%；
- (iv) 為資產負債率超過70%的擔保對象提供的擔保；
- (v) 單筆擔保額超過本公司最近一期經審核淨資產10%的擔保；
- (vi) 對股東、最終控制人或股東、最終控制人的關聯方提供的擔保；
- (vii) 有關法律或行政法規及本公司股份上市的司法權區的證券監管規則規定應由股東大會審議的其他擔保事項。

前款第(二)項擔保，應以股東大會特別決議通過。

有下列情形之一的，本公司應在事實發生之日起兩個月以內召開股東特別大會：

- (i) 董事人數不足5人或者本組織章程細則所定人數的三分之二時；
- (ii) 本公司未彌補的虧損達到實收股本總額三分之一時；
- (iii) 單獨或者合計持有本公司10%或以上股份的股東請求時；
- (iv) 董事會認為必要時；
- (v) 監事會提議召開時；
- (vi) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市地證券監管規則及組織章程細則規定的其他情形。

附錄五

本公司組織章程細則概要

股東大會的召集

單獨或者合計持有本公司10%以上股份的股東有權向董事會請求召開股東特別大會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規和組織章程細則的規定，在收到請求後十日內提出同意或不同意召開股東特別大會的書面反饋意見。

董事會同意召開股東特別大會的，應當在作出董事會決議後五日內發出召開股東大會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。董事會不同意召開股東特別大會，或者在收到請求後十日內未作出反饋的，單獨或者合計持有本公司10%以上股份的股東有權向監事會提議召開股東特別大會，並應當以書面形式向監事會提出請求。

監事會同意召開股東特別大會的，應在收到請求五日內發出召開股東大會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。監事會未在規定期限內發出股東大會通知的，視為監事會不召集和主持股東大會，連續九十日以上單獨或者合計持有本公司10%以上股份的股東可以自行召集和主持。

監事會或股東決定自行召集股東大會的，須書面通知董事會，同時向本公司所在地中國證監會派出機構和深交所備案。在股東大會決議公告前，召集股東持股比例不得低於10%。監事會或召集股東應在發出股東大會通知及股東大會決議公告時，向本公司所在地中國證監會派出機構和深交所提交有關證明材料。

監事會或股東自行召集的股東大會，會議所必需的費用由本公司承擔。

股東大會的通知

股東大會的通知包括以下內容：

- (i) 會議的時間、地點和會議期限；
- (ii) 提交會議審議的事項和提案；

附錄五

本公司組織章程細則概要

- (iii) 以明顯的文字說明：全體股東均有權出席股東大會，並可以書面委託代理人出席會議和參加表決，該股東代理人不必是本公司的股東；
- (iv) 有權出席股東大會股東的股權登記日；
- (v) 會務常設聯繫人姓名、電話號碼；
- (vi) 通過互聯網及其他方式進行投票的時間及程序。

召集人將在股東週年大會召開21日前以公告方式通知各股東，股東特別大會將於會議召開15日前以公告方式通知各股東。

股東大會的提案

董事會、監事會以及單獨或者合併持有本公司3%以上股份的股東，有權向本公司提出提案。單獨或者合計持有本公司3%以上股份的股東，可以在股東大會召開10日前提出臨時提案並書面提交召集人。召集人應當在收到提案後2日內發出股東大會補充通知，公告臨時提案的內容。如根據本公司股份上市地證券監管規則的規定股東大會須因刊發股東大會補充通知而延期的，股東大會的召開應當按本公司股份上市地證券監管規則的規定延期。

股東大會的代理人

股東可以親自出席股東大會，亦可以委託代理人代為出席和表決。

個人股東親自出席會議的，應出示本人身份證或其他能夠表明其身份的有效證件或證明、持股憑證；委託代理人出席會議的，代理人應出示本人有效身份證件、股東授權委託書。

法人股東應由法定代表人或者法定代表人委託的代理人出席會議。法定代表人出席會議的，應出示本人身份證、能證明其具有法定代表人資格的有效證明；委託代理人出席會議的，代理人應出示本人身份證、法人股東的法定代表人依法出具的書面授權委託書(股東為香港特別行政區法律不時生效的有關條例或公司股份上市地證券監管規則所定義的認可結算所(以下簡稱「認可結算所」)或其代理人的除外)。

附錄五

本公司組織章程細則概要

如該股東為認可結算所(或其代理人)，該股東可以授權其公司代表或其認為合適的一名或以上人士在任何股東大會或任何類別股東會議上擔任其代表；但是，如果一名以上的人士獲得授權，則授權書應載明每名該等人士經此授權所涉及的股份數目和種類。經此授權的人士可以代表認可結算所(或其代理人)行事(不用出示持股憑證、經公證的授權和／或進一步的證據證明其正式授權)，如同該人士是本公司的個人股東。

股東大會的表決

股東大會決議分為普通決議和特別決議案。股東大會作出普通決議，應當由出席股東大會的股東(包括股東代理人)所持表決權的過半數同意通過。股東大會作出特別決議，應當由出席股東大會的股東(包括股東代理人)所持表決權的三分之二以上通過。

股東(包括股東代理人)以其持有的有表決權的股份數額行使表決權，每一股份享有一票表決權。

股東大會審議影響少數股東利益的重大事項時，對少數股東表決應當單獨計票。單獨計票結果應當及時公開披露。

本公司持有的股份沒有表決權，且該部分股份不計入出席股東大會有表決權的股份總數。股東買入本公司有表決權的股份違反《證券法》第六十三條第一款、第二款規定的，該超過規定比例部分的股份在買入後的三十六個月內不得行使表決權，且不計入出席股東大會有表決權的股份總數。

根據適用的法律法規及香港上市規則，若任何股東需就某決議事項放棄表決權、或限制任何股東只能夠投票支持(或反對)某決議事項，則該等股東或其代表在違反有關規定或限制的情況投下的票數不得計入。

董事會、獨立董事和持有1%以上有表決權股份的股東或者依照法律規定設立的投資者保護機構可以作為徵集人。除法定條件外，本公司不得對徵集投票權提出最低持股比例限制。

股東大會決議分為普通決議和特別決議。下列事項由股東大會以普通決議通過：

- (i) 董事會和監事會的工作報告；

附錄五

本公司組織章程細則概要

- (ii) 董事會擬定的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (iii) 董事會和監事會成員的任免及其報酬和支付方法；
- (iv) 本公司年度預算方案、決算方案；
- (v) 本公司年度報告；
- (vi) 除法律、行政法規、本公司股份上市地證券監管規則規定或者組織章程細則規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項由股東大會以特別決議通過：

- (i) 本公司增加或者減少註冊資本；
- (ii) 本公司的分立、分拆、合併、解散、清算或者變更公司形式；
- (iii) 組織章程細則的任何修改；
- (iv) 在一年內購買、出售重大資產達到本公司最近一期經審核總資產30%以上；
- (v) 股權激勵計劃；
- (vi) 分拆附屬公司上市；
- (vii) 發行股份、可轉換公司債券、優先股或中國證監會認可的其他證券品種；
- (viii) 為減少註冊資本而購回股份；
- (ix) 重大資產重組；
- (x) 公司股東大會決議主動撤回其股份在深交所及／或香港聯交所上市交易、並決定不再在交易所交易或者轉而申請在其他交易場所交易或轉讓；
- (xi) 法律、行政法規、本公司股份上市地其他證券監管規則及組織章程細則規定的，以及股東大會以普通決議認定會對本公司產生重大影響的、需要以特別決議通過的其他事項。

附錄五

本公司組織章程細則概要

董事和董事會

董事

董事任期三年。董事任期屆滿，可連選連任。董事可以由高級管理人員兼任，但兼任高級管理層成員職務的董事總計不得超過本公司董事總數的二分之一(1/2)。

本公司擁有獨立董事，董事會的獨立董事應不少於三人或董事會人數的三分之一。

董事應當遵守法律、行政法規和組織章程細則，對本公司負有下列忠實義務：

- (i) 不得濫用職權收受賄賂或者其他非法收入，不得侵佔本公司的財產；
- (ii) 不得挪用公司資金；
- (iii) 不得將本公司資產以任何個人名義開立賬戶存儲；
- (iv) 不得違反組織章程細則的規定，未經股東大會或董事會同意，將本公司資金借貸給他人或者為他人提供擔保；
- (v) 不得違反組織章程細則的規定或未經股東大會同意，與本公司訂立合同或者進行交易；
- (vi) 未經股東大會同意，不得利用職務便利，為自己或他人謀取本應屬於本公司的商業機會，自營或者為他人經營與本公司同類的業務；
- (vii) 不得將他人與本公司交易而支付的佣金歸為己有；
- (viii) 不得擅自披露本公司秘密信息；
- (ix) 不得濫用其關連關係損害本公司利益；
- (x) 誠實守信地履行職責，在職權範圍內以本公司及全體股東的整體利益為重，行使權利，避免實際或潛在的利益和義務衝突，存在利益衝突時，將本公司及全體股東的利益置於自身利益之上；

附錄五

本公司組織章程細則概要

- (xi) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市地其他證券監管規則及組織章程細則規定的其他忠實義務。

董事違反上述規定所得的收入，應當歸本公司所有；給本公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

董事應當遵守法律、行政法規和組織章程細則，對本公司負有下列勤勉義務：

- (i) 原則上，親身出席董事會會議，勤勉盡責，表現正常、合理審慎，對審議事項發表明確意見；獨立董事因故不能親身出席董事會會議的，應當審慎選擇並書面委託其他董事代為出席會議；獨立董事不得委託非獨立董事代為出席會議；
- (ii) 應謹慎、認真、勤勉地行使本公司賦予的權利，以保證本公司的商業行為符合國家法律、行政法規以及政府各項經濟政策的要求，本公司的商業活動不超過本公司營業執照規定的業務範圍；
- (iii) 應公平對待所有股東；
- (iv) 及時了解本公司業務經營管理狀況；
- (v) 應認真閱讀本公司各類業務及財務報告以及本公司於公共媒體上的報道，及時了解並持續關注本公司業務經營管理狀況以及本公司已經發生或可能發生的重大事件及其影響，及時向董事會報告本公司業務活動中存在的問題，不得間接處理下列事項：
- (vi) 應當對本公司定期報告簽署書面確認意見，保證本公司所披露的信息真實、準確、完整；
- (vii) 應當向監事會提供有關情況和資料，不得妨礙監事會或者監事行使職權；
- (viii) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市地其他證券監管規則及組織章程細則規定的其他勤勉義務。

董事所承擔的忠實義務在辭職報告尚未生效或生效後的合理期間內以及任期結束後的合理期間內並不自動解除，其對本公司商業秘密的保密義務在其任期結束後仍然有效，直至該等秘密成為公開信息。

附錄五

本公司組織章程細則概要

未經組織章程細則規定或者董事會的合法授權，任何董事不得以個人名義代表本公司或者董事會行事。董事以其個人名義行事時，在第三方會合理地認為該董事在代表本公司或者董事會行事的情況下，該董事應當事先聲明其立場和身份。

董事長

董事會應設董事長一名。董事長和副董事長由全體董事的過半數選舉產生。

董事會

董事會由十一名董事組成，其中五名為獨立董事。董事會應設有一名董事長及一名副董事長，由董事會選出。

董事會行使下列職權：

- (i) 召集股東大會，並向股東大會報告工作；
- (ii) 執行股東大會的決議；
- (iii) 決定本公司的經營計劃和投資方案；
- (iv) 制訂本公司的年度財務預算方案、決算方案；
- (v) 制訂本公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (vi) 制訂本公司增加或者減少註冊資本、發行公司債券或其他證券及上市方案；
- (vii) 擬訂本公司重大收購、因組織章程細則規定的情形收購本公司股份、公司合併、分立、解散及變更公司形式的方案；
- (viii) 在股東大會授權範圍內，決定本公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連交易、對外捐贈等事項；
- (ix) 決定本公司內部管理機構的設置；

附錄五

本公司組織章程細則概要

- (x) 決定聘任或者解聘本公司總經理、董事會秘書以及其他高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；根據總經理的提名，決定聘任或者解聘本公司副總經理、財務總監等其他高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；
- (xi) 制訂本公司的基本管理制度；
- (xii) 制訂組織章程細則的修改方案；
- (xiii) 管理公司信息披露事項；
- (xiv) 股東大會提請聘請或更換為本公司審計的會計師事務所；
- (xv) 聽取本公司總經理的工作匯報並檢查總經理的工作；
- (xvi) 根據本細則第24(3)、24(5)及24(6)條，決定本公司收購本公司股份，但須遵守本公司股份上市所在司法權區的證券監管規定；
- (xvii) 法律、行政法規、部門規章、組織章程細則及股東大會授予的其他職權。

董事會會議應有過半數的董事出席方可舉行。

董事會應當確定對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連交易、對外捐贈等權限，建立嚴格的審查和決策程序；重大投資項目應當組織有關專家、專業人員進行評審，並報股東大會批准。

董事與董事會會議決議事項所涉及的企業有關聯關係的，不得對該項決議行使表決權，也不得代表其他董事行使表決權。該董事會會議由過半數的無關聯關係董事出席即可舉行，董事會會議所作決議須經無關聯關係董事過半數通過。出席會議的無關聯關係董事人數不足三人的，應將該事項提交股東大會審議。如法律法規和本公司股份上市地證券監管規則對董事參與董事會會議及投票表決有任何額外限制的，從其規定。

附錄五

本公司組織章程細則概要

董事會專門委員會

專門委員會對董事會負責，依照組織章程細則和董事會授權履行職責。

董事會秘書

本公司設董事會秘書一名，負責股東大會和董事會會議的準備工作，組織協調信息披露及其他事項。董事會秘書應遵守法律、行政法規、部門規章及組織章程細則的有關規定。

總經理及其他高級管理層成員

本公司設總經理一名，由董事會聘任或解聘。本公司總經理對董事會負責，行使下列職權：

- (i) 主持本公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；
- (ii) 組織實施本公司年度經營計劃和投資方案；
- (iii) 擬訂本公司內部管理機構設置方案；
- (iv) 擬訂本公司基本管理制度；
- (v) 制定本公司的具體規章及法規；
- (vi) 提請董事會聘任或者解聘副總經理、財務總監；
- (vii) 聘任或者解聘除應由董事會聘任或者解聘以外的其他管理人員；
- (viii) 組織章程細則或董事會授予的其他職權。

附錄五

本公司組織章程細則概要

監事和監事會

監事

監事的任期每屆為三年。監事任期屆滿，連選可以連任。董事和高級管理層成員不得兼任監事。

監事可以列席董事會會議。

監事會

本公司設監事會。監事會由三名監事組成，監事會設召集人一名。監事會召集人由全體監事過半數選舉產生。監事會應當包括股東代表和職工代表。

監事會行使下列職權：

- (i) 應當對董事會編製的定期報告和股票發行文件進行審核並提出書面審核意見，監事應當就定期報告和股票發行文件簽署書面確認意見；
- (ii) 檢查本公司財務狀況；
- (iii) 對董事、高級管理層成員執行本公司職務的行為進行監督，對違反法律、行政法規、組織章程細則或者股東大會決議的董事或高級管理層成員提出罷免的建議；
- (iv) 當董事或高級管理層成員的行為損害本公司的利益時，要求董事或高級管理層成員予以糾正；
- (v) 提議召開股東特別大會，在董事會不履行《公司法》規定的召集和主持股東大會職責時召集和主持股東大會；
- (vi) 向股東大會提出提案；
- (vii) 依照《公司法》第一百五十一條的規定，對董事、高級管理層成員提起訴訟；
- (viii) 發現本公司經營情況異常，可以進行調查；必要時，可以聘請會計師事務所、律師事務所等專業機構協助其工作，費用由本公司承擔。

附錄五

本公司組織章程細則概要

董事、監事及高級管理層的資格及職責

有下列情形之一的人士，不能擔任本公司的董事、監事或高級管理層：

- (i) 無民事行為能力或者限制民事行為能力；
- (ii) 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序，被判處刑罰，執行期滿未逾五年，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年；
- (iii) 擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年；
- (iv) 擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照之日起未逾三年；
- (v) 個人所負數額較大的債務到期未清償；
- (vi) 被中國證監會採取證券市場禁入措施，期限未滿的；
- (vii) 被證券交易所公開認定不適合擔任上市公司董事；
- (viii) 近三年內受到證券交易所公開譴責或通報批評至少3次；
- (ix) 因涉嫌犯罪被司法機關立案調查或因涉嫌違法行為被中國證監會立案調查且尚無明確結論；
- (x) 法律、行政法規或部門規章規定的其他內容。

附錄五

本公司組織章程細則概要

財務會計制度

本公司依照法律、行政法規和中國有關部門的規定，制定本公司的財務會計制度。本公司會計年度採用公曆日曆年制，即每年公曆1月1日起至12月31日止為一會計年度。

本公司在每一會計年度結束之日起四個月內向中國證監會和本公司股份上市地證券交易所報送並披露年度報告，及在每一會計年度上半年結束之日起兩個月內向中國證監會派出機構和本公司股份上市地證券交易所報送並披露中期報告。

財務會計報告按照有關法律、行政法規及中國證監會及本公司股份上市地證券交易所的規定進行編製。

本公司除法定的會計賬簿外，將不另立會計賬簿。本公司的資產，不以任何個人名義開立賬戶存儲。

本公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入其法定公積金。本公司法定公積金累計額為本公司註冊資本的50%或以上的，可以不再提取。

本公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。本公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東大會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。

本公司彌補虧損和提取公積金後所餘稅後利潤，按照股東持有的股份比例分配，但組織章程細則規定不按持股比例分配的除外。

股東大會違反前款規定，在本公司彌補虧損和提取法定公積金之前向股東分配利潤的，股東必須將違反規定分配的利潤退還本公司。

本公司持有的本公司股份不參與分配利潤。本公司須在香港特別行政區為[編纂]委任一名或以上的收款代理人。收款代理人應當代有關[編纂]收取及保管本公司就[編纂]分配的股利及其他應付的款項，以待支付予該等[編纂]。本公司委任的收款代理人應當符合法律法規及本公司股份上市地證券監管規則的要求。

附錄五

本公司組織章程細則概要

本公司的公積金用於彌補本公司的虧損、擴大本公司經營規模或者轉為增加公司資本。但是，資本公積金將不用於彌補本公司的虧損。法定公積金轉為資本時，所留存的該項公積金將不少於轉增前本公司註冊資本的25%。

本公司應實施積極的利潤分配政策，重視為股東提供合理回報，維持利潤分配政策的連續性及穩定性，並遵守法律及法規的相關規定。

本公司股東大會對利潤分配方案作出決議後，董事會須在股東大會召開後兩個月內完成派發事項。若因法律法規和本公司股份上市地證券監管規則的規定無法在兩個月內實施，則具體利潤分配方案可按照該等規定及實際情況相應調整。

本公司實行內部審計制度並配備專職審計人員，對本公司財務收支和經濟活動進行內部審計監督。本公司內部審計制度和審計人員的職責，應當經董事會批准後實施。

本公司聘用符合《證券法》規定的會計師事務所進行會計報表審計、淨資產驗證及其他相關的諮詢服務等業務，聘期一(1)年，可以續聘。

本公司聘用會計師事務所必須由股東大會批准，董事會不得在股東大會批准前委任會計師事務所。

本公司保證向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報。

會計師事務所審計費用或審計費用的決定方法應由股東大會決定。

本公司解聘或者不再續聘會計師事務所時，提前十五天通知會計師事務所，本公司股東大會就解聘會計師事務所進行表決時，允許會計師事務所陳述意見。

附錄五

本公司組織章程細則概要

本公司解散和清算

本公司因下列原因解散：

- (i) 組織章程細則規定的營業期限屆滿或者組織章程細則規定的其他解散事由出現；
- (ii) 股東大會決議解散本公司；
- (iii) 因本公司合併或者分立需要解散；
- (iv) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；
- (v) 本公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有本公司全部股東表決權10%以上的股東，可以請求人民法院解散本公司。

本公司因上述第i項、第ii項、第iv項、第v項規定而解散的，應當在解散事由出現之日起十五日內成立清算組，開始清算。清算組由董事或者股東大會確定的人員組成。

清算組應當自成立之日起十日內通知債權人，並於六十日內在符合條件的媒體和香港聯交所披露易網站(www.hkexnews.hk)上公告。債權人應當自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，向清算組申報其債權。

債權人申報債權，應當說明債權的有關事項，並提供證明材料。清算組應當對債權進行登記。在申報債權期間，清算組不得對債權人進行清償。

清算期間，本公司存續，但不能開展與清算無關的經營活動。本公司財產在未按前款規定清償前，將不會分配給股東。

清算組在清理本公司財產、編製資產負債表和財產清單後，發現本公司財產不足清償債務的，應當依法向人民法院申請宣告破產。

本公司經人民法院裁定宣告破產的，依照有關企業破產的法律實施破產清算。

附錄五

本公司組織章程細則概要

修改組織章程細則

有下列情形之一的，本公司應當修改組織章程細則：

- (i) 《公司法》、有關法律及行政法規修改後，組織章程細則規定的事項與修改後的法律及行政法規的規定相抵觸；
- (ii) 本公司的情況發生變化，與組織章程細則記載的事項不一致；
- (iii) 股東大會決定修改組織章程細則。

股東大會決議通過的組織章程細則修改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准；涉及公司登記事項的，依法向公司登記機關辦理變更登記。

附錄六

法定及一般資料

A. 有關本公司及其附屬公司的其他資料

1. 註冊成立

本公司於2003年12月24日於中國成立，並於2010年12月3日根據中華人民共和國公司法改制為股份有限公司。

本公司的註冊地址為中國福建省廈門市海滄區東孚工業區二期浦頭路9號(郵政編號：361025)。本公司已於香港特別行政區設立主要營業地點，地址為香港特別行政區告士打道56號東亞銀行港灣中心15樓5號辦公室，並已於2024年3月13日根據香港公司條例第16部在香港特別行政區註冊為非香港公司。李忠成先生已獲委任為我們的授權代表於香港特別行政區接收法律程序文件。本公司於香港特別行政區接收法律程序文件的地址與本公司於香港特別行政區的主要營業地點相同。

由於我們於中國註冊成立，我們的公司架構及組織章程細則須遵守中國的相關法律法規。我們的組織章程細則相關條文概要載於本文件附錄五。中國法律法規若干相關方面的概要載於本文件附錄四。

2. 本公司股本的變動

於註冊成立日期(即2003年12月24日)，我們的註冊資本為人民幣1,518,000元，已於成立時悉數繳足。於2010年12月3日，本公司改制為股份有限公司，我們的註冊資本為人民幣85,000,000元，分為85,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。於2016年7月12日，我們完成首次[編纂]，並於深交所上市A股(股份代號：002803)。緊隨A股上市後，我們的註冊資本為人民幣116,000,000元，分為116,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。隨後及於最後可行日期，繼一系列增資、私人配售及股份回購後，我們的註冊資本為人民幣384,769,288元，分為384,769,288股每股面值人民幣1.00元的股份。

有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史及公司架構－我們的公司歷史」。

除本文件所披露者外，本公司的股本於緊接本文件日期前兩年內概無任何變更。

3. 股東決議案

於2024年2月2日舉行的本公司股東特別大會上，本公司股東通過(其中包括)以下決議案：

- (a) 發行每股面值為人民幣1.00元的[編纂]，且該[編纂]在[編纂]；

附錄六

法定及一般資料

- (b) 將予初步[編纂]的[編纂]數目不得超過[編纂]，相當於經[編纂]擴大後的已發行股份總數約[編纂]，且因[編纂]獲行使而將予發行的[編纂]數目不得超過根據[編纂]初步提呈[編纂]的[編纂]數目[編纂]；
- (c) 待[編纂]完成後，批准及採納組織章程細則(僅會於[編纂]生效)，授權董事會根據聯交所及中國相關監管機構的任何意見修訂組織章程細則；及
- (d) 授權董事會或其授權人士處理(其中包括)與[編纂]、[編纂]有關的所有事宜。

4. 附屬公司的股本變動

公司資料概要及附屬公司詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註1。

緊接本文件日期前兩年內，我們附屬公司的股本發生以下變更：

附屬公司名稱	變更日期	變更前股本	變更後股本
廊坊吉宏	2023年11月	人民幣 50,000,000元	人民幣 120,000,000元
濟南吉聯包裝有限公司	2023年12月	人民幣 32,000,000元	人民幣 50,000,000元
貴州吉宏品牌策劃管理有限公司	2024年6月	人民幣 500,000,000元	人民幣 10,000,000元
西安丹駿電子商務有限公司	2024年10月	人民幣 5,000,000元	人民幣 1,000,000元
吉客印電子商務	2023年6月	50,000美元	1,000,000美元
香港吉喙雲科技有限公司	2023年8月	100,000港元	2,900,000港元

附錄六

法定及一般資料

5. 回購股份限制

有關詳情，請參閱本文件附錄五「本公司組織章程細則概要」。

B. 有關我們業務的其他資料

1. 重大合約概要

以下合約(並非於正常業務過程中訂立的合約)乃由我們於緊接本文件日期前兩年內訂立且乃屬或可能屬重大：

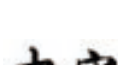
(1) [編纂]

2. 本集團的知識產權

商標

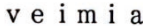
(1) 已獲得註冊的商標

截至最後可行日期，我們為我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的下列商標的註冊擁有人，並有權使用該等商標：

編號	商標	註冊地點	註冊編號	註冊擁有人	類別	註冊日期	屆滿日期
1.		中國	54472740	本公司	32	2022年 1月14日	2032年 1月13日
2.		中國	8896371	本公司	40	2021年 12月14日	2031年 12月13日
3.		中國	8896293	本公司	16	2021年 12月14日	2031年 12月13日
4.		中國	8838950	本公司	40	2011年 11月28日	2031年 11月27日
5.		中國	8838913	本公司	16	2011年 11月28日	2031年 11月27日
6.		中國	53665807	本公司	33	2022年 5月7日	2032年 5月6日
7.		中國	58330196	本公司	32	2022年 11月14日	2032年 11月13日

附錄六

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	註冊編號	註冊擁有人	類別	註冊日期	屆滿日期
8.		香港特別行政區	305427450	吉客印電子商務	3、9、11、14、16、17、18、21、24、25、27、35	2020年 10月23日	2030年 10月22日
9.		美國	6606425	香港時澤	12(國際)；19、21、23、31、35、44(美國)	2022年 1月4日	2032年 1月4日
10.		中國	53815611	鄭州吉客印	25	2021年 9月14日	2031年 9月13日
11.		日本	6420928	吉客拓(深圳)數字科技有限公司	8	2021年 7月27日	2031年 7月27日
12.		日本	6745007	吉客拓(深圳)數字科技有限公司	9	2023年 10月13日	2033年 10月13日
13.		日本	6474944	鄭州吉客印	25	2021年 11月22日	2031年 11月22日
14.		日本	6786265	Giiktop (Hong Kong) Digital Technology Co., Limited	3	2024年 3月11日	2034年 3月11日
15.		香港特別行政區	306475708	本公司	35	2024年 2月14日	2034年 2月13日

附錄六

法定及一般資料

專利

於最後可行日期，本集團已於中國註冊以下對本集團業務而言屬重要的專利：

編號	專利	註冊擁有人	註冊編號	註冊日期
1.	一種手提式包裝盒	本公司	ZL201921464229.5	2019年9月4日
2.	一種露瓶身的包裝盒	本公司	ZL201921465181.X	2019年9月4日
3.	一種包裝盒結構	本公司	ZL201921275164.X	2019年8月7日
4.	一種外帶杯提手	本公司	ZL201920918486.5	2019年6月18日
5.	一種飲料提籃結構	本公司	ZL201920918579.8	2019年6月18日
6.	一種新型紙杯	本公司	ZL201920817532.2	2019年5月31日
7.	一種飲品包裝盒	本公司	ZL201920481523.0	2019年4月10日
8.	一種餐盒的結構	本公司	ZL201920163281.0	2019年1月29日
9.	一種包裝盒漫反射層結構及其生產工藝	本公司	ZL201410251787.9	2014年6月9日
10.	一種抑菌驅蠅印刷底油母液和由母液製作的印刷底油及其製備方法	本公司	ZL201310058365.5	2013年2月25日

附錄六

法定及一般資料

編號	專利	註冊擁有人	註冊編號	註冊日期
11.	一種水溶耐奶油油墨及其製備方法	本公司	ZL201010294960.5	2010年9月28日
12.	膠印油墨溶劑及其製備方法	本公司	ZL200910061354.6	2009年3月27日
13.	食品間接接觸水性塑料油墨及其製備方法	本公司	ZL200510120545.7	2005年12月28日
14.	一種保溫手提袋	本公司	ZL202120142541.3	2021年1月19日
15.	一種防漏水手提袋	本公司	ZL202120142961.1	2021年1月19日
16.	一種帶提手的手提袋	本公司	ZL202120143826.9	2021年1月19日
17.	一種防水杯托	本公司	ZL202120144252.7	2021年1月19日
18.	一種包裝盒	本公司	ZL202022510756.4	2020年11月3日
19.	一種便攜式包裝	本公司	ZL202022390578.6	2020年10月23日
20.	一種氣動換向升降智能轉運平台	鄭州吉客印	ZL202011518333.5	2020年12月21日
21.	一種快遞物流包裝輔助調節機構	鄭州吉客印	ZL202011428672.4	2020年12月7日

附錄六

法定及一般資料

版權

於最後可行日期，本集團已於中國註冊以下對本集團業務而言屬重要的版權：

編號	版權	註冊擁有人	註冊編號	開發完成日期
1.	貴醬令二十酒瓶	本公司	國作登字-2021-F-00198893	2021年2月6日
2.	貴醬令二十包裝盒	本公司	國作登字-2021-F-00198892	2021年2月6日
3.	貴醬令酒瓶	本公司	國作登字-2021-F-00198883	2021年2月6日
4.	貴醬令包裝盒	本公司	國作登字-2021-F-00198886	2021年2月6日
5.	貴州醇酒瓶	本公司	國作登字-2021-F-00198889	2021年2月6日
6.	貴醬醇包裝盒	本公司	國作登字-2021-F-00198896	2021年2月6日
7.	貴醬韵酒瓶	本公司	國作登字-2021-F-00198885	2021年2月6日
8.	貴州醬酒標準樣包裝盒	本公司	國作登字-2021-F-00198887	2021年2月6日
9.	貴州醬酒手提袋側面系列	本公司	國作登字-2021-F-00198888	2021年2月6日
10.	貴醬韵包裝盒	本公司	國作登字-2021-F-00198879	2021年2月6日

附錄六

法定及一般資料

軟件版權

截至最後可行日期，我們已註冊下列我們認為對本集團業務而言屬或可能屬重大的軟件版權：

編號	版權	註冊擁有人	註冊編號	註冊地點	創建日期
1.	產品備貨預測分析 管理系統V1.0	鄭州吉客印	2022SR0221866	中國	2021年8月10日
2.	郵件智能分析 管理系統V1.0	鄭州吉客印	2022SR0221864	中國	2021年10月18日
3.	基於互聯網的廣告 設計素材智能採集 統計系統V1.0	鄭州吉客印	2022SR0221867	中國	2021年12月9日
4.	廣告素材AR採集 系統V1.0	鄭州吉客印	2022SR0061893	中國	2021年11月24日
5.	倉儲備貨管理系統 V1.0	鄭州吉客印	2022SR0063547	中國	2021年11月19日
6.	跨境電商客服郵件 管理系統V1.0	鄭州吉客印	2022SR0061894	中國	2021年11月22日

附錄六

法定及一般資料

編號	版權	註冊擁有人	註冊編號	註冊地點	創建日期
7.	Holo購物APP Android版V1.0	鄭州吉客印	2021SR0225458	中國	2020年12月24日
8.	Holo購物APP iOS版V1.0	鄭州吉客印	2021SR0224396	中國	2020年12月24日
9.	吉客印廣告營銷智能投放平台 V1.0	鄭州吉客印	2023SR1140306	中國	2022年12月16日
10.	大數據精準營銷推廣平台 V1.0	鄭州吉客印	2023SR0531608	中國	2022年12月16日
11.	吉客印人才地圖系統V1.0	鄭州吉客印	2023SR0651672	中國	2022年4月22日
12.	吉客印指標監控系統V1.0	鄭州吉客印	2023SR0691688	中國	2022年8月22日
13.	吉客印綜合智能管理網絡平台 V1.0	西安吉客印	2018SR308408	中國	2018年4月1日
14.	智慧引流廣告信息監管控制系統V1.0	西安吉客印	2023SR0348930	中國	2022年12月25日

附錄六

法定及一般資料

編號	版權	註冊擁有人	註冊編號	註冊地點	創建日期
15.	企業內部廣告數據分析系統 V1.0	西安吉客印	2021SR1427707	中國	2021年1月11日

域名

截至最後可行日期，我們已註冊下列我們認為對本集團業務而言屬或可能屬重大的域名：

編號	域名	註冊人	註冊日期	屆滿日期
1.	jihong.cn	本公司	2010年5月30日	2026年5月30日

C. 有關董事及主要股東的其他資料

1. 權益披露

(a) 主要股東的權益披露

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，將擁有或將被視作或當作於本公司股份或相關股份擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益及／或淡倉，或者直接或間接擁有附帶權利可於所有情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益的人士(董事、監事及本公司最高行政人員除外)的資料，詳情請參閱本文件「主要股東」。

附錄六

法定及一般資料

除本文件「主要股東」一節所披露者外，截至最後可行日期，董事並不知悉任何人士將於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)擁有或視作或當作擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司披露的股份或相關股份的實益權益或淡倉，或者直接或間接擁有本集團任何成員公司已發行具投票權股份10%或以上權益，或就有關股本擁有購股權。

本公司主要股東並無於本集團任何成員公司(本公司除外)擁有權益。

(b) 董事及監事於本公司或本公司相聯法團的註冊資本的權益披露

緊隨[編纂]完成後(未計及[編纂]獲行使)，董事、監事及本公司最高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、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會我們及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文其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條須記入該條所述的登記冊的權益或淡倉，或根據董事及上市發行人進行證券交易的標準守則(載於上市規則附錄C3)或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會我們及聯交所的權益或淡倉如下：

於本公司股份的權益

董事／ 監事姓名	權益性質	類別	緊隨[編纂] 完成後 直接及間接 持有的 股份數目 ⁽¹⁾	佔緊隨[編纂] 完成後 相關類別 股份的概約 持股百分比 ⁽¹⁾	佔緊隨[編纂] 完成後 已發行股本 總額的概約 持股百分比 ⁽¹⁾
莊浩女士	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士 的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
莊澍先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附錄六

法定及一般資料

董事／ 監事姓名	權益性質	類別	緊隨[編纂] 完成後 直接及間接 持有的 股份數目 ⁽¹⁾	佔緊隨[編纂] 完成後 相關類別 股份的概約 持股百分比 ⁽¹⁾	佔緊隨[編纂] 完成後 已發行股本 總額的概約 持股百分比 ⁽¹⁾
	一致行動人士 的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張和平先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士 的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
陸它山先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	一致行動人士 的權益 ⁽²⁾	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
王亞朋先生	實益權益	A股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 此乃基於緊隨[編纂]完成後[編纂]A股及[編纂]已發行[編纂]總數(假設[編纂]未獲行使)計算。
- (2) 莊浩女士、莊澍先生、賀靜穎女士、張和平先生、莊振海先生、陸它山先生及西藏永悅均為一致行動人士且為我們的單一最大股東團體。有關更多詳情，請參閱「歷史及公司架構－一致行動股東」。
- (3) 陸它山先生持有的相關股份包括(i)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的306,250股A股，該等股份已於2024年10月23日根據2023年解除禁售機制解除禁售；及(ii)根據2023年限制性股份激勵計劃授出的568,750限制性A股。有關更多詳情，請參閱「歷史及公司架構－我們的公司歷史－採納2023年限制性股份激勵計劃」。
- (4) 王亞朋先生持有的相關股份包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的260,000股限制性A股，該等股份僅於相應禁售期屆滿後方可出售。有關更多詳情，請參閱「歷史及公司架構－我們的公司歷史－採納2023年限制性股份激勵計劃」。

附錄六

法定及一般資料

2. 服務合約詳情

我們已與各董事及監事訂立合約。該等服務合約的主要內容包括：(i)服務期限；及(ii)根據各自期限的終止機制。服務合約可根據組織章程細則及適用上市規則重續。

除上文所披露者外，概無董事或監事與本集團任何成員公司訂立任何有關擔任董事或監事的服務合約(於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須支付賠償(不包括法定賠償)的合約除外)。

3. 董事及監事薪酬

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，向董事及監事支付的薪酬總額(包括袍金、薪金、退休金計劃供款、住房津貼及其他津貼、實物利益及酌情花紅，惟不包括根據2023年限制性股份激勵計劃授出的限制性A股，進一步詳情載於下文「E. 2023年限制性股份激勵計劃」)分別約為人民幣8.1百萬元、人民幣11.9百萬元及人民幣19.0百萬元。

除上文所披露者外，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，本集團任何成員公司均無向我們的任何董事或監事支付或應付其他款項。

4. 董事的競爭權益

概無董事於與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的任何業務(本集團業務除外)中擁有任何權益。

5. 免責聲明

除本附錄及本文件「董事、監事及高級管理層」及「主要股東」各節所披露者外：

- (a) 概無董事、監事或本公司最高行政人員於股份於聯交所[編纂]後，於本公司或我們的相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或被視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須記錄於該條例所述之登記冊的任何權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉。就此而言，證券及期貨條例的有關條文將詮釋為適用於監事；

附錄六

法定及一般資料

- (b) 據任何董事或監事或本公司最高行政人員所知，概無人士於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益；
- (c) 概無董事或監事或名列下文「E.其他資料 – 7.專家資格」的任何人士在本集團任何成員公司創辦過程中，或本集團任何成員公司於緊接本文件刊發前兩年內已收購、出售或租賃或擬收購、出售或租賃的任何資產中擁有權益；
- (d) 概無董事或監事或名列下文「E.其他資料 – 7.專家資格」的任何人士於與本集團訂立的任何合約或安排(於本文件日期仍然存續而其性質或條件屬非正常或就本集團整體業務而言屬重大者)中擁有重大權益；
- (e) 除與[編纂]有關者外，概無名列下文「E.其他資料 – 7.專家資格」的任何人士於本集團任何成員公司擁有任何股權或擁有可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論可否依法執行)；
- (f) 概無董事或監事與本公司或本集團任何成員公司訂有或擬訂立任何服務協議(於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須支付賠償(不包括法定賠償)的合約除外)；及
- (g) 概無董事或監事或彼等各自的聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司已發行股本5%以上權益的股東於本公司五大客戶及五大供應商中擁有任何權益。

D. 2022年員工持股計劃

本公司於2022年10月10日採用2022年員工持股計劃。2022年員工持股計劃的條款並無受上市規則第十七章條文限制，乃因在2022年員工持股計劃下並無發行在外的股份，且在[編纂]後本公司將不再授出其他股份或購股權。鑑於2022年已授出所有相關限制性A股，對2022年員工持股計劃下已發行股份將不會有任何攤薄影響。[編纂]後將不再授出其他獎勵。

2022年員工持股計劃旨在吸引、留住及激勵本公司的人才，令本公司與僱員利益一致。

附錄六

法定及一般資料

2022年員工持股計劃項下合資格參與者包括本公司的管理層成員和其他僱員。根據2022年員工持股計劃，本公司的6,075,307股限制性A股(佔本公司於授出時註冊股本總額的1.61%，並由本公司在2020年11月10日至2021年8月27日期間回購)於2022年11月22日授出並轉入以2022年員工持股計劃名義開立的單一證券賬戶(「轉讓完成日期」)。授出價為每股限制性A股人民幣6.5元。在限制性A股授出後，吳明貴先生(財務總監)及龔紅鷹女士(本公司三間附屬公司的董事兼六間附屬公司的監事)分別獲得80,000股限制性A股及100,000股限制性A股。其他169名本公司的管理層成員和僱員合共獲得5,895,307股限制性A股。2022年員工持股計劃的條款及條件規定(其中包括)，參與僱員僅享有該等股份所附帶的經濟權利，而該等股份的交易權(包括行使該等股份所附帶的投票權)將委託予由參與僱員選舉產生的委員會。截至最後可行日期，委員會包括郭維維女士、許文秀女士及龔紅鷹女士，全部均為本公司的僱員，及彼等共同控制及行使根據2022年員工持股計劃授出股份的交易權。委員會會議以委員會成員的多數票作出決定。截至最後可行日期，以2022年員工持股計劃名義持有的股份總數為3,949,007股及2022年員工持股計劃項下並無將予授出的發行在外的股份。

2022年員工持股計劃項下限制性A股的承授人須受禁售期所規限，禁售期將透過以下方式解除(統稱「2022年解除機制」)：

- (a) 35%的限制性A股於轉讓完成日期起計12個月後獲准出售；
- (b) 其他35%的限制性A股於轉讓完成日期起計24個月後獲准出售；及
- (c) 餘下30%的限制性A股於轉讓完成日期起計36個月後方獲准出售。

2022年解除機制及限制性A股的獲准出售範圍取決於本公司跨境電商業務的溢利增長目標是否達成。

附錄六

法定及一般資料

E. 2023年限制性股份激勵計劃

本公司採納2023年限制性股份激勵計劃，屬一次性性質，且不涉及本公司股份的任何購股權。2023年限制性股份激勵計劃的條款不受上市規則第十七章規定所規限，原因為2023年限制性股份激勵計劃下並無發行在外的股份，且本公司於[編纂]後將不再授出其他股份或購股權。鑒於所有相關限制性A股均已於2023年獲授出，對2023年限制性股份激勵計劃項下的已發行股份將不會有任何攤薄影響。[編纂]後將不會再授出其他獎勵。

2023年限制性股份激勵計劃的目的為吸引、留住及激勵本公司人才，實現本公司與員工的利益一致。

2023年限制性股份激勵計劃的合資格參與者包括本公司董事、管理人員及其他僱員。本公司獨立董事及監事、當時個別或共同持有本公司5%以上A股的股東或最終控制人、其配偶、父母及子女不符合資格。

根據2023年限制性股份激勵計劃，本公司6,600,000股限制性A股(佔授出時本公司註冊股本總額的1.74%)於2023年9月25日獲授出，並於2023年10月27日在深交所上市。授出價格為每股限制性A股人民幣9.51元。授出限制性A股後，陸它山先生(執行董事)、王亞朋先生(董事長兼執行董事)及吳明貴先生(財務總監)分別獲授875,000股限制性A股、400,000股限制性A股及50,000股限制性A股。本公司其他200名管理人員及僱員合共獲授5,275,000股限制性A股。於最後可行日期，2023年限制性股份激勵計劃下並無發行在外的股份。

2023年限制性股份激勵計劃項下限制性A股的承授人須受禁售期所規限，禁售期將透過以下方式解除(統稱「**2023年解除機制**」)：

- (a) 35%的限制性A股僅於(i)限制性A股登記完成日期(即2023年10月23日(「**登記完成日期**」))起計12個月後在深交所的第一個交易日至(ii)自登記完成日期起計24個月內在深交所的最後一個交易日(包括首尾兩個交易日)期間獲准出售；
- (b) 35%的限制性A股僅於(i)登記完成日期起計24個月後在深交所的第一個交易日至(ii)自登記完成日期起計36個月內在深交所的最後一個交易日(包括首尾兩個交易日)期間獲准出售；及
- (c) 餘下30%的限制性A股僅於(i)登記完成日期起計36個月後在深交所的第一個交易日至(ii)自登記完成日期起計48個月內在深交所的最後一個交易日(包括首尾兩個交易日)期間獲准出售。

附錄六

法定及一般資料

2023年解除機制及限制性A股的獲准出售範圍須受業績目標所規限，包括(i)與截至2022年12月31日止年度相比，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度各年本公司跨境電商業務的溢利增長目標分別為10.0%、21.0%及33.1%；及(ii)各承授人的表現評估，據此，承授人在每個解鎖期內可出售的股份部分(即100.0%、80.0%、60.0%及0.0%)乃根據回撥機制調整，視乎該承授人在解鎖期內被評估所屬的表現等級(即優秀、良好、滿意及不滿意)而定。

F. 2023年股份回購計劃

於2023年8月30日，董事會議決一項於未來12個月內使用我們的內部資金於二級市場回購A股的計劃，總預算介乎人民幣40百萬元至人民幣60百萬元，目標價格不超過每股A股人民幣25.00元(「**2023年股份回購計劃**」)，以便根據任何未來員工持股計劃或限制性股份激勵計劃授出該等回購A股。2024年2月5日，經考慮我們的未來前景、財務狀況及股東的利益，董事會議決增加2023年股份回購計劃的總預算，用於自二級市場購入A股。總預算將由人民幣40百萬元至人民幣60百萬元增加至人民幣60百萬元至人民幣120百萬元。2023年股份回購計劃的其他條款維持不變。

由於就2023年股份回購計劃擬設立的未來員工持股計劃或限制性股份激勵計劃將不會對股東持有權益造成任何攤薄影響，因此相關未來員工持股計劃或限制性股份激勵計劃將不會受限於上市規則第十七章。

任何該等回購A股已經並將由就2023年股份回購計劃開立的單一證券賬戶持有。於2024年2月5日，已回購3,981,600股A股並由該相關賬戶持有，佔我們股份的約1.03%。

截至最後可行日期，本公司並無可能受上市規則第十七章的條文所規限的未完成未來員工持股計劃或限制性股份激勵計劃。

G. 其他資料

1. 遺產稅

董事已獲告知，本公司或其任何附屬公司不大可能承擔重大遺產稅責任。

2. 訴訟

於最後可行日期，本公司並不涉及任何重大訴訟、仲裁或行政程序。就我們所知，本公司亦無任何尚未了結或可能提起的有關訴訟、仲裁或行政程序。

附錄六

法定及一般資料

3. 聯席保薦人

聯席保薦人已代表我們向聯交所[編纂]申請批准[編纂](包括因行使[編纂]而可予發行的任何[編纂])[編纂]及[編纂]。本公司已作出一切必要安排以使該等[編纂]獲准納入[編纂]。

各聯席保薦人均符合上市規則第3A.07條所載獨立性標準。

就各聯席保薦人作為[編纂]的聯席保薦人提供的服務已付及應付予各聯席保薦人的費用總額分別為1百萬美元及1百萬美元。

4. 開辦費用

本公司並未產生任何重大開辦費用。

5. 發起人

本公司的發起人為永悅投資、金潤悅、莊浩、莊澍、賀靜穎及張和平。於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述的相關交易向任何發起人支付、配發或給予任何現金、證券或其他福利，亦不擬支付、配發或給予任何現金、證券或其他福利。

6. 股份持有人的稅項

(a) 香港特別行政區

出售、購買及轉讓在香港特別行政區股東名冊分冊中登記的[編纂]均須繳納香港特別行政區印花稅。現時對買賣各方徵收的稅率為所出售或轉讓[編纂]的代價或公平值(以較高者為準)的0.1%。有關稅項的進一步詳情，請參閱本文件附錄三。

(b) 諮詢專業顧問

[編纂]的有意投資者如對[編纂]股份(或行使其所附權利)涉及的稅務影響有任何疑問，應諮詢彼等的專業稅務顧問。我們、聯席保薦人、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士或各方對任何人士因[編纂]而產生的任何稅務影響或負債概不承擔責任。

附錄六

法定及一般資料

7. 專家資格

下列為提供載於本文件的意見或建議的專家的資格：

名稱	資格
中國國際金融香港證券有限公司	根據證券及期貨條例可進行第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)、第5類(就期貨合約提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
招銀國際融資有限公司	根據證券及期貨條例可進行第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
安永會計師事務所	執業會計師 註冊公眾利益實體核數師
康達律師事務所	本公司的中國法律顧問
北京市君合律師事務所	本公司有關中國數據合規事宜的法律顧問
理律法律事務所	本公司有關中國台灣當地法律的法律顧問
羅拔臣律師事務所	本公司有關香港特別行政區當地法律的法律顧問
Dentons Rodyk & Davidson LLP	本公司有關新加坡法律的法律顧問
Al Tamimi & Company	本公司有關沙特阿拉伯王國法律的法律顧問
Shin & Kim LLC	本公司有關韓國法律的法律顧問
安德森•毛利•友常律師事務所	本公司有關日本法律的法律顧問
SyCip Salazar Hernandez & Gatmaitan	本公司有關菲律賓法律的法律顧問
Christopher & Lee Ong	本公司有關馬來西亞法律的法律顧問
Weerawong, Chinnavat & Partners Ltd.	本公司有關泰國法律的法律顧問

附錄六

法定及一般資料

名稱	資格
灼識企業管理諮詢有限公司	行業顧問
安永(中國)企業諮詢有限公司	本公司的稅務顧問

8. 專家同意書

本附錄「G.其他資料 – 7.專家資格」所述的各專家已就刊發本文件發出書面同意書，同意按其各自所示的形式及內容載入其報告及／或函件及／或法律意見(視情況而定)及提述其名稱，且迄今並無撤回有關同意書。

上文所述專家概無於本公司或其任何附屬公司持有任何股權，亦概無擁有可認購或提名他人認購本公司或其任何附屬公司的證券的權利(不論能否依法強制執行)。

9. [編纂]

[編纂]

10. 約束力

[編纂]

附錄六

法定及一般資料

11. 其他事項

除本文件所披露者外：

- (a) 於本文件日期前兩年內，我們概無發行或同意發行任何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；
- (b) 本公司的股份或借貸資本(如有)概無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權；
- (c) 我們概無發行或同意發行任何創辦人股份、管理層股份或遞延股份；
- (d) 我們並無尚未行使的可換股債務證券或債權證；
- (e) 緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]或出售本公司任何資本而授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；
- (f) 概無作出放棄或同意放棄未來股息的安排；
- (g) 於過去12個月，我們的業務並無受到任何干擾而可能或已經對財務狀況造成重大影響；
- (h) 除本公司於深交所上市的A股外，本公司的權益及債務證券(如有)概無於任何其他證券交易所上市或買賣，或正在或擬尋求獲准有關上市或買賣。我們目前無意申請成為中外合資股份有限公司，並預期不會受中國中外合資經營企業法之規限；及
- (i) 董事確認，除與[編纂]有關的開支外，直至本文件日期，本集團的財務或貿易狀況或前景自2023年12月31日起並無任何重大不利變動，且自2023年12月31日起並無任何事件會對會計師報告所載綜合財務報表列示的資料造成重大影響。

附錄七

送呈公司註冊處處長及展示文件

A. 送呈公司註冊處處長文件

隨附本文件一併送呈香港特別行政區公司註冊處處長登記的文件為(其中包括)：

- (a) 附錄六「法定及一般資料 – G. 其他資料 – 8. 專家同意書」所述的同意書；及
- (b) 附錄六「法定及一般資料 – B. 有關我們業務的其他資料 – 1. 重大合約概要」所述的各項重大合約。

B. 展示文件

下列文件將於本文件日期起計14日(包括當日)內於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司的網站www.jihong.cn刊載：

- (a) 組織章程細則；
- (b) 安永會計師事務所發出的會計師報告及本集團未經審核[編纂]財務資料的報告，其全文分別載於附錄一及附錄二；
- (c) 本集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度各年以及截至2024年3月31日止三個月的經審核綜合財務報表；
- (d) 本文件「附錄六 – 法定及一般資料 – B. 有關我們業務的其他資料 – 1. 重大合約概要」一節所述的重大合約；
- (e) 本文件「附錄六 – 法定及一般資料 – C. 有關董事及主要股東的其他資料 – 2. 服務合約詳情」一節所述的服務合約；
- (f) 本文件「附錄六 – 法定及一般資料 – G. 其他資料 – 8. 專家同意書」一節所述的同意書；
- (g) 行業顧問灼識企業管理諮詢有限公司編製的行業報告；
- (h) 我們有關中國法律的法律顧問康達律師事務所就本集團若干方面及我們於中國內地的物業權益發出的法律意見；
- (i) 我們有關中國台灣當地法律的法律顧問理律法律事務所發出的法律意見；
- (j) 我們有關香港特別行政區當地法律的法律顧問羅拔臣律師事務所發出的法律意見；

附錄七

送呈公司註冊處處長及展示文件

- (k) 我們有關新加坡法律的法律顧問Dentons Rodyk & Davidson LLP發出的法律意見；
- (l) 我們有關沙特阿拉伯王國法律的法律顧問Al Tamimi & Company出具的盡職調查報告；
- (m) 我們有關韓國法律的法律顧問Shin & Kim LLC發出的法律意見；
- (n) 我們有關日本法律的法律顧問安德森•毛利•友常律師事務所發出的法律意見；
- (o) 我們有關菲律賓法律的法律顧問SyCip Salazar Hernandez & Gatmaitan發出的法律意見；
- (p) 我們有關馬來西亞法律的法律顧問Christopher & Lee Ong發出的法律意見；
- (q) 我們有關泰國法律的法律顧問Weerawong, Chinnavat & Partners Ltd發出的法律意見；
- (r) 我們的稅務顧問安永(中國)企業諮詢有限公司出具的稅務報告；及
- (s) 《公司法》、《中國證券法》及《試行辦法》以及其未非正式英文譯本。